

กระทรวงพาณิชย์เอาจริง เร่ง สนค. ศึกษาแนวทางการส่งเสริมและยกระดับการค้าของธุรกิจ SME ไทย

นายภูมิธรรม เวชยชัย รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ และนายณัฏฐ์ ศรีสรรพวงค์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริม พัฒนา และยกระดับการค้าของธุรกิจ SME เนื่องจากมีส่วนสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งธุรกิจ SME คิดเป็น 99.5% ของจำนวนธุรกิจทั้งหมด และเป็นแหล่งรองรับการจ้างงานกว่า 70% ของจำนวนแรงงานทั้งประเทศ จึงมอบหมายให้สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนทางการค้าของธุรกิจ SME โดยมีเป้าหมายหลักเร่งผลักดันให้ธุรกิจ SME มีมูลค่าทางเศรษฐกิจคิดเป็นสัดส่วน 40% ต่อ GDP ภายในปี 2570

สนค. ได้ศึกษาสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของธุรกิจ SME ไทยในปัจจุบัน พบว่า ในปี 2565 ธุรกิจ SME สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศอยู่ที่ 6.1 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 35.2% ต่อ GDP หากจะให้บรรลุผลตามเป้าหมายข้างต้น ต้องผลักดันให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจขึ้นไปอยู่ที่ประมาณ 8 - 9 ล้านล้านบาท ภายในปี 2570 ซึ่งกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันทำงานทั้งการพัฒนาตลาดผู้บริโภคให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการของธุรกิจ SME มากขึ้น เพื่อสร้างตลาดสำหรับธุรกิจ SME ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยกระทรวงพาณิชย์มีจุดแข็งที่มีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอยู่ในทุกจังหวัด และมีสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 58 แห่ง กระจายกว่า 40 ประเทศทั่วโลก ทำงานให้สอดคล้องประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตามนโยบายรัฐบาล “ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส เน้นการลดน้ำที่ราก ดูแลคนตัวเล็ก”

สำหรับแนวทางการขับเคลื่อนทางการค้าของธุรกิจ SME สนค. ได้ศึกษาและให้ข้อเสนอแนะต่อกระทรวงพาณิชย์ โดยเชื่อมโยงกับองค์ประกอบของ GDP ทั้งการส่งเสริมการบริโภค (Consumption: C) การลงทุน (Investment: I) การใช้จ่ายภาครัฐ (Government Expenditure: G) และการส่งออก (Export: X) เพื่อนำไปใช้ต่อยอดสู่การจัดทำแผนงาน/โครงการสร้างโอกาสทางการค้าและยกระดับธุรกิจ SME ไทย และทำให้บรรลุเป้าหมายสัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจ 40% ต่อ GDP ดังนี้

(1) **สร้างและขยายตลาดการบริโภคภายในประเทศ (Consumption: C)** ผ่านการกระตุ้นให้ผู้บริโภคคนไทย ชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว รวมถึงแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในไทย ซื้อสินค้าและใช้บริการของธุรกิจ SME ให้มากขึ้น โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในย่านสำคัญของเมืองหรือจังหวัด การนำสินค้าที่มีคุณภาพพรีเมียมไปวางจำหน่ายในศูนย์การค้า สนามบินนานาชาติ เช่น สินค้า GI สินค้า OTOP สินค้าวิสาหกิจชุมชน การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจทั้งแบบ B-to-B และ B-to-C ขณะที่ตัวธุรกิจ SME ควรพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งส่งเสริมให้ทำการตลาดและขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์/E-Commerce ใช้ระบบเทคโนโลยีในการบริหารงาน สร้างแบรนด์สินค้าที่มีจุดเด่น แตกต่าง รวมถึงจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้าและทรัพย์สินทางปัญญา

(2) **ส่งเสริมให้ธุรกิจ SME สามารถลงทุนด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม เพื่อนำไปใช้พัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ผู้บริโภค เพิ่มกำลังการผลิต เพิ่มมูลค่าธุรกิจ (Investment: I)** อาทิ การสนับสนุนเงินทุนภายใต้เงื่อนไขพิเศษเพื่อนำไปหมุนเวียนในกิจการ การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างธุรกิจ SME และระหว่างธุรกิจ SME กับนักวิจัย/นักพัฒนา การส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านช่องทางตลาดทุน เพื่อเป็นทางเลือกในการหาแหล่งเงินทุนระยะยาว โดยเฉพาะการระดมทุนเพื่อใช้ในการลงทุนวิจัยและพัฒนาองค์กรและผลิตภัณฑ์ในระยะข้างหน้า

(3) **ผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของธุรกิจ SME (Government Expenditure: G)** โดยสนับสนุน “มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ” ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐที่อยู่ในส่วนภูมิภาค องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของธุรกิจในพื้นที่

(4) ส่งเสริมการขยายตลาดในต่างประเทศ (Export: X) ประกอบด้วย การหาตลาดผู้บริโภคให้แก่ธุรกิจ SME เช่น การนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การจัดงาน Expo ณ ศูนย์การค้าชื่อดังของต่างประเทศให้แก่ธุรกิจ SME การประชาสัมพันธ์ตรา Thailand Trust Mark (T-Mark) ให้เป็น soft power ด้าน branding เพื่อสร้างการยอมรับในตราที่แสดงถึงความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ และการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถเข้าสู่ตลาดสากล อาทิ ผลักดันธุรกิจให้ได้รับมาตรฐานระหว่างประเทศ ทั้งในระดับองค์กรและสินค้า/บริการ พัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ FTA การนำสินค้าจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริม Cross-Border E-Commerce นอกจากนี้ ควรเพิ่มบทบาทงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เพื่อเป็นที่ปรึกษาในการสนับสนุนให้ธุรกิจ SME ไทย สามารถขยายตลาดสินค้าไปยังต่างประเทศได้

โดยมี 8 เครื่องมือสำคัญ ได้แก่ (1) การส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ (2) การพัฒนาแบรนด์ให้แก่สินค้าและบริการ (3) การส่งเสริมให้เข้าถึงแหล่งงานศึกษาวิจัย เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า (4) การส่งเสริมให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างสะดวกและยั่งยืน (5) การฝึกอบรมทักษะของผู้ประกอบการและแรงงานให้สามารถบริหารธุรกิจท่ามกลางทุกสถานการณ์เศรษฐกิจ (6) การส่งเสริมให้สินค้าและบริการได้รับการจดทะเบียนรับรองมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค (7) การลดข้อจำกัดของกฎระเบียบ เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน และ (8) การพัฒนาธุรกิจขนาดเล็กให้สามารถยกระดับเป็นธุรกิจขนาดกลาง ผ่านการพัฒนาทักษะของเจ้าของธุรกิจให้มีความสามารถในการบริหารองค์กรอย่างมีระบบและมีมาตรฐาน

ในส่วนของข้อเสนอแนะต่อการทำงานที่สำคัญในการส่งเสริม พัฒนา และยกระดับธุรกิจ SME ไทย มีอยู่ 3 ประการที่ควรให้ความสำคัญ คือ (1) ทำให้มูลค่า/รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้น เพิ่มปริมาณธุรกิจขนาดกลาง (ยกระดับธุรกิจขนาดเล็กเป็นธุรกิจขนาดกลาง) เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพทางการแข่งขันในระดับสากล สามารถใช้ประโยชน์จากการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ เชื่อมโยงธุรกิจกับห่วงโซ่อุปทานโลกได้ง่าย ดังนั้นการพัฒนาและยกระดับธุรกิจขนาดเล็กไปสู่การเป็นธุรกิจขนาดกลาง จะช่วยผลักดันให้ประเทศบรรลุเป้าหมายสัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการพัฒนาธุรกิจรายย่อยเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (2) ให้ความสำคัญกับการทำงานด้านการส่งเสริมผู้บริโภค (Demand) ควบคู่การทำงานด้านการพัฒนาฝั่งผู้ประกอบการ (Supply) และ (3) เน้นการทำงาน/วางนโยบายแบบมุ่งเป้า เนื่องจากธุรกิจ SME ประกอบด้วยธุรกิจที่หลากหลายทั้งเชิงขนาด สาขาธุรกิจ พื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีความต้องการพัฒนา ปัญหา/อุปสรรค ที่แตกต่างกันเฉพาะตัว จึงควรวางนโยบายและแผนงานที่แตกต่างกัน เพื่อส่งเสริมและแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

จากการศึกษาของ สนค. เห็นว่า การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจ SME จะต้องทำการส่งเสริมทั้งการบริโภค การลงทุน การใช้จ่ายของภาครัฐ การค้าระหว่างประเทศ ให้แก่ธุรกิจ SME ไปพร้อม ๆ กัน จึงจะทำให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการศึกษาและข้อเสนอแนะข้างต้น สอดคล้องกับนโยบายของรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ในการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภายในกระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME เพื่อร่วมผลักดันมูลค่าทางเศรษฐกิจของ SME ให้บรรลุผลตามเป้าหมาย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กองยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน
2 มกราคม 2567