

รายงานฉบับสมบูรณ์
(FINAL REPORT)
การประมวลผลงานส่งเสริม SME
ตามนโยบายรัฐ



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
(สสว.) ร่วมกับ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทสรุปผู้บริหาร

ตามที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และถือเป็นภารกิจเร่งด่วน ในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งสามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลก เพื่อให้ SME เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ ที่ผ่านมามาตราฐานให้ความสำคัญกับ SME โดยมีนโยบายและมาตรการต่างๆ ออกมาสนับสนุนและส่งเสริม SME อย่างต่อเนื่อง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะเป็นศูนย์กลางในการประสานการทำงานและเชื่อมโยงนโยบาย ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน ในปีงบประมาณ 2564 สสว. มีการศึกษาถึงลักษณะมาตรการส่งเสริม SME ในภาพรวมของประเทศ ในระหว่างปี 2560 – 2563 พบว่า มาตรการส่งเสริม SME ทั้งในอดีตและปัจจุบัน มุ่งเน้นมาตรการด้านการเงินเป็นหลักถึงร้อยละ 99 ของงบประมาณรวม ส่วนมาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ได้รับงบประมาณน้อยกว่ามาก เพียงร้อยละ 1 ของงบประมาณรวม ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่ามาตรการทางการเงินแม้จะให้ผลเร็ว และส่งผลในวงกว้าง แต่ไม่สร้างการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน และให้ผลตอบแทนต่อรายได้รัฐน้อยกว่างบประมาณ จึงเหมาะสมเฉพาะการดำเนินการในระยะสั้น ส่วนมาตรการพัฒนาศักยภาพฯ ให้ผลต่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันเป็นโครงการที่ผลการดำเนินการเห็นผลช้าจึงเป็นโครงการที่เหมาะสมกับในระยะยาว ซึ่งในปีงบประมาณ 2565 สสว. จึงดำเนินการศึกษาต่อเนื่องถึงผลการดำเนินมาตรการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564

ในการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายของรัฐ ปีงบประมาณ 2564 ในครั้งนี้ ได้ดำเนินการภายใต้แนวคิดและทฤษฎีตามหลักวิชาการ ได้แก่ แนวทางการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แนวทางการติดตามและประเมินผลตามแนวคิดของ OECD และแนวคิดด้านตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SME สำหรับอาเซียน (ASEAN SME Policy Index) ของ ACCMSMEs ร่วมกับ OECD โดยได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมนโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME จำนวน 204 ตัวอย่าง จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 5 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 168 คน สัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ รวมทั้งสิ้น 5 หน่วยงาน และการจัดประชุมสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการประมวลผลงานดังกล่าว จำนวน 1 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 166 คน

สำหรับมาตรการด้านการเงิน ได้คัดเลือก*โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)* เนื่องจากเป็นโครงการหนึ่งที่มีความสำคัญต่อ SME เป็นอย่างมาก ทั้งในแง่มูลค่าและจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์ ทั้งนี้ ในปีปัจจุบัน SME ยังประสบปัญหา

ด้านการเข้าถึงสินเชื่อสำหรับการประกอบธุรกิจหรือขยายกิจการ และ SME ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกในด้านการบริหารจัดการเงินทุน และการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ในปีงบประมาณ 2564 มีผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการของผู้ประกอบการ SME จำนวน 238,323 ราย วงเงินค้ำประกันรวม 233,191.82 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อรวม 255,029.26 ล้านบาท (หรือคิดเป็น 1.09 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน) และสามารถรักษาระดับการจ้างงานได้จำนวน 2,505,480 ราย (หรือคิดเป็น 10.51 ราย ต่อ SME) ส่งผลให้ SME สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายมากขึ้น และช่วยลดอัตราการกู้เงินเงินนอกระบบได้ ทั้งนี้ จากการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากมาตรการค้ำประกันสินเชื่อดังกล่าว พบว่า มีคะแนนรวมเท่ากับ 3.92 (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) จากคะแนนเต็ม 5 ซึ่งประกอบด้วย มิติประสิทธิภาพ มีคะแนนเท่ากับ 4.38 (ระดับสูง) มิติประสิทธิผล เท่ากับ 4.41 (ระดับสูง) และมิติผลกระทบ เท่ากับ 2.99 (ระดับปานกลาง)

เมื่อวิเคราะห์ถึงความเหมาะสม ความยากง่าย ข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการค้ำประกันสินเชื่อดังกล่าว พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กส่วนหนึ่งยังมีความยากในการเข้าถึงมาตรการ นอกจากนี้ การดำเนินมาตรการค้ำประกันสินเชื่อภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กลายเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคที่สำคัญ โดยภาวะทางเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับที่อาจไม่เอื้อต่อการฟื้นตัวของ SME ดังนั้น การที่ภาครัฐเพิ่มเงินทุนเข้าสู่ระบบการให้สินเชื่อ/ค้ำประกันสินเชื่อ ก็อาจกลายเป็นสิ่งสนับสนุนหรืออาจเป็นภาระต้นทุนให้กับ SME จึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการ SME เพิ่มเติมก่อนเข้าสู่การค้ำประกันสินเชื่อ อาทิ การให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ตลอดจนเสริมสร้างศักยภาพและหาตลาด/ช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ SME ควบคู่กันกับดำเนินมาตรการเพื่อบรรเทาต้นทุนภาระค่าใช้จ่ายของ SME ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นอกจากนี้ บสย. และสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการให้สินเชื่อ/ค้ำประกันสินเชื่อ โดยจำแนกตามประเภทธุรกิจที่อาจมีระดับของปัญหาต่างกันและเข้าช่วยเหลือตามสภาพปัญหาที่แท้จริง ตลอดจนควรสนับสนุนให้ SME ที่ใช้บัญชีสรรพากรบัญชีเดียวในการเข้าถึงสินเชื่อได้ และควรจัดทำฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และเชื่อมโยง/บูรณาการฐานข้อมูล (Data Integration) เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน

มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME ได้คัดเลือกนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME โดยที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐได้ดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวในหลายหน่วยงาน เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจและให้ผู้ประกอบการ SME ให้สามารถปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเป็นการปรับตัวให้ธุรกิจอยู่รอดในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยประเมินว่า ในปีงบประมาณ 2564 งบประมาณของภาครัฐที่จัดสรรไปในนโยบายดังกล่าวจะอยู่ที่ประมาณ 2,576.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.078 ของงบประมาณแผ่นดินโดยรวม ซึ่งส่งผลให้ SME สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแรงงาน โดยมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 310,000 บาท/แรงงาน/กิจการ ทั้งนี้ จากการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากนโยบายดังกล่าว พบว่า มีคะแนนรวมเท่ากับ 4.13 (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) จากคะแนนเต็ม 5 ซึ่งประกอบด้วยมิติประสิทธิภาพ

มีคะแนนเท่ากับ 4.45 (ระดับสูง) มิติประสิทธิผล เท่ากับ 4.65 (ระดับสูง) และมีผลกระทบ เท่ากับ 3.32 (ระดับปานกลาง)

เมื่อวิเคราะห์ถึงความเหมาะสม ความยากง่าย ข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมนโยบายดังกล่าว พบว่า โดยภาพรวม ผู้ประกอบการ SME สามารถเข้าถึงนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ดังกล่าวได้ไม่มากนัก แต่อาจมีบางโครงการที่มีข้อจำกัดบางประการ เช่น การกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมโครงการซึ่งต้องเป็นนิติบุคคลและ/หรือเป็นผู้ส่งออก เป็นต้น นอกจากนี้ SME ผู้เข้าร่วมโครงการบางส่วน มองว่า ปัจจุบัน ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงตัว SME และข้อมูลการจัดอบรม รวมถึงความรู้พื้นฐานของผู้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมที่อาจมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ซึ่งส่งผลให้ได้ผลลัพธ์จากการเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมที่ไม่เต็มที่นัก ทั้งนี้ ในออกแบบและขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐควรจำเป็นต้องพัฒนา SME ไปพร้อมกันทุกด้าน ทั้งด้านมาตรฐาน การบริหารจัดการ และการตลาด ตลอดจนควรบูรณาการการส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ในเชิงลึก หรือการหาเจ้าภาพร่วม เพื่อลดการดำเนินโครงการซ้ำซ้อน และเห็นความสำคัญและประโยชน์ร่วมกัน และควรมีการกำหนดเป้าหมายและจัดแบ่งกลุ่มประเภทของผู้เข้าร่วมโครงการตามศักยภาพ และดำเนินโครงการที่มุ่งเน้นการสร้างผลกระทบสูง เพื่อสร้างต้นแบบของ SME ที่ประสบความสำเร็จและเกิดผลกระทบอย่างแท้จริง

มาตรการด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ได้คัดเลือกมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) เนื่องจากเป็นมาตรการหนึ่งที่มีบทบาทและมีความสำคัญต่อ SME ซึ่งในปัจจุบัน มี SME ที่ขึ้นทะเบียน THAI SME-GP กว่า 1.4 แสนราย มีรายการสินค้าและบริการ รวมกว่า 1 ล้านรายการ และมีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานรัฐจากผู้ประกอบการ SME ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. รวมทั้งสิ้น 944,649 ล้านบาท (มูลค่าในปีงบประมาณ 2564 เท่ากับ 551,365 ล้านบาท และปีงบประมาณ 2565 (ไตรมาสที่ 1-3) เท่ากับ 393,284 ล้านบาท) ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวจะช่วยให้ SME มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดภาครัฐเพิ่มมากขึ้น และสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีมูลค่ามากถึง 1.3 ล้านล้านบาท/ปี ทั้งนี้ จากการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากมาตรการดังกล่าว พบว่า มีคะแนนรวมเท่ากับ 3.76 (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) จากคะแนนเต็ม 5 ซึ่งประกอบด้วยมิติประสิทธิภาพ มีคะแนนเท่ากับ 3.66 (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) มิติประสิทธิผล เท่ากับ 4.18 (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) และมีผลกระทบ เท่ากับ 3.44 (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง)

เมื่อวิเคราะห์ถึงความเหมาะสม ความยากง่าย ข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมนโยบายดังกล่าว พบว่า ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าสามารถเข้าถึงมาตรการดังกล่าวได้ค่อนข้างง่าย ทั้งในด้านการขึ้นทะเบียน SME และการบริหารจัดการและการบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ การให้ข้อมูล การตรวจสอบคุณสมบัติผู้ประกอบการ SME และการตรวจสอบข้อมูลรายการสินค้าและบริการ

อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐบางแห่งมีปัญหาในการดำเนินมาตรการดังกล่าวบางประการ ในเรื่องขั้นตอนการดำเนินงาน และการค้นหาข้อมูลผู้ประกอบการและรายละเอียดต่าง ๆ ในระบบ THAI SME-GP

การดำเนินมาตรการ THAI SME-GP ดังกล่าว นับว่าประสบความสำเร็จมากพอสมควร โดยในปีงบประมาณ 2564 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่หน่วยงานภาครัฐได้ทำการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้ประกอบการ SME คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือประมาณ 5.5 แสนล้านบาท อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนมาตรการในระยะต่อไป หน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ ควรพิจารณาปรับปรุงแก้ไขแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ โดยนำวงเงินการจัดซื้อจัดจ้าง ขนาดของ SME และประเภทกิจการ มาเป็นปัจจัยหนึ่งในการออกแบบมาตรการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานภาครัฐมากขึ้นในด้านศักยภาพของ SME ตลอดจนควรมีการจัดทำฐานข้อมูลเพิ่มเติมในแพลตฟอร์ม THAI SME-GP เพื่อจัดกลุ่ม SME ตามระดับความสามารถและความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ สสว. และกรมบัญชีกลาง ควรนำแนวทางปฏิบัติด้านการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัดของหน่วยงานของรัฐตั้งอยู่ก่อนโดยวิธีคัดเลือก ที่ได้ยกเลิกไปแล้วตามกฎกระทรวงฯ ฉบับที่ 1 (ว89) และฉบับที่ 2 (ว845) กลับมาใช้ เนื่องจากการดำเนินงานตามแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ฉบับที่ 3 (ว78) ในปัจจุบัน ไม่เป็นการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐของผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่เท่าที่ควร ตลอดจนควรพิจารณาออกแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ เพิ่มเติมในเรื่องการกำหนดสัดส่วนการซื้อสินค้าภายในประเทศ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ภายในประเทศ และลดการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร

บทที่ 1 บทนำ

- | | |
|------------------------|-----|
| 1.1 หลักการและเหตุผล | 1-1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ | 1-2 |
| 1.3 ผลที่ต้องการได้รับ | 1-2 |

บทที่ 2 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทย และแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ประมวลผล

- | | |
|--|------|
| 2.1 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทย | 2-1 |
| 2.1.1 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทยในอดีตที่ผ่านมา | 2-1 |
| 2.1.2 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 | 2-6 |
| 2.1.3 แนวทางและรายละเอียดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 | 2-23 |
| 2.2 ผลการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 | 2-24 |
| 2.2.1 ด้านการเงิน: โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. | 2-24 |
| 2.2.2 ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME: นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME | 2-39 |
| 2.2.3 ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ: มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) | 2-41 |
| 2.3 แนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ประมวลผล | 2-43 |
| 2.3.1 แนวทางการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM) | 2-44 |
| 2.3.2 แนวคิดด้านการติดตามและประเมินผลของ OECD | 2-51 |
| 2.3.3 แนวคิดด้านตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SMEs อาเซียนสำหรับปี 2561 (ASEAN SME Policy Index) | 2-54 |
| 2.3.4 แนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ และค่าตัวคูณทวี (Multiplier) ด้วยเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ | 2-54 |

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

3.1 รายละเอียดขั้นตอนและวิธีการในการศึกษา	3-1
3.2 วิธีการวิเคราะห์และประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐ	3-2
3.3 แนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ	3-6
3.3.1 กรอบแนวคิด	3-6
3.3.2 ขั้นตอนและวิธีการกำหนดตัวอย่าง (Sampling Method)	3-7
3.3.3 แนวทางการจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องและการประชุมระดมสมอง	3-12
3.4 แนวทางจัดทำแบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย เพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของนโยบายหรือมาตรการรัฐในการส่งเสริม SME	3-13
3.4.1 การจัดทำแบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย	3-13
3.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจผ่านการคำนวณผลของค่าตัวคูณทวี (Multiplier Effects)	3-15

บทที่ 4 ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

4.1 นโยบาย/มาตรการด้านการเงิน: โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)	4-2
4.1.1 แนวทางการดำเนินมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. และผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินมาตรการในปีงบประมาณ 2564	4-2
4.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors) ในการดำเนินมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.	4-8
4.1.3 การจัดประชุมระดมความคิดเห็นในกลุ่มย่อย (Focus Group)	4-8
4.1.4 ความเหมาะสม ความยากง่าย และข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.	4-9
4.1.5 ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.	4-10
4.1.6 การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ	4-20
4.1.7 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.	4-21

4.2 นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME: นโยบายพัฒนาและส่งเสริม	4-23
การตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	
4.2.1 แนวทางการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564	4-23
4.2.2 การจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group)	4-39
4.2.3 ความเหมาะสม ความยากง่าย และข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-40
4.2.4 ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมตามนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-41
4.2.5 การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ	4-62
4.2.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-63
4.3 นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ: มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-71
4.3.1 แนวทางการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ และผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินมาตรการในปีงบประมาณ 2564	4-71
4.3.2 การจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group)	4-77
4.3.3 ความเหมาะสม ความยากง่าย และข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ	4-77
4.3.4 ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-79
4.3.5 การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ	4-96
4.3.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-97

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1	สรุปมาตรการทางการเงิน	2-3
ตารางที่ 2.2	สรุปมาตรการทางภาษี	2-4
ตารางที่ 2.3	Key Performance Indices (KPI) ของแต่ละแผนส่งเสริม SME เทียบกับผลที่เกิดขึ้นจริง (Actual)	2-5
ตารางที่ 2.4	นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการเงินการคลัง ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564	2-7
ตารางที่ 2.5	นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564	2-13
ตารางที่ 2.6	นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564	2-19
ตารางที่ 2.7	การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการเงินการคลัง	2-25
ตารางที่ 2.8	การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ภายใต้โครงการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ	2-27
ตารางที่ 2.9	รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)	2-28
ตารางที่ 2.10	รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ ภายใต้ พ.ร.ก. การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟู ผู้ประกอบธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2564 ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)	2-31
ตารางที่ 2.11	รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)	2-33
ตารางที่ 2.12	รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564	2-38
ตารางที่ 2.13	การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME	2-40
ตารางที่ 2.14	การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม	2-43
ตารางที่ 2.15	การกำหนดตัวชี้วัดและแนวทางการประเมิน โดยใช้แนวทางการประเมิน VFM	2-48

ตารางที่ 2.16	เกณฑ์การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจ และตัวอย่างตัวชี้วัด	2-52
ตารางที่ 2.17	โครงสร้างตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output) ของประเทศไทย ขนาด 180x180 สาขา	2-58
ตารางที่ 2.18	โครงสร้างเมตริกซ์บัญชีสังคมพื้นฐานเบื้องต้น	2-61
ตารางที่ 3.1	มิติ เกณฑ์ และตัวชี้วัดในการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME	3-4
ตารางที่ 3.2	การแปลงผลของค่าคะแนนเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินโครงการ	3-6
ตารางที่ 3.3	แนวทางการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และตัวอย่าง/จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	3-8
ตารางที่ 3.4	รายละเอียดบัญชีย่อยในแบบจำลองเมตริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย	3-15
ตารางที่ 4.1	ผลการดำเนินงานภายใต้โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS 9) โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4) และโครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก.สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.	4-5
ตาราง 4.2	รายละเอียดโครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS9) โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro4) และโครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.	4-6
ตารางที่ 4.3	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง SME ที่เก็บแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท พื้นที่ และนโยบาย/มาตรการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน	4-10
ตารางที่ 4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมมาตรการการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 จำแนกตามประเภทกิจการ และพื้นที่	4-10
ตารางที่ 4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME จำแนกตามจำนวนปีที่เปิดดำเนินกิจการ	4-10
ตารางที่ 4.6	ข้อมูลรายได้รวมของกิจการในปีที่ผ่านมา	4-11
ตารางที่ 4.7	การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.	4-12
ตารางที่ 4.8	ประโยชน์ที่ได้รับ และปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.	4-14
ตารางที่ 4.9	ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมมาตรการการค้ำประกันสินเชื่อ	4-15
ตารางที่ 4.10	สรุปผลการประเมิน มาตรการการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564	4-18

ตารางที่ 4.11	สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564	4-19
ตารางที่ 4.12	เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมการพัฒนาชุมชน และองค์การตลาด ปีงบประมาณ 2564	4-31
ตารางที่ 4.13	เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมส่งเสริมการเกษตร ปีงบประมาณ 2564	4-32
ตารางที่ 4.14	เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปีงบประมาณ 2564	4-33
ตารางที่ 4.15	เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ปีงบประมาณ 2564	4-34
ตารางที่ 4.16	เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และไปรษณีย์ไทย ปีงบประมาณ 2564	4-38
ตารางที่ 4.17	เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปีงบประมาณ 2564	4-39
ตารางที่ 4.18	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง SME ที่เก็บแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท พื้นที่ และนโยบาย/มาตรการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน	4-41
ตารางที่ 4.19	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมตามนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME จำแนกตามประเภทกิจการ และพื้นที่	4-42
ตารางที่ 4.20	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนปีที่เปิดดำเนินกิจการ	4-42
ตารางที่ 4.21	ข้อมูลรายได้รวมของกิจการในปีที่ผ่านมา	4-43
ตารางที่ 4.22	ข้อมูลรายจ่ายรวมของกิจการในปีที่ผ่านมา	4-44
ตารางที่ 4.23	ข้อมูลกำไรขาดทุนของกิจการในปีที่ผ่านมา	4-45
ตารางที่ 4.24	การเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	4-46

ตารางที่ 4.25	จำนวน ร้อยละ และมูลค่าเพิ่มของกิจการ จำแนกตามผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-48
ตารางที่ 4.26	การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-49
ตารางที่ 4.27	ประโยชน์ที่ได้รับ และปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-53
ตารางที่ 4.28	ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-53
ตารางที่ 4.29	สรุปผลการประเมินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564	4-59
ตารางที่ 4.30	สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564	4-61
ตารางที่ 4.31	แนวทางปฏิบัติตามกฎหมายทรงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563	4-72
ตารางที่ 4.32	จำนวนผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-76
ตารางที่ 4.33	สินค้าของผู้ประกอบการ SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-77
ตารางที่ 4.34	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม ตามมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) จำแนกตามประเภทกิจการ และพื้นที่	4-79
ตารางที่ 4.35	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนปีที่เปิดดำเนินการ	4-80
ตารางที่ 4.36	ข้อมูลรายได้รวมของกิจการในปีที่ผ่านมา	4-81
ตารางที่ 4.37	ข้อมูลรายจ่ายรวมของกิจการในปีที่ผ่านมา	4-82
ตารางที่ 4.38	ข้อมูลกำไรขาดทุนของกิจการในปีที่ผ่านมา	4-82
ตารางที่ 4.39	การเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ	4-84
ตารางที่ 4.40	จำนวน ร้อยละ และมูลค่าเพิ่มของกิจการ จำแนกตามผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-86
ตารางที่ 4.41	การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-86

ตารางที่ 4.42	ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-88
ตารางที่ 4.43	ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ	4-89
ตารางที่ 4.44	สรุปผลการประเมินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ในปีงบประมาณ 2564	4-93
ตารางที่ 4.45	สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ในปีงบประมาณ 2564	4-95

สารบัญภาพ

ภาพที่ 3.1	วิธีการวิเคราะห์และประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐ	3-3
ภาพที่ 3.2	ขั้นตอนการพัฒนาแบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย	3-14
ภาพที่ 3.3	การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางตรงและทางอ้อม (Direct and Indirect Linkages) โดยใช้แบบจำลองบัญชีเมทริกซ์สังคมของประเทศไทย	3-17
ภาพที่ 3.4	กระแสการหมุนเวียนของรายได้จากกระบวนการคูณทวีผ่านแบบจำลองบัญชีเมทริกซ์สังคมของประเทศไทย	3-17
ภาพที่ 4.1	การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย.	4-13
ภาพที่ 4.2	สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564	4-20
ภาพที่ 4.3	การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-51
ภาพที่ 4.4	ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	4-55
ภาพที่ 4.5	สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564	4-61
ภาพที่ 4.6	แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในอนาคต	4-64
ภาพที่ 4.7	เปรียบเทียบการศึกษาแบบ Cross-Sectional Study และ Longitudinal Tracking	4-65
ภาพที่ 4.8	สิทธิประโยชน์สำหรับ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว.	4-74
ภาพที่ 4.9	คุณสมบัติของ SME ที่ได้รับสิทธิประโยชน์ภายใต้มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ	4-75
ภาพที่ 4.10	เอกสารประกอบการพิจารณาโดยส่งไฟล์แนบเข้าระบบทะเบียน SME เพื่อการการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ	4-75
ภาพที่ 4.11	การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	4-87
ภาพที่ 4.12	สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ในปีงบประมาณ 2564	4-95

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ด้วยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 กำหนดให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ทำหน้าที่ในการเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เป็นศูนย์ประสานการทำงานส่งเสริม SME ของหน่วยงานและติดตามประเมินผลงานส่งเสริม SME

เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกทั้งเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ ที่ผ่านมามีภาครัฐให้ความสำคัญกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) โดยมีนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ออกมาเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลก

ทั้งนี้ จากการศึกษาถึงลักษณะมาตรการส่งเสริม SME ในภาพรวมของประเทศ ในระหว่างปี 2560 - 2563 พบว่า มาตรการส่งเสริม SME ทั้งในอดีตและปัจจุบัน มุ่งเน้นมาตรการด้านการเงินเป็นหลัก ถึงร้อยละ 99 ของงบประมาณรวม ส่วนมาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ได้รับงบประมาณน้อยกว่ามาก เพียงร้อยละ 1 ของงบประมาณรวม ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า มาตรการทางการเงินแม้จะให้ผลเร็ว และส่งผลในวงกว้าง แต่ไม่สร้างการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน และให้ผลตอบแทนต่อรายได้รัฐน้อยกว่างบประมาณ จึงเหมาะสมเฉพาะการดำเนินการในระยะสั้น ส่วนมาตรการพัฒนาศักยภาพฯ ให้ผลต่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน และยั่งยืนในระยะยาว แต่เป็นโครงการที่ผลการดำเนินการเห็นผลช้าจึงเป็นโครงการที่เหมาะสมกับในระยะยาว

ดังนั้น ฝ่ายติดตามและประเมินผล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงเห็นควรให้มีการศึกษาถึงผลการดำเนินมาตรการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 ทั้งมาตรการทางการเงิน และมาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากนโยบายหรือมาตรการภาครัฐ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในมิติต่าง ๆ ทั้งผลกระทบเชิงบวก ผลกระทบเชิงลบ ความเหมาะสมของนโยบายหรือมาตรการฯ กับบริบทของสถานะเศรษฐกิจและสถานการณ์ปัจจุบัน ความยาก-ง่ายในการเข้าถึงมาตรการฯ ของผู้ประกอบการ ตลอดจนข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรค และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษารวบรวมผลการดำเนินมาตรการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 ทั้งมาตรการทางการเงิน และมาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME ในมิติต่าง ๆ ทั้งผลกระทบเชิงบวก ผลกระทบเชิงลบ ความเหมาะสมของนโยบายหรือมาตรการฯ กับบริบทของสถานะเศรษฐกิจและสถานการณ์ปัจจุบัน ความยาก-ง่ายในการเข้าถึงมาตรการฯ ของผู้ประกอบการข้อจำกัดปัญหาและอุปสรรค และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

1.2.3 เพื่อนำผลและข้อเสนอแนะที่ได้จากการประมวล ไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐเตรียมความพร้อมสำหรับปรับปรุงนโยบายในการช่วยเหลือและส่งเสริม SME ต่อไป

1.3 ผลที่ต้องการได้รับ

1.3.1 รายงานการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ จำนวน 1 เรื่อง

บทที่ 2

การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทย และแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ประมวลผล

2.1 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทย

2.1.1 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทยในอดีตที่ผ่านมา

หลังจากวิกฤตการณ์ทางการเงิน (Asian Financial Crisis) ในปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลไทยได้เริ่มดำเนินนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) อย่างจริงจัง โดยคาดหวังให้ SME เป็นวิสาหกิจในการสร้างรายได้และการจ้างงาน เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาความยากจน และได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครั้งแรกในปี พ.ศ. 2543 ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานหลักซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นภายใต้ พ.ร.บ. ดังกล่าว โดยในปัจจุบันมีภารกิจที่สำคัญหลายประการ ซึ่งรวมถึงการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับ การกำหนดประเภทและขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การกำหนดประเภทและขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สมควรได้รับการส่งเสริม รวมทั้งเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ในช่วงเกือบ 20 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ อาทิ หน่วยงานภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง และธนาคารแห่งประเทศไทย ได้มีมาตรการสนับสนุน SME จำนวนมาก บทความชิ้นนี้ขอสรุปมาตรการทางการเงินและมาตรการทางภาษีเป็นหลัก โดยนโยบายเหล่านี้อาจเป็นนโยบายรัฐบาล เป็นโครงการที่ได้รับงบประมาณจาก สสว. หรืออาจเป็นการริเริ่มจากหน่วยงานเอง โดย 1) มาตรการทางการเงิน ประกอบด้วย การส่งเสริมให้ SME เข้าถึงสินเชื่อ การสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก และการปรับปรุงกฎระเบียบและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจทั้งหมด ทั้งนี้ แต่ละมาตรการจะมีกลุ่ม SME เป้าหมายที่ต่างกันไป บางโครงการให้เฉพาะนิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 20 ล้านบาท และบางโครงการเน้นให้สินเชื่อกับรายย่อยหรือบุคคลธรรมดา เป็นต้น (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2.1) (ที่มา: สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2562)) และ 2) มาตรการทางภาษี ในช่วงแผน

แรก ๆ มาตรการส่วนใหญ่เป็นเพียงการใช้ภาษีอัตราก้าวหน้าสำหรับนิติบุคคลและอนุญาตให้หักค่าเสื่อมของสินทรัพย์ประเภทเครื่องจักรหรือคอมพิวเตอร์ในอัตราพิเศษ แต่ในช่วงหลังโดยเฉพาะในแผนส่งเสริมฯ ฉบับที่ 3 และ 4 มีการลดหย่อนหรือลดเว้นภาษีสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ขนาดเล็ก และธุรกิจที่เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา โดย SME ที่ได้ลดหรือยกเว้นภาษีนี้นั้นจะมีขนาดที่ค่อนข้างเล็ก เช่น ต้องมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท มีสินทรัพย์ถาวรซึ่งไม่รวมที่ดินมูลค่าไม่เกิน 200 ล้านบาท และมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน หรือ เป็นกิจการที่มีรายรับไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี เป็นต้น (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2.2) (ที่มา: สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2562))

นอกจากนี้ ในแผนท้าย ๆ ยังมีการเน้นเรื่อง 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

สำหรับความสำเร็จของนโยบายส่งเสริม SME ที่ผ่านมา สามารถพิจารณาได้จากตัวชี้วัดหลัก หรือ Key Performance Indices (KPI) ของแต่ละแผนส่งเสริมฯ เทียบกับผลที่เกิดขึ้นจริง (Actual) ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2.3

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.1 สรุปมาตรการทางการเงิน

มาตรการ	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 1 (2545-2549)	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 2 (2550-2554)	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 3 (2555-2559)	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (2560-2564)
1. แหล่งเงินทุนด้านสินเชื่อ				
1.1 มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (soft loan) ตามนโยบายของรัฐบาล		<ul style="list-style-type: none"> โครงการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการที่ประสบอุทกภัย 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสนับสนุนสินเชื่อนวัตกรรมที่ไม่มีดอกเบี้ย โครงการ 1 ตำบล 1 SME เกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน โครงการ Transformation Loan เสริมแกร่ง
1.2 การค้ำประกันสินเชื่อ (Loan guarantee)	Risk Participation Scheme (2547-2551)			
	Individual Guarantee Scheme (2534-2546)	Portfolio Guarantee Scheme (2552 - ปัจจุบัน); Package Guarantee (2557 - ปัจจุบัน)		
1.3 การเพิ่มช่องทางบริการทางการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> สปท. อนุมัติให้มีการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์และธนาคารพาณิชย์รายย่อยเพิ่มรวม 9 แห่ง สปท. อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ให้บริการทางการเงินในรูปแบบ leasing ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> สปท. ออกนโยบายสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ (Microfinance) 	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการสินเชื่อเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของประชาชนรายย่อย (สินเชื่อ Nano-Finance) 	
1.4 การดำเนินการอื่น ๆ	<ul style="list-style-type: none"> สปท. ปรับปรุงหลักเกณฑ์การดำรงเงินกองทุน โดยปรับลดน้ำหนักความเสี่ยงของเงินให้สินเชื่อแก่ SME 			<ul style="list-style-type: none"> มาตรการส่งเสริมให้ SME ป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน กองทุนฟื้นฟูผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (สสว.)
2. แหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก (Alternative Financing)				
2.1 การระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ mai	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงกฎเกณฑ์การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai โดยให้มีทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาทขึ้นไป 			
2.2 กองทุนร่วมของทั้งรัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> กองทุนร่วมเพื่อร่วมลงทุนใน SME (บลจ. วรรณ) กองทุนร่วมลงทุนเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของธุรกิจไทย (สสว.) กองทุนเพื่อพัฒนานวัตกรรม (สนช.) 		<ul style="list-style-type: none"> กองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SME (SMEs Private Equity Trust Fund) (ธ.อมสิน, ตลท.) 	

ที่มา: สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2562)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.2 สรุปมาตรการทางภาษี

มาตรการ	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 1 (2545-2549)	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 2 (2550-2554)	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 3 (2555-2559)	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (2560-2564)
1. มาตรการ ลดหย่อนภาษีเงินได้				
1.1 ภาษีเงินได้นิติบุคคล	ลดอัตราภาษีสำหรับ SMEs สำหรับส่วนกำไรสุทธิ < 1 ล้านบาท	ยกเว้นภาษีสำหรับ SMEs สำหรับส่วนกำไรสุทธิ < 150,000 บาท	ยกเว้นภาษีสำหรับ SMEs สำหรับส่วนกำไรสุทธิ < 300,000 บาท	
			ปรับลดอัตราภาษีในหลาย ๆ ช่วงฐานรายได้ แต่ปรับนิยาม SMEs ที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ให้แคบลง	
			สนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ โดยยกเว้นภาษีให้อุตสาหกรรมเป้าหมาย และอนุญาตให้นำรายจ่ายจากการจดทะเบียนจัดตั้ง ค่าทำบัญชี ค่าสอบบัญชีมาหักรายจ่ายเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า	
			สนับสนุนการจัดทำบัญชีชุดเดียวของ SMEs โดยลดและยกเว้นภาษีในช่วงต้น	
1.2 ภาษีเงินได้อื่น			ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของวิสาหกิจชุมชน	
			ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
			แถมปีจากการโอนทรัพย์สินบุคคล	แถมปีจากการโอนทรัพย์สินบุคคล
			ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากร	ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากร
			ธรรมดาและหักหุ้นส่วนสามัญหรือคณะ	ธรรมดาและหักหุ้นส่วนสามัญหรือคณะ
			บุคคลที่มีใช้นิติบุคคล	บุคคลที่มีใช้นิติบุคคล
2. มาตรการ ลดอัตราหักค่าเสื่อมและค่าเสื่อมสินทรัพย์	หักค่าเสื่อมทรัพย์สินประเภทอาคาร เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ ในอัตราพิเศษ			
	หักค่าเสื่อมทรัพย์สินประเภทโปรแกรมคอมพิวเตอร์ อัตราพิเศษ			
3. มาตรการ สิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน	ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร			
	ลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับบริษัทที่นำหลักทรัพย์มาจดทะเบียนใน ตลท. และ mai		ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับเงินได้ที่จ่ายเพื่อการลงทุน หรือ ขยายซึ่งทรัพย์สิน	ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมให้เกิดการระดมทุนสาธารณะ
			ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับเงินที่ได้จากการขายเครื่องจักรเก่าเพื่อซื้อเครื่องจักรใหม่	ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อช่วยสนับสนุนการจัดตั้งและการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง
			ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา เพื่อส่งเสริมกิจการเงินร่วมทุน (Venture Capital) และการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ	
			ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมการจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ และบริษัทการค้าระหว่างประเทศ	
			บ.ที่ช่วยน้อง และการลงทุนในชนบท สามารถหักรายจ่าย 2 เท่า แต่ไม่เกินร้อยละ 10 ของกำไรสุทธิ	
4. มาตรการ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา			ให้สิทธิประโยชน์ในการหักค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้างเพื่อการทำวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีได้ 3 เท่า	

ที่มา: สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2562)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.3 Key Performance Indices (KPI) ของแต่ละแผนส่งเสริม SME เทียบกับผลที่เกิดขึ้นจริง (Actual)

เป้าหมาย	KPI	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 1 (2545-2549)		แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 2 (2550-2554)		แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 3 (2555-2559)		แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (2560-2564)
		KPI	Actual	KPI	Actual	KPI	Actual	KPI
1.เพิ่มความสำคัญของ SME ในระบบเศรษฐกิจ	1.1 สัดส่วน SME GDP ต่อ GDP ของประเทศ (ร้อยละ)	50	38.9	42	36.6		42.2	50
	1.2 การจ้างงานของ SME (คน/ปี)	180,000	401,244					
	1.3 การส่งออก							
	การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (ร้อยละ/ปี)	6.0	9.3	6.7	7.3		3.3	
	สัดส่วนการส่งออกของ SME		29.1		29.9		29.0	30
	มูลค่าการส่งออกเฉลี่ยของ SME (ล้านบาท/ราย/ปี)							100
	1.4 การเติบโตของผลิตภาพแรงงาน (ร้อยละ/ปี)	2.5	4.4	3	2.69			
	1.5 การเติบโตของผลิตภาพการผลิตโดยรวม (ร้อยละ/ปี)			3	3.73			
	1.6 มูลค่าผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SME (บาท/คน/ปี)							600,000
2.เพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของ SME	2.1 กลุ่มอาชีพที่สามารถดำเนินธุรกิจในธุรกิจเพิ่มขึ้น (กลุ่ม: ในปี 2549)	6,300	8,010					
	2.2 SME สาขาเป้าหมายได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในเชิงลึก (ราย: ในปี 2559)					30,000	173,435	
	2.3 เครือข่าย SME ได้รับการพัฒนาให้มีความเข้มแข็ง (กลุ่ม/ปี)					60	ปี 57,59 ไม่บรรลุผล	
3.ส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบ SME ฐานรากและเศรษฐกิจชุมชน (Bottom up)	3.1 สัดส่วนของกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และสัดส่วนของสหกรณ์ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น (ร้อยละ: ในปี 2564)							20
	3.2 รายได้เฉลี่ยของวิสาหกิจฐานรากที่ได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้น (ร้อยละ: ในปี 2564)							20
4.สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ SME	4.1 การจดทะเบียนนิติบุคคลของ SME							
	สัดส่วนต่อ SME ทั้งหมด (ร้อยละ)	72	24		22.6		21.2	
	จำนวนรายเพิ่มขึ้น (ราย: ในปี 2559)					250,000	292,956	
	4.2 จำนวนผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่ (ราย/ปี)	50,000	44,551					
	4.3 จำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น (ร้อยละ: ในปี 2564)							40
	4.4 ผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup) เพิ่มขึ้น (ร้อยละ: ในปี 2564)							20
5.เพิ่มสภาพคล่องและส่งเสริมโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	5.1 สัดส่วนของสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อรวม (ร้อยละ)		41.0		32.4		33.4	38
	5.2 มูลค่าเงินทุนที่ SME ได้รับจากแหล่งเงินทุนประเภททุนเพิ่มขึ้น (ร้อยละ: ในปี 2564)							20

ที่มา: สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2562)

2.1.2 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการ ในปีงบประมาณ 2564

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการรวบรวมนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 (ต.ค. 2563 - ก.ย. 2564) ทั้งในด้านการเงิน และด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.2.1 ด้านการเงิน

นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการเงินที่สำคัญที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 ประกอบด้วย 1) การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของสถาบันการเงิน ผ่านการปรับโครงสร้างหนี้ 2) การให้สินเชื่อใหม่ผ่านการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ผ่านสินเชื่อฟื้นฟูของ ธปท. (โครงการสินเชื่อฟื้นฟูของ ธปท. 3) การให้สินเชื่อใหม่ผ่านโครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (soft loan) ของ ธปท. 4) โครงการการให้สินเชื่อเพื่อเสริมสภาพคล่องของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) (ทั้งโครงการตามมติ ครม. และโครงการที่ SFIs ดำเนินการเอง) 5) มาตรการด้านภาษีเพื่อส่งเสริม SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่เศรษฐกิจดิจิทัล และ 6) มาตรการขยายเวลาการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.4 นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการเงินการคลัง ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564

นโยบาย/มาตรการ/งบประมาณ (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของสถาบันการเงิน ผ่านการปรับโครงสร้างหนี้	เป็นการปรับโครงสร้างหนี้ เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตหรือธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์โควิด 19 เช่น การยืดหรือขยายระยะเวลาชำระหนี้ พักชำระเงินต้น ลดอัตราดอกเบี้ย และยกหรือผ่อนปรนดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น	ธุรกิจขนาดใหญ่ SME และรายย่อย	สถาบันการเงิน non-bank และ SFIs	จำนวนบัญชีที่ได้รับความช่วยเหลือ 4.83 ล้านบัญชี - สง. และ non-bank 1.69 ล้านบัญชี - SFIs 3.14 ล้านบัญชี และยอดภาระหนี้ที่ได้รับความช่วยเหลือ รวม 3.19 ล้านล้านบาท - สง. และ non-bank 1.99 ล้านล้านบาท - SFIs 1.20 ล้านล้านบาท (ข้อมูล ณ 31 ม.ค. 65)
การให้สินเชื่อใหม่ ผ่านการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ผ่านสินเชื่อฟื้นฟูของ ธปท. (โครงการสินเชื่อฟื้นฟูของ ธปท.) งบประมาณดำเนินงาน 100,000 ล้านบาท	เพื่อช่วยเหลือด้านสภาพคล่องแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีศักยภาพแต่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 โดย ธปท. จะให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงิน เพื่อนำไปให้กู้ยืมแก่ผู้ประกอบการต่อ อันจะช่วยประคับประคองและฟื้นฟูให้ภาคธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ รักษาระดับการจ้างงาน และช่วย	Micro (วงเงินสินเชื่อเดิมไม่เกิน 5 ลบ.) SME (วงเงินสินเชื่อเดิม 5-50 ลบ.) Corp (วงเงินสินเชื่อเดิม 50-500 ลบ.) และลูกหนี้ใหม่	ธปท. และสถาบันการเงิน	สินเชื่อฟื้นฟูที่อนุมัติแล้ว 163,435 ล้านบาท และจำนวนผู้ได้รับความช่วยเหลือ 49,758 ราย วงเงินอนุมัติเฉลี่ย 3.28 ล้านบาท/ราย (ข้อมูล ณ 28 มี.ค. 65)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ/งบประมาณ (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
	เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ			
การให้สินเชื่อใหม่ผ่านโครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (soft loan) ของ ธปท. (ปัจจุบันปิดรับคำร้องขอแล้ว) งบประมาณดำเนินงาน 500,000 ล้านบาท	เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ที่เป็นแหล่งจ้างงานสำคัญของเศรษฐกิจไทย ธปท. ได้ออกมาตรการ soft loan เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำได้	SME ขนาดเล็ก (วงเงิน ณ สิ้นปี 62 0-20 ลบ.) ขนาดกลาง (20-100 ลบ.) และขนาดใหญ่ 100-500 ลบ.) จำนวนกลุ่มเป้าหมาย 1.7 ล้านราย	ธปท. และสถาบันการเงิน	สินเชื่ออนุมัติแล้ว 138,200 ล้านบาท และจำนวนผู้ได้รับ soft loan 77,787 ราย สินเชื่ออนุมัติเฉลี่ย 1.8 ล้านบาท/ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 12 เม.ย. 64)
โครงการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) วงเงินโครงการ 446,978 ล้านบาท (ข้อมูล ณ 31 ม.ค. 65)	โครงการดังกล่าวประกอบด้วย 3 โครงการย่อย ได้แก่ 1) โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อย (วงเงินสินเชื่อคงเหลือ 115,748 ล้านบาท) 2) โครงการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ ภายใต้ พ.ร.ก. การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ.2564 (วงเงินสินเชื่อคงเหลือ 97,055 ล้านบาท) และ 3) โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME (วงเงิน	รายย่อยและภาคธุรกิจ (SME และอื่น ๆ)	สถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)	สินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ 94,630 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อคงเหลือ 352,348 ล้านบาท และจำนวนผู้ได้รับสินเชื่อ 4,358,282 ราย -สินเชื่อธุรกิจ 78,298 ราย -สินเชื่อรายย่อย 4,279,984 ราย (ข้อมูล ณ 31 ม.ค. 65)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ/งบประมาณ (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
	<p>สินเชื่อคงเหลือ 101,255 ล้านบาท และวงเงินค้ำประกันของ บสย. คงเหลือ 38,290 ล้านบาท)</p>			
<p>มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริม SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (มติ ครม. เมื่อวันที่ 11 พ.ค. 2564) รัฐสูญเสียรายได้ประมาณ 380 ล้านบาท</p>	<p>เพื่อปรับสิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อสนับสนุน SME สู่ความปกติรูปแบบใหม่ หรือ New Normal ในยุคดิจิทัล โดยดำเนินการ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - พิจารณาขยายเวลามาตรการภาษี เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่เศรษฐกิจดิจิทัล โดยได้จัดทำนิยามโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือซอฟต์แวร์ (Software) เพื่อให้สอดคล้องกับคุณลักษณะโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้และจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันตามเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความก้าวหน้า - กำหนดมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่เศรษฐกิจดิจิทัล สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 ม.ค. 64 ถึงวันที่ 31 ธ.ค. 65 	<p>ผู้ประกอบการ SME</p>	<p>กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง</p>	<p>ดำเนินการกำหนดมาตรการภาษี เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่เศรษฐกิจดิจิทัล สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 ม.ค. 64 ถึงวันที่ 31 ธ.ค. 65</p>

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประเมินผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ/งบประมาณ (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
	เพื่อยกเว้นภาษีเงินได้ให้แก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลสำหรับรายจ่ายที่ได้จ่ายเป็นค่าซื้อหรือจ้างทำหรือค่าใช้บริการโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือซอฟต์แวร์			
มาตรการขยายเวลาการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (มติ ครม. เมื่อวันที่ 24 ส.ค. 2564)	เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพของประชาชน และสร้างความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจให้กับภาคเอกชน อันจะทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการฟื้นตัวหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลาย	ประชาชนและผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนทั่วประเทศ	กระทรวงการคลัง	ขยายระยะเวลาการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยยังคงจัดเก็บในอัตราร้อยละ 6.3 (ไม่รวมภาษีท้องถิ่น) หรือร้อยละ 7 (รวมภาษีท้องถิ่น) ต่อไปอีกเป็นระยะเวลา 2 ปี โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค. 64 จนถึงวันที่ 30 ก.ย. 66

ที่มา: รวบรวมและประเมินผลโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.1.2.2 ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ

นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME ได้แก่ มาตรการบรรเทาผลกระทบต่อประชาชนกลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการอันเนื่องมาจากข้อกำหนดตามความในมาตรา 9 แห่ง พ.ร.ก. การกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 27) นโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ BCG Economy Model ยกระดับ SME และนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME โดยมีรายละเอียดดังนี้

○ มาตรการบรรเทาผลกระทบต่อประชาชนกลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการอันเนื่องมาจากข้อกำหนดตามความในมาตรา 9 แห่ง พ.ร.ก. การกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 27) เป็นมาตรการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือประชาชน กลุ่มแรงงาน และผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 27) เพิ่มเติมจากมาตรการให้ความช่วยเหลือกลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 25) ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมาตรการดังกล่าวสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระยะ คือ มาตรการให้ความช่วยเหลือในระยะเร่งด่วน (การให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่สถานการณ์ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด และการให้ความช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน/ภาคธุรกิจทั่วประเทศ) และมาตรการให้ความช่วยเหลือในระยะต่อไป (การพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SME ทั่วประเทศ)

○ นโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ BCG Economy Model ยกระดับ SME การพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG Economy Model) เป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติของรัฐบาลไทย โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ การพัฒนาธุรกิจ BCG Economy Model ในภาคธุรกิจ (ทั้งผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการอื่น ๆ) โดยมีส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน อาทิ กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และ สสว. อย่างไรก็ตาม นโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ ด้วย BCG Economy Model ดังกล่าว มีแนวโน้มปรากฏเป็นรูปธรรม นับแต่ปี พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป ตัวอย่างเช่น ในกรณีของกระทรวงอุตสาหกรรม มีแนวทางการขับเคลื่อน BCG Model ปี พ.ศ. 2565-2569 เพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

○ นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ และให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเป็นการปรับตัวให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยมีส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน อาทิ สสว. กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยนโยบายดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติ โดยส่วนหนึ่งมุ่งให้ผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

สำหรับนโยบาย/มาตรการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) (กฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563) ร่างกฎกระทรวงยกเว้นค่าธรรมเนียมให้แก่ผู้ประกอบการโรงงาน ซึ่งโรงงานตั้งอยู่ในเขตท้องที่ จ.นราธิวาส จ.ปัตตานี จ.ยะลา และใน 4 อำเภอของ จ.สงขลา มาตรการลดหย่อนค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมายที่ดิน และตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดเพื่อสนับสนุนมาตรการสนับสนุนสินเชื่อฯ และการลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งเสริม SME ภายใต้กรอบความร่วมมือสมาคมแห่งมหาสมุทรอินเดีย โดยมีรายละเอียดดังนี้

○ มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

กฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563 ได้ผ่านการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 1 ก.ย. 2563 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 ธ.ค. 2563 โดยกฎกระทรวงกำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างสินค้าหรือบริการจาก SME ที่ได้ขึ้นบัญชีรายการพัสดุและบัญชีรายชื่อไว้กับ สสว. เพื่อสร้างโอกาสและแต้มต่อให้กับ SME ในการเข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยมี สสว. และกรมบัญชีกลาง เป็นหน่วยงานดำเนินมาตรการดังกล่าว ทั้งนี้ จากสถิติจำนวนผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พบว่า ในปีงบประมาณ 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 98,094 กิจการ

○ ร่างกฎกระทรวงยกเว้นค่าธรรมเนียมให้แก่ผู้ประกอบการโรงงาน ซึ่งโรงงานตั้งอยู่ในเขตท้องที่ จ.นราธิวาส จ.ปัตตานี จ.ยะลา และใน 4 อำเภอของ จ.สงขลา ดำเนินการยกเว้นค่าธรรมเนียมตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เป็นระยะเวลา 5 ปี นับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ ให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานจำพวกที่ 2 และ 3 ทุกขนาดที่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่ดังกล่าว เพื่อส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพในพื้นที่ดังกล่าว โดยมีกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานดำเนินมาตรการดังกล่าว

○ มาตรการลดหย่อนค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมายที่ดินและตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดเพื่อสนับสนุนมาตรการสนับสนุนสินเชื่อฯ เพื่อลดภาระค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนสินเชื่อฯ และเพื่อบรรเทาภาระให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 และส่งเสริมให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อภายใต้มาตรการสนับสนุนสินเชื่อฯ ได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอมากขึ้น โดยมีกระทรวงมหาดไทยเป็นหน่วยงานดำเนินมาตรการดังกล่าว

○ การลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งเสริม SME ภายใต้กรอบความร่วมมือสมาคมแห่งมหาสมุทรอินเดีย สสว. ลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งเสริม SME ภายใต้กรอบความร่วมมือสมาคมแห่งมหาสมุทรอินเดีย (Indian Ocean Rim Association: IORA) เพื่อเสริมสร้างโอกาสและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้ SME ซึ่งรวมถึงการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

ตารางที่ 2.5 นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
มาตรการบรรเทาผลกระทบต่อประชาชนกลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการอื่นเนื่องมาจากข้อกำหนดตามความในมาตรา 9 แห่ง พ.ร.ก. การกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 27) (มติ ครม. เมื่อวันที่ 13 ก.ค. 2564)	เพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชน กลุ่มแรงงาน และผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 27) เพิ่มเติมจากมาตรการให้ความช่วยเหลือกลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 25)	ประชาชน กลุ่มแรงงาน และผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 27)	1. มาตรการเยียวยาตลาดแรงงานของภาครัฐ 1.1 ผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม จำนวน 199,232 ราย 1.2 สถานประกอบการที่มีลูกจ้างในระบบประกันสังคม จำนวน 5,948 แห่ง 1.3 ผู้ประกอบอาชีพอิสระที่เป็นผู้ประกันตน	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และหน่วยงานอื่น ๆ อาทิ สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงการคลัง และธนาคารแห่งประเทศไทย	สามารถแบ่งมาตรการให้ความช่วยเหลือประชาชนออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ 1. <u>มาตรการให้ความช่วยเหลือในระยะเร่งด่วน</u> ประกอบด้วย 1.1 การให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มแรงงานและผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่สถานการณ์ควบคุมสูงสุดและเข้มงวดที่ต้องปฏิบัติเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อปฏิบัติตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 24) ได้แก่ พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (จังหวัดนครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร) พื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศ (จังหวัดนราธิวาส ปัตตานี ยะลา สงขลา) (ตามข้อกำหนด ฉบับที่ 27) และจ.ฉะเชิงเทรา จ.ชลบุรี และ จ.อยุธยา รวม 13 จังหวัด 1.2 การให้ความช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของประชาชนและภาคธุรกิจทั่วประเทศ เพื่อลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อันเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
			มาตรา 39 และ 40 จำนวน 194,082 ราย (ที่มา: ศูนย์ข้อมูล Covid-19)		2. มาตรการให้ความช่วยเหลือในระยะต่อไป ได้แก่ การพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ
นโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ BCG Economy Model เพื่อยกระดับ SME (มติ ครม. เมื่อวันที่ 19 ม.ค. 2564)	ณ วันที่ 19 ม.ค. 2564 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ ‘โมเดลเศรษฐกิจ BCG’ หรือการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy Model) เป็น ‘วาระแห่งชาติ’ ที่จะพาไทยไปสู่เป้าหมายของการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	ภาคธุรกิจ (ผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการอื่น ๆ)	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับประโยชน์ผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องจาก - สสว. กลุ่ม BCG Regular Level จำนวน 11,633 ราย - กระทรวงอุตสาหกรรม ประกอบด้วยผู้ประกอบการสถานประกอบการ	ส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์	ที่ผ่านมา ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ BCG Economy Model เพื่อยกระดับ SME ในหลายหน่วยงาน ตัวอย่างเช่น สสว. กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้นำนโยบายดังกล่าวมาขับเคลื่อนสู่ภาคธุรกิจ ภายใต้โครงการ SME Regular Level โดยมีเป้าหมาย 3 ด้าน ได้แก่ เพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ การลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการบริหารทุกทรัพยากรให้คุ้มค่าและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องกับนโยบายของ สสว. ในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจ โดยการ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และ รายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนิน มาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
			บุคลากรแรงงาน บัณฑิตจบใหม่ วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรใน ธุรกิจการเกษตร รวมจำนวน 16,808 ราย		เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ SME เพื่อรองรับการ ดำเนินธุรกิจตามวิถีใหม่ หรือ New normal 2) <u>กระทรวงอุตสาหกรรม</u> ได้มีการดำเนินการโครงการ สำคัญ ๆ ที่ตอบสนองนโยบาย BCG โมเดลของรัฐบาล ทั้งนี้ ในส่วนของ SME กระทรวงฯ ได้มีการนำร่อง โครงการพัฒนาสถานประกอบการตามกรอบแนวคิด BCG ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กับเอสเอ็มอีที่ เป็นนิติบุคคล ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อกองทุนพัฒนาเอส เอ็มอีตามแนวพระราชรัฐ และเอสเอ็มอีที่มีโอกาสได้รับ ความช่วยเหลือจากกองทุนฯ ในอนาคต 3) <u>กระทรวงพาณิชย์</u> ยกโมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็น แนวทางที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพ SMEs ไทยในการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบบนฐานความหลากหลาย ทางชีวภาพและวัฒนธรรมของไทย นอกจากนี้ ยังเน้น ย้ำการใช้ประโยชน์จากเศรษฐกิจดิจิทัล ส่งเสริมการ ขยายตลาดสินค้ากลุ่ม BCG ในยุค New Normal ผ่าน แพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ การเจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) เป็นต้น อย่างไรก็ดี นโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ ด้วย BCG Economy Model ดังกล่าว มีแนวโน้มปรากฏ เป็นรูปธรรม นับแต่ปี พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
					ตัวอย่างเช่น ในกรณีของกระทรวงอุตสาหกรรม มีแนวทางการขับเคลื่อน BCG Model ปี พ.ศ. 2565-2569 เพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ และสามารถปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเป็นการปรับตัวให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19	ภาคธุรกิจ (ผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการอื่น ๆ)	ผู้ประกอบการ SME ที่ได้รับประโยชน์จากนโยบายดังกล่าวในปีงบประมาณ 2564 ดังกล่าว พบว่า มีจำนวนรวมทั้งสิ้นกว่า 99,000 ราย ประกอบด้วย (1) กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 51,335 ราย (คิดเป็นร้อยละ 51.36) (2) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 36,342 ราย (ร้อยละ 36.36)	ส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ สสว. กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ฯลฯ	ที่ผ่านมา ได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในหลายหน่วยงาน ตัวอย่างเช่น สสว. กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ดำเนินการส่งเสริมศักยภาพและโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการ SME สร้างองค์ความรู้ด้านการตลาด เพื่อพัฒนาสินค้าและศักยภาพ SME ไทย ตลอดจนสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการค้า ทั้งภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยให้สามารถต่อยอดการดำเนินธุรกิจของตนและเติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการส่งเสริมด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมและวิจัยพัฒนา และสามารถนำหลักการดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง มาปรับใช้ ให้

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และ รายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนิน มาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
			(3) สสว. 6,272 ราย (ร้อยละ 6.28) (4) กระทรวง มหาดไทย 3,800 ราย (ร้อยละ 3.80) (5) กระทรวงเกษตร และสหกรณ์ 2,058 ราย (ร้อยละ 2.06) และ (6) กระทรวง อุตสาหกรรม 140 ราย (ร้อยละ 0.14)		<p>ตรงกับศักยภาพของผู้ประกอบการ และศักยภาพของ สินค้า</p> <p>2) <u>กระทรวงพาณิชย์</u> ดำเนินการขับเคลื่อน และให้ ความช่วยเหลือ SME ผู้ประกอบการรายย่อย และ ผู้ประกอบการชุมชน ให้มีโอกาสในการค้าขายออนไลน์ ทั้งผู้ประกอบการในภาคการเกษตร ภาคการผลิต และ ภาคการบริการ (ซึ่งรวมถึงผู้ค้าปลีก ค้าส่ง สมาร์ทโซลูว์ ช่วยเหลือ กลุ่มโลจิสติกส์ กลุ่มบริการสุขภาพ และกลุ่ม ร้านอาหาร)</p> <p>ตลอดจนร่วมมือกับพันธมิตรภาคเอกชน อาทิ สตาร์ท อัปด้านเทคโนโลยีการตลาด (MarTech: Marketing Technology) เพื่อนำเทคโนโลยีนวัตกรรม และ ระบบดิจิทัล มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดและผล กำไรให้ธุรกิจ</p> <p>นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินโครงการเพื่อพัฒนาความรู้และ ทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็นให้แก่ผู้ประกอบการและ บุคคลทั่วไป โดยการนำเทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัล มาช่วยเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจ</p> <p>3) <u>กระทรวงอุตสาหกรรม</u> ได้ดำเนินการพัฒนาและช่วย ฟื้นฟูธุรกิจ SME อย่างต่อเนื่องตามแนวคิดและ นโยบายที่เน้นการตลาดและนวัตกรรมนำการผลิต ทั้ง</p>

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และ รายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนิน มาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
					ในรูปแบบตลาดออฟไลน์ ที่สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดจะมีแผนในการจัดกิจกรรมตลาดนัดในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ และตลาดออนไลน์ ที่จะ มีการขยายการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ผ่าน โครงการส่งเสริมและพัฒนา SME ของสำนักงาน กองทุนพัฒนาเอสเอ็มอีตามแนวประชารัฐ

ที่มา: รวบรวมและประมวลผลโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 2.6 นโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และ รายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนิน มาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
<p>มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) (กฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563) (มติ ครม. เมื่อวันที่ 19 ม.ค. 2564)</p>	<p>กฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563 ได้ผ่านการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2563 โดยกฎกระทรวงกำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างสินค้าหรือบริการจาก SME ที่ได้ขึ้นบัญชีรายการพัสดุและบัญชีรายชื่อไว้กับ สสว. เพื่อสร้างโอกาสและแต้มต่อให้กับ SME ในการเข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ</p>	<p>เป็นผู้ประกอบการ SME ที่ขึ้นทะเบียนสินค้า/บริการไว้ที่ thaismegp.com ที่คุณสมบัติเป็นไปตามนิยาม SME ที่ สสว. กำหนดโดยพิจารณาจากเกณฑ์รายได้เท่านั้น</p>	<p>ในปีงบประมาณ 2564 มีจำนวนผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) 98,094 กิจกรรม</p>	<p>สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับกรมบัญชีกลาง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 22 ธ.ค. 2563 กฎหมายฉบับนี้จะเอื้อให้เอสเอ็มอีสามารถเข้าถึงตลาดการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีมูลค่ากว่า 1.3 ล้านล้านบาทต่อปีได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากกฎหมายได้กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐจัดซื้อจัดจ้างสินค้าหรือบริการของเอสเอ็มอีที่ขึ้นบัญชีไว้กับ สสว. ในวงเงินไม่น้อยกว่า 30% ของงบประมาณจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่อยู่ในบัญชีรายชื่อดังกล่าว - ปัจจุบัน มี SME ที่ขึ้นทะเบียน THAI SME-GP กว่า 1.3 แสนราย และรายการสินค้า/บริการ รวมกว่า 1 ล้านรายการ - ในปีงบประมาณ 2564 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่หน่วยงานภาครัฐได้ทำการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้ประกอบการ SME คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการจัดซื้อ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนินมาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
					จัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 5.5 แสนล้านบาท ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ ร้อยละ 30 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4 แสนล้านบาท
ร่างกฎกระทรวงยกเว้นค่าธรรมเนียมให้แก่ผู้ประกอบการโรงงาน ซึ่งโรงงานตั้งอยู่ในเขตท้องที่ จ.นราธิวาส จ.ปัตตานี จ.ยะลา และใน 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา (อ.สะบ้าย้อย อ.เทพา อ.จะนะ และ อ.นาทวี) (มติ ครม. เมื่อวันที่ 24 ม.ค. 2564)	เพื่อส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพในเขตท้องที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้งสามจังหวัด ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างแรงงานและรายได้ให้แก่ราษฎรในท้องถิ่น อันเป็นการแก้ไขปัญหาความยากจนและปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นให้หมดไปอย่างต่อเนื่อง	ผู้ประกอบการโรงงาน ที่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่ จ.นราธิวาส จ.ปัตตานี และ จ.ยะลา และใน 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา	n/a	กระทรวงอุตสาหกรรม	ดำเนินการยกเว้นค่าธรรมเนียมตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เป็นระยะเวลา 5 ปี นับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ ให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานจำพวกที่ 2 (โรงงานที่มีแรงม้ารวมของเครื่องจักรไม่เกิน 75 แรงม้า และคนงานไม่เกิน 75 คน) และโรงงานจำพวกที่ 3 (โรงงานที่มีแรงม้ารวมของเครื่องจักรมากกว่า 75 แรงม้า และมีคนงานมากกว่า 75 คน หรือเป็นโรงงานที่มีมลภาวะ) ทุกขนาด ซึ่งโรงงานตั้งอยู่ในเขตท้องที่ จ.นราธิวาส จ.ปัตตานี จ.ยะลา และใน 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา
มาตรการลดหย่อนค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมายที่ดินและ	เพื่อลดภาระค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนสินเชื่อฯ และเพื่อบรรเทาภาระให้แก่ผู้	ผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19	n/a	กระทรวงมหาดไทย	ตรา 1) ประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่อง หลักเกณฑ์การลดหย่อนค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเป็นพิเศษตามประมวลกฎหมายที่ดิน สำหรับการดำเนินการตาม

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และรายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนิน มาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
ตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด เพื่อสนับสนุนมาตรการสนับสนุนสินเชื่อฯ	ประกอบธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 และส่งเสริมให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อภายใต้มาตรการสนับสนุนสินเชื่อฯ ได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอมากขึ้น				มาตรการสนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ตามกฎหมายว่าด้วยการให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ตามหลักเกณฑ์ที่คณะรัฐมนตรีกำหนด จำนวน 1 ฉบับ 2) ประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่อง หลักเกณฑ์การลดหย่อนค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมเป็นพิเศษตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด สำหรับการดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ตามกฎหมายว่าด้วยการให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ตามหลักเกณฑ์ที่คณะรัฐมนตรีกำหนด จำนวน 1 ฉบับ
การลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งเสริม SME ภายใต้กรอบความร่วมมือสมาคมแห่งมหาสมุทรอินเดีย (มติ ครม. เมื่อวันที่ 7 ก.ย. 2564)	เพื่อเสริมสร้างโอกาสและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้ SMEs ได้มีโอกาสจากการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐบาลของประเทศสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมในภูมิภาคมหาสมุทรอินเดีย และ	SME ที่ต้องการทำธุรกิจและลงทุนในตลาดดังกล่าว	n/a	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	สสว. ลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งเสริม SME ภายใต้กรอบความร่วมมือสมาคมแห่งมหาสมุทรอินเดีย (Indian Ocean Rim Association: IORA) ทั้งนี้ประเทศสมาชิกในกรอบความร่วมมือสมาคมแห่งมหาสมุทรอินเดีย มีทั้งหมด 22 ประเทศ (ได้แก่ บังกลาเทศ อินเดีย อินโดนีเซีย อิหร่าน มาดากัสการ์ มาเลเซีย

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นโยบาย/มาตรการ	วัตถุประสงค์และ รายละเอียดโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย		หน่วยงานดำเนิน มาตรการ	ผลการดำเนินงานเบื้องต้น
		รายละเอียด	จำนวน		
	สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ รวมถึงการเข้า สู่ตลาดต่างประเทศ				มัลดีฟส์ มอริเชียส โมซัมบิก เซเชลส์ สิงคโปร์ โซมาเลีย แอฟริกาใต้ ศรีลังกา แทนซาเนีย อาหรับเอมิเรตส์ และเยเมน) และได้ลงนามใน บันทึกความเข้าใจแล้วจำนวน 17 ประเทศ

ที่มา: รวบรวมและประมวลผลโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.1.3 แนวทางและรายละเอียดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริม และสนับสนุน SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564

จากที่ได้ดำเนินการทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 ในหัวข้อ 2.1.2 ข้างต้น การศึกษาในลำดับถัดไปจะเป็นการวิเคราะห์และคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ดังกล่าว เพื่อทำการประมวลผลนโยบายและมาตรการอันประกอบด้วย 1) นโยบายและมาตรการด้านการเงิน จำนวน 1 นโยบาย/มาตรการ 2) ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME จำนวน 1 นโยบาย/มาตรการ และ 3) ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 1 นโยบาย/มาตรการ โดยการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการดังกล่าวจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์ที่สำคัญ จำนวน 3 หลักเกณฑ์ ได้แก่ มูลค่าเงินงบประมาณหรือเงินสินเชื่ออนุมัติแล้วของนโยบาย/มาตรการ จำนวน กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย/มาตรการ และเป็นนโยบาย/มาตรการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) มูลค่าเงินงบประมาณหรือเงินสินเชื่ออนุมัติที่มีต่อ SME พิจารณาคัดเลือกนโยบาย/มาตรการที่มีมูลค่าเงินงบประมาณหรือเงินสินเชื่ออนุมัติที่มีต่อ SME ที่มีมูลค่าสูงเป็นลำดับแรก เนื่องจากระดับมูลค่าเงินงบประมาณหรือเงินสินเชื่อดังกล่าวเป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนถึงระดับความสำคัญของนโยบาย/มาตรการที่จะคัดเลือกมาทำการศึกษาและประมวลผล

2) จำนวนกลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์จากนโยบาย/มาตรการ พิจารณาคัดเลือกนโยบาย/มาตรการที่มีจำนวนกลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์ในระดับสูงเป็นลำดับแรก เนื่องจากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลประโยชน์ดังกล่าวนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนถึงระดับความสำคัญของนโยบาย/มาตรการที่จะคัดเลือกมาทำการศึกษาและประมวลผล

3) ระยะเวลาการดำเนินนโยบาย/มาตรการ (เป็นนโยบาย/มาตรการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564) พิจารณาคัดเลือกนโยบาย/มาตรการที่ดำเนินงานแล้วเสร็จหรือใกล้แล้วเสร็จเป็นลำดับแรก เพื่อดำเนินการศึกษาและประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐภายหลังสิ้นสุดโครงการ (Ex-post Evaluation) หรือช่วงก่อนสิ้นสุดโครงการ (Terminal Evaluation) ซึ่งจะสามารถประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานและความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME ในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติประสิทธิภาพ มิติประสิทธิผล และมิติผลกระทบ ได้

2.2. ผลการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการ ในปีงบประมาณ 2564

ดังที่กล่าวในหัวข้อ 2.1.3 ข้างต้น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้คัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 อันประกอบด้วย 1) นโยบายและมาตรการด้านการเงินหรือด้านการคลัง 1 นโยบาย/มาตรการ 2) ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME 1 นโยบาย/มาตรการ และ 3) ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ 1 นโยบาย/มาตรการ โดยการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการดังกล่าวจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์ที่สำคัญ จำนวน 3 หลักเกณฑ์ ได้แก่ มูลค่าเงินงบประมาณหรือเงินสินเชื่อที่อนุมัติแล้วของนโยบาย/มาตรการ จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย/มาตรการ และเป็นนโยบาย/มาตรการที่มีระยะเวลาดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 โดยมีรายละเอียดผลการคัดเลือก ดังนี้

2.2.1 ด้านการเงิน: โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.

สำหรับด้านการเงินการคลัง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้คัดเลือกโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. เพื่อทำการวิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นโครงการที่มีวงเงินโครงการในระดับสูง และมีจำนวนผู้ได้รับประโยชน์/ผลกระทบในระดับสูง โดยในปีงบประมาณ 2564 มีวงเงินค้ำประกันสินเชื่อ รวมทั้งสิ้น 233,191.82 ล้านบาท จำนวนผู้ประกอบการ 238,323 ราย วงเงินสินเชื่อรวมทั้งสิ้น 255,029.26 ล้านบาท (1.09 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน) และสามารถรักษาการจ้างงานรวม 2,505,480 ราย (10.51 ราย ต่อ SME) ดังแสดงในตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 2.7 การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการเงินการคลัง

มาตรการ/นโยบาย	หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME		
	มูลค่าเงินงบประมาณหรือเงินสินเชื่อที่อนุมัติที่มีต่อ SME ในปีงบประมาณ 2564	จำนวนกลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์ในปีงบประมาณ 2564	ระยะเวลาการดำเนินนโยบาย/มาตรการในปีงบประมาณ 2564
1. การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของสถาบันการเงินผ่านการปรับโครงสร้างหนี้ ¹⁾	X	✓	✓
2. การให้สินเชื่อใหม่ผ่านการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ผ่านสินเชื่อฟื้นฟูของ ธปท. (โครงการสินเชื่อฟื้นฟูของ ธปท.)	X	X	✓
3. การให้สินเชื่อใหม่ผ่านโครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (soft loan) ของ ธปท. (ปัจจุบัน ปิดรับคำร้องขอแล้ว)	X	X	✓
4. โครงการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)	✓	✓	✓
5. มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริม SME ปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่เศรษฐกิจดิจิทัล	X	✓	✓
6. มาตรการขยายเวลาการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม	X	✓	✓

หมายเหตุ: ¹⁾ มาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของสถาบันการเงินผ่านการปรับโครงสร้างหนี้ แม้ว่าจะมีมูลค่าในระดับสูงคือ เท่ากับ 3.19 ล้านล้านบาท อย่างไรก็ตาม มูลค่าดังกล่าวเป็นมูลค่าในการปรับโครงสร้างหนี้ เช่น การยืดหรือขยายระยะเวลาชำระหนี้ พักชำระเงินต้น ลดอัตราดอกเบี้ย และยกหรือผ่อนปรนดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น มิใช่เป็นมูลค่าในการให้สินเชื่อใหม่

²⁾ ✓ เป็นโครงการที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

³⁾ X เป็นโครงการที่ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

ที่มา: นำเสนอโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

โครงการการให้สินเชื่อเพื่อเสริมสภาพคล่องของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) ดังกล่าว ประกอบด้วย 3 โครงการย่อย ได้แก่ 1) โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อย มีวงเงินโครงการรวมทั้งสิ้น 128,000 ล้านบาท และมีมูลค่าสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ 12,252 ล้านบาท โดยมีสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) 2) โครงการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ ภายใต้ พ.ร.ก. การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2564 มีวงเงินโครงการรวมทั้งสิ้น 350,000 ล้านบาท และมีมูลค่าสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ 252,945 ล้านบาท โดยมีสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธ.ก.ส. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) และธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และ 3) โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME มีวงเงินโครงการรวมทั้งสิ้น 318,974 ล้านบาท และมีมูลค่าสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ 179,429 ล้านบาท โดยมีสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธ.ก.ส. SME Bank ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย EXIM Bank และบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) (ข้อมูลจาก ธปท. ณ 31 ม.ค. 2565) (รายละเอียดโครงการของสถาบันการเงินเฉพาะกิจต่าง ๆ แสดงดังตารางที่ 2.9-2.11)

ทั้งนี้ ภายใต้โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจดังกล่าว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้คัดเลือกมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. มาดำเนินการศึกษาและประเมินผล เนื่องจากเป็นโครงการที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกทั้งสามหัวข้อ ได้แก่ มูลค่าเงินสินเชื่อที่อนุมัติที่มีต่อ SME จำนวนกลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์จากนโยบาย/มาตรการ และระยะเวลาการดำเนินนโยบาย/มาตรการ (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2.8) โดยมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ดังกล่าว ประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่

1) **โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SME สร้างชาติ (PGS9):** จากผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 พบว่า มีวงเงินค้ำประกันรวม 81,721.16 ล้านบาท จำนวนผู้ประกอบการ 19,731 ราย และวงเงินสินเชื่อรวม 100,397.08 ล้านบาท หรือคิดเป็น 1.23 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน ตลอดจนสามารถรักษาระดับการจ้างงานรวม 509,260 คน (25.81 คน ต่อ SME)

2) **โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro4):** จากผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 พบว่า มีวงเงินค้ำประกันรวม 20,527.24 ล้านบาท จำนวนผู้ประกอบการ 177,276 ราย และวงเงินสินเชื่อรวม 20,598.39 ล้านบาท หรือคิดเป็น 1.003 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน ตลอดจนสามารถรักษาระดับการจ้างงานรวม 728,528 คน (4.11 คน ต่อ SME)

3) **โครงการ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟู:** จากผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 พบว่า มีวงเงินค้ำประกันรวม 130,943.42 ล้านบาท ผู้ประกอบการ 41,316 ราย และวงเงินสินเชื่อรวม 134,033.79

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ หรือคิดเป็น 1.02 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน ตลอดจนสามารถรักษาระดับการจ้างงานรวม 1,267,692 คน (30.68 คน ต่อ SME) (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2.12)

ตารางที่ 2.8 การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ภายใต้โครงการให้สินเชื่อ แก่ลูกหนี้รายย่อยและ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

สถาบันการเงินเฉพาะกิจ	หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริม และสนับสนุน SME		
	มูลค่าเงิน งบประมาณหรือ เงินสินเชื่อที่อนุมัติ ที่มีต่อ SME ในปีงบประมาณ 2564	จำนวน กลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์ ในปีงบประมาณ 2564	ระยะเวลาการดำเนิน นโยบาย/มาตรการ ในปีงบประมาณ 2564
1. ธนาคารออมสิน	X	X	✓
2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)	X	X	✓
3. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank)	X	X	✓
4. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)	X	X	✓
5. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย	X	X	✓
6. บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ¹⁾ ✓ เป็นโครงการที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

²⁾ X เป็นโครงการที่ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

ที่มา: นำเสนอโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.9 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)

	เงินทุนหมุนเวียนเพื่อการดำรงชีพ		
โครงการ	(1) สินเชื่อสู้ภัย COVID-19	(2) สินเชื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ	(3) สินเชื่อसानฝันสร้างอาชีพ
วงเงินโครงการ (วงเงินคงเหลือ ณ 31 ม.ค. 65)	รวม 20,000 ล้านบาท (แหล่ง: 10,000 ล้านบาท) คงเหลือ 11,148 ล้านบาท	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 4,468 ล้านบาท	30,000 ล้านบาท คงเหลือ 29,280 ล้านบาท
คุณสมบัติลูกหนี้	ผู้มีรายได้ประจำ/ผู้ประกอบการ อาชีพอิสระ/เกษตรกร ที่จำเป็นต้องใช้จ่ายเงินฉุกเฉิน	1.เป็นบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ 2.มีถิ่นที่อยู่อาศัย และ สถานประกอบการแน่นอน 3.ไม่เป็นลูกจ้าง พนักงาน ผู้บริหาร หรือกรรมการของ ธ.ออมสิน 4.เป็นผู้เริ่มประกอบอาชีพ / ผู้ประกอบการรายย่อย / ผู้ประกอบการขนาดเล็ก / ผู้เจ็บทิ้งธุระสาธารณะ ที่ผ่านการฝึกอบรม จากหน่วยงานภาครัฐ / เอกชน ที่มีความน่าเชื่อถือ หรือ มี ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพดังกล่าวแล้ว	เกษตรกร/ทายาทหรือบุคคลในครัวเรือนเกษตรกร/ บุคคลทั่วไป ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ที่มี แผนในการประกอบอาชีพเกษตรหรือประกอบการ เกษตรตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หรือ อาชีพนอกภาคการเกษตร หรืออาชีพที่มีลักษณะเป็น การลงทุนค้าขายเพื่อเลี้ยงชีพในครัวเรือนซึ่งใช้เงิน ลงทุนไม่มากนัก
วงเงินต่อราย	ไม่เกิน 10,000 บาท	ไม่เกิน 3 แสนบาท	ไม่เกิน 100,000 บาท
อัตราดอกเบี้ย/ อัตรากำไร	0.35% ต่อเดือน ปลอดชำระหนี้ต้นและดอกเบี้ย 6 งวดแรก และสามารถกำหนดคืนพร้อมต้น แต่เมื่อรวมแล้วต้องไม่เกิน 3 ปี	3.99% ต่อปี	กรณีค่าใช้จ่าย : 4.0% กรณีค่าลงทุน: ปี 1-3 = 4.0% ปีที่ 4-5 = MRR ปลอดชำระหนี้ต้น 2 ปีแรก
อายุสัญญา	ไม่เกิน 3 ปี	ไม่เกิน 5 ปี	กรณีค่าใช้จ่าย:ไม่เกิน1ปี กรณีค่าลงทุน: ไม่เกิน5ปี
การยื่นขอ	สิ้นสุด 30 ก.ย. 65	สิ้นสุด 30 ก.ย. 65	สิ้นสุด 31 มี.ค. 67
ช่องทางติดต่อ	โทร. 1143 หรือ 1115 www.gsb.or.th หรือ Line : @BAAC Family	สินเชื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ – Government Savings Bank	โทร. 02 555 0555 หรือ Line : @BAAC Family หรือ สาขา ธ.ก.ส. ที่ทั่วประเทศ

ตารางที่ 2.9 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) (ต่อ)

โครงการ	สินเชื่อเพื่อแก้ปัญหานี้อระบบ			
	(4) สินเชื่อโครงการธนาคาร ประชาชน เพื่อแก้ปัญหานี้อระบบ	(5) โครงการแก้ปัญหานี้อระบบของ เกษตรกรและบุคคลในครัวเรือน	(6) โครงการชำระหนี้เงิน (Smart Cash)	(7) โครงการสินเชื่ออาชีพเสริม เพิ่มรายได้
วงเงินโครงการ (วงเงินคงเหลือ ณ 31 มี.ค. 65)	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 3,026 ล้านบาท		8,000 ล้านบาท คงเหลือ 7,982 ล้านบาท	
คุณสมบัติลูกหนี้	1. เป็นผู้ที่มีการประกอบอาชีพ 2. สัญชาติไทย มีอายุ 20 -60 ปีเมื่อรวมอายุ ของผู้กู้กับระยะเวลาที่ชำระหนี้ 3. มีถิ่นที่อยู่แน่นอน มีสถานที่ประกอบอาชีพ สามารถติดต่อได้ 4. เป็นผู้ลงทะเบียนหนี้อระบบ (มร.1) สามารถลงทะเบียนได้ในวันที่ขอกู้จากธนาคาร	เป็นเกษตรกรและบุคคลในครัวเรือน ของเกษตรกรที่มีหนี้อระบบ ในพื้นที่ทั่วประเทศ	1. ลูกค้ำโครงการแก้ปัญหานี้อระบบ ของธนาคารที่สามารถชำระหนี้เงินกู้ได้อย่าง น้อย 2 งวดชำระ และไม่บ่อยกว่าร้อยละ 20 ของวงเงินกู้ และไม่เป็น NPLs 2. ผ่านการพัฒนาและมีรับรองหรือ หลักฐานการพัฒนา/อบรมตามที่กำหนด	1. เป็นลูกค้ำโครงการแก้ปัญหานี้อระบบ ของธนาคาร ที่ชำระหนี้ดี ไม่เป็นหนี้ค้าง ชำระหรือหนี้ NPLs 2. ผ่านการพัฒนาและมีรับรองหรือ หลักฐานการพัฒนา/อบรมตามที่กำหนด
วงเงินต่อราย	ไม่เกิน 50,000 บาท	- วงเงินกู้ไม่เกิน 100,000 บาท/ราย - กรณีมีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการสงวนที่ดิน ทำกินที่ลูกหนี้ใช้ที่ดินในการจำนอง: วงเงินกู้ไม่เกิน 150,000 บาท/ราย	ไม่เกิน 50,000 บาท	ไม่เกิน 100,000 บาท
อัตราดอกเบี้ย/ อัตราทำไร	1% ต่อเดือน	12% ต่อปี	MRR+ (0 ถึง 3) ต่อปี	6 เดือนแรก = 0% ต่อปี เดือนที่ 7 เป็นต้นไป = MRR ต่อปี
อายุสัญญา	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 12 ปี	ไม่เกิน 12 เดือน	ไม่เกิน 10 ปี
การยื่นขอ	ไม่ได้กำหนดระยะเวลาสิ้นสุด	สิ้นสุด 31 มี.ค. 66	สิ้นสุด 31 มี.ค. 66	สิ้นสุด 31 มี.ค. 66
ช่องทางติดต่อ	สาขา ธ.ออมสิน ทั่วประเทศ	โทร. 02 555 0555 หรือ สาขา ธ.ก.ส. ทั่วประเทศ	โทร. 02 555 0555 หรือ สาขา ธ.ก.ส. ทั่วประเทศ	โทร. 02 555 0555 หรือ สาขา ธ.ก.ส. ทั่วประเทศ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.9 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) (ต่อ)

	สินเชื่อช่วยเหลือน้ำท่วม		เงินทุนหมุนเวียนเพื่อการเกษตร
โครงการ	 (8) สินเชื่อเพื่อช่วยเหลือ ผู้ประกอบการรายย่อย	 (9) สินเชื่อเคหะแก่ ผู้ประกอบการรายย่อย	 (10) สินเชื่อวัฒนธรรมดีมีเงินทุน
วงเงินโครงการ	ไม่ได้กำหนดวงเงิน	ไม่ได้กำหนดวงเงิน	60,000 ล้านบาท คงเหลือ 59,844 ล้านบาท
คุณสมบัติลูกหนี้	1. เป็นผู้ประสบปัญหาจากภัยพิบัติ เช่น อุทกภัย วิกฤตภัย แผ่นดินไหว ภัยแล้ง ภัยหนาว และรวมถึง ผู้ประกอบการ และรวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย 2. มีอายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และเมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาชำระหนี้ต้องไม่เกิน 65 ปี 3. เป็นผู้กู้ที่อยู่นอกเขตเมือง สามารถติดต่อได้ 4. ไม่เป็นลูกจ้าง พนักงาน ผู้บริหาร หรือกรรมการ ของธนาคารออมสิน	1. มีอายุครบ 20 ปีขึ้นไป เมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาที่ชำระหนี้ต้องไม่เกิน 65 ปี ยกเว้น เจ้าของกิจการที่สามารถพิสูจน์รายได้ที่แน่นอน เมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาชำระหนี้ต้องไม่เกิน 70 ปี 2. มีอาชีพและรายได้แน่นอน 3. เป็นลูกค้ารายเดิมหรือลูกค้ารายใหม่ที่ได้รับความสะดวกหรือความช่วยเหลือจากภัยพิบัติ 4. กรณีลูกค้านำสินเชื่อกะเดิมที่มีหนี้ค้างชำระ ให้ชำระยอดค้างทั้งหมดก่อนเข้าร่วมมาตรการ	เกษตรกร บุคคลทั่วไป ที่มีทักษะ และประสบการณ์ มีแนวคิดในการใช้วัฒนธรรม/เทคโนโลยี หรือนำการฝึกอบรมจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน
วงเงินต่อราย	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	ไม่เกิน 1 ล้านบาท	ขึ้นอยู่กับแผนการประกอบอาชีพ หรือแผนธุรกิจ
อัตราดอกเบี้ย	ปีที่ 1 = 0% ปีที่ 2 - 5 = 0.85% ต่อเดือน ปลอดชำระคืนเงิน 3 เดือนแรก	ปีที่ 1 = 0% ปีที่ 2 - 3 = 3.00% ต่อปี ปีที่ 4 = MRR-0.75% ต่อปี	กรณีค่าใช้จ่าย : 4.0% กรณีค่าลงทุน: ปี 1-3 = 4.0% ปีที่ 4 เป็นต้นไป = MRR ปลอดชำระหนี้เงินต้น 3 ปีแรก
อายุสัญญา	3 - 5 ปี	ไม่เกิน 40 ปี	กรณีค่าใช้จ่าย:ไม่เกิน1ปี กรณีค่าลงทุน: ไม่เกิน10ปี
การยื่นขอ	ภายใน 3 เดือนนับตั้งแต่วันที่ประกาศภัยพิบัติหรือวันที่ประสบภัยพิบัติ	ภายใน 3 เดือนนับตั้งแต่วันที่ประกาศภัยพิบัติหรือวันที่ประสบภัยพิบัติ	สิ้นสุด 31 มี.ค. 67
ช่องทางติดต่อ	Ins. 1115 www.gsb.or.th	Ins. 1115 www.gsb.or.th	Ins. 02 555 0656 หรือ Line : @BAAC Family หรือ สาขา อ.บ.อ. ก่อปลื้มเขต

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ 31 มกราคม 2565

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (สืบค้นข้อมูล ณ 29 เมษายน 2565)

ตารางที่ 2.10 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการภายใต้ พ.ร.ก. การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2564 ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)

ธนาคาร	 ธนาคารออมสิน	 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	 ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	 ธนาคารเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	 ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
คุณสมบัติลูกหนี้	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย 2. มีวงเงินสินเชื่อเดิมกับธ.ออมสิน ณ 28 ก.พ. 64 ไม่เกิน 500 ล้านบาท และ ไม่เป็น NPL ณ 31 ธ.ค. 62 หรือไม่มีวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับ สง.ใด ณ 28 ก.พ.64 3. ไม่เป็นบริษัทจดทะเบียนใน SET ยกเว้น MAI 4. ไม่เป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการเงิน 5. ไม่ใช่ลูกหนี้ Refinance 6. ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย 2. มีวงเงินสินเชื่อเดิมกับ ธ.ก.ส ที่ วงเงินไม่เกิน 500 ล้านบาท ณ 31 ธ.ค. 62 หรือเป็นลูกหนี้ที่ไม่มีวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับสถาบันการเงินทุกแห่ง ณ 28 ก.พ. 64 (ไม่รวมสินเชื่ออุปโภคบริโภค) 3. ไม่เป็นบริษัทหลักทรัพย์จดทะเบียนใน SET 4. ไม่เป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการเงิน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นผู้ประกอบการเดิมของ ธสน. ที่มีวงเงินไม่เกิน 500 ล้านบาท ณ 28 ก.พ. 64 2. เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ไม่มีวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินใดๆ ณ 28 ก.พ. 64 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ประกอบการ SMEs ประเภทบุคคลธรรมดา/นิติบุคคล จดทะเบียนในประเทศไทย 2. ลูกค้าเดิม: มีวงเงินไม่เกิน 500 ล้านบาท ณ 31 ธ.ค. 62 หรือ 28 ก.พ. 64 3. ลูกค้าใหม่: ไม่มีวงเงินสินเชื่อธุรกรรมกับสถาบันการเงินอื่น ณ 28 ก.พ. 64 4. ไม่เป็น NPL ณ 31 ธ.ค. 62 5. ไม่เป็นบริษัทจดทะเบียนใน SET ยกเว้น MAI 6. ไม่เป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการเงิน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประกอบธุรกิจในประเทศไทย 2. มีวงเงินสินเชื่อเดิมกับ ธอท. ณ 28 ก.พ. 64 ไม่เกิน 500 ล้านบาท และ ไม่เป็น NPL ณ 31 ธ.ค. 62 หรือไม่มีวงเงินสินเชื่อธุรกิจกับ สง.ใด ณ 28 ก.พ. 64 3. ไม่เป็นบริษัทหลักทรัพย์จดทะเบียนใน SET 4. ไม่เป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการเงิน 5. มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจ
วงเงินต่อรายได้	<p>ลูกค้าเดิม: ไม่เกิน 30% ของวงเงินสินเชื่อ (ไม่รวมสินเชื่ออุปโภคบริโภค) ณ 31 ธ.ค. 62 หรือ ณ 28 ก.พ. 64 แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าแต่ต้องไม่เกิน 150 ล้านบาท</p> <p>ลูกค้าใหม่: ไม่เกิน 20 ล้านบาท รวมทุกสถาบันการเงิน</p>	<p>ลูกค้าเดิม: ไม่เกิน 30% ของวงเงินสินเชื่อ (ไม่รวมสินเชื่ออุปโภคบริโภค)) ณ 31 ธ.ค. 62 หรือ ณ 28 ก.พ. 64 แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าแต่ต้องไม่เกิน 150 ล้านบาท (นับรวมสินเชื่อ soft loan เดิมด้วย)</p> <p>ลูกค้าใหม่: ไม่เกิน 20 ล้านบาท รวมทุกสถาบันการเงิน</p>	<p>ลูกค้าเดิม: สูงสุดไม่เกิน 30% ของวงเงินสินเชื่อ ณ 31 ธ.ค. 62 หรือ ณ 28 ก.พ. 64 แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าแต่ต้องไม่เกิน 150 ล้านบาท</p> <p>ลูกค้าใหม่: ไม่เกิน 20 ล้านบาท รวมทุกสถาบันการเงิน</p>	<p>ลูกค้าเดิม: สูงสุดไม่เกิน 30% ของวงเงินสินเชื่อ ณ 31 ธ.ค. 62 หรือ ณ 28 ก.พ. 64 แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า (ไม่รวมสินเชื่ออุปโภคบริโภค)</p> <p>ลูกค้าใหม่: ไม่เกิน 20 ล้านบาท</p>	<p>ลูกค้าเดิม: ไม่เกิน 30% ของวงเงินสินเชื่อ (ไม่รวมสินเชื่ออุปโภคบริโภค)) ณ 31 ธ.ค. 62 หรือ ณ 28 ก.พ. 64 แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าแต่ต้องไม่เกิน 150 ล้านบาท</p> <p>ลูกค้าใหม่: ไม่เกิน 20 ล้านบาท รวมทุกสถาบันการเงิน</p>
อัตราดอกเบี้ย/อัตรากำไร	<p>ปีที่ 1-2 = 2.0%/ปี ปีที่ 3 = 6.5%/ปี</p> <p>ปีที่ 4 = 7.0%/ปี ปีที่ 5 = 7.5%/ปี</p> <p>ปีที่ 6-10: P/N= MOR+2%/ปี</p>	<p>ปีที่ 1-2 = 2.00%/ปี (รัฐบาลรับประกันการจ่ายดอกเบี้ยแทนในช่วง 6 เดือนแรก)</p> <p>ปีที่ 3-5 = 4.875%/ปี หรือ 6.50%/ปี ตามประเภทลูกค้า</p>	<p>ปีที่ 1-2 = 2.00%/ปี</p> <p>ปีที่ 3 = 4.00%/ปี</p> <p>ปีที่ 4 = 6.00%/ปี</p> <p>ปีที่ 5 = 7.00%/ปี</p>	<p>ดอกเบี้ย 2% ใน 2 ปีแรก (รัฐบาลรับประกันการจ่ายดอกเบี้ยแทนในช่วง 6 เดือนแรก)</p> <p>ตลอด 5 ปีแรก เฉลี่ยไม่เกิน 5%</p>	<p>ปีที่ 1-2 = 2.00%/ปี</p> <p>ปีที่ 3-5 ไม่เกิน 7.0%/ปี (รัฐบาลรับประกันการจ่ายกำไรแทนในช่วง 6 เดือนแรก)</p>

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ธนาคาร	ธนาคารออมสิน	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	ธนาคารเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
	: L/T = MLR+2%/ปี (รัฐบาลรับภาระจ่ายดอกเบี้ยแทนในช่วง 6 เดือนแรก)				
อัตราค่าธรรมเนียม สบย.	ไม่ได้ระบุไว้	ไม่เกิน 1.75% /ปี	ไม่ได้ระบุไว้	ตามเกณฑ์ สบย.	ปีที่1-2 = 1.75%/ปี ปีที่3-5 = 1.00%/ปี
อายุสัญญา	10 ปี	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 7 ปี	5 ปี
การจ่ายเงินต้น+ดอกเบี้ย	L/T: ปลอดชำระเงินต้นไม่เกิน 24 เดือน	ปลอดชำระหนี้เงินต้นและดอกเบี้ย 6 เดือนแรก	ปลอดชำระหนี้ดอกเบี้ยสูงสุด 6 เดือน	เงินกู้ระยะยาวปลอดชำระหนี้เงินต้นสูงสุด 12 เดือน	- สินเชื่อที่มีกำหนดระยะเวลา/ สินเชื่อหมุนเวียนปลอดชำระ กำไร 6เดือน - การปลอดชำระเงินต้นสำหรับ สินเชื่อที่มีกำหนดระยะเวลา พิจารณาตามความจำเป็นของ ลูกค้า
เงื่อนไขอื่น	ใช้ บสย. ค่าประกันเท่านั้น	ใช้ บสย. ค่าประกันเท่านั้น	บสย.ค่าประกันในสัดส่วน 100% และ บุคคลหรือนิติบุคคลค้ำประกัน	-	บสย.ค่าประกันในสัดส่วน 100% ตาม สัญญาสินเชื่อ
การยื่นขอ	สิ้นสุด 9 เม.ย. 66	สิ้นสุด 9 เม.ย. 66	สิ้นสุด 9 เม.ย. 66	2 ปีนับจากประกาศ พ.ร.ก.๑ (10 เม.ย. 64)	จนกว่าจะเต็มวงเงินโครงการหรือตามที่ รท.กำหนด
ช่องทางติดต่อ	สาขา ธ.ออมสินทั่วประเทศ	โทร 002-555-0555	www.exim.go.th หรือ โทร 02-271-3700	สาขา ธพว. ทั่วประเทศ หรือช่องทาง ออนไลน์ต่างๆของ www.smebank.co.th	สาขา ธอท. iBankcall 1302

หมายเหตุ: ข้อมูล ณ 31 มกราคม 2565

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (สืบค้นข้อมูล ณ 29 เมษายน 2565)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.11 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs)

โครงการ	การท่องเที่ยว		การค้าและบริการ		
	(1) สินเชื่อฟื้นฟูท่องเที่ยวไทย	(2) ธุรกิจชุมชนสร้างไทย ¹⁾	(3) โครงการสินเชื่อ SMEs มีที่ มีเงิน สำหรับธุรกิจ Small SMEs	(4) สินเชื่อ DxO เพื่อร้านค้า Department Store	(5) สินเชื่อธุรกิจ GSB Smooth Biz
วงเงินโครงการ (วงเงินคงเหลือ ณ 31 ม.ค. 65)	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 3,148 ล้านบาท	50,000 ล้านบาท คงเหลือ 33,625 ล้านบาท	10,000 ล้านบาท คงเหลือ 9,166 ล้านบาท	2,000 ล้านบาท คงเหลือ 1,986 ล้านบาท	ไม่กำหนดวงเงิน
คุณสมบัติลูกหนี้	1. บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศซึ่งมีบุคคลสัญชาติไทยถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียน ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและ Supply Chain รวมไปถึงผู้ประกอบการซึ่งได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 2. ประกอบกิจการมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี	1. ดำเนินธุรกิจในลักษณะตลาดเป้าหมายสินค้า 2. กำหนดให้ต้องใช้ธุรกรรมทางการเงินของธนาคาร 3. จัดสรรประโยชน์เพื่อใช้หักภาษีหรือชดเชย 4. เป็นวิสาหกิจชุมชน	1. เป็นบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ 2. มีสัญชาติหรือทะเบียนตามกฎหมายไทย (ทั้งนี้ กรณีที่ 1. หรือ 2. ต้องเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19) 3. ต้องไม่เป็นผู้ประกอบการ สมอี 3.1 ไม่เป็นผู้ประกอบการสุภาพชนเก่า หรือธุรกิจที่มีสินเชื่อที่ลักษณะเดียวกับธนาคาร 3.2 ไม่เป็นผู้ประกอบการที่กู้ยืมเงิน เช่น ธุรกิจรถเช่า หรือโรงแรม	ติดต่อสาขา ธ.ออมสินทั่วประเทศ	1. บุคคลธรรมดาสัญชาติไทย อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ 2. มีสัญชาติหรือทะเบียนตามกฎหมายไทย (ทั้งนี้ กรณีที่ 1. หรือ 2. ต้องประกอบธุรกิจ มาตรการสินเชื่อ บริการผู้ประกอบการวิสาหกิจสังคม Social Enterprise)
วงเงินต่อราย	ไม่เกิน 5 แสนบาท	1. กลุ่มเกษตร + บุคคล ไม่เกิน 100 ล้านบาท /9 แห่งของทุนตนเอง 2. เกษตรกรของทุนหมู่บ้านไม่เกิน 80 ล้านบาท 3. อื่นๆ ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ให้กู้ไม่เกินร้อยละ 70 ของราคาประเมินที่ดินของทางราชการ	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	ไม่เกิน 20 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	3.99%/ปี ปลอดเงินต้นไม่เกิน 2 ปี	ปีที่ 1-3 = 0.01%/ปี ปีต่อไปตามเกณฑ์ปกติของ ธ.ก.ส.	5.99%/ปี ตลอดอายุสัญญากู้เงิน	MOR-1%	หลักอัตราเป็นประกันเพิ่มเติมเงินกู้ 1. เงินระยะสั้น: ปีที่ 1-2 = 2.99%/ปี หลังจากนั้น = MOR+0.25%/ปี 2. เงินระยะยาว: ปีที่ 1-2 = 2.99%/ปี หลังจากนั้น = MLR+0.25%/ปี หลักอัตราเป็นประกันไม่น้อยกว่า 30% 1. เงินระยะสั้น: ปีที่ 1-2 = 3.99%/ปี หลังจากนั้น = MOR+0.75%/ปี 2. เงินระยะยาว: ปีที่ 1-2 = 3.99%/ปี หลังจากนั้น = MLR+0.75%/ปี
อายุสัญญา	7 ปี	เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายหมุนเวียน: 12-18 เดือน เพื่อการลงทุน: 15-20 ปี	สูงสุดไม่เกิน 7 ปี ระยะปลอดชำระเงินต้น 2 ปี	ติดต่อสาขา ธ.ออมสินทั่วประเทศ	- เงินระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี ก็จะมีให้ผ่อนก่อนวงเงินทุกปี - เงินระยะยาวไม่เกิน 10 ปี
การยื่นขอ	สิ้นสุด 30 ก.ย. 65	1 ธ.ค. 62 - 30 พ.ย. 65	โทร. 1115 www.gsb.or.th	ติดต่อสาขา ธ.ออมสินทั่วประเทศ	โทร. 1115 www.gsb.or.th
ช่องทางติดต่อ	สาขา ธ.ออมสิน ทั่วประเทศ	Line : @BAAC Family	โทร. 1115 www.gsb.or.th		โทร. 1115 www.gsb.or.th

ตารางที่ 2.11 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) (ต่อ)

โครงการ	การค้าและบริการ				
	(6) สินเชื่อ SME ง่ายๆ	(7) สินเชื่อ SME ยืมได้	(8) สินเชื่อ SME D เด็ดทุน	(9) สนับสนุน SMEs รายย่อย	(10) สินเชื่อแฟคตอริง
วงเงินโครงการ (วงเงินคงเหลือ ณ 31 ม.ค. 65)	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 4,881 ล้านบาท	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 4,551 ล้านบาท	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 4,875 ล้านบาท	1,200 ล้านบาท คงเหลือ 888 ล้านบาท	ไม่ได้กำหนดวงเงิน
คุณสมบัติ ลูกหนี้	บุคคลธรรมดาที่จดทะเบียน VAT, นิติบุคคล, SMEs ที่ไม่เป็น บุคคลล้มละลาย	บุคคลธรรมดาที่จดทะเบียน VAT, นิติบุคคล, SMEs ที่ไม่เป็น บุคคลล้มละลาย	บุคคลธรรมดาที่จดทะเบียน VAT, นิติบุคคล, SMEs ที่ไม่เป็น NPL ณ วันที่ 1 ม.ค. 62 และ ณ วันที่ยื่นคำขอ	1. ต้องเป็นสมาชิก สสว. กรณีไม่ถึงปีทะเบียนกับ สสว. สามารถที่จะทะเบียนก่อนได้ 2. SMEs บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลรายย่อย (Micro) และขนาดย่อม (Small) ตามนิยาม สสว. 3. ไม่มีสถานะบุคคลล้มละลาย 4. ไม่เคยเป็นผู้ได้รับการช่วยเหลือเงินทุนในโครงการเงินทุน พลิกฟื้นฯ โครงการฟื้นฟูฯ หรือกองทุนพัฒนา SMEs ตาม แนวพระราชรัฐ	นิติบุคคล ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีคู่ค้าเป็น หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ราชการ ท้องถิ่น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
วงเงินต่อราย	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	บุคคล : ไม่เกิน 3 แสนบาท นิติบุคคล : ไม่เกิน 5 แสนบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	เริ่มต้น 5.5% ต่อปี	เริ่มต้น 6 % ต่อปี	เริ่มต้น 4.5% ต่อปี	1%/ปี (ปลอดเงินต้น 1 ปี)	เริ่มต้น 6.75 % ต่อปี
อายุสัญญา	ไม่เกิน 10 ปี	วงเงินหมุนเวียน	ไม่เกิน 10 ปี	7 ปี	ติดต่อสาขา สวท. ทั่วประเทศ
การยื่นขอ	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th	เริ่มต้น 11 ส.ค. 64	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th
ช่องทาง ติดต่อ	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th	สาขา สวท. ทั่วประเทศหรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ สวท. หรือ www.smebank.co.th

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.11 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) (ต่อ)

	การค้าและการบริการ		
	(11)	(12)	(13)
โครงการ	 สินเชื่อเสริมธุรกิจ รายย่อยมุสลิม ระยะที่ 3	 สินเชื่อ Small SMEs	 สินเชื่อ Back to Ibank
วงเงินโครงการ (วงเงินคงเหลือ ณ 31 ม.ค. 65)	200 ล้านบาท คงเหลือ 188 ล้านบาท	300 ล้านบาท คงเหลือ 297 ล้านบาท	300 ล้านบาท คงเหลือ 270 ล้านบาท
คุณสมบัติลูกหนี้	ผู้ประกอบการมุสลิมรายย่อย (ไม่รวม หาบเร่แผงลอย) มีทรัพย์สินทาวร (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 5 ล้านบาท	1. บุคคลธรรมดานิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจ SMEs (ไม่รวมถึงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์) 2. มีประสบการณ์ในการค้าเป็นธุรกิจไม่ต่ำกว่า 2 ปี	SMEs ภาคการผลิต การค้าและบริการ การนำเข้าและส่งออก ที่เป็น ผู้ประกอบการมุสลิม หรือผลิตสินค้าที่ได้รับเครื่องหมาย อย. หรือมีสถานประกอบการใน 5 จังหวัดชายแดนใต้
วงเงินต่อราย	ไม่เกิน 200,000 บาท	ไม่เกิน 20 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	15% ต่อปี	สินเชื่อที่กำหนดระยะเวลา: ปีที่ 1-3 = SPRL - 1%/ปี ปีที่ 4 เป็นต้นไป = SPRL - 0.5%/ปี วงเงินหมุนเวียน: SPRR - 0.5%/ปี	สินเชื่อที่กำหนดระยะเวลา: ปีที่ 1-3 = SPRL - 1.5%/ปี ปีที่ 4 เป็นต้นไป = SPRL - 0.5%/ปี วงเงินหมุนเวียน: SPR - 0.5%/ปี
อายุสัญญา	ไม่เกิน 5 ปี	10 ปี	10 ปี
การยื่นขอ	16 ก.พ. 64 - 31 ต.ค. 65	1 ม.ค. 65 - 31 ธ.ค. 65	1 ม.ค. 65 - 31 ธ.ค. 65
ช่องทางติดต่อ	https://www.ibank.co.th/ty/product/creditdetail/2020-04-28-10-58-01/2021-01-28-11-39-35	ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย: (ibank.co.th)	ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย: (ibank.co.th)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.11 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) (ต่อ)

โครงการ	การเกษตร		การส่งออก	
	(14) สินเชื่อสนับสนุน สถาบันเกษตรกร	(15) สินเชื่อเสริมแกร่ง SME เกษตร	(16) สินเชื่อ EXIM Biz Transformation Loan	(17) สินเชื่อสำหรับผู้ส่งออกขายแดง
วงเงินโครงการ (วงเงินคงเหลือ ณ 31 มี.ค. 65)	50,000 ล้านบาท คงเหลือ 2,089 ล้านบาท	30,000 ล้านบาท คงเหลือ 28,290 ล้านบาท	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 4,595 ล้านบาท	400 ล้านบาท คงเหลือ 290 ล้านบาท
คุณสมบัติ ลูกหนี้	สหกรณ์การเกษตร	บุคคล/เกษตรกร/นิติบุคคล/สหกรณ์ภาค เกษตร/วิสาหกิจชุมชน/กลุ่มเกษตรกร	ผู้ประกอบการทุกกลุ่มอุตสาหกรรม	1.เป็นนิติบุคคลไทย 2.ไม่เคยเป็น NPLs กับสถาบันการเงินใด หากเคยเป็น NPLs ต้องปรับ โครงสร้างหนี้แล้วและผ่อนชำระเป็นปกติ ไม่น้อยกว่า 12 งวดติดต่อกัน ทั้งนี้ กรณีมี บสย. ค่าประกันวงเงิน ให้สามารถปรับโครงสร้างหนี้แล้วและ ผ่อนชำระเป็นปกติ ไม่น้อยกว่า 3 งวดติดต่อกัน
วงเงินต่อราย	ตามที่ ธ.ก.ส. กำหนด	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 5 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	MLR-1%/ปี	ปีที่ 1-2 : 4%/ปี ตั้งแต่ปีที่ 3 คิดอัตราดอกเบี้ย MRR-1% หรือ MLR /MOR ตามประกาศวงเงินกู้ของงูงูงู	ปีที่ 1-2 = 2%/ปี ปีที่ 3-5 = Prime rate - 2%/ปี ปีที่ 6-7 = Prime rate/ปี	ปีที่ 1-2 = Prime rate - 0.75%/ปี ปีที่ 3-4 = Prime rate/ปี ปีที่ 5 เป็นต้นไป = Prime rate + 2%/ปี
อายุสัญญา	3 ปี	10 ปี	7 ปี	วงเงินหมุนเวียน
การยื่นขอ	1 เม.ย. 62 - 31 มี.ค. 65	1 เม.ย. 64 - 31 มี.ค. 67	สิ้นสุด 31 ก.ค. 65	1 มี.ค. 64 - 31 ธ.ค. 65
ช่องทางติดต่อ	Line : @BAAC Family	สาขา ธ.ก.ส. ทั่วประเทศ	สาขา ธสน. ทั่วประเทศ	www.exim.go.th หรือ โทร 02-271-3700 หรือ สาขา ธสน. ทั่วประเทศ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ตารางที่ 2.11 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ (SFIs) (ต่อ)

	สินเชื่อช่วยเหลือน้ำท่วม		อื่นๆ
โครงการ	 (18) สินเชื่อเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน SMEs ที่ประสบภัยพิบัติ	 (19) สินเชื่อฉุกเฉินเพื่อฟื้นฟูกิจการ	 (20) สินเชื่อเอ็กซิม Jump Start
วงเงินโครงการ (วงเงินคงเหลือ ณ 31 ม.ค. 65)	ไม่ได้กำหนดวงเงิน	ไม่ได้กำหนดวงเงิน	5,000 ล้านบาท คงเหลือ 4,148 ล้านบาท
คุณสมบัติลูกหนี้	1. เป็นลูกหนี้สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจเดิมของธนาคาร - สินเชื่อระยะยาว 1 ปีขึ้นไปชำระคืนโดยผู้กู้ - สินเชื่อระยะสั้น วัตถุประสงค์เพื่อหมุนเวียนกิจการ 2. สามารถยื่นกู้ได้ที่ธนาคารออมสินสาขาหน่วยงานเจ้าของบัญชีสินเชื่อเดิม 3. เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ประสบภัยพิบัติ และได้รับผลกระทบ	เป็นผู้ประกอบการใน 39 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัย	1. เป็นนิติบุคคลไทยที่จดทะเบียนในประเทศไทย 2. ส่วนของผู้ถือหุ้น (ปีล่าสุด) เป็นคนไทย 3. มีเงินคงเหลือไม่น้อยกว่า 1 ปี 4. ต้องไม่เป็นการ Refinance วงเงินสินเชื่อปัจจุบันที่มีอยู่ร่วมกับ ธสม.
วงเงินต่อราย	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	1. ลูกหนี้ที่มีวงเงินอนุมัติรวมไม่เกิน 1 ล้านบาท = ไม่เกิน 5 แสนบาท 2. ลูกหนี้ที่มีวงเงินอนุมัติรวมมากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท = ไม่เกิน 1 ล้านบาท 3. ลูกหนี้ที่มีวงเงินอนุมัติมากกว่า 5 ล้านบาท = ไม่เกิน 2 ล้านบาท ทั้งนี้รวมวงเงินเดิมแล้วไม่เกิน 15 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
อัตราดอกเบี้ย	ปีที่ 1 = 3.50% ต่อปี ปีที่ 2 เป็นต้นไป = MLR ต่อปี ปลอดชำระคืนเงินต้น 1 ปี	4.99% ต่อปี ปลอดชำระคืนเงินต้น 1 ปี	ปีที่ 1: 3% ปีที่ 2-4: 5% ปีที่ 5: Prime Rate
อายุสัญญา	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 5 ปี	5 ปี
การยื่นขอ	ภายใน 3 เดือนนับตั้งแต่วันที่ประกาศภัยพิบัติ หรือวันที่ประสบภัยพิบัติ	กรุณาติดต่อสาขา ธพว. กู้ทั่วประเทศ หรือ ช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของ ธพว. หรือ www.smebank.co.th	18 พ.ค. 64 - 31 พ.ค. 65
ช่องทางติดต่อ	โทร. 1115 www.gsb.or.th		สาขา ธสม. กู้ประเทศ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

**ตารางที่ 2.12 รายละเอียดโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการค้ำประกัน
สินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564**

โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS9)

โครงการ PGS9	วงเงินค้ำประกันรวม (ลบ.)	จำนวน ผู้ประกอบการ (ราย)	วงเงินสินเชื่อรวม (ลบ.)	รักษาการจ้างงานรวม (ราย)
เป้าหมาย	150,000.00	42,500	225,000 (1.5 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	-
ผลการดำเนินงาน ในปีงบประมาณ 2564	81,721.16	19,731	100,397.08 (1.23 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	509,260 (25.81 ราย ต่อ SME)

โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro4)

โครงการ Micro4	วงเงินค้ำประกันรวม (ลบ.)	จำนวน ผู้ประกอบการ (ราย)	วงเงินสินเชื่อรวม (ลบ.)	รักษาการจ้างงานรวม (ราย)
เป้าหมาย	25,000.00	100,000	25,000 (1 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	-
ผลการดำเนินงาน ในปีงบประมาณ 2564	20,527.24	177,276	20,598.39 (1.003 เท่าต่อวงเงิน ค้ำประกัน)	728,528 (4.11 ราย ต่อ SME)

โครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.

โครงการ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟู	วงเงินค้ำประกันรวม (ลบ.)	จำนวน ผู้ประกอบการ (ราย)	วงเงินสินเชื่อรวม (ลบ.)	รักษาการจ้างงานรวม (คน)
เป้าหมาย	200,000.00	-	-	-
ผลการดำเนินงาน ในปีงบประมาณ 2564	130,943.42	41,316	134,033.79 (1.02 เท่าต่อวงเงิน ค้ำประกัน)	1,267,692 (30.68 ราย ต่อ SME)

ที่มา: บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

2.2.2 ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME: นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

สำหรับด้านการพัฒนาศักยภาพ SME มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ดำเนินการคัดเลือกนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME เพื่อทำการวิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน เนื่องจากมีความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล นั่นก็คือ “นโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0)” ซึ่งมุ่งปรับเปลี่ยนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และสร้างมูลค่าสูง (Value-Based Economy) ซึ่งครอบคลุมถึงการพัฒนาเอสเอ็มอีไทย 4.0 ให้ผู้ประกอบการ SME สามารถปรับตัวให้ทันกับเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล และสามารถสู่ระบบการค้าแบบดิจิทัล (Business Transformation to Digital Economy) ตลอดจนสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย (Digital Economy) ซึ่งเป็นหนึ่งในวาระแห่งชาติ โดยส่วนหนึ่งมุ่งให้ผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation)

สำหรับการดำเนินงานที่ผ่านมา และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 รัฐบาลได้มีการขับเคลื่อนนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ดังกล่าวในหลายหน่วยงาน อาทิ สสว. กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจให้แก่ SME และเพื่อให้ SME สามารถปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเป็นการปรับตัวให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยได้ดำเนินการส่งเสริมศักยภาพและโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการ SME สร้างองค์ความรู้ด้านการตลาด/การตลาดออนไลน์ เพื่อพัฒนาสินค้าและศักยภาพ SME ไทย ตลอดจนสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการค้าทั้งภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยให้สามารถต่อยอดการดำเนินธุรกิจของตนและเติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการส่งเสริมด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมและวิจัยพัฒนา และสามารถนำหลักการดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง มาปรับใช้ให้ตรงกับศักยภาพของผู้ประกอบการ และศักยภาพของสินค้า อีกด้วย

ทั้งนี้ ประเมินว่า ในปีงบประมาณ 2564 งบประมาณของภาครัฐที่จัดสรรไปในนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ จะอยู่ที่ประมาณ 2,576.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.078 ของงบประมาณแผ่นดินโดยรวม (ที่มา: วิเคราะห์จากเอกสารงบประมาณ (ขาวคาดแดง) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564) และมี SME ที่ได้รับประโยชน์กว่า 99,000 ราย นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ได้ประเมิน มูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ในประเทศไทย ในปี 2564 ว่า มีมูลค่าประมาณ 4.01 ล้านล้านบาท (หรือคิดเป็นร้อยละ 24.75 ของ GDP) โดยมีสัดส่วนของมูลค่าอีคอมเมิร์ซในรูปแบบ B2C มากที่สุด คิดเป็นมูลค่ากว่า 2.03 ล้านล้านบาท (ร้อยละ 50.59) รองลงมา ได้แก่ B2B มีมูลค่า 1.09 ล้านล้านบาท (ร้อยละ 27.24) และ B2G มีมูลค่า 0.89 ล้านล้านบาท (ร้อยละ 22.17) โดยอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุตสาหกรรมการค้าปลีกและ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ
 การค้าส่ง มีมูลค่า 1.63 ล้านล้านบาท (ร้อยละ 52.14) อุตสาหกรรมข้อมูล ข่าวสาร และการสื่อสาร 4.77 แสน
 ล้านบาท (ร้อยละ 15.28) และอุตสาหกรรมการผลิต 4.76 แสนล้านบาท (ร้อยละ 15.25)

ตารางที่ 2.13 การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาศักยภาพ SME

มาตรการ/นโยบาย	หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริม และสนับสนุน SME	
	จำนวนกลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์ ในปีงบประมาณ 2564	ระยะเวลาการดำเนินนโยบาย/ มาตรการ ในปีงบประมาณ 2564
1. มาตรการบรรเทาผลกระทบต่อประชาชนกลุ่ม แรงงานและผู้ประกอบการอื่นเนื่องมาจาก ข้อกำหนดตามความในมาตรา 9 แห่ง พ.ร.ก. การกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 27)	X	✓
2. นโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ BCG Economy Model ยกระดับ SME	X	✓
3. นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาด ออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME	✓	✓

หมายเหตุ: ¹ นโยบายการนำแนวคิดพัฒนาธุรกิจ ด้วย BCG Economy Model ดังกล่าว มีแนวโน้มปรากฏเป็นรูปธรรม
 นับแต่ปี พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป ตัวอย่างเช่น ในกรณีของกระทรวงอุตสาหกรรม มีแนวทางการขับเคลื่อน BCG Model ปี
 พ.ศ. 2565-2569 เพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและ
 สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

² ✓ เป็นโครงการที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

³ X เป็นโครงการที่ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

ที่มา: นำเสนอโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.2.3 ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ: มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

สำหรับด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ดำเนินการคัดเลือกมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) เพื่อทำการวิเคราะห์และประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อ SME ในระดับสูงและเป็นวงกว้าง ทั้งนี้ จากสถิติจำนวนผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) พบว่า ในปีงบประมาณ 2564 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่หน่วยงานภาครัฐได้ทำการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้ประกอบการ SME คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่า 551,365.00 ล้านบาท และมีจำนวนผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ จำนวนทั้งสิ้น 98,094 กิจการ นอกจากนี้ มีสินค้าของผู้ประกอบการ SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ จำนวนทั้งสิ้น 649,005 รายการ โดยมาตรการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ SME มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดภาครัฐเพิ่มมากขึ้น

หลักการและเหตุผลของการดำเนินมาตรการ และรายละเอียดของมาตรการดังกล่าว มีดังนี้

<p>ความเป็นมา</p>	<p>คณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 ได้อนุมัติหลักการเกี่ยวกับ พัสตุรัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2563) โดยกฎกระทรวงกำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่ได้ขึ้นบัญชีรายการพัสดุและบัญชีรายชื่อไว้กับ สสว. ดังนั้น เพื่อให้การขับเคลื่อนมาตรการดังกล่าวเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม สสว. จึงได้จัดทำระบบการขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ เพื่อให้หน่วยงานของรัฐใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาจัดซื้อจัดจ้างจาก SME ตามข้อกำหนดในกฎกระทรวง รวมทั้ง สร้างการรับรู้ในวงกว้างไปยัง SME และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ SME มีโอกาสในการเข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐมากขึ้น โดยเฉพาะ SME ในพื้นที่ระดับจังหวัด</p>
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>ผู้ประกอบการ SME ที่เป็นนิติบุคคล/บุคคลธรรมดา/วิสาหกิจชุมชนที่มีคุณสมบัติตาม สสว. กำหนด ประกอบด้วย 1) ภาคการผลิต มีรายได้ไม่เกิน 500 ล้านบาทต่อปี และ 2) ภาคการค้าและบริการ มีรายได้ไม่เกิน 300 ล้านบาทต่อปี</p>
<p>สิทธิประโยชน์และโอกาสสำหรับ SME</p>	<p>สิทธิประโยชน์ตามกฎหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ผู้ประกอบการ SME ในแต่ละจังหวัด มีโอกาสได้รับการซื้อหรือจ้างจากหน่วยงานของรัฐในจังหวัดเดียวกันก่อนผู้ประกอบการจังหวัดอื่น (สิทธิประโยชน์ดังกล่าวได้ถูกยกเว้น ตั้งแต่วันที่ 31 ม.ค. 2565 เป็นต้นไป)

	<ul style="list-style-type: none"> ○ สามารถแข่งขันด้านราคาได้มากขึ้น ด้วยแต้มต่อไม่เกินร้อยละ 10 ในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธี e-Bidding และวิธีการคัดเลือกที่ใช้เกณฑ์ราคา <p>โอกาสที่ผู้ประกอบการ SME จะได้รับ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ สามารถเข้าถึงตลาดภาครัฐที่มีมูลค่าไม่น้อยกว่า 1.3 ล้านล้านบาทต่อปี ○ ได้รับการพัฒนาจาก สสว. หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้เข้าถึงตลาดภาครัฐ ○ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ
<p>สินค้าบริการที่ภาครัฐต้องการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ จากสถิติการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐของกรมบัญชีกลาง ในปีงบประมาณ 2564 พบว่า สินค้าที่ภาครัฐนิยมซื้อในลำดับต้น ๆ ได้แก่ เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์งานบ้านงานครัว เครื่องดนตรี อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์วิทยาศาสตร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และบริการทำความสะอาด/รักษาความปลอดภัย/ดูแลต้นไม้สนามหญ้า ○ ระบบทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (www.thaismegp.com) เปิดให้ผู้ประกอบการนำเสนอข้อมูลสินค้า และบริการทุกประเภทแก่หน่วยงานภาครัฐ
<p>การกำหนดแต้มต่อ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ กรณีการจัดซื้อจัดจ้างกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับงานซื้อ ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. ถ้าเป็น SME ได้แต้มต่อไม่เกินร้อยละ 10 2. ถ้าเสนอสินค้า Made in Thailand (MIT) ได้แต้มต่อไม่เกินร้อยละ 5 3. ถ้าเป็นทั้ง SME และเสนอสินค้า MIT ได้แต้มต่อไม่เกินร้อยละ 15

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และกรมบัญชีกลาง

ตารางที่ 2.14 การคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม

มาตรการ/นโยบาย	หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME	
	จำนวนกลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์ ในปีงบประมาณ 2564	ระยะเวลาการดำเนินนโยบาย/มาตรการ ในปีงบประมาณ 2564
1. มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)	✓	✓
2. ร่างกฎกระทรวงยกเว้นค่าธรรมเนียมให้แก่ผู้ประกอบการกิจการโรงงาน ซึ่งโรงงานตั้งอยู่ในเขตท้องที่ จ.นราธิวาส จ.ปัตตานี จ.ยะลา และใน 4 อำเภอ ของจังหวัดสงขลา	X	✓
3. มาตรการลดหย่อนค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมายที่ดินและตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดเพื่อสนับสนุนมาตรการสนับสนุนสินเชื่อ	X	✓
4. การลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งเสริม SME ภายใต้กรอบความร่วมมือสมาคมแห่งมหาสมุทรอินเดีย	X	✓

หมายเหตุ: ¹⁾ ✓ เป็นโครงการที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

²⁾ X เป็นโครงการที่ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในหัวข้อดังกล่าว

ที่มา: นำเสนอโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.3 แนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ประมวลผล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 ในครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แนวทางการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM) (ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, คู่มือการประเมินความคุ้มค่าในการปฏิบัติการกิจการภาครัฐ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2553)) 2) แนวทางการติดตามและประเมินผลตามแนวคิดขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) 3) แนวคิดด้านตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SMEs อาเซียนสำหรับ (ASEAN SME Policy Index) ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการด้านวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม และรายย่อยอาเซียน (ASEAN Coordinating Committee on MSMEs: ACCMSMEs) ร่วมกับ OECD (2018) และ 4) แนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ และค่าตัวคูณทวี (Multiplier)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ
ด้วยเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่เรียกว่า “บัญชีเมตริกซ์สังคม (Social Accounting Matrix: SAM)”
โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3.1 แนวทางการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM)

1) วัตถุประสงค์ของการประเมินความคุ้มค่า

การประเมินความคุ้มค่า หมายถึง การประเมินผลการดำเนินงาน อาทิ การดำเนินงานของภาครัฐว่าสามารถสร้างผลผลิตและผลลัพธ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด และมีผลประโยชน์ที่สมดุลกับทรัพยากรที่ใช้หรือไม่ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปทั้งผลสำเร็จที่พึงประสงค์และผลกระทบในทางลบที่เกิดขึ้นแก่ประชาชนและสังคม ทั้งที่สามารถคำนวณเป็นตัวเลขได้และไม่สามารถคำนวณเป็นเงินได้ (ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, คู่มือการประเมินความคุ้มค่าในการปฏิบัติภารกิจภาครัฐ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2553))

วัตถุประสงค์ของการประเมินความคุ้มค่า มี 3 ประการที่สำคัญ คือ

1) ประเมินว่าการปฏิบัติภารกิจมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และได้ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ประชาชนและภาครัฐ มากหรือน้อยกว่าค่าใช้จ่ายและผลเสียที่เกิดขึ้นเพียงใด และการปฏิบัติภารกิจดังกล่าวสร้างผลกระทบ (ทั้งเชิงบวกและลบ) และความยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ประชาชนและภาครัฐ มากน้อยเพียงใด

2) เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงาน อาทิ ส่วนราชการ ใช้ในการทบทวนและจัดลำดับความสำคัญในการเลือกปฏิบัติภารกิจ หรือเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงาน อาทิ ส่วนราชการ เพื่อพิจารณาขุบเลิกภารกิจ รวมทั้งการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

3) เป็นแนวทางในการพิจารณาจัดตั้งงบประมาณ อาทิ งบประมาณของส่วนราชการ ในปีต่อไป

2) กรอบการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM)

เพื่อให้การประเมินความคุ้มค่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดตามประเมินผลโครงการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และต่อประเทศชาติสูงสุด การติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการในครั้งนี้จึงใช้กรอบแนวคิดการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM) โดยอ้างอิงจากคู่มือการประเมินความคุ้มค่าในการปฏิบัติภารกิจภาครัฐ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2553) ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทั้งนี้ การประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM) ดังกล่าวจะครอบคลุมประเด็นสำคัญใน 4 มิติ ได้แก่ มิติประสิทธิผล มิติประสิทธิภาพ มิติผลกระทบ และมิติความยั่งยืน ซึ่งมีความหมายและตัวอย่างตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

1) มิติประสิทธิผล มีประเด็นการประเมิน 2 เรื่อง ได้แก่ การบรรลุวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติภารกิจ และความพึงพอใจต่อผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลผลิต

1.1) การบรรลุวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติภารกิจ หมายถึง การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติภารกิจ ซึ่งเป็นได้ทั้งสิ่งของหรือบริการ เทียบกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ เพื่อประเมินระดับความสำเร็จในการทำงานว่าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้เพียงใด และหากเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติภารกิจนั้นต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด จะเรียกประสิทธิผลของค่าใช้จ่าย (Cost-Effectiveness)

1.2) ความพึงพอใจต่อผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลผลิต เป็นการประเมินระดับความพอใจของผู้รับบริการและผู้ใช้ประโยชน์จากผลผลิตที่หน่วยงาน อาทิ ภาครัฐ เป็นผู้จัดทำ โดยผู้ใช้ประโยชน์อาจหมายถึง ประชาชนหรือหน่วยงานอื่น ที่ได้รับประโยชน์โดยตรง ในการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ใช้ประโยชน์จากผลผลิต จะประกอบด้วยด้านคุณภาพผลผลิตและบริการ ระยะเวลาที่ใช้ในการได้รับบริการของผู้ใช้ประโยชน์ ดังนั้น การวัดผลประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ จึงเป็นการวัดผลลัพธ์ (Outcome) ในระดับประสิทธิผล ส่วนการวัดความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายซึ่งนิยมใช้โดยทั่วไปนั้น จะเป็นการวัดประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน

ตัวชี้วัดเพื่อประเมินประสิทธิผล มีดังนี้

- ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมาย พิจารณาว่าผลการปฏิบัติภารกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหลักได้เพียงใด เพราะเหตุใด โดยคำนวณค่าประสิทธิผลเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย (Cost-Effectiveness)
- ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อผลประโยชน์จากการใช้บริการ เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อผู้ให้บริการ ซึ่งหน่วยงานผู้ให้บริการจะเป็น ผู้กำหนดกลุ่มผู้รับบริการ เช่น สอบถามจากประชาชนหรือส่วนราชการ และประเมินตามประเด็นที่ต้องการทราบ เพื่อนำผลการประเมินมาใช้เป็นข้อมูลปรับปรุงการดำเนินงาน

2) มิติประสิทธิภาพ หมายถึง การประเมินความเหมาะสมสอดคล้องของการใช้ทรัพยากรและกระบวนการทำงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตตามวัตถุประสงค์ โดยทั่วไปจะนำผลผลิตที่ได้เปรียบเทียบกับปัจจัยการผลิต นอกจากนี้การประเมินประสิทธิภาพยังรวมถึงการจัดหาทรัพยากรที่ได้มาตรฐาน และมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม รวมทั้งมีกระบวนการทำงานที่ประหยัดทรัพยากร ดังนั้น ประเด็นการประเมินมิติประสิทธิภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 เรื่อง ได้แก่ ประสิทธิภาพการผลิต และการประหยัด

2.1) ประสิทธิภาพการผลิต หมายถึง ความสอดคล้องของการใช้ทรัพยากรที่เป็นปัจจัย (Input) กระบวนการดำเนินงาน (Process) และผลผลิต (Output) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตตามวัตถุประสงค์ของภารกิจ

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

2.2) การประหยัด หมายถึง การจัดหาทรัพยากรในปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมด้วยต้นทุนที่ต่ำสุด ซึ่งประเด็นในการประเมิน อาทิ การลดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติการ ค่าใช้จ่ายในการจัดหาปัจจัยการผลิต เป็นต้น

ตัวชี้วัดเพื่อประเมินประสิทธิภาพ มีดังนี้

- ต้นทุนต่อหน่วย ประเมินต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนที่ประมาณการไว้ในขั้นตอนวางแผนว่าสูงหรือต่ำกว่าแผนอย่างไร เพราะเหตุใด
- สัดส่วนผลผลิตต่อทรัพยากร ประเมินผลผลิตภาพของการใช้ปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม
- สัดส่วนค่าใช้จ่ายจริงต่อค่าใช้จ่ายตามแผน
- สัดส่วนเวลาที่ใช้จริงในการให้บริการเทียบกับระยะเวลาที่กำหนด
- คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด เช่น มาตรฐานที่กำหนดตามคู่มือการประกันคุณภาพและควบคุมคุณภาพ
- ปริมาณผลผลิตที่ทำได้จริงเปรียบเทียบกับแผน
- ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกระบวนการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้รับบริการต่อผู้ให้บริการ ซึ่งหน่วยงานผู้ให้บริการจะเป็นผู้กำหนดกลุ่มผู้รับบริการ เช่น สอบถามจากประชาชนหรือส่วนราชการ และประเมินตามประเด็นที่ต้องการทราบ เพื่อนำผลการประเมินมาใช้เป็นข้อมูลปรับปรุงกระบวนการให้บริการ

3) มิติผลกระทบ หมายถึง ผลอันสืบเนื่องจากการปฏิบัติการ ทั้งที่คาดหวังหรือตั้งใจ และไม่ได้คาดหวัง ทั้งที่เกิดขึ้นระหว่างและภายหลังการปฏิบัติการ ที่อาจกระทบต่อการพัฒนาในมิติอื่น หรือการปฏิบัติการของหน่วยงานอื่น หรือประชาชน ทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มอื่น ทั้งในและนอกพื้นที่ การวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน อาทิ การดำเนินงานตามภารกิจภาครัฐ ครอบคลุมถึง ผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งผลกระทบด้านบวกและด้านลบ ในมิติที่สามารถประเมินในรูปตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ซึ่งมีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1) ผลกระทบต่อประชาชน ได้แก่ ผลกระทบที่ประชาชนได้รับจากการดำเนินงาน อาทิ การดำเนินงานตามภารกิจภาครัฐ ที่เป็นประโยชน์และความพึงพอใจ

3.2) ผลกระทบทางสังคม ได้แก่ ผลกระทบที่เกิดขึ้นแก่สังคมจากการดำเนินงาน อาทิ การดำเนินงานตามภารกิจภาครัฐ ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับโครงสร้างทางสังคม วิถีชีวิต อาชีพ วัฒนธรรม กฎบัญญัติ ชุมชน และการสร้างความเป็นธรรมให้สังคม

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

3.3) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงาน อาทิ การดำเนินงานตามภารกิจภาครัฐ เช่น ด้านมลภาวะ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านระบบนิเวศ และด้านภูมิสถาปัตยกรรม

3.4) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลกระทบต่อรายได้ประชาชาติและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การสร้างความเป็นธรรม การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้

3.5) ผลกระทบด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการเมือง และความมั่นคงของประเทศ
ตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลกระทบ มีดังนี้

- ในกรณีที่ภารกิจของหน่วยงานเป็นการดำเนินโครงการและสามารถคำนวณผลประโยชน์หรือผลเสียเป็นมูลค่าได้ หน่วยงานควรประเมินผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (B/C Ratio) ด้วย

- ในกรณีที่ภารกิจของหน่วยงานเป็นการดำเนินโครงการที่ไม่สามารถคำนวณผลประโยชน์หรือผลเสียเป็นมูลค่าได้ (คำนวณ B/C Ratio ไม่ได้) ควรระบุกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลกระทบและขนาดของผลกระทบให้ชัดเจน เช่น จำนวนประชาชน จำนวนพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ เป็นต้น

4) มิติความยั่งยืน หมายถึง การประเมินแผนงานหรือโครงการว่ามีความต่อเนืองยั่งยืนของผลลัพธ์และผลกระทบ ภายหลังจากการสิ้นสุดการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากหน่วยงาน อาทิ หน่วยงานภาครัฐ หรือไม่ โดยการประเมินความยั่งยืนดังกล่าวจะพิจารณาใน 4 ด้าน อันได้แก่ ด้านความอยู่รอด ของแนวคิดและวัตถุประสงค์ของโครงการ ด้านการมีส่วนผลักดันในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ด้านความเป็นไปได้ในการขยายผลของโครงการ และด้านระดับการพึ่งพาเงินงบประมาณภาครัฐ โดยวิเคราะห์จากตัวชี้วัดทั้งทางเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ทั้งนี้ การกำหนดตัวชี้วัดและแนวทางการประเมิน โดยใช้กรอบการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM) มีรายละเอียดดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.15 การกำหนดตัวชี้วัดและแนวทางการประเมิน โดยใช้แนวทางการประเมิน VFM

ประเภทของตัวชี้วัด	แนวทางการประเมิน	ประเภทของผลผลิต/โครงการที่เกี่ยวข้อง
การประเมินประสิทธิภาพ (Efficiency)		
<p>ต้นทุนต่อหน่วย (เชิงปริมาณ)</p>	<p>ประเมินต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง เปรียบเทียบกับต้นทุนที่ประมาณ การไว้ ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับ ผลผลิต (Output) เปรียบเทียบกับ ค่าใช้จ่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการที่สามารถประเมิน ประสิทธิผลได้จะสามารถ ประเมินต้นทุนต่อหน่วยได้ - ผลผลิต/โครงการที่ไม่สามารถ ประเมินประสิทธิผลได้ (เช่น การบริหารงานธุรการ) แต่สามารถประเมินผลผลิตใน เชิงการเงินได้ โดยคำนวณ ปริมาณงานของผลผลิต เปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย
<p>สัดส่วนผลผลิตต่อทรัพยากร (เชิงปริมาณ)</p>	<p>ประเมินผลผลิตภาพของการใช้ปัจจัย การผลิตแต่ละชนิด ซึ่งเป็นการ ประเมินผลระดับผลผลิต (Output) เปรียบเทียบกับการใช้ปัจจัยการ ผลิต (Input)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผลผลิต/โครงการที่ไม่สามารถ ประเมินผลผลิตในเชิงการเงินได้ แต่สามารถประเมินผลผลิตใน เชิงปัจจัยการผลิต ด้านคน และ ครุภัณฑ์ได้ โดยคำนวณปริมาณ งานของผลผลิตต่อหน่วย บุคลากร หรือต่อหน่วยครุภัณฑ์
<p>สัดส่วนเวลาที่ใช้จริงในการ ให้บริการเปรียบเทียบกับ ระยะเวลาที่กำหนด (เชิงปริมาณ)</p>	<p>วิเคราะห์ถึงความรวดเร็วในการ ทำงานอันเกิดจากการลดขั้นตอน และระยะเวลาในการให้บริการ ซึ่ง เป็นการประเมินผลระดับผลผลิต (Output) ในเชิงเวลา</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผลผลิต/โครงการที่ต้องการเพิ่ม ประสิทธิภาพด้านความเร็ว

ประเภทของตัวชี้วัด	แนวทางการประเมิน	ประเภทของผลผลิต/โครงการที่เกี่ยวข้อง
สัดส่วนค่าใช้จ่ายจริงต่อค่าใช้จ่ายตามแผน (เชิงปริมาณ)	วิเคราะห์ความประหยัดในการทำงานตั้งแต่ขั้นตอนการจัดทำปัจจัยการผลิตและระหว่างการผลิตดำเนินงาน ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับกระบวนการ (Process) จากการใช้ ปัจจัยการผลิต (Input)	- ผลผลิต/โครงการที่ต้องการให้เกิดความประหยัด (เช่น การลดค่าใช้จ่ายในปัจจัยการผลิต ทั้งบุคคลากร งบประมาณ และงบประมาณ รวมทั้งค่าสาธารณูปโภค ในกระบวนการผลิตหรือบริการ)
คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดตามคู่มือการประกันคุณภาพและควบคุมคุณภาพ (เชิงคุณภาพ)	วิเคราะห์คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดตามคู่มือการประกันคุณภาพและควบคุมคุณภาพ ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลผลิต (Output) ในเชิงคุณภาพ	- ผลผลิต/โครงการที่ต้องการให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานตามคู่มือการประกันคุณภาพและควบคุมคุณภาพในระดับสากลหรือในระดับประเทศ
ปริมาณผลผลิตที่ทำได้จริงเปรียบเทียบกับแผน (เชิงปริมาณ)	วิเคราะห์ปริมาณผลผลิตที่ทำได้จริงเปรียบเทียบกับแผน ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลผลิต (Output) ในเชิงปริมาณ	- ผลผลิต/โครงการที่ต้องการให้ได้ปริมาณผลผลิตที่ทำได้จริงเปรียบเทียบกับแผน
ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกระบวนการให้บริการ (เชิงคุณภาพ)	สำรวจระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกระบวนการให้บริการ ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลผลิต (Output)	- ผลผลิต/โครงการที่เกี่ยวกับการให้บริการทางสังคม
การประเมินประสิทธิผล (Effectiveness)		
Benefit Cost Ratio (BCR) (เชิงปริมาณ)	กรณีที่โครงการสามารถประเมินผลประโยชน์เป็นตัวเลขชัดเจน หรือเป็นโครงการ ให้วิเคราะห์ผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่าย (BCR) ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลลัพธ์ (Outcome) เปรียบเทียบกับปัจจัยการผลิต (Input)	- ผลลัพธ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ประเภทของตัวชี้วัด	แนวทางการประเมิน	ประเภทของผลผลิต/โครงการที่เกี่ยวข้อง
Cost-Effectiveness (เชิงปริมาณ)	กรณีที่ภารกิจของหน่วยงานไม่สามารถประเมินผลประโยชน์เป็นตัวเลขชัดเจน หรือเป็นภารกิจที่จัดทำเป็นโครงการ ให้วิเคราะห์ประสิทธิผลต่อค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลลัพธ์ (Outcome) เปรียบเทียบกับปัจจัยการผลิต (Input)	- ผลลัพธ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม
ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมาย (เชิงปริมาณและคุณภาพ)	ผลการปฏิบัติภารกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลลัพธ์ (Outcome)	- ผลลัพธ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ (เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ Benefit Cost Ratio) - ผลลัพธ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม (เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ Cost-Effectiveness)
ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ประโยชน์ (เชิงคุณภาพ)	สำรวจระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลประโยชน์จากการให้บริการ ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลลัพธ์ (Outcome)	- ผลลัพธ์ที่เกี่ยวกับการให้บริการทางเศรษฐกิจและสังคม
การประเมินผลกระทบ (Impact)		
การประเมินผลกระทบต่อประชาชน (เชิงปริมาณและคุณภาพ)	ประเมินผลกระทบต่อประชาชน	- ด้านเศรษฐกิจ - ด้านสังคม
การประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม (เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ)	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม	- ด้านเศรษฐกิจ - ด้านสังคม

ประเภทของตัวชี้วัด	แนวทางการประเมิน	ประเภทของผลผลิต/โครงการที่เกี่ยวข้อง
การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ)	ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	- ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
การประเมินด้านความยั่งยืน (Sustainability)		
ความอยู่รอดของแนวคิดและวัตถุประสงค์ (เชิงปริมาณและคุณภาพ)	โครงการสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่องเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม	- ทุกโครงการ
การมีส่วนร่วมผลักดันในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (เชิงปริมาณและคุณภาพ)	มีส่วนร่วมผลักดันในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	- ทุกโครงการ
ความเป็นไปได้ในการขยายผลโครงการ (เชิงปริมาณและคุณภาพ)	มีโอกาสและช่องทางในการขยายผลการดำเนินงานไปยังพื้นที่และภาคส่วนอื่น ๆ ได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียงใด	- ทุกโครงการ
ระดับความพึงพอใจงบประมาณจากภาครัฐ (เชิงปริมาณ)	โครงการสามารถพึ่งพาตนเองได้ลดการพึ่งพาการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากหน่วยงานภาครัฐ	- ทุกโครงการ

ที่มา: อ้างอิงกรอบแนวคิดหลักจากคู่มือการประเมินความคุ้มค่าในการปฏิบัติการกิจภาครัฐ โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2.3.2 แนวคิดด้านการติดตามและประเมินผลของ OECD

ประสิทธิภาพและผลสำเร็จของการดำเนินงานสามารถบ่งบอกถึงความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรค ผลสำเร็จ และผลกระทบจากการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำกับ เร่งรัด และปรับปรุงหรือเป็นข้อมูลในการพัฒนางานในอนาคต การติดตามและประเมินผลตามแนวคิดขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) จะบ่งชี้ให้เห็นว่าผลของการดำเนินโครงการนั้นส่งผลให้เกิดความสำเร็จอย่างไรในหลายมิติ เช่น มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านความเข้มแข็ง มิติด้านสังคมและทรัพยากรบุคคล และมิติด้านความยั่งยืนหรือความมั่นคง ซึ่งเป็นที่นำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของโครงการ (ที่มา: OECD (1992))

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

การติดตามและประเมินผลโครงการศึกษาการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องมีเกณฑ์มาตรฐาน (Standard Criteria) และตัวชี้วัด (Indicators) เพื่อใช้ประกอบการประเมินเพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นระบบ มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ เกณฑ์และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานโครงการอาจเป็นการพิจารณาเกณฑ์รวม (Multiple Criteria and Indicators) เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับระดับการบรรลุผล และการสนองตอบความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เป็น SME โดยตารางข้างล่างนี้ แสดงให้เห็นถึงเกณฑ์มาตรฐานและตัวชี้วัดที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินผลทางด้านเศรษฐกิจของโครงการในมิติต่าง ๆ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการบรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจ ดังนี้

ตารางที่ 2.16 เกณฑ์การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจ และตัวอย่างตัวชี้วัด

มิติการประเมิน	ตัวอย่างเกณฑ์ที่ใช้	ตัวอย่างตัวชี้วัดและคำอธิบาย
1. มิติด้านเศรษฐกิจ	1. ความสามารถในการสร้างรายได้ทางตรง	1. รายได้ต่อปี 2. กำไรสุทธิต่อปี 3. กำไรสะสม 4. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินทรัพย์ = สัดส่วนระหว่างกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์
	2. สภาพหนี้สิน	1. สภาพหนี้สิน 2. Debt Ratio = $\frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$ 3. D/E Ratio = $\frac{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}{\text{สัดส่วนของผู้ถือหุ้น หรือเงินลงทุน}}$
	3. มิติด้านความสามารถในการดำเนินงาน	1. ROE = $\frac{\text{รายได้สุทธิ}}{\text{หนี้สินสุทธิ}}$ 2. ROA = $\frac{EBIT}{\text{สินทรัพย์สุทธิ}}$
2. มิติด้านความเข้มแข็งของ SME	1. ผลิตภาพ (Productivity)	สัดส่วนระหว่างผลผลิต (outputs) ต่อปัจจัยการผลิต (inputs)
	2. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	1. การประหยัด เช่น ต้นทุนลดลง เวลาลดลง หรือทรัพยากรลดลง เป็นต้น 2. ความคุ้มค่า เช่น สัดส่วนระหว่างผลที่ได้รับและต้นทุน (B/C Ratio) และความคุ้มค่าของเงินลงทุน เป็นต้น 3. คุณภาพ เช่น สัดส่วนของเสีย (สินค้าที่ถูกคืน) ต่อผลผลิตทั้งหมด เป็นต้น

มิติการประเมิน	ตัวอย่างเกณฑ์ที่ใช้	ตัวอย่างตัวชี้วัดและคำอธิบาย
	3. การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (Technology Leverage)	สัดส่วนระหว่างมูลค่าของธุรกิจที่เกิดขึ้นต่อการลงทุนในทรัพยากรด้านเทคโนโลยี
3. มิติด้านสังคมและทรัพยากรบุคคล	1. ผลผลิตของแรงงาน	เช่น ผลผลิตต่อจำนวนแรงงาน เป็นต้น
	2. มูลค่าเพิ่มจากแรงงาน	เช่น กำไรที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน หรือรายได้ที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน
	3. คุณภาพของแรงงาน	เช่น สัดส่วนระหว่างรายได้สุทธิต่อเงินลงทุนด้านการพัฒนาบุคลากร สัดส่วนของบุคลากรในแต่ละระดับการศึกษา และประสบการณ์ เป็นต้น
	4. อัตราการเจริญเติบโตของการจ้างงาน	$= \frac{\text{จำนวนบุคลากรปัจจุบัน} - \text{จำนวนบุคลากรที่จ้างตอนแรก}}{\text{จำนวนบุคลากรที่จ้างตอนแรก}} \times 100$
4. มิติด้านความยั่งยืน/ความมั่นคงของโครงการ	1. ความพึงพอใจของ SME ต่อโครงการ 2. ประโยชน์ที่ SME ได้รับจากโครงการ 3. การเข้าร่วมโครงการซ้ำ 4. ปัญหา/อุปสรรค	สามารถวัดได้โดยใช้ตัวชี้วัดแบบ Ordinal Scales 5 ระดับ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เป็นต้น

ที่มา: OECD (1992)

การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ทั้ง 4 ด้าน ของการประเมินผลตามตัวชี้วัดของ OECD มีตัวอย่างการกำหนดค่าถ่วงน้ำหนักดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ	ค่าถ่วงน้ำหนัก	A%
ด้านความเข้มแข็งของ SME	ค่าถ่วงน้ำหนัก	B%
ด้านสังคมและทรัพยากรบุคคล	ค่าถ่วงน้ำหนัก	C%
ด้านความยั่งยืน (ความมั่นคง) ของโครงการ	ค่าถ่วงน้ำหนัก	D%
ผลรวม	ค่าถ่วงน้ำหนัก	100%

2.3.3 แนวคิดด้านตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SMEs อาเซียนสำหรับปี 2561 (ASEAN SME Policy Index)

ตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SMEs อาเซียนสำหรับปี 2561 (ASEAN SME Policy Index) เป็นตัวชี้วัดที่คณะกรรมการด้านวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อยอาเซียน (ASEAN Coordinating Committee on MSMEs: ACCMSME) จึงได้ร่วมกับองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) ในการจัดทำ ตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SMEs อาเซียน สำหรับปี 2561 (ASEAN SME Policy Index 2018) เพื่อวัด ระดับความก้าวหน้าและควมมีประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อมของแต่ละประเทศในภูมิภาค อาเซียน ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 มิติ (Dimension) คือ

- ผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Productivity, Technology and Innovation)
- การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ SMEs (Environmental Policies and SMEs)
- การเข้าถึงแหล่งทุน (Access to Finance)
- การเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล (Access to Market and Internationalization)
- กรอบการบริหารภาครัฐดำเนินนโยบายในการส่งเสริม SMEs (Institutional Framework for SME Policy)
- กฎหมาย กฎระเบียบ และภาษี (Legislation, Regulation and Tax)
- การศึกษาและทักษะเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Education and Skills)
- วิสาหกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ประกอบการ (Social Enterprises and Inclusive SMEs)

2.3.4 แนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ และค่าตัวคูณทวี (Multiplier) ด้วยเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์

1) แนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ ด้วยแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Model)

ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญจะเกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยปัจจัย การผลิตและผลผลิต (Input-output Economics) ทั้งในเชิงทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ (Theory and Applications) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์ ทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Table) เป็นตารางที่แสดงถึง ความสัมพันธ์ระหว่างภาคการผลิตในสาขาการผลิตต่างๆ และการกระจายผลผลิตไปยังการใช้ไปขั้นสุดท้าย (Final Use of Goods and Services) อันได้แก่ รายจ่ายเพื่อการบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ
Expenditure) รายจ่ายเพื่อการบริโภคภาครัฐบาล (Government Consumption Expenditure) รายจ่าย
เพื่อการลงทุน (Investment Expenditure) และการส่งออกสินค้าและบริการ (Exports of Goods and
Services) และการใช้ไปเพื่อการอุปโภคขั้นกลาง (Intermediate Consumption) โดยความเชื่อมโยงระหว่าง
สาขาการผลิตต่างๆ (Inter-industry Linkages) ถือเป็นกลไกที่สำคัญของตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต
เพราะเป็นตารางที่แสดงถึงความเชื่อมโยงดังกล่าวในระบบเศรษฐกิจทั้งหมดเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและม
ความสอดคล้องกัน

ทั้งนี้ ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Table) ในกรณีของประเทศไทย
ได้จำแนกสาขาการผลิตออกเป็น 180 สาขา ครอบคลุมในทุกสาขาการผลิตตั้งแต่ภาคการเกษตร ภาคการผลิต
ภาคการค้า และภาคบริการ ซึ่งตารางดังกล่าวจัดทำและเผยแพร่โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ (สศช.) นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ยังได้จัดทำ
ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต สำหรับ SME ของประเทศไทย โดยเป็นตารางที่พัฒนาต่อยอดจากตาราง
ปัจจัยการผลิตและผลผลิตของประเทศไทย และได้จำแนกสาขาการผลิตออกเป็น 180 สาขาเช่นเดียวกัน และ
ในแต่ละสาขาการผลิต สสว. ได้มีการจำแนกออกเป็น 2 สาขาย่อย อันได้แก่ สาขาการผลิตของวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม (SME) และสาขาการผลิตของวิสาหกิจอื่น (Non-SME) อันประกอบด้วยวิสาหกิจขนาด
ใหญ่ และวิสาหกิจที่ไม่สามารถระบุประเภทวิสาหกิจได้ (Unclassified)

โครงสร้างของตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตจะนำเสนอในลักษณะเมทริกซ์ ในด้านสมรรถ
(Column) เป็นการแสดงถึงโครงสร้างการผลิต (Structure of Production) อันประกอบด้วย มูลค่าการใช้
ปัจจัยการผลิตขั้นกลาง (Intermediate Inputs) และมูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตขั้นปฐม (Primary Inputs)
ซึ่งประกอบด้วยเงินเดือน/ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน ผลตอบแทนการผลิต ค่าเสื่อมราคา ภาษีทางอ้อมสุทธิ และ
ในด้านแนวนอน (Row) เป็นการแสดงการกระจายผลผลิต (Output Distribution) ทั้งเพื่อตอบสนองอุปสงค์
ขั้นกลาง (Intermediate Demand) และอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) (ดังแสดงในตารางที่ 8)
ผู้วิเคราะห์และวางแผนนโยบายหรือนักวิจัย สามารถคำนวณค่าตัวคูณทวีด้านผลผลิต (Output Multiplier)
ในระดับรายสาขาการผลิต ซึ่งรวมผลกระทบอันเป็นผลมาจากการดำเนินนโยบายของรัฐหรือเกิดสถานการณ์
ต่างๆ ขึ้นในระบบเศรษฐกิจ ทั้งผลกระทบทางตรงและทางอ้อม (Direct and Indirect Impacts) ต่อระดับ
มูลค่าผลผลิตของประเทศ ซึ่งผลกระทบทางอ้อมดังกล่าว เป็นผลกระทบที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดย
ตัวคูณทวีด้านผลผลิตข้างต้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ค่าตัวคูณทวีไปข้างหน้า (Forward
Multiplier) ซึ่งเป็นค่าตัวคูณทวีที่แสดงผลกระทบทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นผลกระทบที่เชื่อมโยงกับ
อุตสาหกรรมต่าง ๆ ในระดับปลายน้ำ ต่อระดับมูลค่าผลผลิตของประเทศ และ 2) ค่าตัวคูณทวีไปข้างหลัง
(Backward Multiplier) ซึ่งเป็นค่าตัวคูณทวี ที่แสดงผลกระทบทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นผลกระทบที่
เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในระดับต้นน้ำ ต่อระดับมูลค่าผลผลิตของประเทศ (ที่มา: สำนักงาน
สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

นอกจากนี้ ผู้วิเคราะห์และวางแผนนโยบายหรือนักวิจัย สามารถนำตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output Models) เพื่อใช้วิเคราะห์ปัญหาและประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ในหลายประเด็น อันได้แก่ การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) การวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนการผลิต (Cost of Production) การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงในสาขาเศรษฐกิจ (Inter-industry Linkages) การวิเคราะห์ทางด้านราคา (Price Analysis) การวิเคราะห์ผลกระทบต่อสาขาเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตที่เชื่อมโยงกับด้านสิ่งแวดล้อม (Environmentally Extended Input-output Tables) การวิเคราะห์ผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาค โดยใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตระดับภูมิภาค (Regional Input-output Tables) และการใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตเป็นฐานข้อมูลในการจัดทำตารางเมตริกซ์บัญชีสังคม (Social Accounting Matrix: SAM) และแบบจำลองคำนวณดุลยภาพทั่วไป (Computable General Equilibrium Model: CGE Model) (Leontief, W., 1966; Hastings, S. and S. Drucker, 1993; United Nations, 1999; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564; และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

ในกรณีการสร้างแบบจำลองตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ขั้นสุดท้ายนั้น โดยทั่วไปแล้ว สามารถวิเคราะห์ผ่านสมการที่แสดงความสมดุล (Material Balance Equations) ซึ่งสามารถใช้วิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (ซึ่งกำหนดให้อุปสงค์ขั้นสุดท้ายเป็นตัวแปรภายนอก (Exogenous Variables)) ต่อมูลค่าผลผลิตในสาขาเศรษฐกิจต่างๆ ได้ ทั้งนี้ สมการที่แสดงความสมดุลดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวิเคราะห์ประเด็นเชิงนโยบาย (Policy Analysis) เนื่องจากสมการดังกล่าวได้วิเคราะห์ผลกระทบซึ่งคำนึงถึงความเชื่อมโยงของสาขาเศรษฐกิจ (Inter-industry Linkages) ในระบบเศรษฐกิจเข้าไว้ด้วยแล้ว โดยมีข้อสมมติฐานหลัก (Assumption) ที่สำคัญ ได้แก่ การกำหนดให้สาขาเศรษฐกิจหนึ่ง ๆ ผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องเพียงสินค้าเดียว และการกำหนดให้การผลิตในแต่ละสาขาเศรษฐกิจใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ ในสัดส่วนที่คงที่ (Fixed Proportions) ซึ่งแสดงถึงข้อสมมติที่ให้ทุกสาขาเศรษฐกิจมีผลได้ต่อขนาดที่คงที่ (Constant Returns to Scale) กล่าวคือ การเพิ่มขึ้นของปริมาณผลผลิตจะเป็นสัดส่วนที่เท่ากับการเพิ่มขึ้นของปริมาณปัจจัยการผลิตที่ใช้ (Leontief, W., 1966)

สรุปรายละเอียดการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Analysis)

1. การวิเคราะห์โครงสร้างทางเศรษฐกิจ ทั้งในระดับมหภาคและระดับรายสาขาการผลิต
 - การวิเคราะห์โครงสร้างการผลิตสินค้าและบริการ (Production Structure)
 - การวิเคราะห์การกระจายผลผลิตในฐานะเป็นสินค้าและบริการชั้นกลาง (Intermediate Goods and Services) และในฐานะเป็นสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย (Final Goods and Services)
2. การสร้างค่าพารามิเตอร์ (Parameter) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ
 - ค่าความเชื่อมโยงไปข้างหน้าและไปข้างหลัง (Backward and Forward Linkages)
 - ค่าตัวคูณทวีด้านผลผลิต (Output Multiplier) ทั้งในรูปของตัวคูณทวีแบบไปข้างหน้า (Forward Multiplier) และตัวคูณทวีแบบไปข้างหลัง (Backward Multiplier)
3. การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Impact Analysis) ผ่านสมการที่แสดงความสมดุล (Material Balance Equations) ในแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Model)

ตารางที่ 2.17 โครงสร้างตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output) ของประเทศไทย ขนาด 180x180 สาขา

สาขาการผลิต 180 สาขา		อุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand)					มูลค่าผลิตรวม	
		การบริโภคภาคเอกชน	การใช้จ่ายเพื่อการลงทุน	การบริโภคภาครัฐ	การส่งออกสินค้าและบริการ			
ปัจจัยการผลิต กลางภายใน สาขา 180 สาขา	1	1	2	3	...	180	X_1	
	2	มูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตขั้น						X_2
	3	กลางภายในประเทศ 180x180						X_3
	:	สาขา						\vdots
	180							X_{180}
ปัจจัยการผลิต กลางนำเข้าจาก ต่างประเทศ 180สาขา	1	การบริโภคภาคเอกชน						
	2	ในสินค้าที่ผลิต						
	3	ภายในประเทศ 180 สาขา						
	:							
	180							
ปัจจัยการผลิต ขั้นต้น	แรงงาน	ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน 180 สาขา						
	ทุน	ผลตอบแทน/ค่าเสื่อมราคา 180 สาขา						
	ภาษีทางอ้อมสุทธิ	ภาษีทางอ้อมสุทธิ 180 สาขา						
	สุทธิ	X_1	X_2	X_3	...	X_{180}		
	มูลค่าต้นทุนการผลิตรวม							

ที่มา: สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564)

2) แนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจด้วยบัญชีเมตริกซ์สังคม

(Social Accounting Matrix: SAM)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบัญชีเมตริกซ์สังคม

บัญชีเมตริกซ์สังคม (Social Accounting Matrix: SAM) เป็นตารางที่แสดงการหมุนเวียนของการผลิต รายได้ และรายจ่าย เพื่ออธิบายภาพรวมกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศและการจัดสรรทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจ โดยเป็นการแสดงบัญชีที่สมดุลระหว่างการรับ (Receipts) หรือการได้มา (Incoming) กับการจ่าย (Expenditures) หรือการจำหน่ายออกไป (Outgoing) ของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ในรูปตารางเมตริกซ์ โดยเมตริกซ์บัญชีสังคมเป็นตารางที่สร้างต่อยอดจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตโดยเพิ่มมิติด้านความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและสังคม ระหว่างภาคสถาบันต่าง ๆ อันได้แก่ ภาคครัวเรือน ภาครัฐบาล ภาคการออมและการลงทุน และภาคต่างประเทศ เพื่อให้สะท้อนภาพเศรษฐกิจของประเทศให้ชัดเจนและสอดคล้องกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น (Stone and Brown, 1962; Pyatt, G., and J. Round., 1985; Reinert, K.A., and D.W. Roland-Holst., 1997)

โดยทั่วไป การสร้างบัญชีเมตริกซ์สังคมจำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากหลายแหล่ง เพื่อเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของระบบเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน โดยแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ บัญชีประชาชาติ (National Income Accounts) และตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Table) โดยทั่วไป บัญชีเมตริกซ์สังคมจะมีความสมบูรณ์และมีการกำหนดรายละเอียดได้มากกว่าบัญชีประชาชาติ และตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต เนื่องจากอาจมีการขยายขอบเขตของตารางโดยเพิ่มบัญชีต่างๆ เพื่อให้รวมถึงมิติด้านเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic Dimension) โดยการใช้ข้อมูลจากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (Socio-economic Survey) เป็นต้น ทั้งนี้ โครงสร้างบัญชีเมตริกซ์สังคมพื้นฐานเบื้องต้น ประกอบด้วยภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้แก่ ภาคปัจจัย การผลิต ภาคการผลิต ภาคสถาบันทางเศรษฐกิจต่างๆ ซึ่งรวมถึงภาคครัวเรือน ภาคการลงทุน และภาคต่างประเทศ (ดังแสดงในตารางที่ 9) โดยบัญชีเมตริกซ์สังคมที่จัดทำขึ้นอาจมีขนาดใหญ่และมีความละเอียดมากกว่าตารางเมตริกซ์บัญชีสังคมพื้นฐาน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการวิจัยศึกษานั้น ๆ

แนวคิดการจัดทำเมตริกซ์บัญชีสังคมนี้ เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี 1962 (Stone and Brown, 1962) ปัจจุบัน มีการนำตารางดังกล่าวไปใช้ในหลายแขนง เช่น ด้านประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของสาขาการผลิตต่าง ๆ หรือแผนงาน/โครงการต่างๆ ด้านนโยบายและพัฒนาการเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม การค้าระหว่างประเทศ สิ่งแวดล้อม พลังงาน และเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น โดยมีทั้งการนำบัญชีดังกล่าวไปประยุกต์ใช้โดยตรง และใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับแบบจำลองคำนวณดุลยภาพทั่วไป

วิธีการคำนวณค่าตัวคูณทวีผ่านเมตริกซ์บัญชีสังคม (SAM Multipliers)

การคำนวณค่าตัวคูณทวีผ่านเมตริกซ์บัญชีสังคม (SAM Multiplier) เป็นการคำนวณที่ต่อยอดจากแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Model) โดยการคำนวณค่าตัวคูณทวีแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิต จะมุ่งคำนวณเฉพาะความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตต่างๆ (Inter-industry Production Linkages) เท่านั้น แต่การคำนวณค่าตัวคูณทวีผ่านตารางเมตริกซ์บัญชีสังคม จะรวมถึงการคำนวณความเชื่อมโยงด้านการบริโภค (Consumption Linkages) กับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาคครัวเรือนด้วย ดังนั้น ค่าตัวคูณทวีที่คำนวณผ่านเมตริกซ์บัญชีสังคมจึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

- **ค่าตัวคูณทวีด้านผลผลิต (Output Multiplier)** เป็นค่าตัวคูณทวีที่แสดงให้เห็นถึงผลของการจัดสรรงบประมาณต่อมูลค่าผลผลิตรวมภายในประเทศ ซึ่งรวมทั้งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมที่เป็นผลกระทบเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ (Inter-industry Linkages) ตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- **ค่าตัวคูณทวีด้านมูลค่าเพิ่ม (Value-added Multiplier)** เป็นค่าตัวคูณทวีที่แสดงให้เห็นถึงผลของการจัดสรรงบประมาณต่อมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ มูลค่าเพิ่ม (Value-added) ดังกล่าว ประกอบด้วยมูลค่าเงินเดือน/ค่าจ้าง/ค่าตอบแทนแรงงาน กำไรของผู้ประกอบการ ค่าเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ค่าเสื่อมราคา ภาษีทางอ้อม (Indirect Taxes) และผลตอบแทนอื่น ๆ (อ้างอิงจากนิยามตามบัญชีรายได้ประชาชาติและตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต)
- **ค่าตัวคูณทวีด้านรายได้ (Income Multiplier)** ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้แบ่งภาคครัวเรือนออกเป็น 5 ชั้นรายได้ที่แตกต่างกัน และครัวเรือนในแต่ละชั้นรายได้ จะเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตขั้นต้น (Primary Inputs) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยแรงงาน และทุน ในมูลค่าและสัดส่วนที่แตกต่างกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงระดับการกระจายรายได้ของภาคครัวเรือนในประเทศไทย ทั้งนี้ ค่าตัวคูณทวีด้านรายได้เป็นค่าตัวคูณทวีที่แสดงให้เห็นถึงผลของการจัดสรรงบประมาณต่อรายได้ของภาคครัวเรือนในประเทศ

ตารางที่ 2.18 โครงสร้างเมตริกซ์บัญชีสังคมพื้นฐานเบื้องต้น

			รายจ่าย					
			ปัจจัยการผลิต	หน่วยเศรษฐกิจรวมทั้งครัวเรือน	การผลิต	การลงทุนและการออม	ต่างประเทศ	รวม
			1	2	3	4	5	6
รายได้	ปัจจัยการผลิต	1			รายได้ต่างๆของปัจจัยการผลิตซึ่งอยู่ในรูปค่าจ้างและผลตอบแทนทุน เป็นต้น (1,3)			รายได้รวมของปัจจัยการผลิต
	หน่วยเศรษฐกิจรวมทั้งครัวเรือน	2	รายได้ของครัวเรือนและหน่วยเศรษฐกิจอื่นๆ (2,1)	เงินโอน ภาษี และเงินอุดหนุน (2,2)			รายรับของหน่วยเศรษฐกิจที่ได้จากภาคต่างประเทศ อาทิ ภาษีศุลกากร และเงินโอน (2,5)	รายได้รวมของหน่วยเศรษฐกิจ
	การผลิต	3		อุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ในสินค้าและบริการ (3,2)	อุปสงค์ขั้นกลาง (Intermediate Demand) ในสินค้าและบริการ (3,3)	รายจ่ายเพื่อการลงทุนขั้นสุดท้าย (3,4)	การส่งออกสินค้าและบริการ (3,5)	อุปสงค์รวม
	การลงทุนและการออม	4		การออม (4,2)				เงินออมรวม
	ต่างประเทศ	5		การนำเข้าสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย (5,2)	การนำเข้าสินค้าและบริการขั้นกลาง (5,3)	การนำเข้าสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย (5,4)		รายจ่ายให้กับต่างประเทศ ↓
	รวม	6	รายจ่ายรวมของปัจจัยการผลิต	รายจ่ายรวมของหน่วยเศรษฐกิจ	อุปทานรวม	การลงทุนโดยรวม	รายรับจากต่างประเทศ	เท่ากัน →

ที่มา: Stone and Brown, 1962; Pyatt, G., and J. Round., 1985; Reinert, K.A., and D.W. Roland-Holst, 1997

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

3.1 รายละเอียดขั้นตอนและวิธีการในการศึกษา

รายละเอียดขั้นตอนและวิธีการในการศึกษา เพื่อวิเคราะห์และประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 ในครั้งนี้ ประกอบด้วย:

1) จัดทำรายละเอียดแผนการดำเนินงาน และระยะเวลาการทำงานตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดการดำเนินงาน (ดังที่กล่าวในบทที่ 1 บทนำ ข้างต้น)

2) กำหนดแนวคิด ทฤษฎี เครื่องมือในการวิเคราะห์และประมวลผล ตามหลักวิชาการที่เหมาะสม ได้แก่ แนวทางการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money แนวทางการติดตามและประเมินผลตามแนวคิดของ OECD แนวคิดด้านตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนาสำหรับ SMEs อาเซียน (ASEAN SME Policy Index) ของ ACCMSMEs ร่วมกับ OECD และแนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ และค่าตัวคูณทวี (Multiplier) ด้วยเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่เรียกว่า “บัญชีเมตริกซ์สังคม (Social Accounting Matrix: SAM)” (ดังที่กล่าวในบทที่ 2 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทย และแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ประมวลผล ข้างต้น)

3) รวบรวมข้อมูลนโยบายหรือมาตรการรัฐในการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 ซึ่งรวบรวมจากมติคณะรัฐมนตรี ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี หรือนโยบายรัฐ โดยแบ่งกลุ่มของมาตรการหรือนโยบายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) มาตรการทางการเงิน และ (2) มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการประมวลผลของมาตรการที่ทำการรวบรวมได้ และนำเสนอต่อ สสว. (ดังที่ได้นำเสนอในบทที่ 2 การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทย และแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ประมวลผล ข้างต้น)

4) สร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการจัดเก็บข้อมูล โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับฯ ก่อนใช้เก็บข้อมูล โดยอ้างอิงตามแนวทางการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money แนวทางการติดตามและประเมินผลตามแนวคิดของ OECD แนวคิดด้านตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SMEs อาเซียนสำหรับ (ASEAN SME Policy Index) ดังที่ได้กล่าวข้างต้น

5) จัดทำแผนการเก็บข้อมูล และดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

5.1) จัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามจาก SME ผู้ได้รับประโยชน์จากมาตรการทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 200 กลุ่มตัวอย่าง

5.2) สัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 จำนวนไม่น้อยกว่า 5 หน่วยงาน

5.3) จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วม จำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 25 คนต่อครั้ง อันประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในมิติต่าง ๆ สามารถได้แก่ หน่วยงานผู้ออกแบบมาตรการ หน่วยงานผู้ดำเนินการขับเคลื่อนมาตรการ และ SME ผู้ได้รับประโยชน์จากมาตรการทั้งทางตรงและทางอ้อม

6) วิเคราะห์และประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐตามข้อ 3) เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของนโยบายและมาตรการ ผลกระทบที่เกิดจากนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME ในมิติต่าง ๆ ทั้งผลกระทบเชิงบวก ผลกระทบเชิงลบ ความเหมาะสมของนโยบายหรือมาตรการฯ กับบริบทของสถานะเศรษฐกิจและสถานการณ์ปัจจุบัน ความยาก-ง่ายในการเข้าถึงมาตรการฯ ของผู้ประกอบการ ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรค และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น รวมถึงข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายเพื่อการจัดทำมาตรการอื่น ๆ ต่อไป

7) จัดสัมมนาเผยแพร่ผลการประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐ จำนวน 1 ครั้ง เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 60 คน และนำมาปรับปรุงรายงานฯ

8) จัดทำรายงานฯ ฉบับสมบูรณ์ พร้อมบทสรุปผู้บริหาร จำนวน 1 เรื่อง

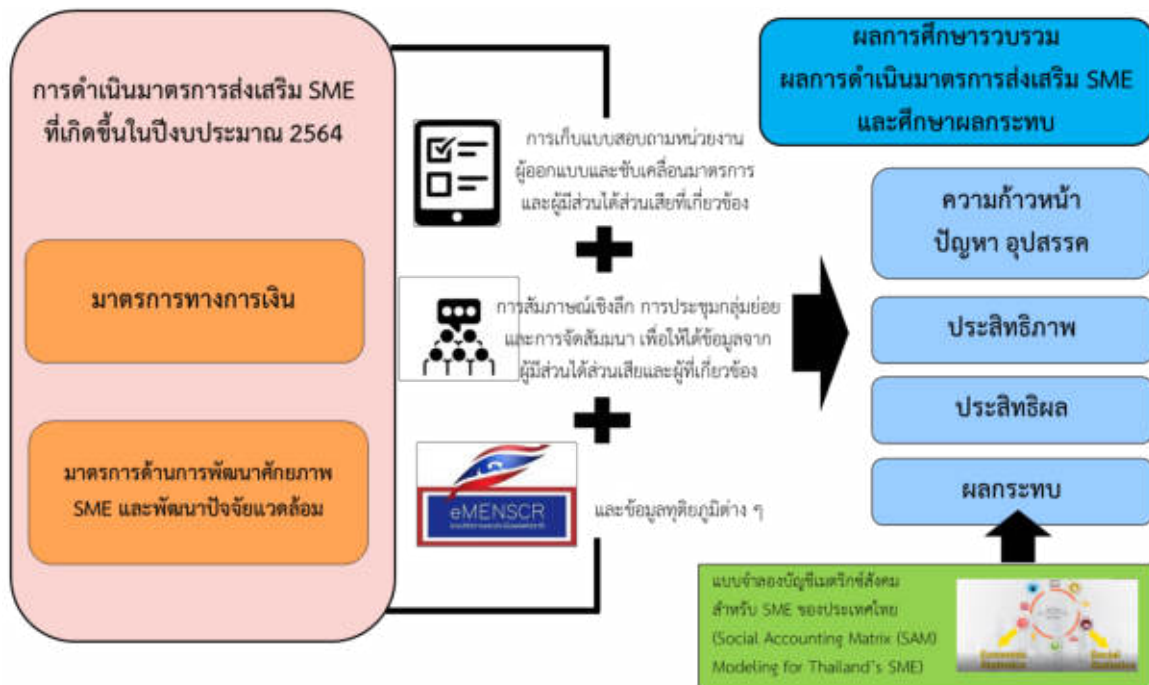
9) จัดทำสรุปข้อมูลการศึกษาในรูปแบบ Infographic เพื่อนำเสนอ จำนวนอย่างน้อย 1 หน้า

(ขนาด A3)

3.2 วิธีการวิเคราะห์และประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐ

ดังที่กล่าวข้างต้น ที่ปรึกษาจะดำเนินการรวบรวมข้อมูลนโยบายหรือมาตรการรัฐในการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 โดยแบ่งกลุ่มของมาตรการหรือนโยบายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) มาตรการทางการเงิน และ (2) มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ และดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้แก่ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ จะดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจาก SME ผู้ได้รับประโยชน์จากมาตรการทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวนไม่น้อยกว่า 200 กลุ่มตัวอย่าง สัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 จำนวนไม่น้อยกว่า 5 หน่วยงาน และจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง โดยมีจำนวน

ผู้เข้าร่วม จำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 25 คนต่อครั้ง อันประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในมิติต่าง ๆ และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากการรายงานผลสัมฤทธิ์และความก้าวหน้าในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการในระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSCR) และข้อมูลทุติยภูมิอื่น ๆ อาทิ รายงานประจำปี (Annual Report) ของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น และนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐ เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของนโยบายและมาตรการ ผลกระทบที่เกิดจากนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME ในมิติต่าง ๆ ความเหมาะสมของนโยบายหรือมาตรการฯ กับบริบทของสถานะเศรษฐกิจ และสถานการณ์ปัจจุบัน ความยาก-ง่ายในการเข้าถึงมาตรการฯ ของผู้ประกอบการ ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรค และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น รวมถึงข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายเพื่อการจัดทำมาตรการอื่น ๆ ต่อไป (ดังแสดงในภาพที่ 3-1 ข้างล่างนี้)



ภาพที่ 3.1 วิธีการวิเคราะห์และประมวลผลนโยบายและมาตรการของรัฐ

ที่มา: นำเสนอโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดของ สศช. และ OECD

ทั้งนี้ การวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME ดังกล่าว จะอ้างอิงจากแนวทางการประเมินความคุ้มค่าตามหลักสากลว่าด้วยการประเมิน Value-For-Money (VFM) ของ สศช. และแนวคิดด้านการติดตามและประเมินผลของ OECD โดยจะประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มิติประสิทธิผล (Effectiveness) และมิติผลกระทบ (Impact) โดยมีรายละเอียดเกณฑ์และตัวชี้วัดที่ใช้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 มิติ เกณฑ์ และตัวชี้วัดในการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายหรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME

มิติ	เกณฑ์ที่ใช้	รายละเอียดตัวชี้วัดและคำอธิบาย
1. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	1.1 ผลิตภาพ (Productivity)	สัดส่วนระหว่างผลผลิต (Output) ต่อปัจจัยการผลิต (Input)
	1.2 ประสิทธิภาพด้านการประหยัด	การประหยัด เช่น ต้นทุนลดลง เวลาลดลง หรือทรัพยากรลดลง เป็นต้น
	1.3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์	สัดส่วนระหว่างมูลค่าของธุรกิจที่เกิดขึ้นต่อการลงทุนในทรัพยากรด้านเทคโนโลยี
	1.4 ความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ	สำรวจระดับความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลผลิต (Output)
2. ประสิทธิผล (Effectiveness)	2.1 ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของแผนงานหรือโครงการ	ผลการปฏิบัติการกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหลัก ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลลัพธ์ (Outcome)
	2.2 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ประโยชน์	สำรวจระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลประโยชน์จากการให้บริการ ซึ่งเป็นการประเมินผลระดับผลลัพธ์ (Outcome)
3. ผลกระทบ (Impact)	3.1 ผลกระทบทางเศรษฐกิจ	1) ความสามารถในการสร้างรายได้ทางตรง เช่น รายได้ต่อปี กำไรสุทธิต่อปี กำไรสะสม และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินทรัพย์ เป็นต้น 2) สภาพหนี้สิน เช่น สภาพหนี้สิน Debt Ratio และ D/E Ratio เป็นต้น

มิติ	เกณฑ์ที่ใช้	รายละเอียดตัวชี้วัดและคำอธิบาย
		3) ความสามารถในการดำเนินงาน เช่น ROE และ ROA เป็นต้น
	3.2 ผลกระทบทางสังคม และทรัพยากรบุคคล	1) ผลผลิตภาพแรงงาน เช่น ผลผลิตต่อจำนวนแรงงาน เป็นต้น 2) มูลค่าเพิ่มจากแรงงาน เช่น กำไรที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน และรายได้ที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน เป็นต้น 3) คุณภาพของแรงงาน เช่น สัดส่วนรายได้สุทธิต่อเงินลงทุนด้านการพัฒนาบุคลากร และ สัดส่วนของบุคลากรในแต่ละระดับการศึกษา/ประสบการณ์ เป็นต้น 4) อัตราการเจริญเติบโตของการจ้างงาน

ที่มา: นำเสนอโดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดของ สศช. และ OECD

การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) ในแต่ละมิติ เป็นดังนี้

มิติประสิทธิภาพ (Efficiency)	สัดส่วน	1/3
มิติประสิทธิผล (Effectiveness)	สัดส่วน	1/3
มิติผลกระทบ (Impact)	สัดส่วน	1/3
ผลรวม	สัดส่วน	1

การแปลผลค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ในภาพรวม จะมีค่าตั้งแต่ 0.01 ถึง 4.00 โดยในแต่ละช่วงของคะแนนจะมีความหมายดังแสดงในตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 การแปลผลของค่าคะแนนเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินโครงการ

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	มิติประสิทธิภาพ (Efficiency)	มิติประสิทธิผล (Effectiveness)	มิติผลกระทบ (Impact)	ผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจในภาพรวม
4.21-5.00	สูง	สูง	สูง	สูง
3.41-4.20	ปานกลาง ค่อนข้างสูง	ปานกลาง ค่อนข้างสูง	ปานกลาง ค่อนข้างสูง	ปานกลาง ค่อนข้างสูง
2.61-3.40	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
1.81-2.60	ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ
1.00-1.80	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

หมายเหตุ: ค่าคะแนนในมิติต่าง ๆ มีค่าอยู่ระหว่าง 1.00-5.00

3.3 แนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

3.3.1 กรอบแนวคิด

Stakeholders	Policy and Operation	Users
Target	Need and Information	Output, Outcome and Impact
Tools	Focus group and In-depth Interview	Interview with Questionnaire
Expected Results	Strategic and Operational Process	Quantitative and Qualitative Results

ในการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลนโยบายหรือมาตรการรัฐในการส่งเสริม SME ที่เกิดขึ้นในปีงบประมาณ 2564 ทั้งในเรื่องของมาตรการทางการเงิน มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ จากผู้ที่เกี่ยวข้อง 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ หน่วยงานที่ทำ

หน้าที่ส่งเสริม SME (Policy & Operation) และ SME ผู้ได้รับประโยชน์ โดยที่เป้าหมายแรกที่เป็นกลุ่มหน่วยงานส่งเสริมเป็นการวิเคราะห์ว่าแนวทางและกระบวนการส่งเสริมของหน่วยงานส่งเสริม SME เหล่านั้นเป็นอย่างไรบ้าง มีกลยุทธ์และวิธีการอย่างไร ส่วนกลุ่มเป้าหมายหลัก SME ผู้ได้รับประโยชน์ เราจะต้องการวิเคราะห์ว่าผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่กลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์นั้น เป็นอย่างไร ทำให้ตัว SME เองหรือกลุ่มเป้าหมายมีศักยภาพหรือได้รับการพัฒนาอย่างไรบ้าง

ในส่วนของกระบวนการทำงานหรือเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเก็บข้อมูล กลุ่มแรกจะใช้วิธีการประชุมระดมสมองและการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก ส่วนกระบวนการทำงานหรือเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเก็บข้อมูลกลุ่ม SME จะเป็นการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเป็นหลัก

โดยที่ผลลัพธ์ที่คาดหวังจากงานวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ สำหรับกลุ่มแรกที่เป็นหน่วยงานส่งเสริม SME เราต้องการประเมินในเชิงกลยุทธ์และวิธีการส่งเสริมเป็นหลัก ส่วนกลุ่มเป้าหมาย SME ที่ได้รับประโยชน์นั้น เราต้องการประเมินผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นหลัก

3.3.2 ขั้นตอนและวิธีการกำหนดตัวอย่าง (Sampling Method)

1) แนวทางการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และตัวอย่าง/จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถาม 200 กลุ่มตัวอย่าง โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างจากเป้าหมายทั้งหมดเป็น SME ผู้ได้รับประโยชน์จากมาตรการภาครัฐในมิติต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวน 9 กลุ่ม ดังนี้

ตารางที่ 3.3 แนวทางการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และตัวอย่าง/จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	จำนวน ตัวอย่าง (กิจการ)	Productivity, Skill & Technical Development Support ¹	Financial Support ²	Business Environment Support ³
เกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่	38	13	13	12
การค้า และการก่อสร้าง	90	30	30	30
การบริการ	72	24	24	24
รวม	200	67	67	66

หมายเหตุ: 1. 1.1) กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพ SME ที่ปรึกษาได้คัดเลือก นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ แก่ผู้ประกอบการ SME เพื่อเก็บแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย และดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 ที่ผ่านมา 1.2) กิจกรรมการพัฒนาด้านการเงินและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ที่ปรึกษาได้คัดเลือกโครงการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการการค้าประกันสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เพื่อเก็บแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย และดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 ที่ผ่านมา และ 1.3) กิจกรรมการพัฒนาด้านปัจจัยสนับสนุนสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ที่ปรึกษาได้คัดเลือกมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) เพื่อเก็บแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย และดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 ที่ผ่านมา

2. สัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ดังกล่าวอ้างอิงตามหลักสถิติจากข้อมูลระดับประชากร (Population) ด้านจำนวนวิสาหกิจ MSME จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปี 2563 โดยที่: 1) ภาคเกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่ ประกอบด้วยเกษตรกรรม/การป่าไม้/การประมง การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน การผลิต ไฟฟ้า/ก๊าซ/ไอน้ำ/ระบบการปรับอากาศ และการจัดหาน้ำ/การจัดการน้ำเสีย/ของเสีย มีจำนวนวิสาหกิจ MSME รวมทั้งสิ้น 589,431 ราย (คิดเป็นร้อยละ 18.80) 2) ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง และการก่อสร้าง ประกอบด้วยการขายส่ง และการขายปลีก และการก่อสร้าง มีจำนวนวิสาหกิจ MSME รวมทั้งสิ้น 1,420,815 ราย (ร้อยละ 45.33) และ 3) ภาคการบริการ ประกอบด้วย การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารมีทรัพย์ กิจกรรมวิชาชีพ/วิทยาศาสตร์/กิจกรรมทางวิชาการ กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน การศึกษา กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ ศิลปะ/ความบันเทิง/นันทนาการ และกิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ รวมทั้งสิ้น 1,124,196 ราย (ร้อยละ 35.87) (ที่มา: รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2564 จัดทำโดย สสว.)

3. จำนวนกลุ่มเป้าหมายสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมของมาตรการที่ผ่านการคัดเลือก

¹ กิจกรรมการพัฒนาด้านการพัฒนาศักยภาพ SME ในด้านต่าง ๆ อาทิ การเพิ่มผลิตภาพการผลิต การพัฒนาทักษะบุคลากร การพัฒนาในเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ และการพัฒนาและส่งเสริมด้านการตลาด/การตลาดออนไลน์

² กิจกรรมการพัฒนาด้านเรื่องการเงิน การบัญชี และการเข้าถึงแหล่งทุน

³ กิจกรรมการพัฒนาด้านเรื่องการสนับสนุนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การสัมภาษณ์เชิงลึก 5 หน่วยงาน โดยกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างจากเป้าหมายทั้งหมดเป็น หน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริม SME แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) หน่วยงานที่ทำหน้าที่พัฒนา SME ในด้านการเพิ่มผลผลิต การพัฒนาทักษะบุคลากร การพัฒนาในเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ และการพัฒนาและส่งเสริม ด้านการตลาด/การตลาดออนไลน์ 2) หน่วยงานที่ทำหน้าที่พัฒนา SME ในเรื่องส่งเสริมการลงทุน การเงินและการบัญชี และการเข้าถึงแหล่งทุน และ 3) หน่วยงานที่ทำหน้าที่พัฒนา SME ในเรื่องการสนับสนุนสภาพแวดล้อม ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ การพัฒนาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่าย ดังนี้

Productivity, Skill & Technical Development Support	Financial Support	Business Environment Support
2 หน่วยงาน	2 หน่วยงาน	1 หน่วยงาน

หมายเหตุ: 1. กิจกรรมการพัฒนาในด้านการพัฒนาศักยภาพ SME ที่ปรึกษาได้คัดเลือกนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME โดยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น จำนวนไม่น้อยกว่า 2 หน่วยงาน

2. กิจกรรมการพัฒนาในเรื่องการเงิน การบัญชี และการเข้าถึงแหล่งทุน ที่ปรึกษาได้คัดเลือกโครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการการค้าประกันสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) โดยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ บสย. และสถาบันการเงินเฉพาะกิจอื่น ๆ ธนาคารแห่งประเทศไทย และกระทรวงการคลัง จำนวนไม่น้อยกว่า 2 หน่วยงาน

3. กิจกรรมการพัฒนาในเรื่องการสนับสนุนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่ปรึกษาได้คัดเลือกมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) โดยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ สสว. และกรมบัญชีกลาง จำนวนไม่น้อยกว่า 1 หน่วยงาน

การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้เกี่ยวข้อง ทั้ง 3 กลุ่มใหญ่ คือ หน่วยงานส่งเสริม/พัฒนา SME องค์กร/สถาบัน/สมาคม และกลุ่ม SME ที่ได้รับประโยชน์โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วม (จำนวนไม่น้อยกว่า 25 คนต่อครั้ง) รวมทั้งหมด 3 ครั้ง จำนวนรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 75 คน เพื่อทำการประเมินวิเคราะห์แนวทางและกระบวนการส่งเสริมของหน่วยงานส่งเสริม SMEs ที่เกี่ยวข้อง และผลลัพธ์ที่คาดหวังของกลุ่ม SME ที่ได้รับประโยชน์ จากการให้ส่งเสริม/ให้บริการใน 3 เรื่องที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ จากการจัดการประชุมกลุ่มย่อยจำนวน 5 ครั้ง ที่ผ่านมา พบว่า มีผู้เข้าร่วมรวมทั้งสิ้น 168 คน แบ่งเป็นผู้แทนจากหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ จำนวน 106 คน และผู้ประกอบการ SME จำนวน 62 คน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	จำนวนผู้เข้าร่วม		
	หน่วยงานผู้ออกแบบ และขับเคลื่อน มาตรการ	ผู้ประกอบการ SME	รวม
1. นโยบายพัฒนาและส่งเสริม การตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2565	18	7	25
2. โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและ ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงิน เฉพาะกิจในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2565	46	4	50
3. มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อ จัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2565	28	10	38
4. นโยบายพัฒนาและส่งเสริม การตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ครั้งที่ 2 (รับฟังความคิดเห็นเฉพาะจาก ผู้ประกอบการ SME) เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2565	0	37	37
5. โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและ ผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงิน เฉพาะกิจในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2565	14	4	18
รวม	106	62	168

2) พื้นที่ในการสำรวจ

กิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	พื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ตัวแทนจังหวัดขนาดใหญ่ ใน 4 ภูมิภาค (ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้)
การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	หน่วยงานส่งเสริม/พัฒนา SME องค์กร/สถาบัน/สมาคม และ กลุ่ม SME ที่ได้รับประโยชน์	2 ครั้ง	1 ครั้ง
การสัมภาษณ์เชิงลึก	หน่วยงานส่งเสริม/พัฒนา SME	3 หน่วยงาน	2 หน่วยงาน
จัดเก็บข้อมูลในรูปแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง	SME ผู้ได้รับประโยชน์	100 กิจการ	100 กิจการ

- พื้นที่เป้าหมายในการจัดเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ จะแบ่งเป็น 2 กลุ่มพื้นที่หลักๆ คือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล และภูมิภาค 4 ภาค (ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้)
- กิจกรรมที่ 1 การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ที่มีกลุ่มเป้าหมายรวม หน่วยงานส่งเสริม/พัฒนา SME และตัวแทน SME ผู้ที่ได้รับประโยชน์ จะมีการจัดขึ้น 3 ครั้ง ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 2 ครั้ง และตัวแทนจังหวัดในภูมิภาค 4 ภาค จำนวน 1 ครั้ง
- กิจกรรมที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นหน่วยงานส่งเสริม/พัฒนา SME จะมีการจัดเก็บข้อมูลทั้งหมด 5 หน่วยงาน เป็นการสัมภาษณ์หน่วยงานที่ให้บริการในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 3 หน่วยงาน และสัมภาษณ์หน่วยงานที่ให้บริการในภูมิภาค จำนวน 2 หน่วยงาน
- กิจกรรมที่ 3 จัดเก็บข้อมูลในรูปแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจาก SME ผู้ได้รับประโยชน์ จำนวนรวม 200 ตัวอย่าง เป็นกลุ่มตัวอย่างจากพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 100 กิจการ และกลุ่มตัวอย่างจากพื้นที่ 4 ภูมิภาค ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้ จำนวน 100 กิจการ แบ่งเป็นภูมิภาคละ 25 กิจการ

3) วิธีการสำรวจ/เข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง

	Policy & Operation หน่วยงานส่งเสริม/พัฒนา SMEs	Users/ SME ผู้ได้รับประโยชน์
การประชุมกลุ่มย่อย	Focus group	Focus Group
การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานผู้ให้บริการ	In-depth Interview	
จัดเก็บข้อมูลในรูปแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง SME ผู้ได้รับประโยชน์		Interview with Questionnaire

- เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเก็บข้อมูล กลุ่มแรกหรือหน่วยงานส่งเสริม/พัฒนา SME จะใช้วิธีการประชุมระดมสมองและการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก ส่วนกลุ่ม SME ที่ได้รับประโยชน์จะเป็นการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเป็นหลัก

3.3.3 แนวทางการจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องและการประชุมระดมสมอง

1) การประชุมกลุ่มย่อย

- ติดตามความก้าวหน้าและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ
- ประเมินผลการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ทั้งในเชิงของประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ผลสัมฤทธิ์และปัจจัยสู่ความสำเร็จของกิจกรรมการส่งเสริม SME โดยรวม พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาโครงการ
- ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกิจกรรม ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต และแนวทางในการพัฒนารูปแบบการดำเนินกิจกรรมต่อไปในอนาคต

2) การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานผู้ให้บริการ

- วัตถุประสงค์/เป้าหมาย ความสอดคล้องกับความต้องการของ SME ผู้มีส่วนได้เสีย
- กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้/ผลการดำเนินโครงการเป็นไปตามวางแผนกลยุทธ์ และวิธีการส่งเสริม SME หรือไม่ อย่างไร

- ผลลัพธ์ ผลสัมฤทธิ์ ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ สอดคล้องวัตถุประสงค์/เป้าหมาย และเชื่อมโยงสู่เป้าประสงค์นโยบายการส่งเสริมพัฒนา SME
- ความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมาย/ความน่าสนใจของกิจกรรม/ความสามารถในสร้างแรงจูงใจ/การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้รับประโยชน์ SME และการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับผู้ให้บริการ เช่น ภาคการศึกษา/ที่ปรึกษา
- ความเหมาะสมของระยะเวลา/งบประมาณ/เนื้อหา/กิจกรรม/บุคลากร

3) แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง SME ผู้ได้รับประโยชน์

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับโมดูลการเรียนรู้/การพัฒนาศักยภาพ (มาก ปานกลาง หรือน้อย) เช่น การเตรียมความพร้อม การประยุกต์ใช้/การนำไปใช้ และประสิทธิภาพ/ประสิทธิผล
- ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
- ผลผลิตหรือผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการได้รับ สอดคล้องกับความต้องการหรือไม่ อย่างไร
- การรับรู้/สร้างแรงบันดาลใจ/ความยั่งยืนในการถ่ายทอดองค์ความรู้/พัฒนาเครื่องมือให้ SMEs มีศักยภาพอย่างแท้จริง
- การสร้างความร่วมมือ/การยอมรับและมีความน่าสนใจ/ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม

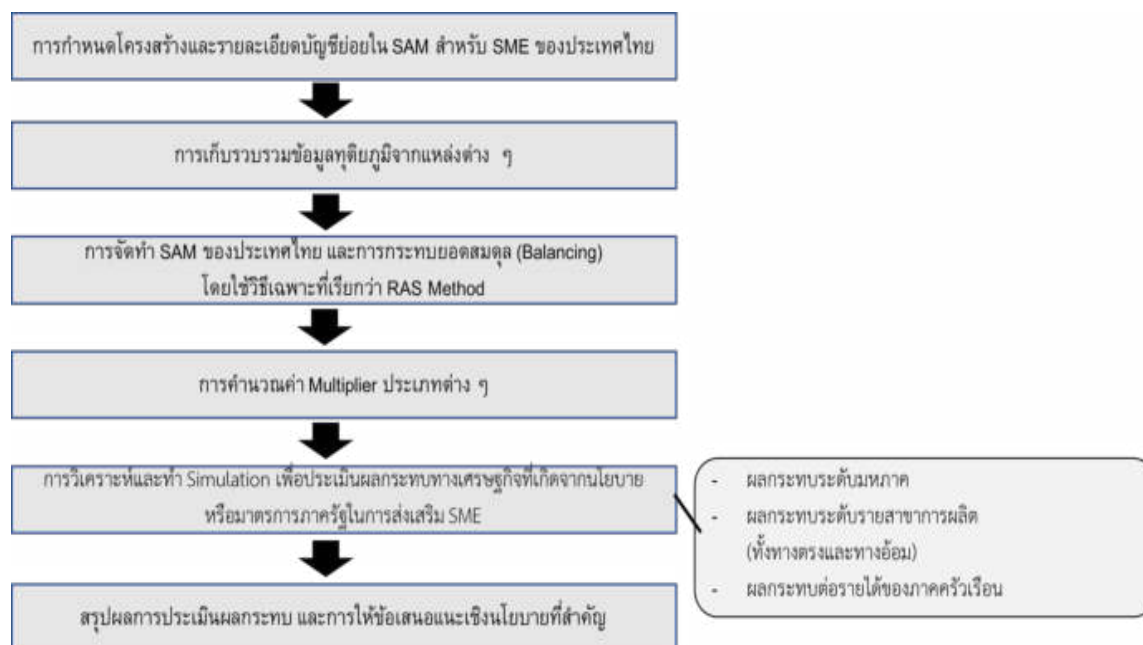
3.4 แนวทางจัดทำแบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย เพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของนโยบายหรือมาตรการรัฐในการส่งเสริม SME

3.4.1 การจัดทำแบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย

การจัดทำเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย (Social Accounting Matrix (SAM) for Thailand) เพื่อใช้ ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) ของนโยบายหรือมาตรการรัฐในการส่งเสริม SME ที่ปรึกษาจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหลายแหล่ง และข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของระบบเศรษฐกิจเข้าด้วยกันโดยข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่

- ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตของประเทศไทย (Input-Output Table of Thailand) ฉบับล่าสุด ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)
- บัญชีรายได้ประชาชาติของประเทศไทย (National Income Accounts) ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจัดทำโดย สศช.
- ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (Household Socio-economic Survey) ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ
- ข้อมูลด้านภาษีอากรต่าง ๆ ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต ภาษีศุลกากร และภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจัดทำโดยกรมสรรพากร กรมสรรพสามิต และกรมศุลกากร
- ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็น SME ผู้ได้รับประโยชน์จากมาตรการภาครัฐในมิติต่าง ๆ

ทั้งนี้ แบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย (Social Accounting Matrix (SAM) for Thailand) ที่ปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน เพื่อสะท้อนภาพรวมเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2564 มีรายละเอียดขั้นตอนการพัฒนา และมีรายละเอียดบัญชีย่อยและโครงสร้าง ดังนี้



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการพัฒนาแบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย

ที่มา: นำเสนอโดยที่ปรึกษา โดยอ้างอิงจาก Stone, A. & Brown. (1962) และ Pyatt, G., & Round, J. I. (eds). (1985)

ตารางที่ 3.4 รายละเอียดบัญชีย่อยในแบบจำลองเมทริกซ์บัญชีสังคมของประเทศไทย

1. ปัจจัยการผลิตแรงงาน	7. ภาษีศุลกากรขาเข้า
2. ปัจจัยการผลิตทุน	8. ภาษีทางอ้อม
3. การผลิตสินค้าและบริการ จำนวน 26 สาขาการผลิต	9. ภาคครัวเรือน
4. สินค้าและบริการที่ผลิตในประเทศ จำนวน 26 สินค้าและบริการ	10. ภาครัฐบาล
5. สินค้าและบริการที่นำเข้าจากต่างประเทศ จำนวน 26 สินค้าและบริการ	11. ภาคต่างประเทศ (The Rest of the World)
6. ภาษีทางตรง	12. การออมและการลงทุน

ที่มา: นำเสนอโดยที่ปรึกษา โดยอ้างอิงจาก Stone, A. & Brown. (1962) และ Pyatt, G., & Round, J. I. (eds). (1985)

3.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจผ่านการคำนวณผลของค่าตัวคูณทวี (Multiplier Effects)

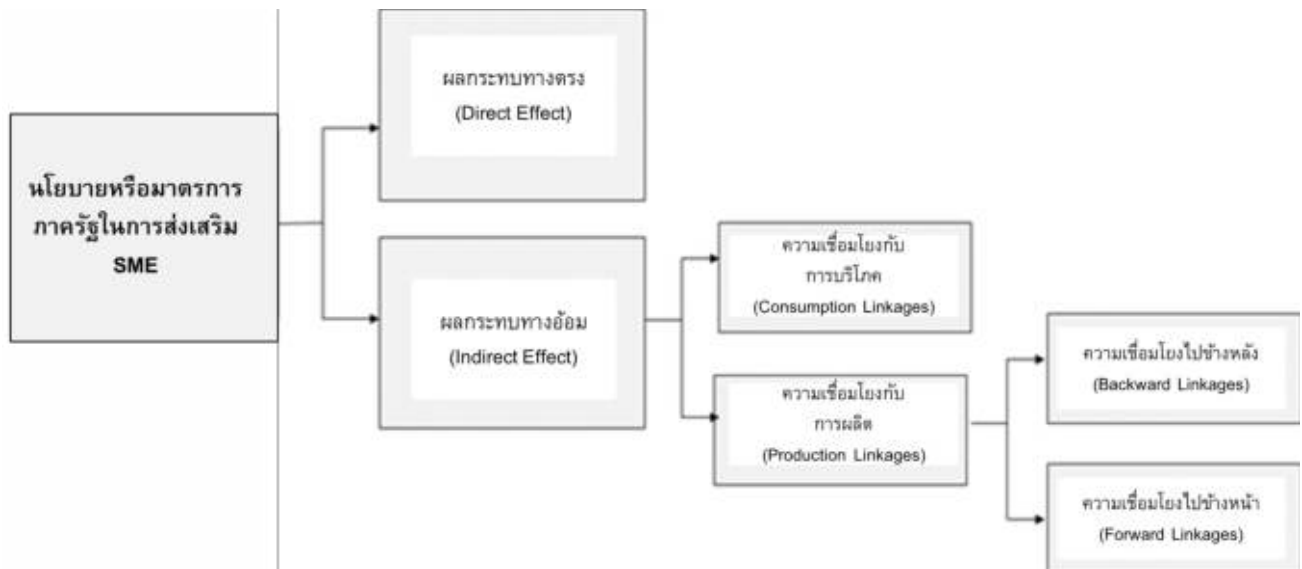
การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจผ่านการคำนวณผลของค่าตัวคูณทวี (Multiplier Effects) เป็นความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม (Direct and Indirect Linkages) และที่เชื่อมโยงกับภาคการบริโภคและภาคการผลิต (Consumption and Production Linkages) ทั้งที่เชื่อมโยงไปข้างหลังและไปข้างหน้า (Backward and Forward Linkages) (ภาพที่ 3-3) ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นการวิเคราะห์ผ่านบัญชีเมทริกซ์สังคม (SAM) ที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งจะมีความแตกต่างจากการวิเคราะห์ผ่านตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Table) เนื่องจากการวิเคราะห์ผ่านตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตดังกล่าวจะสามารถวิเคราะห์ผลกระทบต่อความเชื่อมโยงด้านการผลิตอย่างเดียวเท่านั้น โดยไม่สามารถวิเคราะห์ผลกระทบต่อความเชื่อมโยงด้านการบริโภคได้ (International Food Policy Research Institute, 2010)

ทั้งนี้ การวิเคราะห์และประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของนโยบายหรือมาตรการรัฐในการส่งเสริม SME ผ่านบัญชีเมทริกซ์สังคมของประเทศไทย จะวิเคราะห์ผ่านการคำนวณผลของค่าตัวคูณทวี (Multiplier Effects) อันประกอบไปด้วย 1) ค่าตัวคูณทวีด้านผลผลิต (Output Multiplier) ซึ่งรวมผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม (ทั้งด้านการบริโภคและการผลิต) ผ่านกระบวนการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ดุลยภาพใหม่ (Multiple Rounds) และในท้ายที่สุด จะแสดงผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นของผลผลิตรวมในทุกสาขาการผลิต อันเนื่องมาจากการดำเนินการตามนโยบาย/มาตรการรัฐในการส่งเสริม SME 2) ตัวคูณทวี

ด้านมูลค่าเพิ่ม (Value-added Multiplier) ซึ่งใช้วัดและวิเคราะห์ผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านมูลค่าเพิ่มหรือต่อรายได้ของปัจจัยการผลิตต่าง ๆ อันได้แก่ ปัจจัยแรงงานและทุน อันเนื่องมาจากผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินการตามนโยบาย/มาตรการรัฐในการส่งเสริม SME และ **3) ตัวคูณทวีด้านรายได้ (Income Multiplier)** ซึ่งใช้วัดและวิเคราะห์ผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านรายได้ของครัวเรือน อันเนื่องมาจากผลกระทบทางตรงและทางอ้อม จากการดำเนินการตามนโยบาย/มาตรการรัฐในการส่งเสริม SME ดังกล่าว (ภาพที่ 3-4)

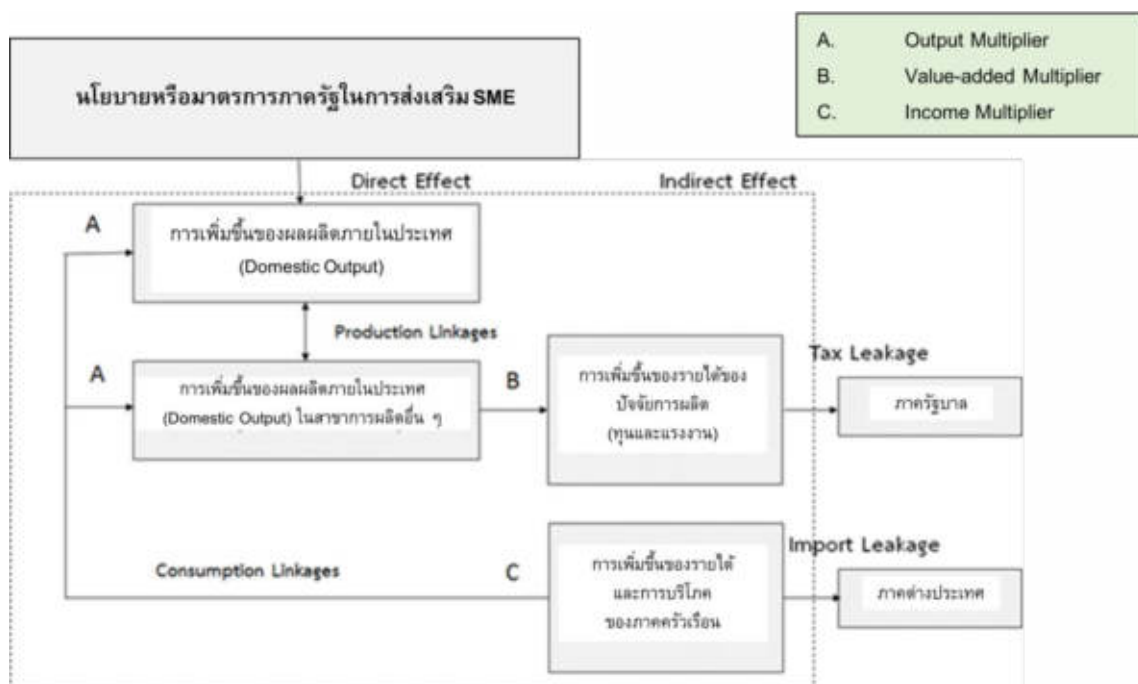
การคำนวณค่าตัวคูณทวีผ่านตารางเมตริกซ์บัญชีสังคม (SAM Multipliers) และการคำนวณค่าตัวคูณทวีแบบไม่มีข้อจำกัด (Unconstrained Multiplier) ดังที่กล่าวข้างต้น จะดำเนินการคำนวณค่าตัวคูณทวีผ่านบัญชีเมตริกซ์สังคม (SAM Multiplier) ซึ่งเป็นการคำนวณที่ต่อยอดจากแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Model) โดยการคำนวณค่าตัวคูณทวีแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิตจะมุ่งคำนวณเฉพาะความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตต่าง ๆ (Inter-industry Production Linkages) เท่านั้น แต่คำนวณค่าตัวคูณทวีผ่านตารางเมตริกซ์บัญชีสังคมจะรวมถึงการคำนวณความเชื่อมโยงด้านการบริโภค (Consumption Linkages) ด้วย โดยจะเชื่อมโยงกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภาคครัวเรือน ซึ่งเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตขั้นปฐม (Primary Inputs) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยแรงงาน และทุน

ทั้งนี้ แนวทางในการคำนวณ SAM Multiplier ดังกล่าวจะเป็นการประมาณการผลกระทบของตัวแปรภายนอกแบบจำลอง (Exogenous Variables) ด้านอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย/มาตรการรัฐในการส่งเสริม SME ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรภายนอกแบบจำลองดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อตัวแปรภายในแบบจำลอง (Endogenous Variables) ซึ่งรวมถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการผลิต มูลค่าเพิ่ม และรายได้ของภาคครัวเรือน ได้แก่ ผลผลิตภายในประเทศในระดับรายสาขาการผลิต (Domestic Output) มูลค่าเพิ่มในระดับรายสาขาการผลิต (Value Added) และรายได้ของภาคครัวเรือน (Household Income)



ภาพที่ 3.3 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางตรงและทางอ้อม (Direct and Indirect Linkages) โดยใช้แบบจำลองบัญชีเมทริกซ์สังคมของประเทศไทย

ที่มา: นำเสนอโดยที่ปรึกษา โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดจาก International Food Policy Research Institute (2010)



ภาพที่ 3.4 กระแสการหมุนเวียนของรายได้จากกระบวนการคูณทวีผ่านแบบจำลองบัญชีเมทริกซ์สังคมของประเทศไทย

ที่มา: นำเสนอโดยที่ปรึกษา โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดจาก International Food Policy Research Institute (2010)

บทที่ 4

ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

สาระสำคัญของเนื้อหาในบทที่ 4 นี้ เป็นการนำเสนอผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐในนโยบาย/มาตรการที่ได้คัดเลือกผ่านเกณฑ์การคัดเลือกต่าง ๆ ดังที่ได้อธิบายในบทที่ 2 (การทบทวนนโยบาย/มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน SME ของไทย และแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือในการวิเคราะห์ประมวลผล) และเป็นไปตามขั้นตอนและวิธีการในการศึกษา และวิธีการวิเคราะห์และประมวลผล ดังที่ได้นำเสนอในบทที่ 3 (วิธีการศึกษา)

ทั้งนี้ ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐภายใต้โครงการนี้ สามารถจำแนกได้เป็นสามด้าน ได้แก่ 1) นโยบาย/มาตรการด้านการเงิน 2) นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และ 3) นโยบาย/มาตรการด้านพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ โดยนโยบาย/มาตรการที่คัดเลือกในแต่ละด้านข้างต้น มีดังนี้

- 1) นโยบาย/มาตรการด้านการเงิน: โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
- 2) นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME: นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME
- 3) นโยบาย/มาตรการด้านพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ: มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

4.1 นโยบาย/มาตรการด้านการเงิน: โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

4.1.1 แนวทางการดำเนินมาตรการการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. และผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินมาตรการในปีงบประมาณ 2564

บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นตาม “พระราชบัญญัติบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม พ.ศ. 2534” ทำหน้าที่ช่วยเหลือ SME ผ่านกลไกการค้ำประกันสินเชื่อ สร้างความเชื่อมั่นให้กับสถาบันการเงินในการอนุมัติสินเชื่อมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการ SME ที่มีศักยภาพ แต่ขาดหลักประกันหรือหลักประกันไม่เพียงพอได้รับวงเงินที่เพียงพอกับความต้องการโดยมีวัตถุประสงค์การจัดตั้ง 4 ประการ คือ 1) ช่วยเหลืออุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินสถาบันเงินจำนวนมากขึ้น 2) ช่วยให้สถาบันการเงินมีความมั่นใจในการให้สินเชื่อแก่อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม 3) เร่งกระจายสินเชื่อไปยังอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศได้เร็วขึ้น และ 4) ช่วยให้การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมาตรการหลักที่ บสย. ได้ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 3 มาตรการ ได้แก่

- 1) มาตรการด้านการค้ำประกันสินเชื่อ โครงการค้ำประกันปัจจุบัน แบ่งตามกลุ่มลูกค้าโดยกลุ่มขนาดเล็กและขนาดกลาง ผ่านโครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS9) กลุ่มรายย่อยผ่านโครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro4) ซึ่งทั้งสองโครงการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ แต่ละโครงการชดเชยความเสียหายไม่เท่ากันขึ้นกับกลุ่มผู้ประกอบการ เช่น กลุ่มผู้ประกอบการเปราะบางได้รับการชดเชยที่สูงขึ้น
- 2) มาตรการด้านการปรับโครงสร้างหนี้ การช่วยเหลือลูกหนี้ บสย. (บสย. พร้อมช่วย) เพื่อปรับปรุงเงื่อนไขการชำระหนี้ให้สอดคล้องกับศักยภาพลูกหนี้
- 3) มาตรการด้านการให้คำปรึกษาด้านการเงิน โดยมีการแบ่งกลุ่มตามความต้องการและสภาพปัญหาที่แตกต่างกัน อาทิ SME กลุ่มที่มีปัญหาการชำระหนี้และมีแนวโน้มเป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) SME กลุ่มที่มีความต้องการขยายธุรกิจและต่อยอดทางธุรกิจ และ SME กลุ่มที่ต้องการยกระดับสู่สากล ทั้งการหาคู่ค้า และการส่งออกสินค้า เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและบุคลากรของ บสย. และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง และการจัดการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ภายใต้โครงการศึกษานี้ พบว่า การดำเนินงานของ บสย. ที่ผ่านมา มีความพยายามเชื่อมเครือข่ายการทำงานกับสถาบันการเงินหลักหลายแห่ง

โดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาสนับสนุนการทำงาน เช่น การทำธุรกรรมผ่านดิจิทัล แต่ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 (COVID-19) ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับเอกสารต้องประสบกับข้อจำกัดและความเสี่ยง ธนาคารที่ร่วมมือดำเนินนโยบายจึงมีการปรับตัว โดยให้ผู้ใช้งานหรือผู้ประกอบการส่งเอกสารผ่านระบบดิจิทัล โดยให้ความสำคัญกับการทำการรับรองความเป็นตัวตน (Electronic Know Your Customer: e-KYC) ผ่านระบบการให้ความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (e-consent Form) นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงเบื้องต้นของผู้ประกอบการผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นการยกระดับการกำกับด้วยดิจิทัล ทำให้เอกสารที่ต้องจัดเก็บมีจำนวนน้อยลงการทำงานรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การดำเนินงานของ บสย. ในปัจจุบัน มีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

1) ด้านการออกแบบมาตรการสินเชื่อ/การค้ำประกันสินเชื่อ บสย. ได้ร่วมมือทำงานกับกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย โดยได้มีการขับเคลื่อนนโยบายร่วมกัน เพื่อมุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการ SME และมุ่งเน้นไปในทางการพัฒนาแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อช่วยขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจของ SME

2) ด้านการขับเคลื่อนมาตรการสินเชื่อ/การค้ำประกันสินเชื่อ การดำเนินงานการค้ำประกันสินเชื่อของบสย. จะแบ่งประเภท ได้ 3 ส่วน ส่วนที่ 1 คือ กลุ่มประเภทเปราะบาง กลุ่มที่ 2 แบ่งส่วนตามภาคการผลิต ภาคการบริการ ภาคการท่องเที่ยว และภาคการเกษตร และส่วนที่ 3 แบ่งตามขนาดของธุรกิจ (รายย่อย และ SME) โดยการขับเคลื่อนมาตรการสินเชื่อ/การค้ำประกันสินเชื่อที่สำคัญของ บสย. ในช่วงระยะที่ผ่านมา รวมถึงประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

2.1) การปรับตัวของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจที่เข้าร่วมโครงการกับ บสย. ต่อสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและการแพร่ระบาดของโควิด 19 เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้ประกอบการ ด้วยการยินยอมให้มีการค้ำประกันด้วยระบบดิจิทัล เป็นการขยายการเข้าถึงลูกค้า

2.2) กระบวนการพิจารณาการดำเนินการในมาตรการมีความรวดเร็วขึ้น โดยทาง บสย. จะดำเนินการตอบกลับในวันถัดไปทันที ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและการค้ำประกันสินเชื่อแก่ SME จะเห็นผลสัมฤทธิ์รวดเร็วขึ้น เช่น การออกหนังสือค้ำประกัน บสย. จะดำเนินการร่วมกับบริษัทร่วมทุนกับสถาบันการเงินที่ดำเนินการเรื่องการให้บริการหนังสือค้ำประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งตรงถึงหน่วยงานผู้รับผลประโยชน์ได้โดยตรง (ELG Blockchain) ซึ่งจะทำให้ระบบเอกสารเป็นแบบดิจิทัล (Digital Banking) เป็นต้น

2.3) โดยลักษณะโครงการส่วนใหญ่มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม 2 ปี เพื่อลดภาระการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระยะเริ่มต้น และมีการแบ่งประเภทของธุรกิจอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดการเข้าถึงการค้ำประกัน ซึ่งการแบ่งประเภทดังกล่าวได้ดำเนินการร่วมกับภาคอุตสาหกรรม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการค้ำประกัน โดยมีการดำเนินการพิจารณาใน 4 ขั้นตอน อันประกอบด้วย 1) ขั้นที่ 1 การสร้างความตระหนักในผู้ประกอบการถึงสิทธิในการเข้าถึงมาตรการ 2) ขั้นที่ 2 ขั้นการสมัคร ที่ต้องมีการลงทะเบียน

ขอรับความช่วยเหลือทางด้านสินเชื่อหรือการค้ำประกัน ที่ปรึกษาทางการเงินจะเข้ามามีบทบาทในการเตรียมความพร้อมทั้งด้านคำแนะนำ ข้อมูล และการเข้าถึงสถาบันการเงิน 3) ขั้นที่ 3 ผู้การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ได้รับการค้ำประกันจากบสย. กับบสย. เพื่อสร้างความคุ้นเคยในการติดต่อประสานงาน แนะนำผู้ประกอบการในรายละเอียด ให้คำปรึกษาและต่อยอดทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SME รวมไปถึงผลกระทบในด้านการชำระหนี้ และการปรับโครงสร้างการชำระหนี้ และ 4) ขั้นที่ 4 ปิดบัญชีชำระหนี้ หากผู้ประกอบการใกล้ชำระบัญชีสินเชื่อ บสย. จะให้ความช่วยเหลือหากต้องการต่อยอดธุรกิจ

นอกจากนี้ บสย. ได้ดำเนินการประเมินผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการดำเนินโครงการต่าง ๆ อาทิเช่น ในกรณีของโครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS 9) ซึ่งพบว่าโดยภาพรวม ทุกการจ่ายงบประมาณ 1 ล้านบาท ก่อให้เกิดวงเงินค้ำประกัน 7 ล้านบาท ก่อให้เกิดสินเชื่อในระบบ 9 ล้านบาท สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ได้ 1.3 ราย และสามารถรักษาการจ้างงานได้ 55 ตำแหน่ง ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ 29.3 เท่า เป็นต้น (ที่มา: จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของ บสย.)

3) ด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) บสย. เป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงให้กับธนาคาร คือ 1) บสย. ชดเชยความเสียหายในรูปแบบ Portfolio Guarantee ทำให้ธนาคารมั่นใจในการปล่อยสินเชื่อ 2) บสย. ชดเชยในด้านหลักประกันโดย บสย. ต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนให้มีการช่วยเหลือหรือชดเชยเพิ่มเติมในบาง Sector (เช่น Sector เปราะบาง) นอกจากนี้ บสย. ได้มีการวิเคราะห์และพัฒนาตัวชี้วัดระดับความน่าเชื่อถือในการชำระหนี้ (Credit Scoring) เพื่อใช้ประเมินการช่วยเหลือและให้สินเชื่อกับผู้ประกอบการ SME โดยได้มีการพัฒนาร่วมกับบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National Credit Bureau)

โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 บสย. ได้ดำเนินงานโครงการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อย และผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อ ได้แก่ โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS 9) โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4) และโครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟู โดยมีรายละเอียดผลการดำเนินงานและรายละเอียดโครงการ ดังแสดงในตารางที่ 4.1 และ 4.2

ตารางที่ 4.1 ผลการดำเนินงานภายใต้โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS 9) โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4) และโครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.

โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS 9)

โครงการ PGS9	วงเงินค้ำประกันรวม (ลบ.)	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	วงเงินสินเชื่อรวม (ลบ.)	รักษาการจ้างงานรวม (ราย)
เป้าหมาย	150,000.00	42,500	225,000 (1.5 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	-
ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2564	81,721.16	19,731	100,397.08 (1.23 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	509,260 (25.81 ราย ต่อ SME)

โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4)

โครงการ Micro4	วงเงินค้ำประกันรวม (ลบ.)	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	วงเงินสินเชื่อรวม (ลบ.)	รักษาการจ้างงานรวม (ราย)
เป้าหมาย	25,000.00	100,000	25,000 (1 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	-
ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2564	20,527.24	177,276	20,598.39 (1 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	728,528 (4.11 ราย ต่อ SME)

โครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.

โครงการ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟู	วงเงินค้ำประกันรวม (ลบ.)	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	วงเงินสินเชื่อรวม (ลบ.)	รักษาการจ้างงานรวม (ราย)
เป้าหมาย	200,000.00	-	-	-
ผลการดำเนินงาน ปีงบประมาณ 2564	130,943.42	41,316	134,033.79 (1.02 เท่าต่อวงเงินค้ำประกัน)	1,267,692 (30.68 ราย ต่อ SME)

ที่มา: บสย.

ตารางที่ 4.2 รายละเอียดโครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS9) โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro4) และโครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.

	โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS9)	โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4)	โครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.
กลุ่มเป้าหมาย	สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ทั่วไปที่อยู่ในระบบฐานภาษี ซึ่งต้องการสินเชื่อแต่ขาดหลักประกัน เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถกู้เงินและได้รับเงินกู้หรือสินเชื่อในระบบสถาบันการเงินได้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ และช่วยเสริมสภาพคล่องทางการเงิน	สำหรับผู้ประกอบการ SMEs รายย่อย ค่าขาย ผลิต หรือบริการรับจ้าง อาทิ พ่อค้า แม่ค้าตามตลาดย่านการค้าต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจโดยมีสถานประกอบการที่ชัดเจน เป็นร้านค้า ห้องเช่า แผงลอย หรือหาบเร่ ที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 5 ล้านบาท (ไม่รวมที่ดิน)	สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบปัญหาหรือได้รับผลกระทบอันเนื่องมาจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามที่ รมท. กำหนดกลุ่มลูกค้า
วงเงินโครงการ	รวมไม่เกิน 150,000 ล้านบาท	รวมไม่เกิน 25,000 ล้านบาท	ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท
วงเงินค้ำประกันต่อราย SME	<ul style="list-style-type: none"> ไม่เกิน 100 ล้านบาท ต่อราย รวมทุกสถาบันการเงิน รวมทุกรูปแบบโครงการ ยื่นขอครั้งละไม่น้อยกว่า 200,000 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของ บสย. สำหรับ บสย. SME เติบโตรายย่อย วงเงินค้ำประกันไม่เกิน 3 ล้านบาทต่อรายรวมทุกสถาบันการเงินภายใต้รูปแบบนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> ตั้งแต่ 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 500,000 บาทต่อราย รวมทุกสถาบันการเงิน รวมทุกรูปแบบโครงการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของ บสย. 	<ul style="list-style-type: none"> เป็นวงเงินสินเชื่อที่ผู้ขอสินเชื่อได้รับจากผู้ให้สินเชื่อตาม พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟู สูงสุดไม่เกิน 150 ลบ. ต่อรายต่อสถาบันการเงิน
ระยะเวลาค้ำประกัน	สูงสุดไม่เกิน 10 ปี	สูงสุดไม่เกิน 10 ปี	สูงสุดไม่เกิน 10 ปี
ค่าธรรมเนียมการค้ำประกัน	กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการค้ำประกันสินเชื่อสำหรับ SMEs ในแต่ละกลุ่มตามระดับความเสี่ยง เฉลี่ยร้อยละ 1.75 ต่อปี ของวงเงินค้ำประกันสินเชื่อ ตลอดอายุการค้ำประกัน 10 ปี โดยขึ้นอยู่กับแต่ละรูปแบบโครงการย่อย ทั้งนี้ รัฐบาลสนับสนุนค่าธรรมเนียมแทน SMEs	กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการค้ำประกันสินเชื่อสำหรับ SME ในแต่ละกลุ่มตามระดับความเสี่ยง ไม่เกินร้อยละ 1.5 ต่อปี ของวงเงินค้ำประกันสินเชื่อ ตลอดอายุการค้ำประกัน 10 ปี โดยขึ้นอยู่กับแต่ละรูปแบบโครงการย่อย ทั้งนี้ รัฐบาลสนับสนุนค่าธรรมเนียม	<ul style="list-style-type: none"> สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อย (Micro) และ SME <ul style="list-style-type: none"> ค่าธรรมเนียมมา <ul style="list-style-type: none"> ปีที่ 1-4 = 1%/ปี ปีที่ 5-7 = 1.25%/ปี ปีที่ 8-10 = 1.75%/ปี รวม 13%/ปี สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่

	โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS9)	โครงการค้ำประกัน สินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4)	โครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.
	ในปี 2 ปีแรก หรือขึ้นอยู่กับแต่ละ รูปแบบโครงการย่อย	แทน SME ในปี 2 ปีแรก หรือ ขึ้นอยู่กับแต่ละรูปแบบโครงการ ย่อย	- ค่าธรรมเนียมมา ปีที่ 1-2 = 1.75%/ปี ปีที่ 3-6 = 1.75%/ปี ปีที่ 7-10 = 1.75%/ปี รวม 17.5%/ปี - รัฐชดเชย (%/ปี) ปีที่ 1-2 = 0.75%/ปี ปีที่ 3-6 = 0.50%/ปี รวม 3.5%/ปี
ระยะเวลารับ คำขอค้ำประกัน	สิ้นสุดรับคำขอภายในวันที่ 30 พ.ย. 2565 หรือวงเงินค้ำประกันเต็ม วงเงินของแต่ละรูปแบบโครงการ ย่อย รวมทั้งสิ้นแล้วไม่เกิน 150,000 ล้านบาท แล้วแต่เงื่อนไขใดถึงก่อน	สิ้นสุดรับคำขอภายในวันที่ 30 พ.ย. 2565 หรือวงเงินค้ำประกัน เต็มวงเงินของแต่ละรูปแบบ โครงการย่อย รวมทั้งสิ้นแล้วไม่ เกิน 25,000 ล้านบาท แล้วแต่ เงื่อนไขใดถึงก่อน	ตั้งแต่วันที่ 6 ก.ย. 2564 และสิ้นสุด รับคำขอภายในวันที่ 9 ต.ค. 2566 หรือวงเงินค้ำประกันครบ 100,000 ล้านบาท แล้วแต่เงื่อนไขใดถึงก่อน
คุณสมบัติของ SME	<ul style="list-style-type: none"> ○ เป็นบุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติ ไทยหรือนิติบุคคลที่จดทะเบียน ในประเทศไทย ○ ประกอบกิจการโดยชอบด้วย กฎหมาย และต้องไม่ขัดต่อ ศีลธรรมอันดี ○ มีทรัพย์สินถาวรไม่รวมที่ดินมี มูลค่ารวมไม่เกิน 200 ล้านบาท ○ ได้รับสินเชื่อใหม่ และจะต้องไม่ นำไปชำระหนี้เดิมกับสถาบัน การเงินผู้ให้สินเชื่อ ○ เป็นลูกหนี้จัดชั้นปกติ หรือจัด ชั้นกล่าวถึงเป็นพิเศษ ตาม เกณฑ์ข้อกำหนดของธนาคาร แห่งประเทศไทย ○ มีเอกสารหรือหลักฐานการยื่น แบบแสดงรายการภาษีเงินได้ ทั้งที่เป็น SMEs ประเภทบุคคล ธรรมดาหรือนิติบุคคลในรอบปี ล่าสุด หรือ 1 ปีก่อนหน้า 	เช่นเดียวกับโครงการค้ำประกัน สินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS 9)	เป็นผู้ขอสินเชื่อที่ได้รับสินเชื่อตาม พระราชกำหนดการให้ ความช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการ ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจาก การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 พ.ศ. 2564 ตั้งแต่วันที่ 6 ก.ย. 2564 เป็นต้นไป

	โครงการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS9)	โครงการค้ำประกัน สินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4)	โครงการค้ำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.
	<ul style="list-style-type: none"> ○ ผ่านการคัดกรองความเสี่ยง ของลูกค้า ตามเกณฑ์ที่ บสย. กำหนด ○ คุณสมบัติอื่น ๆ ของรูปแบบ โครงการ เป็นไปตามที่ บสย. กำหนด 		

ที่มา: บสย.

4.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors) ในการดำเนินมาตรการค้ำประกัน สินเชื่อของ บสย.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ที่สำคัญ ได้แก่ 1) การปรับการสนับสนุนจากภาครัฐมากขึ้น ที่ช่วยเหลือมากขึ้นในบางกลุ่มธุรกิจที่ต้องการการฟื้นฟูเร่งด่วน 2) การปรับกลยุทธ์การเข้าถึงของ SME ผ่าน Digital Platform หรือ Digital Gateway เพื่อให้ SME เข้าถึงรวดเร็วและมีเครื่องมือ Automation 3) การยกระดับการสื่อสารประชาสัมพันธ์บทบาทพันธกิจของ บสย. และโครงการช่วยเหลือของ บสย. ให้ทางผู้ประกอบการรู้จักและเข้าถึงได้ง่ายทั้ง Online และ Offline

4.1.3 การจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ดำเนินการจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อย และผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. จำนวน 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 68 คน ประกอบด้วยหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ จำนวน 60 คน และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 8 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) วันที่ 11 ก.ค. 2565 ณ โรงแรม Vic3 Bangkok กรุงเทพฯ และรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 50 คน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ จำนวน 46 คน จากบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ธนาคารแห่งประเทศไทย สถาบันการเงินเฉพาะกิจต่าง ๆ ประกอบด้วยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ประกอบด้วย บมจ.ธนาคารยูโอบี บมจ.ธนาคารกสิกรไทย บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา บมจ.ธนาคารกรุงเทพ บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารทีสโก้ และบจ. ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ

และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 4 คน จากหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2) วันที่ 9 สิงหาคม 2565 ในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม รวมทั้งสิ้น 18 คน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ จำนวน 14 คน จากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ประกอบด้วยธนาคารทีเอสโก้ บมจ.ธนาคารกรุงเทพ และ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 4 คน จากสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการ SME ต่าง ๆ

4.1.4 ความเหมาะสม ความยากง่าย และข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการ ค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.

บสย. มีบทบาทต่อภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน การที่ บสย. ช่วยค้ำประกันสำหรับ SME ที่ขาดหลักประกันหรือหลักประกันไม่เพียงพอ บสย. มีระดับการชดเชยที่แตกต่างกันตามความเสี่ยงของลูกค้า ดังนั้น บสย. จะเป็นประโยชน์ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจในปัจจุบัน และ บสย. มีศูนย์ที่ปรึกษาทางการเงิน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและบุคลากรของ บสย. และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง การจัดการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการเก็บแบบสอบถามผู้เข้าร่วมมาตรการ ภายใต้โครงการศึกษานี้ พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งของการเข้าร่วมมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ SME ได้แก่ ความยากในการเข้าถึงมาตรการเกิดกับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็ก ทั้งนี้ สถาบันการเงินควรสนับสนุนให้ SME ที่ใช้บัญชีสรรพากรบัญชีเดียวในการยื่นเข้าถึงสินเชื่อได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ SME ส่วนหนึ่งยังไม่มีความพร้อมในด้านข้อมูลและการรับรู้ข้อมูลเพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ในด้านข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ SME พบว่า ปัจจุบัน การดำเนินมาตรการค้ำประกันสินเชื่อภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กลายเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคที่สำคัญ เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับที่ไม่เอื้อต่อการฟื้นตัวของผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะกรณีการแพร่ระบาดดังกล่าวมีระยะเวลายาวนาน ดังนั้น การที่ภาครัฐเพิ่มเงินทุนเข้าสู่ระบบการให้สินเชื่อและการค้ำประกันสินเชื่อ ก็อาจกลายเป็นสิ่งสนับสนุนหรืออาจเป็นภาระต้นทุนให้กับผู้ประกอบการ SME

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ประกอบการ SME มักประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการด้านการเงิน ในขณะที่เดียวกันก็เป็นโจทย์สำคัญให้กับ บสย. และธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในการดำเนินการให้สินเชื่อและค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อให้ผู้ประกอบการ SME อยู่รอดและสามารถฟื้นตัวเพื่อชำระหนี้ในอนาคตได้ ซึ่งการฟื้นตัวของผู้ประกอบการ SME นับว่าเป็นสิ่งสำคัญ และจะส่งผลกระทบต่อระดับหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ดังนั้น ผู้ประกอบการ SME จึงอาจจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพเพิ่มเติมก่อนเข้าสู่การค้ำประกันสินเชื่อ และผลักดันให้กลุ่ม SME ดังกล่าวสามารถเข้าถึงโครงการสินเชื่อและการค้ำประกันสินเชื่อได้อย่างแท้จริง

สำหรับหน่วยงานผู้ขับเคลื่อนนโยบาย พบว่า มีอุปสรรคสำคัญด้านข้อจำกัดของงบประมาณ ซึ่งบางประเภทธุรกิจมีความจำเป็นต้องได้รับวงเงินกู้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม บสย. มีงบประมาณการจ่ายประกันความเสี่ยงที่จำกัด ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความสมดุลระหว่างงบประมาณและความต้องการสินเชื่อที่มีอยู่ในระดับสูงในบางประเภทธุรกิจ

4.1.5 ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบาย โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ SME ของสถาบันการเงิน เฉพาะกิจ ในส่วนโครงการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.

ตารางที่ 4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง SME ที่เก็บแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท พื้นที่ และนโยบาย/
มาตรการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน

ประเภทกิจการ/พื้นที่	รวม ทั้งหมด	ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมในแต่ละนโยบาย/มาตรการ								
		มาตรการค้ำประกันสินเชื่อ ของ บสย.			นโยบายส่งเสริมการตลาด/ การตลาดออนไลน์แก่ ผู้ประกอบการ SME			มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)		
		กทม./ ปริมาณขล	ตจว.	รวม	กทม./ ปริมาณขล	ตจว.	รวม	กทม./ ปริมาณขล	ตจว.	รวม
เกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่	35	4	7	11	3	9	12	6	6	12
การค้า และการก่อสร้าง	97	10	27	37	13	16	29	14	17	31
การบริการ	72	4	18	22	17	9	26	12	12	24
รวม	204	18	52	70	33	34	67	32	35	67

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

การสำรวจผู้ประกอบการ SME ตัวอย่างที่เข้าร่วมมาตรการการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 จำนวน 70 ตัวอย่าง ซึ่งได้มีการกระจายการสำรวจตามพื้นที่ของกิจการ โดยเป็นกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 18 ราย และต่างจังหวัด จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ 74.3 ตามลำดับ โดยในภาพรวมส่วนมากเป็นกิจการในภาคการค้าและการก่อสร้าง จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาเป็นภาคบริการ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.4 และภาคเกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่อีกจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7 (ตารางที่ 4.4) ซึ่งกิจการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาแล้ว 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.9 ของกิจการทั้งหมด รองลงมาเป็นกิจการที่เปิดมาไม่นาน อยู่ในช่วง 1-5 ปี ซึ่งมีอยู่ประมาณร้อยละ 34.3 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 จำแนกตามประเภทกิจการ และพื้นที่

ประเภทกิจการ/พื้นที่	ผู้ประกอบการ SME					
	กรุงเทพฯและ ปริมณฑล		ต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่	4	5.7	7	10.0	11	15.7
การค้า และการก่อสร้าง	10	14.3	27	38.6	37	52.9
การบริการ	4	5.7	18	25.7	22	31.4
รวม	18	25.7	52	74.3	70	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME จำแนกตามจำนวนปีที่เปิดดำเนินกิจการ

จำนวนปีที่เปิดดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	24	34.3
6-10 ปี	30	42.9
11-20 ปี	13	18.6
มากกว่า 20 ปี	3	4.3
รวม	70	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสถานะและการดำเนินงานของกิจการ

ในส่วน of ข้อมูลสถานะการดำเนินงานของกิจการในปีที่ผ่านมา พิจารณาจากรายได้รวมของกิจการพบว่า กิจการส่วนใหญ่ มีรายได้รวมอยู่ในระดับสูง โดยอยู่ในช่วงรายได้มากกว่า 10 ล้านบาท ถึงไม่เกิน 30 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมา คือ มีรายได้ไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.3 ทางด้านความเปลี่ยนแปลงของรายได้ กิจการส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.4 รายงานว่า มีรายได้เพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงไม่เกินร้อยละ 25 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.8 ในขณะที่กิจการร้อยละ 40.0

รายงานว่ามีรายได้ลดลง โดยส่วนใหญ่ลดลงอยู่ในช่วงไม่เกินร้อยละ 25 คิดเป็นร้อยละ 42.9 ของกิจการทั้งหมด (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลรายได้รวมของกิจการในปีที่ผ่านมา

ข้อมูลรายได้	จำนวน	ร้อยละ
รายได้รวมในปีที่ผ่านมา		
น้อยกว่า 1 ล้านบาท	17	24.3
1- ไม่เกิน 5 ล้านบาท	15	21.4
5- ไม่เกิน 10 ล้านบาท	5	7.1
10-ไม่เกิน 30 ล้านบาท	18	25.7
มากกว่า 30-ไม่เกิน 2,700 ล้านบาท	15	21.4
รวม	70	100.0
การเปลี่ยนแปลงของรายได้เทียบกับปีก่อนหน้า		
เพิ่มขึ้น	36	51.4
ลดลง	28	40.0
ไม่เปลี่ยนแปลง	6	8.6
รวม	70	100.0
กิจการที่มีรายได้เพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา		
เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25	19	52.8
เพิ่มขึ้นร้อยละ 26-50	8	22.2
เพิ่มขึ้นร้อยละ 51-100	9	23.0
รวม	36	100.0
กิจการที่มีรายได้ลดลงในปีที่ผ่านมา		
ลดลงไม่เกินร้อยละ 25	12	42.9
ลดลงร้อยละ 26-50	10	35.7
ลดลงร้อยละ 51-100	6	21.4
รวม	28	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 3 สัมฤทธิ์ผลของการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564

การพิจารณาสัมฤทธิ์ผลของการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 จะพิจารณาใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบง่ายขึ้น 2) การได้รับวงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้น 3) ธุรกิจมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการมากขึ้น และ 4) ธุรกิจลดภาระต้นทุนธุรกิจจากเงินกู้ยืมในระบบ โดยผลจากการสำรวจ พบว่า ผู้ประกอบการมีผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจต่อมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. อยู่ในระดับสูงในทุก ๆ ประเด็น และเมื่อพิจารณารายประเด็น จะเห็นได้ว่าการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบง่ายขึ้น กิจการมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุด อยู่ที่ระดับ 4.46 คะแนน รองลงมา คือ การลดภาระต้นทุนธุรกิจจากเงินกู้ยืมในระบบ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ 4.37 คะแนน ทางด้านประเด็น การมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการมากขึ้น กิจการมีความพึงพอใจอยู่ที่ 4.23 คะแนน และมีความพึงพอใจในประเด็น ได้รับวงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้น ที่ระดับ 3.99 คะแนน (ตารางที่ 4.7)

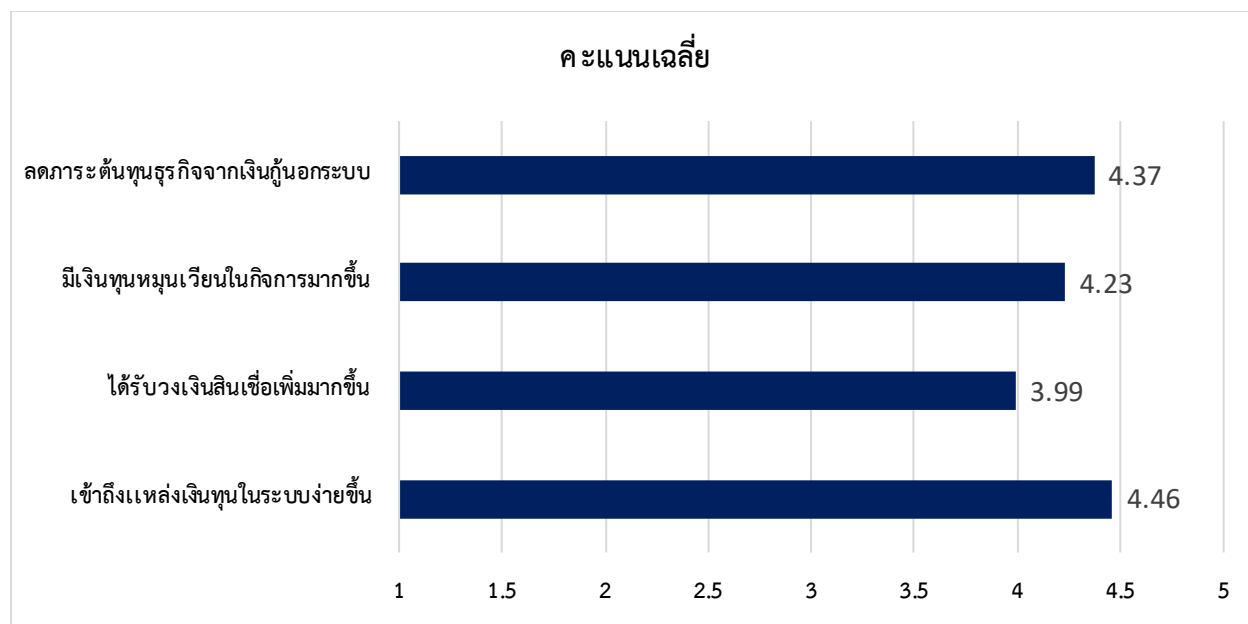
ตารางที่ 4.7 การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย.

ผลสัมฤทธิ์	คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน 1-5										รวม	
		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบง่ายขึ้น	4.46	1	1.4	1	1.4	10	14.3	11	15.7	47	67.1	70	100.0
2. ได้รับวงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้น	3.99	2	2.9	1	1.4	24	34.3	12	17.1	31	44.3	70	100.0
3. มีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการมากขึ้น	4.23	1	1.4	2	2.9	13	18.6	18	25.7	36	51.4	70	100.0
4. ลดภาระต้นทุนธุรกิจจากเงินกู้ยืมในระบบ	4.37	3	4.3	0	-	7	10.0	18	25.7	42	60.0	70	100.0

หมายเหตุ: ค่าคะแนนผลสัมฤทธิ์มีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่

- 1) ตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด
- 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย
- 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง
- 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก
- 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้



ภาพที่ 4.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย.

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SME ต่อมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564

สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ผลการสำรวจ พบว่า กิจการส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 82.9 ของกิจการทั้งหมด รองลงมาคือ การลดขั้นตอนและความยุ่งยากในการขอสินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 62.9 ของกิจการทั้งหมด ในขณะที่ กิจการร้อยละ 55.7 รายงานว่า ได้รับประโยชน์จากการมีวงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้น และนอกจากนี้ ยังมีกิจการอีกร้อยละ 24.3 รายงานว่า ได้ประโยชน์อื่น ๆ ได้แก่ การที่ไม่ต้องมีผู้ค้ำหรือหลักประกันในการขอสินเชื่อ ซึ่งช่วยต่อยอดให้ธุรกิจขนาดเล็กได้ ทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่ม (ตารางที่ 4.8)

ในส่วนของปัญหาอุปสรรคที่พบจากการเข้าร่วมมาตรการนี้ ส่วนใหญ่อุปสรรคที่พบคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ (เช่น เจ้าหน้าที่ประสานงานมีจำนวนไม่เพียงพอทำให้เกิดความล่าช้า) และกระบวนการหรือขั้นตอนในการให้บริการ ในสัดส่วนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 98.6 และร้อยละ 97.1 ตามลำดับ ที่รายงานว่ามีปัญหาอุปสรรคในประเด็นนี้ ทางด้านอุปสรรคอื่น ๆ ได้แก่ การประสานงานกับธนาคารที่เป็นตัวกลาง/เครดิตของผู้ประกอบการในการขอสินเชื่อ มีกิจการที่พบปัญหานี้ ร้อยละ 92.9 ในขณะที่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และระยะเวลา/เอกสารที่ใช้ในการพิจารณาสินเชื่อ ยังคงเป็นอุปสรรคเช่นกัน โดยมีกิจการร้อยละ 91.4 ที่รายงานว่ามีปัญหาดังกล่าว (ตารางที่ 4.8)

ทางด้านความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมมาตรการ ผลการสำรวจพบว่า กิจการมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วงคะแนน 4.16-4.63 ซึ่งนับว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า กิจการมีความพึงพอใจในด้านนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME ที่เข้าร่วมสมควรได้รับการบอกต่อให้แก่ผู้ประกอบการอื่น ๆ มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.63 รองลงมาเป็นความพึงพอใจต่อรูปแบบของการดำเนินนโยบาย/มาตรการ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.57 และความพึงพอใจที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบาย/มาตรการในอนาคต มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.8 ประโยชน์ที่ได้รับ และปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย.

ประโยชน์/ปัญหาอุปสรรค (n=70)	จำนวน	ร้อยละ
ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. เข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบง่ายขึ้น	58	82.9
2. ได้รับวงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้น	39	55.7
3. ลดขั้นตอนและความยุ่งยากในการขอสินเชื่อ	44	62.9
4. ประโยชน์ด้านอื่น ๆ ได้แก่ มีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่ม/ไม่ต้องมีผู้ค้ำหรือหลักประกัน/ช่วยต่อ ยอดให้ธุรกิจขนาดเล็กได้	17	24.3
ปัญหาอุปสรรคที่พบจากการร่วมกิจกรรมตามนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. การให้บริการของเจ้าหน้าที่	69	98.6
2. กระบวนการหรือขั้นตอนในการให้บริการ	68	97.1
3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	64	91.4
4. ระยะเวลา/เอกสารที่ใช้ในการพิจารณาสินเชื่อ	64	91.4
5. ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ ได้แก่ การประสานงานกับธนาคารที่เป็นตัวกลาง/เครดิตของผู้ประกอบการในการขอสินเชื่อ	65	92.9

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.9 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อ

ประเด็นความ พึงพอใจ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับคะแนน 1- 5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่อรูปแบบ ของการดำเนิน นโยบาย/ มาตรการ	4.57	1	1.4	1	1.4	5	7.1	13	18.6	50	71.4	70	100.0
2. ต่อระยะเวลา ดำเนินนโยบาย/ มาตรการ	4.29	1	1.4	3	4.3	9	12.9	19	27.1	38	54.3	70	100.0
3. ต่อบุคลากร ของหน่วยบริการ	4.49	2	2.9	1	1.4	6	8.6	13	18.6	48	68.6	70	100.0
4. เข้าร่วม กิจกรรมตาม นโยบาย/ มาตรการ ตอบสนองความ ต้องการของท่าน	4.39	2	2.9	0	0.0	9	12.9	17	24.3	42	60.0	70	100.0
5. ต่อการเข้าถึง ข้อมูลข่าวสาร/ การ ประชาสัมพันธ์	4.16	1	1.4	1	1.4	16	22.9	20	28.6	32	45.7	70	100.0
6. ต่อสิทธิ ประโยชน์ที่ได้รับ จากนโยบาย/ มาตรการ	4.49	2	2.9	0	0.0	5	7.1	18	25.7	45	64.3	70	100.0
7. ต้องการเข้า ร่วมกิจกรรมตาม นโยบาย/ มาตรการใน อนาคต	4.56	2	2.9	0	0.0	4	5.7	15	21.4	49	70.0	70	100.0
8. กิจกรรมตาม นโยบาย/ มาตรการที่เข้า ร่วมสมควรได้รับ การบอกต่อ ให้แก่	4.63	2	2.9	0	0.0	5	7.1	8	11.4	55	78.6	70	100.0

ประเด็นความ พึงพอใจ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับคะแนน 1- 5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ อื่น ๆ													

หมายเหตุ: ค่าคะแนนความพึงพอใจมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่

- 1) ตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด
- 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย
- 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง
- 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก
- 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 5 สรุปผลการประเมิน

การวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 จะประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มิติประสิทธิผล (Effectiveness) และมิติผลกระทบ (Impact) โดยมีรายละเอียดเกณฑ์และตัวชี้วัด และผลจากการสำรวจ ดังนี้ (ตารางที่ 4.10)

1. มิติประสิทธิภาพ (Efficiency)

- ด้านความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ
 - 1) ความพึงพอใจต่อรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมภายใต้นโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME
 - 2) ความพึงพอใจต่อระยะเวลาของการดำเนินนโยบาย/มาตรการ
 - 3) ความพึงพอใจต่อบุคลากรของหน่วยบริการ
 - 4) การเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบาย/มาตรการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และ
 - 5) ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์
 ดังนั้น ระดับความพึงพอใจภาพรวมต่อกระบวนการให้บริการ เท่ากับ 4.38 คะแนน ซึ่งหมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าอยู่ในระดับสูง

2. มิติประสิทธิผล (Effectiveness)

- 2.1 การวิเคราะห์นโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ
 - 1) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบง่ายขึ้น
 - 2) การได้รับวงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้น
 - 3) ธุรกิจมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการมากขึ้น และ
 - 4) ธุรกิจลดภาระต้นทุนธุรกิจจากเงินกู้ยืมนอกระบบ

ดังนั้น ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์ของหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME เท่ากับ 4.26 คะแนน ซึ่งกล่าวได้ว่ามีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าอยู่ในระดับสูง

- 2.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์ (ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากแผนงานหรือกิจกรรมภายใต้นโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ความพึงพอใจต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการ 2) ความต้องการที่จะเข้าร่วมอีกในอนาคต และ 3) เป็นนโยบาย/มาตรการที่ดีดีสมควรได้รับการบอกต่อให้แก่ผู้ประกอบการอื่น ๆ ดังนั้น ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์ เท่ากับ 4.56 คะแนน หรือเท่ากับมีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าอยู่ในระดับสูง

3. มิติผลกระทบ (Impact)

- ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ
 1. ความสามารถในการหารายได้ พิจารณาให้ระดับคะแนน 1-5 โดยแบ่งได้ดังนี้ (1) รายได้ไม่ถึง 1 ล้านบาท=ระดับคะแนน 1 (2) รายได้ 1-ไม่เกิน 5 ล้านบาท=ระดับคะแนน 2 (3) รายได้ 5-ไม่เกิน 10 ล้านบาท=ระดับคะแนน 3 (4) รายได้ 10-ไม่เกิน 30 ล้านบาท=ระดับคะแนน 4 และ (5) รายได้เกิน 30 ล้านบาท=ระดับคะแนน 5 ดังนั้น ความสามารถในการหารายได้ เท่ากับ 2.99 คะแนน หรือมีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง
 2. ร้อยละของรายได้ต่อปีที่เพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 40.36

การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) ในแต่ละมิติ จะให้ค่าน้ำหนักของทุกมิติในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยพิจารณาเลือกตัวชี้วัดที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicators) ซึ่งพิจารณาจากตัวชี้วัดที่มีอัตราการตอบสูง และมีค่าคะแนนเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ตารางที่ 4.10)

- มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) กำหนดให้ความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicator) โดยมีค่าน้ำหนัก 1/3
- มิติประสิทธิผล (Effectiveness) กำหนดให้ความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME และความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicators) โดยแต่ละตัวแปร มีค่าน้ำหนัก 0.5/3 มีค่าน้ำหนักรวมเท่ากับ 1/3
- มิติผลกระทบ (Impact) ความสามารถในการหารายได้ เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicator) โดยมีค่าน้ำหนัก 1/3
- ผลรวมตัวชี้วัดของทั้ง 3 มิติ สัดส่วน 1

การแปลผลค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ในภาพรวม จะมีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 1.00 ถึง 5.00 โดยสามารถแปลผลแต่ละกลุ่มคะแนน ได้ดังนี้

- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับต่ำ

สำหรับผลการประเมินพบว่า มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มีคะแนนเฉลี่ย 4.38 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง มิติประสิทธิผล (Effectiveness) คะแนนเฉลี่ย 4.41 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง มิติผลกระทบ (Impact) คะแนนเฉลี่ย 2.99 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง และผลรวมของทั้ง 3 มิติ มีคะแนน 3.92 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.10 สรุปผลการประเมิน มาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564

มิติ	ด้าน	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	จำนวน ตัวอย่าง (n)
1. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	- ด้านความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ (คะแนน 1 ถึง 5)	4.38	1	5	70
2. ประสิทธิผล (Effectiveness)	- ด้านระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบายหรือนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME	ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบาย/มาตรการ (คะแนน 1 ถึง 5)	4.26	1	5	70
	- ด้านระดับความพึงพอใจของ	ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบายหรือมาตรการของ	4.56	1	5	70

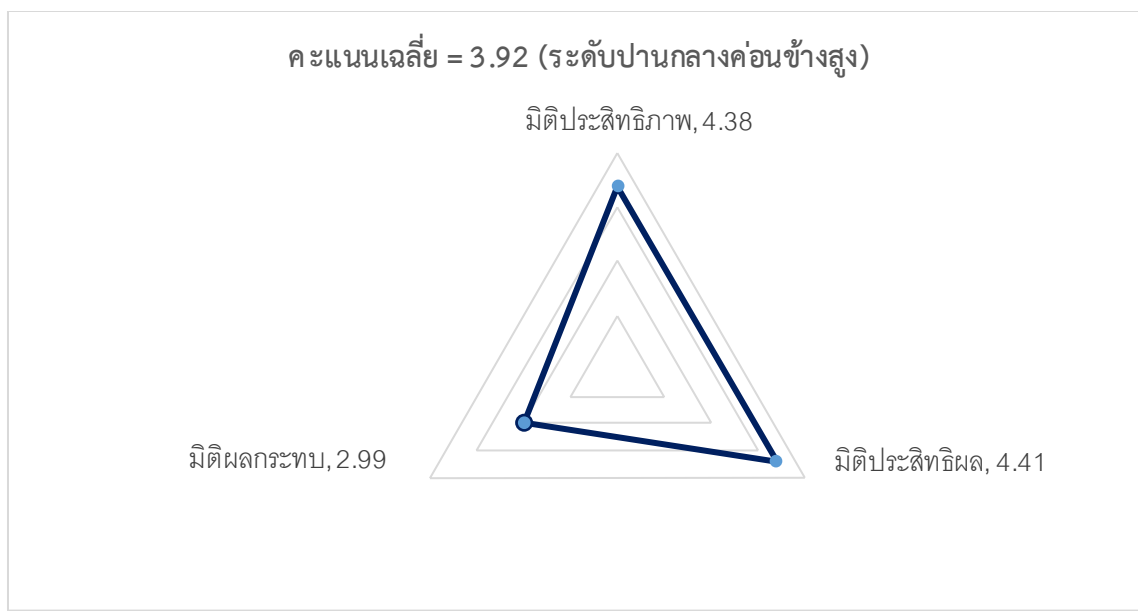
มิติ	ด้าน	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	จำนวนตัวอย่าง (n)
	ผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์	รัฐในการส่งเสริม SME (คะแนน 1 ถึง 5)				
3. ผลกระทบ (Impact)	- ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ	- ความสามารถในการหารายได้	2.99	1	5	70
		- ร้อยละของรายได้ต่อปีที่เพิ่มขึ้น	40.36	3.0	100.0	36

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.11 สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564

การประเมิน	มิติประสิทธิภาพ	มิติประสิทธิผล	มิติผลกระทบ	ภาพรวม
ตัวแทนกลุ่ม (Proxy Indicators)	- ระดับความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ (น้ำหนัก 1/3)	- ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบาย/มาตรการ (น้ำหนัก 0.5/3) - ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการ (น้ำหนัก 0.5/3)	- ความสามารถในการหารายได้ (น้ำหนัก 1/3)	รวมตัวชี้วัดของทั้ง 3 มิติ (สัดส่วน 1)
คะแนนเฉลี่ย	4.38	4.41	2.99	3.92
แปลผลค่าคะแนน	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

ที่มา: ประมวลผลจากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้



ภาพที่ 4.2 สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564

4.1.6 การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ดำเนินการจัดประชุมสัมมนา “การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ” ขึ้น ในวันที่ 22 พฤศจิกายน 2565 ณ โรงแรมสวิสโซเทล กรุงเทพฯ รัชดา และในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐในปีงบประมาณ 2564 ทั้งมาตรการทางการเงิน มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และมาตรการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ให้แก่ผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ได้รับทราบ ตลอดจนรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องดังกล่าว เพื่อไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐเตรียมความพร้อมสำหรับปรับปรุงนโยบายในการช่วยเหลือและส่งเสริม SME ต่อไป

ทั้งนี้ การจัดประชุมสัมมนาดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมงานรวมทั้งสิ้น 166 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย จำนวน 88 คน และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 78 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้แทนจากหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย จำนวน 88 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กรมราชทัณฑ์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย บมจ. การบินไทย และบจ. ไปรษณีย์ไทย สถาบันการเงินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

บริษัท ประกันสินเชื่อบุคคลและสินเชื่อธุรกิจขนาดเล็ก (บสย.) บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย บมจ.ธนาคารยูโอบี บมจ.ธนาคารกรุงเทพ บมจ.ธนาคารกรุงไทย บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และ บจ. ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ และสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (สวค.)

2) ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 78 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ต่าง ๆ

4.1.7 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย.

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและบุคลากรของ บสย. และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง การจัดการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) การเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 และการจัดสัมมนาเผยแพร่ผลการประมวลผลงานฯ พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ต่าง ๆ ได้ให้ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการการค้าประกันสินเชื่อของ บสย. ที่สำคัญ ดังนี้

1) นอกเหนือจากการให้สินเชื่อและการค้าประกันสินเชื่อ ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการ SME ในการเข้าถึงสินเชื่อและการค้าประกันสินเชื่อดังกล่าว อาทิเช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการของ บสย. และการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการเงิน เป็นต้น ตลอดจนควรหาวิธีการเสริมสร้างศักยภาพ และตลาด/ช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ SME ควบคู่กันกับดำเนินมาตรการเพื่อบรรเทาต้นทุนภาระค่าใช้จ่ายของ SME ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2) บสย. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการให้สินเชื่อและค้าประกันสินเชื่อโดยจำแนกตามประเภทธุรกิจที่อาจมีระดับของปัญหาต่างกันและเข้าช่วยเหลือตามสภาพปัญหาที่แท้จริง ตลอดจนควรคำนึงกรอบวงเงินงบประมาณการให้สินเชื่อและการค้าประกันสินเชื่อที่มีความเหมาะสมกับประเภทธุรกิจที่มีระดับของปัญหาที่แตกต่างกันข้างต้น โดยอาจพิจารณารับภาระจ่ายค่าประกันชดเชยกรณีที่เป็นหนี้ NPGs (ภาระค้าประกันหนี้จัดชั้นด้อยคุณภาพ) ในอัตราที่มากกว่าร้อยละ 30 ของภาระค้าประกัน ซึ่งเป็นอัตราที่กำหนดในปัจจุบัน และเพิ่มระยะเวลาการชดเชยค่าธรรมเนียมจาก 2 ปี เป็น 3 – 4 ปี ในบางประเภทธุรกิจ

3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดทำฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และเชื่อมโยง/บูรณาการฐานข้อมูล (Data Integration) เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน ทั้ง บสย. ธปท. กระทรวงการคลัง และธนาคาร

พาณิชย์/สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่เข้าร่วมโครงการ เป็นต้น ซึ่งการเชื่อมโยงดังกล่าวควรดำเนินการเชื่อมโยง ทั้งระบบภายในของธนาคารและการเชื่อมโยงข้อมูลออกสู่ภายนอก

4) การขับเคลื่อนมาตรการการให้สินเชื่อ/การค้ำประกันสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 4 ประการ คือ (1) การใช้ประโยชน์จากข้อมูล/ข้อมูล Big Data ของ สสว. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการ SME (2) การดำเนินการให้สินเชื่อ/การค้ำประกันสินเชื่อควบคู่กับการให้คำปรึกษาทางการเงิน (Financial Advisory) (3) สถาบันการเงินต่าง ๆ ทั้งธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ควรออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อและโครงการที่เหมาะสมกับความต้องการและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการ SME และ (4) สถาบันการเงินควรวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ SME ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งอาจแตกต่างกันตามประเภทวิสาหกิจและประเภทกิจการ



นโยบาย/มาตรการด้านการเงิน:
 โครงการการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้รายย่อยและผู้ประกอบการ
 SME ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ในส่วนโครงการ
 คำประกันสินเชื่อของบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรม
 ขนาดย่อม (บสย.)

1. แนวทางการดำเนินมาตรการการคำประกันสินเชื่อของ บสย.
 และผลการดำเนินมาตรการในปีงบประมาณ 2564



- บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ทำหน้าที่ช่วยเหลือ SME ผ่านกลไกการคำประกันสินเชื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับสถาบันการเงินในการอนุมัติสินเชื่อมากขึ้นช่วยให้ผู้ประกอบการ SME ที่มีศักยภาพแต่ขาดหลักประกันหรือหลักประกันไม่เพียงพอได้รับวงเงินที่เพียงพอตามความต้องการ โดยมาตรการหลักที่ บสย. ได้ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 3 มาตรการ ได้แก่
 - 1) มาตรการด้านการคำประกันสินเชื่อ
 - 2) มาตรการด้านการปรับโครงสร้างหนี้
 - 3) มาตรการด้านการให้คำปรึกษาด้านการเงิน
- ผลการดำเนินงานภายใต้ภายใต้โครงการคำประกันสินเชื่อ บสย. SMEs สร้างชาติ (PGS 9) โครงการคำประกันสินเชื่อ บสย. Micro ต้องชนะ (Micro 4) และโครงการคำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 เป็นดังนี้

ผลการดำเนินงาน ในปีงบประมาณ 2564	วงเงินคำประกันรวม (ลบ.)	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	วงเงินสินเชื่อรวม (ลบ.)	รักษากร้างงานรวม (ราย)
โครงการ PGS9	81,721.16	19,731	100,397.08 (1.23 เท่าต่อวงเงินคำประกัน)	509,260 (25.81 ราย ต่อ SME)
โครงการ Micro 4	20,527.24	177,276	20,598.39 (1 เท่าต่อวงเงินคำประกัน)	728,528 (4.11 ราย ต่อ SME)
โครงการคำประกันสินเชื่อ พ.ร.ก. สินเชื่อฟื้นฟูของ บสย.	130,943.42	41,316	134,033.79 (1.02 เท่าต่อวงเงินคำประกัน)	1,267,692 (30.68 ราย ต่อ SME)
รวม	233,191.82	238,323	255,029.26 (1.09 เท่าต่อวงเงินคำประกัน)	2,505,480 (10.51 ราย ต่อ SME)



2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors) ในการดำเนินมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.



- การปรับการสนับสนุนจากภาครัฐมากขึ้น ที่ช่วยเหลือมากขึ้นในบางกลุ่มธุรกิจที่ต้องการการฟื้นฟูเร่งด่วน
- การปรับกลยุทธ์การเข้าถึงของ SMEs ผ่าน Digital Platform หรือ Digital Gateway เพื่อให้ SME เข้าถึงรวดเร็วและมีเครื่องมือ Automation
- การยกระดับการสื่อสารประชาสัมพันธ์บทบาทพันธกิจของ บสย. และโครงการช่วยเหลือของ บสย. ให้ทางผู้ประกอบการรู้จักและเข้าถึงได้ง่ายทั้ง Online และ Offline

3. ข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.



3.1 ผู้ประกอบการ SME

- ความยากในการเข้าถึงมาตรการเกิดกับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีกพบปัญหาเรื่องการใช้บัญชีสรรพากรในการยื่นขอสินเชื่อ ดังนั้นสถาบันการเงินจึงสนับสนุนให้ผู้ที่ใช้บัญชีสรรพากรบัญชีเดียวในการยื่นเข้าถึงสินเชื่อได้
- ผู้ประกอบการ SME ส่วนหนึ่งยังไม่มีความพร้อมในด้านข้อมูลและการรับรู้ข้อมูลที่เพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- การดำเนินมาตรการค้ำประกันสินเชื่อภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กลายเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคที่สำคัญเนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจในภาพรวมอยู่ในระดับที่ไม่เอื้อต่อการฟื้นตัวของผู้ประกอบการ SME ดังนั้นการที่ภาครัฐเพิ่มเงินทุนเข้าสู่ระบบการให้สินเชื่อและการค้ำประกันสินเชื่อก็อาจกลายเป็นสิ่งสนับสนุนหรืออาจเป็นภาระต้นทุนให้กับผู้ประกอบการ SME ได้เช่นกัน
- ผู้ประกอบการ SME มักประสบปัญหาเรื่องการบริหารจัดการด้านการเงิน และผู้ประกอบการส่วนหนึ่งจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพเพิ่มเติมก่อนเข้าสู่การค้ำประกันสินเชื่อ

3.2 หน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย

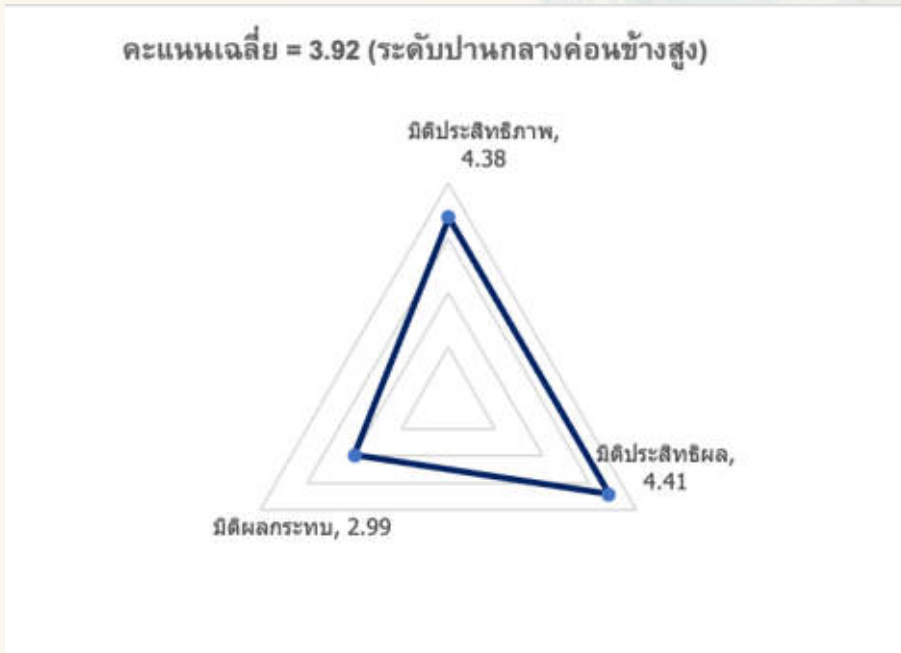
- มีอุปสรรคสำคัญด้านข้อจำกัดของงบประมาณ ซึ่งบางประเภทธุรกิจมีความจำเป็นต้องได้รับวงเงินกู้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ดี บสย. มีงบประมาณการจ่ายประกันความเสี่ยงที่จำกัด ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความสมดุลระหว่างงบประมาณ และความต้องการสินเชื่อที่มีอยู่ในระดับสูงในบางประเภทธุรกิจ

4. ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากการเข้าร่วมมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย.



- จากการสำรวจและเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมมาตรการค้ำประกันสินเชื่อของ บสย. ในปีงบประมาณ 2564 จำนวน 70 ตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากการเข้าร่วมมาตรการ

- 1. ในมิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มีคะแนนเฉลี่ย 4.38 คะแนน (ระดับสูง)
- 2. มิติประสิทธิผล (Effectiveness) คะแนนเฉลี่ย 4.41 คะแนน (ระดับสูง)
- 3. มิติผลกระทบ (Impact) คะแนนเฉลี่ย 2.99 คะแนน (ระดับปานกลาง)
- 4. ผลรวมของทั้ง 3 มิติ มีคะแนน 3.92 คะแนน (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง)



5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



- ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการ SME ในการเข้าถึงสินเชื่อ และการค้าประกันสินเชื่อดังกล่าว อาทิ การให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการเงิน และควรหาวิธีการเสริมสร้างศักยภาพ และหาตลาด/ช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ SME ควบคู่กันกับดำเนินมาตรการเพื่อบรรเทาต้นทุนภาระค่าใช้จ่ายของ SME ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน
- บสย. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการให้สินเชื่อและค้าประกันสินเชื่อ โดยจำแนกตามประเภทธุรกิจ ที่อาจมีระดับของปัญหาต่างกันและเข้าช่วยเหลือตามสภาพปัญหาที่แท้จริง ตลอดจนควรคำนึงกรอบวงเงินงบประมาณการให้สินเชื่อและการค้าประกันสินเชื่อที่มีความเหมาะสมกับประเภทธุรกิจที่มีระดับของปัญหาที่แตกต่างกัน
- เนื่องจากกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กมักพบปัญหาเรื่องการใช้บัญชีสรรพากรในการยื่นขอสินเชื่อ ดังนั้น สถาบันการเงินต่าง ๆ ควรสนับสนุนให้ SME ที่ใช้บัญชีสรรพากรบัญชีเดียวในการเข้าถึงสินเชื่อได้
- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดทำฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และเชื่อมโยง/บูรณาการข้อมูล (Data Integration) เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน ทั้ง บสย. สปท. กระทรวงการคลังและธนาคารพาณิชย์ /สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่เข้าร่วมโครงการ เป็นต้น ซึ่งควรเชื่อมโยงทั้งระบบภายในของธนาคาร และการเชื่อมโยงข้อมูลออกสู่ภายนอก
- การขับเคลื่อนมาตรการการให้สินเชื่อ/การค้าประกันสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 4 ประการ
 1. การใช้ประโยชน์จากข้อมูล/ข้อมูล Big Data ของ สสว.
 2. การดำเนินการค้าประกันสินเชื่อควบคู่กับการให้คำปรึกษาทางการเงิน
 3. สถาบันการเงินมีผลิตภัณฑ์สินเชื่อและโครงการที่เหมาะสม
 4. การคิดวิเคราะห์ปัญหา/ความต้องการของ SME อย่างถูกต้อง ซึ่งแตกต่างกันตามประเภทวิสาหกิจและกิจการ

4.2 นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME: นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

4.2.1 แนวทางการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564

นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 ครอบคลุมการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ หลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานที่มีภารกิจโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ และหน่วยงานที่มีภารกิจที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นกลุ่มตามพันธกิจ 4 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ 1) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจต้นน้ำ ที่ทำผลผลิตต้นทาง เช่น กลุ่มเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงมหาดไทย 2) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจกลางน้ำ ธุรกิจที่นำผลผลิตจากต้นน้ำมาผลิตต่อเนื่อง เช่น ผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม 3) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจปลายน้ำ หรือกลุ่มธุรกิจที่นำผลผลิตจากกลางน้ำมาผลิตต่อจนถึงมือผู้บริโภค ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ และ 4) หน่วยงานสนับสนุนที่มีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ ได้แก่ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ทั้งนี้ ประเมินว่าในปีงบประมาณ 2564 งบประมาณของภาครัฐที่จัดสรรไปในนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ จะอยู่ที่ประมาณ 2,576.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.078 ของงบประมาณแผ่นดินโดยรวม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจต้นน้ำ

1.1 กระทรวงมหาดไทย

1.1.1) กรมการพัฒนาชุมชน

- ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยพัฒนาศักยภาพและเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ OTOP ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ
- การสานต่อ “โครงการส่งเสริมนักการตลาดรุ่นใหม่” ในปี 2564 โดยจัดจ้างเอกชน (บุคคลธรรมดา) เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ OTOP สู่อการขายยุค New Normal ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ www.otoptoday.com Facebook แฟนเพจ OTOP TODAY รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ

1.1.2) องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

- จัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าการส่งเสริมการตลาด การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าตลอดทั้งปี และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างทั่วถึง
- สนับสนุนการกระจายสินค้าเกษตรที่มีแนวโน้มผลผลิตล้นตลาด ให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น โดยประสานงานร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในรูปแบบของพื้นที่การจำหน่ายสินค้า รูปแบบการรับซื้อในช่องทางโมเดิร์นเทรด เช่น Big-C Lotus รวมถึงการจัดกิจกรรมการตลาดของหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ เช่น งานแสดงสินค้า งานมหกรรมสินค้าเกษตร เพื่อให้เกษตรกรสามารถระบายสินค้าผลจากวิกฤตราคาตกต่ำ และแก้ปัญหาสินค้าล้นตลาด

1.2 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

1.2.1) กรมส่งเสริมการเกษตร และกรมส่งเสริมสหกรณ์

- ส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ โดยพัฒนาและคัดเลือกสินค้าด้านการเกษตร/สินค้าแปรรูปด้านการเกษตรที่มีศักยภาพในการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดเกษตรกร/สินค้าด้านการเกษตรออนไลน์ให้เป็นที่รู้จัก และสร้างเครือข่ายด้านการตลาดด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิตคุณภาพ
- ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ได้มีการประยุกต์ใช้แนวคิด “ตลาดนำ การผลิต” โดยมีเป้าหมายถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรทั้ง 77 จังหวัด ให้สร้างอัตลักษณ์สินค้าจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) และพัฒนาเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรหลักในพื้นที่

2) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจกลางน้ำ

2.1 กระทรวงอุตสาหกรรม

2.1.1) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

- ออก 5 มาตรการเร่งด่วน “พร้อมสู้ อยู่ได้ ปลอดภัย” ช่วย SMEs ในระยะเร่งด่วนเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME และวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ประกอบด้วย
 - 1) การจัดการโควิดในองค์กร สร้างองค์ความรู้ในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อป้องกันและรับมือกับการแพร่ระบาดของโควิด

- 2) การตลาดภายใต้โควิด มุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ แนวทางช่วยเหลือด้านการขนส่ง และแนวทางการตลาดร่วมเป็นคู่ค้ากับภาครัฐ
 - 3) เปลี่ยนค่าใช้จ่ายเป็นเงินทุน นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมปรับเปลี่ยนค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจให้กลายเป็นเงินทุน ในการประกอบกิจการ โดยการใช้ระบบคลังสินค้าออนไลน์เพื่อลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์
 - 4) สร้างเครือข่ายพันธมิตร
 - 5) ปรับโมเดลธุรกิจ ให้ทันต่อสถานการณ์เศรษฐกิจและให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาบุคลากรภายในองค์กรให้สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่กระบวนการทดสอบตลาดในระดับสากล และพัฒนาทักษะผู้ประกอบการให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสอดคล้องความต้องการของตลาดต่างประเทศ
 - พัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการสู่ความเป็นมืออาชีพ โดยการดำเนินงานส่วนหนึ่งมุ่งเชื่อมโยง SME กับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Street Food และ Food Truck ดำเนินธุรกิจอย่างมีมาตรฐาน ขยายช่องทางการตลาด และสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระยะยาว
 - ยกระดับและเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว/อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องเชิงสุขภาพ ซึ่งรวมไปถึงการทดสอบตลาด

3) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจปลายน้ำ

3.1 กระทรวงพาณิชย์

3.1.1) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีบทบาทหน้าสำคัญสองประการคือ การพัฒนาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และการขยายตลาดให้กับสินค้า โดยที่ผ่านมาได้จัดทำแผนตามยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต (Demand Driven)” โดยมีภารกิจหลัก 4 ด้านที่เรียกว่า 3P 1S เข้ามาช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับ SME ไทยมีโอกาสก้าวไกลไปค้าขายในต่างประเทศได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **People** พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ จากสถานการณ์ Covid-19 เปลี่ยนมาสู่ช่องทางออนไลน์และใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยมากขึ้นเพื่อให้ธุรกิจเดินหน้าต่อ โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง 2 กลุ่มหลักคือกลุ่ม Traditional Exporter และ New Exporter

- **Product** สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ รวมถึงเป้าหมายกลุ่มสินค้าที่เป็น Future Food สินค้าที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้า BCG สินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Work from Home สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม ฯลฯ
- **Place** การพัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อผลักดันให้สินค้าและบริการของไทยสามารถเจาะตลาดโลกได้ โดยต้องมอง Niche Market มากขึ้น ต้องเจาะตลาดเชิงลึก เช่น มุ่งเจาะเมืองรองในตลาดจีนแต่ละมณฑล ซึ่งมีความต้องการสินค้าและบริการแตกต่างกัน เป็นต้น
- **Service** การให้บริการทั้งข้อมูล คำปรึกษา การเชื่อมโยงธุรกิจ เช่น สรรหาองค์ความรู้ที่ได้มาจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ มาพัฒนาเป็นหลักสูตร e-learning พัฒนาแพลตฟอร์มการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ
- โครงการด้านการตลาดส่วนใหญ่เป็นการกระตุ้น และส่งเสริมผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น กิจกรรมการเจรจาการค้า (ระหว่างประเทศ) และการพัฒนาแพลตฟอร์มระบบตลาดกลาง เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีโอกาสทางการค้าเพิ่มขึ้น

3.1.2) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มุ่งเสริมสร้างการบริหารจัดการธุรกิจในทุกมิติ รวมถึงยกระดับความสามารถด้านการตลาดดิจิทัล พร้อมผลักดันให้ธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี นวัตกรรม มาสร้างโอกาสทางการค้า ควบคู่กับการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกภายใต้เศรษฐกิจยุคใหม่ โดยมีแนวทางการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 ดังต่อไปนี้

- **ใช้ออนไลน์ช่วยเกษตรกรทำตลาด** โดยร่วมมือกับกรมส่งเสริมสหกรณ์ และหน่วยงานพันธมิตร ทำแพลตฟอร์มกลาง “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” ในรูปแบบ B2B ต่อยอดจากแพลตฟอร์มที่มีอยู่ ได้แก่ “Thaitrade.com ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ” และ “Phenixbox.com”
- **สอนคนตัวเล็กค้าขายออนไลน์** ขับเคลื่อนและให้ความช่วยเหลือคนตัวเล็ก โดยเฉพาะเกษตรกร ผู้ประกอบการชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย ให้มีโอกาสในการค้าขายออนไลน์

- **พัฒนาโซลวช่วยเพิ่มรายได้ฐานราก** พัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับภาคบริการ ทั้งผู้ค้าปลีก ค้าส่ง สมาร์ทโซลวช่วย กลุ่มโลจิสติกส์/บริการสุขภาพ/ร้านอาหาร ช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มช่องทางการตลาดให้ภาคบริการ ผลักดันให้โซลวช่วยนำระบบ POS มาใช้ในการบริหารจัดการร้าน
 - **สร้างเครือข่าย-เพิ่มมาตรฐานธุรกิจบริการ** ธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง ได้แก่ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ สำนักงานบัญชี ได้พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการ/การตลาด/เทคโนโลยีนวัตกรรม รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่าย Startup กับ SME ด้วยนวัตกรรมด้านโลจิสติกส์ สร้างธุรกิจแฟรนไชส์รายใหม่ (B2B Franchise) และเสริมสร้างมาตรฐานคุณภาพด้านบริหารจัดการธุรกิจ แฟรนไชส์ไทย ให้ความรู้ด้านบริหารจัดการธุรกิจผ่าน e-Learning ผลักดันให้ผู้ประกอบธุรกิจปรับตัวกับวิถีการค้ายุคใหม่ ผ่านเว็บไซต์ www.ของดีทั่วไทย.com และส่งเสริมร้านอาหารไทยในประเทศให้ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และจัดประกวดธุรกิจแฟรนไชส์ไทย
 - **พลิกโฉมหน้างานบริการด้วยดิจิทัล** โดยมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ยกระดับการเริ่มต้นธุรกิจของประเทศ โดยดำเนินการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เช่น การจองซื้อนิติบุคคลด้วยระบบ AI และส่งเสริมการใช้ระบบจดทะเบียนนิติบุคคลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Registration)
 - **เพิ่มโอกาสทางการตลาด ด้วย E-commerce** โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่สู่ Trader Online รวมทั้งการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ โดยการจัดสัมมนาฝึกอบรม และบ่มเพาะพัฒนาผู้ประกอบการ ผ่านช่องทาง Online และ On-site
- 3.1.3) กรมการค้าต่างประเทศ** มุ่งขยายโอกาสธุรกิจ/ธุรกิจ SME ไปสู่สากล โดยเฉพาะด้านสิทธิประโยชน์ทางการค้า และช่องทางในการขยายธุรกิจยุคโลกการค้าออนไลน์ในปัจจุบัน ตลอดจนหลักเกณฑ์/เงื่อนไข/วิธีการให้ธุรกิจเดินทางสู่สากล
- กิจกรรมหลักจะเป็นเรื่องการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยการจัดสัมมนาให้ความรู้ ทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

4) หน่วยงานสนับสนุนที่มีภารกิจหน้าที่บางส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์

4.1 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

4.1.1) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

- สนับสนุนและส่งเสริมให้ SME ในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่ง บริการด้าน Smart Living และชุมชน ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การให้บริการ และการตลาด
- ร่วมกับหน่วยร่วมในการสนับสนุน/ส่งเสริมผู้ประกอบการ SME รายย่อย ให้เข้าถึงและได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลจาก Digital Startup ไทย อาทิ ระบบ Point of Sale (POS) ระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) และระบบ Customer Relationship Management (CRM) เป็นต้น

4.1.2) บริษัทไปรษณีย์ไทย

- พัฒนาระบบร้านค้าออนไลน์ (e-Marketplace) ที่ทันสมัย เพื่อให้ชุมชนผู้ประกอบการ และประชาชนสามารถนำสินค้าหรือบริการมาขึ้นทะเบียนจำหน่ายบนเว็บไซต์ www.thailandpostmart.com
- พัฒนาระบบการชำระเงิน (e-Payment) เพื่อรองรับธุรกรรมการชำระเงินจากผู้สั่งซื้อสินค้า และการจ่ายเงินค่าสินค้าให้กับผู้ประกอบการ สร้างความเชื่อมั่นให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย
- พัฒนาระบบการขนส่ง (e-Logistics) พัฒนาระบบการแจ้งเตือนข้อมูลคำสั่งซื้อไปยังที่ทำการไปรษณีย์ต้นทางและผู้จำหน่ายสินค้า เพื่อเตรียมการจัดส่งสินค้าวางเส้นทางและรูปแบบ วิธีการขนส่งสินค้าให้เหมาะกับสินค้าแต่ละประเภทและระบบการแสดงสถานะการขนส่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการ และผู้สั่งซื้อใช้ตรวจสอบรายการสั่งซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก

4.2 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

- นำผู้ประกอบการ SME ร่วมเจรจาธุรกิจกับผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อในต่างประเทศ และจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ทางการค้า ทดสอบตลาด จัดงานแสดงสินค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ทั้งในรูปแบบ online และ on-site ในพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และพื้นที่หัวเมืองในต่างจังหวัด)

- Up Skill ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ด้านการตลาด และส่งเสริมการตลาดด้วย Platform TEXTILE SQUARE และ KOL
- เพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้กับผู้ประกอบการรายย่อย และ SME ด้วย Digital Marketing โดยมุ่งเน้นการสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้าในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการด้วย Digital Marketing
- ส่งเสริม/สนับสนุนธุรกิจฐานราก โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ภาคการเกษตร ภาคการค้า ภาคบริการ เป็นต้น รวมไปถึง Micro SME และ SME ซึ่งครอบคลุมถึงการขยายช่องทางการตลาด การให้ความรู้ และการสนับสนุนจากหน่วยงาน Service Provider ต่าง ๆ
- ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและช่องทางการตลาด/การตลาดออนไลน์ ในรูปแบบ “โครงการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและช่องทางการตลาดเชิงลึก สำหรับผู้ประกอบการ SME” โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ให้เข้าร่วมกิจกรรมด้านการตลาด การแสดงสินค้า การจำหน่ายสินค้า การเจรจาธุรกิจ และการสร้าง/เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ

ผลผลิตและผลลัพธ์จากการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564

ในปีงบประมาณ 2564 พบว่า งบประมาณของหน่วยงานภาครัฐที่ใช้พัฒนาและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME มีมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 2,576.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.078 ของงบประมาณแผ่นดินโดยรวม โดยปรากฏอยู่ในงบประมาณของ 5 กระทรวงหลักด้วยกัน คือ (1) กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 1,265.69 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 49.13) (2) กระทรวงอุตสาหกรรม 533.75 ล้านบาท (ร้อยละ 20.72) (3) กระทรวงมหาดไทย 420.34 ล้านบาท (ร้อยละ 16.32) (4) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 313.16 ล้านบาท (ร้อยละ 12.16) และ (5) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 43.15 ล้านบาท (ร้อยละ 1.68) ทั้งนี้ ยังไม่นับรวมเงินกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ สสว. จำนวน 42.14 ล้านบาท

สำหรับผู้ประกอบการ SME ที่ได้รับประโยชน์จากการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564 ดังกล่าว พบว่า มีจำนวนรวมทั้งสิ้นกว่า 99,000 ราย ประกอบด้วย (1) กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 51,335 ราย (คิดเป็นร้อยละ 51.36) ซึ่งประกอบด้วยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 36,957 ราย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 6,914 ราย สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า 4,194 ราย และกรมการค้าระหว่างประเทศ 3,270 ราย (2) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 36,342 ราย (ร้อยละ 36.36) (3) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 6,272 ราย (ร้อยละ 6.28) (4) กระทรวงมหาดไทย 3,800 ราย (ร้อยละ 3.80) (5) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 2,058 ราย (ร้อยละ 2.06) และ (6) กระทรวงอุตสาหกรรม 140 ราย (ร้อยละ 0.14) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจต้นน้ำ

1.1) กระทรวงมหาดไทย

จากรายงานประจำปี 2564 กรมการพัฒนาชุมชนดำเนินการพัฒนาผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ที่มีศักยภาพ “โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ยุค 4.0” สามารถใช้สมาร์ทโฟนในการเข้าสู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) โดยมีกิจกรรมการอบรมให้ความรู้ความสามารถในด้านการขายสินค้าในตลาดออนไลน์ เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการมีช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ผ่านระบบตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้น สามารถเข้าถึงตลาดในประเทศ/ต่างประเทศ และตลาดออนไลน์ ผลผลิตจำนวน 3,800 รายทั่วประเทศ ได้รับการพัฒนาศักยภาพ มีทักษะ ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ และมีรายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

จากรายงานประจำปี 2564 ขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย มีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาส่งเสริมตลาดในกำกับดูแลรวมถึงการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลโดยการพัฒนาด้านการตลาดให้ มีมาตรฐานมีสุขภาพที่ดี และยังรวมถึงการพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าเกษตรเพื่อให้เกษตรกรมีโอกาสการจำหน่ายสินค้าในราคาที่ยุติธรรมและมุ่งพัฒนาตลาดให้เป็นมาร์เก็ตแอนด์เทรดดิ้งของกระทรวงมหาดไทย รวมถึงพันธมิตรเครือข่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมการจับคู่ทางธุรกิจ บนแพลตฟอร์มต่างๆ และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ

กิจกรรมหลักด้านการพัฒนาด้านการตลาด/ตลาดออนไลน์ในปี 2564 ขององค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร ผลิตผลผลิตไม่ให้ล้นตลาด กิจกรรมการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในชุมชน ผู้ผลิตสินค้า OTOP และการส่งเสริมการตลาดเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งการตลาดรูปแบบออฟไลน์ ต่อยอดออนไลน์ E-commerce และสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Page Facebook www.lifeddmarket.com รวมถึงการจัดมหกรรมสินค้า (Event Market) และอาหารปลอดภัย (Green Market) ในการนำเสนอสินค้าเกษตรจากพื้นที่ต่างจังหวัดสู่เมือง โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆเพื่อการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายและเก็บข้อมูล เช่น QR code

ประโยชน์ที่ได้รับจะเป็นการช่วยเหลือแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับเกษตรกรที่มีปัญหาผลผลิตสินค้าเกษตรล้นตลาด มากกว่า 64,000 กิโลกรัม รวมถึงการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าวหอมมะลิ จังหวัดยโสธร หรือผักสลัดอินทรีย์ ส่งต่อกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวงผ่านรูปแบบ Modern Trade และช่องทางการขายออนไลน์ www.lifeddmarket.com และการออกบูธในงานมหกรรมต่าง ๆ

ตารางที่ 4.12 เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาและส่งเสริม การตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมการพัฒนาชุมชน และองค์การตลาด ปีงบประมาณ 2564

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
กรมการพัฒนาชุมชน	โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ยุค 4.0	จำนวน 3,500 ราย	ผู้ประกอบการ OTOP เข้าร่วมโครงการจำนวน 3,800 ราย (คิดเป็นร้อยละ 108.57)	ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย (online) ร้อยละ 10
องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย	มหกรรมสินค้า (Event Market) และอาหารปลอดภัย (Green Market)	มากกว่า 50,000 กิโลกรัม	จำนวน 64,000 กิโลกรัม (คิดเป็นร้อยละ 128.00)	เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์/แก้ปัญหาผลผลิตสินค้าเกษตรล้นตลาดในช่วงฤดูการผลิต

ที่มา: รายงานประจำปี 2564 ของกรมการพัฒนาชุมชนและองค์การตลาด

1.2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ในปี 2564 กรมส่งเสริมการเกษตรมีกิจกรรมการส่งเสริมอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรจากสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพตามอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการปลูก การแปรรูปและพัฒนาช่องทางการตลาด ทั้งในเขตพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ ในผลไม้ ได้แก่ทุเรียน มะพร้าว ส้มโอ ลิ้นจี่ มะยงชิด มะม่วงน้ำดอกไม้ เป็นต้น

ในการส่งเสริมสินค้ากลุ่มเกษตรแปลงใหญ่ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าวหอมมะลิ มีการเชื่อมโยงการตลาดของเกษตรกรสมาชิกแปลงใหญ่ ได้แก่ ข้อตกลงตลาดล่วงหน้า มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า มีการทำบันทึกข้อตกลง (MOU) เชื่อมโยงกับผู้ซื้อและตลาดธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น กลุ่มบริษัทเทสโก้โลตัส กลุ่มบริษัทเซ็นทรัล เครือ BJC กรุ๊ป (Big C) กลุ่มบริษัทแม่โคร เป็นต้น รวมทั้ง ผู้รับซื้อ ผู้รวบรวม โรงงานแปรรูป ในท้องถิ่น ตลาดสมัยใหม่ ตลาดออนไลน์ เช่น Facebook ไปรษณีย์ไทย ลาซาด้า และ 24 Shopping

ในส่วนการสร้างโอกาสทางการตลาด มีการส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปวิสาหกิจชุมชนทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อแนะนำสินค้าผ่านทาง Facebook Fanpage และการแสดงสินค้าในรูปแบบ 3 D Virtual Exhibition “Shop & Share สินค้าออนไลน์ สไตส์วิสาหกิจชุมชน” จำนวน 6 ครั้ง โดยมีวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมงานจำนวน 182 แห่ง ยอดจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 782,446 บาท

ตารางที่ 4.13 เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริม การตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมส่งเสริมการเกษตร ปีงบประมาณ 2564

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
กรมส่งเสริม การเกษตร	การเชื่อมโยง การตลาดของ เกษตรกรสมาชิก แปลงใหญ่ ทั้ง Modern Trade ผู้รับ ซื้อ/แปรรูปในท้องถิ่น และตลาดออนไลน์	จำนวน 1,857 ราย ทั่วประเทศ	ผลผลิตรวม 1,876 ราย (คิดเป็นร้อยละ 101.02) - เชื่อมโยงตลาดธุรกิจค้าปลีก สมัยใหม่ (Modern Trade) จำนวน 921 แปลง - เชื่อมโยงผู้รับซื้อ ผู้รวบรวม โรงงาน แปรรูป ในท้องถิ่น จำนวน 8,045 แปลง - เชื่อมโยงตลาดออนไลน์ จำนวน 489 แปลง	มีมูลค่าเพิ่มรวม มากกว่า 22,421.52 ล้านบาท (นับรวม กิจกรรมการเพิ่ม ผลผลิตอื่น ๆ)
	กิจกรรม ประชาสัมพันธ์สินค้า วิสาหกิจชุมชนเพื่อ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ชุมชน	จำนวน 1 ครั้ง	มีวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมงาน รวมทั้งสิ้น จำนวน 182 แห่ง	ยอดจำหน่าย สินค้ารวมจำนวน 782,446 บาท
	งานแสดงสินค้า Shop & Share สินค้าออนไลน์ สไตล์ วิสาหกิจ ชุมชน	จำนวน 6 ครั้ง	จัดการแสดงสินค้าในรูปแบบ 3D Virtual Exhibition ทั้งหมด 6 ครั้ง	

ที่มา: รายงานประจำปี 2564 ของกรมส่งเสริมการเกษตร

2) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจกลางน้ำ

2.1 กระทรวงอุตสาหกรรม

จากรายงานผลการดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรม ตามนโยบายรัฐบาลและข้อสั่งการ นายกรัฐมนตรี ระหว่างปี 2564 ถึง 2565 และรายงานประจำปี 2564 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวง อุตสาหกรรม พบว่า เป้าหมายหลักจะเป็นการส่งเสริมการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มโอกาสให้ ผู้ประกอบการรายย่อยในภาคการผลิตและบริการในการเข้าถึงตลาด

ในส่วนของกิจกรรมหลักเป็นการฝึกอบรม/ถ่ายทอดองค์ความรู้ หลักสูตรการใช้ซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อการบริหารจัดการและด้าน Digital Marketing และการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาเชิงลึก

เพื่อพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการสามารถทำการค้าออนไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการขยายช่องทางการตลาดและสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มมากขึ้นและการจัดกิจกรรมทดสอบตลาดในรูปแบบ DIPROM MEGA MALL ภายใต้ชื่อ “ซ้อปเที่ยวทิพย์ทั่วไทยให้หายคิดถึง” มีผลิตภัณฑ์จากชุมชนที่มีคุณภาพไม่น้อยกว่า 130 ร้านค้า พลิกโฉมการขายของวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบการขายของออนไลน์ ณ ห้างสรรพสินค้าเสมือนจริง

ประโยชน์ที่ได้รับจะเป็นการสนับสนุนการด้านการตลาดออนไลน์ สามารถเพิ่มช่องทางการตลาดและช่วยขยายโอกาสทางธุรกิจให้แก่ SMEs และ OTOP ที่มีศักยภาพ ในการขยายโอกาสทางธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในระดับสากล ผ่านกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะของผู้ประกอบการให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรมตลาด รวมถึงการขยายช่องทางการตลาด เพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มมากขึ้นจากกิจกรรมทดสอบตลาดการขายของออนไลน์ ณ ห้างสรรพสินค้าเสมือนจริง โดยมีผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจำนวนไม่น้อยกว่า 130 ราย มียอดขายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12 และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้ถึง 72,000 บาทต่อปี รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจมากกว่า 9 ล้านบาท

ตารางที่ 4.14 เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปีงบประมาณ 2564

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	กิจกรรมทดสอบตลาดในรูปแบบ DIPROM MEGA MALL ภายใต้ชื่อ “ซ้อปเที่ยวทิพย์ทั่วไทยให้หายคิดถึง”	1 ครั้ง ผู้ประกอบการ 130 ราย	1 ครั้ง ผู้ประกอบการ 140 ราย (คิดเป็นร้อยละ 107.69)	ยอดขายเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 12 มูลค่าทางเศรษฐกิจ มากกว่า 9 ล้านบาท

ที่มา: รายงานผลการติดตามการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลและข้อสั่งการนายกรัฐมนตรี และรายงานประจำปี 2564 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

3) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจปลายน้ำ

3.1) กระทรวงพาณิชย์

จากรายงานการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการของคณะกรรมการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการ (ค.ต.ป.) ประจำปีกระทรวงพาณิชย์ และรายงานประจำปี 2564 พบว่า เป้าหมายหลักจะเป็นการขับเคลื่อนห่วงโซ่การผลิตเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (SME/OTOP) ทั้งการให้ความรู้และพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าชุมชน ทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาปัจจัยเอื้อด้านการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน (ร้านค้าโชห่วย) เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

ในส่วนของกิจกรรมหลักเป็นการฝึกอบรมให้ความรู้เป็นระบบออนไลน์ทั้งหมด เพราะเกิดการระบาดของโควิดรอบใหม่ ส่วนแพลตฟอร์มช่องทางการจำหน่าย Thaitrade.com และ Kongdeetourthai.com ของกรมพัฒนาธุรกิจพบว่ายังไม่สามารถให้บริการได้เต็มรูปแบบเทียบเท่าเอกชน ซึ่ง Thaitrade.com อาจจะเหมาะกับการพัฒนาเป็นโครงการ Sandbox ของรัฐบาลเพื่อรองรับการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในอนาคตต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจะเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากในเรื่องการตลาด/ตลาดออนไลน์ การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายจากออฟไลน์เพิ่มเป็นออนไลน์มากขึ้น รวมถึงการพัฒนาหน้าร้าน และการจัดรายการส่งเสริมการขายให้มีความน่าสนใจ เพื่อดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น

ตารางที่ 4.15 เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ปีงบประมาณ 2564

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	Online In-Store Promotion - ส่งเสริมการขายและสร้างการรับรู้สินค้าไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ e-Commerce ชั้นนำของห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต e-Market place ในตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา จีน และอินเดีย		- ผู้ส่งออกเข้าร่วม จำนวน 2,752 ราย - ผู้นำเข้าเข้าร่วม จำนวน 1,542 ราย - จับคู่เจรจาการค้า จำนวน 5,948 คู่	เกิดมูลค่าการค้าภายใน 1 ปี ประมาณ 16,245.57 ล้านบาท
	การพัฒนาส่งเสริมพาณิชย์ดิจิทัล – เพิ่มขีดความสามารถการค้าออนไลน์ Thaitrade.com	จำนวน 25,000 ราย	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 25,300 ราย (คิดเป็นร้อยละ 101.20)	มูลค่าการค้าขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com มีมูลค่ามากกว่า 1,700 ล้านบาท/ปี
	ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA รุ่นที่ 4 – เสริมองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้ด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร	500 ราย	718 ราย (คิดเป็นร้อยละ 143.60) แบ่งเป็น - ผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 359 ราย	กลยุทธ์ทางการค้าออนไลน์เพื่อการค้าระหว่างประเทศ

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
			- นิติบุคคล จำนวน 46 ราย - บุคคลทั่วไป จำนวน 313 ราย	
	ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจ สร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล - นักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก - ส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการ ออกแบบ - ส่งเสริมแบรนด์ไทยสู่สากล - ส่งเสริมบริการนวัตกรรมและการ ออกแบบ	688 ราย	ผู้ประกอบการธุรกิจเข้า ร่วมกิจกรรม จำนวน รวม 697 ราย (คิดเป็นร้อยละ 101.30)	สร้างมูลค่าทาง เศรษฐกิจ 127.66 ล้านบาท
กรมพัฒนาธุรกิจ การค้า ภายใต้ “กิจกรรมหลัก โครงการขยาย โอกาสทาง การตลาด”	- สร้างและพัฒนาศักยภาพ e-Commerce - สร้างนักการค้าออนไลน์มืออาชีพ Smart Trader Online - สร้างโอกาสธุรกิจออนไลน์ เพิ่ม ยอดขายพิชิตโควิด-19 - เสริมแกร่งธุรกิจ พิชิตการค้า ออนไลน์ยุค New Normal	2,520 ราย	ผู้ประกอบการธุรกิจ SME เข้าร่วม 2,810 ราย (คิดเป็นร้อยละ 112.40)	สร้างมูลค่าทาง เศรษฐกิจ 253 ล้านบาท .
	การสร้างความเข้มแข็งและพัฒนา ศักยภาพทางการค้าธุรกิจชุมชน (MOC Biz Club)	4 ครั้ง	จัดงาน "MOC Biz Club Fair 2021" จำนวน 4 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 100) สมาชิกเข้าร่วม 62 ราย (44 จังหวัด)	เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ มากกว่า 120 คู่ มูลค่าธุรกิจ 53.22 ล้านบาท
	การสร้างความเข้มแข็งและการ เติบโตธุรกิจแฟรนไชส์ไทย (ผ่าน Online Platform ในระบบ Virtual Event จำนวน 2 ครั้ง และ On-site ณ เซ็นทรัลนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 1 ครั้ง)	Onsite จำนวน 1 ครั้ง และ Online 2 ครั้ง	- ผู้ประกอบการ SME เข้าร่วม 981 ราย	สร้างมูลค่าทาง เศรษฐกิจ 175 ล้านบาท

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
	การเพิ่มศักยภาพธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง	3,000 ราย	ผู้ประกอบการ SME เข้าร่วม 3,061 ราย (คิดเป็นร้อยละ 102.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 478 ล้านบาท
กรมการค้าต่างประเทศ	การพัฒนาศักยภาพด้านการค้าต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดส่งออกสินค้า	1,000 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 3,270 ราย (คิดเป็นร้อยละ 327.00)	ลดต้นทุน/เพิ่มยอดขาย และมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น
สำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า	การส่งเสริมการตลาดและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	325 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 325 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 32.95 ล้านบาท
	การส่งเสริมและพัฒนาการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชายแดนภาคเหนือ	536 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 536 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 40.74 ล้านบาท
	การส่งเสริมศักยภาพและเพิ่มช่องทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล	262 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 262 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5.66 ล้านบาท
	การยกระดับตลาดผลไม้ภาคตะวันออกให้เป็นศูนย์ผลไม้เมืองร้อนแห่งเอเชีย	80 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 80 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 69.13 ล้านบาท
	การส่งเสริมการบริโภคสินค้าปลอดภัยและสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานปลอดภัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค	116 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 116 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 21.78 ล้านบาท
	การส่งเสริมตลาดการค้าชายแดนกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก	442 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 442 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 19.97 ล้านบาท
	การเชื่อมโยงตลาดข้าวทุ่งกุลาร้องไห้และข้าวหอมมะลิอีสาน	105 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 105 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 29.07 ล้านบาท
	การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคตะวันออกเชิงเหนือ	370 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 370 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 12.85 ล้านบาท

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
	การยกระดับผ้าทออีสานสู่สากล	507 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 507 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 47.23 ล้านบาท
	การเจรจาเชื่อมโยงตลาดสินค้า ยางพาราและผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องภาคใต้	36 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 36 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 37.50 ล้านบาท
	การส่งเสริมตลาดสินค้าอัตลักษณ์ และเพิ่มขีดความสามารถทางการค้าภาคใต้	1,178 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 1,178 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 56.5 ล้านบาท
	การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคใต้	237 ราย	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 237 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100.00)	สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 24.44 ล้านบาท

ที่มา: รายงานการตรวจสอบและประเมินผลภาครัฐการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของ ค.ต.ป. ประจำกระทรวงพาณิชย์ และรายงานประจำปี 2564

4) หน่วยงานสนับสนุนที่มีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์

4.1) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

กิจกรรมสำคัญที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมให้การสนับสนุนหลังจากที่ประเทศไทยประสบปัญหาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คือ การพัฒนาแพลตฟอร์มตลาดสดออนไลน์ “Transform ตลาดสดยุควิถีใหม่” ที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs ตลอดจนร้านค้า หาบเร่ แผงลอย สามารถเข้าถึงและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อยกระดับผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในเศรษฐกิจรูปแบบหลัง COVID-19 รวมถึงสร้างโอกาสทางการตลาดที่สามารถตอบโจทย์ธุรกิจ พลิกฟื้นเศรษฐกิจฐานราก รองรับการแข่งขันรูปแบบใหม่ พัฒนาสู่สังคมไร้เงินสด สอดรับกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

โดยผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นตลาดดิจิทัลเกิดขึ้น 300 แห่ง มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ SME และร้านค้า หาบเร่ แผงลอย จำนวน 30,000 ราย ในพื้นที่นำร่อง 10 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพฯ นครสวรรค์ นครปฐม ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ มีมูลค่าเศรษฐกิจมากกว่า 300 ล้านบาท

ในส่วนของบริษัทไปรษณีย์ไทย ได้ดำเนินกิจกรรมจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านระบบ e-Commerce ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มีร้านค้าที่นำสินค้ามาจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ thailandpostmart.com

รวมทั้งสิ้น 6,342 ร้านค้า โดยเป็นร้านค้าทั่วไปจำนวน 3,122 ร้านค้า และร้านค้าชุมชนจำนวน 3,220 ร้านค้า สามารถสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการผ่านช่องทางจำหน่ายทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์มูลค่ารวมมากกว่า 190 ล้านบาท

ตารางที่ 4.16 เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และไปรษณีย์ไทย ปีงบประมาณ 2564

หน่วยงาน	โครงการ/กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลผลิต	ผลลัพธ์
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล	แพลตฟอร์มตลาดสดออนไลน์ “Transform ตลาดสดยุควิถีใหม่”	300 แห่ง	ตลาดดิจิทัล 300 แห่ง (คิดเป็นร้อยละ 100) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจ SME และร้านค้า หาบเร่ แผงลอย จำนวน 30,000 ราย	สร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการมูลค่าเศรษฐกิจรวมกันมากกว่า 300 ล้านบาท
บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด	กิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านระบบ e-Commerce - thailandpostmart.com	5,000 ราย	6,342 ราย (คิดเป็นร้อยละ 126.84) ประกอบด้วย ร้านค้าทั่วไป 3,122 ร้านค้า และร้านค้าชุมชน 3,220 ร้านค้า	สร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการมูลค่ารวมมากกว่า 190 ล้านบาท

ที่มา: รายงานประจำปี 2564 ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

4.2) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

จากรายงานประจำปี 2564 พบว่า กิจกรรมสำคัญที่ สสว. ได้ดำเนินการส่งเสริมด้านการตลาด/ตลาดออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการเป็นเรื่องของการพัฒนาการเสริมสร้างความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ และการส่งเสริมการตลาดที่มุ่งเน้น E-commerce เป็นหลัก โดยกิจกรรมหลักเป็นการส่งเสริมด้านการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ การทดสอบตลาด การแสดงสินค้า การเจรจาการค้า และการจับคู่ธุรกิจ โดยมีผลผลิตรวมทั้งสิ้นกว่า 6,200 กิจกรรม และสร้างมูลค่าทางธุรกิจ ซึ่งมีมูลค่ากว่า 1,200 ล้านบาท

ตารางที่ 4.17 เป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริม การตลาด/การตลาดออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปีงบประมาณ 2564

หน่วยงาน	กิจกรรม	ผลผลิต	ผลลัพธ์
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	การส่งเสริมด้านการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ การทดสอบตลาด การแสดงสินค้า การเจรจาการค้า และการจับคู่ธุรกิจ	6,272 กิจกรรม (การทดสอบตลาด การแสดงสินค้า การเจรจาการค้า จำนวน 1,692 กิจกรรม และจับคู่ธุรกิจจำนวน 2,290 คู่ธุรกิจ)	เกิดมูลค่าทางธุรกิจ จำนวน 1,269.60 ล้านบาท

ที่มา: รายงานประจำปี 2564

4.2.2 การจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ดำเนินการจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME จำนวน 2 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 62 คน ประกอบด้วยหน่วยงานผู้ ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ จำนวน 18 คน และผู้ประกอบการ SME จำนวน 44 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) วันที่ 5 ก.ค. 2565 ณ โรงแรมท็อปแลนด์ อ.เมือง จ.พิษณุโลก และรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 25 คน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานผู้ ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ จำนวน 18 คน จากกรมการค้าต่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) บจ.ไปรษณีย์ไทย กรมส่งเสริมการเกษตร กรมสรรพากร องค์การตลาด กรมส่งเสริมสหกรณ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก และผู้ประกอบการ SME ต่าง ๆ จำนวน 7 คน

2) วันที่ 9 ส.ค. 2565 ในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมซึ่งเป็นผู้ประกอบการ SME รวมทั้งสิ้น 37 คน

4.2.3 ความเหมาะสม ความยากง่าย และข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมนโยบายพัฒนา และส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนของหน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย พบว่า โดยภาพรวม ผู้ประกอบการ SME สามารถเข้าถึงมาตรการด้านการตลาดได้ไม่ยากนัก แต่อาจมีบางโครงการที่มีข้อจำกัดบางประการ เช่น การกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น ต้องเป็นนิติบุคคล และเป็นผู้ส่งออก เป็นต้น

ในส่วนของผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ผู้แทนของหน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย พบว่า โดยภาพรวม สามารถบรรลุผลผลิตที่ได้ครบตามเป้าหมายร้อยละ 100 หรือสูงกว่า และในส่วนของผลลัพธ์จากการเข้าร่วมโครงการที่สนับสนุนให้ SME เข้าถึงนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ ส่วนใหญ่ จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจากการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การจับคู่ธุรกิจ และงานแฟร์ ต่าง ๆ เป็นมูลค่ารวมสูงกว่างบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานในทุกหน่วยงาน

ในส่วนของประเมินผลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ผู้เข้าร่วมนโยบายดังกล่าว พบว่า โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและได้รับประโยชน์จากมาตรการสนับสนุนนี้ เพราะทำให้ได้รู้จักแนวทางการทำการตลาด/การตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงได้เรียนรู้แนวทางการเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ ๆ สามารถเพิ่มยอดขายด้วยการตลาดออนไลน์ รวมถึงสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์สำหรับปรับใช้ในธุรกิจได้อีกด้วย และผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในกิจกรรมด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ SME ผู้เข้าร่วมโครงการยังมองว่ามีข้อจำกัดหรือปัญหาอุปสรรคที่พบจากการเข้าร่วมนโยบายนี้บางประการ ที่สำคัญคือ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงตัว SME การเข้าถึงข้อมูลการจัดอบรม รวมถึงความรู้พื้นฐานของผู้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมที่อาจมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ซึ่งส่งผลให้ได้ผลลัพธ์จากการเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมที่ไม่เต็มพิกัด

จากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ในปีงบประมาณ 2564 ดังกล่าว ผู้แทนของหน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย ได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินกิจกรรมจากปีก่อน ๆ หนึ่งส่วนหนึ่งเพราะวิกฤตโควิด-19 ทำให้การฝึกอบรมให้ความรู้มีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น (ทั้งรูปแบบ onsite และ online) รวมถึงการให้คำปรึกษาแนะนำเฉพาะกลุ่มผ่านแอปพลิเคชัน Line และการจัดงานแสดงสินค้ารูปแบบใหม่ในลักษณะ Virtual Fairs ทำให้ผู้ประกอบการ SME สามารถเข้าถึงได้มากขึ้น ในขณะที่บางหน่วยงาน เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีการสร้างและพัฒนาเครือข่าย ทำให้ผู้ขับเคลื่อนนโยบายกับผู้ประกอบการ SME มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น

4.2.4 ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบาย หรือมาตรการภาครัฐในการส่งเสริม SME สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม ตามนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

ตารางที่ 4.18 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง SME ที่เก็บแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท พื้นที่ และนโยบาย/ มาตรการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน

ประเภทกิจการ/พื้นที่	รวมทั้งหมด	ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมในแต่ละนโยบาย/มาตรการ								
		มาตรการค้าประกันสินเชื่อของ บสย.			นโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME			มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI-SME GP)		
		กทม./ปริมณฑล	ตจว.	รวม	กทม./ปริมณฑล	ตจว.	รวม	กทม./ปริมณฑล	ตจว.	รวม
เกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่	35	4	7	11	3	9	12	6	6	12
การค้า และการก่อสร้าง	97	10	27	37	13	16	29	14	17	31
การบริการ	72	4	18	22	17	9	26	12	12	24
รวม	204	18	52	70	33	34	67	32	35	67

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

การสำรวจสถานประกอบการตัวอย่าง ที่ได้รับการส่งเสริมตามนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME จำนวน 67 ตัวอย่าง ได้มีการกระจายการสำรวจตามพื้นที่ของกิจการ โดยเป็นกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 33 ราย และต่างจังหวัด จำนวน 34 ราย ซึ่งมีในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 49.3 และ 50.7 ตามลำดับ โดยในภาพรวมส่วนมากเป็นกิจการในภาคการค้า และการก่อสร้าง จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาเป็นภาคบริการ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.8 และภาคเกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่อีกจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.9 (ตารางที่ 4.19) ซึ่งกิจการส่วนใหญ่เพิ่มเปิดดำเนินการมาไม่นาน อยู่ในช่วง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.3 ของกิจการทั้งหมด โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกับจำนวนกิจการที่เปิดดำเนินการมาแล้วเป็นมากกว่า 20 ปี ซึ่งมีอยู่ประมาณร้อยละ 31.3 (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมตามนโยบายส่งเสริมการตลาด/
การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME จำแนกตามประเภทกิจการ และพื้นที่

ประเภทกิจการ/พื้นที่	ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม ตามนโยบายส่งเสริม การตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME					
	กรุงเทพฯและ ปริมณฑล		ต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่	3	4.5	9	13.4	12	17.9
การค้า และการก่อสร้าง	13	19.4	16	23.9	26	43.3
การบริการ	17	25.4	9	13.4	26	38.8
รวม	33	49.3	34	50.7	67	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนปีที่เปิดดำเนินการ

จำนวนปีที่เปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	23	34.3
6-10 ปี	13	19.4
11-20 ปี	10	14.9
มากกว่า 20 ปี	21	31.3
รวม	67	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสถานะและการดำเนินงานของกิจการ

ในส่วนของข้อมูลสถานะและการดำเนินงานของกิจการในปีที่ผ่านมา พิจารณาจากรายได้รวม รายจ่ายรวม กำไรขาดทุน และประสิทธิภาพในการเพิ่มมูลค่าของกิจการ เมื่อพิจารณาจากรายได้รวม พบว่า กิจการส่วนใหญ่ มีรายได้รวมอยู่ในระดับสูง โดยอยู่ในช่วงรายได้มากกว่า 1 ล้านบาท ถึงไม่เกิน 5 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมา คือ มีรายได้มากกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 180 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.4 ทางด้าน ความเปลี่ยนแปลงของรายได้ กิจการส่วนใหญ่ ร้อยละ 30.0 รายงานว่า มีรายได้ลดลงจากปีก่อน โดยมีรายได้ลดลง อยู่ในช่วงไม่เกินร้อยละ 25 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 ในขณะที่กิจการร้อยละ 31.3 รายงานว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงไม่เกินร้อยละ 25 คิดเป็นร้อยละ 71.4 ของกิจการทั้งหมด (ตารางที่ 4.21)

ทางด้านรายจ่ายของกิจการ จากการสำรวจพบว่า กิจการส่วนใหญ่ ร้อยละ 28.8 มีรายจ่ายรวมในปีที่ผ่านมาอยู่ในช่วง 1-5 ล้านบาท รองลงมา ร้อยละ 25.4 มีรายจ่ายอยู่ในช่วง 5-20 ล้านบาท (ตารางที่ 4.22) เมื่อพิจารณากำไรขาดทุนในปีที่ผ่านมา กิจการร้อยละ 61.2 รายงานว่า รายงานว่า มีกำไรในปีที่ผ่านมา โดยในจำนวนนี้กิจการส่วนใหญ่มีกำไรสุทธิในระดับที่ไม่สูงนัก โดยมีกำไรสุทธิอยู่ในช่วงไม่เกิน 1 ล้านบาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 มีเพียงส่วนน้อยที่ได้กำไรสุทธิมากกว่า 5 ล้านบาท ในส่วนของกิจการที่ดำเนินการขาดทุนในปีที่ผ่านมา มีอยู่ประมาณเกือบ 1 ใน 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 29.9 ซึ่งการขาดทุนอยู่ในอัตราไม่สูงมากนัก ส่วนใหญ่ร้อยละ 75.0 ของกิจการ มีการขาดทุนสุทธิไม่เกิน 1 ล้านบาท (ตารางที่ 4.23)

นอกจากนี้ ผลการสำรวจยังพบว่า กิจการที่มีกำไรสุทธิในปีนี้ ประมาณร้อยละ 58.5 มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยลดลงในอัตราไม่เกินร้อยละ 25 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.2 ของกิจการทั้งหมด สำหรับกิจการที่มีกำไรเพิ่มขึ้น พบว่า กว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกิจการ (ร้อยละ 52.9) มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นในอัตราไม่เกินร้อยละ 25 (ตารางที่ 4.24)

สำหรับการพิจารณาประสิทธิภาพในการเพิ่มมูลค่าของกิจการ พบว่า กิจการสามารถลดต้นทุนหรือเพิ่มมูลค่ากิจการได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้ กิจการส่วนใหญ่สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ในช่วงไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 57.1 การปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการส่วนมากให้มูลค่าเพิ่มอยู่ในช่วงไม่เกิน 5 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 68.8) การลดระยะเวลาการทำงานของเครื่องจักร/แรงงาน โดยมากสามารถเพิ่มมูลค่าให้กิจการได้ในช่วงไม่เกิน 5 ล้านบาท การลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ ส่วนใหญ่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการได้ในช่วงไม่เกิน 5 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 66.7) และการลงทุนซื้ออุปกรณ์/เครื่องจักรใหม่ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการส่วนใหญ่ได้ประมาณไม่เกิน 5 ล้านบาท (ร้อยละ 33.3) (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.21 ข้อมูลรายได้รวมของกิจการในปีที่ผ่านมา

ข้อมูลรายได้	จำนวน	ร้อยละ
รายได้รวมในปีที่ผ่านมา		
น้อยกว่า 1 ล้านบาท	5	7.5
1- ไม่เกิน 5 ล้านบาท	16	23.9
5- ไม่เกิน 10 ล้านบาท	12	17.9
10-ไม่เกิน 30 ล้านบาท	8	11.9
มากกว่า 30-ไม่เกิน 180 ล้านบาท	15	22.4
ไม่ระบุ/ไม่มีรายได้	11	16.4
รวม	67	100.0
การเปลี่ยนแปลงของรายได้เทียบกับปีก่อนหน้า		

ข้อมูลรายได้	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	21	31.3
ลดลง	40	59.7
ไม่เปลี่ยนแปลง	6	9.0
รวม	67	100.0
กิจการที่มีรายได้เพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา		
เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25	15	71.4
เพิ่มขึ้นร้อยละ 26-50	3	14.3
เพิ่มขึ้นร้อยละ 51-74	2	9.5
ไม่ระบุอัตราการเพิ่มขึ้น	1	4.8
รวม	21	100.0
กิจการที่มีรายได้ลดลงในปีที่ผ่านมา		
ลดลงไม่เกินร้อยละ 25	12	30.0
ลดลงร้อยละ 26-50	8	20.0
ลดลงร้อยละ 51-100	9	22.5
ลดลงร้อยละ 101-299	3	7.5
ไม่ระบุอัตราการลดลง	8	20.0
รวม	40	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.22 ข้อมูลรายจ่ายรวมของกิจการในปีที่ผ่านมา

รายจ่ายรวมในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	9	13.4
1-5 ล้านบาท	19	28.4
ไม่เกิน 20 ล้านบาท	17	25.4
มากกว่า 20 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 143 ล้านบาท	15	22.4
ไม่ระบุรายจ่าย	7	10.4
รวม	67	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.23 ข้อมูลกำไรขาดทุนของกิจการในปีที่ผ่านมา

ข้อมูลกำไรขาดทุน	จำนวน	ร้อยละ
ผลกำไรขาดทุนในปีที่ผ่านมา	67	100.0
มีกำไร	41	61.2
ขาดทุน	20	29.9
ไม่ระบุ	6	9.0
กำไรสุทธิในปีที่ผ่านมา	41	100.0
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	18	43.9
1-5 ล้านบาท	17	41.5
มากกว่า 5 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 22 ล้านบาท	6	14.6
การเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิเทียบกับปีก่อนหน้า	41	100.0
เพิ่มขึ้น	17	41.5
ลดลง	24	58.5
กิจการที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา	17	100.0
เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25	9	52.9
เพิ่มขึ้นร้อยละ 26-100	6	35.3
เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 100 แต่ไม่เกินร้อยละ 115	1	5.9
ไม่ระบุอัตราการเพิ่มขึ้น	1	5.9
กิจการที่มีกำไรสุทธิลดลงในปีที่ผ่านมา	24	100.0
ลดลงไม่เกินร้อยละ 25	13	54.2
ลดลงร้อยละ 26-100	10	41.7
ลดลงมากกว่าร้อยละ 100 แต่ไม่เกินร้อยละ 165	1	4.2
ขาดทุนสุทธิในปีที่ผ่านมา	20	100.0
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	15	75.0
มากกว่า 1 ล้านบาท ถึงไม่เกิน 3.6 ล้านบาท	5	25.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.24 การเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ

มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
มูลค่าเพิ่มจากการลดต้นทุนการผลิต	7	100.0
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	4	57.1
1-10 ล้านบาท	3	42.9
มูลค่าเฉลี่ย	1,728,571 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	100,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	6,000,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากปรับปรุงคุณภาพสินค้า/บริการ	26	100.0
ไม่เกิน 5 แสนบาท	10	68.8
มากกว่า 5 แสนบาท	6	31.2
มูลค่าเฉลี่ย	2,190,625 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	50,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	15,000,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากการลดระยะเวลาการทำงานของเครื่องจักร/แรงงาน	3	100.0
ไม่เกิน 5 แสนบาท	2	66.7
มากกว่า 5 แสนบาท	1	33.3
มูลค่าเฉลี่ย	1,566,667 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	200,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	4,000,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากการลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ	6	100.0
ไม่เกิน 5 แสนบาท	4	66.7
มากกว่า 5 แสนบาท	2	33.3
มูลค่าเฉลี่ย	1,258,333 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	100,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	5,500,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากการลงทุนซื้ออุปกรณ์/เครื่องจักรใหม่	12	100.0
ไม่เกิน 5 แสนบาท	4	33.3
5 แสน - 1 ล้านบาท	3	25.0
มากกว่า 1 ล้านบาท	5	41.7
มูลค่าเฉลี่ย	1,1537,500 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	20,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	109,000,000 ต่อกิจการ	

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้งานโครงการนี้

ส่วนที่ 3 สัมฤทธิ์ผลของการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME

การพิจารณาสัมฤทธิ์ผลของการเข้าร่วมนโยบายหรือมาตรการส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME พิจารณาในหลายประเด็นทั้งในส่วนของการตลาดและการตลาดออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจและความสำคัญกับการซื้อสินค้าและบริการในช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจทางด้านการตลาดและการตลาดออนไลน์ควบคู่กัน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพและขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น โดยพิจารณาใน 12 ประเด็น ดังนี้ *ทางด้าน การตลาดออนไลน์* ได้แก่ 1) ได้รับความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์/ความรู้ด้าน Digital Marketing 2) มีแผนงานที่ชัดเจนขึ้นในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ (Online Business Model) 3) ธุรกิจมีการวางแผนกลยุทธ์ด้วยการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) 4) มีการเปิดร้านค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ 5) ธุรกิจเลือกใช้เครื่องมือ Digital Marketing ที่เหมาะสมกับสินค้า/บริการ 6) ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการสร้าง Content ออนไลน์ 7) ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ 8) ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการใช้ภาพถ่ายที่เหมาะสมในการโปรโมทสินค้า/บริการ 9) รายได้ภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น *ทางด้าน การตลาด และการตลาดออนไลน์* ได้แก่ 10) มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 11) เพิ่มช่องทางการตลาด/มีโอกาสขยายตลาดใหม่จากทาง และ 12) มีการเพิ่มไลน์ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการใหม่ ๆ

โดยผลจากการสำรวจ พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์จากการได้รับความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์/ความรู้ด้าน Digital Marketing โดยมีกิจการจำนวนร้อยละ 42.6 ราย ที่มีผลสัมฤทธิ์จากมาตรการดังกล่าว โดยกิจการมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่ 4.64 คะแนน สำหรับผลสัมฤทธิ์ด้านอื่น ๆ มีกิจการร้อยละ 38.2 รายงานว่า ได้เพิ่มช่องทางการตลาด/มีโอกาสขยายตลาดใหม่ทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง (4.72 คะแนน) ทางด้านการมีรายได้ภาพรวมจากทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ร้อยละ 27.9 ของกิจการ รายงานว่ามีผลสัมฤทธิ์ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง (4.65 คะแนน) สำหรับประเด็นการเปิดร้านค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ มีกิจการร้อยละ 19.1 มีผลสัมฤทธิ์ในประเด็นนี้ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง (4.52 คะแนน) (ตารางที่ 4.25 และตารางที่ 4.26) ซึ่งจากผลการสำรวจสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจต่อนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME อยู่ในระดับสูงในทุก ๆ ประเด็น

ตารางที่ 4.25 จำนวน ร้อยละ และมูลค่าเพิ่มของกิจการ จำแนกตามผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

ผลสัมฤทธิ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ	มูลค่าเพิ่มต่อกิจการ		
			เฉลี่ย	ต่ำสุด	สูงสุด
1 ได้รับความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์/ความรู้ด้าน Digital Marketing	29	42.6	931,034	100,000	5,000,000
2 มีแผนงานที่ชัดเจนขึ้นในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ (Online Business Model)	2	2.9	1,250,000	500,000	2,000,000
3 ธุรกิจมีการวางแผนกลยุทธ์ด้วยการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	5	7.4	270,000	100,000	500,000
4 มีการเปิดร้านค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ	13	19.1	1,093,846	20,000	5,000,000
5 ธุรกิจเลือกใช้เครื่องมือ Digital Marketing ที่เหมาะสมกับสินค้า/บริการ	5	7.4	300,000	100,000	500,000
6 ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการสร้าง Content ออนไลน์	-	-	-	-	-
7 ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ	1	1.5	200,000	200,000	200,000
8 ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการใช้ภาพถ่ายที่เหมาะสมในการโปรโมทสินค้า/บริการ	-	-	-	-	-
9 รายได้ภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	19	27.9	2,334,211	100,000	10,000,000
10 มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น	5	7.4	3,220,000	100,000	10,000,000
11 เพิ่มช่องทางการตลาด/มีโอกาสขยายตลาดใหม่	26	38.2	2,581,154	100,000	10,000,000
12 มีการเพิ่มไลน์ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการใหม่ ๆ	1	1.5	500,000	500,000	500,000
รวม	67	-	-	-	-

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.26 การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์

แก่ผู้ประกอบการ SME

ผลสัมฤทธิ์	คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน 1- 5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ได้รับความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์/ความรู้ด้าน Digital Marketing	4.64	0	-	0	-	5	8.9	10	17.9	41	73.2	56	100.0
2 มีแผนงานที่ชัดเจนขึ้นในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ (Online Business Model)	4.63	0	-	1	3.1	1	3.1	7	21.9	23	71.9	32	100.0
3 ธุรกิจมีการวางแผนกลยุทธ์ด้วยการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)	4.75	0	-	1	2.8	1	2.8	4	11.1	30	83.3	36	100.0
4 มีการเปิดร้านค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ	4.52	0	-	1	2.4	4	9.5	9	21.4	28	66.7	42	100.0
5 ธุรกิจเลือกใช้เครื่องมือ Digital Marketing ที่เหมาะสมกับสินค้า/บริการ	4.71	0	-	1	2.9	1	2.9	5	14.3	28	80.0	35	100.0
6 ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการสร้าง Content ออนไลน์	4.53	1	3.3	-	-	2	6.7	6	20.0	21	70.0	30	100.0
7 ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ	4.60	1	3.3	-	-	2	6.7	4	13.3	23	76.7	30	100.0
8 ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการใช้ภาพถ่ายที่เหมาะสมในการโปรโมทสินค้า/บริการ	4.60	0	-	1	3.3	1	3.3	7	23.3	21	70.0	30	100.0
9 รายได้ภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	4.65	1	2.2	0	-	2	4.3	8	17.4	35	76.1	46	100.0
10 มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น	4.63	1	3.1	0	-	1	3.1	6	18.8	24	75.0	32	100.0
11 เพิ่มช่องทางการตลาด/มีโอกาขายตลาดใหม่	4.72	0	-	1	1.9	3	5.6	6	11.1	44	81.5	54	100.0

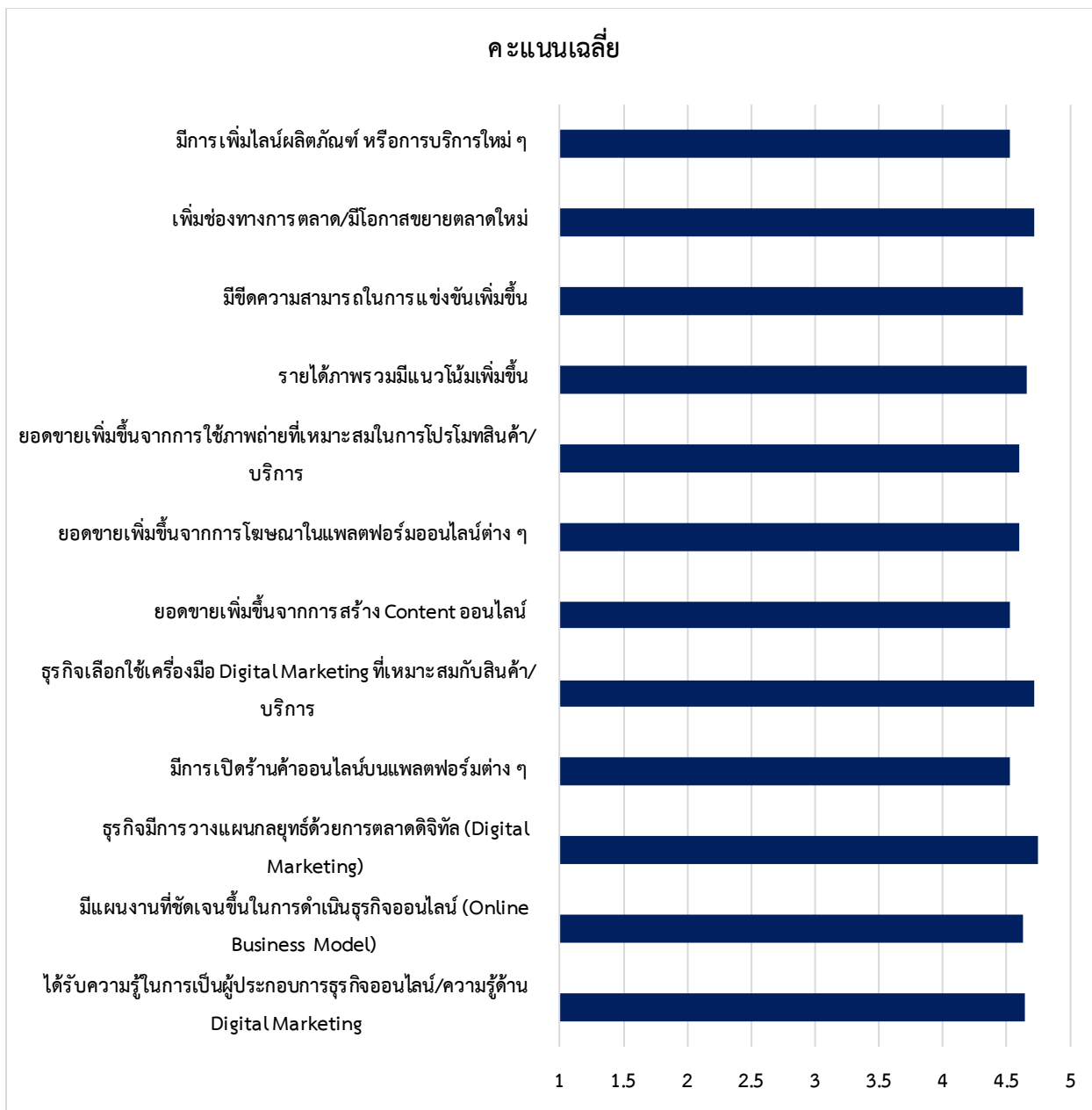
รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ผลสัมฤทธิ์	คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน 1-5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
12 มีการเพิ่มไลน์ผลิตภัณฑ์หรือการบริการใหม่ ๆ	4.53	1	3.3	0	-	1	3.3	8	26.7	20	66.7	30	100.0

หมายเหตุ: ค่าคะแนนผลสัมฤทธิ์มีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่

- 1) ตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด
- 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย
- 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง
- 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก
- 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้



หมายเหตุ: ค่าคะแนนผลสัมฤทธิ์มีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดย 1) ระดับค่าคะแนนตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก และ 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

**ภาพที่ 4.3 การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์
แก่ผู้ประกอบการ SME**

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความคิดเห็นต่อการร่วมกิจกรรมตามนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME

สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมในนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ผลการสำรวจพบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการได้รู้จักแนวทางการทำการตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ Facebook Instagram และ Tik Tok เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 92.6 ของกิจการทั้งหมด รองลงมาคือ การได้เรียนรู้แนวทางการเพิ่มยอดขายด้วยการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) และการได้มีแผนกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ Digital Marketing พร้อมสำหรับใช้ในธุรกิจ ในสัดส่วนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 82.4 ของกิจการทั้งหมด (ตารางที่ 4.27) ซึ่งประโยชน์ที่ผู้ประกอบการได้รับจากการร่วมนโยบายหรือมาตรการตลาด/การตลาดออนไลน์จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มช่องทางการตลาดและขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมกรบริโภคของลูกค้าในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับสื่อสังคมออนไลน์ การที่ผู้ประกอบการสามารถขยายช่องทางการตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้น จะเป็นช่องทางดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่และเครือข่ายทางธุรกิจเข้ามาเพิ่มขึ้น เพื่อสามารถส่งเสริมการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ต่อไปได้ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการได้

ในส่วนของปัญหาอุปสรรคที่พบจากการเข้าร่วมมาตรการนี้ ส่วนใหญ่อุปสรรคที่พบคือ การประชาสัมพันธ์และเข้าถึงข้อมูลการจัดอบรม และรูปแบบการจัดกิจกรรมภายใต้นโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME ในสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 95.6 ที่รายงานว่าพบปัญหาอุปสรรคในประเด็นนี้ รองลงมาคือ อุปสรรคจากการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง มีกิจการที่พบปัญหานี้ ร้อยละ 94.1 ในขณะที่การเรียนรู้การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทต่าง ๆ และความแตกต่างของความรู้พื้นฐานของผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริม SME ยังคงเป็นอุปสรรคเช่นกัน โดยมีกิจการร้อยละ 92.6 และ 88.2 ตามลำดับ ที่รายงานว่าพบปัญหาเดียวกันนี้ (ตารางที่ 9)

ทางด้านความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมมาตรการ ผลการสำรวจพบว่า กิจการมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วงคะแนน 4.26-4.76 ซึ่งนับว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า กิจการมีความพึงพอใจในด้านนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME ที่เข้าร่วมสมควรได้รับการบอกต่อให้แก่ผู้ประกอบการอื่น ๆ มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.76 รองลงมาเป็นความพึงพอใจที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมในอนาคต มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.72 และความพึงพอใจต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.27 ประโยชน์ที่ได้รับ และปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

ประโยชน์/ปัญหาอุปสรรค (n=67)	จำนวน	ร้อยละ
ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. ได้รู้จักแนวทางการทำการตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ Facebook Instagram Tik Tok เป็นต้น	63	92.6
2. ได้เรียนรู้แนวทางการเพิ่มยอดขายด้วยการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing)	56	82.4
3. ได้มีแผนกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ Digital Marketing พร้อมสำหรับใช้ในธุรกิจ	56	82.4
4. ได้นำเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ที่เหมาะสมไปใช้กับธุรกิจ	54	79.4
5. มีกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจที่สามารถช่วยขยายฐานลูกค้าได้ในอนาคต	53	77.9
ปัญหาอุปสรรคที่พบจากการร่วมกิจกรรมตามนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. การประชาสัมพันธ์และเข้าถึงข้อมูลนโยบายหรือมาตรการส่งเสริม SME	65	95.6
2. รูปแบบการจัดการอบรมของกิจกรรมภายใต้นโยบายส่งเสริม SME	65	95.6
3. ความแตกต่างของความรู้พื้นฐานของผู้เข้าร่วมกิจกรรมภายใต้นโยบายส่งเสริม SME	60	88.2
4. การเรียนรู้การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทต่าง ๆ	63	92.6
5. การใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง	64	94.1

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.28 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

ประเด็นความพึงพอใจ	คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน 1- 5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ต่อรูปแบบของการดำเนินนโยบาย/มาตรการ	4.41	0	-	5	7.4	30	44.1	33	48.5	68	100.0	0	-
2. ต่อระยะเวลาดำเนินนโยบาย/มาตรการ	4.26	1	1.5	12	17.6	23	33.8	32	47.1	68	100.0	1	1.5
3. ต่อบุคลากรของหน่วยบริการ	4.53	0	-	3	4.4	26	38.2	39	57.4	68	100.0	0	-
4. เข้าร่วมกิจกรรมตาม	4.54	0	-	4	5.9	23	33.8	41	60.3	68	100.0	0	-

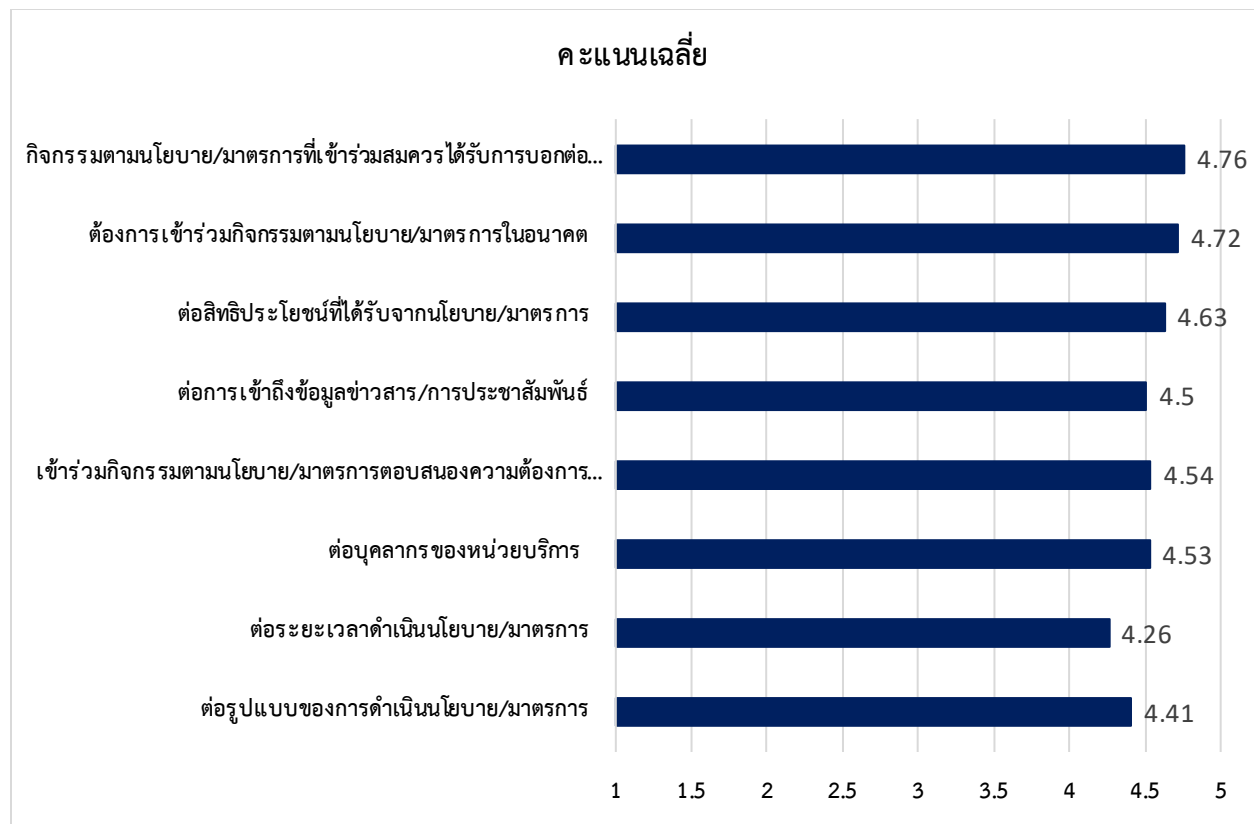
รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report): การประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

ประเด็นความ พึงพอใจ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับคะแนน 1-5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นโยบาย/ มาตรการ ตอบสนองความ ต้องการของท่าน													
5. ต่อการเข้าถึง ข้อมูลข่าวสาร/ การ ประชาสัมพันธ์	4.50	0	-	6	8.8	22	32.4	40	58.8	68	100.0	0	-
6. ต่อสิทธิ ประโยชน์ที่ได้รับ จากนโยบาย/ มาตรการ	4.63	1	1.5	1	1.5	20	29.4	46	67.6	68	100.0	1	1.5
7. ต้องการเข้า ร่วมกิจกรรมตาม นโยบาย/ มาตรการใน อนาคต	4.72	0	-	2	2.9	15	22.1	51	75.0	68	100.0	0	-
8. กิจกรรมตาม นโยบาย/ มาตรการที่เข้า ร่วมสมควรได้รับ การบอกต่อให้แก่ ผู้ประกอบการ อื่นๆ	4.76	0	-	0	-	16	23.5	52	76.5	68	100.0	0	-

หมายเหตุ: ค่าคะแนนความพึงพอใจมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่

- 1) ตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด
- 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย
- 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง
- 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก
- 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้



หมายเหตุ: ค่าคะแนนความพึงพอใจมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่

- 1) ตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด
- 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย
- 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง
- 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก
- 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ภาพที่ 4.4 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมนโยบายส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

ส่วนที่ 5 สรุปผลการประเมิน

การวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายหรือมาตรการของภาครัฐในการส่งเสริม SME จะประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มิติประสิทธิผล (Effectiveness) และมิติผลกระทบ (Impact) โดยมีรายละเอียดเกณฑ์และตัวชี้วัด และผลจากการสำรวจ ดังนี้ (ตารางที่ 4.29)

1. มิติประสิทธิภาพ (Efficiency)

1.1 ด้านประสิทธิภาพการประหยัด

- มูลค่าเพิ่มจากการลดต้นทุนการผลิต เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 1,728,571 บาทต่อกิจการ
- มูลค่าเพิ่มจากการลดของเสียจากการผลิต เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 2,650,000 บาทต่อกิจการ
- มูลค่าเพิ่มจากการลดต้นทุนของเสียจากการผลิต เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 400,000 บาทต่อกิจการ

1.2 การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (มูลค่าเพิ่มจากการลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ) เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 1,258,333 บาทต่อกิจการ

1.3 ความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ

- 1) ความพึงพอใจต่อรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมภายใต้นโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME
- 2) ความพึงพอใจต่อระยะเวลาของการดำเนินนโยบาย/มาตรการ
- 3) ความพึงพอใจต่อบุคลากรของหน่วยบริการ
- 4) การเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบาย/มาตรการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ
- 5) ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์

ดังนั้น ระดับความพึงพอใจภาพรวมต่อกระบวนการให้บริการ เท่ากับ 4.45 คะแนน ซึ่งหมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าอยู่ในระดับสูง

2. มิติประสิทธิผล (Effectiveness)

2.1 การวิเคราะห์นโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME ประกอบด้วย 12 ด้าน คือ

- 1) ได้รับความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์/ความรู้ด้าน Digital Marketing
 - 2) มีแผนงานที่ชัดเจนขึ้นในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ (Online Business Model)
 - 3) ธุรกิจมีการวางแผนกลยุทธ์ด้วยการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)
 - 4) มีการเปิดร้านค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ
 - 5) ธุรกิจเลือกใช้เครื่องมือ Digital Marketing ที่เหมาะสมกับสินค้า/บริการ
 - 6) ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการสร้าง Content ออนไลน์
 - 7) ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการโฆษณาในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ
 - 8) ยอดขายเพิ่มขึ้นจากการใช้ภาพถ่ายที่เหมาะสมในการโปรโมทสินค้า/บริการ
 - 9) รายได้ภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
 - 10) มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น
 - 11) เพิ่มช่องทางการตลาด/มีโอกาสขยายตลาดใหม่ และ
 - 12) มีการเพิ่มไลน์ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการใหม่ ๆ
- ดังนั้น ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์ของหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME เท่ากับ 4.59 คะแนน ซึ่งกล่าวได้ว่ามีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าอยู่ในระดับสูง

- 2.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์ (ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากแผนงานหรือกิจกรรมภายใต้นโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ความพึงพอใจต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการ 2) ความต้องการที่จะเข้าร่วมอีกในอนาคต และ 3) เป็นนโยบาย/มาตรการที่ดีดีสมควรได้รับการบอกต่อให้แก่ผู้ประกอบการอื่น ๆ ดังนั้น ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์ เท่ากับ 4.71 คะแนน หรือเท่ากับมีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าอยู่ในระดับสูง
3. มิติผลกระทบ (Impact)
- 3.1 ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ
- 3.1.1 ความสามารถในการหารายได้ พิจารณาให้ระดับคะแนน 1-5 โดยแบ่งได้ดังนี้ (1) รายได้ไม่ถึง 1 ล้านบาท=ระดับคะแนน 1 (2) รายได้ 1-ไม่เกิน 5 ล้านบาท=ระดับคะแนน 2 (3) รายได้ 5-ไม่เกิน 10 ล้านบาท=ระดับคะแนน 3 (4) รายได้ 10-ไม่เกิน 30 ล้านบาท=ระดับคะแนน 4 และ (5) รายได้เกิน 30 ล้านบาท=ระดับคะแนน 5 ดังนั้น ความสามารถในการหารายได้ เท่ากับ 3.32 คะแนน หรือมีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง
- 3.1.2 ร้อยละของรายได้ต่อปีที่เพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 23.63
- 3.1.3 ร้อยละของกำไรสุทธิต่อปีที่เพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 35.44
- 3.1.4 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.67 เท่า
- 3.1.5 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.39%
- 3.1.6 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.32%
- 3.2 ด้านผลกระทบทางสังคมและทรัพยากรบุคคล
- 3.2.1 มูลค่าเพิ่มแรงงาน (กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 106,138 บาทต่อกิจการ
- 3.2.2 มูลค่าเพิ่มแรงงาน (รายได้รวมที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 310,853 บาทต่อกิจการ

การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) ในแต่ละมิติ จะให้ค่าน้ำหนักของทุกมิติในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยพิจารณาเลือกตัวชี้วัดที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicators) ซึ่งพิจารณาจากตัวชี้วัดที่มีอัตราการตอบสนองสูง และมีค่าคะแนนเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ตารางที่ 4.30)

- มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) กำหนดให้ความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicator) โดยมีค่าน้ำหนัก 1/3

- มิติ ประสิทธิภาพ (Effectiveness) กำหนดให้ความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME และความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicators) โดยแต่ละตัวแปร มีค่าน้ำหนัก 0.5/3 มีค่าน้ำหนักรวมเท่ากับ 1/3
- มิติผลกระทบ (Impact) ความสามารถในการหารายได้ เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicator) โดยมีค่าน้ำหนัก 1/3
- ผลรวมตัวชี้วัดของทั้ง 3 มิติ สัดส่วน 1

การแปลผลค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ในภาพรวม จะมีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 1.00 ถึง 5.00 โดยสามารถแปลผลแต่ละกลุ่มคะแนน ได้ดังนี้

- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับต่ำ

สำหรับผลการประเมินพบว่า มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มีคะแนนเฉลี่ย 4.45 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง มิติประสิทธิผล (Effectiveness) คะแนนเฉลี่ย 4.65 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง มิติผลกระทบ (Impact) คะแนนเฉลี่ย 3.32 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง และผลรวมของทั้ง 3 มิติ มีคะแนนเฉลี่ย 4.13 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.29 สรุปผลการประเมินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564

มิติ	ด้าน	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	จำนวน ตัวอย่าง (n)
1. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	- ด้านประสิทธิภาพการประหยัด	- มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลดต้นทุนการผลิต (บาท)	1,728,571	100,000	6,000,000	7
		- มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลดต้นทุนอื่น ๆ (บาท)	2,650,000	300,000	5,000,000	2
		- มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลดของเสียจากการผลิต (บาท)	400,000	400,000	400,000	1
	- ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์	มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ (บาท)	1,258,333	100,000	5,000,000	6
	- ด้านความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ (คะแนน 1 ถึง 5)	4.45	3	5	67
2. ประสิทธิภาพ (Effectiveness)	- ด้านระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME	ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบาย/มาตรการ (คะแนน 1 ถึง 5)	4.59	2	5	67
	- ด้านระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์	ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME (คะแนน 1 ถึง 5)	4.71	3	5	67
3. ผลกระทบ (Impact)	- ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ	- ความสามารถในการหารายได้	3.32	1	5	59
		- ร้อยละของรายได้ต่อปีเพิ่มขึ้น	23.63	1.26	74.36	20

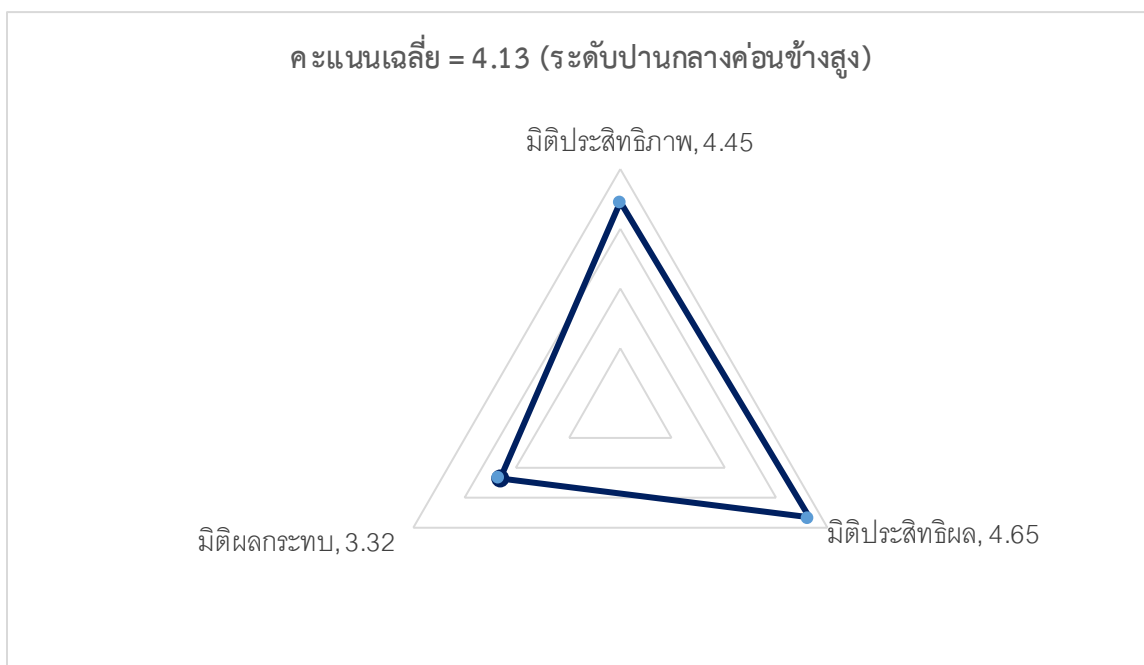
มิติ	ด้าน	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	จำนวน ตัวอย่าง (n)
		- ร้อยละของกำไรสุทธิต่อปีที่เพิ่มขึ้น	35.44	1.68	115.09	16
		- อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) (เท่า)	0.67	0.00	10.24	62
		- อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (%)	3.39	-251.10	300.00	41
		- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) (%)	3.32	-100.00	139.26	41
	- ด้านผลกระทบทางสังคมและทรัพยากรบุคคล	- มูลค่าเพิ่มแรงงาน (กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) (บาท)	106,138 ต่อกิจการ	1,101 ต่อกิจการ	880,000 ต่อกิจการ	16
		- มูลค่าเพิ่มแรงงาน (รายได้รวมที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) (บาท)	310,853 ต่อกิจการ	2,283 ต่อกิจการ	1,700,000 ต่อกิจการ	20

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.30 สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564

การประเมิน	มิติประสิทธิภาพ	มิติประสิทธิผล	มิติผลกระทบ	ภาพรวม
ตัวแทนกลุ่ม (Proxy Indicators)	- ระดับความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ (น้ำหนัก 1/3)	- ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบาย/มาตรการ (น้ำหนัก 0.5/3) - ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการ (น้ำหนัก 0.5/3)	- ความสามารถในการหารายได้ (น้ำหนัก 1/3)	รวมตัวชี้วัดของทั้ง 3 มิติ (สัดส่วน 1)
คะแนนเฉลี่ย	4.45	4.65	3.32	4.13
แปลผลค่าคะแนน	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

ที่มา: ประมวลผลจากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้



ภาพที่ 4.5 สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564

4.2.5 การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ดำเนินการจัดประชุมสัมมนา “การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ” ขึ้น ในวันที่ 22 พฤศจิกายน 2565 ณ โรงแรมสวิสโซเทล กรุงเทพฯ รัชดา และในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐในปีงบประมาณ 2564 ทั้งมาตรการทางการเงิน มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และมาตรการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ให้แก่ผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ได้รับทราบ ตลอดจนรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องดังกล่าว เพื่อไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐเตรียมความพร้อมสำหรับปรับปรุงนโยบายในการช่วยเหลือและส่งเสริม SME ต่อไป

ทั้งนี้ การจัดประชุมสัมมนาดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมงานรวมทั้งสิ้น 166 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย จำนวน 88 คน และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 78 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้แทนจากหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย จำนวน 88 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กรมราชทัณฑ์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย บมจ. การบินไทย และบจ. ไปรษณีย์ไทย สถาบันการเงินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย บมจ.ธนาคารยูโอบี บมจ.ธนาคารกรุงเทพ บมจ.ธนาคารกรุงไทย บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และ บจ. ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ และสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (สวค.)

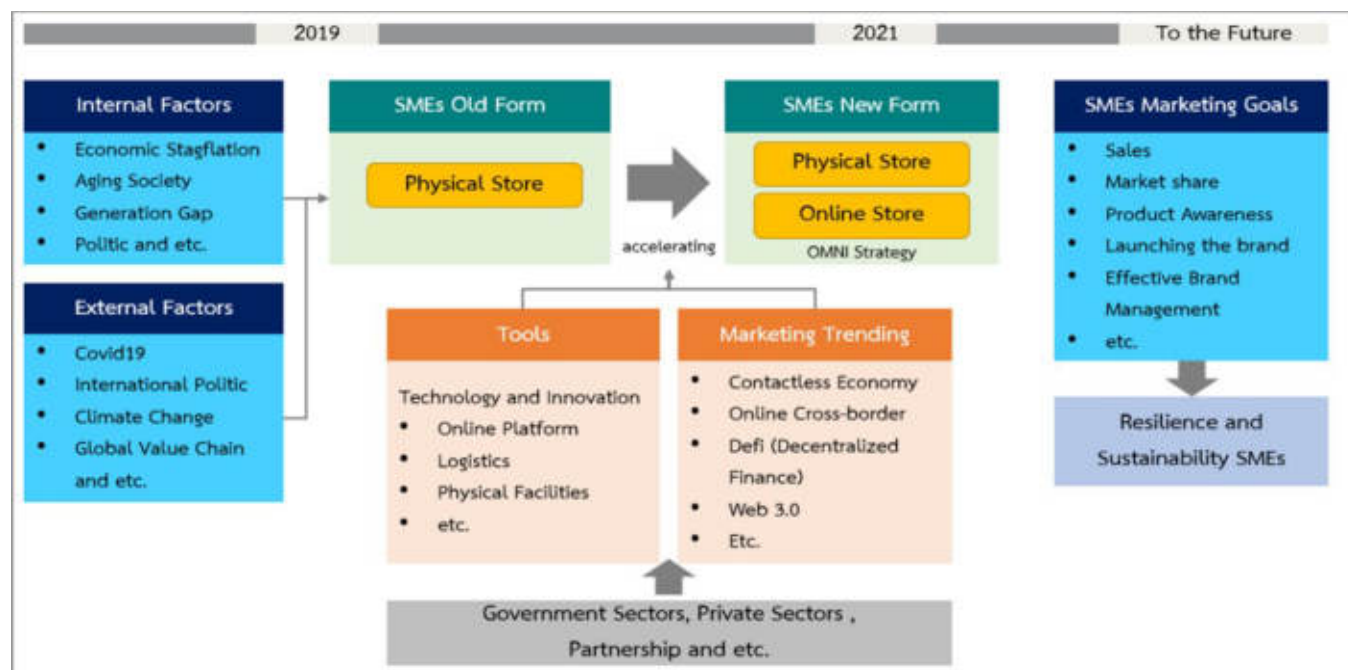
2) ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 78 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ต่าง ๆ

4.2.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME

4.2.6.1 ข้อเสนอแนะในภาพรวม

จากผลการศึกษา พบว่า กิจการส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ที่เข้ามา มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายในประเทศ (Internal Factors) อาทิ สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจที่อยู่ในภาวะชะงักงัน (Economic Stagflation) สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ความแตกต่างของผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย (Generation Gap) สถานการณ์ความอ่อนไหวทางการเมือง เป็นต้น รวมทั้งปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่เข้ามา มีผลกระทบต่อกิจการอย่างรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนในสังคมและเศรษฐกิจ เพื่อหยุดและชะลอการแพร่ระบาด ทำให้รัฐบาลต้องออกมาตรการที่ทำให้เกิดการหยุดนิ่งของการเคลื่อนย้ายคนและสินค้า ทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นวงกว้าง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ตามมา (Disruptive Dominos)

กิจการและธุรกิจ SME ในรูปแบบดั้งเดิม (SME Old Form) จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยอาศัยเครื่องมือ (Tools) เป็นส่วนช่วยเร่ง (Accelerating) อาทิ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation) โลจิสติกส์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ร่วมกับการศึกษาแนวโน้มด้านการตลาด (Marketing Trending) อาทิ โลกเศรษฐกิจไร้การสัมผัส (Contactless Economy) ซึ่งเกิดจากการใช้ข้อมูลเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อปรับปรุง Customer experience ให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น การซื้อสินค้าแบบ Self-checkout หรือ Scan and go การค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ (Online Cross-Border) เทรนด์ Defi (Decentralized Finance) ส่งผลให้ผู้บริโภคใช้ Wallet หรือ Coin ทั้งในการซื้อขายสินค้าและการลงทุน โดยการชำระเงินเป็นเหรียญแทนเงินสด เป็นต้น เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นกิจการรูปแบบใหม่ (SME New Form) ซึ่งมีรูปแบบการซื้อขายทั้งแบบ Physical Store และ Online Store เพื่อตอบสนองเป้าหมายของธุรกิจ (SME Marketing Goals) เช่น ยอดขายที่เพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้น การรับรู้ของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ การเปิดตัวสินค้าใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการแบรนด์ของกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น และมีเป้าหมายในระยะยาว (Long Term) คือ การที่กิจการ SME มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว (Resilience) และการดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนและมีความเข้มแข็ง



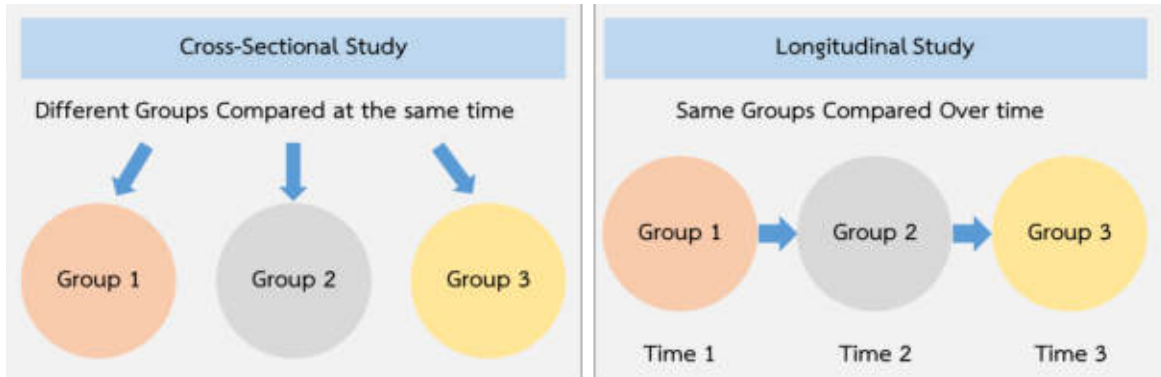
ที่มา: ประมวลผลและนำเสนอโดยที่ปรึกษา (2565)

ภาพที่ 4.6 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในอนาคต

ทั้งนี้ ภายใต้งบประมาณ ปี พ.ศ. 2564 ที่ผ่านมา หน่วยงานของภาครัฐได้มีส่วนช่วยสนับสนุนกิจการ SMEs ในนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SMEs ผ่านโครงการที่หลากหลายตามหน้าที่และบทบาทของหน่วยงานนั้นๆ โดยส่วนใหญ่พบว่ากิจการสามารถทำการตลาดได้และนำเครื่องมือ Social Media เข้ามาสนับสนุนการขยายช่องทางการตลาดได้ทันที มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น สามารถขยายเครือข่ายระหว่างกิจการ เกิดการจับคู่ระหว่างธุรกิจ (Business Matching) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กิจการส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมโครงการอยู่ในช่วงระหว่างการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงที่รุนแรงทำให้ผลกระทบ (Impact) ด้านยอดขาย กำไร(ขาดทุน)สุทธิ ในภาพรวมยังไม่สูงมากนัก ยังต้องติดตามอย่างใกล้ชิดต่อความอยู่รอดของกิจการ เนื่องจากปัจจัยต้นทุนอื่น ๆ ยังคงเพิ่มสูงขึ้น และสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมยังมีความไม่แน่นอนสูง เพื่อให้นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ขับเคลื่อนได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังนี้

1. สสว. ควรมีบทบาทเป็น Digital Marketing Consultant โดยทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดในระยะยาว (Longitudinal Tracking) ในภาคต่าง ๆ เพื่อให้คำแนะนำ ซึ่งนอกจากจะติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกลุ่มๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน (Cross-Sectional Study) แล้วควรมีการศึกษาการตลาดในระยะยาว (Longitudinal Tracking) คือการศึกษาในกลุ่มเดียวกันเพื่อเปรียบเทียบในแต่ละช่วงเวลาและมองเห็น

แนวโน้มในอนาคตได้มากที่สุด (Same Group Compared Over time) เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการจัดอบรมและให้ความช่วยเหลือกิจการอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 4.7 เปรียบเทียบการศึกษาแบบ Cross-Sectional Study และ Longitudinal Tracking

2. การดำเนินงานเพื่อสนับสนุนด้านการตลาดควรมีกำหนดเป้าหมายที่เป็นเฉพาะด้านการตลาดอย่างชัดเจน ทั้งตัวชี้วัดเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และควรมีการดำเนินโครงการที่มุ่งเน้นการเกิดผลกระทบมากกว่าการดำเนินหลายโครงการ โดยอาจทำการคัดเลือก SME และการอบรมเชิงลึก ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างต้นแบบของ SME ที่ประสบความสำเร็จและเกิดผลกระทบ (Impact) อย่างแท้จริง

3. ควรบูรณาการการทำงานด้านการตลาดร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา เพื่อลดความซ้ำซ้อนของเนื้อหาการอบรมด้านการตลาด โดยหน่วยงานที่ส่งเสริม SME ด้านการตลาดควรส่งเสริมในรูปแบบภารกิจของหน่วยงานนั้น ๆ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรมีการส่งเสริมด้านการเปิดตลาดใหม่ต่างประเทศให้แก่ SME ให้ข้อมูลด้านความตกลงระหว่างประเทศใหม่ ๆ อย่างเพียงพอ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ควรประสานงานให้ข้อมูลเนื้อหาด้านการตลาดและเรื่องที่ SME ควรได้รับการส่งเสริม ด้วยการสำรวจ การทำวิจัย การติดตามกิจการ (Tracking) รวมถึงการติดตามแนวโน้มด้านการตลาดรูปแบบใหม่ ๆ

4. ควรมุ่งเน้นการต่อยอดนโยบาย/มาตรการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดและการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในลักษณะที่เป็นพีระมิด เช่น ดำเนินการคัดเลือกผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการฝึกอบรมจำนวน 500 ราย ต่อยอดสู่การปรึกษาแนะนำบางส่วน เช่น 50 ราย และทำแผนธุรกิจต่อยอดอีกบางส่วน เช่น 10 ราย เป็นต้น เพื่อให้เกิดต้นแบบที่ดี และนำไปปรับปรุงวิธีการดำเนินงานในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป รวมถึงเครือข่ายหรือคลัสเตอร์เพื่อส่งต่อความรู้และให้ความช่วยเหลือกัน

5. ควรส่งเสริมบทบาทของตลาดในแต่ละพื้นที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว หรือศูนย์บริการต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนในท้องถิ่น และกระตุ้นภาคการท่องเที่ยว

6. สำหรับด้านการตลาดออนไลน์ ควรมีกำหนดเป้าหมายด้านการตลาดออนไลน์อย่างชัดเจน อาทิ การมุ่งเน้นการทำตลาดออนไลน์เพื่อการค้าระหว่างประเทศ ปรับเน้นเนื้อหาตามกลุ่มตลาดเป้าหมายของต่างประเทศ ยกตัวอย่างแพลตฟอร์มที่มีแนวทางการทำการตลาดและการชำระเงินที่แตกต่างกัน อาทิ ประเทศจีนจะใช้แพลตฟอร์ม Aliexpress, Alibaba, Taobao, Tmall เป็นต้น ซึ่งแตกต่างจากการทำตลาดออนไลน์ที่อเมริกาที่จะใช้ Amazon, eBay เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีความนิยมของการใช้งานในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าในแต่ละแพลตฟอร์มที่ต่างกัน

นอกเหนือจากการให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ในมิติของการค้าซึ่งเป็นสินค้าที่จับต้องได้ (Tangible Goods) แล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดสินค้าในรูปแบบดิจิทัล (Intangible Goods) ซึ่งสามารถทำการตลาดกับต่างประเทศได้ในอนาคต เช่น E-book Graphic Element งานศิลปะ สื่อต่าง ๆ รูปภาพ เป็นต้น ซึ่งเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเป็นแนวโน้มตลาดยุคใหม่ในอนาคต

7. นอกจากการอบรมการทำตลาดออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของกิจการผ่านช่องทาง Social Media ต่างๆ แล้ว ควรมีการฝึกอบรมเพื่อการจัดทำ Market Research Trends ซึ่งเป็นการจัดเก็บผลวิจัยเล็กๆ ที่เหมาะสมของกิจการ อาทิ การสอบถามความคิดเห็นสั้นๆ ของกลุ่มลูกค้า สิ่งที่ถูกใจและต้องการ ผ่านการถามความเห็นในรูปแบบสั้นๆ รวมถึงการศึกษาแนวโน้มจาก Social Listening เพื่อให้กิจการเกิดทักษะการวิเคราะห์ด้วยตัวเองในเชิงลึก

8. การตลาดออนไลน์เป็นทักษะพื้นฐานของผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลของประเทศไทยมีการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน และพัฒนาไปได้ไกลกว่าในหลายประเทศ ทั้งนี้ การนำ Soft Power มาใส่เพื่อเป็นจุดเด่นในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด/ตลาดออนไลน์เป็นเรื่องสำคัญ โดย Soft Power เป็นการใช้ความสามารถเพื่อสร้างอิทธิพลให้ผู้อื่นยอมรับ พร้อมสร้างกระแสให้กลายเป็นที่ต้องการของลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง ด้วยการค่อย ๆ ดึงความสนใจ เปลี่ยนมุมมองและทัศนคติของผู้บริโภค (ที่ไม่ใช่การบังคับ) โดยหน่วยงานภาครัฐสามารถนำ Soft Power มาช่วยสนับสนุนและเพิ่มยอดขายให้กับ SME ได้ โดยมุ่งส่งเสริมให้ SME ตั้งเป้าหมายกลุ่มลูกค้าและเลือกทำการตลาดอย่างถูกต้อง เลือกช่องทางในการทำตลาดให้ถูกต้อง และเพิ่มคอนเทนต์ (Content) ที่หลากหลายเพื่อขยายฐานลูกค้า เป็นต้น

9. การสร้างและพัฒนาศักยภาพของ SME ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาด/การตลาดออนไลน์ จำเป็นต้องมีพันธมิตรมาช่วย อาทิ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) มีความพยายามที่จะให้อาจารย์ในมหาวิทยาลัยเข้ามามีบทบาท และมีภาระงานส่วนหนึ่งในการเป็นที่ปรึกษาด้านการตลาด/การตลาดออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการ SME ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ เป็นต้น

4.2.6.2 ข้อเสนอแนะแยกตามฟังก์ชันหน่วยงาน

1) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจต้นน้ำ ที่ทำผลผลิตต้นทางได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงมหาดไทย

- การส่งเสริมจำเป็นต้องพัฒนาไปด้วยพร้อม ๆ กันทั้งด้านมาตรฐาน การบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงข้อมูลข่าวสารการตลาด ที่จะนำไปสู่การวางแผนการผลิตหรือการปลูกของตัวเกษตรกร
- การจัดหาวิทยากรอาสาสมัครหรือบุคลากรภายนอก เข้ามาให้ความรู้ด้านการตลาดของกิจการอย่างทั่วถึง และมีวิทยากรที่เลี้ยงที่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือ
- การทำ MOU กับสถานศึกษาในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการตลาด สินค้าในชุมชนร่วมกับเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความชำนาญและทักษะในด้านเทคโนโลยี
- จัดหาเนื้อหาการอบรมที่ด้านการตลาดและการตลาดออนไลน์ที่มีเนื้อหาใหม่ๆ มากขึ้น ส่งเสริมกิจการให้เกิดการปรับตัวเพื่อจำหน่ายสินค้าแบบ Hybrid ควบคู่กันทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
- ส่งเสริมบทบาทของตลาดในแต่ละพื้นที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว หรือศูนย์บริการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของสินค้า และดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2) หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจกลางน้ำ ธุรกิจที่นำผลผลิตจากต้นน้ำมาผลิตต่อเนื่อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม

- บูรณาการการส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในเชิงลึก หรือการหาเจ้าภาพร่วม ทั้งหน่วยงานตามฟังก์ชันและห่วงโซ่อุปทานการผลิต เพื่อลดการดำเนินโครงการซ้ำซ้อน การทำงานแบบเชิงลึกอย่างเข้าอกเข้าใจ เห็นความสำคัญและประโยชน์ร่วมกัน
- ปรับเปลี่ยน/ปฏิรูปเนื้อหาการอบรมให้ความรู้ และ/หรือมาตรการอย่างสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของผู้ประกอบการ อาทิ การสำรวจหรือจัดทำแบบสอบถาม เพื่อค้นหาความต้องการของผู้ประกอบการต่อเรื่องที่ต้องการพัฒนาทักษะด้านการตลาดในรูปแบบต่างๆ
- เน้นการสร้างและพัฒนาเครือข่าย และการทำงานของเจ้าหน้าที่หน่วยงานของกรม ส่งเสริมอุตสาหกรรมกับผู้ประกอบการให้มีความใกล้ชิดมากขึ้น
- มุ่งเน้นการต่อยอดโครงการเป็นพีระมิด เช่น คัดเลือกผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการฝึกอบรม จำนวน 500 ราย ต่อยอดสู่การปรึกษาแนะนำบางส่วน เช่น 50 ราย และทำ

แผนธุรกิจต่อยอดอีกบางส่วน เช่น 10 ราย เป็นต้น เพื่อให้เกิดต้นแบบที่ดี และนำไปปรับปรุงวิธีการดำเนินงานในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

3) **หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจปลายน้ำ หรือกลุ่มธุรกิจที่นำผลผลิตจากกลางน้ำมาผลิตต่อจนถึงมือผู้บริโภค ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์**

- บูรณาการส่งเสริมกิจการร่วมกับหน่วยงานต่างๆในเชิงลึก หรือการหาเจ้าภาพร่วม ทั้งหน่วยงานตามฟังก์ชันและห่วงโซ่อุปทานการผลิต เพื่อลดการดำเนินโครงการซ้ำซ้อน การทำงานแบบเชิงลึกอย่างเข้าอกเข้าใจ เห็นความสำคัญและประโยชน์ร่วมกัน
- การจัดการอบรมแก่กิจการและ/หรือผู้ประกอบการ ควรมีการกำหนดเป้าหมายและจัดแบ่งกลุ่มประเภทของผู้เข้าร่วมโครงการตามศักยภาพ และติดตามผลการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องรวมถึงผลกระทบของการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
- ควรมีกำหนดเป้าหมายด้านการตลาดออนไลน์อย่างชัดเจน อาทิ การมุ่งเน้นการทำตลาดออนไลน์
- เพื่อการค้าระหว่างประเทศ ปรับเน้นเนื้อหาตามกลุ่มตลาดเป้าหมายของต่างประเทศ ยกตัวอย่างแพลตฟอร์มที่มีแนวทางการทำการตลาด การชำระเงินที่แตกต่างกัน อาทิ ประเทศจีนจะใช้แพลตฟอร์ม Aliexpress, Alibaba, Taobao, Tmall เป็นต้น ซึ่งแตกต่างจากการทำการตลาดออนไลน์ที่อเมริกาที่จะใช้ Amazon, eBay เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความนิยมของการใช้งานในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าในแต่ละแพลตฟอร์มที่ต่างกัน
- นอกเหนือจากการให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ในมิติของการค้าซึ่งเป็นสินค้าที่จับต้องได้ (Tangible goods) แล้ว ควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาดสินค้าในรูปแบบดิจิทัล (Intangible goods) ซึ่งสามารถทำการตลาดกับต่างประเทศได้ในอนาคต เช่น E-book, Graphic Element, Picture digital file Art-media งานศิลปะ สื่อต่าง ๆ รูปถ่าย เป็นต้น ซึ่งเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเป็นแนวโน้มตลาดยุคใหม่ในอนาคต อาทิ การจำหน่าย Sticker ใน Line การขายรูปภาพในเว็บไซต์ Etsy.com ซึ่งมีกฎระเบียบในบางประเทศที่ห้ามผู้ประกอบการจากประเทศไทยจำหน่ายสินค้า เนื่องจากเกิดการละเมิดลิขสิทธิ์บ่อยครั้ง

- 4) หน่วยงานสนับสนุนที่มีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/ การตลาดออนไลน์ ได้แก่ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- การจัดอบรมด้านมาตรการการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด ในกิจกรรมเชิงทักษะ รูปแบบต่างๆ ควรมีวิทยากรพี่เลี้ยงที่ให้คำแนะนำกิจการอย่างใกล้ชิด
 - ควรมีการฝึกอบรมเพื่อการจัดทำ Market Research Trends ซึ่งเป็นการจัดเก็บผลวิจัย เล็กๆ ที่เหมาะสมของกิจการ อาทิ การสอบถามความคิดเห็นสั้นๆ ของกลุ่มลูกค้า สิ่งที่ลูกค้าสนใจและต้องการ ผ่านการถามความเห็นในรูปแบบสั้นๆ รวมถึงการศึกษา แนวโน้มจาก Social Listening เพื่อให้กิจการเกิดทักษะการวิเคราะห์ด้วยเองในเชิงลึก
 - ควรมีการดำเนินโครงการที่มุ่งเน้นการเกิดผลกระทบมากกว่าการดำเนินหลายโครงการ โดยอาจทำการคัดเลือก SME และการอบรมเชิงลึก ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างต้นแบบของ SME ที่ประสบความสำเร็จและเกิดผลกระทบ (Impact) อย่างแท้จริง
 - การดำเนินโครงการส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดแบบต่อยอดพีระมิดเพื่อสร้างต้นแบบ รวมถึงเครือข่ายหรือคลัสเตอร์เพื่อส่งต่อความรู้และให้ความช่วยเหลือกัน



นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME: นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ ผู้ประกอบการ SME

1. แนวทางการดำเนินนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด /การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564



- นโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ที่ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 ครอบคลุมการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ หลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานที่มีภารกิจโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีภารกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ทั้งนี้ ประเมินว่าในปีงบประมาณ 2564 งบประมาณของภาครัฐที่จัดสรรไป ในนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์ จะอยู่ที่ประมาณ 2,576.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.078 ของงบประมาณแผ่นดินโดยรวม และ SME ได้รับประโยชน์กว่า 99,000 ราย

2. ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากการเข้าร่วมนโยบาย พัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME



- จากการสำรวจและเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมนโยบายพัฒนาและส่งเสริมการตลาด/การตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในปีงบประมาณ 2564 จำนวน 67 ตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากการเข้าร่วมมาตรการ พบว่า 1) ในมิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มีคะแนนเฉลี่ย 4.45 คะแนน (ระดับสูง) 2) มิติประสิทธิผล (Effectiveness) คะแนนเฉลี่ย 4.65 คะแนน (ระดับสูง) 3) มิติผลกระทบ (Impact) คะแนนเฉลี่ย 3.32 คะแนน (ระดับปานกลาง) และ 4) ผลรวมของทั้ง 3 มิติ มีคะแนน 4.13 คะแนน (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง)



คะแนนเฉลี่ย = 4.13 (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง)



3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



3.1 หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจต้นน้ำ ที่ทำผลผลิตต้นทาง ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงมหาดไทย



- การส่งเสริมจึงจำเป็นต้องพัฒนาไปด้วยพร้อม ๆ กันทั้งด้านมาตรฐาน การบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงข้อมูลข่าวสารการตลาด ที่จะนำไปสู่การวางแผนการผลิตหรือการปลูกของตัวเกษตรกร
- การจัดหาวิทยากรอาสาสมัครหรือบุคลากรภายนอก เข้ามาให้ความรู้ด้านการตลาดของกิจการอย่างทั่วถึง และมีวิทยากรพี่เลี้ยงที่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือ
- การทำ MOU กับสถานศึกษาในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการตลาด สินค้าในชุมชน ร่วมกับเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความชำนาญและทักษะในด้านเทคโนโลยี
- จัดหาเนื้อหาการอบรมที่ด้านการตลาดและการตลาดออนไลน์ที่มีเนื้อหาใหม่ๆ มากขึ้นส่งเสริมกิจการให้เกิดการปรับตัวเพื่อจำหน่ายสินค้าแบบ Hybrid ควบคู่กันทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
- ส่งเสริมบทบาทของตลาดในแต่ละพื้นที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว หรือศูนย์บริการต่างๆ เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของสินค้า และดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

3.2 หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจกลางน้ำ ธุรกิจที่นำผลผลิตจากต้นน้ำมาผลิตต่อเนื่อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม

- บูรณาการการส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในเชิงลึกหรือการหาเจ้าภาพร่วม ทั้งหน่วยงานตามฟังก์ชันและห่วงโซ่อุปทานการผลิต เพื่อลดการดำเนินโครงการซ้ำซ้อน การทำงานแบบเชิงลึกอย่างเข้าอกเข้าใจ เห็นความสำคัญและประโยชน์ร่วมกัน
- ปรับเปลี่ยน/ปฏิรูปเนื้อหาการอบรมให้ความรู้ และ/หรือมาตรการอย่างสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของผู้ประกอบการ อาทิ การสำรวจหรือจัดทำแบบสอบถาม เพื่อค้นหาความต้องการของผู้ประกอบการต่อเรื่องที่ต้องการพัฒนาทักษะด้านการตลาดในรูปแบบต่างๆ
- เน้นการสร้างและพัฒนาเครือข่าย และการทำงานของเจ้าหน้าที่หน่วยงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกับผู้ประกอบการให้มีความใกล้ชิดมากขึ้น



3.3 หน่วยงานส่งเสริมภาคการผลิตและธุรกิจปลายน้ำ หรือกลุ่มธุรกิจที่นำผลผลิตจากกลางน้ำมาผลิตต่อจนถึงมือผู้บริโภค ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์

- บูรณาการส่งเสริมกิจการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในเชิงลึก หรือการหาเจ้าภาพร่วม ทั้งหน่วยงานตามฟังก์ชันและห่วงโซ่อุปทานการผลิต เพื่อลดการดำเนินโครงการซ้ำซ้อน การทำงานแบบเชิงลึกอย่างเข้าอกเข้าใจ เห็นความสำคัญและประโยชน์ร่วมกัน
- การจัดการอบรมแก่กิจการและ/หรือผู้ประกอบการควรมีการกำหนดเป้าหมายและจัดแบ่งกลุ่มประเภทของผู้เข้าร่วมโครงการตามศักยภาพและติดตามผลการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องรวมถึงผลกระทบของการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
- ควรมีกำหนดเป้าหมายด้านการตลาดออนไลน์อย่างชัดเจน อาทิ การมุ่งเน้นการทำตลาดออนไลน์เพื่อการค้าระหว่างประเทศ ปรับเน้นเนื้อหาตามกลุ่มตลาดเป้าหมายของต่างประเทศ



3.4 หน่วยงานสนับสนุนที่มีภารกิจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด /การตลาดออนไลน์ ได้แก่ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

- การจัดอบรมด้านมาตรการการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด ในกิจกรรมเชิงทักษะรูปแบบต่างๆ ควรมีวิทยากรพี่เลี้ยงที่ให้คำแนะนำกิจการอย่างใกล้ชิด
- ควรมีการฝึกอบรมเพื่อการจัดทำ Market Research Trends ซึ่งเป็นการจัดเก็บผลวิจัยเล็กๆ ที่เหมาะสมของกิจการ อาทิ การสอบถามความคิดเห็นสั้นๆ ของกลุ่มลูกค้า สิ่งที่ถูกใจและต้องการ ผ่านการถามความเห็นในรูปแบบสั้นๆ รวมถึงการศึกษาแนวโน้มจาก Social Listening เพื่อให้กิจการเกิดทักษะการวิเคราะห์ด้วยตนเองในเชิงลึก
- ควรมีการดำเนินโครงการที่มุ่งเน้นการเกิดผลกระทบมากกว่าการดำเนินหลายโครงการ โดยอาจทำการคัดเลือก SME และการอบรมเชิงลึก ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างต้นแบบของ SME ที่ประสบความสำเร็จและเกิดผลกระทบ (Impact) อย่างแท้จริง
- การดำเนินโครงการส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดแบบต่อยอดพีระมิดเพื่อสร้างต้นแบบรวมถึงเครือข่ายหรือคลัสเตอร์เพื่อส่งต่อความรู้และให้ความช่วยเหลือกัน



4.3 นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ: มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

4.3.1 แนวทางการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ และผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินมาตรการในปีงบประมาณ 2564

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับกรมบัญชีกลาง ได้ดำเนินการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ SME มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดภาครัฐเพิ่มมากขึ้น

มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐดังกล่าวได้ดำเนินการภายใต้กฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563 โดยกฎกระทรวงดังกล่าวผ่านการอนุมัติหลักการจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2563 โดยกฎกระทรวงดังกล่าว ประกอบด้วย 3 มาตรการ คือ 1) มาตรการต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ซึ่งขึ้นบัญชีรายชื่อกับ สสว. 2) มาตรการด้านพัสดุที่ผลิตในประเทศ (Made in Thailand) ซึ่งขึ้นบัญชีรายชื่อกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ 3) มาตรการด้านพัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งขึ้นบัญชีรายชื่อกับกรมควบคุมมลพิษ

ทั้งนี้ กรมบัญชีกลางได้ออกแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงดังกล่าว ได้แก่ ฉบับที่ 1 หนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) 0405.2/ว89 ลงวันที่ 18 ก.พ. 2564 (ว89) ฉบับที่ 2 หนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) 0405.2/ว845 ลงวันที่ 31 ส.ค. 2564 (ว845) และฉบับที่ 3 หนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) 0405.2/ว78 ลงวันที่ 31 ม.ค. 2565 (ว78) (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.16) โดยแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ในหนังสือ ว89 และ ว845 เป็นแนวทางปฏิบัติฯ ที่กรมบัญชีกลางได้ยกเลิกไปแล้ว และในปัจจุบัน ให้หน่วยงานต่าง ๆ ยึดแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุนฯ ในหนังสือ ว78

ตารางที่ 4.31 แนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563

แนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ	ว89* (18 ก.พ.64)	ว845* (31 ส.ค.64)	ว78 (31 ม.ค. 65)
1. การพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัด	ไม่น้อยกว่า 3 ราย	ไม่น้อยกว่า 6 ราย	-
2. กำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดซื้อจัดจ้างจาก SME	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของงบประมาณที่ตรงกับสินค้า/งานบริการที่ SME ขึ้นทะเบียนไว้กับ สสว. (www.thaismegp.com)	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของงบประมาณที่ตรงกับสินค้า/งานบริการที่ SME ขึ้นทะเบียนไว้กับ สสว. (www.thaismegp.com)	-
3. การให้แต้มต่อกับผู้ประกอบการ SME			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ผู้ประกอบการ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว. 	ไม่เกินร้อยละ 10	ไม่เกินร้อยละ 10	ไม่เกินร้อยละ 10
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ผู้ประกอบการ SME (สสว.) และนำสินค้าที่ได้รับการรับรอง Made in Thailand (สอท.) 	-	-	ไม่เกินร้อยละ 15
4. การจัดซื้อจัดจ้าง วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท/ครั้ง	-	-	ให้หน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ประกอบการ SME เป็นลำดับแรกก่อน
5. การรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ประกอบการ SME	ให้หน่วยงานของรัฐรายงานผลฯ มายัง สสว.	ให้หน่วยงานของรัฐรายงานผลฯ มายัง สสว.	- (เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกรมบัญชีกลางและ สสว.)

หมายเหตุ: * เป็นแนวทางปฏิบัติฯ ที่กรมบัญชีกลางได้ยกเลิกแล้ว

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

แนวทางปฏิบัติเดิมตามกฎหมายกระทรวงฯ ในหนังสือ ว89 และ ว845 ได้กำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดซื้อจัดจ้างจาก SME ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของงบประมาณที่ตรงกับภาระงานขึ้นทะเบียนสินค้าหรืองานบริการ ที่ สสว. กำหนด (ว89 และ ว845) และกำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดซื้อจัดจ้างกับ SME ในพื้นที่ที่จังหวัดของ หน่วยงานของรัฐตั้งอยู่ก่อน โดยวิธีคัดเลือก หากพัสดุที่หน่วยงานของรัฐต้องการจัดซื้อจัดจ้างนั้นมี SME ขึ้นทะเบียนไว้ครบตั้งแต่ 3 รายขึ้นไป (ว89) และต่อมา เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องการสมยอมราคา จึงได้มีหนังสือ ว845 กำหนดเงื่อนไขใหม่ว่า “หากพัสดุที่หน่วยงานของรัฐต้องการจัดซื้อจัดจ้างนั้นมี SME ขึ้นทะเบียนไว้ครบตั้งแต่ 6 รายขึ้นไป” โดยให้แต้มต่อกับผู้ประกอบการ SME ในการเสนอราคาสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาต่ำสุดของผู้ประกอบการที่ไม่เป็น SME

อย่างไรก็ดี เมื่อได้ดำเนินมาตรการตามแนวทางปฏิบัติตามกฎหมายกระทรวงฯ ในหนังสือ ว845 มาได้ สักระยะหนึ่ง พบว่า มีข้อร้องเรียนทั้งจากผู้ประกอบการและจากหน่วยงานตรวจสอบว่า การกำหนดจำนวน SME ให้เพิ่มขึ้นเป็น 6 ราย ก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาการสมยอมราคาได้ อีกทั้งยังมีข้อร้องเรียนจาก ผู้ประกอบการเพิ่มเติมในประเด็นปัญหาใหม่เกิดขึ้นเพิ่มอีก คือ บริษัทขนาดใหญ่ไปตั้งบริษัทลูกแล้วไปขึ้นทะเบียน เป็น SME ในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว กรมบัญชีกลางจึงได้มี หนังสือเวียน ว78 ยกเลิกเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้างกับ SME ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 และยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างโดย วิธีคัดเลือกกับ SME

ทั้งนี้ แนวทางปฏิบัติตามกฎหมายกระทรวงฯ ในหนังสือ ว78 ในปัจจุบัน ได้กำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว. (www.thaismegp.com) ดังนี้

1) การให้แต้มต่อ SME

- 1.1) ผู้ประกอบการ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว. สามารถเสนอ ราคาสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาต่ำสุดของผู้ประกอบการ ทั่วไป
- 1.2) ผู้ประกอบการ SME (สสว.) และนำสินค้าที่ได้รับการรับรอง Made in Thailand (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (สอท.)) เสนอราคากับภาครัฐ สามารถเสนอราคาสูง กว่าราคาต่ำสุดได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของผู้ประกอบการทั่วไป

2) การซื้อหรือจ้างแบบเจาะจง

การจัดซื้อจัดจ้าง วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท/ครั้ง ให้หน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างจาก ผู้ประกอบการ SME เป็นลำดับแรกก่อน

สิทธิประโยชน์ที่ SME จะได้รับจากการขึ้นทะเบียนดังกล่าว จะช่วยให้สร้างโอกาสให้แก่ SME ในการเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีมูลค่ามากถึง 1.3 ล้านล้านบาท/ปี และทำให้ SME สามารถแข่งขัน กับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากยิ่งขึ้น

ในด้านคุณสมบัติของ SME ที่ได้รับสิทธิประโยชน์ จะต้องเป็นวิสาหกิจขนาดย่อย (Micro) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) หรือวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium) โดยพิจารณาจากเกณฑ์รายได้ และต้องเป็นผู้ประกอบการสัญชาติไทย ครอบคลุมนิติบุคคล และบุคคลธรรมดา (ทะเบียนพาณิชย์หรือได้รับการจดทะเบียนตามกำหนดของหน่วยงานราชการอื่น) ทั้งนี้ กฎกระทรวงฯ และประกาศของ สสว. ได้กำหนดคุณสมบัติของวิสาหกิจขนาดย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลางไว้ดังภาพที่ 4.9 นอกจากนี้ ยังได้กำหนดเอกสารประกอบการพิจารณา (ส่งไฟล์แนบเข้าระบบทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ) ทั้งเอกสารการจัดตั้งธุรกิจ และเอกสารแสดงรายได้ของนิติบุคคล บุคคลธรรมดา และวิสาหกิจชุมชน โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 4.10

THAI SME-GP กฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563

กรมบัญชีกลางออกแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ฉบับที่ 1 เมื่อวันที่ 18 ก.พ.64 (ว 89) ฉบับที่ 2 เมื่อวันที่ 31 ส.ค.64 (ว 845) และฉบับที่ 3 เมื่อวันที่ 31 ม.ค. 65 (ว 78)

สิทธิประโยชน์สำหรับ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว. (www.thaismegp.com)

- 10% THAI SME-GP**
ผู้ประกอบการ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว. สามารถเสนอราคาสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาต่ำสุดของผู้ประกอบการทั่วไป
- 15% THAI SME-GP +**  **Made in Thailand**
ผู้ประกอบการ SME (สสว.) และนำสินค้าที่ได้รับการรับรอง Made in Thailand (สอท.) เสนอราคากับภาครัฐ สามารถเสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุดได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของผู้ประกอบการทั่วไป
- 500,000 บาท**
การจัดซื้อจัดจ้าง วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท/ครั้ง ให้หน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ประกอบการ SME เป็นลำดับแรกก่อน

การให้แต้มต่อ SME

การซื้อหรือจ้างแบบเจาะจง

สสว.

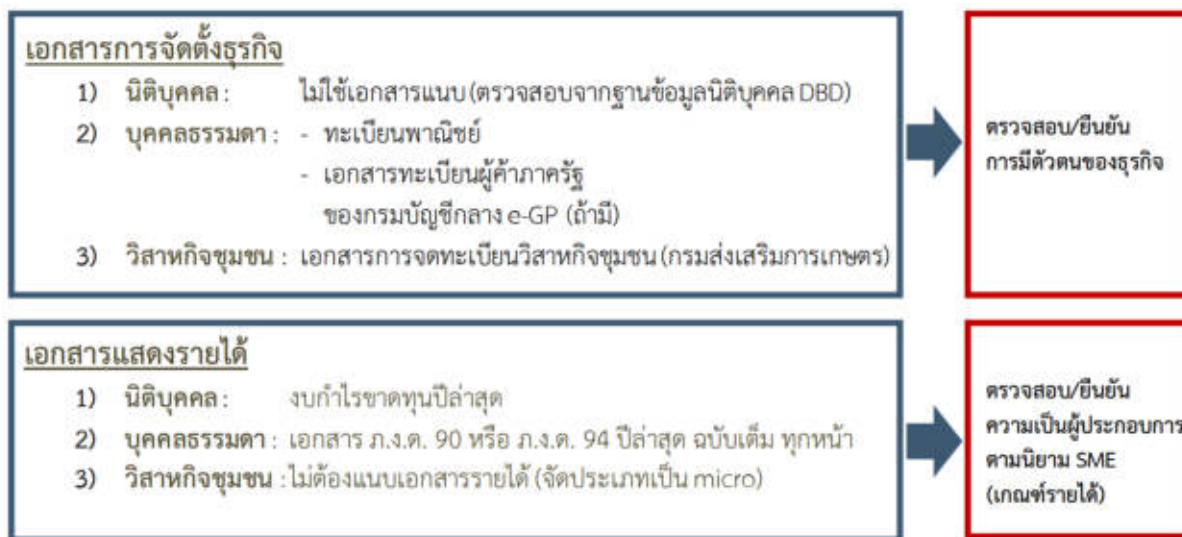
ภาพที่ 4.8 สิทธิประโยชน์สำหรับ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว.

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



ภาพที่ 4.9 คุณสมบัติของ SME ที่ได้รับสิทธิประโยชน์
ภายใต้มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



ภาพที่ 4.10 เอกสารประกอบการพิจารณา
โดยส่งไฟล์แนบเข้าระบบทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐดังกล่าว ในปีงบประมาณ 2564 ที่ผ่านมา พบว่า ในปีงบประมาณ 2564 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่หน่วยงานภาครัฐได้ทำการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้ประกอบการ SME คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการจัดซื้อ

จัดจ้างภาครัฐทั้งหมด¹ หรือคิดเป็นมูลค่า 5.5 แสนล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 3.40 ของ GDP) ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ ร้อยละ 30 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4 แสนล้านบาท (ที่มา: สสว.) โดยหน่วยงานของรัฐที่จัดซื้อจัดจ้างจาก SME ในปีงบประมาณ 2564 สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) กรมชลประทาน มูลค่าที่จัดซื้อจัดจ้างจาก SME ในปีงบประมาณ 2564 เท่ากับ 48,411 ล้านบาท 2) กรมทางหลวง 36,185 ล้านบาท 3) กรมทางหลวงชนบท 28,989 ล้านบาท 4) กรมโยธาธิการและผังเมือง 12,278 ล้านบาท และ 5) กองทัพบก 11,133 ล้านบาท (ที่มา: สสว.)

จากสถิติจำนวนผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) พบว่า ในปีงบประมาณ 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 98,094 กิจการ โดยจังหวัดที่ขึ้นทะเบียนมากที่สุดห้าอันดับแรก คือ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี เชียงใหม่ ปทุมธานี นครราชสีมา และมีสินค้าของผู้ประกอบการ SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ในปีงบประมาณ 2564 จำนวนทั้งสิ้น 649,005 รายการ ทั้งนี้ ประเภทสินค้าที่ขึ้นทะเบียนมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) เครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน 2) วัสดุ อุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองสำหรับ เครื่องดนตรี เกม ของเล่น งานศิลปะ งานฝีมือและการศึกษา 3) บริการด้านการก่อสร้างและบำรุงรักษาอาคาร 4) ส่วนประกอบและวัสดุสิ้นเปลืองของโครงสร้าง อาคาร สิ่งก่อสร้างและการผลิต และ 5) เทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารและโทรคมนาคม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 จำนวนผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

หน่วย: กิจการ

ปีงบประมาณ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4	จำนวนรวม แต่ละปี	จำนวนรวม (สะสม)
2564	1,216	5,681	32,951	58,246	98,094	98,094
2565	18,959	11,625	6,307		36,891	134,985

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

¹ ในปีงบประมาณ 2564 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมดเท่ากับ 1.38 ล้านล้านบาท

ตารางที่ 4.33 สินค้าของผู้ประกอบการ SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

หน่วย: รายการ

ปีงบประมาณ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4	จำนวนรวม แต่ละปี	จำนวนรวม (สะสม)
2564	647	4,803	237,624	405,931	649,005	649,005
2565	260,823	120,022	46,821		427,666	1,076,671

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

4.3.2 การจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ดำเนินการจัดประชุมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) จำนวน 1 ครั้ง ณ โรงแรม Vic3 Bangkok กรุงเทพฯ และในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 38 คน ประกอบด้วยหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ จำนวน 28 คน จากกรมบัญชีกลาง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข กรมพลีการทหารอากาศ กรมราชทัณฑ์ สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล และสถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 10 คน จากสถาบันหลักและหลักกล้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย และสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย

4.3.3 ความเหมาะสม ความยากง่าย และข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการ

สนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนของหน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ ซึ่งได้แก่ สสว. และกรมบัญชีกลาง การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการเก็บแบบสอบถามผู้เข้าร่วมมาตรการ การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ภายใต้โครงการศึกษานี้ พบว่า การดำเนินการมาตรการดังกล่าวพบว่า ประสบความสำเร็จมากพอสมควร โดยในปีงบประมาณ 2564 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่หน่วยงานภาครัฐได้ทำการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้ประกอบการ SME คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 5.5 แสนล้านบาท และเป็นมาตรการที่ได้รับเสียงสะท้อนที่ดี จากผู้ประกอบการ SME เนื่องจากช่วยแก้ปัญหาและลดอุปสรรคในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีคัดเลือก สร้างความเป็นธรรมและสร้างโอกาสให้แก่ SME ในการเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีมูลค่ามหาศาล ตลอดจนช่วยให้ SME สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากยิ่งขึ้น

สำหรับความยากง่ายในการเข้าถึงมาตรการดังกล่าว พบว่า โดยภาพรวม ผู้ประกอบการ SME เห็นว่า สามารถเข้าถึงมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐดังกล่าวได้ค่อนข้างง่าย ทั้งในด้านการขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในระบบขึ้นทะเบียนฯ ของ สสว. ซึ่งดำเนินการร่วมกับ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (NECTEC) และในด้านการบริหารจัดการและการบริการที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การให้ข้อมูลทางโทรศัพท์และอีเมลแก่ SME การตรวจสอบคุณสมบัติผู้ประกอบการ SME การตรวจสอบข้อมูลรายการสินค้าและบริการ และการให้บริการผู้ประกอบการ SME ที่มาติดต่อ ณ สสว.

อย่างไรก็ดี การดำเนินมาตรการดังกล่าวยังคงมีข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคบางประการ โดยเฉพาะในด้านการสร้างการรับรู้ในวงกว้างในมาตรการดังกล่าว ทั้งของหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ SME ซึ่งอาจมี ปัญหาอุปสรรคค่อนข้างมากในช่วงระยะเริ่มต้นของการดำเนินงาน แต่ปัญหาดังกล่าวก็เริ่มลดลงตามลำดับ ภายหลังจากการดำเนินมาตรการมาได้สักระยะ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐบางแห่งมีปัญหาในการดำเนิน มาตรการดังกล่าวบางประการ ทั้งในเรื่องขั้นตอนการดำเนินงาน และการค้นหาข้อมูลผู้ประกอบการและ รายละเอียดต่าง ๆ ในระบบ THAI SME-GP

ที่ผ่านมา สสว. และกรมบัญชีกลาง ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว โดย สสว. และกรมบัญชีกลางได้ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของมาตรการฯ และขั้นตอนการขึ้นทะเบียน ทั่วประเทศ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยในปี 2564 ดำเนินการทั้งสิ้น 52 ครั้ง 11,385 ราย นอกจากนี้ สสว. ยังได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มาตรการฯ อย่างต่อเนื่อง และเร่งสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ Social Media และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ และ สสว. ยังได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการส่งเสริม SME เข้าสู่การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ เช่น กระทรวงมหาดไทย กองทัพอากาศ กระทรวงพาณิชย์ กรมทางหลวง กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น สถาบัน การเงิน คลังจังหวัด เป็นต้น จำนวน 32 หน่วยงาน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึง การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ทั้งนี้ เนื่องจากมาตรการดังกล่าวเป็นมาตรการที่เพิ่งเริ่มดำเนินการมาได้ไม่นานนัก โดยมีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2563 ดังนั้น หน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อน มาตรการ ได้แก่ สสว. และกรมบัญชีกลาง หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ และกลุ่มผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ควรดำเนินการหารือและติดตามประเมินผลการดำเนินมาตรการดังกล่าวร่วมกันอย่างเป็นสม่ำเสมอ เพื่อให้ การดำเนินมาตรการดังกล่าวมีความเหมาะสม และมีผลสัมฤทธิ์ในระดับสูง

4.3.4 ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

การสำรวจสถานประกอบการตัวอย่าง ที่ได้รับการส่งเสริมตามมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) จำนวน 67 ตัวอย่าง ได้มีการกระจายการสำรวจตามพื้นที่ของกิจการ โดยเป็นกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 32 ราย และต่างจังหวัด จำนวน 35 ราย ซึ่งมีในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และ 47.8 ตามลำดับ โดยในภาพรวมส่วนมากเป็นกิจการในภาคการค้าและการก่อสร้าง จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาเป็นภาคบริการ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.8 และภาคเกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่อีกจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.9 (ตารางที่ 4.34) ซึ่งกิจการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาแล้วเป็นระยะเวลา 11-20 ปี มีอยู่ร้อยละ 37.3 ในขณะที่กิจการที่เพิ่งเริ่มต้นไม่นาน อยู่ในช่วง 1-5 ปี และ 6-10 ปี มีสัดส่วนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 22.4 และ 26.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.35)

ตารางที่ 4.34 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม ตามมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) จำแนกตามประเภทกิจการ และพื้นที่

ประเภทกิจการ/พื้นที่	ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม ตามมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)					
	กรุงเทพฯและปริมณฑล		ต่างจังหวัด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรรม การผลิต และการเหมืองแร่	6	9.0	6	9.0	12	17.9
การค้า และการก่อสร้าง	14	20.9	17	25.4	31	46.3
การบริการ	12	17.9	12	17.9	24	35.8
รวม	32	47.8	35	52.2	67	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.35 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนปีที่เปิดดำเนินการ

จำนวนปีที่เปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	15	22.4
6-10 ปี	18	26.9
11-20 ปี	25	37.3
มากกว่า 20 ปี	9	13.4
รวม	67	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสถานะและการดำเนินงานของกิจการ

ในส่วนของข้อมูลสถานะและการดำเนินงานของกิจการในปีที่ผ่านมา พิจารณาจากรายได้รวม รายจ่ายรวม กำไรขาดทุน และประสิทธิภาพในการเพิ่มมูลค่าของกิจการ เมื่อพิจารณาจากรายได้รวม พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีรายได้รวมอยู่ในระดับสูง โดยอยู่ในช่วงรายได้ 10-30 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมา คือ มีรายได้มากกว่า 30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.9 ทางด้านความเปลี่ยนแปลงของรายได้ กิจการส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.2 รายงานว่า มีรายได้เพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงไม่เกินร้อยละ 25 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 ในขณะที่กิจการร้อยละ 40.3 รายงานว่ามีรายได้ลดลง โดยลดลงมากที่สุดอยู่ในช่วงไม่เกินร้อยละ 25 คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของกิจการทั้งหมด (ตารางที่ 4.36)

ทางด้านรายจ่ายของกิจการ จากการสำรวจพบว่า กิจการส่วนใหญ่ ร้อยละ 31.3 มีรายจ่ายรวมในปีที่ผ่านมาอยู่ในช่วงมากกว่า 5 ล้านบาท ถึงไม่เกิน 20 ล้านบาท รองลงมา ร้อยละ 28.4 มีรายจ่ายอยู่ในช่วงมากกว่า 1 ล้านบาท ถึงไม่เกิน 5 ล้านบาท (ตารางที่ 4.37) เมื่อพิจารณากำไรขาดทุนในปีที่ผ่านมา กิจการร้อยละ 86.6 รายงานว่า มีผลกำไรในปีที่ผ่านมา แต่กิจการส่วนใหญ่มีกำไรสุทธิในระดับที่ไม่สูงนัก โดยมีกำไรสุทธิอยู่ในช่วงไม่เกิน 1 ล้านบาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.7 มีเพียงส่วนน้อยที่ได้กำไรสุทธิมากกว่า 5 ล้านบาท โดยมีเพียงร้อยละ 10.3 ของกิจการเท่านั้น (ตารางที่ 4.38)

นอกจากนี้ ผลการสำรวจยังพบว่า กิจการที่รายงานว่ามีกำไรสุทธิในปีนี้มีสัดส่วนกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นและลดลงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยร้อยละ 48.3 มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยลดลงในอัตราร้อยละไม่เกิน 25 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.2 ของกิจการทั้งหมด สำหรับกิจการที่มีกำไรเพิ่มขึ้น พบว่า เกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนกิจการมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นในอัตราไม่เกินร้อยละ 25 เช่นกัน สำหรับกิจการที่มีผลประกอบการขาดทุนในปีที่ผ่านมา มีอยู่จำนวนไม่มากนัก คิดเป็นประมาณร้อยละ 11.9 ของกิจการทั้งหมด ซึ่งการขาดทุนอยู่ในอัตราไม่สูงมากนัก ส่วนใหญ่ร้อยละ 75.0 ของกิจการ มีผลประกอบการขาดทุนสุทธิไม่เกิน 1 ล้านบาท (ตารางที่ 4.38)

สำหรับการพิจารณาประสิทธิภาพในการเพิ่มมูลค่าของกิจการ พบว่า กิจการสามารถลดต้นทุนหรือเพิ่มมูลค่ากิจการได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้ กิจการส่วนใหญ่สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ในช่วงไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.8 การปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการส่วนมากให้มูลค่าเพิ่มอยู่ในช่วงไม่เกิน 1 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 75.0) การลดระยะเวลาการทำงานของเครื่องจักร/แรงงาน โดยมากสามารถเพิ่มมูลค่าให้กิจการได้ในประมาณ 2 แสนบาท การลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ ส่วนใหญ่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการได้ในช่วงไม่เกิน 1 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 75.0) และการลงทุนซื้ออุปกรณ์/เครื่องจักรใหม่ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการส่วนใหญ่ได้ประมาณไม่เกิน 5 แสนบาท (ร้อยละ 50) (ตารางที่ 4.39)

ตารางที่ 4.36 ข้อมูลรายได้รวมของกิจการในปีที่ผ่านมา

ข้อมูลรายได้	จำนวน	ร้อยละ
รายได้รวมในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ล้านบาท	3	4.5
1- ไม่เกิน 5 ล้านบาท	16	23.9
5- ไม่เกิน 10 ล้านบาท	15	22.4
10-ไม่เกิน 30 ล้านบาท	16	23.9
มากกว่า 30 ล้านบาท - 279 ล้านบาท	16	23.9
ไม่ระบุรายได้	1	1.5
รวม	67	100.0
การเปลี่ยนแปลงของรายได้เทียบกับปีก่อนหน้า		
เพิ่มขึ้น	35	52.2
ลดลง	27	40.3
ไม่เปลี่ยนแปลง	1	1.5
ไม่ระบุ	4	6.0
รวม	67	100.0
กิจการที่มีรายได้เพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา		
เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25	21	60.0
เพิ่มขึ้นร้อยละ 26-50	6	17.1
เพิ่มขึ้นร้อยละ 51-100	5	14.3
เพิ่มขึ้นร้อยละ 101-227	3	8.6

ข้อมูลรายได้	จำนวน	ร้อยละ
รวม	35	100.0
กิจการที่มีรายได้ลดลงในปีที่ผ่านมา		
ลดลงไม่เกินร้อยละ 25	18	66.7
ลดลงร้อยละ 26-50	3	11.1
ลดลงร้อยละ 51-100	6	22.2
รวม	27	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.37 ข้อมูลรายจ่ายรวมของกิจการในปีที่ผ่านมา

รายจ่ายรวมในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	6	9.0
มากกว่า 1-5 ล้านบาท	19	28.4
มากกว่า 5-20 ล้านบาท	21	31.3
มากกว่า 20-100 ล้านบาท	12	17.9
มากกว่า 100-391 ล้านบาท	9	13.4
รวม	67	100.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.38 ข้อมูลกำไรขาดทุนของกิจการในปีที่ผ่านมา

ข้อมูลกำไรขาดทุน	จำนวน	ร้อยละ
ผลกำไรขาดทุนในปีที่ผ่านมา	67	100.0
มีกำไร	58	86.6
ขาดทุน	8	11.9
ไม่ระบุกำไร/ขาดทุน	1	1.5
กำไรสุทธิในปีที่ผ่านมา	58	100.0
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	30	51.7
1-5 ล้านบาท	22	37.9
มากกว่า 5 ล้านบาท ถึงไม่เกิน 53 ล้านบาท	6	10.3
การเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิเทียบกับปีก่อนหน้า	58	100.0

ข้อมูลกำไรขาดทุน	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	26	44.8
ลดลง	28	48.3
เท่าเดิม	1	1.7
ไม่ระบุการเปลี่ยนแปลง	3	5.2
กิจการที่มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมา	26	100.0
เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 25	11	42.3
เพิ่มขึ้นร้อยละ 26-50	3	11.5
เพิ่มขึ้นร้อยละ 51-100	6	23.1
เพิ่มขึ้นร้อยละ 101-212	5	19.2
ไม่ระบุอัตราการเพิ่มขึ้น	1	3.8
กิจการที่มีกำไรสุทธิลดลงในปีที่ผ่านมา	29	100.0
ลดลงไม่เกินร้อยละ 25	16	55.2
ลดลงร้อยละ 26-50	5	17.2
ลดลงร้อยละ 51-100	3	10.3
ลดลงร้อยละ 101-215	4	13.8
ไม่ระบุอัตราการลดลง	1	3.4
ขาดทุนสุทธิในปีที่ผ่านมา	8	100.0
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	6	75.0
มากกว่า 1 ล้านบาท ถึงไม่เกิน 2.6 ล้านบาท	2	25.0

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.39 การเพิ่มประสิทธิภาพของกิจการ

มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
มูลค่าเพิ่มจากการลดต้นทุนการผลิต	13	100.0
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	7	53.8
1-10 ล้านบาท	5	38.5
มากกว่า 10 ล้านบาท	1	7.7
มูลค่าเฉลี่ย	2,112,308 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	150,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	10,000,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากปรับปรุงคุณภาพสินค้า/บริการ	36	100.0
ไม่เกิน 5 แสนบาท	14	38.9
5 แสน - 1 ล้านบาท	13	36.1
มากกว่า 1 ล้านบาท	9	25.0
มูลค่าเฉลี่ย	965,278 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	50,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	5,000,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากการลดระยะเวลาการทำงานของเครื่องจักร/แรงงาน	6	100.0
100,000 บาท	2	33.3
200,000 บาท	3	50.0
550,000 บาท	1	16.7
มูลค่าเฉลี่ย	225,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	100,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	550,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากการลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ	8	100.0
ไม่เกิน 5 แสนบาท	3	37.5
5 แสน - 1 ล้านบาท	3	37.5
มากกว่า 1 ล้านบาท	2	25.0
มูลค่าเฉลี่ย	1,056,250 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	100,000 ต่อกิจการ	

มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
มูลค่าสูงสุด	3,500,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าเพิ่มจากการลงทุนซื้ออุปกรณ์/เครื่องจักรใหม่	12	100.0
ไม่เกิน 5 แสนบาท	6	50.0
5 แสน - 1 ล้านบาท	3	25.0
มากกว่า 1 ล้านบาท	3	25.0
มูลค่าเฉลี่ย	1,200,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าต่ำสุด	100,000 ต่อกิจการ	
มูลค่าสูงสุด	5,400,000 ต่อกิจการ	

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 3 สัมฤทธิ์ผลของการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

การพิจารณาสัมฤทธิ์ผลของการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) พิจารณาใน 5 ประเด็น ดังนี้ 1) การทะเบียนบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการและรายการสินค้าหรือบริการของ SME 2) การได้รับโอกาสให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพิ่มขึ้น 3) การสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากขึ้น 4) ประโยชน์จากนโยบายจัดซื้อจัดจ้าง SME ในจังหวัด และ 5) ประโยชน์จากการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e-Bidding จากการได้รับแต้มต่อ ให้เสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุดได้ 10%

โดยผลจากการสำรวจ พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีผลสัมฤทธิ์ จากการได้ขึ้นทะเบียนบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการและรายการสินค้าหรือบริการของ SME โดยมีกิจการจำนวนมากถึงร้อยละ 92.5 ราย ที่มีผลสัมฤทธิ์จากมาตรการดังกล่าว โดยกิจการมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่ 4.37 คะแนน สำหรับผลสัมฤทธิ์ด้านอื่น ๆ มีกิจการร้อยละ 43.3 รายงานว่า ได้รับโอกาสให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพิ่มขึ้น และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (3.97 คะแนน) ทางด้านความสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากขึ้น ร้อยละ 46.3 ของกิจการ รายงานว่ามีผลสัมฤทธิ์ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (3.77 คะแนน) สำหรับประเด็นการได้รับประโยชน์จากนโยบายจัดซื้อจัดจ้าง SME ในจังหวัด มีกิจการร้อยละ 38.8 มีผลสัมฤทธิ์ในประเด็นนี้ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (3.92 คะแนน) และประเด็นได้รับประโยชน์จากการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e-Bidding จากการได้รับแต้มต่อ ให้เสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุดได้ 10% มีกิจการร้อยละ 31.3 ที่มีผลสัมฤทธิ์ และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (3.67 คะแนน) (ตารางที่ 4.40 และตารางที่ 4.41)

ตารางที่ 4.40 จำนวน ร้อยละ และมูลค่าเพิ่มของกิจการ จำแนกตามผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

ผลสัมฤทธิ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ	มูลค่าเพิ่มต่อกิจการ		
			เฉลี่ย	ต่ำสุด	สูงสุด
1. ได้ขึ้นทะเบียนบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการและรายการสินค้าหรือบริการของ SME	62	92.5	1,560,862	10,000	10,000,000
2. ได้รับโอกาสให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพิ่มขึ้น	29	43.3	888,800	10,000	5,000,000
3. สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากขึ้น	31	46.3	875,200	10,000	5,000,000
4. ได้รับประโยชน์จากนโยบายจัดซื้อจัดจ้าง SME ในจังหวัด	26	38.8	821,500	10,000	4,000,000
5. ได้รับประโยชน์จากการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e-Bidding จากการได้รับแต้มต่อให้เสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุดได้ 10%	21	31.3	564,118	10,000	3,000,000
รวม	67	-	-	-	-

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.41 การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

ผลสัมฤทธิ์	คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน 1- 5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4-มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ได้ขึ้นบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการและรายการสินค้าหรือบริการของ SME	4.37	1	1.6	0	0.0	8	12.9	19	30.6	34	54.8	62	100.0
2.ได้รับโอกาสให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพิ่มขึ้น	3.97	1	3.4	0	0.0	7	24.1	12	41.4	9	31.0	29	100.0
3.สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากขึ้น	3.77	1	3.2	3	9.7	7	22.6	11	35.5	9	29.0	31	100.0
4.ได้รับประโยชน์จากนโยบายจัดซื้อจัดจ้าง SME ในจังหวัด	3.92	1	3.8	0	0.0	7	26.9	10	38.5	8	30.8	26	100.0

ผลสัมฤทธิ์	คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน 1-5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5.การจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e-Bidding ทำให้ได้รับแต้มต่อให้เสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุดได้ 10%	3.67	1	4.8	1	4.8	7	33.3	7	33.3	5	23.8	21	100.0

หมายเหตุ: ค่าคะแนนผลสัมฤทธิ์มีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่

- 1) ตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด
- 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย
- 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง
- 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก
- 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้



ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ภาพที่ 4.11 การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจและความคิดเห็นต่อการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ผลการสำรวจพบว่า กิจการส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการมีข้อได้เปรียบในการเสนอราคา คิดเป็นร้อยละ 82.1 ของกิจการทั้งหมด รองลงมาคือ การมีโอกาสได้เข้าร่วมการประมูลการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 77.6 ของกิจการทั้งหมด (ตารางที่ 4.42)

ทางด้านความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมมาตรการ ผลการสำรวจพบว่า กิจการมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วงคะแนน 3.45-4.33 ซึ่งนับว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า กิจการมีความพึงพอใจในด้านนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME ที่เข้าร่วมสมควรได้รับการบอกต่อให้แก่ผู้ประกอบการอื่น ๆ มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 รองลงมาเป็นความพึงพอใจที่จะต้องการเข้าร่วมกิจกรรมในอนาคต และความพึงพอใจต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME (มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.13 คะแนน ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.43)

ตารางที่ 4.42 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

ประโยชน์/ปัญหาอุปสรรค (n=67)	จำนวน	ร้อยละ
ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. มีโอกาสได้เข้าร่วมการประมูลการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐมากขึ้น	52	77.6
2. ได้รับสิทธิพิจารณาคัดเลือกก่อน จากการเป็น SME ในพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ	38	56.7
3. มีข้อได้เปรียบในการเสนอราคา	55	82.1
4. ได้รับคัดเลือกจัดซื้อจัดจ้างจากภาครัฐมากขึ้น	33	49.3

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.43 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ประเด็นความพึงพอใจ	คะแนนเฉลี่ย	ระดับคะแนน 1- 5										รวม	
		1-น้อยที่สุด		2-น้อย		3-ปานกลาง		4.มาก		มากที่สุด			
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่อรูปแบบของการดำเนินนโยบาย/มาตรการ	3.58	1	1.5	1	1.5	29	43.3	30	44.8	6	9.0	67	100.0
2. ต่อระยะเวลาดำเนินนโยบาย/มาตรการ	3.45	2	3.0	2	3.0	31	46.3	28	41.8	4	6.0	67	100.0
3. ต่อบุคลากรของหน่วยบริการ	3.57	0	0.0	2	3.0	32	47.8	26	38.8	7	10.4	67	100.0
4. เข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบาย/มาตรการตอบสนองความต้องการของท่าน	3.94	1	1.5	1	1.5	15	22.4	34	50.7	16	23.9	67	100.0
5. ต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์	3.76	1	1.5	2	3.0	19	28.4	35	52.2	10	14.9	67	100.0
6. ต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการ	4.13	1	1.5	2	3.0	10	14.9	28	41.8	26	38.8	67	100.0
7. ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบาย/มาตรการในอนาคต	4.27	0	0.0	2	3.0	8	11.9	27	40.3	30	44.8	67	100.0
8. กิจกรรมตามนโยบาย/มาตรการที่เข้าร่วมสมควรได้รับการบอกต่อให้แก่ผู้ประกอบการอื่น ๆ	4.33	1	1.5	1	1.5	8	11.9	22	32.8	35	52.2	67	100.0

หมายเหตุ: ค่าคะแนนความพึงพอใจมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่

- 1) ตั้งแต่ 1.00-1.80 คือ ระดับน้อยที่สุด
- 2) ตั้งแต่ 1.81-2.60 คือ ระดับน้อย
- 3) ตั้งแต่ 2.61-3.40 คือ ระดับปานกลาง
- 4) ตั้งแต่ 3.41-4.20 คือ ระดับมาก
- 5) ตั้งแต่ 4.21-5.00 คือ ระดับมากที่สุด

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ส่วนที่ 5 สรุปผลการประเมิน

การวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายหรือมาตรการของภาครัฐในการส่งเสริม SME จะประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มิติประสิทธิผล (Effectiveness) และมิติผลกระทบ (Impact) โดยมีรายละเอียดเกณฑ์และตัวชี้วัด และผลจากการสำรวจ ดังนี้ (ตารางที่ 4.44)

1. มิติประสิทธิภาพ (Efficiency)

1.1 ด้านประสิทธิภาพการประหยัด

- มูลค่าเพิ่มจากการลดต้นทุนการผลิต เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 2,112,308 บาทต่อกิจการ
- มูลค่าเพิ่มจากการลดของเสียจากการผลิต เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 500,000 บาทต่อกิจการ
- มูลค่าเพิ่มจากการลดระยะเวลาการทำงานของเครื่องจักร/แรงงาน เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 225,000 บาทต่อกิจการ

1.2 การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (มูลค่าเพิ่มจากการลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ) เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 1,056,250 บาทต่อกิจการ

1.3 ความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ

- 1) ความพึงพอใจต่อรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมภายใต้ นโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME
- 2) ความพึงพอใจต่อระยะเวลาของการดำเนินนโยบาย/มาตรการ
- 3) ความพึงพอใจต่อบุคลากรของหน่วยบริการ
- 4) การเข้าร่วมกิจกรรมตามนโยบาย/มาตรการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ
- 5) ความพึงพอใจต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ ระดับความพึงพอใจภาพรวมต่อกระบวนการให้บริการ เท่ากับ 3.66 คะแนน ซึ่งหมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

2. มิติประสิทธิผล (Effectiveness)

2.1 การวิเคราะห์นโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ได้ขึ้นทะเบียนบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการและรายการสินค้าหรือบริการของ SME 2) ได้รับโอกาสให้เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพิ่มขึ้น 3) สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากขึ้น 4) ได้รับประโยชน์จากนโยบายจัดซื้อจัดจ้าง SME ในจังหวัด และ 5) ได้รับประโยชน์จากนโยบายจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธี e-Bidding จากการได้รับแต้มต่อให้เสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุดได้ 10% ดังนั้น ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์ของหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME เท่ากับ 4.12 คะแนน ซึ่งหมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

2.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์ (ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อ ประโยชน์ที่ได้รับจากแผนงานหรือกิจกรรมภายใต้ นโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ความพึงพอใจต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการ 2) ความต้องการที่จะเข้าร่วมอีกในอนาคต และ 3) เป็นนโยบาย/มาตรการที่ดีดี สมควรได้รับการบอกต่อให้แก่ผู้ประกอบการอื่น ดังนั้น ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์ เท่ากับ 4.24 คะแนน ซึ่งหมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง

3 มิติผลกระทบ (Impact)

3.1 ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ

3.1.1 ความสามารถในการหารายได้ พิจารณาให้ระดับคะแนน 1-5 โดยแบ่งได้ดังนี้ (1) รายได้ไม่ถึง 1 ล้านบาท=ระดับคะแนน 1 (2) รายได้ 1-ไม่เกิน 5 ล้านบาท=ระดับคะแนน 2 (3) รายได้ 5-ไม่เกิน 10 ล้านบาท=ระดับคะแนน 3 (4) รายได้ 10-ไม่เกิน 30 ล้านบาท=ระดับคะแนน 4 และ (5) รายได้เกิน 30 ล้านบาท=ระดับคะแนน 5 ดังนั้น ความสามารถในการหารายได้ เท่ากับ 3.44 คะแนน ซึ่งหมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

3.1.2 ร้อยละของรายได้ต่อปีที่เพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 37.60

3.1.3 ร้อยละของกำไรสุทธิต่อปีที่เพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 57.20

3.1.4 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.46 เท่า

3.1.5 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 19.66%

3.1.6 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 8.04%

3.2 ด้านผลกระทบทางสังคมและทรัพยากรบุคคล

3.2.1 มูลค่าเพิ่มแรงงาน (กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 72,917 บาทต่อกิจการ

3.2.2 มูลค่าเพิ่มแรงงาน (รายได้รวมที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) เฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 1,141,628 บาทต่อกิจการ

การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) ในแต่ละมิติ จะให้ค่าน้ำหนักของทุกมิติในสัดส่วนที่เท่ากัน โดยพิจารณาเลือกตัวชี้วัดที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicators) ซึ่งพิจารณาจากตัวชี้วัดที่มีอัตราการตอบสนองสูง และมีค่าคะแนนเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ตารางที่ 4.44)

- มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) กำหนดให้ความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicator) โดยมีค่าน้ำหนัก 1/3

- มิติ ประสิทธิภาพ (Effectiveness) กำหนดให้ความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME และความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการส่งเสริม SME เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicators) โดยแต่ละตัวแปร มีค่าน้ำหนัก 0.5/3 มีค่าน้ำหนักรวมเท่ากับ 1/3
- มิติผลกระทบ (Impact) ความสามารถในการหารายได้ เป็นตัวแทนของกลุ่ม (Proxy Indicator) โดยมีค่าน้ำหนัก 1/3
- ผลรวมตัวชี้วัดของทั้ง 3 มิติ สัดส่วน 1

การแปลผลค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ในภาพรวม จะมีค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 1.00 ถึง 5.00 โดยสามารถแปลผลแต่ละกลุ่มคะแนน ได้ดังนี้

- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับสูง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลาง
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ
- ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับต่ำ

สำหรับผลการประเมินพบว่า มิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มีคะแนนเฉลี่ย 3.66 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มิติประสิทธิผล (Effectiveness) คะแนนเฉลี่ย 4.18 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง มิติผลกระทบ (Impact) คะแนนเฉลี่ย 3.44 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง และผลรวมของทั้ง 3 มิติ มีคะแนนเฉลี่ย 3.76 คะแนน หมายถึง มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง (ตารางที่ 4.45)

ตารางที่ 4.44 สรุปผลการประเมินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ในปีงบประมาณ 2564

มิติ	ด้าน	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	จำนวน ตัวอย่าง (n)
1. ประสิทธิภาพ (Efficiency)	- ด้านประสิทธิภาพการประหยัด	- มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลดต้นทุนการผลิต (บาทต่อกิจการ)	2,112,308	150,000	10,000,000	13
		- มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลดของเสียจากการผลิต (บาทต่อกิจการ)	500,000	500,000	500,000	1
		- มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลดระยะเวลาการทำงานของเครื่องจักร/แรงงาน (บาทต่อกิจการ)	225,000	100,000	550,000	6
	- ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์	มูลค่าเพิ่มที่ได้รับต่อปีจากการลงทุนในเทคโนโลยี/ระบบสารสนเทศ (บาทต่อกิจการ)	1,056,250	100,000	3,500,000	8
	- ด้านความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ (คะแนน 1 ถึง 5)	3.66	1	5	67
2. ประสิทธิผล (Effectiveness)	- ด้านระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME	ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบาย/มาตรการ (คะแนน 1 ถึง 5)	4.12	1	5	67
	- ด้านระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือใช้ประโยชน์	ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบายหรือมาตรการของรัฐในการส่งเสริม SME (คะแนน 1 ถึง 5)	4.24	1	5	67

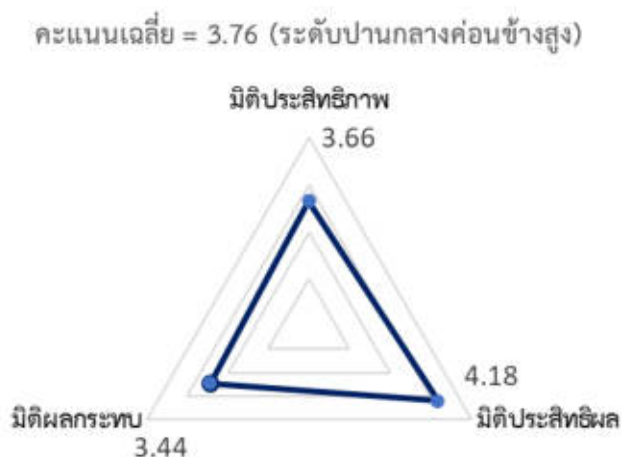
มิติ	ด้าน	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	จำนวน ตัวอย่าง (n)
3. ผลกระทบ (Impact)	- ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ	- ความสามารถในการหารายได้ (คะแนน 1 ถึง 5)	3.44	1	5	66
		- ร้อยละของรายได้ต่อปีที่เพิ่มขึ้น	37.60	2.00	227.46	35
		- ร้อยละของกำไรสุทธิต่อปีที่เพิ่มขึ้น	57.20	0.08	212.08	25
		- อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) (เท่า)	0.46	0.00	4.10	65
		- อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (%)	19.66	-45.89	259.95	55
		- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) (%)	8.04	-15.29	54.44	58
	- ด้านผลกระทบทางสังคมและทรัพยากรบุคคล	- มูลค่าเพิ่มแรงงาน (กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) (บาทต่อกิจการ)	72,917	17	609,576	25
		- มูลค่าเพิ่มแรงงาน (รายได้รวมที่เพิ่มขึ้นต่อจำนวนแรงงาน) (บาทต่อกิจการ)	1,141,628	1,513	4,528,610	35

ที่มา: จากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้

ตารางที่ 4.45 สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ในปีงบประมาณ 2564

การประเมิน	มิติประสิทธิภาพ	มิติประสิทธิผล	มิติผลกระทบ	ภาพรวม
ตัวแทนกลุ่ม (Proxy Indicators)	- ระดับความพึงพอใจของ SME ต่อกระบวนการให้บริการ (น้ำหนัก 1/3)	- ระดับความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของนโยบาย/มาตรการ (น้ำหนัก 0.5/3) - ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบาย/มาตรการ (น้ำหนัก 0.5/3)	- ความสามารถในการหารายได้ (น้ำหนัก 1/3)	รวมตัวชี้วัดของทั้ง 3 มิติ (สัดส่วน 1)
คะแนนเฉลี่ย	3.66	4.18	3.44	3.76
แปลผลค่าคะแนน	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง	มีผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

ที่มา: ประมวลผลจากการเก็บแบบสอบถามผู้ประกอบการ SME ภายใต้โครงการนี้



ภาพที่ 4.12 สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ในปีงบประมาณ 2564

4.3.5 การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ดำเนินการจัดประชุมสัมมนา “การเผยแพร่ผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐ” ขึ้น ในวันที่ 22 พฤศจิกายน 2565 ณ โรงแรมสวิสโฮเทล กรุงเทพฯ รัชดา และในรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการประมวลผลงานส่งเสริม SME ตามนโยบายรัฐในปีงบประมาณ 2564 ทั้งมาตรการทางการเงิน มาตรการด้านการพัฒนาศักยภาพ SME และมาตรการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ให้แก่ผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ได้รับทราบ ตลอดจนรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องดังกล่าว เพื่อไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานภาครัฐเตรียมความพร้อมสำหรับปรับปรุงนโยบายในการช่วยเหลือและส่งเสริม SME ต่อไป

ทั้งนี้ การจัดประชุมสัมมนาดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมงานรวมทั้งสิ้น 166 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย จำนวน 88 คน และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 78 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผู้แทนจากหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนนโยบาย จำนวน 88 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กรมราชทัณฑ์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย บมจ. การบินไทย และบจ. ไปรษณีย์ไทย สถาบันการเงินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย บมจ.ธนาคารยูโอบี บมจ.ธนาคารกรุงเทพ บมจ.ธนาคารกรุงไทย บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และ บจ. ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ และสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (สวค.)

2) ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME จำนวน 78 คน ประกอบด้วยผู้แทนจากหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย และผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ต่าง ๆ

4.3.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนของหน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ ซึ่งได้แก่ สสว. และกรมบัญชีกลาง การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และการเก็บแบบสอบถามผู้เข้าร่วมมาตรการการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) ภายใต้โครงการศึกษานี้ พบว่า มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการดังกล่าว ดังนี้

1) สสว. และกรมบัญชีกลาง ควรนำแนวทางปฏิบัติด้านการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัดของหน่วยงานของรัฐตั้งอยู่ก่อนโดยวิธีคัดเลือก ที่ได้ยกเลิกไปแล้วตามแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุนฯ ฉบับที่ 1 (ว89) และฉบับที่ 2 (ว845) ซึ่งเป็นแนวทางปฏิบัติที่กรมบัญชีกลางได้ยกเลิกไปแล้ว กลับมาใช้ เนื่องจากการดำเนินงานตามแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ฉบับที่ 3 (ว78) ในปัจจุบัน ไม่เป็นส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐของผู้ประกอบการ SME พื้นที่เท่าที่ควร

เนื่องจากแนวทางปฏิบัติเดิมตามกฎกระทรวงฯ ในหนังสือ ว89 และ ว845 ได้กำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดซื้อจัดจ้างจาก SME ในพื้นที่ที่จังหวัดของหน่วยงานของรัฐตั้งอยู่ก่อน โดยวิธีคัดเลือก หากพัสดุที่หน่วยงานของรัฐต้องการจัดซื้อจัดจ้างนั้นมี SME ขึ้นทะเบียนไว้ครบตั้งแต่ 3 รายขึ้นไป (ว89) และตั้งแต่ 6 รายขึ้นไป (ว845) โดยให้แต้มต่อกับผู้ประกอบการ SME ในการเสนอราคาสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาต่ำสุดของผู้ประกอบการที่ไม่เป็น SME ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ มุ่งจัดซื้อจัดจ้างจาก SME ในพื้นที่จังหวัดของตนก่อน ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SME ที่อยู่ในพื้นที่สามารถเข้าสู่ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากยิ่งขึ้น และเกิดการกระจายโอกาสให้กับ SME ที่อยู่ในพื้นที่ เนื่องจากที่ผ่านมาผู้ประกอบการ SME ที่อยู่ในพื้นที่มักมีข้อจำกัดและอุปสรรคในการเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยมีผู้ประกอบการ SME เพียงบางส่วนเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงได้

อย่างไรก็ดี การดำเนินงานตามแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ในหนังสือ ว78 ในปัจจุบัน อาจไม่เป็นการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐของผู้ประกอบการ SME ท้องถิ่นเท่าที่ควร เนื่องจากการยกเลิกแนวทางการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการ SME ในพื้นที่จังหวัด ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการ SME พื้นที่จำเป็นต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการ SME ทั้งประเทศในการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเช่นเดิม และเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการ SME พื้นที่ในการเข้าสู่ตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

2) หน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ อาจพิจารณาออกแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ดังกล่าว เพิ่มเติมในเรื่องการกำหนดสัดส่วนการซื้อสินค้าและบริการภายในประเทศ ว่าควรต้องมีสัดส่วนขั้นต่ำในการซื้อสินค้าและบริการจากแหล่งภายในประเทศเท่าไรจึงจะเหมาะสมและเป็นการสนับสนุน

ผู้ประกอบการ SME ภายในประเทศ ตลอดจนช่วยลดการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าและบริการจากต่างประเทศ และลดปัญหาการขาดดุลการค้า

3) หน่วยงานที่ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ อาจพิจารณาปรับปรุงแก้ไขแนวทางปฏิบัติ ตามกฎกระทรวงฯ ดังกล่าว โดยควรนำวงเงินการจัดซื้อจัดจ้าง ขนาดของ SME (วิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง) และประเภทกิจการ (การผลิต การค้า และการบริการ) มาเป็นปัจจัยหนึ่ง ในการออกแบบมาตรการ THAI SME-GP ดังกล่าว เช่น ในกรณีวิสาหกิจรายย่อยควรกำหนดวงเงิน การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในระดับที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพ และเงินทุนในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จตามที่หน่วยงานภาครัฐได้มีการจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ประกอบการ SME ตลอดจนอาจพิจารณาให้แต้มต่อ SME ในลักษณะอัตราก้าวหน้าแบบขั้นบันได (Progressive Rate) ตามฐาน วงเงินการจัดซื้อจัดจ้างที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ แนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ในปัจจุบัน ได้ให้แต้มต่อกับ SME ที่ขึ้นทะเบียน เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ให้สามารถเสนอราคาสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาต่ำสุดของผู้ประกอบการทั่วไป และการจัดซื้อจัดจ้าง วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท/ครั้ง ให้หน่วยงาน ของรัฐจัดซื้อจัดจ้างจาก SME เป็นลำดับแรกก่อน ซึ่งแนวทางดังกล่าวยังไม่ได้นำเรื่องวงเงินการจัดซื้อ จัดจ้าง ขนาดของ SME และประเภทกิจการ เข้ามาพิจารณา

4) หน่วยงานภาครัฐบางหน่วยงานอาจมีความยากลำบากในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ภาครัฐมากขึ้น และอาจยังไม่เห็นประโยชน์จากมาตรการ THAI SME-GP ดังกล่าวเท่าที่ควร ดังนั้น หน่วยงาน ที่ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการจึงควรดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มาตรการอย่างต่อเนื่อง เร่งสร้าง การรับรู้ในวงกว้าง และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการส่งเสริม SME เข้าสู่ การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ เพิ่มเติม แม้ว่าที่ผ่านมา สสว. และกรมบัญชีกลาง ได้เร่งดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์มาตรการ และเร่งสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ สื่อออนไลน์ Social Media และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนมาตรการ สนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ยังมีหน่วยงานภาครัฐบางหน่วยงานที่อาจไม่เห็นด้วย กับการดำเนินมาตรการดังกล่าวเท่าที่ควร ทั้งนี้ เนื่องจากหน่วยงานดังกล่าวอาจมีความยากลำบากใน การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐมากขึ้น เนื่องจากมีขั้นตอนการดำเนินงานพอสมควร ทั้งการค้นหาข้อมูล ผู้ประกอบการและสินค้า/บริการ การคำนวณ และการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น และมีความไม่มั่นใจใน ศักยภาพของ SME ว่าจะมีศักยภาพในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ และอาจมีความเสี่ยงในการดำเนินงานที่ สูงกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ ดังนั้น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้ และการประสาน ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องยังเป็นสิ่งที่จำเป็น นอกจากนี้ การนำเรื่องวงเงิน การจัดซื้อจัดจ้าง ขนาดของ SME และประเภทกิจการ เข้ามาพิจารณาเพื่อปรับปรุงแก้ไขมาตรการ THAI SME-GP ดังที่กล่าวข้างต้น อาจช่วยให้หน่วยงานภาครัฐมีความเชื่อมั่นในมาตรการดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

5) แพลตฟอร์ม THAI SME-GP ที่กำหนดให้ SME ที่ต้องการเป็นคู่ค้ากับภาครัฐขึ้นทะเบียนกับ สสว. ในปัจจุบัน ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อจัดกลุ่ม SME ตามระดับความสามารถและ ความน่าเชื่อถือ โดยจำเป็นต้องมีการประสานขอและแบ่งปันการใช้ประโยชน์จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ และอาจต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติม เพื่อเก็บข้อมูลที่จำเป็น สำหรับการตัดสินใจของหน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นผู้จัดซื้อจัดจ้าง และสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับในมาตรการ ดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

6) ภาครัฐควรดำเนินการบูรณาการงบประมาณที่เกิดความครอบคลุม และไม่เกิดความทับซ้อน ของการใช้จ่ายงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของการใช้จ่ายงบประมาณ และ การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ซึ่งรวมถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐกับผู้ประกอบการ SME

7) หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ SME ในพื้นที่ให้มีศักยภาพและมีโอกาส ทางธุรกิจ ควบคู่กับการดำเนินมาตรการ THAI SME-GP ทั้งนี้ มาตรการ THAI SME-GP จะสร้างผลประโยชน์ ที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME โดยเมื่อภาครัฐได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง กับ SME จะส่งผลให้ SME ดังกล่าวเริ่มเป็นที่รู้จักและสามารถขยายโอกาสทางธุรกิจต่อไปได้ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างกับ SME ดังกล่าว ส่วนหนึ่งจะเป็นในลักษณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ไปตั้ง บริษัทลูกแล้วไปขึ้นทะเบียนเป็น SME ในจังหวัดต่าง ๆ ดังนั้น การพัฒนาและสนับสนุนให้ SME ในพื้นที่ได้เติบโต และมีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้นอย่างแท้จริง จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ



PROCUREMENT

นโยบาย/มาตรการด้านการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ:
มาตรการการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
(THAI SME-GP)

1. แนวทางการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP)



แนวทางการดำเนินมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับกรมบัญชีกลางได้ดำเนินการออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (THAI SME-GP) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ SME มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดภาครัฐเพิ่มมากขึ้น
- มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐดังกล่าวได้ดำเนินการภายใต้กฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563 โดยกฎกระทรวงดังกล่าวผ่านการอนุมัติหลักการจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 1 ก.ย. 2563 และประกาศใน ราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 ธ.ค. 2563 โดยกฎกระทรวงดังกล่าวประกอบด้วย 3 มาตรการ คือ 1) มาตรการต่อ SME)ซึ่งขึ้นบัญชีรายชื่อกับ สสว. 2) มาตรการด้านพัสดุที่ผลิตในประเทศ (Made in Thailand) ซึ่งขึ้นบัญชีรายชื่อกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ 3) มาตรการด้านพัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งขึ้นบัญชีรายชื่อกับกรมควบคุมมลพิษ
- แนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ ในหนังสือ ๖78 ในปัจจุบัน ได้กำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว. (www.thaismegp.com) ดังนี้

1) การให้แต้มต่อ SME

- 1.1) ผู้ประกอบการ SME ที่ขึ้นทะเบียนเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐไว้กับ สสว. สามารถเสนอราคาสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาต่ำสุดของผู้ประกอบการทั่วไป
- 1.2) ผู้ประกอบการ SME (สสว.) และนำสินค้าที่ได้รับการรับรอง Made in Thailand (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.)) เสนอราคากับภาครัฐ สามารถเสนอราคาสูงกว่าราคาต่ำสุด ได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของผู้ประกอบการทั่วไป

2) การซื้อหรือจ้างแบบเจาะจง

- การจัดซื้อจัดจ้าง วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท/ครั้ง ให้หน่วยงานของรัฐจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ประกอบการ SME เป็นลำดับแรกก่อน
- สิทธิประโยชน์ที่ SME จะได้รับจากการขึ้นทะเบียนดังกล่าว จะช่วยให้สร้างโอกาสให้แก่ SME ในการเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีมูลค่ามากถึง 1.3 ล้านล้านบาท/ปี และทำให้ SME สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากยิ่งขึ้น

ผลการดำเนินมาตรการในปีงบประมาณ 2564

- ในปีงบประมาณ 2564 มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่หน่วยงานภาครัฐได้ทำการจัดซื้อจัดจ้างกับผู้ประกอบการ SME คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือประมาณ 5.5 แสนล้านบาท ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ ร้อยละ 30 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4 แสนล้านบาท
- ในปีงบประมาณ 2564 มีผู้ขึ้นทะเบียน SME เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ จำนวน 98,094 กิจการ และในไตรมาสสามของปีงบประมาณ 2565 จำนวน 36,891 กิจการ รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 134,985 กิจการ

2. ความเหมาะสม ความยากง่าย และข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคจากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ



- โดยภาพรวม เป็นมาตรการที่ได้รับเสียงสะท้อนที่ดีจาก SME เนื่องจากช่วยแก้ปัญหาและลดอุปสรรคในการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีคัดเลือก สร้างความเป็นธรรมและสร้างโอกาสให้แก่ SME ในการเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีมูลค่ามหาศาล ตลอดจนช่วยให้ SME สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มากยิ่งขึ้น
- การดำเนินมาตรการดังกล่าวยังคงมีข้อจำกัด/ปัญหาอุปสรรคบางประการโดยเฉพาะในด้านการสร้างการรับรู้ในวงกว้างในมาตรการดังกล่าว ทั้งของหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ SME ซึ่งอาจมีอุปสรรคค่อนข้างมากในช่วงระยะเริ่มต้นของการดำเนินงานแต่ปัญหาดังกล่าวก็เริ่มลดลงตามลำดับภายหลังจากการดำเนินมาตรการมาได้สักระยะ
- เนื่องจากมาตรการดังกล่าวเป็นมาตรการที่เพิ่งเริ่มดำเนินการมาได้ไม่นานนัก ดังนั้นหน่วยงานผู้ออกแบบและขับเคลื่อนมาตรการ ได้แก่ สสว. และกรมบัญชีกลาง หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ และกลุ่มผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ SME ควรดำเนินการหารือและติดตามประเมินผลการดำเนินมาตรการดังกล่าวร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินมาตรการดังกล่าวมีความเหมาะสม และมีผลสัมฤทธิ์ในระดับสูง

3. ผลการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากการเข้าร่วมมาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ



- จากการสำรวจและเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมมาตรการ THAI SME-GP ในปีงบประมาณ 2564 จำนวน 67 ตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจจากการเข้าร่วมมาตรการ พบว่า 1) ในมิติประสิทธิภาพ (Efficiency) มีคะแนนเฉลี่ย 3.66 คะแนน (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) 2) มิติประสิทธิผล (Effectiveness) คะแนนเฉลี่ย 4.18 คะแนน (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) 3) มิติผลกระทบ (Impact) คะแนนเฉลี่ย 3.44 คะแนน (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง) และ 4) ผลรวมของทั้ง 3 มิติ มีคะแนน 3.76 คะแนน (ระดับปานกลางค่อนข้างสูง)



4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



- ควรนำเสนอแนวทางปฏิบัติด้านการพิจารณาคัดเลือก SME ในพื้นที่จังหวัดที่ได้ยกเลิกไปแล้วตามกฎกระทรวงฯ ฉบับที่ 1 (ว89) และฉบับที่ 2 (ว845) กลับมาใช้ เนื่องจากเป็นการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดภาครัฐของ SME ในพื้นที่
- การส่งเสริมสนับสนุนให้ SME ในพื้นที่ให้มีศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจควบคู่กับการดำเนินมาตรการ THAI SME-GP
- ควรพิจารณาออกแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ เพิ่มเติมในเรื่องการกำหนดสัดส่วนการซื้อสินค้าภายในประเทศ
- ควรปรับปรุงแก้ไขแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงฯ โดยนำวงเงินจัดซื้อจัดจ้าง ขนาดของ SME และประเภทกิจการ มาเป็นปัจจัยในการออกแบบมาตรการ
- ควรดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มาตรการ เร่งสร้างการรับรู้ในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง
- แพลตฟอร์ม THAI SME-GP ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อจัดกลุ่ม SME ตามระดับความสามารถ และความน่าเชื่อถือ
- การบูรณาการงบประมาณที่ครอบคลุมและไม่เกิดความทับซ้อน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของการใช้จ่ายงบประมาณ และการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานรัฐ

