

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม:
การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโต
วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)



โดย มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง



สารบัญ

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน	1-2
1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1-2
1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน	1-3
1.5 วิธีการศึกษา	1-4
1.6 ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap	1-11
1.7 ระยะเวลาการดำเนินงาน	1-12
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	2-1
2.1 นิยามของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE)	2-1
2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem)	2-7
2.3 ปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและต่างประเทศ	2-21
2.4 นิยามศัพท์	2-37
บทที่ 3 การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ	3-1
3.1 หลักเกณฑ์การกำหนดประเทศเป้าหมายเพื่อทำการศึกษา	3-1
3.2 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศจีน	3-4
3.3 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศเกาหลีใต้	3-9
3.4 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไต้หวัน	3-12
3.5 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศอินโดนีเซีย	3-16
3.6 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไทย	3-20
3.7 บทสรุปปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของแต่ละประเทศ	3-30
บทที่ 4 การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล	4-1
4.1 หลักเกณฑ์การสำรวจข้อมูล สำหรับการจัดเก็บข้อมูล	4-1
4.2 การสำรวจปัจจัยแวดล้อมของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม	4-4
บทที่ 5 ผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม	5-1
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	5-1
5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE	5-7
5.3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE	5-12
5.4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ	5-43
5.5 สรุปผลการสำรวจข้อมูล	5-50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6	
สรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล	6-1
6.1 สรุปผลสำรวจข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การระดมความคิดเห็น และการสัมมนารับฟังความคิดเห็น	6-1
6.2 การวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับวิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง (MSME Best Practices) ของกลุ่มประเทศตัวอย่างและประเทศไทย	6-10
6.3 แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่าง	6-15
6.4 บทวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของ MSME ไทย (SWOT Analysis)	6-21
6.5 แนวทางการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมสำหรับวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมสำหรับประเทศไทย	6-23
บทที่ 7	
ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม	7-1
7.1 กลไกการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE	7-1
7.2 การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem	7-7
7.3 การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	7-8
7.4 แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE	7-10
7.5 แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ เพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE	7-20
บรรณานุกรม	บ-1
ภาคผนวก ก แผนงาน นโยบาย และงบประมาณบูรณาการของ สสว.	ก-1
ภาคผนวก ข ตัวอย่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ	ข-1
ภาคผนวก ค แบบสำรวจ (Questionnaire)	ค-1
ภาคผนวก ง ประเด็นในการสัมภาษณ์และการระดมความคิดเห็น	ง-1
ภาคผนวก จ สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)	จ-1
ภาคผนวก ฉ การสัมมนารับฟังความคิดเห็น “แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”	ฉ-1
ภาคผนวก ช ผลการสำรวจ จำแนกตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	ช-1

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	ตารางการวิเคราะห์ Ecosystem ของประเทศตัวอย่าง	1-7
ตารางที่ 1.2	การวิเคราะห์ Ecosystem ของ MSE ประเทศไทยในปัจจุบัน	1-8
ตารางที่ 1.3	Gap Analysis	1-8
ตารางที่ 1.4	การวิเคราะห์ TOWS Matrix	1-9
ตารางที่ 2.1	ลักษณะ MSME ของประเทศสิงคโปร์	2-2
ตารางที่ 2.2	ลักษณะ MSME ของประเทศมาเลเซีย	2-3
ตารางที่ 2.3	ลักษณะ MSME ของสหภาพยุโรป	2-4
ตารางที่ 2.4	ลักษณะของ MSME ของประเทศอินเดีย	2-4
ตารางที่ 2.5	ลักษณะของ MSME ของประเทศเกาหลีใต้	2-5
ตารางที่ 2.6	องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ	2-8
ตารางที่ 2.7	มิติหลักและความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ	2-10
ตารางที่ 2.8	สรุปการทบทวนวรรณกรรมตามองค์ประกอบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ	2-19
ตารางที่ 2.9	ตัวอย่างสรุปการศึกษานโยบาย/มาตรการด้าน Ecosystem ในประเทศฟินแลนด์	2-33
ตารางที่ 2.10	กรอบการศึกษาระบบและมาตรการพัฒนาระบบ Ecosystem ในประเทศตัวอย่าง	2-35
ตารางที่ 3.1	อันดับประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขัน SME มากที่สุดในโลก 40 อันดับแรก ปี 2018	3-3
ตารางที่ 3.2	รายละเอียดนิยาม SME ของประเทศจีน	3-4
ตารางที่ 3.3	หน่วยงานหลักที่สนับสนุน SME ในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจ	3-21
ตารางที่ 3.4	ปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของประเทศไทย	3-28
ตารางที่ 4.1	จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามขนาดธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562	4-1
ตารางที่ 4.2	จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามภาคธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562	4-2
ตารางที่ 4.3	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ	4-2
ตารางที่ 4.4	แผนดำเนินการสำรวจข้อมูล	4-4
ตารางที่ 5.1	จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ	5-2
ตารางที่ 5.2	สัดส่วนของขนาดกิจการและภาคธุรกิจในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-9
ตารางที่ 5.3	สัดส่วนของขนาดกิจการและอายุกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-10
ตารางที่ 5.4	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-14
ตารางที่ 5.5	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการตลาด	5-16
ตารางที่ 5.6	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน	5-17
ตารางที่ 5.7	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	5-19
ตารางที่ 5.8	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-20

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 5.9	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ	5-22
ตารางที่ 5.10	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด และขนาดกิจการ	5-24
ตารางที่ 5.11	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการเงิน	5-26
ตารางที่ 5.12	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการตลาด	5-28
ตารางที่ 5.13	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-30
ตารางที่ 5.14	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	5-32
ตารางที่ 5.15	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ	5-34
ตารางที่ 5.16	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง	5-35
ตารางที่ 5.17	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ	5-36
ตารางที่ 5.18	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงธุรกิจ	5-36
ตารางที่ 5.19	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-37
ตารางที่ 5.20	ความต้องการความช่วยเหลือจำแนกรายด้าน แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-38
ตารางที่ 5.21	โครงการที่เคยเข้าร่วม จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด	5-44
ตารางที่ 5.22	ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด	5-45
ตารางที่ 5.23	สาเหตุที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-46
ตารางที่ 5.24	โครงการที่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-48
ตารางที่ 5.25	ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-49
ตารางที่ 5.26	สาเหตุที่ไม่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-50
ตารางที่ 5.27	สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ	5-51
ตารางที่ 5.28	สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดกิจการ	5-52
ตารางที่ 5.29	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับ MSE จำแนกตามขนาดกิจการ	5-53
ตารางที่ 5.30	สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และความต้องการความช่วยเหลือ	5-54
ตารางที่ 5.31	สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-55
ตารางที่ 5.32	สรุปความต้องการความช่วยเหลือ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-55
ตารางที่ 5.33	สรุปการเข้าร่วมโครงการและการเข้ารับบริการ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-58
ตารางที่ 5.34	สรุปผลการสำรวจที่สำคัญในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจ	5-59
ตารางที่ 6.1	สรุปผลและการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม จากการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ	6-3

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 6.2	ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศ ตัวอย่าง เปรียบเทียบกับแนวทางของประเทศไทย	6-12
ตารางที่ 6.3	ตัวอย่างโครงการของไทยที่สนับสนุน MSME ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2563	6-18
ตารางที่ 7.1	แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE	7-12
ตารางที่ 7.2	แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ	7-21

สารบัญญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 1.1	จำนวน Startup ต่อประเทศ	1-2
ภาพที่ 1.2	ผังวิธีการศึกษา	1-5
ภาพที่ 1.3	ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap	1-11
ภาพที่ 2.1	ลักษณะของ SME ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของ SME พ.ศ. 2562	2-2
ภาพที่ 2.2	แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ	2-9
ภาพที่ 2.3	ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Isenberg	2-10
ภาพที่ 2.4	โมเดลปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai	2-12
ภาพที่ 2.5	องค์ประกอบการสร้างผลลัพธ์ผลกระทบปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Stam	2-14
ภาพที่ 2.6	ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจสมัยใหม่	2-17
ภาพที่ 2.7	ปัจจัยสำหรับ Business ecosystem 4.0	2-18
ภาพที่ 2.8	MSME's Digitalization Journey	2-19
ภาพที่ 2.9	SME Knowledge Center	2-24
ภาพที่ 2.10	แนวทางการพัฒนา Ecosystem ตามโครงสร้างพื้นฐาน	2-25
ภาพที่ 2.11	SMEs Ecosystem ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)	2-26
ภาพที่ 2.12	ปัจจัยที่สำคัญต่อระบบนิเวศ SMEs ประเทศโอมาน	2-31
ภาพที่ 2.13	MSE Ecosystem	2-36
ภาพที่ 3.1	มิติ และดัชนีย่อยของดัชนี SME	3-2
ภาพที่ 5.1	จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ	5-1
ภาพที่ 5.2	จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดและขนาดธุรกิจ	5-2
ภาพที่ 5.3	สัดส่วนของช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง	5-3
ภาพที่ 5.4	สัดส่วนของช่วงอายุกิจการ	5-3
ภาพที่ 5.5	สัดส่วนของลักษณะที่ตั้งกิจการ	5-4
ภาพที่ 5.6	สัดส่วนของรูปแบบของกิจการ	5-4
ภาพที่ 5.7	สัดส่วนการจ้างงาน	5-5
ภาพที่ 5.8	สัดส่วนรูปแบบการจ้างงาน	5-6
ภาพที่ 5.9	สัดส่วนแหล่งเงินทุน	5-6
ภาพที่ 5.10	สัดส่วนของภาคธุรกิจ	5-7
ภาพที่ 5.11	สัดส่วนศักยภาพของธุรกิจ	5-8
ภาพที่ 5.12	สัดส่วนการได้รับผลกระทบจาก Covid-19	5-11

สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า	
ภาพที่ 5.13	สัดส่วนของลักษณะผลกระทบจาก Covid-19	5-11
ภาพที่ 5.14	สัดส่วนแผนการปรับตัวจากผลกระทบของ Covid-19	5-12
ภาพที่ 5.15	ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนา MSE	5-12
ภาพที่ 5.16	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ	5-13
ภาพที่ 5.17	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด	5-14
ภาพที่ 5.18	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาด	5-15
ภาพที่ 5.19	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน	5-17
ภาพที่ 5.20	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	5-18
ภาพที่ 5.21	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-20
ภาพที่ 5.22	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านกฎระเบียบ	5-21
ภาพที่ 5.23	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ	5-23
ภาพที่ 5.24	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด	5-23
ภาพที่ 5.25	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านการเงิน	5-25
ภาพที่ 5.26	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านการตลาด	5-27
ภาพที่ 5.27	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-29
ภาพที่ 5.28	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	5-31
ภาพที่ 5.29	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านกฎระเบียบ	5-33
ภาพที่ 5.30	การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ	5-43
ภาพที่ 5.31	การเข้ารับบริการจากภาครัฐ	5-47
ภาพที่ 5.32	สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-51
ภาพที่ 5.33	สรุปผลศักยภาพของธุรกิจ	5-53
ภาพที่ 5.34	สรุปผลการเข้าร่วมโครงการ และการรับบริการ	5-57
ภาพที่ 6.1	พื้นที่เป้าหมายในการสำรวจข้อมูล	6-2
ภาพที่ 6.2	สรุปการวิเคราะห์ SWOT	6-21
ภาพที่ 7.1	House of MSE Ecosystem Mechanism	7-2
ภาพที่ 7.2	การเชื่อมโยง Ecosystem MSE บน Digital Platform	7-7
ภาพที่ 7.3	การกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายในการขับเคลื่อน Ecosystem ของ MSE	7-9

บทที่ 1
บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

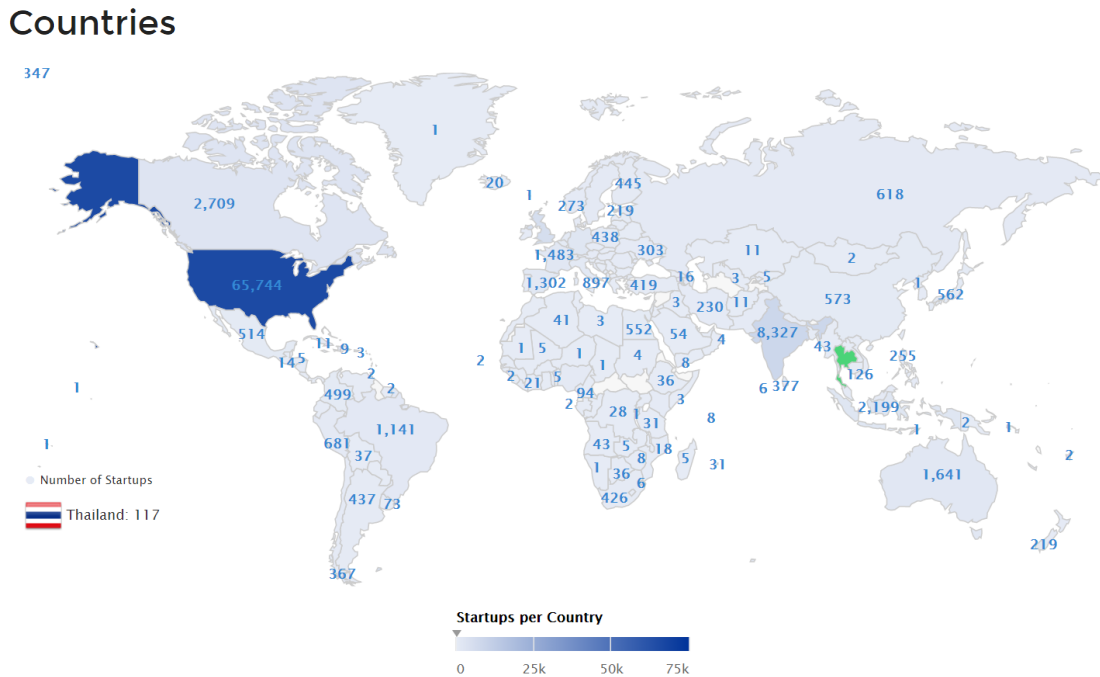
วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE) ตามนิยามส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ใหม่ ถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นวิสาหกิจที่มีจำนวนมากที่สุด กระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ และมีบทบาทสำคัญต่อการจ้างงาน (วิสาหกิจรายย่อยมีจำนวนถึง 2,644,561¹ ราย คิดเป็นร้อยละ 85.7 ของวิสาหกิจโดยรวมทั้งประเทศ สร้างการจ้างงาน 4,974,613 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.5 ของการจ้างงานรวม และในสวนวิสาหกิจขนาดย่อมมีจำนวน 384,964 ราย หรือร้อยละ 12.5 ของวิสาหกิจทั้งหมด และสร้างการจ้างงาน 4,140,563 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 ของการจ้างงานทั้งหมด) แต่อย่างไรก็ตามวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังคงขาดศักยภาพและไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก จึงทำให้ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจหลายด้าน ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องเร่งหาแนวทางให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจในกลุ่มนี้ให้สามารถดำเนินธุรกิจยุคใหม่ได้อย่างเป็นมืออาชีพและมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม โครงการช่วยเหลือและพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) ของภาครัฐส่วนใหญ่ยังคงไม่ทั่วถึงและเพียงพอ อีกทั้งการดำเนินกิจกรรมยังขาดความยืดหยุ่นและไม่สอดคล้องกับสภาพธุรกิจ ช่วงเวลา และพื้นฐานความรู้ของผู้ประกอบการ รวมทั้งผู้ประกอบการบางส่วนยังขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการและบริการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ของภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ยังเข้าไม่ถึงการพัฒนา โดยเฉพาะบริการที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาในระดับพื้นฐาน (Inclusive)

ด้วยเหตุดังกล่าวจากการรวบรวมข้อมูลจำนวน MSE ที่มีศักยภาพสูง คือ มีเทคโนโลยี/องค์ความรู้สูง มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added) และมีศักยภาพที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็วไปสู่องค์กรขนาดใหญ่ในไม่เกิน 10 ปี ที่เรียกว่า Startup ในไทยจึงมีจำนวนเพียง 117 ราย น้อยกว่ามาเลเซีย (250 ราย) และฟิลิปปินส์ (255 ราย) เกือบ 2 เท่า และน้อยกว่าสิงคโปร์ (778 ราย) และอินโดนีเซีย (2,199 ราย) หลายเท่าตัว ส่วนในกรณีระดับโลกที่ได้รับความนิยมรับว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการพัฒนาสภาพแวดล้อม (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการพัฒนา Startup มากที่สุด คือ สหราชอาณาจักร มีจำนวน Startup มากถึง 5,384 ราย ทั้งที่มีประชากรใกล้เคียงกับไทย (สหราชอาณาจักรมีประชากร 66.65 ล้านคน)

¹ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2562.

ภาพที่ 1.1: จำนวน Startup ต่อประเทศ



ที่มา: startupranking.com

ดังนั้น การมีปัจจัยแวดล้อมที่ดีและเอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ จึงเป็นกลไกขั้นพื้นฐานที่ช่วยเอื้อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม สามารถเข้าถึงการพัฒนาของภาครัฐเพิ่มมากขึ้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้ทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางสำหรับการพัฒนา (Roadmap) ปัจจัยแวดล้อมที่มีความเหมาะสม และเอื้อต่อการเข้าถึงตามความต้องการของแต่ละธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

เพื่อให้ภาครัฐมีแนวทางในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises)

1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) นำไปสู่การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมและทันสมัยต่อวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises)
- 2) ภาครัฐมีกลไกในการสนับสนุนและขับเคลื่อนส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) อย่างเป็นรูปธรรม

1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน

ที่ปรึกษาต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน หรือให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจ้าง โดยค่าใช้จ่ายของที่ปรึกษาเองทั้งหมด ซึ่งต้องดำเนินกิจกรรมอย่างน้อย ดังนี้

- 1) ศึกษาภาพรวมปัจจัยแวดล้อมของการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises Ecosystem) ของประเทศไทยในมิติต่าง ๆ เช่น ด้านการเงิน ผ่านกองทุนร่วมทุน การค้าประกันสินเชื่อ สินเชื่อสถาบันการเงิน ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม โดยเฉพาะการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ศูนย์ให้บริการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ มาตรฐาน ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ ศูนย์บ่มเพาะ Knowledge Center ระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ศูนย์ให้บริการในแต่ละด้าน ทั้ง Offline และ Online การสนับสนุนจากภาครัฐ มาตรการและนโยบายการส่งเสริมช่วยเหลือ กฎหมายและกฎระเบียบ เป็นต้น พร้อมทั้งกำหนดกรอบขอบเขตการศึกษา นิยาม และจัดกลุ่ม จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมให้ชัดเจน
- 2) ศึกษาการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ (Best Practice) ไม่น้อยกว่า 3 ประเทศ โดยคัดเลือกประเทศที่เป็นต้นแบบของการมีปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม โดยที่ปรึกษาจะต้องเสนอเกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศที่จะดำเนินการศึกษาให้ชัดเจน
- 3) ศึกษา สํารวจ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) ด้วยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้
 - 3.1) จัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire) ประกอบด้วย 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ 2. ประเด็นปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจ 3. รูปแบบความช่วยเหลือและการบริการที่ต้องการ เป็นต้น
 - 3.2) ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลจากวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) ที่ครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ตามข้อ 1) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 1,300 ราย
- 4) สัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการ (ผู้รับบริการ) หน่วยงานองค์กร สถาบัน (ผู้ให้บริการ) ในการใช้ประโยชน์/การให้บริการ เพื่อการพัฒนาธุรกิจจากปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และประเด็นปัญหา-อุปสรรคของการใช้บริการ/ให้บริการ ไม่น้อยกว่า 5 ประเด็น
- 5) จัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน 4 ภูมิภาคครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ตามข้อ 1) เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเทศไทยและสถานการณ์เศรษฐกิจโลก
- 6) จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญเพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises)

- 7) จัดสัมมนารับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 1 ครั้ง ครั้งละประมาณ 80 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลการศึกษาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
- 8) กรณีการสำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุม หรือกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับโครงการในพื้นที่ต่างจังหวัด ที่ปรึกษาสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้แก่เจ้าหน้าที่ สสว. เช่น ค่าตัวโดยสารเครื่องบิน (ไป-กลับ) ค่าที่พัก เป็นต้น เจ้าหน้าที่จำนวนไม่เกิน 3 คน/ครั้ง อย่างละ 3 ครั้ง

1.5 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาประกอบไปด้วยขั้นตอนทั้งหมด 9 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษา Ecosystem ของ MSE โดยทั่วไป (Generic) ว่ามีองค์ประกอบด้านใดบ้าง แต่ละด้านส่งผลเช่นไร

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ 3 ประเทศที่ครอบคลุมองค์ประกอบต่าง ๆ ของ Ecosystem ที่ระบุไว้ในขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษากรณีของประเทศไทยที่ครอบคลุมองค์ประกอบต่าง ๆ ของ Ecosystem

ขั้นตอนที่ 4 แบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 5 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 6 การศึกษาช่องว่างระหว่างการพัฒนาของต่างประเทศในขั้นตอนที่ 2 และการพัฒนาของไทยในขั้นตอนที่ 3 ถึงขั้นตอนที่ 5 เพื่อกำหนดเป้าหมาย ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ก่อนที่จะทำการวางแผนพัฒนาฯ ในขั้นตอนที่ 7

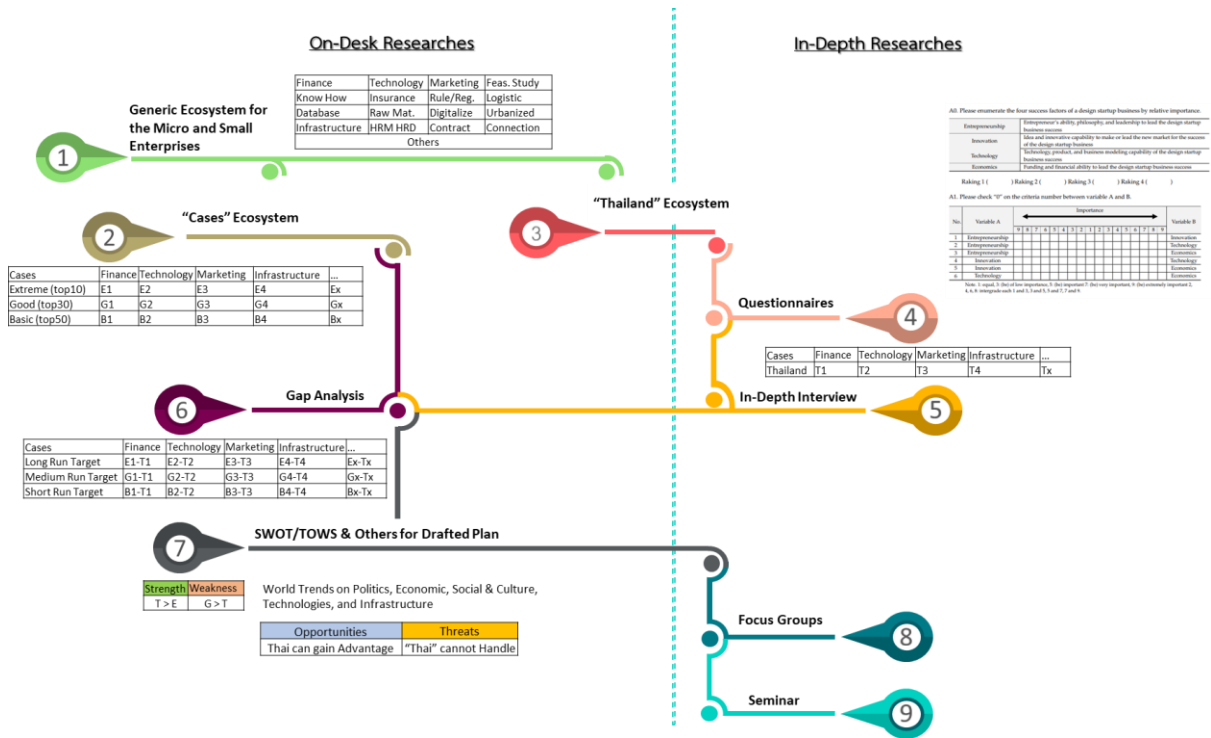
ขั้นตอนที่ 7 ร่างแผนพัฒนา Ecosystem ของ MSE ของไทย ก่อนที่จะทำการตรวจสอบด้วยประชุมระดมความคิดเห็นในขั้นตอนที่ 8

ขั้นตอนที่ 8 การจัดทำ Focus Group และ

ขั้นตอนที่ 9 การจัดสัมมนารับฟังความคิดเห็น

รายละเอียดของวิธีการศึกษาในแต่ละขั้นตอน มีดังนี้

ภาพที่ 1.2: ผังวิธีการศึกษา



ที่มา: มุลนิธิ สาค.

ขั้นตอนที่ 1: การศึกษา Ecosystem ของ MSE โดยทั่วไป (Generic MSE Ecosystem)

ในขั้นตอนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 1) จะเป็นการศึกษาโดยอาศัยการทำวรรณกรรมปริทัศน์ (Review Literatures) เป็นหลัก แต่จะเป็นการรวบรวมวิเคราะห์ ประเมินจากข้อมูลหลายแหล่งเข้าด้วยกันว่า Ecosystem ใดที่มีผลต่อการพัฒนาของ MSE บ้าง มีผลในลักษณะใด และจะดำเนินการได้อย่างไร อาทิ

- ด้านแหล่งเงิน ทั้งแหล่งเงินในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional) เช่น การกู้เงินจากสถาบันการเงิน และแหล่งทุนสมัยใหม่ (Fintech) เช่น Angle Investor Crowd Funding Venture Capital
- ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบดั้งเดิม Payment System Banking และเทคโนโลยีใหม่ที่เป็น Platform E-Commerce/E-Wallet รวมทั้งการใช้พลังของข้อมูลผ่าน Cloud Computing และ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงของตลาด การสื่อสารการตลาดผ่าน Social Media การเข้าสู่ Platform Sharing Business
- ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน การเพิ่มทักษะและการสร้างทักษะใหม่ (Reskill/Upskill) ให้ตรงกับงานในอนาคต (Future of Works) และทักษะพื้นฐานที่สำคัญ (Basic Skill)
- ด้านนโยบายภาครัฐและการส่งเสริมทั้งในเชิงพื้นที่ พื้นที่ส่งเสริมพิเศษ เขตพัฒนาพิเศษ และในเชิงผลิตภัณฑ์ศักยภาพ Cluster
- ด้านระบบคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ ในรูปการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) การจัดส่งพัสดุ (Courier) และการจัดการคลังสินค้าสมัยใหม่

- ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การผลิต การเข้าถึงและการจัดการวัตถุดิบ การกำหนดมาตรฐาน การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ การสร้างแบรนด์
- ด้านกิจกรรมส่งเสริมรูปแบบพิเศษ การจัดประชุมนิทรรศการ การ Road Show การจัดประกวด การสื่อสารการตลาด การจับคู่ธุรกิจ Digital Marketing และ Social Enterprise
- ด้านบทบาทและความร่วมมือของสถาบันการศึกษา พันธมิตร หน่วยวิจัยธุรกิจของสถาบันการเงิน ศูนย์การบ่มเพาะธุรกิจ Co-working Space ในการส่งเสริม MSE
- ด้านการตลาดและช่องทางในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ตลาดใหม่ (Emerging Market) ในต่างประเทศ รวมทั้งโอกาสทางธุรกิจจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน แห่งอนาคต (Circular Economy)
- ด้านการประกันความเสี่ยงทางธุรกิจ ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) การชำระเงินระหว่างประเทศ

ผลลัพธ์ในขั้นตอนที่ 1 นี้จะนำมาซึ่งประเด็นทั้งหมดที่ครอบคลุมการพัฒนา Ecosystem ที่มีส่วนสนับสนุนการเติบโตของ MSE ซึ่งจะสามารถนำผลของการศึกษาในส่วนนี้ไปพัฒนาและศึกษาต่อในขั้นตอนที่ 2 ถึง 5 ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 2: การศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ

ในส่วนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 2) จะทำการเลือกประเทศที่เป็นตัวอย่างที่ดีและเหมาะสมกับประเทศไทยมาทำการศึกษาทั้งหมด 3 ประเทศ โดย

- ศึกษาตามโครงสร้าง Generic Ecosystem ที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 ก่อนจะทำแผนภาพความเชื่อมโยง (Linkage) และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ประเทศดังกล่าวทำได้สำเร็จ พร้อมทั้งจัดทำดัชนีชี้วัดของประเทศเป้าหมายนั้นในประเด็นสำคัญ เพื่อจัดวางไว้เป็น “หมุดเป้าหมาย (Stepping Stone)” ในการพัฒนาของไทย
- ประเทศที่เลือกในการศึกษา เนื่องจาก เป้าหมายหนึ่งในการทำแนวทางพัฒนา Ecosystem คือ การวาง Stepping Stone ในการพัฒนา Ecosystem แก่ MSE ให้เป็นขั้นตอนที่สามารถพัฒนาไปได้จริง คือ “ไม่ก้าวกระโดดจนเกินไปนัก ไม่ใช่เวลานานเกินไปนัก” สามารถจัดวางแผนได้เป็น เป้าหมายและแผนงาน ทั้งในระยะสั้น กลาง ยาว จึงจำเป็นต้องวางประเทศเป้าหมายออกเป็น 3 ระดับต่าง ๆ คือ ระดับมาตรฐาน (Basic) คือประเทศที่ก้าวหน้ากว่าไทยไม่มากนัก ระดับดี (Good) คือ ประเทศที่มีมาตรฐานสูงกว่าประเทศไทยพอสมควร แต่ยังไม่ถึงระดับสูงสุดของโลก และประเทศเป้าหมายขั้นสุดที่ไทยต้องตั้งเป้าหมายไปให้ถึงสักวันหนึ่ง (Extreme Case) โดย เป้าหมายสำหรับ Basic Case คือ เป้าหมายระยะสั้น (Short Run) เป้าหมายสำหรับ Good คือ เป้าหมายระยะกลาง และเป้าหมายสำหรับ Extreme Case ก็คือ เป้าหมายระยะยาวของประเทศ

ในการเลือกประเทศจึงจะทำการเรียงลำดับประเทศที่ได้รับการจัดอันดับว่าได้รับการพัฒนาสูงด้านการสร้าง Ecosystem ให้แก่ MSE ที่มีศักยภาพ (โดยใช้ Startup Ranking เป็น Proxy) 50 อันดับแรก

ของโลกไว้ โดย ไทยอยู่ในลำดับที่ 50 สำหรับ Most Startup Friendly Countries In The World 2019 และอยู่ในลำดับที่ 33 ของ Startup Ecosystem Rankings Report 2019 แต่เมื่อทำการเฉลี่ยของ 2 การจัดอันดับนี้ ไทยจะอยู่ 42 ของโลก ในการเลือกประเทศจึงจะเริ่มจากการแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มก่อน คือ กลุ่ม Basic จะได้แก่ ประเทศในอันดับที่ 31 ถึง 50 ซึ่งไทยจะต้องพัฒนาเพื่ออาร์ันตีว่าจะไม่มีทางตกจาก อันดับ 50 ของโลกไปได้ กลุ่ม Good จะได้แก่ประเทศในอันดับ 11 ถึง 30 และกลุ่ม Extreme จะเลือกจาก ประเทศ 1 ใน 10 ของโลก เป็นสำคัญ

สำหรับการเลือกประเทศตัวแทนกลุ่ม Basic Good และ Extreme นั้น จะพิจารณาจาก ประเทศที่มี ลักษณะใกล้เคียงกับไทย ไม่แตกต่างกับไทยมากนัก เช่น พิจารณาจาก ขนาดประชากร ขนาดประเทศ ขนาดเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมทางธุรกิจ เป็นต้น ยกตัวอย่าง เช่น ในกลุ่ม Good มี มาเลเซีย จีน และรัสเซีย อยู่ในกลุ่ม หากต้องเลือกก็น่าจะเลือกมาเลเซีย เนื่องจากมีขนาดประชากร ขนาดเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกับไทย นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกับไทยด้วย เป็นต้น

ผลการศึกษานำมาจัดทำเป็นตารางสรุป เพื่อสรุปความเข้าใจ และเพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ ช่องว่างการพัฒนาระหว่างไทย กับประเทศตัวอย่างทั้ง 3 ด้วย ดังแสดงตามตัวอย่างในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1: ตารางการวิเคราะห์ Ecosystem ของประเทศตัวอย่าง

Cases	Finance	Technology	Marketing	Infrastructure	...
Extreme (top10)	E1	E2	E3	E4	Ex
Good (top30)	G1	G2	G3	G4	Gx
Basic (top50)	B1	B2	B3	B4	Bx

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

หมายเหตุ: E = Extreme Case, G = Good Case, B = Basic Case

ขั้นตอนที่ 3 ถึงขั้นตอนที่ 5: การศึกษากรณีของประเทศไทยที่ครอบคลุมองค์ประกอบของ Ecosystem

ในส่วนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 3) ถึง 4) จะทำการศึกษาด้านการพัฒนา Ecosystem ของประเทศไทยในปัจจุบัน ทั้งระดับการพัฒนา วิธีการพัฒนา ความสามารถและความพึงพอใจของ MSE รวมถึงระดับความต้องการของ MSE ในมิติที่แตกต่างกันไปด้วย โดยยึดตามกรอบที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 และให้ผลการศึกษาที่ใกล้เคียงกับในขั้นตอนที่ 2 คือ ผลลัพธ์ของการศึกษาในส่วนนี้จะอยู่ในรูปของตาราง ที่สามารถเทียบเคียงกับขั้นตอนที่ 2 ได้โดยสะดวก แต่ในส่วนที่แตกต่างจะเป็นวิธีการศึกษา กล่าวคือ ในส่วนนี้ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำวรรณกรรมปริทรรศน์ โดยรายละเอียดความครอบคลุมสอดคล้องกับการดำเนินการขั้นตอนที่ 2 โดยผลลัพธ์ของโครงการ คือ ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม MSE
- การศึกษาด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะทำให้การตรวจสอบ/เพิ่มเติมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทุติยภูมิ โดยใช้แบบสอบถามไม่น้อยกว่า 1,300 ชุดเพื่อให้ครอบคลุม MSE ของประเทศ

โดยผลลัพธ์ของกิจกรรมคือ ความต้องการของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อย MSE โดยกระจายไปยัง 5 ภูมิภาคตามจำนวน SME ส่วนบุคคล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร 700 ตัวอย่าง เชียงใหม่ 200 ตัวอย่าง ขอนแก่น 150 ตัวอย่าง ชลบุรี 150 ตัวอย่าง และ สุราษฎร์ธานี 120 ตัวอย่าง กระจายตามกิจกรรมการผลิตที่สำคัญของแต่ละภูมิภาค

- การศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้ง MSE ที่ดีและประสบผลสำเร็จ ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ และหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำทั้งเพื่อการสำรวจตรวจสอบการศึกษา และการสอบถามความคิดเห็นของความต้องการในการพัฒนาในอนาคตด้วย โดยผลลัพธ์ของกิจกรรมคือ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา (Roadmap) และยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ (Ecosystem) ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม

ผลลัพธ์ของการศึกษาในส่วนนี้จะอยู่ในรูปแบบของตารางที่สามารถเทียบเคียงกับการศึกษาในขั้นตอนที่ 2 ดังแสดงตามตัวอย่างในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2: การวิเคราะห์ Ecosystem ของ MSE ประเทศไทยในปัจจุบัน

Cases	Finance	Technology	Marketing	Infrastructure	...
Thailand	T1	T2	T3	T4	Tx

ที่มา: มุลินธิ สวค.

หมายเหตุ: T = Thailand Case

ขั้นตอนที่ 6: การเปรียบเทียบช่องว่างการพัฒนา (Gap Analysis)

ในส่วนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 6) จะนำตารางผลลัพธ์ของการศึกษาในขั้นตอนที่ 2 และขั้นตอนที่ 3 ถึง 5 มาเปรียบเทียบเพื่อหาช่องว่างการพัฒนา โดยในส่วนนี้จะทำการเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ 2 ด้าน คือ ลำดับขั้นการพัฒนา (Stepping Stone) และการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของไทย ซึ่งได้ข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมกลุ่มย่อย กล่าวคือ ด้านการวิเคราะห์ลำดับขั้นการพัฒนา จะใช้ตารางเพื่อวิเคราะห์ช่องว่างของไทยในประเด็นต่าง ๆ ว่ามีช่องว่างมากน้อย ต้องเน้นพัฒนา มิติต่าง ๆ อย่างไร ลำดับก่อน/หลัง โดยอาศัยจากตัวอย่าง MSE ที่ดี การศึกษา Case Study ว่าในประเทศ เป้าหมายใช้วิธีการใด การสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดทำ Focus Group ได้ ช่องว่างเหล่านี้ก็นัยหนึ่งก็คือ เป้าหมายการพัฒนาของไทยในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ของโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนหรือ ปัจจัยแวดล้อมเพื่อยกระดับ MSE นั้นเอง ดังแสดงในตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3: Gap Analysis

Cases	Finance	Technology	Marketing	Infrastructure	...
Long Run Target	E1-T1	E2-T2	E3-T3	E4-T4	Ex-Tx
Medium Run Target	G1-T1	G2-T2	G3-T3	G4-T4	Gx-Tx
Short Run Target	B1-T1	B2-T2	B3-T3	B4-T4	Bx-Tx

ที่มา: มุลินธิ สวค.

ส่วนด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของไทยนั้น จะพิจารณาโดยหากด้านใดไทยมีค่าแนวโน้มในเชิงเปรียบเทียบ (Relative Trend) ที่สูงกว่า เป้าหมายชั้นกลาง จะถือว่าเป็นจุดแข็ง และค่าแนวโน้มในเชิงเปรียบเทียบใดต่ำกว่าเป้าหมายระยะสั้น จะถือว่าเป็นจุดอ่อนของประเทศ ซึ่งจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 7 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 7: การจัดทำแนวทางพัฒนา (Roadmap) แผนงาน โครงการ ภายใต้การสนับสนุน Ecosystem ของ MSE

สำหรับการจัดทำแผนพัฒนา Ecosystem เพื่อ MSE ของไทย (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 6) จะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาจัดทำ SWOT/TOWS สำหรับ การออกแบบมาตรการที่เหมาะสม และใช้ตาราง GAP เพื่อวางเป้าหมายในการพัฒนา ในระยะที่แตกต่างกัน ในส่วนของการทำ SWOT นั้น ที่มาของการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน 2 วิธีการคือ การวิเคราะห์ S-W กับการวิเคราะห์ O-T กล่าวคือ

ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของไทยนั้น จะพิจารณาโดยหากด้านใดไทยมีค่าดัชนีสูงกว่าเป้าหมายชั้นกลาง จะถือว่าเป็นจุดแข็ง ($Strength = T > E$) และค่าดัชนีใดต่ำกว่าเป้าหมายระยะสั้น จะถือว่าเป็นจุดอ่อนของประเทศ ($Weakness = T < B$)

ด้านการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Treat) จะใช้การรวบรวม Trend ที่สำคัญของโลก ทั้งด้าน การเมือง (Politic) เศรษฐกิจ (Economic) เทคโนโลยี (Technology) สังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) สิ่งแวดล้อม (Environment) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และการพัฒนาเมือง (Urbanization) และองค์ความรู้ (Know How) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE ของไทย โดยประเด็นใดที่ไทยสามารถรับมือและใช้ประโยชน์ได้จะได้รับการวิเคราะห์ว่าเป็นโอกาส ส่วนประเด็นใดที่ไทยไม่สามารถรับมือได้ หรือยังไม่มีมาตรการรับมือ จะถูกวิเคราะห์ว่าเป็นอุปสรรค

เมื่อได้ SWOT จึงจะนำมาวิเคราะห์มาตรการ/ยุทธศาสตร์ ด้วย TOWS Matrix คือ การพิจารณาแนวทางการใช้ (1) สร้างมาตรการเชิงรุก โดยใช้ จุดแข็ง ร่วมกับโอกาส (2) จุดแข็ง แก้ไขอุปสรรค (3) ใช้โอกาส พลิกจุดอ่อน และ (4) มาตรการรองรับเยียวยา หรือพลิกวิกฤติเป็นโอกาส จากสถานการณ์ที่อุปสรรค อาจขยายจุดอ่อนได้ ดังแสดงในตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4: การวิเคราะห์ TOWS Matrix

	Strengths	Weaknesses
Opportunities	สร้างมาตรการเชิงรุก	ใช้โอกาส พลิกจุดอ่อน
Threats	จุดแข็ง แก้ไขอุปสรรค	มาตรการรองรับเยียวยา หรือพลิกวิกฤติเป็นโอกาส

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ขั้นตอนที่ 8: การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

หลังจากที่ได้ (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) แล้วขั้นตอนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 5) จะเป็นการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อทำการปรับปรุง/แก้ไข (ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE มาแล้ว โดยใช้การจัดประชุมกลุ่มย่อย ทั้งหมด จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน ในทั้งหมด 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี และสุราษฎร์ธานี ผลลัพธ์ของขั้นตอนนี้จะทำให้ได้มาซึ่ง (ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE ฉบับสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 9 การจัดสัมมนา

หลังจากได้ (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) ฉบับสมบูรณ์ ที่ได้จากการศึกษา และปรับปรุงภายใต้การจัดประชุมกลุ่มย่อยแล้ว ในขั้นตอนนี้สุดท้าย (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 7) จะเป็นการตรวจสอบ (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) ครั้งสุดท้ายด้วยการจัดสัมมนา โดยเชิญ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้องประมาณ 80 คน เข้าร่วมรับฟัง

แผนรองรับเพื่อเหตุการณ์ Covid-19

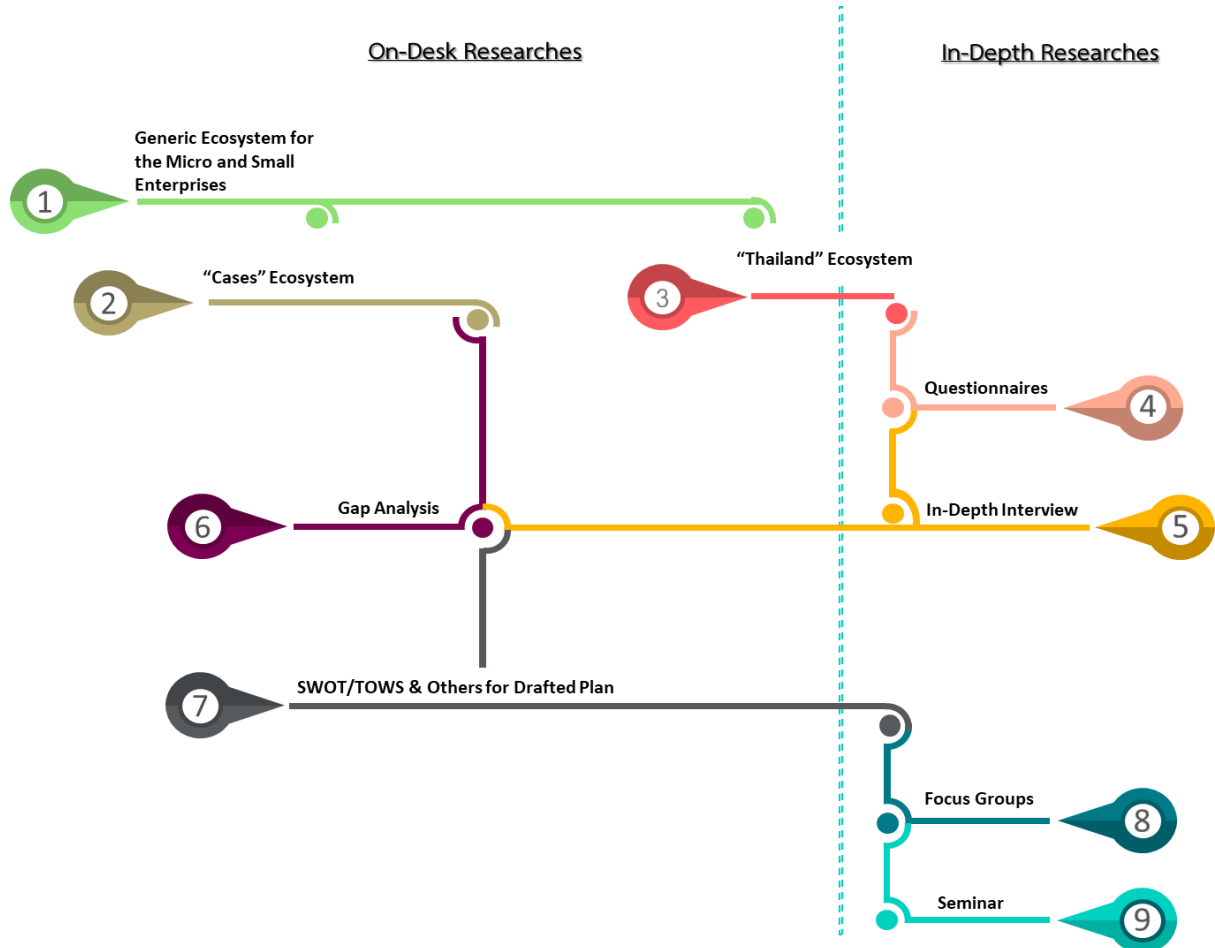
สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง เข้าใจและทราบดีว่าในการศึกษาหากดำเนินการตามวิธีขนบนิยมทั่วไป (Conventional) จะให้ผลการศึกษาที่ดีกว่าวิธีทางเลือก อย่างไรก็ตามในกรณีที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เช่น หากการแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นไปอย่างรุนแรง มุณินิธิ สวค. มีวิธีการเตรียมการรองรับ ดังนี้

Conventional Methods	Alternative Methods for Covid-19
Desk Research	- Work at Home - ส่งไฟล์ให้โรงพิมพ์
Questionnaire	- แบบสอบถามออนไลน์ เช่น Google form - โทรศัพท์สัมภาษณ์/ติดตาม
สัมภาษณ์เชิงลึก	- โทรศัพท์สัมภาษณ์ หรือ - Video Conference Program เช่น MS Teams Zoom FB Line
ประชุมภายใน/Focus Group น้อยกว่า 20 คน	Video Conference Program เช่น MS Teams Zoom FB Line
สัมมนา	FB Live

อนึ่งองค์ความรู้ทางด้านการวิจัยและจัดทำแผนเกี่ยวกับ SME ในอดีต รวมทั้งการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมและบริการให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้ง สสว. GISTDA กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กระทรวงแรงงาน สำนักงานพัฒนาเขตพิเศษภาคตะวันออก (EEC) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDC) จะนำมาซึ่งเครือข่ายและประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้าง Ecosystem ให้กับ MSE ต่อไป

1.6 ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap

ภาพที่ 1.3: ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

1.7 ระยะเวลาการดำเนินงาน

โครงการฯ มีระยะเวลาดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน 2563 - 30 กันยายน 2563 โดยรายละเอียดของแผนการดำเนินงาน ปรากฏดังนี้

กิจกรรมการดำเนินงานโครงการ 2563	เมษายน				พฤษภาคม				มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน				
	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	
1. จัดทำแผนงานการดำเนินโครงการ	📅																								
2. ศึกษา ทบทวน แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ		████████████████████																							
3. วิเคราะห์ Ecosystem ของ MSE โดยทั่วไป (Generic) และหน่วยงานที่ดำเนินการ เกี่ยวข้องกับงบประมาณการ		████████████████████																							
ส่งมอบรายงานขั้นต้น (Inception Report)								📅																	
4. ศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ (Cases)		████████████████████																							
5. ออกแบบ Ecosystem แบบเฉพาะของไทย		████████████████████																							
6. กำหนดแนวทาง ออกแบบแบบสอบถามและการสำรวจภาคสนาม					████████████████████																				
7. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)					████████████████████																				
ส่งมอบรายงานความก้าวหน้า (Progress Report)															📅										
8. วิเคราะห์ Gap Analysis													████████												
9. (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap)													████████												
10. ลงพื้นที่จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)																	████████████████████								
11. สัมมนาระดมความคิดเห็น																	████████████████████								
12. แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) ตัวอย่างโครงการ และข้อเสนอแนะพัฒนา Ecosystem ของ MSE ฉบับสมบูรณ์																					████████████████████				
ส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)																								📅	

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้มีการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมในการสนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน ได้แก่ 1) นิยามของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE) 2) แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) 3) การพัฒนาปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและต่างประเทศ และ 4) นิยามศัพท์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 นิยามของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE)

วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE) ตามนิยามส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ไทย จากประกาศตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ได้กำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง ดังนี้

วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังนี้

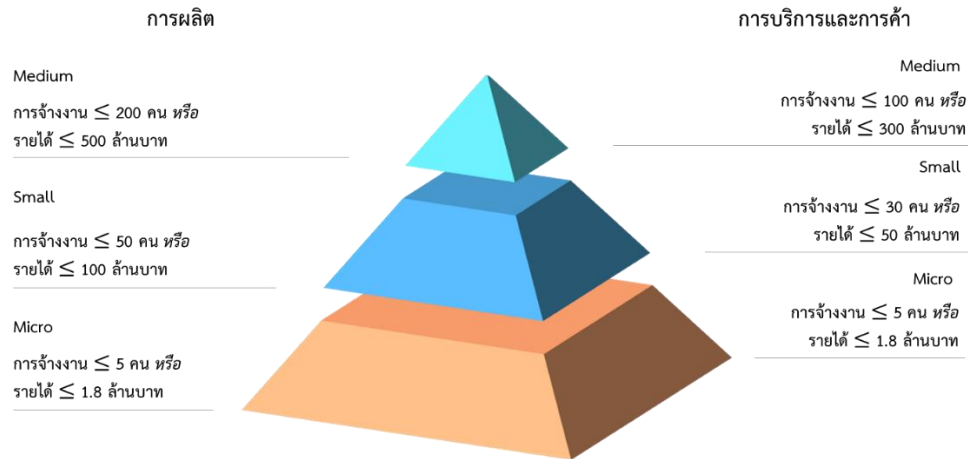
- (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท
- (2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินสามสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินห้าสิบล้านบาท

วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังนี้

- (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคนหรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทแต่ไม่เกินห้าร้อยล้านบาท
- (2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าสามสิบคนแต่ไม่เกินหนึ่งร้อยคนหรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสามร้อยล้านบาท

จำนวนการจ้างงานให้พิจารณาจากหลักฐานแสดงจำนวนการจ้างงานที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด และจำนวนรายได้ให้พิจารณาจากรายได้รวมทั้งที่ระบุไว้ในงบการเงินที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายว่าด้วยการบัญชีกำหนดหรือเอกสารบัญชีแสดงรายได้ ซึ่งในกรณีที่กิจการมีจำนวนการจ้างงานที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจประเภทหนึ่ง แต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่ง ให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ทั้งนี้ วิสาหกิจรายย่อยเป็นส่วนหนึ่งของวิสาหกิจขนาดย่อม

ภาพที่ 2.1: ลักษณะของ SME ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของ SME พ.ศ. 2562



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำหรับนิยาม Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) ของแต่ละประเทศมีเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขนาดของวิสาหกิจแตกต่างกัน เช่น จำนวนการจ้างงาน ยอดขาย รายได้จากผลประกอบการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

นิยาม MSME ของประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์มีการกำหนดลักษณะของ SME ตามยอดขาย และจำนวนการจ้างงาน โดยธุรกิจทุกสาขา กำหนดให้มีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านเหรียญสิงคโปร์ และมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน¹

ตารางที่ 2.1: ลักษณะ MSME ของประเทศสิงคโปร์

ประเภทกิจการ	ยอดขาย
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	ยอดขายต่อปีไม่เกิน 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	ยอดขายต่อปีเกินกว่า 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ แต่ไม่เกิน 10 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	ยอดขายต่อปีเกินกว่า 10 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ แต่ไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์

ที่มา: Iqbal, Badar & Rahman, Mohd. (2015).

¹ ที่มา: https://grantportal.enterprisesg.gov.sg/spring/Pages/SME_Eligibility_Check.aspx

นิยาม MSME ของประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียมีการกำหนดขนาดวิสาหกิจตามยอดขาย หรือจำนวนลูกจ้างประจำ ดังนี้

1) **วิสาหกิจรายย่อย (Micro)** ในภาคการผลิตมียอดขายน้อยกว่า 300,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำน้อยกว่า 5 คน และในภาคบริการมียอดขายน้อยกว่า 300,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำน้อยกว่า 5 คน

2) **วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)** ในภาคการผลิตมียอดขายระหว่าง 300,000–15,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 75 คน และในภาคบริการมียอดขายระหว่าง 300,000–3,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 30 คน

3) **วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)** ในภาคการผลิตมียอดขายระหว่าง 15,000,000–50,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 75 คน แต่ไม่เกิน 200 คน และในภาคบริการมียอดขายระหว่าง 1,000,000–5,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 30 คน แต่ไม่เกิน 75 คน

ตารางที่ 2.2: ลักษณะ MSME ของประเทศมาเลเซีย

ประเภทกิจการ	การผลิต	การบริการและอื่น ๆ
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	ยอดขายน้อยกว่า 300,000 ริงกิต หรือลูกจ้างประจำน้อยกว่า 5 คน	
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	ยอดขายระหว่าง 300,000–15,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 75 คน	ยอดขายระหว่าง 300,000–3,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 30 คน
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	ยอดขายระหว่าง 15,000,000–50,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 75 คน แต่ไม่เกิน 200 คน	ยอดขายระหว่าง 1,000,000–5,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 30 คน แต่ไม่เกิน 75 คน

ที่มา: SME Corporation Malaysia. (2018)

หากกิจการเป็นไปตามเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่งสำหรับขนาดกิจการที่แตกต่างกัน ให้ยึดถือตามขนาดกิจการที่เล็กกว่า ตัวอย่างเช่น หากยอดขายของกิจการเข้าเกณฑ์เป็นวิสาหกิจรายย่อย แต่การจ้างงานอยู่ในวิสาหกิจขนาดย่อมให้ถือว่าเป็นวิสาหกิจรายย่อย

นิยาม MSME ของสหภาพยุโรป

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถูกกำหนดไว้ใน EU Recommendation 2003/361 โดยเกณฑ์ในการจำแนกประเภท SME ประกอบด้วย จำนวนลูกจ้าง และยอดขายหรือมั่งคูล

1) **วิสาหกิจรายย่อย (Micro)** มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 10 คน และมียอดขายไม่เกิน 2 ล้านยูโรต่อปีหรือมั่งคูลไม่เกิน 2 ล้านยูโรต่อปี

2) **วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)** มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และมียอดขายไม่เกิน 10 ล้านยูโรต่อปีหรือมั่งคูลไม่เกิน 10 ล้านยูโรต่อปี

3) **วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)** มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 250 คน และมียอดขายไม่เกิน 50 ล้านยูโรต่อปีหรือมั่งคูลไม่เกิน 43 ล้านยูโรต่อปี

ตารางที่ 2.3: ลักษณะ MSME ของสหภาพยุโรป

ประเภทกิจการ	จำนวนการจ้างงาน	ยอดขาย	หรือ	งบดุล
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	< 10	≤ 2 ล้านยูโร		≤ 2 ล้านยูโร
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	< 50	≤ 10 ล้านยูโร		≤ 10 ล้านยูโร
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	< 250	≤ 50 ล้านยูโร		≤ 43 ล้านยูโร

ที่มา: European Commission. (2012).

นิยาม MSME ของประเทศอินเดีย

วิสาหกิจรายย่อย ขนาดกลาง และขนาดย่อม (MSMEs) เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจ นวัตกรรมและการจ้างงาน MSME ยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตของเศรษฐกิจอินเดีย รัฐบาลอินเดียได้ออกพระราชบัญญัติ Micro, Small and Medium Enterprises Development (MSMED), 2006 โดยก่อนที่จะมีการออกพระราชบัญญัตินี้ อุตสาหกรรมขนาดเล็ก อุตสาหกรรมแบบดั้งเดิม วิสาหกิจชุมชน และ MSEs ในอินเดียถูกเรียกรวมกันเป็น Small Scale Industries (SSIs) ภายใต้พระราชบัญญัติ Industrial Development and Regulation (IDR), 1951 พระราชบัญญัติ MSMED, 2006 ได้จัดทำกรอบทางกฎหมายสำหรับการระบุแนวคิดของ “วิสาหกิจ” ซึ่งรวมถึงหน่วยงานทั้งภาคการผลิตและภาคบริการและได้แบ่งออกเป็นสามระดับ ได้แก่ รายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง

คำจำกัดความของอุตสาหกรรมขนาดเล็ก (Small Scale Industries) แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เนื่องจากการจำแนกประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์หรือข้อกำหนดที่แตกต่างกัน เช่น ยอดขาย จำนวนการจ้างงาน เป็นต้น ภายใต้พระราชบัญญัติ Industrial Development and Regulation (IDR), 1951 ซึ่งเป็นแนวความคิดของอุตสาหกรรมขนาดเล็กในอินเดียในแง่ของจำนวนการจ้างงาน แต่ในกรณีที่ไม่มีข้อมูลจำนวนการจ้างงานหรือไม่ได้รับข้อมูลที่เชื่อถือได้ จะจำแนกประเภทด้วยเกณฑ์การลงทุนในโรงงานและเครื่องจักร/อุปกรณ์ ในปัจจุบันการจำแนกประเภทของ MSMEs จำแนกตามการลงทุนในอาคารและเครื่องจักร/อุปกรณ์ ตามบทบัญญัติมาตรา 7 ของพระราชบัญญัติ MSMED, 2006 ดังนี้

ตารางที่ 2.4: ลักษณะของ MSME ของประเทศอินเดีย

ประเภทกิจการ	การผลิต (ลงทุนในโรงงานและเครื่องจักร)	การบริการ (ลงทุนในอุปกรณ์)
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	ไม่เกิน 2.5 ล้านรูปีอินเดีย	ไม่เกิน 1 ล้านรูปีอินเดีย
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	เกินกว่า 2.5 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 50 ล้านรูปีอินเดีย	เกินกว่า 1 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 20 ล้านรูปีอินเดีย
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	เกินกว่า 50 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 100 ล้านรูปีอินเดีย	เกินกว่า 20 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 50 ล้านรูปีอินเดีย

ที่มา: Reserve Bank of India. (2019).

นิยาม MSME ของประเทศเกาหลีใต้

เกาหลีใต้มีการกำหนดลักษณะของ SME ตามมาตรา 3 ของพระราชกำหนดการบังคับใช้กฎหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทธุรกิจและยอดขาย ดังนี้

ตารางที่ 2.5: ลักษณะของ MSME ของประเทศเกาหลีใต้

ประเภทกิจการหลัก		วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)	วิสาหกิจขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)
การผลิต (6 ประเภทกิจการ)	การผลิตเสื้อผ้า อุปกรณ์การแต่งกายและ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากขนสัตว์	150 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตเครื่อง หนังกระเป๋าและรองเท้า		
	การผลิตเยื่อกระดาษและผลิตภัณฑ์จาก กระดาษ		8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตโลหะเบื้องต้น		
	การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า		
	การผลิตเฟอร์นิเจอร์		
เกษตรกรรม การทำป่าไม้และการประมง		100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
การทำเหมือง			12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
การผลิต (12 ประเภท กิจการ)	การผลิตอาหาร	100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตยาสูบ		12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (ไม่รวมการผลิตเสื้อผ้า)		
	การผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้และไม้ (ไม่รวมการผลิตเฟอร์นิเจอร์)		8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตถ่านและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม สำเร็จรูป		
	เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี (ไม่รวมการผลิตยา)		12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	ยางและ การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก		
	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ (ไม่รวมการผลิต เครื่องจักรและเฟอร์นิเจอร์)		8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ วัสดุโพลีเอสเตอร์และอุปกรณ์ สื่อสาร		
	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์อื่น ๆ		12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตรถยนต์และรถพ่วง		
	การผลิตอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ		
ผลิตกระแสไฟฟ้า แก๊ส ไอน้ำแรงดัน เครื่องปรับอากาศ		100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
น้ำประปา			12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
ก่อสร้าง		100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง			5 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า

ประเภทกิจการหลัก		วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)	วิสาหกิจขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)
การผลิต (6 ประเภทกิจการ)	การผลิตเครื่องตี	80 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	12 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การพิมพ์และการผลิตสื่อ		8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การผลิตวัสดุทางการแพทย์ และเภสัชกรรม		12 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การผลิตผลิตภัณฑ์แร่ที่ไม่ใช่โลหะ		8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การผลิตเครื่องมือแพทย์ เครื่องมือวัด เลนส์ และนาฬิกา		
	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ		
น้ำ, น้ำเสียและการกำจัดของเสีย, การรีไซเคิล (ไม่รวมน้ำประปา)		80 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	5 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การขนส่งและคลังสินค้า			8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ข้อมูลและการสื่อสาร			5 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การซ่อมเครื่องจักรและอุปกรณ์อุตสาหกรรม		60 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
บริการวิชาชีพวิทยาศาสตร์และบริการด้านเทคนิค			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ การสนับสนุนธุรกิจ และบริการให้เช่า (ไม่รวมธุรกิจให้เช่า)			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
บริการด้านสุขภาพและสวัสดิการสังคม			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ศิลปะ กีฬาและบริการสันทนาการ			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การซ่อมแซมและบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ที่พักอาศัยและร้านอาหาร			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การเงินและการประกันภัย		40 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ธุรกิจสินเชื่อ			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
บริการด้านการศึกษา			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า

ที่มา: Ministry of SMEs and Startups.

2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem)

2.2.1 แบบจำลอง Ecosystem ที่เอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 7 แบบจำลอง ดังนี้

คำว่า Ecosystem (ปัจจัยแวดล้อมหรือระบบนิเวศ) ถูกเริ่มใช้นอกสาขาชีววิทยาโดย James Moore ในผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ลงใน Harvard Business Review ปี ค.ศ. 1993² กล่าวว่า บริษัทเป็นส่วนหนึ่งของ ปัจจัยแวดล้อมธุรกิจ (Business Ecosystem) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่าปัจจัยแวดล้อมธุรกิจนั้น จะทำให้เกิด สภาพแวดล้อมที่มีการเกื้อกูลและแข่งขันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค และจะผลักดันให้เกิดนวัตกรรมเป็นวัฏจักรต่อไป

จากผลงานวิจัยที่มากขึ้นทำให้หน่วยงานภาครัฐในหลาย ๆ ประเทศเริ่มให้ความสนใจแนวคิด ในการสร้าง Ecosystem เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดการพัฒนาคอนเซ็ปต์และทฤษฎีเพื่อให้ เข้าใจถึงปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Ecosystem) จากหลากหลายนักวิจัยและหน่วยงาน Manson C. และ Brown R. (2013) ได้ให้คำนิยามของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการว่าเป็นกลุ่มของ “Entrepreneurial Actors” หรือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ทั้งที่มีอยู่แล้ว และที่มีศักยภาพ) “Entrepreneurial Organizations” หรือ องค์กรผู้ประกอบการ (เช่น บริษัท ผู้ร่วมทุน ตัวแทนธุรกิจ และธนาคาร) “Institutions” หรือ หน่วยงาน (เช่น มหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการเงิน) และ “Entrepreneurial Processes” หรือ กระบวนการของผู้ประกอบการ (เช่น อัตราการเกิดของธุรกิจ จำนวนบริษัทที่เติบโตสูง และความต้องการ ในการเติบโตของผู้ประกอบการ) ซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเชื่อมต่อเป็นสื่อกลาง และควบคุมประสิทธิภาพการทำงานภายในสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการในพื้นที่

การศึกษาปัจจัยแวดล้อมของผู้ประกอบการนั้นถูกนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาธุรกิจ MSME เพื่อเพิ่มการจ้างงานและลดความเหลื่อมล้ำในหลายประเทศ และยังคงถูกใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ศักยภาพของปัจจัยแวดล้อมเพื่อวางแผนการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบกิจการ MSME ต่อไป โดยกรอบแนวคิดปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการมีหลายโมเดลที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ทราบว่าปัจจัยแวดล้อม ผู้ประกอบการควรประกอบด้วยปัจจัยใดบ้างที่จะทำให้ปัจจัยแวดล้อมประสบความสำเร็จ ซึ่งมีแบบจำลอง ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ/ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ มีดังต่อไปนี้

² Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. Harvard business review, 71(3), 75-86

1) แบบจำลองบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ (The Entrepreneurial Personality Model)³

กรอบแนวคิด “บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ” กล่าวว่าปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ สภาพแวดล้อมที่ผู้ประกอบการมีอยู่ และสถานการณ์ตลาดในขณะนั้น โดยผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในแนวคิดของ Valdez (1998) ถูกนิยามไว้ว่าเป็นบุคคลที่มีความสามารถด้านการศึกษา มีความเต็มใจที่จะรับความเสี่ยงและมีความสามารถรับมือเหตุการณ์ไม่คาดฝัน รู้จักการใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรทางการเงินที่มีอยู่ กรอบแนวคิดนี้อ้างอิงไปถึงการศึกษาของ Bruno A. V. และ Tyebjee T. T. (1982) ซึ่งวางองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการไว้ ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6: องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ

ความพร้อมของเงินทุน	สภาพความเป็นอยู่ที่น่าดึงดูด
ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ	ความใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัย
กำลังแรงงานที่มีทักษะทางเทคนิค	ความพร้อมของที่ดินและสิ่งอำนวยความสะดวก
การเข้าถึงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า	การเข้าถึงระบบขนส่ง
การเข้าถึงผู้บริโภค	ประชากรที่พร้อมรับสิ่งใหม่
นโยบายของรัฐที่เป็นประโยชน์	ความพร้อมของบริการสนับสนุน

2) แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Process Model)⁴

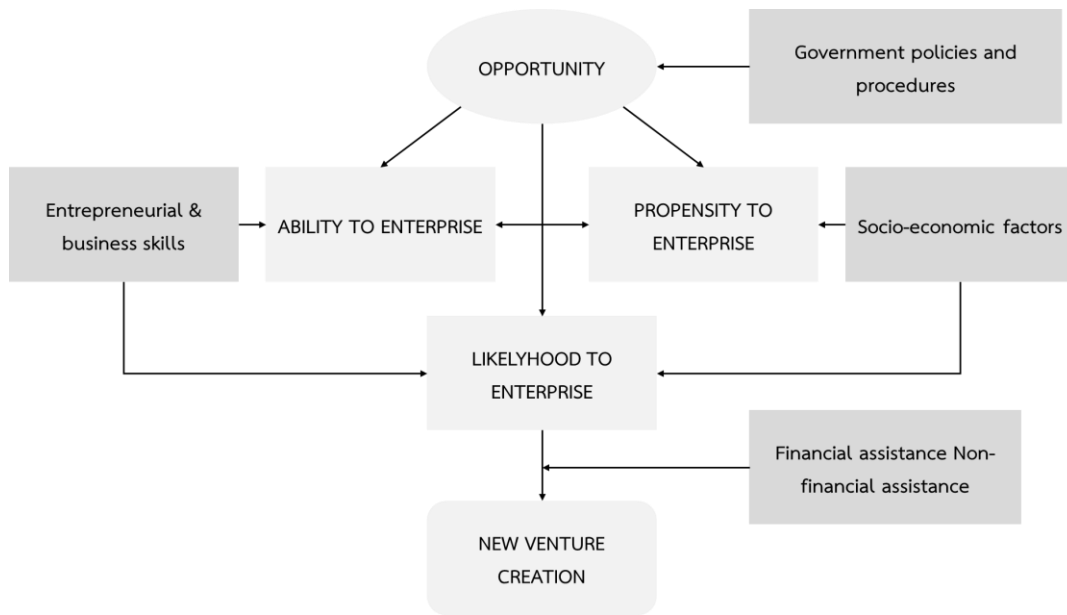
กรอบทฤษฎี “แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ” จำแนกปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมออกเป็น 5 มิติ และเชื่อมโยงกับองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน โดย Gnyawali และ Fogel กล่าวว่า การประกอบกิจการที่เกิดขึ้นแล้ว ต้องได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยแวดล้อม ได้แก่

- (1) นโยบายและขั้นตอนการดำเนินงานของรัฐบาล
- (2) สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม
- (3) ทักษะการประกอบการและการประกอบธุรกิจ
- (4) ความช่วยเหลือทางการเงิน
- (5) ความช่วยเหลือนอกเหนือจากทางการเงิน

³ Valdez J., 1998; Bruno A. V. และ Tyebjee T. T., 1982

⁴ Gnyawali และ Fogel. (1994)

ภาพที่ 2.2: แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ



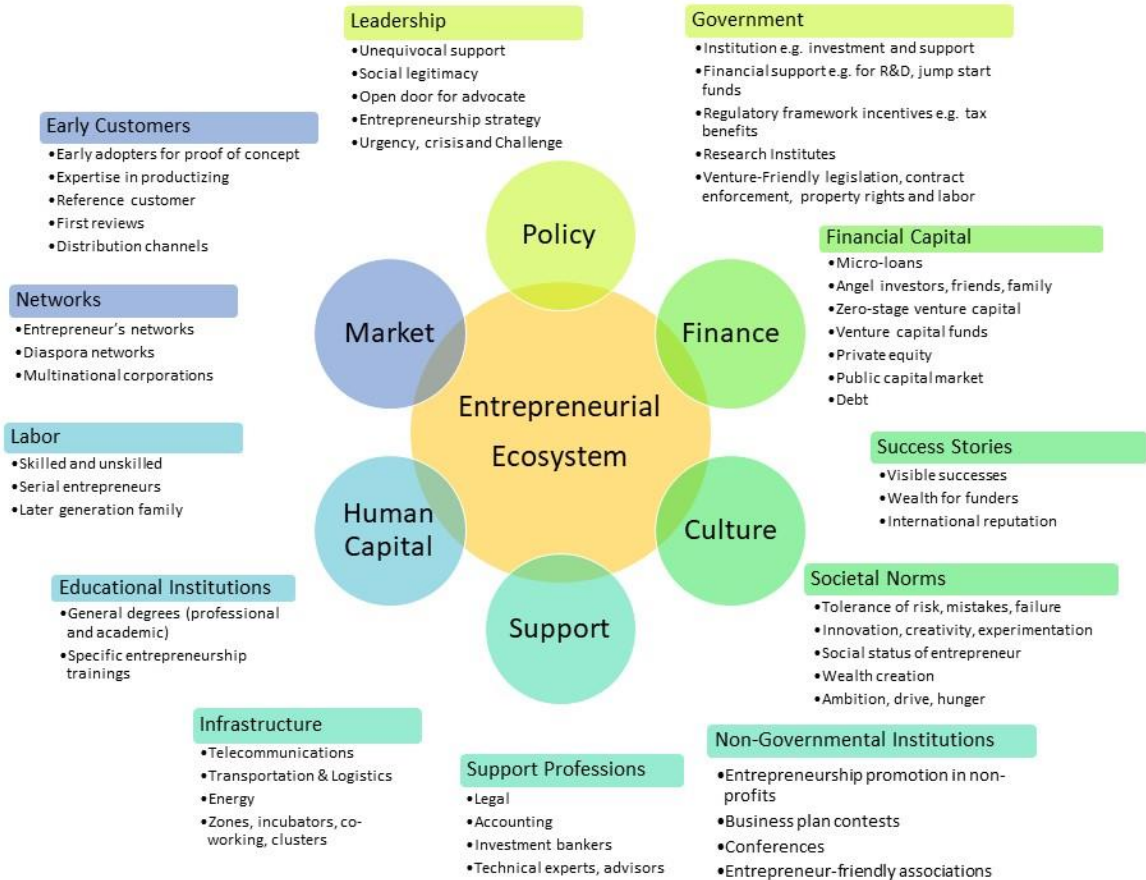
ที่มา: Gnyawali และ Fogel. (1994).

3) แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Ecosystem Model)⁵

แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Isenberg เป็นแบบจำลองที่ได้รับการยอมรับและนำมาใช้ประกอบการพัฒนากิจการ SME ในประเทศมากที่สุด โดยได้นำเสนอปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการประกอบด้วย 6 มิติ และ 12 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังภาพที่ 2.3 และมีรายละเอียดในแต่ละมิติและองค์ประกอบ ดังตารางที่ 2.7

⁵ Isenberg D., (2010, 2011)

ภาพที่ 2.3: ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Isenberg



ที่มา: Isenberg, D. (2011).

ตารางที่ 2.7: มิติหลักและความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ

มิติหลักและองค์ประกอบ	ความสำคัญ
<p>ด้านนโยบาย (ความเป็นผู้นำ, รัฐบาล)</p>	<p>นโยบายของรัฐบาลเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเร่งหรือชะลอการเติบโตทางธุรกิจ โดยจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ มิตินี้ประกอบด้วยนโยบายที่ส่งเสริมการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ ผลประโยชน์ทางด้านภาษี ข้อกฎหมาย รวมไปถึงโครงสร้างทางกายภาพ เช่น โครงสร้างพื้นฐานที่เข้าถึงได้ การสื่อสารโทรคมนาคม และระบบขนส่งที่เกี่ยวข้อง</p>
<p>ด้านการเงิน (เงินทุน)</p>	<p>เงินทุนมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจจากการเป็นทรัพยากรหลักที่ใช้เพื่อการจ้างงาน เช่าซื้ออุปกรณ์ และเพื่อลงทุนด้านการตลาดและการขาย การมีเงินทุนที่มากพอจะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปได้ในอนาคต แหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจมีหลายแห่ง เช่น จากครอบครัว นักลงทุน ภาคเอกชน การร่วมทุน และการกู้ยืม โดยยังสามารถเข้าถึงทรัพยากรทางการเงินได้มากเท่าไรธุรกิจยิ่งมีโอกาสเติบโตได้มากขึ้นเท่านั้น</p>

มิติหลักและองค์ประกอบ	ความสำคัญ
ด้านวัฒนธรรม (เรื่องราวความสำเร็จ, บรรทัดฐานทางสังคม)	ปัจจัยแวดล้อมของผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จนั้น มักจะมีวัฒนธรรมที่สนับสนุนผู้ประกอบการในหลาย ๆ ด้าน เช่น การยอมรับความเสี่ยงและความล้มเหลว ความต้องการเป็นเจ้าของกิจการ เรื่องราวความสำเร็จและต้นแบบการทำธุรกิจ รวมไปถึงมุมมองเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ
ด้านปัจจัยสนับสนุน (โครงสร้างพื้นฐาน, ผู้ให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ, หน่วยงานภาคเอกชน)	ประกอบด้วยหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้การสนับสนุนการตั้งและขยายธุรกิจ ให้คำแนะนำเฉพาะทาง เช่น ในด้านกฎหมาย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการบัญชี รวมไปถึง Incubators Accelerators และเครือข่ายผู้ประกอบการ
ด้านทุนมนุษย์ (แรงงาน, สถาบันการศึกษา)	<p>มิติด้านทุนมนุษย์ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและปริมาณของแรงงาน ส่วนประกอบของมิตินี้ ได้แก่ ความสามารถในการบริหารแรงงาน ความสามารถทางเทคนิค ประสบการณ์ และการเข้าถึงแรงงานต่างชาติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเร็วในการเติบโตของธุรกิจ โดยในมิตินี้ยังรวมถึงการศึกษาและการฝึกอบรมให้ความรู้ต่าง ๆ</p> <p>ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการเชื่อว่าการศึกษาจะส่งเสริมให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ การศึกษานั้นแบ่งได้เป็นระดับเตรียมอุดมศึกษามหาวิทยาลัย และโครงการฝึกอบรมเฉพาะทางของผู้ประกอบการ โดยมหาวิทยาลัยนอกจากจะส่งเสริมวัฒนธรรมในการเป็นผู้ประกอบการแล้วยังเป็นส่วนประกอบของปัจจัยแวดล้อมที่ผลิตแรงงานที่มีศักยภาพ</p>
ด้านตลาด (กลุ่มลูกค้ารายแรก, เครือข่าย)	มิติด้านตลาดประกอบด้วย ผู้บริโภคที่สนใจในผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยแวดล้อมที่มีตลาดที่เข้าถึงได้จะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้กว้างขึ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในมิติด้านการตลาด ได้แก่ ตลาดทั้งในและต่างประเทศ บริษัทต่าง ๆ รวมไปถึงการทำธุรกิจกับรัฐบาล

โดยแบบจำลองดังกล่าวข้างต้นเป็นไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จของ World Economic Forum (WEF) ซึ่งประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ ทุนมนุษย์ การส่งเสริมด้านวัฒนธรรม การศึกษาและการฝึกอบรม ตลาด มหาวิทยาลัย รัฐบาล เงินทุน และการกำกับดูแล จึงทำให้งานวิจัยในหลายประเทศใช้โมเดลของ Isenberg และ WEF เป็นเครื่องมือในการพัฒนาออกแบบ และวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยแวดล้อมของ SME ในหลายประเทศ

4) ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่มีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลาง (University-based Entrepreneurial Ecosystem)⁶

กรอบแนวคิด “ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่มีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลาง” ถูกนิยามโดย Greene et al. (2010) ว่าเป็นวิสาหกิจที่ทำหน้าที่ในหลายมิติเพื่อสนับสนุนในการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยมีพื้นฐานจากการสอน การศึกษาวิจัย และการเผยแพร่ ในขณะที่เดียวกัน Volkman (2009) ได้ให้ความคิดเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีความคาดหวังที่จะต้องเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการคิดวิเคราะห์แบบผู้ประกอบการผ่านกิจกรรมและการริเริ่มความคิดใหม่ ๆ ที่อาจจะเกินขอบเขตหน้าที่ที่วางไว้ของมหาวิทยาลัย เพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอก Fetters et al. (2010) ได้พัฒนากรอบแนวคิดนี้โดยศึกษาใน 6 มหาวิทยาลัยที่สร้างปัจจัยแวดล้อมเพื่อผู้ประกอบการ เช่น Babson College,

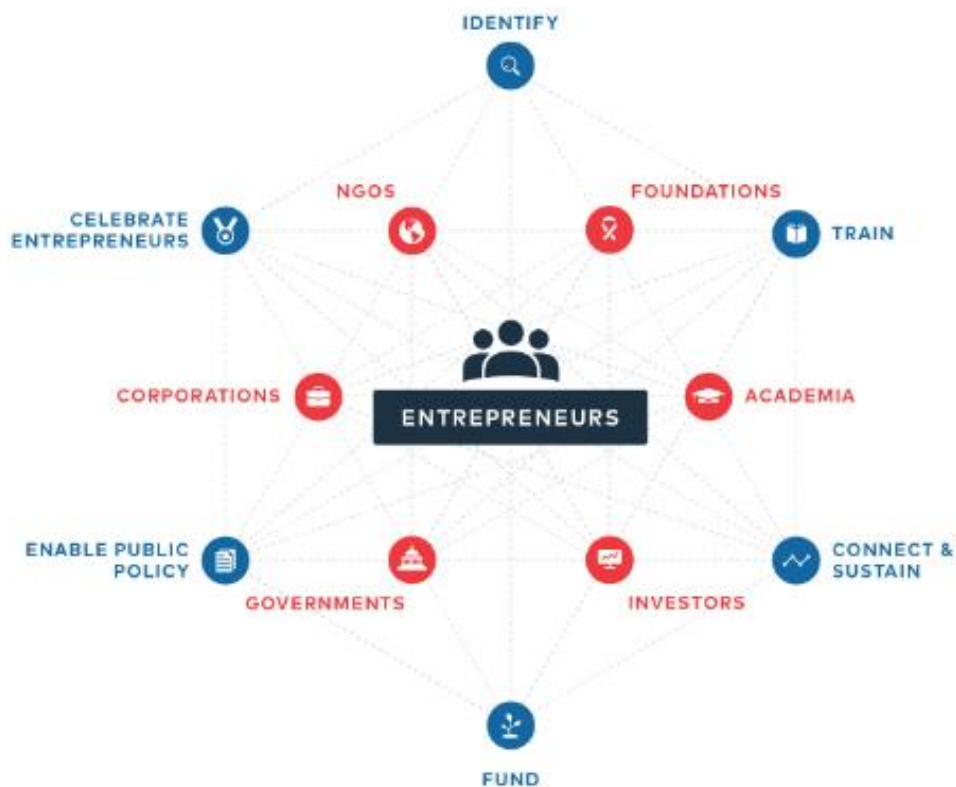
⁶ Greene et al., 2010; Volkman, 2009; Fetters et al., 2010

Singapore University และ Texas University โดยได้ข้อสรุปว่า มหาวิทยาลัยที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการได้มีการสร้างปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่มีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางอย่างเต็มรูปแบบ

5) แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai (Koltai's Entrepreneurship Ecosystem Model)⁷

กรอบแนวคิดถูกพัฒนาโดย Steven Koltai ซึ่งเป็นผู้ที่สร้างและดำเนินโครงการ Global Entrepreneurship ของกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐฯ โดยกรอบแนวคิดที่สร้างขึ้นเรียกว่า “Six + Six Model” ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อพัฒนาปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการในประเทศกานา โมเดลประกอบด้วย 6 เสาหลัก (factors) คือ Identify, Train, Connect & Sustain, Fund, Enable, Celebrate และ 6 ผู้แสดง (actors) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมของปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ NGOs, Foundation, Academia, Investors, Government และ Corporations โดยโมเดลปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai ต้องพึ่งพาการปฏิสัมพันธ์ของ factors และ actors เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและสร้างผู้ประกอบการ

ภาพที่ 2.4: โมเดลปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai



ที่มา: Koltai, S. and Muspratt, M. (2016).

⁷ Koltai, S. and Muspratt, M. (2016).

6) แพลตฟอร์มหลักของแบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ

(The Eight Pillars of Entrepreneurial Ecosystem Model)⁸

แพลตฟอร์มหลักของแบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ มีองค์ประกอบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ ดังต่อไปนี้

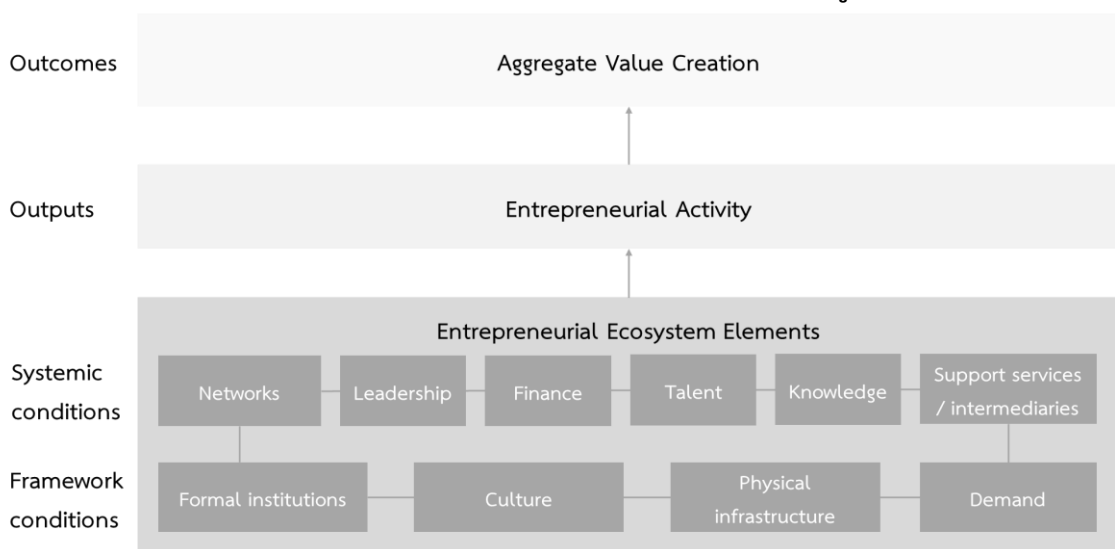
<p>ตลาดที่เข้าถึงได้ (Accessible Market)</p> <p>ตลาดในประเทศ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทขนาดใหญ่เป็นลูกค้า - บริษัทขนาดเล็กและกลางเป็นลูกค้า - รัฐบาลเป็นลูกค้า <p>ตลาดต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทขนาดใหญ่เป็นลูกค้า - บริษัทขนาดเล็กและกลางเป็นลูกค้า - รัฐบาลเป็นลูกค้า 	<p>แหล่งทุนมนุษย์ (Human Capital Source)</p> <p>ความสามารถในการจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสามารถทางเทคนิค - ประสบการณ์ของบริษัทผู้ประกอบการ - การจัดจ้างงานจากภายนอก - การเข้าถึงกำลังแรงงานต่างชาติ
<p>กองทุนและการเงิน (Funds and Finance)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อนและครอบครัว - Angel Investors - Private Equity - Venture Capital - การเข้าถึงเงินกู้ 	<p>ระบบสนับสนุนและที่ปรึกษา (Support Systems and Mentors)</p> <p>ที่ปรึกษาและผู้ดูแล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่ปรึกษาเฉพาะทาง - Incubators/Accelerators - เครือข่ายผู้ประกอบการ
<p>รัฐบาลและกฎระเบียบ (Government and Regulation)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกในการเริ่มต้นธุรกิจ - สิทธิประโยชน์ทางภาษี - กฎหมายและนโยบายที่เป็นมิตรต่อการทำธุรกิจ - การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน - การเข้าถึงการสื่อสารโทรคมนาคม - การเข้าถึงระบบขนส่ง 	<p>การศึกษาและการฝึกอบรม (Education and Training)</p> <p>กำลังแรงงานระดับเตรียมอุดมศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำลังแรงงานที่มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย - การฝึกอบรมผู้ประกอบการโดยเฉพาะ
<p>มหาวิทยาลัยสำคัญเป็นตัวเร่ง (Major Universities as Catalysts)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมและให้คุณค่าวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการ - มีบทบาทในการสร้างแนวคิดใหม่ในการธุรกิจ - การอบรมพัฒนาผู้ประกอบการเฉพาะเรื่อง 	<p>การสนับสนุนทางวัฒนธรรม (Cultural Support)</p> <p>ระดับการยอมรับความเสี่ยงและความล้มเหลว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความชอบในการเป็นเจ้าของธุรกิจ - เรื่องราวความสำเร็จ / ตัวอย่างความสำเร็จ - วัฒนธรรมการวิเคราะห์และวิจัย - ภาพลักษณ์เชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ - การให้คุณค่ากับสิ่งที่ค้นพบใหม่ (Innovation)

⁸ Foster et al., 2013

7) แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Stam (Stam's Entrepreneurship Ecosystem Model)⁹

ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่ออกแบบโดย Erik Stam มีองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ คือ เงื่อนไขกรอบ (Framework Condition) เงื่อนไขของระบบ (System Condition) ผลผลิต (Output) และ ผลลัพธ์ (Outcome) ซึ่งองค์ประกอบหลักของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) Framework Condition และ 2) System Condition โดย 1) *Framework Condition* ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ก) สถาบันที่เป็นทางการ ข) วัฒนธรรม ค) โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ และ ง) อุปสงค์ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ (สินค้าและบริการ) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นในการสร้างมูลค่าในปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ และ 2) *System Condition* ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ก) เครือข่ายผู้ประกอบการ ข) ความเป็นผู้นำ ค) การเงิน ง) ความสามารถ จ) ความรู้ และ ฉ) บริการสนับสนุนหรือตัวกลาง โดยองค์ประกอบทั้งหมดประกอบกันทำให้เกิดผลผลิตจากกิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการ

ภาพที่ 2.5: องค์ประกอบการสร้างผลลัพธ์ผลกระทบปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Stam



ที่มา: Stam A. (2015).

จะเห็นได้ว่า แนวคิดทฤษฎี/แบบจำลองดังกล่าวข้างต้น เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ/ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ โดยภาพรวม เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบกิจการ MSME สำหรับแนวคิดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อ SME ในรูปแบบของคลัสเตอร์ และตัวอย่างของประเทศโอมาน รวมทั้งปัจจัยธุรกิจในยุคดิจิทัล จะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

⁹ Stam, E. (2015).

2.2.2 แนวคิดและงานที่เกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อ SME ประกอบด้วย 2 แนวคิด ดังนี้

1) แนวคิดการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์¹⁰

จากงานศึกษาของทีมวิจัย LEED ภายใต้ OECD ร่วมกับกระทรวงการเศรษฐกิจเนเธอร์แลนด์ (Dutch Ministry of Economic Affairs) โดยศาสตราจารย์คอลิน เมสัน (Prof. Colin Mason) และ ดร.รอส บราวน์ (Dr. Ross Brown) มีแนวคิดต่อการศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อ SMEs มาจากการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากการกระจุกตัวของผู้ประกอบการภายในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกราย อาทิ ภาครัฐผู้กำหนดนโยบาย สถาบันวิจัยผู้ช่วยด้านการวิจัยและพัฒนา และมหาวิทยาลัยผู้สร้างแรงงานฝีมือเข้าสู่คลัสเตอร์ เป็นต้น

ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งเสริมให้ SMEs เติบโต

ผู้กำหนดนโยบายไม่สามารถเป็นผู้สร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมให้ SMEs เติบโตได้ แต่สามารถเป็นผู้กระตุ้นและเตรียมการให้สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ล่วงหน้า (Pre-Conditions) เช่น การส่งเสริมการลงทุนในสาขาธุรกิจที่ต้องการให้เกิดเพื่อเอื้อต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี และเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ให้ภาคธุรกิจมีความแข็งแกร่งด้วยองค์ความรู้ บุคลากร และสามารถเติบโตได้ด้วยตนเอง (Self-Sustain)

ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของ SMEs มีความเฉพาะทางในแต่ละสาขาธุรกิจ และมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในการศึกษาครั้งนี้จึงไม่ได้ศึกษาเชิงลึก แต่ศึกษาอย่างครอบคลุมเพื่อชี้ประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตของแต่ละลักษณะธุรกิจ อันเป็นประโยชน์ต่อการนำไปศึกษาเฉพาะเชิงลึกต่อไป

ศาสตราจารย์คอลิน เมสัน และ ดร.รอส บราวน์ เน้นการศึกษากับธุรกิจที่มีการเติบโตสูง (High Growth Firms: HGFs) เพื่อตอบโจทย์ของ OECD โดยพบว่าลักษณะ 6 ประการ ของ HGFs คือ

1. HGFs ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่
2. HGFs ไม่จำกัดเฉพาะในสาขาเทคโนโลยีขั้นสูง
3. มหาวิทยาลัยไม่ได้เป็นปัจจัยหลักต่อการเกิดของ HGFs
4. มี HGFs เพียงบางรายเท่านั้น ที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนรวม (Venture Capital-backed)
5. การเติบโตของ HGFs ไม่คงเส้นคงวา การเติบโตมีการขาดช่วง (Episodic)
6. HGFs ไม่สามารถเติบโตได้ด้วยตัวเอง

การสร้างระบบนิเวศเพื่อ SMEs กลุ่ม HGFs ของผู้กำหนดนโยบายสามารถ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม

1. การสร้างผู้ประกอบการภายในระบบนิเวศ (Entrepreneurial Actors within Ecosystems)

การสร้างผู้ประกอบการแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ 1) การสร้างโดยรัฐบาล ผู้กำหนดนโยบายจะกำหนดว่าจะให้ธุรกิจใดเติบโตเพื่อเตรียมการช่วงก่อน Startup ช่วง Startup และภายหลัง Startup โดยให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ในการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubation) เช่น การให้คำปรึกษา การสร้างเครือข่าย และการเงิน เป็นต้น และ 2) การสร้างโดยภาคเอกชน ซึ่งเน้นการแบ่งปันองค์ความรู้ระหว่างกัน

¹⁰ Mason, C.& Brown, R. (2013).

2. การสร้างทรัพยากรสนับสนุนผู้ประกอบการภายในระบบนิเวศ

(Entrepreneurial Resource Providers within Ecosystems)

การพัฒนาองค์กร/สถาบันต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยเฉพาะทรัพยากรด้านการเงิน ธนาคาร กลุ่มแองเจิล (Angel Group) และธุรกิจร่วมลงทุน (Venture Capital Firms) ทั้งนี้มีข้อแตกต่างจากส่วนแรกคือ เป็นการเงินเพื่อการเติบโตของธุรกิจ โดยมุ่งสร้างตลาดการเงินที่มีประสิทธิภาพให้กับผู้ประกอบการ หรือเป็นตัวกลาง (Deal-Maker) เพื่อการร่วมลงทุน (Entrepreneurial Ventures)

3. การสร้างการเชื่อมต่อระหว่างระบบนิเวศ

(Entrepreneurial Connectors within Ecosystems)

ส่งเสริมให้มีการเชื่อมต่อระหว่างส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในระบบนิเวศ ซึ่งมีหลากหลายวิธีการสร้างกิจกรรมเครือข่าย เช่น เครือข่ายสถาบัน (Networking Organisations) สโมสรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Clubs) กลุ่มธุรกิจภายในห่วงโซ่มูลค่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ หรือสมาคมวิชาการต่าง ๆ เป็นต้น

4. การสร้างทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation with Ecosystems)

ศาสตราจารย์คอลิน เมสัน และ ดร. รอส บราวน์ สรุปไว้ว่า วัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบางอย่างก็สามารถส่งผลต่อการสร้างผู้ประกอบการเช่นกัน เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม จากกรณีตัวอย่างประเทศสิงคโปร์ มีค่านิยมในการทำงานร่วมกับบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ (Large Multinationals) ผลลัพธ์คือ Startup ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ในสิงคโปร์เป็นของชาวต่างชาติ

ปัจจัยที่เกื้อหนุนการสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ธุรกิจที่รัฐบาลส่งเสริม เช่น High Growth Start-Up Unit (HGSU) ประเทศสกอตแลนด์ ซึ่งได้ส่งเสริมกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพสูงและอยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่ง HGSU อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรสาธารณะ เช่น ค่าปรึกษา สร้างเครือข่าย แนะนำนวัตกรรม และการเงิน เป็นต้น ทั้งนี้ โดยส่วนใหญ่ส่งเสริมโดยใช้มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางประสานงาน และ 2) ธุรกิจที่แข็งแรงได้ด้วยตัวเอง เป็นกลุ่มที่มีการกระจุกตัวของผู้ประกอบการภายในห่วงโซ่มูลค่า เช่น ซิลิคอน วาลเลย์ (Start-up มากกว่า 500 ราย) Techstars เมืองบอสตัน และ NYC Seedstart เมืองนิวยอร์ก เป็นต้น ซึ่งการกระจุกตัวส่งผลต่อความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการพัฒนาธุรกิจมากกว่าส่งผลต่อการช่วยเหลือด้านการเงินระหว่างกัน

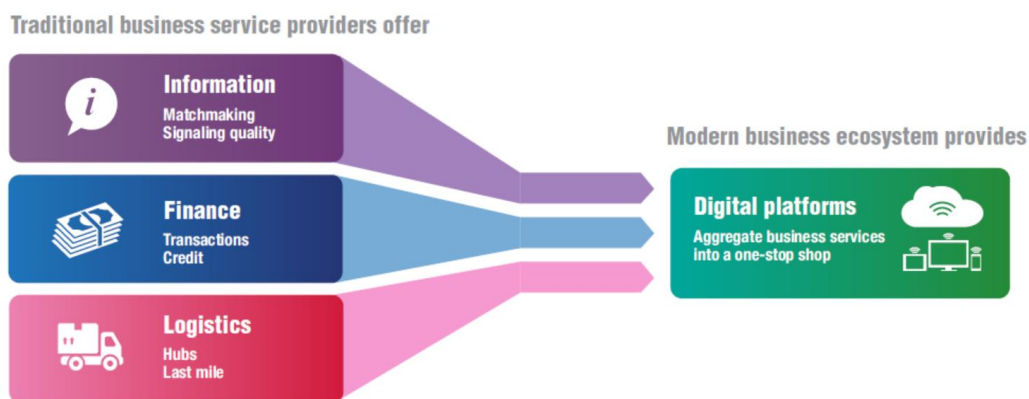
ศาสตราจารย์คอลิน เมสัน และ ดร. รอส บราวน์ ได้ให้ข้อพึงระวังว่าการศึกษาเป็นแบบคงที่ (Static) โดยไม่ได้พิจารณาที่มา (Origins) ตัวเร่ง (Stimulus) หรือการเติบโตที่เกิดขึ้นจากธุรกิจเอง โดยมีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการประเมินข้อดีและข้อเสียของแต่ละสาขาธุรกิจเป็นการเฉพาะ เพื่อที่จะสามารถออกแบบนโยบายส่งเสริม สามารถแทรกแซงได้อย่างเหมาะสม ออกแบบการติดตามและการวัดผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บอกได้ว่าต้องวัดจากอะไร เครื่องมือและวิธีการอย่างไร และสามารถสืบข้อมูลได้ถึงระดับพื้นที่ตามความเหมาะสมของสาขาธุรกิจ

2) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล

1. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจสมัยใหม่¹¹

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล (Business Ecosystems for the Digital Age) โดยกล่าวถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็น Advanced Robotics, 3D-Printing, Big Data และ Internet of Things ส่งผลให้ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานไปอย่างรวดเร็ว หรือเรียกว่าเป็นยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมหรือการปฏิวัติ 4.0 การสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับ SMEs ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง หาก SMEs มีการเชื่อมต่อกับโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล (Physical and Digital Infrastructure) รวมถึงมีปัจจัยแวดล้อมที่ดีจึงจะช่วยให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล

ภาพที่ 2.6: ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจสมัยใหม่



ที่มา: International Trade Centre. (2018). Business Ecosystem for the Digital Age.

การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ¹² เข้ามาใช้ นั้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ 3 ด้าน ได้แก่ ข้อมูล การเงิน และโลจิสติกส์ นำไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างแพลตฟอร์มที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ขายและผู้ซื้อติดต่อถึงกันได้ ในหลายธุรกิจทั่วโลก ทั้งในการซื้อขายสินค้าและการให้บริการแบบครบวงจร ปัจจัยสำคัญในการปฏิวัติหรือแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งก็คือ สื่อกลางออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ให้บริการ สามารถติดต่อเชื่อมโยงและได้รับผลประโยชน์จากการเข้าถึงเครือข่าย เช่น การลดต้นทุนในการเก็บสินค้าและการจัดการข้อมูล ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อขายและการชำระเงิน ซึ่งสามารถโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทันที เป็นต้น โดยส่วนมากการที่ SMEs จะได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล จำเป็นต้องมีเครือข่ายเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและระบบการขนส่งที่ดี นั่นคือระบบ ICT และระบบโลจิสติกส์ ทั้งนี้ แพลตฟอร์มที่เหมาะสมย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละธุรกิจ อาจขึ้นอยู่กับโมเดลธุรกิจ ลูกค้าและสินค้าหรือบริการของธุรกิจนั้น

¹¹ The SME Competitiveness Outlook (SMECO). (2018) จาก International Trade Centre

¹² เช่น Advanced Robotics, 3D-Printing, Big Data และ Internet of Things เป็นต้น

ภาพที่ 2.7: ปัจจัยสำหรับ Business Ecosystem 4.0
Business ecosystem 4.0
Checklist for cautious revolutionaries



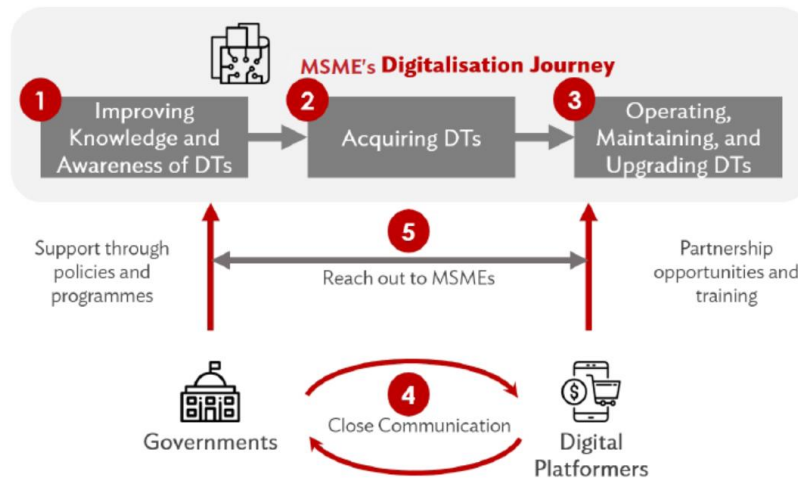
ที่มา: International Trade Centre. (2018). Business Ecosystem for the Digital Age.

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล (Business Ecosystem 4.0) ที่ SMEs จำเป็นต้องคำนึงถึง 4 ประการ ได้แก่ 1) ให้ความสำคัญกับข้อมูลและเทคโนโลยี 2) สร้างพันธมิตรที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม 3) ยอมรับความเสี่ยงที่สามารถประเมินได้ 4) ทำให้เกิดความไว้วางใจ โดยแต่ละธุรกิจนั้นจะมีแพลตฟอร์มและแผนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจนั้น

2. การพัฒนาธุรกิจ MSME โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (MSME's Digitalization Journey)

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ได้มีการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการสนับสนุนการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาธุรกิจของ MSME โดยการศึกษาค้นพบว่าธุรกิจ MSME ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ร้อยละ 56 ของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้เทคโนโลยีเบื้องต้น เช่น มีการใช้ คอมพิวเตอร์ หรือ โทรศัพท์ส่วนตัว สามารถใช้ Microsoft Office และ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้ ร้อยละ 34 อยู่ในระดับกลาง สามารถเข้าถึง Website Social media และ e-commerce มีเพียงร้อยละ 10 ของธุรกิจ MSME ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และนาระบบดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในแผนหลักในการดำเนินธุรกิจ เช่น ERP Big Data การดำเนินธุรกิจออนไลน์เต็มรูปแบบ มีการตั้งเซิร์ฟเวอร์ หรือใช้งานเครื่องอ่านบัตรเครดิต จากผลสำรวจทำให้ ASEAN ได้ทราบถึงปัญหาและปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจ MSME นำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน โดยมีขั้นตอนการพัฒนาและอุปสรรค ดังแสดงในภาพที่ 2.8

ภาพที่ 2.8: MSME's Digitalization Journey



ที่มา: ASEAN. (2019).

อุปสรรคในการผลักดันให้ MSME นำเทคโนโลยีมาช่วยในการประกอบกิจการนั้น แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ด้านระบบดิจิทัลที่จำกัด
2. ความไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจ
3. ขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ด้านระบบดิจิทัล
4. การทำงานร่วมกันระหว่างรัฐบาลและแพลตฟอร์มดิจิทัล
5. ความยากในการสื่อสารกับ MSME ที่ต้องการการสนับสนุน

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงได้เสนอแนะให้หลายภาคส่วนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สนับสนุนการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่จะทำให้ธุรกิจ MSME เข้าถึงและนำเทคโนโลยีมาประกอบการทำธุรกิจในอนาคต

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่ามี 7 ประเด็นหลักที่จำเป็นในปัจจัยแวดล้อม มีรายละเอียดและความสำคัญดังที่แสดงในตารางที่ 2.8 โดยองค์ประกอบที่เหมาะสมในแต่ละประเด็นหลักจะแตกต่างกันออกไปตามประเภท รูปแบบ และช่วงอายุของธุรกิจ ทำให้ต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องขององค์ประกอบที่เหมาะสมต่อปัจจัยแวดล้อมของ MSE ซึ่งจะมีการดำเนินการในขั้นตอนการศึกษาต่อไป

ตารางที่ 2.8: สรุปการทบทวนวรรณกรรมตามองค์ประกอบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ

ลำดับ	ประเด็นหลัก	องค์ประกอบ
1	ด้านนโยบาย (Policy) นโยบายของรัฐบาลเป็นปัจจัยที่จะเร่งหรือชะลอการเติบโตทางธุรกิจ โดยมีความสำคัญในการอำนวยความสะดวกและผลักดันการประกอบธุรกิจ	รัฐบาล (Government) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • หน่วยงานรัฐ • กรอบการกำกับดูแล • กฎหมาย

ลำดับ	ประเด็นหลัก	องค์ประกอบ
2	ด้านการเงิน (Finance) แหล่งเงินทุนมีความสำคัญในการเป็นทรัพยากรที่กำหนดการเข้าถึงทรัพยากรหลักในการประกอบธุรกิจ เช่น ที่ดิน วัตถุดิบ รวมไปถึงทุนมนุษย์	เงินทุน (Financial Capital) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • Micro-loans • Angel investors • เงินทุนส่วนบุคคล • กองทุน/เงินให้กู้ยืม
3	ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ด้านทุนมนุษย์มีความสำคัญในด้านคุณภาพและปริมาณของแรงงานซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ	แรงงาน (Labor) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • แรงงานที่มีทักษะ/ไม่มีทักษะ • การเข้าถึงแรงงานต่างชาติ สถาบันการศึกษา (Educational Institutions) เช่น <ul style="list-style-type: none"> • มหาวิทยาลัย • การฝึกอบรมผู้ประกอบการโดยเฉพาะ
4	ด้านปัจจัยสนับสนุน (Support) ด้านปัจจัยสนับสนุน คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีบทบาทสนับสนุนเฉพาะทาง ซึ่งให้ความช่วยเหลือทั้งในด้าน การวิเคราะห์ธุรกิจ ให้คำแนะนำในการแก้ปัญหา ถ่ายทอดความรู้เฉพาะทาง รวมไปถึงโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ	หน่วยงานภาคเอกชน (Non-government Institutions) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • องค์กรส่งเสริมผู้ประกอบการที่ไม่แสวงหากำไร • สมาคม ผู้ให้การสนับสนุนเฉพาะทาง (Support Professions) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย • ที่ปรึกษาด้านการบัญชี • Investment Banking โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • โทรคมนาคม • การขนส่ง/โลจิสติกส์ • คลัสเตอร์/Co-working space
5	ด้านวัฒนธรรม (Culture) บรรทัดฐานของสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่กำหนดการเติบโตของธุรกิจ โดยธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ มักเกิดจากผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงและทรัพยากร	บรรทัดฐานของสังคม (Societal Norms) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • ระดับการยอมรับความเสี่ยง ความผิดพลาด และความล้มเหลว • ประสบการณ์ของผู้ประกอบการในการแก้ปัญหาและการใช้โอกาสให้เกิดประโยชน์
6	ด้านตลาด (Market) ด้านการตลาดเป็นด้านที่มีความสำคัญจากการเป็นพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ รวมไปถึงการทำธุรกิจระหว่างบริษัทรายใหญ่หรือรัฐบาลที่ทำให้เกิดการเข้าถึงเงินทุนและห่วงโซ่มูลค่า	กลุ่มลูกค้ารายแรก (Early Customers) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • ผู้ใช้เริ่มแรกที่ลองใช้สินค้า/บริการ • ช่องทางการจัดจำหน่าย • ตลาดในประเทศ/ต่างประเทศ เครือข่าย (Networks) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • เครือข่ายผู้ประกอบการ • บริษัทข้ามชาติ
7	ด้านเทคโนโลยี (Technology) ส่วนสำคัญของด้านเทคโนโลยี คือ นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่อปัจจัยแวดล้อมในหลายส่วน รวมไปถึงการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรม	เทคโนโลยี (Technology) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • การเข้าถึงฐานข้อมูล • การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต • E-commerce • Website/Social Media • นวัตกรรม

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

จากกรอบแนวคิดและทฤษฎีจากหลายงานวิจัยทำให้เห็นว่าปัจจัยแวดล้อมที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการ ต้องการความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยการวางแผนสร้างปัจจัยแวดล้อมนั้น หน่วยงานภาครัฐควรคำนึงถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคเอกชนร่วมด้วยเสมอ ทั้งองค์กรที่มุ่งเน้นและสนับสนุนการให้ความรู้คำแนะนำ นักลงทุนที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน รวมไปถึงมหาวิทยาลัยที่ให้ความรู้และสร้างวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มีเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือกลุ่มลูกค้า ซึ่งการสร้างองค์ประกอบด้านตลาดซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป็นศูนย์กลางนั้น จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์และการสร้างเครือข่าย โดยต้องทำควบคู่กับการสร้างวัฒนธรรมในการเปิดรับต่อสินค้าและบริการ รวมไปถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างอุปสงค์และเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ

สำหรับตัวอย่างปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและตัวอย่างต่างประเทศ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับ Ecosystem ทั้งประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ โดยจะกล่าวถึงในส่วนถัดไป

2.3 ปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและต่างประเทศ

2.3.1 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้เห็นความสำคัญว่า การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่ดีจะเอื้อให้ผู้ประกอบการนั้นมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจเติบโตและแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น โดยได้มีการกำหนดไว้ในแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึง 4 ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549) เน้นการพัฒนาปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมสำคัญ 3 ประเด็นหลัก คือ 1) การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การพัฒนาระบบฐานข้อมูลการค้าการลงทุนที่ทันสมัย การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเฉพาะในการวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพและการให้บริการเทคโนโลยี การตลาด การเงิน 2) การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบการให้บริการภาครัฐเพื่อให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก มาตรฐานการบัญชี และ 3) การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ด้วยการพัฒนาระบบการขึ้นทะเบียน SME ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงบริการภาครัฐได้มากขึ้น

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) เป็นการพัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อมุ่งในการยกระดับผลิตภาพ ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการให้สูงขึ้น ประกอบด้วย การพัฒนาระบบเครื่องมือโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เช่น ศูนย์บ่มเพาะอุทยานวิทยาศาสตร์ ห้องวิเคราะห์ทดสอบให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ การยกระดับทักษะความรู้ผู้ประกอบการและพนักงาน การพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้สมบูรณ์และทันสมัย การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ

เข้าถึงแหล่งเงินทุนและตลาด เพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ปรับปรุงและพัฒนาภาวะเทียบเพื่อลดอุปสรรค และเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาพื้นที่ประกอบการ เช่น การจัดตั้งพื้นที่ตามแนวชายแดนสำหรับการผลิตสินค้า ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ตลอดจนการบริหารจัดการงานส่งเสริมจากแผนสู่การปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2550-2559) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและข้อมูลองค์ความรู้ การทบทวนปรับปรุงและผลักดันกฎหมาย ระเบียบ มาตรการภาษีและการใช้สิทธิประโยชน์ การยกระดับความรู้ผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการ การบริหารความเสี่ยง ธรรมชาติบริหารรวมทั้งทักษะความสามารถของบุคลากรและแรงงาน การสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน อำนวยความสะดวกด้านการตลาดและโลจิสติกส์ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ การเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยให้บริการด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมทรัพย์สินทางปัญญา และคุณภาพมาตรฐาน

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) มีจุดเน้นให้ความสำคัญใน 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรกเป็นพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาศูนย์บริการข้อมูล SME (SME One Stop Service Center) การจัดทำ SME Web Portal และคู่มือการประกอบธุรกิจ (SME Toolkit) สนับสนุนให้ SME สามารถใช้บริการจากผู้ให้บริการทางธุรกิจภาคเอกชน (Private Service Provider) พัฒนาระบบการให้บริการด้านพีเอชเอ็ม ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัยระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ (SME Registration) ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจ SME (SME Scoring) พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการเข้าถึงบริการและการใช้สิทธิประโยชน์ ของ SME (SME Tracking System) ประเด็นที่สอง คือ การทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME สำหรับประเด็นที่สาม มุ่งพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพสูง เช่น พัฒนาการศูนย์บ่มเพาะ ศูนย์ออกแบบและสร้างสรรค์ พัฒนาระบบการจัดสิทธิบัตร พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางด้านงานวิจัยและพัฒนาและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน

โดยงานที่มีงานดำเนินงานด้านการพัฒนา Ecosystem ที่สำคัญมีดังนี้

งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (SME Knowledge Center)

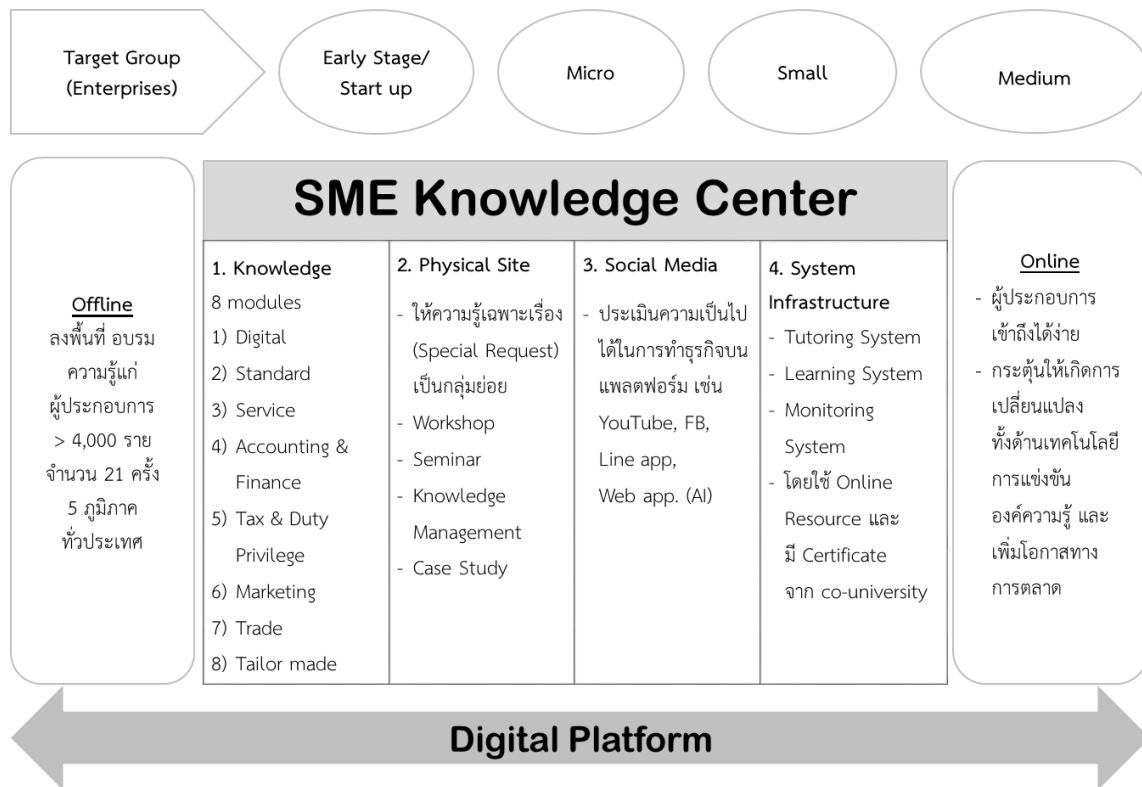
การดำเนินงานเพื่อส่งเสริม Ecosystem สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะหน่วยงานหลักในการดำเนินงานพัฒนาส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพและสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการสนับสนุน SME และได้ดำเนินโครงการงานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME หรือ Knowledge Center ประจำปี 2562 โดยเน้นการสร้างความตระหนักด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้กับทุกภาคส่วน เพื่อต่อยอดความเข้าใจและเพิ่มศักยภาพของ SME ให้ก้าวสู่ความสำเร็จท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกยุคดิจิทัล ด้วยกลยุทธ์ 5 หลักปฏิบัติ หรือ “SPEED” ได้แก่ S – SMART ฉลาดรอบรู้ P – Proactive ทำงานในเชิงรุก E – Efficiency ทำงานมีประสิทธิภาพ E – Exclusive มีความพิเศษเฉพาะตัว และ D – Digitalization กลยุทธ์ดังกล่าวคือการปรับกระบวนการทำงานสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นกลไกหนึ่งของการปรับเปลี่ยนตัวเอง ที่จะกระตุ้นให้ทันการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะด้านเทคโนโลยี การแข่งขัน องค์ความรู้ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและการแข่งขัน

งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (SME Knowledge Center) มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ SME เผยแพร่องค์ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น E-book Information Clip และ Easy Pocketbook เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SME โดยดำเนินการแบบองค์รวมทั้งแบบออนไลน์ (Online) ที่กลุ่มผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย ควบคู่ไปกับการดำเนินการแบบออฟไลน์ (Offline) หรือการลงพื้นที่ดำเนินการอบรมความรู้แก่ผู้ประกอบการทั่วประเทศ อย่างน้อย 4,000 ราย จำนวน 21 ครั้ง แบ่งเป็น 6 เขตทั่วประเทศ ได้แก่ ภาคเหนือ (เชียงใหม่ เชียงราย อุตรดิตถ์) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น หนองคาย นครราชสีมา อุบลราชธานี ศรีสะเกษ) ภาคตะวันออก (ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา) ภาคตะวันตก (กาญจนบุรี ราชบุรี) ภาคใต้ (สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา) และภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร อุดรธานี สุพรรณบุรี นครสวรรค์ พิษณุโลก)

งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (SME Knowledge Center) จะแบ่งออกเป็น 4 ด้านที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. คลังข้อมูล (Knowledge) องค์ความรู้แบ่งเป็น 8 โมดูล ประกอบด้วย ด้านดิจิทัล การบริการ การตลาด การค้า สิทธิประโยชน์ทางภาษี บัญชีการเงิน และการจัดองค์ความรู้เฉพาะกลุ่ม (Tailor Made) SME Knowledge Center ได้สรรหาเนื้อหาที่เจาะเฉพาะในแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการ ตั้งแต่ Micro, Early Stage/Startup, Small, และ Medium Enterprises. ทำให้การได้รับรายละเอียดในสิ่งที่ใช่ของแต่ละกลุ่มมีมากขึ้น ตลอดระยะเวลา 8 เดือน SME Knowledge Center จะผลิตองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่กระชับและเข้าใจง่ายเพื่อ SME แต่ละกลุ่ม
2. การจัดตั้งส่วนบริการ (Physical Site) ที่จะมีการจัดที่ปรึกษาให้คำปรึกษาต่อสัปดาห์ หรือการให้ความรู้เป็นกลุ่มย่อยตามเวลานัดหมาย โดยรูปแบบการนำเสนอ ประกอบด้วย กรณีศึกษา การบริหารจัดการจัดการความรู้ การทำ Workshop ทดสอบศักยภาพ และการประชุมสัมมนา
3. โซเชียลมีเดีย (Social Media) การประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบนแพลตฟอร์ม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ทั้งสามส่วนนี้ จะดำเนินการในเฟสแรก
4. ระบบจัดการโครงสร้าง (System Infrastructure) เป็นการดำเนินงานในเฟสที่ 2 โดยดำเนินการทั้งการจัดการความเหมาะสมของผู้สอนต่อผู้ประกอบการนั้น การจัดการผู้เรียน ระบบการติดตามผล และระบบจัดการหลักสูตร ที่จะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการ ว่าอยู่ในขั้นตอนการทำธุรกิจระดับแรกเริ่ม ระดับปกติ หรือระดับเข้มแข็ง

ภาพที่ 2.9: SME Knowledge Center

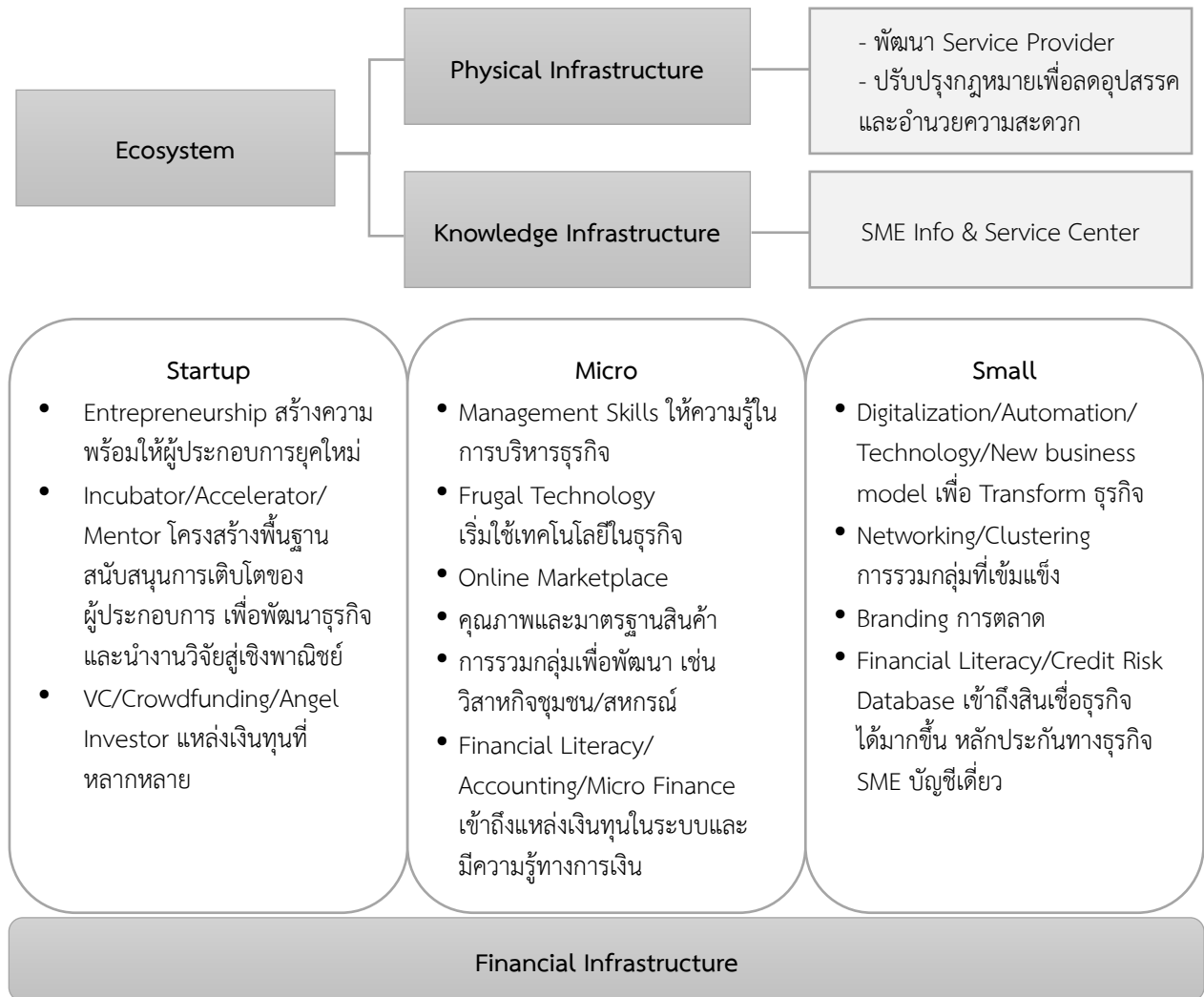


ที่มา: มุลนิธิ สวค.¹³

คลังข้อมูลองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการ หรือ SME Knowledge Center นี้ จะเป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือให้คำปรึกษาธุรกิจด้านเศรษฐกิจดิจิทัล หรือด้านอื่น ๆ ที่มีความต้องการ โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมอย่างน้อย 4,000 ราย และความรู้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ซึ่งคาดว่าในปี พ.ศ. 2562 จำนวนผู้ใช้บริการคลังข้อมูลองค์ความรู้ไม่น้อยกว่า 200,000 ครั้ง

¹³ อ้างอิงจาก <http://www.smeknowledgecenter.com>

ภาพที่ 2.10: แนวทางการพัฒนา Ecosystem ตามโครงสร้างพื้นฐาน



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). การจัดทำแผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากลประจำปีงบประมาณ.

2) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนา Ecosystem ของผู้ประกอบการเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พ.ศ. 2562-2564 โดยมีองค์ประกอบหลักใน 3 เรื่อง คือ การพัฒนาบริการให้มีประสิทธิภาพทันสมัย ครบวงจร การสร้างและพัฒนาเครือข่ายหน่วยงานและให้ผู้ใช้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศรูปแบบและวิธีการในการส่งเสริมอุตสาหกรรม เช่น การสร้างระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อ บูรณาการข้อมูลสารสนเทศ

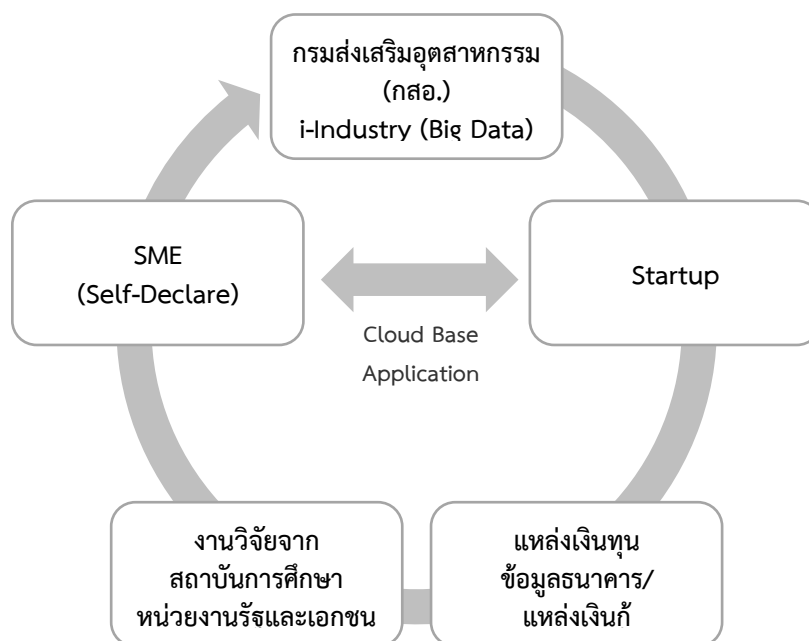
กสอ. ได้มีการปรับปรุงและสร้างระบบ SMEs Ecosystem โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในการเอื้อให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจและเข้าถึงบริการภาครัฐได้สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม อีกทั้งยังเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบ i-Industry ซึ่งเป็นระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจุบัน กสอ. มีผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่เป็นสมาชิกในระบบแล้วกว่า 400,000 ราย แบ่งเป็นรูปแบบบุคคลกว่า 320,000 ราย และรูปแบบกิจการกว่า 93,000 ราย สำหรับปี พ.ศ. 2563 คาดว่าจะมีผู้ประกอบการเข้าร่วม

โครงการต่าง ๆ ไม่ต่ำกว่า 2,000 โครงการ และบุคลากรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและที่เกี่ยวข้องกว่า 20,000 ราย ในขณะเดียวกันยังมีการใช้ระบบดิจิทัลในการกำกับติดตามการดำเนินงานสำหรับโครงการส่งเสริมและพัฒนา เอสเอ็มอี โดยผู้เชี่ยวชาญ ณ สถานประกอบการ ซึ่งเรียกว่าระบบ Self-Declare โดยจะมีการเช็คอิน (Check-in) การเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการของที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และรายงานผลแบบ Real Time ไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ผู้ประกอบการสามารถประเมินผลการดำเนินงานของที่ปรึกษาได้ด้วยเช่นกัน ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ นำระบบดิจิทัลเข้ามาใช้ในสถานประกอบการมากขึ้น กสอ. จะเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและบริษัทสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพ เพื่อให้เอสเอ็มอี ได้ลองเปิดใจเลือกใช้ Cloud Base Application ที่พัฒนาโดยสตาร์ทอัพไทย ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการใช้ รวมถึงการเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับงานวิจัยที่มีอยู่จากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งรัฐและเอกชนกับเอสเอ็มอี เพื่อนำไปต่อยอดธุรกิจไปสู่เชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังสร้างโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับ เอสเอ็มอีที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาต่อยอดพัฒนาธุรกิจ โดย กสอ. จะเชื่อมโยงข้อมูลกับธนาคาร หรือแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เพื่อใช้ในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อให้เอสเอ็มอีรายนั้นได้อย่างเหมาะสม

กสอ. ต้องมีการจัดทัพใหม่ในการปรับการให้บริการ โดยเน้นการใช้ Digital Platform เพื่อสร้างระบบ นิเวศให้ครบทั้งองค์ภาพ ผลักดันให้เอสเอ็มอีเกิด Digital Transformation อย่างเป็นทางการ ขณะเดียวกัน บุคลากรของ กสอ. จะต้องมีการ Transform ตนเอง ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยจะมีการจัดอบรมเสริมองค์ความรู้ใหม่ ๆ ด้านทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) ให้บุคลากรอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อให้บุคลากร มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพ

ภาพที่ 2.11: SMEs Ecosystem ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)



ที่มา: สยามรัฐ. (2563). โมดิฟาย “กสอ.”สร้างระบบ SMEs Ecosystem ส่งเสริม-พัฒนา SMEs ด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม.

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการบริการที่รวดเร็วมากขึ้นและรองรับการเป็น Smart Office ขณะเดียวกัน ในส่วนของระบบหลังบ้านจะมีการปรับปรุงให้มีความเสถียรและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นนโยบายเร่งด่วนที่ กสอ.ได้เร่งดำเนินการเพื่อยกระดับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพตามนโยบาย Digital Transformation

3) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) เป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ดูแลขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้น ซึ่ง สนช. ร่วมกับสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (สตาร์ทอัพ) จากบริษัทที่ประกอบธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) ทั้งในและต่างประเทศในประเด็นการพัฒนาระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นนั้นควรเป็นอย่างไรและต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนในประเด็นใดบ้าง ซึ่งได้จัดทำเป็นข้อเสนอ Thailand Towards Startup Nation เมื่อปี พ.ศ. 2561 เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ประเทศสตาร์ทอัพ โดยได้ให้ประเด็นข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ภาครัฐแก้ไข พัฒนา หรือสนับสนุนที่ครอบคลุมใน 7 มิติสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1 ภาครัฐควรส่งเสริมให้การจัดตั้งและประกอบกิจการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศนั้นเป็นไปอย่างสะดวกและราบรื่น (Ease of Doing Business) โดยภาครัฐควรตั้งหน่วยงานที่กำกับดูแลวิสาหกิจเริ่มต้นโดยเฉพาะและจัดให้มีระบบศูนย์ข้อมูลและการให้บริการต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องผ่านการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐหรือ OSS เพื่อลดอุปสรรคในการติดต่อกับภาครัฐและเป็นตัวกลางติดต่อกับหน่วยงานต่างประเทศด้วย รวมทั้งรัฐควรแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจและลงทุนไม่ว่าจะเป็นกฎหมายบริษัทจำกัดหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของต่างด้าว
- 2 ภาครัฐควรให้การสนับสนุนทางการตลาด รวมไปถึงการขยายกิจการวิสาหกิจเริ่มต้นไปยังต่างประเทศ (Market Innovation) โดยรัฐควรส่งเสริมการขยายการเข้าสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นตลาดภาครัฐ (B2G) ตลาดภาคเอกชน (B2B) และตลาดความร่วมมือระหว่างประเทศ (G2G) นอกจากนี้ภาครัฐควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้อง หรือที่เรียกว่า คลัสเตอร์ (Cluster) ให้มารวมตัวดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographic Proximity) มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Synergy) รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนานวัตกรรม (Innovation District) เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการให้รวมกันเป็นคลัสเตอร์เพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อ (Connecting) ของผู้คนและความคิดต่าง ๆ ในย่านโดยมีกลไกที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Co-Creation) แบ่งปันความรู้ระหว่าง (Knowledge Sharing)
- 3 ภาครัฐควมให้การสนับสนุนเพื่อดึงดูดบุคลากรที่มีทักษะสูงต่อระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นในไทย (Talent Workforce) โดยอาจสนับสนุนในรูปแบบของการให้งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐเป็นค่าตอบแทนในการฝึกงานในวิสาหกิจเริ่มต้นนั้น หรือการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีหรือการอำนวยความสะดวกในการเข้ามาทำงานของบุคลากรที่มีทักษะสูงจากต่างประเทศ และภาครัฐสามารถเข้ามามีบทบาทในการปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ ตามความเหมาะสมมากขึ้น

- 4 ภาครัฐควรสนับสนุน Deep Tech และ Sector ต่าง ๆ (Sectoral Strength) โดยควรให้การสนับสนุนตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนา ให้ความช่วยเหลือแก่สถาบันการศึกษาที่คิดค้นนวัตกรรมศึกษาประเภทนี้ขึ้น และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักลงทุน นอกจากนี้ภาครัฐอาจจะจัดตั้งกองทุนสำหรับสนับสนุน Deep Tech โดยจัดสรรเงินงบประมาณส่วนหนึ่งไว้สำหรับเรื่องนี้โดยเฉพาะและควรส่งเสริมให้มีการร่วมมือและเปลี่ยนความรู้หรือการเชื่อมโยงผู้ประกอบการในด้านอื่น ๆ ที่อาจแตกต่างกันด้วย
- 5 ภาครัฐควรส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนของวิสาหกิจเริ่มต้น (Investment & Growth) โดยภาครัฐควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในความเสี่ยงของการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นและมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุน โดยในส่วนภาครัฐอาจสนับสนุนโดยการจัดตั้งกองทุนพัฒนาการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น โดยรัฐบาลอาจจัดให้มีการสนับสนุนเพิ่มเติมเป็นกรณีพิเศษ เช่น การให้งบประมาณสนับสนุนการลงทุนวิสาหกิจเริ่มต้นผ่านวิธีการ Matching Fund แก่วิสาหกิจเริ่มต้น ตั้งแต่ในระยะแรก (Early Stage Startup) ระยะการพัฒนาต้นแบบโดยใช้เทคโนโลยีเชิงลึก (Deep Tech Startup) ระยะทดสอบตลาด (Product Market Fit) และระยะบริษัท VC หรือ CVC ร่วมลงทุน เป็นต้น และที่สำคัญยิ่งไปกว่าการจัดตั้งกองทุน คือ ให้เกิดการลงทุนจริงในวิสาหกิจเริ่มต้นที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและได้และได้ยื่นรับการสนับสนุนแล้ว
- 6 ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการสร้างสังคมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Society) โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านเทคโนโลยีและความเป็นผู้ประกอบการรวมถึงสนับสนุนให้ผู้คนในทุกช่วงอายุให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้โดยภาครัฐอาจสนับสนุนให้ทุกมหาวิทยาลัยดำเนินการจัดตั้งชมรมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startups Club) ห้องวิจัยนวัตกรรม (Innovation Labs) หรือชมรมผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ลองเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง
- 7 ภาครัฐควรให้การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม และการจัดตั้งหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เกี่ยวข้อง (Ecosystem Facilitation) โดยภาครัฐควรพิจารณาให้มีกฎหมายที่เอื้ออำนวยให้เกิดการทดสอบและพัฒนานวัตกรรม และการมีระบบโครงสร้างพื้นฐานของระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นในภาพรวมระดับประเทศ ซึ่งควรจัดให้มี “ศูนย์วิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ” ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการติดต่อให้ข้อมูลและบริการ (Single Point of Contact) ภายในระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น โดยมีการรวมศูนย์ข้อมูลหรือเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ ให้แก่วิสาหกิจเริ่มต้น บริษัท ร่วมลงทุน และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตั้งแต่ข้อมูลในการจัดตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น การดำเนินการสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ การออกสู่ตลาด การขออนุญาต รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในระบบนิเวศ

4) กรมส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร (กสก.) มีภารกิจหลักในพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจส่วนใหญ่ดังกล่าวก็คือวิสาหกิจรายย่อย โดยการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ให้เข้มแข็ง มีความสามารถในการผลิต และบริหารจัดการสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และพึ่งพาตนเองได้ กสก. จึงได้กำหนดแผนงานการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของของขับเคลื่อนดังกล่าวก็คือ ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2555-2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 3 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

- 1 การปรับปรุง ผลักดันกฎหมาย ระเบียบ มาตรการและสิทธิประโยชน์ ที่เอื้อต่อการส่งเสริมและการดำเนินงานกิจการของวิสาหกิจชุมชน
 - ผลักดันให้มีการศึกษา ทบทวน ปรับปรุง หรือแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ มาตรการ หรือขั้นตอนปฏิบัติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รวมทั้ง เป็นเครื่องมือในการสร้างคุณธรรม จริยธรรม ความโปร่งใส และลดอุปสรรคในการส่งเสริมและดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน
 - ผลักดันให้มีการศึกษา ทบทวน ปรับปรุง ระบบภาษีและสิทธิประโยชน์อื่นให้เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งควรมีความแตกต่างจากภาคเอกชนหรือธุรกิจขนาดใหญ่ หรือจัดเก็บภาษีแบบเหมาจ่ายในอัตราต่ำ เพื่อจูงใจให้วิสาหกิจชุมชนเข้าสู่ระบบภาษี
 - จัดทำ รวบรวม เผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ด้านกฎหมายระเบียบ มาตรการ สิทธิประโยชน์แก่วิสาหกิจชุมชน
- 2 การสร้างระบบและเตรียมความพร้อมวิสาหกิจชุมชนในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
 - ให้มีการพัฒนาเครื่องมือหรือองค์ความรู้ในการบริหารจัดการทางการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยการพัฒนาหลักสูตรในการวางแผนทางการเงิน การจัดทำบัญชี การจัดทำงบการเงิน หรือสนับสนุนซอฟต์แวร์ในการจัดทำบัญชี – งบการเงินแก่วิสาหกิจชุมชน
 - สร้างโอกาส เพิ่มช่องทาง อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ หรือพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนรวมถึงให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งทุนกับโครงการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น การกำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับการค้าประกัน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น
- 3 การพัฒนาระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
 - พัฒนาให้มีศูนย์กลางของข้อมูลและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนซึ่งประกอบไปด้วยระบบการจดทะเบียน ข้อมูลศักยภาพพื้นฐานและแผนการพัฒนากิจการ ข้อมูลการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน ข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและสนับสนุนการบูรณาการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน
 - พัฒนาและขยายช่องทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วิสาหกิจชุมชน การเข้าถึงข้อมูล องค์ความรู้ ได้อย่างสะดวก รวมถึงให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผล การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

- 4 การพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
 - พัฒนาความรู้ และทักษะในการเรียนรู้ความต้องการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชน การทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งมีทักษะในการประสานงานกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ส่งเสริมให้มีหน่วยงานหลักในการรวบรวมองค์ความรู้ด้านแนวคิด ผลการวิจัยและพัฒนา รวมถึงให้มีการประสานงานหน่วยงานที่มีความชำนาญเฉพาะในการจัดทำหลักสูตรและแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม

ร่าง – ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2560-2579

กำหนดการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ โดยมีหลักการซึ่งยังคงมุ่งเน้น ใน 3 เรื่องหลัก คือ การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบมาตรการให้เอื้อต่อการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชน การสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งทุนที่มีต้นทุนต่ำ เช่น กองทุน และเงินทุนหมุนเวียนต่าง ๆ ของทั้งภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประสิทธิภาพในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยมีประเด็นในการพัฒนาใหม่ 2 เรื่อง คือ การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งทั้งในระดับชุมชน อำเภอ จังหวัด ภูมิภาคและระดับประเทศ และการบ่มเพาะให้เกิดวิสาหกิจชุมชนใหม่ โดยมุ่งให้เกิดวิสาหกิจชุมชนใหม่หรือทายาทวิสาหกิจชุมชน

2.3.2 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของต่างประเทศ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ประเทศโอมาน¹⁴

จากการศึกษาของของยาร์ฮยา อัล อะบรี (M. Yahya. Al-Abri) และคณะผู้วิจัย (A. Abdul Rahim และ N.H. Hussain) พบว่า อุปสรรคต่อการประสบความสำเร็จของ SMEs มี 8 ประการ ได้แก่

1. ขาดความรู้ที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ
2. ขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และไม่สามารถถ่วงน้ำหนักต่อสถาบันทางการเงิน
3. การลักลอบค้าขาย และหลีกเลี่ยงภาษี (Hidden Trade and Government Tax) สืบเนื่องจากการขาดกฎระเบียบและการจัดการ (Lack of Regulation and Administrative Burdens)
4. ขีดจำกัดสมรรถภาพในการเติบโต (ไม่ต้องการเติบโต)
5. ขาดแรงผลักดันที่จะพัฒนาวิธีการทำงานจากบุคลากรในการเริ่มใช้เทคโนโลยีกับธุรกิจ
6. ขาดการเชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างหน่วยงาน
7. ขาดการทำงานเป็นเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการในสาขาธุรกิจเดียวกัน
8. ขาดความรู้ในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัด

¹⁴ Al-Abri, M. Y., Rahim, A. A., & Hussain, N. H. (2018).

ยาห์ยา อัล อะบรี และคณะผู้วิจัยจึงมีการกำหนดและสร้างกรอบแนวคิดในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อ SMEs ของประเทศโอมาน ดังภาพที่ 2.12

ภาพที่ 2.12: ปัจจัยที่สำคัญต่อระบบนิเวศ SMEs ประเทศโอมาน



ที่มา: M. Yahya. Al-Abri, A. Abdul Rahim Razak และ H. Hussain Razak (2018).

จากภาพที่ 2.12 ปัจจัยที่สำคัญต่อระบบนิเวศ SMEs ประเทศโอมาน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ทูมนมนุษย์:** ทูมนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญของการเริ่มต้นและการเติบโตต่อระบบนิเวศ SMEs โดยผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจ ให้ความเห็นว่าระบบการศึกษาและตลาดแรงงานของโอมานควรมีความใกล้ชิดและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการ SMEs ขาดความรู้พื้นฐานซึ่งจำเป็นต่อการบริหารธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีทักษะมากขึ้น เช่น การวางแผน การบัญชี การจัดการ การเงิน และวัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่และแรงงานกว่าร้อยละ 70 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีทักษะพื้นฐานดังกล่าว
- 2) รัฐบาล:** ผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจ ให้ความเห็นว่ากฎระเบียบของโอมานมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการเติบโตของ SMEs น้อยมาก รวมถึงกฎระเบียบยังไม่ทันต่อเหตุการณ์ ไม่ปรับให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ส่งผลต่อความยากในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะว่าหน่วยงานภาครัฐควรมีการบูรณาการระหว่างกัน โดยรวมบริการด้านต่าง ๆ ไว้ที่เดียวกัน เพื่อเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกิจ
- 3) การเงิน:** การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเป็นพื้นฐานต่อการเติบโตของ SMEs ซึ่งรัฐบาลควรให้การการันตีสินเชื่อให้กับ SMEs เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสถาบันทางการเงินในการปล่อยสินเชื่อ SMEs

- 4) **การสนับสนุน:** ร้อยละ 80 ของผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจ กล่าวว่า การสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของ SMEs ทั้งนี้ การเริ่มต้นและเติบโตของ SMEs ได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน อาทิ การสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากรัฐบาล หรือการสนับสนุนจากองค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ (NGOs) เป็นต้น
- 5) **เทคโนโลยี:** ผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจมองว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สำคัญรวมไปถึงระบบฐานข้อมูลและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่จำเป็นต่อการทำงานประจำวัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน การลดขั้นตอน และสนับสนุนการติดต่อระหว่างผู้จัดหา (Supplier) กับผู้ประกอบการหรือระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าทั่วโลก

แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวถูกออกแบบเป็นกรอบแนวคิดหลัก 5 ประการ เพื่อเป็นแนวทางพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ยังอยู่ในระดับเริ่มต้น และมีข้อจำกัดหลายด้านในประเทศโอमान และกลุ่มประเทศเอเชียกลางไปจนถึงเมดิเตอร์เรเนียนบางส่วน

2) ประเทศฟินแลนด์

ฟินแลนด์เป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในด้านของการเป็นแหล่งเงินทุนที่ดี มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีการวิจัย อบรม และส่งเสริมที่ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม เนื่องจากมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การที่ให้อิสระกับหน่วยงานรัฐในการสนับสนุน โดยไม่มุ่งเน้น KPI เนื่องจากหน่วยงานรัฐจะต้องหารายได้ส่วนหนึ่งเอง ซึ่งรายได้ของหน่วยงานรัฐมาจากความสำเร็จของ SME เช่น การถือหุ้นใน SME ผ่านการทำ Venture Capital (VC) และ Crowdfunding (CF) และหน่วยงานรัฐของประเทศฟินแลนด์มีความอิสระในการดำเนินงาน โดยหน่วยงานรัฐสามารถทำกำไร/รายได้จากการให้กู้ หรือ VC หรือ CF พร้อมทั้งไม่มีระบบราชการยุ่งยากซับซ้อน อีกทั้งหน่วยงานตรวจสอบของประเทศฟินแลนด์ไม่ได้มีวิสัยทัศน์ในการจับผิด และเพิ่มกฎระเบียบเพื่อลดการคอร์รัปชันแต่อย่างใด จึงทำให้ฟินแลนด์ประสบความสำเร็จดี สำหรับด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์กรความรู้ และวัฒนธรรม (HRD, STI, and Culture) ฟินแลนด์ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศ และฟินแลนด์เป็นประเทศที่มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถกำหนดความต้องการในแต่อุตสาหกรรมของโลกได้มากนัก จึงทำให้เกิดอุปสรรคในการเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมอื่นระหว่างประเทศ ทั้งนี้ ฟินแลนด์มีอุตสาหกรรมหลักเพียงไม่กี่ด้านเท่านั้น เช่น อุตสาหกรรมไม้ อุตสาหกรรมพลังงาน และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น โดยฟินแลนด์มีการนำเทคโนโลยีของโนเกียมาต่อยอดในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มของโลกเท่าใดนัก จึงขาดอุตสาหกรรมหลักที่จะเชื่อมโยงได้ และทำให้ฟินแลนด์ต้องไปเชื่อมโยงกับด้านเทคโนโลยีกับต่างประเทศแทน

จะเห็นได้ว่า แม้ฟินแลนด์จะประสบความสำเร็จในการเป็นแหล่งเงินทุนที่ดี และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐเป็นอย่างดี แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น เมื่อทำการศึกษา Ecosystem ในแต่ละด้านของแต่ละประเทศที่จะมีการศึกษาในเชิงลึกต่อไป สามารถนำมาปรับใช้ให้เข้ากับ Ecosystem ของไทยได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องนำสิ่งที่ต่างประเทศประสบความสำเร็จมาปรับใช้ทั้งหมด เพียงนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของไทย และมีผลกระทบในวงกว้างมากที่สุดต่อไป

ตารางที่ 2.9: ตัวอย่างสรุปการศึกษานโยบาย/มาตรการด้าน Ecosystem ในประเทศฟินแลนด์

	Policies Toward	Success or Failure	Key Success/Failure Factors
Regulation			
Control/Ease	ลดกระบวนการ แต่ป้องกันความปลอดภัย จึงขาดเตรียมเอกสาร	Failure	ระบบเอกสารยุ่งยาก จึงอยู่เพียงอันดับ 20 ของโลก ทั้งที่น่าจะสูงกว่านี้
Integrated Policy	ไม่มีหน่วยงานกลาง แต่ทุกหน่วยงานรู้จักกัน และมีระบบส่งผ่านที่ดี	Success	ไม่มีระบบราชการยุ่งยาก ได้ KPI (ส่วนแบ่งจากการส่งผ่าน/แนะนำ)
Market			
Domestic	เน้นให้เป็นตลาดนำร่อง โดยคนฟินแลนด์ทุกคนเข้าถึงดิจิทัล	Success	เนื่องจากตลาดในประเทศมีขนาดเล็ก จึงต้องเชื่อมกับตลาดต่างประเทศได้ดี ซึ่งคนฟินแลนด์มีภาษาอังกฤษดี และเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมสูง
Global	เชื่อมโยงกับบริษัทเล็กในประเทศ กับบริษัทใหญ่ระดับโลก เช่น การสร้าง Platform	Success	
Finance			
SME Affordability	Soft Loan แบบถั่วตั้งใจทำแล้วยัง “เจ๋ง” อาจยกหนี้ให้	Success	<ul style="list-style-type: none"> ให้อิสระกับหน่วยงานรัฐ สามารถทำกำไร/รายได้จากการให้กู้ หรือ VC หรือ CF KPI มีไม่มาก เพราะ หน่วยงานรัฐ “ต้องทำอะไร และหารายได้เองด้วย”
Type of Financing	<ul style="list-style-type: none"> Venture Capital (VC) Crowd Fund (CF) 	Success	เป็นประเทศแรก ๆ ที่เน้น VC และ CF ตั้งแต่ก่อนใช้คำว่า Crowd Fund และรัฐกล้าที่จะลงทุน ไม่มีปัญหา Mind set ของหน่วยงานตรวจสอบ
Support			
Infrastructure	“แม้ถนนลาดยาง ทางรถไฟไม่มี แต่ไอทีต้องเกิด”	Success	รัฐเน้นให้ออกชนดำเนินการ พื้นที่ไหนสัมปทานได้ให้ทำ พื้นที่ไหนไม่ได้ให้ใช้งบประมาณ
Academic Institute	<ul style="list-style-type: none"> อาจารย์ทำวิจัยแลกหุ้น จ้างอาจารย์ทำวิจัย และอบรม ตามความต้องการกองทุน 	Success	<ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานรัฐที่ให้ทุน ได้รายได้จากหุ้นที่ VC ไว้กับเอกชน จึงต้องเลือกการวิจัยที่ทำกำไรได้จริง กิจการที่ VC ไว้ล้วนเป็น Tech Base จึงต้องเน้นการวิจัยจริงจัง อาจารย์ฟินแลนด์ไม่เน้นการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ
Support Industries	ไม่เด่น	Failure	เป็นประเทศเล็ก อุตสาหกรรมหลัก คือไม้ กับพลังงาน และดิจิทัล จึงเชื่อมกับ SME ยาก จึงต้องโยงกับต่างประเทศ
HRD, STI, and Culture			
HRD	จ้างอาจารย์อบรม ตามความต้องการกองทุน	-	<ul style="list-style-type: none"> สำเร็จระดับหนึ่ง แต่ไม่เท่าการให้หุ้นอาจารย์ในการทำวิจัย อาจารย์ฟินแลนด์ไม่เน้นการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

	Policies Toward	Success or Failure	Key Success/Failure Factors
STI	<ul style="list-style-type: none"> • อาจารย์ทำวิจัยแลกหุ้น • นำ patents ของ Nokia มาต่อยอด 	Success Failure	<ul style="list-style-type: none"> • สำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรม แต่เนื่องจากประเทศเล็กจึงกำหนดเทรนด์โลกไม่ได้มาก • เทคโนโลยีที่ Nokia พัฒนาไว้ไม่ได้ไปในทิศทางที่เป็นเทรนด์โลกเท่าใดนัก จึงต่อยอดได้ไม่มาก แม้จะมีมากกว่า 1,000 ชิ้น
Culture	รัฐไม่ได้ส่งเสริมนัก แต่ทำความเข้าใจวัฒนธรรมเดิม และไม่ได้เปลี่ยนแปลง	-	มีวัฒนธรรมผู้ประกอบการแบบเกื้อกูลกัน คืออยู่เป็นกลุ่ม (Clan) มาแต่อดีต จึงเข้าใจการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์

ที่มา: ประมวลผลโดย มุลนิธิ สวค.

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงตัวอย่างของการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และนิยามของวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการศึกษา เพื่อให้ภาครัฐมีแนวทางในการออกแบบและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อและสนับสนุนต่อการเติบโตของธุรกิจ โดยในเบื้องต้นสามารถจัดกลุ่มปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ออกได้เป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

- **กฎระเบียบ (Regulation)** ศึกษา 2 ด้าน คือ 1) กฎระเบียบที่เป็นไปเพื่อการควบคุมหรือมาตรการผ่อนคลายนในด้านต่าง ๆ เช่น การเปิดธุรกิจ การขอใบอนุญาต และภาษี เป็นต้น และ 2) นโยบายด้านการบูรณาการที่มีความเชื่อมโยง Ecosystem ด้านต่าง ๆ
- **ตลาด (Market)** คือ ตลาดในประเทศ เช่น ขนาด ราคา และแนวโน้ม และตลาดต่างประเทศ เช่น การส่งออก และการค้า เป็นต้น
- **การเงิน (Finance)** ศึกษาทั้งระบบการเงินดั้งเดิม เช่น ระบบธนาคาร และระบบการเงินสมัยใหม่ อาทิ คราวด์ฟันดิง (Crowdfunding) แองเจิลฟันด์ (Angel Fund) และเวนเจอร์แคปิตอล (Venture Capital) และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME
- **ปัจจัยสนับสนุน (Support)** ศึกษา 3 ด้าน คือ (1) โครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น ระบบการคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า ประปา และระบบไอซีที (2) สถาบันการศึกษา ทั้งในฐานะผู้ผลิตบุคลากรใหม่ ผู้พัฒนาบุคลากรเดิม และผู้วิจัยและพัฒนา (R&D) และ (3) อุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ บริการดิจิทัลไอที และบริษัทที่ปรึกษา เป็นต้น
- **ทรัพยากรมนุษย์ องค์กรความรู้ และวัฒนธรรม (HRD, STI, and Culture)** โดยด้านทรัพยากรมนุษย์จะพิจารณา ทั้งเชิงปริมาณ (กำลังแรงงาน) เชิงคุณภาพ (แรงงานทักษะ) และการจัดการแรงงาน ด้านองค์กรความรู้ จะพิจารณาทั้งเทคโนโลยีองค์กรความรู้หลักของประเทศ การพัฒนาเทคโนโลยีทั้งด้านดิจิทัลและไม่ใช้ดิจิทัล ส่วนด้านวัฒนธรรมจะเน้นที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นสำคัญ เช่น ทักษะคิดต่อการทำธุรกิจ การถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์กรความรู้ และระบบเครือข่าย (Networking)

ตารางที่ 2.10: กรอบการศึกษาระบบและมาตรการพัฒนาระบบ Ecosystem ในประเทศตัวอย่าง

Regulation	Market	Finance	Support	HRD, STI, and Culture
Control/Ease	Domestic	Type of Financing	Infrastructure	HRD
- Open	- Price	Interest Rate/NPL	- Transport	- Labor Forces
- License	- Taste and Trend	SME Affordability	- Utilities	- Unskilled vs Skilled
- Tax	- Size	Policy Toward	- ICT	- Seeking for Labor
- Dispute	- Policy Toward		- Policy Toward	- Policy Toward
- Policy Trend Toward	Global		Academic Institute	STI
Integrated Policy	- Export/Trade to GDP		- for Human Resource	- Hi-light on Tech Sectors
- How Gov. Links all dimension Together	- Policy Toward		- for Post Grad Training	- Digital Worker
			- for R&D	- Digital Tech Dev
			- Policy Toward	- Non Digital Worker
			Support Industries	- Non Digital Tech Dev
			- Digital & ICT	- Policy Toward
			- Logistics	Culture
			- Media & Advertisement	- Net Working
			- Legal, Engineering, Consults and other support Firms	- Tech Transfer
		- Policy Toward	- Business Attitude	
			- Policy Toward	

ปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการการช่วยเหลือและพัฒนาของวิสาหกิจที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม จึงจะเป็นประโยชน์และสามารถช่วยสนับสนุนให้เกิดการเติบโตได้อย่างแท้จริง

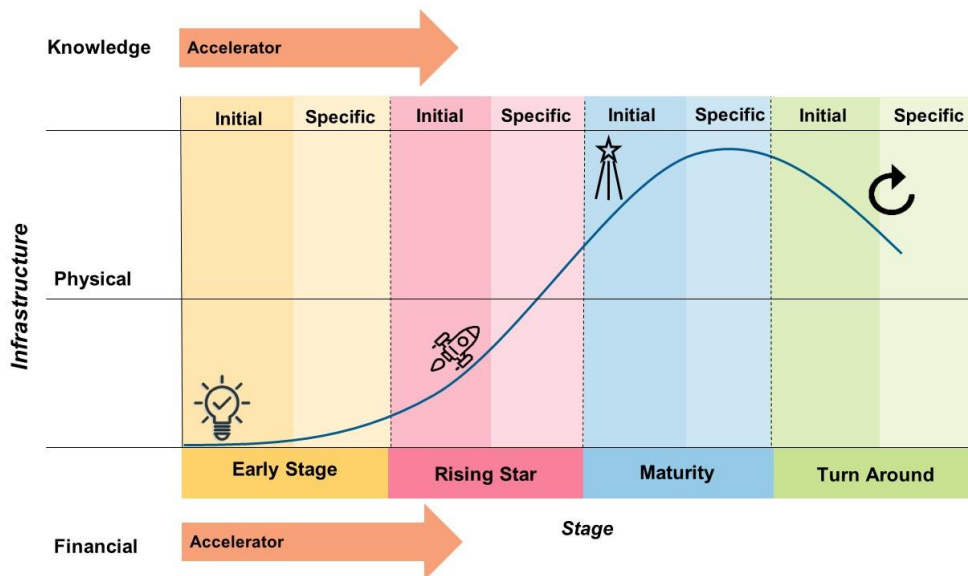
ดังนั้น การกำหนดกรอบแนวคิดของการส่งเสริม MSE จึงอาศัยตัวแบบวัฏจักรธุรกิจหรือวงจรธุรกิจ (Business Cycle Model) ในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับธรรมชาติของการดำเนินธุรกิจ ที่มีช่วงระยะของการเติบโต ซึ่งแต่ละช่วงจะมีสภาพปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกันประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------|---|
| 1) Startup / Early Stage | ▶ ช่วงของการเริ่มต้นธุรกิจ |
| 2) Growth / Rising Star | ▶ ช่วงธุรกิจรุ่งเรืองหรือขึ้นของการเติบโต |
| 3) Maturity | ▶ ช่วงธุรกิจจืดจาง |
| 4) Decline / Turn Around | ▶ ช่วงระยะถดถอยหรือพลิกฟื้นธุรกิจ |

รวมไปถึงการคำนึงถึงความจำเป็นเบื้องต้น (Initial) และความจำเป็นเฉพาะธุรกิจ (Specific) ที่ต้องการการสนับสนุนที่แตกต่างกันในมิติต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาของการเติบโต ขนาดของวิสาหกิจ อีกทั้งการกำหนดให้มีตัวเร่ง (Accelerator) จะเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเป็นปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจสามารถเติบโตและเข้มแข็งได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การศึกษาทบทวนดังกล่าว จะนำไปใช้กำหนดกรอบแนวความคิดและแนวทางในการดำเนินงาน รวมทั้งกรณีการศึกษาของต่างประเทศ (Case Study) และแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practices) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการออกแบบและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) แต่ละกลุ่มอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ภาพที่ 2.13: MSE Ecosystem



ที่มา: มุลินธิ สวค.

2.4 นิยามศัพท์

สำหรับนิยามศัพท์ที่ใช้การศึกษาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ของ MSE สามารถสรุปได้ดังนี้

- **MSE (Micro/Small Enterprises)** หมายถึง M: Micro (รายย่อย) S: Small (ขนาดย่อม) E: Enterprises (ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ)
- **MSME (Micro, Small and Medium Enterprises)** หมายถึง M: Micro (รายย่อย) S: Small (ขนาดย่อม) M: Medium (ขนาดกลาง) E: Enterprises (ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ)
- **โครงสร้างพื้นฐานด้านกายภาพ (Physical Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพซึ่งจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ สามารถแสดงออกมาให้เห็น และ/หรือจับต้องได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งถูกสร้างโดยภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ นโยบายการสนับสนุน ระเบียบและกฎหมายการประกอบธุรกิจ ตลาดสำหรับการซื้อขาย การระบบการจัดเก็บข้อมูล ระบบการชำระเงิน เครือข่ายการสื่อสาร Co-Working Space
- **โครงสร้างพื้นฐานด้านความรู้ (Knowledge Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานด้านความรู้ที่สนับสนุนให้เกิดองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นองค์ความรู้ทั่วไปตั้งแต่การเริ่มธุรกิจจนถึงองค์ความรู้แบบเฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มธุรกิจ อาทิ มหาวิทยาลัย ศูนย์บ่มเพาะกระทรวงพาณิชย์ สถาบันอาหาร บริษัทที่ปรึกษา Youtuber
- **โครงสร้างพื้นฐานด้านการเงิน (Financial Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานด้านการเงินที่สนับสนุนแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ สำหรับการจ้างงาน การลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องจักร ระบบต่าง ๆ ซึ่งแหล่งเงินทุนดังกล่าวมีทั้งภาครัฐ และเอกชนที่มีนโยบายการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อาทิ ธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์
- **ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Ecosystem)** หมายถึง ระบบนิเวศหรือปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นการรวมตัวกันของธุรกิจ บุคคลหรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินกิจกรรมและเชื่อมโยงกันในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีการร่วมมือและสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ
- **ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)** หมายถึง ระยะเวลาของการเริ่มต้นการดำเนินธุรกิจ เป็นช่วงที่ผู้ประกอบการต้องใช้เงินลงทุนก้อนแรกเพื่อจัดตั้งกิจการ และนำทักษะความรู้ที่ผู้ประกอบการมีอยู่มาใช้ดำเนินธุรกิจ เป็นช่วงที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการกำลังเริ่มเข้าสู่ตลาด ต้องอาศัยการทำการตลาดเข้ามาช่วยให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค ยอดขายมีการเจริญเติบโตอย่างช้า ๆ และยังไม่มีความมั่นคงในตลาด โอกาสในการเกิดผลกำไรยังอยู่ในระดับต่ำ
- **ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)** หมายถึง ระยะที่ดำเนินธุรกิจมาช่วงเวลาหนึ่งแล้ว และกิจการดำเนินไปได้ด้วยดี ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคแล้ว ธุรกิจมีรายได้และผลกำไรสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความต้องการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจ เพราะเล็งเห็นโอกาสเติบโตไปได้ในอนาคต
- **ช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity)** หมายถึง ระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจเริ่มมีการอิมมัตูในตลาดแล้ว เป็นระยะที่มียอดขายและผลกำไรสูงสุดแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องลงทุนเพื่อเพิ่มกำลัง

การผลิต ในขณะที่ยอดขายมีโอกาสดลดลง เนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงต้องอาศัยการทำการตลาดเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้คงอยู่ ทำให้ผลกำไรที่ได้รับค่อย ๆ ลดลง

- **ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)** หมายถึง ระยะที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจได้รับความนิยมน้อยลงเรื่อย ๆ จึงทำให้ยอดขายและผลกำไรลดลง จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งหากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน ก็จะทำให้ธุรกิจนั้นสามารถพลิกฟื้นกลับมาได้ ซึ่งในส่วนนี้จะเกิดค่าใช้จ่ายในการทำตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ แต่หากเกิดกรณีไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนไปยังธุรกิจอื่นหรือออกจากตลาดไป
- **ความจำเป็นเบื้องต้น (Initial Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในระดับเบื้องต้นในแต่ละช่วงธุรกิจ ซึ่งแต่ละธุรกิจอาจมีความคล้ายคลึงกันในบางส่วน จึงสามารถใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกันได้
- **ความจำเป็นเฉพาะ (Specific Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจแบบเฉพาะเจาะจงในแต่ละช่วงธุรกิจ และประเภทธุรกิจ
- **ตัวเร่ง (Accelerator)** คือ ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการเติบโตของธุรกิจได้อย่างรวดเร็วในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยแตกต่างกันในแต่ละช่วงธุรกิจ
- **กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)** คือ ส่วนหนึ่งของประชากรที่เลือกมาศึกษา ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยประชากรในการศึกษา คือ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)
- **สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)** หมายถึง การซักถามพูดคุยกันอย่างละเอียดระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ (กลุ่มตัวอย่าง) เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ชัดเจนทุกประเด็นจากการสัมภาษณ์
- **การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)** หมายถึง การจัดประชุมที่รวบรวมกลุ่มตัวอย่างมาประชุมร่วมกัน เพื่อช่วยกันระดมความคิดเห็นในประเด็นที่ถูกกำหนดขึ้นมา
- **แบบสอบถาม (Questionnaire)** หมายถึง เครื่องมือการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งมีรูปแบบคำถามที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงจากการสำรวจ

บทที่ 3

การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ

3

การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ

3.1 หลักเกณฑ์การกำหนดประเทศเป้าหมายเพื่อทำการศึกษา

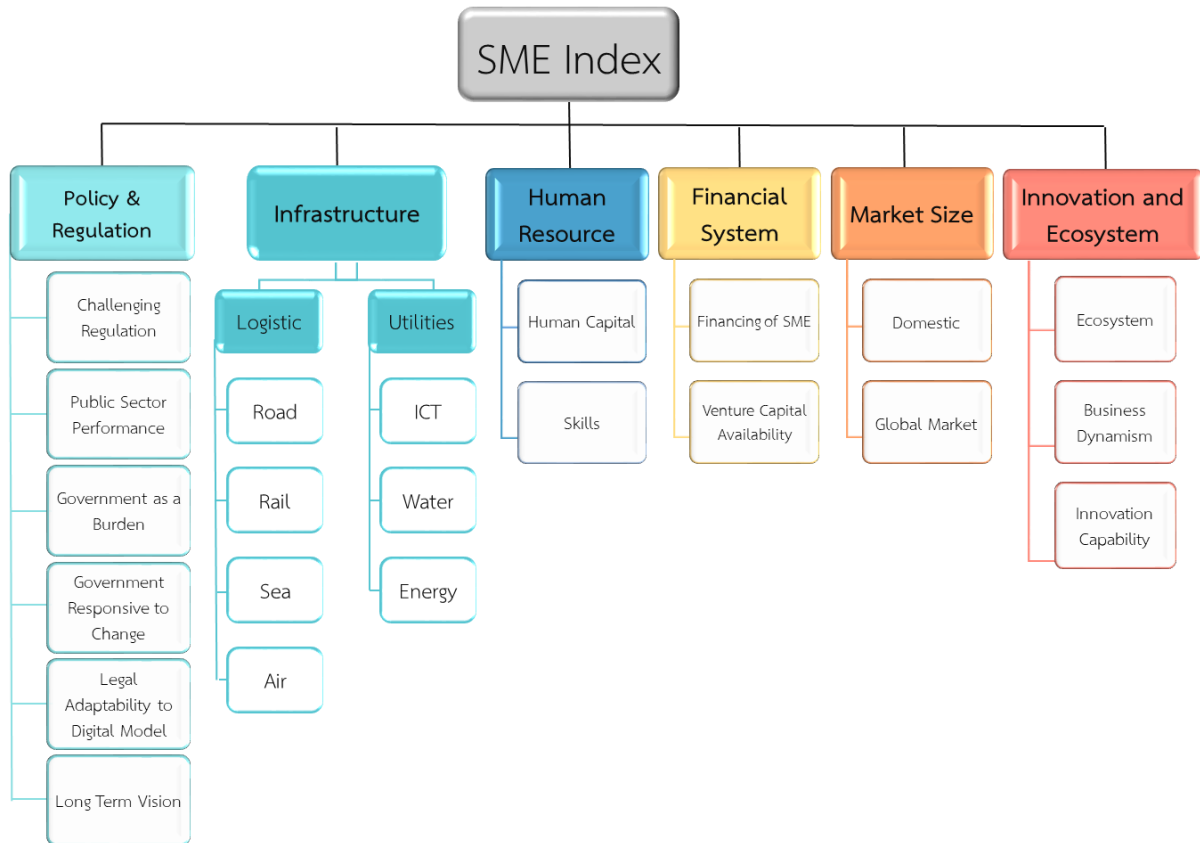
การกำหนดประเทศเป้าหมายเพื่อทำการศึกษาจะแบ่งประเทศออกเป็น 4 กลุ่ม ตามลำดับความสามารถในการแข่งขันด้าน SME ของประเทศ คือ ประเทศที่อยู่ระดับสูงกว่าไทยมาก ประเทศที่อยู่ระดับสูงกว่าไทย ประเทศที่อยู่ระดับใกล้เคียงกับไทย และประเทศที่อยู่ระดับต่ำกว่าไทย สำหรับประเทศที่อยู่ระดับต่ำกว่าไทยจะไม่นำมาทำการศึกษา ส่วนประเทศในแต่ละระดับจะคัดมาอย่างน้อย 1 ถึง 2 ประเทศ เพื่อมาศึกษาให้เห็นถึงแนวทางขั้นการพัฒนา (Stepping Stone) ของไทย ดังนั้น ในส่วนของการเลือกประเทศจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ (1) การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้าน SME ของแต่ละประเทศทั่วโลก และการแบ่งระดับชั้นออกเป็น 4 ชั้น และ (2) การหยิบยกประเทศจาก 3 ระดับชั้น เพื่อมาทำการศึกษาเชิงลึกต่อไป ผลการศึกษาและการคัดเลือกปรากฏดังนี้

3.1.1 การจัดอันดับประเทศ

แนวทางการจัดอันดับประเทศ ได้ใช้การจัดทำดัชนี โดยนำมิติ/ดัชนีย่อย ในดัชนีความสามารถในการแข่งขันของโลก (Global Competitiveness Index: GCI) ปี 2018 ที่จัดทำโดย World Economic Forum (WEF) มาจัดทำเป็นดัชนีใหม่สำหรับ SME กล่าวคือ เลือกเฉพาะดัชนีย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME เป็นหลักมาใช้ในการชี้วัดเท่านั้น เหตุผลที่ดัดแปลง GCI มาพัฒนาเป็น SME Index เนื่องจาก GCI มีข้อมูลครบถ้วน รอบด้าน ครอบคลุม 139 ประเทศ และเป็นที่ยอมรับ จึงมีความสะดวก เหมาะสม และน่าเชื่อถือกว่าการใช้ดัชนีอื่น ๆ

สำหรับการปรับปรุงเป็นดัชนีสำหรับ SME นี้ เป็นลักษณะของดัชนีถ่วงน้ำหนักที่ทำการให้น้ำหนักแบบระดับชั้น (Hierarchical Weighted) กล่าวคือ ในระดับชั้นแรก ได้แก่ ด้านนโยบายภาครัฐ (Policy and Regulation) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ด้านระบบการเงิน (Financial System) ด้านขนาดตลาด (Market Size) และด้านนวัตกรรม และสภาพแวดล้อมทางนวัตกรรม (Innovation and Ecosystem) จะมีน้ำหนักเท่ากันคือ $1/6$ หรือ 0.17 เท่ากัน ส่วนมิตีย่อยในชั้นถัดไปจะถ่วงน้ำหนักลดหลั่นลงไป เช่น ในโครงสร้างพื้นฐานแบ่งออกเป็นระบบโลจิสติกส์กับระบบสาธารณูปโภค (Utilities) นั้น 2 ส่วนนี้จะได้ถ่วงน้ำหนักเท่า ๆ กัน คือ $1/2$ หรือ 0.5 ของโครงสร้างพื้นฐาน คือ 0.09 ในขณะที่ด้านโครงสร้างพื้นฐานแบ่งออกเป็น 3 มิตีย่อย ในแต่ละมิตีย่อยก็จะได้รับการถ่วงน้ำหนักเท่ากันเช่นกัน นั่นคือ $1/3$ ของ 0.09 เท่ากับ 0.03 นั่นเอง ทั้งนี้ มิติและดัชนีย่อยของดัชนี SME แสดงดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1: มิติ และดัชนีย่อยของดัชนี SME



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ผลการจัดอันดับ พบว่า ไทยอยู่ในอันดับที่ 35 ของโลก โดยอันดับ 1 คือ สหรัฐฯ อันดับ 2 คือ เยอรมนี และอันดับ 3 คือ สิงคโปร์ ทั้งนี้ มิติที่ไทยมีคะแนนน้อย หรือ เห็นได้ชัดว่าเป็นจุดด้อยเมื่อเทียบกับด้านอื่น คือ **ด้านนโยบายรัฐ** ซึ่งประกอบไปด้วยดัชนีด้าน วิสัยทัศน์ระยะยาว ส่วนร่วมของเอกชน ในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย คุณภาพขององค์กรสาธารณะ การไม่เป็นภาระของมาตรการรัฐ ความพร้อม ในการเปลี่ยนแปลงของรัฐ และการปฏิรูปกฎหมายสู่ระบบดิจิทัล **ด้านระบบการเงิน** ซึ่งประกอบไปด้วย ความพร้อมของระบบร่วมทุน (venture capital) การเงินสำหรับ SME และ **ด้านนวัตกรรม** ซึ่งประกอบด้วย ด้านระบบนิเวศของนวัตกรรม ด้านการปรับตัวของภาคธุรกิจ และศักยภาพด้านนวัตกรรม

ด้วยอันดับที่ 35 ของไทย จึงสามารถแบ่งระดับ 4 ระดับ ได้แก่

- (1) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทยมาก ได้แก่ ประเทศในลำดับที่ 1 ถึง 15
- (2) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทย ได้แก่ ประเทศในลำดับที่ 16 ถึง 25
- (3) ประเทศที่มีศักยภาพใกล้เคียงไทย ได้แก่ ประเทศในลำดับที่ 26 ถึง 34
- (4) ประเทศที่มีศักยภาพต่ำกว่าไทย ได้แก่ ประเทศในลำดับต่ำกว่า 35

ตารางที่ 3.1: อันดับประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขัน SME มากที่สุดในโลก 40 อันดับแรก ปี 2018

Rank	Countries	Policy	Infrastructure	HRD	Finance	Marketing	Innovation	SCORE
1	United States	77.96	85.39	85.92	78.21	99.20	86.50	85.53
2	Germany	69.54	85.79	87.48	69.38	85.82	84.55	80.43
3	Singapore	80.07	81.84	82.02	65.92	71.05	74.84	75.96
4	Japan	61.77	89.63	80.26	57.47	86.69	77.51	75.55
5	Netherlands	67.06	88.36	87.23	56.47	73.95	78.91	75.33
6	Switzerland	69.07	89.65	90.42	59.36	65.90	77.34	75.29
7	United Kingdom	63.15	84.61	83.43	58.17	81.66	79.06	75.01
8	Finland	71.36	78.57	89.61	68.16	57.39	77.31	73.73
9	Sweden	65.12	82.15	87.19	61.80	65.07	79.81	73.52
10	Hong Kong SAR	69.88	81.05	83.06	61.25	71.09	68.20	72.42
11	China	59.63	75.33	69.41	57.07	100.00	64.51	70.99
12	Malaysia	71.34	74.32	75.71	65.69	73.04	64.63	70.79
13	Canada	57.35	75.93	85.06	52.26	76.71	75.50	70.47
14	Israel	57.28	77.92	84.49	66.92	59.16	76.83	70.43
15	Korea, Rep.	52.37	90.36	79.08	42.88	78.51	74.93	69.69
16	France	51.81	85.56	79.17	46.93	81.46	72.73	69.61
17	Denmark	60.17	83.56	86.82	48.36	59.55	77.25	69.29
18	Norway	61.88	71.97	87.50	56.72	61.34	72.40	68.63
19	Taiwan, China	52.10	71.06	80.05	57.67	74.16	76.56	68.60
20	Luxembourg	73.67	80.66	80.08	60.15	49.95	66.99	68.58
21	Australia	54.55	74.01	85.33	52.21	72.29	72.50	68.48
22	United Arab Emirates	74.50	74.76	69.90	59.38	70.98	59.18	68.12
23	Belgium	49.27	81.02	82.98	52.59	68.95	73.60	68.07
24	New Zealand	67.57	72.48	86.34	59.31	53.79	68.90	68.07
25	Austria	52.62	82.62	82.84	48.29	64.33	72.07	67.13
26	Qatar	69.73	69.79	74.59	61.67	60.42	57.99	65.70
27	Spain	41.51	85.39	78.00	45.42	76.69	64.56	65.26
28	Ireland	57.16	72.32	83.54	41.74	64.03	71.99	65.13
29	Saudi Arabia	68.25	70.45	75.09	49.78	76.26	49.30	64.85
30	India	64.16	60.98	54.22	58.89	92.68	57.46	64.73
31	Indonesia	59.00	63.32	65.08	53.28	81.62	53.05	62.56
32	Czech Republic	39.19	78.41	76.81	51.01	64.57	63.74	62.29
33	Oman	68.85	67.11	73.54	55.90	55.77	47.69	61.48
34	Iceland	60.50	66.95	87.04	49.31	31.46	71.16	61.07
35	Thailand	49.08	64.99	68.64	50.99	74.88	56.53	60.85
36	Estonia	56.18	72.33	79.18	52.02	42.32	60.90	60.49
37	Portugal	45.41	78.54	76.13	40.52	60.13	61.39	60.35
38	Russian Federation	49.80	69.29	67.39	33.47	83.96	56.80	60.12
39	Italy	31.84	77.32	77.35	27.28	79.08	65.57	59.74
40	Azerbaijan	63.77	68.06	68.25	49.96	53.95	52.38	59.39

ที่มา: มูลินนิธิ สวค. ข้อมูลจาก WEF. (2018).

3.1.2 การเลือกประเทศ

ในการเลือกประเทศในแต่ละระดับนั้น จะไม่เลือกจากอันดับ เนื่องจากผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่าในแต่ละระดับ ประเทศในกลุ่มดังกล่าวมีศักยภาพที่ใกล้เคียงกัน คือ สูงกว่ากันไม่มากนัก นอกจากนั้น อาจสูงกว่าเพียงบางมิติ และต่ำกว่าบางมิติก็ได้ ในการเลือกจึงจะเลือกจากความเหมาะสม คือ (1) มีความคล้ายคลึงกับไทย ทั้งด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ ทรัพยากรสำคัญ วัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น และ (2) เป็นประเทศที่มีข้อมูลจำนวนมากเพื่อให้ศึกษาเชิงลึกโดยเฉพาะประเทศที่ใช้ภาษาสากล ผู้วิจัยจึงได้เลือกประเทศในแต่ละชั้นที่ทำการศึกษา ชั้นละ 1-2 ประเทศและมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

- (1) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทยมาก ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศเกาหลีใต้
- (2) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทย ได้แก่ ประเทศไต้หวัน
- (3) ประเทศที่มีศักยภาพใกล้เคียงไทย ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย

3.2 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศจีน

กิจการขนาดย่อมและขนาดกลางของจีนมีบทบาทและเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นอย่างมาก จากข้อมูลสถิติปี 2017 พบว่าในประเทศจีนมีธุรกิจดังกล่าวสูงถึงร้อยละ 99.6 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศจีน และเป็นแหล่งสร้างงานที่สำคัญในกับคนในประเทศถึงร้อยละ 80 มีการถือครองสิทธิบัตรถึงร้อยละ 70 สร้างรายได้ทางภาษีคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของรายได้จากภาษีทั้งหมดของภาครัฐ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ของ GDP¹

นิยามของ SME ในจีนตาม SME Promotion Law 2017 ระบุว่า SME คือ บริษัทซึ่งมีขนาดค่อนข้างเล็กทั้งในด้านบุคลากรและขอบเขตธุรกิจ สำหรับเกณฑ์ในการแบ่งประเภทกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมตามที่รัฐบาลของจีนกำหนด จะแบ่งกิจการออกเป็นวิสาหกิจรายย่อย ขนาดย่อมและขนาดกลาง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่หลากหลาย อาทิ อุตสาหกรรมที่กิจการนั้นอยู่ ยอดขาย สินทรัพย์รวม และจำนวนลูกจ้าง และสามารถสรุปนิยามของ SME ในจีนตามประเภทอุตสาหกรรมและขนาดของธุรกิจได้ดังตารางที่ 3.2²

ตารางที่ 3.2: รายละเอียดนิยาม SME ของประเทศจีน

ประเภทอุตสาหกรรม	SME		กิจการขนาดกลาง (Medium Business)		กิจการขนาดย่อม (Small Business)		กิจการรายย่อย (Micro-enterprises)	
	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย
เกษตรกรรม ป่าไม้ ประมงและสัตว์น้ำ	-	≤ 20 ล้าน	-	≥ 5 ล้าน	-	≥ 5 แสน	-	≤ 5 แสน
การผลิต	< 1,000 คน	≤ 400 ล้าน	≥ 300 คน	≥ 20 ล้าน	≥ 20 คน	≥ 3 ล้าน	< 20 คน	≤ 3 ล้าน
การก่อสร้าง	-	≤ 800 ล้าน	-	≥ 60 ล้าน	-	≥ 50 ล้าน	< 10 คน	≤ 50 ล้าน
ขายส่ง	< 200 คน	≤ 400 ล้าน	≥ 20 คน	≥ 50 ล้าน	≥ 5 คน	≥ 10 ล้าน	< 5 คน	≤ 10 ล้าน

¹ EU SME Centre. (2019). *SMEs in China: Policy Environment Report*.

² OECD. (2016). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing: Paris, https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en.

ประเภทอุตสาหกรรม	SME		กิจการขนาดกลาง (Medium Business)		กิจการขนาดย่อม (Small Business)		กิจการรายย่อย (Micro-enterprises)	
	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย
ขายปลีก	< 300 คน	≤ 200 ล้านบาท	≥ 50 คน	≥ 5 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท
ขนส่ง	< 1,000	≤ 300 ล้านบาท	≥ 300 คน	≥ 30 ล้านบาท	≥ 20 คน	≥ 2 ล้านบาท	< 20 คน	≤ 2 ล้านบาท
คลังสินค้า	< 200	≤ 300 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 20 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 20 คน	≤ 1 ล้านบาท
ไปรษณีย์	< 1,000	≤ 300 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 20 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 20 คน	≤ 1 ล้านบาท
โรงแรม/บริการจัด เลี้ยง	< 300	≤ 100 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 20 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท
การส่งข้อมูลข่าวสาร	< 2,000	≤ 1,000 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท
ซอฟต์แวร์/บริการ ข้อมูล	< 300	≤ 100 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 5 แสน	< 10 คน	≤ 5 แสน
อสังหาริมทรัพย์	-	≤ 2,000 ล้านบาท	-	≥ 10 ล้านบาท	-	≥ 1 ล้านบาท	-	≤ 1 ล้านบาท
การจัดการ อสังหาริมทรัพย์	< 1,000	≤ 50 ล้านบาท	≥ 300 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 5 ล้านบาท	< 100 คน	≤ 5 ล้านบาท
เช่าซื้อและบริการ	< 300	≤ 1,200 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 80 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลผลจาก OECD. (2016).

หมายเหตุ: จำนวนเงินมีหน่วยเป็นหยวน

ธุรกิจ SME ยุโรปในปะเทศจีน³

SME ยุโรปในปะเทศจีนต้องเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นขนาดของธุรกิจ ซึ่งมีการแบ่งประเภทและนิยาม SME ที่แตกต่างจากในยุโรป และข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME อาทิ แหล่งเงินทุน การจัดการทางด้านเอกสาร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การขาดแคลนเทคโนโลยีหลักและทักษะในการบริหารจัดการ รวมถึงการกำหนดมาตรฐานและการจัดซื้อจัดจ้าง

คณะกรรมการยุโรป (European Commission) ได้แบ่งกิจการขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย โดยใช้เกณฑ์จำนวนพนักงานหรือลูกจ้างและยอดขายเป็นตัวกำหนด โดย SME คือ กิจการที่มีลูกจ้างน้อยกว่า 250 คน และมียอดขายต่อปีไม่เกิน 50 ล้านยูโร หรือมีสินทรัพย์รวม 43 ล้านยูโร ซึ่งคล้ายกับจีน ธุรกิจ SME เป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญในยุโรป โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 99.8 ของธุรกิจทั้งหมดในยุโรป ทำให้เกิดการจ้างงานร้อยละ 66.4 และสร้างมูลค่าเพิ่มร้อยละ 56.8 ทั้งนี้ ร้อยละ 93.1 ของ SME ทั้งหมด คือ กิจการรายย่อย (Micro Enterprises)

จากการสำรวจของ The European Business in China Business Confidence Survey (BCS 2019) ได้ทำการสำรวจกิจการยุโรป 585 กิจการที่อยู่ในปะเทศจีน พบว่ามีอัตราการตอบกลับ ร้อยละ 52 และครึ่งหนึ่งของกิจการดังกล่าวไม่ได้รับการให้บริการที่พึงพอใจจากรัฐบาลจีน

³ OECD. (2016). Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard. *OECD Publishing: Paris.*
[https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en.](https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en)

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของ SMEs และผู้ประกอบการในจีน

หลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการส่งเสริมการเติบโตของ SME โดยกำหนดเป็นกฎหมายและกฎระเบียบสำหรับ SME โดยเฉพาะ และหนึ่งในกฎหมายดังกล่าว คือ กฎหมายส่งเสริม SME ฉบับใหม่ (SME Promotion Law) ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ประกอบกับตลอดปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ และความตึงเครียดทางการค้ากับสหรัฐฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศและพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในประเทศจีนมากขึ้น และนโยบายสำหรับ SME ในประเทศจีนดังกล่าว มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

มาตรการสำหรับขั้นตอนในการจัดการ (Administrative Procedures) ต้นทุนในการจัดการเป็นหนึ่งในอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนา SME ในจีน โดยรัฐบาลจีนได้กำหนดไว้ในกฎหมายส่งเสริม SME เกี่ยวกับระบบการพิจารณาอนุมัติจัดตั้งบริษัท โดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ช่วยลดระยะเวลาในการอนุมัติ มีการพัฒนาบริการ Online และมีระบบการประเมินผลการบริการของภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งธุรกิจได้สะดวกเร็วขึ้น

2) ด้านการตลาด

รัฐบาลจีนมีการสนับสนุนการพัฒนาตลาด SME (SME Market Development) ผ่านกฎหมายส่งเสริม SME โดยสนับสนุนการพัฒนา SME ในตลาดต่างประเทศผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น การอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การลดขั้นตอนสำหรับผู้ที่ต้องเดินทางเข้าออกประเทศ ตลอดจนสนับสนุนสถาบันการเงินโดยอิงนโยบายระดับชาติในการให้สินเชื่อการนำเข้าและส่งออก

การแข่งขันและการจัดซื้อจัดจ้าง กฎหมายส่งเสริม SME สนับสนุนให้ SME มีส่วนร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐได้ โดยมีงบประมาณในการจัดซื้อสำหรับ SME มากกว่าร้อยละ 30 รวมถึงมีการผ่อนปรนข้อกำหนดมาตรฐานในการสั่งซื้อ การทบทวนการเสนอราคา และการจัดซื้อจัดจ้างแบบพิเศษ นอกจากนี้ ภาครัฐยังสร้างความมั่นใจในการแข่งขัน โดยใช้หลักการ “Three Equalities” ซึ่งเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างสำหรับ SME ตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่และขนาดย่อมด้วย

3) ด้านการเงิน

1. การจัดหาเงินทุน (Financing) โดยมีการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน
 - การสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐ ซึ่งเป็นแผนงาน 5 ปี ได้แก่ การจัดตั้งกองทุนพิเศษเพื่อการพัฒนา SME มุ่งเน้นกิจการขนาดย่อมและรายย่อย (Micro and Small Enterprises)
 - การสนับสนุนทางการเงินจากภาคเอกชน เป็นการสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อมจากสถาบันการเงิน รวมถึงมีข้อกำหนดใหม่บางประการเพื่ออำนวยความสะดวกทางการเงิน โดยการสนับสนุนทางการเงินทางตรง ได้แก่ กฎหมายการส่งเสริมการค้า SME ได้ส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบตลาดทุนหลายระดับ และตลาดตราสารหนี้ ตลอดจนช่องทางในการระดมทุนทางตรงของ SME ผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (National Equities

Exchange and Quotation: NEEQ) นอกจากนี้ รัฐบาลจีนได้ประกาศมาตรการ Fast-Tracking ในการเสนอขายหุ้น IPO ของ SME ซึ่งเป็นการกระตุ้นการจดทะเบียนของ SME ในตลาดหลักทรัพย์ด้วย ส่วนการสนับสนุนทางการเงินทางอ้อม ได้แก่ กฎหมายส่งเสริม SME อนุญาตให้ใช้ทรัพย์สินสังหาริมทรัพย์และลูกหนี้เป็นหลักประกันในการจัดหาเงินทุนที่มีหลักประกัน และยังส่งเสริมการค้าประกันสินเชื่อ การส่งเสริมการใช้สังหาริมทรัพย์เป็นช่องทางระดมทุนสำหรับ SME อีกด้วย

นอกจากนั้น ในปี พ.ศ. 2561-2562 จีนยังมีการปรับอัตราเงินสำรองสำหรับธนาคารขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อให้ธนาคารสามารถปล่อยเงินกู้ได้มากขึ้น ส่งผลให้มีการปล่อยสินเชื่อเงินกู้ให้แก่ SME เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 รวมถึงการขยายวงเงินสินเชื่อ Refinance หรือการปรับลดเพดานหนี้เสีย (NPL) โดยผลจากการสำรวจความพึงพอใจจากการใช้บริการหลังจากมีมาตรการผ่อนคลายทางด้านสินเชื่อ พบว่า

- ความง่ายในการขอสินเชื่อเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 6 ในปี พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 57 ในปี พ.ศ. 2562
- ระยะเวลาในการอนุมัติ จากเดิมมีอัตราการรอคอยนานอยู่ที่ร้อยละ 70 ในปี พ.ศ. 2561 ลดเหลือเพียงร้อยละ 14 ในปี พ.ศ. 2562
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลง จากเดิมร้อยละ 59 ในปี พ.ศ. 2561 เห็นว่าดอกเบี้ยสูงขึ้น ลดเหลือเพียงร้อยละ 17 ในปี พ.ศ. 2562

สำหรับการพัฒนามาตรการในระดับประเทศส่งผลให้ SME ภายในประเทศกับ SME ต่างชาติ มีสิทธิในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเท่ากัน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อกำไรสุทธิของ SME และบริษัทที่มีมูลค่าตลาดปานกลาง (Midcaps)

2. การลดภาระทางการเงิน (Reduction of Financial Burden) กฎหมายส่งเสริม SME (SME Promotion Law) มีการผ่อนปรนทางด้านภาษี การยกเว้นภาษีเงินได้หรือภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และลดค่าธรรมเนียม เพื่อเป็นการสนับสนุนกิจการขนาดย่อมและกิจการรายย่อย ดังนี้
 - จากเดิม กิจการที่มียอดขายต่อเดือนระหว่าง 20,000 ถึง 30,000 หยวน จะได้มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2563 มีการขยายวงเงินเป็นยอดขายระหว่าง 20,000 ถึง 100,000 หยวนต่อเดือน
 - SME ที่เสียภาษีไม่ถึง 1 ล้านหยวนต่อปี จะคิดภาษีจากรายได้เพียงร้อยละ 25 เท่านั้น
 - การปรับลดค่าธรรมเนียมในการดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการบริหาร โดยมีนโยบาย “Zero Charges” เพื่อเป็นการลดภาระทางการเงินได้อีกทางหนึ่ง

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

จีนให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) โดยมีมาตรการในการสร้างแรงจูงใจโดยใช้สิทธิบัตร เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใน SME มีการเพิ่มความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาความสามารถในการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของ SME เช่น การให้คำแนะนำ SME ใช้สิทธิบัตรในการจัดหาเงินทุนหรือขอเครดิตเงินกู้ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของ SME และกลไกการกำกับดูแล ภายใต้กฎหมายส่งเสริม SME มีกลไกตรวจสอบหน่วยงานของรัฐและองค์กรขนาดใหญ่ เพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิของ SME ไปจนถึงหน่วยงานระดับท้องถิ่น อาทิ การละเมิดสัญญา การฉ้อโกง การบงกชบังคับให้ SME เข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่ได้รับคำสั่ง การผูกขาด การประเมิณผล และมีการกำหนดมาตรฐานค่าธรรมเนียมในการดำเนินการที่เหมาะสมและไม่เอาเปรียบ SME เป็นต้น

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

การสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจ้างงานในประเทศจีน นับเป็นหนึ่งในปัญหาที่สร้างความกดดันให้ผู้ประกอบการ SME ทั้งนี้ จีนได้มีการจัดการโดยกฎหมายส่งเสริม SME ได้กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศแนะนำให้นักศึกษาจบใหม่ให้ทำงานในกิจการ SME รวมถึงมุ่งเพาะให้เกิดผู้ที่มีความสามารถทางด้านนวัตกรรมโดยการฝึกอบรมและให้ความรู้เฉพาะทาง และมีการให้ค่าตอบแทนหรือแรงจูงใจในการเข้าทำงานกับ SME เช่น ค่าเล่าเรียน เงินอุดหนุน และสินเชื่อการศึกษา เป็นต้น

การสนับสนุนนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการ เป็นยุทธศาสตร์และวาระระดับชาติที่จีนให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งทำให้จีนเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจและเป็นคู่แข่งประเทศยักษ์ใหญ่อย่างสหรัฐอเมริกา จีนมีการส่งเสริมการยกระดับเทคโนโลยีของ SME โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศขนาดใหญ่เผยแพร่แหล่งข้อมูลสำหรับ SME สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมการบูรณาการเทคโนโลยีไอทีสมัยใหม่กับการผลิตแบบดั้งเดิม

3.3 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้ให้ความสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและรายย่อยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เพื่อแก้ปัญหาการว่างงานจากวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น โดยถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศต้นแบบที่ต้องการผลักดันให้บริษัทขนาดเล็กเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้มีบริษัทขนาด MSE คิดเป็นร้อยละ 63 ของบริษัททั้งหมดในประเทศ มีอัตราการว่างงานประมาณร้อยละ 3.8 โดยข้อได้เปรียบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของประเทศเกาหลีใต้คือการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงการเข้ามามีบทบาทของศูนย์บ่มเพาะ (Incubators และ Accelerators) ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่เชื่อมส่วนต่าง ๆ ของปัจจัยแวดล้อมเข้าด้วยกันในด้านต่าง ๆ ดังนี้⁴⁵

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

ประเทศเกาหลีใต้มีการออกกฎหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนา MSE แยกออกมาจาก SME โดยพระราชบัญญัติสำคัญ ได้แก่ Act on Special Measure for Development of Small Enterprise และในปี พ.ศ. 2543 ได้มีการเพิ่ม Micro-Enterprise supporting Act เพื่อเพิ่มเติมวิสาหกิจรายย่อยเข้าไปในพระราชบัญญัติเดิม จนในปี พ.ศ. 2558 มีการออก Act on the Protection of and Support for Micro Enterprises เพื่อปกป้องและสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยโดยเฉพาะ ทำให้งบประมาณในการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2551 ที่มีงบประมาณ 287.5 พันล้านวอน (7.56 พันล้านบาท) เป็น 1,555 พันล้านวอน (40.88 พันล้านบาท) ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2559 ได้มีการออกแผนสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อย (1st Basic Plan for Micro-Enterprise Support) เพื่อเพิ่มศักยภาพทั้งด้านการเพิ่มผลประกอบการและการดำรงอยู่ของธุรกิจในระยะยาว

2) ด้านการตลาด

มีการสนับสนุนด้านการส่งออกผ่าน Export Marketing Program โดยหน่วยงานของรัฐ และผ่านทาง Incubators และ Accelerators ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมไปถึงมีการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับต่างประเทศ มีนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างจากรัฐบาล โดยรัฐบาลเกาหลีใต้มีความต้องการให้หน่วยงานของรัฐและบริษัทเอกชนจัดซื้อเทคโนโลยีจากวิสาหกิจ SME ที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาล มีตัวอย่างโครงการดังต่อไปนี้

- การส่งเสริมการส่งออก ประเทศเกาหลีใต้มีโครงการสนับสนุนศูนย์บริการเอกชนในต่างประเทศ โดยแต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาภาคเอกชน 153 แห่งในเขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก และมอบหมายหน้าที่ให้ช่วยเหลือดูแล ให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ หน้าที่ของศูนย์ให้ความช่วยเหลือในต่างประเทศยังรวมถึงการสำรวจตลาด จับคู่ นักธุรกิจ สร้างเครือข่ายทางการค้า และให้คำแนะนำเฉพาะทาง เช่น ด้านการเงิน กฎระเบียบ และกฎหมาย ระหว่างปี พ.ศ. 2544 ถึงปี พ.ศ. 2548 มีบริษัทที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการจำนวน 752 ราย
- โครงการตลาดต่างประเทศ เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2543 มีจุดประสงค์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกของวิสาหกิจ SME วัตถุประสงค์ของโครงการคือช่วยเหลือวิสาหกิจ

⁴ Seok-Il Hong (2017). The Development and Characteristics of Micro-Enterprise Policy in Korea. *KIET Industrial Economic Review*. KIET Industrial Economic Review July/August 2017 Vol. 22 No. 4

⁵ Kim, J. Y. (2006). SME innovation policies in Korea. The Pacific Economic Cooperation Council

ขนาดเล็กให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศโดยใช้ประสบการณ์และเครือข่ายของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ และรับเงินสนับสนุนในการดำเนินการบางส่วนจากทั้งรัฐบาลและบริษัทชั้นนำ

- โครงการรับประกันการซื้อเทคโนโลยีใหม่ โดยวิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการว่าจ้างและได้รับงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันของรัฐ เช่น Korea Electric Power Corporation, Korea Gas Corporation, Korea Railroad Corporation และบริษัทเอกชนขนาดใหญ่อื่น ๆ ซึ่งมีการรับประกันว่าเทคโนโลยีที่ถูกคิดค้นขึ้นจะได้รับการซื้อจากผู้ว่าจ้าง

3) ด้านการเงิน

รัฐบาลเกาหลีใต้มีการสนับสนุนด้านการเงินต่อธุรกิจ SME ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การสร้างเครือข่ายการลงทุนร่วม (Venture Capital) และสินเชื่อค้ำประกันจากรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือ SME ที่ไม่สามารถเข้าถึงเงินกู้ธนาคารจากการไม่มีสินทรัพย์ค้ำประกัน ทั้งยังให้การสนับสนุนด้านการเงินโดยแบ่งตามระยะการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อยกระดับการแข่งขันโดยหน่วยงานของรัฐหลายแห่ง รวมไปถึงได้รับการสนับสนุนจากนักลงทุนผ่านการส่งเสริมของ Incubators และ Accelerators โครงการเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านการเงินในการสนับสนุน SME เช่น กองทุนร่วมลงทุน (Venture Investment Fund) เพื่อสร้างความมั่นคงในการร่วมทุนเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจ SME รัฐบาลเกาหลีใต้จึงมีการจัดตั้งกองทุนที่มีมูลค่ากว่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (15,760 ล้านบาท) ในกลางปี พ.ศ. 2549 โดยร่วมมือกับบริษัทร่วมลงทุน 102 แห่ง และหุ้นส่วน 366 คน เป็นต้น

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้าน MSEs ได้แก่ Ministry of SMEs and Startups หรือ MSS โดยมีเป้าหมาย คือ การส่งเสริมวิสาหกิจในทุกระยะของการเติบโตโดยการออกนโยบายสนับสนุนในหลายด้านดูแลและให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจ Startup รวมไปถึงวิสาหกิจรายย่อย โดย MSS จะทำงานร่วมกับหน่วยงานในสังกัดอีก 9 หน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนเฉพาะทาง เช่น Small Enterprise and Marketing Service (SEMAS) ซึ่งช่วยเหลือในระดับภูมิภาค โดยมีศูนย์ให้ความช่วยเหลือคือ Micro-Enterprise Support Center (MESOC) และ Small Urban Manufacturer Support Center (SUMSC) ทั้งยังร่วมงานกับหน่วยงานที่มีการสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น Korea Institute of Start-up & Entrepreneurship Development (KISED) และหน่วยงานที่สนับสนุนด้านเทคโนโลยีและข้อมูลเช่น Korea Technology and Information Promotion Agency for SMEs (TIPA) รวมไปถึงอีกหลายหน่วยงานที่มีการสนับสนุนด้านการเงินและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก นอกเหนือจากการสนับสนุนโดยภาครัฐ ธุรกิจ Startup และวิสาหกิจขนาดย่อมยังได้รับการสนับสนุนจาก Accelerators และ Incubators โดยอยู่ในรูปแบบของโครงการส่งเสริมธุรกิจที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โดยให้ความช่วยเหลือทั้งด้านการเงินและด้านอื่น ๆ ตัวอย่าง Accelerators ในประเทศเกาหลีใต้ ได้แก่ Softbank Ventures, Stonebridge Capital, Korea Investment Partners, MBK Partners และ Sparklabs

- ประเทศเกาหลีใต้ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษา เช่น Korea SMEs and Startups Agency (KOSME) โดยมีบริการวิเคราะห์ธุรกิจเพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางในการแก้ไขช่วยเหลือ SMEs ออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างต้นแบบรวมถึงให้คำปรึกษาด้านการตลาด และมี Korea Small Business Institution (KOSBI) หน่วยงานวิจัยเกี่ยวกับการสนับสนุนและพัฒนา SMEs

- รัฐบาลเกาหลีใต้ได้มีการนำเนินโครงการสนับสนุนการจัดตั้งและดำเนินการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubators; BIs) ที่มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย โดยผู้ได้รับผลประโยชน์หลักของโครงการคือ วิสาหกิจด้านเทคโนโลยี วิสาหกิจ Start-up และวิสาหกิจเริ่มต้นที่มีศักยภาพ โครงการมีการจัดสรรพื้นที่ทำธุรกิจเป็นระยะเวลา 2 ถึง 3 ปี ให้ความช่วยเหลือในด้านการบริหาร เทคโนโลยี บริการให้คำปรึกษาด้านการตลาด รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือในการจัดหาเงินทุน

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

ประเทศเกาหลีใต้ให้ความสำคัญในการดูแลวิสาหกิจ SMEs ที่เป็นผู้ดำเนินการสร้างนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ผลิต สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัย ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์ และสนับสนุนให้ภาครัฐใช้งบประมาณด้านเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจ SME รวมไปถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้และสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการในหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยในหลายโครงการ

- โครงการนวัตกรรมเทคโนโลยี SME มุ่งเน้นการสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี โดยวิสาหกิจจะได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายร้อยละ 50 จากรัฐบาลกลาง และร้อยละ 25 จากรัฐบาลท้องถิ่น เมื่อโครงการประสบผลสำเร็จรัฐบาลจะได้รับเงินคืนร้อยละ 30 ของเงินสนับสนุนโดยคิดเป็นค่าธรรมเนียมเทคโนโลยีซึ่งสามารถผ่อนจ่ายได้ในระยะเวลา 5 ปี
- โครงการสมาคมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย เป็นโครงการเพื่อสนับสนุน SME ท้องถิ่นที่ขาดขีดความสามารถด้านนวัตกรรม โดยเพิ่มการเข้าถึงการใช้งานอุปกรณ์ และทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย วิสาหกิจจะได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายร้อยละ 50 จากรัฐบาลกลาง และร้อยละ 25 จากรัฐบาลท้องถิ่นเป็นระยะเวลา 1 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2536 ถึงปี พ.ศ. 2547 มีนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการยื่นขอสิทธิบัตร 5,026 ชิ้น และมีต้นแบบเทคโนโลยีเกิดขึ้น 13,600 ชิ้นงาน

3.4 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไต้หวัน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไต้หวันมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนหากเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในหลายด้าน เช่น รัฐมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและให้อิสระดำเนินกิจการ จึงเป็นสาเหตุให้โครงสร้าง SME ในประเทศไต้หวันมีความโดดเด่น ประเทศไต้หวันในอดีตผลิตสินค้าประเภทมูลค่าเพิ่มต่ำสำหรับการส่งออกและขายแรงงานให้แก่กิจการต่างประเทศเป็นหลัก จึงขยายการผลิตไปยังสินค้ามูลค่าเพิ่มสูง รวมไปถึงภาคการบริการที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้ในปัจจุบันมีการผลิตสินค้าประเภทเทคโนโลยีทั้งทางด้านการสื่อสารและการเกษตร กิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันมักจะอยู่ใกล้กัน ทำให้เกิดการแข่งขัน บริษัทส่วนใหญ่จึงเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและ มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล จากการตรวจสอบความแตกต่างในการผลิตและเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้ากับบริษัทใกล้เคียง ทำให้คุณภาพสินค้าเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาลดลง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ อุตสาหกรรมชาใน Sun-Moon Lake ที่มีร้านชาอย่างน้อย 4 แบรินด์ในพื้นที่ใกล้กัน⁶

รัฐบาลไต้หวันแบ่ง SMEs เป็น 2 ประเภท โดยแบ่งตามประเภทของสินค้า ยอดขายและจำนวนลูกจ้าง โดยประเภทแรก คือ อุตสาหกรรมการผลิต การก่อสร้าง เหมืองแร่ (อุตสาหกรรมหนัก) ซึ่งมียอดขายไม่เกิน 80 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน (86.4 ล้านบาท) และมีลูกจ้างไม่เกิน 200 คน ประเภทที่สอง คือ อุตสาหกรรมการบริการและด้านอื่น ๆ ที่มียอดขายไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน (108 ล้านบาท) และมีลูกจ้างไม่เกิน 100 คน SMEs กว่าร้อยละ 79.98 อยู่ในอุตสาหกรรมการบริการ และร้อยละ 47.27 อยู่ในอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก ตามมาด้วยอุตสาหกรรมที่พักอาศัยและบริการด้านอาหาร ร้อยละ 11.16 สุดท้ายคืออุตสาหกรรมการผลิต ร้อยละ 9.81 จากสถิติในปี 2018 พบว่า มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากถึง 1,466,209 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 97.64 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศไต้หวัน นำมาซึ่งการจ้างงานกว่า 8,965,000 คน สร้างมูลค่ากว่า 12.64 ล้านล้านดอลลาร์ไต้หวัน (13.6 ล้านล้านบาท) ในขณะเดียวกัน SMEs ในประเทศไต้หวันกำลังเผชิญปัญหาในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการขาดความพร้อมทางด้านข้อมูล แหล่งเงินทุน และทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการขาดความรู้ในด้านการใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น ไม่สามารถจัดทำงบการเงินแบบเบ็ดเสร็จสำหรับการจัดหาเงินทุนโดยตรง การกู้ยืมเงินจากสถาบันมีข้อจำกัดมากกว่า หากเทียบกับบริษัทขนาดใหญ่ รัฐบาลไต้หวันเล็งเห็นปัญหาในจุดนี้ จึงเข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุนเงินทุนทางอ้อม เพื่อช่วยยกระดับ SMEs ในประเทศ

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

เกิดการปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของ SME โดยในอดีต SME ในไต้หวันต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากกฎเกณฑ์และข้อบังคับส่วนใหญ่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนั้น เพื่อขยายโอกาสในการเติบโตให้แก่ SME และลดความเหลื่อมล้ำทางการดำเนินธุรกิจ รัฐบาลไต้หวันจึงมีการปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME รวมถึงมีการจัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่าง ๆ

⁶ Tzong-Ru Lee and Irsan Prawira Julius Jioe. (2017). Taiwan's Small and Medium Enterprises (SMEs). *Contemporary Postcolonial Asia*.

นอกจากนี้ ยังมีการกระจายอำนาจสู่รัฐบาลในท้องถิ่น เนื่องจากรัฐบาลกลางเคยประสบปัญหาความยากลำบากในการจัดสรรทรัพยากรให้ SME ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ดังนั้น เพื่อให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ รัฐบาลกลางจึงมอบอำนาจแก่รัฐบาลท้องถิ่นให้เป็นผู้ดำเนินการ เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นมากกว่า

2) ด้านการตลาด

ประเทศไต้หวันมีการดำเนินโครงการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท้องถิ่นโดยการพัฒนาเชิงลึกและการขยายตลาด ดังนี้

1. ส่งเสริมการพัฒนาโดยการรวมกลุ่มกันในท้องถิ่น
 - สร้างโอกาสในการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น โดยสนับสนุนการสร้างโครงสร้างอุตสาหกรรมแบบการรวมกลุ่มกันในพื้นที่ใกล้เคียง
2. ช่วยให้อุตสาหกรรมท้องถิ่นมีความสามารถในการแข่งขัน
 - สร้างเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นผ่านสินค้า OTOP (One Town One Product) เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ สร้างความน่าสนใจให้แต่ละท้องถิ่น
3. การจับคู่ทางธุรกิจและการขยายตลาดการส่งออก
 - มีการใช้การตลาดสมัยใหม่ผ่านช่องทาง E-commerce เพื่อให้ SMEs ขยายฐานไปสู่ตลาดสากล
 - การใช้บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญมาช่วยในการพัฒนา SMEs ให้สร้างมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และนำเสนอโมเดลธุรกิจแบบนวัตกรรม เพื่อเชื่อมตลาดภายในและภายนอกเข้าด้วยกัน และร่วมกันสร้างความสามารถในการส่งออก

3) ด้านการเงิน

1. การสนับสนุนทางด้านที่ปรึกษาทางการเงินและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ
 - จัดตั้งศูนย์ SME Instant Solution Service Center เพื่อให้คำปรึกษาของแต่ละธุรกิจ ประเภทธุรกิจ เช่น ด้านความต้องการเฉพาะของแต่ละธุรกิจ หรือด้านการเงิน เพื่อบริหารความเสี่ยง
 - จัดทำ Platform เพื่อให้ง่ายต่อการทำธุรกรรม นำมาสู่ความชัดเจนและโปร่งใส เพื่อให้สถาบันการเงินง่ายต่อการตัดสินใจในการกู้ยืม
 - ออกนโยบายเงินกู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยที่ดีกว่า อีกทั้งยังมีการสนับสนุนการพัฒนาได้ระยะยาวโดยจัดโครงการ “Small and Startup Enterprise Financing Special Award” เพื่อส่งเสริมให้สถาบันการเงินในประเทศ สนับสนุนเงินกู้ให้ SMEs
 - ช่วยเหลือด้านการเงินผ่านการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อให้ง่ายต่อการได้รับเงินทุนเพื่อที่จะนำไปพัฒนา ซึ่งจะช่วยยกระดับทั้งในภาค SMEs และภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไต้หวัน

2. การสร้างความเข้มแข็งในการลงทุนให้ SMEs

- มีการจัดตั้ง “Investment and Trust Account for Incubation and Start-up of SMEs” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการลงทุนใน SMEs ภายในประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการพัฒนาและการแข่งขันระดับนานาชาติของอุตสาหกรรมได้ทุกวัน
- เพิ่มการลงทุนในด้านวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าในตลาดให้สูงขึ้น
- จัดตั้ง Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA) เพื่อเป็นเครื่องมือในการระดมทุน หรือช่วยให้ SMEs ที่มีความคิดสร้างสรรค์หรือมีศักยภาพ แต่ยังไม่ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

รัฐบาลต้องการยกระดับความสามารถในการพัฒนาผ่านนวัตกรรมโครงสร้าง ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียว การใช้พลังงาน อีกทั้งยังมีการส่งเสริมนวัตกรรมและการทำ R&D เพื่อพัฒนาภาพรวมของ SMEs จนสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

1. การใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการ Actual/Virtual และเครือข่ายแอปพลิเคชัน
 - การใช้เครือข่ายดิจิทัลในการทำงานร่วมกัน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ นวัตกรรมดิจิทัลในชนบท
 - ให้ความสำคัญกับการชำระเงินผ่านระบบดิจิทัล และการตลาดในการดึงดูดผู้บริโภค
2. การยกระดับ R&D และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
 - จัดทำโครงการ Small Business Innovation Research Program (SBIR) เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถเข้าถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันมีการร่วมมือกับนโยบาย 5+2 อุตสาหกรรม⁷ โดย 5 อุตสาหกรรม ได้แก่
 - 1) เครื่องจักรกลอัจฉริยะ (Smart Machinery)
 - 2) อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) เพื่อเป็นซิลิคอนวัลเลย์แห่งเอเชีย
 - 3) พลังงานสีเขียว (Green Energy)
 - 4) อุตสาหกรรมเภสัชภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotech Pharmaceutical Industry)
 - 5) อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ (Defense Industry)และ 2 อุตสาหกรรม ได้แก่
 - 1) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
 - 2) การเกษตรสมัยใหม่ (New Agriculture)
 - ใช้วิธีการส่งเสริมนวัตกรรมทางเทคนิคในอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิมผ่านโครงการต่าง ๆ ซึ่งร่วมบูรณาการโดยสถาบันวิจัยที่เกี่ยวข้อง

⁷ IDB. (2019). Important Policies. From <https://www.moeaidb.gov.tw/ctrl?PRO=english.rwdAbout02&lang=1>

3. การร่วมกันของระบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เหมาะสมกับการบ่มเพาะนวัตกรรม
 - สนับสนุนการบูรณาการโครงสร้างของแพลตฟอร์มการให้บริการ ในระบบนิเวศการลงทุนของไต้หวัน โดยการสนับสนุนที่ปรึกษาการลงทุนและแพลตฟอร์มที่แนะนำข้อมูล
 - มีการส่งเสริมการและพัฒนาออนไลน์แพลตฟอร์มอย่างครบถ้วนแบบ One-Stop Service
 - กระจายความช่วยเหลือผ่าน Start-up Hubs อย่างครอบคลุมทุกภูมิภาค

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของ Start-ups กลไกการบ่มเพาะและเร่งการเติบโต

1. การเพิ่มบทบาทสถานศึกษาให้กลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME
 - SME Development Fund ได้ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่สถานศึกษาและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการบ่มเพาะ
 - ส่งเสริมและให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจแก่ SME โดยจัดให้มีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ
 - การมีสมาคมผู้ประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจและทำให้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจและผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีจำนวนและประสิทธิผลมากขึ้น
2. สร้างความเข้มแข็งให้ระบบบ่มเพาะ
 - มีการก่อตั้ง The Great Entrepreneurship Academy สนับสนุนในด้านข้อมูลให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งผ่านระบบ e-learning และแบบปกติ (face-to-face)
 - มีโครงการช่วยส่งเสริม Start-up ในระยะต่าง ๆ และครอบคลุมคนหลาย ๆ กลุ่ม เช่น Women's Entrepreneurship Flying Geese Program, Angel Investor Program, U-start Innovation and Startup Program, Lean Startup Guidance Program
3. กลยุทธ์ในการสร้างมาตรฐานให้ทัดเทียมนานาชาติ
 - มีการให้วีซ่าสำหรับนักลงทุน เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนมากขึ้น โครงการนี้เรียกว่า The Taiwan Innovation City Project
4. มีการจัดตั้ง “National Award of Outstanding Small and Medium Enterprises” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเลือก SMEs ที่มีความโดดเด่นในหลาย ๆ ด้าน เช่น การจัดการนวัตกรรม คุณภาพ รวมไปถึงภาพลักษณ์ที่เป็นต้นแบบของอุตสาหกรรม โดยจะได้รับการยกย่องจากสาธารณะ และถือเป็นต้นแบบของ SMEs ที่จะให้กิจการอื่น ๆ เรียนรู้แนวทางการประสบความสำเร็จ หรือได้รับแรงบันดาลใจในการนำไปพัฒนากิจการของตนเอง มีตัวอย่างรางวัล ดังนี้
 - National Award of Outstanding Small and Medium Enterprises
 - Rising Star Award
 - SMEs Innovation Award
 - Business Startup Awards
 - Model of Entrepreneurs Award

3.5 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียได้มีการวางแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดเล็กเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2547 เพื่อเสริมสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยในปี พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2551 ได้มีการปฏิรูปกฎหมายนโยบายเศรษฐกิจใหม่ซึ่งประกอบไปด้วยนโยบายเสริมสร้างปัจจัยแวดล้อมด้านการลงทุน ด้านการเงิน และ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีเป้าหมายในการสร้างความเข้มแข็งในแก่วิสาหกิจขนาดเล็กในประเทศ ทั้งยังมีการอนุมัติกฎหมาย SME ซึ่งนิยามและวางขอบเขตต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเข้าถึงบริการของหน่วยงานรัฐและธนาคารแห่งประเทศไทย โดยนิยามไว้ดังต่อไปนี้

วิสาหกิจรายย่อย (Micro-Enterprise) :

- วิสาหกิจที่มีสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านรูเปียห์ (107,500 บาท)⁸ โดยไม่รวมมูลค่าของอาคารและที่ดินที่ใช้ประกอบกิจการ หรือ
- วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีจากการทำการค้าไม่เกิน 300 ล้านรูเปียห์ (645,100 บาท)

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) :

- วิสาหกิจที่มีสินทรัพย์มากกว่า 50 ล้านรูเปียห์ (107,500 บาท) แต่ไม่น้อยกว่า 500 ล้านรูเปียห์ (1.07 ล้านบาท) โดยไม่รวมมูลค่าของอาคารและที่ดินที่ใช้ประกอบกิจการ หรือ
- วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีจากการทำการค้าไม่เกิน 300 ล้านรูเปียห์ (645,100 บาท) แต่ไม่น้อยกว่า 2.5 พันล้านรูเปียห์ (5.37 ล้านบาท)

วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise) :

- วิสาหกิจที่มีสินทรัพย์มากกว่า 500 ล้านรูเปียห์ (1.07 ล้านบาท) แต่ไม่น้อยกว่า 1 หมื่นล้านรูเปียห์ (21.5 ล้านบาท) โดยไม่รวมมูลค่าของอาคารและที่ดินที่ใช้ประกอบกิจการ หรือ
- วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีจากการทำการค้าไม่เกิน 2.5 พันล้านรูเปียห์ (5.37 ล้านบาท) แต่ไม่น้อยกว่า 5 หมื่นล้านรูเปียห์ (107.5 ล้านบาท)

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ SMEs และผู้ประกอบการของอินโดนีเซีย

MSME ในประเทศอินโดนีเซียคิดเป็นร้อยละ 99 ของวิสาหกิจในประเทศ และสร้างการจ้างงานมากกว่า 99 ล้านคน หรือมากกว่าร้อยละ 97 ของตัวเลขการจ้างงานรวม รวมไปถึงคิดเป็นร้อยละ 57 ของ GDP ประเทศ โดยประเทศอินโดนีเซียมีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ประกอบด้วย จำนวนประชากรของประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลาดในประเทศที่มีขนาดใหญ่ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ เสถียรภาพทางการเมือง กรอบนโยบายการคลังที่มีประสิทธิภาพ และการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มั่นคง

⁸ ตัวเลขโดยประมาณ โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 29 มิถุนายน 2563 ที่ 1 รูเปียห์อินโดนีเซีย เท่ากับ 0.0022 บาทไทย

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

ในด้านกฎระเบียบการค้าเงินธุรกิจ การจัดอันดับของ OECD ในเรื่องดัชนีข้อบังคับตลาดผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่าประเทศอินโดนีเซียมีระดับอุปสรรค (Barrier to entry) ในการเป็นผู้ประกอบการ การค้า และการลงทุนอยู่ในระดับต่ำ โดยทำได้ดีกว่าหลาย ๆ ประเทศ เช่น บราซิล จีน และอินเดีย ทั้งยังพัฒนาอย่างมากในด้านความยากง่ายในการดำเนินธุรกิจ (จากอันดับที่ 120 ในปี ค.ศ. 2015 เป็นอันดับที่ 72 ในปี ค.ศ. 2018)⁹ ในทางกลับกัน ระบบการจดทะเบียนวิสาหกิจ และการขอใบอนุญาตมีความซับซ้อน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในการเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งนี้ รัฐบาลอินโดนีเซียจึงได้มีการพัฒนาระบบออนไลน์ที่เข้ามาเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ คือระบบ One Single Submission (OSS) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ ศูนย์กลางระบบการจดทะเบียนวิสาหกิจและบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของหน่วยงานรัฐ

2) ด้านการตลาด

จากวิสาหกิจ SME ทั้งหมดในประเทศอินโดนีเซีย มีเพียงร้อยละ 18 ที่เข้าถึง E-commerce ผ่านการใช้งานเว็บไซต์ และ สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ทั้งนี้มีเพียงร้อยละ 9 ที่มีกลยุทธ์การค้าออนไลน์ที่มีศักยภาพ รัฐบาลได้มีการออกแผนการพัฒนา E-commerce เพื่อเพิ่มการเข้าถึง E-commerce ของ SMEs แผนการพัฒนาประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่ (1) โครงการ SME Go Online (2) โครงการ One Million id. Domain (3) โครงการ 1,000 Digital Start-up โดย 2 โครงการแรกสร้างการเข้าถึงตลาด และสร้างการมีอยู่ของ SMEs บนสื่อออนไลน์ ในขณะที่โครงการที่ 3 เสริมสร้างการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ของธุรกิจ Start-ups

3) ด้านการเงิน

ในปี พ.ศ. 2556 รัฐบาลอินโดนีเซียมีนโยบายการจัดเก็บภาษีแบบพิเศษสำหรับวิสาหกิจขนาดเล็กที่มี รายได้ต่อปีไม่เกิน 4.8 พันล้านรูเปียห์ (10.5 ล้านบาท) โดยเก็บภาษีเงินได้ที่ร้อยละ 0.5 ของรายได้ต่อเดือน โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นแรงจูงใจให้วิสาหกิจนอกระบบเปลี่ยนเป็นวิสาหกิจในระบบ และเพิ่มมูลค่าภาษี ที่จัดเก็บได้ของประเทศ ทำให้ในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนวิสาหกิจในระบบ 1.5 ล้านรายชื่อ จากที่มีอยู่เดิม 1.2 ล้านรายชื่อในปี พ.ศ. 2560

นโยบายภาษีแบบพิเศษสามารถพบได้ในหลายประเทศกำลังพัฒนาที่มีจำนวนวิสาหกิจนอกระบบ จำนวนมาก โดยสำหรับประเทศอินโดนีเซียนั้น เพดานรายได้ในการเข้ารับการสนับสนุนทางภาษี อยู่ในระดับที่สูง ทำให้รัฐบาลอินโดนีเซียอาจเสียโอกาสในการเก็บภาษีที่สำคัญจากวิสาหกิจขนาดเล็กจำนวนมาก โดย OECD ได้ให้คำแนะนำว่าสามารถลดเพดานการเข้ารับการสนับสนุนลง และเพิ่มเติมโครงการสนับสนุน จากรัฐบาลในด้านอื่น ๆ ขึ้นทดแทน

ในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ประเทศอินโดนีเซียมีการปฏิรูปข้อบังคับที่สำคัญเพื่อให้วิสาหกิจ ขนาดเล็กสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น ซึ่งในปี 2015 มีวิสาหกิจของอินโดนีเซียเพียงร้อยละ 27.4 ที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของรัฐบาล และมีเพียงร้อยละ 12.8 ของการลงทุนทำธุรกิจที่ใช้เงินทุนของธนาคาร

⁹ OECD. (2018). SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing: Paris.

รัฐบาลอินโดนีเซียจึงสร้างมาตรการที่จะเพิ่มการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs โดยออกข้อบังคับให้ธนาคารจัดสรรเงินร้อยละ 20 ของเงินกู้เพื่อทำธุรกิจให้แก่วิสาหกิจ SMEs อีกทั้งยังมีโครงการ People's Business Credit (Kredit Usaha Rakyat, KUR) ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาระบบเครดิตบูโร ระบบทะเบียนหลักประกัน และการให้ความรู้ด้านการเงินที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการ ตัวอย่างโครงการสนับสนุนด้านการเงินมีดังต่อไปนี้

- โครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR) เป็นโครงการสนับสนุนด้านการเงินของ SME โดยเป็นโครงการจัดสรรไมโครเครดิต (Microcredit) เพื่อธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้เงินกู้ค้ำประกัน (Loan guarantee) และเงินอุดหนุนอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Subsidy) เพื่อให้ธนาคารสามารถให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ SMEs ได้ โดยโครงการ KUR และนโยบายสนับสนุนต่าง ๆ ทำให้เจ้าของธุรกิจ SME สามารถเข้าถึงเงินทุนได้มากขึ้น ทำให้เกิดการจ้างงาน รวมไปถึงสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันจากการที่โครงการ KUR เป็นโครงการที่ใช้งบประมาณมากที่สุดในโครงการสนับสนุน SME จึงทำให้เกิดประเด็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าและความยั่งยืนของโครงการ (นโยบายการอุดหนุนอัตราดอกเบี้ยในปี 2015 ทำให้ต้องใช้เงินทุนมากขึ้นถึง 10 เท่า) จำนวนธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้หลังจากที่ไม่ได้รับการสนับสนุน และปัญหาการใช้เงินกู้ของโครงการไม่ตรงจุดประสงค์ ที่จำเป็นต้องได้รับการติดตามประเมินผล
- การสนับสนุนการเข้าถึงเงินกู้ขนาดเล็ก เช่น โครงการสนับสนุนด้านการเงินขนาดเล็ก ให้แก่วิสาหกิจที่ไม่สามารถเข้าถึงโครงการ KUR ของกระทรวงการคลัง และการจัดสรรเงินกู้ให้แก่ สมาชิกสหกรณ์ โดยสำนักงานจัดการกองทุนหมุนเวียน รวมไปถึงโครงการผู้ประกอบการเริ่มต้น ที่ให้เงินกู้ยืมแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ โดยมีจำนวนผู้ได้รับผลประโยชน์เฉลี่ย 2,000 ราย ต่อปี

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

ศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ (Business Incubators) ของประเทศอินโดนีเซียยังต้องได้รับการพัฒนาเพื่อสนับสนุน SME ของประเทศ โดยศูนย์บ่มเพาะส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก (ดูแลธุรกิจจำนวน 3-5 ธุรกิจ) และไม่ได้มีการสนับสนุนที่ครบวงจรในด้านการเป็นที่ปรึกษา ให้การสนับสนุนเฉพาะทาง และเชื่อมโยงไปถึงแหล่งเงินทุน ทำให้มีเพียงร้อยละ 10-20 ของธุรกิจใดโครงการที่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองหลังจบการสนับสนุน รัฐบาลได้ออกแผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2557-2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพ เป้าหมายคือการมีศูนย์บ่มเพาะฯ 732 แห่ง ในปี พ.ศ. 2572 จาก 75 แห่งในปี พ.ศ. 2557 ประมาณการจากแผนการสร้างอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 100 แห่ง รวมไปถึงมีการดำเนินการสร้างมาตรฐานและการออกใบอนุญาตให้แก่ศูนย์บ่มเพาะ

รัฐบาลอินโดนีเซียยังได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Communication Technology, ICT) และการบูรณาการ ICT ในการทำธุรกิจ สังเกตได้จากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน broadband และการดำเนินแผนงาน E-commerce ซึ่งดำเนินงานร่วมกันในหลายกระทรวงและหน่วยงานของภาครัฐ อย่างไรก็ตามในด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนา (Research & Development; R&D) ยังไม่ได้รับความสนใจและสนับสนุนเท่าที่ควร โดยการใช้จ่ายในด้าน R&D คิดเป็นร้อยละ 0.08 ของ GDP ในประเทศ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของ OECD อยู่ที่ร้อยละ 2.5 ทั้งนี้การสนับสนุน R&D สามารถทำได้ โดยการมอบทุนวิจัย และให้สิทธิพิเศษทางภาษี

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

ประเทศอินโดนีเซียจำเป็นต้องมีการพัฒนาในด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะทักษะและศักยภาพของแรงงานในประเทศ ในปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 27 ของกำลังแรงงานจบการศึกษาสูงสุดในระดับประถมศึกษา และร้อยละ 17 ไม่ได้เข้ารับการศึกษหรือไม่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา อีกทั้งแรงงานนอกระบบยังคิดเป็นร้อยละ 70 ของการจ้างงานรวมในประเทศ และร้อยละ 58 เป็นการจ้างงานที่ไม่มั่นคง¹⁰ (เช่น ผู้ใช้แรงงานที่ทำงานโดยไม่มีสัญญาจ้าง ผู้ช่วยธุรกิจในครัวเรือนโดยมิได้รับค่าจ้าง)

- หน่วยงานหลักของรัฐที่ดูแลด้านการฝึกอบรมแรงงาน ได้แก่กระทรวงกำลังคนและเคลื่อนย้ายกำลังคน ซึ่งบริหาร SME Productivity Centers 22 แห่ง ให้ความช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมและเพิ่มศักยภาพของแรงงาน อีกทั้งยังมีโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการและการบริหารกว่า 100 โครงการ ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ โดยบางครั้งเป็นการร่วมมือกันของภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งนี้โครงการส่วนใหญ่ไม่ได้มีการประเมินประสิทธิผล และผลลัพธ์จากการเข้าร่วมโครงการ
- รัฐบาลอินโดนีเซียได้มีโครงการสนับสนุนการศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการ ดำเนินการโดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และกระทรวงการศึกษาและวัฒนธรรม โดยมีการจัดตั้ง Entrepreneurship Campus Centers (Pusat Kewirausahaan Kampus) ที่บริการให้คำปรึกษา และการบรรยายเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ มีโครงการ Student Entrepreneurial (Programme Mahasiswa Wirausaha) ที่ให้เงินสนับสนุนแก่นักเรียนที่มีแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรม รวมไปถึงการพัฒนาโครงการ Entrepreneurship Lecture และ โครงการ Business Lecture ซึ่งเป็นโครงการเสริมสร้างทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการและการนำความรู้มาประยุกต์ใช้งานจริง

¹⁰ OECD. (2018). SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing: Paris.

3.6 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไทย

แนวคิดเรื่องการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) เป็นสิ่งที่รัฐบาลในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงประเทศไทย ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริม SMEs ซึ่งมีความจำเป็นต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ และเป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยที่สำคัญ เนื่องจากร้อยละ 99.79 ของวิสาหกิจไทยนั้นเป็น SMEs ทำให้เกิดการจ้างงานในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 85.47 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ และมีสัดส่วนของ GDP ที่มาจาก SMEs คิดเป็นถึงร้อยละ 43 ของ GDP ประเทศ ซึ่งเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 0.8 ต่อปี¹¹

รัฐบาลไทยเริ่มดำเนินนโยบายส่งเสริมและสนับสนุน SME อย่างจริงจังหลังจากวิกฤตทางการเงินในปี พ.ศ. 2540 โดยรัฐคาดหวังให้ SME เป็นช่องทางในการสร้างรายได้และสร้างงานเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ และเชื่อว่า SMEs จะเป็นกลไกสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนและสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจฐานราก ทั้งนี้ ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครั้งแรกในปี พ.ศ. 2543 โดยมีนิยามตามนิยามส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ไทย จากประกาศตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ซึ่งกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง ตามจำนวนการจ้างงานหรือจำนวนรายได้แบ่งตามประเภทกิจการผลิตสินค้าและกิจการให้บริการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานหลักซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับส่วนราชการหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การส่งเสริมช่วยเหลือ สนับสนุน SME เป็นไปอย่างมีเอกภาพ โดยมีภารกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยฉบับแรกเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 และในปัจจุบันอยู่ในช่วงแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีเป้าหมายยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) ส่งเสริม และพัฒนา SMEs รายประเด็น 2) เสริมสร้างขีดความสามารถ SMEs เฉพาะกลุ่ม และ 3) พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ โดยสสว.ได้ดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ สสว. (ฉบับทบทวน ปี พ.ศ. 2562-2564) และแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. 2562 ที่ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนการปฏิรูปประเทศ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรให้ไปสู่เป้าหมายระดับประเทศต่อไป

จากการศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการในการส่งเสริมและสนับสนุน SME ไทย จะเห็นว่าหนึ่งในปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญที่มีส่วนช่วยสนับสนุน SME ให้สามารถดำเนินต่อไปได้คือการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยหน่วยงานหลักที่สนับสนุน SME ในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจสรุปได้ ดังนี้¹²

¹¹ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2562.

¹² สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2562) นโยบายส่งเสริม SMEs: เราไปถึงสิ่งที่คาดหวังหรือยัง

ตารางที่ 3.3: หน่วยงานหลักที่สนับสนุน SME ในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจ

การสนับสนุน	หน่วยงาน	รายละเอียด
ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	<ul style="list-style-type: none"> บริการแนะนำ ส่งเสริม และเผยแพร่มาตรฐานในการจัดทำบัญชีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ให้คำปรึกษาข้อกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ ขั้นตอนและวิธีการจดทะเบียนหรือการขออนุญาตตามกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมฯ การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ในปัจจุบันสามารถจดทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ได้
	กรมทรัพย์สินทางปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เสริมสร้างความรู้ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ การจดทะเบียนคุ้มครองและป้องกันสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศ การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า สามารถตรวจสอบเครื่องหมายการค้าออนไลน์ได้
	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ และส่งเสริม SME สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี (ขึ้นกับประเภทกิจการและเงื่อนไข) ได้แก่ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงสุด 13 ปี ลดหย่อนภาษีเงินได้ 50% 5 ปี (เฉพาะเขตส่งเสริมการลงทุน) ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร/ วัตถุดิบผลิตเพื่อการส่งออก/ อากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนา สิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษี ได้แก่ อนุญาตต่างชาติถือหุ้น 100% (ตามเงื่อนไข) อนุญาตให้ถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน อนุญาตให้ช่างฝีมือ/ผู้ชำนาญการเข้ามาทำงาน
การนำเข้าและส่งออก	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมทางการตลาดที่จัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือ SME เช่น งานสัมมนา อบรมหรือเทรดแฟร์ต่าง ๆ เว็บไซต์ Thaitrade.com รวบรวมข้อมูลสินค้าไทยที่ส่งออกไปต่างประเทศ และสามารถซื้อขายผ่านเว็บไซต์ได้ มีระบบ E-Learning ให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งออก และข้อมูลตลาดต่างประเทศ
	หอการค้าไทย	<ul style="list-style-type: none"> ให้บริการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) กับประเทศที่สนใจ ให้ข้อมูลเศรษฐกิจ การค้าของแต่ละประเทศในการส่งออก ให้บริการออกใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ยืนยันแหล่งผลิตเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้า
	กรมศุลกากร	<ul style="list-style-type: none"> บริการให้คำปรึกษาและข้อมูลออนไลน์แก่ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกสินค้าเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายศุลกากร ให้บริการออนไลน์ เช่น การลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก สมัครเป็นตัวแทนออกของ เป็นต้น ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตและการส่งออก ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและการส่งออกไทยให้มีศักยภาพ
อุตสาหกรรมและการผลิต	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ให้บริการปรึกษาผ่านหน่วยงาน Business Service Center (BSC) เช่น การบริหารจัดการ การผลิต เทคโนโลยี การเงินการบัญชี ให้ข้อมูลทางอุตสาหกรรม การลงทุน โอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม สัมมนาที่ให้ความรู้แก่ SME
	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)	<ul style="list-style-type: none"> ให้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และรับรองคุณภาพให้กับองค์กรต่าง ๆ ตามมาตรฐาน ISO, OHS, HACCP ฯลฯ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้อุตสาหกรรม
	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	<ul style="list-style-type: none"> ให้การรับรองธุรกิจที่ทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตราย (ที่ใช้ในบ้านเรือนหรือทางการสาธารณสุข) หรือวัตถุเสพติด

การสนับสนุน	หน่วยงาน	รายละเอียด
แหล่งความรู้และที่ปรึกษา	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	<ul style="list-style-type: none"> ให้บริการ one-stop service เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ SME ในการเข้าถึงข้อมูล องค์กรความรู้ เครือข่ายธุรกิจ โครงการ/งานสัมมนา เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนความรู้ในด้านต่าง ๆ และกิจกรรม นิทรรศการ งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โดย สสว.เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย
	สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผู้ประกอบการ ถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบการฝึกอบรม สัมมนา เรียนรู้ทางไกล ให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นกิจการ พัฒนาสมรรถนะธุรกิจ พัฒนาธุรกิจต่างประเทศและการตลาด ปรับปรุงกิจการ
	สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	<ul style="list-style-type: none"> ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการผลิต การวัดระดับผลิตภาพ การวางแผนและควบคุมคุณภาพการผลิต การบริหารระบบ การบำรุงรักษา การบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารเพื่อเพิ่มผลิตภาพ และการจัดการองค์กร
	สถาบันอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการด้านอาหารด้านมาตรฐานการผลิต การวิจัยและข้อมูล การตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการ (Lab) การฝึกอบรม และการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร เป็นศูนย์การเรียนรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับอาหาร (Thai Food Heritage)
	สถาบันพลาสติก	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมอุตสาหกรรมในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิจัยและพัฒนา วัสดุดิบ/ห้องทดสอบ กระบวนการผลิต พัฒนาบุคลากร สำหรับอุตสาหกรรมพลาสติก
แหล่งเงินทุน	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนทุนในการทำวิจัยให้ธุรกิจที่อยู่ในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมงานกับภาคเอกชนในการจัดการแข่งขัน โดยมีทุนรางวัลให้โครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ Young Entrepreneur โครงการ Startup Voucher เป็นต้น มีสิทธิประโยชน์สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การขยายไปตลาดต่างประเทศ โอกาสในการออกใบอนุญาตนิตยการต่าง ๆ การจับคู่ธุรกิจ และการประสานแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญโดยตรงในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาด การเงิน กฎหมาย เป็นต้น
	สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)	<ul style="list-style-type: none"> ให้การสนับสนุน SME และ Startup ที่มีธุรกิจเชิงนวัตกรรม ให้เงินทุนสนับสนุน (เงินให้เปล่า) เช่น โครงการ Open Innovation ให้สิทธิพิเศษแก่ธุรกิจที่ได้รับการรับรองจาก NIA ในการกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ
	บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)	<ul style="list-style-type: none"> เป็นสถาบันในการค้ำประกัน ทำให้ SME เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น
	ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนนโยบายภาครัฐในการช่วยเหลือและส่งเสริม SME โดยให้บริการทางการเงินและบริการอื่น ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของ SME ไทย

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562)

ทั้งนี้ หน่วยงานที่ให้บริการและสนับสนุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาต่าง ๆ มีเป็นจำนวนมาก หน่วยงานเหล่านี้อาจเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน มูลนิธิ สถาบันอิสระ ตลอดจนสมาคมวิชาชีพต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมและผลักดันการดำเนินธุรกิจของ SME ให้เป็นไปอย่างมั่นคง

จากผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยในโครงการศึกษาด้านโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่มีนัยยะต่อการดำเนินนโยบาย¹³ ซึ่งมีการสำรวจ SME กว่า 2,400 รายทั่วประเทศในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2561 พบว่า SME ไทยเผชิญกับ 2 ปัญหาสำคัญคือ 1) ปัญหาต้นทุนสูง โดยนอกจากจะมีภาระต้นทุนธุรกิจที่สูงแล้วยังต้องเผชิญกับต้นทุนแฝงที่เกิดจากความยุ่งยากในการติดต่อกับภาครัฐอีกด้วย 2) การแข่งขันรุนแรงที่มาจากรอบด้าน ทั้งจากคู่แข่งที่เป็น SME ด้วยกันเอง การแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และจากการแข่งขันกับธุรกิจ E-commerce ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย

อีกหนึ่งปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของ SME ไทย คือ ความยุ่งยากในการติดต่อกับภาครัฐและสถาบันการเงินที่เกิดจากขั้นตอนที่ซับซ้อน มีเงื่อนไขและใช้เอกสารมาก รวมถึงมีค่าใช้จ่ายแฝง อาทิ ค่าประเมินหลักประกันที่ซับซ้อน ส่งผลให้ภาระต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูงและทำให้ SMEs บางกลุ่มเสียโอกาสทางการค้า ดังนั้น การจะสนับสนุนให้ SMEs สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง ยั่งยืน และกลายเป็นฐานที่มั่นคงให้แก่เศรษฐกิจไทย จึงต้องพึ่งพาความร่วมมือและการปรับตัวของ 3 ภาคส่วนสำคัญที่มีบทบาทแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ภาครัฐ สถาบันการเงิน และผู้ประกอบการ SME เอง จากการศึกษาภาพรวมปัจจัยแวดล้อมของการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises Ecosystem) ของประเทศไทยสามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

จากการศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริม SME ที่สำคัญในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ของ สสว. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงมาตรการทางภาษีที่สำคัญและการสนับสนุนทางด้านกฎระเบียบ ดังนี้

1. มาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้

- ภาษีเงินได้นิติบุคคล จากเดิมลดอัตราภาษีสำหรับ SME ในส่วนกำไรสุทธิไม่เกิน 1 ล้านบาท ปรับเป็นไม่เกิน 150,000 บาท และในปัจจุบันปรับเป็นยกเว้นภาษีสำหรับ SME ในส่วนกำไรสุทธิไม่เกิน 300,000 บาท และมีการปรับลดอัตราภาษีในหลายช่วงฐานรายได้ และปรับนิยาม SME ที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ให้แคบลง รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ โดยยกเว้นภาษีให้อุตสาหกรรมเป้าหมาย และอนุญาตให้นำรายจ่ายจากการจดทะเบียนจัดตั้ง ค่าทำบัญชี ค่าสอบบัญชี มาหักรายจ่ายเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนการจัดทำบัญชีชุดเดียวของ SME โดยลดและยกเว้นภาษีในช่วงต้น
- ภาษีเงินได้อื่น ๆ มีการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของวิสาหกิจชุมชน และเพิ่มเติมยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ จากการโอนทรัพย์สินบุคคลธรรมดา และห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล

2. มาตรการลดอัตราหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมสินทรัพย์ กำหนดให้หักค่าเสื่อมสินทรัพย์สินประเภทอาคาร เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ ในอัตราพิเศษ และเพิ่มเติมทรัพย์สินประเภทโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในอัตราพิเศษด้วย

¹³ ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562) ปลดล็อก SMEs ไทยปรับตัวอย่างไรให้เติบโต

3. มาตรการสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน มีดังนี้
 - ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร
 - ลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับบริษัทที่นำหลักทรัพย์ มาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ใหม่
 - ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับเงินได้ที่จ่ายเพื่อการลงทุนหรือขยายซึ่งทรัพย์สิน และเงินที่ได้จากการขายเครื่องจักรเก่าเพื่อซื้อเครื่องจักรใหม่
 - ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมให้เกิดการระดมทุนสาธารณะ และเพื่อช่วยสนับสนุนการจัดตั้งและการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง
 - ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา เพื่อส่งเสริมกิจการเงินร่วมทุน (Venture Capital) และการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
 - ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมการจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ และบริษัทการค้าระหว่างประเทศ
4. มาตรการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา มีการให้สิทธิประโยชน์ในการหักค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้าง เพื่อการทำวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีได้ 3 เท่า
5. มาตรการปรับเพิ่มอัตราค่าเช่าที่พักและค่าอาหารในการฝึกอบรมของส่วนราชการ ให้สอดคล้องกับค่าครองชีพและสภาพการณ์ปัจจุบัน

นอกจากนี้ ในแผนการส่งเสริมในฉบับหลัง มีการเน้นเรื่องการทำให้เป็นทางการ (Formalization) มากขึ้น มีการจัดตั้งบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ (National Credit Bureau) เพื่อพัฒนา credit scoring โดยมีข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 มีการสนับสนุนให้ SME ที่เป็นบุคคลธรรมดาเข้ามาจดทะเบียนนิติบุคคล และพยายามผลักดันให้ SME ทำบัญชีเดียวเพื่อลดปัญหาความคลุมเครือของข้อมูล เนื่องจากปัจจุบันบัญชีที่ธุรกิจยื่นขอสินเชื่อและยื่นสรรพากรมักจะเป็นคนละบัญชี รวมทั้งมีการปรับปรุงกฎหมาย เช่น พ.ร.บ. ล้มละลาย พ.ศ. 2559 เพื่อช่วยให้ SME ที่ประสบปัญหาฟื้นฟูกิจการได้ เป็นต้น

2) ด้านการตลาด

ประเทศไทยเร่งพัฒนาศักยภาพของ SME โดยเสริมสร้างขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ เพื่อยกระดับประเทศให้เข้าสู่ความเป็นสากลผ่านการเปิดโอกาสให้ SMEs ไทย ได้มีช่องทางการทำธุรกิจไปยังต่างประเทศจนถึงระดับที่สามารถแข่งขันกับนานาประเทศทั้งในภูมิภาคและในระดับโลกได้ หรือที่เรียกว่าการมุ่งสู่ความเป็นนานาชาติหรือ “SMEs Internationalization” ภายใต้ สสว. โดยมีแนวทางการปฏิบัติครอบคลุมไปถึงด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารจัดการที่เป็นระบบสากล การนำเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่าจากต่างประเทศเข้ามาใช้ การแสวงหาและใช้แหล่งวัตถุดิบใหม่ การตลาดและการส่งออก (Export Market) อาทิ การเข้าร่วมในงานแสดงสินค้า International Trade Fair การลงทุน (Investment) การเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมในการทำธุรกิจระดับสากล (International Business Culture)

สำหรับการพัฒนาทางด้านช่องทางการตลาด สินค้าเทคโนโลยีและนวัตกรรมของไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการพัฒนา อาจยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มผู้ซื้อมากนัก รวมทั้งยังไม่มีช่องทางการตลาดและการจำหน่ายที่เหมาะสมกับสินค้า ภายใต้แผนการส่งเสริม SME จึงมีแนวทางในการส่งเสริม ได้แก่

สร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้านวัตกรรมของ SME ผ่านการจัดกิจกรรม/งานแสดงและจำหน่ายสินค้า นวัตกรรม การจัด Online Exhibition ตลอดจน Technology E-Marketplace การสนับสนุนให้ธุรกิจ ขนาดใหญ่ซื้อสินค้านวัตกรรมของ SME โดยภาครัฐให้สิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดใหญ่เพื่อจูงใจ ให้เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมสินค้านวัตกรรมของ SME มากขึ้น

ในปัจจุบันการค้าขายในตลาดออนไลน์มีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการ SME หลายรายหันมาทำธุรกิจออนไลน์กันมากขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ SME ไทย สามารถต่อยอดธุรกิจท่ามกลางการแข่งขันที่สูงได้ ยกตัวอย่างเช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีนโยบาย ในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ปี 2562 ด้วยแนวคิด “การตลาดนำการผลิต” ซึ่งนโยบายดังกล่าวมุ่งให้ ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวได้ทันกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมในเรื่องการทำตลาดออนไลน์ หรือการตลาดดิจิทัล ทั้งนี้ ปัจจัยดังกล่าวถือเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการช่วยขับเคลื่อนการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะการลดต้นทุน การสร้างความได้เปรียบทางด้านข้อมูล และการเชื่อมโยงผู้บริโภคจากทั่วโลก

สำหรับแนวโน้มการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังส่งเสริม ให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในเรื่องสำคัญ ได้แก่ การสร้างเรื่องราวของแบรนด์ (Content Marketing) การเลือกใช้ช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการจำหน่าย การให้ความสำคัญกับข้อมูล (Big Data) ให้ความสำคัญ กับความเร็ว และเตรียมกำลังคนให้พร้อมไปกับทักษะด้านดิจิทัล นอกจากนี้ ยังร่วมกับกรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศและภาคเอกชนจัดการอบรมสัมมนา เพื่อให้ความรู้ทางด้านการตลาดแก่ SME ไทย

3) ด้านการเงิน

จากการศึกษามาตรการทางการเงิน มีการส่งเสริม SME ทั้งทางด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ด้านสินเชื่อแหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก รวมถึงการปรับปรุงกฎระเบียบและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจทั้งหมด โดยสามารถสรุปได้ดังนี้¹⁴

1. แหล่งเงินทุนด้านสินเชื่อ

- 1.1. มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) ตามนโยบายของรัฐบาล อาทิ โครงการ ให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการที่ประสบอุทกภัย โครงการสนับสนุนสินเชื่อ นวัตกรรมที่ไม่มีดอกเบี้ย โครงการ 1 ตำบล 1 SME เกษตร โครงการสินเชื่อ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน โครงการ Transformation Loan เสริมแกร่ง เป็นต้น
- 1.2. การค้ำประกันสินเชื่อ (Loan Guarantee) อาทิ การประกันสินเชื่อในลักษณะ รับความเสี่ยงร่วมกัน หรือ Risk Participation Scheme (พ.ศ. 2547-2551) การค้ำประกันสินเชื่อแบบ Individual Guarantee (พ.ศ. 2534-2546) Portfolio Guarantee Scheme (พ.ศ. 2552-ปัจจุบัน) Package Guarantee (พ.ศ. 2557-ปัจจุบัน)
- 1.3. การเพิ่มช่องทางบริการทางการเงิน แผนส่งเสริมฯแต่ละฉบับได้ปรับเปลี่ยนและ เพิ่มมาตรการส่งเสริม SME มากมาย อาทิ

¹⁴ สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2562) นโยบายส่งเสริม SMEs: เราไปถึงสิ่งที่คาดหวังหรือยัง.

- ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) อนุมัติให้มีการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์และธนาคารพาณิชย์รายย่อยเพิ่มรวม 9 แห่ง
 - ธปท.อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ให้บริการทางการเงินในรูปแบบ Leasing ได้
 - ธปท.ออกแนวนโยบายสินเชื่อ Microfinance
 - มาตรการสินเชื่อเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของประชาชนรายย่อย (สินเชื่อ Nano-Finance)
 - การดำเนินการอื่น ๆ อาทิ ธปท.ปรับปรุงหลักเกณฑ์การดำรงเงินกองทุน โดยปรับลดน้ำหนักความเสี่ยงของเงินให้สินเชื่อแก่ SME มาตรการส่งเสริมให้ SME ป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน กองทุนฟื้นฟูผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (สสว.)
2. แหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก (Alternative Financing)
- การระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ mai โดยมีการปรับปรุงกฎเกณฑ์การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai โดยให้มีทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาทขึ้นไป
 - กองทุนร่วมของทั้งรัฐและเอกชน ในช่วงแผนส่งเสริมฯ ฉบับแรก มีกองทุน อาทิ กองทุนร่วมเพื่อร่วมลงทุนใน SME (บลจ.วรรณ) กองทุนร่วมลงทุนเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของธุรกิจไทย (สสว.) กองทุนเพื่อพัฒนานวัตกรรม (สนช.) ต่อมาในช่วงแผนส่งเสริมฯ ฉบับที่ 3 จึงมีกองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SME (SMEs Private Equity Trust Fund) (ธนาคารออมสินและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

นอกจากนี้ ยังมีการปรับปรุงกฎระเบียบและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจทั้งหมด มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการชำระเงิน อาทิ PromptPay หรือ QR Code ซึ่งช่วยลดต้นทุนธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น ทั้งนี้ แต่ละมาตรการจะมีกลุ่ม SME เป้าหมายที่ต่างกันไป บางโครงการให้เฉพาะนิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 20 ล้านบาท เช่น โครงการค้ำประกันสินเชื่อ Portfolio Guarantee Schemes ของ บสย. บางโครงการเน้นให้สินเชื่อกับรายย่อยหรือบุคคลธรรมดา เช่น โครงการสินเชื่อรายย่อยเพื่อสร้างอาชีพ และโครงการสินเชื่อ Nano-finance เป็นต้น

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนให้ SME มีการปรับตัว และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้วยต้นทุนที่ต่ำลง โดยการจัดทำหรือร่วมลงทุนกับภาคเอกชนในการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เช่น Cloud, Software สำเร็จรูป หรือ Web Service และโครงการให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นแก่ผู้ประกอบการให้มีความพร้อมด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและเทคโนโลยียุคใหม่ พร้อมทั้งการฝึกอบรมแรงงาน โดยเฉพาะทักษะที่ขาดแคลน อาทิ ทักษะทางภาษา การใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐาน และการใช้และซ่อมบำรุงเครื่องจักร เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ระบบการจดสิทธิบัตร ระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา และมีการพัฒนาตลาดสินทรัพย์ทางปัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเสริมสร้างให้ SME สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

การส่งเสริม SME จะเกิดประสิทธิผลสูงสุด เมื่อมีความร่วมมือที่ชัดเจนระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาในพื้นที่ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นแหล่งความรู้ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ภายใต้แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 จึงมีการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ (Academic-SME Linkage) การเสริมสร้างบทบาทของสถาบันอาชีวศึกษาในการให้ความช่วยเหลือ SME ในการยกระดับเทคโนโลยีและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น การส่งเสริมการนำสิทธิบัตรที่ไม่อยู่ภายใต้การคุ้มครองมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ และสนับสนุนให้มีการสืบค้นข้อมูลของสิทธิบัตรที่หมดอายุแล้ว รวมไปถึงสิทธิบัตรที่ยังไม่มีการคุ้มครองในประเทศ เพื่อเผยแพร่ให้ SME สามารถค้นหาได้อย่างสะดวกและง่ายต่อการเข้าใจ รวมถึงการกำหนดสัดส่วนงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนาให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยอย่างเพียงพอและเหมาะสม

นอกจากนี้ ยังมีการเสริมสร้างขีดความสามารถด้าน ICT ให้กับ SME โดยมีแนวทางการดำเนินการ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรของ SME ให้ความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้ ICT และการจัดกิจกรรมจับคู่เพื่อเชื่อมโยง SME กับผู้ให้บริการด้าน ICT เพื่อให้ SME สามารถเลือกใช้ระบบ ICT ที่เหมาะสมกับรูปแบบของธุรกิจ เช่น ระบบจัดทำบัญชีและบริหารการเงิน ระบบการจัดการโลจิสติกส์ การใช้ Cloud Technology เป็นต้น นอกจากนี้ สสว. ยังมีการพัฒนา Application SME Connect และฐานข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์กลาง (Web Portal) ภายใต้ชื่อ “SMEONE” ซึ่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูล องค์กรความรู้ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งเชื่อมต่อบริการ กิจกรรม และโครงการต่าง ๆ ในการสนับสนุน SME ของภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์กรความรู้

ภายใต้แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 มีการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ SME ได้แก่ สนับสนุนให้มีการบริการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่ครบวงจรแก่ SME เช่น จากเดิมการทดลองผลิตในห้องทดลอง (Lab Scale) ให้ขยายกิจกรรมไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ (Commercialization Scale) มากขึ้น และการให้คำปรึกษาแนะนำ การมีระบบที่เสี่ยงให้คำปรึกษาในการยกระดับเทคโนโลยี

การสนับสนุนกลุ่มเครือข่าย SME ไทยมีมาตรการส่งเสริมการพัฒนาประสิทธิภาพในการประกอบการให้กับ SME เน้นกลุ่มเครือข่ายที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของไทย และมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการ SME Cluster 2019 โดยมุ่งเน้นการพัฒนาต่อยอดให้ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจในปี พ.ศ. 2560 ในด้านต่าง ๆ และพัฒนาให้ผู้ประกอบการกลุ่มซึ่งเป็นเครือข่ายใหม่ให้สามารถรวมกลุ่มและได้รับการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ ทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการบริหารจัดการรวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่ามากขึ้น ในอันที่จะสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าต่อไปอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างแข็งแกร่งของ SME นอกจากจะพึ่งพิงการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนแล้ว ยังต้องพึ่งพาวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ SME ที่ตระหนักรู้และมีการเตรียมความพร้อมให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลของเทคโนโลยี ทั้งด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ แตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงมีการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.4: ปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของประเทศไทย

ประเทศ	ปัจจัยแวดล้อม				
	นโยบาย/กฎระเบียบ	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
จีน	<ul style="list-style-type: none"> SME Promotion Law มีการกำหนดระบบการพิจารณาอนุมัติจัดตั้งบริษัท โดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นลดระยะเวลาในการอนุมัติ การพัฒนาบริการ Online ระบบการประเมินผลการบริการของภาครัฐ กำหนดให้ทุกองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ต้องให้บริการข้อมูลที่จำเป็นและเหมาะสม รวมไปถึงให้คำปรึกษาแก่ SME 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนา SME Market Development เช่น อำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ลดขั้นตอนตรวจคนเข้าออกประเทศ ให้สินเชื่อนำเข้าส่งออก การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ที่มีงบประมาณกว่าร้อยละ 30 การผ่อนปรนข้อกำหนดมาตรฐานในการสั่งซื้อ หลักการ Three Equalities สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่าง SME 	<ul style="list-style-type: none"> กองทุนพิเศษเพื่อการพัฒนา SME ส่งเสริมระบบตลาดทุนหลายระดับ ตลาดตราสารหนี้ ช่องทางการระดมทุนทางตรงของ SME ผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศจีน (NEEQ) มาตรการ Fast-tracking ในการเสนอขายหุ้น IPO ปรับอัตราเงินสำรองธนาคารขนาดกลางและเล็ก ขยายวงเงิน Refinance ปรับลดเพดาน NPL ผ่อนปรนทางด้านภาษี ลดค่าธรรมเนียม 	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการสร้างแรงจูงใจ โดยใช้สิทธิบัตร/ส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาในการจัดหาเงินทุน คุ้มครองสิทธิ SME มีการตรวจสอบหน่วยงานของรัฐและองค์กรใหญ่ ไม่ให้มีการละเมิดสิทธิ SME กำหนดมาตรฐานค่าธรรมเนียมในการดำเนินการที่เหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> แนะนำนักศึกษาจบใหม่ให้ทำงานในกิจการ SME บ่มเพาะให้เกิดผู้ที่มีความสามารถทางด้านนวัตกรรม ให้ค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจในการเข้าทำงานกับ SME เช่น ค่าเล่าเรียน เงินอุดหนุนสินเชื่อการศึกษา ส่งเสริมการยกระดับเทคโนโลยีของ SME ส่งเสริมการบูรณาการเทคโนโลยีไอทีสมัยใหม่กับการผลิตแบบดั้งเดิม
เกาหลีใต้	<ul style="list-style-type: none"> ปี พ.ศ. 2543 มีการออก Act on the Protection of and Support for Micro Enterprises เพื่อป้องกันและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดย่อมโดยเฉพาะ ปี พ.ศ. 2559 มีการออกแผนสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อย (1st Basic Plan for Micro-Enterprise Support) เพื่อเพิ่มผลประกอบการและความอยู่รอดของธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสนับสนุนศูนย์บริการเอกชนในต่างประเทศเพื่อช่วยเหลือดูแลและให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้า โครงการตลาดต่างประเทศช่วยเหลือวิสาหกิจ SME โดยร่วมมือกับบริษัทรายใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> สินเชื่อค้ำประกันจากรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือ SME ที่ไม่สามารถเข้าถึงเงินกู้ธนาคารจากการไม่มีสินทรัพย์ค้ำประกัน กองทุนร่วมลงทุน (Venture Investment Fund) สนับสนุนด้านการเงิน โดยแบ่งตามระยะการเติบโตของวิสาหกิจ โดยหน่วยงานของรัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษา เช่น Korea SMEs and Startups Agency (KOSME) โดยมีบริการวิเคราะห์ธุรกิจเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือแบบครบวงจร สนับสนุนการจัดตั้งและดำเนินการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubators; BIs) ที่มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ผลิต สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัย จัดอบรมให้ความรู้และสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการในหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย
ไต้หวัน	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME จัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับ มอบอำนาจแก่รัฐบาลท้องถิ่นในการสนับสนุน เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการพัฒนาโดยการรวมกลุ่มกันในท้องถิ่น สร้างเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นผ่านสินค้า OTOP (One Town One Product) เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ใช้การตลาดสมัยใหม่ผ่านทาง E-commerce เพื่อให้ SMEs ขยายฐานไปสู่ตลาดสากล 	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งศูนย์ SME Instant Solution Service Center เพื่อให้คำปรึกษาครบวงจร จัดตั้ง Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA) เพื่อเป็นเครื่องมือในการระดมทุน จัดโครงการ “Small and Startup Enterprise Financing Special Award” เพื่อส่งเสริมให้สถาบันการเงินในประเทศสนับสนุนเงินกู้ให้ SMEs 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้เครือข่ายดิจิทัลในการทำงานร่วมกัน อำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ดิจิทัลในชนบท ให้ความสำคัญกับการชำระเงินโดยใช้ระบบดิจิทัล จัดทำโครงการ Small Business Innovation Research Program (SBIR) เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถเข้าถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> SME Development Fund ได้ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่สถานศึกษาและสถาบันวิจัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการบ่มเพาะ การก่อตั้ง The Great Entrepreneurship Academy สนับสนุนในด้านข้อมูล สมองความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ประเทศ	ปัจจัยแวดล้อม				
	นโยบาย/กฎระเบียบ	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
อินโดนีเซีย	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการจดทะเบียนวิสาหกิจและการขอใบอนุญาตเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจจึงมีการพัฒนาระบบ One Single Submission (OSS) เพื่ออำนวยความสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> แผนการพัฒนา E-commerce เพื่อเพิ่มการเข้าถึง ของ SMEs แผนการพัฒนาประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> (1) โครงการ SME Go Online (2) โครงการ One Million id. Domain (3) โครงการ 1,000 Digital Start-up 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายการจัดเก็บภาษีแบบพิเศษสำหรับวิสาหกิจขนาดเล็ก โครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR) เพื่อให้ธนาคารสามารถออกเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ SMEs 	<ul style="list-style-type: none"> แผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ มีระยะเวลาดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2557-2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะ 	<ul style="list-style-type: none"> SME Productivity Centers 22 แห่ง ให้ความช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมและเพิ่มศักยภาพของแรงงาน จัดตั้ง Entrepreneurship Campus Centers ให้คำปรึกษา และการบรรยาย เพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โครงการ Student Entrepreneurial ที่ให้เงินสนับสนุนแก่นักเรียนที่มีแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรม
ไทย	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้ มาตรการลดอัตราหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมสินทรัพย์ สิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มาตรการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ให้มีสิทธิหักค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้างเพื่อทำ R&D ได้ 3 เท่า สนับสนุนให้ SME ทำบัญชีเดียว ปรับปรุงกฎหมาย พ.ร.บ.ล้มละลาย 	<ul style="list-style-type: none"> SME Internationalization เสริมสร้างขีดความสามารถ SME สู่นานาชาติ ส่งเสริมการสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้านวัตกรรม Online Exhibition Technology E-Marketplace โครงการ “การตลาดนำการผลิต” เน้นการตลาดดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft loan) การค้ำประกันสินเชื่อ (Loan Guarantee) การเพิ่มช่องทางการบริการทางการเงิน เช่น Microfinance สินเชื่อ Nano-Finance การปรับปรุงกฎเกณฑ์การจดทะเบียนผ่าน mai กองทุนร่วมทุน เช่น บลจ.วรรณ SMEs Private Equity Trust Fund 	<ul style="list-style-type: none"> Academic-SME Linkage ร่วมกับสถาบันอาชีวศึกษา กิจกรรมจับคู่เชื่อมโยง SME กับผู้ให้บริการด้าน ICT Web Portal “SMEONE” Application SME Connex 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ SME เช่น การทดลองผลิตในห้องทดลองสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ การสนับสนุนกลุ่มเครือข่าย SME ผ่าน SME Cluster 2019

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

3.7 บทสรุปปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของแต่ละประเทศ

ภาคธุรกิจหรือ SME มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน และการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งการดำเนินธุรกิจนั้นจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญหลายด้าน อาทิ นโยบายและกฎระเบียบ การตลาด การเงิน ปัจจัยสนับสนุน ทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจเติบโตและสามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ การส่งเสริม SME ของแต่ละประเทศมีจุดแข็งที่สำคัญแตกต่างกัน โดยสามารถสรุปการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมสำหรับ SME ที่สำคัญของแต่ละประเทศ เพื่อเป็นแนวทางหรือตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมสำหรับ MSE ของไทยได้ ดังนี้

3.7.1 ประเทศจีน

ประเทศจีนให้ความสำคัญกับเรื่องของกฎระเบียบเป็นอย่างมาก โดยมีการบังคับใช้ SME Promotion Law หรือ พรบ.ส่งเสริม SME มาตั้งแต่ปี 2003 ซึ่งนอกจากมาตรการลดขั้นตอนในการอนุมัติต่าง ๆ และสิทธิพิเศษทางภาษีแล้ว ยังมีการกำหนดให้ทุกมณฑลจัดตั้งสถาบันค้าประกันสินเชื่อสำหรับ SME เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนการลงทุนในภาค SME ทั้งที่เป็น High-tech และ Labor-intensive

รัฐบาลจีนพยายามปรับจากการเป็น Bank-based มาเป็น Capital-based โดยมีการสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถระดมผ่านตลาดหลักทรัพย์ NEEQ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์ลดลง และสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ทั่วถึงมากขึ้น ส่วนด้านการส่งเสริมทางการตลาดของจีนมีจุดเด่น คือ มีการใช้ Platform ที่ช่วยส่งเสริมช่องทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ นอกจากนี้ ยังมีการผ่อนผันมาตรฐานในการสั่งซื้อและการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยกำหนดภาครัฐมีการจัดซื้อจากภาคธุรกิจที่เป็น SME มากขึ้น ในด้านปัจจัยสนับสนุน จีนให้ความสำคัญกับการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่ต้นน้ำ คือการจัดหาวัตถุดิบ จนกระทั่งปลายน้ำ คือ สินค้าออกมาสู่ตลาดจนถึงผู้บริโภค

สำหรับด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้นั้นจีนมีการส่งเสริมในลักษณะ Salary-based โดยให้ค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจในการเข้าทำงาน รัฐบาลมีการ subsidy เพื่อให้นักศึกษาที่จบใหม่ทำงานในองค์กรที่มีขนาดเล็กและมีการให้รางวัลตอบแทน เช่น หากสามารถทำงานให้บริษัทหรือกิจการเติบโตจนเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ได้ จะให้ผลตอบแทนในรูปแบบหุ้นบริษัท เพื่อเป็นแรงจูงใจ เป็นต้น

3.7.2 ประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้ มีปัจจัยแวดล้อมที่นับเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมภาคธุรกิจในประเทศ คือ การจัดตั้งกระทรวง SMEs และ Startups (The Ministry of SMEs and Startups-MSS) เพื่อเป็นศูนย์กลางการวางแผนและติดตามผลการดำเนินนโยบาย โดยนับตั้งแต่การจัดตั้งกระทรวงในปี 2560 การขับเคลื่อนนโยบายเกี่ยวกับ SME ในประเทศเกาหลีใต้ สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากมีการกำหนดนโยบายที่ระบุกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน (Targeted Policy) ทำให้สามารถผลักดันและแก้ไขปัญหาให้แก่ SME ได้ อย่างตรงจุด

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SME และ Startup คือ วัฒนธรรมในบริหารประเทศของภาครัฐที่เอื้อประโยชน์ต่อบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ (Institution-based) ซึ่งจะเห็นได้จากบริษัทขนาดใหญ่หลายราย อาทิ ฮุนได ซัมซุง LG ที่ค่อนข้างมีอิทธิพลต่อภาครัฐ เช่น โครงสร้างพื้นฐานสำคัญในประเทศมีการสนับสนุนโดยบริษัทขนาดใหญ่เหล่านี้ นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังอยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่ม Chaebol (แชโบล) หรือกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่ทรงอิทธิพลทางการค้า และการลงทุนในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มแชโบลได้กลายเป็นกำลังหลักในการผลักดันและเป็นแกนหลักของเศรษฐกิจในประเทศไปแล้ว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือเปรียบเสมือนทฤษฎีหัวรถจักร หากบริษัทขนาดใหญ่มุ่งเน้นไปทางใด SME ก็จะได้รับ การส่งเสริมไปในทิศทางเดียวกัน ยกตัวอย่างการสร้างปัจจัยแวดล้อมในภาคธุรกิจเดียวกัน เช่น การตั้งบริษัทผลิตรถยนต์ ทำให้เกิดบริษัทผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ บริษัทโลจิสติกส์ที่มาสนับสนุนการผลิต ที่จะทำงานในลักษณะเป็นพาร์ทเนอร์กัน ทำให้มีการพัฒนาและเติบโต ทั้งห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น ส่วนปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญคือ เกาหลีใต้มีการจัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษา Korea SMEs and Startups Agency (KOSME) และการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ (Business Incubator) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ในประเทศเช่นกัน

นอกจากนี้ ในปัจจุบันเกาหลีใต้มีนโยบายมุ่งใต้ใหม่ (New Southern Policy-NSP) ที่ได้ประกาศขยายความร่วมมือด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นนโยบายที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย และอาเซียน เนื่องจากเกาหลีใต้มีความสามารถในการผสมผสานพลังด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ในการสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตได้อย่างก้าวกระโดด ขณะที่ผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมทั้ง Startups ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงและนวัตกรรมที่โดดเด่น ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นและแบบอย่างที่ดีในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศในภูมิภาคต่อไป

3.7.3 ประเทศไต้หวัน

รัฐบาลประเทศไต้หวันเล็งเห็นถึงความจำเป็นของการปฏิรูปการดำเนินนโยบายที่เกี่ยวกับ SME โดยเฉพาะการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจรวมถึงการให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ซึ่งความสำเร็จที่ทำให้ SME ในไต้หวันมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดมาจากการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ได้แก่ การปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของ SME โดยมีการจัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์หรือข้อบังคับต่าง ๆ การเพิ่มบทบาทสถานศึกษาให้เป็นกลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME และการกระจายอำนาจสู่รัฐบาลในท้องถิ่น ซึ่งทำให้ท้องถิ่นมีอำนาจในการตัดสินใจ เช่น การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ One town one product คล้ายกับหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP) ของไทย แต่ผลิตภัณฑ์ของไต้หวันมีเอกลักษณ์และเข้มแข็งกว่าเนื่องจากนโยบายของภาครัฐที่กระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น การดำเนินการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ จึงมีความรวดเร็วและปฏิบัติได้ทันที

ไต้หวันมีการส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยใช้เครือข่ายดิจิทัล มีการใช้ข้อมูลเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและการสร้างผลประโยชน์สูงสุดจากห่วงโซ่คุณค่า รวมถึง การสนับสนุนให้มีการประยุกต์

การใช้ความรู้ทางการจัดการเพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัลระหว่างอุตสาหกรรมต่าง ๆ และการสร้างระบบข้อมูลทางธุรกิจแบบบูรณาการที่ช่วยต่อความสามารถในการตัดสินใจและการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ นโยบายภาครัฐของไต้หวันมีการจัดตั้ง National Development Fund กองทุนเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ การสนับสนุนเงินกู้เพื่อเริ่มต้นธุรกิจ และการประกันเงินกู้ การระดมทุนในตลาดทุน GISA ตลอดจนการร่วมทุน ซึ่งปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและบริษัทต่าง ๆ ในไต้หวันได้รับการสนับสนุนภายใต้นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เน้นการพัฒนากระบวนการสะสมทุนของบริษัทเอกชน การสร้างนวัตกรรม และการสร้างกระบวนการเรียนรู้จนทำให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีการผลิตมาก่อน โดยมีการพัฒนาทั้งทุนมนุษย์และทุนทางกายภาพอย่างเข้มข้น จนทำให้เศรษฐกิจไต้หวันสามารถเคลื่อนตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ ซึ่งมีพื้นฐานที่คล้ายคลึงกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน

3.7.4 ประเทศอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีหมู่เกาะขนาดใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีเกาะหลัก 5 เกาะ คือ เกาะนิวกินี เกาะชวา เกาะกาลิมันตัน เกาะซูลาเวซี และเกาะสุมาตรา ซึ่งเกาะที่ใหญ่ที่สุด คือ เกาะสุมาตรา และเป็นประเทศที่มีภาษาท้องถิ่นจำนวนมาก

การเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซียมีการกระจุกในเกาะหลัก และกระจายไปยังเกาะต่าง ๆ ทั้งเกาะที่มีขนาดใหญ่และเกาะที่มีขนาดเล็ก เช่น เกาะชวา และเกาะบาหลี เป็นต้น ในลักษณะเช่นเดียวกับไทยที่มีการกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และจังหวัดข้างเคียง รวมทั้งจังหวัดในแต่ละภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต และนครราชสีมา เป็นต้น อินโดนีเซีย มีการสนับสนุนและพัฒนา SMEs ในประเทศ โดยการพัฒนาแบบ One Single Submission (OSS) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ SME ในอินโดนีเซีย ภายใต้ความพยายามส่งเสริมการลงทุนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปและการส่งออก เพื่อลดการนำเข้าวัตถุดิบ รวมถึงเหล็กและเหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี และมี SME Productivity Centers จำนวน 22 แห่ง ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมและเพิ่มศักยภาพของแรงงาน รวมทั้งมีการจัดตั้ง Entrepreneurship Campus Centers เพื่อให้คำปรึกษา และการบรรยายเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ยังมีโครงการ Student Entrepreneurial ที่ให้เงินสนับสนุนแก่นักเรียนที่มีแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรม

ประธานาธิบดี Joko Widodo ของอินโดนีเซีย มีแผนย้ายเมืองหลวงจากกรุงจาการ์ตาไปยังเกาะกาลิมันตัน เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด ความเสี่ยงการเป็นเมืองจมน้ำ รวมถึงความแออัดของประชากรในตัวเมืองหลวง โดยเลือกจังหวัดกาลิมันตันตะวันออก ซึ่งตั้งอยู่บนเกาะบอร์เนียวหรือเกาะกาลิมันตันในภาษาอินโดนีเซีย เป็นเมืองหลวงแห่งใหม่ของประเทศ และเริ่มผลักดันปฏิรูปโครงสร้างรวมถึงการปรับปรุงด้านสาธารณูปโภคและสภาพธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความไม่สมดุลในกิจกรรมทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซียกับประเทศอื่น ๆ และเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขัน

บทที่ 4

การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล

4

การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล

4.1 หลักเกณฑ์การสำรวจข้อมูล สำหรับการจัดเก็บข้อมูล

4.1.1 การจัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire)

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการสำรวจข้อมูลความต้องการของวิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจรายย่อย (MSE) โดยวิธีการจัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire) ในแต่ละภูมิภาคมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเบื้องต้น ดังนี้

1. ขนาดเศรษฐกิจและโครงสร้างเศรษฐกิจ
2. โครงสร้างพื้นฐาน
3. จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ

ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นตัวแทนของแต่ละภูมิภาค โดยกระจายการเก็บข้อมูลจำแนกตามขนาดธุรกิจในพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี และสงขลา

ตารางที่ 4.1: จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามขนาดธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562

จังหวัด	รายย่อย (Micro)	ขนาดย่อม (Small)	ขนาดกลาง (Medium)	จำนวนผู้ประกอบการรวม
ทั่วประเทศ	2,169,924	113,273	3,129	2,286,326
กรุงเทพมหานคร	256,789	20,170	451	277,410
เชียงใหม่	72,017	3,922	96	76,035
ขอนแก่น	56,438	1,988	71	58,497
ชลบุรี	52,616	4,874	238	57,728
สงขลา	44,385	1,869	77	46,331
รวม 5 จังหวัด	482,245	32,823	933	516,001

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4.2: จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามภาคธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562

จังหวัด	ภาคการค้า	ภาคบริการ	ภาคการผลิต	ภาคธุรกิจการเกษตร	จำนวนผู้ประกอบการรวม
ทั่วประเทศ	1,035,799	851,228	399,299	-	2,286,326
กรุงเทพมหานคร	129,930	116,278	31,202	-	277,410
เชียงใหม่	33,224	29,697	13,114	-	76,035
ขอนแก่น	26,604	21,153	10,740	-	58,497
ชลบุรี	29,029	25,554	3,145	-	57,728
สงขลา	24,890	17,637	3,804	-	46,331
รวม 5 จังหวัด	243,677	210,319	62,005	-	516,001

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการสำรวจมีการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) รวมทั้งหมด 1,320 ตัวอย่าง โดยเบื้องต้นกำหนดให้วิสาหกิจขนาดย่อม ต้องมีสัดส่วนตัวอย่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 จากตัวอย่างทั้งหมด แต่อย่างไรก็ตาม ในการสำรวจจะพบวิสาหกิจรายย่อยได้มากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ดังนั้น สัดส่วนดังกล่าวจึงอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม จำนวนตัวอย่างในการสำรวจของแต่ละพื้นที่ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ

จังหวัด	จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม
กรุงเทพมหานคร	700
เชียงใหม่	200
ขอนแก่น	150
ชลบุรี	150
สงขลา	120
รวม 5 จังหวัด	1,320

ที่มา: มูลินนิธิ สวค.

สำหรับข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสำรวจ (Questionnaire) ของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) จากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ส่วน¹ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 21 ข้อ เช่น เพศ อายุ รายได้ เป็นต้น
2. ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE จำนวน 7 ข้อ เช่น รูปแบบกิจการ ศักยภาพของธุรกิจ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)
3. ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE จำนวน 5 ข้อ เช่น ปัญหา อุปสรรค และความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจใน 5 ประเด็น คือ

¹ รายละเอียดของแบบสำรวจ (Questionnaire) ปรากฏดังภาคผนวก ค

- 1) ด้านกฎระเบียบ อาทิ การปรับปรุงกฎระเบียบ ระบบภาษี การลดหย่อน มาตรการที่เกี่ยวข้อง
 - 2) ด้านการตลาด อาทิ การเพิ่มช่องทางการขาย การส่งออก การจับคู่ธุรกิจ
 - 3) ด้านการเงิน อาทิ แหล่งเงินทุน การพักชำระหนี้ เงินอุดหนุน
 - 4) ด้านปัจจัยสนับสนุน อาทิ เทคโนโลยี ระบบการชำระเงิน โลจิสติกส์
 - 5) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ อาทิ การบริการข่าวสาร การอบรมทักษะ การจัดการทรัพยากร
4. ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ จำนวน 8 ข้อ เช่น การเข้าร่วมโครงการ/ การรับบริการจากภาครัฐ ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วม เป็นต้น

4.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมระดมความคิดเห็น

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการ (ผู้รับบริการ) หน่วยงานองค์กร สถาบัน (ผู้ให้บริการ) ในการใช้ประโยชน์/การให้บริการ เพื่อการพัฒนาธุรกิจจากปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และประเด็นปัญหา-อุปสรรคของการใช้บริการ/ให้บริการ ไม่น้อยกว่า 5 ประเด็น เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ การพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบ Offline และ Online การตลาด การคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ และความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เป็นต้น

สำหรับการจัดประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน 4 ภูมิภาค (ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี และสงขลา) ครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเทศไทยและสถานการณ์เศรษฐกิจโลก

4.2 การสำรวจปัจจัยแวดล้อมของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม

4.2.1 การสำรวจโดยใช้แบบสำรวจข้อมูล (Questionnaire)

ในการสำรวจปัจจัยแวดล้อมของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (MSE) จากแบบสำรวจข้อมูล (Questionnaire) ในแต่ละพื้นที่ มีการดำเนินการโดยการแบ่งทีมสำรวจออกเป็น 5 ทีมตามพื้นที่ ดังนี้

ตารางที่ 4.4: แผนดำเนินการสำรวจข้อมูล

พื้นที่	ช่วงเวลา
กรุงเทพมหานคร	13 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2563
เชียงใหม่	24 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2563
ขอนแก่น	17 กรกฎาคม – 21 สิงหาคม 2563
ชลบุรี	15 กรกฎาคม – 21 สิงหาคม 2563
สงขลา	13 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2563

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ การสำรวจข้อมูลใน 5 พื้นที่เป้าหมาย เมื่อดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว มีจำนวนตัวอย่างรวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 1,320 ตัวอย่าง ซึ่งแสดงรายละเอียดในบทที่ 5 และเอกสารประกอบผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้ทำการสัมภาษณ์ใน 5 พื้นที่เป้าหมาย มีจำนวนรวมทั้งหมด 21 ตัวอย่าง ดังนี้

1. กรุงเทพมหานคร

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ จำกัด	30 มิถุนายน 2563 เวลา 10.00 น.	คุณวรพล พรวาณิชย์ (Founder & CEO)
2	สมาพันธ์ SME ไทย	8 กรกฎาคม 2563 เวลา 09.00 น.	1. คุณชนรังสี เฉลิมชัยกิจ (ประธานสมาพันธ์ SME ไทย) 2. คุณแสงชัย อธิกุลวานิช (รองประธานสมาพันธ์ SME ไทย) 3. คณะกรรมการและสมาชิกสมาพันธ์
3	สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)	8 กรกฎาคม 2563 เวลา 13.30 น.	1. คุณธนนันทน์ พรายจันทร์ (ผอ.สถาบัน) 2. ดร.ธนันท์ อภิวันทนาพร (ผอ.ฝ่ายพัฒนาธุรกิจต่างประเทศและการตลาด)

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
4	หอการค้าไทย-จีน	16 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.	1. คุณจิตติ ตั้งสิทธิ์ภักดี (ประธานคณะกรรมการ) 2. คณะกรรมการและสมาชิก
5	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	24 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณวุฒิชัย ประชาพร (ผอ.กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจ อุตสาหกรรม)
6	กรมส่งเสริมการเกษตร	4 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณวชิรา ไผ่เจริญมงคล (ผอ.กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร)

2. จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9	13 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.30 น.	1. คุณวันชัย ปานเปี่ยมเกียรติ (ผอ.กลุ่มบริการธุรกิจอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการ) 2. คุณภารดี เสมอกิจ (ผอ.กลุ่มพัฒนาการส่งเสริมธุรกิจ อุตสาหกรรม) 3. คุณนุจรี ผลบุญ (ผอ.กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน ภูมิภาค)
2	สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยว เมืองพัทยา	13 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณเอกสิทธิ์ งามพิเชษฐ์ (นายกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยว เมืองพัทยา)
3	ร้านอาหารชายทะเลบางพระ	13 กรกฎาคม 2563 เวลา 16.30 น.	คุณวิฑิต ศรีระกิจ (เจ้าของร้านอาหาร)
4	วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัย บูรพา	14 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.30 น.	ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา (คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์)

3. จังหวัดขอนแก่น

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	ศูนย์บ่มเพาะ วิทยาลัยอาชีวศึกษา ขอนแก่น	20 กรกฎาคม 2563 เวลา 09.30 น.	1. คุณอนงค์ลักษณ์ พูลสุวรรณ (ผอ. วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น) 2. คณะอาจารย์
2	บริษัทลั่นถลิต ออกริ ฟู้ดส์ จำกัด (ผลิตภัณฑ์ ProteGo)	20 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.45 น.	สพญ.ลั่นถลิต สุคนธ์รัตนสุข (ผู้บริหาร)
3	บริษัทฟาสเตอร์ โลจิสติกส์ จำกัด	20 กรกฎาคม 2563 เวลา 13.30 น.	คุณณัฐกร เจริญชีวะกุล (ผู้บริหาร)
4	สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (ATSME)	21 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณประกิต ทองแท่งไทย (เลขาธิการนายกสมาคม และประธาน บริษัทในเครือเทพประทานพร กรุ๊ป)

4. จังหวัดสงขลา

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	ร้านเมืองใต้ ป่าลิ้ม 2 เกาะยอ	9 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณชัยยุทธ์ เขียวชานาญ (ผู้จัดการร้าน)
2	วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ยางพารา กองทุนหมู่บ้านบ้านไพร่ครอบครัว	10 สิงหาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณสำราญ วะสีคง (ประธานวิสาหกิจชุมชน)
3	ศิลปะประดิษฐ์เทียมดา	10 สิงหาคม 2563 เวลา 15.30 น.	คุณลัดดา พูลภิญโญ (ประธาน) คุณประพัทธ์ พูลภิญโญ (รองประธาน)

5. จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	บริษัท ศูนย์ทำร่ม (1978) จำกัด	16 สิงหาคม 2563 เวลา 13.00 น.	คุณกณณิกา บัวจัน (กรรมการผู้จัดการ)
2	Good Memories Café & Camp	17 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณขวัญชนก จารุจรัสวงศ์ (เจ้าของร้าน)
3	Ladyfirst Carrent	17 สิงหาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณณัฐชฎา ธนฤทธิ์พงศ์ (ผู้บริหาร)
4	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	31 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 น.	คุณวิราภรณ์ มงคลไชยสิทธิ์ (รองผู้อำนวยการ สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ)

4.2.3 การประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)

ในการประชุมระดมความคิดเห็น ได้ดำเนินการใน 4 พื้นที่เป้าหมาย ดังนี้²

1. จังหวัดชลบุรี

วันที่ 14 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30-12.00 น.
สถานที่ โรงแรมเดอะไทด์ รีสอร์ท บางแสน จังหวัดชลบุรี
จำนวนผู้เข้าร่วม 27 คน

2. จังหวัดขอนแก่น

วันที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30-12.00 น.
สถานที่ โรงแรมวีวิช จังหวัดขอนแก่น
จำนวนผู้เข้าร่วม 31 คน

² รายละเอียดการประชุมระดมความคิดเห็น ปรากฏดังภาคผนวก จ

3. จังหวัดสงขลา

วันที่ 10 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 – 13.00 น.
สถานที่ โรงแรมบุรีศรีภู อ.หาดใหญ่จังหวัดสงขลา
จำนวนผู้เข้าร่วม 11 คน

วันที่ 11 สิงหาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น.
สถานที่ โรงแรมเดอะเบต เวเคชั่น จังหวัดสงขลา
จำนวนผู้เข้าร่วม 27 คน

4. จังหวัดเชียงใหม่

วันที่ 18 สิงหาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น.
สถานที่ โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่
จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน

4.2.4 การสัมมนารับฟังความคิดเห็น

การสัมมนารับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง วันที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30- 13.30 น. ณ โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัณ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด 102 คน³



³ รายละเอียดการประชุมสัมมนา ปรากฏดังภาคผนวก ฉ

บทที่ 5

ผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม

5

ผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม

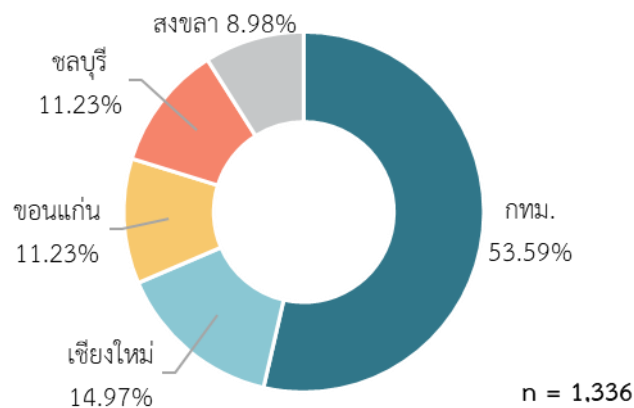
การสำรวจข้อมูลความต้องการของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อย (MSE) โดยวิธีการจัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire) ได้ทำการสำรวจข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 1,336 ตัวอย่าง¹ ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจจากแบบสอบถามได้เป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE 3) ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE 4) ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ และการรับบริการ และ 5) สรุปผลการสำรวจข้อมูล ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.1 จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ

การดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ใน 5 จังหวัด จำนวนตัวอย่างรวม 1,336 ตัวอย่าง ดังนี้

ภาพที่ 5.1: จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

¹ กำหนดไว้ขั้นต่ำจำนวน 1,320 ตัวอย่าง แต่ดำเนินการเก็บจริงจำนวน 1,336 ตัวอย่าง

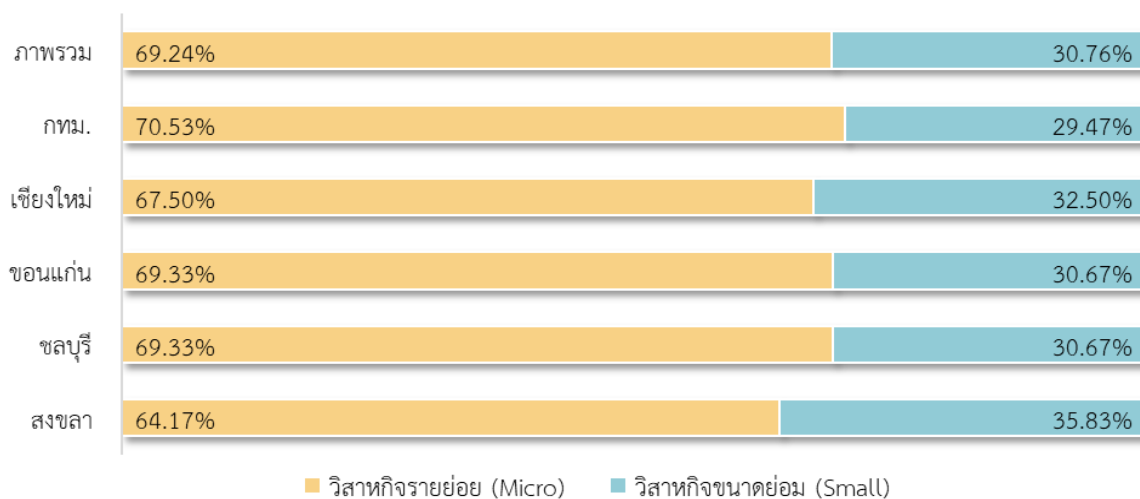
ตารางที่ 5.1: จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ

จังหวัด	ภาพรวม		วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	716	53.59	505	54.59	211	51.34
เชียงใหม่	200	14.97	135	14.59	65	15.82
ขอนแก่น	150	11.23	104	11.24	46	11.19
ชลบุรี	150	11.23	104	11.24	46	11.19
สงขลา	120	8.98	77	8.32	43	10.46
รวม	1,336	100.00	925	100.00	411	100.00

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ จำนวนตัวอย่างรวม 1,336 ตัวอย่าง แบ่งเป็นวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง (ร้อยละ 69.24) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.76) ดังภาพที่ 5.2

ภาพที่ 5.2: จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดและวิสาหกิจ



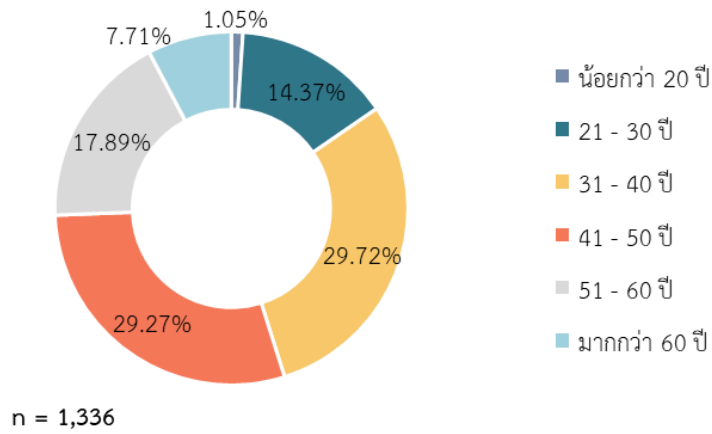
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.1.2 ช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 397 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.72) รองลงมาอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 391 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.27) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี จำนวน 281 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.38) รองลงมาอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 255 (ร้อยละ 27.57) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 142 ตัวอย่าง (ร้อยละ 34.55) รองลงมาอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี จำนวน 110 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.76)

สำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี ส่วนขอนแก่น ชลบุรี และสงขลา ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี

ภาพที่ 5.3: สัดส่วนของช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง



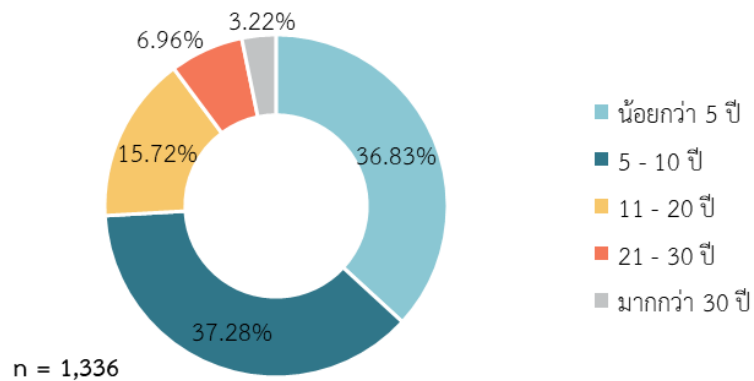
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.1.3 ช่วงอายุกิจการ

ในภาพรวม กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี จำนวน 498 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.28) รองลงมาอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) ซึ่งอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 386 ตัวอย่าง (ร้อยละ 41.73) รองลงมาอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี จำนวน 336 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.32) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) กิจการมีอายุอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี จำนวน 162 ตัวอย่าง (ร้อยละ 39.42) รองลงมาอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 106 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.79)

สำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ สงขลา และชลบุรี กิจการส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี ส่วนเชียงใหม่ และขอนแก่น กิจการส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี

ภาพที่ 5.4: สัดส่วนของช่วงอายุกิจการ

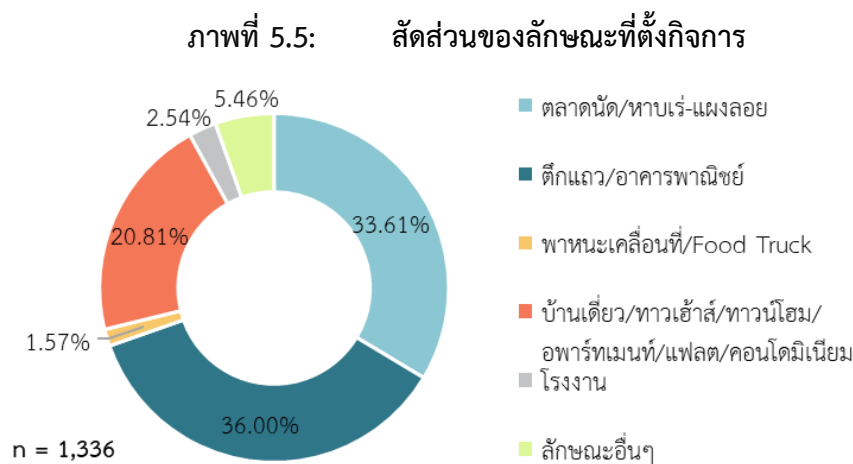


ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.1.4 ลักษณะที่ตั้งกิจการ

ในภาพรวมลักษณะที่ตั้งกิจการส่วนใหญ่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 481 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.00) รองลงมาเป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย จำนวน 449 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.61) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* ส่วนใหญ่เป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย จำนวน 378 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.86) รองลงมาเป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 294 (ร้อยละ 31.78) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* ส่วนใหญ่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 187 ตัวอย่าง (ร้อยละ 45.50) รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว/ทาวเฮ้าส์/ทาวนโฮม/อพาร์ทเมนต์/แฟลต/คอนโดมิเนียม จำนวน 81 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.71)

สำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ ชลบุรี และสงขลา ส่วนใหญ่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ ในขณะที่เชียงใหม่ และขอนแก่น ส่วนใหญ่เป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย

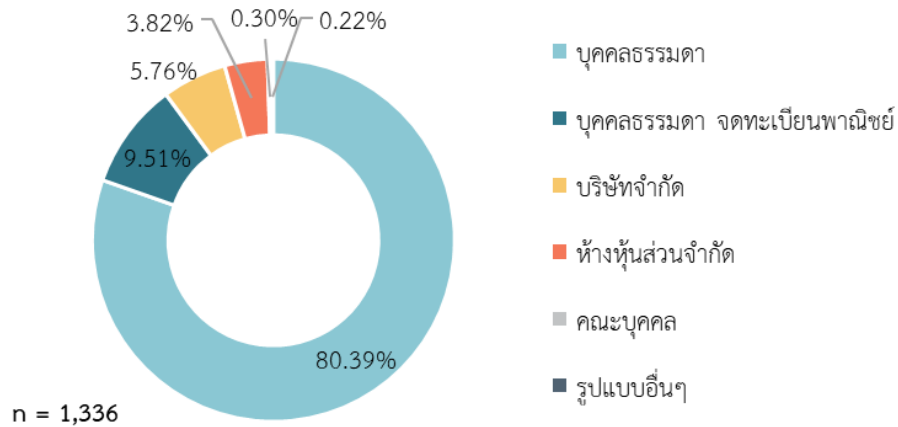


ที่มา: มุลินธิ สวค.

5.1.5 รูปแบบของกิจการ

ในภาพรวมกิจการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 1,074 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.39) รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดา จดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 127 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.51) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา จำนวน 821 ตัวอย่าง (ร้อยละ 88.76) รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดา จดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 85 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.19) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา จำนวน 253 ตัวอย่าง (ร้อยละ 61.56) รองลงมาเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 69 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.79) โดยทั้ง 5 จังหวัด ส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดา จดทะเบียนพาณิชย์

ภาพที่ 5.6: สัดส่วนของรูปแบบของกิจการ

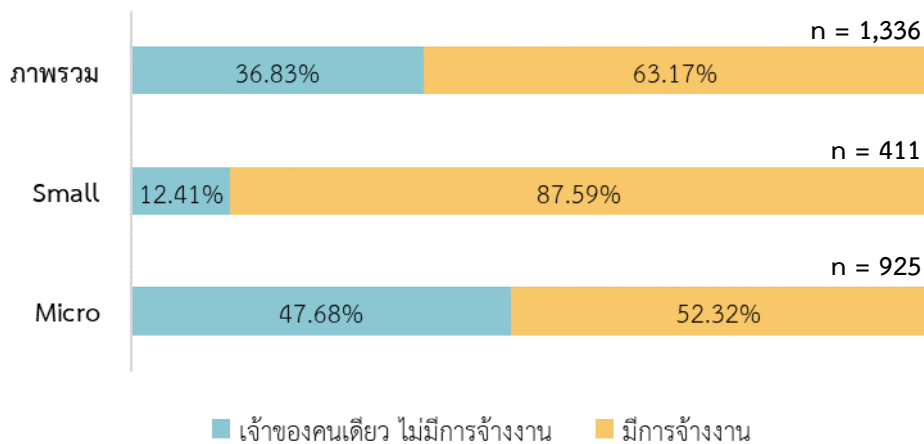


ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.1.6 การจ้างงาน

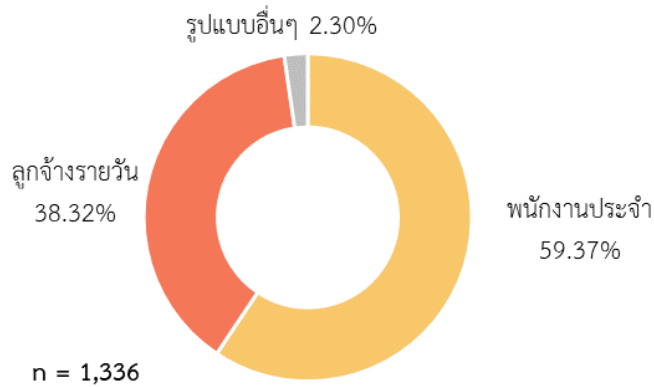
ในภาพรวมมีการจ้างงาน จำนวน 844 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.17) และเป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนการจ้างงานมากกว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ดังภาพที่ 5.7 โดยกรุงเทพฯ และชลบุรี มีสัดส่วนการจ้างงานมากกว่าเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน ในขณะที่เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา สัดส่วนของเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงานมากกว่ามีการจ้างงาน

ภาพที่ 5.7: สัดส่วนการจ้างงาน



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.8: สัดส่วนรูปแบบการจ้างงาน



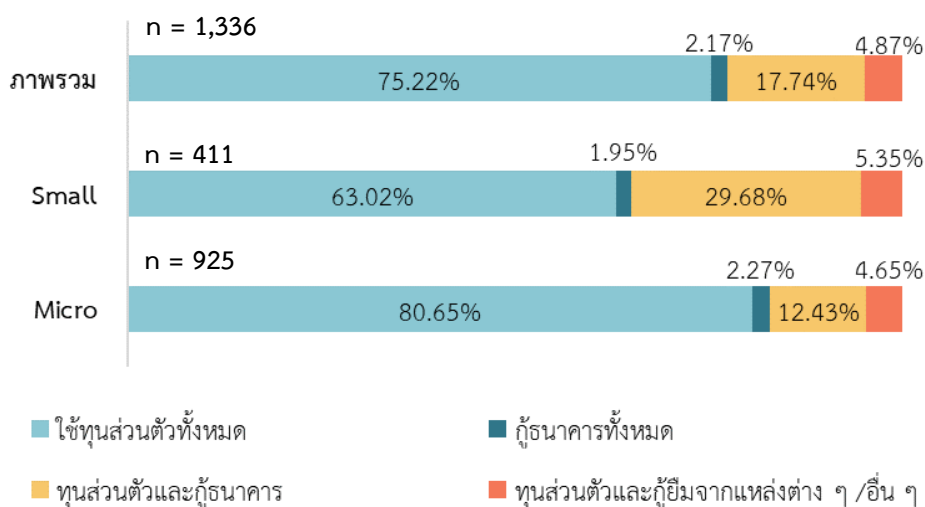
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.8 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่มีการจ้างงาน พบว่า มีการจ้างงานในรูปแบบของพนักงานประจำ ร้อยละ 59.37 โดยวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จ้างพนักงานประจำเฉลี่ย 1.73 คนต่อกิจการ และลูกจ้างรายวันเฉลี่ย 1.44 คนต่อกิจการ ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จ้างพนักงานประจำเฉลี่ย 5.11 คนต่อกิจการ และลูกจ้างรายวันเฉลี่ย 5.34 คนต่อกิจการ

5.1.7 แหล่งเงินทุน

ในภาพรวมผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด จำนวน 1,005 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.22) รองลงมา คือ ใช้ทุนส่วนตัวร่วมกับกู้ธนาคาร จำนวน 237 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.74) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนการใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมดมากกว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ดังภาพที่ 5.9 โดยทั้ง 5 จังหวัด ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด

ภาพที่ 5.9: สัดส่วนแหล่งเงินทุน



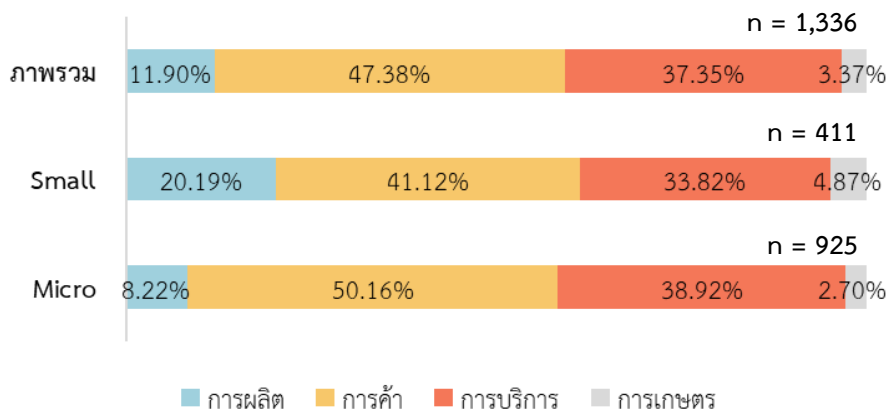
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE

5.2.1 ภาคธุรกิจ

ในภาพรวมกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้า จำนวน 633 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.38) รองลงมา คือ ภาคการบริการ จำนวน 499 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.35) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนใกล้เคียงกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาพรวม ดังภาพที่ 5.10 โดยทั้ง 5 จังหวัด ซึ่งอยู่ในภาคการค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ภาคการบริการ เช่นเดียวกันกับในภาพรวม

ภาพที่ 5.10: สัดส่วนของภาคธุรกิจ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

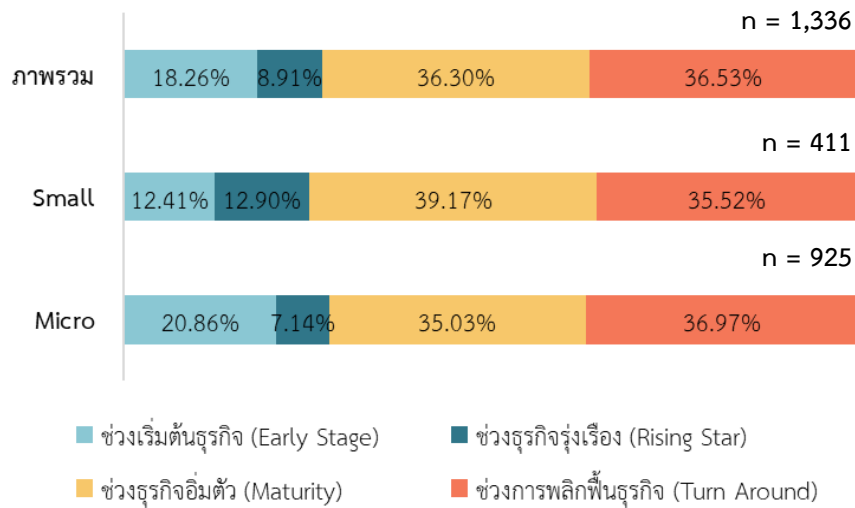
5.2.2 ศักยภาพของธุรกิจ (ช่วงของธุรกิจ)

ในภาพรวมกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีช่วงธุรกิจอยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) จำนวน 488 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.53) รองลงมา คือ ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) จำนวน 485 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.30) ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) จำนวน 244 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.26) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีเพียงจำนวน 119 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.91) เท่านั้น ดังภาพที่ 5.11

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) รองลงมา คือ ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) รองลงมา คือ ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)

นอกจากนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า *เชียงใหม่และขอนแก่น* ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ในขณะที่ *กรุงเทพฯ สงขลา และชลบุรี* ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และ *ทั้ง 5 จังหวัด* มีสัดส่วนของช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) น้อยที่สุด

ภาพที่ 5.11: สัดส่วนศักยภาพของธุรกิจ



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อพิจารณาถึงขนาดกิจการและภาคธุรกิจในแต่ละช่วงของธุรกิจ พบว่าภาคการค้ามีสัดส่วนมากที่สุดในทุกช่วงธุรกิจยกเว้นภาคการบริการในช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.19) เมื่อเปรียบเทียบกับภาคการผลิต การค้า และการเกษตร ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2: สัดส่วนของขนาดกิจการและภาคธุรกิจในแต่ละช่วงธุรกิจ

ช่วงธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	รวมทั้งหมด
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	20.86	12.41	18.26
1. การผลิต	0.86	2.68	1.42
2. การค้า	11.03	5.11	9.21
3. การบริการ	8.32	3.89	6.96
4. การเกษตร	0.65	0.73	0.67
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	7.14	12.90	8.91
1. การผลิต	0.76	1.70	1.05
2. การค้า	3.14	4.62	3.59
3. การบริการ	3.24	6.33	4.19
4. การเกษตร	0.00	0.24	0.07
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	35.03	39.17	36.30
1. การผลิต	3.24	8.27	4.79
2. การค้า	17.41	14.36	16.47
3. การบริการ	12.97	13.38	13.10
4. การเกษตร	1.41	3.16	1.95
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	36.97	35.52	36.53
1. การผลิต	3.35	7.54	4.64
2. การค้า	18.59	17.03	18.11
3. การบริการ	14.38	10.22	13.10
4. การเกษตร	0.65	0.73	0.67
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงขนาดกิจการและอายุกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ พบว่าทุกช่วงธุรกิจ มีสัดส่วนอายุกิจการอยู่ในช่วง 5-10 ปี มากที่สุด ยกเว้นช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) ส่วนใหญ่มีอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 201 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.04) แต่อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่าในช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) จะเห็นสัดส่วนอายุกิจการที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป อยู่ใน 2 ช่วงนี้ได้ชัดเจน ซึ่งแตกต่างกับ 2 ช่วงธุรกิจแรก ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3: สัดส่วนของขนาดกิจการและอายุกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	รวมทั้งหมด
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	20.86	12.41	18.26
น้อยกว่า 5 ปี	17.73	9.00	15.04
5-10 ปี	3.03	2.68	2.92
11-20 ปี	0.00	0.73	0.22
21-30 ปี	0.00	0.00	0.00
มากกว่า 30 ปี	0.11	0.00	0.07
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	7.14	12.90	8.91
น้อยกว่า 5 ปี	2.81	2.43	2.69
5-10 ปี	3.46	7.30	4.64
11-20 ปี	0.65	1.95	1.05
21-30 ปี	0.22	0.97	0.45
มากกว่า 30 ปี	0.00	0.24	0.07
3. ช่วงธุรกิจอิมิตัว (Maturity)	35.03	39.17	36.30
น้อยกว่า 5 ปี	9.30	8.03	8.91
5-10 ปี	13.73	15.09	14.15
11-20 ปี	7.14	8.27	7.49
21-30 ปี	3.46	5.84	4.19
มากกว่า 30 ปี	1.41	1.95	1.57
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	36.97	35.52	36.53
น้อยกว่า 5 ปี	11.89	6.33	10.18
5-10 ปี	16.11	14.36	15.57
11-20 ปี	6.16	8.76	6.96
21-30 ปี	1.62	3.89	2.32
มากกว่า 30 ปี	1.19	2.19	1.50
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง

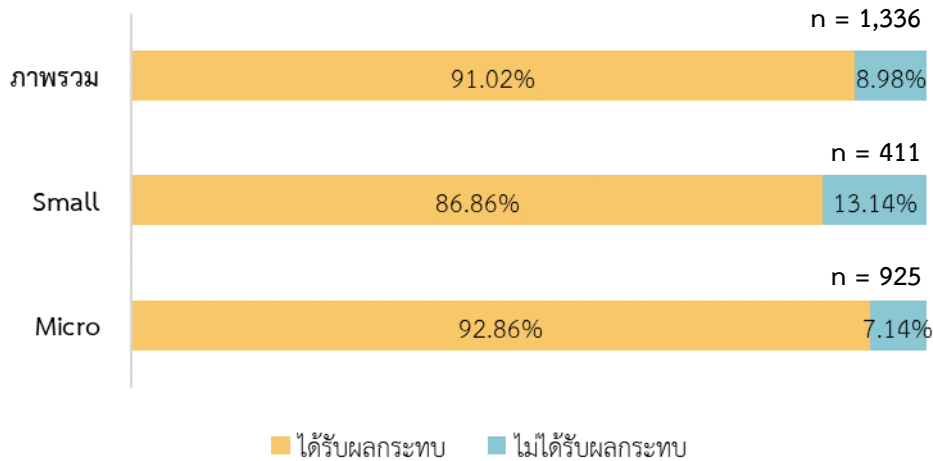
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.2.3 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) จำนวน 1,212 ตัวอย่าง (ร้อยละ 91.02) จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ได้รับผลกระทบ จำนวน 859 ตัวอย่าง (ร้อยละ 92.86) ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ได้รับผลกระทบ จำนวน 357 ตัวอย่าง (ร้อยละ 86.86)

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าชลบุรี ได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) มากที่สุด รองลงมา คือ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ สงขลา และขอนแก่น ตามลำดับ

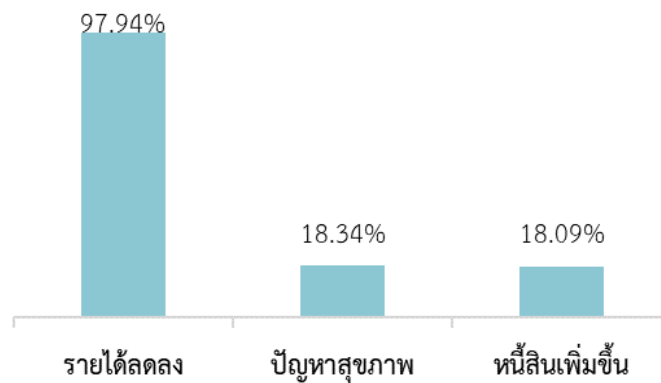
ภาพที่ 5.12: สัดส่วนการได้รับผลกระทบจาก Covid-19



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

สำหรับกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ จำนวน 1,212 ตัวอย่าง พบว่าลักษณะผลกระทบ 3 อันดับแรกของกลุ่มตัวอย่าง คือ รายได้ลดลง จำนวน 1,191 ตัวอย่าง (ร้อยละ 97.94) รองลงมา คือ มีปัญหาสุขภาพ และหนี้สินเพิ่มขึ้น มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 223 และ 220 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.34 และ 18.09) ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่น ๆ อาทิ พื้นที่ค้าขายเปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ในครอบครัวลดลง และต้องเปลี่ยนอาชีพใหม่ ดังภาพที่ 5.13

ภาพที่ 5.13: สัดส่วนของลักษณะผลกระทบจาก Covid-19



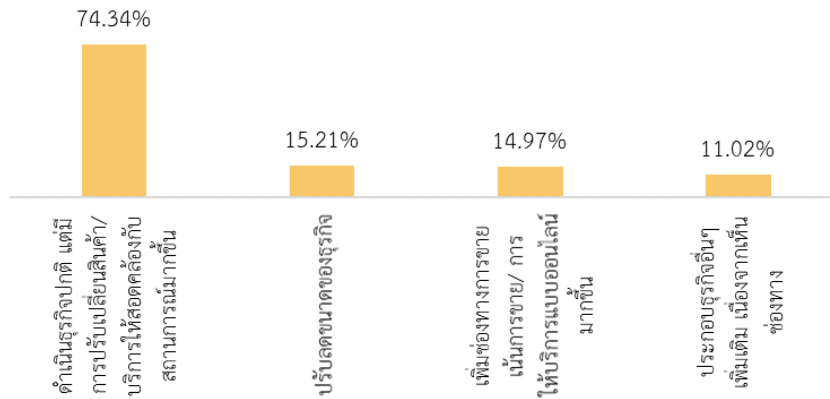
หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,212 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

นอกจากนี้ในภาพรวม กิจกรรมที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 ส่วนใหญ่มีแผนที่จะปรับตัวโดยการดำเนินตามธุรกิจปกติ แต่มีการปรับเปลี่ยนสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น จำนวน 904 ตัวอย่าง (ร้อยละ 74.34) รองลงมา คือ ปรับลดขนาดธุรกิจ จำนวน 185 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.21) และอื่น ๆ อาทิ เพิ่มช่องทางการขาย เน้นการขาย/การให้บริการแบบออนไลน์มากขึ้น และประกอบธุรกิจอื่น ๆ เนื่องจากเล็งเห็นช่องทาง ดังภาพที่ 5.14

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้ง 5 จังหวัด ส่วนใหญ่มีแผนที่จะดำเนินธุรกิจปกติ แต่จะมีการปรับเปลี่ยนสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น ส่วนในอันดับรองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร และขอนแก่น จะปรับลดขนาดธุรกิจเช่นเดียวกับภาพรวม ในขณะที่เชียงใหม่ สงขลา และชลบุรี ต้องการเพิ่มช่องทางการขาย เน้นการขาย/การให้บริการแบบออนไลน์มากขึ้น

ภาพที่ 5.14: สัดส่วนแผนการปรับตัวจากผลกระทบของ Covid-19

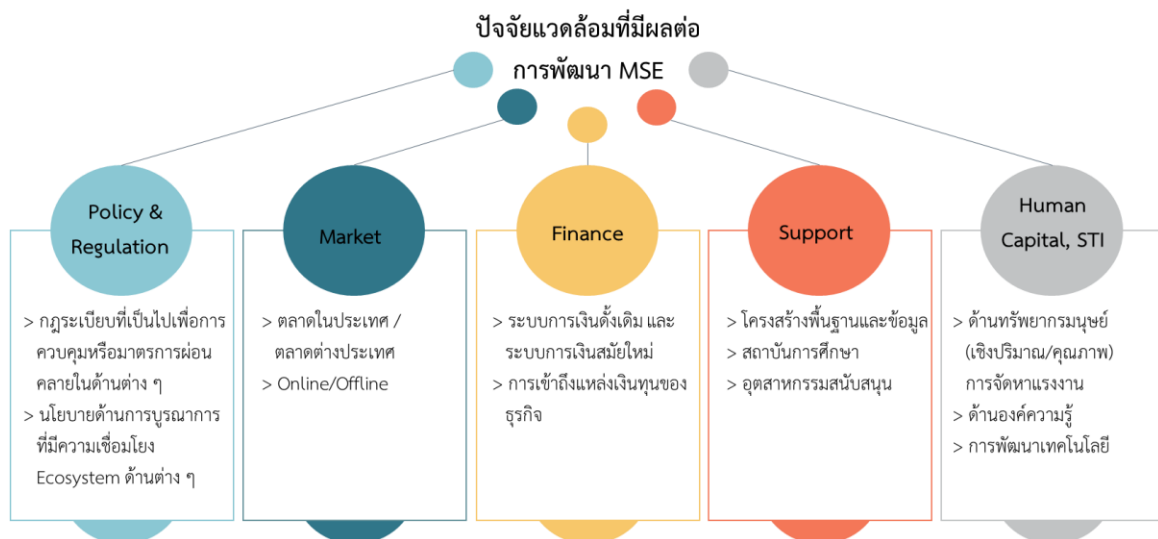


หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,212 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE

การสำรวจปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความช่วยเหลือที่ต้องการ แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ 1. ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย 2. ด้านการตลาด 3. ด้านการเงิน 4. ด้านปัจจัยสนับสนุน และ 5. ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ ซึ่งในแต่ละด้านประกอบไปด้วยปัญหาและอุปสรรค และความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการต้องการ

ภาพที่ 5.15: ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนา MSE

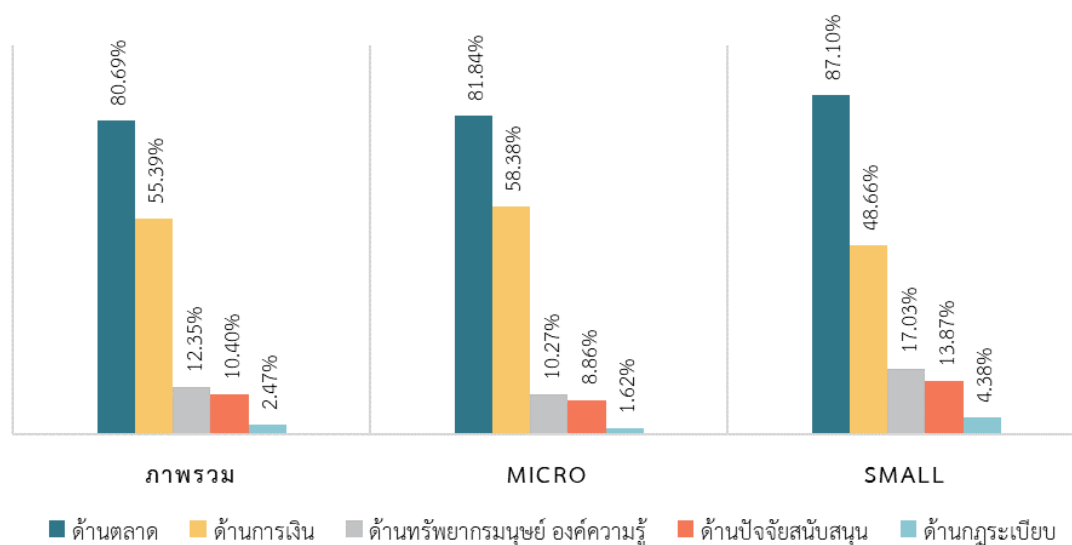


ที่มา: UNITED NATIONS and The World Economic Forum ประมวลผลโดย มูลนิธิ สวค.

5.3.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ในภาพรวม กิจการพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 1,078 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.69) รองลงมาพบปัญหาด้านการเงิน จำนวน 740 ตัวอย่าง (ร้อยละ 55.39) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ จำนวน 165 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.35) ด้านปัจจัยสนับสนุน จำนวน 139 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.40) และด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่พบปัญหาน้อยที่สุด จำนวน 33 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.47) ดังภาพที่ 5.16

ภาพที่ 5.16: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ



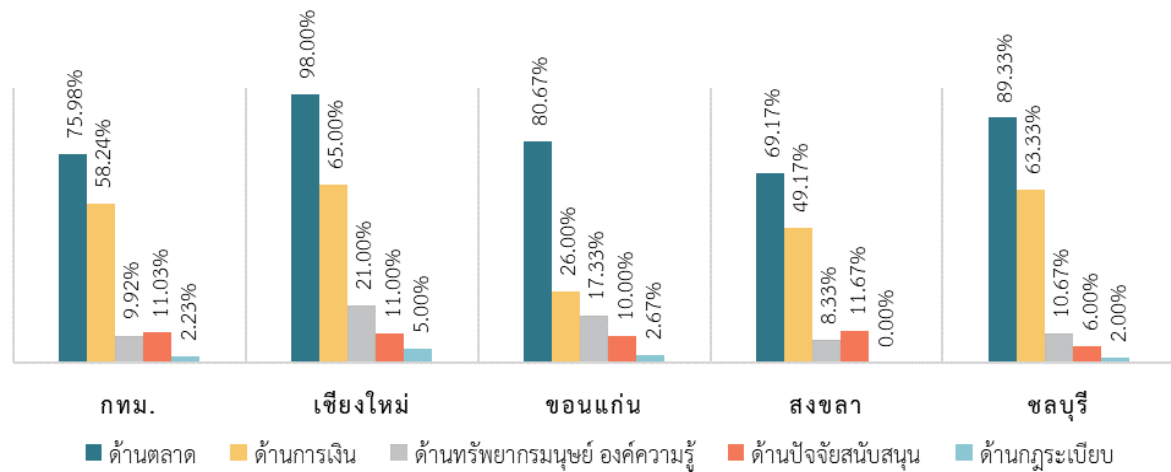
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 757 ตัวอย่าง (ร้อยละ 81.84) รองลงมาพบปัญหาด้านการเงิน จำนวน 540 ตัวอย่าง (ร้อยละ 58.38) ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาเช่นเดียวกับกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro) คือ พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 321 ตัวอย่าง (ร้อยละ 87.10) รองลงมาพบปัญหาด้านการเงิน จำนวน 200 ตัวอย่าง (ร้อยละ 48.66) ซึ่งทั้ง 2 ด้านนี้มีสัดส่วนมากกว่า 3 อันดับสุดท้ายอย่างชัดเจน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกับกับภาพรวม คือ พบปัญหาด้านการตลาดมากที่สุด รองลงมา คือ ปัญหาด้านการเงิน และด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่มีปัญหาน้อยที่สุดเช่นกัน โดยสงขลา เป็นจังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีปัญหาด้านกฎระเบียบ ดังภาพที่ 5.17

ภาพที่ 5.17: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด



หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ตารางที่ 5.4: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ด้านการตลาด	ด้านการเงิน	ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	ด้านปัจจัยสนับสนุน	ด้านกฎระเบียบ
ภาพรวม	จำนวน	1,078	740	165	139	33
	ร้อยละ	80.69	55.39	12.35	10.40	2.47
Micro	จำนวน	757	540	95	82	15
	ร้อยละ	81.84	58.38	10.27	8.86	1.62
Small	จำนวน	321	200	70	57	18
	ร้อยละ	78.10	48.66	17.03	13.87	4.38
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	544	417	71	79	16
	ร้อยละ	75.98	58.24	9.92	11.03	2.23
เชียงใหม่	จำนวน	196	130	42	22	10
	ร้อยละ	98.00	65.00	21.00	11.00	5.00
ขอนแก่น	จำนวน	121	39	26	15	4
	ร้อยละ	80.67	26.00	17.33	10.00	2.67
สงขลา	จำนวน	83	59	10	14	-
	ร้อยละ	69.17	49.17	8.33	11.67	0.00
ชลบุรี	จำนวน	134	95	16	9	3
	ร้อยละ	89.33	63.33	10.67	6.00	2.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด
1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

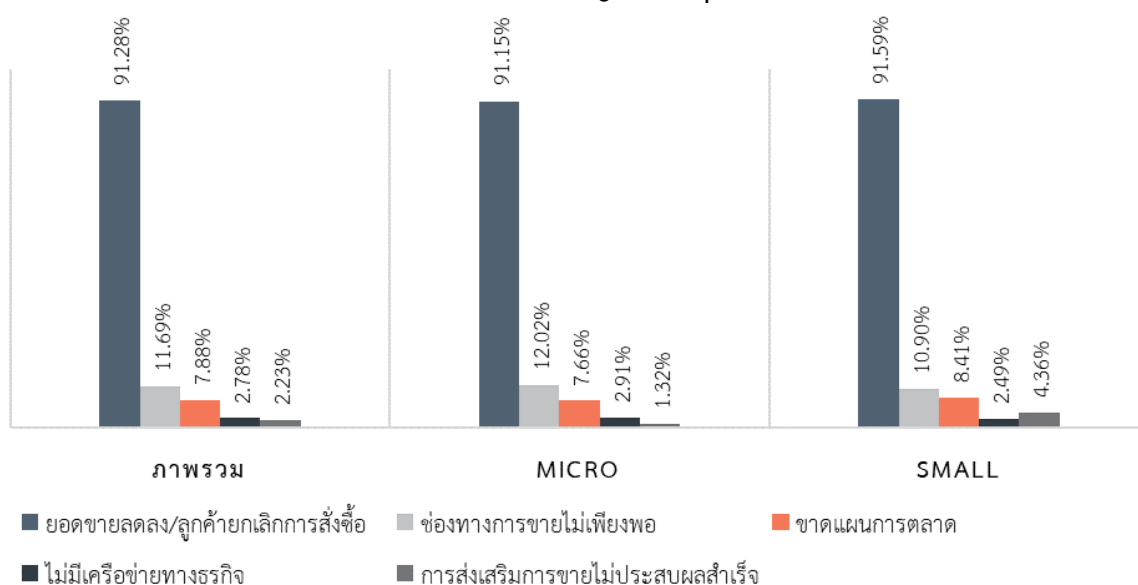
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.1.1 ด้านการตลาด

ด้านการตลาดเป็นด้านที่มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด จำนวน 1,078 ตัวอย่าง² จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อมากที่สุด จำนวน 984 ตัวอย่าง (ร้อยละ 91.28) รองลงมา คือ ช่องทางการขายไม่เพียงพอ จำนวน 126 ตัวอย่าง (ร้อยละ 11.69)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาและอุปสรรคเช่นเดียวกับในภาพรวมและมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ด้านการตลาด ในเรื่องยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องช่องทางการขายไม่เพียงพอ

ภาพที่ 5.18: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาด



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 757 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 321 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,078 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกันกับภาพรวม คือ ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อมากที่สุด รองลงมา กรุงเทพฯ ขอนแก่น และสงขลา พบปัญหาเรื่องช่องทางการขายไม่เพียงพอ เชียงใหม่ พบปัญหาเรื่องขาดแผนการตลาด ชลบุรี พบปัญหาเรื่องไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ และการส่งเสริมการขายไม่ประสบผลสำเร็จเท่า ๆ กัน

² คิดเป็นร้อยละ 80.69 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.5: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการตลาด

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ยอดขายลดลง/ ลูกค้ายกเลิก การสั่งซื้อ	ช่องทางการ ขายไม่เพียงพอ	ขาดแผนการ ตลาด	ไม่มีเครือข่าย ทางธุรกิจ	การส่งเสริมการ ขายไม่ประสบ ผลสำเร็จ
ภาพรวม	จำนวน	984	126	85	30	24
	ร้อยละ	91.28	11.69	7.88	2.78	2.23
Micro	จำนวน	690	91	58	22	10
	ร้อยละ	91.15	12.02	7.66	2.91	1.32
Small	จำนวน	294	35	27	8	14
	ร้อยละ	91.59	10.90	8.41	2.49	4.36
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	466	89	35	7	17
	ร้อยละ	85.66	16.36	6.43	1.29	3.13
เชียงใหม่	จำนวน	188	26	46	15	5
	ร้อยละ	95.92	13.27	23.47	7.65	2.55
ขอนแก่น	จำนวน	114	8	4	5	0
	ร้อยละ	94.21	6.61	3.31	4.13	0.00
สงขลา	จำนวน	82	2	0	1	0
	ร้อยละ	98.80	2.41	0.00	1.20	0.00
ชลบุรี	จำนวน	134	1	0	2	2
	ร้อยละ	100.00	0.75	0.00	1.49	1.49

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 757 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 321 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,078 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลินธิ สวค.

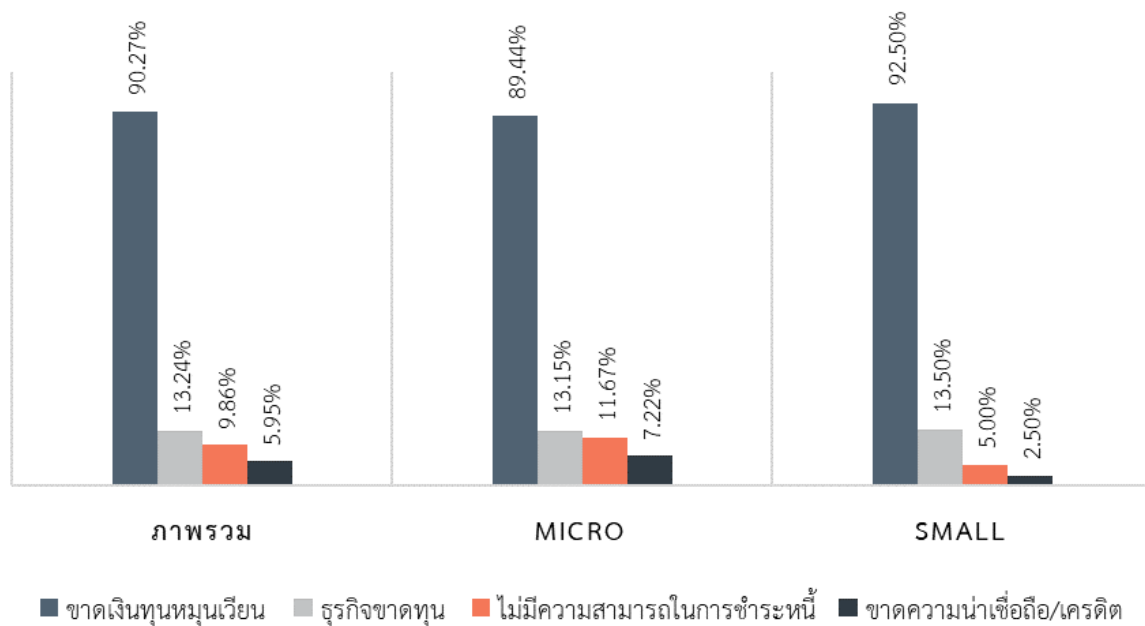
5.3.1.2 ด้านการเงิน

ด้านการเงิน เป็นด้านที่มีปัญหาและอุปสรรคเป็นอันดับที่ 2 มีผู้ตอบจำนวน 740 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง³ โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด จำนวน 668 ตัวอย่าง (ร้อยละ 90.27) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจขาดทุน จำนวน 98 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.24)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาและอุปสรรคเช่นเดียวกับในภาพรวมและมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ เรื่องขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจขาดทุน

³ คิดเป็นร้อยละ 55.4 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 5.19: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 540 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 200 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 740 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกับภาพรวม คือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด รองลงมา กรุงเทพฯ และชลบุรี พบปัญหาเรื่องธุรกิจขาดทุน เชียงใหม่ และขอนแก่น พบปัญหาเรื่องไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ ส่วนสงขลา พบปัญหาเรื่องธุรกิจขาดทุน และไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ ในสัดส่วนเท่า ๆ กัน

ตารางที่ 5.6: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดเงินทุนหมุนเวียน	ธุรกิจขาดทุน	ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้	ขาดความน่าเชื่อถือ/เครดิต
ภาพรวม	จำนวน	668	98	73	44
	ร้อยละ	90.27	13.24	9.86	5.95
Micro	จำนวน	483	71	63	39
	ร้อยละ	89.44	13.15	11.67	7.22
Small	จำนวน	185	27	10	5
	ร้อยละ	92.50	13.50	5.00	2.50
รายจังหวัด					
กรุงเทพฯ	จำนวน	365	63	40	38
	ร้อยละ	87.53	15.11	9.59	9.11
เชียงใหม่	จำนวน	124	11	15	3
	ร้อยละ	95.38	8.46	11.54	2.31
ขอนแก่น	จำนวน	32	6	8	1
	ร้อยละ	82.05	15.38	20.51	2.56

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดเงินทุนหมุนเวียน	ธุรกิจขาดทุน	ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้	ขาดความน่าเชื่อถือ/เครดิต
สงขลา	จำนวน	59	1	1	0
	ร้อยละ	100.00	1.69	1.69	0.00
ชลบุรี	จำนวน	88	17	9	2
	ร้อยละ	92.63	17.89	9.47	2.11

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 540 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 200 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 740 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

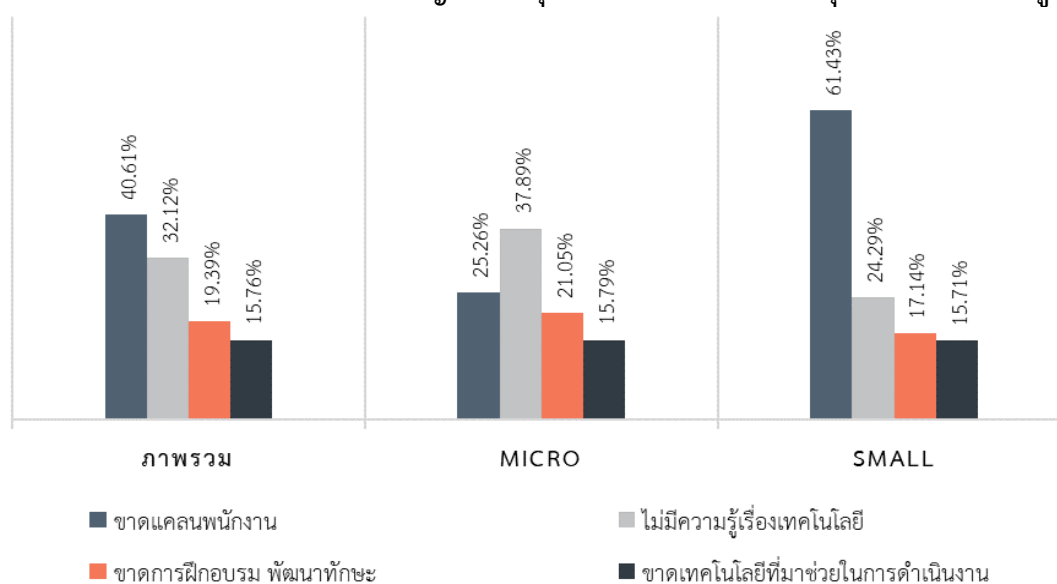
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.1.3 ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ เป็นด้านที่มีปัญหาและอุปสรรคเป็นอันดับที่ 3 มีผู้ตอบจำนวน 165 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง⁴ โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะมากที่สุด จำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.61) รองลงมา คือ ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี จำนวน 53 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.12)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบปัญหาเรื่องไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีมากที่สุด จำนวน 36 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.89) ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาเรื่องขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ จำนวน 43 ตัวอย่าง (ร้อยละ 61.43)

ภาพที่ 5.20: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 95 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 70 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 165 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ปัญหา 4 อันดับแรก จากทั้งหมด 6 ข้อ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

⁴ คิดเป็นร้อยละ 12.35 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ทั้งนี้ หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ ขอนแก่น และชลบุรี พบปัญหาเรื่องขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะมากที่สุด เชียงใหม่ พบปัญหาเรื่องขาดการฝึกอบรม พัฒนาทักษะมากที่สุด และสงขลา พบปัญหาเรื่องการขาดเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงานมากที่สุด

ตารางที่ 5.7: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดแคลนพนักงาน	ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	ขาดการฝึกอบรมพัฒนาทักษะ	ขาดเทคโนโลยีที่มาช่วยในการดำเนินงาน	ไม่มีความรู้เรื่องบัญชีและกฎหมาย	ไม่มีประสบการณ์ในธุรกิจ/ขาดความน่าเชื่อถือ
ภาพรวม	จำนวน	67	53	32	26	17	12
	ร้อยละ	40.61	32.12	19.39	15.76	10.30	7.27
Micro	จำนวน	24	36	20	15	10	8
	ร้อยละ	25.26	37.89	21.05	15.79	10.53	8.42
Small	จำนวน	43	17	12	11	7	4
	ร้อยละ	61.43	24.29	17.14	15.71	10.00	5.71
รายจังหวัด							
กรุงเทพฯ	จำนวน	33	24	9	7	5	3
	ร้อยละ	46.48	33.80	12.68	9.86	7.04	4.23
เชียงใหม่	จำนวน	9	16	17	10	9	3
	ร้อยละ	21.43	38.10	40.48	23.81	21.43	7.14
ขอนแก่น	จำนวน	9	8	5	2	1	5
	ร้อยละ	34.62	30.77	19.23	7.69	3.85	19.23
สงขลา	จำนวน	3	3	0	5	2	0
	ร้อยละ	30.00	30.00	0.00	50.00	20.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	13	2	1	2	0	1
	ร้อยละ	81.25	12.50	6.25	12.50	0.00	6.25

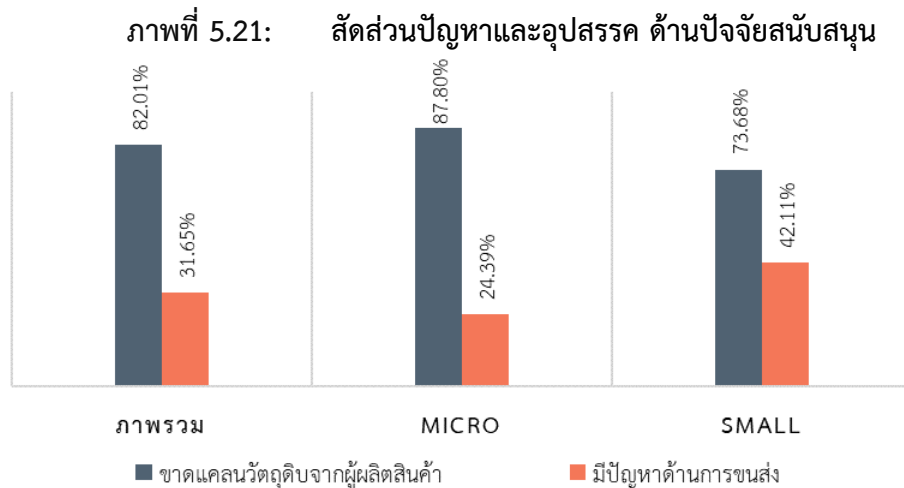
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 95 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 70 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 165 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.3.1.4 ด้านปัจจัยสนับสนุน

ด้านปัจจัยสนับสนุน มีผู้ตอบจำนวน 139 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง⁵ โดยในภาพรวมพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องในเรื่องขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้ามากที่สุด จำนวน 114 ตัวอย่าง (ร้อยละ 82.01) รองลงมา คือ ปัญหาด้านการขนส่ง จำนวน 44 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.65) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีปัญหาเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาพรวม

⁵ คิดเป็นร้อยละ 10.40 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 82 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 57 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 139 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกันกับภาพรวม คือ ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องมีปัญหาด้านการขนส่ง

ตารางที่ 5.8: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	มีปัญหาด้านการขนส่ง
ภาพรวม	จำนวน	114	44
	ร้อยละ	82.01	31.65
Micro	จำนวน	72	20
	ร้อยละ	87.80	24.39
Small	จำนวน	42	24
	ร้อยละ	73.68	42.11
รายจังหวัด			
กรุงเทพฯ	จำนวน	67	21
	ร้อยละ	84.81	26.58
เชียงใหม่	จำนวน	16	8
	ร้อยละ	72.73	36.36
ขอนแก่น	จำนวน	14	1
	ร้อยละ	93.33	6.67
สงขลา	จำนวน	9	9
	ร้อยละ	64.29	64.29
ชลบุรี	จำนวน	8	5
	ร้อยละ	88.89	55.56

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 82 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 57 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 139 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

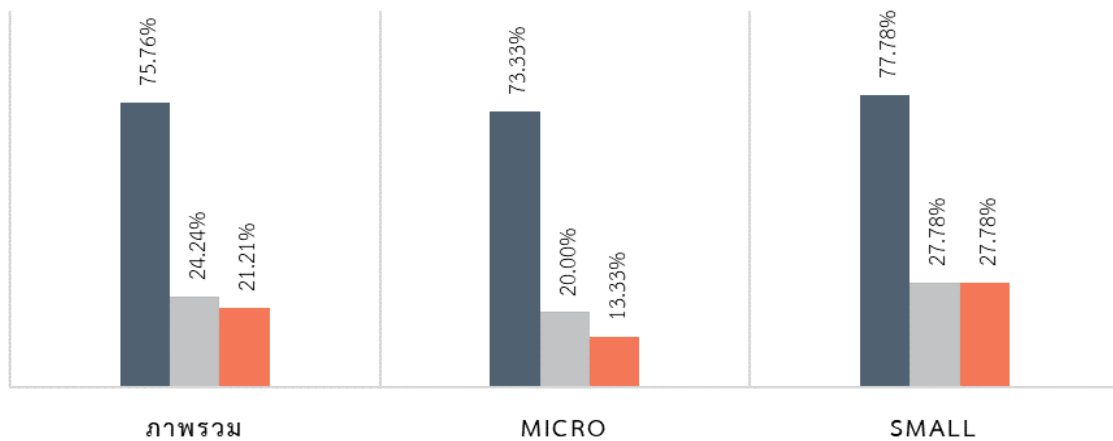
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.1.5 ด้านกฎระเบียบ

ด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่มีปัญหาน้อยที่สุด มีผู้ตอบจำนวน 33 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง⁶ โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาในเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุด จำนวน 25 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.76) รองลงมา คือ เรื่องความซ้ำซ้อนของขั้นตอน จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.24)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* พบปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุดเช่นเดียวกับในภาพรวม จำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 73.33) ส่วน *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* พบปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุดเช่นกัน จำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 77.78) และรองลงมา คือ ปัญหาความซ้ำซ้อนของขั้นตอน และความล่าช้าในการดำเนินการมีสัดส่วนเท่ากัน

ภาพที่ 5.22: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านกฎระเบียบ



■ กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ ■ ความซ้ำซ้อนของขั้นตอน ■ ความล่าช้าในการดำเนินการ
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 15 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 18 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 33 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

หากพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และเชียงใหม่ มีปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุด ขอนแก่น มีปัญหาเรื่องความล่าช้าในการดำเนินการมากที่สุด ชลบุรี มีปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุด ส่วนสงขลา กลุ่มตัวอย่างไม่พบปัญหาในด้านกฎระเบียบ

⁶ คิดเป็นร้อยละ 2.47 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.9: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำ ธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	ความซ้ำซ้อนของ ขั้นตอน	ความล่าช้าในการ ดำเนินการ
ภาพรวม	จำนวน	25	8	7
	ร้อยละ	75.76	24.24	21.21
Micro	จำนวน	11	3	2
	ร้อยละ	73.33	20.00	13.33
Small	จำนวน	14	5	5
	ร้อยละ	77.78	27.78	27.78
รายจังหวัด				
กรุงเทพฯ	จำนวน	14	2	0
	ร้อยละ	87.50	12.50	0.00
เชียงใหม่	จำนวน	8	4	3
	ร้อยละ	80.00	40.00	30.00
ขอนแก่น	จำนวน	0	2	3
	ร้อยละ	0.00	50.00	75.00
สงขลา	จำนวน	0	0	0
	ร้อยละ	0.00	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	3	0	1
	ร้อยละ	100.00	0.00	33.33

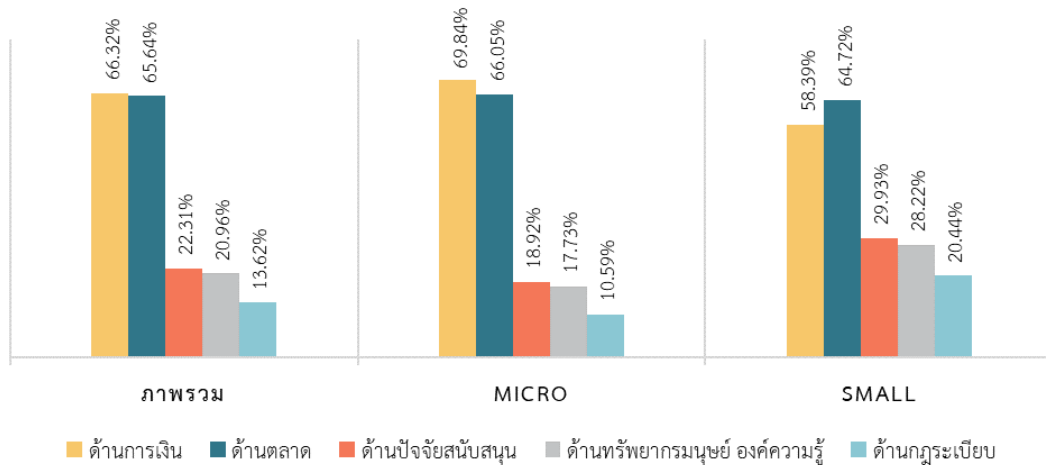
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 15 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 18 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 33 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.3.2 ความต้องการความช่วยเหลือ

ในภาพรวม ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือในด้านการเงินมากที่สุด จำนวน 886 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.32) รองลงมาต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด จำนวน 877 (ร้อยละ 65.64) ซึ่งอันดับที่ 1 และ 2 มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ด้านปัจจัยสนับสนุน จำนวน 298 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.31) ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ จำนวน 280 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.96) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านกฎระเบียบ จำนวน 182 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.62) ดังภาพที่ 5.23

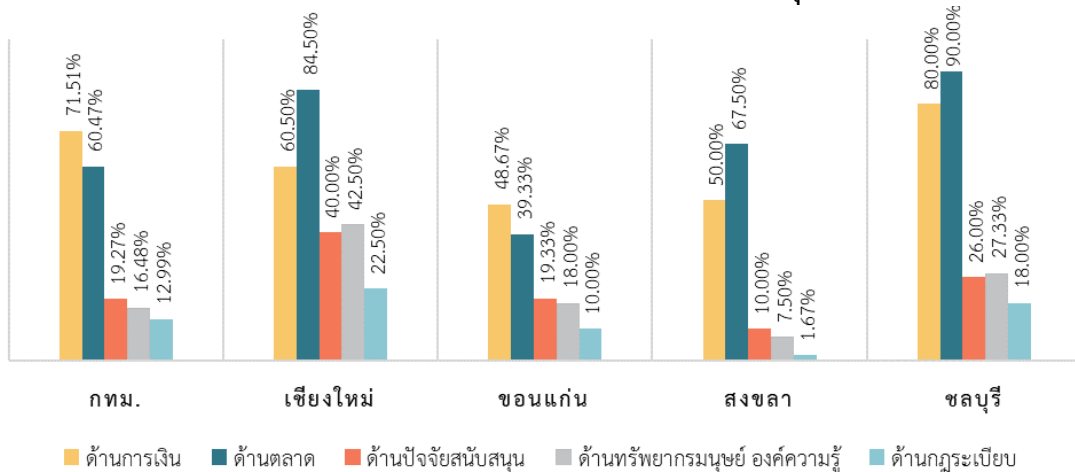
ภาพที่ 5.23: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจด้านการเงินมากที่สุด จำนวน 646 ตัวอย่าง (ร้อยละ 69.84) รองลงมา คือ ต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด จำนวน 611 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.05) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบว่าต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 266 ตัวอย่าง (ร้อยละ 64.72) รองลงมา คือ ต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน จำนวน 240 ตัวอย่าง (ร้อยละ 58.39) ซึ่งวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความแตกต่างกันในอันดับที่ 1 และ 2

ภาพที่ 5.24: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด



หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.24 เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจด้านการเงินมากที่สุด และรองลงมาต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด ในขณะที่เชียงใหม่ สงขลา และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาดมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการเงิน

ตารางที่ 5.10: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ด้านการเงิน	ด้านการตลาด	ด้านปัจจัยสนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้	ด้านกฎระเบียบ
ภาพรวม	จำนวน	886	877	298	280	182
	ร้อยละ	66.32	65.64	22.31	20.96	13.62
Micro	จำนวน	646	611	175	164	98
	ร้อยละ	69.84	66.05	18.92	17.73	10.59
Small	จำนวน	240	266	123	116	84
	ร้อยละ	58.39	64.72	29.93	28.22	20.44
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	512	433	138	118	93
	ร้อยละ	71.51	60.47	19.27	16.48	12.99
เชียงใหม่	จำนวน	121	169	80	85	45
	ร้อยละ	60.50	84.50	40.00	42.50	22.50
ขอนแก่น	จำนวน	73	59	29	27	15
	ร้อยละ	48.67	39.33	19.33	18.00	10.00
สงขลา	จำนวน	60	81	12	9	2
	ร้อยละ	50.00	67.50	10.00	7.50	1.67
ชลบุรี	จำนวน	120	135	39	41	27
	ร้อยละ	80.00	90.00	26.00	27.33	18.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด

1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

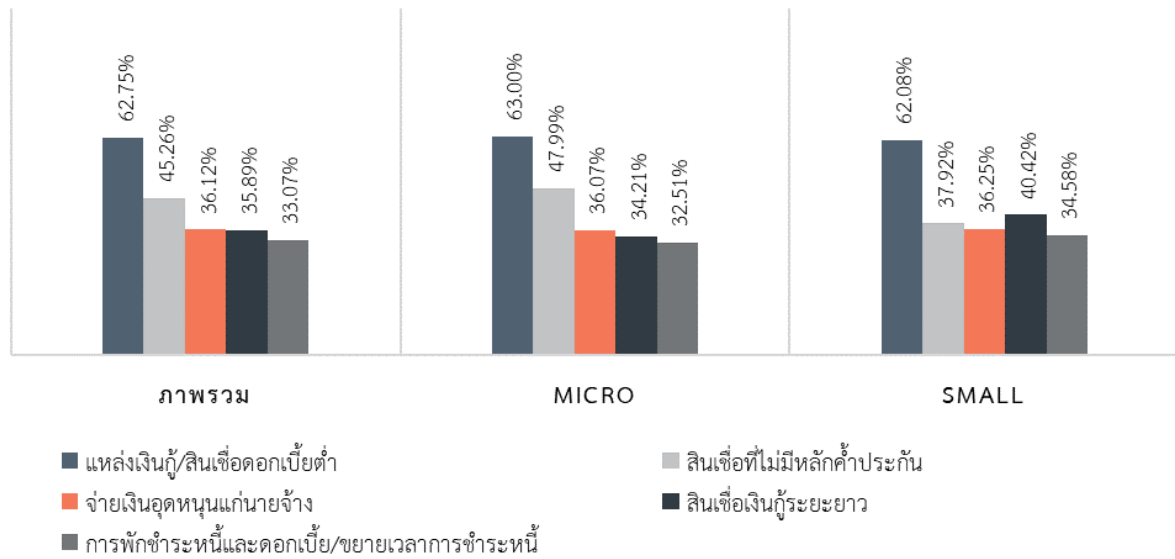
5.3.2.1 ด้านการเงิน

ด้านการเงิน เป็นด้านที่ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 886 ตัวอย่าง⁷ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด จำนวน 668 ตัวอย่าง (ร้อยละ 90.27) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจขาดทุน จำนวน 98 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.24)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบว่าต้องการความช่วยเหลือในเรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุด จำนวน 407 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.00) รองลงมา คือ ต้องการสินเชื่อไม่มีหลักค้ำประกัน จำนวน 310 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.99) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุด เช่นเดียวกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 149 ตัวอย่าง (ร้อยละ 62.08) รองลงมา คือ ต้องการสินเชื่อเงินกู้ระยะยาว จำนวน 97 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.42)

⁷ คิดเป็นร้อยละ 66.32 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 5.25: ลัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 646 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 240 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 886 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ต้องการความช่วยเหลือเรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุด สงขลา และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือเรื่องจ่ายเงินอุดหนุนแก่นายจ้างมากที่สุด รองลงมา คือ แหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ และขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือเรื่องสินเชื่อที่ไม่มีหลักค้ำประกันมากที่สุด

ตารางที่ 5.11: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการเงิน

จังหวัด/ขนาดกิจการ		แหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	สินเชื่อที่ไม่มีหลักค้ำประกัน	จ่ายเงินอุดหนุน แก่รายจ้าง	สินเชื่อเงินกู้ ระยะยาว	การพักชำระหนี้ และดอกเบี้ย/ ขยายเวลาการ ชำระหนี้	มีหน่วยงาน ให้คำปรึกษาด้าน การเงิน เพื่อเข้ามา ช่วยฟื้นฟูกิจการ	มีแหล่งเงินทุน จากกองทุน ร่วมลงทุน	มีแหล่งเงินทุนจาก นักลงทุนที่นำเงิน มาร่วมลงทุน
ภาพรวม	จำนวน	556	401	320	318	293	116	25	18
	ร้อยละ	62.75	45.26	36.12	35.89	33.07	13.09	2.82	2.03
Micro	จำนวน	407	310	233	221	210	73	16	10
	ร้อยละ	63.00	47.99	36.07	34.21	32.51	11.30	2.48	1.55
Small	จำนวน	149	91	87	97	83	43	9	8
	ร้อยละ	62.08	37.92	36.25	40.42	34.58	17.92	3.75	3.33
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	349	234	153	173	173	75	5	4
	ร้อยละ	68.16	45.70	29.88	33.79	33.79	14.65	0.98	0.78
เชียงใหม่	จำนวน	86	65	18	69	64	24	10	9
	ร้อยละ	71.07	53.72	14.88	57.02	52.89	19.83	8.26	7.44
ขอนแก่น	จำนวน	23	38	13	16	10	3	7	1
	ร้อยละ	31.51	52.05	17.81	21.92	13.70	4.11	9.59	1.37
สงขลา	จำนวน	29	27	41	24	13	3	1	2
	ร้อยละ	48.33	45.00	68.33	40.00	21.67	5.00	1.67	3.33
ชลบุรี	จำนวน	69	37	95	36	33	11	2	2
	ร้อยละ	57.50	30.83	79.17	30.00	27.50	9.17	1.67	1.67

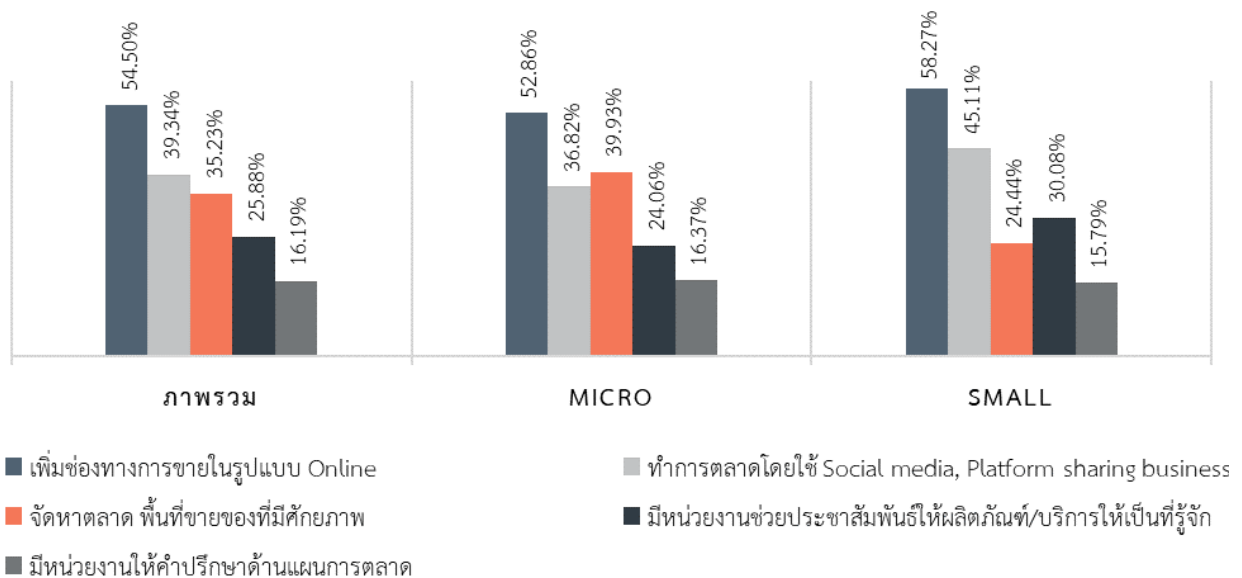
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 646 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 240 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 886 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.2 ด้านการตลาด

ด้านการตลาดเป็นด้านที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 877 ตัวอย่าง⁸ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ากิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุด จำนวน 478 คน (ร้อยละ 54.50) รองลงมา คือ เรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business จำนวน 345 ตัวอย่าง (ร้อยละ 39.34)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบว่ากิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องจัดหาตลาด พื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความต้องการความช่วยเหลือในเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุดเช่นกัน และรองลงมา คือ เรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business

ภาพที่ 5.26: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านการตลาด



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 611 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 266 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 877 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ เชียงใหม่ และสงขลา ต้องการความช่วยเหลือเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุด ส่วนชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business มากที่สุด และขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องจัดหาตลาด พื้นที่ขายของที่มีศักยภาพมากที่สุด

⁸ คิดเป็นร้อยละ 65.64 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.12: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการตลาด

จังหวัด/ขนาดกิจการ		เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	จัดหาตลาดพื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ	มีหน่วยงานช่วยเหลือประชาสัมพันธ์ให้ผลิตภัณฑ์/บริการเป็นที่รู้จัก	มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านแผนการตลาด	การจัดประชุมเครือข่ายธุรกิจและงานแสดง/ขายสินค้า	จัดหาตลาดส่งออกในประเทศ	การจับคู่ธุรกิจ Business matching
ภาพรวม	จำนวน	478	345	309	227	142	64	55	31
	ร้อยละ	54.50	39.34	35.23	25.88	16.19	7.30	6.27	3.53
Micro	จำนวน	323	225	244	147	100	34	34	20
	ร้อยละ	52.86	36.82	39.93	24.06	16.37	5.56	5.56	3.27
Small	จำนวน	155	120	65	80	42	30	21	11
	ร้อยละ	58.27	45.11	24.44	30.08	15.79	11.28	7.89	4.14
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	247	187	142	87	34	33	23	8
	ร้อยละ	57.04	43.19	32.79	20.09	7.85	7.62	5.31	1.85
เชียงใหม่	จำนวน	91	64	60	72	60	22	22	18
	ร้อยละ	53.85	37.87	35.50	42.60	35.50	13.02	13.02	10.65
ขอนแก่น	จำนวน	91	64	60	72	60	22	22	18
	ร้อยละ	53.85	37.87	35.50	42.60	35.50	13.02	13.02	10.65
สงขลา	จำนวน	50	8	5	34	10	0	0	0
	ร้อยละ	61.73	9.88	6.17	41.98	12.35	0.00	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	78	79	61	31	31	8	8	4
	ร้อยละ	57.78	58.52	45.19	22.96	22.96	5.93	5.93	2.96

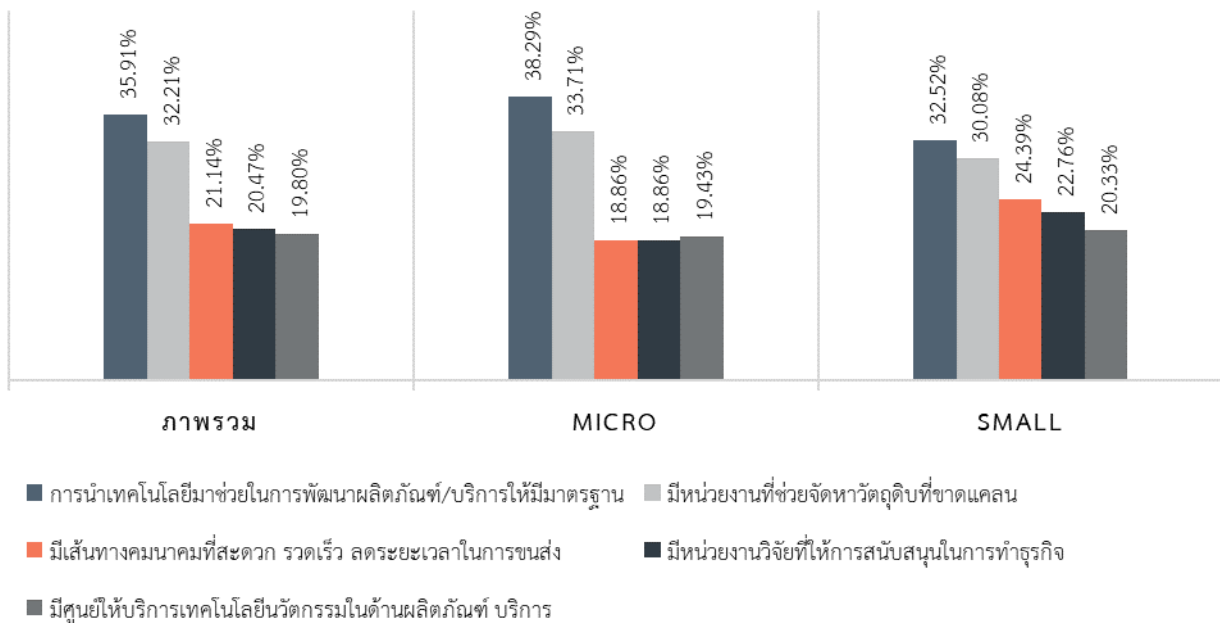
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 611 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 266 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 877 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.3.2.3 ด้านปัจจัยสนับสนุน

ด้านปัจจัยสนับสนุนเป็นด้านที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 298 ตัวอย่าง⁹ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ากิจการต้องการความช่วยเหลือในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด จำนวน 107 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.91) รองลงมา คือ มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน จำนวน 96 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.21)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า *วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* มีความต้องการความช่วยเหลือเป็นไปในลักษณะใกล้เคียงกับภาพรวม คือ กิจการต้องการความช่วยเหลือด้านปัจจัยสนับสนุนในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด รองลงมา คือ มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ภาพที่ 5.27: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านปัจจัยสนับสนุน



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 175 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 123 ตัวอย่าง รวมทั้งรวม 298 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 11 ข้อ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า *กรุงเทพฯ และขอนแก่น* ต้องการความช่วยเหลือเรื่องมีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลนมากที่สุด *เชียงใหม่* ต้องการเรื่องการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี นำระบบดิจิทัลเข้ามาช่วยในธุรกิจมากที่สุด *สงขลา* ต้องการมีระบบการขนส่งโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ขนส่งได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ และ *ชลบุรี* ต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด

⁹ คิดเป็นร้อยละ 22.30 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.13: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน

จังหวัด/ ขนาดกิจการ		การนำเทคโนโลยีมา	ช่วยในการพัฒนา	ผลิตภัณฑ์/บริการ	ให้ได้มาตรฐาน	บริการ ให้ได้มาตรฐาน	มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหา	วัตถุดิบที่ขาดแคลน	มีเส้นทางคมนาคม	ที่สะดวก รวดเร็ว	ลดระยะเวลาในการ	ขนส่ง	มีหน่วยงานวิจัยที่ให้	การสนับสนุนในการทำ	ธุรกิจ	มีศูนย์ให้บริการ	เทคโนโลยีนวัตกรรมใน	ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ	มีระบบชำระเงิน	อิเล็กทรอนิกส์	การสนับสนุนด้าน	เทคโนโลยี นำระบบ	ดิจิทัลเข้ามาช่วยใน	ธุรกิจ	มีระบบการขนส่ง	ที่ทันสมัย ขนส่งได้ทั้ง	ภายใน/นอกประเทศ	มีโปรแกรมจัดการธุรกิจ	การขาย บัญชีสำเร็จรูป	มีระบบการจัดการ	คลังสินค้า การบริหาร	สินค้าคงคลัง	มี Co-working space		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ภาพรวม	จำนวน	107	96	63	61	59	57	46	37	37	24	19																							
	ร้อยละ	35.91	32.21	21.14	20.47	19.80	19.13	15.44	12.42	12.42	8.05	6.38																							
Micro	จำนวน	67	59	33	33	34	25	23	21	15	9	13																							
	ร้อยละ	38.29	33.71	18.86	18.86	19.43	14.29	13.14	12.00	8.57	5.14	7.43																							
Small	จำนวน	40	37	30	28	25	32	23	16	22	15	6																							
	ร้อยละ	32.52	30.08	24.39	22.76	20.33	26.02	18.70	13.01	17.89	12.20	4.88																							
รายจังหวัด																																			
กรุงเทพฯ	จำนวน	57	60	31	23	28	19	8	6	9	10	5																							
	ร้อยละ	41.30	43.48	22.46	16.67	20.29	13.77	5.80	4.35	6.52	7.25	3.62																							
เชียงใหม่	จำนวน	27	12	17	17	16	28	32	16	18	7	13																							
	ร้อยละ	33.75	15.00	21.25	21.25	20.00	35.00	40.00	20.00	22.50	8.75	16.25																							
ขอนแก่น	จำนวน	8	11	1	8	3	4	3	1	2	0	0																							
	ร้อยละ	27.59	37.93	3.45	27.59	10.34	13.79	10.34	3.45	6.90	0.00	0.00																							
สงขลา	จำนวน	1	2	4	1	0	0	0	7	1	5	0																							
	ร้อยละ	8.33	16.67	33.33	8.33	0.00	0.00	0.00	58.33	8.33	41.67	0.00																							
ชลบุรี	จำนวน	14	11	10	12	12	6	3	7	7	2	1																							
	ร้อยละ	35.90	28.21	25.64	30.77	30.77	15.38	7.69	17.95	17.95	5.13	2.56																							

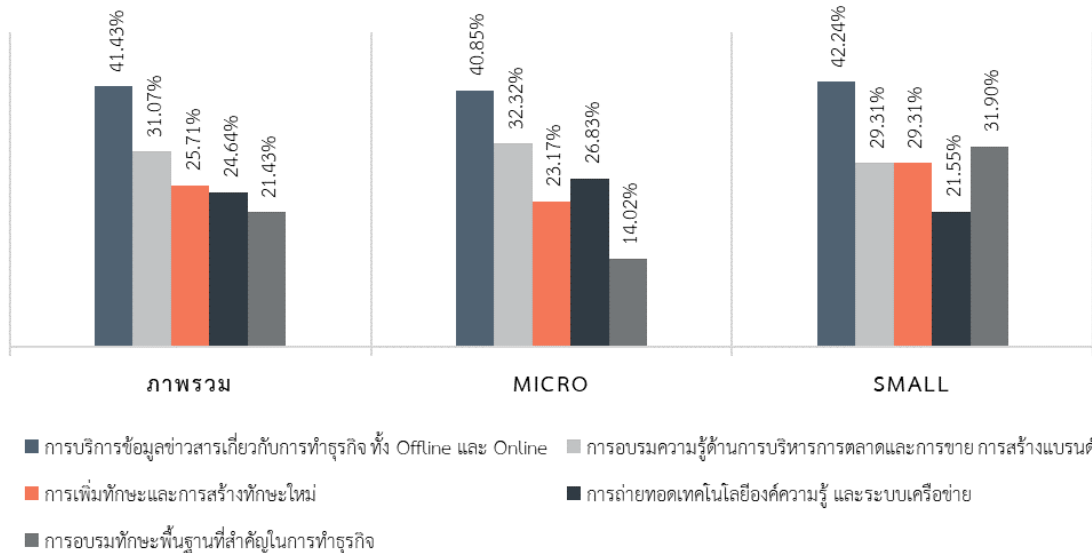
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 175 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 123 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 298 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.4 ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้

ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ มีผู้ตอบจำนวน 280 ตัวอย่าง¹⁰ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง ในภาพรวมต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online มากที่สุด จำนวน 116 ตัวอย่าง (ร้อยละ 41.43) รองลงมา คือ การอบรมความรู้ด้านการบริหาร การตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์ จำนวน 87 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.07)

หากพิจารณาตามขนาดกิจการ พบว่ามีความแตกต่างกัน คือ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ มากที่สุด รองลงมา คือ การอบรมความรู้ด้านการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ มากที่สุด รองลงมา คือ การอบรมทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการทำธุรกิจ ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับอันดับรองลงมา

ภาพที่ 5.28: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้



หมายเหตุ: 1.วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 164 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 116 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 280 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ มากที่สุด เชียงใหม่ ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการอบรมความรู้การตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์มากที่สุด ขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการเพิ่มทักษะ การวางแผนการผลิต การควบคุมมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด และสงขลา ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการเพิ่มทักษะและการสร้างทักษะใหม่ เรื่องการถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์ความรู้และระบบเครือข่าย และเรื่องการเพิ่มทักษะด้านการวางแผนการผลิต การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ มากที่สุดในสัดส่วนที่เท่ากัน

¹⁰ คิดเป็นร้อยละ 20.69 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.14: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้

จังหวัด/ขนาดกิจการ		การบริหารข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	การอบรมความรู้ด้านการ บริหารการตลาดและ การขาย การสร้างแบรนด์	การเพิ่มทักษะและการ สร้างทักษะใหม่	การถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ และระบบ เครือข่าย	การอบรมทักษะพื้นฐาน ที่สำคัญในการทำธุรกิจ	การเพิ่มทักษะด้านการวาง แผนการผลิต การควบคุม มาตรฐานและคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการ	การฝึกอบรมพัฒนาทักษะ ของพนักงาน ผ่านศูนย์เพาะบ่ม	ความรู้ในการจัดการ ทรัพยากร
ภาพรวม	จำนวน	116	87	72	69	60	58	36	22
	ร้อยละ	41.43	31.07	25.71	24.64	21.43	20.71	12.86	7.86
Micro	จำนวน	67	53	38	44	23	30	19	14
	ร้อยละ	40.85	32.32	23.17	26.83	14.02	18.29	11.59	8.54
Small	จำนวน	49	34	34	25	37	28	17	8
	ร้อยละ	42.24	29.31	29.31	21.55	31.90	24.14	14.66	6.90
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	52	30	32	19	12	18	7	1
	ร้อยละ	44.07	25.42	27.12	16.10	10.17	15.25	5.93	0.85
เชียงใหม่	จำนวน	29	41	21	33	30	18	15	17
	ร้อยละ	34.12	48.24	24.71	38.82	35.29	21.18	17.65	20.00
ขอนแก่น	จำนวน	3	7	8	9	1	13	8	2
	ร้อยละ	11.11	25.93	29.63	33.33	3.70	48.15	29.63	7.41
สงขลา	จำนวน	1	0	3	3	1	3	0	0
	ร้อยละ	11.11	0.00	33.33	33.33	11.11	33.33	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	31	9	8	5	16	6	6	2
	ร้อยละ	75.61	21.95	19.51	12.20	39.02	14.63	14.63	4.88

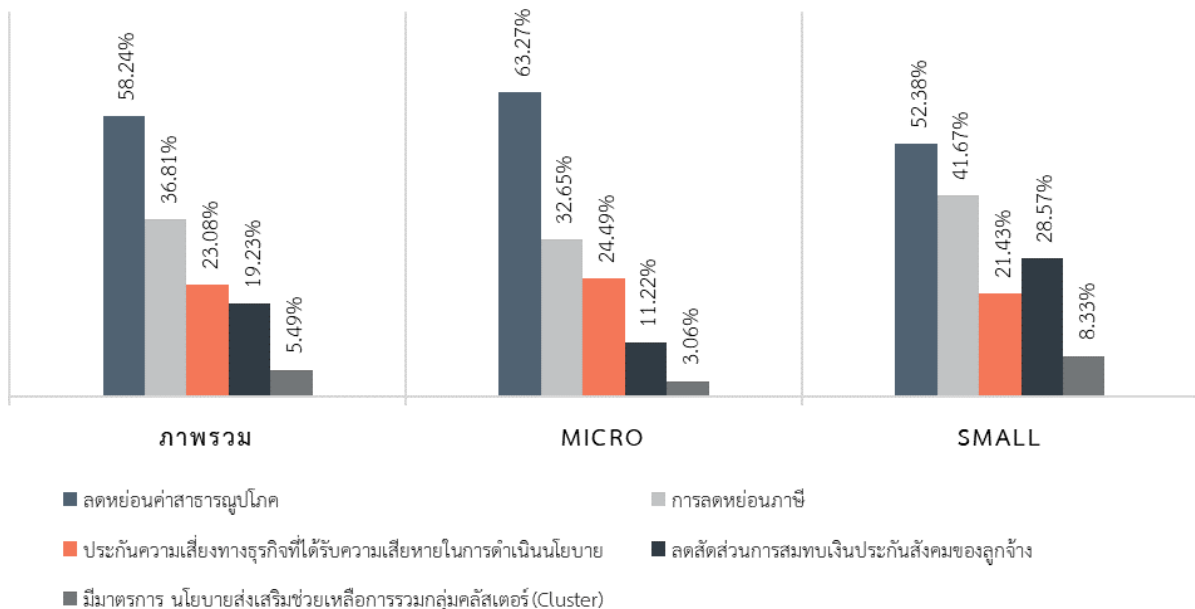
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 164 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 116 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 280 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.5 ด้านกฎระเบียบ

ด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่ต้องการความช่วยเหลือน้อยที่สุด มีผู้ตอบจำนวน 182 ตัวอย่าง¹¹ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ากิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องการลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด จำนวน 106 ตัวอย่าง (ร้อยละ 58.24) รองลงมา คือ เรื่องการลดหย่อนภาษี จำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.81)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ต้องการความช่วยเหลือในลักษณะใกล้เคียงกันกับภาพรวม คือ การลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด รองลงมา คือ การลดหย่อนภาษี แต่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนความต้องการให้ลดสัดส่วนการสมทบเงินประกันสังคมของลูกค้าสูงกว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ทั้งนี้ เนื่องจากมีการจ้างงานมากกว่า

ภาพที่ 5.29: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านกฎระเบียบ



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 98 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 84 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 182 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ ต้องการความช่วยเหลือด้านการลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด เชียงใหม่ และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือด้านการลดหย่อนภาษีมากที่สุด ขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือด้านการประกันความเสี่ยงทางธุรกิจมากที่สุด และสงขลา ต้องการความช่วยเหลือด้านการลดหย่อนภาษี และมีมาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) ของธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำในสัดส่วนที่เท่ากัน ทั้งนี้ เห็นได้ว่าความต้องการความช่วยเหลือในด้านกฎระเบียบส่วนใหญ่ มีความต้องการให้ปรับกฎหมาย/กฎระเบียบในเรื่องการลดหย่อนทั้งค่าสาธารณูปโภค ภาษี และการสมทบเงินประกันสังคม เพื่อเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับกิจการ

¹¹ คิดเป็นร้อยละ 13.62 จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.15: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ลดหย่อนค่า สาธารณูปโภค	การลดหย่อนภาษี	มีการประกันความเสี่ยง ทางธุรกิจที่ได้รับความ เสียหายในการดำเนิน นโยบาย	ลดสัดส่วนการสมทบเงิน ประกันสังคมของลูกจ้าง	มีมาตรการ นโยบาย ส่งเสริมช่วยเหลือการ รวมกลุ่ม Cluster ของธุรกิจ	ปรับปรุงกฎระเบียบ ลดข้อจำกัด ให้เอื้อต่อ การทำธุรกิจมากขึ้น	ปรับปรุงระบบภาษี นำเข้า-ส่งออก	ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อ ลดขั้นตอน ลดระยะเวลา และลดความซ้ำซ้อนใน การทำธุรกิจ
ภาพรวม	จำนวน	106	67	42	35	10	8	7	5
	ร้อยละ	58.24	36.81	23.08	19.23	5.49	4.40	3.85	2.75
Micro	จำนวน	62	32	24	11	3	5	2	0
	ร้อยละ	63.27	32.65	24.49	11.22	3.06	5.10	2.04	0.00
Small	จำนวน	44	35	18	24	7	3	5	5
	ร้อยละ	52.38	41.67	21.43	28.57	8.33	3.57	5.95	5.95
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	67	17	12	19	3	2	2	1
	ร้อยละ	72.04	18.28	12.90	20.43	3.23	2.15	2.15	1.08
เชียงใหม่	จำนวน	23	31	13	8	5	4	4	4
	ร้อยละ	51.11	68.89	28.89	17.78	11.11	8.89	8.89	8.89
ขอนแก่น	จำนวน	1	2	11	3	1	0	0	0
	ร้อยละ	6.67	13.33	73.33	20.00	6.67	0.00	0.00	0.00
สงขลา	จำนวน	0	1	0	0	1	0	0	0
	ร้อยละ	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	15	16	6	5	0	2	1	0
	ร้อยละ	55.56	59.26	22.22	18.52	0.00	7.41	3.70	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 98 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 84 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 182 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.6 ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ แบ่งตามช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความต้องการความช่วยเหลือในภาพรวม แบ่งตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี ช่วงอายุ 21-30 ปี และช่วงอายุ 31-40 ปี ต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาดมากที่สุด ในขณะที่ช่วงอายุ 41-50 ปี ช่วงอายุ 51-60 ปี และช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ต้องการความช่วยเหลือด้านการเงินมากที่สุด ทั้งนี้ จากผลการสำรวจสังเกตได้ว่าในทุกช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ต้องการความช่วยเหลือในอันดับที่ 1 และ 2 มีเพียง 2 ด้านเท่านั้น คือ ด้านการเงินและด้านการตลาด

ตารางที่ 5.16: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง		ด้าน การเงิน	ด้าน การตลาด	ด้านปัจจัย สนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	ด้าน กฎระเบียบ	รวม จำนวน
น้อยกว่า 20 ปี	จำนวน	9	10	2	1	0	22
	ร้อยละ	40.91	45.45	9.09	4.55	0.00	100.00
21-30 ปี	จำนวน	128	141	63	49	40	421
	ร้อยละ	30.40	33.49	14.96	11.64	9.50	100.00
31-40 ปี	จำนวน	262	266	95	95	62	780
	ร้อยละ	33.59	34.10	12.18	12.18	7.95	100.00
41-50 ปี	จำนวน	268	256	83	72	44	723
	ร้อยละ	37.07	35.41	11.48	9.96	6.09	100.00
51-60 ปี	จำนวน	158	146	36	43	23	406
	ร้อยละ	38.92	35.96	8.87	10.59	5.67	100.00
มากกว่า 60 ปี	จำนวน	61	58	19	20	13	171
	ร้อยละ	35.67	33.92	11.11	11.70	7.60	100.00
รวมจำนวน		886	877	298	280	182	2,523

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ หากพิจารณาด้านปัจจัยสนับสนุน และทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ พบว่า ช่วงอายุ 31-40 เป็นช่วงอายุที่ต้องการความช่วยเหลือทั้ง 2 ด้านนี้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงอายุอื่น ๆ แสดงถึงช่วงอายุนี้เห็นความสำคัญถึงปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยองค์ความรู้

5.3.2.7 ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ

เมื่อพิจารณาความต้องการความช่วยเหลือในภาพรวม แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ พบว่าอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี อายุกิจการ 5-10 ปี และอายุกิจการ 11-20 ปี ต้องการความช่วยเหลือทางการเงินมากที่สุด และช่วงอายุกิจการ 21-30 ปี และมากกว่า 30 ปี ต้องการความช่วยเหลือทางการตลาดมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของด้านการเงิน และด้านการตลาดในแต่ละช่วงอายุมีความใกล้เคียงกันมาก แสดงว่าในทุกช่วงอายุกิจการให้ความสำคัญทั้ง 2 ด้านเท่า ๆ กัน

ตารางที่ 5.17: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ

ช่วงอายุของกิจการ		ด้าน การเงิน	ด้าน การตลาด	ด้านปัจจัย สนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	ด้าน กฎระเบียบ	รวม
							จำนวน
น้อยกว่า 5 ปี	จำนวน	340	328	112	100	67	947
	ร้อยละ	35.90	34.64	11.83	10.56	7.07	100.00
5-10 ปี	จำนวน	334	333	101	96	60	924
	ร้อยละ	36.15	36.04	10.93	10.39	6.49	100.00
11-20 ปี	จำนวน	134	132	49	56	35	406
	ร้อยละ	33.00	32.51	12.07	13.79	8.62	100.00
21-30 ปี	จำนวน	55	57	22	17	13	164
	ร้อยละ	33.54	34.76	13.41	10.37	7.93	100.00
มากกว่า 30 ปี	จำนวน	23	27	14	11	7	82
	ร้อยละ	28.05	32.93	17.07	13.41	8.54	100.00
รวมจำนวน		886	877	298	280	182	2,523

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.3.2.8 ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ แบ่งตามช่วงธุรกิจ

เมื่อพิจารณาความต้องการความช่วยเหลือในภาพรวม แบ่งตามช่วงธุรกิจ พบว่าในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) ต้องการความช่วยเหลือทางการตลาดมากที่สุด เนื่องจากอยู่ในช่วงที่ธุรกิจมีโอกาสเติบโต จึงให้ความสำคัญกับการมีตลาดเป็นอันดับแรก ส่วนช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ต้องการความช่วยเหลือในด้านการเงินมากที่สุด แสดงถึงผู้ประกอบการทั้ง 2 ช่วงธุรกิจนี้ ต้องการการสนับสนุนทางการเงินอย่างเร่งด่วน เนื่องจากกิจการเหล่านี้กำลังประสบภาวะการชะลอตัวของกิจการ ดังตารางที่ 5.18

ตารางที่ 5.18: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงธุรกิจ

ช่วงธุรกิจ		ด้าน การเงิน	ด้าน การตลาด	ด้านปัจจัย สนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	ด้าน กฎระเบียบ	รวม
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	จำนวน	159	190	55	66	33	503
	ร้อยละ	31.61	37.77	10.93	13.12	6.56	100.00
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	จำนวน	67	94	32	37	35	265
	ร้อยละ	25.28	35.47	12.08	13.96	13.21	100.00
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	จำนวน	321	302	107	100	66	896
	ร้อยละ	35.83	33.71	11.94	11.16	7.37	100.00
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	จำนวน	339	291	104	77	48	859
	ร้อยละ	39.46	33.88	12.11	8.96	5.59	100.00
รวม		886	877	298	280	182	2,523

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ.
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ตารางที่ 5.19: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
ด้านการเงิน	จำนวน	128	31	45	22	224	97	249	90	886
	ร้อยละ	32.57	28.18	32.61	17.32	37.52	32.44	43.99	30.72	
ด้านการตลาด	จำนวน	155	35	55	39	212	90	189	102	877
	ร้อยละ	39.44	31.82	39.86	30.71	35.51	30.10	33.39	34.81	
ด้านปัจจัยสนับสนุน	จำนวน	40	15	13	19	62	45	60	44	298
	ร้อยละ	10.18	13.64	9.42	14.96	10.39	15.05	10.60	15.02	
ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	จำนวน	47	19	14	23	58	42	45	32	280
	ร้อยละ	11.96	17.27	10.14	18.11	9.72	14.05	7.95	10.92	
ด้านกฎระเบียบ	จำนวน	23	10	11	24	41	25	23	25	182
	ร้อยละ	5.85	9.09	7.97	18.90	6.87	8.36	4.06	8.53	
รวม	จำนวน	393	110	138	127	597	299	566	293	2,523
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ หากพิจารณาผลการสำรวจด้านความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ ในตารางที่ 5.19 พบว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีความต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาดมากที่สุดเหมือนกัน และมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันทั้ง 2 ขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ ส่วนวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ในช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) มีความต้องการความช่วยเหลือด้านการเงินมากที่สุดเหมือนกัน ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ต้องการความช่วยเหลือทางด้านการตลาดมากที่สุด และมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าผู้ประกอบการในช่วงธุรกิจทั้ง 2 ช่วงนี้ ต้องการความช่วยเหลือด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้มากกว่าช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)

เมื่อทำการจำแนกผลการสำรวจแต่ละด้านเป็นความต้องการความช่วยเหลือรายประเด็น พบว่าในภาพรวมของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ และด้านกฎระเบียบ มีความต้องการความช่วยเหลืออันดับแรกในเรื่องเดียวกัน ยกเว้นด้านปัจจัยสนับสนุนที่มีความแตกต่างกันเล็กน้อยในช่วงธุรกิจ คือ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ทุกช่วงธุรกิจต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด ยกเว้นช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) ต้องการระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัยขนส่งได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ติดตามสถานะได้ทุกเวลามากที่สุด ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงธุรกิจ อาทิ ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) เส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการขนส่งมากที่สุด ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ต้องการมีระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่สะดวกมากที่สุด และช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) ต้องการมีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลนมากที่สุด รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.20: ความต้องการความช่วยเหลือจำแนกรายด้าน แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
การเงิน										
1. แหล่งเงินทุน/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	จำนวน	82	18	31	15	123	52	171	64	556
	ร้อยละ	28.28	24.66	37.35	30.61	25.68	25.12	27.23	26.89	
2. การพักชำระหนี้และดอกเบี้ย/ขยายเวลาการชำระหนี้	จำนวน	33	10	12	6	63	31	102	36	293
	ร้อยละ	11.38	13.70	14.46	12.24	13.15	14.98	16.24	15.13	
3. สินเชื่อเงินกู้ระยะยาว	จำนวน	46	18	14	10	65	26	96	43	318
	ร้อยละ	15.86	24.66	16.87	20.41	13.57	12.56	15.29	18.07	
4. สินเชื่อที่ไม่มีหลักค้ำประกัน	จำนวน	66	11	17	3	103	38	124	39	401
	ร้อยละ	22.76	15.07	20.48	6.12	21.50	18.36	19.75	16.39	
5. จ่ายเงินอุดหนุนแก่นายจ้าง	จำนวน	42	9	5	8	93	37	93	33	320
	ร้อยละ	14.48	12.33	6.02	16.33	19.42	17.87	14.81	13.87	
6. มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านการเงิน เพื่อเข้ามาช่วยฟื้นฟูกิจการ แก้ไขปัญหาการเงินโดยเฉพาะ	จำนวน	13	4	2	6	27	19	31	14	116
	ร้อยละ	4.48	5.48	2.41	12.24	5.64	9.18	4.94	5.88	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
7. มีแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนที่นำเงินมาร่วมลงทุน	จำนวน	3	2	1	1	2	1	4	4	18
	ร้อยละ	1.03	2.74	1.20	2.04	0.42	0.48	0.64	1.68	
8. มีแหล่งเงินทุนจากกองทุนร่วมลงทุน	จำนวน	5	1	1	0	3	3	7	5	25
	ร้อยละ	1.72	1.37	1.20	0.00	0.63	1.45	1.11	2.10	
รวม	จำนวน	290	73	83	49	479	207	628	238	2047
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
การตลาด										
1. เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	จำนวน	99	23	31	27	98	50	95	55	478
	ร้อยละ	29.29	27.38	32.29	30.68	28.49	29.94	27.22	29.73	
2. ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	จำนวน	82	21	19	28	60	37	64	34	345
	ร้อยละ	24.26	25.00	19.79	31.82	17.44	22.16	18.34	18.38	
3. จัดหาตลาด พื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ	จำนวน	65	9	26	10	88	21	65	25	309
	ร้อยละ	19.23	10.71	27.08	11.36	25.58	12.57	18.62	13.51	
4. จัดหาตลาดส่งออกในประเทศ	จำนวน	12	6	5	4	7	9	10	2	55
	ร้อยละ	3.55	7.14	5.21	4.55	2.03	5.39	2.87	1.08	
5. การจัดประชุมเครือข่ายธุรกิจและงานแสดง/ขายสินค้า	จำนวน	11	10	0	9	8	4	15	7	64
	ร้อยละ	3.25	11.90	0.00	10.23	2.33	2.40	4.30	3.78	
6. การจับคู่ธุรกิจ Business matching	จำนวน	9	3	1	1	5	4	5	3	31
	ร้อยละ	2.66	3.57	1.04	1.14	1.45	2.40	1.43	1.62	
7. มีหน่วยงานช่วยเหลือประชาชนสัมพันธ์และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์/บริการเป็นที่รู้จักในช่องทางต่างๆ	จำนวน	29	7	7	5	51	24	60	44	227
	ร้อยละ	8.58	8.33	7.29	5.68	14.83	14.37	17.19	23.78	
8. มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านแผนการตลาด	จำนวน	31	5	7	4	27	18	35	15	142
	ร้อยละ	9.17	5.95	7.29	4.55	7.85	10.78	10.03	8.11	
รวม	จำนวน	338	84	96	88	344	167	349	185	1651
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้										
1. การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	จำนวน	19	8	7	11	21	16	20	14	116
	ร้อยละ	19.19	17.02	26.92	22.92	25.30	20.78	25.00	23.33	
2. การอบรมทักษะพื้นฐานที่สำคัญการทำธุรกิจ	จำนวน	11	8	1	8	4	11	7	10	60
	ร้อยละ	11.11	17.02	3.85	16.67	4.82	14.29	8.75	16.67	
3. การเพิ่มทักษะและการสร้างทักษะใหม่	จำนวน	15	5	7	9	8	10	8	10	72
	ร้อยละ	15.15	10.64	26.92	18.75	9.64	12.99	10.00	16.67	
4. การอบรมความรู้ด้านการบริหารการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์	จำนวน	17	10	3	7	18	10	15	7	87
	ร้อยละ	17.17	21.28	11.54	14.58	21.69	12.99	18.75	11.67	
5. การฝึกอบรมพัฒนาทักษะของพนักงานผ่านศูนย์เพาะบ่ม	จำนวน	5	4	2	1	7	6	5	6	36
	ร้อยละ	5.05	8.51	7.69	2.08	8.43	7.79	6.25	10.00	
6. การถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์ความรู้ และระบบเครือข่าย	จำนวน	13	5	5	6	11	9	15	5	69
	ร้อยละ	13.13	10.64	19.23	12.50	13.25	11.69	18.75	8.33	
7. การเพิ่มทักษะด้านการวางแผนการผลิต การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ	จำนวน	12	4	1	5	13	14	4	5	58
	ร้อยละ	12.12	8.51	3.85	10.42	15.66	18.18	5.00	8.33	
8. ความรู้ในการจัดการทรัพยากร	จำนวน	7	3	0	1	1	1	6	3	22
	ร้อยละ	7.07	6.38	0.00	2.08	1.20	1.30	7.50	5.00	
รวม	จำนวน	99	47	26	48	83	77	80	60	520
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
ปัจจัยสนับสนุน										
1. มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาดูแลที่ขาดแคลน	จำนวน	9	3	2	4	24	17	24	13	96
	ร้อยละ	11.11	8.57	9.09	9.76	24.74	18.09	18.18	12.50	
2. มีศูนย์ให้บริการเทคโนโลยีนวัตกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ	จำนวน	7	4	1	2	12	9	14	10	59
	ร้อยละ	8.64	11.43	4.55	4.88	12.37	9.57	10.61	9.62	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิ่มตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
3. มีหน่วยงานวิจัยที่ให้การสนับสนุนในการทำธุรกิจ	จำนวน	9	4	3	1	4	14	17	9	61
	ร้อยละ	11.11	11.43	13.64	2.44	4.12	14.89	12.88	8.65	
4. การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/ บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	จำนวน	13	4	3	8	24	13	27	15	107
	ร้อยละ	16.05	11.43	13.64	19.51	24.74	13.83	20.45	14.42	
5. มี Co-working space	จำนวน	4	1	0	0	3	2	6	3	19
	ร้อยละ	4.94	2.86	0.00	0.00	3.09	2.13	4.55	2.88	
6. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี นำระบบดิจิทัล เข้ามาช่วยในธุรกิจ	จำนวน	9	4	1	2	6	4	7	13	46
	ร้อยละ	11.11	11.43	4.55	4.88	6.19	4.26	5.30	12.50	
7. มีระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	8	3	2	8	4	5	11	16	57
	ร้อยละ	9.88	8.57	9.09	19.51	4.12	5.32	8.33	15.38	
8. มีระบบการจัดการคลังสินค้า การบริหารสินค้า คงคลัง	จำนวน	2	1	2	3	3	6	2	5	24
	ร้อยละ	2.47	2.86	9.09	7.32	3.09	6.38	1.52	4.81	
9. มีโปรแกรมจัดการธุรกิจ การขาย บัญชีสำเร็จรูป	จำนวน	4	3	2	5	3	9	6	5	37
	ร้อยละ	4.94	8.57	9.09	12.20	3.09	9.57	4.55	4.81	
10. มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการขนส่ง	จำนวน	9	5	2	5	11	11	11	9	63
	ร้อยละ	11.11	14.29	9.09	12.20	11.34	11.70	8.33	8.65	
11. มีระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ขนส่ง ได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ติดตามสถานะได้ ตลอดเวลา	จำนวน	7	3	4	3	3	4	7	6	37
	ร้อยละ	8.64	8.57	18.18	7.32	3.09	4.26	5.30	5.77	
รวม	จำนวน	81	35	22	41	97	94	132	104	606
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
กฎระเบียบ										
1. ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อลดขั้นตอน ลดระยะเวลา และลดความซับซ้อนในการทำธุรกิจ	จำนวน	0	1	0	1	0	0	0	3	5
	ร้อยละ	0.00	6.67	0.00	2.56	0.00	0.00	0.00	6.98	
2. ปรับปรุงกฎระเบียบ ลดข้อจำกัด ให้เอื้อต่อการทำธุรกิจมากขึ้น	จำนวน	1	0	1	1	0	0	3	2	8
	ร้อยละ	2.70	0.00	6.67	2.56	0.00	0.00	8.33	4.65	
3. ปรับปรุงระบบภาษี นำเข้า-ส่งออก	จำนวน	1	0	1	1	0	1	0	3	7
	ร้อยละ	2.70	0.00	6.67	2.56	0.00	2.27	0.00	6.98	
4. ลดสัดส่วนการสมทบเงินประกันสังคมของลูกค้า	จำนวน	6	2	0	8	3	9	2	5	35
	ร้อยละ	16.22	13.33	0.00	20.51	5.88	20.45	5.56	11.63	
5. ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	จำนวน	13	4	7	17	28	14	14	9	106
	ร้อยละ	35.14	26.67	46.67	43.59	54.90	31.82	38.89	20.93	
6. การลดหย่อนภาษี	จำนวน	6	2	2	6	14	14	10	13	67
	ร้อยละ	16.22	13.33	13.33	15.38	27.45	31.82	27.78	30.23	
7. มีมาตรการนโยบายส่งเสริมช่วยเหลือการรวมกลุ่ม Cluster ของธุรกิจ	จำนวน	2	3	0	1	0	1	1	2	10
	ร้อยละ	5.41	20.00	0.00	2.56	0.00	2.27	2.78	4.65	
8. มีการประกันความเสี่ยงทางธุรกิจที่ได้รับความเสียหายในการดำเนินนโยบาย	จำนวน	8	3	4	4	6	5	6	6	42
	ร้อยละ	21.62	20.00	26.67	10.26	11.76	11.36	16.67	13.95	
รวม	จำนวน	37	15	15	39	51	44	36	43	280
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

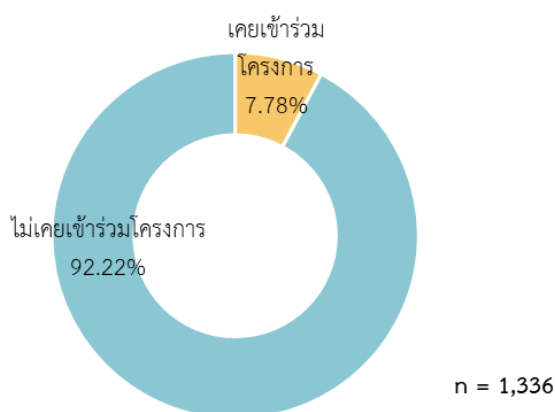
5.4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ

5.4.1 การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ

ในภาพรวมมีผู้ประกอบการเพียง 104 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.78) เท่านั้น ที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้าร่วมโครงการ จำนวน 69 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.46) ส่วน *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้าร่วมโครงการ จำนวน 35 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.52) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า *ขอนแก่น* เคยเข้าร่วมโครงการมากที่สุด รองลงมา คือ *สงขลา ชลบุรี เชียงใหม่* ตามลำดับ และ *กรุงเทพฯ* เคยเข้าร่วมโครงการน้อยที่สุด

ภาพที่ 5.30: การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

สำหรับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 7.78 เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุดจำนวน 64 ตัวอย่าง (ร้อยละ 61.54) รองลงมา คือ โครงการด้านการตลาด จำนวน 18 คน (ร้อยละ 17.31)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด จำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 65.22) รองลงมา คือ โครงการด้านมาตรฐานสินค้า จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.04) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 54.29) รองลงมา คือ โครงการด้านการตลาด จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 34.29)

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด *กรุงเทพฯ* และ *ขอนแก่น* เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด *สงขลา* เข้าร่วมโครงการด้านการตลาดมากที่สุด *ชลบุรี* เข้าร่วมโครงการด้านมาตรฐานสินค้ามากที่สุด และ *เชียงใหม่* เข้าร่วมโครงการด้านการตลาด และด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด

ตารางที่ 5.21: โครงการที่เคยเข้าร่วม จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด

จังหวัด/ขนาดกิจการ		การสนับสนุนทางการเงิน	การตลาด	การให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ	มาตรฐานสินค้า	การพัฒนาองค์ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ	การพัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานการประกอบธุรกิจ	การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ
ภาพรวม	จำนวน	64	18	16	13	7	4	2	2
	ร้อยละ	61.54	17.31	15.38	12.50	6.73	3.85	1.92	1.92
Micro	จำนวน	45	6	8	9	3	2	2	1
	ร้อยละ	65.22	8.70	11.59	13.04	4.35	2.90	2.90	1.45
Small	จำนวน	19	12	8	4	4	2	0	1
	ร้อยละ	54.29	34.29	22.86	11.43	11.43	5.71	0.00	2.86
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	14	4	5	1	2	1	2	0
	ร้อยละ	58.33	16.67	20.83	4.17	8.33	4.17	8.33	0.00
เชียงใหม่	จำนวน	0	4	4	2	1	0	0	2
	ร้อยละ	0.00	44.44	44.44	22.22	11.11	0.00	0.00	22.22
ขอนแก่น	จำนวน	48	4	5	1	3	1	0	0
	ร้อยละ	88.89	7.41	9.26	1.85	5.56	1.85	0.00	0.00
สงขลา	จำนวน	2	4	1	1	0	1	0	0
	ร้อยละ	22.22	44.44	11.11	11.11	0.00	11.11	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	0	2	1	8	1	1	0	0
	ร้อยละ	0.00	25.00	12.50	100.00	12.50	12.50	0.00	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 69 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 35 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 104 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.00 เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) กลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.34

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าสงขลา มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ขอนแก่น ชลบุรี กรุงเทพฯ ตามลำดับ และเชียงใหม่ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 5.22: ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด

จังหวัด/ขนาดกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ภาพรวม	4.00	มาก
Micro	3.83	มาก
Small	4.34	มากที่สุด
รายจังหวัด		
กรุงเทพฯ	3.79	มาก
เชียงใหม่	3.33	ปานกลาง
ขอนแก่น	4.19	มาก
สงขลา	4.22	มากที่สุด
ชลบุรี	3.88	มาก

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

สำหรับสาเหตุที่ผู้ประกอบการ จำนวน 1,232 ตัวอย่าง ไม่เคยเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามี การจัดโครงการมากที่สุด จำนวน 861 ตัวอย่าง (ร้อยละ 69.89) รองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา จำนวน 240 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.48) เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีลักษณะเหมือนกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามี การจัดโครงการ รองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามี การจัดโครงการมากที่สุด ส่วนชลบุรี ให้เหตุผลว่าไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลามากที่สุด

ตารางที่ 5.23: สาเหตุที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการ	ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา	ไม่ตรงความต้องการ	ไม่สะดวกเรื่องการเดินทาง	สมัครเข้าร่วมแต่ไม่ผ่านการคัดเลือก
ภาพรวม						
ภาพรวม	จำนวน	861	240	151	66	17
	ร้อยละ	69.89	19.48	12.26	5.36	1.38
Micro	จำนวน	610	156	95	38	16
	ร้อยละ	71.26	18.22	11.10	4.44	1.87
Small	จำนวน	251	84	56	28	1
	ร้อยละ	66.76	22.34	14.89	7.45	0.27
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	553	102	66	26	5
	ร้อยละ	79.91	14.74	9.54	3.76	0.72
เชียงใหม่	จำนวน	160	32	2	6	0
	ร้อยละ	83.77	16.75	1.05	3.14	0.00
ขอนแก่น	จำนวน	37	8	34	10	8
	ร้อยละ	38.54	8.33	35.42	10.42	8.33
สงขลา	จำนวน	56	32	23	8	2
	ร้อยละ	50.45	28.83	20.72	7.21	1.80
ชลบุรี	จำนวน	55	66	26	16	2
	ร้อยละ	38.73	46.48	18.31	11.27	1.41

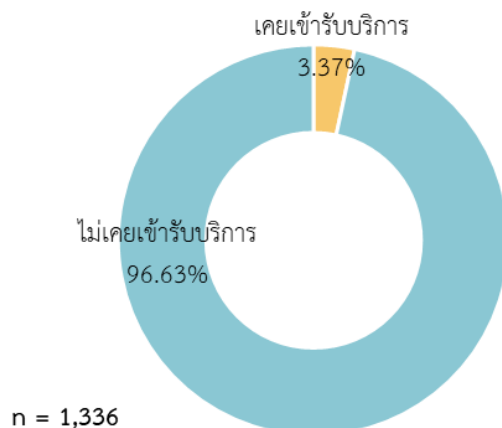
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 856 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 376 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,232 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.4.2 การเข้ารับบริการจากภาครัฐ

ในภาพรวมมีผู้ประกอบการเพียง 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.37) เท่านั้น ที่เคยเข้ารับบริการจากภาครัฐ และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้ารับบริการ จำนวน 21 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.27) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้ารับบริการ จำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.84)

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า *ขอนแก่น* เคยเข้ารับบริการมากที่สุด รองลงมา คือ *กรุงเทพฯ* *สงขลา* *เชียงใหม่* ตามลำดับ และ *ชลบุรี* ไม่เคยเข้ารับบริการเลย

ภาพที่ 5.31: การเข้ารับบริการจากภาครัฐ



ที่มา: มุลินธิ สวค.

สำหรับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ จำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.37) เคยเข้ารับบริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด จำนวน 16 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.56) รองลงมา คือ บริการด้านการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบในสัดส่วนเท่า ๆ กัน จำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.89)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้ารับบริการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด จำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.33) รองลงมา คือ บริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.81) ส่วน *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้ารับบริการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบมากที่สุด จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 50.00) รองลงมา คือ บริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ จำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 45.83)

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า *กรุงเทพฯ* เคยเข้ารับบริการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด *ขอนแก่น* เข้ารับบริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด ส่วน *เชียงใหม่* มีผู้เข้ารับบริการเพียง 1 ตัวอย่าง และเข้ารับทุกบริการในทุกข้อ จึงมีสัดส่วนร้อยละ 100 เท่ากันทุกด้าน และ *สงขลา* เข้ารับบริการการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาองค์ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ และการพัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานการประกอบธุรกิจเท่ากัน เนื่องจากมีผู้เข้ารับบริการเพียง 2 ตัวอย่าง และเข้ารับบริการทั้งหมด 3 ข้อ จึงมีสัดส่วนร้อยละ 50 เท่ากันทั้ง 3 ข้อ

ตารางที่ 5.24: โครงการที่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		การให้ความรู้ เพื่อการพัฒนา ธุรกิจ	การสนับสนุน ทางการเงิน	การพัฒนาผลิต ภาพแรงงาน	การพัฒนา ผลิตภัณฑ์/ บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ	การพัฒนาองค์ ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ	มาตรฐานสินค้า	การตลาด	การพัฒนา ประสิทธิภาพและ มาตรฐาน การประกอบธุรกิจ
ภาพรวม	จำนวน	16	13	13	13	8	3	4	6
	ร้อยละ	35.56	28.89	28.89	28.89	17.78	6.67	8.89	13.33
Micro	จำนวน	5	7	4	1	2	1	0	2
	ร้อยละ	23.81	33.33	19.05	4.76	9.52	4.76	0.00	9.52
Small	จำนวน	11	6	9	12	6	2	4	4
	ร้อยละ	45.83	25.00	37.50	50.00	25.00	8.33	16.67	16.67
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	2	9	2	2	2	0	2	1
	ร้อยละ	15.38	69.23	15.38	15.38	15.38	0.00	15.38	7.69
เชียงใหม่	จำนวน	1	1	1	1	1	1	1	0
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	0.00
ขอนแก่น	จำนวน	13	2	10	10	4	2	1	4
	ร้อยละ	44.83	6.90	34.48	34.48	13.79	6.90	3.45	13.79
สงขลา	จำนวน	0	1	0	0	1	0	0	1
	ร้อยละ	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00
ชลบุรี	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0
	ร้อยละ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 21 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 24 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 45 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการ พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับบริการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.31 เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) กลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.42

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าขอนแก่น มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ สงขลา กรุงเทพฯ ตามลำดับ และเชียงใหม่ มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 5.25: ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ภาพรวม	4.31	มากที่สุด
Micro	4.19	มาก
Small	4.42	มากที่สุด
รายจังหวัด		
กรุงเทพฯ	3.54	มาก
เชียงใหม่	2.00	น้อย
ขอนแก่น	4.72	มากที่สุด
สงขลา	4.50	มากที่สุด

ที่มา: มุลินี สวค.

สำหรับสาเหตุที่ผู้ประกอบการ จำนวน 1,291 ตัวอย่าง ไม่เคยเข้ารับบริการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีโครงการมากที่สุด จำนวน 966 ตัวอย่าง (ร้อยละ 74.83) รองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา จำนวน 198 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.34) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีลักษณะเหมือนกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้ารับบริการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีโครงการ รองลงคือไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้ง 5 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ สงขลา ขอนแก่น และชลบุรี ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีโครงการมากที่สุด

ตารางที่ 5.26: สาเหตุที่ไม่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ไม่ทราบว่ามี การจัด โครงการ	ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ ไม่สะดวกเรื่อง เวลา	ไม่ตรงความ ต้องการ	ไม่สะดวก เรื่องการ เดินทาง	สาเหตุอื่นๆ
ภาพรวม	จำนวน	966	198	132	82	2
	ร้อยละ	74.83	15.34	10.22	6.35	0.15
Micro	จำนวน	691	125	89	46	2
	ร้อยละ	76.44	13.83	9.85	5.09	0.22
Small	จำนวน	275	73	43	36	0
	ร้อยละ	71.06	18.86	11.11	9.30	0.00
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	557	109	69	26	1
	ร้อยละ	79.23	15.50	9.82	3.70	0.14
เชียงใหม่	จำนวน	178	19	2	4	0
	ร้อยละ	89.45	9.55	1.01	2.01	0.00
ขอนแก่น	จำนวน	74	4	10	32	1
	ร้อยละ	61.16	3.31	8.26	26.45	0.83
สงขลา	จำนวน	64	30	23	6	0
	ร้อยละ	54.24	25.42	19.49	5.08	0.00
ชลบุรี	จำนวน	93	36	28	14	0
	ร้อยละ	62.00	24.00	18.67	9.33	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 904 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 387 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด
1,291 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.5 สรุปผลการสำรวจข้อมูล

การสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE 3. ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE และ 4. ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ มีรายละเอียดดังนี้

5.5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,336 ตัวอย่าง ในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ จำนวน 716 ตัวอย่าง เชียงใหม่ 200 ตัวอย่าง ขอนแก่น 150 ตัวอย่าง ชลบุรี 150 ตัวอย่าง และสงขลา 120 ตัวอย่าง แบ่งเป็นวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.27: สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ

ขนาดกิจการ/ จังหวัด	กรุงเทพฯ	เชียงใหม่	ขอนแก่น	ชลบุรี	สงขลา	รวม	
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	จำนวน	505	135	104	104	77	925
	ร้อยละ	54.59	14.59	11.24	11.24	8.32	100.00
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	จำนวน	211	65	46	46	43	411
	ร้อยละ	51.34	15.82	11.19	11.19	10.46	100.00
รวม	จำนวน	716	200	150	150	120	1,336
	ร้อยละ	53.59	14.97	11.23	11.23	8.98	100.00

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.32: สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ จำแนกตามขนาดกิจการ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ในภาพรวมช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 397 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.72) รองลงมาอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 391 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.27) โดยอายุกิจการส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 5-10 ปี จำนวน 498 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.28) และรองลงมาอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) ซึ่งอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ลักษณะที่ตั้งกิจการส่วนใหญ่อยู่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 481 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.00) รองลงมาเป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย จำนวน 449 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.61) โดยกิจการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 1,074 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.39) รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดาจดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 127 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.51)

ด้านการจ้างงาน มีการจ้างงานจำนวน 844 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.17) และเป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) และด้านเงินทุนมีผู้ประกอบการจำนวน 1,005 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.22) ที่ใช้ทุนส่วนตัวในการประกอบกิจการ และใช้ทุนส่วนตัวร่วมกับกู้ธนาคาร จำนวน 237 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.74)

ตารางที่ 5.28: สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดกิจการ

ผลการสำรวจ	กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
ช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง*	41 – 50 ปี	281	30.38	31 - 40 ปี	142	34.55
	31 - 40 ปี	255	27.57	41 - 50 ปี	110	26.76
ช่วงอายุกิจการ*	น้อยกว่า 5 ปี	386	41.73	5 - 10 ปี	162	39.42
	5 - 10 ปี	336	36.32	น้อยกว่า 5 ปี	106	25.79
ลักษณะที่ตั้งกิจการ*	ตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย	378	40.86	ตึกแถว/อาคารพาณิชย์	187	45.5
	ตึกแถว/อาคารพาณิชย์	294	31.78	บ้านเดี่ยว/ทาวเฮ้าส์/ทาวน์โฮม/อพาร์ทเมนท์/แฟลต/คอนโดมิเนียม	81	19.71
รูปแบบที่ตั้งกิจการ*	พื้นที่เช่า	612	66.16	พื้นที่เช่า	233	56.69
	พื้นที่ของตนเอง	234	25.30	พื้นที่ของตนเอง	171	41.61
รูปแบบของกิจการ*	บุคคลธรรมดา	821	88.76	บุคคลธรรมดา	253	61.56
	แบบบุคคลธรรมดาจดทะเบียนพาณิชย์	85	9.19	บริษัทจำกัด	69	16.79
การจ้างงาน	ไม่มีการจ้างงาน	441	47.68	ไม่มีการจ้างงาน	51	12.41
	มีการจ้างงาน	484	52.32	มีการจ้างงาน	360	87.59
แหล่งเงินทุน*	ใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด	746	80.65	ใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด	259	63.02
	ทุนส่วนตัวและกู้ธนาคาร	115	14.43	ทุนส่วนตัวและกู้ธนาคาร	122	29.68

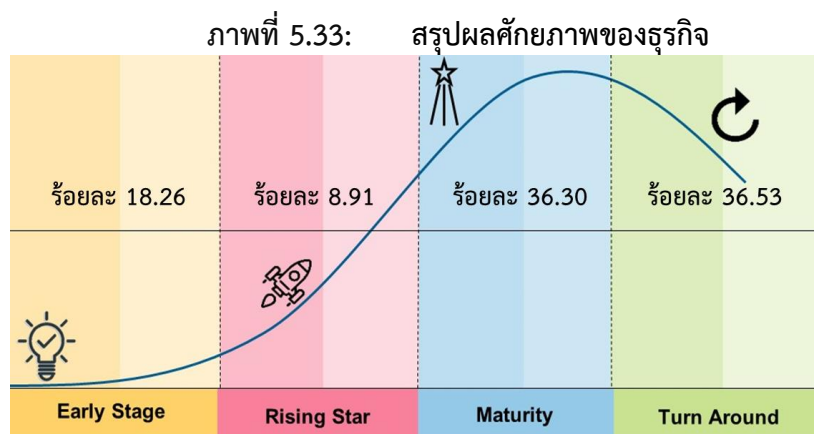
หมายเหตุ: 1. จำนวน 1,336 ตัวอย่าง
2. * คือ 2 อันดับแรกจากผลการสำรวจ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE

ในภาพรวมกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้า จำนวน 633 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.38) รองลงมา คือ ภาคการบริการ จำนวน 499 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.35)

ด้านศักยภาพของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) จำนวน 488 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.53) รองลงมา คือ ช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity) จำนวน 485 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.30) ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) จำนวน 244 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.26) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีเพียงจำนวน 119 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.91) เท่านั้น



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อสอบถามถึงผลกระทบจากผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) พบว่า จำนวน 1,212 (ร้อยละ 91.02) ได้รับผลกระทบ ซึ่งจังหวัดชลบุรีได้รับผลกระทบมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแผนที่จะปรับตัวโดยการดำเนินธุรกิจปกติ แต่มีการปรับเปลี่ยนสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น

ตารางที่ 5.29: สรุปข้อมูลเกี่ยวกับ MSE จำแนกตามขนาดขนาดกิจการ

ผลการสำรวจ	กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
ภาคธุรกิจ*	การค้า	464	50.16	การค้า	169	41.12
	การบริการ	360	38.92	การบริการ	139	33.82
ศักยภาพของธุรกิจ (ช่วงของธุรกิจ)	ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	342	36.97	ช่วงธุรกิจอิมมัตว์ (Maturity)	161	39.17
	ช่วงธุรกิจอิมมัตว์ (Maturity)	324	35.03	ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	146	35.52
	ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	193	20.86	ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	53	12.9
	ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	66	7.14	ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	51	12.41
ผลกระทบจาก Covid-19	ได้รับผลกระทบ	859	92.86	ได้รับผลกระทบ	357	86.86

หมายเหตุ: 1. จำนวน 1,336 ตัวอย่าง
2. * คือ 2 อันดับแรกจากผลการสำรวจ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.5.3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE

ในการสำรวจปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE ได้แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ กฎระเบียบ การตลาด การเงิน ปัจจัยสนับสนุน และทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ โดยสำรวจใน 2 ประเด็นหลัก คือ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และความต้องการความช่วยเหลือ ซึ่งในมิติเชิงพื้นที่ที่รายจังหวัดและมิติของขนาดกิจการ พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีแตกต่างกันบ้างเล็กน้อยเท่านั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.30: สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ		ความต้องการความช่วยเหลือ	
ด้าน/ปัญหา	ร้อยละ	ด้าน/ความช่วยเหลือ	ร้อยละ
1. ด้านการตลาด	80.69	1. การเงิน	66.32
1) ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	91.28	1) แหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	62.75
2) ช่องทางการขายไม่เพียงพอ	11.69	2) ต้องการสินเชื่อไม่มีหลักค้ำประกัน	45.26
2. การเงิน	55.39	2. ด้านการตลาด	65.64
1) ขาดเงินทุนหมุนเวียน	90.27	1) เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	54.50
2) ธุรกิจขาดทุน	13.24	2) ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	39.34
3. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	12.35	3. ปัจจัยสนับสนุน	22.31
1) ขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ	40.61	1) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	35.91
2) ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	32.12	2) มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน	32.21
4. ปัจจัยสนับสนุน	10.40	4. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	20.96
1) ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	82.01	1) การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	41.43
2) การขนส่ง	36.65	2) การอบรมความรู้ด้านการบริหารการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์	31.07
5. กฎระเบียบ	2.47	5. กฎระเบียบ	13.62
1) กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	75.76	1) ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	58.24
2) ความซ้ำซ้อนของขั้นตอน	24.24	2) การลดหย่อนภาษี	36.81

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. ผลการสำรวจ 2 อันดับแรกของแต่ละด้าน

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด แต่ในด้านของความช่วยเหลือ กลุ่มตัวอย่างต้องการความช่วยเหลือด้านการเงินมากที่สุด ร้อยละ 66.32 ซึ่งใกล้เคียงกับด้านการตลาด ร้อยละ 65.64 เมื่อพิจารณาจากผลสำรวจในภาพรวม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการมีสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ยังคงเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากประสบปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียน ประกอบกับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทำให้เกิดภาวะยอดขายลดลง ซึ่งต้องการความช่วยเหลือทางการเงินและการตลาดอย่างเร่งด่วน รวมไปถึงการลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจอื่น ๆ อาทิ ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด การลดหย่อนภาษี

หากพิจารณาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าทั้ง 2 ประเภทมีปัญหาและอุปสรรคที่เหมือนกัน ยกเว้นในด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ และส่วนของความต้องการความช่วยเหลือ จำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าทั้ง 2 ประเภทมีความต้องการที่แตกต่างกันใน 2 ด้านแรก คือ ด้านการเงิน และด้านการตลาด รายละเอียดดังตารางที่ 5.31

ตารางที่ 5.31: สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ

วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
ด้าน/ปัญหา	ร้อยละ	ด้าน/ปัญหา	ร้อยละ
1. ด้านการตลาด	81.84	1. ด้านการตลาด	87.10
1) ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	91.15	1) ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	91.59
2) ช่องทางการขายไม่เพียงพอ	12.02	2) ช่องทางการขายไม่เพียงพอ	10.90
2. การเงิน	58.38	2. การเงิน	48.66
1) ขาดเงินทุนหมุนเวียน	89.44	1) ขาดเงินทุนหมุนเวียน	92.50
2) ธุรกิจขาดทุน	13.15	2) ธุรกิจขาดทุน	13.50
3. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	10.27	3. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	17.03
1) ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	37.89	1) ขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ	61.43
2) ขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ	25.26	2) ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	24.29
4. ปัจจัยสนับสนุน	8.86	4. ปัจจัยสนับสนุน	13.87
1) ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	87.80	1) ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	73.68
2) การขนส่ง	24.39	2) การขนส่ง	42.11
5. กฎระเบียบ	1.62	5. กฎระเบียบ	4.38
1) กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	73.33	1) กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	77.78
2) ความซับซ้อนของขั้นตอน	20.00	2) ความซับซ้อนของขั้นตอน และความล่าช้าในการดำเนินงาน*	27.27

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
 2. ผลการสำรวจ 2 อันดับแรกของแต่ละด้าน
 3. * คือ ความซับซ้อนของขั้นตอน และความล่าช้าในการดำเนินงาน มีสัดส่วนเท่ากัน

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ตารางที่ 5.32: สรุปความต้องการความช่วยเหลือ จำแนกตามขนาดกิจการ

วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
ด้าน/ความช่วยเหลือ	ร้อยละ	ด้าน/ความช่วยเหลือ	ร้อยละ
1. การเงิน	69.84	1. ด้านการตลาด	64.72
1) แหล่งเงินทุน/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	63.00	1) เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	58.27
2) ต้องการสินเชื่อไม่มีหลักค้ำประกัน	47.99	2) ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	45.11
2. ด้านการตลาด	66.05	2. การเงิน	58.39
1) เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	52.86	1) แหล่งเงินทุน/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	62.08
2) จัดหาตลาดพื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ	39.93	2) สินเชื่อเงินกู้ระยะยาว	40.42
3. ปัจจัยสนับสนุน	18.92	3. ปัจจัยสนับสนุน	29.93
1) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	38.29	1) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	32.52
2) มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน	33.71	2) มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน	30.08
4. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	17.73	4. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	28.22
1) การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	40.85	1) การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	42.24
2) การอบรมความรู้ด้านการบริหารการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์	32.32	2) การอบรมทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการทำธุรกิจ	31.09
5. กฎระเบียบ	10.59	5. กฎระเบียบ	20.44
1) ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	63.27	1) ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	52.38
2) การลดหย่อนภาษี	32.65	2) การลดหย่อนภาษี	41.67

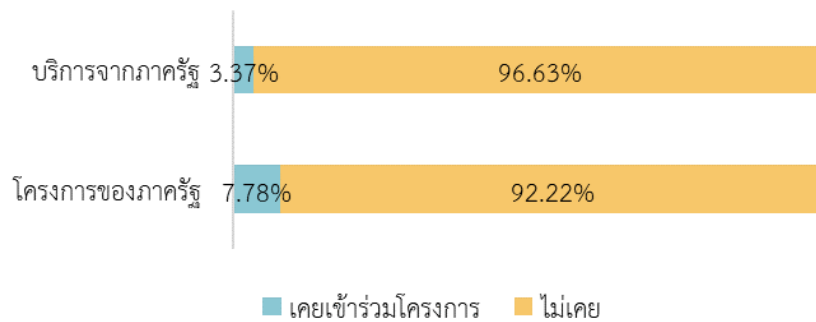
หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ผลการสำรวจ 2 อันดับแรกของแต่ละด้าน

ที่มา: มุลินธิ สวค.

5.5.4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการเข้ารับบริการ

จากการสำรวจตัวอย่างจำนวน 1,336 ตัวอย่าง พบว่ามีผู้ประกอบการ 104 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.78) ที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ ส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการด้านการตลาด และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ ค่าเฉลี่ย 4.00 อยู่ในระดับพอใจมาก

ภาพที่ 5.34: สรุปผลการเข้าร่วมโครงการ และการรับบริการ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ด้านการเข้ารับบริการจากภาครัฐ มีผู้ประกอบการเพียง 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.37) เท่านั้นที่เคยเข้ารับบริการจากภาครัฐ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด รองลงมา คือ บริการด้านการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ ในสัดส่วนที่เท่ากันทั้ง 3 ด้าน

สาเหตุหลักที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการและเข้ารับบริการ คือ ไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการมากที่สุด และรองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา ดังนั้น เพื่อให้เกิดการรับรู้ในกลุ่มผู้ประกอบการมากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชนให้แพร่หลาย และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าถึงปัจจัยแวดล้อมที่จะช่วยพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการที่เติบโตและเข้มแข็งได้ต่อไป

ทั้งนี้ หากพิจารณาผลการสำรวจในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจเป็นหลัก สามารถสรุปผลการสำรวจที่สำคัญได้ดังนี้

ตารางที่ 5.33: สรุปการเข้าร่วมโครงการและการเข้ารับบริการ จำแนกตามขนาดกิจการ

ผลการสำรวจ	กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
การเข้าร่วมโครงการ	เคยเข้าร่วมโครงการ	69	7.46	เคยเข้าร่วมโครงการ	35	8.52
โครงการที่เคยเข้าร่วม*	การสนับสนุนทางการเงิน	45	65.22	การสนับสนุนทางการเงิน	19	54.29
	มาตรฐานสินค้า	9	13.04	การตลาด	12	34.29
ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย 3.83 (มาก)		ค่าเฉลี่ย 4.34 (มากที่สุด)			
การเข้ารับบริการ	เคยเข้ารับบริการ	21	2.27	เคยเข้ารับบริการ	24	5.84
โครงการที่เคยเข้าร่วม*	การสนับสนุนทางการเงิน	7	33.33	การพัฒนาผลิตภัณฑ์/ บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ	12	50.00
	การให้ความรู้เพื่อการ พัฒนาธุรกิจ	5	23.81	การให้ความรู้เพื่อการ พัฒนาธุรกิจ	11	45.83
ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย 4.19 (มาก)		ค่าเฉลี่ย 4.42 (มากที่สุด)			

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง

2. * คือ 2 อันดับแรกจากผลการสำรวจ และสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



ที่มา: มุลินธิ สวค.

5.5.5 สรุปผลการสำรวจที่สำคัญในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจ

จากผลการสำรวจที่สรุปไว้ข้างต้น เห็นได้ว่าด้านศักยภาพของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) และช่วงธุรกิจอิมมัตูร์ (Maturity) ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันมากกว่าร้อยละ 70 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงถึงผู้ประกอบการกำลังประสบภาวะเสี่ยงต่อการปิดกิจการในอนาคต ซึ่งผลสำรวจนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการสนับสนุนผู้ประกอบการในอนาคต โดยผลสำรวจที่สำคัญของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ในแต่ละช่วงธุรกิจ แสดงในตารางที่ 5.35

ตารางที่ 5.34: สรุปผลการสำรวจที่สำคัญในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจ

ผลการสำรวจ	1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	
	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)
จำนวนตัวอย่าง	193 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.86)	51 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.41)	66 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.14)	53 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.90)
ช่วงอายุกิจการ	- น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 17.73 - 5-10 ปี ร้อยละ 3.03 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.11	- น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 9.00 - 5-10 ปี ร้อยละ 2.68 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.73	- 5-10 ปี ร้อยละ 3.46 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 2.81 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.86	- 5-10 ร้อยละ 7.30 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 2.43 - อื่น ๆ ร้อยละ 3.16
การจ้างงาน	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 11.24 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 9.62	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 11.24 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 9.62	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 2.59 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 4.54	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 0.49 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 12.41
ภาคธุรกิจ	- การค้า ร้อยละ 11.03 - การบริการ ร้อยละ 8.32 - อื่น ๆ ร้อยละ 1.51	- การค้า ร้อยละ 5.11 - การบริการ ร้อยละ 3.89 - อื่น ๆ ร้อยละ 3.41	- การบริการ ร้อยละ 3.24 - การค้า ร้อยละ 3.14 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.76	- การบริการ ร้อยละ 6.33 - การค้า ร้อยละ 4.62 - อื่น ๆ ร้อยละ 1.95
ผลกระทบจาก Covid-19	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 18.70 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 2.16	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 9.73 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 2.68	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 6.05 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 1.08	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 9.73 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 3.16
ความช่วยเหลือที่ต้องการ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business 2. ด้านกฎระเบียบ อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ

ผลการสำรวจ	3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	
				
	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)
จำนวนตัวอย่าง	324 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.03)	161 ตัวอย่าง (ร้อยละ 39.17)	342 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.97)	146 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.52)
ช่วงอายุกิจการ	- 5-10 ปี ร้อยละ 13.73 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 9.30 - อื่น ๆ ร้อยละ 12.00	- 5-10 ปี ร้อยละ 15.09 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 8.03 - อื่น ๆ ร้อยละ 16.06	- 5-10 ปี ร้อยละ 16.11 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 11.89 - อื่น ๆ ร้อยละ 8.97	- 5-10 ปี ร้อยละ 14.36 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 6.33 - อื่น ๆ ร้อยละ 14.84
การจ้างงาน	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 17.84 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 17.19	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 3.16 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 36.01	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 16.00 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 20.97	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 7.06 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 28.47
ภาคธุรกิจ	- การค้า ร้อยละ 17.41 - การบริการ ร้อยละ 12.97 - อื่น ๆ ร้อยละ 4.65	- การค้า ร้อยละ 14.36 - การบริการ ร้อยละ 13.38 - อื่น ๆ ร้อยละ 11.44	- การค้า ร้อยละ 18.59 - การบริการ ร้อยละ 14.38 - อื่น ๆ ร้อยละ 4.00	- การค้า ร้อยละ 17.03 - การบริการ ร้อยละ 10.22 - อื่น ๆ ร้อยละ 8.27
ผลกระทบจาก Covid-19	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 31.68 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 3.35	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 33.82 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 5.35	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 36.43 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 0.54	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 33.58 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 1.95
ความช่วยเหลือที่ต้องการ	1. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์	1. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์	1. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์

หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง (ร้อยละ 100) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง (ร้อยละ 100) รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง
2. จำนวนตัวอย่าง, ช่วงอายุกิจการ, การจ้างงาน, ภาคธุรกิจ และผลกระทบจาก COVID-19 มีจำนวนเต็มร้อยละ 100 ในแต่ละขนาดกิจการ
3. ผลการสำรวจช่วงอายุกิจการ, การจ้างงาน, ภาคธุรกิจ และผลกระทบจาก COVID-19 รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ข

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

บทที่ 6

สรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการสำรวจ
และรวบรวมข้อมูล

6

สรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ได้จากการศึกษา การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล

สำหรับในบทนี้ เป็นการสรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) และการสัมมนารับฟังความคิดเห็น และการศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ต่อไป

6.1 สรุปผลสำรวจข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การระดมความคิดเห็น และการสัมมนารับฟังความคิดเห็น

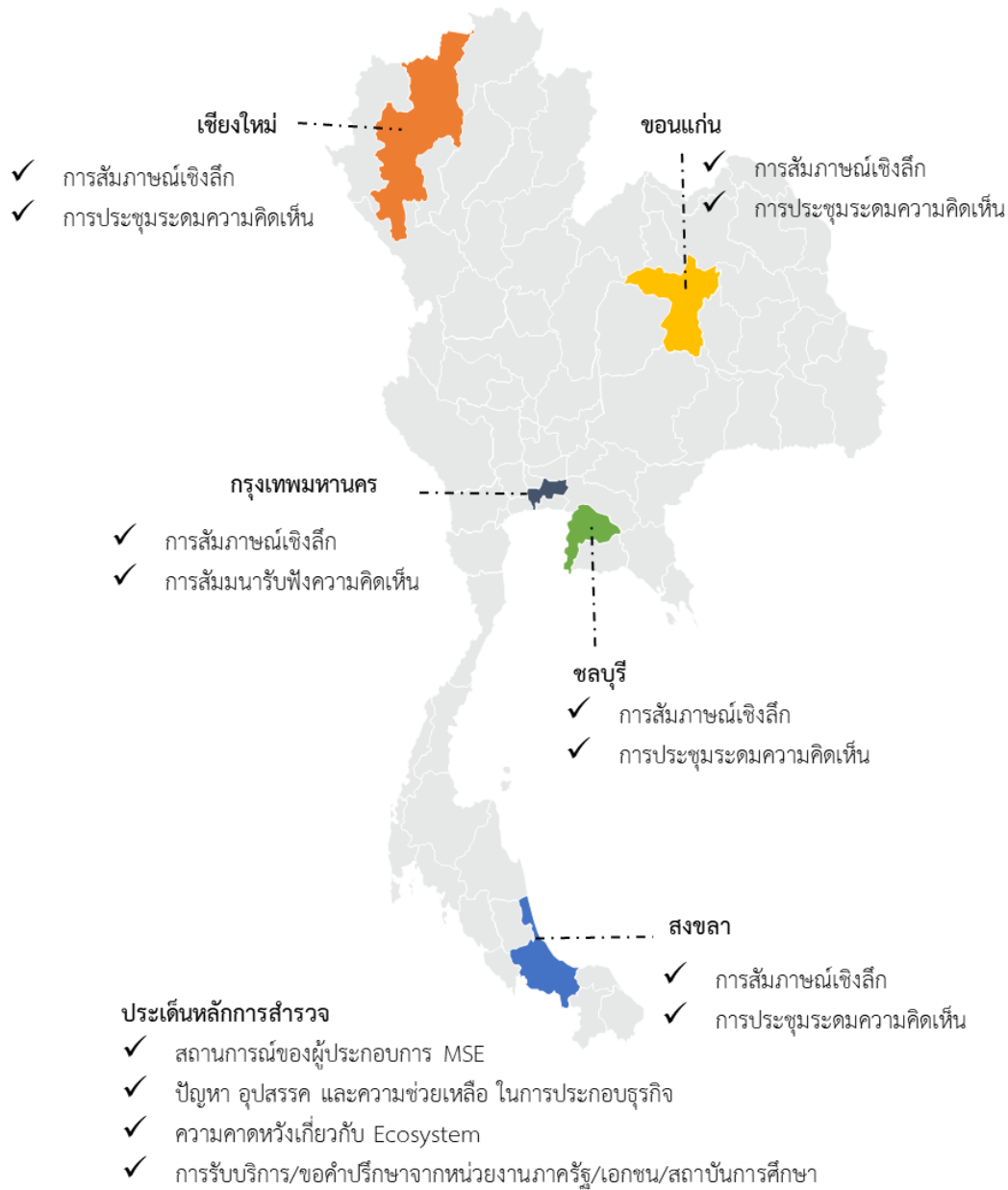
ผลสำรวจข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) และการสัมมนารับฟังความคิดเห็น ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- การสัมภาษณ์เชิงลึกในพื้นที่ 5 จังหวัด จำนวน 21 ตัวอย่าง
- การระดมความคิดเห็นในพื้นที่ 4 จังหวัด (ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา) จำนวนผู้เข้าร่วม 116 คน
- การสัมมนารับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 102 คน

จากกระบวนการศึกษาข้างต้น มีประเด็นหลักในการศึกษา คือ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมทั้ง 5 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย 2) ด้านการตลาด 3) ด้านการเงิน 4) ด้านปัจจัยสนับสนุน และ 5) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจจาก 3 กลุ่มตัวอย่างข้างต้น ในพื้นที่ 5 จังหวัด ดังนี้¹

¹ รายละเอียดผลการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ ปรากฏดังภาคผนวก จ และ ฉ

ภาพที่ 6.1: พื้นที่เป้าหมายในการสำรวจข้อมูล



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ตารางที่ 6.1: สรุปผลและการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม จากการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
กรุงเทพฯ	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ Legal Help ให้ข้อมูลด้านกฎหมายกฎระเบียบสำหรับ MSE ที่มีปัญหา NPL หรือต้องการฟื้นฟูกิจการ - การปรับปรุงระบบราชการ เน้นการส่งเสริมมากกว่ากำกับ และควบคุม ให้บริการแบบ one stop service โดยมีหน่วยงานเดียวที่ดูแลและรวบรวมข้อมูล ลดการทำงานซ้ำซ้อนของหน่วยงาน - การกระจายอำนาจในหน่วยงานท้องถิ่นและมี KPI ระดับท้องถิ่นเอง เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการในเชิงพื้นที่ - นโยบายการส่งเสริม SME ทุกโครงการควรมีความต่อเนื่อง และติดตามผลอย่างจริงจัง - จัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อจำนวนของวิสาหกิจชุมชนหรือเกษตรกร ที่ต้องเสียภาษี เพื่อลดความกังวลและภาระงานในการจัดการบัญชี และเน้นส่งเสริมในสิ่งจำเป็นก่อน - มาตรการผ่อนคลายเป็นด้านภาษี ปรับขึ้นของรายได้ธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างแพลตฟอร์มในการ ซื้อขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล - การส่งเสริมการขายสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นจุดแข็งของไทย - การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นไทย ผ่านสื่อออนไลน์ หรือ E-commerce โดยเน้นนำเสนอเอกลักษณ์และความเป็นไทย ในแต่ละพื้นที่ (Individual/ Area-based Product) - การรวมกลุ่มธุรกิจ และการทำ Data Analytics การแบ่งปันข้อมูลกัน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - กองทุนฟื้นฟู NPL เพื่อการพัฒนา MSMEs - กองทุนบัณฑิตพัฒนาเศรษฐกิจ บ้านเกิด ให้ทุนบัณฑิตและอาชีวศึกษากลับไปพัฒนาบ้านเกิด และทักษะวิชาชีพเฉพาะด้านในอนาคต - หลักเกณฑ์ในการคัดกรอง MSE ที่มีคุณภาพสำหรับนักลงทุน เช่น Credit Scoring และ Risk Assessment - การทำ Digital Lending การให้กู้ยืมโดยใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายส่งเสริม Digital Factory หรือ OEM Solution Platform เพื่อพัฒนากระบวนการผลิต และสร้าง OEM-Thai Brand - การสนับสนุนการทำ Business Matching และการรวมกลุ่มเครือข่ายระยะยาวและมีความต่อเนื่อง - การจำลองวงจรธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อเป็นต้นแบบสำหรับการบริหารจัดการ MSE - สร้างกระบวนการคัดกรองและกลไกในการเลือกผู้ประกอบการ เข้าโครงการ เพื่อเพิ่มจำนวน Success Case - การสร้างฐานข้อมูลการพัฒนาการของวิสาหกิจชุมชน - สร้าง Pilot Project รัฐให้งบประมาณในการนำร่องและบูรณาการเพื่อสานต่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาผู้ประกอบการระดับ Micro OTOP โดยกระจายอำนาจให้การปกครองส่วนท้องถิ่น - การสร้างระบบพี่เลี้ยงสำหรับห้องเรียนออนไลน์ ให้คำปรึกษาและติดตามผลอย่างใกล้ชิด - สร้างปัจจัยแวดล้อมโดยเน้นการปลูกฝังให้ผู้ประกอบการไม่มองแต่กำไรสูงสุด เน้นการกระจายงานและรายได้ เช่น การรวมกลุ่มและแบ่งปันทุนกัน - นโยบายสร้างงานเน้นการสร้างงานใน MSME และมีการดูแลทั้งวงจรธุรกิจ

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
ชลบุรี	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบอำนวยความสะดวกและร่นระยะเวลาการจดทะเบียนผู้ประกอบการและการรับรองมาตรฐาน อาทิ การจดทะเบียนพาณิชย์ นิติบุคคล อย. และ GMP 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาด้านการส่งออกสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญเชิงพื้นที่ - แพลตฟอร์มเชื่อมต่อผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้า - ศูนย์ให้ความช่วยเหลือพัฒนาแบรนด์ และผลิตภัณฑ์ให้คำแนะนำและสร้างแรงจูงใจในการค้ากับตลาดต่างประเทศ รวมไปถึงสนับสนุนด้านงบประมาณในการออกแสดงสินค้า - ศูนย์วิเคราะห์สถิติพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ต่าง ๆ - แพลตฟอร์มนำเสนอสินค้าของคนไทยเพื่อคนไทย - งบประมาณสนับสนุนให้กับผู้ประกอบการที่เดินทางไปงานแสดงสินค้าต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำตามช่วงอายุกิจการ - แผนมาตรการช่วยเหลือเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจระยะสั้นและระยะยาว 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้คำปรึกษาเฉพาะทาง อาทิ การบริหารเงินทุน กฎหมาย และการเสียภาษี - ระบบฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน - หน่วยงานให้ความช่วยเหลือในการเข้าถึงเทคโนโลยี และ R&D ผ่านการระดมทุนหรือผ่านสถาบันการศึกษา - แพลตฟอร์มข้อมูลเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อประชาสัมพันธ์บริการของภาครัฐ - เครือข่าย SME เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลแนวความคิดการประกอบธุรกิจที่ทันต่อสถานการณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการที่คำนึงถึงความรู้พื้นฐานและทัศนคติในการประกอบธุรกิจ - เครือข่ายวิสาหกิจขนาดเล็กที่มีประเภทธุรกิจเดียวกันหรืออยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน - ศูนย์ให้ความรู้ในการดำเนินธุรกิจครบวงจรเช่นความรู้ด้านดิจิทัล E-commerce รวมไปถึงการสำรวจข้อมูลสถิติเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และมีการติดตามให้ความช่วยเหลือ - ศูนย์พัฒนาผลิตภาพแรงงาน - ศูนย์บริการชาวต่างชาติ ทั้งด้านท่องเที่ยวและแรงงาน

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
ขอนแก่น	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบอำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจสำหรับ SME ในระดับท้องถิ่น ตั้งแต่ระยะเริ่มต้นธุรกิจ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ - ปรับหลักเกณฑ์ กฎระเบียบเกี่ยวกับภาษี การกู้ยืมเงิน หรือสินเชื่อ สำหรับ SME ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เพื่อให้สามารถดำรงกิจการได้ - กระจายอำนาจด้านกฎระเบียบสู่ท้องถิ่น เพื่อให้สามารถช่วยเหลือ SME ได้ตรงความต้องการ - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของ SME เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการ SME 	<ul style="list-style-type: none"> - ฐานข้อมูลการสนับสนุนด้านการตลาดของ SME ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาด้านวิชาการ นวัตกรรมและเทคโนโลยี - แพลตฟอร์มการตลาดแบบออนไลน์ โดยเฉพาะช่วงธุรกิจที่กำลังเติบโต และการตลาดแบบออฟไลน์ โดยเฉพาะตลาดชุมชน - Platform ออนไลน์ ทั้งตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศตลาดใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านการเงินสำหรับ SME ระดับท้องถิ่น - ระบบการค้ำประกันเงินกู้ และเงินช่วยเหลือ สำหรับ SME - งบประมาณสนับสนุนช่วยเหลือ SME ควรได้รับอย่างต่อเนื่อง และให้ท้องถิ่นมีอำนาจในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะ SME ที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ - Model ธุรกิจ สำหรับ SME ในการลดต้นทุนการดำเนินงาน - ระบบการชำระเงินสำหรับ SME ทั้งในประเทศและต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ อาชีพที่รองรับ/เกิดขึ้นในอนาคต การให้บริการและความช่วยเหลือของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม พร้อมพี่เลี้ยงและผู้ให้ความรู้ - สร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการอบรมให้ความรู้และความช่วยเหลือต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านเครือข่าย สมาคม องค์กร - ศูนย์ทดลองการเป็นผู้ประกอบการในสถานศึกษา และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดของ SME โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เพื่ออนาคต - ควรมีตัวแทนหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อช่วยเหลือ SME - แพลตฟอร์มข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น การทำธุรกิจ ข้อมูลการตลาด เครือข่าย คลัสเตอร์ ผู้รับจ้างผลิตสินค้า (OEM) และด้านอื่น ๆ ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ MSE และเกษตรกร 	<ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรอบรมผู้ประกอบการในทุกช่วงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเทคโนโลยี ระบบคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ การทดสอบตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น การอบรมให้ความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการเงินการบัญชี - ศูนย์เครือข่ายธุรกิจ (Biz Club) สำหรับ SME ที่มีประสิทธิภาพ และเน้นการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย คลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลความรู้กันระหว่างกลุ่ม ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ - สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ (New Generation) ทำให้คนรุ่นใหม่กลับไปพัฒนาบ้านเกิด กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค และสามารถแข่งขันท้องถิ่นได้

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
สงขลา	<ul style="list-style-type: none"> - มีฐานข้อมูลผู้ประกอบการและกิจการที่สามารถเปิดเผยได้ เพื่อการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ - มาตรการสร้างแรงจูงใจ (Incentive) ให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์แก่ภาครัฐและผู้ประกอบการในการขอรับการสนับสนุน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีช่องทางการขาย Online Platform ที่เป็นของไทยเอง ผู้ซื้อและผู้ขายเข้าถึงได้ง่าย และมีค่าธรรมเนียมการขายต่ำกว่าของต่างชาติ - มีหน่วยงานช่วยดูแลและให้คำปรึกษาด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง (ไม่อยู่ภายใต้งบประมาณรายปีของภาครัฐ เพราะทำให้ขาดความต่อเนื่อง) - นโยบายสนับสนุนให้ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่รับสินค้าภายในชุมชนหรือจังหวัดเข้าไปจำหน่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย - ระบบการสนับสนุน/ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เดินทางไปงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - เงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำ และมาตรการขยายระยะเวลาพักชำระหนี้ - สินเชื่อเงินกู้ที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีปัญหาเรื่องหลักทรัพย์ค้ำประกัน และเครดิตบูโรโดยเฉพาะ - มาตรการหรือแผนฟื้นฟูการช่วยเหลือทางการเงินให้กับผู้ประกอบการที่มีปัญหาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง - ปรับปรุงหลักเกณฑ์การกำหนดวงเงินสินเชื่อของ SME Bank โดยพิจารณาเป็นรายกิจการ ไม่ใช่รายบุคคล หรือคณะกรรมการ 	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายการสนับสนุนด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการ และมีศูนย์ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ และค่าใช้จ่ายต่ำ - มี Big Map หรือ One Stop Service ที่รวบรวมหน่วยงานและความช่วยเหลือต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน - แนวทางการสนับสนุนการรวมกลุ่ม (Cluster) และสร้างเครือข่าย (Network) ให้แก่ผู้ประกอบการ - แนวทางการบูรณาการหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่ชัดเจนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา MSE ในทิศทางเดียวกัน - ระบบการรับรองมาตรฐานสินค้า/บริการ เช่น อย., มอก. ISO ที่สะดวกและรวดเร็ว ไม่ซับซ้อนสามารถเข้าถึงได้ง่าย - ระบบการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ในการเดินทางระหว่างเมืองและพื้นที่ท่องเที่ยว นอกเขตเมือง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีกระบวนการบ่มเพาะทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) ในช่วงการเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) - หลักสูตรการส่งเสริมการทำบัญชีแบบลีน (Lean Accounting) และให้ความรู้เรื่องการลดต้นทุนของธุรกิจ - หลักสูตรการตลาดออนไลน์ ที่มุ่งเน้นกลุ่มวิสาหกิจโดยเฉพาะเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ - มีโครงการเพิ่มทักษะและสร้างทักษะใหม่ (Upskill & Reskill) ในสาขาอาชีพที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง และภาครัฐให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้ผู้ประกอบการบางส่วน - กระบวนการเสริมสร้างความรู้และทักษะให้กับผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ (ข้าราชการและพนักงานธนาคารของรัฐ) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
เชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการจากภาครัฐในทุกช่วงอายุของกิจการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้ความช่วยเหลือในการทดสอบและการเข้าถึงตลาด - แพลตฟอร์มผู้ประกอบการเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการแก่ลูกค้า - หน่วยงานให้การสนับสนุนการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงพื้นที่ อาทิ ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด - แพลตฟอร์มเชื่อมโยงตลาดและแหล่งผลิตสินค้า - แพลตฟอร์มเชื่อมต่อผู้ซื้อและผู้ขายโดยมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการตามช่วงอายุและสถานะของกิจการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้คำปรึกษาเฉพาะทาง อาทิ การทำบัญชี และขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ - แพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ - หน่วยงาน R&D พัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรสำหรับผู้ประกอบการ - หน่วยงานบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ - ศูนย์ประชาสัมพันธ์บริการของภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความต่อเนื่องและมีตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน - สมาคมหรือคลัสเตอร์ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็ก หรือวิสาหกิจชุมชน - ศูนย์พัฒนาแรงงานพื้นฐานด้านหัตถกรรม โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา - ศูนย์ส่งเสริมอาชีพแรงงานไทยและเงินสนับสนุนค่าแรงตามวิชาชีพหรือความเชี่ยวชาญ - การประกวดธุรกิจเพื่อนำเสนอแผนธุรกิจและแลกเปลี่ยนความรู้ - ระบบการให้ความรู้และสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ทางธุรกิจ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

จากสรุปผลการสำรวจข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย 5 จังหวัดข้างต้น มีประเด็นที่สำคัญในแต่ละด้าน ดังนี้

1) ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

ผู้ประกอบการต้องการให้มีศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดระยะเวลาและความซ้ำซ้อนต่าง ๆ ในการติดต่อกับหน่วยงานได้มากขึ้น และควรมีการกระจายอำนาจไปสู่ภูมิภาค/ท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการส่งเสริมผู้ประกอบการและเป็นการสนับสนุนให้บุคลากรในท้องถิ่นได้พัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ความสามารถในการสนับสนุนผู้ประกอบการมากกว่า การรับนโยบายจากส่วนกลางเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ ในปัจจุบันทาง สสว. มีการดำเนินการศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service หรือ OSS) ในทุกจังหวัด แต่อาจมีการพัฒนาในส่วนของการสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบอย่างทั่วถึงว่ามีศูนย์ที่ให้บริการแบบครบวงจร รวมถึงพัฒนาศักยภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพรวดเร็ว มีฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สำหรับผู้ประกอบการอย่างครบถ้วนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

นอกจากนี้ ควรมีศูนย์ให้ความรู้ทางด้านกฎหมายและช่วยเหลือผู้ประกอบการที่มีปัญหา NPL (Non-Performing Loan) หรือผู้ประกอบการที่ต้องการฟื้นฟูกิจการ เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เปราะบางทางธุรกิจ ไม่สามารถเข้าสู่ระบบการเงินของสถาบันการเงินได้ ดังนั้น หากมีการช่วยเหลือในส่วนนี้ จะช่วยให้ MSE กลุ่มนี้สามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ

ในส่วนของนโยบายการสนับสนุนผู้ประกอบการ ภาครัฐควรมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ในลักษณะการสนับสนุนระยะยาว ซึ่งในบางกรณีเป็นเพียงการสนับสนุนในลักษณะโครงการระยะสั้น ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรม ผู้ประกอบการไม่ได้รับการบ่มเพาะอย่างเป็นระบบ และไม่สามารถติดตามและประเมินผลสำเร็จจากการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน

2) ด้านการตลาด

การนำ Digital Platform เข้ามาพัฒนาทางการตลาด อาทิ มีแพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์เข้าถึงได้ง่ายทั้งจากไทยและต่างประเทศ มีการสร้างแพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์ที่เป็นของประเทศไทยเอง เพื่อให้ผู้ขายมีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ รวมทั้งช่วยลดค่าใช้จ่ายในด้านค่าธรรมเนียมการขายได้ นอกจากนี้ ควรมีการสร้างฐานข้อมูลที่เป็นทางด้านการตลาดและฐานข้อมูลผู้ประกอบการ โดยการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ และสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ด้วยระบบดิจิทัล เพื่อเป็นการแบ่งปันข้อมูลที่สำคัญในเครือข่าย หรือการสร้างกิจกรรมทางการตลาด

ควรมีรูปแบบการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เช่น การสนับสนุนให้ร้านค้าสะดวกซื้อนำสินค้าในท้องถิ่นเข้าไปขายร่วมด้วย มีแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ชุมชน หรือการมีหน่วยงานช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชนให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและทำในวงกว้าง

ควรมีศูนย์ให้ความช่วยเหลือทางการตลาด เพื่อช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในการทำตลาด การทดสอบตลาด การเข้าถึงตลาด รวมทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการ

มีความเข้าใจในการตลาดของสินค้าหรือบริการของตนเองมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น

3) ด้านการเงิน

เนื่องจากภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทำให้ผู้ประกอบการมากกว่าร้อยละ 90 ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้ ดังนั้น ในด้านการเงิน จึงให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูทางการเงินของกิจการ เนื่องจากการฟื้นฟูกิจการต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ และมีกองทุนเพื่อให้ความช่วยเหลือโดยตรง และภาครัฐควรมีแหล่งเงินกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ และผู้ประกอบการเข้าถึงได้ง่ายกว่าในปัจจุบัน หรือมีเงื่อนไขที่ผ่อนคลายมากขึ้น รวมถึงระบบการค้ำประกันเงินกู้ให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากโครงการสินเชื่อต่าง ๆ ในขณะนี้ ยังมีหลายเงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดให้ผู้ประกอบการไม่สามารถกู้ยืมได้ และควรมีแผนรองรับการช่วยเหลือผู้ประกอบการทั้งระยะสั้น และระยะยาวเมื่อเกิดวิกฤติขึ้นอีกในอนาคต เพื่อให้สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็ว

ควรมีแหล่งเงินทุนหรือกองทุนสำหรับผู้ประกอบการในแต่ละช่วงธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการในแต่ละช่วงมีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น การได้รับการสนับสนุนทางการเงินที่เหมาะสมกับช่วงธุรกิจจึงสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น

นอกจากนี้ ควรมีสุนัขให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับธุรกิจในระดับท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้และให้คำปรึกษาทางการเงินตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ หรือให้ความช่วยเหลือธุรกิจตั้งแต่เริ่มประสบปัญหาทางการเงินในระยะแรก รวมทั้งวิธีการลดต้นทุนที่เหมาะสมกับกิจการ

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

ประเด็นปัจจัยแวดล้อมด้านปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ คือ การสนับสนุนให้เกิดฐานข้อมูลผู้ประกอบการผู้รับจ้างผลิต (OEM) และวิสาหกิจชุมชน เพื่อการเชื่อมโยงฐานข้อมูลและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทั้งในส่วน of ภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และเกิด Digital Factory หรือ OEM Solution ตามที่ผู้ประกอบการต้องการให้เกิดขึ้นได้ง่ายมากขึ้น

ควรมีหน่วยงานสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการในส่วนภูมิภาค เนื่องจากยังมีปัญหาว่าหน่วยงานเหล่านี้ส่วนใหญ่มีอยู่แต่เฉพาะในกรุงเทพมหานครหรือเมืองใหญ่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางและมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้น ควรมีการขยายหน่วยงานเหล่านี้ให้ครอบคลุมพื้นที่ในต่างจังหวัดมากขึ้น และควรมีสุนัขข้อมูลข่าวสารที่เป็นตัวกลางในการส่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ โครงการอบรมให้ความรู้ สืบเชื้อจากภาครัฐ เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

มุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความรู้ให้ผู้ประกอบการ อาทิ การมีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ โดยมีการแบ่งผู้ประกอบการออกเป็นแต่ละช่วงธุรกิจ เพื่อการส่งเสริมความรู้ที่เหมาะสมให้ผู้ประกอบการ

แต่ละราย รวมทั้งการอบรมในรูปแบบออนไลน์ ควรมีระบบพี่เลี้ยงเพื่อช่วยในการติดตามและให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ควรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพศูนย์เครือข่ายธุรกิจ (Biz Club) สำหรับ SME ที่มีอยู่เดิม หรือจัดตั้งขึ้นเพิ่มเติม เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว โดยกระจายอำนาจให้ถึงระดับท้องถิ่น และควรมีหน่วยงานหลักที่ดูแลรับผิดชอบอย่างชัดเจน รวมถึงเน้นการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย คลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลความรู้กันระหว่างกลุ่ม ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ในด้านอบรมและส่งเสริมความรู้ที่สำคัญ คือ ควรมีศูนย์การพัฒนาบุคลากร แรงงานในทักษะที่สำคัญ โดยภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณบางส่วน เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการพัฒนาทักษะของบุคลากร รวมทั้งหลักสูตรความรู้ทางเทคโนโลยี และบัญชี เป็นความรู้ที่สำคัญที่ควรส่งเสริมให้กับผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าผลจากการสำรวจทั้ง 5 ด้านข้างต้น จะสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือและการบูรณาการจากหลายหน่วยงาน เนื่องจากต้องเริ่มจากการมีนโยบาย มาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ และส่งต่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินงานตั้งแต่ส่วนกลางลงไปยังส่วนภูมิภาค และภาคเอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานสนับสนุน ต้องร่วมมือกันเพื่อเป็นแรงผลักดันหรือเป็นตัวเร่งให้ปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้เกิดขึ้นได้จริง

6.2 การวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับวิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง (MSME Best Practices) ของกลุ่มประเทศตัวอย่างและประเทศไทย

รัฐบาลไทยในหลายยุคหลายสมัยที่ผ่านมา มีการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และจากข้อมูลจำนวน SME ในปี 2561 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างโอกาสในการจ้างงานที่สูงถึงร้อยละ 85.47² ของการจ้างงานรวมของประเทศ ภาครัฐจึงมีความพยายามในการดำเนินนโยบาย การจัดสรรงบประมาณผ่านโครงการมากมาย รวมถึงมีการกำหนดนิยามใหม่ให้ครอบคลุมถึงวิสาหกิจรายย่อย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่ระดับฐานราก ทั้งนี้ ภาครัฐคาดหวังให้วิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง (MSME) เป็นช่องทางในการสร้างรายได้และก่อให้เกิดการสร้างงานเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายในทางปฏิบัติกลับไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร ความช่วยเหลือค่อนข้างกระจุกตัวและไม่สามารถกระจายไปสู่ท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง MSME ไทยก็ยังไม่อาจมีการพัฒนาศักยภาพได้ตามที่รัฐคาดหวังไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (MSE) ให้มีความมั่นคงก้าวหน้า ยกกระดับมาตรฐานสินค้าให้สามารถส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้ ในขณะที่ภาคเอกชนของไทยมีความสามารถไม่ด้อยไปกว่าประเทศอื่น ๆ มากนัก ซึ่งสาเหตุหลักที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนา MSME ไทย ส่วนใหญ่มาจากการดำเนินนโยบายและมาตรการขับเคลื่อน MSME ของภาครัฐและปัญหาในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในด้านอื่น ๆ โดยสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของการพัฒนาธุรกิจ SME ได้หลายประการ อาทิ




² รายงานผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562).

- นโยบายของภาครัฐยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจน และไม่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงยังไม่มี การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง
- การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน และการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ มีการทำงานที่ซ้ำซ้อน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานต่างทำหน้าที่ของตนไม่ได้ร่วมมือกันอย่างแท้จริง
- การขาดฐานข้อมูลเชิงลึกของ MSME ทั่วประเทศ และมี MSME นอกกระบบภาษีจำนวนมาก
- ผู้ประกอบการ MSME เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ค่อนข้างยากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ค่อนข้างสูง
- การกระจายอำนาจของหน่วยงานภาครัฐ ยังไม่กระจายไปสู่หน่วยงานท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมถึง การดำเนินงานตามนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ เน้นการกำกับควบคุมมากกว่าการดูแล และส่งเสริม

ทั้งนี้ การนำเอาแบบอย่างนโยบายการส่งเสริม MSME ของต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ มาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทาง นับเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจ MSME ไทย และสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจรากฐานได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรปรับเปลี่ยนนโยบายและกำหนด มาตรการส่งเสริม MSME ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยการนำนโยบายส่งเสริมที่เคยมีการดำเนินการได้อย่างสัมฤทธิ์ ผลมาแล้วในต่างประเทศมาเป็นแบบอย่างในการสร้างนโยบายส่งเสริมภายใต้บริบทสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมในสังคมไทยที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมภาคธุรกิจ SME ไทยให้สามารถโดดเด่นในเวที การค้าระดับโลกต่อไป

ตารางที่ 6.2: ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่าง เปรียบเทียบกับแนวทางของประเทศไทย

ปัจจัยแวดล้อม	ประเทศ	Best Practices	รายละเอียด	หน่วยงานของไทย	ตัวอย่างแนวทางหรือโครงการ
กฎระเบียบ/ นโยบาย		มาตรการบังคับใช้กฎหมายส่งเสริม SME (SME Promotion Law)	กฎหมายกำหนดให้องค์กรภาครัฐทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ต้องให้บริการข้อมูลที่เป็นและให้คำปรึกษาแก่ SME และเน้นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น	สสว. และ สวทช.	<ul style="list-style-type: none"> • พรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม • ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center)
		หลักการ Three Equalities	สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่าง SME	N/A	N/A
		A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform	ศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่าง ๆ	สสว. และ สวทช.	ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center)
		SME Market Development	อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการนำเข้าส่งออก	พณ.	N/A
การตลาด		Government Procurement Law and other laws and regulations	กำหนดให้รัฐบาลที่ต้องการจัดซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากภาคเอกชน ต้องพิจารณาจัดซื้อจาก SME ก่อนธุรกิจขนาดใหญ่	N/A	N/A
		China International SMEs Fair	สนับสนุนให้กิจการขนาดใหญ่ร่วมมือกับ SME จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อให้ SME เข้าสู่เวทีการแข่งขันระดับสากล	N/A	N/A
		การสนับสนุนการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ	ช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดเล็กให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ โดยใช้ประสบการณ์และเครือข่ายของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง รวมถึงแต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาภาคเอกชน 153 แห่งในเขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก และมอบหมายหน้าที่ให้ช่วยเหลือดูแล ให้คำแนะนำเฉพาะทางแก่วิสาหกิจ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้า	สกท./พณ./สค./กสอ.	N/A
		One Town One Product	การพัฒนาอุตสาหกรรมพิเศษในท้องที่ให้ปลูกระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ	พช.	<ul style="list-style-type: none"> • หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product)
		Corporate Identification System (CIS)	ช่วย SME ในการพัฒนารายชื่อและความสามารถในการทำตลาดในต่างประเทศ การวางโฆษณาในสื่อต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศ การจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	สสว.	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ SME • โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มศักยภาพสู่ตลาดสากล

ปัจจัยแวดล้อม	ประเทศ	Best Practices	รายละเอียด	หน่วยงานของไทย	ตัวอย่างแนวทางหรือโครงการ
การเงิน		มาตรการขจัดปัญหาทางการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดให้ทุกมณฑลจัดตั้งสถาบันค้ำประกันสินเชื่อสำหรับ SME ส่งเสริมช่องทางการระดมทุนทางตรงผ่านตลาดหลักทรัพย์ NEEQ มาตรการ Fast-tracking ในการเสนอขาย IPO เน้นการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์แห่งใหม่ ChiNext 	ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ/บสย.	N/A
		Made in China 2025	ภาครัฐให้เงินสนับสนุนโครงการที่ได้รับคัดเลือกและสอดคล้องกับนโยบาย โดยได้รับเงินร้อยละ 30-50 ของการลงทุนทั้งหมด	N/A	N/A
		กองทุนร่วมลงทุน	มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคงในการร่วมทุนเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจ SME ดำเนินการโดยร่วมมือกับบริษัทร่วมลงทุนและห้างหุ้นส่วน	กค./ธพว.	N/A
		กองทุนค้ำประกันสินเชื่อเกาหลี (KCGF)	สินเชื่อค้ำประกันจากรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือ SME ที่ไม่สามารถเข้าถึงเงินกู้ธนาคารจากการไม่มีสินทรัพย์ค้ำ	บสย.	N/A
		การสนับสนุนการลงทุนโดยตรงจากตลาดการเงิน	สนับสนุนช่องทางการระดมเงินทุน เช่น ตลาด Venture Capital และตลาดหลักทรัพย์ KOSDAQ	ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	N/A
		บริษัทเพื่อธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Corporation)	สนับสนุนด้านการเงินให้กับวิสาหกิจที่อยู่ในระยะตั้งต้น วิสาหกิจที่ดำเนินงานเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิสาหกิจที่เตรียมปรับโครงสร้างองค์กร	ธพว.	N/A
		การสนับสนุนทางการเงินเพื่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี R&D	รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ SME จึงกำหนดให้เป็นนโยบายหลักของกระทรวง SMEs และ Startups และจัดให้มีโครงการความช่วยเหลือที่หลากหลาย	ธพว.	N/A
		มาตรการสนับสนุนทางการเงินและการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อการทำนวัตกรรมและการเริ่มธุรกิจใหม่	การเพิ่มแหล่งเงินทุนแก่การทำนวัตกรรมเพื่อการปรับปรุงโอกาสการเริ่มธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยมีการรวมแหล่งเงินทุนภายนอก เสริมเข้ากับ credit guarantees ของ SME Credit Guarantee Fund เพื่อให้ SME มีแหล่งเงินทุนมากขึ้น	สสว./บสย./ธพว.	N/A
		Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA)	สนับสนุนการระดมเงินทุน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรม	สวทช./สนช.	N/A

ปัจจัยแวดล้อม	ประเทศ	Best Practices	รายละเอียด	หน่วยงานของไทย	ตัวอย่างแนวทางหรือโครงการ
		โครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR)	โครงการจัดสรรไมโครเครดิต (Microcredit) เพื่อธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้เงินกู้ค้ำประกัน (Loan guarantee) และเงินอุดหนุนอัตราดอกเบี้ย (Interest rate subsidy) เพื่อให้ธนาคารสามารถให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ SME ได้	ธพว.	N/A
ปัจจัยสนับสนุน		มาตรการสนับสนุนยกระดับและปรับโครงสร้างกิจการ SME	การลงทุนในส่วนวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ และการพัฒนาคุณภาพสินค้าในภาคการผลิต	สนช./สวทช./กสอ.	N/A
		มาตรการพัฒนาระบบบริการทางสังคม	ให้คำแนะนำและสนับสนุนตัวแทนภาคบริการเพื่อให้ข้อมูล การฝึกอบรม การลงทุน การตรวจสอบคุณภาพและการบริหารจัดการให้ SME	สสว.	N/A
		แผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ	รัฐบาลได้ออกแผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ ปี 2557-2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพ เป้าหมายคือมีศูนย์บ่มเพาะ 732 แห่งในปี 2572	สวทช./กสอ.	N/A
		Ministry of SMEs and Startups (MSS)	กำหนดนโยบายและมีหน่วยงานในระดับภูมิภาค ประสานด้านการส่งเสริมระหว่างหน่วยงานและองค์กร ช่วยเหลือ SME เฉพาะทางที่มีความซับซ้อนน้อย มีภารกิจที่ชัดเจน	สสว.	N/A
		SME Development Fund	เพิ่มบทบาทสถานศึกษาและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ ให้กลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME	สสว.	ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center)
		การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะแห่งภูมิภาคสำหรับอุตสาหกรรมเฉพาะ	ช่วยให้ศูนย์บ่มเพาะสามารถบรรลุผลประโยชน์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม หรือ Industry Clusters	N/A	N/A
ทรัพยากรมนุษย์องค์ความรู้		นโยบายให้เงินอุดหนุน SME ที่ให้ออกสแรงงานได้ทำงานในกิจการ	สนับสนุนให้เกิดการจ้างงานในกิจการ SME โดยให้ค่าตอบแทนช่วยผ่อนภาระให้แก่วิสาหกิจ และช่วยแก้ปัญหาการว่างงาน	N/A	N/A
		SME Online College	การดำเนินการในเชิงรุกในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการสรรหาบุคลากรจากต่างประเทศ เพื่อเร่งกระบวนการพัฒนาบุคลากร	N/A	N/A
		SME Startup Accelerator	บริษัทใหญ่ให้ความช่วยเหลือ SME ให้ความรู้และเพิ่มศักยภาพของ SME ให้เติบโตอย่างยั่งยืน	N/A	N/A

หมายเหตุ: กค. คือ กระทรวงการคลัง

บสย. คือ บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม

สทท. คือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

สนช. คือ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กสอ. คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

พช. คือ กรมการพัฒนาชุมชน

สค. คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สสว. คือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธพว. คือ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

พณ. คือ กระทรวงพาณิชย์

สวทช. คือ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

N/A คือ Not Applicable (ไม่ระบุ)

6.3 แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่าง

จากการศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดีหรือ Best Practices ในการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา MSME ในกลุ่มประเทศตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ จีน ใต้หวัน เกาหลีใต้ และอินโดนีเซีย และสามารถสรุป Best Practices ในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

1) ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

ประเทศที่มีจุดเด่นในการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบายและกฎระเบียบ คือ ประเทศจีน โดยรัฐบาลจีนได้ออกกฎหมายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-Sized Enterprises Promotion Law) บทบาทสำคัญของภาครัฐจึงเน้นการบังคับใช้กฎหมายส่งเสริม SME โดยมีการดำเนินการตามนโยบายปรับปรุงและกำหนดมาตรการเกี่ยวกับ SME การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา SME การเพิ่มระดับความช่วยเหลือ การสนับสนุนและส่งเสริมนวัตกรรมทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การจัดโครงสร้างภาคการผลิตของ SME ให้ได้รับประโยชน์สูงสุด โดยใช้หลักการ Three Equalities สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่าง SME และสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน รวมถึงมีกฎหมายกำหนดให้องค์กรภาครัฐทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ต้องให้บริการข้อมูลที่จำเป็นและให้คำปรึกษาแก่ SME และเน้นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ทำให้สามารถพัฒนา SME ได้อย่างทั่วถึง

อีกหนึ่งประเทศที่มีแนวปฏิบัติที่ดีในการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบายและกฎระเบียบ คือ ใต้หวันซึ่งเดิม SME ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากกฎเกณฑ์และข้อบังคับต่าง ๆ เอื้อต่อธุรกิจขนาดใหญ่ รัฐบาลใต้หวันจึงการปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME รวมถึงมีการจัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย หรือข้อบังคับต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและขยายโอกาสในการเติบโตให้แก่ SME

2) ด้านการตลาด

สำหรับแนวปฏิบัติที่ดีทางการตลาดที่น่าสนใจคือประเทศจีน ซึ่งมีการสนับสนุนทางการตลาดระหว่างประเทศผ่านนโยบาย SME Market Development ช่วยเหลือ SME อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการนำเข้าส่งออก China International SMEs Fair สนับสนุนให้กิจการขนาดใหญ่ร่วมมือกับ SME จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อให้ SME เข้าสู่เวทีการแข่งขันระดับสากล รวมถึงด้านการจัดซื้อ มีการบังคับใช้กฎหมาย Government Procurement Law and other laws and regulations ซึ่งกำหนดให้รัฐบาลที่ต้องการจัดซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากภาคเอกชน ต้องพิจารณาจัดซื้อจาก SME ก่อนการพิจารณาจัดซื้อจากธุรกิจขนาดใหญ่

ส่วนเกาหลีใต้ มีการสนับสนุนการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ ช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดเล็กให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศโดยใช้ประสบการณ์และเครือข่ายของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง รวมถึงแต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาภาคเอกชน 153 แห่งในเขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก และมอบหมายหน้าที่ให้ช่วยเหลือดูแลให้คำแนะนำเฉพาะทางแก่ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้า

อีกหนึ่งประเทศที่มีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกับไทย รวมถึงมีแนวทางที่สามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของไทยได้ คือ ใต้หวัน โดยใต้หวันให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมพิเศษในท้องถิ่นให้ปลุกระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (One Town One Product) เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งคล้ายคลึงกับ OTOP หรือหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทย แต่สินค้าของใต้หวันนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์และที่สำคัญคือมีมาตรฐานสามารถยกระดับไปสู่สากลได้ นอกจากนี้ ยังให้ความช่วยเหลือ SME ในการพัฒนาตราชี้หือและความสามารถในการตลาดในต่างประเทศ ผ่านระบบ Corporate Identification System (CIS) รวมถึงการวางโฆษณาในสื่อต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายและการจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

3) ด้านการเงิน

จากการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่มาจากเทคโนโลยีดิจิทัล ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์โลก ควรนำแนวปฏิบัติที่ดีของประเทศจีน ซึ่งก็คือการปฏิรูปภาคการเงิน มาเป็นแนวทางในการสนับสนุนทางการเงินสำหรับ MSME โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนในประเทศ ซึ่งการปฏิรูปภาคการเงินนั้น จะช่วยให้ภาครัฐสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลที่อยู่บนแพลตฟอร์มดังกล่าวเพื่อนำมาวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา และให้ความช่วยเหลือ MSME ต่อไป นอกจากนี้ จีนยังมีความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายในการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา SME ในด้านการเงิน รัฐบาลจีนได้ดำเนินมาตรการขจัดปัญหาทางการเงินในหลายด้าน ได้แก่ การกำหนดให้ทุกมณฑลจัดตั้งสถาบันกำกับสินเชื่อสำหรับ SME การส่งเสริมช่องทางการลงทุนทางตรงผ่านตลาดหลักทรัพย์ NEEQ การเสนอขาย IPO โดยใช้มาตรการ Fast-tracking เพื่อการระดมทุนที่สะดวกและรวดเร็ว ตลอดจนการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์แห่งใหม่ ChiNext เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการระดมทุนสำหรับ SME และล่าสุดจีนได้ประกาศนโยบาย Made in China 2025 โดยมีอุตสาหกรรมเป้าหมายทั้งหมด 18 อุตสาหกรรม ซึ่งภาครัฐจะให้เงินสนับสนุนโครงการที่ได้รับคัดเลือก และสอดคล้องกับนโยบาย โดยได้รับเงินร้อยละ 30-50 ของการลงทุนทั้งหมด

นโยบายที่น่าสนใจในการส่งเสริม SME ด้านการเงินของเกาหลีใต้ นอกจากกองทุนร่วมทุนและการค้าประกันสินเชื่อแล้ว อีกหนึ่งนโยบายที่น่าสนใจคือ การสนับสนุนทางการเงินเพื่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี R&D สำหรับ SME เนื่องจากรัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ SME จึงกำหนดให้เป็นนโยบายหลักของกระทรวง SMEs และ Startups และจัดให้มีโครงการความช่วยเหลือที่หลากหลาย ได้แก่ The SMEs Technological Innovation Programme โครงการสนับสนุนค่าใช้จ่ายของ R&D เพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในทางปฏิบัติ และผลักดันให้สินค้าหรือบริการที่พัฒนาขึ้นสามารถซื้อขายได้ภายใน 3 ปี

สำหรับใต้หวันมีการสนับสนุน SME ผ่านมาตรการสนับสนุนทางการเงินและการค้าประกันสินเชื่อเพื่อการทำนวัตกรรมและการเริ่มธุรกิจใหม่ มีการเพิ่มแหล่งเงินทุนแก่การทำนวัตกรรมเพื่อการปรับปรุงโอกาสการเริ่มธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยมีการรวมแหล่งเงินทุนภายนอก เสริมเข้ากับ Credit Guarantees ของ SME Credit Guarantee Fund เพื่อให้ SME มีแหล่งเงินทุนมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนการระดมเงินทุนผ่านองค์กรที่มีชื่อว่า Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมอีกด้วย

นอกจากนี้ อินโดนีเซีย ยังมีแนวทางการส่งเสริมด้านการเงินที่เป็นแบบอย่างที่ดี คือการจัดทำโครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR) ซึ่งเป็นโครงการสนับสนุนด้านการเงินของ SME โดยเป็นโครงการจัดสรรไมโครเครดิต (Microcredit) เพื่อธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้เงินกู้ค้ำประกัน (Loan Guarantee) และเงินอุดหนุนอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Subsidy) เพื่อให้ธนาคารสามารถให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ SME ได้ โดยโครงการ KUR และนโยบายสนับสนุนต่าง ๆ ทำให้เจ้าของธุรกิจ SME สามารถเข้าถึงเงินทุนได้มากขึ้น ทำให้เกิดการจ้างงานรวมไปถึงสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกัน การที่โครงการ KUR มีการใช้งบประมาณมากที่สุดในโครงการสนับสนุน SME จึงทำให้เกิดประเด็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าและความยั่งยืนของโครงการอีกด้วย

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

การพัฒนา SME ของจีนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญเพื่อให้เป็นรากฐานของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมและปกป้องการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้จีนมีความเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว

สำหรับการพัฒนา SME ผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น จีนเป็นประเทศหนึ่งที่ก้าวสู่การเป็นผู้นำอันดับต้นของโลกโดยเฉพาะด้านธุรกิจการค้าบนสื่อออนไลน์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ตลาดมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางทั้งในและระหว่างประเทศ ตลอดจนรัฐบาลจีนยังให้ความสำคัญกับการปกป้อง SME โดยมีแนวทางและวิธีปฏิบัติในเชิงกีดกันและลดความเสียเปรียบในเชิงการแข่งขันของ SME ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากนักลงทุนต่างประเทศที่จะเข้าไปทำธุรกิจในประเทศจีน อาทิ มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff Barriers: NTBs) และการมีกฎระเบียบของแต่ละเมืองและมณฑล เป็นต้น³

สำหรับด้านปัจจัยสนับสนุนในอินโดนีเซีย ภาครัฐได้ออกแผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2557–2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพ เป้าหมายคือการมีศูนย์บ่มเพาะฯ 732 แห่ง ในปี พ.ศ. 2572 จาก 75 แห่งในปี พ.ศ. 2557 ประมาณการจากแผนการสร้างอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 100 แห่ง รวมไปถึงมีการดำเนินการสร้างมาตรฐานและการออกไปอนุญาตให้แก่ศูนย์บ่มเพาะ

ได้หวั่นนั้น ได้หวั่นให้มีความสำคัญกับการเพิ่มบทบาทของสถานศึกษาให้กลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME โดยมีการจัดตั้ง SME Development Fund ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่สถานศึกษาและสถาบันวิจัยทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการบ่มเพาะ ส่งเสริม ตลอดจนให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจแก่ SME โดยจัดให้มีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ การมีชมรมผู้ประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจ และสร้างโอกาสในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจและผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีจำนวนและประสิทธิผลมากขึ้น

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาธารณรัฐประชาชนจีน. (2562)

เกาหลีใต้ถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีปัจจัยสนับสนุนและโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับ MSME โดยการจัดตั้งกระทรวง SMEs และ Startups (The Ministry of SMEs and Startups: MSS) เพื่อเป็นศูนย์กลางการวางแผนและติดตามผลการดำเนินนโยบาย โดยนับตั้งแต่การจัดตั้งกระทรวงในปี 2560 ที่ผ่านมา การขับเคลื่อนนโยบายเกี่ยวกับ SME ในประเทศเกาหลีใต้ สามารถดำเนินไปอย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีการกำหนดนโยบายที่ระบุกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน (Targeted Policy) ทำให้สามารถผลักดันและแก้ไขปัญหาให้แก่ SME ได้อย่างตรงจุด

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

เมื่อการบริหารทรัพยากรบุคคลเข้ามามีบทบาทในธุรกิจ SME และสามารถช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายจากการจัดการที่มีประสิทธิภาพและช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจได้ ประเทศที่เล็งเห็นความสำคัญในด้านการพัฒนาแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ และมีแนวปฏิบัติที่ดีที่ไทยสามารถนำมาเป็นแนวทางได้ คือประเทศจีน ซึ่งมีมาตรการให้เงินอุดหนุน SME ที่ให้โอกาสแรงงานได้ทำงานในกิจการ โดยภาครัฐจะให้ค่าตอบแทนแก่ SME ซึ่งเป็นการช่วยผ่อนภาระค่าใช้จ่ายของ SME สนับสนุนให้เกิดการจ้างงานและช่วยแก้ปัญหาการว่างงานอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ จีนยังมีมาตรการพัฒนาระบบบริการสังคม โดยการให้คำแนะนำและสนับสนุนตัวแทนภาคบริการเพื่อให้ข้อมูล การฝึกอบรม การลงทุน การตรวจสอบคุณภาพและการให้บริการด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ SME ด้วย

ส่วนไต้หวัน มีการดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และเน้นการพัฒนาทางการศึกษา โดยมีการจัดตั้ง SME Online College เพื่อบ่มเพาะและพัฒนาทักษะความรู้ให้ SME สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้สะดวกและทั่วถึง รวมถึงมีการสรรหาบุคลากรจากต่างประเทศ เพื่อเร่งกระบวนการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ SME นอกจากนี้ บริษัทขนาดใหญ่ในไต้หวันยังให้ความช่วยเหลือ SME โดยมีการจัดตั้ง SME Startup Accelerator เพื่อให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพของ SME ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ แนวปฏิบัติที่ดีของกลุ่มประเทศตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ประเทศไทยอาจนำนโยบายหรือมาตรการบางส่วนมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจของประเทศได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินโครงการที่มีอยู่เดิม ซึ่งไทยมีโครงการสนับสนุน MSME มากมาย ทั้งที่เกิดจากการจัดสรรงบประมาณภาครัฐและการร่วมมือกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายต่าง ๆ โดยมีตัวอย่างโครงการหลัก ๆ ที่สนับสนุน MSME ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2563 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.3: ตัวอย่างโครงการของไทยที่สนับสนุน MSME ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2563

ตัวอย่างโครงการ	
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	
-	โครงการพัฒนาช่องทางตลาดสำหรับผู้ประกอบการ SME
-	ระบบลงทะเบียน SME เพื่อเข้ารับบริการ
-	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ SME Startup
-	โครงการพัฒนาผู้สุดยอดเอสเอ็มอีจังหวัด (SME Provincial Champions) ในการก้าวสู่ Thailand 4.0
-	โครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SME
-	โครงการประกวด SME National Awards & Start up Awards

ตัวอย่างโครงการ
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ตลาดสากล (ด้าน Shelf life/Design/Packaging)
- โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME
- โครงการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจระดับเติบโต (SME Strong/Regular Level)
- โครงการศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร (SME One-stop Service Center: OSS)
- งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center)
- โครงการ SMEONE
- โครงการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของ SME ไทยด้วยนวัตกรรมและการตลาด (TOMMI)
- โครงการประชารัฐเพื่อวิสาหกิจชุมชน
- โครงการ TRAIN THE COACH/ Train the Coach : Accelerator 4.0
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจชุมชน ตามแนวพระราชดำริ
- โครงการปั้นดาว
- กิจกรรมเจรจาสร้างเครือข่าย SMEs ไทย-ตุรกี & พบปะ Importer ตุรกี
- THAI AIM 2018 : Thai Access to International Markets Competition
- ทวีคูณโอกาสไปกับองค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง
- SME IDOL 2019
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Early-Stage) ปี 2562
- การประกวดรางวัลสุดยอด SME แห่งชาติ ครั้งที่ 11 และการประกวดรางวัล SME Start up ครั้งที่ 3
- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ SME ในเครือข่ายธุรกิจอาหารด้วยระบบมาตรฐานสากล ปี 2562
- โครงการยกระดับมาตรฐานสินค้า ปิงปองประมาณ 2562
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
- เงินอุดหนุนเพื่อการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Consulting Subsidy) 50%
- เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ (Loan Subsidy) เพื่อการพัฒนาเทคโนโลยี และวิจัยพัฒนา
- กองทุนเพื่อการวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม (STI)
สสว.และสวทช.
- ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center) เช่น สวทช. และ iTAP และศูนย์บริการของ สสว.
ศูนย์ลงทุนสวทช. และกองทุนสสว.
- การร่วมลงทุน (Venture Capital)
สวทช.และกรมสรรพากร
- การลดหย่อนภาษี (Tax Cut) การวิจัยพัฒนา (R&D) 200%
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- การยกเว้นภาษี (Tax Exemption) เงินได้นิติบุคคล (สูงสุด 8 ปี) และอากรวัตถุดิบเพื่อการส่งออก

จากการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่างสำหรับตัวอย่างข้างต้น และโครงการที่ไทยมีอยู่ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า ไทยสามารถดำเนินการจัดทำความร่วมมือระหว่างเกาหลีใต้และไต้หวันได้ โดยนำแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) มาปรับใช้เพื่อลดช่องว่าง (GAP) และอุปสรรคในการดำเนินงานของ สสว. ในปัจจุบัน ดังตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างความร่วมมือระหว่างไทยและไต้หวัน ได้แก่ 1) การพัฒนาสินค้าท้องถิ่น หรือหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ให้เข้มแข็ง โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไต้หวัน มาให้คำแนะนำ และร่วมพัฒนาสินค้าท้องถิ่นของไทยให้มีมาตรฐานและศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากล 2) การนำแนวคิดของไต้หวันเกี่ยวกับ One Town One Product มาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทและทรัพยากรที่มีอยู่ของไทย โดยส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการพัฒนารูปแบบสินค้า และการส่งเสริมการตลาด เพื่อยกระดับสินค้าไทยให้มีเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ ทั้งนี้ ควรทำให้ไต้หวันตระหนักว่า SME ไทยเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีจำนวนมากและมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมถึงยังสามารถขยายไปยังประเทศเพื่อนบ้านและระดับภูมิภาคต่อไปได้ 3) การร่วมเป็นพันธมิตรร่วมทุนกัน (Venture Capital) โดยใช้จุดแข็งทางด้านวัตถุดิบของไทย เป็นต้น

ตัวอย่างความร่วมมือระหว่างไทยและเกาหลีใต้ ได้แก่ 1) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยสนับสนุนผู้ประกอบการรายเล็กให้สามารถเติบโตได้ กระทบสามารถยกระดับสินค้าให้มีศักยภาพ และสามารถแข่งขันได้ โดยควรสนับสนุนตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น การอบรมให้ความรู้ การให้เงินทุนสนับสนุน โดยการเป็นคู่ค้าหรือการร่วมทุน การส่งเสริมการตลาด การร่วมวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของตลาดในต่างประเทศได้ ทั้งนี้ ด้วยวัฒนธรรมของเกาหลีใต้อาจเป็นไปได้ยากที่จะทำให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากเกาหลีใต้สู่ไทย 2) การพัฒนา Smart City ในไทย โดยใช้จุดแข็งของเกาหลีใต้ทางด้านเทคโนโลยีและการออกแบบผังเมือง โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญของเกาหลีใต้ มาอบรมและถ่ายทอดความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้แก่คนไทยในการทำ Smart City เป็นต้น

6.4 บทวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของ MSME ไทย (SWOT Analysis)

จากการศึกษาข้อมูลการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมสำหรับ MSME ไทย ทั้งการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมระดมความคิดเห็น สามารถวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางที่เหมาะสมต่อการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อม โดยมีรายละเอียดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในภาพรวม ดังภาพที่ 6.2

ภาพที่ 6.2: สรุปการวิเคราะห์ SWOT



● จุดแข็ง (Strength)

MSME ของไทย มีจุดเด่นที่สำคัญคล้ายคลึงกับวิสาหกิจในประเทศต่าง ๆ เนื่องด้วยขนาดของธุรกิจที่ไม่ใหญ่และโครงสร้างองค์กรที่ไม่ซับซ้อนมากนัก จึงทำให้มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ สามารถปรับตัวได้ในสถานการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยเฉพาะงานฝีมือและงานบริการ ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้มีความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ อาทิ สินค้าหัตถกรรมและบริการของไทย อาหารไทย และการบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งวิสาหกิจที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพเหล่านี้ สามารถส่งเสริมและผลักดันให้ขยายไปสู่ตลาดในระดับสากลได้

- **จุดอ่อน (Weakness)**

เนื่องจากปัญหาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การบูรณาการฐานข้อมูล และการปรับตัวต่อเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการไทย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการขาดความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และขาดการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสนับสนุนให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐยังไม่ทั่วถึง จึงส่งผลกระทบต่อความรู้ความเข้าใจในกฎหมายและกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจ การบริหารการเงินและการบัญชี และการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่กระบวนการใช้บริการจากภาครัฐ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมลดลง ตลอดจนการขาดการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของตน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

นอกจากนี้ วิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมของไทยที่อยู่ภาคการผลิตส่วนใหญ่ มีลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) และยังมีสินค้าที่เป็นแบรนด์ของตนเอง จึงมีข้อเสียเปรียบทางด้านต้นทุนและไม่สามารถยกระดับขีดความสามารถได้ ซึ่งมีสาเหตุหลัก ๆ อาทิ การดำเนินธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้และเทคโนโลยีเป็นฐานในการแข่งขัน ทำให้ไม่มีความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีเท่าที่ควร และไม่สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อจำกัดทางด้านเงินทุนเพื่อการออกแบบ ทดสอบ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น

- **โอกาส (Opportunity)**

ระบบการค้าเสรี ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดส่งออก อาทิ การทำข้อตกลง FTA ทำให้ SME ได้รับผลประโยชน์จากการค้าภายในกลุ่มข้อตกลง และกลุ่มเศรษฐกิจอื่นที่ให้ความสำคัญกับสินค้าของไทยมากขึ้น ในฐานะที่เป็นประเทศศูนย์กลางของอาเซียน และเป็นประเทศผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญสู่ตลาดเอเชีย โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับประเทศจีนและอินเดียซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ทั้งด้านการค้า การบริการและการลงทุน

แนวโน้มการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ที่หลากหลายรูปแบบนั้นเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจไทย เช่น การซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E-commerce) การจัดซื้อแบบ Global Outsourcing หรือการกระจายงานที่ไม่ใช่กิจกรรมของธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจในลักษณะของผู้รับช่วงการผลิต (Sub-Contracting) รวมถึงการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาไทย อันมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและกระแสมความนิยมของผู้บริโภค ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจเป็นเครือข่ายใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่เต็ม ผสมผสานกับรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เช่น แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่นเพื่อท้องถิ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ วิสาหกิจไทยยังได้รับโอกาสจากนโยบายรัฐที่ให้ความสำคัญและสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการจ้างงาน การสร้างรายได้ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งนี้ รัฐบาลเป็นผู้กำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงหน่วยงานปฏิบัติการต่าง ๆ ย่อมต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมมากขึ้น

● อุปสรรค (Threats)

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเปิดเสรีทางการค้า นอกจากจะเป็นโอกาสที่ทำให้ธุรกิจมีการเติบโตและขยายตัวได้มากขึ้นแล้ว ยังถือเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งต่อความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจที่มีขนาดเล็กมากจนไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงและรุนแรงได้ รวมถึงการมีข้อตกลงทางการและมาตรการกีดกันทางการค้าในตลาดต่างประเทศนั้น ยังทำให้ระบบการค้าโลกมีความซับซ้อนมากขึ้น สาเหตุจากความแตกต่างกันของข้อตกลงและกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ ทำให้ธุรกิจเอกชนต้องปรับตัวและต้องมีการเข้าถึงฐานข้อมูลที่ครบถ้วนและเหมาะสม ผ่านการสนับสนุนของภาครัฐ โดยการสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางหรือแพลตฟอร์มที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ คือสามารถให้ผู้ประกอบการเข้าถึงได้ง่ายและเข้าถึงได้ในวงกว้าง นอกจากนี้ กระแสโลกาภิวัตน์ในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Green Economy และมาตรฐานของสินค้า ยังเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นการเพิ่มภาระให้ผู้ประกอบการในหลายธุรกิจ อาทิ ผู้ผลิตสินค้าต้องตระหนักถึงความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ธุรกิจผลิตสินค้าบางประเภทต้องลงทุนกับเทคโนโลยีหรือวัตถุดิบที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนกระบวนการผลิต และการวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นต้น

6.5 แนวทางการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมสำหรับวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมสำหรับประเทศไทย

ประเทศไทยมีการสนับสนุน MSE ในด้านต่าง ๆ หลายแนวทางซึ่งใกล้เคียงกับกรณีของประเทศกลุ่มตัวอย่าง Best Practices แต่ยังไม่มีการสนับสนุนในบางด้านอย่างเป็นรูปธรรม หรือยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบหลักอย่างชัดเจน ทำให้มีการทำงานทับซ้อนกัน การช่วยเหลือส่วนใหญ่เป็นไปตามงบประมาณที่ได้รับ ซึ่งบางครั้งส่งผลให้ไม่มีความต่อเนื่องในการสนับสนุน รวมถึงการติดตามและประเมินผลหลังจากให้ความช่วยเหลือนั้นเน้นการวัดผลในเชิงปริมาณ แต่ยังไม่เห็นผลในเชิงคุณภาพอย่างชัดเจน ทำให้ไม่สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

จากการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีในการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมของต่างประเทศ และการวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมของ MSE ไทยแล้ว นอกจากปัญหาที่เกิดจากข้อจำกัดของผู้ประกอบการเอง ยังเกิดจากปัจจัยอื่นที่ได้รับผลกระทบภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดทั้งความท้าทายและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจหลายประการ ทั้งนี้ นโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริม MSE ตามแนวปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศ สามารถนำมากำหนดทิศทางและนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและขนาดกลางของประเทศไทย โดยจะต้องได้รับการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ของไทยจากภาครัฐด้วย ซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวทางที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ดังนี้

1. การสนับสนุนทางด้านกฎระเบียบและนโยบาย โดยมีการปรับแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบบางประการ เพื่อลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกในการใช้บริการภาครัฐ และมีการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ อย่างจริงจังและทั่วถึง

2. การจัดสรรงบประมาณให้มีความสอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายของประเทศ โดยการสนับสนุนนั้นควรมีความต่อเนื่องและเหมาะสม จัดให้มีหน่วยงานบริหารจัดการที่มีบทบาทชัดเจน ลดการทำงานทับซ้อนระหว่างหน่วยงาน
3. การบูรณาการข้อมูลและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ ทั้งในด้านองค์ความรู้ กฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงการให้บริการและนโยบายความช่วยเหลือจากภาครัฐ
4. การให้การสนับสนุนทางการเงิน โดยเฉพาะการเพิ่มศักยภาพในการบริหารการเงิน การอำนวยความสะดวกในการระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์ และการเพิ่มช่องทางในการระดมทุนหรือ Venture Capital Fund
5. การยกระดับขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ สนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร เพิ่มความแข็งแกร่งในด้านการตลาด เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายตลาดในต่างประเทศ สร้างสื่อกลางเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการสนับสนุนให้ภาครัฐอุดหนุนสินค้าและบริการของ MSE เป็นต้น
6. การส่งเสริมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการสนับสนุนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อปกป้องสิทธิของ MSE และเสริมสร้างให้ MSE มีศักยภาพและสามารถแข่งขันได้
7. การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ และผลักดันนวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์
8. การกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ และสนับสนุนเงินทุนในการสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงการสร้างเครือข่ายการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และการบ่มเพาะทางธุรกิจ
9. การสนับสนุนทางด้านแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ ทั้งด้านองค์ความรู้ การพัฒนาทักษะ และการปรับเปลี่ยนทักษะ (Upskill & Reskill) เพื่อแก้ปัญหาคุณภาพและการขาดแคลนแรงงาน
10. การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ หน่วยงานต่าง ๆ ผู้ประกอบการ MSE สถาบันวิจัย สถานศึกษา และมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ จากปัจจัยแวดล้อมของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และโดยเฉพาะเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางเทคนิคนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ เป็นปัจจัยที่เปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ และยังเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่งการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน นอกจากการสนับสนุนและการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ดีจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว ปัจจัยจากตัวผู้ประกอบการเองก็เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทัศนคติ ความเป็นผู้ประกอบการ และทักษะพื้นฐานที่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เพื่อยกระดับธุรกิจเป็น Smart MSE ที่มีศักยภาพและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

บทที่ 7

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อม
ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อย
และวิสาหกิจขนาดย่อม

7

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับ ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม

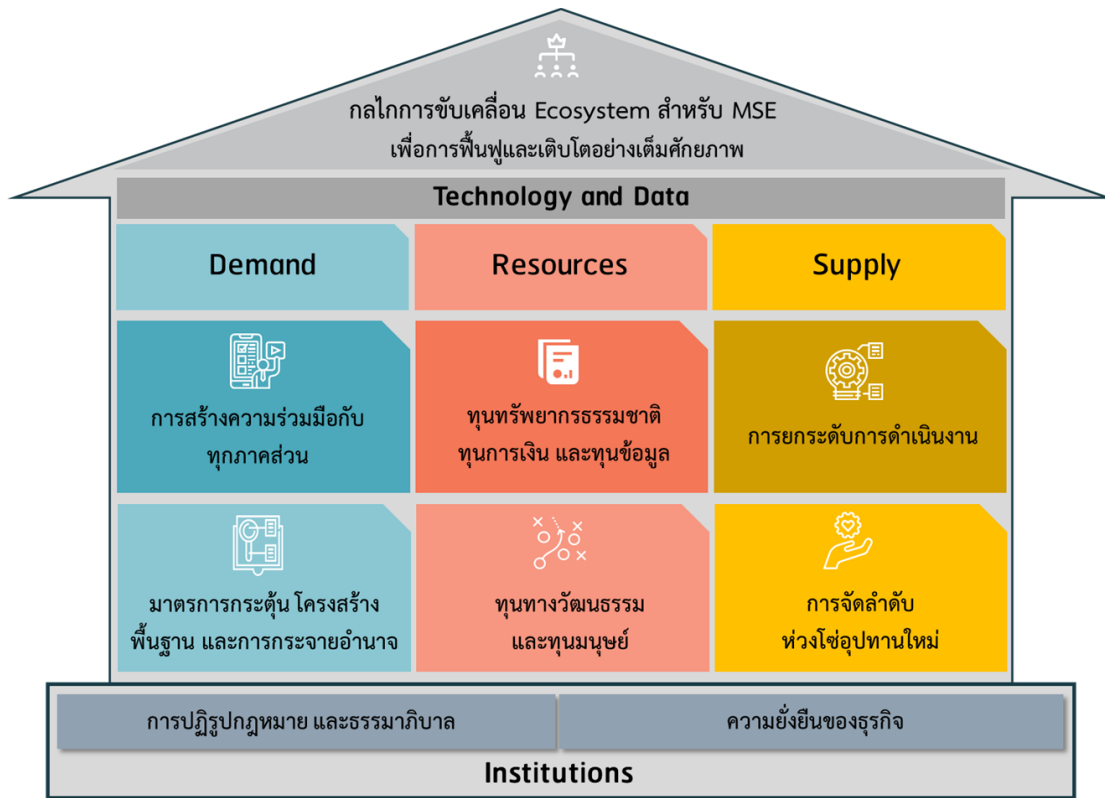
ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม มี 4 ประเด็นหลักที่น่าสนใจ ได้แก่ 1) กลไกการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE 2) การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem และ 3) การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ 4) แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1 กลไกการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE

ภายใต้แนวคิด “การฟื้นฟูและการเติบโตที่เต็มศักยภาพ” (Full Potential Revival and Growth) เพื่อนำความเป็นไปได้ที่บุคคล กิจการ สถาบัน รัฐบาล ที่ไม่เคยใช้มาก่อนไปสู่การเปลี่ยนแปลงใหม่ หลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน ซึ่งในแต่ละภาคส่วนมีมุมมองและประสบการณ์ร่วมที่แตกต่างกัน แต่ทุกคนต้องการวิสัยทัศน์การขับเคลื่อนที่สูงขึ้น โดยเฉพาะการรับรู้และกระบวนการเตรียมความพร้อมที่นำไปสู่การฟื้นฟูและการคิดค้นใหม่ โดยข้อปฏิบัติที่มีเป้าหมายให้การเติบโตเกิดขึ้นอย่างจริงจังในระยะกลางถึงระยะยาวต้องอาศัยวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อม (MSE) เป็นกลไกสำคัญ

- ในระยะสั้นทุกกลุ่มทุกภาคส่วนและทุกพื้นที่ที่มีความตระหนักรู้ว่าวิกฤตินี้ หากสามารถฟื้นฟูได้อย่างรวดเร็วและการเติบโตที่ดีจะตามมา
- การจัดการกับอุปสรรคเหล่านี้ องค์กรทุกภาคส่วนและ MSE จะขับเคลื่อนไปได้ ต้องฟื้นฟูได้เร็วขึ้น ทำให้เศรษฐกิจมีความครอบคลุมมากขึ้นและบรรลุศักยภาพทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นในระยะกลาง
- “ความคิดที่เต็มไปด้วยศักยภาพ” จะต้องมีแนวทางการดำเนินการที่ทำงานร่วมกัน องค์กรและสังคม โดยใช้เทคโนโลยีคิดใหม่และกำหนดค่าใหม่สำหรับความสำเร็จระยะยาว

ภาพที่ 7.1: House of MSE Ecosystem Mechanism



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

1. การสร้างข้อมูลและเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม (Data and Technology Platform) และการสร้างศูนย์ข้อมูลกลางหนึ่งเดียว (Dashboard) ภายใต้การบูรณาการข้อมูล MSE อย่างเป็นระบบของ สสว. ทำให้เห็นการเข้าและออก (Flow) การเปลี่ยนแปลงของ MSE คงค้าง (Stock) การจัดการข้อมูลและแบ่งปันข้อมูลให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ MSE ในการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีจากฐานข้อมูลเดียวกัน ที่สำคัญการสร้างวัฒนธรรมการบันทึกข้อมูลให้มีชีวิต (Updating) จะช่วยให้การดำเนินงานเห็นพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของ MSE อย่างเป็นระบบ
 - 1.1 การจัดการ Data Engineering ให้เป็นระบบ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ในมิติต่าง ๆ ที่สำคัญ
 - 1.2 การจัดการ Open Source ให้สถาบันการศึกษา Startup และหน่วยวิจัยและพัฒนาสามารถเข้าถึงข้อมูลในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในวงกว้าง
 - 1.3 การเชื่อมโยงเทคโนโลยีที่สามารถสร้างการรับรู้ (Perception) และการเตรียมความพร้อม (Readiness) ให้กับผู้ประกอบการ MSE ในฐานข้อมูลกลางหนึ่งเดียว ทั้งในลักษณะ Online และ Offline
 - 1.4 การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลซึ่งกันและกัน โดยการถอดบทเรียนจากการดำเนินงานที่สามารถสร้างผลกระทบในวงกว้าง เพื่อเป็นต้นแบบและ/หรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับศักยภาพและพื้นที่
 - 1.5 การลดต้นทุนการเข้าถึงแหล่งข้อมูล (B2B) ของ Startup เพื่อให้มีระยะเวลาการพักตัวเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

2. การจัดการด้านอุปสงค์ (Demand Driven) ให้ความสำคัญกับการเลือกสาขาการผลิตและ/หรือบริการที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ และให้ความสำคัญกับการเคลื่อนที่และหมุนเวียนสับเปลี่ยนกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการส่งต่อสินค้าและบริการกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มการค้ามาร์เก็ตเพลส (Market Place) สมัยใหม่รวมทั้ง Social Media และการขนส่งพัสดุด่วน (Courier) ระหว่างภูมิภาค ความสำเร็จของการขนส่งและโลจิสติกส์รวมทั้งระบบการชำระเงินสมัยใหม่ (E-Wallet)
 - 2.1 การสร้างความร่วมมือทุกภาคส่วน (การดึงทุกภาคส่วนของสังคมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในประเทศมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของ GDP ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของความต้องการใช้จ่ายใช้สอยภาคเอกชนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในขณะที่การใช้จ่ายภาครัฐมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 20 ก็จะช่วยให้มีอุปสงค์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีกฎระเบียบต่อการบริโภคสินค้าและบริการในประเทศมากขึ้น
 - 2.2 การออกมาตรการกระตุ้น (Stimulus) ในระยะสั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง สำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 ซึ่งเป็นกลุ่มเปราะบางมีความจำเป็นจะต้องได้รับการเยียวยา โดยเฉพาะด้านค่าใช้จ่ายคงที่และสินเชื่อกับสถาบันการเงิน นอกจากนี้ มาตรการกระตุ้นในระยะกลางจากภาครัฐจะเป็นเครื่องจูงใจพฤติกรรมของผู้ประกอบการ MSE ให้มีการปรับสินค้าและบริการให้เป็นไปในแนวทางที่สามารถอยู่ในอุตสาหกรรมหรือบริการที่แข่งขันได้ผ่านทางมาตรการการกระตุ้นรูปแบบพิเศษเฉพาะเรื่อง ตามเป้าหมายการส่งเสริมของภาครัฐสำหรับในระยะยาวการกระตุ้นอุปสงค์ที่มีลักษณะที่เน้นให้เกิดการพัฒนาทักษะของแรงงานและเทคโนโลยี
 - 2.3 การเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งในแง่ของทางด้านกายภาพ (Physical) และความรู้ (Knowledge) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นอุปสงค์มวลรวมในปีแรกที่มีการลงทุนหรือมีการใช้จ่ายด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน หลังจากนั้นก็จะก่อให้เกิดการสะสมทุนในระบบเศรษฐกิจที่เอื้อสำหรับผู้ประกอบการ MSE โดยเฉพาะ ซึ่งจะส่งผลต่อผลิตภาพการผลิต (Productivity) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ในระยะกลางและระยะยาว
 - 2.4 การกระจายอำนาจ (Decentralization) การมอบหมายหน้าที่และอำนาจให้กับส่วนราชการท้องถิ่นในการดำเนินการกิจกรรมการช่วยเหลือและพัฒนาผู้ประกอบการ MSE ซึ่งลักษณะเด่นของท้องถิ่นที่ได้รับการกระจายอำนาจคือ ความเข้าใจกิจกรรมทางเศรษฐกิจในเชิงพื้นที่ การมีองค์ความรู้ในศักยภาพของวิถีชุมชน การเข้าถึงทรัพยากร และเครือข่ายการพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานราก วิสาหกิจชุมชน การเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบผสมผสาน ทั้งการท่องเที่ยวและการเกษตรแปรรูป
 - 2.5 การสร้างแพลตฟอร์มตลาดใหม่ (Emerging Market) ในประเทศกำลังพัฒนาที่รายได้กำลังก้าวกระโดด โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ MSE ที่มีความพร้อมสามารถเข้าถึงตลาดที่กำลังเติบโตสูงแต่ระดับรายได้ต่ำกว่าประเทศไทย โดยเฉพาะใน CLMV บังคลาเทศ ศรีลังกา อินเดีย ปากีสถาน และอิหร่าน เป็นต้น เนื่องจากประเทศเหล่านี้ยังมีความต้องการสินค้าและบริการคุณภาพจากประเทศไทยในราคาที่สามารถจ่ายได้

3. การบริหารทรัพยากร (Resource) ในมิติของการขับเคลื่อนผู้ประกอบการ MSE ที่มีความหลากหลาย และมีแหล่งของความคิด จุดกำเนิดของสินค้าและบริการ รวมถึงการประกอบกิจการที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ MSE ล้วนแล้วแต่อยู่บนพื้นฐานที่สำคัญของทุน (Resources Capital) ซึ่งมีศักยภาพที่แตกต่างกัน ในปัจจุบันการครอบครองและการจัดการข้อมูลที่ดี มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ขั้นตอนการเกิดขึ้นของข้อมูลอย่างเป็นระบบ ได้จึงมีความสำคัญมาก เนื่องจากข้อมูล (Data) จะสามารถทำให้เกิดเป็นสารสนเทศ (Information) และสารสนเทศจะนำมาซึ่งองค์ความรู้ (Knowledge) และความรู้ที่บูรณาการด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ จะเกิดเป็นปัญญา (Wisdom) ดังประโยคที่ว่า Data is a new oil¹ หรือ ข้อมูลคือแหล่งน้ำมันหรือ ขุมทรัพย์แห่งใหม่

3.1 ทุนทรัพยากรธรรมชาติ (National Resources Capital) การที่ผู้ประกอบการในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งสามารถใช้หรือมีความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบอันเนื่องมาจากทรัพยากรธรรมชาติที่ได้เปรียบ อย่างไรก็ตามทรัพยากรธรรมชาติมีการหมดสิ้นและมีการเสื่อมสลาย ซึ่งจะทำให้การพึ่งพาทุนทรัพยากรธรรมชาติเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เป็นความเสี่ยงและไม่ยั่งยืน การให้ความรู้ผู้ประกอบการ MSE ในการเตรียมความพร้อมและการรับรู้เกี่ยวกับวัฏจักรของทรัพยากรธรรมชาติมีความสำคัญอย่างยิ่ง รวมทั้งต้องให้การสนับสนุนรักษาและยกระดับ รวมทั้งคำนวณต้นทุนผลกระทบและค่าเสียโอกาสในการกำหนดราคาขายและบริการ การสร้างเสาหลักที่ยั่งยืนด้านทรัพยากรธรรมชาติมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก การกำหนดพื้นที่พิเศษด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยคณะกรรมการดำเนินงานท้องถิ่นที่บูรณาการ กำหนดมาตรฐานคุณภาพและปริมาณ จึงมีความสำคัญ

3.2 ทุนการเงิน (Financial Capital) ความสำคัญของโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกายภาพ (Physical Capital) ของภาครัฐซึ่งจะต้องควบคู่กับการสะสมทุนในภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ แม้ว่าผู้ประกอบการ MSE จะไม่มีการลงทุนในส่วนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset) มากนักเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ในปัจจุบันรูปแบบทั้งการช่วยเหลือ การอุดหนุน ทั้งกลไกปกติและกลไกพิเศษ ผ่านสถาบันการเงินของทั้งภาครัฐและเอกชนทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง “แหล่งเงินทุน” ได้ในระดับดีมากสำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่อยู่ในระบบบันทึกและมีแผนงานที่ชัดเจน โดยความช่วยเหลือและสนับสนุนผ่านสถาบันการเงินและองค์กรรัฐเฉพาะกิจ ในการให้ความช่วยเหลือ อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากการระดมทุนสมัยใหม่ที่เกิดขึ้น ในระบบปกติและระบบจัดการจับคู่ระหว่างแหล่งเงินทุนกับผู้ต้องการใช้เงินทุน ในรูปแบบของ Startup ยังมีความสำคัญ ในการมีเวทีประกวด การบ่มเพาะ และการส่งต่อให้เกิดการพัฒนาต่อเนื่อง รวมทั้งกฎหมายที่เอื้อต่อการระดมทุน การขายและควบรวมกิจการ การสร้างระบบ Mentor เป็นต้น

3.3 ทุนข้อมูล (Data Capital) ความสำคัญของข้อมูลที่น่าไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงทั้งประสิทธิภาพการผลิต การเก็บรวบรวมข้อมูลและพฤติกรรมลูกค้าและการขาย นำมาซึ่งการนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ด้านการตลาด การนำข้อมูลใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์สินค้าและแหล่งเงินทุน ข้อมูลนอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจแล้ว ข้อมูลจะบ่งบอกถึงความสามารถในการพัฒนา

¹ Clive Humby 2016

และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสำหรับการวิเคราะห์และวางแผนการผลิตและการตลาด ในปัจจุบัน แม้ว่าข้อมูลเกี่ยวข้องกับการตลาดและพฤติกรรมของลูกค้า สามารถวิเคราะห์ได้จากฐานข้อมูลรูปแบบการชำระเงินสมัยใหม่ (E-Wallet) และ/หรือระบบสมาชิก แต่สำหรับผู้ประกอบการ MSE การเก็บข้อมูลในลักษณะดิจิทัลต้องอาศัยเครื่องมือและการสนับสนุนจากภาครัฐ ที่ต้องสร้างแพลตฟอร์มการชำระเงินดิจิทัล ให้สามารถเก็บข้อมูลให้กับผู้ประกอบการ MSE ใช้สำหรับการวิเคราะห์ได้มากยิ่งขึ้น

3.4 ทูนวัฒนธรรม (Cultural Capital) การสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ MSE บนฐานของวัฒนธรรมไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยเฉพาะการผสมผสานวัฒนธรรมอาหารไทยกับต่างชาติ (Fusion) ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ การสร้างมาตรฐานทักษะฝีมือแรงงานด้านผู้ประกอบการ MSE ที่สามารถใช้วัฒนธรรมให้เกิดมูลค่าบนสินค้าและบริการสมัยใหม่ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงระหว่างความทันสมัย (Modern) กับความเป็นเอกลักษณ์ (Unique) ทูนวัฒนธรรมสามารถปรับเข้ากับเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ และทุนทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการทำภูมิทัศน์วัฒนธรรมทั้งศิลปะ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม งานจักสาน ทำให้เกิดการส่งต่อของฐานกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนและฐานรากที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ งานแสดง การละเล่น รวมทั้งศิลปะวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมประเพณี ในช่วงที่ผ่านมามีการเก็บบันทึกข้อมูลการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมมีน้อยมาก ทำให้การพัฒนาผู้ประกอบการซึ่งส่วนใหญ่เป็น MSE ทำได้น้อยมาก เนื่องจากขาดฐานข้อมูลที่ชัดเจน ดังนั้นการจัดทำภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) ที่เชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ MSE ในเชิงพื้นที่จึงควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน

3.5 ทุนมนุษย์ (Human Capital) หลังจากที่มีฐานข้อมูลและเทคโนโลยีแพลตฟอร์มเกี่ยวกับผู้ประกอบการ MSE ในรูปแบบ Dashboard แล้ว การดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งในการวางแผนระยะยาวการสร้างแนวความคิดการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Mindset) จะต้องเริ่มตั้งแต่สถาบันครอบครัว และต่อเนื่องมายังสถาบันการศึกษา โดยให้ความสำคัญกับทักษะพื้นฐาน (Basic Skill) 3 อย่าง คือ 1) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) 2) การเรียนรู้ข้ามศาสตร์ (Transdisciplinary) 3) ทักษะด้านการเงิน (Financial Skill) ทั้งนี้ทักษะพื้นฐานจะต้องมีการดำเนินการสร้างและพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งรูปแบบ Online และ Offline การนำกรณีศึกษา การสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ การมีพื้นที่ทดลอง รวมทั้งการให้ความสำคัญกับเครือข่ายทักษะแรงงานจึงเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากนี้การพัฒนาฝีมือแรงงานที่จะต้องมีการฝึกทักษะ/ยกระดับทักษะ (Reskill/Upskill) ควรดำเนินการต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงของทุนและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

4. การจัดการด้านอุปทาน (Supply Created) การสร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อให้เติบโตได้เต็มประสิทธิภาพ ความสามารถในการผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างทันท่วงที การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) และการมีนวัตกรรมทำให้มีความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น ผู้ผลิตที่มีความสามารถในการสร้างแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจนสามารถเป็นเครื่องมือในการกีดกันคู่แข่ง (Barrier to Entry) จนทำให้มีค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Economic Rent) ที่สามารถตั้งราคาและแยกตัวออกมาจากการแข่งขันอย่างดุเดือดได้

รวมถึงการจัดทำมาตรฐานการผลิตและการสร้างคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและปฏิบัติได้จริง มีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ MSE ในทางปฏิบัติเมื่อมีการนำหน่วยงานรัฐและหน่วยงานในระดับท้องถิ่นจึงควรมีเจ้าหน้าที่ “นักจัดการอุปทาน” หรือ “นักตรกรชุมชน” ซึ่งสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการผลิตหรือแนะนำเชื่อมโยง/จับคู่กับหน่วยงานที่รับผิดชอบให้แก่ผู้ประกอบการ MSE

4.1 การยกระดับการทำงาน (Shift in Operating Model) ในกระบวนการผลิตในยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งโดยส่วนใหญ่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การแข่งขัน และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ในการบริหารจัดการด้านอุปทาน ความสามารถในการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง การมีพื้นที่ทดลองและหน่วยงานพี่เลี้ยงที่คอยสนับสนุนข้อมูลเทคโนโลยี ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ที่เปลี่ยนแปลงไปบนแพลตฟอร์ม Online จึงมีความสำคัญ อีกทั้งการยกระดับการทำงาน การผลิต การบริการ จำเป็นต้องอาศัยผู้ที่ตื่นตัวตลอดเวลา เพื่อสนับสนุนทั้งการฟื้นฟู และการเติบโตอย่างเต็มประสิทธิภาพ

4.2 การจัดลำดับห่วงโซ่อุปทานใหม่ (Supply Chain Rearrangements) การให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และสร้างห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้นใหม่โดยความตั้งใจ เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการใหม่ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การอธิบายและนำเสนอรูปแบบของห่วงโซ่อุปทาน ต้องเชื่อมโยงความต้องการและขีดความสามารถของผู้ประกอบการ MSE ในการเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานใหม่ที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลง การมีเครื่องมือ พันธมิตร Supplier และลูกค้าเป็นสิ่งไม่ยั่งยืน การนำเสนอแนวทางที่อยู่บนระเบียบของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Corridor) ทำให้เข้าใจถึงมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงของกระบวนการผลิต ผู้ประกอบการที่เป็น MSE จะต้องเข้าใจสัดส่วนมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง และหากมีความเป็นไปได้ภาครัฐต้องมีตัวเร่ง (Accelerator) ทั้งทางด้านการเงินและทางด้านความรู้ให้เข้ามาสู่กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานใหม่ตลอดเวลา

5. กลไกทางด้านสถาบัน (Institution Mechanism) จัดเป็นรากฐานที่สำคัญของที่สุดของการสร้างกลไกการขับเคลื่อนปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ของ MSE เนื่องจากเป็นผู้กำหนดแนวทางการส่งเสริมและชี้แนะ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ให้โอกาสและเป็นผู้สร้างอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ MSE หากกลไกรัฐหรือกลไกสถาบันมีบทบาทมากเกินไปและมีหลายหน่วยงาน ขั้นตอนการดำเนินงาน ย่อมยุ่งยากหรืออาจจะซับซ้อน ในบางครั้งอาจจะต้องปล่อยให้กลไกตลาดหรือกลไกของภาคเอกชนทำหน้าที่แทน เพื่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม โดยกลไกสถาบันอาจจะทำหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการ คือ

5.1 การรื้อระเบียบกติกาที่ล้าหลัง การปฏิรูปกฎหมายให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง การออกแบบการทำงานที่ส่งเสริมธรรมาภิบาล การแข่งขันที่เป็นธรรม (Reform and Governance) การเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรภาครัฐ/งบประมาณมีประสิทธิภาพและกระจายลงตามพื้นที่อย่างเหมาะสม ตามความต้องการและศักยภาพของพื้นที่ โดยคำนึงถึงการฟื้นฟูในระยะสั้น การดำรงและดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในระยะปานกลาง และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

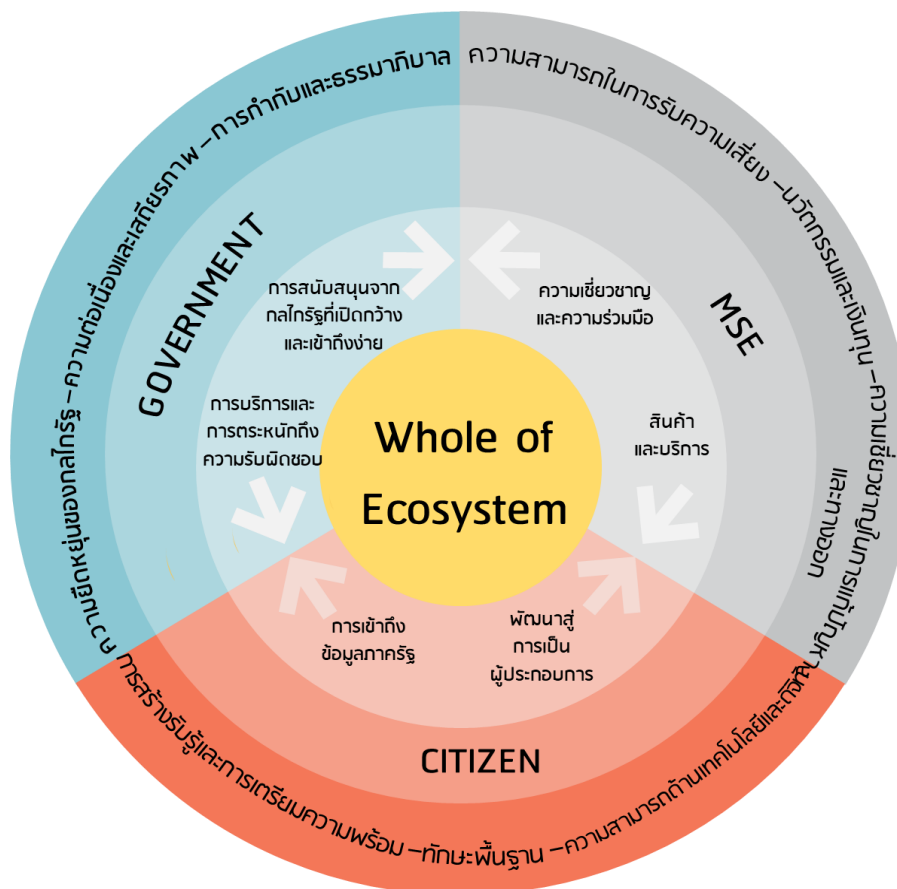
5.2 การสร้างกลไกความยั่งยืนทางธุรกิจ (Business Sustainability) การสร้าง Know-How ที่ริเริ่มจาก Ecosystem และการส่งเสริมจากภาครัฐ ผู้ประกอบการ MSE มีความสามารถในการปรับตัว

และกลายเป็น Smart Entrepreneur จนสามารถมีภูมิคุ้มกันทางธุรกิจสามารถล้มและลุกขึ้นอย่างรวดเร็ว (Resilience) ซึ่งระบบการสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจจะต้องได้รับการสนับสนุนจากกลไกรัฐทั้งในระดับส่วนกลางและในส่วนท้องถิ่น โดยการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับทั้งมาตรการระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

7.2 การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem

การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้งบประมาณและทรัพยากรของกลไกรัฐที่มีอยู่อย่างจำกัด การอาศัย Digital Platform เพื่อสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อมจึงเป็นเงื่อนไขที่จำเป็น (Necessary Condition) ในการอำนวยความสะดวกให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และยังต้องสร้างการรับรู้และการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการ MSE ในการเข้าสู่ธุรกิจที่กำลังเติบโตและแข่งขันได้ในอนาคต

ภาพที่ 7.2: การเชื่อมโยง Ecosystem MSE บน Digital Platform



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

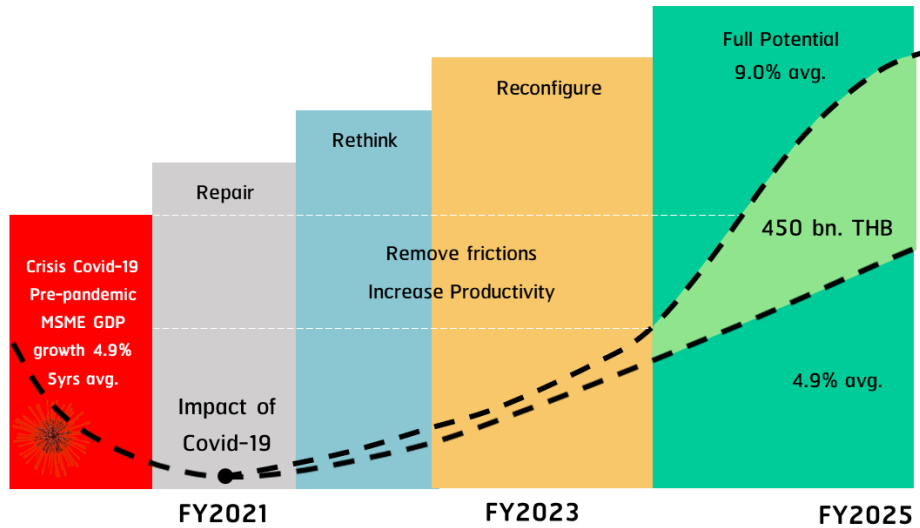
การออกแบบ Ecosystem ของ MSE ให้สอดคล้องกับภาคส่วนที่สำคัญทั้งภาครัฐ รวมถึงสถาบันการศึกษาและประชาชน ทั้งระบบจะต้อง Transform เข้าสู่ Digital Platform เพื่อให้การเชื่อมโยง การดำเนินงานและการส่งต่อข้อมูลทำได้เรียบง่ายและมีประสิทธิภาพสูงสุด ในแง่ของบทบาทภาครัฐ (Government) จะต้องมีมียึดหยุ่นในการดำเนินงานและสามารถปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์ภายนอกได้อย่างทันที่ การดำเนินนโยบายและโครงการสนับสนุนจะต้องมีความต่อเนื่องและมีเสถียรภาพสูง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับทั้งผู้ประกอบการ MSE และประชาชน การเป็นรัฐที่เปิดกว้างและสร้างโอกาสส่งต่อการเข้าถึงในทุกช่องทาง ให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นเลิศ (Excellent) และตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรภาครัฐและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับภาคสังคมโดยรวม

สำหรับด้านผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อม (MSE) ต้องเข้าใจในเรื่องความเสี่ยงและความสามารถในการรับความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง การสร้างนวัตกรรมและแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับกิจการ การมีทางออกของปัญหาโดยมีผู้เชี่ยวชาญที่เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำ โดยผู้ประกอบการ MSE จะต้องให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ การให้บริการที่มากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังต้องให้ความร่วมมือกับกลไกรัฐในการถ่ายทอดความเชี่ยวชาญ รวมทั้งอยู่ในกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ MSE ของภาครัฐ และสำหรับประชาชน (Citizen) ใน Digital Platform ซึ่งจะเป็นได้ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ MSE ในอนาคต จำเป็นต้องมีทักษะขั้นพื้นฐาน การใช้เทคโนโลยีและการก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี การเข้าถึงข้อมูลและบริการภาครัฐ รวมทั้งโอกาสในการก้าวเข้าไปสู่การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อม (MSE)

7.3 การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

การเติบโตในเชิงปริมาณสำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของ MSE ในช่วง 5 ปีก่อนวิกฤติ Covid-19 ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2562 ที่ระดับร้อยละ 4.9 ต่อปี สูงกว่าค่าเฉลี่ยของ GDP ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.8 ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาสัดส่วนของการการเติบโตพบว่าการเติบโตยังคงกระจุกตัวอยู่กับภาคการผลิตแบบดั้งเดิม การบริการที่อาศัยชั่วโมงการทำงานในระดับสูง ขาดซึ่งการเติบโตด้วยธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมและเทคโนโลยี ทำให้ในเชิงคุณภาพแล้วการเติบโตของ MSE ในประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นการกำหนดเป้าหมายให้มีความท้าทายเป็นหนึ่งใน Ecosystem ที่สำคัญของกลไกรัฐ เพื่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนเพื่อบรรลุเป้าหมายให้เกิดขึ้นจริง โดยมีรายละเอียดในแต่ละช่วงปี ดังนี้

ภาพที่ 7.3: การกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายในการขับเคลื่อน Ecosystem ของ MSE



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

*หมายเหตุ: MSME GDP มาจากการกำหนดนิยามใหม่

ในปี พ.ศ. 2563 เกิดการหดตัวของมูลค่าเพิ่ม ยอดขาย และการจ้างงานอย่างรุนแรง ซึ่งคาดว่าจะทำให้ GDP ของ MSME หดตัวลงกว่าร้อยละ 10 ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของกิจการและความสามารถในการชำระหนี้ กลไกของรัฐที่ออกแบบโครงสร้างปัจจัยแวดล้อมต้องให้ความสำคัญกับการเยียวยา เพื่อรองรับผลกระทบเป็นสำคัญ โดยการตั้งรับในแง่ของการผ่อนคลายนโยบาย รวมทั้งการเพิ่มเติมสภาพคล่องในปริมาณที่เหมาะสม

ปี พ.ศ. 2564 คาดว่าน่าจะเป็นปีที่เป็จุดต่ำสุดของผลกระทบ ทำให้สามารถประเมินความเสียหายทั้งหมดที่เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นการทดสอบความแข็งแกร่ง (Stress Test) แก่ MSE ซึ่งกิจการที่อยู่รอดต้องพร้อมสำหรับการปรับโครงสร้างทั้งทางด้านปัจจัยการตลาดและการเงิน การจ้างงาน เพื่อรองรับการกลับมาฟื้นฟูใหม่อีกครั้งหลังจากการซ่อมแซม (Repair)

ปี พ.ศ. 2565-2566 การเติบโตของ MSE จะกลับมาเป็นบวกอีกครั้ง กิจการที่จะอยู่รอดต้องปรับกระบวนการคิดใหม่ (Rethink) โดยภาครัฐยังคงต้องออกแบบ Ecosystem ที่ผ่อนคลายนและลดภาระของ MSE เพิ่มเติมเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก ลดข้อจำกัดในการสร้างการเติบโตใหม่อีกครั้ง เพื่อลดแรงเสียดทานหรืออุปสรรค (Remove Frictions) ทั้งนี้การตั้งเป้าหมายใหม่ในการพัฒนาและยกระดับ MSE (Reconfigure) ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการผลิต (Increase Productivity) โดยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพของ MSE ให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริงและยั่งยืน

ปี พ.ศ. 2567-2568 ต้องเป็นช่วงเวลาที่สร้างการเติบโตใหม่ (New S-Curve) ที่อัตราการเติบโตของ MSE ภายใต้ New Ecosystem ใหม่ที่มีจุดเริ่มต้นจาก Data Platform ที่มีความทันสมัยมีความเป็นปัจจุบันตลอดเวลาและใช้ร่วมกันในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้การบริหารของหน่วยงานหลักอย่าง สสว. เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เกิดประโยชน์ต่อ MSE อย่างแท้จริง ซึ่งจะลดผลกระทบและค่าเสียโอกาสที่สูญเสียไปในช่วงปี พ.ศ. 2563-2566 ให้ MSE มีความพร้อมทั้ง New Ecosystem ที่ดี มีความสามารถในการรองรับความเสี่ยงในอนาคตที่อาจจะผันผวนได้ตลอดเวลาและสามารถเติบโตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (Full Potential)

7.4 แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE

ในการจัดทำปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) และกลไกการขับเคลื่อนของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) (Micro and Small Enterprises: MSE) เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมนำไปปฏิบัติได้จริง และยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) รวมทั้งแนวทาง โครงการ งบประมาณ ช่วงเวลา หน่วยงานที่ผู้รับผิดชอบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ ผู้ชั้นนำในการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ MSE สู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

บูรณาการ และผลักดันการส่งเสริม MSE ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ MSE สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล

เป้าประสงค์

เชื่อมโยงการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อม และสร้างกลไกเพื่อขับเคลื่อน MSE ให้เติบโต และมีความสามารถในการแข่งขันสู่ระดับสากล

เป้าหมาย

- 1) มีฐานข้อมูล MSE ทั้ง 4 ช่วง (Early, Rising Star, Maturity และ Turn Around)
- 2) จำนวน MSE ที่เป็น Early และ Rising Star ให้เติบโต และเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี
- 3) มี MSE Data Platform ที่ Active และใช้งานร่วมกันทุกหน่วยงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 1: บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริม MSE

กลยุทธ์

- 1) พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่มีความทันสมัยและครอบคลุม MSE ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และบูรณาการด้วยการมีศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียว (Micro/Small Business Data Platform) สร้างปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ทางด้านข้อมูลของ MSE ทั้งระบบให้มีศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียว (Micro/Small Business Data Platform)
- 2) สร้างปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบาย/กฎระเบียบ และด้านการเงินโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของ MSE และกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น
- 3) พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและบังคับอย่างจริงจัง

แผนงาน/โครงการ

- 1) ระบบฐานข้อมูล MSE ที่บูรณาการและสามารถใช้งานได้จริง
- 2) ศูนย์กลางการรับฟังความคิดเห็นของ MSE ต่อกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ รวมถึงการปกป้องสิทธิ เพื่อสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม

- 3) ศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงิน ครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ รวมถึงจัดตั้งกองทุน ทรอด (Resilience Fund) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) และกองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) ให้เหมาะสมกับช่วงธุรกิจ
- 4) ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government/Corporate Procurement)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนากลไกส่งเสริม MSE และเศรษฐกิจชุมชนให้มีศักยภาพสูง กลยุทธ์

- 1) ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม
- 2) พัฒนาระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเพื่อ MSE โดยเฉพาะ
- 3) สร้างการรับรู้และเตรียมความพร้อมของ MSE และวิสาหกิจชุมชน ในด้านกฎระเบียบ การเงิน การตลาด เทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของ MSE
- 4) พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลเชิงลึกสำหรับ MSE อย่างต่อเนื่อง

แผนงาน/โครงการ

- 1) แพลตฟอร์มการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม
- 2) แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์กลางให้มีพลวัต (Dynamic E-Commerce Platform)
- 3) ศูนย์พัฒนาทักษะแรงงานสมัยใหม่ของ MSE (Productivity Center) และเชื่อมโยงข้อมูล ด้วยแพลตฟอร์มแรงงานระดับชาติ (National E-Job Platform)
- 4) สถาบันด้านวิชาการของผู้ประกอบการ MSE (Entrepreneurship Academy/Campus Center) เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้
- 5) ระบบวิเคราะห์ ติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของ MSE ด้าน OKRs (Objective and Key Results)

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยกระดับ MSE ให้เติบโตและก้าวสู่สากล

กลยุทธ์

- 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ
- 2) ผลักดันให้ MSE ตระหนักและเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ ส่งเสริม ด้านการตลาดและสินค้าชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล
- 3) พัฒนาศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับ MSE สู่อุตสาหกรรม

แผนงาน/โครงการ

- 1) ศูนย์บริการให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม (Technology Digital Innovation OSS)
- 2) ศูนย์บริการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Transformation Business Service Center)
- 3) ศูนย์บริการการรับรองมาตรฐานสำหรับ MSE แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)
- 4) แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่น เพื่อท้องถิ่น
- 5) ศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน และ Smart MSE Factory

ตารางที่ 7.1: แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 1. ระบบฐานข้อมูล MSE ที่บูรณาการและสามารถใช้งานได้จริง							
พัฒนาระบบฐานข้อมูลของ MSE ให้บูรณาการ และมีความเชื่อมโยงกัน โดยมีหน่วยงานกลางเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ เป็นผู้ดูแลระบบ และเป็นระบบที่ทุกหน่วยงานรัฐร่วมกันอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และสามารถดึงข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจได้อย่างทันทั่วทั้ง และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุด	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมการเกษตร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนจังหวัด	100	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 1: พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่มีความทันสมัยและครอบคลุม MSE ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และบูรณาการด้วยการมีศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียว (Micro/Small Business Data Platform)	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. การบูรณาการและเชื่อมโยงฐานข้อมูลของ MSE ให้เป็นปัจจุบัน 2. ความซ้ำซ้อนในการทำข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน
แผนงาน/โครงการ: 2. ศูนย์กลางการรับฟังความคิดเห็นของ MSE ต่อกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ รวมถึงการปกป้องสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา							
จัดตั้งศูนย์กลางรับฟังความคิดเห็นของ MSE เกี่ยวกับกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับต่าง ๆ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจดสิทธิบัตร/ทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในส่วนกลางและระดับภูมิภาค รวมถึงให้ความคุ้มครอง MSE ไม่ให้ถูกรุกลินโดยหน่วยงานอื่นและแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม โดยให้อำนาจแก่หน่วยงานท้องถิ่นในการช่วยเหลือ MSE	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: หน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	ส่วนท้องถิ่น	10	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 2: สร้างปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบาย/กฎระเบียบ และด้านการเงินโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของ MSE และกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น	ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ	1. กฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลง 2. สิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา ของ MSE

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 3. ศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงิน ครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ รวมถึงจัดตั้งกองทุนทรหด (Resilience Fund) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) และกองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) ให้เหมาะสมกับช่วงธุรกิจ							
จัดตั้งศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงินครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ เช่น การใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ ส่งเสริมให้เกิด Cashless เป็นต้นจัดตั้งกองทุนให้การสนับสนุนทางการเงินเพื่อช่วยเหลือ MSE ให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงธุรกิจ ได้แก่ 1) กองทุนทรหด (Resilience Fund) สำหรับธุรกิจในช่วงเริ่มต้น มีทักษะความรู้ และความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจ สามารถปรับตัว และแก้ปัญหาได้ ลักษณะคล้าย Angel Fund 2) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) สำหรับธุรกิจในช่วงรุ่งเรืองและช่วงอึมครว โดยให้ทุนสนับสนุนบางส่วนเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการยกระดับและแข่งขันได้ 3) กองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) สำหรับธุรกิจที่อยู่ในช่วงพลิกฟื้นธุรกิจ โดยการให้เงินสนับสนุนเพื่อเยียวยาธุรกิจให้อยู่รอด ผ่อนคลายกฎระเบียบบางประการเกี่ยวกับ NPL ปลดปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ยืดระยะเวลาการชำระหนี้	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน	ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	20	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 2: สร้างปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบาย/กฎระเบียบ และด้านการเงินโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของ MSE และกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น	ด้านการเงิน	1. การเงินของ MSE ในแต่ละช่วงธุรกิจ 2. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการใช้นวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ 3. ต้นทุนในการดำเนินงาน
แผนงาน/โครงการ: 4. ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government/Corporate Procurement)							
พัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่มีอยู่เดิมให้ทันสมัย และถูกต้องครบถ้วน ส่งเสริมให้มีการจัดซื้อจาก MSE มากขึ้น ซึ่งเป็นการกระตุ้นทางอ้อมให้ MSE ยกระดับมาตรฐานสินค้าให้ดีขึ้น	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมบัญชีกลาง	ส่วนกลาง	5	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 3: พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและบังคับอย่างจริงจัง	ด้านการตลาด	1. ความถูกต้องและครบถ้วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและ MSE 2. การแข่งขันที่เป็นธรรม

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 5. แพลตฟอร์มการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม							
สร้างแพลตฟอร์มกลางหรือแบบอย่างในการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE ทั้งที่อยู่ในพื้นที่เดียวกันหรืออยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ และแลกเปลี่ยน Know-how รวมถึงทุนหรือทรัพยากรต่าง ๆ และนำแพลตฟอร์มดังกล่าวกระจายไปยังท้องถิ่น เพื่อเป็นต้นแบบที่ดี และควรมีการเชื่อมโยงกันระหว่างแพลตฟอร์ม เพื่อให้องค์กรอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	ส่วนภูมิภาค	10	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 1: ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	1. การรวมกลุ่มเครือข่าย MSE ทั้งในเชิงพื้นที่และกลุ่มอุตสาหกรรม 2. การถ่ายทอดองค์ความรู้และแลกเปลี่ยน Know-How และทุนหรือทรัพยากรต่าง ๆ
แผนงาน/โครงการ: 6. แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์กลางให้มีพลวัต (Dynamic E-Commerce Platform)							
สร้างแพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการใช้งานได้จริง เข้าถึงง่าย ส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายสินค้าแบรนด์ไทย กระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ทั้งนี้ ต้องมีหน่วยงานกลางในการดูแลระบบ และรวบรวมข้อมูลสินค้าและผู้ซื้อขาย สามารถนำไปข้อมูลไปวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อส่งเสริมการตลาดต่อไปได้	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	20	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 2: พัฒนาระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทย เพื่อ MSE โดยเฉพาะ	ด้านการตลาด	1. แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าของ MSE ไทย 2. การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ด้วยการสนับสนุนสินค้าแบรนด์ไทย 3. ฐานข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์และใช้ประโยชน์ได้

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 7. ศูนย์พัฒนาทักษะแรงงานสมัยใหม่ของ MSE (Productivity Center) และเชื่อมโยงข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มแรงงานระดับชาติ (National E-Job Platform)							
จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาทักษะของแรงงานสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนทักษะ (Upskill & Reskill) ของแรงงาน ใน MSE รวมถึงมีทักษะพื้นฐานทางด้านการเงิน การเรียนรู้ตลอดชีวิต และการเรียนรู้ข้ามศาสตร์ โดยการร่วมมือกันของหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและสถานศึกษา ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค หรืออาจทำในลักษณะ Co-working Space มีการแบ่งปันผู้เชี่ยวชาญ ในสาขาต่าง ๆ และควรมีการเก็บฐานข้อมูลการเรียนรู้และเชื่อมโยง ข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มด้านแรงงานโดยเฉพาะ	1. หน่วยงานหลัก: กระทรวงแรงงาน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค	30	4	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 3: สร้างการรับรู้ และเตรียมความพร้อมของ MSE และวิสาหกิจชุมชน ในด้านกฎระเบียบ การเงิน การตลาด เทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของ MSE	ด้านทรัพยากร มนุษย์ และ องค์ความรู้	1. การยกระดับทักษะและปรับเปลี่ยนทักษะ (Upskill & Reskill) แรงงานของ MSE ให้มีประสิทธิภาพ 2. ฐานข้อมูลเกี่ยวกับทักษะความเชี่ยวชาญของแรงงานทั้งหมด 3. การจับคู่คนไม่ตรงกับงานและส่งเสริมให้เกิดจ้างงานของ MSE
แผนงาน/โครงการ: 8. สถาบันด้านวิชาการของผู้ประกอบการ MSE (Entrepreneurship Academy/Campus Center) เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้							
จัดตั้งสถาบันวิชาการสำหรับผู้ประกอบการ MSE ให้มีองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและมีทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยมีหลักสูตรทั้งระยะยาวและระยะสั้นให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงธุรกิจ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญในการแนะนำและให้คำปรึกษาตลอดเวลา และมีความต่อเนื่อง	1. หน่วยงานหลัก: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กระทรวงแรงงาน 2. หน่วยงานร่วม: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน	ส่วนจังหวัด	10	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 3: สร้างการรับรู้ และเตรียมความพร้อมของ MSE และวิสาหกิจชุมชน ในด้านกฎระเบียบ การเงิน การตลาด เทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของ MSE	ด้านทรัพยากร มนุษย์ และ องค์ความรู้	1. องค์ความรู้ของผู้ประกอบการ MSE เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในแต่ละช่วง 2. ผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาของ MSE ให้มีความต่อเนื่อง

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 9. ระบบวิเคราะห์ ติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของ MSE ด้าน OKRs (Objective and Key Results)							
พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลสำหรับ MSE โดยใช้ OKRs หรือระบบที่มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดตัวชี้วัดหลักที่แม่นยำและเชื่อถือได้ และควรสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่ผู้ประเมินถึงความสำคัญของความต่อเนื่องในการติดตามและประเมิน MSE	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กระทรวงแรงงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	15	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 4: พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลเชิงลึกสำหรับ MSE อย่างต่อเนื่อง	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. ระบบติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ 2. ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ 3. การแก้ปัญหาหรือให้ความช่วยเหลือได้อย่างตรงจุดและทันเวลา
แผนงาน/โครงการ: 10. ศูนย์บริการให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม (Technology Digital Innovation OSS)							
จัดตั้งศูนย์ให้ความรู้และคำปรึกษา MSE ในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปปรับใช้ในทุก ๆ ช่วงธุรกิจ	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กระทรวงแรงงาน, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สถานศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	10	3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 1: ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. การให้คำแนะนำผู้ประกอบการเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมและแนะนำแหล่งเงินทุนในการต่อยอดพัฒนาสินค้าและบริการ 2. ผู้ประกอบการ MSE มีพื้นที่ในการทำวิจัยและพัฒนา 3. การยกระดับและผลักดันสินค้านวัตกรรมไปสู่เชิงพาณิชย์

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 11. ศูนย์บริการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Transformation Business Service Center)							
จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาสำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่อยู่ในช่วงอิมตัวหรือช่วงพลิกฟื้นธุรกิจในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้สามารถอยู่รอดหรือไปต่อได้ โดยมีหน่วยงานกลางในการรับเรื่องและพิจารณาตามเกณฑ์และส่งเรื่องต่อไปยังหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ต่อไป	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	15	3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 1: ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. การให้คำแนะนำปรึกษาสำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่ต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ 2. การสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการ MSE ที่ประสบปัญหาหรือต้องการฟื้นฟูธุรกิจ
แผนงาน/โครงการ: 12. ศูนย์บริการการรับรองมาตรฐานสำหรับ MSE แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)							
จัดตั้งศูนย์กลางในการให้บริการเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานเบ็ดเสร็จจุดเดียว โดยมีหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และเชื่อมโยงข้อมูลบนแพลตฟอร์มเดียวกัน	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: สถาบันรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	5	2	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 2: ผลักดันให้ MSE ตระหนักและเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ ส่งเสริมด้านการตลาดและสินค้าชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. ผู้ประกอบการ MSE มีสินค้าและบริการที่มีการรับรองมาตรฐาน 2. ระยะเวลาและการอำนวยความสะดวกในการดำเนินการขอมาตรฐานต่าง ๆ เบ็ดเสร็จในจุดเดียวสำหรับ MSE 3. ชีตความสามารถในการแข่งขันของ MSE

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 13. แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่น เพื่อท้องถิ่น							
จัดทำแพลตฟอร์มที่รวบรวมสินค้าในแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการส่งเสริมทางการตลาดให้มีการเข้าถึงสินค้าท้องถิ่น และสินค้าแบรนด์ไทยได้มากขึ้น	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมการเกษตร, กรมการพัฒนาชุมชน	ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น	15	3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 2: ผลักดันให้ MSE ตระหนักและเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ ส่งเสริมด้านการตลาดและสินค้าชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล	ด้านการตลาด	1. การยกระดับสินค้าท้องถิ่นเข้าสู่การใช้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อผลักดันให้เกิดการสร้างมาตรฐานสินค้าท้องถิ่น 2. การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และระบบเศรษฐกิจฐานราก
แผนงาน/โครงการ: 14. ศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน และ Smart MSE Factory							
จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ เพื่อให้ความรู้และคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ MSE และจัดตั้งหน่วยงานในภูมิภาคมีหน้าที่เสมือนนวัตกรรมชุมชน สำหรับให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมผู้ประกอบการในภาคการผลิตให้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมการเกษตร, กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนท้องถิ่น	30	4	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 3: พัฒนาศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับ MSE สู่อุตสาหกรรม	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. ผู้ประกอบการ MSE มีที่เลี้ยงและผู้ให้คำแนะนำ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในทุกช่วงธุรกิจ 2. ผู้ประกอบการ MSE ในภาคการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 3. ชีตความสามารถในการแข่งขันของ MSE

หมายเหตุ: ระยะเวลาดำเนินงานโครงการเป็นโครงการต้นแบบในการดำเนินงาน และหลังจากโครงการต้นแบบเสร็จสิ้นแล้ว ควรมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

7.5 แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ เพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE

แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ ประกอบด้วย 13 แผนงาน จำแนกตามช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการดำเนินงาน ได้แก่ แผนงานระยะเร่งด่วน แผนงานระยะปานกลาง และแผนงานที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.2: แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลาดำเนินการ (ปีที่)					
		ระยะเร่งด่วน		ระยะปานกลาง			ระยะต่อเนื่อง
		1	2	3	4	5	6
ยุทธศาสตร์ที่ 1: บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริม MSE							
1	ระบบฐานข้อมูล MSE ที่บูรณาการและสามารถใช้งานได้จริง	←→	←→				
2	ศูนย์กลางการรับฟังความคิดเห็นของ MSE ต่อกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ รวมถึงการปกป้องสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา	←→	←→				
3	ศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงิน ครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ รวมถึงจัดตั้งกองทุนทรหด (Resilience Fund) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) และกองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) ให้เหมาะสมกับช่วงธุรกิจ	←→	←→				
4	ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government/Corporate Procurement)	←→	←→				
ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนากลไกส่งเสริม MSE และเศรษฐกิจชุมชนให้มีศักยภาพสูง							
5	แพลตฟอร์มการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม			←→	←→	←→	
6	แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์กลางให้มีพลวัต (Dynamic E-Commerce Platform)		←→	←→	←→		
7	ศูนย์พัฒนาทักษะแรงงานสมัยใหม่ของ MSE (Productivity Center) และเชื่อมโยงข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มแรงงานระดับชาติ (National E-Job Platform)			←→	←→	←→	←→
8	สถาบันด้านวิชาการของผู้ประกอบการ MSE (Entrepreneurship Academy/Campus Center) เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้		←→	←→	←→		
9	ระบบวิเคราะห์ ติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของ MSE ด้าน OKRs (Objective and Key Results)		←→	←→	←→		
ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยกระดับ MSE ให้เติบโตและก้าวสู่สากล							
10	ศูนย์บริการให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม (Technology Digital Innovation OSS)	←→	←→	←→			
11	ศูนย์บริการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Transformation Business Service Center)		←→	←→	←→		
12	ศูนย์บริการการรับรองมาตรฐานสำหรับ MSE แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)			←→	←→		
13	แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่น เพื่อท้องถิ่น			←→	←→	←→	
14	ศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน และ Smart MSE Factory			←→	←→	←→	←→

หมายเหตุ: ←→ ระยะเวลาในการดำเนินโครงการซึ่งเป็นต้นแบบในการดำเนินงาน และหลังจากโครงการต้นแบบเสร็จสิ้นแล้ว ควรมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมสรรพากร. (2563). *SME 360o Ecosystem*.

สืบค้นจาก <http://www.rd.go.th/publish/28131.0.html>

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. (2562). การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาธารณรัฐประชาชนจีน.

ฐานเศรษฐกิจ. (2562). “หัวเว่ย”ประกาศสร้างอีโคซิสเต็มส์ก้าวสู่ยุค AI.

สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/content/tech/414709>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ปลดล็อก SMEs ไทยปรับตัวอย่างไรให้เติบโต

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). (2555). *Ecosystem*.

สืบค้นจาก <http://is201sec4group1234.pbworks.com/w/page/58580438/IS201Sec5AISEcosystem>

สยามรัฐ. (2563). โมติฟาย “กลอ.”สร้างระบบ SMEs Ecosystem ส่งเสริม-พัฒนา SMEs ด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/117384>

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2562). นโยบายส่งเสริม SMEs: เราไปถึงสิ่งที่คาดหวังหรือยัง.

สำนักงบประมาณ. (2560). ยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562.

สืบค้นจาก <http://www.bb.go.th/topic-detail.php?id=6781&mid=528&catID=0>

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับย่อ)*.

สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). คู่มือการจัดทำข้อเสนอโครงการภายใต้งบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เรื่องแผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล. สืบค้นจาก

https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190322091746.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2562.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *แผนการส่งเสริมสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)*. สืบค้นจาก

http://www.sme.go.th/upload/mod_download/แผนแม่บทฯ%20ฉบับที่%204.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *แผนปฏิบัติการของ สสว. ประจำปี 2562*. สืบค้นจาก

https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190103095343.pdf

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *แผนยุทธศาสตร์สสว. ปี 2560-2564 (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564)*. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20181019085337.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *สรุปผลการจัดทำงานประมาณในลักษณะบูรณาการ เชิงยุทธศาสตร์ เรื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล ประจำปีงบประมาณ 2563*. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190322091820.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *SMEs Knowledge Center*. สืบค้นจาก <https://www.smeknowledgecenter.com/>
- Al-Abri, M. Y., Rahim, A. A., & Hussain, N. H. (2018). Entrepreneurial ecosystem: An exploration of the entrepreneurship model for SMEs in Sultanate of Oman. *Mediterranean journal of social sciences*, 9(6), 193-206.
- ASEAN (2019). *Study on SMEs Participation in the Digital Economy in ASEAN*. From <https://asean.org/storage/2012/05/ASEAN-MSME-Full-Report-Final.pdf>
- Bruno, A. V., & Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 2(4), 288-315.
- European Commission. (2020). *What is an SME?*. From https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en
- EU SME Centre. (2019). *SMEs in China: Policy Environment Report*.
- Foster, G., Shimizu, C., Ciesinski, S., Davila, A., Hassan, S., Jia, N., & Morris, R. (2013, September). Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics. *World Economic Forum* (Vol. 11).
- Frost & Sullivan. (2014). *Future of Integrated Mobility*. From <http://www.carsharing.org/research/UITP/Frost&SullivanIntegrators.pdf>
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 43-62.
- Greene, P., Rice, M and Fettes, M (2010) University-based entrepreneurship ecosystems: framing the discussion, in Micheal Fettes Patricia Greenem Mark Rice and John Sibley Butler (eds.) *The Development of University-Based Entrepreneurship Ecosystems: Global Practices*. Edward Elgar, UK.
- IDB. (2019). Important Policies. From <https://www.moeaidb.gov.tw/ctrl?PRO=english.rwdAbout02&lang=1>

- Iqbal, B. A., & Rahman, M. N. (2015). Contribution of ASEAN-6 SMEs to economic growth of ASEAN. *Economics World*, 3(11-12), 258-269.
- Isenberg, D. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*. Presentation at the Institute of International and European Affairs. *Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*, Babson College, Babson Park: MA.
- Kim, J. Y. (2006). SME innovation policies in Korea. The Pacific Economic Cooperation Council
- Khattab, I., & Al-Magli, O. O. (2017). Towards an integrated model of entrepreneurship ecosystem. *Journal of Business & Economic Policy*, 4(4), 80-92.
- Koltai, S. and Muspratt, M. (2016). *Peace Through Entrepreneurship*. Washington D.C.: Brookings Institution Press.
- Mason, C.& Brown, R. (2013). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, *The Hague*, Netherlands
- Ministry of SMEs and Startups. Scope of SME. From <https://www.mss.go.kr/site/eng/02/20201000000002019110604.jsp#>
- Moore, J. F. (1993). *Predators and prey: a new ecology of competition*. *Harvard business review*, 71(3), 75-86
- OECD. (2016). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing: Paris. https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en.
- OECD. (2018). *SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing: Paris.
- Outlook, S. C. (2018). *Business Ecosystems for the Digital Age*. *International Trade Centre*, Geneva.
- Reserve Bank of India. (2019). *Report of the Expert Committee on Micro, Small and Medium Enterprises*. From <https://www.rbi.org.in/Scripts/PublicationReportDetails.aspx?UrlPage=&ID=924>
- Seok-Il Hong (2017). The Development and Characteristics of Micro-Enterprise Policy in Korea. *KIET Industrial Economic Review*. *KIET Industrial Economic Review July/August 2017 Vol. 22 No. 4*

- SME Corporation Malaysia (2018). *Official National SME Definition*. From <https://www.smeinfo.com.my/official-national-sme-definition>
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.
- Tzong-Ru Lee and Irsan Prawira Julius Jioe. (2017). Taiwan's Small and Medium Enterprises (SMEs). *Contemporary Postcolonial Asia*.
- Valdez, J. (1988). *The entrepreneurial ecosystem: Toward a theory of new firm formation*. Working Paper. Web: <http://www.sbaer.uca.edu/research/sbida/1988/PDF/11.pdf>.
- WEF. (2013). *The travel & tourism competitiveness report 2013*. Paper presented at the World Economic Forum. From http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

ภาคผนวก ก

แผนงาน นโยบาย และงบประมาณบูรณาการของ สสว.

แผนงาน นโยบาย และงบประมาณบูรณาการของ สสว.

สำหรับการศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ต้องมีการศึกษาทบทวนและความเชื่อมโยงของแผนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SME เพื่อให้ทราบถึงเป้าหมายของการดำเนินงานตั้งแต่ระดับชาติ เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทหรือแผนการส่งเสริม รวมทั้งงบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ และในระดับหน่วยงาน เช่น แผนยุทธศาสตร์ แผนการปฏิบัติงาน โดยรายละเอียดของการทบทวนและความเชื่อมโยง มีดังนี้

- ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นแผนยุทธศาสตร์ฉบับแรกของประเทศไทย ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลัก (Master Plan) ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศในระยะยาว โดยมีวิสัยทัศน์ให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ยกกระดับรายได้ให้สูงขึ้นอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คนไทยมีความสุข อยู่ดี กินดี สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติจะนำมาใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ 20 ปีต่อจากนี้ไป ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 1) ความมั่นคง
- 2) สร้างความสามารถในการแข่งขัน
- 3) พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
- 4) สร้างโอกาส ความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม
- 5) สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 6) ปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ **ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขัน** โดยกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 5 ประเด็นหลัก ซึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้อง คือ **การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่** ประกอบไปด้วย

- สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ
- สร้างโอกาสเข้าถึงบริการการเงิน
- สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
- สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล
- ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ

● **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เป็นการนำแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีข้างต้นมาสู่แผนการพัฒนาในระยะ 5 ปี ซึ่งกำหนดเป็นยุทธศาสตร์เฉพาะด้านได้ 10 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 1) การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
- 2) การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- 3) การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- 4) การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 5) การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศ
- 6) การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย
- 7) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
- 8) การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
- 9) การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
- 10) ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ **ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน** โดยมีวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ดังนี้

วัตถุประสงค์ : การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา

เป้าหมาย : วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัด : สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 45 เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ทั้งนี้ มีการกำหนดแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 แนวทาง ดังนี้

1. สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการที่มีทักษะในการทำธุรกิจ รู้จักใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิต การจัดการ การขาย หรือเป็น Smart SMEs และพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง โดยสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนตามความพร้อมและศักยภาพในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการกำหนดหลักสูตรที่เกี่ยวกับทักษะการเป็นผู้ประกอบการทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอุดมศึกษา และสายอาชีพให้มีความรู้

- ความเข้าใจในการเริ่มต้นธุรกิจ และตระหนักถึงแนวโน้มการทำธุรกิจสีเขียว ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาให้เอื้อต่อการเรียนรู้และกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการ
2. สร้างสังคมผู้ประกอบการ โดยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจทั้งในเรื่องการเข้าถึงข้อมูลด้านธุรกิจและสิทธิประโยชน์ แหล่งเงินทุน นวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการและการตลาด รวมทั้ง กำหนดมาตรการสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมาย และพัฒนากลไกสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตและแข่งขันได้
 3. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในลักษณะห่วงโซ่มูลค่า และการเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ โดยการกำหนดนโยบาย/มาตรการเพื่อจูงใจให้บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการค้าและการลงทุนในต่างประเทศเป็นผู้สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและห่วงโซ่มูลค่าของโลก ตลอดจนส่งเสริมบทบาทของภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อย่างไรก็ตาม ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ได้กำหนดแผนรองรับเพื่อผลักดันประเด็นการพัฒนาข้างต้นให้เกิดความเชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐ แผนการบริหารราชการแผ่นดิน แผนแม่บทของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งแผนรองรับที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง คือ *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (ปี 2560-2564)*

- **แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (ปี 2560-2564)**

วิสัยทัศน์ : “SMEs ไทยเติบโต เข้มแข็ง แข่งขันได้ในระดับสากลเพื่อเป็นพลังสำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ”

พันธกิจ ประกอบไปด้วย 3 ข้อ คือ

1. พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SME
2. ยกระดับขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของ SME ให้มีประสิทธิภาพ พร้อมเข้าสู่การแข่งขันอย่างมืออาชีพ
3. เพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME เพื่อสร้างมูลค่า ตอบโจทย์อนาคตประเทศไทย

จากพันธกิจในข้อที่ 1 แสดงให้เห็นได้ว่าแผนการส่งเสริมฯ ได้ตอบสนองแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในเรื่องของการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจอย่างชัดเจน โดยต้องดำเนินงานให้มีหน่วยงานให้บริการความช่วยเหลือที่ครบถ้วน การเข้าถึงข้อมูลที่สะดวก และการติดต่อกับภาครัฐที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน และรวดเร็ว การมีสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม กฎหมาย กฎ ระเบียบ ไม่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจสิ่งต่าง ๆ

ทั้งนี้ แผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 ให้ความสำคัญกับการพัฒนา SME ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการส่งเสริมให้ SME มีส่วนช่วยในการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ โดยเป้าหมายสูงสุดของแผนการส่งเสริมฯ คือ การเพิ่มสัดส่วน SME GDP ต่อ GDP รวมของประเทศ ให้สูงขึ้นเป็นร้อยละ 50 ภายในปี 2564 ทั้งนี้ การดำเนินงานภายใต้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 ประกอบด้วย 3 เป้ายุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ส่งเสริม และพัฒนา SMEs รายประเด็น

- กลยุทธ์ 1 ยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม
- กลยุทธ์ 2 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- กลยุทธ์ 3 ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาด และการออกสู่สากล
- กลยุทธ์ 4 พัฒนา และส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: เสริมสร้างขีดความสามารถ SMEs เฉพาะกลุ่ม

- กลยุทธ์ 1 สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง
- กลยุทธ์ 2 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SMEs
- กลยุทธ์ 3 พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ

- กลยุทธ์ 1 พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ 2 ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อ และลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME

จากการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้ง 3 แผน พบว่า การดำเนินการดังกล่าวมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ตั้งแต่ (1) ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ลงมาถึง (2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และ (3) แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 ทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ ดังแสดงความเชื่อมโยงในภาพที่ ก.1

ภาพที่ ก.1: ความเชื่อมโยงของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME)



ที่มา: มุลินี สวค.

- แผนยุทธศาสตร์ สสว. ปี 2560-2564 (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564)

สำหรับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ สสว. ปี 2560-2564 (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564) มีกระบวนการในการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ นโยบาย แผนการส่งเสริมที่เกี่ยวข้องกับ SME ดังนี้¹

- แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี
- แผนปฏิรูปประเทศ ประกาศ ณ วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2561
- แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)
- นโยบายประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0)
- นโยบายรัฐบาลในการส่งเสริม Micro และ SME
- SDGs
- แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)
- พ.ร.บ. ส่งเสริม SME (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561
- ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ของ สสว.

แผนยุทธศาสตร์ สสว. ปี 2560-2564
(ฉบับทบทวน ปี 2562-2564)



วิสัยทัศน์ : “เป็นผู้ชี้้นำการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ Micro และ SME สู่มั่งคั่งอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ : บูรณาการและผลักดันการส่งเสริม Micro และ SME ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ Micro และ SME สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล

แผนยุทธศาสตร์ สสว.ฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ 4 เป้ายุทธศาสตร์ ไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ 1 ยกระดับการบูรณาการ Micro และ SME ของประเทศ ด้วย BIG DATA

กลยุทธ์ที่ 1 บูรณาการแผนงบประมาณและติดตามประเมินผลให้ครอบคลุมหน่วยงานส่งเสริม Micro และ SME ของประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างความร่วมมือในการส่งเสริม Micro และ SME ทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลให้รองรับ Micro และ SME BIG DATA

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์/ประเมินผลกระทบทาง เศรษฐกิจด้าน Micro และ SME

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนากลไกการส่งเสริมให้เข้าถึง Micro และ SME และเศรษฐกิจชุมชน

กลยุทธ์ 1 พัฒนาปัจจัยเอื้อต่อการเติบโตของ Micro และ SME

กลยุทธ์ 2 ยกระดับการให้บริการของศูนย์ OSS และเชื่อมโยงนโยบายของรัฐ

กลยุทธ์ 3 พัฒนาเครือข่ายที่ปรึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมผู้ประกอบการให้เติบโต และก้าวสู่สากล

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage/Startup)

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริม Micro และ SME ให้รวมกลุ่มและก้าวสู่สากล (Internationalization)

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการใช้นวัตกรรม/เทคโนโลยี ดิจิทัล และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ

¹ แผนยุทธศาสตร์ สสว. ปี 2560-2564 (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564) โดย ฝ่ายกลยุทธ์องค์กร สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มศักยภาพองค์กรให้มีสมรรถนะสูง

กลยุทธ์ 1 ปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับแผนปฏิรูปประเทศ

กลยุทธ์ 2 ยกระดับการบริหารจัดการสู่ Smart Office

กลยุทธ์ 3 ผลักดันองค์กรให้เน้นประสิทธิผลและมีธรรมาภิบาล

สำหรับแผนยุทธศาสตร์ สสว. ปี 2560-2564 (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564) ในฉบับนี้ ได้มีการกล่าวถึงการส่งเสริม Micro ควบคู่กับ SME ซึ่งต่างจากแผนยุทธศาสตร์ สสว. ปี 2560-2564 ที่มีการกล่าวถึงเพียง SME เท่านั้น นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ แสดงถึงความต้องการที่จะพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ จนไปถึงการพัฒนาสู่ระดับสากล ซึ่งนับเป็นความท้าทายขององค์กรที่ต้องศึกษาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ที่มีความเหมาะสมกับธุรกิจในแต่ละช่วงการเติบโตของประเทศไทย

● งบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

ภายใต้งบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สามารถจำแนกแผนบูรณาการออกได้เป็น 6 ด้าน คือ

1. ด้านความมั่นคง
2. ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
3. ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
4. ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างการเติบโตจากภายใน
5. ด้านการจัดการนาและสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
6. ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการส่งเสริม SME จึงได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานเจ้าภาพของงบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ภายใต้ชื่อเรื่อง **การพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนา SME สู่สากล ภายใต้แผนบูรณาการที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ** โดยมีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และนโยบายการจัดสรรงบประมาณ ดังนี้

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการยกระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึง แหล่งเงินทุน

นโยบายการจัดสรรงบประมาณ

- 1) สนับสนุนการสร้างและพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการ SME รายใหม่ด้านเทคโนโลยีและทั้งในเรื่องศูนย์บ่มเพาะ และการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ

- 2) ส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ SME ให้มีศักยภาพและผลิตภาพ โดยการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการธุรกิจ การตลาดและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) การรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมในรูปแบบคลัสเตอร์
- 3) สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนามาตรฐานสินค้า และบริการสู่ระดับสากล การสร้างและขยายตลาดในต่างประเทศ
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ (Ecosystem) ให้กับ SME รวมถึงการพัฒนาศูนย์บริการข้อมูล การปรับปรุงกลไกการบริหารจัดการภาครัฐ ตลอดจนบูรณาการข้อมูล การสนับสนุน SME ระหว่างหน่วยงานเพื่อลดความซ้ำซ้อน
- 5) สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME และวิสาหกิจชุมชน รวมถึงองค์กรเกษตรและสหกรณ์ ส่งเสริม การจัดตั้งกองทุนวิสาหกิจชุมชน
- 6) ส่งเสริมและพัฒนาการต่อยอด ขยายผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และบริการของชุมชน ให้มีคุณภาพและมาตรฐาน
- 7) ส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริม ธุรกิจขนาดเล็กของชุมชน

การพัฒนา Ecosystem ที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจได้ถูกกำหนดไว้ในนโยบายการ จัดสรรงบประมาณ ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ และแผนงานต่าง ๆ ที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้แล้ว อย่างไรก็ตาม การพัฒนา และส่งเสริม SME ให้บรรลุเป้าหมายในทุกข้อได้นั้น ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างหน่วยงานเป็นสำคัญ โดยหน่วยงานที่มีส่วนร่วมกับ สสว. ในการดำเนินงานงบประมาณในลักษณะบูรณาการ² ประกอบด้วย² 9 กระทรวง 23 หน่วยงาน 1 รัฐวิสาหกิจ และ 1 กองทุนหมุนเวียน ดังภาพที่ ก.2

ทั้งนี้ จากแผนยุทธศาสตร์ สสว. ปี 2560-2564 (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564) และแผนงาน บูรณาการการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนา SME สู่สากล ได้ถูกผนวกเข้าด้วยกันจนเกิด เป็นแผนปฏิบัติการของ สสว. ประจำปี 2562 ดังภาพที่ ก.3 จะเห็นได้ว่าแนวทางที่สำคัญต่อการพัฒนาและ ส่งเสริม SME คือ แนวทางที่ 5 พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบการธุรกิจและการส่งเสริม SME (Ecosystem) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์ สสว. ในยุทธศาสตร์ที่ 1 2 และ 4

² คู่มือการจัดทำข้อเสนอโครงการภายใต้งบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เรื่องแผนงานบูรณาการ พัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ ก.2: หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณรายจ่ายบูรณาการ SME พ.ศ. 2562

แนวทางการดำเนินงาน	สร้างความเป็นผู้ประกอบการและพัฒนาธุรกิจในระยะเริ่มต้น (Early Stage)	ส่งเสริม SME กลุ่มทั่วไป (Regular) ให้มีศักยภาพมากขึ้น และให้ความช่วยเหลือ SME ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ (Turn Around)	ส่งเสริม SME ที่มีศักยภาพ (Strong) ให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลได้มากขึ้น	พัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (Community-based) ให้มีความสามารถในการประกอบธุรกิจแบบมืออาชีพ	พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจเพื่อการส่งเสริม SME (Ecosystem)
หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ (Project-based)	สำนักนายกรัฐมนตรี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) 	สำนักนายกรัฐมนตรี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) 	กระทรวงพาณิชย์ <ul style="list-style-type: none"> กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 	สำนักนายกรัฐมนตรี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) 	สำนักนายกรัฐมนตรี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> สำนักปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) 	กระทรวงพาณิชย์ <ul style="list-style-type: none"> กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> กรมวิทยาศาสตร์บริการ 	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ <ul style="list-style-type: none"> กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร 	กระทรวงพาณิชย์ <ul style="list-style-type: none"> กรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
	กระทรวงศึกษาธิการ <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา 	กระทรวงยุติธรรม <ul style="list-style-type: none"> กรมบังคับคดี 	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ 	กระทรวงพาณิชย์ <ul style="list-style-type: none"> กรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 	กระทรวงพาณิชย์ <ul style="list-style-type: none"> กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
	กระทรวงอุตสาหกรรม <ul style="list-style-type: none"> กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 	กระทรวงแรงงาน <ul style="list-style-type: none"> กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน 	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) 	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร 	กระทรวงอุตสาหกรรม <ul style="list-style-type: none"> กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กระทรวงสาธารณสุข <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 	รัฐวิสาหกิจ <ul style="list-style-type: none"> สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรมวิทยาศาสตร์บริการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กระทรวงอุตสาหกรรม <ul style="list-style-type: none"> กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 	กระทรวงอุตสาหกรรม <ul style="list-style-type: none"> กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรมวิทยาศาสตร์บริการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) 	กระทรวงอุตสาหกรรม <ul style="list-style-type: none"> กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	รัฐวิสาหกิจ <ul style="list-style-type: none"> สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 	รัฐวิสาหกิจ <ul style="list-style-type: none"> สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <ul style="list-style-type: none"> สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรมวิทยาศาสตร์บริการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	
กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	
กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	กองทุนและเงินหมุนเวียน <ul style="list-style-type: none"> กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ภาพที่ ก.3: แผนปฏิบัติการของ สสว. ประจำปี 2562

วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ Micro และ SME สู่มั่งคั่งอย่างยั่งยืน”				
พันธกิจ : บูรณาการและผลักดันการส่งเสริม Micro และ SME ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ Micro และ SME สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล				
วัตถุประสงค์/ยุทธศาสตร์ สสว.	ยุทธศาสตร์ 1 ยกระดับการบูรณาการ Micro และ SME ของประเทศ ด้วย BIG DATA	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนากลไกการส่งเสริมให้เข้าถึง MicroและSME และเศรษฐกิจชุมชน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมผู้ประกอบการให้เติบโต และก้าวสู่สากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มศักยภาพองค์กรให้มีสมรรถนะสูง
วัตถุประสงค์/ยุทธศาสตร์ สสว.	สร้างโครงการส่งเสริม Micro และ SME ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสูง (High Impact) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มสัดส่วน GDP SME ร้อยละ 45 ในปี 64	เชื่อมโยงมาตรการภาครัฐแก่ Micro และ SME อย่างทั่วถึง	เพิ่มขีดความสามารถให้ Micro และ SME เติบโตได้ตามวงจรธุรกิจ (Business Life Cycle)	พัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับพร้อมตอบสนองความต้องการผู้รับบริการ
กลยุทธ์/แผนงาน	1.1 บูรณาการแผนงบประมาณและติดตามประเมินผลให้ครอบคลุมหน่วยงานส่งเสริม Micro และ SME ของประเทศ 1.2 สร้างความร่วมมือในการส่งเสริม MicroและSME ทั้งในและต่างประเทศ 1.3 พัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลให้รองรับ Micro และSME BIG DATA 1.4 พัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์/ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจด้าน Micro และ SME	2.1 พัฒนาปัจจัยเอื้อต่อการเติบโตของ Micro และSME 2.2 ยกระดับการให้บริการของศูนย์ OSS และเชื่อมโยงนโยบายของรัฐ 2.3 พัฒนาเครือข่ายที่ปรึกษา	3.1 ส่งเสริมการเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage/Startup) 3.2 ส่งเสริม MicroและSME ให้รวมกลุ่มและก้าวสู่สากล (Internationalization) 3.3 ส่งเสริมการใช้นวัตกรรม / เทคโนโลยี ดิจิทัล และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ	4.1 ปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับแผนปฏิรูปประเทศ 4.2 ยกระดับการบริหารจัดการสู่ Smart Office 4.3 ผลักดันองค์กรให้เน้นประสิทธิภาพและมีธรรมาภิบาล
แผนงานบูรณาการและผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนา SME ผู้ประกอบการและผู้ประกอบการ	แนวทางที่ 5 พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบการธุรกิจและการส่งเสริม SME (Ecosystem)	แนวทางที่ 5 พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบการธุรกิจและการส่งเสริม SME (Ecosystem)	แนวทางที่ 1 สร้างความเป็นผู้ประกอบการและพัฒนาธุรกิจในระยะเริ่มต้น (Early Stage) แนวทางที่ 2 ส่งเสริม SME กลุ่มทั่วไป (Regular) ให้มีศักยภาพมากขึ้นและให้ความช่วยเหลือ SME ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ (Turn Around) แนวทางที่ 3 ส่งเสริม SME ที่มีศักยภาพ (Strong) ให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลมากขึ้น แนวทางที่ 4 พัฒนา ผล.ชุมชน (Community base) ให้มีความสามารถในการประกอบธุรกิจแบบมีอาชีพ	แนวทางที่ 5 พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบการธุรกิจและการส่งเสริม SME (Ecosystem)
งบประมาณ	79,973,000 บาท	101,255,000 บาท	44,614,200 บาท	44,614,200 บาท
	งบประมาณรวม 1,250,707,700 บาท			ค่าบริหารจัดการ 285,265,400บาท

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ภาคผนวก ข

ตัวอย่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

ตัวอย่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

ตัวอย่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ (Business Ecosystem) เช่น HUAWEI Ecosystem การสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ดีของระบบขนส่ง (Transportation) Apple Ecosystem Amazon Ecosystem และ AIS Ecosystem ตัวอย่างผู้ประกอบการดังกล่าวต่างใช้ Ecosystem ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยการใช้ดิจิทัลในการประกอบกิจการ เพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้บริการมากที่สุด สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี

1) การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ MSME ของภาครัฐ¹

การสนับสนุนและผลักดันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง วิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อย (Micro, Small and Medium Enterprise: MSME) ในภูมิภาคอาเซียนก็เป็นหนึ่งในความท้าทายและโอกาสของผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญกับยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (4IR) ทั้งนี้ จำนวนวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSME) ในอาเซียนรวมกันมากกว่าร้อยละ 95 ของจำนวนวิสาหกิจที่มีอยู่ในแต่ละประเทศ โดยไทยได้ประกาศเจตนารมณ์ให้การส่งเสริม MSME เป็นวาระแห่งชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 สอดคล้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจที่ประเทศไทยในฐานะประธานอาเซียนมุ่งผลักดันให้สำเร็จ

แนวทางการส่งเสริมการใช้ดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในอาเซียน เป็นการแนะแนวทางให้ผู้กำหนดนโยบายสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งเน้นในเรื่องการสนับสนุน การเข้าสู่ระบบและการใช้ดิจิทัลในการออกสู่ตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งแนวทางสำหรับภาครัฐในการใช้ดิจิทัลในการบริหารจัดการระบบต่าง ๆ โดยเสนอให้กำหนดนโยบายในอาเซียนควรช่วยให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นและเข้าสู่ตลาดใหม่ได้โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ ทั้งนี้ ภาครัฐควรใช้ประโยชน์จากดิจิทัลในแง่มุมอื่น ๆ ที่เอื้อต่อการเติบโตของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. การสนับสนุนการเข้าสู่ระบบโดยใช้ดิจิทัล โดยเชื่อว่าระบบดิจิทัลมีบทบาทในการลดจำนวนของธุรกิจนอกระบบได้ ทั้งนี้ ในอาเซียนมีธุรกิจจดทะเบียนอย่างถูกต้องประมาณ 10.04 ล้านราย ซึ่งธุรกิจที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการสร้างงานมากกว่า 72 ล้านตำแหน่ง อาเซียนพยายามสนับสนุนให้วิสาหกิจรายย่อยจดทะเบียนเพื่อสนับสนุนการเข้าสู่ระบบ และลดขนาดของเศรษฐกิจนอกระบบเพื่อการอำนวยความสะดวกให้วิสาหกิจรายย่อยเติบโต ให้ภาครัฐสามารถส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เท่าเทียม และทำให้ทุกคนมีโอกาสเท่ากัน

¹ กระทรวงการต่างประเทศ (2562). ASEAN MSMEs in the Digital Era: Challenges and Opportunities. เข้าถึงได้จาก <http://www.mfa.go.th/main/th/news/3/6885/108673-ไทยพร้อมร่วมผลักดัน-MSME-อาเซียน-มุ่งสู่ยุคดิจิทัล.html>.

2. ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศทางการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่วิสาหกิจรายย่อยในการเข้าถึงแหล่งเงิน ซึ่งจะช่วยให้สามารถเพิ่มผลิตภาพและมีความมั่นคงมากขึ้น
3. ภาครัฐควรส่งเสริมการเข้าถึงบริการในการพัฒนาธุรกิจ ในประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่จำนวนมาก บริการพัฒนาธุรกิจยังคงค่อนข้างขาดแคลน อาจหมายถึงการมีหน่วยงานจำนวนไม่มากที่สามารถเชื่อมต่อความรู้ไปยังผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการได้ ภาครัฐจะต้องพิจารณาถึงการกระจายเทคโนโลยีที่เหมาะสมด้วย รวมถึงการใช้ประโยชน์จากศูนย์เทคโนโลยีประยุกต์ การริเริ่มเครือข่ายชุมชนเทคโนโลยี หรือแรงจูงใจในการถ่ายโอนความรู้
4. ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะและความรู้ที่เกี่ยวข้องสำหรับประชาชนเพื่อช่วยในการใช้ดิจิทัล เนื่องจากประชาชนที่ต้องการใช้ดิจิทัลจะต้องมีทักษะที่ต่างออกไป การส่งเสริมทักษะดิจิทัลในโรงเรียน มหาวิทยาลัย และการศึกษาตลอดชีวิตจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของการใช้เครื่องมือดิจิทัลและบริการดิจิทัลในสังคม

การแก้ปัญหาและการส่งเสริม MSME เป็นเรื่องที่ภาครัฐและภาคเอกชนต้องดำเนินการร่วมกัน เนื่องจาก ผู้ประกอบการ MSME เป็นปัจจัยสำคัญต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ กิจกรรมเหล่านี้มีเป็นจำนวนมาก และกระจายตัวกันอยู่ทั่วทุกภูมิภาค หากภาครัฐสามารถดูแลกิจการเหล่านี้ได้อย่างทั่วถึง จะมีส่วนช่วยลดความเหลื่อมล้ำ อันเป็นปัญหาที่สำคัญของกลุ่มประเทศอาเซียนได้เป็นอย่างมาก นอกจากการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในประเทศ ในหัวข้อถัดไปจะเป็นตัวอย่างการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในต่างประเทศ และตัวอย่างของประเทศฟินแลนด์ที่ประสบความสำเร็จในด้านของการเป็นแหล่งเงินทุนที่ดี

สำหรับตัวอย่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ (Business Ecosystem) ของหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการของไทยและต่างประเทศ มีดังนี้

2) SME 360° Ecosystem ของกรมสรรพากร

กรมสรรพากรมีการจัดทำ Ecosystem สำหรับ SME แบบครบวงจร ในรูปแบบ SME 360° Ecosystem เป็นการจัดการระบบโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางด้านการเงิน แหล่งเงินทุน และองค์กรที่สนับสนุน SME ภายใต้กองบริหารภาษีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กรมสรรพากร มีการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งทางด้านบริการและการให้ความรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึง มีโปรแกรมบริหารจัดการบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ SME ในลักษณะ Online หรือ Cloud-based Solutions

ภาพที่ ข.1: SME 360° Ecosystem ของกรมสรรพากร



ที่มา: กรมสรรพากร. (2563).

จะเห็นได้ว่า ทั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) และกรมสรรพากร ต่างก็มีการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ SME โดยมี Ecosystem ที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ ซึ่งเป็นความท้าทายของภาครัฐในการสนับสนุน พัฒนา และสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อผู้ประกอบการเพื่อเป็นโอกาสและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้

3) ตัวอย่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ (Business Ecosystem)

3.1) HUAWEI Ecosystem (Huawei Mobile Services: HMS)

นายจาง ผิงอัน ประธานกลุ่มธุรกิจ Huawei Consumer Cloud Services กล่าวว่า หัวใจสำคัญของ HUAWEI Ecosystem คือ Huawei Mobile Services (HMS) ซึ่งเปรียบเสมือนแพลตฟอร์มที่รวบรวมแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่จำเป็นจะต้องใช้ไว้ในนั้นทั้งหมด และช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้ง่ายมากขึ้น ทั้งนี้ทาง Huawei ยังให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลเป็นหลัก GAPP (The Open GApps Project), GDPR (General Data Protection Regulation) และกฎระเบียบตามแต่ละภูมิภาค

โดยสมาร์ตโฟนจะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางตามหลักการของกลยุทธ์ '1+8+N' และพันธมิตรทางธุรกิจของ Huawei จะเข้าถึงผู้ใช้ได้ผ่านอุปกรณ์ของ Huawei จำนวน 8 กลุ่มเพื่อสร้างระบบ Internet of Things (IoT) ที่ทุกอุปกรณ์เชื่อมโยงกันและรองรับบริการต่าง ๆ ได้หลากหลาย นอกจากนี้ HMS จะสามารถช่วยให้อุปกรณ์ใช้ชีวิตโดยมี AI เป็นองค์ประกอบสำคัญในทุกขณะเป็นจริงได้เมื่อใช้งานร่วมกับเครือข่าย 5G ที่ทำงานโดยใช้อุปกรณ์ระบบของ Huawei รวมไปถึงระบบที่มี AI ในการควบคุมและ Cloud computing solution ซึ่ง HUAWEI Ecosystem เป็นระบบนิเวศที่จะช่วยส่งเสริมการเติบโตของ HMS ในตลาดโลก

ภาพที่ ข.2: HUAWEI Ecosystem (Huawei Mobile Services: HMS)



ที่มา: ฐานเศรษฐกิจ. (2562). “หัวเว่ย”ประกาศสร้างอีโคซิสเต็มส์ก้าวสู่ยุค AI.

ปัจจุบันมีผู้ใช้ HMS กว่า 570 ล้านคนใน 170 ประเทศทั่วโลก ณ สิ้นไตรมาสที่ 3 ของปี 2019 บริการ HUAWEI AppGallery มีผู้ใช้งานรายเดือน ทะลุ 390 ล้านคนและมียอดดาวน์โหลดรวมถึง 180,000 ล้านครั้งภายใน 1 ปีหลังจากเปิดบริการสู่ผู้ใช้ทั่วโลกเมื่อปี 2018 ที่ผ่านมา

3.2) การสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ดีของระบบขนส่ง (Transportation)

การสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ดีโดยการใช้แนวคิด Mobility as a Service (MaaS) ซึ่งก็คือแนวคิดเกี่ยวกับระบบการเดินทางที่รวบรวมการบริการทุกอย่างในด้านการขนส่งมาไว้ในพื้นที่ที่อำนวยความสะดวกให้คนได้มากที่สุด ซึ่งก็คือการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถตัดสินใจและวางแผนการเดินทางของตนเองในรูปแบบที่สะดวกที่สุด รวดเร็วที่สุด และพึงพอใจที่สุดได้

ภาพที่ ข.3: Mobility Landscape

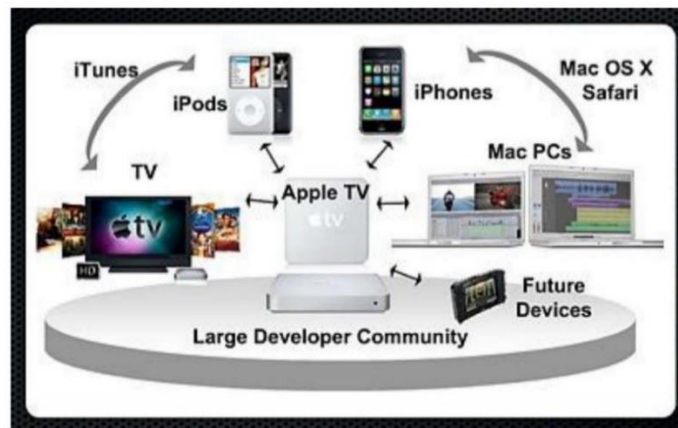


ที่มา: Frost & Sullivan. (2014). Future of Integrated Mobility.

3.3) Apple Ecosystem

Steve Jobs มีแนวคิดในการนำเสนอสินค้าและบริการที่ครบถ้วน ครอบคลุม หรือที่เรียกว่า End-to-End ภายใต้แบรนด์ Apple ที่บริษัทได้เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ เข้าด้วยกัน จนทำให้ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของ Apple นั้น เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หนึ่งก็จะมีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์อื่นของ Apple ด้วย เนื่องจากระบบ Ecosystem ที่เชื่อมโยงและบูรณาการระหว่างผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

ภาพที่ ข.4: Apple Ecosystem



ที่มา: บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). (2555). Ecosystem.

3.4) Amazon Ecosystem

Amazon พยายามใช้กลยุทธ์สร้าง Ecosystem เช่นกัน แต่อาจจะแตกต่างกับ Apple โดยรายได้หลักของ Amazon นั้นมาจากการขายหนังสือ และต่อมาจึงขยายไปในส่วนของภาพยนตร์และเพลงมากขึ้น ดังนั้น Amazon จึงสร้างอุปกรณ์ต่าง ๆ ขึ้นมาไม่ว่าจะเป็น Kindle ที่เป็น E-book Reader คุณภาพดี หรือ Fire ที่เป็น Tablet ราคาไม่สูงมาก ซึ่งเจตนาหลักของ Amazon นั้นไม่ต้องการกำไรจากอุปกรณ์เหล่านี้ เพียงแต่เมื่อใช้อุปกรณ์เหล่านี้แล้ว จะอ่านหนังสือ ดาวน์โหลดหนัง ฟังเพลง ต้องทำผ่าน Amazon เท่านั้น ซึ่งระบบ Ecosystem ของ Amazon คือเมื่อซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ ของ Amazon แล้ว ก็ทำให้ต้องซื้อหนังสือ หนัง เพลง เกม จาก Amazon ด้วย

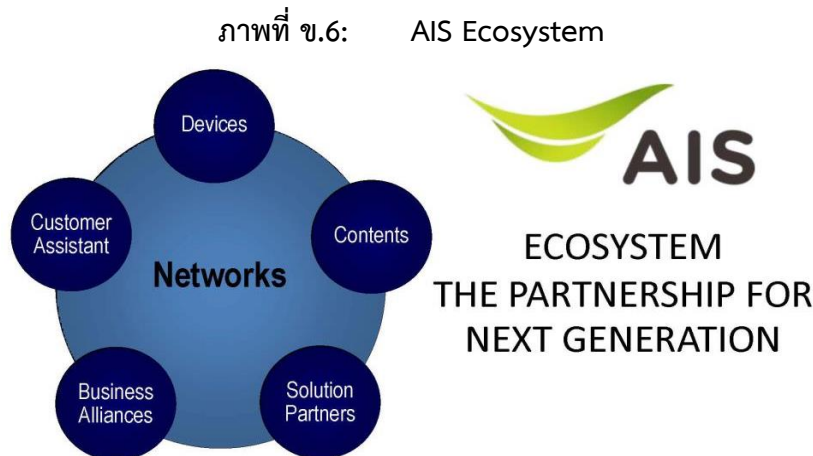
ภาพที่ ข.5: Amazon Ecosystem



ที่มา: บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). (2555). Ecosystem.

3.5) AIS Ecosystem

หนึ่งในผู้ประกอบการไทยที่พยายามสร้างระบบ Ecosystem ในด้านการสื่อสารโทรคมนาคม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยรูปแบบการใช้งานเทคโนโลยีสื่อสารแบบบูรณาการในลักษณะของ Total Communication



ที่มา: บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). (2555). Ecosystem.

สำหรับองค์ประกอบของ AIS Ecosystem นั้น แบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

1. อุปกรณ์ (Device) โดยการนำเอาผู้ผลิตอุปกรณ์ที่ดีที่สุดมาร่วมบูรณาการ ในการนำเสนอสินค้า และร่วมให้บริการลูกค้า เช่น การซื้อโทรศัพท์หรือแท็บเล็ต แล้วสมัครโปรโมชั่นกับบริษัทแล้วจะได้สิทธิพิเศษต่าง ๆ
2. ผู้ให้บริการคอนเทนต์ (Content Partners) โดยการร่วมมือกับบริษัทผู้สร้างคอนเทนต์ เพื่อเพิ่มความหลากหลายกับลูกค้ามากขึ้น มี application ที่ไม่สามารถหาที่อื่นได้ เช่น AIS Book Store
3. ผู้พัฒนาโซลูชันส์ (Solutions Partners) การที่ลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกันไปนั้น ทำให้บริษัทได้มีการคิดค้นโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ ให้เหมาะสมกับ Lifestyle ของลูกค้าแต่ละคน เช่น สำหรับลูกค้าที่ชอบเกาะติดสถานการณ์ข่าวสาร AIS ก็มีบริการ SMS ข่าวที่สามารถทำให้ลูกค้าติดตามข่าวสารได้ตลอด 24 ชม.
4. พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance) เป็นการร่วมมือกับบริษัทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับการให้บริการ
5. ช่องทางการให้บริการลูกค้า (Customer Assistance) เป็นช่องทางสำหรับให้บริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพราะ AIS ถือว่าการให้บริการลูกค้าคือเป็นหัวใจที่สำคัญที่สุดของบริษัท เช่น Call Center ที่เมื่อลูกค้ามีปัญหาด้านข้อมูลต่าง ๆ สามารถโทรไปสอบถามได้ ทางบริษัทก็จะช่วยแก้ปัญหาและหาคำตอบให้แก่ลูกค้า

ภาคผนวก ค
แบบสำรวจ (Questionnaire)

ค

ภาคผนวก

แบบสำรวจ (Questionnaire)

แบบสำรวจ โครงการจ้างที่ปรึกษางานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

รหัสชุด

 -

จังหวัด เลขที่แบบสอบถาม

สสว. »



คณะผู้สำรวจขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อผลประโยชน์ในการจัดทำการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามนี้ใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 10-15 นาที ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถาม **ถือเป็นความลับ และจะไม่ถูกนำไปอ้างอิง เป็นรายบุคคล ไม่ว่ากรณีใด ๆ** โดยจะนำเสนอผลการตอบแบบสอบถาม ในภาพรวมเท่านั้น

สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (สวค.)

โทร. 0-2587-9788 ต่อ 301-315

© สงวนลิขสิทธิ์

คำชี้แจง

1. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (สวค.) ศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีแนวทางในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) (Micro/Small Enterprises) (MSE)
2. เนื้อหาแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน จำนวน 10 หน้า คือ
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 21 ข้อ
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE จำนวน 7 ข้อ
 - ส่วนที่ 3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE จำนวน 5 ข้อ
 - ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ 9 ข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความในช่องว่าง และทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน โดยผลการศึกษาจะนำไปใช้ในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับ MSE ต่อไป

- 1.1 ชื่อ-นามสกุล.....
- 1.2 อายุ.....ปี
- 1.3 ตำแหน่ง.....
- 1.4 เบอร์โทรส่วนตัว.....
- 1.5 ชื่อกิจการ/บริษัท/ร้านค้า.....
- 1.6 อายุกิจการ/บริษัท/ร้านค้า.....ปี
- 1.7 เบอร์โทรศัพท์กิจการ/บริษัท/ร้านค้า.....
- 1.8 ที่อยู่กิจการ/บริษัท/ร้านค้า.....
.....
- 1.9 Email.....
- 1.10 Website/Facebook กิจการ.....
- 1.11 เพศ 1) ชาย 2) หญิง
- 1.12 ระดับการศึกษา
 1) ต่ำกว่าประถมศึกษา 2) ประถมศึกษา 3) มัธยมศึกษาตอนต้น
 4) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. 5) ปวส. / อนุปริญญา 6) ปริญญาตรี
 7) ปริญญาโท 8) สูงกว่าปริญญาโท
- 1.13 ลักษณะที่ตั้งกิจการ
 1) ตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย 2) ตึกแถว/อาคารพาณิชย์
 3) พาหนะเคลื่อนที่/Food Truck 4) โรงงาน
 5) บ้านเดี่ยว/ทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮม/อพาร์ทเมนต์/แฟลต/คอนโดมิเนียม
 6) อื่น ๆ (ระบุ).....
- 1.14 ลักษณะของสถานประกอบการ
 1) ประกอบธุรกิจเพียงอย่างเดียว 2) ประกอบธุรกิจและอยู่อาศัย
 3) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 1.15 รูปแบบของที่ตั้งกิจการ
 1) พื้นที่เช่า 2) พื้นที่สาธารณะ 3) พื้นที่ของตนเอง
 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

- 1.16 นอกเหนือจากการเป็นเจ้าของกิจการแล้ว ท่านประกอบอาชีพอื่นๆ อีกหรือไม่
- 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) ข้าราชการ 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4) พนักงานบริษัท 5) เกษตรกร 6) รับจ้างทั่วไป
- 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 8) ไม่มี
- 1.17 รูปแบบกิจการของท่าน
- 1) บุคคลธรรมดา 2) บริษัทจำกัด
- 3) ห้างหุ้นส่วนจำกัด 4) คณะบุคคล
- 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 1.18 ในการดำเนินธุรกิจของท่าน มีการรวมกลุ่มในรูปแบบใด
- 1) วิสาหกิจชุมชน 2) กลุ่ม OTOP
- 3) เครือข่าย (Cluster) 4) สมาคม/ สมาพันธ์
- 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 6) ไม่มีมีการรวมกลุ่ม
- 1.19 การจ้างงานในกิจการของท่าน
- 1) เจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน
- 2) มีการจ้างงาน
- 2.1) พนักงานประจำ..... คน 2.2) ลูกจ้างรายวัน..... คน
- 1.20 แหล่งเงินทุน
- 1) ทุนส่วนตัว.....% 2) กู้ธนาคาร %
- 3) อื่น ๆ (ระบุ).....
- 1.21 รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อปี
- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท 2) 50,001 – 100,000 บาท
- 3) 100,001 – 500,000 บาท 4) 500,001 – 1,800,000 บาท
- 5) 1,800,001 – 5,000,000 บาท 6) 5,000,001 – 10,000,000 บาท
- 7) 10,000,001 – 20,000,000 บาท 8) 20,000,001 – 30,000,000 บาท
- 9) 30,000,001 – 50,000,000 บาท 10) 50,000,001 – 100,000,000 บาท
- 11) มากกว่า 100,000,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE

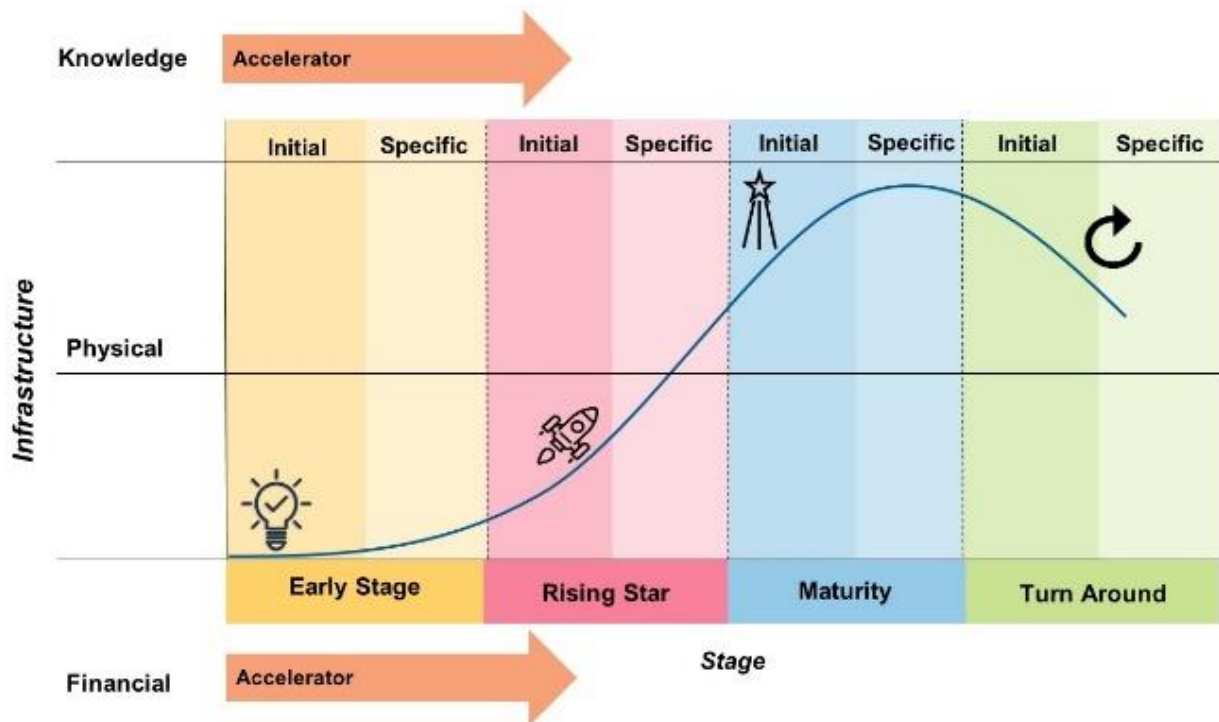
คำชี้แจง โปรดเติมข้อความในช่องว่าง และทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน โดยผลการศึกษานำไปใช้ในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับ MSE ต่อไป

- 2.1 กิจการของท่านอยู่ในภาคธุรกิจใด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อที่ตรงกับธุรกิจท่านมากที่สุด)
- 1) การผลิต
(ระบุลักษณะการดำเนินธุรกิจ).....
- 2) การค้า
(ระบุลักษณะการดำเนินธุรกิจ).....
- 3) การบริการ
(ระบุลักษณะการดำเนินธุรกิจ).....
- 4) การเกษตร
(ระบุลักษณะการดำเนินธุรกิจ).....

2.2 กิจการของท่านอยู่ในประเภทธุรกิจใด

<input type="checkbox"/> 1) เกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง	<input type="checkbox"/> 12) กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์
<input type="checkbox"/> 2) การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	<input type="checkbox"/> 13) กิจกรรมวิชาชีพวิทยาศาสตร์และกิจกรรมทางวิชาการ
<input type="checkbox"/> 3) การผลิต	<input type="checkbox"/> 14) กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน
<input type="checkbox"/> 4) ไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ	<input type="checkbox"/> 15) การบริหารราชการ การป้องกันประเทศและการประกันสังคมภาคบังคับ
<input type="checkbox"/> 5) การจัดหาหน้า การจัดการน้ำเสียและของเสีย รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	<input type="checkbox"/> 16) การศึกษา
<input type="checkbox"/> 6) การก่อสร้าง	<input type="checkbox"/> 17) กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์
<input type="checkbox"/> 7) การขนส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยายนต์	<input type="checkbox"/> 18) ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ
<input type="checkbox"/> 8) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า	<input type="checkbox"/> 19) กิจกรรมการบริการด้านอื่นๆ
<input type="checkbox"/> 9) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	<input type="checkbox"/> 20) กิจกรรมการจ้างงานในครัวเรือน กิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการที่ทำขึ้นเองเพื่อใช้ในครัวเรือน
<input type="checkbox"/> 10) ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	<input type="checkbox"/> 21) กิจกรรมขององค์การระหว่างประเทศและภาคีสมาชิก
<input type="checkbox"/> 11) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย	<input type="checkbox"/> 22) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

2.3 ท่านคิดว่าศักยภาพของธุรกิจของท่านอยู่ในช่วงใด ในช่วงที่ 1-4



ส่วนที่ 3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความในช่องว่าง และทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน โดยผลการศึกษานำไปใช้ในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับ MSE ต่อไป

3.1 ท่านพบปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<p>1) ด้านกฎระเบียบ (กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ, การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT), ภาษีเงินได้นิติบุคคล, การเปิดร้านค้าออนไลน์, ใบอนุญาตต่าง ๆ เป็นต้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 1.1) กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 1.2) ความซ้ำซ้อนของขั้นตอน</p> <p><input type="checkbox"/> 1.3) ความล่าช้าในการดำเนินการ</p> <p>อธิบายปัญหา.....</p>
<p>2) ด้านตลาด (กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการซื้อและขายสินค้าและบริการของธุรกิจ เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ สถานที่ในการขาย เป็นต้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 2.1) ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.2) ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.3) ขาดแผนการตลาด</p> <p><input type="checkbox"/> 2.4) ช่องทางการขายไม่เพียงพอ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.5) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ไม่ประสบผลสำเร็จ</p> <p>อธิบายปัญหา.....</p>
<p>3) ด้านการเงิน (กิจกรรมเกี่ยวกับการบริหารเงินของธุรกิจ เช่น เงินทุนหมุนเวียน การกู้เงิน การชำระหนี้ เป็นต้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 3.1) ขาดเงินทุนหมุนเวียน</p> <p><input type="checkbox"/> 3.2) ขาดความน่าเชื่อถือ/เครดิต</p> <p><input type="checkbox"/> 3.3) ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้</p> <p><input type="checkbox"/> 3.4) ธุรกิจขาดทุน</p> <p>อธิบายปัญหา.....</p>
<p>4) ด้านปัจจัยสนับสนุน (กิจกรรมหรือสิ่งที่เป็นส่วนส่งเสริมในการประกอบธุรกิจให้เข้าไปด้วยดียิ่งขึ้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 4.1) ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า (Supplier)</p> <p><input type="checkbox"/> 4.2) มีปัญหาด้านการขนส่ง</p> <p>อธิบายปัญหา.....</p>
<p>5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้ (บุคลากรหรือแรงงานของธุรกิจ ที่ต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำงาน)</p>	<p><input type="checkbox"/> 5.1) ขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ</p> <p><input type="checkbox"/> 5.2) ขาดเทคโนโลยีที่มาช่วยในการดำเนินงาน</p> <p><input type="checkbox"/> 5.3) ขาดการฝึกอบรม พัฒนาทักษะ</p> <p><input type="checkbox"/> 5.4) ไม่มีความรู้เรื่องบัญชีและกฎหมาย</p> <p><input type="checkbox"/> 5.5) ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี</p> <p><input type="checkbox"/> 5.6) ไม่มีประสบการณ์ในธุรกิจ/ขาดความน่าเชื่อถือเพราะไม่มีประสบการณ์</p> <p>อธิบายปัญหา.....</p>
<p>6) ปัญหาอื่นๆ</p>	<p>6.1) (โปรดระบุ).....</p> <p>6.2) (โปรดระบุ).....</p>
<p>7) <input type="checkbox"/> ไม่ประสบปัญหา</p>	

3.2 ท่านต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจของท่านในด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<p>1) ด้านกฎระเบียบ (กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ, การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT), ภาษีเงินได้นิติบุคคล, การเปิดร้านค้าออนไลน์, ใบอนุญาตต่าง ๆ เป็นต้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 1.1) ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อลดขั้นตอน ลดระยะเวลา และลดความซ้ำซ้อนในการทำธุรกิจ ระบุรายละเอียด.....</p> <p><input type="checkbox"/> 1.2) ปรับปรุงกฎระเบียบ ลดข้อจำกัด ให้เอื้อต่อการทำธุรกิจมากขึ้น ระบุรายละเอียด.....</p> <p><input type="checkbox"/> 1.3) ปรับปรุงระบบภาษี นำเข้า-ส่งออก ระบุรายละเอียด.....</p> <p><input type="checkbox"/> 1.4) ลดสัดส่วนการสมทบเงินประกันสังคมของลูกจ้าง</p> <p><input type="checkbox"/> 1.5) การลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค (น้ำประปา/ไฟฟ้า)</p> <p><input type="checkbox"/> 1.6) การลดหย่อนภาษี เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีนำเข้า ภาษีเครื่องจักร ภาษีบุคคลธรรมดา</p> <p><input type="checkbox"/> 1.7) มีมาตรการ นโยบายส่งเสริมช่วยเหลือการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) ของธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ</p> <p><input type="checkbox"/> 1.8) มีการประกันความเสี่ยงทางธุรกิจที่ได้รับความเสียหายในการดำเนินนโยบาย</p>
<p>2) ด้านการตลาด (กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการซื้อและขายสินค้าและบริการของธุรกิจ เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ สถานที่ในการขาย เป็นต้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 2.1) เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online</p> <p><input type="checkbox"/> 2.2) ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business เช่น Grab, Airbnb เป็นต้น</p> <p><input type="checkbox"/> 2.3) จัดหาตลาด พื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.4) จัดหาตลาดส่งออกในต่างประเทศ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.5) การจัดประชุมเครือข่ายธุรกิจและงานแสดง/ขายสินค้า</p> <p><input type="checkbox"/> 2.6) การจับคู่ธุรกิจ Business Matching</p> <p><input type="checkbox"/> 2.7) มีหน่วยงานช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์/บริการเป็นที่รู้จักในช่องทางต่าง ๆ</p> <p><input type="checkbox"/> 2.8) มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านแผนการตลาด การผลิต/การบริการ เพื่อเพิ่มยอดขาย</p>
<p>3) ด้านการเงิน (กิจกรรมเกี่ยวกับการบริหารเงินของธุรกิจ เช่น เงินทุนหมุนเวียน การกู้เงิน การชำระหนี้ เป็นต้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 3.1) แหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ</p> <p><input type="checkbox"/> 3.2) การพักชำระหนี้และดอกเบี้ย/ ขยายเวลาการชำระหนี้</p> <p><input type="checkbox"/> 3.3) สินเชื่อเงินกู้ระยะยาว</p> <p><input type="checkbox"/> 3.4) สินเชื่อที่ไม่มีหลักค้ำประกัน</p> <p><input type="checkbox"/> 3.5) จ่ายเงินอุดหนุนแก่นายจ้าง เพื่อให้กิจการดำเนินได้ต่อไป</p> <p><input type="checkbox"/> 3.6) มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านการเงิน เพื่อเข้ามาช่วยฟื้นฟูกิจการ แก้ไขปัญหาการเงินโดยเฉพาะ</p> <p><input type="checkbox"/> 3.7) มีแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนที่นำเงินมาร่วมลงทุน (Angel Investor)/ การระดมทุน (Crowdfunding)</p> <p><input type="checkbox"/> 3.8) มีแหล่งเงินทุนจากกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)</p>

<p>4) ด้านปัจจัยสนับสนุน (กิจกรรมหรือสิ่งที่เป็นส่วนส่งเสริมในการประกอบธุรกิจให้เป็นไปด้วยดียิ่งขึ้น)</p>	<p><input type="checkbox"/> 4.1) มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน</p> <p><input type="checkbox"/> 4.2) มีศูนย์ให้บริการเทคโนโลยีนวัตกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ</p> <p><input type="checkbox"/> 4.3) มีหน่วยงานวิจัยที่ให้การสนับสนุนในการทำธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 4.4) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน</p> <p><input type="checkbox"/> 4.5) มี Co-working Space (พื้นที่ให้เช่าสำหรับทำงานชั่วคราว) สำหรับการประชุม ติดต่อธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 4.6) การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี นำระบบดิจิทัลเข้ามาช่วยในธุรกิจ เช่น E-Commerce/ E-Wallet Platform</p> <p><input type="checkbox"/> 4.7) มีระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ที่ปลอดภัย</p> <p><input type="checkbox"/> 4.8) มีระบบการจัดการคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง</p> <p><input type="checkbox"/> 4.9) มีโปรแกรมการจัดการธุรกิจ การขาย บัญชีสำเร็จรูป</p> <p><input type="checkbox"/> 4.10) มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการขนส่ง</p> <p><input type="checkbox"/> 4.11) มีระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ขนส่งได้ทั้งภายในและนอกประเทศ ติดตามสถานะได้ทุกเวลา</p>
<p>5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้ (บุคลากรหรือแรงงานของธุรกิจที่ต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำงาน)</p>	<p><input type="checkbox"/> 5.1) การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online</p> <p><input type="checkbox"/> 5.2) การอบรมทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการทำธุรกิจ เช่น บัญชี ภาษี กฎหมาย เป็นต้น</p> <p><input type="checkbox"/> 5.3) การเพิ่มทักษะและการสร้างทักษะใหม่ (Reskill/Upskill) ของพนักงานให้ตรงกับความต้องการของธุรกิจมากขึ้น</p> <p><input type="checkbox"/> 5.4) การอบรมความรู้ด้านการบริหารการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์</p> <p><input type="checkbox"/> 5.5) การฝึกอบรมพัฒนาทักษะของพนักงาน ผ่าน ศูนย์บ่มเพาะ Knowledge Center ระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ</p> <p><input type="checkbox"/> 5.6) การถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์ความรู้ และระบบเครือข่าย (Networking) เพื่อนำมาต่อยอดธุรกิจได้</p> <p><input type="checkbox"/> 5.7) การเพิ่มทักษะด้านการวางแผนการผลิต การควบคุมมาตรฐาน และคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ</p> <p><input type="checkbox"/> 5.8) ความรู้ในการจัดการทรัพยากร เช่น ระบบช่วยวางแผนและจัดการองค์กร ERP (Enterprise Resource Planning)</p>
<p>6) อื่นๆ</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	

3.3 ท่านต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจด้านใด

(กรุณาเรียงลำดับ 1 – 5 โดย 1 ต้องการมากที่สุด และ 5 ต้องการน้อยที่สุด)

- 1) ด้านกฎระเบียบ
- 2) ด้านการตลาด
- 3) ด้านการเงิน
- 4) ด้านปัจจัยสนับสนุน
- 5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

3.4 หากท่านได้รับความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจจากประเด็นข้างต้น ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านจะมีพัฒนาการเป็นอย่างไรต่อไป

- 1) ขนาดกิจการอยู่ในระดับเดิม แต่ยอดขายเพิ่มขึ้น
- 2) ขยายขนาดกิจการ และยอดขายเพิ่มขึ้น
- 3) ลดขนาดกิจการ แต่ยอดขายเพิ่มขึ้น
- 4) ไม่เปลี่ยนแปลง (ขนาดกิจการอยู่ในระดับเดิม ยอดขายเท่าเดิม)
- 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3.5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- 1)
- 2)
- 3)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ

การเข้าร่วมโครงการ	การเข้ารับบริการ																								
<p>4.1) ท่านเคยเข้าร่วมโครงการเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจของภาครัฐหรือไม่ (เช่น โครงการประชารัฐเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน, โครงการ SME ก้าวสู่ตลาด 4.0)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. เคย (ตอบข้อ 4.2)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 4.4)</p>	<p>4.5) ท่านเคยเข้ารับบริการในการพัฒนาธุรกิจจากภาครัฐหรือไม่ (เช่น การขอคำปรึกษาทางธุรกิจจากศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ, การตลาดจาก สสว. ศูนย์ OSS Center)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. เคย (ตอบข้อ 4.6)</p> <p><input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 4.8)</p>																								
<p>4.2) ท่านเคยเข้าร่วมโครงการฯ ของภาครัฐในกิจกรรมใดบ้าง</p> <p><input type="checkbox"/> 1) การสนับสนุนทางการเงิน</p> <p><input type="checkbox"/> 2) การให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 3) การตลาด</p> <p><input type="checkbox"/> 4) การพัฒนาองค์ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 5) มาตรฐานสินค้า</p> <p><input type="checkbox"/> 6) การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน</p> <p><input type="checkbox"/> 7) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ</p> <p><input type="checkbox"/> 8) การพัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐาน การประกอบธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 9) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....</p>	<p>4.6) ท่านเคยเข้ารับบริการฯ จากภาครัฐในกิจกรรมใดบ้าง</p> <p><input type="checkbox"/> 1) การสนับสนุนทางการเงิน</p> <p><input type="checkbox"/> 2) การให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 3) การตลาด</p> <p><input type="checkbox"/> 4) การพัฒนาองค์ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 5) มาตรฐานสินค้า</p> <p><input type="checkbox"/> 6) การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน</p> <p><input type="checkbox"/> 7) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ</p> <p><input type="checkbox"/> 8) การพัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐาน การประกอบธุรกิจ</p> <p><input type="checkbox"/> 9) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....</p>																								
<p>4.3) ความพึงพอใจโดยรวมของท่านในการเข้าร่วมโครงการฯ ของภาครัฐ</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>ระดับ</th> <th>น้อยที่สุด</th> <th>น้อย</th> <th>ปานกลาง</th> <th>มาก</th> <th>มากที่สุด</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ระดับ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด							<p>4.7) ความพึงพอใจโดยรวมของท่านในการเข้ารับบริการจากภาครัฐ</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>ระดับ</th> <th>น้อยที่สุด</th> <th>น้อย</th> <th>ปานกลาง</th> <th>มาก</th> <th>มากที่สุด</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ระดับ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด						
ระดับ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด																				
ระดับ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด																				
<p>4.4) ท่านไม่เคยเข้าร่วมโครงการฯ ของภาครัฐเพราะเหตุผลใด</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการฯ</p> <p><input type="checkbox"/> 2) ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา</p> <p><input type="checkbox"/> 3) ไม่สะดวกเรื่องการเดินทาง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) ไม่ตรงความต้องการ</p> <p><input type="checkbox"/> 5) สมัครเข้าร่วม แต่ไม่ผ่านการคัดเลือก</p> <p><input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....</p>	<p>4.8) ท่านไม่เคยเข้ารับบริการฯ จากภาครัฐ เพราะเหตุผลใด</p> <p><input type="checkbox"/> 1) ไม่ทราบว่ามีการให้บริการ</p> <p><input type="checkbox"/> 2) ไม่มีเวลาเข้ารับบริการ</p> <p><input type="checkbox"/> 3) ไม่สะดวกเรื่องการเดินทาง</p> <p><input type="checkbox"/> 4) ไม่ตรงความต้องการ</p> <p><input type="checkbox"/> 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....</p>																								

4.9) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการเข้าร่วมโครงการ/การบริการของภาครัฐ

.....

.....

.....

☺☺☺ ขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ☺☺☺

ภาคผนวก ง

ประเด็นในการสัมภาษณ์และการระดมความคิดเห็น

ประเด็นในการสัมภาษณ์และการระดมความคิดเห็น

ประเด็นหลักในการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก (ทั่วไป)

1. ข้อมูลทั่วไป
 - ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ เช่น วัฏจักรของธุรกิจ ประเภทของกิจการ รายได้ การจ้างงาน เป้าหมายองค์กรความรู้ จุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจ เป็นต้น
 - ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ เช่น กิจกรรมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเมือง จุดอ่อนและจุดแข็งเชิงพื้นที่ เป็นต้น
2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการต่อบริการของภาครัฐ (ผู้รับบริการ)
3. ความพร้อมและการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน องค์กร สถาบันการศึกษา หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ (ผู้ให้บริการ)
4. ประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการใช้บริการและการให้บริการ
5. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา (Roadmap) และยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ
6. ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนา MSE ในมิติต่าง ๆ ได้แก่
 - ด้านการเงินและแหล่งเงิน
 - ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม
 - ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน
 - ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
 - ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
 - ด้านกิจกรรมส่งเสริมรูปแบบพิเศษ
 - ด้านบทบาทและความร่วมมือของสถาบันการศึกษา
 - ด้านการตลาด ช่องทางการตลาด การจัดจำหน่าย
 - ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกายภาพ

ประเด็นหลักในการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก (สถานศึกษา)

1. ข้อมูลทั่วไป
 - ข้อมูลทั่วไปของสถานศึกษา เช่น หลักสูตร/โครงการอบรม/สัมมนาที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน MSE (Micro/Small Enterprises) เป็นต้น
 - ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ที่เอื้อต่อการสนับสนุน MSE เช่น กิจกรรมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม ในปัจจุบัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเมือง จุดอ่อนและจุดแข็งเชิงพื้นที่ เป็นต้น
2. การให้ข้อมูลข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์ และการสร้างการรับรู้ให้นักศึกษา ผู้ประกอบการ หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
3. การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมสำหรับ MSE เช่น การกำหนดนโยบาย และมาตรการต่าง ๆ การอบรมบุคลากรเพื่อเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ เป็นต้น
4. แนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการ MSE
5. ประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการให้บริการหรือสนับสนุน MSE
6. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา (Roadmap) และยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ
7. ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนา MSE ในมิติต่าง ๆ ได้แก่
 - ด้านการเงินและแหล่งเงิน
 - ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม
 - ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน
 - ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
 - ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
 - ด้านกิจกรรมส่งเสริมรูปแบบพิเศษ
 - ด้านบทบาทและความร่วมมือของสถาบันการศึกษา
 - ด้านการตลาด ช่องทางการตลาด การจัดจำหน่าย
 - ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกายภาพ

ประเด็นหลักในการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)

1. ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ เช่น กิจกรรมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาเมือง จุดอ่อนและจุดแข็งเชิงพื้นที่ เป็นต้น
2. ความพร้อมในการดำเนินงานและสนับสนุนเชิงพื้นที่เพื่อให้เกิดปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน องค์กร สถาบันการศึกษา หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ (ผู้ให้บริการ)
3. ความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการต่อการสนับสนุนจากภาครัฐ (ผู้รับบริการ)
4. ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนา MSE ในมิติต่าง ๆ ของแต่ละช่วงธุรกิจ ได้แก่
 - **ด้านกฎระเบียบ**
(กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ, การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT), ภาษีเงินได้นิติบุคคล, การเปิดร้านค้าออนไลน์, ภาษีนำเข้า-ส่งออก ใบอนุญาตต่าง ๆ เป็นต้น)
 - **ด้านการตลาด**
(กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการซื้อและขายสินค้า และบริการของธุรกิจ เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ สถานที่ในการขาย เป็นต้น)
 - **ด้านการเงิน**
(กิจกรรมเกี่ยวกับการบริหารเงินของธุรกิจ เช่น เงินทุนหมุนเวียน การกู้เงิน การชำระหนี้ เป็นต้น)
 - **ด้านปัจจัยสนับสนุน**
(กิจกรรมหรือสิ่งที่เป็นส่วนส่งเสริมในการประกอบธุรกิจให้เป็นไปได้ด้วยดียิ่งขึ้น เช่น เทคโนโลยี นวัตกรรม แพลตฟอร์ม โปรแกรมระบบการจัดการต่าง ๆ การรวมกลุ่ม Cluster ระบบการคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ ระบบการชำระเงิน เป็นต้น)
 - **ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้**
(บุคลากรหรือแรงงานของธุรกิจ ที่ต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำงาน เช่น การสนับสนุนจากศูนย์บ่มเพาะ การพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ และสร้างทักษะใหม่ การถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ เป็นต้น)
5. ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ
6. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา (Roadmap) และยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

ภาคผนวก จ

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมความคิดเห็น
(Focus Group)

จ

ภาคผนวก

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก กรุงเทพมหานคร

1. บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ จำกัด

วันที่ 30 มิถุนายน 2563 เวลา 10.00 น.

ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณวรพล พรวาณิชย์ (Founder & CEO)



บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ จำกัด (บริษัทฯ) เป็นผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง (Crowdfunding) มีแพลตฟอร์มผ่านเว็บไซต์ที่เป็นตัวกลาง (Funding Portal) ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โดยเป็นผู้เชื่อมโยงผู้ประกอบการธุรกิจและนักลงทุน เจ้าของธุรกิจสามารถขอระดมทุนเพื่อขยายธุรกิจ ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนหรือการทำรีไฟแนนซ์ ซึ่งบริษัทฯ จะเป็นผู้ประเมินความเสี่ยงของธุรกิจ เพื่อให้นักลงทุนสามารถรับกระแสเงินสดอย่างสม่ำเสมอพร้อมกระจายความเสี่ยงในการลงทุน

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ Service Business เช่น Logistics, E-commerce และบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่ทำ Infrastructure ให้ภาครัฐ รวมถึงธุรกิจที่ไม่ได้รับการตอบรับจากธนาคารในการกู้เงิน เนื่องจากไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ส่วนผู้ลงทุนใน Crowdfunding ส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป (Individual) ที่มีความรู้และต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูงและสามารถยอมรับความเสี่ยงได้สูง

ปัญหาและอุปสรรคหลักของ SME คือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความไม่รู้ และไม่ได้รับความไว้วางใจจากผู้ลงทุน บริการของบริษัทจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ต้องการเงินเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น เป็นการปิดช่องว่างในเรื่องดอกเบี้ย เนื่องจากดอกเบี้ยต่ำกว่าการกู้จากธนาคาร รวมถึงมีการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ SME และช่วยสร้างความมั่นใจให้นักลงทุน

การเพิ่มขนาด (Upscale) สำหรับธุรกิจ SME ควรสนับสนุน 3 ด้านคือ 1) Demand 2) Supply และ 3) Support Infrastructure ซึ่งภาครัฐควรมีการจัดสรรงบประมาณสำหรับธุรกิจ ผู้ต้องการกู้ หรือผู้ออกหุ้นกู้ ซึ่งมีเจตนาที่จะนำเงินไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจจริง ส่วนเงินทุนที่นำมาปล่อยให้ผู้กู้ที่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจาก Covid-19 มีผลกระทบต่อธุรกิจมาก นักลงทุนมีความกลัว ไม่กล้าที่จะลงทุน ควรมีงบอัดฉีดเพื่อช่วยตัวกลางมีการทำ Credit Rating เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุน ตลอดจนการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยอำนวยความสะดวก อาทิ Digital Lending การให้กู้ยืมโดยใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล Block chain/Marketing Platform/Data Platform การได้มาซึ่งข้อมูล การนำข้อมูลมาเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ซึ่งความท้าทายคือข้อจำกัดและกฎเกณฑ์

สิ่งสำคัญในการสร้าง Platform สำหรับ Crowdfunding คือ ความไว้วางใจ (Trust) และความปลอดภัย (Security) เช่น การการันตี การมีหนังสือรับรอง (Certificate) สำหรับ SME ที่ต้องการระดมทุน ภาครัฐอาจช่วยเพิ่มความมั่นใจโดยการการันตีผลตอบแทนขั้นต่ำที่นักลงทุนจะได้รับ หรือมีกองทุนเพื่อช่วยสร้าง Trust & Liquidity หากมีสิ่งที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นก็จะช่วยให้ Scale up ขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

- การจัดทำเกณฑ์คัดกรอง Micro และ SME ที่ดีมีคุณภาพและเชื่อถือได้ มีการทำจัดอันดับ (Ranking) เพื่อจับคู่หานักลงทุน (Investor) มาลงทุน โดยมีเกณฑ์ในการลงทุน เช่น อยู่ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย หรือกำลังเติบโต มีสิทธิบัตร (Patent) เป็นต้น อาจมีการแบ่งลำดับโดยการให้ดาวธุรกิจ บริษัท 4-5 ดาวต้องมีความน่าเชื่อถือ สร้างความมั่นใจให้นักลงทุนอย่างต่อเนื่อง เช่น คุณภาพของการให้บริการ และมีการทำ Credit Scoring และ Risk assessment อย่างต่อเนื่อง
- การสร้างปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ไม่ใช่เพียงแค่ข้อมูล แต่ต้องมีการเชื่อมต่อ (Connectivity) ที่ดีด้วย ต้องมีการสร้าง Platform ที่เหมาะสมกับแต่ละ SME ควรสร้างการรับรู้ ให้ความรู้ และความช่วยเหลือ SME ที่ล้มเหลว ควรมี Ecosystem ที่ช่วยสนับสนุนข้อมูลสำหรับ SME ที่ประสบปัญหา เช่น Legal Help ให้ข้อมูลทางด้านกฎหมายกระเปาะต่าง ๆ สำหรับการฟื้นฟูกิจการที่กำลังจะล้มละลาย หรือประสบปัญหา ควรสร้างการรับรู้และความเข้าใจว่ามีช่องทางให้ดำเนินกิจการต่อไปได้ เป็นต้น
- หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือ SME ที่ล้มเหลว ไม่ใช่ล้มแล้วไม่สามารถกู้เงินหรือชำระระบบได้อีก ควรมีการปรับเกณฑ์เพื่อสนับสนุน SME ที่ประสบปัญหา
- ควรมีการสร้างทัศนคติหรือ mindset เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ซึ่งควรได้รับการปลูกฝังตั้งแต่เด็กจากครอบครัวและสถานศึกษา

- สำหรับ SME เองควรมี Platform ในการ Trade เช่น ขายสินค้าในหรือต่างประเทศ เลียนแบบ Alibaba ใช้ Digital Coin ปรับ mindset ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน กำหนดกรอบในการทำธุรกิจให้ไม่แน่นหรือหลวมจนเกินไป ต้องเสี่ยงบ้างและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

2. สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย

วันที่

8 กรกฎาคม 2563 เวลา 9.00 น.

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. คุณโชนรังสี เถลิ้มชัยกิจ (ประธานสมาพันธ์ SME ไทย)
2. คุณแสงชัย อีรกุลวานิช (รองประธานสมาพันธ์ SME ไทย)
3. คณะกรรมการและสมาชิกสมาพันธ์



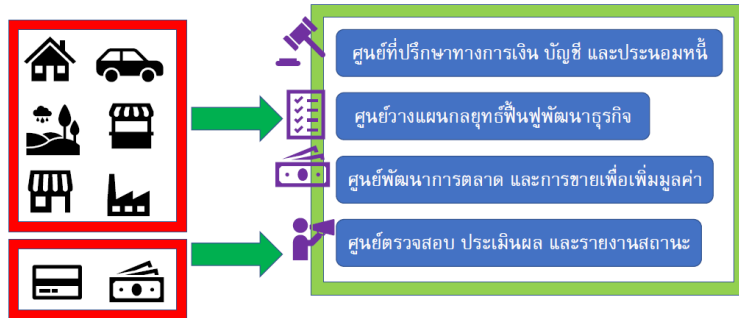
สมาพันธ์ฯ ก่อตั้งเป็นนิติบุคคลมาประมาณ 5 ปี มีการแบ่งโครงสร้างเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ส่วนภูมิภาค 2) ส่วนกลาง และ 3) เครือข่าย โดยการทำงานจะเน้นที่จุดอ่อน (Pain point) ของ SME คือ (1) การเงิน (2) เทคโนโลยี และนวัตกรรม มีการเชื่อมโยงกับกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และหน่วยงานอื่น ๆ ในการทำโครงการต่าง ๆ และเรื่องความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เช่น เรื่องการทำบัญชี ต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับทราบ และ (3) การตลาด ที่ต้องมีการบูรณาการกัน ความคาดหวังของสมาพันธ์ฯ คือ ต้องการให้เกิด Ecosystem ที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการมากที่สุด

ปัญหาที่ผ่านมาสาเหตุที่ทำให้ SME ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะขนาดเล็กและขนาดกลาง เป็นกลุ่มที่เปราะบาง ซึ่งเกิดความเหลื่อมล้ำ เกิดการกีดกันระบบการจำหน่ายที่ดิน ซึ่งดอกเบี้ยสูงมาก ซึ่งเป็นการปล่อยให้เกิดช่องว่าง ดังนั้นจึงต้องมีแพลตฟอร์มที่ต้องช่วยให้ผู้ประกอบการหลุดออกจากปัญหานี้ระบบนี้ และต้องมีรูปแบบการช่วยเหลือกลุ่มนี้ให้ออกจากนอกระบบให้ได้ เพราะกลุ่มนี้สามารถจ่ายหนี้ในระบบได้ ก็น่าจะมีความสามารถในการจ่ายหนี้ในระบบได้ และต้องมีกระบวนการในการสร้างการรับรู้ด้วย นับเป็น Ecosystem ที่จะมาช่วยเหลือกลุ่ม NPL ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ 1.กองทุนเพื่อพัฒนา SME และ 2.กองทุนฟื้นฟู NPL โดยกองทุนเพื่อพัฒนา SME จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งทุนที่ต้นทุนต่ำได้ คนที่มีโอกาสน้อยต้องมีโอกาสได้รับแต้มต่อเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ มีหลักการคือ ความเสี่ยงสูง ดอกเบี้ยต่ำ ต่างจากธนาคารทั่วไปที่ให้กับกลุ่มคนที่รับดอกเบี้ยปกติได้ ซึ่งเป็นการวิธีการสอนให้รู้จักการใช้เงิน การวางแผนธุรกิจ แต่กองทุนฟื้นฟู NPL เป็นกองทุนที่ช่วยเหลือ NPL แต่ควรมีการช่วยเหลือตั้งแต่เริ่มมีความเสี่ยง (เริ่มขาดทุน) ในขณะที่สถาบันการเงินไทยมีการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ รอให้เกิดหนี้เสียแล้วจึงมีการปรับโครงสร้าง ดังนั้น กองทุนฟื้นฟู NPL จึงมี Ecosystem ในการลดภาระในการชำระหนี้ และการดำเนินการด้านต่าง ๆ เช่น การเงิน บัญชี และคดีความ มีการวางแผนกลยุทธ์ฟื้นฟู และการนำสินทรัพย์มาพัฒนาทางการตลาด เป็นการช่วยบริหารสินทรัพย์ของลูกหนี้ และหลังจากแก้ NPL จะมีการติดตามผลว่าเป็นอย่างไร ทั้งนี้ส่วนบุคคลและกิจการ แต่กองทุนฟื้นฟูที่มีอยู่ทั่วไป เป็นการฟื้นฟูสถาบันการเงิน ไม่ใช่ลูกหนี้ ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ





สถาบันพัฒนาสินทรัพย์ NPL เพื่อการฟื้นฟู



สถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สร้างสรรค์



การเกิดปัญหานี้ NPL เพราะไม่ได้รับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างสร้างสรรค์ ทำได้โดยมีระบบที่ปรึกษา การลงทะเบียนและสร้างเครือข่าย และนำกลุ่มนี้มาถอดบทเรียน ให้เป็น Ecosystem อย่างหนึ่ง เพื่อให้เห็นถึงบทเรียนของความล้มเหลว ความผิดพลาดในแต่ละธุรกิจ

Ecosystem ในการขยายกำลังการผลิต หรือการเพิ่มขนาดของ SME (Upscale) ปัจจุบัน กรอ. กำลังทดลองทำตลาดหลักทรัพย์ SME แต่เล็กกว่า MAI นักลงทุนที่ต้องการลงทุน จะมีตลาดดังกล่าวเป็นตัวรองรับ ซึ่ง SME ที่ลงทุนน่าจะเป็น SME ขนาดกลาง

ในขณะนี้ Ecosystem ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันสำหรับ SME นั้น เป็นเพียงลักษณะของการให้ความรู้เบื้องต้น (Introduction) ซึ่ง Ecosystem ที่ดีควรมีการให้มืออาชีพ หรือนักธุรกิจจริงมาให้ความรู้ให้คำแนะนำ เนื่องจากการสอนจากผู้มีประสบการณ์จริง การเป็นหุ้นส่วนที่ดี ควรเข้ามาเติมในส่วนที่ผู้ประกอบการขาดไป ในขณะนี้หลักสูตรการอบรมมากมาย แต่บางโครงการอาจจะไม่ตอบโจทย์ที่ต้องการอย่างแท้จริง

การไปออกบูธที่ต่างประเทศ ควรให้พื้นที่กับ SME รายเล็กมากขึ้น และลดขนาดของรายใหญ่ลง เพื่อให้รายเล็กเข้าถึงโอกาสได้มากขึ้น หรือกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ควรมีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการสนับสนุนให้รายเล็กไปต่างประเทศได้ง่ายขึ้น

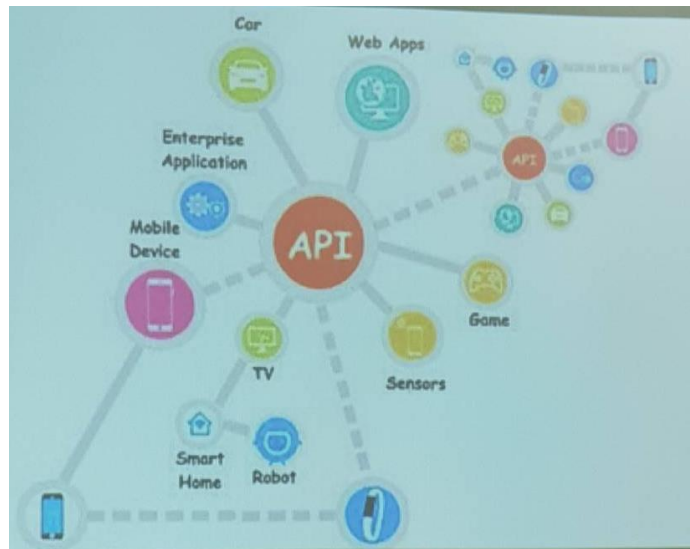
การส่งเสริม SME ต้องมีการบูรณาการให้เกิด PPP คือ Public Private Partnership โดยให้ทำการศึกษา E-Commerce ของแจ๊คหม่าในการทำการค้าออนไลน์ มีแพลตฟอร์มในการทำอย่างไร ซึ่งการดำเนินงานของไทยในปัจจุบันเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ โดยมีความร่วมมือ หรือการบูรณาการกันระหว่างกระทรวง ดังนั้นหากมีการดำเนินงานให้มี National Platform ที่มีการร่วมมือกันทุกภาคส่วน เพราะการทำออนไลน์ต้องอาศัย Big Data และทรัพยากรอื่น ๆ จำนวนมาก ซึ่งจะสามารถช่วย SME ได้ดียิ่งขึ้น

การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการระดับ Micro เข้ามาสู่ Platform ควรมีการสนับสนุนเชิงพื้นที่ก่อน และใช้ความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านเข้ามาช่วยเหลือ แบ่งเป็นกลุ่มตามระดับ อาทิ กำหนดให้ระดับ A ที่ประสบความสำเร็จเป็นต้นแบบ ให้กับระดับที่ต่ำกว่า เป็นต้น

การปกครองระดับท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบต. ส่วนใหญ่มีบทบาทในเรื่องการสร้างสาธารณูปโภค เช่น ถนน ซึ่งความจริงแล้วกลุ่มนี้เข้าถึงชุมชนได้ง่ายมาก แต่ก็ไม่มีบทบาทตรงนี้ แม้ว่าจะมีกฎหมายระบุให้เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน แต่ไม่ชัดเจนว่าควรทำอย่างไร จึงควรมีการกำหนดบทบาทการส่งเสริมให้ชัดเจน

การค้าชายแดน พบว่า มีความสำคัญมาก มีมูลค่าประมาณ 1 ล้านล้านบาท ตอนนี้มีปัญหาเรื่องการส่งออกสินค้าชายแดน การตรวจโรค ตรวจศุลกากร ควรมีโกดังหรือการลำเลียงสินค้าที่ลดการสัมผัสกัน และลดขั้นตอน/เอกสาร การส่งออกให้เกิดความคล่องตัวมากขึ้น และระบบการจัดส่งสินค้าผ่านแดน ควรมีคลังสินค้าชายแดน เพื่อให้เกิด Logistic ที่ง่ายขึ้น รวมทั้งการสั่งซื้อสินค้าในพื้นที่ชายแดน ควรมี Platform รวบรวมการส่งสินค้าให้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น ประกอบกับต้องมีระบบการชำระเงินร่วมกันระหว่างชายแดนที่น่าเชื่อถือมากขึ้น เพราะปัจจุบันต่างคนต่างกลัวว่าจะไม่ได้รับการชำระเงิน รวมทั้งปัญหาเรื่องสกุลเงินที่แตกต่างกัน ซึ่งควรมีการร่วมมือกันพัฒนาตรงส่วนนี้ จะช่วยการค้าชายแดนทำได้ดีกว่าเดิมมากขึ้น

ช่องทางการยกระดับ SME ในปัจจุบันมีการแก้กฎหมายหลายส่วน และมีการวางเป้าหมายให้เป็น Digital Ecosystem การติดต่อสื่อสารหลักจะผ่าน Smart Phone การใช้คอมพิวเตอร์จะเริ่มน้อยลง ดังนั้น ต้องมีการวางรากฐานผู้ประกอบการให้มีความเข้าใจต่อ Digital Ecosystem เพื่อรองรับระบบ Digital ในอนาคต ต้องปรับรูปแบบให้เข้าสู่ Mobile Application ให้ได้ เพราะถ้าในวันนี้ทำไม่ชัดเจน ในอนาคตจะทำได้ยาก



ส่วนการเตรียมความพร้อมให้ SME ในระดับมหภาค ต้องเข้าสู่พื้นฐานของ Technology คือ Hardware Software และ Peopleware เข้าสู่การเป็น Digital Transformation และเปลี่ยนจาก Offline เป็น Online แต่ในปัจจุบันระบบการชำระเงิน ผู้ประกอบการบางรายยังไม่เป็น Cashless และภาครัฐไม่สามารถบังคับให้ใช้ได้ ในขณะที่ภาครัฐต้องการให้เป็นสังคมแบบ Cashless แต่กลับออกกฎหมายตรวจสอบการโอนเงิน ซึ่งเป็นการขัดแย้งกันเอง ทำให้ผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงการตรวจสอบ

ข้อเสนอแนะ

- สสว. ควรมึบทบาทในการเข้าไปช่วยเหลือกลุ่มที่เกิดปัญหาหนี้ NPL และต้องมีการปรับโครงสร้าง มีพี่เลี้ยงคอยดูแล หลังจากนั้นควรมีทุนให้ส่วนหนึ่งเพื่อไปเริ่มธุรกิจใหม่ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีปัญหา เริ่มต้นใหม่ได้ยาก รวมทั้งการติดเครดิตบูโร เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ละธนาคาร มีดุลยพินิจของตัวเอง จึงไม่ปล่อยกู้ แม้ว่าจะผ่านมานานแล้ว ดังนั้นต้องมีกระบวนการดูแลกลุ่มนี้
- ควรมี Digital Factory หรือ OEM Service Solution Platform จะช่วยให้เกิดกระบวนการบริหารจัดการในการผลิตแบบ OEM ได้ดีขึ้น และจัดให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ผลิต OEM ที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งผลิตได้ เนื่องจากปัญหาหนึ่งของการผลิตแบบ OEM ในภูมิภาค คือ หาผู้รับจ้างผลิตไม่ได้ เนื่องจากไม่มีทุน และขาดความรู้ระบบการบริหารจัดการ (Knowhow)
- ต้องมีการส่งเสริมให้เกิดเครือข่าย การทำ Business Matching และการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ ในระยะยาว ไม่ใช่การอบรมในระยะสั้น 1-2 วัน ซึ่งอาจทำให้ไม่เห็นผล
- ควรมีการจัดงาน International Trade อาทิ THAIFEX ในประเทศไทยให้มากขึ้น และภาครัฐ สนับสนุนค่าใช้จ่ายให้นักธุรกิจจากต่างประเทศบางส่วน เพื่อชักจูงให้นักธุรกิจเข้ามาในประเทศ
- กำหนดบทบาทของการปกครองท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการระดับ Micro OTOP วิสาหกิจให้ชัดเจนขึ้น เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน
- ควรมีตัวแทนของผู้ประกอบการขนาดเล็ก เข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็น กรอ. จังหวัด เพื่อสะท้อนปัญหาของผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการแก้ปัญหาที่ตรงจุดได้มากขึ้น

3. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)

- วันที่ 8 กรกฎาคม 2563 เวลา 13.30 น.
- ผู้ให้สัมภาษณ์
1. คุณธนนทร์ พรายจันทร์ (ผู้อำนวยการสถาบัน)
 2. ดร.ธนันท์ อภิวันทนาพร (ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจต่างประเทศและการตลาด)



ISMED มีบทบาทในการพัฒนา SME และมุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการ และพัฒนาสภาพแวดล้อมให้ SME เติบโตต่อไปได้ โดยผู้ประกอบการแต่ละระดับจะมีรูปแบบการส่งเสริมที่แตกต่างกันไป แบ่งเป็น 3 ระดับ

- 1) Firm level สร้างผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการแข่งขัน และจะมีเรื่องขนาดเข้ามาเกี่ยวข้อง ถ้าเป็นรายเล็ก จะเป็นเรื่องการผลิต การขาย ถ้าเป็นขนาด S ขึ้นไป ถึง M ระดับต้น จะดูเรื่องระบบการบริหาร และระดับ M ขึ้นไป จะเป็นเรื่องประสิทธิภาพ การต่อยอดขึ้นไป และกลุ่ม M เป็นกลุ่มที่ขาดทุนมากที่สุด จึงต้องหาธุรกิจใหม่ ๆ เข้ามา
- 2) Ecosystem มองในเชิง Supply Chain และ Network ลักษณะธุรกิจของไทยส่วนใหญ่จะแยกตัว แต่คนที่มาเข้าโครงการกลุ่มนี้จะมีภาวะกระตือรือร้นสูง อยากมีเครือข่าย
- 3) พื้นที่ ในการทำโครงการต้องพึ่งพาความพิเศษของพื้นที่

ตอนนี้มีโครงการการสร้าง Coach 4.0 และค้นพบไม่ว่าธุรกิจจะอยู่ในระดับไหนต้องมีลมใต้ปีก ซึ่ง McKinsey ประเมินว่าตอนนี้โลกกำลังเข้าสู่ Ecosystem ยุคใหม่ ธุรกิจทุกขนาดต้องวิ่งไปคู่กัน แต่ในขณะนี้ยังไม่ชัดเจนว่าลมใต้ปีกคืออะไร ส่วนเรื่อง Covid-19 อุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 30-40 จะหายไป ซึ่งขณะที่สิงคโปร์กำลังพูดถึงเรื่อง Next wave ที่ไปไกลกว่า New normal แล้วที่กำลังกล่าวถึงว่าเทคโนโลยีจะไปทางไหน และธุรกิจขนาดเล็กก็ต้องมุ่งไปทางนั้นด้วย ก็จะสามารถอยู่รอดได้ ซึ่งถือเป็นลมใต้ปีกอย่างหนึ่ง และเมื่อธุรกิจขนาดใหญ่เคลื่อนตัว ธุรกิจขนาดเล็กก็ต้องเคลื่อนตัวไปได้ด้วย

ธุรกิจขนาดเล็ก คาดว่าจะเป็นผู้ตอบสนอง New Consumption ในขณะที่ขนาดกลางยังเป็น Old Consumption ดังนั้น ต้องมีการปรับตัวให้ไปสู่ New Consumption ให้ได้ เพื่อไม่ให้ต่างประเทศเข้ามาปิดช่องว่างตรงนี้แทน ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์ว่า New Consumption คืออะไร แต่มีการคาดการณ์ว่าจะเป็น Landscape Consumption เช่น นักท่องเที่ยวจีน อินเดีย ที่มีกำลังซื้อที่จะเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ส่วนด้านสินค้าและการผลิตท้ายที่สุดก็ต้องมีการปรับตัวตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

CLMV เกิดเป็นตลาดแน่นอน สินค้ากลุ่ม Micro จะขายได้ยาก แต่กลุ่มนี้จะซื้อสินค้าระดับ S ขึ้นไป โจทย์นี้ต้องแก้ไขให้ได้ ตอนนี้ปัญหาที่เจอ คือ ธุรกิจขนาดเล็กจะมีปัญหา Economy of Scale ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยแพง ขาดเงินทุนไปพัฒนาด้านอื่น ๆ แต่ ขนาด S และ M จะมีทุนทำการตลาดและการพัฒนาสินค้า

การค้าออนไลน์ ผู้ขายติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรง ทำให้สามารถคาดการณ์ได้เลยว่าจะขายสินค้านั้น เป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่ ในวันนี้ผู้ขายต้องพึ่ง Social Commerce ให้ได้มากที่สุด และต้องส่งเสริมให้ผู้ขายเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อเอามาทำการตลาดให้ได้ ตอนนี้ทางเมืองจีนทำการผลิตตามความต้องการของลูกค้า (Demand) หรือทำสินค้าขึ้นมาเป็น Prototype ก่อน ไม่ได้ทำการผลิตก่อนแล้วค่อยเอามาขาย จึงไม่ต้องกังวลว่าจะขายไม่ได้ จึงอยากให้เกิดแบบนี้กับไทย

ตอนนี้ทั่วประเทศไทยมีการทำ Class Online ประมาณร้อยละ 95 แต่หลังจากเรียนแล้วไม่ทราบว่าจะต้องทำอะไรต่อ เพราะขาดข้อมูล จึงต้องมีการส่งเสริมให้เข้าถึง Data Platform ปัญหาหนึ่งคือ บุคลากรที่จะเข้ามาทำตรงนี้มีไม่มาก หรือมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา ส่วน OEM ระดับ SME จะไม่มีข้อมูลของลูกค้า ซึ่งต้องข้ามผ่านจุดนี้ให้ได้ และระดับ Micro จะต้องเอาข้อมูลมาใช้ให้เกิด Smart Business ให้ได้ ในการเริ่มเก็บข้อมูลต้องมีการเก็บข้อมูลในโครงการต่าง ๆ ให้กลับมารวมศูนย์ และสินค้าที่ขายไปต้องมีการเก็บข้อมูลจากการยิง QR Code ของผู้บริโภค

ข้อมูลจะช่วยเกิดการบริหารจัดการการผลิตได้ง่ายขึ้น อาทิ การผลิตสินค้าเพื่อมาขายแบบ Flash Sale จะสามารถคาดการณ์ได้ว่าสินค้าจะขายได้หรือไม่ หรือต้องผลิตมาเพื่อขายให้กลุ่มไหน ปริมาณเท่าไร ต่างจากเมื่อก่อนที่ต้องทำแบบสอบถาม ในตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็น Digital trend สามารถค้นหาได้จากอินเทอร์เน็ต

ระบบการชำระเงินออนไลน์ในประเทศไทยยังมีข้อจำกัด เรื่องการบังคับใช้ ซึ่งธุรกิจขนาด Micro น่าจะเป็นกลุ่มที่เข้าถึงระบบการชำระเงินแบบออนไลน์ได้ง่ายที่สุด มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ร้านอาหาร ตามสั่ง ร้านกาแฟ และกลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนในช่วง Covid-19 มีการเปลี่ยนรูปแบบการขายไปยังรูปแบบออนไลน์มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

- ต้องมีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปแบบ Data Platform เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเอาข้อมูลไปใช้ต่อยอดทางธุรกิจได้
- ควรแบ่งกลุ่ม SME และ MSE เป็นระดับต่าง ๆ และเอาผู้ประกอบการมาทำการอบรม สอน กระบวนการต่าง ๆ ตามความสามารถของแต่ละกลุ่ม

4. หอการค้าไทย-จีน

วันที่

16 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.

ผู้ให้สัมภาษณ์

1. คุณจิตติ ตั้งสิทธิ์ภักดี (ประธานคณะกรรมการ)
2. คณะกรรมการและสมาชิก



บทบาทสำคัญของหอการค้าไทย-จีนคือ การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีน ในปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 800 ราย มีทั้งองค์กร สมาคม สมาพันธ์และบริษัทต่าง ๆ หอการค้ามีอายุประมาณ 110 ปี ในปัจจุบันอยู่ในสมัยที่ 27 เน้นการทำกิจการการค้าระหว่างไทยและจีนเป็นหลัก แนวทางการบริหารของหอการค้าคือมีการสำรองเงินทุนส่วนหนึ่งเก็บไว้

องค์กรภาครัฐมีมิติที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างไทยและจีนคือ ไทยเน้นการกำกับ ควบคุม ดูแล แต่จีนเน้นการส่งเสริม สนับสนุน เช่น SME ไทยจำนวนมากที่ทราบเกี่ยวกับการจดลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า การทำบัญชีให้เป็นระบบ การจัดการต้นทุน และความรู้เรื่องกฎหมาย ภาครัฐของจีน มีการช่วยเหลือ SME ในแต่ละ Cluster ค่อนข้างมาก ทั้งในเรื่องการใช้เทคโนโลยี เน้นการสร้าง ABC (AI, Big Data, Cloud) และการช่วยเหลือทางการเงิน มีส่วนช่วยให้ SME สามารถขอกู้เงินจากสถาบันการเงินได้ง่ายขึ้น ตลอดจนช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้นด้วย

ประเทศจีนมีระบบการเงินสมัยใหม่ SME ส่วนใหญ่ใช้ Platform การชำระเงินออนไลน์มากกว่าใช้เงินสด มีต้นทุนในการจัดการต่ำ มีการไหลของข้อมูลสามารถตรวจสอบได้ง่าย การเข้าสู่ Cashless Society จึงช่วยส่งเสริม SME จีนได้ค่อนข้างมาก การใช้ Digital Currency ชำระเงินโดยตรงต่อไปอาจไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลางอย่างเช่น Alipay แล้ว ทำให้ไม่เสียค่าธรรมเนียม ซึ่งประเทศไทยกำลังพัฒนาในส่วนนี้ ส่วนการเชื่อมต่อชำระเงินระหว่างประเทศเพื่อนบ้านยังคงต้องใช้เวลา เนื่องจากกฎระเบียบของกรมศุลกากร การรับรองจาก อย. หรือหน่วยงานอื่น ๆ ยังมีข้อกำหนดค่อนข้างมาก ดังนั้น เพื่อให้เป็นการอำนวยความสะดวกทางการค้าภาครัฐจึงควรแก้กฎหมายในการนำเข้าส่งออกสินค้าก่อนอันดับแรก จึงจะสามารถพัฒนาส่วนอื่นต่อไปได้

ปัญหาหลักเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจในไทย คือ กฎหมาย กฎระเบียบ ระบบการบริหารและนโยบายภาครัฐต่าง ๆ เช่น ภาครัฐให้สิทธิพิเศษบางอย่างแก่คนจีนมากกว่าคนไทย การนำเข้าอะไหล่มาเพื่อผลิตเครื่องจักรที่ใช้ในการเกษตรต้องเสียภาษี ธุรกิจบางรายจึงต้องนำเข้าเครื่องจักรทั้งเครื่อง การวางผังเมืองจัดพื้นที่ในประเทศไทยไม่เหมาะสม เช่น บางประเทศมีพื้นที่การเกษตรติดกันเป็นหมื่นไร่ สะดวกในการบริหารจัดการ แต่พื้นที่ทางการเกษตรของไทยค่อนข้างกระจัดกระจาย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีปัญหาหนี้สินของธุรกิจ SME ในไทย เกิดเนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กไม่สามารถกู้เงินผ่านระบบได้ จึงต้องกู้เงินนอกระบบ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาหนี้สินเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

- ในปัจจุบันหากเกิดวิกฤติในประเทศ SME ขนาดใหญ่เท่านั้นที่จะอยู่รอด เนื่องจากอยู่ใน Supply chain ของธุรกิจขนาดใหญ่ สลว. จึงต้อง Think Small Think Micro เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่มีเกราะป้องกันอยู่แล้ว
- ควรจำลองวงจรธุรกิจของบริษัทขนาดใหญ่ตั้งแต่การผลิต การตลาดและการส่งถึงผู้บริโภค เพื่อเป็นต้นแบบในการบริหารจัดการเพื่อให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงรายย่อยสามารถอยู่รอดได้ในยามวิกฤติ
- นโยบายเน้นการสร้างงานในประเทศของภาครัฐไม่จำเป็นต้องเน้นที่บริษัทขนาดใหญ่เสมอไป เช่น การใช้ Automation ช่วยให้โรงงานลดคนงานลง แต่ทำให้คนว่างงานเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ อาจเปลี่ยนมาเน้นการสร้างงานใน SME แทน เนื่องจากการลงทุนใน Automation ทุก ๆ 1 ล้านบาทเทียบเท่ากับ การสร้างงานได้ 3 – 4 คน ซึ่งจะเห็นได้ว่า บริษัทใหญ่ที่ใช้ Automation จะสร้างงานได้ลดลง ในขณะที่การสร้างงานยังสามารถเติมเต็มได้โดย SME ทั้งนี้ การสร้างงานใน SME ควรมีการดูแล ทั้งวงจรของธุรกิจ ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน ทั้งธนาคารพาณิชย์ และหน่วยงานในระดับอำเภอ และจังหวัด รวมถึงการสร้างกฎเกณฑ์เกี่ยวกับเรื่องเงินกู้สำหรับธุรกิจ SME ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้วงจรธุรกิจขนาดเล็กเติบโตขึ้นได้
- ภาครัฐควรเน้นที่จุดแข็งของไทย คือการส่งเสริมการเกษตร โดยส่งเสริมให้คนว่างงานไปทำงานด้านการเกษตรแทน เช่น สหกรณ์ผลไม้ ทำให้เข้มแข็งขึ้น สร้าง SME ทางด้านนี้ให้แข็งแกร่งขึ้น เป็นต้น
- ภาครัฐไม่ควรแก้ปัญหการได้รับผลกระทบจากวิกฤติโรคระบาดด้วยการให้เงินเยียวยาเพียงอย่างเดียว ควรส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตัวเองของ SME ด้วย
- ควรเน้นการอบรมให้ความรู้ในการใช้สื่อออนไลน์ในการกระจายสินค้ามากขึ้น
- สำหรับการแก้ปัญหาการกู้เงินนอกระบบของ SME อาจมีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งสหกรณ์ เพื่อช่วยเหลือกันภายในกลุ่มสมาชิก หรือส่งเสริมให้เกิดการออมร่วมกัน เช่น ตลาดสดอาจมีการออกนโยบายว่าทุกรายการชำระเงินต้องทำผ่านระบบออนไลน์ และมีการหักค่าธรรมเนียมเข้าเป็นกองทุน เพื่อเป็นการระดมทุนไว้สำหรับช่วยเหลือ SME ต่อไป
- ภาครัฐควรเน้นการส่งเสริม และสนับสนุนมากกว่าการกำกับและควบคุม และควรมีการปรับปรุงระบบราชการก่อนเป็นอันดับแรก เช่น การนำเข้าส่งออกสินค้า ควรมีการปรับปรุงระบบราชการ เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ การให้บริการภาครัฐจึงควรเป็นแบบ one stop service ควรมีหน่วยงานเดียวในการดูแล ตรวจสอบสินค้าที่นำเข้าและส่งออกให้จบในที่เดียวเพื่อความสะดวกรวดเร็ว

- ควรมีการกระจายอำนาจให้ Local Government มากขึ้น คล้ายกับประเทศจีนที่มีนโยบายการทำงานให้หน่วยงานท้องถิ่นมีอำนาจในการตัดสินใจ และมี KPI ของระดับท้องถิ่นเอง เพื่อช่วยให้การส่งเสริมธุรกิจในระดับท้องถิ่นมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การสนับสนุน SME โดยผ่านโครงการต่าง ๆ ควรมีความต่อเนื่อง มีการพัฒนาทักษะของความเป็นผู้นำ และทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ
- ภาครัฐควรผ่อนคลายเรื่องภาษี ปรับขึ้นของรายได้ธุรกิจในการเสียภาษี ลดความกังวลและภาระงานในการจัดการบัญชี แล้วเน้นส่งเสริมในสิ่งที่ SME จำเป็นต้องมีก่อน
- ควรส่งเสริมจุดแข็งของ SME ไทยให้เข้มแข็งก่อน เช่น ผลไม้ไทยตามฤดูกาล เป็นต้น

5. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

วันที่ 24 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.00 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณวุฒิชัย ประชาพร
(ผู้อำนวยการกองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม)



บทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ได้แก่ การพัฒนา SME โดยในช่วงแรกเน้นการส่งเสริมภาคการผลิต แต่ในปัจจุบันมีการส่งเสริมภาคบริการและการค้ามากขึ้น โดยมีการแบ่งช่วงในการพัฒนาออกเป็น 2 แบบ คือ การพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ และการพัฒนาผู้ประกอบการเดิม สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ หรือ Startup มีการส่งเสริม 3 ด้าน (NEC) คือ New, Entrepreneur และ Creation โดย กสอ. จะดูแลผู้ประกอบการที่ก่อตั้งไม่เกิน 3 ปี เพิ่งเริ่มต้นกิจการ ต้องการเงินทุนและเทคโนโลยี และสำหรับผู้ประกอบการเดิมที่เป็น SME แล้ว จะอยู่ในความดูแลของกองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ Regular, Strong และ Global ซึ่ง กสอ. จะพัฒนามาตรฐานการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพ (productivity) การพัฒนานวัตกรรม (Innovation) สร้างเครือข่ายในแต่ละพื้นที่หรือ การรวมกลุ่ม Cluster ทั้งนี้ ทาง กสอ. จะมีศูนย์พัฒนาในพื้นที่ส่วนภูมิภาคเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

สำหรับปัจจัยแวดล้อมที่ทางกองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรมมีการส่งเสริมการพัฒนา ผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม กลุ่มเป้าหมายแบ่งเป็น SP (Service Provider) ทั้งภาครัฐและเอกชน และ BDSP (หน่วยธุรกิจภาคเอกชนและรัฐ) โดยมีการพัฒนาและสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการ (หรือการพัฒนา ทางด้าน Supply Side) การพัฒนาผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษา เช่น บริษัท consult สถานศึกษา Regional Industry Service Provider พัฒนาฝั่ง Supply Side 11 ด้าน โดยมีผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาในแต่ละด้าน ช่วยให้การดำเนินงานเบื้องต้นไปถึงคำแนะนำเชิงลึก รวมถึงมีวิทยากรให้ความรู้เฉพาะด้าน

ส่วน Demand Side มีการพัฒนาระบบรับเรื่องวินิจฉัยและส่งต่อ ซึ่งส่วนสำคัญในการพัฒนาด้านนี้ ขึ้นอยู่กับทัศนคติ (Mindset) ของผู้ประกอบการหรือความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) รวมถึง การปรับใช้เทคโนโลยีด้วย ทาง กสอ. มีการพัฒนา Platform ในการให้บริการต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์ ความต้องการของ SME และประชาชนทั่วไปที่อยากมีธุรกิจ โดยสามารถผ่านกระบวนการบ่มเพาะ ส่งเสริม ให้เกิดความเข้มแข็งผ่านการวิเคราะห์ Gap ก่อนและจึงมาพัฒนาในส่วนที่ขาดต่อไป รวมถึงการส่งเสริมให้มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบมากขึ้น โดย กสอ. ได้รับงบประมาณจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) เน้นพัฒนาในเชิงการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ แต่สำหรับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมหรือ Ecosystem นั้นยังแยกพัฒนาเป็นส่วน ๆ ยังไม่มีการเชื่อมโยงกันแบบบูรณาการ

การพัฒนา Onsite/Offline Service ในช่วง Covid-19 นั้นทำได้ยาก ทาง กสอ. มีการปรับตัว โดยให้บริการต่าง ๆ ในรูปแบบ Online มากขึ้น และเกิด New normal คือมีการให้บริการแบบผสมผสาน ทั้ง Online และ Offline Service

ข้อจำกัดในการพัฒนาคือ งบประมาณที่ได้เป็นแบบรายปี ทำให้พัฒนาได้ไม่ต่อเนื่อง การพิจารณา งบประมาณควรแบ่งแยกหน่วยงานให้ชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงการทำงานซ้ำซ้อน รวมถึงการบริการแบบออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และสามารถเข้าถึงในส่วนที่ไม่ต้องใช้งบประมาณได้ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งวิธี ในการแก้ไขปัญหางบประมาณ

มาตรฐาน กฎระเบียบและกลไกภาครัฐ เอื้อหรือเป็นอุปสรรคต่อ SME แตกต่างกันไปตามลักษณะ ของธุรกิจ Pain Point ของ SME ส่วนใหญ่คือเรื่องมาตรฐานการผลิต ผลิตภัณฑ์และคุณภาพ ถ้าเป็น การรับจ้างผลิต (OEM) ต้องมีมาตรฐานการผลิต ส่วนผลิตภัณฑ์ต้องดูปลายทางที่จำหน่ายว่าจำเป็นต้องมี มาตรฐานระดับใด ทั้งนี้ ขึ้นกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้วย เช่น เครื่องมือแพทย์ ต้องมีมาตรฐานทางการแพทย์ การเข้าถึงผู้ใช้ (User) ก็เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

- เนื่องจาก SME มีจำนวนมาก หน่วยงานเดียวไม่สามารถดูแลทั้งหมดได้ทั่วถึง การพิจารณา งบประมาณให้แต่ละหน่วยงานจึงควรแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบให้ชัดเจนในแต่ละด้าน เพื่อหลีกเลี่ยง การทำงานซ้ำซ้อน ยกตัวอย่างเช่น กสอ. เน้นส่งเสริมด้านการผลิต ส่วน สสว. เน้นส่งเสริมด้าน การบริการ โดยทำงานในลักษณะ Partner มีการแบ่งปันข้อมูลและบูรณาการข้อมูลร่วมกัน เป็นต้น

- สำหรับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จหรือ Success Case ส่วนหนึ่งปัจจัยที่สำคัญอยู่ที่ตัว SME เองด้วย เนื่องจากการผลักดันคนที่ไม่พยายามเดินเองให้เดินนั้นเป็นเรื่องยากกว่าคนที่มีความพยายาม ดังนั้น การเลือกคนที่ใช่เข้ามาให้ได้รับการส่งเสริม โอกาสในการเป็น Success Case ย่อมสูงกว่า
- กลไกในการเลือกผู้ประกอบการเข้าโครงการใช้สิทธิ First Come First Serve ซึ่งในอนาคตควรมีกระบวนการคัดกรอง เพื่อเพิ่มจำนวน Success Case โดยมีระดับในการคัดกรองเพื่ออบรมความรู้ ได้ตรงกับคุณสมบัติ และเพื่อให้ผู้ที่เหมาะสมเข้าถึงทรัพยากรซึ่งมีจำกัดได้มากกว่าคนทั่วไป
- ปัญหาส่วนใหญ่ที่ SME ต้องเผชิญคือเงินทุน แต่หากธุรกิจมีรายได้ต่อเนื่อง ก็ไม่จำเป็นต้องมีเงินทุน ดังนั้น SME ควรปรับตัว สร้างศักยภาพให้เข้มแข็ง เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติ เช่น Covid-19 จึงจะสามารถประคับประคองธุรกิจให้รอดพ้นจากวิกฤติได้ เงินทุนจึงยังไม่ใช่อุปสรรคสำคัญที่สุด แต่ต้องเป็นศักยภาพและความเข้มแข็งจากภายในของ SME เอง
- การรวมกลุ่มธุรกิจ การทำ Data Analytics การแบ่งปันข้อมูลกัน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ หาก SME สามารถเข้าถึงข้อมูลได้จะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การรวมกลุ่มแบบ Food Truck สินค้าต่างกัน แต่นำเสนอจุดแข็งของแต่ละรายมารวมกัน ใช้รูปแบบการจ่ายเงินแบบสมัยใหม่ร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่ม Food Truck ด้วยตนเอง
- การแข่งขันกับต่างประเทศ ทั้งประเทศจีนและอินเดีย เป็นสองประเทศที่มีประชากรรวมกันเกือบครึ่งโลก ซึ่งมีอิทธิพลมากและมีจุดแข็งกว่าประเทศไทยในหลายด้าน เช่น การแข่งขันทางด้านราคา SME ไทยไม่ควรแข่งขันกับจีนในด้านราคาใน E-Marketplace เนื่องจากต้นทุนของไทยสูงกว่า ดังนั้น จึงควรใช้จุดแข็งอื่นในการแข่งขัน ต้องพิจารณาว่าสินค้าจีนที่ขายในไทยได้อยู่ประเภทใด และสินค้าไทยที่ยังขายได้อยู่ในประเภทใด และเน้นการส่งเสริมให้ตรงจุด เช่น ไทยมีจุดเด่นเรื่องผลไม้ที่สามารถแข่งขันกับจีนได้ หรืออาจเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา หรือการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นไทยผ่าน Social หรือ E-Commerce โดยเน้นนำเสนอเอกลักษณ์และความเป็นไทยในแต่ละพื้นที่ลงไป (Individual/ Area-based Product)
- สิ่งสำคัญที่สุดของการสร้างปัจจัยแวดล้อมเพื่อสนับสนุน SME และธุรกิจ Micro คือ หน่วยงานส่วนกลาง หรือสสว.ควรเป็นผู้รวบรวมข้อมูลและทำการเชื่อมโยงข้อมูลของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และแบ่งปันข้อมูลกันเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลร่วมกัน

6. กรมส่งเสริมการเกษตร

วันที่ 4 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณวชิรา ไผ่เจริญมงคล
(ผู้อำนวยการกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร)



บทบาทหลักของกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร คือการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน โดยมี 3 บทบาทหลัก ดังนี้

1. การขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชน โดยมีหน่วยงานระดับพื้นที่ เกษตรอำเภอเป็นนายทะเบียน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร จึงจะได้รับการส่งเสริม
2. ทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สลคช.) มี 2 ระดับ ได้แก่ ระดับประเทศ ขึ้นตรงกับสำนักนายกรัฐมนตรี และระดับจังหวัด มีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน และเกษตรอำเภอเป็นคณะกรรมการ ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน นำเสนอนโยบายให้คณะรัฐมนตรี ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนดำเนินการได้
3. บทบาทตามภารกิจหลัก คือสนับสนุนองค์กรเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง สามารถสร้างรายได้ และพึ่งพาตนเองได้

ปัจจุบันมีกลุ่มวิสาหกิจที่ได้รับการส่งเสริม 1,700 กลุ่ม ตามงบประมาณที่ได้รับ นอกจากนี้ ยังมี การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ แต่ยังไม่ใช่ Startup โดยมีการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อให้มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี สมาชิกแต่ละกลุ่มมีจำนวนตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป ร่วมกันบริหารจัดการ แบ่งปันข้อมูลและความรู้ภายในกลุ่ม ส่งเสริมให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืน แต่ไม่เน้นรายได้สูงสุด มีการปลูกฝังให้ทำงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่โครงสร้างคณะกรรมการกลุ่ม การให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร การจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ การจัดการเงินทุน และระดมทุนภายในกลุ่ม โดยให้สมาชิกมีความเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ ซึ่งมีการแบ่งปันทุนทั้ง 3 ประเภท คือ ทุนทางการเงิน ทุนภูมิปัญญา และทุนที่เป็นทรัพยากรต่าง ๆ โดยเน้นการรักษาสภาพแวดล้อม ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งของทุนที่สมาชิกนำมาร่วมแบ่งปันกัน จะจัดสรรให้เป็นสวัสดิการสำหรับสมาชิก เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าทำคลอด ค่าใช้จ่ายในการจัดงานประเพณีท้องถิ่น และค่าทำศพ เป็นต้น

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เน้นการปลูกฝังแนวคิดให้รุ่นลูกรุ่นหลาน เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีทักษะในการบริหารจัดการ การตลาด และ การใช้เทคโนโลยี จึงมองเห็นโอกาสที่จะกลับมาพัฒนากิจการด้านการเกษตรของบ้านเกิด

การวัดผลและประเมินศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการประเมินศักยภาพทั้งก่อนและหลัง เข้าร่วมโครงการ แบ่งคะแนนเป็น 3 ระดับคือ ดี ปานกลาง ปรับปรุง โดยมีการประเมินทั้งหมด 7 หมวด ได้แก่ ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน การบริหารตลาด การจัดการ ความรู้และข้อมูล การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การจัดการสินค้าหรือบริการ และผลลัพธ์การดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมและโครงการที่ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจัดขึ้นนั้น เป็นการเริ่มทำตั้งแต่ต้นน้ำ และกลางน้ำ แต่ในส่วนปลายน้ำยังทำได้ไม่มาก เนื่องจากปัญหางบประมาณและความต่อเนื่องของงบประมาณ ไม่เหมาะสม กับจำนวนเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนที่เป็นสินค้าทางการเกษตร ซึ่งมีจำนวนมาก แต่งบประมาณที่ได้รับ มีจำกัด ทางกองส่งเสริมจึงไม่สามารถสนับสนุนได้อย่างทั่วถึง ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มเกษตรกรที่สนับสนุนนั้น จะเน้นการลดต้นทุน เพิ่มศักยภาพการผลิต และคุณภาพของผลผลิต โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ การแปรรูป สินค้าเกษตร และการท่องเที่ยวการเกษตร ซึ่งทางกองส่งเสริมจะดูแลในส่วนต้นน้ำ เช่น การอบรมให้ความรู้ เป็นหลัก แต่ในส่วนปลายน้ำ เช่น เรื่องการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย จะดูแลบางส่วนเท่านั้น ทั้งนี้ ในด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดตั้งตลาดเกษตรกร ในปัจจุบันมี 6 จังหวัดเท่านั้นที่ ดำเนินการถาวร

ทางกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีการปรับตัวในช่วงวิกฤติโควิด คือมีการทำตลาดเกษตรกร ออนไลน์ขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีแพลตฟอร์มเข้ามาใช้ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และให้ลูกค้า สามารถติดต่อกับเกษตรกรหรือผู้ขายได้โดยตรง ซึ่งการจัดทำตลาดเกษตรกรออนไลน์นั้นไม่มีงบประมาณ ในการสนับสนุน ทางกองส่งเสริมฯได้จัดทำเอง มีการประสานงานกับทางไปรษณีย์ เพื่อขนส่งและกระจาย สินค้า ช่วยลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด และสามารถช่วยเหลือเกษตรกรในช่วงวิกฤติอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาหลักในปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนคือ ปัญหาด้านการเงิน การเข้าถึงแหล่งเงินทุนค่อนข้างยาก ส่วนนิติบุคคลส่วนใหญ่มีปัญหาการจัดทำบัญชี การช่วยเหลือจากกองส่งเสริมในเรื่องการเชื่อมโยงวิสาหกิจ กับแหล่งเงินทุน ขึ้นอยู่กับโครงการ ซึ่งหลายโครงการมีสถาบันการเงินเข้าร่วมโครงการด้วย รวมถึงนโยบาย รัฐบาลและกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ทั้งนี้ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนขึ้นอยู่กับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนด้วย นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานของสินค้ายังไม่ครบและระบบการบริหารจัดการที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถยกระดับไปเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมได้

ข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อจำนวนของวิสาหกิจชุมชนหรือเกษตรกร เนื่องจากวิสาหกิจกลุ่มนี้มีจำนวนมาก เครือข่ายหรือโครงการบางประเภทจำเป็นต้องใช้เวลานานถึง 3 ปี จึงจะมีประสิทธิผล ทำให้ไม่สามารถส่งเสริมและสนับสนุนได้อย่างทั่วถึง รวมถึงความต่อเนื่องของงบประมาณควรให้การส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนเป็นจุดเริ่มต้นและรากฐานที่สำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ
- นโยบายของกระทรวงมีการกำหนดให้จัดตั้งตลาดเกษตรกรในทุกจังหวัด แต่ในทางปฏิบัติมีเพียงแค่ 6 จุดทั่วประเทศ การกำกับดูแลบางจังหวัดกรมดูแล แต่บางจังหวัดเป็นกระทรวงดูแล การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบยังไม่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถดำเนินการเปิดให้ครบตามนโยบายได้ จึงควรกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน และดำเนินการวัดผลอย่างจริงจัง
- ในปัจจุบันยังไม่มีเก็บข้อมูลการพัฒนาการของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากงบประมาณไม่ผ่านฐานข้อมูลในส่วนนี้จึงมีค่อนข้างน้อย หากภาครัฐสนับสนุนงบประมาณในส่วนนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและติดตามผลการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างมาก
- ภาครัฐอาจกำหนดแพลตฟอร์มในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจากส่วนกลางขึ้นมา และให้แต่ละพื้นที่นำไปปรับใช้ตามความเหมาะสม โดยกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรง
- การสร้างปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญคือ ปัจจุบันเน้นการปลูกฝังการบริหารวิสาหกิจโดยไม่ได้มองเฉพาะกำไรสูงสุด แต่เน้นการกระจายงานและกระจายรายได้เป็นหลัก มีการรวมกลุ่มและแบ่งปันทุนที่เป็นเงินทุน ทุนทรัพยากร และทุนภูมิปัญญา และมีการคืนประโยชน์ให้ชุมชน 5% เพื่อนำไปเป็นค่าใช้จ่ายงานบุญประเพณี ทุนการศึกษาเด็ก และสวัสดิการสมาชิก
- การทำโครงการนำร่องหรือ Pilot Project เมื่อภาครัฐให้งบประมาณในการนำร่องแล้ว ควรมีงบประมาณเพื่อপুরมให้สามารถสานต่อได้ด้วย เพื่อให้ทางกองส่งเสริมสามารถดูแลวิสาหกิจได้ตั้งแต่ต้นน้ำให้มีความเข้มแข็งก่อน เนื่องจากกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเปรียบเสมือนครูประถม และ สสว. เปรียบเสมือนครูมัธยม สามารถสานต่อการดูแลวิสาหกิจชุมชนที่จะยกระดับไปเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมต่อไปได้

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก จังหวัดชลบุรี

1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

วันที่	13 กรกฎาคม 2563 เวลา 10:30 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์	คุณวันชัย ปานเปี่ยมเกียรติ (ผอ.กลุ่มบริการธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ) คุณภารดี เสมอกิจ (ผอ.กลุ่มพัฒนาการส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรม) คุณนุจรี ผลบุญ (ผอ.กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงานภูมิภาค)



ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 (ศูนย์ส่งเสริมฯ) ได้รับมอบหมายในการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยให้การสนับสนุนแบบครบวงจรทั้งในด้านมาตรฐาน การเพิ่มศักยภาพการผลิต การนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงมีการอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการโดยผู้เชี่ยวชาญ สนับสนุนด้านการเงิน โดยกองทุนหมุนเวียน และมี Creative Industry Village ซึ่งบูรณาการกับหลายหน่วยงานเพื่ออำนวยความสะดวกและพัฒนา SMEs

โครงการอบรมของศูนย์ส่งเสริมฯ มีการติดตามงานของที่ปรึกษาโดยการสอบถามผู้ประกอบการ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาโครงการในปีต่อ ๆ ไป ปัญหาหลักระยะยาวในการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมฯ ในการพัฒนา SMEs คือ การเข้าถึงกลุ่มวิสาหกิจใหม่ ซึ่งอาจไม่ทราบถึงบริการและโครงการของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม หรืออาจไม่ต้องการเข้ารับความช่วยเหลือจากภาครัฐ รวมไปถึงงบประมาณที่จำกัดทำให้ไม่สามารถสนับสนุนผู้ประกอบการได้ทุกราย ศูนย์ส่งเสริมฯ ได้ให้ข้อมูลวิสาหกิจตามระยะการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้

วิสาหกิจขั้นเริ่มต้นเป็นวิสาหกิจที่มีความคิดสร้างสรรค์สูง และมีวงจรธุรกิจที่สั้น ในด้านของแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ไม่ขอทุนจากภาครัฐ แต่จะใช้การกู้เงินจากธนาคารเพื่อนำมาลงทุน วิสาหกิจขั้นต้นเป็นวิสาหกิจที่พึ่งพาตนเองสูง มองหาการสนับสนุนจากภาครัฐน้อยและเน้นเรียนรู้ด้วยตนเอง วิสาหกิจขั้นต้นเข้ารับการสนับสนุนจากศูนย์ส่งเสริมฯ ในสองกรณี คือ ได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก หรือภาครัฐบังเอิญไปเจอและแนะนำให้ความช่วยเหลือ ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญสำหรับวิสาหกิจในขั้นนี้ คือ เครือข่ายผู้ประกอบการ ผู้ให้คำแนะนำและคำปรึกษา รวมไปถึงทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีการพยายามทำแพลตฟอร์มข้อมูลเครือข่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

กลุ่มวิสาหกิจช่วงรุ่งเรืองเป็นกลุ่มที่กำลังขยายธุรกิจ ทำให้ไปรับรองมาตรฐานและ ใบอนุญาตต่าง ๆ เข้ามามีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ศูนย์ส่งเสริมฯ จึงได้ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ในกลุ่มวิสาหกิจช่วงอึมตัวและช่วงพลิกฟื้น ศูนย์ส่งเสริมฯ จะให้คำแนะนำในด้านผลิตภัณฑ์ และการตลาดเป็นหลัก รวมไปถึงมีงบประมาณในการสนับสนุนการดำเนินกิจการ ความยากของการดำเนินงานคือ วิสาหกิจไม่มองหาการช่วยเหลือจากรัฐบาล อาจด้วยความไม่รู้ว่าศูนย์ส่งเสริมฯ สามารถให้ความช่วยเหลือในด้านได้บ้าง หรือไม่อยากติดต่อภาครัฐเพราะมองว่ามีความซับซ้อนและใช้เวลามาก โดยศูนย์ส่งเสริมฯ ดำเนินการเพิ่มการรับรู้ของผู้ประกอบการด้านบริการและ โครงการสนับสนุนโดยการเพิ่มช่องทางการรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ประกอบการกระจายข่าวสารประชาสัมพันธ์ แนะนำ และแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะ

- ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของวิสาหกิจ คือ เครือข่ายวิสาหกิจและหน่วยงานแนะแนวทางและให้คำปรึกษา โดยทั้งสองปัจจัยทำหน้าที่เป็นตัวเร่งการพัฒนาและการเติบโตของวิสาหกิจ จากการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การรวมกลุ่มวิสาหกิจยังเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีหรือเครื่องมือที่มีมูลค่าสูงโดยการระดมทุนและนำเครื่องมือมาใช้ร่วมกันเพื่อให้คุ้มค่าแก่การลงทุน
- อุปสรรคในการสนับสนุนวิสาหกิจ คือ การเข้าถึงผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ทราบถึงบริการ การสนับสนุน รวมไปถึงบางส่วนที่ไม่อยากขอความช่วยเหลือหรือเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ วิธีการแก้ไขคือการเพิ่มการรับรู้ของผู้ประกอบการ โดยการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดการแนะนำบริการและโครงการ ระหว่างผู้ประกอบการ

2. สماعมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

วันที่ 13 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.

ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณเอกสิทธิ์ งามพิเชษฐ์ (นายกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา)



สถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจท่องเที่ยวที่รับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก จะได้รับผลกระทบหนักมาก เพราะนักท่องเที่ยวยังไม่กลับเข้ามา แต่ถ้าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของคนไทยก็จะเริ่มกลับมาฟื้นตัวได้เร็ว การคาดการณ์อนาคตทำได้ยากมาก เพราะเหตุการณ์เปลี่ยนเร็วมาก จากที่เคยคาดการณ์ว่า จีนจะเข้ามา ก็ไม่เป็นไปตามนั้นแล้ว โดยตลาดหลักของพัทยา คือ จีน รัสเซีย อินเดีย เกาหลี ก็ยังมีปัญหาทั้งหมด ตอนนี้ผู้ประกอบการกลัวว่าจะเกิดการระบาดระลอก 2 เพราะผู้ประกอบการไม่สามารถรับภาวะการหยุดกิจการได้อีกแล้ว เนื่องจากต้องรับภาระค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มที่มีลูกค้าทั้งหมด

รายได้จากการท่องเที่ยวของพัทยาปีละประมาณ 2 แสนล้านบาท และคนไทยใช้จ่ายแค่ประมาณ 1 ใน 4 นักท่องเที่ยวหายไปเกินครึ่ง ดังนั้น Ecosystem ที่จะรองรับความเสี่ยง หากเกิดการระบาดรอบที่ 2 หรือกรณีเช่นนี้อีก คือภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเรื่องการจัดการต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ อาทิ 1) ต้นทุนหลักของภาคท่องเที่ยว คือ คน และเมื่อเกิด Covid-19 ประกันสังคมมีการลดเงินสมทบลงเหลือร้อยละ 2.5 แต่ขณะนี้สิ้นสุดลงแล้ว และธุรกิจจำเป็นต้องเปิดเพื่อให้มีรายได้เข้ามา แต่ค่าใช้จ่ายก็ยังสูงอยู่ จึงต้องการให้ประกันสังคมช่วยเรื่องการเงินเดือนพนักงานให้ครั้งหนึ่ง เพราะหากผู้ประกอบการประกอบกิจการไม่ได้ ก็อาจต้องลดพนักงาน หรือลดเงินเดือนลงครั้งหนึ่ง ซึ่งพนักงานจะได้รับผลกระทบหนัก เป็นภาระของรัฐต่อไป อย่างไรก็ตาม รัฐก็ต้องให้ความช่วยเหลือ เพียงแต่จะเป็นการช่วยเหลือในขั้นตอนไหน ถ้าช่วยตั้งแต่ขั้นแรกธุรกิจจะอยู่ได้ พนักงานอยู่ได้ ก็จะช่วยประคองกันไปได้ แต่ถ้าช่วยในช่วงหลังธุรกิจก็ไปไม่รอด พนักงานก็ไม่รอดเช่นกัน 2) ค่าไฟ กรณีโรงแรมจะต้องมีค่าไฟขั้นต่ำในแต่ละเดือน แม้ว่าไม่มีลูกค้า เช่น ปกติจ่ายเดือนละ 100,000 บาท มีขั้นต่ำคือร้อยละ 70 ดังนั้นต้องจ่ายค่าไฟขั้นต่ำที่เดือนละ 70,000 บาท รวมกับค่าแรงพนักงาน ซึ่งเป็นต้นทุนที่สูง โดยตอนนั้นนโยบายการลดค่าไฟจบลงแล้ว

เรื่องการสนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ปัญหาอยู่ที่คนจะเที่ยวแค่วันหยุดหรือเสาร์อาทิตย์ ไม่ได้มีนักท่องเที่ยวทุกวัน หรือการสนับสนุนนักท่องเที่ยวให้อสม. มูลค่าที่ให้มา 2,000 บาท/คน ไม่ได้มากพอที่จะไปเที่ยวไกล ๆ ได้ และโรงแรมต้องลดค่าห้องลง เพราะต้องการให้มีลูกค้า แต่กำไรที่ได้ก็ไม่มาก ส่วนธุรกิจอื่น ๆ ก็เช่นเดียวกัน ก็ต้องยอมลดราคา เพื่อให้รายได้เข้ามาบ้าง ซึ่งเงิน 2,000 บาท ไม่ได้มากพอที่จะช่วยให้

ผู้ประกอบการผ่านวิกฤติไปได้ และถ้าเกิดวิกฤติเช่นนี้อีก ผู้ประกอบการต้องระดมทุนตัวเอง แต่ภาครัฐก็ต้องช่วยเรื่องนี้ด้วย ถ้าภาครัฐกระตุ้นการท่องเที่ยวก็ต้องกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีรายได้เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวได้ด้วย กรณีการไปจัดงานที่ต่างประเทศ ขนเมแรกก็จะได้เรทราคาเท่าที่ไทย คือ 50 บาท/คน ซึ่งทางผู้จัดงานเองก็ต้องมีงบประมาณส่วนตัวที่ต้องเอาสนับสนุนกันเอง

ตอนนี้พื๋ยกำลังมีการปรับรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะกับเด็ก และครอบครัวมากขึ้น และการเล่นกีฬารูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น การคัดกรองตลาดนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งที่การปรับตัวจากก่อนหน้านี้มาก และจากเดิมที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาแบบกรุ๊ปทัวร์ ก็เปลี่ยนเป็นแบบ FIT ดังนั้นการคมนาคมต้องสะดวกกว่านี้ ขณะนี้การเดินทางโดยรถโดยสารอาจมีค่าใช้จ่ายมากกว่าค่าห้องพัก จึงควรมีการพัฒนาเรื่องโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้น และควรมีการจัดระบบการให้เช่ารถมอเตอร์ไซค์ ให้มีระเบียบมากขึ้น ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งดูแลระบบการจราจรให้มีระเบียบวินัยมากกว่าปัจจุบัน เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อนักท่องเที่ยว

ทางการเงิน เมื่อเกิดวิกฤติ ธนาคารขอ OD คั้น เนื่องจากไม่มีรายได้ ธนาคารกลัวการเกิด NPL ซึ่งผู้ประกอบการที่ใช้เงินกู้จะลำบากมาก

ข้อเสนอแนะ

- ควรให้ส่วนราชการออกมาทำกิจกรรมที่มีการค้างคืนพักโรงแรมมากขึ้น และมีการกระจายที่พักกิจกรรมต่าง ๆ ให้ทั่วถึง ส่วนขนมเบรคและอาหารตามเรทราคาราชการ ปัจจุบันไม่สามารถใช้ได้แล้ว ควรมีทบทวนเรทราคาที่เหมาะสมใหม่
- การสลับวันหยุด ให้มีการหยุดในวันธรรมดาบ้าง เพื่อให้มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในวันธรรมดาบ้าง ลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในวันหยุด
- ควรมีศูนย์บริการที่สำคัญต่าง ๆ สำหรับชาวต่างชาติ เนื่องจากศูนย์เหล่านี้มีความสำคัญกับพื้นที่มาก เพราะต้องดูแลทั้งเรื่องการท่องเที่ยว และแรงงานต่างด้าว ซึ่งในพื้นที่พื๋ย มีการแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก
- ททท. เคยมีโครงการที่เอางบประมาณมาช่วยเหลือการท่องเที่ยว โดยผ่าน Market Place Shopee ถือว่าประสบความสำเร็จ โดยมีการเช็คสถิติว่านักท่องเที่ยวจะซื้อ Voucher โรงแรมก่อน และซื้อตั๋วสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งโครงการเช่นนี้สามารถช่วยผู้ประกอบการได้ดี

3. ร้านอาหารชายทะเลบางพระ

วันที่ 13 กรกฎาคม 2563 เวลา 16.30 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณวิทิต ศรีระกิจ (เจ้าของร้านอาหาร)



ร้านอาหารเปิดดำเนินการมานานกว่า 35 ปี มีทั้งพนักงานประจำและพนักงานพาร์ทไทม์ แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานไทย มีแรงงานต่างด้าวประมาณร้อยละ 40 ปัจจุบันมีเพียงแรงงานไทยเท่านั้น มีลักษณะการทำงานแบบครอบครัว ไม่ใช่รูปแบบของบริษัทฯ เคยมีคนมาขอซื้อไปใช้เปิดที่อื่น ๆ เช่น สาขารามอินทราสาขาที่ภาคใต้ แต่จริง ๆ ปัจจุบันมีเพียงที่บางพระที่เดียวเท่านั้น ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จของร้านอาหารคือความตั้งใจของคนทำงาน

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ และลูกค้าที่มาทานอาหารแบบครอบครัว มีกลุ่มนักท่องเที่ยวบางส่วน ลูกค้าทั่วไปบางส่วน และกลุ่มลูกค้าของบริษัทเอกชนในพื้นที่บางส่วนเท่านั้น เนื่องจากรถบัสขนาดใหญ่เข้าพื้นที่ค่อนข้างลำบาก จึงมีเพียงกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยรถตู้ เป็นกลุ่มขนาดเล็ก

วัตถุดิบในการทำอาหาร ทางร้านจะดำเนินการไปซื้อวัตถุดิบด้วยตนเอง คัดสรรเองทั้งหมด เพื่อให้ได้ของที่ดีที่สุด และรสชาติคงที่ ซึ่งยังไม่มีกรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรับออเดอร์ หรือการบันทึกข้อมูลลูกค้า มีเพียงการจดบันทึกเท่านั้น

สมัยก่อนร้านอาหารเคยได้ออกประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการโทรทัศน์ อาทิ รายการบ้านเลขที่ 5 ทำให้เป็นที่รู้จักเรื่อยมา ซึ่งทางร้านไม่ได้ให้ความสนใจกับการประชาสัมพันธ์ร้านมากนัก อาศัยลูกค้าเก่าและการบอกต่อกันของลูกค้า โดยเน้นลูกค้าที่ต้องการมาทานอาหารที่ร้าน เพราะชื่นชอบในรสชาติอาหารของร้าน เนื่องจากร้านอาหารมีบรรยากาศทั่วไป ไม่ได้ปรับปรุงร้านให้สวยงาม เพราะขายความเป็นธรรมชาติ และรสชาติอาหารเท่านั้น ไม่เน้นตามสมัยนิยมที่ต้องมาเพื่อถ่ายรูปหรือบรรยากาศสวยงาม

ร้านอาหารมีการบริการลูกค้าผ่านทาง Line application โดยมีระบบการชำระเงินมีทั้งการโอนผ่านธนาคาร QR Code Credit Card และเงินสด ทางร้านไม่เข้าร่วมแพลตฟอร์ม เช่น Grab Foodpanda เป็นต้น เนื่องจากมีค่าบริการร้อยละ 30 ซึ่งเป็นต้นทุนของร้าน (ร้านไม่สามารถเพิ่มราคาอาหารได้) ปัจจุบันลูกค้าลดลงจำนวนมากอันเนื่องมาจากพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยปกติลูกค้าทานอาหาร 1 ครั้ง/สัปดาห์ ปรับเปลี่ยน 1 ครั้ง/สองสัปดาห์

ข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐควรให้การสนับสนุนในด้านการพักชำระหนี้ให้นานกว่านี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งหลักได้ก่อนในช่วงวิกฤติ และการสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการ
- ควรให้ความช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารมากกว่าการเข้ามาตรวจสอบในด้านต่าง ๆ ของภาครัฐ

4. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

วันที่ 14 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.30 น.

ผู้ให้สัมภาษณ์ ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา (คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์)



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพาในปริญญาตรี มีหลักสูตรการจัดทำแผนธุรกิจ และสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการด้วยการมีศูนย์บ่มเพาะ และโครงการอบรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยโครงการอบรมมีการพัฒนาหลักสูตรให้สั้นและใช้เวลาในการเรียนการสอนน้อยลง รวมไปถึงปรับเปลี่ยนหัวข้อให้ทันต่อกระแสและความต้องการมากขึ้น ในขณะเดียวกันการปรับเปลี่ยนทำให้การอบรมมีความฉาบฉวยด้วยระยะเวลา และการจำกัดความรู้พื้นฐานที่มีความสำคัญในระยะยาวออก การใช้งบประมาณกับโครงการเดิม ๆ มักไม่ได้รับการสนับสนุน ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนที่มีผลกระทบทั้งในด้านบวกและด้านลบ

แก่นความรู้ (Core business/ Core wisdom) ของผู้ประกอบการมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการควรมีทัศนคติที่มองว่าแก่นในการดำเนินธุรกิจมีความสำคัญ การวางแผนธุรกิจต้องเป็นขั้นเป็นตอนและมีความต่อเนื่อง ให้ความสำคัญต่อองค์ความรู้ในทุกด้านโดยไม่คำนึงถึงความสนุกและความชอบเท่านั้น การเลือกโครงการที่เข้าอบรมควรคำนึงถึงความรู้พื้นฐานที่มีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ วัฒนธรรม หรือทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการคือการเรียนรู้ในทุกโอกาส ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และเรียนรู้จากความผิดพลาด

นอกจากทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการแล้วนั้น ปัจจัยแวดล้อมที่ดีควรมีการพัฒนา Soft skill หรือทักษะทางด้านอารมณ์เพื่อพัฒนาและยกระดับการทำธุรกิจร่วมกัน โดยในทางทฤษฎี ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่บริหารทรัพยากร อันได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ และเครื่องจักร โดยไม่แสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง สร้างการแลกเปลี่ยนที่เป็นประโยชน์ต่อกันและกัน โดยของที่มีคุณค่าเทียบเท่ากัน

ฐานข้อมูลผู้ประกอบการควรมีความถูกต้องและมีความเป็นปัจจุบัน ซึ่งฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยเหลือวิสาหกิจให้เติบโตได้มั่นคงยิ่งขึ้น รวมไปถึงการสร้างภาคีเครือข่าย โดยไม่แบ่งตามห่วงโซ่มูลค่า ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ แต่เป็นแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงกันในองค์กรรวม โดยการเชื่อมต่อที่มีในปัจจุบันมีปัญหาคือเป็นเครือข่ายที่ไม่มีการเชื่อมโยง เป็นการรวมตัวกันโดยมีจุดประสงค์ในการเข้ามารับผลประโยชน์เป็นหลัก จึงควรมีการผลักดันเครือข่ายแบบการเสริมฤทธิ์ซึ่งกันและกัน (Synergy) ซึ่งเป็นการรวมกันของทักษะ พลังงานและความสามารถของคน ๆ หนึ่งกับที่คนอื่น ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจและสังคมในองค์กรรวม

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีโครงการที่ให้ความรู้พื้นฐานในการประกอบธุรกิจและการเขียนแผนธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และควรให้ความสำคัญกับการบ่มเพาะให้ผู้ประกอบการมีความเป็นผู้ประกอบการที่ดี
- มีระบบฐานข้อมูลที่มีการอัปเดตอยู่เสมอ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลมาช่วยในการประกอบธุรกิจในมิติต่าง ๆ ได้ รวมทั้งสร้างการรวมกลุ่มให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดเครือข่ายในการสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งต่อตนเองและสังคม

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก จังหวัดขอนแก่น

1. ศูนย์บ่มเพาะ วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น

วันที่	20 กรกฎาคม 2563 เวลา 9.30 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์	คุณอนงค์ลักษณ์ พูลสุวรรณ (ผู้อำนวยการวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น) และคณะอาจารย์



ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น (ศูนย์บ่มเพาะฯ) เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งในสถานศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถของผู้เรียนและประชาชนทั่วไปที่ต้องการความรู้และทักษะวิชาชีพ โดยศูนย์บ่มเพาะจะมีอำนาจในการปรับเปลี่ยนหลักสูตรตามความเหมาะสม และมีตัวอย่างโครงการวิสาหกิจที่เป็นตัวอย่างของนักศึกษาและประชาชนที่เข้าร่วม ผู้ฝึกอบรมความรู้ของศูนย์บ่มเพาะฯ มีทั้งครูผู้สอนประจำและผู้เชี่ยวชาญภายนอก มีโครงการเพื่อจบการศึกษา ซึ่งเพิ่มความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการก่อนที่ผู้ศึกษาจะนำความรู้ไปใช้งานจริง

ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่นยังมีวิภาคิเพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสร่วมงานกับบริษัทต่าง ๆ สาขาที่การเรียนรู้ที่รองรับนักศึกษาที่มีทั้ง บัญชี อาหาร วิศวกรรม การโรงแรม และสาขาใหม่ ได้แก่ คอมพิวเตอร์กราฟฟิก โดยมีนักศึกษาที่เข้ารับการศึกษเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี การเรียนการสอนเน้นทั้งภาคทฤษฎีภาคปฏิบัติ รวมไปถึงจรรยาบรรณ เปิดโอกาสให้นักเรียนได้เรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการจริงผ่านกิจกรรมของวิทยาลัย ซึ่งมีการบูรณาการทักษะของทุกสาขาเข้าด้วยกัน ผลักดันให้นักเรียนนักศึกษาเข้าร่วมโครงการและการแข่งขันที่จัดขึ้นของภายนอก มีการให้ความรู้แก่บุคคลทั่วไปโดยผู้เชี่ยวชาญผ่านการร่วมมือกับ อบจ. ผลประเมิณการทำงานของวิทยาลัยมีผลต่อการจัดสรรงบประมาณ ทำให้ศูนย์บ่มเพาะฯ มีแรงผลักดันในการพัฒนาหลักสูตรและโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งครูผู้สอนและผู้เข้ารับการศึกษ

การทำงานร่วมกับเอกชนควรมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษามากกว่าที่เป็นอยู่ โดยจากการส่งนักศึกษาเข้าไปเรียนรู้กับบริษัทชั้นนำ มีทั้งนักศึกษาที่ประสบความสำเร็จแต่เป็นส่วนน้อย ในขณะที่นักเรียนส่วนใหญ่รับหน้าที่เป็นแรงงานทั่วไป ซึ่งการเข้าร่วมแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และพัฒนาทักษะกับบริษัทเอกชนควรเป็นตัวเร่งการพัฒนาผู้ประกอบการและเป็นช่องทางเก็บเกี่ยวประสบการณ์ของนักศึกษา ทำให้เกิดการส่งต่อองค์ความรู้ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ

ปัญหาในการพัฒนาแรงงานของศูนย์บ่มเพาะ คือการที่นักศึกษาเลือกสาขาที่เข้าเรียนจากอิทธิพลของครอบครัวหรือสังคมรอบข้างเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงความต้องการของตลาดหรือความชอบที่แท้จริงของตนเอง ทำให้ทักษะที่มีความต้องการในตลาดสูงขาดแคลนแรงงาน จึงควรมีการประชาสัมพันธ์แนะแนวทางรวมถึง ให้ความรู้ในเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพของสายงานที่มีความต้องการ เพื่อให้ให้นักศึกษามั่นใจว่าจะมีงานที่มั่นคงรองรับหลังจบการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการให้ความรู้ในและทักษะในการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มการศึกษา และควรมีการสนับสนุน/บังคับให้เกิดการเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้เรียนพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการเมื่อจบการศึกษา วิธีการสนับสนุนของศูนย์บ่มเพาะฯ คือการทดลองเป็นผู้ประกอบการโดยมีชั่วโมงที่นักศึกษาคouldได้พบปะและได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ รวมไปถึงมีการทำโครงการจบการศึกษาในทุกชั้นปี ได้แก่ ชั้น ปวช. ปวส. และ ปริญญาตรี เพื่อเสริมสร้างทักษะและประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการ ปัญหาหลักของการทดลองเป็นผู้ประกอบการคือด้านงบประมาณของศูนย์บ่มเพาะฯ ซึ่งงบประมาณที่ไม่มากพอ ทำให้โครงการที่สนับสนุนได้มีจำนวนจำกัดและไม่เพียงพอต่อจำนวนนักศึกษา
- ควรเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์สายงานที่รองรับนักศึกษาสายอาชีพ เพื่อสร้างให้เกิดแรงจูงใจในการดิ่งเรียนมาสู่สายอาชีพมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการและนักเรียนไม่ทราบถึงแนวทางอาชีพที่รองรับในอนาคต
- ตัวเร่งการพัฒนาที่สำคัญของผู้ประกอบการคือเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มข้อมูล โดยตัวอย่างองค์ความรู้ที่จำเป็นในปัจจุบันคือการตลาดดิจิทัล ซึ่งมีการอบรมที่จัดขึ้นโดยภาคเอกชนและผู้ประสบความสำเร็จ แต่มีค่าเล่าเรียนที่สูง จึงควรมีการสนับสนุนการเรียนการสอนเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ทั้งนักศึกษาและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้โดยไม่เป็นภาระทางการเงิน

2. บริษัทลัธน์ลลิต อะกรี ฟู้ดส์ จำกัด (ผลิตภัณฑ์ ProteGo)

วันที่ 20 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.45 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ สัตวแพทย์หญิงลัธน์ลลิต สุคนธรัตน์สุข (ผู้บริหาร)



คุณลัธน์ลลิต สุคนธรัตน์สุข ได้รับทุนวิจัยให้ศึกษาต่อที่ประเทศเยอรมัน ขณะที่กำลังรอศึกษาต่อ จึงทำอาชีพเสริมด้วยการทำฟาร์มจิ้งหรีดขนาดเล็ก เพื่อแบ่งเบาภาระของพ่อแม่ และสร้างรายได้ให้กับตนเอง เป็นค่าใช้จ่ายในขณะที่กำลังศึกษาอยู่ และมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจจิ้งหรีด ดังนั้น เพื่อให้สินค้ามีมาตรฐาน และได้จิ้งหรีดเป็นอาหารที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค จึงมีการแปรรูปจิ้งหรีดในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จิ้งหรีดแช่แข็ง (Frozen cricket) แป้งโปรตีนจิ้งหรีด (Cricket powder) และจิ้งหรีดอัดเม็ด (Protego Cricket Protein Tablets)

การสนับสนุนจากภาครัฐ ได้รับการสนับสนุนจากอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทำให้ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ อาทิ ผู้ที่มีความรู้เรื่องโรค มาตรฐานฟาร์ม และผู้ดูแลฟาร์มอย่างใกล้ชิด เนื่องจากจิ้งหรีดเป็นแมลงที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีโปรตีนสูง ไขมันน้อย มีธาตุเหล็ก และแคลเซียมสูง และกำลังเป็นที่ต้องการของกลุ่มประเทศแถบยุโรป สำหรับฟาร์มแห่งนี้เป็นฟาร์มเลี้ยงจิ้งหรีดที่เป็นระบบปิด และได้มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เพื่อใช้เป็นหลักฐานยืนยันว่า จิ้งหรีดที่ส่งไปขายนั้นได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมีกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศ ญี่ปุ่น แคนาดา และสหรัฐอเมริกา และผู้ที่รักการออกกำลังกาย

ปัจจุบันได้รับความร่วมมือกับเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นที่เป็นลูกฟาร์มและให้ความร่วมมือในการปรับปรุงพัฒนาฟาร์มให้สะอาด ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และกำลังพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อนำไปสู่มาตรฐาน GMP พร้อมทั้งจัดทำเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ของชุมชน และประชาชนทั่วไปให้สามารถได้เรียนรู้การทำฟาร์มจิ้งหรีดให้ได้มาตรฐาน ทำให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีอาชีพและสามารถพึ่งพาตนเองได้ จนนำไปสู่เศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการสนับสนุนและแบ่งปันองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ที่สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีสินค้าที่มีคุณภาพได้รับมาตรฐาน
- ต้องมีการสร้างการรับรู้ให้คนไทยเปิดใจยอมรับในผลิตภัณฑ์จากจังหวัดเพิ่มขึ้น และสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับจังหวัด เพื่อให้เห็นคุณค่าของโปรตีนจากจังหวัด เนื่องจากจังหวัดมีโปรตีนสูงและมีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี
- ต้องมีการสนับสนุนด้านการตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศตลาดใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันโปรตีนจังหวัดจะอยู่ตลาดที่มีลูกค้าเฉพาะกลุ่ม จึงต้องการหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

3. บริษัทฟาสเตอร์ โลจิสติกส์ จำกัด

วันที่ 20 กรกฎาคม 2563 เวลา 13.30 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณณัฐกร เจริญชีวะกุล (ผู้บริหาร)



บริษัทฯ เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2562 บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการด้านขนส่งที่ครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้าชาวขอนแก่น โดยใช้รถ ตุ๊ก ตุ๊ก และรถจักรยานยนต์ในการให้บริการ พร้อมทั้งมีรถตู้ระดับวีไอพี และบริการรถยนต์ส่วนบุคคลให้เช่า เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป และกลุ่มผู้บริหาร และแขกคนพิเศษ ลักษณะของการให้บริการ เช่น บริการแบบเดลิเวอรี่ ในการจัดส่งอาหาร เอกสาร รับไปทำบุญตักบาตรตอนเช้า สังฆทาน รับ-ส่งตามตารางนัดหมาย (ส่งลูกของลูกค้ไปโรงเรียน) ฝากซื้อของที่ตลาด

พนักงานส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น บริษัทฯ รับคนเข้าทำงานโดยไม่จำกัดวุฒิการศึกษา เน้นประสบการณ์มากกว่า และมีสวัสดิการที่ดี มีประกันสุขภาพ มีค่าคอมมิชชั่น เพื่อให้พนักงานมีความสุขกับงานที่ทำ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเพียงพนักงานประจำเท่านั้น ไม่มีพนักงานพาร์ทไทม์ (ทำงานนอกเวลา) สำหรับการอบรมพนักงาน มีการอบรมภายในองค์กรเท่านั้น

ระบบการชำระเงิน มีหลายช่องทาง โดยผ่านช่องทางการชำระเงินของธนาคาร เงินสด และชำระเงินล่วงหน้า ซึ่งการดำเนินงานโดยปกติ ลูกค้าใช้บริการของบริษัทฯ และชำระเงิน หรือวางมัดจำล่วงหน้า แต่ลูกค้าบางท่านมีความประสงค์ที่จะฝากเงินไว้ล่วงหน้า (ชำระเงินล่วงหน้า/เติมเงินไว้) ก่อนรับบริการ ทำให้

บริษัทฯ ต้องมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ในส่วนของความแม่นยำของสถานที่ บริษัทฯ ใช้ Google map และโทรศัพท์มือถือของพนักงานขับรถ พร้อมทั้งมีการกำชับกับพนักงานขับรถเพื่อป้องกันความผิดพลาดของสถานที่ หากมีปัญหาลูกค้าจะแจ้งกลับที่ Call center ของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบ และกำลังทดสอบระบบการทำงานที่แม่สาย (ท่าขี้เหล็ก) ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการอบรมพนักงาน พร้อมทั้ง มีระบบการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ในทุก ๆ 14 วัน เพื่อนำมาใช้ในการปรับโมเดลธุรกิจ ให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และปรับการทำงานของพนักงานเดิมทำงาน 2 ช่วงเวลา ปัจจุบันมีการปรับให้เป็นการทำงาน 3 ช่วงเวลา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

บริษัทฯ จะเร่งขยายฐานการให้บริการในกลุ่มลูกค้ารถตู้หรือสำหรับผู้บริหารและแขกคนพิเศษ ครอบคลุมพื้นที่ขอนแก่น และขยายไปที่อุดรธานี และบุรีรัมย์ ไม่น้อยกว่า 3 คัน และจะขยายธุรกิจการบริการแบบเดลิเวอรี่ไปยังนครราชสีมา อุบลราชธานี และอุดรธานี เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าที่มีรายได้สูง

ข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐควรมีการนโยบายเรื่องการค้าหรือการค้าประกันการกู้สินเชื่อให้กับผู้ประกอบการอย่างชัดเจน เนื่องจากปัญหาหลักการขอสินเชื่อ เช่น หลักทรัพย์ค้ำประกัน เงินทุนหมุนเวียน เป็นต้น
- ควรมีโครงการอบรมผู้ประกอบการที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ไม่ใช่เพียงแค่ทำโครงการขึ้นมาแล้วจบไป เพราะจะไม่เห็นผลอย่างแท้จริง

4. สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (ATSME)

วันที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณประกิต ทองแท่งไทย
เลขาธิการสมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ไทย (ATSME)



ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางประมาณร้อยละ 90 จะใช้เงินทุนจากสถาบันการเงิน ดังนั้น ช่วงนี้ที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ได้ เพราะยังเป็นที่ได้รับการพักชำระหนี้ แต่ปลดจากภาระนี้เมื่อไหร่ ธุรกิจจะเข้าสู่ช่วงปิดตัว เพราะไม่มีรายได้เข้ามาแต่มีรายจ่าย และต้องจ่ายหนี้ด้วย ซึ่งจะเป็นผลให้คนตกงานจำนวนมาก เพราะธุรกิจระดับ SME มีมากกว่าครึ่งประเทศ แตกต่างกับส่วนราชการที่ยังอยู่ได้ แต่เอกชนต้องการเงินหมุนเวียน

สถานการณ์ในขณะนี้ต้องมีการปรับตัว โดยเน้นที่การขายออนไลน์เป็นหลัก เพราะระบบโลจิสติกส์ยังคงปกติอยู่ แต่การขายหน้าร้านยังไม่เข้าสู่ภาวะปกติ ยอดขายยังไม่กลับมาเหมือนเดิม ดังนั้นสิ่งที่ช่วยพยุงให้อยู่รอดได้ในตอนนี้ คือการสนับสนุนเรื่องเงินทุนช่วยเหลือ เช่น เงินกู้ดอกเบี้ยพิเศษ และสนับสนุนหลักการตลาดแบบใหม่ เพราะธุรกิจ SME ยังคงดำเนินธุรกิจแบบเดิม ไม่มีการปรับตัวจากที่ผ่านมามากนัก รวมทั้ง ไม่มีสินค้านวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เพราะคนต่างกลัวสถานการณ์ที่คาดเดาไม่ได้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบหนักที่สุด

สมาชิกของสมาคมส่วนใหญ่อยู่ในภาคการท่องเที่ยว อาหาร โรงงานอุตสาหกรรม และการสร้างนวัตกรรม ที่กระทบหนัก คือ ภาคบริการ โดยทุกกิจการพยายามระดมทุนของตัวเอง และที่ผ่านมาคือการปรับตัวไม่ทัน ไม่คิดว่าว่าจะเข้ามาถึงประเทศไทยและกระทบทั่วโลก ซึ่งภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือให้ธุรกิจอยู่ไปได้ ถ้าสถานการณ์ไม่คลี่คลายและยุติการพักชำระหนี้ คาดว่าธุรกิจจะอยู่ได้ไม่เกินอีก 2 เดือน โดยสัญญาณแรกๆ ที่เห็นได้ คือ การปลดพนักงาน หลังจากนั้นจะปิดกิจการตามมา

มาตรการภาครัฐที่ออกมา มีขั้นตอนซับซ้อนและไม่เอื้อต่อผู้ประกอบการที่มีปัญหา เนื่องจากติดเรื่องเงื่อนไขต่าง ๆ เช่น เงินทุนหมุนเวียน เครดิตบูโร เป็นต้น ทำให้ไม่ได้รับการช่วยเหลือ ผู้ประกอบการเข้าถึงการช่วยเหลือยากมาก ไม่สามารถกู้ได้ ดังนั้น ควรมีการผ่อนปรนเงื่อนไขส่วนนี้ และมองว่าการเหลือที่ได้ผลจริง คือ พิจารณาทะเบียนการค้า การเสียภาษี หรือหลักฐานที่แสดงได้ว่าทำธุรกิจจริง ก็สามารถอนุมัติ

ให้สินเชื่อได้เลย ซึ่งการสนับสนุนในปัจจุบันจะเอื้อให้รายใหญ่ได้สินเชื่อก่อนนี้ไป เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างรายเล็กและรายใหญ่ คนที่กู้ได้จะสบายเพราะยังไม่ต้องส่งดอกเบี้ย แต่คนที่กู้ไม่ได้จะลำบากมาก

การสื่อสารจากภาครัฐโดยตรงมายังผู้ประกอบการ ยังทำได้ไม่ดึ้นัก อาจต้องมีการผ่านตัวกลาง อาทิ หน่วยงานและสมาคมต่าง ๆ ช่วยในการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยการเรียกประชุมหรือสื่อสารด้วยวิธีต่าง ๆ แล้วทำให้เกิดเป็น One Stop Service ช่วยเหลือได้ประมาณร้อยละ 70-80 ก็ถือว่าดีมากแล้ว แต่ถ้าให้ผู้ประกอบการเข้าไปที่ธนาคารเอง บางครั้งพนักงานมีความรู้ไม่พอ ไม่สามารถตอบได้

การรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้มแข็งยังสามารถอยู่ได้ เช่น การรวมกลุ่มกันเพื่อเอาสินค้าต่าง ๆ ในพื้นที่ส่งไปขายต่างประเทศ ช่วยกันหาตลาด เพราะตลาดในประเทศซบเซามาก แต่พบว่าปัญหาหลัก ยังคงเป็นเรื่องเงินทุน เพราะเงินทุนเป็นปัจจัยที่ต้องใช้ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ และก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ได้

การประสานงานกับภาครัฐส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ จะติดต่อกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในการอบรมให้ความรู้ และการขอใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องสก็ดสาร เครื่องอัดแคปซูล เพื่อให้ทดลองทำสินค้า แต่ก็จะมีค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยทางกรมส่งเสริมฯ ช่วยเหลือตลอดอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ในการเริ่มต้นกระบวนการเหล่านี้ต้องอาศัยเงินทุน ซึ่งหากไม่มีเงินทุน ผู้ประกอบการจะเกิดการกั๊กนอกระบบ ทำให้การทำธุรกิจอยู่ได้ยาก

ที่ผ่านมาทางสมาคมเคยมีการเสนอนโยบายต่าง ๆ ไปให้กับทางภาครัฐ แต่ไม่ได้ได้รับความสนใจ ซึ่งขณะนี้ต้องการงบประมาณส่วนหนึ่งจากภาครัฐ เพื่อนำมาทำการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการเงินและสินเชื่อ รวมทั้งการตลาดแบบออนไลน์ การทำ Market Place โดยผู้เชี่ยวชาญ หรือให้เกิดการร่วมมือระหว่าง Lazada, Shopee, Alibaba เพื่อให้เกิดการต่อยอดทางการตลาดเลย แต่ที่สำคัญต้องมีการพัฒนาสินค้า เพื่อให้เข้าแข่งขันในตลาดได้

สิ่งสำคัญของธุรกิจที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่ได้ อันดับแรก คือ เงินทุน อันดับที่สอง คือ ทักษะของผู้ประกอบการ และอันดับที่สาม คือ การตลาด ซึ่งการปรับตัวของผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กัน ในบางธุรกิจหากพบว่าสินค้าไปต่อไม่ได้จริง ๆ ก็ต้องไปเริ่มธุรกิจใหม่ เพราะบางธุรกิจไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ เนื่องจากติดเรื่องข้อกฎหมาย สัมปทาน รายใหญ่ของพื้นที่ สิ่งที่จะช่วยได้ คือ การให้ความรู้เรื่องการลดต้นทุนและการหาแหล่งเงินทุน โดยส่วนใหญ่ กลุ่ม SME เป็นกลุ่มที่ไม่มีเงินทุน จึงควรสนับสนุนเรื่องเงินทุนและดอกเบี้ยต่ำ มีระยะเวลาผ่อนยาว รวมทั้งให้ความรู้กับผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง ลดภาระของภาครัฐในอนาคต

ความช่วยเหลือของธนาคารระหว่างรัฐและเอกชน มีความแตกต่างกัน ธนาคารของรัฐจะเข้าถึงช้าไม่ทำงานเชิงรุก แต่ถ้าธนาคารพาณิชย์จะติดต่อได้รวดเร็ว เข้าถึงได้สะดวก ให้คำปรึกษากันได้ตลอดเวลา ส่วนใหญ่ธุรกิจจะใช้เงินกู้ แล้วเอารายได้มาเลี้ยงตัวมันเอง น้อยมากที่จะใช้เงินสดของตัวเอง

ข้อเสนอแนะ

- ควรผ่อนคลายนโยบายการปล่อยกู้สินเชื่อกู้และการพักชำระหนี้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย ในช่วงที่ยังมีการระบาดของ Covid-19 เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบ แม้ว่าจะคลายลือคตาวนแล้ว เพราะกำลังซื้อทั่วไปลดลง และนักท่องเที่ยวต่างชาติยังเข้ามาไม่ได้
- ควรมีโครงการสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด บุคลากร และอื่น ๆ เนื่องจากการพัฒนาในทุกด้านจะต้องมีค่าใช้จ่ายและใช้เงินทุนเป็นสิ่งตั้งต้น จึงจะสามารถเดินหน้าต่อไปได้
- ภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการอบรมให้ความรู้และความช่วยเหลือต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ให้มากขึ้น รวมทั้งการส่งข่าวสารผ่านเครือข่าย สมาคม องค์กรเพื่อให้เกิด การสื่อสารไปยังผู้ประกอบการได้ในวงกว้างกว่าในปัจจุบัน เพราะในปัจจุบันจะกระจุกตัวอยู่ในเฉพาะ บางกลุ่มเท่านั้น
- ส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม โดยเริ่มตั้งแต่การให้ความรู้ กระบวนการส่งออก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่จำเป็น การตลาด จนถึง การส่งออกและระบบการชำระเงิน ซึ่งปัจจุบันในกลุ่ม มีการดำเนินการกันเอง แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะมีอุปสรรคในหลายด้าน
- ภาครัฐควรสนับสนุนและสร้างโมเดลในการช่วยผู้ประกอบการในการลดต้นทุน เช่น ภาษีเงินได้ ค่าธรรมเนียม ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น เนื่องจากรายได้น้อยลง จึงต้องมีการลดค่าใช้จ่าย เพื่อที่จะ ดำเนินธุรกิจต่อไป

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก เชียงใหม่

1. บริษัท ศูนย์ทำร่ม (1978) จำกัด

วันที่ 16 สิงหาคม 2563 เวลา 13.00 น.

ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณกณณิกา บัวจิ้น (กรรมการผู้จัดการ)



ร่มบ่อสร้างเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดเชียงใหม่มาช้านาน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ชอบงานหัตถกรรมที่เดินทางไปเที่ยวเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะไปที่อำเภอสันกำแพง เพื่อชมและเลือกซื้อร่มบ่อสร้างเป็นที่ระลึก ซึ่งนับเป็นสินค้าพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีน และญี่ปุ่น หากนักท่องเที่ยวประสงค์จะชมขั้นตอนการผลิต ก็สามารถชมได้ที่ศูนย์ทำร่ม

ชาวบ่อสร้างทั้งตำบลรวมไปถึงอีก 8 หมู่บ้านในตำบลใกล้เคียงของพื้นที่อำเภอสันกำแพง และอำเภอโดยสะเกิดในเชียงใหม่ล้วนแต่เป็นแหล่งผลิตร่มด้วยกันทั้งสิ้น เพียงแต่ว่างานฝีมือของชาวบ้านได้กลายเป็นโรงงานขนาดย่อมที่ครอบคลุมพื้นที่อำเภอประกอบไปด้วยหลายร้อยครัวเรือนในหลายหมู่บ้าน การผลิตชิ้นส่วนร่มเป็นหน้าที่ของแรงงานที่เป็นชาวบ้านในแต่ละหมู่บ้านตั้งแต่รุ่นพ่อแม่แม่ลงมาจนถึงคนหนุ่มสาว ดังนั้น บ่อสร้างจึงเป็นเพียงหมู่บ้านประกอบร่มโดยมีชิ้นส่วนต่าง ๆ ของร่มเดินทางมาจากต่างหมู่บ้าน ซึ่งส่วนประกอบของร่มที่เกิดจากแรงงานได้หมู่บ้านและกระจายกันอยู่ทั่วไปก็จะมารวมกันอยู่ที่นี้เป็นจุดสุดท้าย

สำหรับปัญหาทางด้านงานหัตถกรรมในปัจจุบัน โดยภาพรวมแล้วมีปัญหาด้านการส่งออก และการค้าระหว่างประเทศมาโดยตลอด และยังมีปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ ปัญหาแรงงานหัตถกรรมหรือแรงงานฝีมือลดน้อยลง ทักษะคติเกี่ยวกับงานหัตถกรรม คนส่วนใหญ่มองว่าเป็นสินค้าล้าสมัย ทำยาก ไม่ยั่งยืน การผลักดันคนรุ่นใหม่ค่อนข้างยาก ครอบครัวยุคใหม่ต้องการให้ลูกเป็นแรงงานในอุตสาหกรรมใหญ่มากกว่าทำหัตถกรรม ซึ่งส่งผลให้กำลังแรงงานด้านนี้ขาดแคลน ตลอดจนปัญหาทางการตลาดซึ่งยังไม่มีตลาดรองรับที่มากพอ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของสันกำแพงที่เปลี่ยนไปส่งผลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ค่อนข้างมาก จากเดิมที่สันกำแพงเป็นแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ กลายเป็น

แหล่งข้อบ่งชี้ นักลงทุนเข้ามาลงทุนในธุรกิจโดยอาศัยทุนทางทรัพยากรของพื้นที่ ส่งผลให้สินค้าและอาชีพหลายอย่างหายไป เช่น เครื่องเคลือบ ช่างตีเหล็ก หล่อพระ ดุลโลหะ ทอผ้าฝ้ายและผ้าไหม เป็นต้น

ในปัจจุบันทางศูนย์ทำร้อมมีการร่วมมือกับหน่วยงานหลายภาคส่วนในการพัฒนาต่อยอดงานหัตถกรรม ทั้งด้านการอบรมพัฒนาคนและด้านการตลาด อาทิ การอบรมให้ความรู้ในด้านการออกแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญจากญี่ปุ่น ผลักดันให้แรงงานสร้างนวัตกรรม คิดและทำในสิ่งใหม่ที่ยังไม่เคยทำ เพื่อยกระดับสินค้าพื้นบ้าน สร้างการรับรู้ให้คนเปลี่ยนทัศนคติว่าสินค้าเหล่านี้ไม่ใช่สินค้า Low Class แต่เป็นสินค้าของคนชั้นสูง โดยทำการตลาดและวางตำแหน่งของสินค้าใหม่ ตลอดจนการพัฒนาคนและวิธีการคิด พัฒนาทักษะแรงงาน สร้างโอกาสในการทำงานหัตถกรรมและส่งเสริมด้านการตลาด ทั้งนี้ ในด้านเทคโนโลยี กลุ่มชาวบ้านที่ทำหัตถกรรมยังไม่มีความรู้มากพอ การใช้สื่อโซเชียลต่าง ๆ ยังต้องมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญและตัวกลางในการทำการตลาดออนไลน์ และจัดการข้อมูล แต่ตลาดออนไลน์และตลาดในประเทศค่อนข้างเล็ก ส่วนใหญ่เน้นการส่งออกเป็นหลัก

จากปัญหาและผลกระทบต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ทางศูนย์ทำร้อมมีแนวคิดที่ภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ควรเน้นพัฒนาภาคท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ โดยมีการฟื้นฟูสินค้าแพงขึ้นด้วยเรื่องราวประวัติศาสตร์ สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้สื่อโซเชียลในการนำทาง เน้นการท่องเที่ยวแบบ Educate ให้ท่องเที่ยวเอง ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีมีความจำเป็นที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

- สำหรับการพัฒนาแรงงานด้านหัตถกรรม ต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถานศึกษาหรือสมาคมต่าง ๆ ร่วมกันจัดทำหลักสูตรแบบบูรณาการขึ้น หรือมีการเพิ่มวิชาเข้าไปในหลักสูตรพื้นฐานเช่น เพิ่มวิชาหัตถกรรมในคณะคหกรรม เป็นต้น
- ด้านการศึกษาในปัจจุบันควรมองในมิติการเรียนรู้ที่บ้าน หรือ Home School มากขึ้น เพื่อไม่ให้เยาวชนถูกปิดกั้นจินตนาการ กล้าคิดกล้าแสดงออกมากขึ้น อาจมีการทำ Home School สำหรับชุมชนขึ้น คล้ายกับโรงเรียนกวดวิชาสำหรับคนในชุมชน มีการถ่ายทอดความรู้งานด้านหัตถกรรมเข้าไปด้วย รวมถึงปรับทัศนคติครอบครัวให้ยอมรับคุณค่าของการทำร้อมว่าสามารถสร้างอาชีพได้
- สำหรับด้านการผลิต หากผลิตสินค้าออกไปแต่ไม่มีตลาดรองรับก็ไม่สามารถต่อยอดได้ ดังนั้น ภาครัฐควรกระตุ้นให้เกิดกำลังซื้อมากขึ้น เพื่อสินค้าที่ผลิตไปขายได้ ชาวบ้านมีรายได้นำไปต่อยอดได้
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยภาครัฐส่งเสริมให้บุคลากรทางการแพทย์ท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นโครงการที่ดี แต่เป็นการกระตุ้นที่กระจุกตัว เฉพาะในธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารเท่านั้น ในส่วนของที่ระลึกยังไม่ได้รับประโยชน์ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่ไม่กระจุกตัวแค่ภาคธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง ควรทำให้เกิดการกระจายรายได้
- ควรมีการเชื่อมโยงตลาดและแหล่งผลิต โดยความร่วมมือของสภาอุตสาหกรรมและศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมในการทำ Business Matching กันภายในประเทศ เช่น รวมกลุ่มธุรกิจสปา น้ำผึ้ง และกาแฟ มีผู้ประกอบการ 30-50 รายจากหลายสมาคมมาจับคู่กัน และสนับสนุนกัน ซึ่งในปัจจุบันกำลังทำโครงการนำร่องในเชียงใหม่

- ปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการในปัจจุบันคือเรื่องการเงิน ซึ่งผู้ประกอบการต้องการเงินทุนเพื่อใช้ในการลงทุนไม่ต้องปิดกิจการ และลดภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงมีการลดขนาดกิจการโดยลดจำนวนคนงานลง
- การใช้งบประมาณในการอบรมควรลดลง เนื่องจากสิ้นเปลืองให้นำเงินส่วนนี้ไปส่งเสริมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดกำลังซื้อ จึงจะทำให้กิจการอยู่รอด
- สำหรับด้านกฎระเบียบ นโยบายภาครัฐเป็นเรื่องค่อนข้างยากที่จะเปลี่ยนแปลงกฎหรือออกกฎหมายใหม่ได้ทันกับปัญหาต่าง ๆ ในปัจจุบันเนื่องจากต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน จึงควรส่งเสริมให้คนในชุมชนอยู่ได้ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือความรู้ในอาชีพท้องถิ่น และส่งเสริมให้อยู่ได้อย่างยั่งยืนและสามารถผลิตสินค้าออกสู่ตลาดและขายได้
- การรวมกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญและสามารถช่วยกันสนับสนุนภายในกลุ่ม ควรส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นให้ไปสู่ระดับประเทศและนานาชาติ สร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อ เน้นการทำการตลาดพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐาน และคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจและน่าเชื่อถือ
- ควรมีการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีกับงานหัตถกรรม เพื่อให้เกิดนวัตกรรม เช่น งานแกะสลักด้วยการใช้เลเซอร์ หรือเอาเครื่องมาช่วยในการทอผ้าในบางช่วง เป็นต้น ทั้งนี้ การใช้เทคโนโลยีสามารถให้คนรุ่นใหม่ที่สามารถเรียนรู้ได้รวดเร็วมาช่วยต่อยอดจากคนรุ่นเก่า แบ่งเบาภาระ ใช้เครื่องจักรมาช่วยทุ่นแรง และลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานได้
- การบูรณาการทางการศึกษากับการอยู่ในโลกความเป็นจริง เช่น การฝึกงาน อาจเริ่มตั้งแต่ปี 1 ถ้าหากไม่ชอบก็สามารถเปลี่ยนสายได้ทัน
- การส่งเสริมหรืออบรมภายใต้โครงการใดก็ตาม หากต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าวเป็นหลัก แล้วส่งผลให้แรงงานไทยตกงาน อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในระยะยาว ภาครัฐควรส่งเสริมอาชีพให้กับแรงงานภายในประเทศให้มากขึ้น นอกจากนี้ ยังควรพัฒนาทักษะแรงงาน ส่งเสริมให้เกิดอาชีพที่สอง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงและรองรับการลดจำนวนแรงงานของอุตสาหกรรมในอนาคต
- การอบรมและพัฒนาทักษะแรงงานต่าง ๆ ควรมีการบันทึกข้อมูลแรงงานไว้ และภาครัฐสนับสนุนค่าแรงงานตามวิชาชีพหรือความเชี่ยวชาญที่ได้รับการอบรม เพื่อจูงใจให้แรงงานภายในประเทศเกิดการพัฒนาตนเอง

2. Good Memories Café & Camp

วันที่ 17 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณขวัญชนก จารุจรัสวงศ์ (เจ้าของร้าน)



เริ่มจากเข้ามาเช่ากิจการต่อจากคนเก่า ประมาณช่วงเดือนมกราคม 2563 ระยะเวลาเช่า 3 ปี และเริ่มทำการปรับปรุงร้านและพื้นที่ แต่พอดีมาเจอช่วง Covid-19 จึงทำให้การเปิดล่าช้าออกมาเยอะ ขณะนี้ร้านเปิดในส่วนคาเฟ่อย่างเดียว อีกส่วนหนึ่งคือแคมป์ ซึ่งตอนนี้ยังปรับปรุงไม่เสร็จ ร้านเปิดมาได้ 2 เดือน มีลูกค้าใหม่เข้ามาตลอด ส่วนใหญ่เห็นมาจากทาง Social ส่วนลูกค้าเก่ามีเข้ามาบ้าง

ตอนนี้มีโครงการที่จะทำเพิ่ม คือ การทำแปลงดอกไม้ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาถ่ายรูปในช่วงท่องเที่ยว แต่ต้องจ้างให้คนที่รับจ้างปลูกมาประเมินราคา เนื่องจากไม่มีความรู้ทางด้านนี้ รวมทั้งมีบริษัทมาขอเช่าพื้นที่เป็นจุดขึ้นลงบอลลูนด้วย แต่การติดต่อขออนุญาตทางบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการเอง นอกจากนี้มีคนมาขอใช้พื้นที่เพื่อบินโดรนเก็บภาพมุมสูงในพื้นที่ แต่ส่วนนี้ไม่ได้อนุญาต เนื่องจากไม่ทราบข้อกำหนดว่าสามารถทำได้หรือไม่ได้อย่างไร

จากเดิมเคยมีร้านกาแฟที่กรุงเทพฯ จึงนำความรู้ที่เคยทำร้านที่กรุงเทพฯ มาปรับใช้ได้ แต่ก็จะมีปัญหาใหม่ ๆ ที่ไม่เคยเจอมาเลย อาทิ

- สภาพภูมิอากาศ เนื่องจากอยู่ติดทางน้ำไหลที่มาจากน้ำตกแม่สา ถ้าฝนตกหนัก จะเกิดน้ำป่าไหลลงมา ซึ่งต้องคอยสังเกตว่าจะขึ้นถึงร้านหรือแคมป์หรือไม่ แต่จะมีชาวบ้านในชุมชนช่วยแจ้งข่าวผ่าน Line ให้ทราบตั้งแต่ฝนเริ่มตกหนัก
- แคมป์ที่จะเปิดให้พัก ยังไม่สามารถเปิดได้ เนื่องจากเมื่อต้นที่ปลูกความชื้นจะขึ้นรา จึงต้องมีการแก้ไข ซึ่งจะใช้เงินมากกว่าที่คาดการณ์ไว้
- พิกัดร้านใน Google Map ผิด ทำให้ลูกค้าไปผิดร้าน จึงต้องมีการประสานไปยัง Google เพื่อให้แก้ไขพิกัดที่ผิดพลาด ซึ่งเรื่องนี้สำคัญมาก เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ Google Map นำทาง เมื่อพิกัดผิดจะทำให้เสียลูกค้าไปได้

พนักงานเป็นคนในพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งบางคนจะเป็นพนักงานเดิมของร้านอยู่แล้ว และบางส่วนได้มาจากการประกาศรับสมัครจาก Facebook หางานของเชียงใหม่ และคนในพื้นที่ช่วยบอกต่อกัน ซึ่งการสอนงานในร้านจะสอนเองทั้งหมด เพราะเคยมีประสบการณ์จากร้านที่กรุงเทพฯ แล้ว แต่บางเรื่องจะต้องไปเรียนเพิ่มเองเพื่อมาสอนพนักงานต่อ เป็นคอร์สสำหรับการทำร้านกาแฟ ร้านอาหาร เช่น การจัดเตรียมและเก็บรักษาเครื่องปรุงอาหารบางประเภทสำหรับการทำร้านที่แตกต่างจากการทำอาหารทานเองแบบปกติ โดยหาข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ว่ามีที่ไหนที่น่าสนใจบ้าง

การที่ร้านจะเป็นที่รู้จักหรือลูกค้าจะเข้ามาที่ร้านหรือไม่ สื่อออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการซื้อโฆษณาบน Facebook เพราะสังเกตได้ว่าหากช่วงไหนที่มีการซื้อโฆษณา ลูกค้าจะลดลงเพราะลูกค้าไม่เห็นเพจของร้านและร้านกาแฟในเชียงใหม่มีการแข่งขันสูงมาก ดังนั้น การตลาดบน Facebook จึงสำคัญมากในตอนนี้อย่างยิ่ง ซึ่งต้องไปลงเรียนคอร์สออนไลน์ เพื่อนำมาใช้ทำการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพราะความรู้ทั่วไปที่มีอยู่อาจจะไม่พอแล้ว นอกจากนี้มีการทำการตลาดผ่านการรีวิวร้านด้วย Blogger บ้าง มีบางกรณีที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่บางกรณีจะมี Blogger มารีวิวให้เองโดยไม่ได้แจ้งว่ามารีวิว แต่ในส่วนของที่ร้านเห็นว่าการใช้ Blogger ไม่ได้มีผลต่อยอดขายของร้านมากนัก ทั้งนี้ ในแต่ละช่วงเวลากลุ่มลูกค้าจะต่างกัน เช่น ในช่วงที่มีน้ำ สามารถลงเล่นน้ำได้ ลูกค้าจะเป็นกลุ่มครอบครัวมากขึ้น ซึ่งตรงนี้ขึ้นอยู่กับสื่อความโฆษณาใน Facebook ว่าต้องการพุ่งไปที่ลูกค้ากลุ่มไหน

การจัดเตรียมวัตถุดิบในร้านส่วนใหญ่จะเป็นผู้ดูแลเอง แต่จะมีปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้น คือรสชาติของผลไม้ที่ขายทั่วไปอาจไม่ได้มาตรฐาน ต้องซื้อจากร้านประจำเท่านั้น เพื่อให้ได้รสชาติที่คงที่ ซึ่งตรงนี้เป็นปัญหาที่ไม่เคยคิดมาก่อน รวมทั้งต้องคาดการณ์ลูกค้าในแต่ละช่วงให้แม่นยำด้วย เพราะถ้าคาดการณ์พลาดต้องทิ้งวัตถุดิบทั้งหมด ซึ่งเป็นต้นทุนของร้าน

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งพื้นที่แมริม เช่น การจัดงานเทศกาลดอกไม้ โดยให้สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ปลูกดอกไม้ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเที่ยวพักผ่อนและถ่ายรูปสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น และควรมีการให้ความรู้ด้านการปลูกดอกไม้ หรือการทำฟาร์มเกษตรสำหรับผู้ประกอบการคาเฟ่ที่สนใจจะทำไว้ที่ร้าน
- ภาครัฐควรเพิ่มเติมการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และคอร์สการอบรมต่าง ๆ ในวงกว้างให้มากขึ้น อาทิ ประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานเอกชน และ Social Media เนื่องจากผู้ประกอบการอาจมีการรับรู้แค่กลุ่มเล็ก ๆ ไม่สามารถกระจายไปถึงผู้ประกอบการกลุ่มที่ไม่ได้ติดต่อกับภาครัฐเป็นประจำได้
- ต้องการให้มีการสนับสนุนเรื่องเมล็ดพันธุ์ดอกไม้ให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการปลูกดอกไม้บางชนิด เนื่องจากในช่วงเทศกาลมีบางกลุ่มกักตุนเมล็ดพันธุ์ ทำให้หาได้ยากและมีราคาสูง

3. Ladyfirst Carrent

วันที่ 17 สิงหาคม 2563 เวลา 14.00 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณณัฐชฎา ธนฤทธิพงษ์ (ผู้บริหาร)



กลุ่มบริษัทรถเช่าเป็นภาคธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มท่องเที่ยวที่มักจะถูกมองข้ามจากการที่ทั้งภาครัฐและเอกชนมุ่งความสนใจไปที่ธุรกิจอื่นในภาคการท่องเที่ยวเช่นที่พักและร้านอาหาร บริษัท เลดี้เฟิร์ส คาร์เร็นท์ เป็นบริษัทให้บริการเช่ารถในจังหวัดเชียงใหม่ โดยร้อยละ 90 ของผู้ใช้บริการคือนักท่องเที่ยวและอีกร้อยละ 10 เป็นกลุ่มอื่น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำสัญญาเช่าเป็นรายเดือน

จากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้บริษัท เลดี้เฟิร์ส คาร์เร็นท์ และบริษัทเช่ารถส่วนใหญ่ขาดรายได้เกือบทั้งหมดจากการปิดประเทศ และนโยบายสนับสนุนให้งดการเดินทาง ทั้งนี้ ภาครัฐมีการออกนโยบายเงินกู้เพื่อ SME เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้แก่วิสาหกิจ แต่นโยบายมีความไม่ทั่วถึง และบริษัทส่วนใหญ่ในสมาคมรถเช่าไม่สามารถกู้เงินจากธนาคาร SME ได้ด้วยหลายสาเหตุ เช่น ในบริษัทที่เข้าร่วมการพักชำระหนี้ในหลายธนาคารจะอยู่ในสถานะค้างชำระ ทำให้ต้องชำระเงินกู้ให้เป็นปกติก่อนจึงจะสามารถกู้เงินจากธนาคาร SME ได้ทั้งที่ก่อนเข้าร่วมโครงการพักชำระหนี้มีการให้ข้อมูลว่าไม่มีผลกระทบต่อเครดิตของผู้กู้ รวมไปถึงเงื่อนไขและข้อมูลต่าง ๆ ที่ประชาสัมพันธ์ต่อผู้ประกอบการที่ไม่ชัดเจนทำให้ความช่วยเหลือไม่ถึงผู้ประสบปัญหา บริษัท เลดี้เฟิร์ส คาร์เร็นท์ มีการดำเนินการเพิ่มสภาพคล่องโดยการลดวันทำงานของพนักงาน และใช้วิธีสลับจ่ายเงินรายวัน จากพนักงาน 3 อัตรา มีแผนที่จะลดลงเหลือเพียง 2 อัตรา มีการขายรถเช่าออกไป จาก 20 คันในช่วงปกติ เหลือเพียง 15 คัน และวางแผนหาลูกค้ารายเดือนที่เช่าเพื่อให้บริการรับส่ง และขนส่งสินค้า เพื่อให้รายได้ต่อเดือนที่มั่นคงมากกว่าจากค่าเช่ารายวันที่ลดลงกว่าร้อยละ 50

บริษัท เลดี้เฟิร์ส คาร์เร็นท์ มีการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดผ่านทางเว็บไซต์ google และเป็นสมาชิกของสมาคมรถเช่า โดยบริษัทรถเช่าหลายรายเคยเข้าร่วมแพลตฟอร์มเช่ารถ แต่ประสบปัญหาด้านราคากลางของตลาดที่ถูกกดลง รวมไปถึงการหักส่วนแบ่งรายได้ร้อยละ 25 ให้แพลตฟอร์ม ทำให้บริษัทรถเช่ามีรายได้ลดลงและค่าใช้จ่ายสูงขึ้น สมาคมรถเช่าจึงถูกจัดตั้งขึ้นมา เพื่อให้บริษัทที่ให้บริการเช่ารถมีราคากลางร่วมกัน โดยมีสมาชิกในปัจจุบัน 70-80 ราย นอกจากนั้น สมาคมรถเช่ายังเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยน

ข้อมูลซึ่งกันและกันระหว่างบริษัท รวมไปถึงการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เผชิญร่วมกัน การรวมตัวกันเป็นสมาคม ทำให้วิสาหกิจมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นกว่าการเป็นบริษัทเดี่ยว เช่น การต่อรองกับบริษัทรถยนต์ ในเรื่องของการขอความอนุเคราะห์ผ่อนผันการชำระค่างวดในช่วงวิกฤต มีการระดมทุนเพื่อจ้างทนายความ และการมีตำรวจเข้ามาดูแลรับเรื่องเมื่อเกิดปัญหา สมาคมรถเช่ามีการสนับสนุนให้สมาชิกเข้าร่วมโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่รับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของวิสาหกิจในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งการจัดอบรม เพื่อเข้าการรับรองและให้ความสนับสนุนด้านการตลาด

ข้อเสนอแนะ

- โครงการต่าง ๆ ของภาครัฐและเอกชนที่ให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดเล็ก ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและชัดเจน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์จากโครงการมากที่สุด ประเมินผลกระทบไว้ การประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพเป็นผลเสียต่อผู้ประกอบการ ทั้งในด้านการรับรู้การมีอยู่ของโครงการช่วยเหลือ และเงื่อนไขการเข้าร่วมโครงการที่ไม่ชัดเจนทำให้ผู้ประกอบการเสียสิทธิในการเข้าร่วมจากปัญหาด้านเอกสาร
- การมีสมาคมเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างวิสาหกิจประเภทเดียวกัน ถือว่ามีความสำคัญต่อการเติบโตและความอยู่รอดของธุรกิจเป็นอย่างมาก ภาครัฐควรส่งเสริมการมีกลุ่ม สมาคม หรือคลัสเตอร์ในทุกกลุ่มวิสาหกิจย่อย ซึ่งสามารถเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ ข่าวสารโครงการและความช่วยเหลือจากภาครัฐที่วิสาหกิจรายย่อยสามารถเข้าถึงง่ายที่สุดอีกด้วย

4. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

วันที่ 31 สิงหาคม 2563 เวลา 9.00 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณวิราภรณ์ มงคลไชยสิทธิ์
รองผู้อำนวยการ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ



การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ดำเนินการสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประกอบด้วย 4 ศูนย์ ได้แก่

- ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (BIOTEC) มุ่งพัฒนางานด้านเทคโนโลยีชีวภาพ
- ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) มุ่งพัฒนางานด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับวัสดุต่าง ๆ
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) มุ่งพัฒนางานด้านอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
- ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (NANOTEC) มุ่งพัฒนางานด้านนาโนเทคโนโลยี

นอกจากนี้ สวทช. มีหน่วยงานที่มุ่งให้ความช่วยเหลือนักวิจัยและบริษัทต่าง ๆ ในการนำผลงานการค้นพบและเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และให้บริการเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตรแบบครบวงจร (One Stop Service) คือ ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี (TMC) และสถาบันการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตร (AIMI) ตามลำดับ โดยใช้ ITAP¹ เป็นกลไกในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการเทคโนโลยี สวทช. จึงจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการวิจัยและพัฒนา และให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาในโรงงาน พร้อมทั้งสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการทำโครงการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ให้มีการสร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยให้วงเงินสนับสนุนสำหรับผู้ประกอบการ SME ในสัดส่วน 50:50 (สวทช. : ผู้ประกอบการ) สูงสุดไม่เกิน 400,000 บาท สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนวงเงินในสัดส่วน 80:20 (สวทช. : วิสาหกิจชุมชน) สูงสุดไม่เกิน 400,000 บาทเช่นเดียวกับผู้ประกอบการ SME เนื่องจาก สวทช. มองว่ากลุ่มวิสาหกิจ

¹ ITAP (Innovation and technology assistance program) หรือ โปรแกรมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ITAP คือ การสร้างกลไกเชื่อมโยงผู้ให้บริการเทคโนโลยี (Technology Service Providers) เข้ากับผู้ใช่เทคโนโลยี (Technology Users)

ชุมชนยังไม่มีคามเข้มแข็งเท่า SME และช่วยลดความเสี่ยงให้กับกลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนที่ขึ้นทะเบียนเท่านั้น โดยมี CTAP² เป็นกลไกในการดำเนินงาน เพื่อช่วยในการพัฒนาและยกระดับให้กับวิสาหกิจชุมชน

CTAP และ ITAP สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน/เกษตรกร ทั้งห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งในแต่ละกิจการ จะช่วยเหลือในแต่ละด้านตามความสามารถและความต้องการของผู้ประกอบการ เช่น บางกิจการ จะช่วยเหลือในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology: S&T) บางกิจการ จะช่วยเหลือในด้านการตลาด เช่น ดิจิทัล การทำตลาดออนไลน์

สวทช. มีการอัพเดทข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้กับผู้ประกอบการ/ผู้เข้ารับบริการ/ผู้ใช้บริการ ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และต้องเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างคนและเทคโนโลยี ในบางครั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมบางอย่างสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ใช้ได้

การดำเนินงานของ สวทช. จะใช้ Google Forms ในการสอบถามความต้องการ/ความสนใจ ของผู้เข้ารับบริการก่อนเสมอ หากเรื่องไหนมีผู้ให้ความสนใจมากที่สุด จะพิจารณาและดำเนินการเป็นอันดับแรก ด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ การประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ให้กับผู้ที่สนใจ/ผู้เข้ารับบริการ เช่น ผู้เข้ารับบริการสนใจการแปรรูปข้าวมากที่สุด สวทช. จะทำการศึกษาและดำเนินการในเรื่องดังกล่าวอย่างทันที หากเป็นเรื่องใหม่ เช่น โปรตีนจากจิ้งหรีด จะเป็นการจัดอบรมให้ความรู้เบื้องต้น โดยอาศัยความร่วมมือกับหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ โครงการ SMART TAMBON MODEL เป็นโครงการเพื่อพัฒนาชุมชนทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ อาชีพ สุขภาพ การศึกษา สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน และยกระดับคุณภาพชีวิตท้องถิ่นด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งผู้ที่เข้ารับบริการ สวทช. จะดำเนินการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ความต้องการ ตามขั้นตอนการประเมินในแต่ละกลุ่มเป้าหมายของ สวทช. ทั้งการสัมภาษณ์ การประเมิน และการติดตาม เพื่อสนับสนุนได้ตรงเป้าหมาย/ความต้องการของผู้เข้ารับบริการมากที่สุด ทั้งนี้ ทาง สวทช. จะมีการติดตามผลการเข้าร่วมโครงการ/เข้ารับบริการ เช่น หลังจากเข้ารับบริการสนับสนุนแล้ว มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมหรือไม่ หรือสินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นไหม เป็นต้น ทั้งของ startup/วิสาหกิจ/เกษตรกร ที่เข้าร่วมโครงการ/เข้ารับบริการ โดยระยะเวลาที่ติดตามนานที่สุด 5 ปี ซึ่ง สวทช. ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับมาตรฐานสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ยังเห็นว่าในการใช้เทคโนโลยี สื่อโซเชียล สำหรับการสร้างเรื่องราว (Story) เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ SME/วิสาหกิจชุมชน/เกษตรกร

ด้านงบประมาณไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน และบุคลากรมีจำนวนจำกัด จึงต้องมีกลไกในการทำงานร่วมกับพันธมิตร (หน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น) สำหรับกลไกในการทำงาน อาทิ การทำ MOU รายโครงการ หรือ MOU ในรูปแบบการร่วมลงทุน (Joint Venture) ซึ่ง MOU บางโครงการอาจไม่เกิดขึ้นเป็นกิจลักษณะ ทั้งนี้ หากมีการดำเนินการก่อนการทำ MOU อาจมีผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากกว่า

² โครงการสนับสนุนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อชุมชน (Community based Technology and innovation Assistance Project: CTAP) มุ่งนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและการเพิ่มมูลค่า เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ลดความเหลื่อมล้ำ เพิ่มศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน

กลไกการทำงานของภาครัฐไม่เอื้อต่อการดำเนินงานในหลายมิติ โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมการทำงานของแต่ละหน่วยงาน โดยเฉพาะกฎระเบียบ/การใช้งบประมาณของภาครัฐ และนโยบายที่ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเสถียรภาพ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากนโยบายของภาครัฐในแต่ละปีไม่มีความต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการจัดเก็บข้อมูลที่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ต่อไปได้ ทำให้ลดขั้นตอนการทำงาน และไม่ต้องเริ่มดำเนินการจัดเก็บข้อมูลใหม่ทั้งหมดในแต่ละครั้งที่ทำการศึกษา แม้ว่าในแต่ละพื้นที่มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ก็จัดเก็บข้อมูลใหม่เพียงบางส่วนเท่านั้น และให้ความรู้ในการจัดเก็บข้อมูลกับเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการ เพื่อให้ทราบต้นทุนที่แท้จริง และทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนตรงกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากที่สุด ทั้งนี้ หากมีการจัดเก็บข้อมูลไว้บางส่วนแล้ว ควรนำข้อมูลที่มีการจัดทำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด (ควรมีโครงการในการเก็บข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ด้วยกัน และมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในด้านข้อมูลช่วยเหลือเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 ปี เพื่อให้ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน/เกษตรกร เห็นความสำคัญของข้อมูล ซึ่งบางพื้นที่ยังไม่มีฐานข้อมูลในการนำไปวิเคราะห์ช่วยเหลือได้ และข้อมูลในพื้นที่ที่แตกต่างกันไม่สามารถทดแทนกันได้) จะเห็นได้ว่าข้อมูลที่มีปริมาณที่ไม่มากพอสำหรับ Artificial Intelligence (AI) ในการประมวลผล หากใช้ AI ในการประมวลผล สภาพแวดล้อมต้องเหมือนกัน หรือหากสภาพแวดล้อมมีความแตกต่างกันต้องมีการปรับตัวแปร/บริบท ให้เหมาะสมกับสถานที่ที่ทำการศึกษา
- ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลของผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการ/การสนับสนุนจากภาครัฐ และจัดกลุ่ม SME ในลักษณะของขนาด สถานะ การเข้ารับบริการ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการสนับสนุนผู้ที่รับเข้ารับบริการของแต่ละหน่วยงาน
- ควรมีการอบรม/เรียนรู้ ข้อมูลพื้นฐานก่อนเข้ารับบริการจาก สวทช. โดยเฉพาะบริบทของชุมชน การสร้างสภาพแวดล้อม (ecosystem) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง
- ควรมีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ในแต่ละพื้นที่ เช่น พริก ปลูกที่จังหวัดไหนมากที่สุด โรคที่พบคืออะไร สายพันธุ์ไหนเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งจะเป็นผลดีต่อเกษตรกรอีกด้วย
- ควรมีการเพิ่มทักษะด้านการตลาด และทบทวนปัญหาที่เกิดขึ้น ส่วนสำคัญสำหรับธุรกิจ/กิจการเพื่อลดต้นทุนการใช้ปัจจัยการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยเฉพาะในส่วนปลายน้ำที่มีต้นทุนสูง
- ควรมีการติดตามผู้ประกอบการที่เข้ารับบริการ/เข้าร่วมโครงการ อย่างต่อเนื่อง แลให้ความใส่ใจ การแก้ปัญหา การต่อยอด SME ซึ่งบางส่วนสามารถติดตามผลการดำเนินงานได้ แต่ในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก
- ควรมีนิเวศกร/ปราชญ์ชาวบ้าน/แกนนำ ที่มีความเข้มแข็งในแต่ละชุมชน เช่น ชาวนาวันหยุด ที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำนา เป็นต้น เพื่อกระจายข่าวในสิ่งที่ทำอยู่/รับข่าวสารจากภาครัฐ ในการกระจายข้อมูลข่าวสารภายในชุมชน ซึ่งเป็นการกระจายข่าวสารให้กับคนเป็นจำนวนมาก ในเวลาที่กระชับ สั้น และทันต่อเหตุการณ์ และควรมีการจัดทำสื่อโซเชียล YouTube หรือคู่มือในลักษณะอินโฟกราฟิก (Infographic) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบที่ต่างกันไป

- ควรสนับสนุนให้ผู้เชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะด้านสรีรวิทยาของพืช (Plant physiology) เนื่องจากข้อมูลด้านพืชมีจำนวนไม่มากนัก และผู้เชี่ยวชาญด้านสรีรวิทยาต้องมีความเข้าใจศาสตร์ในหลายมิติ เช่น ความชื้นสัมพัทธ์ แสง สภาพแวดล้อม และข้อมูลหลังการเก็บเกี่ยวของพืช เป็นต้น
- ควรมีการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยให้มีความชัดเจนในแต่ละด้าน เพื่อยกระดับวิสาหกิจรายย่อยเป็นฐานการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และควรส่งเสริมเครื่องจักรกลการเกษตรภายในประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีการนำเข้าเครื่องจักรกลการเกษตร เพราะสภาพแวดล้อมภายในประเทศมีลักษณะที่แตกต่างจากต่างประเทศ หรือมีการเปลี่ยนวัสดุในการผลิต และควรมีการปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการในประเทศ โดยระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่ดี จะทำให้ไม่กระทบต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ พร้อมทั้ง นักวิจัยต้องมีส่วนร่วมและคลุกคลีกับสถานะความเป็นจริงให้มากกว่าการทำงานด้วยเอกสาร (Paper) และสิ่งที่ทำการศึกษาไว้บางส่วนไม่ได้ถูกนำมาใช้ให้สอดคล้องกับสถานะความเป็นจริง ซึ่งต้องสร้างให้เป็นวัฒนธรรม (Culture) ในการทำงาน

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก สงขลา

1. ร้านเมืองใต้ ป่าลิม 2 เกาะยอ

วันที่ 9 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณชัยยุทธ์ เขียวชำนาญ (ผู้จัดการร้าน)



ร้านเมืองใต้ ป่าลิม 2 เป็นร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอเกาะยอ โดยเกาะยอนั้นมีการเริ่มกิจการทอผ้าประมาณปี พ.ศ. 2220 ซึ่งใช้วิธีทอผ้าแบบดั้งเดิมคือใช้กี่ทอมือ โดยลายผ้าทอที่พบในปัจจุบันมีทั้งแบบโบราณและแบบประยุกต์ มีลายที่ภาคภูมิใจและเป็นเอกลักษณ์คือ “ลายราชวັถ์” โดยเป็นชื่อพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวในปี พ.ศ. 2575 มีชื่อเดิมคือลายขนคอนกเขา จนในปี พ.ศ. 2482 มีการนำกี่กระตุกเข้ามาใช้ในการผลิต พร้อมกับการนำเข้าผ้าพิมพ์ลาย ทำให้ในเวลาต่อมาธุรกิจค้าผ้าของผ้าทอเกาะยอซบเซา ต่อมาสมาคมสตรีนักธุรกิจและวิชาชีพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ สาขาจังหวัดสงขลา ซึ่งมีคุณหญิงชื่นจิตต์ สุขุม เป็นนายกสมาคมเข้ามาฟื้นฟูการทอผ้าโดยสนับสนุนการรวมกลุ่มและให้ความรู้ ทั้งการย้อมสีและการเปลี่ยนมาใช้เส้นใยสังเคราะห์แทนการใช้ผ้าฝ้าย

ในปัจจุบันร้านเมืองใต้ ป่าลิม 2 มีช่างทอผ้าประมาณ 10 คน สามารถทอได้คนละ 2-3 หลาต่อวัน ในช่วงแรกดำเนินการทอเป็นกลุ่มที่ศูนย์ทอผ้าแล้วจึงเปลี่ยนให้นำก็ไปทอที่บ้านในเวลาต่อมา โดยร้านเมืองใต้ ป่าลิม 2 มีสถานะเป็นหน้าร้านและเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงช่างทอผ้า ช่างเย็บผ้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแปรรูปอื่นๆ คุณชัยยุทธ์ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้จัดการร้าน ได้ให้ข้อมูลว่าร้านป่าลิมมีการเข้าร่วมโครงการของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมงานกับเทคโนโลยีราชมงคล และสถานศึกษาต่าง ๆ ในการพัฒนาผ้าทอและคิดค้นนวัตกรรมเกี่ยวกับผ้าทอหรือวัสดุจากธรรมชาตินอกเหนือจากเส้นใยที่ใช้อยู่ทั่วไปในตลาดเช่นใยฝ้าย หรือเส้นใยสังเคราะห์ โดยจากการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในพื้นที่ได้มีการพัฒนาเส้นใยที่ทำจากเกล็ดปลา ซึ่งมีลักษณะเด่นคือ ระบายอากาศ หนอมผิว ป้องกันแสง UV และป้องกันกลิ่น รวมไปถึงมีการพัฒนาลวดลาย

ปัญหาของการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยรวมไปถึงหน่วยงานรัฐคือโครงการมีระยะเวลาที่จำกัดและไม่สนับสนุนอย่างเต็มวงจรการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้โครงการไม่มีผลสัมฤทธิ์ ตัวอย่างเช่น โครงการพัฒนาเส้นใยจากเกล็ดปลา มีระยะเวลาการดำเนินโครงการ 1 ปี และส่งเสริมการพัฒนาเส้นใยและการพัฒนาตลาด ไม่รวมการสนับสนุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์และการตลาด อีกหนึ่งโครงการตัวอย่าง คือ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมซึ่งเป็นโครงการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยมีผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ไม่ได้ต่อยอดให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด ทำให้เมื่อวิสาหกิจไม่มีเงินทุนในการผลิตจึงไม่มีการดำเนินการผลิตสินค้าออกสู่ตลาด

ร้านเมืองใต้ ป่าลิม 2 ยังได้มีการเข้าร่วมโครงการนิทรรศการ และการออกบูทสินค้าร่วมกับหน่วยงานภาครัฐอีกหลายหน่วยงาน โดยปัญหาคือโครงการส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการจัดสรรพื้นที่เท่านั้นแต่ไม่ได้ให้การสนับสนุนด้านอื่น ๆ ทั้งในด้านค่าเดิน ทางค่าที่พัก และเบี้ยเลี้ยง โดยร้านค้ามีโอกาสในการขายที่ไม่แน่นอน รวมไปถึงสถานที่ในบางครั้งไม่เอื้ออำนวยเช่นการเอาร้านค้าที่มีการจัดแสดงทอผ้าไปไว้ส่วนท้ายของพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐควรสนับสนุนวิสาหกิจให้ครบกระบวนการ ตั้งแต่การวิจัยพัฒนาวัตถุดิบ แปรรูปผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงความช่วยเหลือด้านการตลาด และควรเป็นโครงการต่อเนื่องที่มีการให้คำแนะนำและติดตามประเมินผลเพื่อพัฒนาการสนับสนุนแบบครบวงจร
- ควรมีการสนับสนุนด้านการเงินแบบปลอดดอกเบี้ย เพื่อลดภาระทางการเงินของวิสาหกิจที่ต้องการพัฒนากิจการของตนเอง ทำให้ผู้ประกอบการสนใจการเติบโตของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
- ต้องการความช่วยเหลือในการลดอุปสรรคในการเข้าถึงวัตถุดิบ เช่น ในกรณีของร้านเมืองใต้ ป่าลิม 2 เกาะยอ ไม่สามารถเข้าถึงโรงงานผลิตใยผ้าฝ้ายได้โดยตรง ต้องดำเนินการผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ราคาวัตถุดิบและต้นทุนสูงขึ้น อาจต้องมีหน่วยงานเข้ามาให้ความช่วยเหลือหรือมีการรวมกลุ่มที่ใหญ่ขึ้นเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการเข้าถึงและราคาของวัตถุดิบ

2. วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ยางพารา กองทุนหมู่บ้านบ้านไทรครอบครัวประชาชนรัฐ

วันที่ 10 สิงหาคม 2563 เวลา 14.00 น.

ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณสำราญ วะสีคง (ประธานวิสาหกิจชุมชน)



ตามนโยบายของรัฐบาลให้มีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านในปี พ.ศ.2544 ชาวบ้านมีการรวมตัวกัน และปี พ.ศ. 2546 ได้รับรางวัลในการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านดีเด่น ได้เงินรางวัล 1 แสนบาท จากนั้น ในปี พ.ศ. 2548 ได้ยกฐานะกองทุนหมู่บ้านเป็นสถาบันการเงินชุมชนแห่งแรกของสงขลา โดยได้เงินสมทบอีก 1 ล้านบาท มาเป็นต้นทุนในการซื้อที่ดิน สร้างอาคาร และมีการกู้เงินจากธนาคารออมสินเพื่อต่อยอด การดำเนินงานต่อไป และในปี 2562 ได้ยกฐานะเป็นวิสาหกิจชุมชน ในปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 500 กว่าคน ซึ่งเป็นคนในหมู่บ้านทั้งหมด

วิสาหกิจชุมชนเริ่มผลิตภัณฑ์สินค้าในปี 2560 และมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง รัฐบาล ให้เงินสนับสนุนเพื่อมาจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนและดำเนินการเรื่องเงินทุน เพื่อสร้างรายได้ให้คนในชุมชน โดยกองทุนต้องมีการบริหารจัดการดี และนำเงินอุดหนุนที่ได้จากรัฐบาลไปปล่อยกู้ต่อได้ โดยมีหลักเกณฑ์คือ ต้องเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้ชุมชน

การดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชน มีคณะกรรมการและสมาชิกมีความเข้มแข็ง การดำเนินงานต่าง ๆ ต้องผ่านมติที่ประชุม โดยมี 2 ผลิตภัณฑ์คือน้ำดื่มและผลิตภัณฑ์ยางพารา ซึ่งผลิตภัณฑ์ยางพารานั้นมีวัตถุดิบ คือน้ำยางสด ซึ่งน้ำยางที่รับซื้อภายในหมู่บ้านไม่สามารถนำมาแปรรูปได้ เนื่องจากไม่มีเครื่องปั้น จึงจำเป็นต้อง รับซื้อน้ำยางจากภายนอกเพื่อมาทำผลิตภัณฑ์ และนำน้ำยางที่ได้ไปขายต่อ ซึ่งหากมีเครื่องจักรที่บ้านน้ำยาง จะช่วยลดต้นทุนในส่วนนี้ได้ ปัจจุบันมีเครื่องจักร มีผู้ผลิตเข้ามาเสนอและสอนวิธีการใช้งาน โดยสามารถ ผลิตภัณฑ์หมอนยางพาราได้ 32 ใบต่อวัน

กองทุนหมู่บ้าน มีการปล่อยสินเชื่อให้ชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่กู้เงินเพื่อไปทำการเกษตร โดยมีระยะเวลา ในการกู้ยืมและผ่อนชำระเป็นรายเดือน ส่วนการบริหารจัดการกองทุน มีการทำบัญชี ซึ่งมีเจ้าหน้าที่จาก ธนาคารออมสินมาสอนทำ โดยมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโปรแกรมในการจัดทำ ปัจจุบันไม่มีหนี้เสีย

สิ่งสำคัญของการรวมตัวกันเป็นกองทุนหมู่บ้าน คือ ต้องมีความน่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจ ข้อดีคือมีเงินทุนสำหรับเป็นสวัสดิการให้แก่ชาวบ้าน อาทิ สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล ประกันชีวิต ทุนการศึกษา และปัญหาในปัจจุบันคือ คนรุ่นใหม่ไม่นิยมกลับมาทำงานที่บ้าน และราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ

โครงสร้างการบริหารสถาบันการเงินชุมชนหมู่บ้านไทรคอบ มีผู้นำหรือประธานกรรมการเป็น นักวิชาการ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกับธนาคารออมสิน และคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน มีการสอน ทำบัญชีครัวเรือน ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญมากและมีผลต่อการออมทรัพย์ เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่มากที่สุดของชาวบ้าน คือค่าใช้จ่ายในการศึกษาของลูก จึงจำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้ในการวางแผนและการบริหารการเงิน

ข้อเสนอแนะ

- การอบรมให้ความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือนเป็นสิ่งสำคัญมาก ภาครัฐควรทำอย่างต่อเนื่อง
- สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้หมู่บ้าน คือ หมอนยางพารา ต้องการให้มีหน่วยงานเข้ามาช่วย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต
- โครงการที่ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุน คือ การส่งเสริมอาชีพ และการทำการตลาดออนไลน์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาด เนื่องจากในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นการขายทางตรง การขายออนไลน์ยังมีไม่มาก การขายส่วนใหญ่มีการตกลงซื้อขายกันล่วงหน้า เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยง
- นอกจากผลิตภัณฑ์ยางพาราแล้ว ชาวบ้านยังมีอาชีพอื่น ๆ อาทิ การปลูกพืช ผลไม้ และการเลี้ยงผึ้ง สำหรับการปลูกพืชมีปัญหาเรื่องศัตรูพืช ซึ่งก็คือกระรอก ชาวบ้านได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก แต่ไม่มีความรู้ในการจัดการ จึงต้องการให้มีผู้เชี่ยวชาญมาแนะนำ อบรมและให้ความรู้ในการจัดการ ปัญหาดังกล่าว
- ภาครัฐควรเน้นการสร้างการรับรู้มากขึ้น มีผู้เชี่ยวชาญมาอบรมให้ความรู้ทางด้านการตลาด การใช้เทคโนโลยี การเพิ่มผลผลิต การขายออนไลน์ และการจัดการกองทุนและการให้สวัสดิการชาวบ้าน

3. ศิลป์ประดิษฐ์เทียมตา

วันที่ 10 สิงหาคม 2563 เวลา 15.30 น.
ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณลัดดา พูลภิญโญ (ประธาน)
คุณประพัทธ์ พูลภิญโญ (รองประธาน)



คุณลัดดาและคุณประพัทธ์ เป็นอดีตข้าราชการครู มีความรู้ทางด้านช่างสิบหมู่ และศิลปะ และเมื่อเกษียณอายุราชการจึงจัดตั้งกลุ่มศิลป์ประดิษฐ์เทียมตา มาตั้งแต่ปี 2548 ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 12 คน โดยเริ่มจากการนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างเป็นงานประดิษฐ์แบบภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น โมบายปลา และโคมไฟที่ทำจากขวดนมพลาสติก รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ จากกะลามะพร้าว และตุ๊กตาตัวที่ทำจากลูกสำโรง ซึ่งรับซื้อจากชุมชนต่าง ๆ แล้วนำมาคัดเลือกเฉพาะที่ใช้ได้อีกครั้ง

การขายมีทั้งการขายปลีกในงานต่าง ๆ และการขายที่ร้านของฝากในจังหวัดสงขลา รวมทั้งผลิตตามคำสั่ง (Made to order) แต่เนื่องจากงานแต่ละชิ้นทำมาจากวัสดุเหลือใช้ จึงต้องมีการวางแผนว่าจะหาวัสดุมาได้อย่างไรบ้าง รวมทั้งต้องใช้ความชำนาญและเวลาในการทำด้วย ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดในด้านจำนวนการผลิตอยู่บ้าง นอกจากนี้ มีปัญหาเรื่องการหาวัสดุตกแต่ง ซึ่งต้องมาเลือกและซื้อด้วยตัวเองที่สำเพ็ง เนื่องจากวัสดุที่ใช้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่ได้มีขายอย่างต่อเนื่อง

สินค้าเริ่มเป็นที่รู้จักจากการจำหน่ายในงานต่าง ๆ และหลังจากนั้นจึงมีแนวคิดใหม่ ๆ ตามมา ซึ่งการมีไอเดียหรือการออกแบบจะใช้เวลาไม่มาก เนื่องจากมีพื้นฐานทางด้านศิลปะสิ่งประดิษฐ์และความชอบอยู่แล้ว ทั้งนี้ ต้องมีการพัฒนาสินค้าในรูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ ต้องไม่หยุดนิ่ง เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจอยู่เสมอ และสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับใส่ตุ๊กตาตัว เคยได้รับรางวัลรองอันดับที่ 3 การประกวดบรรจุภัณฑ์จากจุฬาฯ ซึ่งมีหน่วยงานมาช่วยเป็นผู้ช่วยออกแบบ

กลุ่มศิลป์ประดิษฐ์เทียมตา มีการขอคำปรึกษาจากหน่วยงานราชการ อาทิ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 11 และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (มอ.) และหลังจากนั้นมาก็จะได้รับข่าวสารผ่านหน่วยงานเหล่านี้ ทั้งทางตรงและออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีโอกาสได้เป็นวิทยากรในงานต่าง ๆ เพื่ออบรมการทำสิ่งประดิษฐ์ รวมทั้งเปิดสอนให้กับผู้สนใจทั่วไป

ส่วนการออกงานแสดงสินค้าที่ต่างประเทศ ได้เดินทางไปประเทศอียิปต์ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี แต่การเดินทางไปต่างประเทศต้องออกค่าใช้จ่ายเองบางส่วน ถือเป็นกาเปิดตลาดต่างประเทศ แต่ปัญหา คือ ต่างประเทศจะขอราคาซื้อขายของไทย ซึ่งไม่สามารถให้ได้ เพราะในการส่งออกจะมีขั้นตอนมาก มีความยุ่งยาก เสียค่าใช้จ่ายสูง

ลูกค้าส่วนใหญ่จะได้มาจากการออกงานตามสถานที่ต่าง ๆ ส่วนช่องทางออนไลน์จะมีไม่มาก เนื่องจากยังไม่มีกาทำ Platform ออนไลน์อย่างจริงจัง เพราะไม่มีความรู้ทางด้านนี้ ต้องอาศัยรุ่นลูก หรือเด็กรุ่นใหม่ในการช่วยดำเนินการ ซึ่งถือเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งของการขายออนไลน์ในกลุ่มคนสูงอายุ

ข้อเสนอแนะ

- การให้ความรู้และมีพี่เลี้ยงช่วยเหลือด้านการตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การให้ความรู้เบื้องต้นจนถึงขั้นตอนการขาย เพราะหากเป็นการอบรมเบื้องต้นเพียงอย่างเดียว โดยที่ปราศจากการปฏิบัติร่วมด้วย จะทำได้ยากในผู้กลุ่มคนสูงอายุ
- การส่งออกสินค้าไปต่างประเทศมีขั้นตอนและระเบียบมาก และค่าใช้จ่ายสูง ควรมีการช่วยเหลือเรื่องการส่งออกให้ง่ายขึ้น และลดค่าใช้จ่ายแก่ผู้ส่งออก ในสินค้าที่มีมูลค่าไม่มาก เพื่อเป็นการส่งเสริมกาเปิดตลาดต่างประเทศ
- ควรมีการส่งเสริมค่านิยมเรื่องกา návสดุเหลือใช้มาสร้างประโยชน์ เนื่องจากค่านิยมของคนไทยยังมองว่าสิ่งเหล่านี้เป็นขยะ แต่ต่างชาตกลับมองว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ มีความคิดสร้างสรรค์

สรุปการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (มูลนิธิ สวค.) ได้มีการจัดประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จำนวน 5 ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ขอนแก่น สงขลา และเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเทศไทยและสถานการณ์เศรษฐกิจโลก โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ครั้งที่ 1 วันอังคารที่ 14 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น. ณ โรงแรมเดอะไทด์รีสอร์ท จังหวัดชลบุรี

ครั้งที่ 2 วันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น. ณ โรงแรมวีวิช จังหวัดขอนแก่น

ครั้งที่ 3 วันจันทร์ที่ 10 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 – 13.00 น. ณ โรงแรมบุรีศรีภู อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และวันอังคารที่ 11 สิงหาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น. ณ โรงแรมเดอะเบด เวเคชั่น จังหวัดสงขลา

ครั้งที่ 4 วันอังคารที่ 18 สิงหาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น. ณ โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่

สรุปการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) จังหวัดชลบุรี

การประชุมระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2563 ณ โรงแรมโรงแรมเดอะไฮด์ รีสอร์ท จังหวัดชลบุรี มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 27 คน สามารถสรุปความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมได้ 5 ด้าน ดังนี้



1. ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

- ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นว่าการจดทะเบียนผู้ประกอบการทั้งทะเบียนพาณิชย์ วิสาหกิจ นิติบุคคล สำหรับสินค้าเพียงอย่างเดียวมีความซับซ้อน ภาครัฐขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน
- กฎระเบียบต่าง ๆ ของภาครัฐไม่เอื้อต่อการดำเนินการสำหรับวิสาหกิจรายใหม่ ทั้ง Micro และ SME รวมไปถึงการขอการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ทั้ง ออย. และ GMP มีรายละเอียดและเงื่อนไขที่ซับซ้อน
- การทดสอบสินค้าและการทดลองตลาด เช่น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ ควรมีการปรับลดกระบวนการ
- มีข้อเสนอแนะในรูปแบบของการสร้างแพลตฟอร์มที่เป็นศูนย์ให้การช่วยเหลือผู้ประกอบการแบบครบวงจร ซึ่งให้การช่วยเหลือทั้งในด้านความรู้ในเรื่องของกฎระเบียบและที่ปรึกษาที่ดูแลธุรกิจอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด ในรูปแบบที่ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย
- การดำเนินโครงการการอบรมพัฒนาผู้ประกอบการ หรือโครงการอื่น ๆ ขาดความต่อเนื่องจากข้อจำกัดด้านการปิดงบประมาณตามปีงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถวัดผลลัพธ์หลังจบโครงการได้

2. การตลาด

- ทางด้านการตลาดผู้เข้าประชุมมีความคิดเห็นว่าการมีการประชุมสัมพันธสัมพันธ์สินค้าให้กับกลุ่มวิสาหกิจ เช่นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน OTOP และคลัสเตอร์ของ SME อย่างทั่วถึง โดยเริ่มดำเนินการจากการเก็บข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบของฐานข้อมูลเพื่อใช้วางแผนในการสนับสนุน เช่น โครงการกิจกรรม การนำเสนอและจำหน่ายสินค้า โดยควรมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพ คำนึงถึงผู้ประกอบการเป็นสำคัญ
- ควรมีโครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าในหลายช่องทางทั้งในด้านการจัดสรรพื้นที่ค้าขาย รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือในการทำรายการส่งเสริมการขายทั้งในและนอกแพลตฟอร์มออนไลน์
- ควรมีโครงการสนับสนุนการสร้างแบรนด์ให้เข้มแข็งและได้มาตรฐาน และมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยผู้ประกอบการควรได้เข้าถึงตลาดที่มีนักธุรกิจต่างประเทศเข้าถึง เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และมีทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำและแรงจูงใจในการเข้าสู่ตลาดที่มีโอกาสและการแข่งขันที่สูงขึ้น
- สนับสนุนและให้ความรู้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เสริมสร้างความรู้ในการจัดกลุ่มลูกค้า และการทำการตลาดสมัยใหม่ ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่
- ควรส่งเสริมการใช้สินค้าของไทย เพื่อเพิ่มความรับรู้และเพิ่มยอดขายของตลาดในประเทศ
- ต้องการให้มีการจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ไปออกงานแสดงสินค้า ที่ต่างประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากมีศักยภาพแต่ขาดเงินทุนในการเข้าถึงตลาด โดยมีหน่วยงานให้คำปรึกษาใกล้ชิดในรายละเอียด เงื่อนไข และข้อมูลพื้นฐานที่ควรรู้ เช่น วิธีการชำระเงินของกลุ่มลูกค้าในประเทศที่ไปออกงาน เรื่องของภาษีและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เพื่อไม่ให้ผู้ประกอบการพบปัญหา

3. การเงิน

- ปัญหาหลักด้านการเงินในผู้ประกอบการรายย่อยคือเงินทุน โดยมีความคิดเห็นว่าการรัฐควรมีการสนับสนุนเงินทุนและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เข้าถึงได้ง่ายและมีเงื่อนไขที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นทำธุรกิจจะสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธนาคารพาณิชย์ได้ยากจากการขาดความน่าเชื่อถือและขาดความสามารถในการค้ำประกัน
- การสนับสนุนจากรัฐที่ผู้ประกอบการต้องการยังรวมถึงการให้ความรู้ด้านการเงินและภาษี จึงควรมีศูนย์ให้คำปรึกษาด้านการเงินที่เข้าถึงได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ การมีความรู้และมีผู้ดูแลให้คำปรึกษาใกล้ชิดจะทำให้ผู้ประกอบการบริหารเงินก้อนแรกที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ รู้ความต้องการของตลาดจากผลประกอบการที่เป็นปัจจุบัน คำนวณต้นทุนที่ถูกต้องและสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำธุรกิจได้ทันทั่วถึง
- มีความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุมว่าผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่จะขาดการวางแผน โดยดำเนินการแบบแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และไม่แยกเงินทุนของตนเองออกจากเงินกำไรจากธุรกิจ ทำให้วางแผนด้านการเงินผิดพลาดหรือดำเนินธุรกิจแบบไม่มีการเติบโต คือดำรงอยู่ได้ด้วยการเพิ่มเงินทุนส่วนตัวเพื่อประคองธุรกิจจนหมดเงินทุน จึงควรมีหน่วยงานที่ให้ความรู้ด้านการเงินและการทำบัญชี

เพื่อให้วิสาหกิจสามารถรับรู้สถานะทางการเงินของตนเองเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ และสามารถชำระภาษีได้อย่างถูกต้องตรงเวลา และไม่เสียค่าปรับภายหลัง

- ควรมีโครงการสนับสนุนสินเชื่อส่งเสริมศักยภาพธุรกิจไทย และให้ความรู้ในเรื่องเงินทุนหมุนเวียน และการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

4. ปัจจัยสนับสนุน

- ผู้เข้าร่วมประชุมมีความคิดเห็นว่าคุณมีหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาสำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่เข้าถึงได้ง่าย และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ประกอบการ เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการเน้นช่วยเหลือตัวเอง โดยไม่มองหาความช่วยเหลือจากภาครัฐ จากการมีทัศนคติที่ว่าหน่วยงานภาครัฐมีการทำงานที่ซับซ้อนและใช้เวลามาก
- ภาครัฐสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ผ่านความช่วยเหลือในการเข้าถึงเครื่องจักร หรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายเล็กจำนวนมากที่ไม่สามารถเข้าถึงเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีที่จะเร่งการขยายตัวของธุรกิจได้ โดยภาครัฐอาจให้ความช่วยเหลือโดยการเป็นตัวกลางในการระดมทุนจัดซื้อ หรือเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการเข้ากับสถาบันการศึกษาซึ่งมีเทคโนโลยี และองค์ความรู้เข้ามาช่วยเหลือการดำเนินธุรกิจ
- ภาครัฐควรเข้ามามีส่วนช่วยในการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดเล็ก ที่ขาดเงินทุน และองค์ความรู้แต่มีแนวคิดและศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการที่ดี มีแนวโน้มที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จในอนาคตซึ่งสามารถสนับสนุนได้หลายรูปแบบ
- ควรมีที่ปรึกษาด้านกฎหมายที่ให้คำแนะนำในเรื่องการทำสัญญากับบริษัทคู่ค้า และคอยให้คำแนะนำในเวลาที่เกิดปัญหาการผิดสัญญา เช่น เกิดการค้างหรือผิดนัดชำระ

5. ทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้

- ควรมีการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรายย่อย ที่ดำเนินธุรกิจในประเภทธุรกิจเดียวกันหรืออยู่ในห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกันเพื่อช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ โดยเฉพาะด้านนวัตกรรม จึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ความช่วยเหลือของภาครัฐที่วิสาหกิจขนาดเล็กสามารถเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว
- ควรมีการให้ความรู้ในการดำเนินธุรกิจอย่างครบวงจรในทุกระยะของการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงการให้ความรู้ด้านนวัตกรรมใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจ เช่น ความรู้ด้านดิจิทัล E-Commerce รวมไปถึงการสำรวจข้อมูลสถิติเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ และมีการติดตามให้ความช่วยเหลือหลังจบโครงการ
- ปลุกฝังวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการ โดยสอนให้มองหาโอกาสจากช่องทางการตลาดในยุคปัจจุบัน แสวงหาความรู้ใหม่ในการทำธุรกิจ ปรับตัวตามกระแสและพฤติกรรมของผู้บริโภค วางแผนธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทำธุรกิจหลายประเภทที่เชื่อมโยงกันเพื่อกระจายความเสี่ยง
- ควรมีโครงการ SME เพื่อ SME เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดการประกอบธุรกิจ และเพื่อให้ผู้ประกอบการรู้ถึงสถานะการแข่งขัน นวัตกรรม และตลาดเป้าหมายใหม่

- ควรเพิ่มองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภาพแรงงาน เพื่อให้ทราบถึงและสามารถวิเคราะห์กระบวนการทำงานได้ ทำให้มองเห็นความสูญเสียที่แฝงอยู่ในกระบวนการทำงาน ส่งผลให้มีการปรับปรุงการบริหารธุรกิจ ทำให้เกิดการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

สำหรับตัวเร่งที่สามารถทำให้ SME ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ใน 2 ด้าน คือ ด้านการเงิน และองค์ความรู้ สามารถสรุปได้ดังนี้

การเงิน

- ระบบชำระเงินแบบไม่มีค่าธรรมเนียม การเข้ามามีบทบาทของเงินดิจิทัล และเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology)
- แหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และแหล่งเงินทุนพิเศษอื่น ๆ จากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งผู้ประกอบการรายเล็กสามารถเข้าถึงได้และมีเงื่อนไขการชำระหนี้ที่เหมาะสม คำนึงถึงวงจรรายรับรายจ่ายของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดเล็ก
- สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับผู้ประกอบการในทุกระยะที่มีตลอดปี ไม่ใช่ในรูปแบบของโครงการภาครัฐที่ขึ้นอยู่กับปีงบประมาณ
- สื่อดิจิทัลที่อำนวยความสะดวกในการประกอบการ ทั้งในรูปแบบของตลาดออนไลน์ และแพลตฟอร์มข้อมูลผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

องค์ความรู้

- ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ควรมีงานวิจัยเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้รับรู้ หรือผู้ที่ดำเนินกิจการในอุตสาหกรรมแต่ละประเภท
- รายการให้ความรู้สำหรับผู้ประกอบการ และศูนย์รวมแหล่งความรู้ต่าง ๆ
- หลักสูตรการทดลองเป็นผู้ประกอบการ
- ภาษาต่างประเทศ และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

สรุปการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) จังหวัดขอนแก่น

การประชุมระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครั้งที่ 2 เมื่อวันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 ณ โรงแรมวีวีซี จังหวัดขอนแก่น มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 31 คน สามารถสรุปความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมได้ 5 ด้าน ดังนี้



1. ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

- กฎระเบียบและขั้นตอนในการจดทะเบียนธุรกิจ ควรมีมาตรฐานและรูปแบบเดียวกันทุกจังหวัดทั่วประเทศ
- กฎระเบียบ และหลักเกณฑ์ของสถาบันการเงินค่อนข้างยุ่งยาก ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กมีปัญหาในการเริ่มต้นธุรกิจ และภาครัฐควรปรับหลักเกณฑ์ทางการเงิน งดเว้นภาษีอากรบางประการ หรือการมีสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan: NPL) ที่สามารถผ่อนคลายเป็นพิเศษเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย
- ระบบราชการและหน่วยงานไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย อาทิ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสำนักงานพัฒนาชุมชน
- ภาครัฐควรอำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนธุรกิจ และผ่อนคลายนโยบายด้านภาษีนำเข้าและส่งออก
- การแบ่งประเภทของวิสาหกิจในการเสียภาษีเงินได้ ควรมีกฎเกณฑ์ที่เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อย
- ภาครัฐควรประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสาร กฎระเบียบต่าง ๆ ของทางราชการ ให้กับผู้ประกอบการระดับฐานรากในชุมชนเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างทันท่วงที

- ภาครัฐควรปรับกรอบนโยบายของแต่ละกระทรวงและกระจายอำนาจลงมาสู่ส่วนภูมิภาคและประชาชนมากขึ้น

2. ด้านการตลาด

- ควรมีโครงการที่สนับสนุนด้านการตลาดและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาด้านวิชาการ นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- ควรส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์ทุกช่วงและเน้นในช่วงธุรกิจกำลังเติบโต โดยมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ส่งเสริมผู้ประกอบการหลากหลายกลุ่มตั้งแต่เกษตรกรจนถึงผู้ส่งออก รวมถึงมีการพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ทางด้านการตลาด
- ควรเน้นการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการ SME
- สร้างการรับรู้ให้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางและช่องทางการตลาด เช่น การตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นการปรับตัวให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้โดยเฉพาะในช่วงวิกฤติ เช่น ช่วง Covid-19 เป็นต้น
- เน้นการประชาสัมพันธ์โครงการส่งเสริมด้านการตลาด การขายสินค้าและบริการ สนับสนุนตลาดชุมชนให้มากขึ้น
- ภาครัฐควรช่วยเหลือด้านการตลาดโดยเฉพาะตลาดภายในประเทศ

3. ด้านการเงิน

- ผู้ประกอบการที่เป็นชาวบ้าน/เกษตรกร/ผู้ประกอบการรายย่อย/วิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องเงินทุนในการประกอบธุรกิจ และต้องการมีเงินทุนหมุนเวียนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ภาครัฐควรให้ความรู้ในการจัดการบริหารการเงินเพื่อเข้าสู่กระบวนการกู้เงิน/ความรู้ในการดำเนินธุรกิจด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และควรสนับสนุนช่วยเหลือให้ SME/ผู้ประกอบการรายย่อย สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ เนื่องจากการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้นเป็นไปได้ยาก ขาดความน่าเชื่อถือ ซึ่งหลักเกณฑ์ของสถาบันการเงินไม่เอื้อต่อผู้ประกอบการรายย่อย รวมทั้งผลิตภัณฑ์/สินค้าของผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้นไม่เป็นที่รู้จัก ทำให้รายได้ในช่วงแรกน้อย ซึ่งไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เกิดขึ้น
- งบประมาณที่ได้รับไม่มีความต่อเนื่อง และควรให้ท้องถิ่นดูแลงบประมาณ เพื่อการบริหารจัดการที่คล่องตัวกว่า ดังนั้นภาครัฐจึงควรให้งบประมาณอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ
- สสว. อาจเป็นผู้ดูแลเงินทุนและปล่อยสินเชื่อให้ SME เอง โดยให้มี สสว. ประจำจังหวัดเป็นผู้ดูแล เพื่อให้สามารถดูแล SME ได้อย่างทั่วถึง
- ควรมีการปรับโครงสร้าง แหล่งเงิน ระบบกองทุน สหกรณ์ ให้มีความเหมาะสมมากขึ้น เพื่อช่วยเหลือด้านการเงินต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย

4. ด้านปัจจัยสนับสนุน

- สร้างการรับรู้ให้ผู้ประกอบการทราบถึงการให้บริการและความช่วยเหลือของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

- เนื่องจากหน่วยงาน สสว.เป็นหน่วยงานที่วิสาหกิจคาดหวัง มีความรู้รอบด้าน และทราบความต้องการของชุมชน สสว. จากส่วนกลางจึงควรลงมาช่วยเหลือชุมชนเองโดยไม่ผ่านหน่วยงานที่เป็นตัวกลาง
- การสนับสนุนโครงการควรทำอย่างต่อเนื่องและกระจายให้ทั่วถึงไม่กระจุกเฉพาะธุรกิจหรือทำได้แล้วหยุดชะงักไปกลางคัน
- ควรมี สสว. ประจำอำเภอหรือที่ปรึกษาระดับอำเภอ ช่วยให้คำแนะนำ และกำหนดกฎระเบียบให้ท้องถิ่นจัดงบประมาณเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจโดยเฉพาะ
- ควรมีการประเมินศักยภาพหน่วยงานท้องถิ่นทุกระดับด้านการสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อม
- ภาครัฐควรมีตัวแทนหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อช่วยเหลือ SME โดยตรงและเป็นหน่วยงานที่ลงไปปฏิบัติงานจริงไม่ใช่เพียงแค่ขับเคลื่อนนโยบายและควบคุมกำกับเท่านั้น ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐต้องส่งเสริมมากกว่าการควบคุมกำกับ และควรมีพี่เลี้ยง/ผู้ให้ความรู้เรื่องเงินทุน การตลาด ต้นทุน การพัฒนาคน การจัดการการขาย ตั้งแต่เริ่มธุรกิจ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง และช่วยสนับสนุนการ ให้คำแนะนำ และการแก้ปัญหาที่ถูกต้องกับระดับชุมชน/วิสาหกิจ เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากบางครั้งการได้งบประมาณมาจะแก้ปัญหาได้เพียงบางส่วน เป็นการแก้ปัญหาไม่ตรงจุด
- ผู้ประกอบการระดับรากหญ้าและระดับชุมชนท้องถิ่นยังขาดโอกาสและการถ่ายทอดความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ ภาครัฐจึงควรมีแพลตฟอร์มส่วนกลางเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำธุรกิจ เนื่องจากภาครัฐมีบุคลากรจำกัด ไม่เพียงพอจึงทำให้ไม่สามารถทราบความต้องการของผู้ประกอบการได้ในทุกพื้นที่ ดังนั้น ภาครัฐควรสร้างความเข้มแข็งด้านทรัพยากรมนุษย์ การเข้าถึงแหล่งทุน และการศึกษา ให้กับผู้ประกอบการ

5. ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

- ควรมีโครงการหรือหลักสูตรอบรมผู้ประกอบการในทุกช่วงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
- ต้องการให้ภาครัฐ และ สสว. เข้ามาช่วยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ และรูปแบบของการเริ่มต้นธุรกิจให้มากขึ้น
- การมีศูนย์เครือข่ายธุรกิจ (Biz Club) เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ มีพี่เลี้ยงในลักษณะที่สอนน้องให้ทำธุรกิจ
- ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจควรเน้นการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการข้อมูลให้เข้าใจง่าย และเข้าถึงง่าย
- ควรให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการเข้ารับบริการจากหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา ทั้งด้านเทคโนโลยี การทดสอบตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอบรมให้ความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการเงินการบัญชี
- ภาครัฐควรสนับสนุนให้ความรู้ในการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างรายได้ และส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชน และควรมีการสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชน/หมู่บ้านให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและช่วยเหลือกันในการประกอบธุรกิจ/วิสาหกิจ ก่อให้เกิดความเข้มแข็งสามัคคีกันภายในชุมชน ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจมีความพยายามในการปรับตัวและพัฒนาคน

ภายในชุมชน ดังนั้น การสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ประเทศ และระดับชาติ รวมถึงมีการเปิดเวทีให้แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อยกระดับให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ หน่วยงานหรือพี่เลี้ยงที่เข้ามาช่วยดูแล อบรม ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ประกอบการ ควรมีความต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้น

- ควรมีแพลตฟอร์มข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น การทำธุรกิจ ข้อมูลการตลาด เครือข่าย คลัสเตอร์ ผู้รับจ้างผลิตสินค้า (OEM) และด้านอื่น ๆ ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย ขนาดย่อมและเกษตรกร
- เน้นการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย คลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการเอื้อกันระหว่างกลุ่ม ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีการหมุนเวียนสินค้า ถ่ายทอดเทคโนโลยีและระบบคมนาคมขนส่งโลจิสติกส์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งห่วงโซ่อุปทาน
- สภาพสังคมไทย เกิดความเหลื่อมล้ำ ความยากจน ปัญหาหนี้สิน แก้ไขได้ยาก และเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ จึงควรเร่งให้มีการแก้ไขในประเด็นเหล่านี้ และควรมีการพัฒนาเพื่อกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ทำให้คนกลับสู่บ้านเกิด คงวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้

สำหรับตัวเร่งที่สามารถทำให้ SME ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ใน 2 ด้าน คือ ด้านการเงิน และองค์ความรู้ สามารถสรุปได้ดังนี้

การเงิน

- สำหรับธุรกิจที่กำลังอยู่ในช่วงเจริญเติบโต ควรมีเงินทุนเพื่อมาเป็นตัวกระตุ้นให้ธุรกิจไปต่อได้ เช่น สินค้าแปรรูปเกษตร เป็นต้น
- สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังประสบปัญหา คุณสมบัติไม่ผ่านเกณฑ์ในการขอสินเชื่อ ภาครัฐควรมีเงินทุนเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการกลุ่มนี้ เพื่อกระตุ้นให้กลับมาดำเนินธุรกิจได้อีกครั้ง

องค์ความรู้

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีองค์ความรู้ในการประกอบอาชีพ ซึ่งส่วนมากเกิดจากการปฏิบัติตามกันมา ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ จึงควรมีหน่วยงานส่วนกลางอบรมถ่ายทอดความรู้ตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งการให้ความรู้และสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีให้กับระดับชุมชน/ชาวบ้านให้มากขึ้น
- แรงงานและผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาความรู้ สร้างทักษะใหม่ (Reskill) และเพิ่มทักษะ (Upskill) และการถ่ายทอดเทคโนโลยี
- หลักสูตรอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการช่วงพักฟื้นธุรกิจและการปรับตัวในสถานการณ์วิกฤติ
- ควรพัฒนาส่งเสริมความรู้ให้ SME ในช่องทางต่าง ๆ ในการเรียนรู้ และมีพื้นที่สำหรับการเรียนรู้ และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้ง่ายขึ้น

สรุปการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) จังหวัดสงขลา

การประชุมระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563 ณ โรงแรมบุรีศรีภู จังหวัดสงขลา และวันอังคารที่ 11 สิงหาคม 2563 ณ โรงแรมเดอะเบต เวเคชั่น จังหวัดสงขลา มีผู้เข้าร่วมประชุมรวมจำนวน 38 คน สามารถสรุปความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมได้ 5 ด้าน ดังนี้



1. ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

- ควรมีการปรับปรุงขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ให้มีความสะดวกเอื้อต่อการประกอบธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันยังมีความซับซ้อนในการดำเนินการ อาทิ อย., ISO, สินค้านวัตกรรม, มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.)
- กำหนดเกณฑ์การเข้าแข่งขันประกวดผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้น และสามารถเข้าถึงได้ง่าย อาทิ หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP), สินค้าแชมป์เยี่ยม
- ควรมีระบบการรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ และมีการเปิดเผยข้อมูล โดยทั่วไป เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผู้ประกอบการได้ง่าย และเช็คประวัติหรือความน่าเชื่อถือของธุรกิจนั้นได้
- สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดธรรมาภิบาลกับผู้ประกอบการ และการขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐได้สะดวกยิ่งขึ้น

2. การตลาด

- จัดหาตลาดที่มีศักยภาพ หรือ Online Platform ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการและลูกค้าเข้าถึงกันได้ง่ายมากขึ้น
- ควรมีหน่วยงานของภาครัฐเพื่อทำหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านการตลาดโดยเฉพาะ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขาดความต่อเนื่องเมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ
- จัดทำ Package การท่องเที่ยวที่มีการสนับสนุนทั้งจังหวัด ไม่ใช่แค่พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีเอกลักษณ์ที่ต่างกัน และสนับสนุนการกระจายรายได้ให้กับทุกพื้นที่ในจังหวัด โดยอาจทำเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ที่เหมาะกับกลุ่มคนต่าง ๆ อาทิ คู่รัก ครอบครัว
- ร้านสะดวกซื้อในแต่ละพื้นที่ ควรมีนโยบายการรับสินค้าของชุมชนเข้าไปจำหน่ายด้วย เพื่อเป็นช่องทางการขายหนึ่งให้กับสินค้าของชุมชน
- ประเทศไทยควรมีตลาด Online Platform เป็นของตัวเอง เพื่อลดการจ่ายค่าธรรมเนียมในอัตราสูงให้กับ Online Platform ต่างประเทศ รวมทั้งช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้ผู้ประกอบการ เนื่องจากไม่ต้องรอรอการจ่ายเงินในระบบเครดิตระยะเวลาประมาณ 30-45 วัน

3. การเงิน

- ควรปรับเงื่อนไขหรือคุณสมบัติในการให้สินเชื่อกับธุรกิจรายย่อย (Micro) และขนาดย่อม (Small) ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงความช่วยเหลือทางการเงินจากภาครัฐได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยภาคธุรกิจแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง อาทิ หลักทรัพย์ค้ำประกัน เครดิตบูโร
- มีแผนการช่วยเหลือทางการเงินและทักษะการบริหารเงินอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งหลักและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ง่ายมากขึ้น
- สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ หรือปลอดดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการในช่วงเวลาฉุกเฉิน
- วงเงินกู้จาก Soft Lene ที่ได้รับไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้หมุนเวียนในธุรกิจ เช่น มีวงเงิน 500,000 บาท แต่เมื่อกู้จริงได้ไปแค่ 150,000 บาท จึงควรมีการปรับหลักเกณฑ์ให้เอื้อต่อผู้ประกอบการมากขึ้น
- ควรมีการเปลี่ยนเงินสดให้เป็นเครดิตในการขอสินเชื่อ และมีการแบ่งเกรดของผู้ประกอบการในการขอสินเชื่อ แบบเกรด ABC โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าที่มีโมเดลธุรกิจที่ดี
- ภาครัฐควรสนับสนุนให้ SME ที่มีศักยภาพในการเติบโตให้ได้รับสินเชื่อ โดยธนาคารของรัฐเป็นผู้พิจารณาและติดตามอย่างใกล้ชิด
- ส่งเสริมการบัญชีแบบลีน (Lean Accounting) และการลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการ โดยการจัดอบรมและสร้างค่านิยมให้ผู้ประกอบการนำไปใช้การประกอบธุรกิจ เนื่องจากการเสริมสภาพคล่องเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ
- SME Bank ควรเพิ่มวงเงินกู้ให้กับผู้ประกอบการ โดยพิจารณาจากจำนวนธุรกิจ ไม่ใช่รายชื่อกรรมการและผู้ถือหุ้นที่ขอกู้ นั่นคือ กรณีผู้ประกอบการมีธุรกิจหลายแห่ง แต่วงเงินที่ได้รับจะรวมเป็นเงินเพียงก้อนเดียว ประมาณ 15 ล้านบาท ซึ่งวงเงินที่ได้ไม่เพียงพอที่จะบริหารธุรกิจหลายแห่งพร้อมกัน

4. ปัจจัยสนับสนุน

- ภาครัฐควรให้การสนับสนุนด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีกับผู้ประกอบการ เช่น มีห้องปฏิบัติการและเจ้าหน้าที่ทางวิทยาศาสตร์ในด้านที่สำคัญ (เช่น อาหาร เครื่องสำอาง) ช่วยให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายไม่สูง เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้มากขึ้น
- ควรพัฒนาให้มีระบบโทรคมนาคม การสื่อสารที่ครอบคลุมทุกพื้นที่และมีราคาไม่แพง เนื่องจากในบางพื้นที่สัญญาณอินเทอร์เน็ตเข้าไม่ถึง เพราะอยู่ในพื้นที่อับสัญญาณ อาจทำให้ทำธุรกรรมออนไลน์ไม่ได้
- สนับสนุนการรวมกลุ่ม (Cluster) และสร้างเครือข่าย (Network) ให้ผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อสร้างให้เกิดความร่วมมือและความเข้มแข็งในการประกอบธุรกิจ
- ภาครัฐควรประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่สามารถให้คำปรึกษาและช่วยเหลือผู้ประกอบการ เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง
- การขาดฐานข้อมูลของธุรกิจระดับ Micro และ Small ทำให้การพิจารณาสินเชื่อและการสนับสนุนในด้านอื่น ๆ ทำได้ยาก ดังนั้น ถ้ามีการเก็บข้อมูลของกลุ่มนี้การสนับสนุนจะง่ายมากขึ้น
- ขาดความร่วมมือที่ชัดเจนระหว่างหน่วยงานราชการต่าง ๆ และธนาคาร ทำให้การทำงานไม่ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งควรมีการแก้ปัญหาตั้งแต่ระดับสายบริหารลงมาสู่สายปฏิบัติงาน เพื่อให้การทำงานเดินไปในทิศทางเดียวกัน
- ผู้ประกอบการเข้าไม่ถึงความช่วยเหลือทางการเงินและนวัตกรรม ไม่ทราบว่า มีหน่วยงานไหนให้ความช่วยเหลือบ้าง รวมทั้งไม่ทราบว่ารูปแบบการช่วยแบบไหนที่จะเป็นประโยชน์ต่อตัวเองที่สุด ต้องใช้วิธีสอบถามและปรึกษากันเอง ดังนั้น จึงควรมี Big Map หรือ One Stop Service โดยรวบรวมหน่วยงานและความช่วยเหลือต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการขอความช่วยเหลือ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการสูงอายุ ที่มีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและการปรับตัวทางธุรกิจ
- ภาครัฐและเอกชนที่มีความสามารถร่วมมือกันสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคธุรกิจ โดยเฉพาะ SME โดยผ่านโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพราะภาครัฐเพียงอย่างเดียวอาจมีกำลังและความสามารถไม่พอที่จะช่วยภาคธุรกิจได้
- ต้องพัฒนาระบบการคมนาคม รถโดยสารสาธารณะ เพื่อเอื้อให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องใช้รถโดยสารไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนอกเมืองหรือการเข้าถึงชุมชน และเพิ่มสถานที่จอดรถให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวที่ขับรถมาเอง

5. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นทำธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจรายย่อย (Micro) เข้าสู่กระบวนการบ่มเพาะธุรกิจ และรู้จักการทำแผนธุรกิจ เพื่อให้รู้จักการคิดวิเคราะห์ทางธุรกิจ เช่น กลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ การตลาด เป็นต้น
- มีหลักสูตรการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจโดยเฉพาะเพื่อนำไปปรับใช้ได้ เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้สูงอายุอยู่จำนวนมาก จึงไม่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี

- จัดโครงการอบรมและเพิ่มทักษะเฉพาะทางให้กับแรงงานในสายอาชีพที่สำคัญ เพื่อให้แรงงานมีทักษะและความเชี่ยวชาญมากขึ้น โดยภาครัฐสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วน เพื่อดึงดูดให้ผู้ที่สนใจหรือสถานประกอบการส่งแรงงานมาเพิ่มทักษะมากขึ้น
- กลุ่มผู้ประกอบการระดับ Micro ส่วนมากยังขาดความรู้ การศึกษาหาข้อมูล นิยมทำตาม ๆ กันไป ทำให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนและประสบความสำเร็จได้ยาก ดังนั้น ควรสนับสนุนให้กลุ่มนี้ได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจ
- เจ้าหน้าที่ของภาครัฐในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ ดังนั้น จึงควรให้เจ้าหน้าที่จากกรุงเทพหรือส่วนกลางมาช่วยให้ความรู้ด้วย และควรเป็นการทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง
- ความรวดเร็วในการให้บริการและทักษะของพนักงานสินเชื่อธนาคารของรัฐต่างจากธนาคารพาณิชย์ ซึ่งควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับตัวเร่งที่สามารถทำให้ SME ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐใน 2 ด้าน คือ ด้านการเงิน และองค์ความรู้ สามารถสรุปได้ดังนี้

การเงิน

- ในระยะสั้น ควรให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงเงินช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 ก่อนในระยะแรก และหลังจากนั้น ระยะกลาง จึงควรมีการเพิ่มทักษะ (Upskill) ให้กับผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาดออนไลน์ การเงิน โดยอาจทำโครงการต้นแบบขึ้นมา เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการคนอื่น ๆ ต่อไป
- ภาครัฐควรมีระบบ POS Platform ที่ดีและมีประสิทธิภาพเป็นของตัวเอง และต้องมีการสร้างใจทางภาษีหรือมาตรการอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ ซึ่งจะทำให้รัฐสามารถเข้าถึงข้อมูลการขายของธุรกิจได้

องค์ความรู้

- ภาครัฐควรสนับสนุนการต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในภาพรวม และผู้ประกอบการทั่วไปสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ โดยไม่มีปัญหาเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา
- ควรมีศูนย์การให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เทคโนโลยีและนวัตกรรมในระดับภูมิภาค เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะอาจารย์จากสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย ที่มีองค์ความรู้ อยู่แล้วร่วมกับผู้ประกอบการที่มีความรู้ทางธุรกิจ จะสามารถช่วยกันพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ได้
- สร้างกระบวนการพัฒนาบุคลากรให้สามารถถึงความสามารถ ทักษะของตนเองออกมาใช้ได้อย่างตรงจุดและรวดเร็ว
- ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละธุรกิจ มาร่วมกันฝึกและพัฒนาการเป็นโค้ช หรือพี่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการ โดยอาจเริ่มจากกลุ่มขนาดเล็กและขยายไปสู่กลุ่มขนาดใหญ่มากขึ้น
- ควรมีการจัดทำ Landmark ของพื้นที่สงขลาที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่ายและเป็นพื้นที่ที่มีความปลอดภัยสูง

สรุปการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) จังหวัดเชียงใหม่

การประชุมระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 20 คน สามารถสรุปความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมได้ 5 ด้าน ดังนี้



1. ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

- ภาครัฐควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเริ่มต้นทำธุรกิจอย่างถูกต้องตั้งแต่จดทะเบียนการค้า โดยมีกระบวนการในการทำธุรกิจตั้งแต่ต้นจนจบให้ชัดเจน เช่น แนะนำการเริ่มต้นธุรกิจ แหล่งเงินทุน การตลาดออนไลน์ เป็นต้น ในทำนองเดียวกันภาครัฐควรมีทางเลือก/สนับสนุน กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อม ให้สามารถเข้าสู่ระบบ เช่น การจดทะเบียนที่ถูกต้องที่หน่วยงานไหน ทั้งในขั้นตอนของผลิตภัณฑ์ ทุน กระบวนการต่าง ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ทราบรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ซึ่งการสนับสนุนด้านกฎระเบียบในแต่ละช่วง จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความชำนาญเพิ่มมากขึ้น
- ควรมีพี่เลี้ยงแนะนำและให้คำปรึกษา (Mentor/Coach) ในการเริ่มต้นทุกธุรกิจให้กับนักเรียน นักศึกษา และสนับสนุนผู้ประกอบการในทุกช่วงธุรกิจ และมีพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาในช่วงกลางน้ำ และปลายน้ำ ด้วย

- ภาครัฐมีกฎระเบียบค่อนข้างมาก เจ้าหน้าที่รัฐไม่ให้ข้อมูลที่เพียงพอหรือมีการส่งเสริมเพียงบางกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากภาครัฐมีภารกิจและหน้าที่เป็นของแต่ละหน่วยงานเอง จึงไม่สามารถส่งเสริมธุรกิจ SME ไปจนสุดทาง
- กฎระเบียบในการขอใบรับรองหรือมาตรฐานต่าง ๆ ควรผ่อนคลายนอกเหนือเพื่อให้ธุรกิจ SME สามารถแข่งขันได้
- โครงการที่ภาครัฐสนับสนุนต้องเป็นโครงการที่มีผู้สนใจเข้าร่วม จึงจะประสบผลสำเร็จ

2. ด้านการตลาด

- ควรมีคนมาช่วยสนับสนุนและให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นทำธุรกิจ โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ธุรกิจ (SWOT Analysis) หรือการทดสอบตลาด (Market Validation) เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบว่าธุรกิจของตนเองอยู่ในตลาดกลุ่มไหน คู่แข่งเป็นอย่างไร
- สินค้าของชุมชนเข้าไม่ถึงตลาดในระดับบน ส่วนตลาดระดับล่างมีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำ
- ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหายอดขายลดลง เนื่องจากไม่มีผู้ซื้อ ไม่มีสถานที่ให้ขายสินค้า บางร้านจึงจำเป็นต้องปิดกิจการ
- ภาครัฐสนับสนุนด้านช่องทางการตลาดและการทำการตลาดให้แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น กลุ่ม Rising star สนับสนุนให้สามารถสร้างราคาได้ ขณะที่กำลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการเพิ่มช่องทางการขายอื่น ๆ อาทิ Lazada ถ้าทำกระบวนการได้ กลุ่มผู้ประกอบการ อาจมีการให้ชำระเงินผ่าน QR code ได้ โดยไม่ต้องจดบันทึกรายรับรายจ่าย เพราะมีการจ่ายผ่านระบบ

3. ด้านการเงิน

- ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้
- การสนับสนุนของภาครัฐส่วนใหญ่สนับสนุนเฉพาะกลุ่มที่เข้มแข็งแล้ว สำหรับกลุ่มที่อ่อนแอ ยังให้การสนับสนุนไม่ทั่วถึง
- ธุรกิจที่อยู่ในช่วง Turn Around ของผู้สูงอายุมีความต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อกลับมาเริ่มต้นธุรกิจใหม่ รวมถึงต้องการผู้สืบทอดมารับช่วงต่อกิจการ
- ภาครัฐควรให้คำปรึกษาแนะนำในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการมีหลักทรัพย์ไม่เพียงพอ ทาง บสย. จะเป็นผู้ค้ำประกันให้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถกู้เงินได้ และผู้ประกอบการต้องมีแหล่งที่มาทางการเงินชัดเจน

4. ด้านปัจจัยสนับสนุน

- ควรมีทีมงานที่ช่วยสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจทุกช่วง
- การร่วมมือกันทำงานแบบบูรณาการของแต่ละหน่วยงาน เช่น ทูตพาณิชย์ในแต่ละประเทศ ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมมือกันและเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- ความเข้าใจและทัศนคติของผู้เริ่มต้นธุรกิจ ควรปรับเปลี่ยนทัศนคติในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้
- คนในชุมชนมีภูมิปัญญาและความรู้ ซึ่งผู้ประกอบการบางส่วนอยากถ่ายทอด/สอน ธุรกิจให้กับคนรุ่นหลัง แต่ไม่ทราบขั้นตอน/กระบวนการในการถ่ายทอด มีเพียงผลิตและให้คนรุ่นใหม่มาไปจำหน่ายเท่านั้น ภาครัฐจึงควรให้การสนับสนุนในส่วนนี้ด้วย และคนรุ่นใหม่ไม่นิยมสืบทอดธุรกิจที่ดำเนินการอยู่เดิม
- ภาครัฐควรมีการทำงานแบบบูรณาการกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยนำใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ มาปรับใช้ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้
- ภาครัฐ และมหาวิทยาลัยควรเข้ามาช่วยอบรมให้ความรู้ เนื่องจากเป็นผู้ที่เข้าใจพื้นที่และสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี
- ควรมีเวทีให้ผู้ประกอบการใหม่ในการนำเสนอไอเดีย (Pitching) และประกวดธุรกิจและมีการให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจต่อไป
- ควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเครื่องจักรให้มีขนาดเล็ก แต่มีประสิทธิภาพเท่ากับเครื่องจักรขนาดใหญ่หรือเทียบเท่า เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อม รวมทั้งขนาดเล็ก สามารถจับต้องได้
- สนับสนุนมาตรฐานสินค้า เช่น องค์กรอาหารและยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

5. ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

- ภาครัฐควรมีการให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจ มีที่ปรึกษาที่ดีให้กับผู้ประกอบการ และมีทีมงานสนับสนุน ในด้านความรู้เบื้องต้น (Basic Knowledge) ทักษะในการแก้ปัญหา และมีทบทวน หรือทดสอบในทุกช่วงธุรกิจ
- สังคมผู้สูงอายุไม่มีความคล่องตัว/ปรับตัวได้ช้า
- เยาวชนรุ่นใหม่ไม่สนใจสินค้าพื้นบ้าน เนื่องจากมองว่าขายได้น้อย
- แรงงานควรมีการเปลี่ยนทักษะ (Reskill) และเพิ่มทักษะ (Upskill)
- การให้ความรู้ผู้ประกอบการในด้านการวางแผนทางการเงิน เพื่อให้สามารถดำเนินการขอกู้เงินจากธนาคารได้
- ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ในเรื่องการนำทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนเข้ามาประยุกต์ใช้
- ภาครัฐควรมีการสนับสนุนให้มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด และทำเป็นสินค้าตัวอย่าง แต่สินค้าต้องเป็นที่ต้องการและแข่งขันได้

สำหรับตัวเร่งที่สามารถทำให้ SME ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ใน 2 ด้าน คือ ด้านการเงิน และองค์ความรู้ สามารถสรุปได้ดังนี้

การเงิน

- การสนับสนุนให้มี Angel Investor และสร้างการรับรู้ให้ผู้ประกอบการใหม่ได้เข้าถึงและมีช่องทางการติดต่อให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น
- การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีเงินทุนโดยผู้ลงทุนช่วยสนับสนุนเงินทุน ร้อยละ 80 และผู้ประกอบการลงทุนเอง ร้อยละ 20

องค์ความรู้

- ควรมีหน่วยงานสนับสนุนอบรมความรู้ทางด้านการเงินและการลงทุน หลังจากผ่านกระบวนการอบรมต่าง ๆ แล้วก็จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมและปฏิบัติตามขั้นตอนในการขอกู้เงินจากธนาคารได้อย่างถูกต้องและได้รับอนุมัติได้ง่ายขึ้น

เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 14 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ เดอะไฮท์ รีสอร์ท บางแสน ชลบุรี

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ จิราภรณ์ ปุณฺณฤทธิ์	ผู้อำนวยการ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน	038-276-445	dsd3.plau@gmail.com	
2	คุณ วาสิษฐ์ ระจิตดำรงค์	นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานชำนาญการพิเศษ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน	038-276-445 ต่อ 115	wasithee@gmail.com	
3	คุณ ชัยนัต พันธุ์ชาติ	นักวิชาการแรงงานปฏิบัติการ กองบริหารข้อมูลแรงงาน กรมการจัดหางาน	038-190-630	kanpower5@gmail.com	
4	คุณ ปริญา ก้าแพง	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	038-277-217	CB_ops@moc.go.th	
5	คุณ เรืองวิภา วงศ์สาโรจน์	นักวิชาการสถิติชำนาญการพิเศษ สำนักงานสถิติจังหวัดชลบุรี	086-440-4565	ruengwipa@gmail.com	
6	คุณ วุฒิสักดิ์ ปฐมศาสตร์	นักวิชาการแรงงานชำนาญการพิเศษ กองบริหารข้อมูลแรงงาน กรมการจัดหางาน	085-995-4563	wutask@gmail.com	
7	คุณ อัญชัญ อยู่สบาย	นักวิชาการส่งเสริมเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี	081-544-5896		
8	คุณ ชามิศา หน่อใหม่	นักวิชาการอุตสาหกรรมปฏิบัติการ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี	063-196-1557	moichonburi004@gmail.com	
9	คุณ อภิรักษ์ณ์ ชินอมรเลิศ	พนักงานสถิติ สำนักงานสถิติจังหวัดชลบุรี	038-891-795		
10	คุณ กฤษณา กำจัดภัย	เจ้าหน้าที่พิเศษศึกษาประจำอำเภอเมืองชลบุรี สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี	085-172-2090		



งานประชุมระดมความคิดเห็น Focus Group



เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษานโยบายการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 14 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ เดอะไนท์ รีสอร์ท บางแสนชลบุรี

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
11	คุณ นุจรินทร์ มะแย้ม	ผู้จัดการ ธนาคารออมสิน สาขาฉะเชิงเทรา	090-389-9059	NujarinM@gsb.or.th	
12	คุณ พิธาพร ยิ้มรังสี	พนักงานสนับสนุนธุรกิจ 7 ธนาคารออมสิน สาขาฉะเชิงเทรา	061-495-1550	milkcoffee9@gmail.com	
13	คุณ ปาริชาติ จันทร์จำปี	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 BOI แหลมฉบัง	038-404-909 092 5699716	parichat@boi.go.th	
14	คุณ ศุภวิช ทัพทเสน	ประธาน สมาคม SME ไทย จังหวัดชลบุรี	094-994 9156	SUPACHOL@hotmail	
15	คุณ สุวิทย์ เสมอกิจ	ประธาน Biz Club จังหวัดชลบุรี			
16	คุณ ญัฐธิน สารทจินพงษ์	ที่ปรึกษา สภาอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี	089 9309998	nettona914@gmail	
17	คุณ อังศุมาลิ งามพลพันธ์	บริษัท เพชรงาม 168 จำกัด (ผลิตภัณฑ์แม่แบบแห้ง)	098517310	nvp.ha@gmail.r	
18	คุณ สมควร แนนทนา	มาตามบลากรอบ		kobsrirachan7373@gmail.com	
19	คุณ มนัส จวรรณะ	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ปริญา ฟู๊ดไซเอนซ์	081-6873379	pariyatsoolscience@gmail.com	
20	คุณ ญาณิศา ขอบดี	ผู้จัดการทั่วไป บริษัท วาย เอส ไบรท์ ลานเท็กซ์ จำกัด	086-8264664	suwylene@hotmail.com	



งานประชุมระดมความคิดเห็น Focus Group



เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษานโยบายการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 14 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ เดอะเทค รีสอร์ท บางแสน ชลบุรี

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
21	คุณ กิตติศักดิ์ คำชู	แบรนด์ดีข่าวอามา ผลิตภัณฑ์ข่าวโรสเบอร์รี่			
22	คุณ ชญาภา อภิรมหาบุญญากุล	บริษัท ซิโนทราเนส์ แอนด์ ซิเอสซี (ประเทศไทย) จำกัด			
23	คุณ บดินทร์ คงเทียมศรี	บริษัท ซิโนทราเนส์ แอนด์ ซิเอสซี (ประเทศไทย) จำกัด	0628244200	boardin.p@thhotmail.com	
24	คุณ ปาริชาติ ครองสำราญ	บริษัท สมาร์ท โกลบอลดิคัล (ไทยแลนด์) จำกัด			
25	คุณ ชนมชนก คงเทียมศรี	บจก.สมาร์ท โกลบอลดิคัล (ไทยแลนด์)			
26	คุณ เส็งสันต์ ศรีสยาม	SME BANK.			
27	คุณ สุภัตญา นงนิตย์	SME BANK			
28	คุณ พงษ์วิมล นพวงษา	จสจ. จุฬร อบรค รยจ	0821310183 064-3016924	pongvepa@sme.go.th.	
29	คุณ วันเพ็ญ วัฒนประสง	Manager - ภูมิภาค SME In 6pys			
30	คุณ สุวิมลนภ ตีระจิตนฤ	ร้าน งามบัว	061-161-6446	patita_m3@hotmail.com	



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ สุวิทย์ สรรพวิทยศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	089-666-9105		
2	คุณ ภัทธพร บำเพ็ญทาน	นักวิจัยอาวุโส	081-663-9895		
3	คุณ กิรรา ชุตินทรากุล	นักวิจัยอาวุโส	063 2395562 094-951-9697		กิรรา
4	คุณ ชลิตา เพียรสร้าง	นักวิจัยอาวุโส	094-414-6963		ชลิตา
5	คุณ ณัฐนิชา จิตกล้า	นักวิจัย	087-510-1345		Nattichka J.
6	คุณ ทศนีย์ แสงมุขี	เลขานุการทีมวิจัย	098-419-5133		
7	คุณ ศรณธร ศรีพารา	เลขานุการทีมวิจัย	094-556-1621		A. Aree.
8	คุณ				
9	คุณ				
10	คุณ				



งานประชุมระดมความคิดเห็น Focus Group

เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ โรงแรมวิรัช จังหวัดขอนแก่น



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ อิศระ อมรกิจบำรุง	ผู้อำนวยการศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 3 (BOI)	043-271-300	khonhaen@boi.go.th	
2	คุณ มโนช ศรีพรหมทอง	ผู้จัดการภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัทประกันสินเชื่อดอกสาทรกรรมขนาดย่อม	081-379-4774	udonthani@tcg.or.th	
3	คุณ ภัทร สัมผัส	ผู้จัดการงานพัฒนาธุรกิจ สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริษัทประกันสินเชื่อดอกสาทรกรรมขนาดย่อม	042-111-670 062-310-0570	naphat@tcg.or.th	
4	คุณ ขวัญพัฒนา ไชยประเสริฐ	ผู้ช่วยผู้จัดการ ศูนย์ให้บริการ SME ครอบคลุม จังหวัดขอนแก่น (สสว.)	064-301-6909 043-235-995	lomanpeace101@gmail.com	
5	คุณ จงกล ยงศ์ถิตยัตย์สุข	นักวิชาการสถิติชำนาญการ สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น	043-246-639	khkaen@nso.go.th	
6	คุณ นภาพกรณ์ คุณธนะรักษ์	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดขอนแก่น	066-164-2496	chnmp00113@gmail.com	
7	คุณ ณัฐธิดา แต่มสี	เจ้าพนักงานธุรการปฏิบัติงาน สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น	043-221-050	nuttathidat@gmail.com	
8	คุณ ปรัชชา ภิญโญเจริญ	กลุ่มวิสาหกิจ คุ่ม OK แม่ใหญ่สอน	0862354492		
9	คุณ กรณิการ์ สืบสารคาม	กลุ่มวิสาหกิจ คุ่ม OK แม่ใหญ่สอน	080-0087789	nonp00087788	
10	คุณ วิไล ไกยสา	กลุ่มผ้าแพรมแม่ใหญ่สอน	0650839188		



งานประชุมระดมความคิดเห็น Focus Group

เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษานโยบายการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ โรงแรมวิรัช จังหวัดขอนแก่น



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
11	คุณ สำเนียง นารี	กลุ่มผ้าแพรมแม่ใหญ่สอน			
12	คุณ บัวลา ฝ่ายเพชร	กลุ่มผ้าแพรมแม่ใหญ่สอน			
13	คุณ ชลพิสุทธิ์ บุณรัตน์โสภาน	TINA โชมแคร์	095-719-2055 091-061-3515	cholpisut123@gmail.com	
14	คุณ อุรินทร์ ภูมิ				
15	คุณ เขมกร พลโยธา				
16	คุณ ฐิติญาพันธ์ พิระธัญยานต์				
17	คุณ อภาพร โยประทุม				
18	คุณ วัลลภ จิตจักร				
19	คุณ ปิศิชา ทุมเทียง		092-9021-9462		
20	คุณ สุพิศตรา ชุมแสงวาปี				



งานประชุมระดมความคิดเห็น Focus Group

เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษานโยบายการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ โรงแรมวีรัช จังหวัดขอนแก่น











ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
21	คุณ เจริญใจ พืชชัยวรกุล	ร้านสายป่าน	064-819-1231		
22	คุณ ศาสตร์ ๖๒๑จ้อหอ				
23	คุณ นรัต ขาวขันธุ์	ม.ส.ม.			
24	คุณ Tina Su	TINA TOSAKORN	064-0588-7259		
25	คุณ ศุภมาส ๖๒๑จ้อหอ	Sirana	๐๖๖๕๗๗๕๕๙		
26	คุณ นก ศรีวิภาทอง		๐๙๒๙๐๔		
27	คุณ ศุภมาส ๖๒๑จ้อหอ	ศุภมาส ศรีว. (จนท.)	๐๙๕๖๖๗๕๕๖		
28	คุณ ศุภมาส ๖๒๑จ้อหอ	สำนักงานพาณิชย์ จ.ขอนแก่น	๐๘๙๕ 12๖๕๓๗		
29	คุณ ศุภมาส ๖๒๑จ้อหอ	สำนักงานพาณิชย์ จ.ขอนแก่น	๐๙๕๕๕๕๖๖๖		
30	คุณ ศุภมาส ๖๒๑จ้อหอ		๐๖๔-๙๘๗๖๕๔๓		

เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ โรงแรมวิรัช จังหวัดขอนแก่น





ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
	วิฑูรย์ อภินันท์				
	นางประไพศรี อภินันท์				
	นาย ศานติสุข ชัยเจริญ				ศานติสุข
	ส.ร.หญิงอริยา สีนิน	สมัครงาน ๑๑๑๑๑๑๑๑ / ส.ร.หญิงอริยา	๐๖๕๔๕๓๖๒๒๓		
	ส.ร. ศิริอรุณ อรรถวิเศษ	น.ร.ศิริอรุณ อรรถวิเศษ	๐๘๕๕๕๕๕๕๕๕๕๕		
	ศุภมาส (สิริมา) ชัยเจริญ	พนักงานขายอาวุโส	๐๙๖๖๖๖๖๖๖๖๖๖		
	นางสาวสุภาวดี อภินันท์		๐๘๖๖๖๖๖๖๖๖๖๖		
	นางสาวสุภาวดี อภินันท์		๐๙๕๕๕๕๕๕๕๕๕๕		
	นางสาวสุภาวดี อภินันท์		๐๘๕๕๕๕๕๕๕๕๕๕		

เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษานโยบายการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ โรงแรมวีวิช จังหวัดขอนแก่น



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ วัฒนวิวัฒน์ โอภาสวัฒนา	หัวหน้าส่วนแผนปฏิบัติการและบูรณาการงบประมาณ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)		wanwan@svs.go.th	
2	คุณ กชพร ศิริชัยสกุล	หัวหน้าส่วนความร่วมมือพหุภาคี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)		ททว สิริชัย	
3	คุณ เบญจมาศ ทินโนเรศ	นักวิเคราะห์นโยบาย SMEs 6 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)		benjamasard@sme.go.th	
4	คุณ สุพธภา ทวีจรกิติติ	นักวิเคราะห์นโยบาย SMEs 4 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)		surtipapth@sme.go.th	
5					
6					
7					
8					
9					
10					

เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

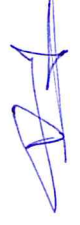







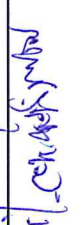
ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)


วันอังคารที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ โรงแรมวีวิช จังหวัดขอนแก่น

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ สุวิทย์ สรพรพิทยศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	089-666-9105		
2	คุณ ภัททิรา บำเพ็ญทาน	นักวิจัยอาวุโส	081-663-9895		
3	คุณ กษิรา ชุตินุทระกุล	นักวิจัยอาวุโส	063-239-5562		กษิรา
4	คุณ ชลิดา เพ็ชรสร้าง	นักวิจัยอาวุโส	094-414-6963		ชลิดา
5	คุณ ณัฐนิชา จิตกล้า	นักวิจัย	087-510-1345		Nattinicha J.
6	คุณ จรจิราภรณ์ ปัญจสุวรรณ	เลขานุการทีมวิจัย	099-614-5164		
7	คุณ ศรณธร ศรีพารา	เลขานุการทีมวิจัย	094-556-1621		N. A.S.
8	คุณ				
9	คุณ				
10	คุณ				










ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ ศิวรัตน์ สุวรรณวงศ์	นายกสมาคมโรงแรมหาดใหญ่ - สงขลา			(บงกชอรอุยประจักษ์)
2	คุณ วรพจน์ มุสิกะศรี	ผู้ประกอบการโรงแรม The bed Hatyai	089-6535611	awh42@hotmail.in.th	
3	คุณ พิชวรรณ ครูอำโพธิ์	ผู้ประกอบการโรงแรม The bed Hatyai	0818028911	SIRIPANGROUP@gmail.com	
4	คุณ มกรธวัช กุลทรัพย์	ผู้ประกอบการร้าน Lyn's Café และ Hostel	0832439977	LynShanghaiCafe@gmail.com	
5	คุณ พิชญา ไชยวานิช	ผู้ประกอบการร้าน Lyn's Café และ Hostel	081-2766616	lyn-chaiwanich@gmail.com	
6	คุณ พิชัย จงไพรัตน์	ประธานสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย จ.สงขลา / ภาคใต้	0815413331	Pichaijof@hotnail.com	
7	คุณ มนตรี ลีลาวิชิตชัย	ผู้จัดการทั่วไป บริษัท กรีนเวย์ การ์เด็น เซ็นเตอร์ จำกัด	089-9442622	montree_@hotmail.com	
8	คุณ พิชาวีร์ ธีระพันธ์วัต	ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและ พัฒนาระบบธุรกิจศูนย์การค้าเดอะมอลล์คอมเพล็กซ์	094-4672528	pichareed@msz.co.th	
9	คุณ ธัญวรัตน์ ผาติโกเมศ	เจ้าของร้านอาหารที่ระลึก ร้านธัญญดา	086-9644244	thanyawat_g@hotnail.com	
10	คุณ พงศ์ธร ปองผล	ตัวแทนตลาดกิมหยง - สันติสุข	095-0395562	feevai.pongphd@gmail.com	









ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
11	คุณ นรินทร์ บุรณะพาณิชย์กิจ	ตัวแทนตลาดกิมหยง - สันติสุข			
12	สิริจิตต์ คำทองงาม	ศรีณรงค์ สายที่ 610 สาย 610 ไทยกว่านวดลาวลา	069-7471749	t.sitthichoke@gmail.com	
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

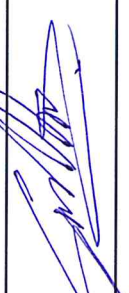











ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ กาญจนา บุณรอด	เจ้าหน้าที่ศูนย์ OSS จังหวัดสงขลา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	082-496-5922	kanjana@sme.go.th	
2	คุณ จรรย์ โปดำ	สุพรรณโอสถ จ.สงขลา	084-802-7662	074-256-926	
3	คุณ จุฑาทิพย์ สวัสดิ์รักษา	วิสาหกิจชุมชนสกัดน้ำมันมะพร้าว คลองวง	089-893-7693		
4	คุณ ชัยวุฒิ บุญวิวัฒนาการ	กรมการท่องเที่ยว หอการค้าจังหวัดสงขลา	089-738-0252	074-429400	
5	คุณ นพดล ชูพล	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	๐๘๑๙ ๘๖๖ ๐๙		
6	คุณ นันทวัฒน์ เตมียกุล	นักวิชาการอุตสาหกรรมปฏิบัติการ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา	096-451-8682	nd-mne@hotmail.com	
7	คุณ บุญสิทธิ์ อ้าภา	ผู้อำนวยการธนาคารออมสินเขตปัตตานี ธนาคารออมสิน ภาค 18	073-336-975	loan8294@gsb.or.th	
8	คุณ ประเสริฐ กองวัฒนานุกูล	ผู้จัดการเขต สำนักงานเขตภาคใต้ตอนล่าง บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)	074-262552 081-766-1528	songkhla@tcg.or.th	
9	คุณ พรชัย ตัญชุลีสวัสดิ์	ผู้จัดการสาขา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	081-478-3478	pornchai.t@smebank.co.th	
10	คุณ พิรดาวัลย์ บินสะแหละหมัน	วิสาหกิจชุมชนลูกชิ้นเจสมีย์	086-288-3676	firdaos170@yahoo.com	พิรดาวัลย์





ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
11	คุณ ภาณุ วงศ์พรหม	ผู้อำนวยการ ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	074-584000	phommathorn@boi.go.th songkhla@boi.go.th	
12	คุณ ภัณฑิลา จิตภักดี	ร้านตั้งอยู่	086-963-1354		
13	คุณ มนตรี วิชิตพงษ์	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	089 6555523		
14	คุณ เรวัตต์ เรืองมี	ผู้จัดการสาขาขนาดใหญ่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	085-980-8019	hatyai@mebank.co.th	
15	คุณ วรณา งามไชย	वरณ ดีไซน์	086-299-6374		
16	คุณ วชิระ โปไศยกานนท์	พรช่างแก้วน้ำดื่ม	081-678-4738 074-598-819	nonjohn_95@hotmail.com	
17	คุณ วิลาสินี คงแสง	นักวิชาการประมงชำนาญการพิเศษ สำนักงานประมงจังหวัดสงขลา	065-350-0374		
18	คุณ ส.พรเทวี พลกล้า	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา	080-862-5478	sor1907@hotmail.com	
19	คุณ สกาวพรรณ โปดำ	สุวรรณไอเอส จ.สงขลา	084-802-7662	074-256-926	
20	คุณ สิริษา ทะสะโร	ประจวบเภสัชกรรมสมุนไพร	081-189-9276		




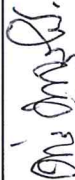


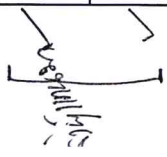
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
21	คุณ สุทธิ ปนาทกุล	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	๐๘๕ ๖๗๕๕๕๕	SUTHI.PANATKUL	
22	คุณ สุนิทยา วงสวัสดิ์	สำนักงานประมงจังหวัดสงขลา	091-4618606		
23	คุณ สุรพล แก้วลัดบัว	ผู้อำนวยการกลุ่มปฏิบัติการสถิติ สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา	074-311558	074-311558 songkhla@nso.go.th	
24	คุณ ศอัคร บินสะมะหะหมัน	วิสาหกิจชุมชนลูกชิ้นเจตมีย์	086-288-3676		
25	คุณ.ส. ปัทมาพร ทอพน	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา	08๕-๗๗๓๓๗๔	songkhla@mots.go.th	
26	อริศยา จิวัฒน์	อ.น.จ. สงขลา	๐๘๒-๐๔๖๓๐๔๑		
27	นางอรุณี นงนุชวิไล	อ.น.จ. สงขลา	๐๘๖-๙๕๖๙๔๑๐		
28	สุพัตรา ออสาหวัด	อ.น.จ. สงขลา	๐๘๖๙๐๔๕๗๐๔		
29	จิรภัทรา ทรัพย์	SMERKATK	064๗๓๙๖๒๘		
30	นาย อภิสิทธิ์ นงนุช	ผอ.อ.น.จ. สงขลา	๐๘๑ ๗๐๓๔๓๒		



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ สุวิทย์ สรรพวิทยศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	089-666-9105		
2	คุณ ภัททิรา บำเพ็ญทาน	นักวิจัยอาวุโส	081-663-9895		
3	คุณ กษิรา ชุตินทรกุล	นักวิจัยอาวุโส	063-239-5562		กษิรา
4	คุณ ชลิตา เพียรสร้าง	นักวิจัยอาวุโส	094-414-6963		ชลิตา เพียรสร้าง
5	คุณ ญัฐนิชา จิตกล้า	นักวิจัย	087-510-1345		Notricha Jitkula.
6	คุณ จรจิราภรณ์ ปัญจสุวรรณ	เลขานุการทีมวิจัย	099-614-5164		
7	คุณ ศรณธร ศรีพรา	เลขานุการทีมวิจัย	094-556-1621		A.A.S
8					
9					
10					



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ จิรพล รอดบาง	อดีจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่	081-707-8151	Jirapol.kornsasath	
2	คุณ สุรัตน์ ปาละนันท์	ผู้อำนวยการ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน 19 จังหวัดเชียงใหม่	053-121-002		
3	คุณ พิภูลทอง รุ่งเรือง	นักวิชาการอุตสาหกรรมชำนาญการพิเศษ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่	053-112-316 ต่อ 401	pikoontong5@gmail.com	
4	คุณ เกษร อักษรรัตน์	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่	081-783-0889		
5	คุณ พิมพ์ชนก เลิศพรหมพันธ์	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่	093-979-6494	mocbmp.cm@gmail.com	
6	คุณ โชติวิทย์ ธิมาทาร์โรจน์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	089-263-9488	chiangmai@mots.go.th	
7	คุณ พัลลภ แซ่จิว	รองประธานกรรมการ หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่	053-105-038	cmchamber1977@gmail.com	
8	คุณ วานิช ยะสุข	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ธนาคารออมสินภาค 8 จังหวัดเชียงใหม่	093-395-5599	wanichy@gsb.or.th	
9	คุณ รัตนาภาพรณ มูลเมือง	พนักงานสนับสนุนธุรกิจ ธนาคารออมสินภาค 8 จังหวัดเชียงใหม่	091-025-1424	Rattanapapahm1@gsb.or.th	
10	คุณ ดักริ ขวัญสุวรรณ	ผู้จัดการเขตภาคเหนือตอนบน บริษัทประกันสินเชื่อดอกสาหรณขนาดย่อม (บสย.)	052-004-330	chiangmai@tcg.or.th	





งานประชุมระดมความคิดเห็น Focus Group



เรื่อง “ปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”



ภายใต้ โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME :

การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)


วันอังคารที่ 18 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 - 13.30 น. ณ โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
11	คุณ สนิท เชนมี	ผู้จัดการ ศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจรจังหวัดเชียงใหม่ (สสว.)	064-301-6906	sanit.d@sme.go.th	
12	คุณ ชานินทร์ น้อยอ่ำ	ผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด นครสไตร์ เทรตดิ้ง	089-214-1088	tanin.noiam@gmail.com	
13	คุณ สรรพวัต จิตสุทธิ	BT CARRENT	063-669-7987		
14	คุณ พัทธนันท์ เศรษฐภูวนันท์	ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชิกส์ทีม เนเชอรัล โปรดักส์	063-962-4239		
15	คุณ ขวลิต ชันทพร	ไรต้าโยธาวิภา	098-773-6012	chwalit.kantapon@gmail.com	
16	คุณ ธาวิกา ชันทพร	ไรต้าโยธาวิภา	094-731-6128		
17	กิ่งกานต์ ภาณุวัฒน์	ผู้ประกอบการแม่ฮ่องสอน 5 ปีแรก	0869906309	mistream@yahoo.com	
18	ศาสตราจารย์ ดร. กัมพลจันทร์	นาง.วิชาญ กน. / สสว. ก.บ.อ. ไร่ขิงไร่	๐๙๖-๖๐๘๘๘๘๒	spichet.bom@gmail.com	
19	คุณ รณงาม ชันทพร	ไร่ขิงไร่ ไร่ขิงไร่ ไร่ขิงไร่	0918514450		
20	ประมวดี ศักดิ์สุวรรณ	นักการตลาดออนไลน์ / สอ.บ.บ.	๐๙๔-๖๐๗๖๖๖๖	pramwadee@gmail.com	



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
21	ชองศิริ อธิวิทวัส	พอ. กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME		SANAYT I 08@ gmail.com	
22	ชาตนิม วัฒนวิมล	ผู้ประสานงานโครงการพัฒนา	080-1287604		ชาตนิม
23	อัครินทร์ วัฒนวิมล	ผู้ประสานงานโครงการพัฒนา	0977776969		อัครินทร์
24	พศอยเมศ อธิวิทวัส	ผู้ประสานงานโครงการพัฒนา	098-7922624	tal-prs@gmail.com	
25	ชลาธิยา อธิวิทวัส	ศึกษาอบรม วิทยาลัยใหม่	0614665466		ชลาธิยา
26					
27					
28					
29					
30					



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ สุวิทย์ สรรพวิทยศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	089-666-9105		
2	คุณ ภัททิรา บำเพ็ญทาน	นักวิจัยอาวุโส	081-663-9895		
3	คุณ กชिरา ชุตินทรากุล	นักวิจัยอาวุโส	063 239 5562 094 9551 9097		กชिरา
4	คุณ ชลิตา เพียรสร้าง	นักวิจัยอาวุโส	094-414-6963		ชลิตา เพียรสร้าง
5	คุณ ณัฐนิชา จิตกล้า	นักวิจัย	087-510-1345		Notnicha J.
6	คุณ สาริน ธีระภัทรานันท์	นักวิจัย	089-072-5354		สาริน
7	คุณ ทศปีย์ แสงมุกข์	เลขานุการทีมวิจัย	098-419-5133		
8	คุณ				
9	คุณ				
10	คุณ				

ภาคผนวก ฉ

การสัมมนารับฟังความคิดเห็น

“แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโต

ของวิสาหกิจรายย่อย (Micro)

และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

ฉ

ภาคผนวก

การสัมมนารับฟังความคิดเห็น “แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”

การสัมมนารับฟังความคิดเห็น “แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)” เมื่อวันอังคารที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น. ณ โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

กำหนดการสัมมนารับฟังความคิดเห็น “แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ที่สนับสนุนการเติบโต ของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)” วันอังคารที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น. ณ ห้องประชุม Ballroom 1 โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 09.30 น.	กล่าวเปิดงาน โดย นางสาววิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
09.30 – 10.30 น.	นำเสนอความเป็นมาและผลการศึกษาของโครงการ โดย นายสุวิทย์ สรรพวิทยศิริ ผู้ช่วยผู้อำนวยการสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง
10.30 – 10.45 น.	รับประทานอาหารว่าง
10.45 – 12.30 น.	ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)
12.30 – 13.30 น.	ร่วมรับประทานอาหารกลางวัน

หมายเหตุ: กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

กล่าวเปิดงานสัมมนารับฟังความคิดเห็น

โดย ดร.วิมลกานต์ โกศุมมาส

รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ภาพของสถานการณ์ไทยเริ่มจะชัดเจนมากขึ้น สำหรับเศรษฐกิจโลกทางสหประชาชาติได้มีการจัดประชุมเพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริม MSME ทั่วโลก โดยผู้แทนทั่วโลกต่างลงความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับ Private Sector ของโลก ซึ่งประกอบไปด้วย MSME หรือผู้ประกอบการรายย่อย ขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ ทั่วโลกมี MSME อยู่ประมาณ 80% ดังนั้นการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจให้ก้าวหน้า มีการจ้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจมากขึ้น Sector ที่ต้องเติบโตคือ MSME เนื่องจากเป็นผู้จ้างงานที่สำคัญ โดยในประเทศที่พัฒนาแล้วมีการจ้างงานโดยธุรกิจ MSME ประมาณ 70% และประมาณ 60% ในประเทศที่กำลังพัฒนา

ในประเทศไทยผู้ประกอบการ MSME ไม่ได้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตามนิยามใหม่ของ MSME วิสาหกิจขนาดกลางมีรายได้ไม่เกิน 500 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดเล็กมีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านบาท และวิสาหกิจรายย่อยที่แจ้งรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท ซึ่งมีประมาณเกือบ 80% ของ MSME ทั้งหมด และในปัจจุบันมี MSME ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประมาณ 3 ล้านราย โดยวิสาหกิจรายย่อยคิดเป็น 2.6 ล้านราย และในอนาคตการกำหนดมาตรการ Ecosystem ที่จะมาช่วยสนับสนุนจะต้องมีการออกแบบเฉพาะ (Tailor-made) ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มตามขนาด เช่น วิสาหกิจขนาดกลางอาจมีความต้องการวงเงินกู้หลายร้อยล้านบาท ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมอาจต้องการวงเงินกู้เพียง 10 ล้านบาท และวิสาหกิจรายย่อยอาจต้องการวงเงินกู้เพียง 50,000 – 1 ล้านบาทเท่านั้น รวมถึงการมีระบบพี่เลี้ยงที่จะเข้าไปดูแล MSME ระบบการบริการ การทำมาตรฐาน ตลอดจนความต้องการเฉพาะของวิสาหกิจแต่ละขนาดที่แตกต่างกัน

จากจำนวน MSME ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น 3 ล้านรายนั้นอยู่ในระบบ แต่ยังมี MSME อีกจำนวนมากที่อยู่นอกระบบ ซึ่งหากประเมินแล้วจะรวมกันไม่ต่ำกว่า 10 ล้านราย เพราะฉะนั้น ความช่วยเหลือของภาครัฐในเรื่องของโครงการ การฝึกอบรม การส่งพี่เลี้ยงไปดูแล จึงไม่สามารถทำได้อย่างทั่วถึง หากยังใช้วิธีการและระบบแบบเดิม ดังนั้น โจทย์ที่สำคัญคือทำอย่างไร MSME จะสามารถเข้าถึง Ecosystem Infrastructure ในการส่งเสริม MSME ได้ทั่วถึงในเวลาเดียวกัน ปัจจัยสำคัญที่สามารถนำมาช่วยได้ คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาผนวกกับบริการภาครัฐ เช่น การฝึกอบรมต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ โดยการนำ Knowledge Platform (SME365) ที่สามารถอบรมผู้ประกอบการได้ 365 วันต่อปี สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการองค์ความรู้ ก็สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา ส่วนระบบพี่เลี้ยง ในปัจจุบันมีพี่เลี้ยงที่ขึ้นทะเบียนอยู่ไม่ถึง 10,000 ราย ในขณะที่มี MSME 10 ล้านรายที่อาจมีความต้องการระบบพี่เลี้ยงเพื่อช่วยสนับสนุน ซึ่งในอนาคตอันใกล้การจัดการโดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ปัจจุบัน Ecosystem เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด แต่ยังขาดความพร้อมและผู้ประกอบการมีความกังวล โดยเฉพาะช่วงวิกฤติโควิดปัจจัยที่มีความน่ากังวลที่สุด คือ ด้านแหล่งเงินทุน โครงสร้างพื้นฐานทางด้านแหล่งเงินทุนในปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม คือ สถาบันการเงิน ธนาคารรัฐและเอกชนเป็นผู้ขับเคลื่อน จะเห็นได้จากวิกฤตการณ์ทางการเงิน Global Financial Crisis ในทวีปยุโรป MSME

ส่วนใหญ่ในทวีปยุโรปที่ได้รับผลกระทบไม่ได้ฟื้นฟูกิจการขึ้นได้จากแหล่งเงินกู้จากสถาบันการเงิน แต่ฟื้นฟูขึ้นด้วย Pier-to-Pier Lending Platform ซึ่งเป็น Digital Platform ประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นแหล่งเงินกู้ที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน โดยในอนาคตประเทศไทยจำเป็นต้องดำเนินไปในทิศทางนี้ เพื่อผลักดันให้ MSME ไทยมีระบบการจัดการบัญชี และการเปิดเผยข้อมูลการประกอบธุรกิจที่โปร่งใส ทั้งนี้ จะส่งผลให้การปล่อยกู้ในอนาคตสามารถใช้ข้อมูลในการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการได้เอง โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยหลักทรัพย์ค้ำประกัน

สำหรับประเทศมหาอำนาจ หรือ Superpower อย่างประเทศจีน บริษัทฝิงอัน เดิมเป็นบริษัท Insurance แต่ปัจจุบันสามารถปล่อยเงินกู้ให้ MSME ได้โดยใช้เวลาเพียงครึ่งชั่วโมง เริ่มตั้งแต่ผู้ประกอบการสมัครขอสินเชื่อ จากนั้นจะมีเจ้าหน้าที่ทำการยืนยันตัวตนทางโทรศัพท์ โดยมีการตรวจสอบข้อมูลทั่วไป เช่น ที่อยู่ (ซึ่งในระบบส่วนใหญ่ มีปัญหาหลัก คือ การให้ที่อยู่ปลอม) แต่ในจีนนั้นจะมีระบบที่สามารถตรวจสอบได้ระดับตัวตนได้ มีข้อมูลการเสียภาษีของบุคคลและธุรกิจอยู่ครบถ้วน ดังนั้น การปล่อยสินเชื่อในจีนจึงทำได้อย่างรวดเร็วด้วยการใช้เทคโนโลยี ประกอบกับการที่ผู้ประกอบการมีการจัดทำงบการเงิน มีหลักฐานการเสียภาษี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าหาก MSME มีความสามารถในการเสียภาษีเงินได้ ก็สามารถปล่อยเงินกู้ได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันแต่อย่างใด

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องร่วมมือกันเพื่อสร้างปัจจัยแวดล้อมสำหรับ MSME รวมถึงการส่งเสริมให้มีการจัดทำมาตรฐาน แม้กระทั่งในวิสาหกิจรายย่อยก็จำเป็นต้องทำ โดยเฉพาะการต่อยอดเพื่อขยายธุรกิจออนไลน์ การมีมาตรฐานของสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ส่วนผู้ประกอบการกลุ่ม Born Global หรือกลุ่มผู้ประกอบการขนาดไมโครที่ทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้บ่มเพาะขึ้น และเติบโตอย่างรวดเร็ว มียอดขายสินค้าออนไลน์สูงถึงหนึ่งล้านบาทต่อเดือน แสดงให้เห็นว่าถึงจะเป็นวิสาหกิจรายย่อย ก็สามารถส่งเสริมและ Upscale ให้ไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ได้ และจะสามารถเติบโตได้เร็วขึ้นอีกหากมีมาตรฐานรับรอง Thai Rating and Information Services (TRIS) มีการติดตามและประเมินผล เล็งเห็นว่าการช่วยเหลือทางการเงินแก่วิสาหกิจรายย่อย เป็นการกระจายเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจและเข้าถึงกลุ่มรากหญ้าโดยตรง ในขณะที่การช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดใหญ่หรือขนาดกลาง ซึ่งอาจจะนำเงินไปลงทุนต่อในโครงการและใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน จึงไม่ได้เป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจทันที

สำหรับเรื่องมาตรฐานสินค้า MSME มีการขอมาตรฐานโดยอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ กระบวนการทั้งหมดใช้เวลาค่อนข้างนาน ซึ่งทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาและปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน สสว. มีการดำเนินการเกี่ยวกับระบบคูปอง (Voucher) โดยการ Certified หน่วยงานที่รับรองมาตรฐานแจกคูปองให้ผู้ประกอบการ หากต้องการขอมาตรฐานใด ก็สามารถใช้บริการได้ที่ Service Provider นั้น ทั้งนี้ ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องร่วมมือกัน เพื่อช่วยกระตุ้นให้ MSME มีปัจจัยแวดล้อมที่ดีในการรอดพ้นและฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด

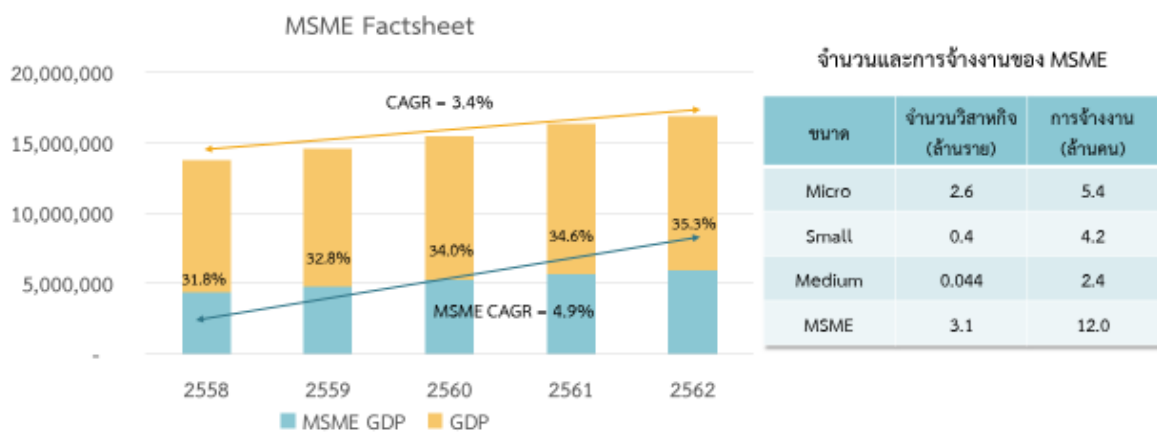
การนำเสนอความเป็นมาและผลการศึกษาของโครงการ

โดย คุณสุวิทย์ สรรพวิทยศิริ

ผู้ช่วยผู้อำนวยการสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง

การสร้างปัจจัยแวดล้อมหรือกำหนดแนวทาง Ecosystem สำหรับ MSME นั้นต้องใช้เวลา จะทำให้เกิดขึ้นภายในระยะเวลาอันสั้นไม่ได้ ซึ่งบางครั้ง Ecosystem บางประการเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หรือมาจากบริบทของปัจจัยภายนอก ทีมที่ปรึกษามีการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนวรรณกรรมของต่างประเทศ รวมถึงการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลภาคสนาม ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ MSE และหน่วยงานที่เป็นภาคีเครือข่ายในแต่ละพื้นที่ เพื่อที่จะรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ภาพรวมว่า Ecosystem ใดบ้างที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มและการเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคต

ภาพที่ ฉ.1: MSME Factsheet



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

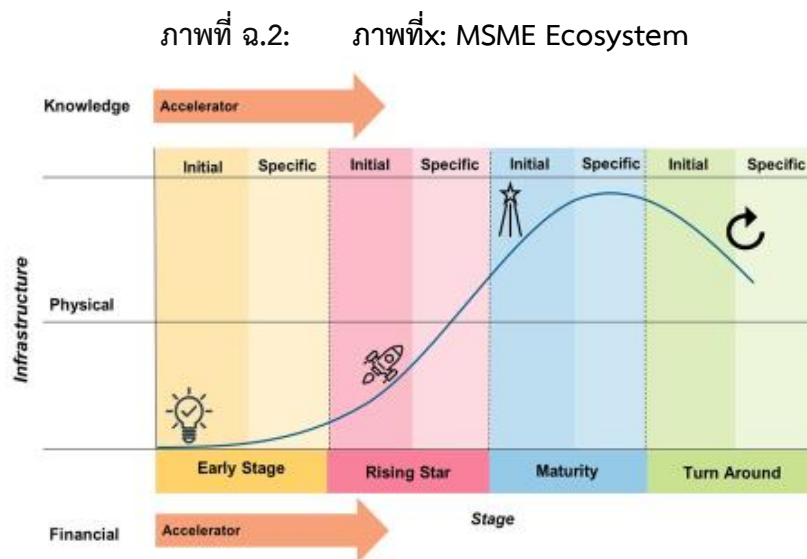
จากภาพ MSME Factsheet จะเห็นได้ว่า ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาภาพรวม GDP ของประเทศเติบโตเฉลี่ย 3.4% ต่อปี เป็นระดับที่ไม่สามารถทำให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางในระยะเวลาอันสั้นได้ ในขณะที่ GDP ของ MSME เติบโตเฉลี่ย 4.9% ต่อปี นั่นหมายความว่าภูมิทัศน์ทางของ MSME ต่ำมาก ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงธุรกิจอิมตัวและไม่สามารถเติบโตหรือขยายได้แล้ว ส่วนธุรกิจที่อยู่ในช่วง Rising Star มีจำนวนน้อย หากมองในแนวนอนตามช่วงธุรกิจ จึงพบว่ามีหลายกลุ่มทั้งกลุ่มตั้งไข่ อิมตัว และกำลังจะล่มสลายไปหรือกำลังฟื้นตัว ฉะนั้น จึงจำเป็นต้อง Tailor-made Ecosystem ตามช่วงธุรกิจ รวมถึงมิติในเชิงพื้นที่ เนื่องจากในแต่ละพื้นที่ที่มีมิติของทุน (Capital) ที่แตกต่างกัน

Data Driven หรือการขับเคลื่อนโดยข้อมูล เดิมข้อมูลถูกมองว่าเป็นตัว Support แต่ในปัจจุบันข้อมูลกลายเป็นทุน (Capital) อาทิ Ant Financial หรือ Ping An และในประเทศไทยที่มีลักษณะคล้ายกันคือ True Money Application ซึ่งมีการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าไว้ สามารถนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าได้ รวมถึงการ Bundle กับธุรกิจอื่น ร่วมมือกันสามารถ Scale-Up ได้ในอนาคต เนื่องจากใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์ม และข้อมูลเหล่านี้ยังเป็นหลักฐานที่ดีในการอนุมัติสินเชื่อได้ ซึ่งในปัจจุบัน TRUE สามารถอนุมัติสินเชื่อได้แล้วจากข้อมูล กระแสเงินสด และการใช้ Application

เมื่อสถานการณ์โควิดเริ่มคลี่คลาย MSME กว่า 3 ล้านราย เริ่มฟื้นตัวกลับมาเพื่อชดเชยกับช่วงที่สูญเสียไปแต่ก็ยังไม่สามารถเข้าสู่ Normal Trend ได้ จากสัดส่วนจำนวนวิสาหกิจต่อการจ้างงานในภาพที่ ๑.1 จะเห็นได้ว่าวิสาหกิจแต่ละแห่งมีการจ้างงานเฉลี่ยเพียง 4 คนเท่านั้น

ในกระบวนการศึกษาเพื่อออกแบบ Ecosystem แบ่งเป็น 2 แบบ คือ (1) การใช้หลัก Supply Created ภาครัฐสร้างและออกแบบ Ecosystem ให้ดี โดยไม่ต้องถามผู้ประกอบการ เพราะบางครั้งผู้ประกอบการก็ไม่ทราบความต้องการของตัวเองอย่างแท้จริง รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีในต่างประเทศ ปรับใช้ให้เหมาะสมกับประเทศไทย และ (2) การลงพื้นที่สำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ผู้ประกอบการ MSE และหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์ในการส่งเสริม ผู้ที่ออกแบบนวัตกรรมทางการเงิน ซึ่งในส่วนนี้เป็นการสำรวจเพื่อให้ทราบความต้องการ โดยใช้หลัก Demand Driven หลังจากได้ข้อมูลทั้งสองส่วนแล้วจึงเอาข้อมูลมาประกอบกันเพื่อออกแบบแนวทางที่เหมาะสมต่อไป

ทั้งนี้ ภาวะความต้องการของผู้ประกอบการในช่วงวิกฤติ อาจทำให้เกิดข้อมูล Bias ซึ่งผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือและเยียวยาให้หลุดพ้นจากวิกฤติโควิดก่อน แต่ในอีกมิติจำเป็นต้องมองในระยะยาวเพื่อสร้างบ้านหรือสร้าง Ecosystem ที่ยั่งยืน ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการที่มีรายได้ 20-30 ล้านบาท ไม่ได้เน้นการจ้างงาน แต่เน้นการใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์ม เป็นอีกกลุ่มที่จำเป็นต้องมี Ecosystem ที่เหมาะสม โดยเฉพาะ ดังนั้น ปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณานอกจากรายได้หรือขนาดของธุรกิจแล้วยังต้องพิจารณาช่วงของธุรกิจประกอบด้วย (ดังภาพ)



ที่มา: มุลินธิ สวค.

นอกจากการพิจารณาขนาดและช่วงของธุรกิจแล้ว สิ่งสำคัญที่ MSE ต้องมีเป็นพื้นฐานคือ Initial Infrastructure และ Specific Infrastructure ในแต่ละช่วงธุรกิจด้วย โดย Initial Infrastructure เป็นปัจจัยแวดล้อมเบื้องต้นที่จำเป็นต้องมีในทุกช่วงอายุธุรกิจ และ Specific Infrastructure เป็นปัจจัยแวดล้อมที่ต้องออกแบบโดยเฉพาะ อาทิ กลุ่มที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทรัพยากรธรรมชาติ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟในเชียงใหม่จะใช้ Infrastructure เดียวกันกับผู้ประกอบการร้านกาแฟที่ชุมพรไม่ได้ ทั้งนี้ การขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการสร้าง Barrier to Entry เพื่อกีดขวางคู่แข่งที่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจเดียวกัน

ดังนั้น ในภาพรวมของการศึกษาและออกแบบแนวทาง Ecosystem นั้นจะเน้นการออกแบบงานมากกว่างบประมาณ เนื่องจากการแก้ปัญหาที่ตรงจุด คือ ออกแบบเพื่อส่งเสริมให้ MSME เกิดการเติบโตในระยะยาว และไม่จำเป็นต้องพึ่งพางบประมาณเสมอไป ซึ่งหลายประเทศเคยประสบปัญหานี้มาแล้ว อย่างไรก็ตาม เมื่อกลไกรัฐมีปัญหาก็จะเป็นหน้าที่ของกลไกเอกชนหรือกลไกตลาด อาจเรียกว่ากลไกทับซ้อน ซึ่งหมายความว่าเมื่อกลไกรัฐและกลไกตลาดทับซ้อนกัน มักจะทำให้เกิดหน่วยงานพิเศษขึ้นมาเสมอ อาทิ องค์กรมหาชน สถาบันคุณวุฒิต่าง ๆ EEC และนั่นคือสิ่งที่ออกแบบมาเพื่อแก้ปัญหอย่างแท้จริง

MSME Ecosystem ของต่างประเทศ

ประเทศจีน

จีนมีข้อได้เปรียบในการทำธุรกิจ คือ ตลาดที่มีขนาดใหญ่ และจีนมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ปัจจัยที่ดีที่สุดและช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการได้มากที่สุด คือการใช้เทคโนโลยี เช่น การที่ผู้ประกอบการต้องไปธนาคารเพื่อทำธุรกิจ แลกเปลี่ยนเงินตรา ย่อมเกิดต้นทุนทางการเงิน และมีต้นทุนค่าเสียโอกาสเกิดขึ้นด้วยเช่นกัน

ภาพที่ ๓.3: MSME Ecosystem ประเทศจีน



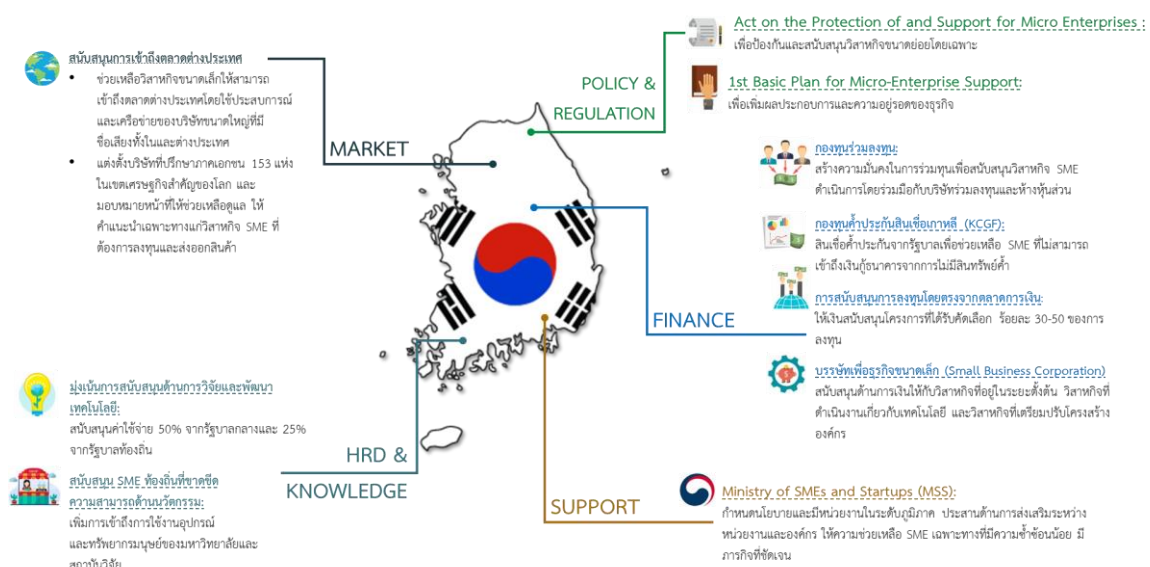
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เงินปฏิรูปภาคการเงินและให้ความสำคัญกับต้นทุนทางการเงินเป็นอย่างมาก โดยการส่งเสริมให้การทำธุรกรรมทางการเงินอยู่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลหรือออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของข้อมูล ทำให้ทราบถึงการไหลของข้อมูล อาทิ การเกิดขึ้นของ Alipay, WeChat Pay เมื่อภาครัฐเข้าไปเป็นตัวกลาง จะทำให้มีฐานข้อมูลของผู้ใช้ทั้งหมดและสามารถนำไปวิเคราะห์หรือดำเนินการช่วยเหลือต่อได้ ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงิน การออมเงิน การประกันภัย ข้อมูลอุบัติเหตุ หรือการร่วมมือกันเป็นคู่ค้าทางธุรกิจ

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยแวดล้อมในด้านการสนับสนุนนวัตกรรมในมหาวิทยาลัย การให้อำนาจท้องถิ่นในการดำเนินการสร้างหรือบ่มเพาะผู้ประกอบการ รวมถึงการระดมทุน (Funding) ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ทำให้ท้องถิ่นมีอำนาจเบ็ดเสร็จ ด้วยกระจายอำนาจทางการคลัง คือ เงินที่เข้ามาที่รัฐบาลกลางจะหักและคืนให้มณฑลทันที และเงินส่วนที่เหลือจะนำไปลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ โครงสร้างพื้นฐานทางด้านความรู้ โดยนำโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกายภาพ และองค์ความรู้มาผนวกกัน ในส่วนนี้สามารถนำมาเป็นแบบอย่างเพื่อปรับใช้กับประเทศไทยได้ เนื่องจากไทยมี MSME ที่อยู่ในจุดอิมตัวค่อนข้างมาก และจำเป็นต้องปรับตัวให้ทัน

ประเทศเกาหลีใต้

ภาพที่ ๔.4: MSME Ecosystem ประเทศเกาหลีใต้

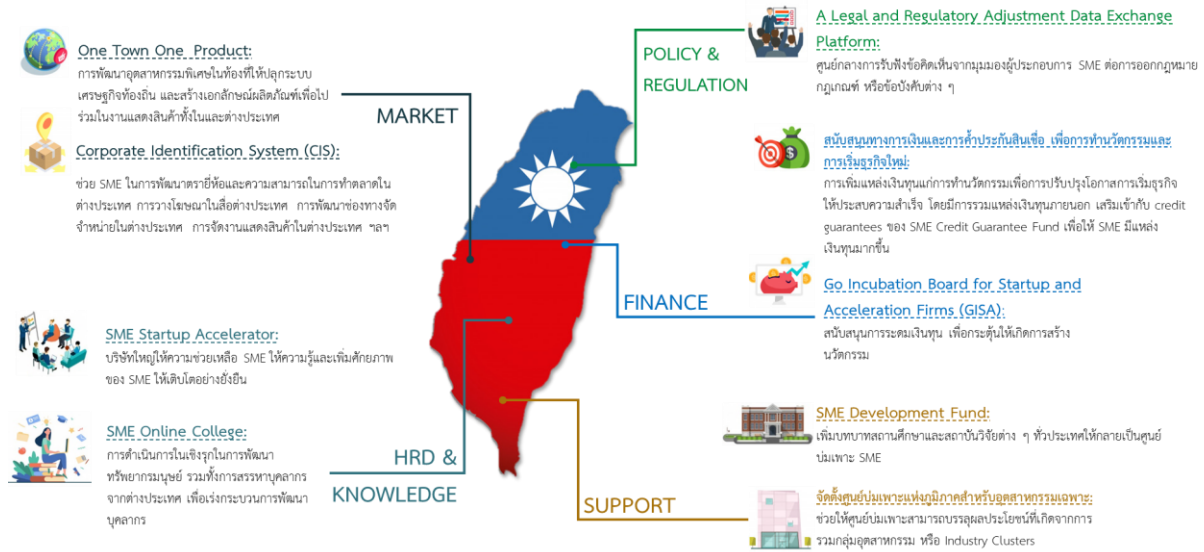


ที่มา: มุลินิ สวก.

ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศสุดขั้วในเรื่องของการใช้กลไกภาครัฐ ในอดีตเกาหลีเคยมีรายได้ต่อหัวต่ำกว่าไทย และถูกครอบครองโดยญี่ปุ่นนานถึง 15 ปี แต่ปัจจุบัน GDP ต่อหัวสูงขึ้นอย่างมากเฉลี่ย 22,000 บาท ซึ่งสูงกว่าไทยซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวประมาณ 7,000 บาทเท่านั้น ทั้งนี้ เกาหลีขึ้นชื่อว่ารัฐบาลเน้นสนับสนุนรายใหญ่และเน้นการส่งเสริมให้ภาคเอกชนเติบโต เนื่องจากมีความเชื่อว่าภาคเอกชนก็คือประชาชนเกาหลีนั่นเอง และเมื่อใดก็ตามที่รายใหญ่แข็งแกร่ง ก็สามารถสนับสนุนและสร้าง Ecosystem สำหรับรายย่อยด้วยเช่นกัน อาทิ การบ่มเพาะ การสร้างนวัตกรรม การค้ำประกันสินเชื่อ แม้กระทั่งการสร้างสะพานโดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐ ภาคเอกชนสามารถดำเนินการได้ทันทีโดยไม่ต้องรอนงบประมาณ และนี่คือโมเดลที่สำคัญ

ประเทศไต้หวัน

ภาพที่ ๑.5: MSME Ecosystem ประเทศไต้หวัน



ที่มา: มุลินธิ สวก.

ประเทศไต้หวันมีความแตกต่างจากทั้งสองประเทศโดย GDP ของไต้หวันนับเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ในอดีตเคยมีลักษณะที่คล้ายกับประเทศไทย คือ การรับจ้างผลิต ทั้งนี้ เราควรตระหนักว่าไม่มีประเทศใดในโลกที่สามารถหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางโดยการรับจ้างผลิตไปตลอดกาล ประเทศที่ก้าวไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว คือเป็นประเทศที่มีทรัพยากรมาก และราคาสูง เช่น น้ำมัน หรือมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงมาก หรือมีความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) หมายถึง ประเทศนั้นมีผู้ประกอบการจำนวนมาก จนกระทั่งหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางได้

สิ่งสำคัญที่ไต้หวันปฏิรูปคือการศึกษา โดยการปรับหลักสูตรระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา มีหลักสูตรวิชาการเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการบรรจุไว้เป็นแผนระดับชาติ (National Development Plan) เพื่อหล่อหลอมให้เด็กกลายเป็นผู้ประกอบการโดยสายเลือด รวมถึงการล้มและได้ทดลองหลาย ๆ รอบ จะกลายเป็นประสบการณ์ที่ช่วยให้มีความยืดหยุ่นและทรหดขึ้น หรือที่เรียกว่า Resilience นั้นเอง

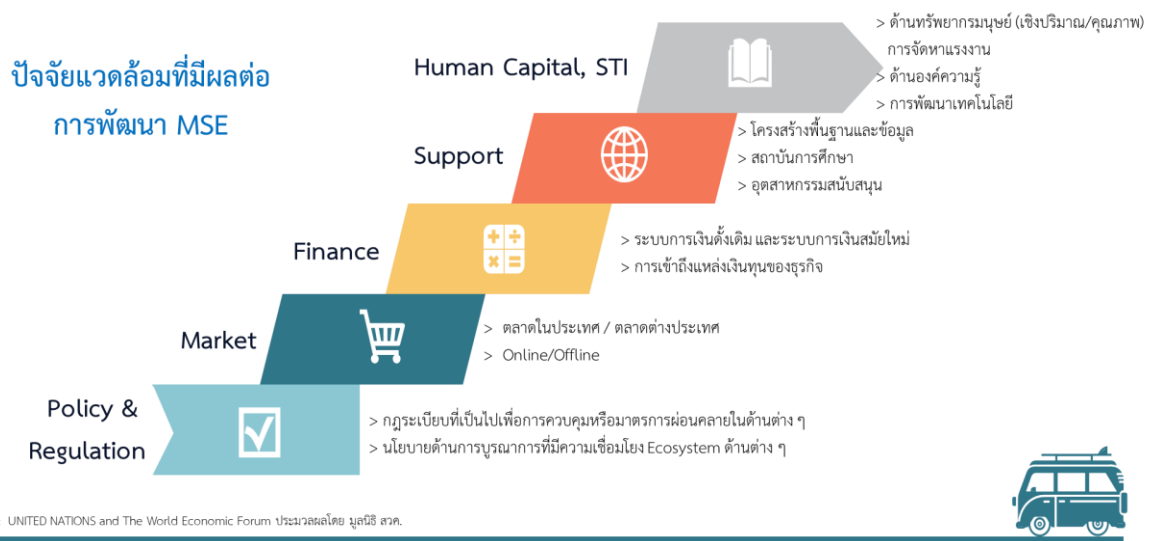
ไต้หวันมีมาตรการทางการเงินที่สำคัญคือ GISA Platform ซึ่งเป็น Cloud Funding Platform สนับสนุนการระดมทุนเพื่อการทำ Innovation และเพื่อให้โอกาสทุกคนในการลงทุนในนวัตกรรม หน่วยงานที่สนับสนุนนั้นทำหน้าที่เป็นนวัตกร ที่สามารถประเมินปัญหาและสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ตรงจุด ซึ่งการลงทุนในลักษณะนี้เปรียบเสมือนการพนันอย่างหนึ่ง แต่หากลงทุน 10 แล้วสำเร็จ 1 และสามารถเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ได้ มี ROE/ROA ที่สูง ก็นับว่าเป็นการลงทุนที่ประสบผลสำเร็จ

กล่าวโดยสรุปคือสิ่งที่ทั้ง 3 ประเทศที่กล่าวมาข้างต้น คือ การมีต้นทุนในการเข้าถึงต้นทุนที่ต่ำ การมี Data Platform แบบบูรณาการกัน สามารถนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การขายสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook ทำให้สามารถทราบถึงที่อยู่ของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย อายุและเพศ ซึ่งผู้ใช้ Facebook จะถูกศึกษาพฤติกรรมเรียบร้อยแล้ว เป็นต้น

ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญในการกำหนด Data คือ Behavior และสิ่งที่กำหนด Behavior คือ Influencer หรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ไม่ว่าจะเป็นราคา หรือระดับรายได้ของผู้บริโภค และนี่คือสิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้าง Ecosystem ของ Facebook เป็นแบบอย่างที่ดีในการสร้าง Online/Digital Platform

การสำรวจข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมระดมความคิดเห็น และผลสำรวจจากแบบสอบถาม ในการสำรวจข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมีการศึกษาทั้งข้อมูลทั่วไปของแต่ละพื้นที่ ความพร้อมในการสนับสนุนเชิงพื้นที่ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการสนับสนุนช่วยเหลือ โดยส่วนใหญ่จะเน้นการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการ รวมถึงตัวเร่งที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ภาพที่ ๑.6: ประเด็นในการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)



ที่มา: มูลนิธิ สวท.

สำหรับประเด็นสำคัญในการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับ Ecosystem แบ่งเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย การตลาด การเงิน ปัจจัยสนับสนุน ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ รวมถึงตัวเร่งซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการมีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหรือทำให้ขยายตัวแบบก้าวกระโดดได้ เช่น การที่ร้านค้าทั่วไปสามารถเข้าไปอยู่ Platform ของป๊อป ปตท. ซึ่งมีสาขาทั่วประเทศ หรือ Food Court ในห้างสรรพสินค้า หรือ Cloud Kitchen ซึ่งเป็น Online Platform ได้นั้น สินค้าต้องเป็นอย่างไร การจัดการโลจิสติกส์และมาตรฐานเป็นอย่างไร ทักษะในการเจรจาในเรื่อง Business Model และองค์ความรู้เป็นแบบใด จึงจะสามารถเป็น Partner กับรายใหญ่ได้ การสนับสนุนให้ MSE เติบโตแบบก้าวกระโดดในลักษณะนี้ก็ถือว่าเป็นตัวเร่งแบบหนึ่ง แม้กระทั่งธุรกิจร้านกาแฟที่หลายท่านคิดว่าอาจถึงทางตัน แต่แท้จริงแล้วทุก Segment ทุกสินค้าก็มีช่องว่างในการทำให้เกิดการเติบโตได้ตลอดเวลาโดยใช้ตัวเร่งเพื่อช่วย Scale Up

ยกตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก การสอบถามผู้ประกอบการ MSE เกี่ยวกับโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น ทางด้านการเงิน หาก MSE จำเป็นต้องใช้เงินลงทุน จึงต้องการขอสินเชื่อ หากธนาคารปล่อยเงินกู้ให้ 70% ดอกเบี้ย 4% และต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน จะได้ผลตอบแทน (Project IRR=10%)

และต้องลงทุนเงินทุนส่วนตัว 30% ผู้ประกอบการมีความสนใจหรือไม่ ทั้งนี้ การตั้งคำถามในลักษณะนี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจำลองสถานการณ์ได้ชัดเจนมากขึ้น นี่คือนี่ที่ควรจะมีใน Ecosystem และหน่วยงานที่ช่วยเหลือหรือ สสว.จำเป็นต้องมีเป้าหมายในการเติบโตหรือการขยายตัวของ MSME GDP ด้วย

สำหรับด้านปัจจัยแวดล้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ (HRD) ของผู้ประกอบการรายย่อย จำเป็นที่จะต้องมีการสร้างการรับรู้ให้กลุ่มนี้ โดยเฉพาะในเรื่องอาชีพในอนาคต การจัดทำ Job Landscape ประเทศไทยไม่ใช่ประเทศที่รอรับการลงทุนจากต่างประเทศเพียงอย่างเดียว โอกาสในการลงทุนในประเทศเกิดใหม่ในอนาคตเศรษฐกิจโลก ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มประเทศที่จะเติบโตได้ดีในอนาคต คือ เอเชียใต้ เช่น อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ การพิจารณาถึงตลาดต่างประเทศจึงเป็นเรื่องสำคัญ และถือเป็นโอกาสของธุรกิจ MSE ไทย ภาครัฐจึงต้องส่งข้อมูลเหล่านี้ให้ MSE ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างการรับรู้ทางการตลาด ขยายโอกาสให้ MSE สามารถแข่งขันในต่างประเทศได้

การสนับสนุนทางการเงิน 3 ด้านคือ ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ควรมี Resilience Fund การจัดตั้งกองทุนในการระดมเงินทุนและดูแลแบบ Angle Fund เจ้าของเงินลงทุนที่มี Know-How Technology ฐานลูกค้า มีกองทุนที่ยืดหยุ่นและเข้มแข็ง และเมื่อธุรกิจอยู่ในช่วงเติบโต ควรมี Rebalance Fun ซึ่งเป็น Capital Technology ที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านเงินทุนอย่างต่อเนื่อง ส่วนอีกหนึ่งกองทุนคือ Revival Fund ซึ่งเป็นกองทุนสำหรับกลุ่มธุรกิจที่อยู่ในช่วงอึมครึมและเริ่มมีหนี้เสียแล้ว ธุรกิจเหล่านี้จำเป็นต้องมีกองทุนฟื้นฟูเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้

โครงสร้างและกลไกการขับเคลื่อน

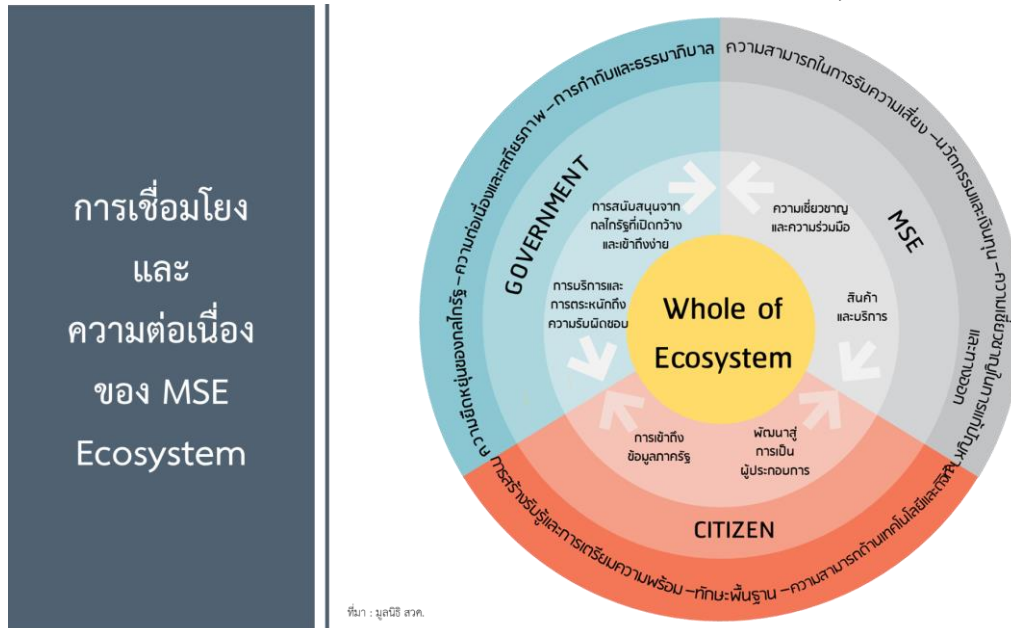
ภาพที่ ๑.7: กลไกการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

สำหรับกลไกในการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE เพื่อการฟื้นฟูและเติบโตอย่างเต็มศักยภาพ ควรพิจารณาทั้ง 3 ส่วน คือ Resource Demand และ Supply โดยมีหน่วยงานภาครัฐช่วยสร้างความยั่งยืน ช่วยสนับสนุนทั้งด้านกฎหมายกฎระเบียบในการแข่งขันที่เป็นธรรม และส่วนสนับสนุนที่สำคัญ คือ เทคโนโลยี และ Data Platform ซึ่งควรมีหน่วยงานเดียวในการจัดการข้อมูล

ภาพที่ ๘.8: การเชื่อมโยงและความต่อเนื่องของ MSE Ecosystem



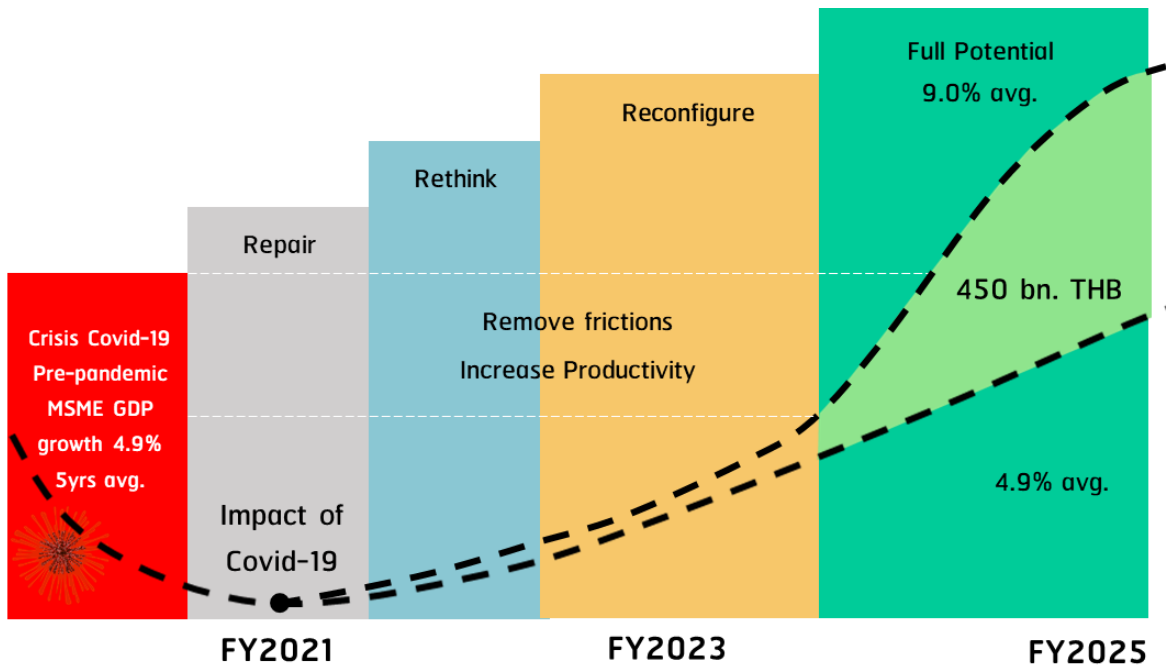
ที่มา: มุลินธิ สวค.

ในการเชื่อมโยงและความต่อเนื่องของ MSE Ecosystem ประกอบไปด้วย Productivity Connectivity และ Infrastructure ในการจัดห่วงโซ่อุปทานใหม่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ MSE ประกอบด้วย 3 ฝ่าย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ MSE และประชาชน ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดไปเป็นผู้ประกอบการได้ ความเชี่ยวชาญของ MSE ต้องได้รับการสนับสนุน โดยภาครัฐต้องเปิดกว้างให้ MSE เข้าถึงได้ง่าย ไม่มีข้อจำกัดในการเข้าถึง ไม่ว่าจะเป็นกลไกอะไรก็ตาม ควรเป็นข้อมูลในลักษณะ Online ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา สามารถดูกลุ่มลูกค้าที่ขายสินค้าให้ได้ หากมองในมิติองค์ประกอบภายนอกสิ่งที่มี MSE ต้องพิจารณา ได้แก่ ความสามารถในการรับความเสี่ยงของ MSE นวัตกรรมและเงินทุน รวมถึงความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหา (Exist Strategy) สำหรับหน่วยงานภาครัฐ หรือความยืดหยุ่นของกลไกรัฐ โครงการช่วยเหลือต่าง ๆ ควรมีความต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ เช่น ในการวางแผนควรระบุให้ชัดเจนว่าโครงการนี้ต้องดำเนินการเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี โดยแต่ละชั้นจำเป็นต้องมีปัจจัยสนับสนุนอะไรบ้าง เป็นต้น

ในส่วนของประชาชน จำเป็นต้องมีทักษะสำคัญต่าง ๆ โดยเฉพาะ Basic Skill ทั้งการเรียนรู้ตลอดชีวิต การเรียนรู้ข้ามศาสตร์เพื่อเป็นทางเลือก และความรู้ทางการเงิน ซึ่งจำเป็นต้องปลูกฝังตั้งแต่เริ่มเรียน เพื่อเป็นตัวช่วยให้สามารถขยับไปเป็นผู้ประกอบการได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ ยังควรมีทักษะที่สำคัญมากในปัจจุบันคือความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Digital Literacy) และทำความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย แต่อย่ากลัวที่จะทดลองหรือนำข้อมูลขึ้นไปอยู่ Platform สมัยใหม่ เพื่อเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง

เป้าหมายและการขยายอย่างเต็มศักยภาพของ MSE

ภาพที่ ๑.9: เป้าหมายการเติบโตของ MSE หลังสถานการณ์ COVID-19



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ภายหลังจากสถานการณ์โควิด GDP ของภาค MSME ขยายตัวเฉลี่ยไม่ถึง 5% ซึ่งอัตราการขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพ ในปี 2564 ภาคการท่องเที่ยวอาจฟื้นตัวจากการกลับมาของนักท่องเที่ยวเพื่อนบ้านหลังจากสถานการณ์โควิด ส่วนปลายปี 2564 คาดว่าจะเริ่มมีการเข้ามาท่องเที่ยวของชาวจีน และปลายปี 2565 คาดว่าจะเริ่มมีชาวญี่ปุ่น และชาติที่มีกำลังซื้อสูงเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศอีกครั้ง ทั้งนี้ MSE จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะแรงงาน มีการโยกย้ายคนให้เหมาะสมกับงาน และสร้าง Knowledge Transfer เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ MSE หากยังทำธุรกิจในรูปแบบเดิม ๆ อัตราการขยายตัวของ GDP จะยังคงเหมือนเดิม

การออกแบบแนวทาง Ecosystem ที่ดีจำเป็นต้องมีเป้าหมายในการเติบโตของ MSME เช่น หาก GDP ขยายตัวได้ถึง 9% จึงจะชดเชยส่วนที่สูญเสียไปในช่วงโควิด แต่หากขยายตัวมากกว่านั้นก็ถือเป็นโอกาสที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ดังนั้น GDP ของ MSME จะต้องขยายตัวมากกว่าค่าเฉลี่ยของ GDP รวมของประเทศอย่างน้อย 2 เท่า เนื่องจากธุรกิจที่มีขนาดเล็ก จำเป็นต้องเติบโตให้มาก เพราะต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า จึงไม่สามารถขยายตัวใกล้เคียงกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ และสำหรับการสร้าง Ecosystem ที่ดีนั้นต้องลงมือทำอย่างจริงจังและต่อเนื่อง และต้องทำให้เกิดแรงกระเพื่อม โดยการใช้เทคโนโลยี การบูรณาการฐานข้อมูล และ Financial Platform ที่สะดวกในการเข้าถึง ไม่ใช่เพียงแหล่งเงินทุน แต่ต้องกระตุ้นให้เกิดสังคมไร้เงินสด เพื่อให้ต้นทุนในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ลดลง

การขยายตัวของธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนหรือ Courier ซึ่งได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการขยายตัวของธุรกิจ E-commerce เช่น หากอุตสาหกรรมขนส่งพัสดุขยายตัว 25% แต่บริษัทขนส่งอื่น ๆ ขยายตัวไม่ถึง 10% ในขณะที่ไปรษณีย์ไทยขยายตัวเพียง 12% ซึ่งจะเห็นได้ว่าไปรษณีย์มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมแล้ว อย่างไรก็ตาม ก็ยังขยายตัวไม่เท่าอุตสาหกรรม ซึ่งประเมินว่าไม่ผ่าน KPI หรือการสูญเสีย Market Share ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง

สำหรับผู้ประกอบการสูงวัยได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และแพลตฟอร์มสมัยใหม่ หรือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technology Disruption) ดังนั้น การเตรียมความพร้อมการปรับตัวเพื่อก้าวไปพร้อมกับเทรนด์นั้น จะช่วยให้ผู้ประกอบการนั้นอยู่รอดได้ อย่างไรก็ตาม Technology Disruption เป็นดาบสองคม ซึ่งสามารถทำให้มีพลังในการเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ การพิจารณาภาพรวมเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งทวีปเอเชียกำลังเติบโต ประเทศเพื่อนบ้านก็กำลังขยายตัว ดังนั้น การมี Ecosystem ที่ดีจะสามารถเชื่อมไทยกับประเทศเพื่อนบ้านได้

ความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสัมมนา

- **คุณวราภรณ์ ประสานพานิช**

หัวหน้าส่วนนโยบายและแผน ราชสาขาและพื้นที่ ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs

สำนักงาน ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

หากพิจารณาจากภาพ MSE Ecosystem ที่ “เป็น” สู่อะไร Ecosystem Roadmap ที่ “ควรจะเป็น” มีข้อคิดเห็นแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ

1. กลุ่ม Turn Around ควรให้ความสำคัญทางด้านการตลาดเช่นเดียวกับกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการกลุ่มนี้ประสบปัญหาอยู่แล้ว รวมถึงในมิติด้านการเงิน การมี Revival Fund ในส่วนนี้อาจเป็นภาระของภาครัฐมากเกินไปในอนาคต เนื่องจาก 70% ของ MSME ที่เป็นกลุ่ม Turn Around นั้นไม่สามารถฟื้นฟูธุรกิจกลับมาได้ กล่าวโดยสรุปคือควรมีการสนับสนุนทางด้านการตลาดสำหรับกลุ่ม Turn Around เช่น Government/Corporate Procurement เป็นต้น
2. สำหรับเรื่อง Data Exchange Platform ในประเทศไทยนั้นมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลน้อยเกินไป นโยบายภาครัฐที่มีประสิทธิภาพควรมีลักษณะ Evidence-based หรือ Data-based แต่ปัจจุบันการใช้ข้อมูลยังมีประสิทธิภาพต่ำ อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่ประเทศไทยไม่มีข้อมูล แต่ข้อมูลที่มีนั้นไม่สามารถจะเชื่อมต่อกันได้ทั้งหมด และการจูงใจผู้ประกอบการในการกรอกข้อมูล มีความคิดเห็นว่าเป็นไปได้ในอนาคต แต่อาจจะไม่สะดวกในชีวิตประจำวัน อาทิ Facebook ไม่ได้ทำในลักษณะส่งแบบสอบถามมาให้กรอก แต่สามารถเก็บข้อมูลจากการใช้บริการ ในปัจจุบันภาครัฐมีข้อมูลวิสาหกิจอยู่มากมายแต่กระจัดกระจายไม่สามารถเชื่อมต่อกันได้ ดังนั้น จึงควรทำในลักษณะ Open Data ที่มีลักษณะบูรณาการและเชื่อมโยงกันให้ได้อีกก่อน

ความเห็นของวิทยากร

จากข้อเสนอแนะข้างต้นเกี่ยวกับข้อมูล การดำเนินการเกี่ยวกับ Pain point และค่าเสียโอกาสที่เกิดจากข้อมูลที่ไม่พร้อม หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูล ควรเป็นผู้ที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากข้อมูลนั้น เพื่อป้องกันการบิดเบือนหรือหาผลประโยชน์จากข้อมูลอย่างไม่เหมาะสม

สำหรับกลุ่ม Turn Around การช่วยเหลือควรส่งเสริมให้ท้องถิ่นช่วยท้องถิ่น เนื่องจากในบางครั้ง Mindset ของนักท้องถิ่นมักจะซื้อของฝากที่เป็นสินค้าท้องถิ่นที่เดินทางไป ดังนั้น ควรสร้างทัศนคติให้กลุ่ม Turn Around เล็งเห็นโอกาสนี้ ไม่ใช่มองว่าธุรกิจอยู่ตัวแล้วมีรายได้เป็น Recurring Income พออยู่ได้ แต่แท้จริงแล้วกำลังได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technology Disruption)

- **ดร.ณัทกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล**

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การออกแบบแนวทางและดำเนินการตาม Ecosystem ดังกล่าว ควรเพิ่มตัวแปรที่สำคัญคือ ความเป็นผู้นำและทัศนคติของทุกภาคส่วนรวมถึงผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญทั้ง 5 ด้านได้ รวมถึงการลงพื้นที่เพื่อช่วยเหลือวิสาหกิจต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ควรมีการดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง มิใช่ทำไปเพื่อให้ผ่านการประเมินผล KPI ทั้งนี้ ควรเปลี่ยนทัศนคติทุกฝ่ายตั้งแต่การระบบงานราชการ ทัศนคติของผู้ประกอบการ และการวัดผลอาจใช้ OKR แทน KPI เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ความเห็นของวิทยากร

สำหรับการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ควรเริ่มจากการปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็ก คล้ายกับประเทศไต้หวัน หรือสิงคโปร์ที่มีการปลูกฝังเรื่องต่าง ๆ โดยกำหนดเป็นแผนระดับชาติ (National Development Plan) อาทิ การเรียนวิชา Taxation เพื่อจะหล่อหลอมว่าต้องเสียภาษีไปเพื่ออะไร ดังนั้น การรับรู้และการเตรียมความพร้อมต้องใช้เวลาอันที่จะปลูกฝัง และไม่ใช่ว่าหน้าที่ของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เช่น กระทรวงแรงงาน หรือสสว.เท่านั้น แต่รวมถึงสถาบันศึกษาและภาคครัวเรือนต้องร่วมมือกัน

- **คุณกฤษณ์ คงเจริญ**

นักวิเคราะห์และวางแผนอาวุโส สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการ MSE ในส่วนภูมิภาคเพื่อเข้าสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ โดยการใช่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการสร้างความแตกต่างและนวัตกรรม เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ ทางเกษตรกรรม และทุนทางวัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรมขึ้นมา

ทั้งนี้ การสนับสนุนจากทางสถาบันฯ เมื่อดำเนินโครงการไปแล้ว แต่ติดปัญหาเรื่องงบประมาณซึ่งขาดความต่อเนื่อง จึงทำให้การสนับสนุนช่วยเหลือหยุดชะงัก และผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินการต่าง ๆ ต่อไปได้เอง ดังนั้น ภาครัฐควรแก้ปัญหานี้โดยปรับกลยุทธ์การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าถึงองค์ความรู้ที่สามารถเรียนรู้เองได้ และส่งเสริมเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาต่อยอดเองได้ เมื่อผู้ประกอบการประสบปัญหา จะสามารถแก้ไขได้เอง

นอกจากนี้ การทำมาตรฐานสินค้า เป็นเรื่องที่สำคัญมากในการค้ายุคนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความไม่มั่นใจในมาตรฐานของสินค้า ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหานี้ได้โดยมีหน่วยงานเข้าไปรับรองมาตรฐานสินค้าโดยตรงสำหรับ MSE เพื่อจะช่วยให้สินค้านั้นขายง่ายและขายได้ในวงกว้างขึ้น ทั้งในและต่างประเทศ

และในอีกมุมหนึ่ง การมีมาตรฐาน หมายถึงการคงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานเดิม ทั้งนี้ เพื่อสร้าง Loyalty รวมถึงการมีมาตรฐาน คือสามารถควบคุมต้นทุนได้ ลดความเสี่ยงในการผลิตและผลักดันให้สามารถแข่งขันได้ในอนาคต

ความเห็นของวิทยากร

ในอดีตที่ผ่านมา การสร้างมาตรฐานจะเน้นที่ผลิตภัณฑ์ (Product) และกระบวนการผลิต (Process) แต่ในอนาคตนั้นจะเน้น 3P คือ Product Process รวมถึง People ด้วย ซึ่งจะเน้นทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งจะสามารถเป็นข้อกีดกันทางการค้าในรูปแบบหนึ่ง

สำหรับเรื่องวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ยกตัวอย่าง ประเทศญี่ปุ่นที่ถอนบริษัทออกจากประเทศจีน ประมาณ 87 แห่ง โดย 50 แห่งกลับญี่ปุ่น 15 แห่งไปเวียดนาม และอีก 15 แห่งกระจายไปในอาเซียน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในญี่ปุ่น จีนเป็นโรงงานรับจ้างผลิต และเหตุผลที่ถอนบริษัทออกจากจีน ส่วนหนึ่งมาจากการที่เทคโนโลยีในญี่ปุ่นมีความก้าวหน้า การใช้ระบบ Automation ทำให้จำนวนแรงงานลดลงแต่สามารถผลิตสินค้าได้เองในญี่ปุ่นและชายในญี่ปุ่น ไม่จำเป็นต้องไปผ่านจีนเพื่อผลิต จะเห็นได้ว่าสัดส่วนการใช้เทคโนโลยีค่อนข้างสูง และมีมาตรฐานมากขึ้น สามารถควบคุมได้ และไม่ต้องใช้แรงงานจำนวนมาก เมื่อวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การมี Technology Landscape การสร้าง การรับรู้ให้ผู้ประกอบการตระหนักว่าบริษัทที่เราเคยเป็นผู้รับจ้างผลิตให้ อาจจะถูกถอนกลับไปยังประเทศนั้น ได้ตลอดเวลา ดังนั้น คนไทยจึงต้องสร้างแบรนด์ของตนเองขึ้นมา เพื่อเป็น Barrier to Entry ทำให้คู่แข่งที่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดทำได้ยากขึ้น

- **คุณอาภาพร ลินธุสาร**

นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการพิเศษ กรมวิทยาศาสตร์บริการ

กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

1. ควรมีการรวบรวมข้อมูลให้เชื่อมโยงกันเป็นจุดเดียว ทุกหน่วยงานมีข้อมูล MSME บางส่วน แต่ไม่สามารถแบ่งปันกันหรือดึงมาใช้ได้ จึงควรทำให้เกิดการบูรณาการตั้งแต่ในระดับพื้นที่ หากส่วนกลางมีข้อมูลปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือของผู้ประกอบการ หน่วยงานภาคี ก็จะสามารถเข้าไปช่วยแก้ปัญหาได้ เช่น ในปัจจุบันทางกรมฯ มีการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อการขายสินค้าที่ได้มาตรฐาน โดยมีการบูรณาการข้อมูลร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม และใช้ข้อมูลส่วนหนึ่งจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ยื่นขอการรับรองมาตรฐานแต่ไม่ผ่านเกณฑ์ ทางกรมฯ จะเข้าไปช่วยเหลือโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และผลักดันให้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน สำหรับส่วนที่พัฒนาแล้ว จะนำเสนอให้หน่วยงานอื่นพัฒนาในด้านต่าง ๆ ต่อไป เป็นต้น
2. การมีนวัตกรรมประจำพื้นที่เป็นสิ่งที่ดี ทั้งนี้ เพื่อช่วยผู้ประกอบการ ในการเพิ่มมูลค่าและขยายสินค้า ไปยังตลาดในพื้นที่ได้ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่ส่วนกลาง แต่ควรใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ ที่หน่วยงานในพื้นที่มีโดยข้อมูลที่เชื่อมโยงกัน และสามารถใช้เพื่ออบรมและส่งเสริมผู้ประกอบการ ในพื้นที่ได้

3. ผู้ประกอบการสูงวัย ไม่สามารถตามเทคโนโลยีได้ทัน ทั้งนี้ การที่มีทายาทที่จะมารับช่วงต่อกิจการจะเป็นตัวผลักดันธุรกิจให้ดำเนินต่อไปได้ โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่จะก้าวไปพร้อมกับเทคโนโลยีและเรียนรู้ได้รวดเร็วกว่า ดังนั้น ภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้านเทคโนโลยีกับกลุ่มธุรกิจที่มีทายาทสืบทอดกิจการ
4. ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ควรเห็นความสำคัญของมาตรฐานของสินค้า หากคิดค้นนวัตกรรมใหม่ได้ แต่ไม่เข้ามาสู่การรับรองมาตรฐานก็อาจมีคู่แข่งมาแย่งไอเดียไปได้ ดังนั้น ภาครัฐควรผลักดันผู้ประกอบการให้ตระหนักและเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน

- **ดร. อุดมธิป ไพโรเกษตร**

รองประธานสมาพันธ์ SME ไทย

1. การให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ทำธุรกิจและล้มเหลวเร็ว ถือเป็นประสบการณ์และสร้างโอกาสของความสำเร็จ แต่ระบบสังคมของไไทยนั้น คนล้มเหลวจะถูกมองโทษและซ้ำเติม การจะส่งเสริมให้ MSME เข้าสู่ธุรกิจได้นั้น ไม่ใช่เน้นการส่งเสริมในเรื่องสินค้ามีมาตรฐานเท่านั้น เนื่องจากผู้ประกอบการ MSME จะไม่คำนึงถึงเรื่องมาตรฐานมากนัก ส่วนใหญ่จะผลิตสินค้ามาและต้องการให้ขายได้ก่อน แต่เมื่อภาครัฐนำเรื่องมาตรฐานมากำหนดตั้งแต่เริ่มต้น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะไม่เกิด ตัวอย่างเช่น ในปัจจุบันมีการส่งเสริมการขายของออนไลน์ แต่ผู้ขายส่วนใหญ่ไม่มีมาตรฐานเลย เมื่อนำมาตรฐานมากำหนด จะส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ถูกถอดออกจากแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ ดังนั้น ภาครัฐควรมีหลักเกณฑ์สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อให้ก้าวไปที่ละขั้น ไม่ควรนำมาตรฐานเดียวกันมาใช้ทั้งหมด แต่ควรสร้างมาตรฐานให้เหมาะสมกับขนาดของธุรกิจ
2. สำหรับการเชื่อมโยงและความต่อเนื่อง (Whole of Ecosystem) สถาบันการศึกษาเป็นส่วนสำคัญสำหรับการสร้างความเชื่อมโยงเช่นกัน เนื่องจากสถาบันการศึกษาสามารถช่วยส่งเสริมและผลิตผู้ประกอบการได้จำนวนมาก เช่น อาชีวศึกษา ซึ่งปัจจุบันปัญหาหลักคือ ผู้ประกอบการส่วนมากไม่ได้เรียนทางด้านการขายมาโดยตรง แต่เรียนรู้และศึกษาเองทางออนไลน์ หากภาครัฐร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอย่างจริงจัง จะสามารถช่วยสนับสนุน MSME ได้เป็นอย่างมาก
3. สำหรับนโยบายการส่งเสริมผู้ประกอบการ ไม่จำเป็นต้องสนับสนุนให้ขายได้เท่านั้น เนื่องจากผู้ประกอบการบางคนผลิตเก่ง บางคนขายเก่ง ภาครัฐจึงไม่จำเป็นต้องส่งเสริมให้ทุกคนขายของได้เสมอไปและควรทำความเข้าใจลักษณะการทำธุรกิจของจีน เช่น เรื่อง E-commerce นั้น เกิดในหมู่บ้านแห่งหนึ่งที่ไม่ใช่ทุกคนขายสินค้า แต่มีทั้งคนที่เก่งเรื่องการผลิตเพื่อขายด้วย เป็นต้น
4. Data Platform เป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องทำ ในอนาคตภาครัฐมีการลงทุนทำ E-commerce Platform แต่เงินลงทุนที่จำเป็นต้องใช้นั้นเป็นเงินมหาศาลจึงจะเกิดได้ ทั้งนี้ ปัญหาไม่ใช่เรื่องเทคโนโลยี แต่ปัญหาคือการตลาด หากสร้างแพลตฟอร์มขึ้นมาแต่ขาดคนมาใช้แพลตฟอร์มก็ไม่มีประโยชน์ ดังนั้น จึงอาจทำในลักษณะการแบ่งปันข้อมูลจากแพลตฟอร์มที่เป็นแพลตฟอร์มต่างชาติ
5. สำหรับงานวิจัยของไทย ต้นทุนในการเข้าถึงงานวิจัยของผู้ประกอบการไทยนั้นสูงมาก ภาครัฐควรส่งเสริมให้ต้นทุนในการเข้าถึงงานวิจัยต่ำลง

ความเห็นของวิทยากร

การก้าวไปสู่แพลตฟอร์ม E-commerce หรือ E-marketplace ขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินมหาศาลเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้แพลตฟอร์มดังกล่าว ทั้งนี้ ภาครัฐทำเพื่อต้องการข้อมูล ไม่ได้ทำขึ้นเพื่อคาดหวังผลกำไร แต่ทำเพื่ออำนวยความสะดวก และเมื่อมีกำไร แพลตฟอร์มนั้นจะดำเนินด้วยกลไกภาคเอกชนต่อไป

สำหรับด้านการผลิตและการตลาด การถอดรูปแบบการผลิตที่เปลี่ยนไป คือการยกระดับห่วงโซ่การผลิตใหม่ และทุกครั้งเมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยน การผลิตจะเปลี่ยน ส่งผลให้สินค้าเปลี่ยน ดังนั้น การส่งผ่านจากการผลิตไปสู่การตลาดใหม่จึงมีความสำคัญมาก

- **คุณสายครางค์ อิศรางกูร ณ อยุธยา นักจัดการความรู้อาวุโส สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

จากการสำรวจข้อมูลภายใต้โครงการนี้ เน้นการกำกับภาคบริการค่อนข้างมาก แต่หากต้องการ Tailor-made Ecosystem สำหรับ MSE จึงจำเป็นต้องมีข้อมูลรายอุตสาหกรรมด้วย ทั้งนี้ ธุรกิจในการค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ก็เป็นส่วนที่ควรผลักดัน อาทิ อาหารไทย สินค้าไทยที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ และสร้างความแตกต่าง

ความเห็นของวิทยากร

คนที่ได้เปรียบคนอื่นคือคนที่ทำงานสร้างสรรค์ โดยเฉพาะเรื่องสิ่งแวดล้อม ในภาคการผลิตไทยมีจุดเด่นในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม แต่ Sector อื่นอาจเน้นเรื่องการค้าและบริการ รวมถึงการผลิตสินค้าสร้างสรรค์ที่มีความแตกต่าง ไม่ได้ผลิตแบบ Mass Production เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคจะซื้อสินค้าด้วยความรู้สึกมากขึ้น

- **ดร.วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

การสำรวจผลผู้ประกอบการหลังจากวิกฤติโควิด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการให้ภาครัฐทำแพลตฟอร์มดิจิทัลขึ้น เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเป็นเจ้าของข้อมูลเอง ซึ่งเปรียบเทียบกับอีกวิธีหนึ่ง คือภาครัฐควรซื้อข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ แล้วรวบรวมเพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ ภาครัฐควรไปในทิศทางใด

ความเห็นของวิทยากร

ภาครัฐควรซื้อข้อมูล โดยข้อมูลมีทั้งฟรีและต้องซื้อจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งทางเลือกที่ดีที่สุด คือการดึงภาคเอกชนเข้ามาเป็น Partner กับภาครัฐ การซื้อคือการ Shortcut จึงควรลงทุนในส่วนนี้และให้มองว่ารัฐไม่ได้ตั้งขึ้นมาเพื่อแสวงหากำไรเท่านั้น

- **ดร.วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

ประเทศเกาหลีใต้เน้นการสนับสนุนด้าน Innovation และพัฒนาเศรษฐกิจด้วย Creative ส่วนประเทศเวียดนามขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดย Smart City ส่วนประเทศไทยเริ่มต้นจากการส่งเสริม Creative และ Innovative แต่ยังไม่เกิด Smart City ควรทำอย่างไร

ความเห็นของวิทยากร


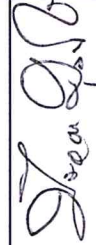



ข้อมูลผลสำรวจจากต่างประเทศ ธุรกิจที่นำลงทุนและจะมีมูลค่าสูงในอนาคต คือ Smart City ประเทศอังกฤษและสิงคโปร์ ได้นำเสนอระบบ Smart City เพื่อเป็นต้นแบบให้หลาย ๆ ประเทศ และรับรองว่าระบบดังกล่าวมีประสิทธิภาพ ในเมืองเกิดอาชญากรรมน้อย มีขยะน้อย ทุกระบบเชื่อมโยงกันทั้งหมด ทั้งการเดินทาง และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ภายใต้ Smart City นั้น Innovation และ Creative

เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง และหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ Pain Point ของไทยคือเรื่องคน และคุณภาพชีวิต ยกตัวอย่าง เช่น ภาครัฐสร้างสะพานลอยขึ้นมากมาย ซึ่งได้ใช้ประโยชน์น้อยมาก แต่ต้นทุนสูงมาก แต่หากศึกษาแนวทางจากต่างประเทศที่เป็น Smart City แล้ว จะเห็นว่าไม่ค่อยมีสะพานลอย ใช้เพียงแค่ทางม้าลายและสัญญาณไฟเป็นต้น






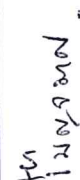
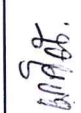
การที่จะเป็น Smart City ได้ส่วนหนึ่งต้องมาจาก Smart People และ Urban Solution ทั้งนี้ ยังส่งผลต่ออาชีพในอนาคตที่จะเกิดขึ้นด้วย ซึ่งก็คือนักจัดการเมือง จะเห็นได้ว่าในหลายประเทศพยายามไม่ทำให้เมืองขยายออกไป เหมือนกรุงเทพฯ แต่จะทำเมืองแนวตั้งแทน และถ้าเมืองนั้นเต็ม ก็สร้างเมืองขึ้นใหม่ แล้วเชื่อมอีกเมืองด้วย Mass Transit ที่ดี เช่น การเชื่อมนครราชสีมากับกรุงเทพฯ หรือการเชื่อมโยงสนามบิน เป็นต้น

หากในอนาคต 5-6 ปีข้างหน้า การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ หากเสร็จแล้วคนในเมืองไม่เลิกใช้รถ Smart City ก็อาจจะเกิดขึ้นไม่ได้ ดังนั้น การเกิด Smart City ต้องเกิดจากการออกแบบเมือง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ Ecosystem ที่สำคัญ คือเมืองต้องตอบโจทย์ต่อการใช้ชีวิตเมืองในอนาคต ควรมี Mass Transit ที่ดี การมี Smart People และ Data Energy โดยทั้งหมดนี้มีเงื่อนไขคือการเป็น Happy City ที่มีความปลอดภัย การเคลื่อนที่ทำให้เศรษฐกิจดี แต่การเคลื่อนที่บนความเสี่ยงนั้นไม่ดี อาจนำมาซึ่งครอบครัวและสังคมที่ล้มเหลวได้



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ วิมลกานต์ โกสุมาต	รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม			
2	คุณ อภิรตี ขาวเอียร	ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
3	คุณ พิมพ์ลา สุภาพณิช	ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและประเมินผล			
4	คุณ ลักขณา ตั้งจิตนบ	ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ SMEs			
5	คุณ นัฐฐา ตุนสุวรรณ	รองผู้อำนวยการฝ่ายข้อมูลและสารสนเทศรักษาการแทน ในตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายข้อมูลและสารสนเทศ			
6	คุณ สุจิตา เหมเวช	รักษาการแทนในตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์องค์กร			
7	คุณ ปริญญา เลื่อนชิต	รักษาการแทนในตำแหน่งผู้อำนวยการ ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ			
8	คุณ เพชรธณี ดากเวียง	รองผู้อำนวยการ ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ SMEs ปฏิบัติงานช่วยควบคุม กำกับ ศูนย์ให้บริการ SMEs ครบวงจร (OSS)			
9	คุณ ลลนา เถกิงรัมย์	รองผู้อำนวยการ ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
10	คุณ วรพจน์ ประสานพานิช	รองผู้อำนวยการ ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
11	คุณ กชพร ศิริชัยสกุล	หัวหน้าส่วนความร่วมมือพหุภาคี ฝ่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ			
12	คุณ วิฉนะวิวัฒน์ โอภาสวัฒนา	หัวหน้าส่วนแผนปฏิบัติการและบูรณาการงบประมาณ ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
13	คุณ ทักษิพล เวียงแก้ว	หัวหน้าส่วนประสานและบริหารจัดการจัดทำแผน ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
14	คุณ รัชยุทธม์ จิโรชวรพัฒน์	นักวิเคราะห์นโยบาย SME จำนวนถาวร ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
15	คุณ ดวงฤดี ศิริเสถียร	นักวิเคราะห์นโยบาย SME จำนวนถาวร ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
16	คุณ วรินทร์ พงสกุล	นักวิเคราะห์นโยบาย SME จำนวนถาวร ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
17	คุณ สุปรีย์ เถระพัฒน์	นักวิเคราะห์นโยบาย SME จำนวนถาวร ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
18	คุณ เบญจมาศ ทิมนิรต	นักวิเคราะห์นโยบาย SME 6 ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs	02-2983093	benjamas@Sme-go.th	
19	คุณ สมยศ ทิกุลเงิน	นักวิเคราะห์นโยบาย SME 6 ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			
20	คุณ เกกฉวี ภาสสว่าง	นักวิเคราะห์นโยบาย SME 4 ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs	090-909-2123		

การสัมมนารับฟังความคิดเห็น





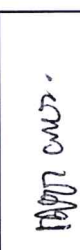





แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem)

ที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ ห้องประชุม Ballroom 1 โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
21	คุณ พงศ์ภัส เตมเวช	นักวิเคราะห์นโยบาย SME 4 ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			พชภัส
22	คุณ กรณ์ฐ์ บัวสุวรรณ	นักวิเคราะห์นโยบาย SME 4 ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			กรณฐ์
23	คุณ สุทธภา ทวีจงรักดี	นักวิเคราะห์นโยบาย SME 4 ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			สุ
24	คุณ วริษฐา พันธุ์สระคู	นักบริหารงานทั่วไป 3 ฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs			วริษฐา
25	คุณ ศุภพิชัย สุนทรจรรย์	นักวิชาการ SMEs 6 ฝ่ายประสานเครือข่าย			
26	คุณ รัชพล เตชะพงษ์ศักดิ์	นักวิชาการ SMEs 6 ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์เตือนภัย			รัชพล
27	คุณ จีรัตน์ สร้อยเสริมทรัพย์	นิตกร 4 ฝ่ายกฎหมาย			จีรัตน์
28	คุณ ยุพาพร ศรีสะอาด	นักวิชาการ SMEs 4 ฝ่ายติดตามและประเมินผล			ยุพาพร
29	คุณ อิงรุจา ศรีสศรี	เลขานุการผู้บริหาร			
30	คุณ ณัฐฐา รัตนเวชระกุล	เลขานุการผู้บริหาร			ณัฐฐา

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ เกศสุดา รักชากุล	นักควบคุมคุณภาพและอาชีวอนามัยชำนาญการ สถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน)	02-448-9111	katesuda.r@tosh.or.th	
2	คุณ ไพรัตน์ ทานศรีสุข	ผู้ช่วยประธาน สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	02-652-8236	PAI.LI.TAN 7733@Siam.org info@thailandtourismcouncil.org pai.li.tan 7733@gmail.com	
3	คุณ กชกร แสงชัยทิพย์	Marketing Manager บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ แพลตฟอร์ม จำกัด	090-952-5917	kotchakorn@peerpower.co.th	
4	ดร. กรวิกา พิมุขมนัสถกิจ	รองผู้อำนวยการ สำนักยุทธศาสตร์กลาง สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก	02-033-8063	kornvica@eeco.or.th	
5	คุณ กฤษฎา ผาทอง	หัวหน้ากลุ่มงาน 1 สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)	081-651-1031	krisada@tpoj.go.th	
6	คุณ กฤษณ์ คงเจริญ	นักวิเคราะห์และวางแผนอาวุโส สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย	089-500-5118	krit_k@tistr.or.th	
7	คุณ กัญจน์รัตน์ บุตรประเสริฐ	เจ้าหน้าที่พัฒนาวิจัยอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์	089-506-5039	kancharat@etde.or.th	
8	คุณ กัญญาณัฐ เปรมแสง	ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนงานพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์	086-515-40-93	Kanyanat@etde.or.th kancharat@etde.or.th	
9	คุณ คมกฤษ เลิศล้ำ	กรรมการบริษัท บริษัท เซอร์เบล จำกัด	081-391-9155	cirbell@outlook.co.th	
10	คุณ จารุวุฒิ วารารณ	ผู้จัดการแผนส่งเสริมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	095-516-4266	jaruwut@thaeiee.com	





ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
11	คุณ จิรพันธ์ อัคระชนกุล	รองประธานกรรมการหอการค้าไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	081-801-1799	jiraphant_asv@thaivat.co.th	จัทธนอ
12	ดร. ชัชวาล ภูทอง	เลขานุการ ชำนาญเจริญรุ่งเรือง จำกัด	084-329-2923	Chadchawan_ck@hotmail.com	
13	คุณ จิตติพันธ์ สุทธิโรจน์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท จี ไอ ครีเอท จำกัด	099-614-5164	tipiphan.begap@gicreate.com	
14	คุณ ญัฐกิจ บัวโต	นักวิเคราะห์นโยบาย สำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)	093-124-8919	natthakit@nxpo.or.th	นัทธกิติ
15	คุณ ญัฐนิช อินทสระ	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการพิเศษ กรมการพัฒนาชุมชน	094-664-9824	natthanit1969@gmail.com	
16	ดร. ณัฏกิตพัฒน์ หอมวิจิตรกุล	อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง	063-619-5236 093-356-5457	drnutkijphot@gmail.com	
17	ดร. ดวงสมร แกลโกศล	ที่ปรึกษาดิสรระ	090-989-5828	<i>Dr. dung@gmail.com</i>	
18	คุณ ทวีพันธ์ พิวสรรเสริญ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	096-887-5264	tawipan999@hotmail.com	
19	คุณ ชนพร ปราชญ์เมธีกุล	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	02-280-4085 ต่อ 5626	thanaporn@nesdc.go.th	
20	คุณ ชนพล ขอบเป็นไทย	อาจารย์คณะแพทยศาสตร์และการสาธารณสุข ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์	099-419-1162	dseero@gmail.com	





ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
21	คุณ ชนวรรณ ขต้อย	ผจก. ฝ่ายขาย ห้างหุ้นส่วนจำกัด โกลเบิล ซิตี กรุ๊ป	065-591-9151	Thanawan3303@gmail.com	
22	คุณ ฉัญชนก คุณการศิริรักษ์	Product Manager บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ แพลตฟอร์ม จำกัด	063-991-7111	thunchanok@peerpower.co.th	
23	คุณ ฉัญญานันท์ วราภิพงษ์	นักบริหารโครงการ ITD	065-871-9688	tanyanun@itd.or.th	
24	คุณ จีรันทนา ฤทธิมณี	นักวิจัย KMUJT	081-985-2855	dhiranantha@gmail.com	
25	คุณ นันทพร บรรจงอักษร	เจ้าหน้าที่วางแผนกลยุทธ์ สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ	02 6171727 ต่อ 108	nuntaporn@masci.or.th	
26	คุณ นิสากกร จิงเจริญธรรม	อธิบดี กรมวิทยาศาสตร์บริการ	02-201-7038-9	nisakorn@dss.go.th	
27	คุณ นิสากกรณ แสงประชุม	นักวิชาการ สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.)	02-392-4021	nisae@ipst.ac.th	
28	คุณ บุษศิริินทร์ คณะเขนทร์	นักวิจัย บริษัท รีเสิร์ช ดีไซน์ จำกัด	084-665-7278	budsirin.k@hotmail.com	
29	คุณ ประกายแก้ว บุญช่วย	ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)	02-2713700 ต่อ 3502		
30	คุณ ประสงค์ ประยงค์เพชร	ผู้อำนวยการกองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	02-202-3357	prasong60@gmail.com	



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
31	คุณ พงศ์ธีระ พัฒนพิระเดช	นายกสมาคมการพิมพ์ไทย	081-867-9793	pongthira.tpa@gmail.com	
32	คุณ พงษ์สิน เจริญฉายพันธ์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไอดีเอ็ม ประเทศไทย จำกัด	084-123-3451	phongsin@idm.co.th	
33	คุณ พรเพ็ญ เปรมรัตน์ชัย	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาและบริหารผลิตภัณฑ์ บริษัท ประกันชีวิตเซ็นเซอร์ชีวิตประกันภัย จำกัด (บสย.)	02-890-9839	pompem@tcg.or.th	
34	คุณ พลภัทร สีนุตพงษ์	ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	065-164-5591	polapat.l@cea.or.th	
35	คุณ พัชพร ศรีสงวน	นักควบคุมคุณภาพและอาวุโสนโยบายปฏิบัติการ สถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน)	02-448-9111	patchaporn.s@tosh.or.th	
36	คุณ พัชริดา อรุณ	Social Academicist FICT associate	095-751-5964	patcharida.034@gmail.com	
37	คุณ พิชัยลักษณ์ ไชยวงศ์	บริษัท อินเทอร์เน็ต เอ็นเตอร์พรีไรซ์ จำกัด	081-869-7155	Pichailux@gmail.com	
38	คุณ พีระ เขียวเฉลิมพงศ์	นักวิเคราะห์นโยบาย สำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)	096-680-8238	phira@xpo.or.th	
39	คุณ พุทธิณี โกพัฒนา	เจ้าหน้าที่ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาแรงงานและอาชีพ	087-041-4514	puttinee.m@gmail.com	
40	คุณ ภัทรมน พิรุพันธ์	หัวหน้าฝ่ายออกหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ 1-2	081-988-5081	pattaraman@set.or.th	


วันอังคารที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ ห้องประชุม Ballroom 1 โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
41	คุณ ภาณุทัต ธรรมบุศย์	ผู้อำนวยการฝ่ายบริการทางการเงินเพื่อนวัตกรรม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	089-135-3165	panutat@nstda.or.th	
42	คุณ มณีนุช จิตธรรมมา	นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	02-142-1181	maneenu.p@onde.go.th	
43	คุณ มนต์ปวีณ์ วิทยา	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ การตลาดและพัฒนาลูกค้ารายย่อย ธนาคารออมสิน	081-639-4249	Benjamasw@gsb.or.th	
44	คุณ มารุต พิมพ์ศรีบุรี	ฝ่ายบริหารงานผลิตภัณฑ์ บริษัท ที วาย เอ็ม เวิร์ค จำกัด	089-848-2817	tymworks@gmail.com	
45	คุณ มีธรรม ณ ระนอง	ผู้เชี่ยวชาญและรักษาการผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์		kanyanat@etde.or.th	
46	คุณ มุกต์ สິบุญเรือง	ผู้ช่วยเลขาธิการ ด้านยุทธศาสตร์การลงทุน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก	02-033-8049	muk@eeco.or.th	
47	คุณ ยุทธพงษ์ มีแก้ว	ผู้อำนวยการศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)	081-928-1174	Yuttapongm@exim.go.th	
48	คุณ รัตตนพล โตทิพย์	นักพัฒนาธุรกิจและการตลาด สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ	095-495-9716	rattapanol@tpqi.go.th	
49	คุณ วรณนิภา พิภพไชยสิทธิ์	นักวิชาการส่งเสริมการลงทุนชำนาญการพิเศษ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	02-553-8111 ต่อ 8197	vannipa@boi.go.th	
50	คุณ วรารักษ์ เทียนเงิน	เจ้าหน้าที่ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)	099-454-4499	waraporn.t@ismed.or.th	











ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
51	คุณ วราภรณ์ พุทธิยาวัฒน์	รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ การตลาดและพัฒนาบุคลากรรายย่อย ธนาคารออมสิน	086-302-5130	Leknoi_ka@yahoo.com	
52	คุณ วราวุฒิ วงศ์ภิญโญ	กรรมการบริษัท บริษัท เซอร์เบล จำกัด	081-619-6669	cirbell@outlook.co.th	
53	คุณ วินดี แบ็กระโทก	นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	089-676-7998	wandee.b@onde.go.th	
54	คุณ วิสณีย์ พูลทรัพย์	นักวิชาการสถิติชำนาญการ สำนักงานสถิติแห่งชาติ	089-793-8873	wissanee@gmail.com	
55	คุณ วุฒิชัย เจตนากุล	ผู้จัดการผ่านเสริมสร้างความเข้มแข็งสมาชิก หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย			
56	คุณ วุฒิชัย เหลืองอมรเลิศ	กรรมการบริหารสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	097-465-5651	wuthichai@gmail.com	
57	คุณ ศศกร โชติวสุธร	นักส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล	090-976-7885	sasakorn.ch@depa.or.th	
58	คุณ ศศิวิมล มีจรรย์สม	นักวิชาการมาตรฐานชำนาญการพิเศษ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	02-202-3336	sasi@tisi.mail.go.th	
59	คุณ ศิริลักษณ์ ฉกะนันท์	ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจการแรงงาน กองเศรษฐกิจการแรงงาน	097-137-6463	Chakanan2604@yahoo.com	
60	คุณ สรลันท์ ชวนะศักดิ์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	02-280-4085 ต่อ 5616	sarannat@nesdc.go.th	

วันอังคารที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ห้องประชุม Ballroom 1 โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
61	คุณ สายตรงวงศ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา	นักจัดการความรู้อาวุโส สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	081-804-4758	saisarang.i@cea.or.th	
62	คุณ สิริินยา ลิม	ผู้อำนวยการฝ่ายเศรษฐกิจนวัตกรรม สำนักงานสถานนโยบายการ อุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)	080-816-0002	sirinya@xpo.or.th	
63	คุณ สุเชษฐกรม เตชะพิทักษ์ธรรม	ที่ปรึกษาอิสระ	081-694-5969	Suktham.techa@gmail.com	
64	คุณ สุชาดา โคตรสิน	หัวหน้างานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลอาวุโส สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล	089-717-7953	suchada.co@depa.or.th	
65	คุณ สุทธิกานต์ งามกิจวิญญู	นักวิจัย บริษัท รีเสิร์ช ดีไซน์ จำกัด	081-309-5432	suttikarn60@gmail.com	
66	คุณ สุธิลักษณ์ ศุภสวัสดิ์กุล	นักวิชาการที่ศึกษาชำนาญการ สำนักงานปลัดกระทรวงการ อุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม	02-039-5543	s3865863@gmail.com	
67	คุณ สูงงกช ทรัพย์แดง	นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการพิเศษ กรมวิทยาศาสตร์บริการ	02-201-7179	subongkoch@dss.go.th	
68	คุณ สุภากร ฤทธิศักดิ์	นักวิชาการที่ปรึกษาอาวุโส สถาบันอาหาร	099-229-9295	supaporn@nfi.or.th	
69	คุณ สุระเชษฐ์ พลวนิช	ผู้อำนวยการฝ่ายปรึกษาแนะนำ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	098-271-1281	surachet@ftpi.or.th	
70	คุณ อนิษฐา จุฑะรสก	นักวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	087-353-2962	aniththa.jut@mail.kmutt.ac.th	



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
71	คุณ อติศักดิ์ ช่างต่อ	ผู้จัดการทั่วไป ห้างหุ้นส่วนจำกัด โกลเบิ้ล ซิตี กรุ๊ป	089-109-0091	Adisak007@yahoo.com	
72	คุณ อนุตรา นวมณนอม	กรมวิทยาศาสตร์บริการ	02-201-7038-9		
73	คุณ อนุพงศ์ ทองแท้	นักวิชาการสถิติปฏิบัติการ สำนักงานสถิติแห่งชาติ	094-370-2833	soshigang_snsd@hotmail.com	
74	คุณ อาทร วีระเศรษฐกุล	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ กรมการพัฒนาชุมชน	086-589-1400	artornw@gmail.com	
75	คุณ อภาพร สินธุสาร	นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการพิเศษ กรมวิทยาศาสตร์บริการ	089-153-5257	apaporn@dss.go.th	
76	คุณ อารยา รัตนทวมธาตุย์	นักวิชาการแรงงานปฏิบัติการ กองเศรษฐกิจการแรงงาน	088173-9732	araya.paretara@gmail.com	
77	คุณ อำนาจ ไสวมันคง	เจ้าของธุรกิจ	081-382-8266	aumtui@gmail.com	
	สุพล ไสวมันคง	พนักงานทั่วไป	091 4151112	sukun.m_top@gmail	
	ทศกมลกรณ ไสวมันคง	เกษียณราชการ อย.	06 60129475	tsanakornwans @fcha.moph.go.th	

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
	น.ส. อรุณางานต์ อัญญาสินธุ์	มีชัยมงคลชัยบริหารกิจพิเศษ	081-8388007	arunahongjanad@vld.go.th	AM
	น.ส. พิณ อัมพาท	เลขาธิการสมาคมพืช อย.	081-1735065	PLERNIDA@GMAIL.COM	W. am
	น.ส. ปวงภา บุตรพงษ์	เลขาธิการพืชอินทรีย์ อย.	0843615152	pratchaytoon094@gmail.com	John
	ศ.ดร. ชัยภัท ไททอง	รองประธานสมาคมพืช อย.	0822221288	udow.pdasmeThai.or.th	ศ.ดร. ชัย
	น.ร. พงษ์พร พิเศษไชยศรี	นักวิชาการ อย. อย. อย. อย.	065 5097064	pongpan27@icloud.com	อน
	นางอภิญญา อัครานันท์	นักวิชาการ อย. อย. อย. อย.	089-7836879	monyuderk@labbon.mail.go.th	อภิญญา
	น.ส. สุชา ใจดีชยบรรณ	นักวิชาการพืชอินทรีย์	081-5456515	suthieera.jai@vld.go.th	สุชา ใจดี
	นางสาว อรุณางานต์ อัญญา	เลขาธิการสมาคมพืช อย.	086-955-377	mamasiri.j@gmail.com	อัญญา
	น.ส. ศศิธร ใจดีชยบรรณ	นักวิชาการ อย. อย. อย. อย.	0909767885	sasikorn.choddepa.or.th	ศศิธร
	ดร. อรุณ ใจดีชยบรรณ	ผู้อำนวยการ อย. อย. อย. อย.	08-44491-8711	sarunadha@vld.go.th	อรุณ

การสัมมนารับฟังความคิดเห็น

แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem)

ที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)

วันอังคารที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30 - 13.30 น. ณ ห้องประชุม Ballroom 1 โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ



ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน	โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	คุณ สุวิทย์ สรรพวิทยศิริ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	089-666-9105		
2	คุณ กัททิรา บำเพ็ญทาน	นักวิจัยอาวุโส	081-663-9895		
3	คุณ กษิรา ชูดีสุนทรสกุล	นักวิจัยอาวุโส	093 2396562 -094-951-9697		กษิรา
4	คุณ ชลิตา เพ็ชรสร้าง	นักวิจัยอาวุโส	094-414-6963		ชลิตา เพ็ชรสร้าง
5	คุณ ญัฐนิชา จิตกล้า	นักวิจัย	087-510-1345		Notwicha Jitkula
6	คุณ สาริน ธีระภักทรานันท์	นักวิจัย	089-072-5354		สาริน
7	คุณ ทศนีย์ แสงมุกข์	เลขานุการทีมวิจัย	098-419-5133		ทศนีย์ แสงมุกข์
8	คุณ ครมธร ศรีพารา	เลขานุการทีมวิจัย	094-556-1621		Al-Abs
9	คุณ ประภากร บุญเสริมสุข	เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ	089-229-8406		ประภากร
10	คุณ มนสิชา ททรัพย์แดง	เจ้าหน้าที่การเงิน	087-768-1386		มนสิชา

ภาคผนวก ข

ผลการสำรวจจำแนกตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

ช

ภาคผนวก

ผลการสำรวจ จำแนกตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

- ช่วงอายุกิจการ

ช่วงธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	193	20.86	51	12.41	244	18.26
น้อยกว่า 5 ปี	164	17.73	37	9.00	201	15.04
5-10 ปี	28	3.03	11	2.68	39	2.92
11-20 ปี	0	0.00	3	0.73	3	0.22
21-30 ปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00
มากกว่า 30 ปี	1	0.11	0	0.00	1	0.07
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	66	7.14	53	12.90	119	8.91
น้อยกว่า 5 ปี	26	2.81	10	2.43	36	2.69
5-10 ปี	32	3.46	30	7.30	62	4.64
11-20 ปี	6	0.65	8	1.95	14	1.05
21-30 ปี	2	0.22	4	0.97	6	0.45
มากกว่า 30 ปี	0	0.00	1	0.24	1	0.07
3. ช่วงธุรกิจอิมิตัว (Maturity)	324	35.03	161	39.17	485	36.30
น้อยกว่า 5 ปี	86	9.30	33	8.03	119	8.91
5-10 ปี	127	13.73	62	15.09	189	14.15
11-20 ปี	66	7.14	34	8.27	100	7.49
21-30 ปี	32	3.46	24	5.84	56	4.19
มากกว่า 30 ปี	13	1.41	8	1.95	21	1.57
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	342	36.97	146	35.52	488	36.53
น้อยกว่า 5 ปี	110	11.89	26	6.33	136	10.18
5-10 ปี	149	16.11	59	14.36	208	15.57
11-20 ปี	57	6.16	36	8.76	93	6.96
21-30 ปี	15	1.62	16	3.89	31	2.32
มากกว่า 30 ปี	11	1.19	9	2.19	20	1.50
รวม	925	100.00	411	100.00	1,336	100.00

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

● การจ้างงาน

ช่วงธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	193	20.86	51	12.41	244	18.26
เจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน	104	11.24	7	1.70	111	8.31
มีการจ้างงาน	89	9.62	44	10.71	133	9.96
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	66	7.14	53	12.90	119	8.91
เจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน	24	2.59	2	0.49	26	1.95
มีการจ้างงาน	42	4.54	51	12.41	93	6.96
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	324	35.03	161	39.17	485	36.30
เจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน	165	17.84	13	3.16	178	13.32
มีการจ้างงาน	159	17.19	148	36.01	307	22.98
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	342	36.97	146	35.52	488	36.53
เจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน	148	16.00	29	7.06	177	13.25
มีการจ้างงาน	194	20.97	117	28.47	311	23.28
รวม	925	100.00	411	100.00	1,336	100.00

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

● ภาคธุรกิจ

ช่วงธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	193	20.86	51	12.41	244	18.26
1. การผลิต	8	0.86	11	2.68	19	1.42
2. การค้า	102	11.03	21	5.11	123	9.21
3. การบริการ	77	8.32	16	3.89	93	6.96
4. การเกษตร	6	0.65	3	0.73	9	0.67
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	66	7.14	53	12.90	119	8.91
1. การผลิต	7	0.76	7	1.70	14	1.05
2. การค้า	29	3.14	19	4.62	48	3.59
3. การบริการ	30	3.24	26	6.33	56	4.19
4. การเกษตร		0.00	1	0.24	1	0.07
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	324	35.03	161	39.17	485	36.30
1. การผลิต	30	3.24	34	8.27	64	4.79
2. การค้า	161	17.41	59	14.36	220	16.47
3. การบริการ	120	12.97	55	13.38	175	13.10
4. การเกษตร	13	1.41	13	3.16	26	1.95

ช่วงธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	342	36.97	146	35.52	488	36.53
1. การผลิต	31	3.35	31	7.54	62	4.64
2. การค้า	172	18.59	70	17.03	242	18.11
3. การบริการ	133	14.38	42	10.22	175	13.10
4. การเกษตร	6	0.65	3	0.73	9	0.67
รวม	925	100.00	411	100.00	1,336	100.00

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

● ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)

ช่วงธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	193	20.86	51	12.41	244	18.26
ได้รับผลกระทบ	173	18.70	40	9.73	213	15.94
ไม่ได้รับผลกระทบ	20	2.16	11	2.68	31	2.32
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	66	7.14	53	12.90	119	8.91
ได้รับผลกระทบ	56	6.05	40	9.73	96	7.19
ไม่ได้รับผลกระทบ	10	1.08	13	3.16	23	1.72
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	324	35.03	161	39.17	485	36.30
ได้รับผลกระทบ	293	31.68	139	33.82	432	32.34
ไม่ได้รับผลกระทบ	31	3.35	22	5.35	53	3.97
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	342	36.97	146	35.52	488	36.53
ได้รับผลกระทบ	337	36.43	138	33.58	475	35.55
ไม่ได้รับผลกระทบ	5	0.54	8	1.95	13	0.97
รวม	925	100.00	411	100.00	1336	100.00

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

