



รายงานสถานการณ์วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม

ปี 2553 และแนวโน้ม ปี 2554

เจ้าของ :

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น G, 17, 18, 23
ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ : 0 2278 8800 โทรสาร : 0 2273 8851, 0 2298 3062

จำนวนพิมพ์ :

1,000 แผ่น

พิมพ์ครั้งแรก :

กันยายน 2554

ที่ปรึกษาของบรรณาธิการ :

ดร.ยุทธศักดิ์ สุภสร	ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
นายภักดี ทองส้ม	รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
นายชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต	รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
นายชัยพร ชยานุรักษ์	รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ดร.วิมลกานต์ โกสุมาต	รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ดร.อิสรา ภูมาส	ที่ปรึกษา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กองบรรณาธิการ :

สำนักข้อมูลและวิจัย
โทร. 0 2278 8800 ต่อ 3049, 3051, 3053, 3056


คำนำ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีภารกิจหลักในการจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ รวมทั้งการผลักดันการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผลการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ภารกิจที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การศึกษาและจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพและแนวโน้มของ SMEs รวมทั้งใช้ในการวางแผนส่งเสริม SMEs ดังนั้น สำนักงานฯ จึงได้จัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (White Paper) เพื่อเผยแพร่แก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน ผู้ประกอบการ และสาธารณชน สำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี

สำหรับรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2553 และแนวโน้ม ปี 2554 สะท้อนถึง สถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย **ส่วนที่ 1 สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของ SMEs ปี 2553 และแนวโน้ม ปี 2554** เพื่อรายงานบทบาทของ SMEs ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค โดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs การนำเข้าและการส่งออกของ SMEs รวมถึงการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนของ SMEs

ส่วนที่ 2 สถานการณ์เชิงโครงสร้างของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย ปี 2553 เพื่อรายงาน สถานการณ์ SMEs ที่เปลี่ยนแปลงไปในประเด็นที่สำคัญ คือ จำนวนและการจ้างงานของ SMEs และการจัดตั้งและยกเลิกกิจการของ SMEs ที่เป็นนิติบุคคลในปี 2553 รวมถึงการสำรวจวิสาหกิจรายย่อย ปี 2553 **ส่วนที่ 3 ประเด็นที่น่าสนใจของ SMEs ประเทศไทย** เป็นการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียน รวมถึงผลการศึกษาสถานการณ์ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) **ส่วนที่ 4 นโยบายการส่งเสริม SMEs** เป็นการรายงานผลการดำเนินงานส่งเสริม SMEs ปีงบประมาณ 2553 ตามยุทธศาสตร์แผนแม่บทฉบับที่ 2 ปี 2550 - 2554 รวมถึงการวิเคราะห์สถานการณ์การพัฒนา SMEs และสรุปแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 - 2559)

สำนักงานฯ ขอขอบคุณหน่วยงานต่างๆ ที่สนับสนุนข้อมูลในการจัดทำรายงาน สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานส่งเสริม และพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศต่อไป


(นายยุทธศักดิ์ สุภสร)
ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

creative
SMEs 

ส่วนที่



สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจ
ของ SMEs ปี 2553 และแนวโน้ม ปี 2554





ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ
ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



บทที่ 1

บทที่ 1

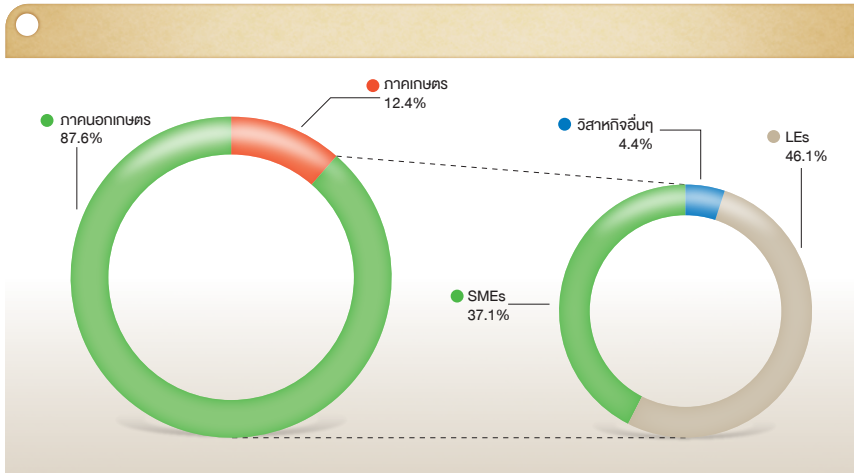
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2553 มีการขยายตัวร้อยละ 7.8 ขยายตัวสูงมากเมื่อเทียบกับอัตราการหดตัวร้อยละ 2.2 ในปีก่อนหน้า โดยมูลค่า GDP ในปี 2553 เท่ากับ 10,102,986.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 1,052,271.0 ล้านบาท เป็นมูลค่า GDP ของภาคเกษตรคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.4 ของมูลค่า GDP รวม หรือมีมูลค่า 1,255,189.0 ล้านบาท โดยภาคเกษตรในปี 2553 ทรงตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับมูลค่า GDP ของภาคนอกเกษตรนั้นมีมูลค่า GDP เท่ากับ 8,847,797.0 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.6 ของมูลค่า GDP รวม และขยายตัวร้อยละ 8.6 เมื่อเทียบกับการหดตัวของปีก่อนหน้าที่หดตัวร้อยละ 2.4 ต่อปี

สำหรับ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในปี 2553 มีมูลค่า 3,746,967.0 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.1 ของ GDP รวมทั้งประเทศ โดยมูลค่า GDP ของ SMEs ขยายตัวร้อยละ 7.9 ต่อปี เพิ่มขึ้นจากหดตัวร้อยละ 2.4 ในปีก่อนหน้า เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม (SE) มีบทบาทด้านมูลค่า GDP สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง (ME) โดยมูลค่า GDP ของ SE ในปี 2553 เท่ากับ 2,490,703.3 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 7.1 และมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 24.7 ของ GDP รวม ด้านมูลค่า GDP ของ ME พบว่า ในปี 2553 มูลค่า GDP ของ ME เท่ากับ 1,256,263.7 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 9.5 และมีสัดส่วนต่อ GDP รวม คิดเป็นร้อยละ 12.4

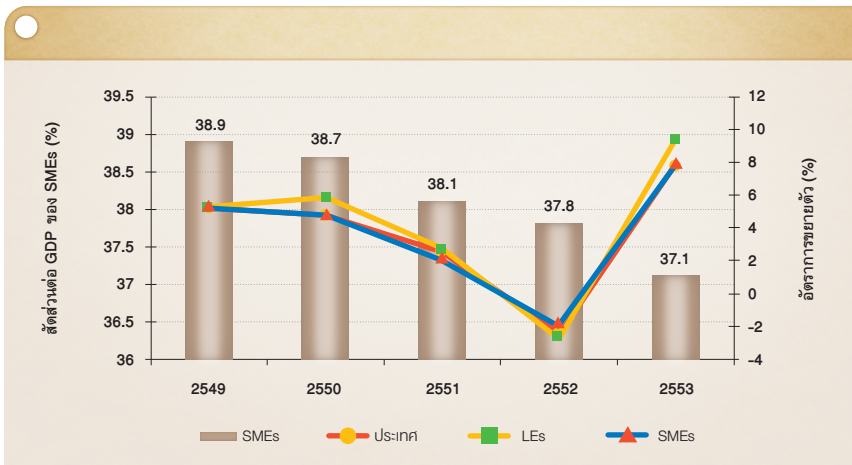


ภาพที่ 1.1 โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปี 2553



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

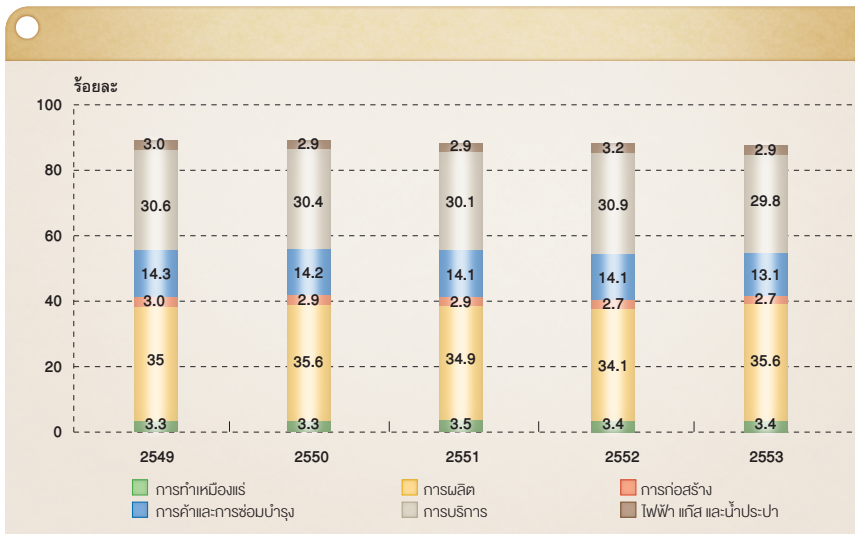
ภาพที่ 1.2 แนวโน้มสัดส่วนของ SMEs และอัตราการขยายตัวของ GDP จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ ปี 2549 - 2553



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พิจารณา แนวโน้มของสัดส่วนมูลค่า GDP ของ SMEs ตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา พบว่าบทบาทของ SMEs ต่อมูลค่า GDP รวมของประเทศลดลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่บทบาทของวิสาหกิจขนาดใหญ่และวิสาหกิจอื่นๆ มีแนวโน้มคงที่หรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ขณะที่ภาคเกษตรมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วง 2 ปีล่าสุด เนื่องมาจากความต้องการสินค้าเกษตรในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาแนวโน้มอัตราการขยายตัวของวิสาหกิจขนาดต่างๆ พบว่า ในปี 2553 วิสาหกิจขนาดใหญ่ยังคงเป็นกลไกการเจริญเติบโต (Engine of Growth) ในระบบเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้จากอัตราการขยายตัวของวิสาหกิจขนาดใหญ่ยังคงสูงกว่าอัตราการขยายตัวของประเทศ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นส่วนใหญ่

ภาพที่ 1.3 โครงสร้าง GDP ของประเทศ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจปี 2549 - 2553

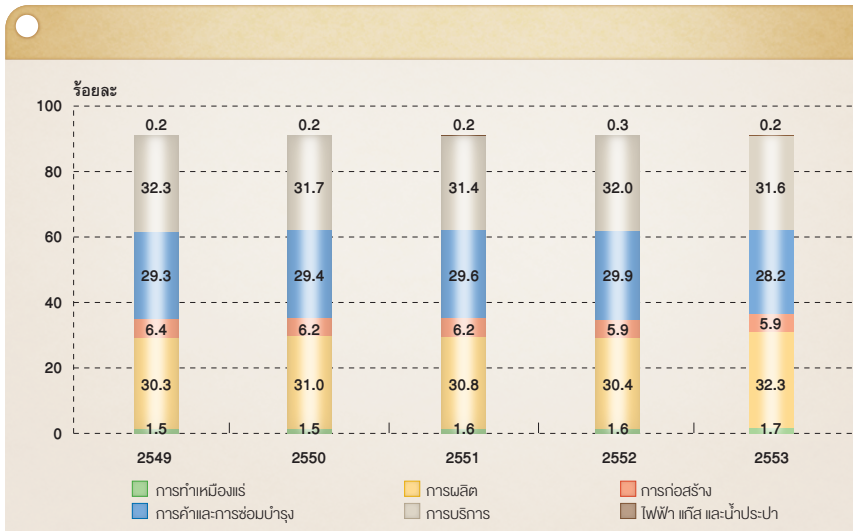


ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



โครงสร้าง GDP ของประเทศเมื่อจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจพบว่า ร้อยละ 12.4 เป็นมูลค่าที่เกิดจากภาคเกษตร ขณะที่อีกร้อยละ 87.6 เป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่เกิดจากภาคนอกเกษตร เมื่อพิจารณาโครงสร้าง GDP ของภาคนอกเกษตร พบว่า ภาคการผลิตเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจสูงคิดเป็นร้อยละ 35.6 ของมูลค่า GDP รวม รองลงมาได้แก่ ภาคการบริการซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 29.8 และภาคการค้าและการซ่อมบำรุงมีบทบาทเป็นลำดับสามมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 13.1 โดยทั้ง 3 ภาคกิจกรรมทางเศรษฐกิจมีสัดส่วนมูลค่า GDP รวมกันคิดเป็นร้อยละ 78.5 ของมูลค่า GDP รวม

ภาพที่ 1.4 โครงสร้าง GDP ของ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจปี 2549 - 2553



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2553 ยังคงมีความเกี่ยวข้องกับภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าและการซ่อมบำรุง เช่นเดียวกับโครงสร้าง GDP ของประเทศ โดยภาคการผลิตเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุดมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32.3 และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12.5 รองลงมาได้แก่ ภาคการบริการซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 31.6 และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 6.5 และ ภาคการค้าและการซ่อมบำรุงมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 28.2 มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 4.3

อย่างไรก็ตามในปี 2553 เมื่อเศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัวหลังจากได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของโลก พบว่า โครงสร้าง GDP ของประเทศและของ SMEs กลับมามีทิศทางเดียวกัน คือ ภาคการผลิตเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้น จากโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศเมื่อเผชิญกับวิกฤตทางเศรษฐกิจ กับช่วงหลังวิกฤตนั้น สามารถอนุมานได้ว่า เศรษฐกิจของประเทศต้องพึ่งพาภาคการผลิตและภาคการบริการอย่างมาก โดยในยามปกติ ภาคการผลิตเพื่อการส่งออกจะเป็นเครื่องยนต์หลักในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ แต่เมื่อเศรษฐกิจของประเทศเผชิญกับวิกฤตต่างๆ นั้น ภาคการบริการจะเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่คอยพยุงไม่ให้เกิดความเสียหายมาก



การค้าระหว่างประเทศ
ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



บทที่ 2

บทที่ 2

การค้ำระหว่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1 ภาพรวมของสถานการณ์การค้ำระหว่างประเทศ ปี 2550 - 2553

ในปี 2553 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกโดยรวมทั้งสิ้น 6,176,423.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ร้อยละ 18.78 โดยเป็นการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 1,753,804.30 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนร้อยละ 28.40 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งมีอัตราการขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 10.36

ส่วนในด้านมูลค่าการนำเข้ามีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 5,834,165.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ร้อยละ 26.68 โดยเป็นการนำเข้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 1,775,082.70 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนร้อยละ 30.43 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดและมีอัตราขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 28.84 ซึ่งจะเห็นได้ว่าในภาพการค้ำระหว่างประเทศรวมของประเทศไทย เกินดุลประมาณร้อยละ 5.87 แต่ในภาพการค้าของ SMEs ขาดดุลประมาณร้อยละ 1.20

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณามูลค่าการค้ำระหว่างประเทศ ปี 2550 - 2553 จะเห็นว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกของ SMEs ในปี 2553 กลับมาขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ร้อยละ 10.36 หลังจากที่ลดลงใน ปี 2552 ขณะที่การส่งออกในภาพรวมยังมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นในปี 2552 ที่หดตัวลดลงตามภาวะเศรษฐกิจโลก ส่วนการส่งออกที่มีการขยายตัวหรือหดตัวนั้นส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกของวิสาหกิจขนาดใหญ่ มากกว่าในกลุ่ม SMEs ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการส่งออกของไทยจึงขึ้นอยู่กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นหลักซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางการส่งออกของประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งภาครัฐและเอกชนจำเป็นจะต้องมีการผลักดันและส่งเสริมให้เกิดมูลค่าการค้ำระหว่างประเทศในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มากขึ้น



สำหรับการนำเข้าใน ปี 2553 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 26.68 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ใกล้เคียงกันกับกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็ก แต่โดยส่วนใหญ่แล้วกว่าร้อยละ 60 จะเป็นการนำเข้าของวิสาหกิจขนาดใหญ่ และดุลการค้าของประเทศมีอัตราเกินดุลร้อยละ 5.87

จากอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยในแต่ละปี ที่เงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาการขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศในรูปของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐแล้ว จะเห็นว่า การส่งออกที่แท้จริงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น กล่าวคือ SMEs สามารถส่งออกไปในตลาดต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.98 ในรูปมูลค่าตามสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ แต่จากผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้น ทำให้การขยายตัวของการส่งออกในรูปของเงินบาทเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 10.36

ตารางที่ 2.1 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ปี 2550 - 2553

Trade in Baht	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
SMEs EXPORT (ล้านบาท)	1,575,971.60	1,691,144.90	1,589,199.87	1,753,804.30
SMEs IMPORT (ล้านบาท)	1,452,734.40	1,771,502.00	1,377,740.25	1,775,082.70
SMEs BALANCE (ล้านบาท)	123,237.20	-80,357.10	211,459.62	-21,278.40
SMEs TRADE (ล้านบาท)	3,028,706.00	3,462,646.90	2,966,940.12	3,528,887.01
SMEs EXPORT GROWTH (%)		7.36%	-6.03%	10.36%
SMEs IMPORT GROWTH (%)		21.90%	-22.24%	28.84%
TOTAL EXPORT (ล้านบาท)	5,241,962.60	5,853,628.20	5,199,912.37	6,176,423.69
TOTAL IMPORT (ล้านบาท)	4,870,186.20	5,944,007.60	4,605,330.91	5,834,165.16
TOTAL BALANCE (ล้านบาท)	371,776.40	-90,379.40	594,581.46	342,258.53
TOTAL TRADE (ล้านบาท)	10,112,148.80	11,797,635.80	9,805,243.28	12,010,588.85
TOTAL EXPORT GROWTH (%)		11.16%	-11.17%	18.78%
TOTAL IMPORT GROWTH (%)		22.00%	-22.52%	26.68%

Trade in USD	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
SMEs EXPORT (million USD)	45,601.03	50,693.79	46,291.87	55,078.70
SMEs IMPORT (million USD)	42,035.14	53,102.58	40,132.25	55,746.95
SMEs BALANCE (million USD)	3,565.89	-2,408.79	6,159.62	-668.25
SMEs TRADE (million USD)	87,636.17	103,796.37	86,424.12	110,825.65
SMEs EXPORT GROWTH (%)		11.17%	-8.68%	18.98%
SMEs IMPORT GROWTH (%)		26.33%	-24.43%	38.91%
TOTAL EXPORT (million USD)	151,677.16	175,468.47	151,468.46	193,972.25
TOTAL IMPORT (million USD)	140,919.74	178,177.69	134,148.88	183,223.53
TOTAL BALANCE (million USD)	10,757.42	-2,709.22	17,319.58	10,748.72
TOTAL TRADE (million USD)	292,596.90	353,646.16	285,617.34	377,195.78
TOTAL EXPORT GROWTH (%)		15.69%	-13.68%	28.06%
TOTAL IMPORT GROWTH (%)		26.44%	-24.71%	36.58%
อัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิง (บาท/USD)	34.56	33.36	34.33	31.84

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



หากพิจารณาสัดส่วนของการส่งออกต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) จะเห็นว่า ในขณะที่เศรษฐกิจของประเทศต้องพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก เพราะมูลค่าการส่งออกมีสัดส่วนถึงร้อยละ 61.13 ของ GDP ของประเทศ แต่สำหรับ SMEs นั้น มูลค่าการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.81 ของ GDP SMEs สัดส่วนนี้ได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 46.50 ในปี 2552 ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกของ SMEs ยังคงมีสัดส่วนร้อยละ 28.40 ของการส่งออกทั้งหมดของประเทศ

ตารางที่ 2.2 สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการค้าระหว่างประเทศของไทย และ GDP

	● ปี 2550	● ปี 2551	● ปี 2552	● ปี 2553
Total Export (ล้านบาท)	5,241,962.60	5,853,628.20	5,199,912.37	6,176,423.69
SMEs Export (ล้านบาท)	1,575,971.60	1,691,144.90	1,589,199.87	1,753,804.30
GDP ประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)	8,529,836.00	9,075,493.00	9,050,715.00	10,102,986.00
GDP SMEs ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)	3,298,529.40	3,457,685.30	3,417,860.70	3,746,967.02
สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการส่งออก ของประเทศ	30.06%	28.89%	30.56%	28.40%
สัดส่วนการส่งออกของประเทศ ต่อ GDP ของประเทศ	61.45%	64.50%	57.45%	61.13%
สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อ GDP SMEs	47.78%	48.91%	46.50%	46.81%

ที่มา : กรมศุลกากร / สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2 สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของ SMEs ในประเทศคู่ค้าสำคัญ

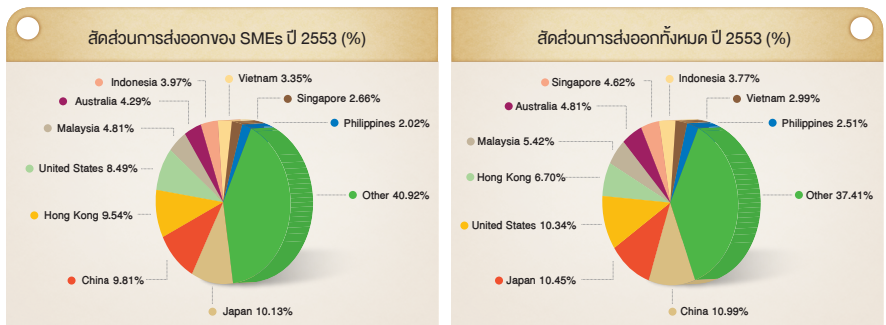
ตลาดส่งออกและแหล่งนำเข้า

เมื่อพิจารณาการส่งออกเป็นรายประเทศ จะเห็นได้ว่า ตลาดหลักที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง โดยมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 10.99, 10.45, 10.34 และ 6.70 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในปี 2553 ตามลำดับ จะเห็นว่ากลุ่ม SMEs มีการส่งออกไปยังตลาดหลักที่สำคัญของประเทศคือ ญี่ปุ่น จีน ฮ่องกง และสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 10.13, 9.81, 9.54 และ 8.49 ตามลำดับ

ในปี 2553 ตลาดที่ SMEs สามารถขยายการส่งออกได้สูงสุดคือ ประเทศฟิลิปปินส์ ที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 57.14 และโดยภาพรวมการส่งออกในปี 2553 ก็เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.36 เช่นกัน ตลาดของ SMEs ที่เติบโตในอัตราที่สูงรองลงมาคือ อินโดนีเซีย ที่ส่งออกได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.74

ในภาพรวมการส่งออกของ SMEs ใน 10 อันดับแรกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.36 ในขณะที่ภาพรวมการส่งออกของประเทศใน 10 อันดับแรกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.44 สำหรับตลาดการส่งออกของ SMEs ที่มีอัตราการลดลงคือ ออสเตรเลีย ที่ลดลงร้อยละ 3.28 จากปีก่อนหน้า

ภาพที่ 2.1 สัดส่วนตลาดส่งออกของ SMEs ปี 2553

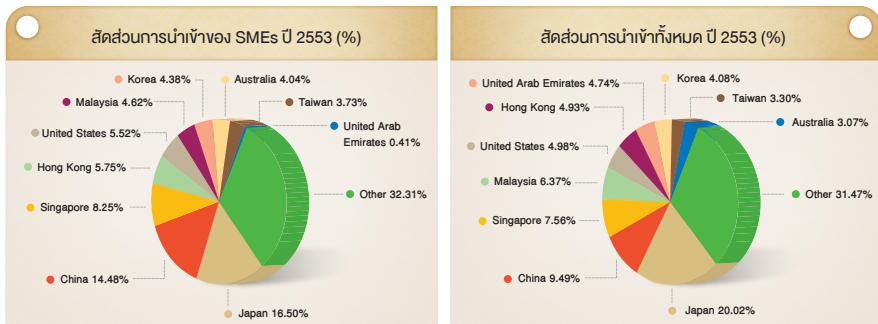


ที่มา : กรมศุลกากร
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ในส่วนของมูลค่าการนำเข้าของ SMEs ในปี 2553 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 28.84 โดยเป็นการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ และฮ่องกง ในสัดส่วนร้อยละ 16.50 14.48, 8.25 และ 5.75 ตามลำดับ ซึ่งแหล่งนำเข้าใน 10 อันดับแรกนี้ ประเทศไทยมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ในอัตราที่สูงคือ สิงคโปร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 195.27 รองลงมาคือ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 177.68 และในภาพรวมของการนำเข้าก็เพิ่มขึ้นเช่นกันคือ ร้อยละ 26.68

ภาพที่ 2.2 สัดส่วนแหล่งนำเข้าของ SMEs ปี 2553



ที่มา : กรมศุลกากร
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รายการสินค้า

เมื่อพิจารณามูลค่าการค้าระหว่างประเทศในรูปของรายการสินค้าตามพิกัดศุลกากร (HS 2007) จะเห็นได้ว่า ในปี 2553 การส่งออกของประเทศโดยรวมนั้น มีมูลค่าสูงสุดในกลุ่มพิกัดศุลกากร 84 85 และ 87 คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 17.22 14.82 และ 9.53 ของการส่งออกทั้งหมดของประเทศ ตามลำดับ ซึ่งสินค้าในกลุ่มพิกัด 84 คือ สินค้าประเภทเครื่องจักรและส่วนประกอบ รวมทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ พิกัด 85 คือ สินค้าประเภทเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ และพิกัด 87 คือยานยนต์และส่วนประกอบ

สำหรับ SMEs นั้น มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในกลุ่มพิกัด 84, 85 และ 87 เพียงร้อยละ 5.09 4.9 และ 3.92 ตามลำดับ และในปี 2553 การส่งออกได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากปี 2552 ร้อยละ 28.65, 13.81 และ 28.19 ตามลำดับ

สำหรับสินค้าในกลุ่มที่ SMEs มีการส่งออกในสัดส่วนที่สูงที่สุดคือ กลุ่มพิกัด 71 อัญมณีและเครื่องประดับ พิกัด 39 พลาสติกและของทำด้วยพลาสติก พิกัด 40 ยางและของทำด้วยยาง ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 15.89, 7.75 และ 7.32 ตามลำดับ โดยรายการสินค้าส่งออกในระดับพิกัด 4 หลัก ที่สำคัญของ SMEs ได้แก่ พิกัด 7108 ทองคำ (รวมถึงทองคำชุบด้วยแพลทินัม) ยังไม่ได้ขึ้นรูป หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป พิกัด 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ และส่วนประกอบของของดังกล่าว ทำด้วยโลหะมีค่า พิกัด 3901 โพลีเอทิลีน และพิกัด 4001 ยางธรรมชาติ ในลักษณะชั้นปูลวม ทั้งนี้ กลุ่มพิกัด 40 ยังเป็นกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวจากปี 2552 สูงถึงร้อยละ 38.25 ด้วย เนื่องด้วยราคายางดิบในตลาดโลกได้ปรับตัวสูงขึ้น

ในด้านการนำเข้านั้น เมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าในรูปของรายการสินค้าตามพิกัดศุลกากร (HS 2007) จะเห็นได้ว่า ในปี 2553 การนำเข้าของประเทศโดยรวมนั้น มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกรายการสินค้า โดยกลุ่มสินค้าที่เพิ่มสูงสุดคือ พิกัด 71 อัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 63.73 รองลงมาคือ พิกัด 74 ทองแดงและของทำด้วยทองแดง ร้อยละ 60.11 และพิกัด 87 ยานยนต์และส่วนประกอบ ร้อยละ 55.25

สำหรับ SMEs นั้น การนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นเกือบจะทุกรายการเช่นกัน เว้นแต่พิกัด 03 ปลา สัตว์น้ำจำพวกครัสเตเชีย ลดลงร้อยละ 12.67 เพียงรายการเดียว โดยกลุ่มสินค้าที่มีสัดส่วนการนำเข้ามากที่สุดคือ สินค้ากลุ่มพิกัด 71 อัญมณีและเครื่องประดับ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 64.07 พิกัด 74 ทองแดงและของทำด้วยทองแดง เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.28 และพิกัด 72 เหล็กและเหล็กกล้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.74



เมื่อพิจารณาโครงสร้างการนำเข้าสินค้าของ SMEs ไทย ในปี 2553 พบว่า มูลค่าการนำเข้าของ SMEs ไทย จะมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นเกือบจะทุกรายการเมื่อเทียบกับปี 2552 สะท้อนถึงการขยายตัวในด้านการลงทุนและการบริโภคทั้งภายในประเทศและการส่งออกส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่มีการขยายตัว โดยมีการแบ่งโครงสร้างการนำเข้าออกเป็น 4 หมวดสินค้าหลักๆ ประกอบด้วย สินค้าเชื้อเพลิง มีสัดส่วนของการนำเข้าประมาณร้อยละ 0.20 มีอัตราการเติบโตหดตัว ร้อยละ 24.97 เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้ามาจากประเทศสหรัฐอเมริกา มาเลเซีย สิงคโปร์ จีน และอินเดีย ตามลำดับ สินค้าทุน มีสัดส่วนของการนำเข้าประมาณร้อยละ 8.30 มีอัตราการเติบโตหดตัว ร้อยละ 40.88 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง ตามลำดับ สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป มีสัดส่วนของการนำเข้าประมาณร้อยละ 23.48 มีอัตราการเติบโตหดตัว ร้อยละ 26.95 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น สวิสเซอร์แลนด์ จีน สิงคโปร์ ฮ่องกง และออสเตรเลีย ตามลำดับ และสินค้าอุปโภคบริโภค มีสัดส่วนของการนำเข้าประมาณร้อยละ 3.87 มีอัตราการเติบโตหดตัว ร้อยละ 44.03 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากประเทศจีน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ฮ่องกง สวิสเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ



ตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2553 และแนวโน้ม ปี 2554



บทที่ 3

บทที่ 3

ตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2553 และแนวโน้ม ปี 2554

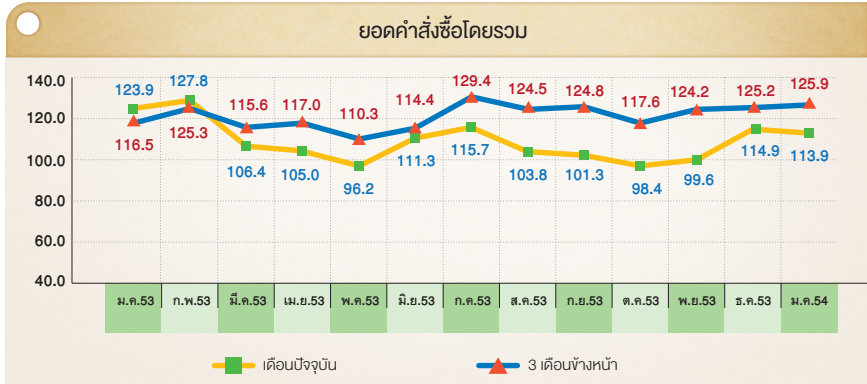
3.1 การบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption)

สถานการณ์ด้านการบริโภคของประเทศไทยในปี 2553 นั้น สามารถสะท้อนให้เห็นได้จากดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน ซึ่งในปี 2553 มีแนวโน้มการปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วงเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน 2553 แต่ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2553 มีแนวโน้มปรับตัวลดลง และปรับตัวเพิ่มขึ้นอีกครั้งในไตรมาสที่ 4 ของปี 2553 ต่อเนื่องถึงต้นปี 2554 และในเดือนมกราคม 2554 ขยายตัวร้อยละ 4.65 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน โดยเครื่องใช้ในทุกหมวดทั้งสินค้าคงทนและไม่คงทนยังขยายตัวในเกณฑ์ดีจากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวต่อเนื่อง สำหรับภาครัฐบาลยังคงมีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนเดือนมกราคม 2554 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนร้อยละ 0.95

เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยของดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนในเดือนมกราคม 2554 ยังคงขยายตัวได้ดีในทุกองค์ประกอบ โดยการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาปลีกที่และการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคขยายตัวต่อเนื่องเมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน ขณะเดียวกันปริมาณการจำหน่ายยานยนต์ได้ทำสถิติยอดจำหน่ายสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในเดือนมกราคมนี้ ตามการจำหน่ายรถยนต์นั่งขนาดเล็ก รถยนต์ประหยัดพลังงาน (Eco Car) และรถยนต์เชิงพาณิชย์ สอดคล้องกับการขยายตัวของสินเชื่อรถยนต์ โดยมีคำสั่งซื้อที่รอส่งมอบอยู่อีกประมาณ 1 - 3 เดือน

ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม

ภาพที่ 3.1 ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม ด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวม ระหว่าง มกราคม 2553 – มกราคม 2554



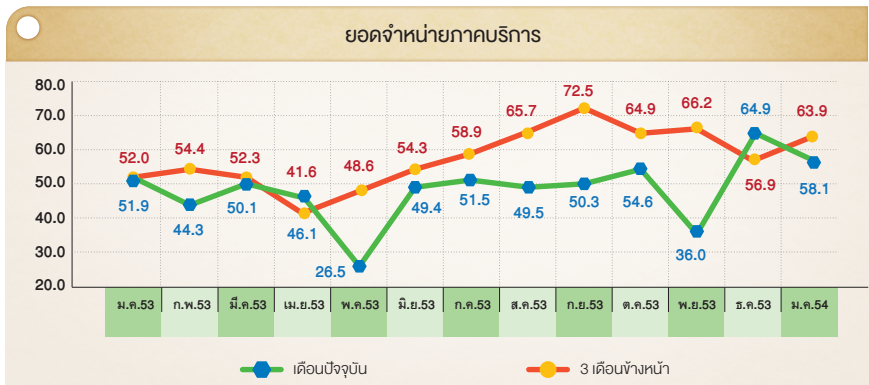
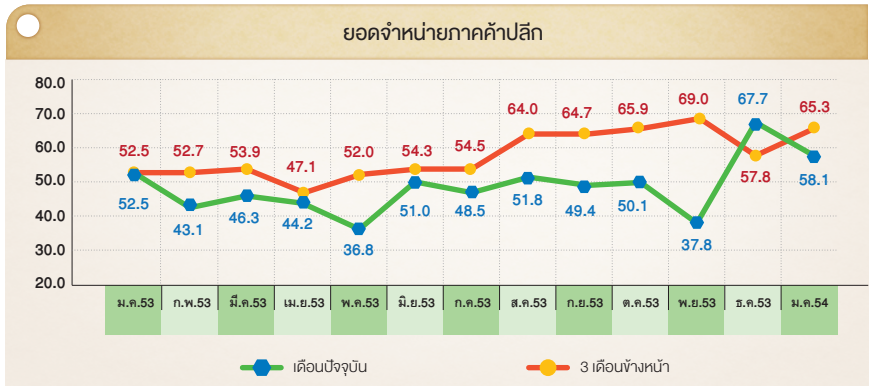
ที่มา : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม TISI ด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวมระหว่าง มกราคม 2553 - มกราคม 2554 พบว่า ความเชื่อมั่นด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แม้ว่าจะมีทิศทางการปรับตัวลดลงตั้งแต่ต้นปี 2553 เป็นต้นมา กล่าวคือ ยังคงมีค่าดัชนีอยู่ในระดับสูงกว่าค่าฐานที่ 100 เป็นจำนวน 10 เดือน จาก 13 เดือนที่ผ่านมา จะมีเพียงค่าดัชนีในเดือน พฤษภาคม ตุลาคม และ พฤศจิกายน เท่านั้นที่ค่าดัชนีอยู่ต่ำกว่าค่าฐานที่ 100 เช่นเดียวกับกับดัชนีด้านยอดขายโดยรวมที่มีระดับทิศทางการเคลื่อนไหว และแนวโน้มสอดคล้องกับดัชนียอดคำสั่งซื้อโดยรวม ซึ่งดัชนีทั้ง 2 องค์ประกอบนี้มีความใกล้เคียงกันมาก โดยในเดือน มกราคม 2554 ดัชนีด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนโดยเป็นการปรับลดลงขององค์ประกอบด้านยอดคำสั่งซื้อในต่างประเทศ ขณะที่ดัชนีด้านยอดขายโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากเดือนก่อน ซึ่งเป็นการปรับเพิ่มขึ้นขององค์ประกอบด้านยอดขายภายในประเทศ



ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม TISI ด้านผลประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมมีความเชื่อมั่นลดลง ซึ่งเห็นได้จากค่าดัชนีความเชื่อมั่นด้านผลประกอบการที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี 2553 เป็นต้นมา แต่อย่างไรก็ตามในช่วงปลายปี 2553 ไปจนถึงต้นปี 2554 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวมีทิศทางสอดคล้องกับดัชนียอดคำสั่งซื้อโดยรวมและยอดขายโดยรวม แต่มีค่าอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า โดยในเดือนธันวาคม 2553 ถึง เดือนมกราคม 2554 ความเชื่อมั่นด้านผลประกอบการ ยอดคำสั่งซื้อโดยรวม และยอดขายโดยรวม มีทิศทางและแนวโน้มที่สอดคล้องใกล้เคียงกันมาก รวมทั้งค่าความเชื่อมั่นที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งสะท้อนภาพความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ที่เห็นว่ายอดคำสั่งซื้อทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศอยู่ในภาวะที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการฟื้นตัวของสภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ยังคงมีความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมือง

ภาพที่ 3.2 ดัชนีความเชื่อมั่นด้านยอดขายระหว่าง มกราคม 2553 – มกราคม 2554



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ TSSI ด้านยอดขายพบว่า ความเชื่อมั่นโดยรวมด้านยอดขายของผู้ประกอบการในปี 2553 อยู่ในเกณฑ์ไม่ดีนัก เนื่องจากค่าดัชนีต่ำกว่าค่าฐานที่ 50 ความเชื่อมั่นดังกล่าวมีแนวโน้มปรับตัวในทิศทางที่เพิ่มขึ้น แต่ยังคงมีลักษณะค่อนข้างผันผวน ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3/2553 ต่อเนื่องถึงต้นปี 2554 ผู้ประกอบการไม่มีความเชื่อมั่นด้านยอดขายของตน อย่างไรก็ตามในช่วงปลายปี 2553 ใกล้เทศกาลปีใหม่จนถึงเดือนมกราคม 2554 ดชนีความเชื่อมั่นด้านยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงและมีค่าดัชนีอยู่ในระดับเกินกว่าค่าฐานที่ 50 สองเดือนติดต่อกันตามการบริโภคของประชาชนทั้งในส่วนของภาคการค้าและภาคการบริการที่เพิ่มขึ้น ส่วนในปี 2554 ดชนีความเชื่อมั่นด้านยอดขายยังคงอยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่า มีปัจจัยบวกจากมาตรการประชานิยม 9 ข้อ ที่รัฐบาลให้เป็นของขวัญปีใหม่แก่ประชาชน ส่งผลด้านจิตวิทยาเชิงบวกกับประชาชน มีผลให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นด้านการใช้จ่ายมากขึ้น รวมทั้งสถานการณ์เศรษฐกิจภาพรวมยังคงมีการปรับตัวดีขึ้นชัดเจนอย่างต่อเนื่อง และการส่งออกยังคงขยายตัวได้ในระดับสูงต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นด้านกำไรมีระดับ ทิศทาง และแนวโน้มสอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นด้านยอดขาย แต่ระดับความเชื่อมั่นด้านกำไรจะต่ำกว่าเล็กน้อย เนื่องจากด้านกำไรจะได้รับอิทธิพลจากต้นทุนเป็นปัจจัยกระทบเพิ่มเติมด้วย

3.2 การลงทุนภาคเอกชน

การรายงานสถานการณ์การลงทุนในส่วนนี้ จะนำปัจจัยชี้วัดมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อสะท้อนภาพการลงทุนของประเทศในปี 2553 และแนวโน้มปี 2554 โดยปัจจัยดังกล่าวจะประกอบไปด้วย

- **การลงทุนภาคเอกชน** เดือนมกราคม 2554 การลงทุนมีการขยายตัวที่ร้อยละ 3.7 จากเดือนก่อน และเมื่อเทียบกับระยะเดียวกันปีก่อนขยายตัวร้อยละ 13.0 โดยการลงทุนภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของเครื่องจักรการลงทุนทุกหมวด โดยเฉพาะการนำเข้าสินค้าทุนที่เร่งตัวขึ้นมากถึงร้อยละ 30.5 จากระยะเดียวกันปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการนำเข้าแท่นขุดเจาะน้ำมันและจากการนำเข้าเครื่องจักรเพื่อขยายกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งออกที่คำสั่งซื้อยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง อาทิ อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า นอกจากนี้ ปริมาณจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ในประเทศขยายตัวต่อเนื่องเช่นกันที่ร้อยละ 29.0 จากระยะเดียวกันปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเร่งปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ รวมทั้งรายได้เกษตรกรและความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนการลงทุนในภาคก่อสร้างขยายตัวตามการก่อสร้างและซ่อมแซมที่อยู่อาศัยที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม

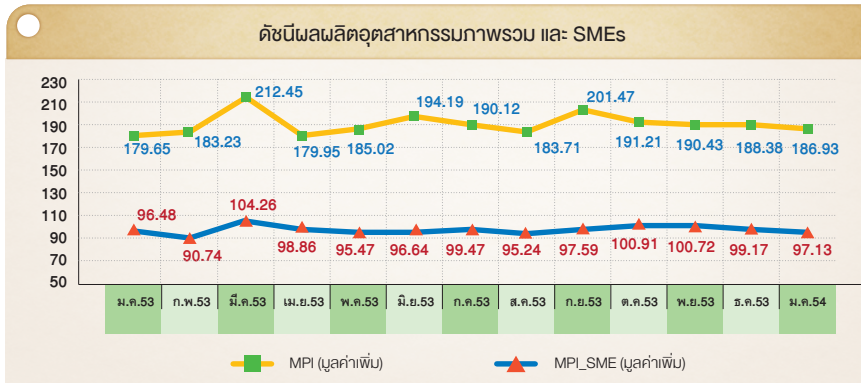
ภาพรวมปี 2553 ดัชนีการลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 17.8 เป็นการขยายตัวทั้งหมวดก่อสร้าง และหมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์ แม้ส่วนหนึ่งจะเป็นผลจากฐานต่ำในปีก่อน ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก แต่อีกส่วนหนึ่งเป็นผลของการขยายตัวของอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่ทำให้อัตราการใช้กำลังการผลิตในหลายอุตสาหกรรมปรับสูงขึ้น ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยยังคงอยู่ในระดับต่ำ และความเชื่อมั่นของนักธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอีก 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ลักษณะเช่นนี้เอื้อต่อการลงทุนและนำเข้าเครื่องจักรเพื่อขยายกำลังการผลิต สำหรับแนวโน้มการลงทุนในระยะต่อไป คาดว่า仍将ขยายตัวได้ตามแผนการลงทุนของภาคธุรกิจที่ยังมีต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีการขยายไปยังตลาดใหม่ แต่จะขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงเนื่องจากฐานที่ปรับสูงขึ้น



ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในระดับภาพรวมของประเทศ และตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 เป็นต้นมา มีอัตราการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นโดยดัชนีได้ปรับตัวขึ้นไปสูงที่สุดที่ระดับ 212.4 ในเดือนมีนาคม 2553 และได้ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อมีเหตุการณ์ไม่สงบเรียบร้อยในประเทศในเดือนเมษายน และพฤษภาคม แต่หลังจากนั้นก็ปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้ง เห็นได้ว่าโดยเฉลี่ยแล้วในปี 2553 ที่ผ่านมามีค่าดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม) ของประเทศ มีค่าเฉลี่ยเหนือระดับ 190

ภาพที่ 3.3 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมภาพรวม และ SMEs (มูลค่าเพิ่ม)



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

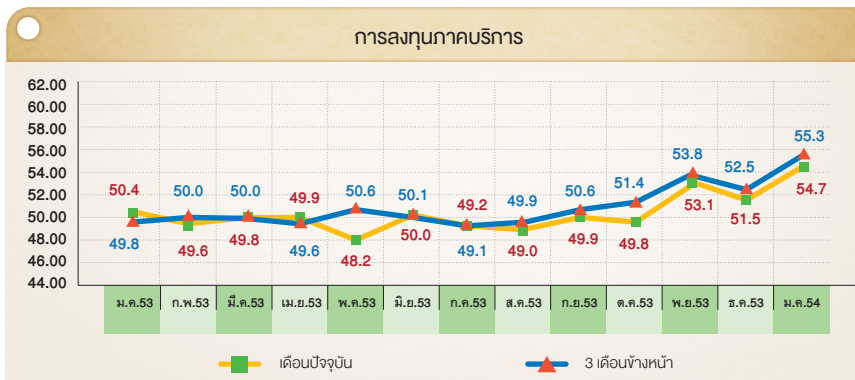
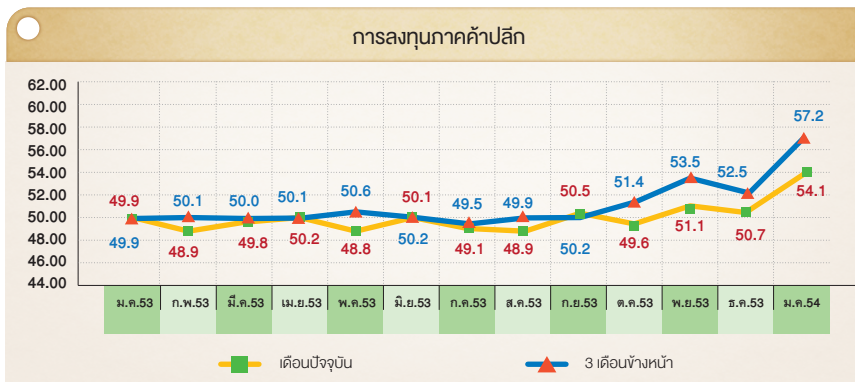
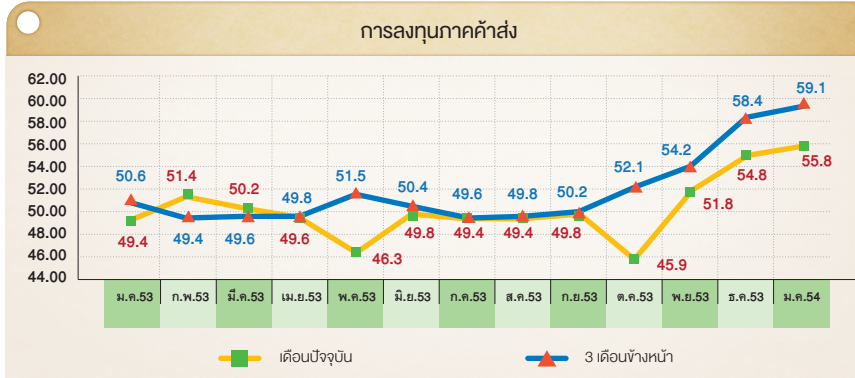
ส่วนในบริบทของ SMEs นั้น ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม มีทิศทางการปรับตัวไปในทิศทางเดียวกันกับอุตสาหกรรมของประเทศ และปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 โดยมีการปรับตัวสูงที่สุดในเดือนมีนาคม ที่ระดับ 104.26 และปรับตัวลดลงในเดือนเมษายน และพฤษภาคม จากเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศแต่หลังจากนั้นก็ปรับตัวสูงขึ้นอีก โดยเฉลี่ยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม) ของผู้ประกอบการ SMEs อยู่ที่เหนือระดับ 95 ซึ่งเป็นผลมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของโลก และความเชื่อมั่นในศักยภาพของแรงงานทักษะของไทย ทำให้มีกำลังการสั่งซื้อจากประเทศคู่ค้าเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมีการขยายตัวของตลาดส่งออกในกลุ่มอาเซียนเติบโตสูงขึ้น ส่งผลให้มีคำสั่งซื้อสินค้าส่งออกเข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีปัจจัยหนุนที่เอื้อประโยชน์อย่างเต็มที่ของกรอบข้อตกลงทางการค้าเสรีระหว่างประเทศ ทั้งในส่วนของ AEC และ AFTA จึงเป็นแรงจูงใจให้เกิดการสั่งซื้อสินค้าอุตสาหกรรมเป็นอย่างมากอีกด้วย

อัตราการใช้กำลังผลิตของประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงกว่าระดับร้อยละ 60 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตของประเทศได้ปรับขึ้นสูงที่สุดถึงร้อยละ 68.55 ในเดือนมีนาคม 2553 ที่ผ่านมาและได้ปรับตัวลดลงไปที่ 58.25 ในเดือนเมษายน 2553 เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ และได้ปรับตัวสูงขึ้นกว่าร้อยละ 60 อีกครั้งในเดือนพฤษภาคม 2553 แต่อย่างไรก็ตามพิจารณาอัตราการใช้กำลังการผลิตของ SMEs จะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าภาพรวมของประเทศพอสมควร โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 47.0 - 55.0 ซึ่งมีทิศทางเดียวกับภาพรวมของประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมหลักที่ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออก เช่น ยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอ รวมทั้งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้อัตราการใช้กำลังการผลิตขยายตัว



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการด้านการลงทุน

ภาพที่ 3.4 ดัชนีความเชื่อมั่นด้านการลงทุน ระหว่าง มกราคม 2553 – มกราคม 2554



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้าและการบริการด้านการลงทุน พบว่า ความเชื่อมั่นด้านการลงทุนของผู้ประกอบการในช่วงมกราคม - ตุลาคม ของปี 2553 มีแนวโน้มลดลง โดยในเดือนพฤษภาคม ปรับตัวลดลงอย่างมาก เนื่องจากขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสถานการณ์ความรุนแรงทางการเมือง จากการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) รวมทั้งสถานการณ์ภัยแล้งในปี 2553 เริ่มทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยในเดือนพฤษภาคม มีจังหวัดที่ประสบภัยแล้งแล้วทั้งสิ้น 31 จังหวัด ประกอบกับนักลงทุนต่างประเทศเริ่มขาดความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ทางการเมืองของไทย โดยในเดือนตุลาคม ปรับตัวลดลงต่ำสุดในรอบปี เนื่องจากสถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน ปริมาณผลผลิตทางการเกษตรที่ออกสู่ตลาดลดลง ส่งผลเสียหายต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมค่อนข้างมาก

ดัชนีความเชื่อมั่นด้านการจ้างงานของผู้ประกอบการในภาคการค้าและบริการ พบว่า ระดับความเชื่อมั่นด้านการจ้างงานต่ำกว่าเกณฑ์ปกติ (เท่ากับ 50) แสดงถึงความไม่เชื่อมั่นของผู้ประกอบการในด้านนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี 2553 ที่มีค่าดัชนีที่ต่ำ อันเนื่องมาจากผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยังคงมีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามแนวโน้มความเคลื่อนไหวของค่าดัชนีได้ปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น โดยค่าดัชนีปรับมาอยู่ในระดับค่าฐานที่ 50 ในช่วงเดือนมิถุนายน 2553 - มกราคม 2554

3.3 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI)

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยเฉพาะสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging-market economies) จำเป็นที่จะต้องอาศัยการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment = FDI) ช่วยผลักดันกิจกรรมต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจให้ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว แม้ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยและกำลังตกต่ำ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของไทย (FDI) กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจฟื้นกลับคืนสู่การเจริญเติบโตอีกครั้ง โดยจะทำให้มีเงินทุนไหลเข้าประเทศเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ตลาดเงินภายในประเทศและกิจการที่ประสบปัญหาทางการเงิน การขยายกิจการหรือการลงทุนใหม่ๆ ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การลงทุนจากต่างชาติจะก่อให้เกิดการถ่ายโอนเทคโนโลยีความรู้ทางด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานเป็นสินค้าคุณภาพที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้



การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของไทย (FDI) ในภาวะเศรษฐกิจปกติ ปริมาณกระแสเงินทุนเข้าจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสามารถบ่งบอกถึงภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้ในขณะนั้น คือ เมื่อเศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น มีปัจจัยบวกต่างๆ คอยผลักดันให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นไปด้วยดี นักลงทุนต่างชาติมีความมั่นใจในการลงทุน ทำให้มีกระแสเงินทุนไหลเข้ามาก ในทางตรงกันข้าม หากภาวะเศรษฐกิจเริ่มชะลอตัว และมีแนวโน้มตกต่ำในอนาคต การลงทุนจากต่างประเทศก็จะลดลง

มูลค่าเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิ ปี 2552 - ปี 2553

จากสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิในไทยในปี 2553 มีมูลค่ารวม 141,764.69 ล้านบาท ลดลงจากปี 2552 จำนวน 12,249.78 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 7.95 โดยประเทศที่มีมูลค่าเงินลงทุนโดยตรงสุทธิสูงสุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ญี่ปุ่น มูลค่า 33,055.69 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.32 แต่มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี 2552 ร้อยละ 64.51 รองลงมา คือ เนเธอร์แลนด์ ที่มีเงินลงทุนเพิ่มขึ้น 9,535.07 ล้านบาท จึงส่งผลให้ขยับขึ้นมาเป็นอันดับ 2 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.95 และฮ่องกงมีเงินลงทุนเพิ่มขึ้น 9,802.30 ล้านบาท จึงส่งผลให้ขยับลงมาเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.93 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 229.47 โดยสาขาที่มีมูลค่าเงินลงทุนสูงที่สุดยังคงเป็นภาคอุตสาหกรรม โดยคิดเป็นมูลค่า 100,919.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 71.19 ของมูลค่าเงินลงทุนโดยตรงสุทธิทั้งหมด แต่มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปีก่อนร้อยละ 24.26

creative
SMEs

ส่วนที่

สถานการณ์เชิงโครงสร้าง
ของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย ปี 2553





จำนวนและการจ้างงาน
ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2553



บทที่ 4

บทที่ 4

จำนวนและการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2553

4.1 จำนวน SMEs

จำนวนวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,924,912 ราย จำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2,913,167 ราย จำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 2,894,780 ราย วิสาหกิจขนาดกลางจำนวน 18,387 ราย และเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 9,140 ราย โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีสัดส่วนร้อยละ 99.6 ของวิสาหกิจทั้งหมด เมื่อจำแนกวิสาหกิจตามกลุ่มวิสาหกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะการกระจายตัว อยู่ในกลุ่มภาคการค้าและซ่อมบำรุง จำนวน 1,383,391 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.7 ของวิสาหกิจภาคการค้าและซ่อมบำรุงทั่วประเทศ อยู่ในภาคบริการ 983,610 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.7 ของวิสาหกิจภาคบริการทั่วประเทศ และอยู่ในภาคการผลิต จำนวน 545,098 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.2 ของวิสาหกิจภาคการผลิตทั่วประเทศ



ตารางที่ 4.1 จำนวนวิสาหกิจจำแนกรายจังหวัดและขนาดของวิสาหกิจ

จังหวัด	SE	ME	LE	SMEs	ไม่ระบุ	Total
กระบี่	24,683	98	23	24,781	15	24,819
กรุงเทพมหานคร	565,243	8,391	4,945	573,634	611	579,190
กาญจนบุรี	28,476	81	24	28,557	35	28,616
กาฬสินธุ์	42,228	44	13	42,272	22	42,307
กำแพงเพชร	18,906	33	10	18,939	18	18,967
ขอนแก่น	81,865	175	55	82,040	95	82,190
จันทบุรี	25,307	62	17	25,369	20	25,406
ฉะเชิงเทรา	22,304	213	131	22,517	28	22,676
ชลบุรี	91,723	882	441	92,605	52	93,098
ชัยนาท	12,923	21	7	12,944	16	12,967
ชัยภูมิ	32,721	55	4	32,776	25	32,805
ชุมพร	19,515	52	17	19,567	40	19,624
เชียงราย	54,156	95	31	54,251	32	54,314
เชียงใหม่	85,769	332	124	86,101	54	86,279
ตรัง	34,178	70	28	34,248	68	34,344
ตราด	6,693	38	9	6,731	13	6,753
ตาก	17,189	53	11	17,242	13	17,266
นครนายก	7,219	25	8	7,244	11	7,263
นครปฐม	43,082	371	156	43,453	50	43,659
นครพนม	25,748	17	3	25,765	22	25,790
นครราชสีมา	83,663	253	103	83,916	99	84,118
นครศรีธรรมราช	50,463	91	25	50,554	25	50,604
นครสวรรค์	32,066	106	36	32,172	23	32,231
นนทบุรี	50,321	494	233	50,815	19	51,067
นราธิวาส	21,101	27	8	21,128	9	21,145
น่าน	25,308	18	8	25,326	24	25,358
บุรีรัมย์	46,196	78	16	46,274	16	46,306
ปทุมธานี	68,867	550	325	69,417	37	69,779
ประจวบคีรีขันธ์	22,132	88	20	22,220	30	22,270
ปราจีนบุรี	15,888	108	66	15,996	22	16,084
ปัตตานี	19,383	36	15	19,419	38	19,472
พระนครศรีอยุธยา	29,967	320	208	30,287	6	30,501
พะเยา	18,127	25	4	18,152	13	18,169
พังงา	11,854	52	11	11,906	7	11,924
พัทลุง	24,519	27	3	24,546	29	24,578
พิจิตร	16,228	37	5	16,265	27	16,297
พิษณุโลก	34,305	89	31	34,394	52	34,477
เพชรบุรี	15,341	86	31	15,427	14	15,472
แพร่	32,709	29	6	32,738	41	32,785
ภูเก็ต	45,231	350	158	45,581	13	45,752

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวนวิสาหกิจจำแนกรายจังหวัดและขนาดของวิสาหกิจ

จังหวัด	SE	ME	LE	SMEs	ไม่ระบุ	Total
มหาสารคาม	43,057	95	5	43,152	16	43,173
มุกดาหาร	16,179	29	5	16,208	9	16,222
แม่ฮ่องสอน	7,768	8	-	7,776	4	7,780
ยโสธร	13,413	25	8	13,438	11	13,457
ยะลา	11,676	47	10	11,723	11	11,744
ร้อยเอ็ด	53,087	77	20	53,164	28	53,212
ระนอง	9,540	25	5	9,565	9	9,579
ระยอง	27,509	395	234	27,904	13	28,151
ราชบุรี	30,317	153	42	30,470	30	30,542
ลพบุรี	24,021	47	15	24,068	16	24,099
ลำปาง	29,943	89	26	30,032	48	30,106
ลำพูน	24,033	86	32	24,119	22	24,173
เลย	18,773	25	5	18,798	64	18,867
ศรีสะเกษ	46,870	54	11	46,924	60	46,995
สกลนคร	29,998	48	13	30,046	26	30,085
สงขลา	53,369	276	128	53,645	25	53,798
สตูล	12,443	20	3	12,463	3	12,469
สมุทรปราการ	74,324	1,286	647	75,610	57	76,314
สมุทรสงคราม	6,056	37	13	6,093	8	6,114
สมุทรสาคร	28,971	608	265	29,579	21	29,865
สระแก้ว	16,914	22	9	16,936	20	16,965
สระบุรี	20,966	133	49	21,099	29	21,177
สิงห์บุรี	10,170	32	11	10,202	9	10,222
สุโขทัย	17,610	31	6	17,641	19	17,666
สุพรรณบุรี	22,216	84	16	22,300	25	22,341
สุราษฎร์ธานี	58,360	232	56	58,592	19	58,667
สุรินทร์	51,645	54	18	51,699	31	51,748
หนองคาย	24,471	41	9	24,512	17	24,538
หนองบัวลำภู	20,565	22	4	20,587	5	20,596
อ่างทอง	8,878	11	6	8,889	19	8,914
อำนาจเจริญ	17,872	21	2	17,893	21	17,916
อุดรธานี	48,699	99	27	48,798	35	48,860
อุดรดิษฐ์	13,904	28	5	13,932	13	13,950
อุทัยธานี	9,125	8	3	9,133	25	9,161
อุบลราชธานี	57,068	132	37	57,200	31	57,268
ไม่ระบุ	67	4	12	71	1	84
รวม	2,894,780	18,387	9,140	2,913,167	2,605	2,924,912

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ตารางที่ 4.2 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ISIC	SE	ME	LE	SMEs	N/A	Total
A เกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้	4,818	172	49	4,990	35	5,074
B การประมง	383	20	8	403	-	411
C การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	4,661	115	26	4,776	207	5,009
D การผลิตอุตสาหกรรม	515,967	5,554	2,677	521,521	1,536	525,734
E การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	1,874	77	59	1,951	6	2,016
F การก่อสร้าง	101,405	796	243	102,201	1	102,445
G การขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ฯ	1,441,119	5,346	3,692	1,446,465	693	1,450,850
H โรงแรมและภัตตาคาร	270,354	1,224	335	271,578	47	271,960
I การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า	112,858	734	229	113,592	11	113,832
J การเป็นตัวกลางทางการเงิน	13,494	674	508	14,168	8	14,684
K กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์	224,102	2,997	1,075	227,099	32	228,206
M การศึกษา	2,208	54	13	2,262	-	2,275
N งานด้านสุขภาพและสังคมสงเคราะห์	7,494	175	124	7,669	5	7,798
O กิจกรรมด้านการบริการชุมชน สังคม และการบริการส่วนบุคคลอื่นๆ	193,109	446	88	193,555	8	193,651
ไม่ระบุ	934	3	14	937	16	967
รวม	2,894,780	18,387	9,140	2,913,167	2,605	2,924,912

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.2 การจ้างงานของ SMEs

การจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ในปี 2553 มีการจ้างงานในกิจการทุกขนาดรวมทั้งสิ้น 13,496,173 ราย โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ (LE) 2,988,581 ราย และเป็นการจ้างงานใน SMEs จำนวน 10,507,507 ราย หรือร้อยละ 77.86 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด โดยที่ วิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) จะมีสัดส่วนต่อวิสาหกิจรวมสูงที่สุด ถึงร้อยละ 66.72 และยังมีสัดส่วนต่อ SMEs สูงที่สุด ถึงร้อยละ 85.70 เมื่อพิจารณาการจ้างงานของ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในปี 2553 นั้น พบว่า มีการกระจายตัวของการจ้างงานอยู่ภาคการบริการสูงที่สุด จำนวน 3,764,118 ราย รองลงมาคือภาคผลิตสินค้า และภาคการค้าและซ่อมบำรุง ตามลำดับ ทั้งนี้ หากพิจารณาสัดส่วนการจ้างงานของ SMEs ในปี 2553 จะเห็นว่า ในภาคการค้าและซ่อมบำรุงจะมีการจ้างงานเพียงร้อยละ 30.03 ของการจ้างงานใน SMEs ทั้งหมด ในขณะที่ภาคการบริการ มีการจ้างงานในสัดส่วนสูงที่สุดคือ ร้อยละ 35.82 ของการจ้างงานใน SMEs ทั้งหมด



ตารางที่ 4.3 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามรายจังหวัดและขนาดของวิสาหกิจ

จังหวัด	SE	ME	LE	SMEs	N/A	Total
กรุงเทพมหานคร	2,719,957	600,184	1,555,747	3,320,141	-	4,875,888
สมุทรปราการ	444,727	162,417	248,347	607,144	-	855,491
ชลบุรี	299,435	80,362	158,885	379,798	-	538,683
ปทุมธานี	233,051	60,041	194,542	293,092	-	487,634
เชียงใหม่	253,244	24,006	23,994	277,250	-	301,244
สมุทรสาคร	191,781	74,260	95,725	266,041	-	361,766
นนทบุรี	208,651	28,869	75,470	237,519	-	312,989
นครราชสีมา	195,646	23,495	40,688	219,142	-	259,830
นครปฐม	169,715	43,448	43,490	213,163	60	256,712
สงขลา	169,881	20,531	49,429	190,411	-	239,840
ขอนแก่น	178,648	11,353	17,583	190,001	-	207,585
พระนครศรีอยุธยา	133,715	49,086	162,334	182,801	-	345,135
ระยอง	107,270	41,496	83,559	148,766	-	232,325
สุราษฎร์ธานี	131,465	12,729	3,592	144,194	-	147,786
อุบลราชธานี	126,641	6,270	5,453	132,910	-	138,363
นครศรีธรรมราช	123,054	5,604	1,390	128,659	25	130,074
ภูเก็ต	99,747	19,276	20,209	119,024	-	139,232
ร้อยเอ็ด	112,442	4,086	596	116,527	-	117,123
อุดรธานี	110,690	4,719	3,459	115,409	-	118,868
ฉะเชิงเทรา	80,223	27,096	37,202	107,319	-	144,521
ราชบุรี	90,209	12,626	9,105	102,835	-	111,940
นครสวรรค์	94,551	7,935	3,232	102,486	-	105,718
สระบุรี	91,829	10,436	14,704	102,265	-	116,970
สุรินทร์	97,219	3,063	591	100,281	-	100,873
ศรีสะเกษ	96,933	3,339	-	100,272	-	100,272
เขียงราย	93,949	5,345	2,477	99,293	-	101,770
มหาสารคาม	91,242	6,235	182	97,477	-	97,660
บุรีรัมย์	94,235	2,537	852	96,772	-	97,624
ลำปาง	82,946	9,733	2,328	92,679	-	95,007
ตรัง	76,687	8,008	4,134	84,695	-	88,829
กาฬสินธุ์	80,707	2,775	953	83,482	-	84,435
กาญจนบุรี	76,270	7,155	5,215	83,425	-	88,640
ลำพูน	65,955	10,312	39,802	76,267	-	116,069
สุพรรณบุรี	72,506	2,266	1,462	74,772	-	76,234
พิษณุโลก	68,952	4,222	2,525	73,174	-	75,699
แพร่	70,918	1,711	52	72,629	-	72,681
ชัยภูมิ	69,241	3,027	1,183	72,268	-	73,450
เพชรบูรณ์	64,944	3,784	204	68,728	-	68,932

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามรายจังหวัดและขนาดของวิสาหกิจ

จังหวัด	SE	ME	LE	SMEs	N/A	Total
ลพบุรี	62,229	2,449	1,559	64,678	-	66,238
ปราจีนบุรี	52,638	11,433	35,944	64,071	-	100,016
จันทบุรี	57,545	6,439	1,031	63,984	-	65,016
กระบี่	55,559	5,745	2,734	61,304	-	64,038
สกลนคร	57,045	2,316	80	59,361	-	59,441
หนองคาย	55,783	2,051	491	57,834	-	58,325
พัทลุง	56,652	1,074	-	57,727	-	57,727
ประจวบคีรีขันธ์	49,584	7,686	6,254	57,270	-	63,524
เพชรบุรี	48,125	7,862	6,259	55,987	-	62,246
กำแพงเพชร	49,503	839	446	50,342	-	50,788
นครราชสีมา	46,609	1,485	538	48,095	-	48,633
นครพนม	46,787	1,202	-	47,989	-	47,989
สระแก้ว	40,675	5,620	44	46,295	-	46,339
ปัตตานี	41,294	3,848	4,341	45,142	-	49,483
ตาก	38,958	4,949	1,001	43,907	-	44,908
ชุมพร	40,581	1,645	4,230	42,226	-	46,456
หนองบัวลำภู	38,791	1,967	578	40,758	-	41,336
สุโขทัย	38,098	2,008	148	40,106	-	40,254
น่าน	39,350	674	39	40,024	-	40,063
เลย	37,651	948	305	38,599	-	38,904
พะเยา	36,934	1,290	315	38,224	-	38,538
พิจิตร	35,597	1,491	-	37,089	-	37,089
ยะลา	34,959	1,681	417	36,640	-	37,058
อุดรดิตถ์	33,777	950	1,230	34,727	-	35,957
ยโสธร	33,222	1,203	82	34,425	-	34,508
มุกดาหาร	31,060	1,363	160	32,423	-	32,582
พังงา	30,168	2,183	690	32,351	-	33,041
อำนาจเจริญ	30,507	1,422	-	31,929	-	31,929
อ่างทอง	27,325	789	-	28,114	-	28,114
สมุทรสงคราม	24,443	1,834	1,360	26,277	-	27,637
ชัยนาท	23,537	2,231	426	25,768	-	26,193
สตูล	24,845	709	1,464	25,554	-	27,018
สิงห์บุรี	22,442	1,608	1,319	24,050	-	25,368
นครนายก	21,588	1,975	2,681	23,563	-	26,245
ตราด	19,912	2,823	312	22,735	-	23,047
ระนอง	19,878	1,675	782	21,553	-	22,335
อุทัยธานี	19,834	510	624	20,345	-	20,968
แม่ฮ่องสอน	12,502	428	-	12,930	-	12,930
รวม	9,005,265	1,502,242	2,988,581	10,507,507	85	13,496,173

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ตารางที่ 4.4 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ISIC	SE	ME	LE	SMEs	N/A	Total
A เกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้	32,712	10,098	29,683	42,810	-	72,493
B การประมง	2,378	1,646	300	4,025	-	4,325
C การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	31,762	8,063	2,397	39,825	-	42,222
D การผลิตอุตสาหกรรม	2,552,992	851,593	1,738,877	3,404,585	-	5,143,462
E การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	11,183	4,716	3,755	15,899	-	19,654
F การก่อสร้าง	403,522	53,822	100,262	457,344	-	557,606
G การขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์	3,089,511	160,608	498,073	3,250,119	-	3,748,192
H โรงแรมและภัตตาคาร	888,647	98,105	107,849	986,752	-	1,094,601
I การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า	362,785	63,804	88,639	426,589	-	515,228
J การเป็นตัวกลางทางการเงิน	97,914	48,040	162,545	145,954	-	308,499
K กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์	947,063	103,205	163,351	1,050,268	-	1,213,619
M การศึกษา	7,794	2,408	4,204	10,203	-	14,406
N งานด้านสุขภาพและสังคมสงเคราะห์	36,851	30,081	66,191	66,933	-	133,124
O กิจกรรมด้านการบริการชุมชน สังคม และการบริการส่วนบุคคลอื่นๆ	540,011	66,053	22,454	606,064	-	628,517
ไม่ระบุ	138	-	-	138	85	223
รวม	9,005,265	1,502,242	2,988,581	10,507,507	85	13,496,173

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.3 การจัดตั้ง และสิ้นสภาพ

จำนวนกิจการจัดตั้งใหม่ในปี 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 50,776 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2552 จำนวน 9,556 ราย ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 23.2 ในส่วนการสิ้นสภาพกิจการปี 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 40,887 ราย ลดลงจากปี 2552 จำนวน 22,120 ราย หดตัวลงจากปี 2552 ร้อยละ 35.1

สำหรับนิติบุคคลที่จัดตั้งกิจการใหม่ จำแนกตามหมวดธุรกิจสูงสุด 5 อันดับ ในปี 2553 พบว่า นิติบุคคลที่จัดตั้งกิจการใหม่สูงสุดคือ หมวดบริการนันทนาการ มีจำนวน 5,637 ราย ซึ่งมีทุนจดทะเบียนมูลค่า 3,580 ล้านบาท รองลงมาคือ หมวดบริการรับเหมาทั่วไป จำนวน 4,855 ราย มีทุนจดทะเบียนมูลค่า 42,984 ล้านบาท และหมวดก่อสร้างหิรัญทรัพย์ จำนวน 2,650 ราย มีทุนจดทะเบียน มูลค่า 27,434 ล้านบาท ตามลำดับ

การสิ้นสภาพกิจการ จำแนกตามหมวดธุรกิจสูงสุด 5 อันดับ ในปี 2553 พบว่า นิติบุคคลที่จดทะเบียนเลิกสูงสุดคือ หมวดก่อสร้างอาคารทั่วไป มีจำนวน 1,768 ราย ซึ่งมีทุนจดทะเบียนมูลค่า 3,854 ล้านบาท รองลงมาคือ หมวดก่อสร้างหิรัญทรัพย์ จำนวน 771 ราย มีทุนจดทะเบียนมูลค่า 7,664 ล้านบาท และหมวดบริการด้านธุรกิจอื่น จำนวน 640 ราย มีทุนจดทะเบียนมูลค่า 1,502 ล้านบาท ตามลำดับ



การสำรวจวิสาหกิจรายย่อย ปี 2553
(Micro Enterprises 2010)



บทที่ 5

บทที่ 5

การสำรวจวิสาหกิจรายย่อย ปี 2553 (Micro Enterprises 2010)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีบทบาทหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งหมายรวมถึงวิสาหกิจรายย่อย อันเป็นวิสาหกิจส่วนใหญ่ของประเทศไทย อีกทั้งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างผู้ประกอบการใหม่ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงาน รวมทั้งเป็นฐานรากของการพัฒนาที่ยั่งยืน และเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน แต่ด้วยเหตุที่วิสาหกิจรายย่อยมักอยู่นอกระบบ มิได้ปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลของรัฐ ส่งผลให้หน่วยงานสนับสนุนไม่สามารถให้การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอ ดังนั้น สสว. จึงดำเนินการสำรวจสถานการณ์วิสาหกิจรายย่อยเพื่อทราบถึงข้อมูลเชิงลึก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ และข้อมูลอื่นๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยต่อไป ซึ่งการสำรวจครั้งนี้เป็นการสำรวจครั้งที่สอง โดยดำเนินการสำรวจระหว่างเดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2553 ด้วยแบบสอบถามในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดต่างๆ ในทุกภูมิภาค จำนวน 1,161 ราย ใน 3 กลุ่มประเภทธุรกิจ ได้แก่ ภาคการผลิต ภาคการค้าและซ่อมบำรุง และภาคบริการ คิดเป็นร้อยละ 20.41, 47.20 และ 32.39 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

ผลการสำรวจสถานการณ์วิสาหกิจรายย่อย ปี 2553 แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่หนึ่ง คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย ส่วนที่สอง ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจรายย่อย ส่วนที่สาม ความต้องการสินเชื่อและการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ ส่วนที่สี่ ปัจจัยที่มีผลกระทบและปัญหาในการดำเนินกิจการ และส่วนที่ห้า ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ



5.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย จำนวน 1,161 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70.41 เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 ปี ถึง 50 ปี (ร้อยละ 65.34) จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า (ร้อยละ 46.66) ซึ่งไม่เคยประกอบอาชีพอื่นใดมาก่อน เนื่องจากช่วยกิจการของครอบครัวและรับช่วงต่อมา หรือเมื่อเรียนจบก็มาทำกิจการหรือเป็นแม่บ้าน เป็นต้น และเคยเป็นลูกจ้างหรือพนักงานมาก่อน ซึ่งสาเหตุหรือแรงบันดาลใจในการเลือกประกอบกิจการในปัจจุบันคือ ความต้องการเป็นเจ้าของกิจการของตนเอง

ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย ได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการผลิต การจำหน่าย หรือการให้บริการจากคนรู้จัก ไม่ว่าจะเป็นบุคคลในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน/เจ้าของกิจการเดิม โดยวิสาหกิจรายย่อยในภาคการผลิตได้รับความรู้จากคนรู้จักคิดเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าวิสาหกิจรายย่อยในภาคธุรกิจอื่น ขณะที่วิสาหกิจรายย่อยในภาคบริการได้รับความรู้จากครอบครัวในสัดส่วนที่สูงกว่าวิสาหกิจรายย่อยในภาคธุรกิจอื่นเช่นกัน

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจรายย่อย

กิจการวิสาหกิจรายย่อยภาคการผลิตที่ทำการสำรวจ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.32 เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ การผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย ส่วนวิสาหกิจรายย่อยภาคการค้าและซ่อมบำรุง พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 35.40 เป็นการขายปลีกตามแผงลอยหรือตลาดสด รองลงมาคือ ร้านขายของชำ ส่วนวิสาหกิจรายย่อยภาคบริการ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 49.47 เป็นร้านอาหาร รองลงมาคือ บริการส่วนบุคคล เช่น ร้านซักรีด ร้านเสริมสวย เป็นต้น ซึ่งส่วนมากจะอยู่ในช่วงเริ่มดำเนินกิจการ คือ เปิดมาประมาณ 1 - 5 ปี

เมื่อพิจารณาทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการมีลักษณะแตกต่างกันตามประเภทกิจการ พบว่า วิสาหกิจรายย่อยภาคการผลิตจำเป็นต้องใช้สถานที่ที่มีพื้นที่ในการผลิตสินค้า ดังนั้น ลักษณะสถานประกอบการส่วนใหญ่จึงเป็นบ้านมีบริเวณ ส่วนวิสาหกิจรายย่อยภาคการค้าและซ่อมบำรุง ทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย อยู่ในแหล่งชุมชน มีความสำคัญต่อยอดขายจำหน่ายของกิจการ ดังนั้น ทำเลที่ตั้งของกิจการประเภทนี้จึงเป็นแผงริมถนน แผงหน้าร้าน

รวมถึงแผงในตลาด ขณะที่ทำเลที่ตั้งของวิสาหกิจรายย่อยภาคบริการนั้น มีความสำคัญ ไม่น้อยไปกว่าภาคการค้าและซ่อมบำรุง ซึ่งต้องเป็นทำเลที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ เพียงพอ ดังนั้น ลักษณะสถานประกอบการของวิสาหกิจรายย่อยภาคบริการ ส่วนใหญ่จึง เป็นอาคารพาณิชย์และทาวน์เฮาส์

5.3 ความต้องการสินเชื่อและการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ

ความต้องการสินเชื่อของผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา คือ ปี 2552 - 2553 พบว่า มีผู้ต้องการสินเชื่อหรือกล่าวอีกนัยคือ เคยขอกู้เงินสำหรับแหล่งสินเชื่อ ในระบบและนอกระบบ ซึ่งสาเหตุที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยส่วนใหญ่ไม่เคยขอสินเชื่อ จากแหล่งสินเชื่อในระบบ สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งร้อยละ 76.45 ผู้ที่ไม่ต้องการสินเชื่อเนื่องจากมีเงินเก็บส่วนตัวเพียงพอ รวมถึงไม่ต้องการเป็นหนี้ กลุ่มที่สอง ร้อยละ 23.55 ผู้ที่ต้องการสินเชื่อแต่ไม่กู้ โดยเหตุผลที่สำคัญที่สุด คือ ไม่มีบุคคลหรือหลักทรัพย์ ค้ำประกัน ขณะที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยซึ่งไม่เคยขอสินเชื่อนอกระบบ สามารถจำแนก ได้เป็น 2 กลุ่มเช่นกัน คือ กลุ่มที่หนึ่งร้อยละ 67.60 ผู้ที่ไม่ต้องการสินเชื่อเนื่องจากมีเงินเก็บ ส่วนตัวเพียงพอรวมถึงไม่ต้องการเป็นหนี้ กลุ่มที่สองร้อยละ 32.40 ผู้ที่ต้องการสินเชื่อแต่ไม่กู้ โดยเหตุผลที่สำคัญที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยสูง

สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยที่เคยขอกู้เงินจากแหล่งสินเชื่อทั้งในระบบและ นอกระบบ พบว่า มีเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่ไม่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ เห็นได้ว่า สัดส่วนของผู้ที่ขอ กู้เงินจากแหล่งสินเชื่อนอกระบบแล้วไม่ได้รับเงินนั้นมีน้อยมาก และต่ำกว่าร้อยละของผู้ ประกอบการที่ไม่ได้รับเงินกู้จากแหล่งสินเชื่อในระบบทั้งนี้ ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า การ ที่ไม่ได้รับอนุมัติสินเชื่อจากแหล่งสินเชื่อในระบบ เนื่องจากไม่มีเอกสารหลักฐานหรือเอกสาร หลักฐานไม่ครบตามที่แหล่งสินเชื่อในระบบต้องการ ขณะที่สาเหตุที่ไม่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อ จากแหล่งสินเชื่อนอกระบบนั้น เนื่องจากไม่มีความสามารถในการผ่อนชำระคืน



5.4 ปัจจัยความสำเร็จ ปัจจัยที่มีผลกระทบ และปัญหาในการดำเนินกิจการ

จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการวิชาสหกิจรายย่อย ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการ 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของกิจการ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือมีลูกค้าประจำ และมีฝีมือในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ หากพิจารณาตามประเภทกิจการพบว่า ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญที่สุดของวิชาสหกิจรายย่อยภาคการผลิต คือ ฝีมือในการผลิตสินค้า ขณะที่ปัจจัยความสำเร็จของวิชาสหกิจรายย่อยภาคการค้าและซ่อมบำรุง และภาคบริการ คือ ทำเลที่ตั้งของกิจการ กล่าวคือ ทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย อยู่ในแหล่งชุมชน และมีที่จอดรถเพียงพอ ซึ่งถือว่าสำคัญต่อวิชาสหกิจรายย่อยภาคการค้าและซ่อมบำรุง และภาคบริการ เป็นอย่างมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการวิชาสหกิจรายย่อยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ผลกระทบจากราคาดันทุนสินค้า/วัตถุดิบ รองลงมา คือ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และผลกระทบจากระดับราคาน้ำมันและค่าขนส่ง

5.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ

รัฐควรจัดเก็บภาษีให้สอดคล้องกับรายได้และภาวะเศรษฐกิจ กล่าวคือ ผู้มีรายได้มากควรเสียภาษีมากกว่าผู้มีรายได้น้อย ส่วนผู้ที่มีรายได้น้อยหรือผู้ที่มีรายได้น้อยกว่ารายจ่ายควรได้รับการยกเว้นภาษี นอกจากนี้ หากภาวะเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอยควรจัดเก็บภาษีลดลงเพื่อช่วยเหลือหรือบรรเทาผลกระทบแก่ผู้ประกอบการวิชาสหกิจรายย่อย

ปรับปรุงกฎระเบียบเกี่ยวกับภาษีให้สอดคล้องกับความเป็นจริง ลดความยุ่งยากและความซ้ำซ้อน อาทิ ให้ผู้ประกอบการวิชาสหกิจรายย่อยที่ต้องยื่น ภ.ง.ด. 94 ทุกครั้งปี เปลี่ยนเป็นยื่นปีละครั้งเหมือนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทั่วไป จัดเก็บภาษีอัตราเดียว (เช่น ภาษีป้าย) ลดการจัดเก็บภาษีซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงาน (เช่น ภาษีสิ่งแวดล้อมกับภาษีโรงงาน) ปรับกฎระเบียบเกี่ยวกับภาษีให้สอดคล้องกับความเป็นจริง (เช่น ร้านค้ารูปแบบปัจจุบันใช้ระบบดิจิทัลซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จึงไม่ควรเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม)

ควรเพิ่มทางเลือกในการชำระภาษี เพื่ออำนวยความสะดวก เช่น เพิ่มจำนวนงวดในการชำระ เพิ่มช่องทางในการชำระ เป็นต้น ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี กล่าวคือ รัฐควรประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษี เนื่องจากผู้ประกอบการวิชาสหกิจรายย่อยมีความเห็นว่า ตนเองยังไม่มีความรู้เรื่องภาษี

creative
SMEs



ส่วนที่



ประเด็นที่น่าสนใจของ SMEs ประเทศไทย





การศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการ
การรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับ
ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียน



บทที่ 6

บทที่ 6

การศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียน

6.1 ความนำ

การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลกระทบในด้านบวก หมายถึง ขนาดตลาดที่ใหญ่ขึ้นจากการรวมเป็นตลาดเดียว และการลดอุปสรรคการค้ากันทางการค้าโดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี ขณะที่ผลในด้านลบโดยเฉพาะผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น เนื่องจากคู่แข่งในกลุ่มที่เคยมีศักยภาพต่ำกว่าจะได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน ซึ่งในที่นี่หมายถึง กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ (CLMV) ซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา สปป.ลาว สหภาพพม่า และเวียดนาม ที่ในอดีตผู้ประกอบการในประเทศเหล่านั้นมีศักยภาพในการแข่งขันที่ต่ำกว่า อันเป็นผลมาจากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ และการปิดประเทศทำให้นักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจไม่มาก นอกจากนี้ ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างพยายามหาแนวทางแก้ไขจุดอ่อนเพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศของตนมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ความพยายามต่างๆ ที่ได้ดำเนินการไปย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่มากนัก



การเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงนับว่ามีความสำคัญ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านนโยบาย
ด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยเอื้อทางธุรกิจที่กระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเมื่อ
เทียบกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอื่นๆ ในอาเซียน ส่งผลให้สำนักงานส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กำหนดให้มีการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและ
มาตรการการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
กลุ่มประเทศอาเซียน

6.2 แนวทางการศึกษาและข้อจำกัดของการศึกษา

แนวทางการศึกษาที่ได้ดำเนินการในครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงบรรยาย
(Descriptive Analysis) โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary
Sources) และแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Sources) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิเป็นการสัมภาษณ์
เชิงลึกผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับสูงจากหน่วยงานที่มีความสำคัญต่อการกำหนดนโยบาย
สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างน้อย 2 องค์กรในกลุ่มประเทศสมาชิกเดิม
ได้แก่ ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และบรูไน และจำนวน 1 - 2 องค์กร
ในกลุ่มประเทศสมาชิกใหม่ ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว สหภาพพม่า และเวียดนาม นอกจากนี้
เพื่อให้ผลการศึกษานำไปขยายผลในทางปฏิบัติได้ต่อไป การศึกษาในครั้งนี้ได้จัดให้มี
การประชุมระดมสมองกับเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ ตลอดจน
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นที่อาจมีเพิ่มเติมจากผลการศึกษาที่ทีมที่ปรึกษา
ได้นำเสนอในการประชุม

6.3 ผลการศึกษา

6.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของวิสาหกิจในแต่ละประเทศ

ประเทศไทย

เมื่อวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมและศักยภาพของวิสาหกิจไทย พบว่า จุดแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย คือ การมีทักษะในด้านงานศิลป์และงานฝีมือ มีจิตใจในการให้บริการ และหากสามารถนำภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ในสินค้าและบริการได้ จะเสริมให้สินค้าไทยมีความโดดเด่นมากขึ้น นอกจากนี้ วิสาหกิจไทยโดยเฉพาะกลุ่มขนาดย่อมและรายย่อยยังมีจุดอ่อนในด้านอื่นๆ เช่น การบริหารงานที่ยังเป็นแบบดั้งเดิม การสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม และวิสาหกิจจำนวนมากที่ยังขาดการสื่อสารกับหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ

ประเทศสิงคโปร์

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศสิงคโปร์มีความเข้มแข็งเนื่องจากสามารถสื่อสารได้หลายภาษา และประการสำคัญคือ มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิต รวมถึงมีการบริหารจัดการแบบสมัยใหม่ แต่สิงคโปร์มีจุดอ่อนด้านอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูง ทำให้รัฐบาลสิงคโปร์ได้กำหนดเป้าหมายการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่างๆ ที่ชัดเจน รวมถึงการให้เงินทุนสนับสนุนแบบให้เปล่าแก่วิสาหกิจที่มีศักยภาพเพื่อลดอุปสรรคที่เกิดจากอัตราค่าจ้างแรงงาน

ประเทศมาเลเซีย

เมื่อพิจารณาถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซีย พบว่า นอกจากความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ยังมีต้นทุนการผลิตสินค้าอาหารฮาลาลที่ต่ำกว่าประเทศไทย เนื่องจากตราฮาลาลของมาเลเซียเป็นที่ยอมรับ อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนของวิสาหกิจมาเลเซียในด้านอื่นๆ นั้น ไม่แตกต่างจากวิสาหกิจไทยมากนัก กล่าวคือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตยังมีอยู่น้อย นอกจากนี้ ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือ ค่าจ้างแรงงานสูงกว่าไทย



ประเทศฟิลิปปินส์

การเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก ทำให้ฟิลิปปินส์มีประชากรที่อยู่ในวัยทำงานมากถึง 50 ล้านคน และแรงงานส่วนใหญ่ยังสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดี อย่างไรก็ตาม แรงงานที่มีทักษะและมีความสามารถมักไปทำงานในต่างประเทศหรือในองค์กรขนาดใหญ่ ทำให้แรงงานที่ทำงานให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีทักษะที่ด้อยกว่า นอกจากนี้ จุดอ่อนที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในฟิลิปปินส์คล้ายกับของไทย กล่าวคือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ การบริหารงานรวมถึงการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ยังมีอยู่น้อย

ประเทศอินโดนีเซีย

จุดแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอินโดนีเซีย คือ มีแรงงานจำนวนมาก และอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำต่ำกว่าของประเทศไทย โดยในปัจจุบันค่าจ้างขั้นต่ำอยู่ที่ประมาณ 67 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อเดือน ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับไทย ขณะที่จุดอ่อนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างจากไทยมากนัก กล่าวคือ ส่วนใหญ่ขาดแคลนหลักทรัพ์ในการค้าประกันเพื่อขอสินเชื่อ อีกทั้งยังมีการจัดทำระบบบัญชีที่ไม่ถูกต้องตามความต้องการของสถาบันการเงิน ทำให้ไม่สามารถขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินและต้องใช้วิธีการกู้เงินจากนอกระบบซึ่งมีการคิดอัตราดอกเบี้ยที่สูงมาก

ประเทศบรูไนดารุสซาลาม

วิสาหกิจในประเทศบรูไนดารุสซาลามได้เปรียบกว่าวิสาหกิจไทยในแง่ความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศและต้นทุนในด้านพลังงานที่ต่ำกว่าไทย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีทรัพยากรด้านพลังงานเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ต้นทุนในด้านอื่นๆ โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานนั้นสูงกว่าไทยมาก เนื่องจากรัฐบาลได้นำระบบเศรษฐกิจของสิงคโปร์มาอิงเป็นพื้นฐานทำให้ค่าครองชีพต่างๆ สูง นอกจากนี้ ศักยภาพในการผลิตสินค้าจำนวนมากให้ได้มาตรฐานสม่ำเสมออยู่ในเกณฑ์ต่ำ เนื่องจากที่ผ่านมา การผลิตของบรูไนดารุสซาลามเพียงเพื่อสนองความต้องการของตลาดในประเทศเท่านั้น ทำให้การผลิตจึงมักเป็นแบบดั้งเดิมและมักเน้นการผลิตในเชิงคุณภาพ แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีทิศทางที่ไม่ต่างจากของไทยมาก กล่าวคือ รัฐบาลพยายามให้การสนับสนุนทั้ง

ในด้านการเงิน การบริหาร การตลาดและการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ นอกจากนี้ การที่ประชากรเกือบทั้งหมดนับถือศาสนาอิสลาม ทำให้รัฐบาลพยายามใช้จุดแข็งในส่วนนี้เพื่อสร้างตลาดฮาลาลให้กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ

ประเทศเวียดนาม

การที่เวียดนามต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติอยู่เป็นประจำ ทำให้ชาวเวียดนามมีความขยัน อดทน และมีความตื่นตัวในการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเวียดนามให้ความสนใจในการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ และเพียรพัฒนาทักษะตนเองมากขึ้น กระนั้นก็ตาม สินค้าที่ผลิตได้มาตรฐานยังมีน้อย อีกทั้งยังมีจุดอ่อนด้านการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศและความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนที่ยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทำให้การพัฒนาศักยภาพเป็นไปได้ตามที่สามารถทำได้ในปัจจุบัน ซึ่งรัฐบาลเวียดนามตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวและได้พยายามกำหนดมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่างๆ รวมถึงการลดขั้นตอนและการให้สิทธิประโยชน์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มวิสาหกิจรายใหม่

ประเทศสหภาพพม่า

ในประเทศสหภาพพม่า ต้นทุนในด้านค่าจ้างแรงงานปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ต่ำที่สุดในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน (ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในประเทศสหภาพพม่าประมาณ 1 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อวัน) ซึ่งนับเป็นจุดแข็งสำหรับวิสาหกิจที่ดำเนินธุรกิจในประเทศนี้ อย่างไรก็ตาม ความไม่สามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูง รวมถึงทักษะในด้านต่างๆ ที่ยังจำกัด และอีกประการสำคัญคือ ปริมาณการผลิตกระแสไฟฟ้าสำหรับใช้ภายในประเทศยังไม่เพียงพอ ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสหภาพพม่าอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ เพื่อแก้ไขจุดอ่อนดังกล่าว รัฐบาลสหภาพพม่าได้ควบคุมการนำเข้าสินค้าบางประเภท รวมถึงจัดทำโครงการขยายกำลังผลิตกระแสไฟฟ้าให้มากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพม่ามีความเข้มแข็งมากขึ้น



ประเทศ สปป.ลาว

ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำใน สปป.ลาว อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน (ปัจจุบันค่าจ้างขั้นต่ำที่รัฐบาลกลางกำหนดอยู่ที่อัตรา 10,000 กีบต่อวัน หรือประมาณ 1.30 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อวัน) นับเป็นจุดแข็งสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินธุรกิจใน สปป.ลาว อย่างไรก็ตาม ปัญหาทั่วไปที่พบในวิสาหกิจลาว คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทักษะของวิสาหกิจในด้านต่างๆ ยังมีอยู่น้อย นอกจากนี้ การให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจของรัฐบาล สปป.ลาว ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจลาวยังอยู่ในระดับที่ต่ำ

ประเทศกัมพูชา

จุดแข็งและจุดอ่อนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกัมพูชาเป็นไปในทำนองเดียวกับในสหภาพพม่าและใน สปป.ลาว เพื่อลดข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุน รัฐบาลกัมพูชาได้ปรับปรุงวิธีการทำบัญชีสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้อยู่ในรูปแบบที่ง่ายขึ้น เพื่อให้สถาบันการเงินมีข้อมูลในการวิเคราะห์และอนุมัติให้สินเชื่อได้มากขึ้น

6.3.2 ผลกระทบจากนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเปิดเสรีด้านการค้า การบริการ การลงทุน และการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี ทำให้สมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศต่างตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยคาดการณ์ว่า ในขณะที่การรวมกลุ่มทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสสำหรับวิสาหกิจที่มีศักยภาพ ในอีกด้านหนึ่ง การแข่งขันย่อมทวีความรุนแรงมากขึ้น การเตรียมการเพื่อเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจึงหมายถึงการสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแข็งแกร่งมากขึ้น และจัดปัญหาหรือแก้ไขจุดอ่อนในด้านต่างๆ ของวิสาหกิจให้มีน้อยลง แนวทางที่รัฐบาลในประเทศต่างๆ ได้ดำเนินการย่อมส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจไทยโดยเฉพาะกลุ่มที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันปานกลาง-ต่ำ กล่าวคือ ในประเทศที่เคยพึ่งพิงสินค้านำเข้าจากไทย ย่อมหันไปซื้อสินค้าที่ผลิตได้มาตรฐานมากขึ้นจากวิสาหกิจภายในประเทศ ส่วนกลุ่มที่มีกำลังซื้อต่ำจะให้ความสนใจกับสินค้าที่ผลิตจากประเทศที่มีต้นทุนต่ำมากๆ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น

6.3.3 แต้มต่อทางธุรกิจ

เมื่อพิจารณาแต้มต่อทางธุรกิจในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยนำขนาดตลาดภายในประเทศ (Size of Domestic Market) อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (Minimum Wages) ต้นทุนการส่งออก (Cost of Export) ความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business) และความสะดวกในการขอสินเชื่อ (Ease of Financial Access) มาเปรียบเทียบ พบว่า สิงคโปร์และมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีต้นทุนในการส่งออกที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ และมีการเข้าถึงสินเชื่อที่ง่ายกว่า อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันไทยยังมีจุดเด่นในเรื่องการเป็นประเทศที่นำลงทุนแข่งขันได้กับสิงคโปร์และมาเลเซีย เนื่องจากมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยากและมีระยะเวลาในการดำเนินการที่ไม่ยาวนาน

เมื่อนำประเด็นขนาดตลาดภายในประเทศ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ต้นทุนการส่งออก ความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และความสะดวกในการขอสินเชื่อ มาพิจารณาร่วมกัน เวียดนามเป็นประเทศที่มีแต้มต่อในการดำเนินธุรกิจมากกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียน ซึ่งหากรัฐบาลเวียดนามสามารถแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของภาครัฐให้มีความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ลดความซ้ำซ้อนในการทำงานลง เวียดนามจะกลายเป็นประเทศที่มีแต้มต่อทางธุรกิจโดดเด่นที่สุดในภูมิภาคอาเซียน

6.4 ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยและผลการดำเนินการจากการส่งเสริมและสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ (กรณีศึกษา : มาตรการรองรับผลกระทบต่อ SMEs ของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจยุโรป ทั้งในด้านการสร้างรายได้ การจ้างงาน การพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงเป็นผู้สนับสนุนพัฒนาการทางสังคมแก่ชุมชน ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสหภาพยุโรปมีไม่น้อยกว่า 23 ล้านราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด โดยสามารถสร้างงานได้มากถึง 75 ล้านตำแหน่ง ซึ่งความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้คณะกรรมการประชาคมยุโรปได้กำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ



ขนาดย่อมในยุโรป โดยใช้หลักการ “เริ่มต้นจากเล็ก” และสอดคล้องนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้อยู่ในทุกนโยบายร่วมของสหภาพยุโรปและนโยบายของแต่ละประเทศสมาชิก ซึ่งนโยบายที่คณะกรรมการวิชาการประชาคมยุโรปให้ความสำคัญมีทั้งหมด 9 ด้าน ตามภาพ ดังนี้



6.5 ข้อเสนอแนะ

6.5.1 ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยและผลการดำเนินการจากการส่งเสริมและสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ

ความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แม้ว่าวิสาหกิจไทยจะมีความสามารถในด้านงานศิลป์และมีใจรักบริการ ซึ่งเป็นทักษะที่ส่งเสริมการค้าในธุรกิจบางสาขา แต่ข้อจำกัดของวิสาหกิจไทยในด้านอื่นๆ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนที่ต่ำ ส่งผลให้ความสามารถในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้

ในการบริหารงานและการผลิตมีน้อย ขาดการวิจัยและพัฒนา ทำให้ศักยภาพและขีดความสามารถของวิสาหกิจไทยต่ำกว่าบางประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญทำให้วิสาหกิจไม่ทราบถึงช่องทางการตลาดใหม่ๆ รวมถึงแหล่งที่มีการให้การสนับสนุน อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจในกลุ่มที่ทราบถึงช่องทางการตลาดใหม่ๆ บางส่วนต้องเผชิญกับอุปสรรคในเรื่องการสื่อสารเนื่องจากไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญเมื่อต้องแข่งขันกับประเทศที่มีการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์

ความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจไทยต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงแหล่งทุน เนื่องจากวิสาหกิจไทยโดยเฉพาะขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อยส่วนใหญ่ มักขาดแคลนหลักทรัพย์ค้ำประกัน มีการจذبบันทึกการดำเนินธุรกิจที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ หรือบางส่วนไม่จดทะเบียนเข้าในระบบธุรกิจ ทำให้สถาบันการเงินไม่สามารถอนุมัติให้สินเชื่อได้ ที่ผ่านมามีแก้ไขปัญหาด้วยการกู้ยืมจากนอกระบบ ส่งผลต่อเนื่องถึงภาระดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูง ศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันลดลง

ปัจจัยเอื้อสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การนิยามและให้คำจำกัดความวิสาหกิจในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียนแตกต่างกันไป ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ตัวอย่างเช่น รัฐบาลสิงคโปร์ ให้คำจำกัดความวิสาหกิจที่กว้างกว่าของไทย กล่าวคือ วิสาหกิจใดที่มีการจ้างงานน้อยกว่า 200 คน และมีมูลค่าทรัพย์สินน้อยกว่า 15 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ (หรือประมาณ 360 ล้านบาทไทย) จะถูกนับรวมเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ในขณะที่จำนวนการจ้างงานและมูลค่าทรัพย์สินในระดับดังกล่าวจะถูกนับรวมเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ในกรณีของไทย การให้คำจำกัดความที่แตกต่างกันส่งผลต่อวิสาหกิจรายที่ต้องการขอรับการสนับสนุนหรือในบางกรณี มีผลต่อการได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่หน่วยงานภาครัฐจัดสรรให้ และเป็นปัจจัยให้ขีดความสามารถในการแข่งขันมีความแตกต่างกันไป



การสร้างเครือข่ายในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความพยายามของหน่วยงานภาครัฐที่ผ่านมาทำให้วิสาหกิจไทยในปัจจุบันเริ่มเข้าใจ และเห็นถึงความสำคัญในการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดความร่วมมืออย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจำกัดเพียงบางกลุ่ม กลุ่มที่เกิดความเชื่อมโยงน้อยหรือยังไม่สามารถรวมตัวกันได้ดีส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อย เนื่องจากยังไม่เข้าใจถึงประโยชน์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย

6.5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและมาตรการเพื่อรองรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยต่อการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้นำมาสู่ยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปขยายผลเป็นแผนปฏิบัติการเพื่อให้ไทยได้ประโยชน์จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่หนึ่ง : ปรับปรุงกระบวนการทำงานของภาครัฐให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
โดยกำหนดให้การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นวาระแห่งชาติ นอกจากนี้ ควรปรับโครงสร้างการบริหารของหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย รวมถึงประสานงานให้เป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริงและเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานต่างๆ รวมถึงผลักดันระบบการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (National Single Window) มาใช้โดยเร็วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และสร้างเว็บท่า (A Single Portal) แห่งเดียว ในการให้คำปรึกษา การดำเนินธุรกิจเพื่อลดความสับสนในการเข้ามาขอรับบริการจากภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่สอง : พัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เข้มแข็ง
เพื่อให้สามารถขอลินเชื่อจากสถาบันการเงินได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาศักยภาพของตนเองได้ดียิ่งขึ้น ภาครัฐควรกำหนดมาตรการที่จูงใจ เช่น การให้รางวัล การให้สิทธิพิเศษ ด้านภาษี การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ฯลฯ มาตรการเหล่านี้จะจูงใจให้เกิดวิสาหกิจรายใหม่ๆ ขณะเดียวกันยังเป็นการจูงใจให้วิสาหกิจรายเดิมสนใจที่จะเข้าระบบโดยจดทะเบียนเป็น

นิติบุคคลที่ถูกต้องตามกฎหมาย การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอีกทางหนึ่ง คือ การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าโดยการผสมผสานศิลปะไทยในชิ้นงาน

ยุทธศาสตร์ที่สาม : ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยขยายการค้า-การลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ ทรัพยากรธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าไทย และการได้รับโควต้าส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศนอกภูมิภาคอาเซียน นับเป็นจุดเด่นของประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ที่ควรให้ความสนใจ การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพและสนใจการขยายกิจการ หรือดำเนินธุรกิจใหม่ในกลุ่มประเทศเหล่านั้น รัฐบาลควรให้บริการข้อมูลด้านธุรกิจที่ควรลงทุนแก่วิสาหกิจไทย

ยุทธศาสตร์ที่สี่ : ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเข้าสู่ระบบห่วงโซ่อุปทานระดับโลก ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในประเทศไทยเพิ่มเติมจากที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ดำเนินการไว้แล้ว อาทิเช่น การกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับการลงทุนที่สามารถสร้างความเชื่อมโยงให้เกิดในกลุ่มวิสาหกิจไทยได้ รวมถึงโครงการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางที่จะสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในกลุ่มที่เป็นผู้รับเหมาช่วง (Subcontractor) ให้กับนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย และเพื่อให้ความเชื่อมโยงในการดำเนินธุรกิจกับบริษัทต่างชาติเป็นไปโดยราบรื่นและมีประสิทธิภาพ หน่วยงานภาครัฐควรจัดให้มีการพัฒนาทักษะในด้านภาษาต่างประเทศให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการพัฒนาให้แรงงานไทยให้มีระเบียบวินัยในการทำงานมากขึ้น



ผลการศึกษาศาสนาการณัฐกิจโรงแรม
และที่พัก ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
และจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)



บทที่ 7

บทที่ 7

ผลการศึกษาศาสนาการณัฐกิจโรงแรม และที่พัก ในพื้นที่ กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

7.1 ภาพรวมสถานการณ์ธุรกิจท่องเที่ยวปี 2553

ธุรกิจการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นภาคบริการที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยธุรกิจโรงแรมและที่พัก เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และเป็นแหล่งที่มาของการสร้างงานและทำให้เกิดรายได้ของประเทศ ซึ่งในปี 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งสิ้น 15.8 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 12.0 โดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) คาดว่าจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 6.27 แสนล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตั้งไว้ในปี 2553 ที่ 14.5 ล้านคน และสูงกว่าเป้ารายได้ 5.30 แสนล้านบาท สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของภาคการท่องเที่ยวไทย ถึงแม้ว่าจะมีเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศเกิดขึ้นตลอดทั้งปี โดยในปี พ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 15.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.0 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2552 โดยสร้างรายได้ถึง 580,000 - 600,000 ล้านบาท ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 - 17 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา รายได้ที่เพิ่มขึ้นนี้ถือว่าเพิ่มสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้สำหรับปี พ.ศ. 2553

เมื่อพิจารณาถึงผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก คือ กว่าร้อยละ 80 ของจำนวนโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมดในประเทศไทย จะได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในปี 2554 ได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจรองรับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไป โดยอาศัยจุดแข็งที่มีอยู่ของผู้ประกอบการแต่ละรายซึ่งแตกต่างกันออกไป ซึ่งเมื่อพิจารณาจากทิศทางการเติบโตของการท่องเที่ยวไทยในปี 2554 ทั้งตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยและตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 600,000 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8) และรายได้จากนักท่องเที่ยวคนไทย คิดเป็น



มูลค่าประมาณ 432,000 ล้านบาท หากพิจารณาจากขนาดของโรงแรมในไทย โดยพิจารณาจากจำนวนห้องพักแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมและรีสอร์ตขนาดเล็ก (มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 79 ห้อง) อยู่ในภาคใต้

7.2 ผลการศึกษาสถานการณ์ธุรกิจโรงแรม และที่พัก ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

ในการศึกษาคั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเก็บข้อมูลของธุรกิจให้เช่าที่พักที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และศึกษาความได้เปรียบเสียเปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจให้เช่าที่พักทั้งจดทะเบียนและไม่จดทะเบียน ตลอดจนศึกษากฎระเบียบ ปัญหาอุปสรรคและสถานการณ์เชิงลึกของธุรกิจ ทั้งในส่วนของการบริหารจัดการและสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน โดยเป็นการศึกษาและวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Mixed-method Research) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสืบค้นข้อมูลในแนวกว้างจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการสืบค้นข้อมูลในแนวลึกเพื่อตอบคำถามและอธิบายร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

7.2.1 สถานการณ์ธุรกิจการโรงแรม ที่พัก ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

• พื้นที่กรุงเทพมหานคร

สถานการณ์การดำเนินธุรกิจปัจจุบันพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าจากยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย จะเข้าพักอยู่แถวใจกลางธุรกิจ เช่น ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ซึ่งเน้นความปลอดภัยเป็นหลัก - ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจาก สงครามราคา และ Service Apartment - สถานการณ์ทางการเมือง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจองที่พักล่วงหน้า และมีระยะเวลาเข้าพักน้อยลง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการที่อยู่ใกล้สนามบิน สุวรรณภูมิจะเป็น Transit Hotel ลูกค้าจะเข้าพักไม่ซ้ำหน้า จำนวนพักเฉลี่ย 1 คืน และต้องมีบริการรถรับ - ส่ง กลุ่มลูกค้าหลากหลาย ส่วนใหญ่เป็น Backpack - พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยน Last Minute และพักน้อยลง จึงเน้นลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการ
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์ทางการเมืองและค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจองที่พักล่วงหน้า และมีระยะเวลาเข้าพักน้อยลง - ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจาก สงครามราคา และ Service Apartment 	<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลกระทบในกลุ่มลูกค้าทัวร์เงินที่ลดลง - ผู้ประกอบการที่อยู่ใกล้สุวรรณภูมิ จะได้ลูกค้า Transit ทำให้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองน้อย



การบริหารจัดการของธุรกิจโรงแรม ที่พัก พื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เข้าพัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เข้าพัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการแถวชานเมืองจะมีอัตราการเข้าพักต่ำ เช่น ถนนสุขุมวิท 3 มีร้อยละ 10 - ผู้ประกอบการที่เน้นการทำตลาดเฉพาะกลุ่ม จะมีอัตราการเข้าพักสูงมากกว่าร้อยละ 80 - เน้นการทำตลาดผ่าน Online มากขึ้น ทั้งผ่าน website ของกิจการและของ Agency - แรงงานขาดแคลน เนื่องจากมีทางเลือกมากขึ้น และขาดทักษะทางการสื่อสาร 	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการทำตลาดผ่าน website โดยต้องให้ข้อมูลห้องพัก ทำเลชัดเจน เน้นให้บริการที่ถูกต้องรวดเร็ว ห้องพักสะอาดเป็นหลัก - มีการบริการแรงงานแบบครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ทำให้มีปัญหาการเปลี่ยนงานของพนักงานน้อย บางแห่งให้สิทธิพนักงานในการสร้างผลประโยชน์ส่วนตนที่ไม่กระทบการบริการและสร้างความปลอดภัยได้
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - มีการขายผ่าน website, Sale และผ่าน Agency การขายผ่าน online สูงขึ้น โรงแรมใหม่เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสาร โบปลิว - ลูกค้าต่างชาติลดลงอย่างต่อเนื่องเนื่องจากผลจากการเมือง แต่ได้กลุ่มสัมมนามาخذเซย 	<ul style="list-style-type: none"> - ทำตลาดผ่าน Agency แต่ปัจจุบันการขายผ่าน Online เพิ่มขึ้น - แรงงานมีปัญหาในส่วนของแม่บ้านพนักงานบริการที่มีการเปลี่ยนงานบ่อย เนื่องจากเน้น Service Charge ที่สูงเป็นหลัก

• พื้นที่จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

สถานการณ์การค้าเงินธุรกิจปัจจุบันพื้นที่จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์ทางการเมือง ส่งผลกระทบให้นักท่องเที่ยวลดลง - นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย จะเดินทางเข้าพักในช่วง Low Season - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสงครามราคา แต่ส่วนใหญ่มองว่าค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นมีผลกระทบมากกว่า - นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยลดลง และมีการจองล่วงหน้ากระชั้นชิดขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลให้การจองที่พัก และจำนวนวันเข้าพักมีระยะเวลาสั้นลง - การแข่งขันด้านราคาส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพัก ทำให้มีการปรับลดราคาตามคู่แข่ง - ผู้ประกอบการที่เปิดให้บริการในรูปแบบรายเดือน แต่ปรับให้มีการเปิดรับรายวัน แต่จะเน้นพิจารณาผู้เข้าพักเป็นพิเศษ เนื่องจากมีความกังวลในทรัพย์สินของกิจการ และของผู้ใช้บริการรายเดือน
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - แม้วิกฤตการณ์ทางการเมืองผ่านไปแล้ว ผู้ประกอบการยังได้รับผลกระทบให้มีอัตราการเข้าพัก จำนวนวันพักเฉลี่ยน้อยลง - ส่วนใหญ่ระบุว่าค่าเงินบาทส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพักมากกว่าการแข่งขันด้านราคา - เกิดการแข่งขันด้านราคาขึ้น เพราะมีโรงแรมใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก ทำให้มีการลดราคาห้องพัก 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในความปลอดภัย - ปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักสูงขึ้น แต่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจองล่วงหน้ากระชั้นชิดมากขึ้น - ค่าเงินบาทจะส่งผลกระทบต่อบริษัททัวร์มากกว่า แต่จะไม่ส่งต่อกลุ่มลูกค้าชาวจีน



การบริหารจัดการของธุรกิจที่พักแรมพื้นที่จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเลือกที่พักที่อยู่ในแหล่งของชาตินั้นๆ เช่น ยุโรปพักแถวซอยบัวขาว หรือริสเซีย บริเวณพัทยาเหนือ - ส่วนใหญ่เน้นการขายผ่าน Agent ทั้งในแบบ online และ offline เพิ่มขึ้น - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผ่านการออกงาน booth โดยไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ - แร่งงานมีการหมุนเวียนสูงเนื่องจากให้ความสำคัญกับ Service Charge เป็นสำคัญ - มีการจ้างแรงงานชาวฟิลิปปินส์ โดยให้ทำงานในตำแหน่ง Reception โดยมีรูปแบบการอบรมในลักษณะ on the job training 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นลูกค้าเก่าเป็นหลัก มีการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) และการจองผ่าน website รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสาร - ผู้ประกอบการบางส่วนมีการออก booth ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ แต่คิดว่ามีค่าใช้จ่ายที่สูง - พนักงานส่วนใหญ่เป็นชาวไทย พบปัญหา turnover สูง เนื่องจาก service charge ที่สูงใจจากผู้ประกอบการอื่น และบางส่วนขาดวินัยในการทำงาน ทำให้ไม่ผ่านการทดลองงาน และมีทัศนคติที่ไม่สู้งาน
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการมีช่องทางการขายผ่าน Agent เป็นหลัก แต่ในปัจจุบันช่องทาง website เริ่มมีปริมาณเพิ่มขึ้น - บางส่วนขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ ทำให้ต้องจ้างแรงงานต่างชาติ นอกจากนี้ ยังมีการหมุนเวียนสูงเนื่องจากโรงแรมเปิดใหม่จำนวนมาก และจูงใจด้วย Service Charge เป็นสำคัญ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นการทำตลาดผ่าน Agent ทั้ง online และ offline เนื่องจากมีปริมาณห้องจำนวนมาก และส่วนใหญ่เริ่มมีผ่านทาง website ของกิจการเพิ่มมากขึ้น - ด้านแรงงานพบปัญหาในด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ส่วนใหญ่มี turnover สูง เนื่องจากการจูงใจเรื่องผลประโยชน์อื่นที่มากกว่า

7.2.2 การวิเคราะห์ข้อได้เปรียบเสียเปรียบในการประกอบการตามขนาด ตามลักษณะ การจดทะเบียน

ข้อได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียน จำแนกตามพื้นที่
กรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

กรุงเทพมหานคร	จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)
<ul style="list-style-type: none"> - มีความเป็นมิตร, Thainess, มีใจรักบริการมากกว่า - กลุ่มประเทศในอาเซียนมีการแสดงออกความเป็นมิตรไม่เท่าไทย แต่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษดีกว่าไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - ไทยมี Value for Money เนื่องจากไทยมีที่พักกว้างขวาง และหลากหลาย ผลิตภัณฑ์มีหลายรูปแบบ - ความมีชื่อเสียงเรื่อง Thai wellness เรื่องสปา เรื่องอาหาร - แรงงานชาวไทยมีคุณภาพ แต่หายาก เนื่องจากไม่ต้องการทำ ส่งผลให้ต้องจ้างแรงงานต่างชาติเพิ่มขึ้น - โรงแรมสาขาต่างประเทศ เช่น Ibis หรือ Swiss Hotel จะนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ และเน้นการทำงานแบบ Multitask



ข้อเสนอ ข้อคิดเห็น และข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตต่างกัน จำแนกตามพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

กรุงเทพมหานคร	จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)
<ul style="list-style-type: none"> - การดัดแปลงอาคาร ไม่สามารถขออนุญาตให้จดทะเบียนได้ แต่ส่วนมากจะอาศัยช่องว่างทางกฎหมายทำให้ได้ข้อได้เปรียบทางภาษี และข้อกำหนดทางสิ่งแวดล้อม - การขอจดทะเบียนเป็นโรงแรมจะมีค่าใช้จ่ายสูง และใช้เวลานาน - ด้านการแก้ไขให้ผู้ประกอบการที่อยู่นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547 ให้ทางการเป็นตัวกลางในการเจรจากับผู้ที่เกี่ยวข้อง กำหนดประเด็นในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาต่อไป - สำนักอนามัยระบุว่า ผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านสุขอนามัย เช่น ความสะอาดของห้องพัก, ระบบปรับอากาศ, ห้องน้ำ, สระว่ายน้ำ, ระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งพบปัญหาโรคที่เกิดจากระบบปรับอากาศมากที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> - โรงแรมเล็กๆ ต้องการใบอนุญาตที่ถูกต้อง แต่คุณสมบัติไม่ผ่านตามกฎหมาย ในส่วนนี้เสนอให้มีบทเฉพาะกาลเป็นกรณี และให้อำนาจท้องถิ่นเพิ่มขึ้น - โรงแรมที่สร้างมาก่อนออก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547 ไม่สามารถปรับปรุงเรื่องความปลอดภัย พื้นที่สีเขียว ลานจอดรถได้ จึงเสนอให้ใช้การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่ม แต่หน่วยงานท้องถิ่นไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากติดเรื่องข้อกฎหมาย ทั้งใบอนุญาตบางส่วนซ้ำซ้อน และสร้างภาระให้กับผู้ประกอบการ - นายทะเบียนประจำพื้นที่ต้องการให้มีใบอนุญาตทุกแห่ง พบว่า ปัญหาอาคารในปัจจุบันอยู่ในเขตที่สร้างโรงแรมไม่ได้ (พื้นที่สีแดง) หากเป็นพื้นที่สีส้มสามารถสร้างได้แต่ไม่เกิน 10,000 ตารางวา ตามกฎหมายควบคุมอาคาร

การเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC จำแนกตามพื้นที่
กรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

กรุงเทพมหานคร	จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)
<ul style="list-style-type: none"> - ไทยเสียเปรียบด้านภาษา ขาดความรับผิดชอบ และการมีวินัย - ในภาพรวมควรกำหนดให้มีผู้บริหารเป็นชาวไทย และต้องขึ้นทะเบียนกับกระทรวงแรงงาน - กระทรวงแรงงานควรพิจารณาแรงงานที่จะเข้ามาในประเทศเพิ่มขึ้น และหาทางส่งออกแรงงานไทยสู่ตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้น - สร้างทัศนคติให้ผู้ประกอบการออกไปลงทุนนอกประเทศ - ให้นำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณา ASEAN Competency ฉบับที่ถูกต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนใหญ่ยังไม่รู้จัก AEC และมีผู้สนใจน้อย - นักลงทุนชาวต่างประเทศที่ไม่มีคุณภาพจะเข้ามาลงทุนเพิ่มมากขึ้น ภาครัฐควรจัดทำข้อกำหนดการลงทุน - ผู้ประกอบการเสนอให้ใบอนุญาตผู้จัดการควรเน้นหลักสูตรที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย กฎหมายแรงงาน และ Cross Culture - การลงทุนในธุรกิจโรงแรมของ Chain ต่างประเทศ จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพัทยาได้ ซึ่งพัทยายังมีลูกค้าในตลาดบ่นไม่มากนัก



7.2.3 การวิเคราะห์ข้อได้เปรียบเสียเปรียบในการประกอบการ ระหว่างธุรกิจที่พักแรม ที่จดทะเบียน และที่ไม่จดทะเบียนตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547 จำแนกตาม พื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

• พื้นที่กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอ ข้อคิดเห็น และข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาต
ต่างกันพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีปัญหาเรื่องการขอใบอนุญาตก่อสร้างอาคาร แต่จะใช้เวลานาน - มีข้อได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการดำเนินงานที่จะต่ำกว่าโรงแรมที่ถูกต้องในด้านภาษีโรงเรือน ภาษีป้าย ค่าเสียหุ้ย - ภาครัฐควรหามาตรการในการควบคุม หรือบังคับในเรื่องความปลอดภัยให้ดีกว่านี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่เหมาะสมที่จะรองรับทางเศรษฐกิจ ควรจะปรับปรุงข้อกำหนดใหม่ให้สอดคล้องกับความเจริญ - ผู้ที่มีทำเลใจกลางแหล่งธุรกิจและเกาะรัตนโกสินทร์ ติดปัญหาเรื่องจราจร ซึ่งไม่สอดคล้องกับการคมนาคมที่สะดวกขึ้น
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	<ul style="list-style-type: none"> - เจ้าหน้าที่ที่ต้องควบคุมให้ได้มากกว่าในปัจจุบัน - ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสมาคมโรงแรมควรเป็นตัวกลางในการสนับสนุนเรื่อง Security และ Safety ของ Service Apartment ที่มากกว่าในปัจจุบัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการใบอนุญาต แต่ติดขัดเรื่องผังเมืองและข้อกำหนดเรื่องจราจร - ภาครัฐควรพิจารณาปรับปรุงเรื่องผังเมือง อาจทำประชาพิจารณ์

การเตรียมความพร้อมสู่ AEC ของผู้ประกอบการพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เข้าที่พัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เข้าที่พัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	- ผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่ม Accor จะได้รับข้อมูลในส่วนนี้ มีการ training รองรับ ส่วนที่อยู่นอกกลุ่ม Accor จะได้รับผลกระทบ	- ทำให้ภาพลักษณ์ประเทศไทยดีขึ้น มีความเป็นสากล และธุรกิจจะพัฒนาได้มากขึ้น เนื่องจากต้องปรับตัว และเรียนรู้จากคู่แข่ง
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	- ได้รับผลดีจากการแก้ปัญหาด้านภาษา ส่วนข้อเสียจะทำให้ผู้ประกอบการมีตัวเลือกเพิ่มขึ้น	- ผู้ประกอบการคิดว่าจะช่วยแก้ปัญหาด้านแรงงานให้กับธุรกิจได้

• พื้นที่จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

ข้อเสนอ ข้อคิดเห็น และข้อได้เปรียบเสียเปรียบของผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตต่างกันพื้นที่จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เข้าที่พัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เข้าที่พัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	- บางส่วนเสียเปรียบในเรื่องต้นทุนทางการเงินในส่วนของภาษีที่ต้องชำระให้กับท้องถิ่น - เกิดการแข่งขันที่ไม่ยุติธรรม โดยมุ่งเน้นการแข่งขันที่บริการเป็นหลัก	- ผู้ประกอบการจะติดขัดเรื่องข้อกฎหมาย และเจ้าหน้าที่บางคนเรียกรับผลประโยชน์เพื่อช่วยเหลือให้ได้ใบอนุญาต - มีเสียภาษีโรงเรียน ภาษีป้าย ฯลฯ ในจำนวนที่แตกต่างกัน
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	- ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐแบ่งประเภทธุรกิจให้ชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการควบคุม - ผู้ประกอบการตาม พรบ.โรงแรมจะมีต้นทุนที่สูงกว่า	- ผู้ประกอบการบางส่วนต้องการทำให้ถูกต้อง แต่ติดขัดเรื่องข้อกฎหมาย



การเตรียมความพร้อมสู่ AEC ของผู้ประกอบการพื้นที่จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

ขนาด	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก ตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547	ผู้ประกอบการให้เช่าที่พัก นอก พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547
น้อยกว่า 80 ห้อง	- คาดว่าจะได้รับผลกระทบในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามามาก หากไม่มีกฎระเบียบควบคุมจะทำให้มี supply สูงกว่า demand ยิ่งขึ้น	- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ทราบข้อมูล แต่คิดว่าไม่น่าจะได้รับผลกระทบมาก
มากกว่าหรือเท่ากับ 80 ห้อง	- ส่วนใหญ่ยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ AEC มากนัก แต่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อด้านการแข่งขัน ทำให้มีคู่แข่งเพิ่มสูงขึ้น - ผู้ประกอบการเห็นว่า การเปิดเสรีการบริการจะดีในระยะแรกที่มีเงินทุนจากต่างชาติเข้ามาจำนวนมาก แต่หลังจากนั้นจะทำให้คนไทยกลายเป็นลูกจ้างต่างชาติมากกว่า	- ส่วนใหญ่ยังไม่ทราบเรื่อง แต่น่าจะทำให้มีแรงงานต่างชาติเพิ่มขึ้น เนื่องจากแรงงานไทยมีปัญหาด้านภาษา บางรายทราบข้อมูลเล็กน้อย ซึ่งคิดว่า น่าจะมีการเปรียบเทียบทั้งข้อดีและข้อเสีย

7.3 สรุปผลการศึกษา

- ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลอย่างแท้จริงต่อธุรกิจโรงแรม ที่พัก ของไทยคือความไม่สงบทางการเมือง ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเร่งแก้ไขในจุดนี้และสร้างความเชื่อมั่นกลับมาอีกครั้ง
- ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบมากที่สุดคือเรื่องการแข่งขันด้านราคา ซึ่งหากภาครัฐมีการศึกษาข้อมูลด้าน Demand และ Supply อย่างแท้จริง จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจการลงทุน
- กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องมีผลกระทบต่อความได้เปรียบเสียเปรียบทางธุรกิจ อาทิ ภาษีต้นทุน การทำตลาดผ่าน Travel Agency แต่ผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ได้ให้ความใส่ใจกับกฎระเบียบต่างๆ ที่ออกมา

- ความแตกต่างด้านขนาดของโรงแรมต่างมีข้อได้เปรียบที่แตกต่างกัน โดยกิจการขนาดใหญ่มีข้อได้เปรียบด้านทรัพยากรการลงทุน อาทิ เงินทุนและเทคโนโลยี แต่โรงแรมขนาดเล็กมีข้อได้เปรียบในการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- ผู้ประกอบการ SMEs ของไทยอาจเคยได้ยินคำว่า AEC (ASEAN Economic Community) แต่พบว่าส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว โดยไม่ได้มองหาโอกาสในการแข่งขันเลย ซึ่งภาครัฐมีความตระหนักในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงมีการจัดสัมมนา และเผยแพร่ข้อมูลบ้างแล้ว

7.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำหรับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว

1. ควรดำเนินการสำรวจปริมาณห้องพัก (Supply) และสร้างวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการที่พักรวม (Demand) ที่มีมาตรฐานสามารถอ้างอิงได้ เพื่อให้การตัดสินใจลงทุน
2. สนับสนุน ส่งเสริม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ที่พัก ที่ไม่ต้องการขอรับใบอนุญาตตาม พรบ.โรงแรม พ.ศ. 2547 เข้าสู่ระบบให้ถูกต้องตามข้อกำหนดทางกฎหมาย รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ที่พัก ร่วมจัดทำมาตรฐานการให้บริการจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน เพื่อเป็นประโยชน์ในการสื่อสารด้านราคาถึงผู้บริโภค
3. ประชาสัมพันธ์หรือสร้างกิจกรรมที่สื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของผู้ประกอบการให้เข้าโรงแรม ที่พัก ที่มีรูปแบบลักษณะที่พักแตกต่างกัน และระดับราคาที่แตกต่างกันตามมาตรฐานการให้บริการ

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการให้เข้าที่พักโรงแรม

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ช่วยเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น
2. นำผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับผู้บริโภค

creative
SMEs



ส่วนที่



นโยบายการส่งเสริม SMEs





สรุปผลการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ปีงบประมาณ 2553 ตามกรอบ
แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554)



บทที่ 8

บทที่ 8

สรุปผลการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปีงบประมาณ 2553 ตามกรอบแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554)

8.1 ภาพรวมกิจกรรมและโครงการด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม จำแนกตามแหล่งที่มาของงบประมาณ

8.1.1 งบประมาณตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs)

จากการรวบรวมผลการดำเนินกิจกรรมและโครงการด้านการส่งเสริม SMEs ตามยุทธศาสตร์ของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 ในส่วนของงบประมาณตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs) พบว่าในปีงบประมาณ 2553 พบว่ามีจำนวนกิจกรรม/โครงการรวมทั้งสิ้น 4 โครงการ วงเงินงบประมาณ 150.80 ล้านบาท โดยเป็นกิจกรรม/โครงการด้านการสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจ SMEs ในภูมิภาคและท้องถิ่น ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบภายใต้การกำกับและบริหารกิจกรรม/โครงการ โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

และหากพิจารณาภาพรวมการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกิจกรรม/โครงการภายใต้กรอบงบประมาณแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs) ในปีงบประมาณ 2553 เปรียบเทียบกับกิจกรรม/โครงการในระหว่างปีงบประมาณ 2550 - 2552 พบว่าในปีงบประมาณ 2550 มีรายกิจกรรมและโครงการมากที่สุดถึง 125 โครงการ รองลงมาได้แก่ กิจกรรม/โครงการในปีงบประมาณ 2551 ที่มีจำนวนกิจกรรมและโครงการรวม 73 โครงการ ตามมาด้วยกิจกรรม/โครงการในปีงบประมาณ 2552 ที่มีจำนวนรวม 40 โครงการ และในปีงบประมาณ 2553 พบว่ามีการดำเนินกิจกรรมและโครงการด้านการส่งเสริม SMEs ภายใต้กรอบงบประมาณดังกล่าวลดลงเหลือเพียง 4 โครงการเท่านั้น ทั้งนี้สามารถคิดเป็นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกิจกรรม/โครงการนับตั้งแต่ในปีงบประมาณ 2550 เป็นต้นมา จากร้อยละ 41.60 และร้อยละ 45.21 ของจำนวนในปีงบประมาณ 2551 จากจำนวนกิจกรรมและโครงการในปีงบประมาณ 2550 และจำนวนกิจกรรมและโครงการในปี 2552 เปรียบเทียบกับจำนวนในปีงบประมาณ 2551 และในท้ายที่สุดจากจำนวนกิจกรรมและโครงการในปีงบประมาณ 2553 ที่มีจำนวนเพียง 4 โครงการนั้น ส่งผลให้ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงในจำนวนกิจกรรมและโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับปีงบประมาณที่ผ่านมาลดลงถึงกว่าร้อยละ 90

ทั้งนี้ จากการรวบรวมผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริม SMEs จำแนกตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ในส่วนที่ใช้งบประมาณตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs) ในช่วงตั้งแต่ปี 2550 - 2553 ที่ผ่านมา และในจำนวนกิจกรรม/โครงการรวมทั้งสิ้น 242 โครงการนั้น สามารถสรุปผลการดำเนินงานจำแนกตามทิศทางการส่งเสริม SMEs จำนวนกิจกรรม/โครงการ และวงเงินงบประมาณการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ได้ดังนี้



1) กิจกรรม/โครงการด้านการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ยุทธศาสตร์ที่ 1) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 22 โครงการ (ร้อยละ 9.09) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 734.43 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.43 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

2) กิจกรรม/โครงการด้านการพัฒนาศักยภาพและความสามารถด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต (ยุทธศาสตร์ที่ 2) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 90 โครงการ (ร้อยละ 37.19) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 1,087.94 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.31 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

3) กิจกรรม/โครงการด้านการเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า (ยุทธศาสตร์ที่ 3) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 8 โครงการ (ร้อยละ 3.31) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 67.28 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.69 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

4) กิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (ยุทธศาสตร์ที่ 4) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 11 โครงการ (ร้อยละ 4.55) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 90.73 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.28 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

5) กิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น (ยุทธศาสตร์ที่ 5) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 44 โครงการ (ร้อยละ 18.18) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 549.17 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.78 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

6) กิจกรรม/โครงการด้านการพัฒนาปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ยุทธศาสตร์ที่ 6) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 67 โครงการ (ร้อยละ 27.69) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 1,454.75 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.51 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

8.1.2 งบประมาณตามแผนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs โดยหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนอื่นๆ (งบประมาณนอกกองทุนส่งเสริม SMEs)

จากการรวบรวมผลการดำเนินกิจกรรมและโครงการด้านการส่งเสริม SMEs ตามยุทธศาสตร์ของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 ในส่วนของงบประมาณตามแผนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ (งบประมาณนอกกองทุนส่งเสริม SMEs) ในปีงบประมาณ 2553 พบว่ามีจำนวนกิจกรรม/โครงการรวม 42 โครงการ วงเงินงบประมาณรวมทั้งสิ้น 1,105.05 ล้านบาท ผ่านการดำเนินกิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs กว่า 34 หน่วยงาน

และหากพิจารณาภาพรวมการเปลี่ยนแปลงของจำนวนกิจกรรม/โครงการตามแผนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ (งบประมาณนอกกองทุนส่งเสริม SMEs) ในปีงบประมาณ 2553 เปรียบเทียบกับกิจกรรม/โครงการในระหว่างปีงบประมาณ 2550 - 2552 พบว่าในปีงบประมาณ 2551 มีรายกิจกรรม/โครงการมากที่สุดถึง 76 โครงการ ซึ่งมากกว่ากิจกรรม/โครงการในปีงบประมาณ 2550 ที่มีจำนวนรวม 55 โครงการ โดยคิดเป็นสัดส่วนการเพิ่มขึ้นในปีงบประมาณ 2551 ร้อยละ 38.18 จากจำนวนในปีงบประมาณ 2550 แต่เมื่อพิจารณากิจกรรม/โครงการในช่วงปีงบประมาณ 2552 - 2553 พบว่ามีการลดลงของจำนวนกิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริม SMEs อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปีงบประมาณ 2552 มีจำนวนกิจกรรม/โครงการรวม 50 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนการลดลงร้อยละ 34.21 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนในปีงบประมาณ 2551 ในขณะที่กิจกรรม/โครงการในปีงบประมาณ 2553 ที่มีจำนวนเพียง 42 โครงการ น้อยกว่าจำนวนในปีงบประมาณ 2552 กว่าร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ทั้งนี้ จากการรวบรวมผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริม SMEs จำแนกตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ในส่วนของการใช้งบประมาณการดำเนินกิจกรรม/โครงการตามแผนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ (งบประมาณนอกกองทุนส่งเสริม SMEs) ในช่วงตั้งแต่ปี 2550 - 2553 ที่ผ่านมา และในจำนวนกิจกรรม/โครงการรวมทั้งสิ้น 223 โครงการนั้น สามารถสรุปผลการดำเนินงานจำแนกตามทิศทางการส่งเสริม SMEs จำนวนกิจกรรม/โครงการ และวงเงินงบประมาณการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ได้ดังนี้



1) กิจกรรม/โครงการด้านการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ยุทธศาสตร์ที่ 1) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 80 โครงการ (ร้อยละ 35.87) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 2,460.73 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.49 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

2) กิจกรรม/โครงการด้านการพัฒนาศักยภาพและความสามารถด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต (ยุทธศาสตร์ที่ 2) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 70 โครงการ (ร้อยละ 31.39) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 3,068.86 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.01 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

3) กิจกรรม/โครงการด้านการเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า (ยุทธศาสตร์ที่ 3) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 8 โครงการ (ร้อยละ 3.59) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 12.67 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.18 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

4) กิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (ยุทธศาสตร์ที่ 4) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 14 โครงการ (ร้อยละ 6.28) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 205.27 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.88 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

5) กิจกรรม/โครงการด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น (ยุทธศาสตร์ที่ 5) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 32 โครงการ (ร้อยละ 14.35) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 720.08 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.09 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

6) กิจกรรม/โครงการด้านการพัฒนาปัจจัยเอื้อการค้าในธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ยุทธศาสตร์ที่ 6) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 19 โครงการ (ร้อยละ 8.52) และมีวงเงินงบประมาณเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวม 667.65 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.36 ของวงเงินงบประมาณในช่วงปีงบประมาณ 2550 - 2553

8.2 สรุปผลการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้ยุทธศาสตร์ แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ปีงบประมาณ 2553

8.2.1 มิติด้านการพัฒนาบุคลากร

ผลการพัฒนาบุคลากรตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ภายใต้งบประมาณตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs)

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น พบว่ามีบุคลากร SMEs ได้รับการถ่ายทอดความรู้สำหรับผู้ประกอบการ SMEs เพื่อพัฒนาระดับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดยะลา ให้มีศักยภาพและความสามารถด้านการแข่งขันและความรู้ด้านการประกอบอาชีพรวมทั้งสิ้น 6,545 คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการและกระบวนการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อมุ่งสู่การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในอนาคต

ผลการพัฒนาบุคลากรตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ภายใต้งบประมาณตามแผนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ (งบประมาณนอกกองทุนส่งเสริม SMEs)

(1) ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่ามีบุคลากร SMEs ได้รับการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ และเพิ่มขีดความสามารถ องค์ความรู้ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในด้านต่างๆ อาทิ สิทธิประโยชน์ทางภาษี ระบบบัญชี สวัสดิการแรงงาน การเตรียมความพร้อมด้านการเงิน การบริหารจัดการ การตลาด รวมทั้งการสร้างความคิดสร้างสรรค์สำนึกและธรรมาภิบาลในเรื่องการประหยัดพลังงานและการพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม จำนวนรวมทั้งสิ้น 21,020 คน และในส่วนของผลการดำเนินโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur Creation: NEC) ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2545 ซึ่งเป็นการจัดฝึกอบรมหลักสูตรระยะยาวให้กับผู้ที่ตั้งใจจะจัดตั้งธุรกิจ ทายาทธุรกิจ ผู้ที่ประกอบธุรกิจในระยะเริ่มต้น 1 - 3 ปี และนักศึกษาจบใหม่เพื่อให้สามารถพัฒนาไปเป็นผู้ประกอบการได้



โดยผลการดำเนินงานในปี 2553 สามารถสร้างผู้ประกอบการใหม่และขยายธุรกิจได้รวม 1,641 วิสาหกิจ โดยในจำนวนนี้ สามารถสร้างมูลค่าการลงทุนในธุรกิจรวม 2,064.37 ล้านบาท และส่งผลให้เกิดการจ้างงานรวม 5,245 คน

(2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพและความสามารถด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต พบว่ามีบุคลากร SMEs ภาคการผลิต ได้รับการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน องค์กรความรู้ ทักษะของบุคลากรภาคการผลิต ผ่านการฝึกอบรมสัมมนา การให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก และการศึกษาดูงานในต่างประเทศ รวมทั้งการสนับสนุนด้านการยกระดับความสามารถทางด้านเทคโนโลยี จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,137 คน

(3) ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า พบว่ามีบุคลากร SMEs ภาคการค้าปลีก ได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนากลไกความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในภาคการค้าส่ง-ค้าปลีกให้มีความเข้มแข็ง รวมถึงสร้างความเข้าใจแนวทางการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจผ่านการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ จำนวนรวมทั้งสิ้น 2,084 คน

(4) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม พบว่ามีบุคลากร SMEs ในภาคบริการ ได้รับการพัฒนาศักยภาพธุรกิจภาคบริการและการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการเปิดประตูธุรกิจการบริการสู่ระดับสากล รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพธุรกิจโลจิสติกส์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 566 ราย

(5) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น พบว่ามีบุคลากร SMEs ได้รับการตรวจ ติดตาม เพื่อรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและการถ่ายทอดความรู้ในด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการและองค์กรชุมชน อาทิ การรักษาคุณภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มศักยภาพด้านตลาด การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับผลกระทบข้อกฎหมาย การพัฒนากลุ่มลูกค้ากองทุนหมู่บ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อการสร้างงานที่ยั่งยืนในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวนรวมทั้งสิ้น 17,441 คน

8.2.2 มิติด้านการพัฒนาวิสาหกิจ

ผลการพัฒนาวิสาหกิจตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ภายใต้งบประมาณตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs)

จากการรวบรวมผลการพัฒนาวิสาหกิจ SMEs ตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ภายใต้งบประมาณแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs) ปีงบประมาณ 2553 สามารถสรุปผลการพัฒนาได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น พบว่า วิสาหกิจ SMEs ได้รับคำปรึกษาแนะนำเชิงลึกด้านการบริหารธุรกิจแก่ผู้ผลิตชุมชนด้านการประกอบอาชีพในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยแบ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่รวม 18 กลุ่ม ประกอบด้วย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโรงงานรวม 9 กลุ่ม และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาหารรวม 9 กลุ่ม และได้มีการนำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวเข้าร่วมการศึกษาดูงานและรับการอบรมในลักษณะการฝึกปฏิบัติจริงในการประกอบอาชีพรวม 540 วิสาหกิจ และในจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบอาชีพในพื้นที่จังหวัดยะลาดังกล่าว ได้มีการดำเนินการตรวจสอบและให้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และสถานที่ผลิตเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว 1 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลิตน้ำดื่มมาตรฐานต้นแบบ

ผลการพัฒนาวิสาหกิจตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ภายใต้งบประมาณตามแผนการดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ (งบประมาณนอกกองทุนส่งเสริม SMEs)

(1) ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่ามีวิสาหกิจ SMEs ได้รับการพัฒนาและให้ความรู้ด้านการประหยัดพลังงาน การพัฒนาความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และความรู้ด้านสวัสดิการแรงงานในสถานประกอบการ SMEs จำนวนรวมทั้งสิ้น 5,227 วิสาหกิจ

(2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพและความสามารถด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต พบว่ามีวิสาหกิจ SMEs ได้รับการพัฒนาความสามารถเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ผลิตภาพ และการสนับสนุนด้านการยกระดับความสามารถทางด้านเทคโนโลยี จำนวนรวมทั้งสิ้น 14,410 วิสาหกิจ



(3) ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า พบว่ามีวิสาหกิจ SMEs ได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับขีดความสามารถของสมาคมการค้าในด้านการจัดทำยุทธศาสตร์ภาคการค้า โดยเฉพาะในส่วนของผู้บริหารสมาคมการค้าต่างๆ จำนวนรวมทั้งสิ้น 37 วิสาหกิจ

(4) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น พบว่ามีวิสาหกิจชุมชนและท้องถิ่นได้รับการตรวจประเมินสถานที่ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนรวมทั้งสิ้น 469 วิสาหกิจ

8.2.3 มิติด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ

ผลการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ภายใต้งบประมาณตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (งบประมาณในกองทุนส่งเสริม SMEs)

(1) การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาสินค้าและชุมชนที่ยั่งยืน จังหวัดยะลา เพื่อเสริมสร้างความรู้ทักษะการประกอบการในชุมชน รวมถึงการสร้างงานและอาชีพแก่สมาชิกชุมชน โดยมีกิจกรรมสำคัญได้แก่ การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การประกอบอาชีพในชุมชนสำหรับ กองพัน อรบ. จังหวัดยะลา จำนวน 18 แห่ง จำแนกเป็นศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโรงงาน 9 แห่ง และกลุ่มอาหาร 9 แห่ง

(2) การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ SMEs และสร้างวิสาหกิจชุมชนต้นแบบผ่านการจัดอบรมผู้ประสานงานพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Development Agent) จำนวน 1 เครือข่าย และยังมี การประสานความร่วมมือเพื่อสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่กลุ่มจังหวัดรวม 5 กลุ่มจังหวัด ประกอบด้วย กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและกลาง กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก และกลุ่มจังหวัดภาคใต้ว่าไทย

(3) การยกระดับผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่มีศักยภาพก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ SMEs โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP สู่อุตสาหกรรมเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพการแข่งขันทั้งด้านการบริหารจัดการ การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดโดยที่ยังมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อบรรลุเป้าหมายในการสร้างงานและสร้างอาชีพให้ชุมชนมีรายได้อย่างต่อเนื่อง

ผลการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ตามรายยุทธศาสตร์แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ภายใต้งบประมาณตามแผนการ
ดำเนินงานด้านการส่งเสริม SMEs โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ (งบประมาณนอก
กองทุนส่งเสริม SMEs)

(1) การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ทางด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัท
ประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) โดยมีการกำหนดรูปแบบการค้ำประกันสินเชื่อ
รูปแบบใหม่จำนวน 1 รูปแบบ พร้อมทั้งได้นำเสนอรูปแบบการค้ำประกันประเภทดังกล่าวต่อ
สถาบันการเงินไปแล้ว ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2553 พบว่าสามารถค้ำประกันสินเชื่อให้ผู้ประกอบ
การ SMEs ได้ในวงเงินรวมกว่า 6,786 ล้านบาท

(2) การจัดตั้งคลินิกค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจกระบวนการ
ขอรับการสนับสนุนสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs
สามารถเข้าถึงและได้รับการอนุมัติสินเชื่อการดำเนินธุรกิจจากสถาบันการเงินมากยิ่งขึ้น โดย
ดำเนินการให้บริการแก่ผู้ประกอบการ SMEs ไปเป็นที่เรียบร้อยแล้วรวม 6 ครั้ง และมีผู้ประกอบ
การ SMEs เข้าใช้บริการจากคลินิกดังกล่าวรวม 321 ราย

(3) การพัฒนาระบบงานให้บริการออกหนังสือสำคัญสำหรับการส่งออก-นำเข้าสินค้า
ด้วยระบบ Digital Signature โดยกรมการค้าต่างประเทศ ซึ่งพบว่า ณ สิ้นปี 2553 มีความ
คืบหน้าระบบงานดังกล่าวไปแล้วกว่าร้อยละ 30

(4) การสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีการดำเนินงาน
โดยอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือเพื่อเป็นศูนย์รวมการวิจัย พัฒนา บ่มเพาะและถ่ายทอด
องค์ความรู้สำหรับพัฒนาศักยภาพการผลิตธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการสร้าง
เชื่อมโยงระหว่างภาคการศึกษา การวิจัยและพัฒนา ซึ่งให้บริการแก่ SMEs ในเรื่องการบริการ
วิเคราะห์ทดสอบ สอบเทียบ อบรมสัมมนา ถ่ายทอดเทคโนโลยี และบริการวิจัยและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์

(5) การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ในด้านพื้นที่ประกอบการ โดยการจัดหาสถานที่
ให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้ระบายสินค้าตามกิจกรรม Factory Outlet โดยมีเป้าหมายจำนวน
สถานประกอบการ SMEs ที่ให้ความสนใจเข้าร่วมออกบูธงานแสดงสินค้ารวม 150 ร้านค้า



การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพการพัฒนางานวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ตามยุทธศาสตร์ของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 – 2554)



บทที่ 9

บทที่ 9

การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพการพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตามยุทธศาสตร์ของแผนการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 – 2554)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ดำเนินการสำรวจ สถานภาพการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเด็นสำคัญที่สะท้อน ผลลัพธ์การพัฒนาตามทิศทางของยุทธศาสตร์ภายใต้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) หรือที่เรียกว่าแผนแม่บทการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์และทิศทางของการส่งเสริม ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ (Capacity Building) มุ่งเน้นการ สร้างสภาพแวดล้อมและสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่เชิงคุณภาพที่ใช้ฐานความรู้ คุณธรรม ทักษะฝีมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมทั้ง การเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการเดิมในการผลิตสินค้าที่แข่งขันได้ ด้วยการสร้าง คุณค่าและเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดระดับกลางขึ้นไป และตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพและความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs ในการ ผลิต เพิ่มมูลค่าเพิ่ม สร้างความแตกต่าง และความสามารถในการแข่งขันของสินค้า อุตสาหกรรม รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างการผลิตจากผู้รับจ้างผลิต (OEM) ไปเป็นผู้สามารถ ออกแบบ (ODM) และเป็นผู้สร้างตราขายี่ห้อ (OBM) ของตนเองได้ในที่สุด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า เป็นการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ และลด ผลกระทบที่เกิดจากการแข่งขันกับธุรกิจการค้าสมัยใหม่ขนาดใหญ่



ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม โดยการสนับสนุนการใช้องค์ความรู้ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ในการสร้างคุณค่าและมูลค่า รวมทั้งความเชื่อมโยงระหว่าง SMEs กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ (LEs)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม SMEs ในภูมิภาคและท้องถิ่น ในยุทธศาสตร์นี้เป็นการส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความเชื่อมโยงธุรกิจของ SMEs ในภูมิภาค รวมทั้งพัฒนาศักยภาพการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย เพื่อการสร้างคุณค่าและยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการของวิสาหกิจในภูมิภาคและท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจสำหรับ SMEs มีทิศทางในการพัฒนาสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ เพื่อมุ่งยกระดับผลิตภาพของ SMEs ให้สูงขึ้น และเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น ตลอดจนสนับสนุนการปรับตัวไปสู่การใช้ฐานความรู้ ทักษะฝีมือ และมีพลวัตสูง SMEs

9.1 สถานภาพในเรื่องการได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ

SMEs ภาคการผลิต การค้า และบริการ จำนวนตัวอย่าง 1,210 ราย รู้จักมาตรฐานสถานประกอบการในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับ SMEs ที่ไม่รู้จักรู้จักมาตรฐานสถานประกอบการ (ร้อยละ 43.2 และร้อยละ 43.8) โดยในกลุ่มที่รู้จักในเรื่องมาตรฐาน ส่วนใหญ่ร้อยละ 51.6 เห็นว่ามีความจำเป็นต่อธุรกิจของตนเอง โดยมีสถานประกอบการ SMEs จำนวนน้อยมากเพียง ร้อยละ 9.5 ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ ซึ่งการได้รับการรับรองส่วนใหญ่อาศัยที่ปรึกษาช่วยในการดำเนินการ ซึ่งส่วนมากไม่ประสบปัญหา-อุปสรรคในการขอรับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ

9.2 สถานภาพในเรื่องการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของ SMEs ภาคการผลิต

จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิต จำนวน 401 ราย ปรากฏว่าผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ ร้อยละ 63.3 รู้จัก มาตรฐานผลิตภัณฑ์และในจำนวนนี้ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.0 เห็นว่ามีความจำเป็นต่อธุรกิจของตนเอง ในเรื่องของการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์กลับพบว่า มี SMEs ในสัดส่วนที่น้อยมากเพียง ร้อยละ 20.7 เท่านั้น ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้ใช้ที่ปรึกษาช่วยในการดำเนินการ ทั้งนี้ การขอรับการรับรองมาตรฐาน ส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการขอรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

9.3 สถานภาพการมีตราหือสินค้า (Brand) ของ SMEs

ผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิต (จำนวน 401 ราย) ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.9 มีตราหือสินค้า (Brand) เป็นของตนเอง โดยใช้ระยะเวลาในการสร้างไม่เกิน 5 ปี การดำเนินการผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาด้วยตนเอง เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และช่วยเพิ่มยอดขาย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า การมีตราหือสินค้าเป็นของตนเอง จะช่วยให้ได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกิจการ และสามารถขยายช่องทางการตลาดในประเทศให้มากขึ้น

9.4 สถานภาพในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตหรือ E-Commerce เพื่อการดำเนินธุรกิจ SMEs ภาคการค้า

จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้า จำนวน 406 ราย ปรากฏว่า ผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 34.2 มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากมีความสะดวก ประหยัด ทัั้งเวลา ต้นทุน และค่าใช้จ่าย ซึ่งในจำนวนนี้เป็นการใช้เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก รองลงมาเป็นการใช้เพื่อการสั่งซื้อ-จำหน่ายสินค้า Online (E-Commerce) สำหรับ SMEs ที่มีการจำหน่ายสินค้า Online ร้อยละ 16.1 ได้รับรองความน่าเชื่อถือในการจำหน่ายสินค้า ในการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่วนมากไม่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการใช้งาน และเห็นว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ในการช่วยให้มีช่องทางการขายมากขึ้น และยังช่วยเพิ่มขนาดตลาดและลูกค้า



9.5 สถานภาพในเรื่องการได้รับการรับรองมาตรฐานด้านบริการ

จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ภาคบริการ จำนวน 403 ราย ส่วนมากร้อยละ 48.1 รู้จักมาตรฐานด้านบริการ ในจำนวนนี้ ร้อยละ 24.8 เห็นว่า มาตรฐานด้านบริการมีความจำเป็นสำหรับธุรกิจของตนเอง ในขณะที่มี SMEs ส่วนน้อยมาก (ร้อยละ 11.2) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานบริการ โดยส่วนใหญ่เป็นมาตรฐานภายในประเทศ การดำเนินการขอรับการรับรองมาตรฐาน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.3 ดำเนินการด้วยตนเอง เนื่องจากมีความรู้และความสามารถเพียงพอรวมทั้งมีความพร้อมด้านบุคลากรอย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนมากไม่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน และเห็นว่า การได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นประโยชน์แก่กิจการในด้านภาพลักษณ์

9.6 สถานภาพในเรื่อง การใช้ ICT ในการบริหารจัดการธุรกิจบริการ

ในการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ภาคบริการ จำนวน 403 ราย พบว่า มีการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการบริหารธุรกิจจำนวนมากถึงร้อยละ 93.8 ส่วนใหญ่เป็นการใช้งานซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ในระบบบัญชี ระบบเงินเดือน ระบบซื้อ-ขาย และระบบการบริหารระบบลูกหนี้-เจ้าหนี้เป็นหลัก โดยมีผู้ประกอบการที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตร่วมด้วยถึงร้อยละ 97.6 เป็นการใช้เพื่อรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และค้นหาข้อมูล ซึ่งผู้ประกอบการ ร้อยละ 68.3 มีเว็บไซต์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้บริการหลังการขาย และรับ-ส่ง E-Mail ทั้งนี้ผู้ประกอบการ SMEs ภาคบริการ เห็นว่าการใช้ ICT ในการบริหารธุรกิจ มีประโยชน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและภาพลักษณ์ของธุรกิจ เป็นสำคัญ

9.7 สถานภาพ SMEs ในการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในภูมิภาค (มอก. มพช. OTOP)

จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิตในภูมิภาค จำนวน 232 ราย ปรากฏว่า ผู้ประกอบการ SMEs ในภูมิภาค ส่วนใหญ่ร้อยละ 64.6 รู้จักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในภูมิภาค โดยในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.3 เห็นว่ามีความจำเป็นและเกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง โดยมี SMEs ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยเพียงร้อยละ 30.2 เท่านั้น โดยดำเนินการขอรับการรับรองด้วยเจ้าของกิจการเป็นหลัก และมีการใช้ที่ปรึกษาช่วยดำเนินการร้อยละ 47.9 การดำเนินงานส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหา-อุปสรรคสำหรับในกรณีที่ประสบปัญหา ส่วนใหญ่เนื่องจากความล่าช้าของหน่วยงานภาครัฐ การมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง และบริการที่ปรึกษาภาครัฐไม่เพียงพอ โดยมีผู้ประกอบการ SMEs ในภูมิภาคเห็นประโยชน์จากการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นการเพิ่มช่องทางและโอกาสการตลาดในประเทศ เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า/ผู้บริโภค และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กิจการ

9.8 สถานภาพในเรื่องการเข้าถึงแหล่งบริการทางเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ SMEs

จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิตและบริการ จำนวนตัวอย่าง 804 ราย สามารถเข้าถึงแหล่งบริการทางเทคโนโลยี ได้เพียงร้อยละ 18.0 โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้บริการประเภทห้องปฏิบัติการเป็นหลัก ร้อยละ 57.2 รองลงมาประเภทศูนย์บ่มเพาะ ร้อยละ 44.1 รูปแบบที่ผู้ประกอบการนิยมใช้ได้แก่ บริการคำปรึกษาแนะนำ รองลงมาเป็นการทดสอบ/ตรวจสอบสินค้า สำหรับปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งบริการทางเทคโนโลยี ส่วนใหญ่เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ไม่รู้จักแหล่งบริการทางเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการ และความไม่เพียงพอของแหล่งที่ให้บริการทางเทคโนโลยี



9.9 สถานภาพการเข้าถึงบริการทางการเงินจากสถาบันทางการเงิน

SMEs ภาคการผลิต การค้า และบริการ จำนวนตัวอย่าง 1,210 ราย สามารถเข้าถึงแหล่งบริการทางการเงิน ร้อยละ 44.0 ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.0) ใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ในลักษณะสินเชื่อประเภทเบิกเงินเกินบัญชี (O/D) ร้อยละ 70.0 โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการทางการเงินเพื่อใช้ในการหมุนเวียนธุรกิจ รองลงมาเพื่อการเพิ่มทุน/ขยายกิจการ ทั้งนี้มีผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 43.4 ที่ประสบปัญหาในการขอรับบริการทางการเงิน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการได้รับวงเงินน้อย ไม่เพียงพอต่อการใช้ในกิจการ รองลงมาเป็นความล่าช้าในการอนุมัติ

9.10 การวิเคราะห์ผลิตภาพการผลิตของ SMEs

9.10.1 การวัดผลการพัฒนา SMEs ด้วยตัวชี้วัดผลิตภาพการผลิต

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ร่วมมือกับมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (สวค.) ดำเนินการวิเคราะห์ผลิตภาพการผลิตของ SMEs ระหว่างปี 2551 - 2552 โดยได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลในกลุ่ม SMEs เป้าหมายจำนวน 748 รายทั่วประเทศ ในระหว่างเดือนกันยายน - ธันวาคม 2553 ใน 7 ภาคการผลิตหลัก ซึ่งแบ่งเป็น ภาคอุตสาหกรรม ภาคการค้า โรงแรมและร้านอาหาร ภาคการขนส่งโลจิสติกส์ ภาคการบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข ภาคการศึกษา และการบริการส่วนบุคคล และเฉพาะในส่วน of ภาคอุตสาหกรรมนั้น ได้ให้ความสำคัญกับ 3 กลุ่มหลัก และ 10 สาขาการผลิต ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมเบา ประกอบไปด้วย สินค้าแฟชั่น (สิ่งทอ เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า และอัญมณี) พลาสติก สิ่งพิมพ์
- กลุ่มอุตสาหกรรมวิศวกรรม ได้แก่ การผลิตโลหะ ยานยนต์และชิ้นส่วน ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
- กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากร ได้แก่ อาหารแปรรูป ยางพารา เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ ได้แก่ สาขาพลังงานทดแทน

9.10.2 กรอบและแนวคิดการวัด Total Factor Productivity (TFP)

ปริมาณและคุณภาพของปัจจัยทุน

ในส่วนของปัจจัยทุนมีการแยกออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ปริมาณและคุณภาพทุน ปริมาณทุน หมายถึง ความเข้มข้นของทุนที่ใช้ในการผลิต กล่าวคือ ยิ่งมีปริมาณทุนมากขึ้น หรือเร่งให้นำเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตมากขึ้น ก็จะช่วยให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น การใช้ปัจจัยทุนในการมีส่วนร่วมในการผลิต จะสะท้อนผ่านการใช้งานของปัจจัยทุน ซึ่งในการถกเถียงครั้งนี้คือ ค่าเสื่อมราคาของปัจจัยทุน กล่าวคือ ยิ่งมีการใช้ปัจจัยทุนมากในการผลิตก็จะมีค่าเสื่อมราคาของทุนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ปริมาณและคุณภาพของปัจจัยแรงงาน

สำหรับปัจจัยแรงงานที่เป็นปัจจัยในการสร้างผลผลิตให้เกิดขึ้นนั้นจะมาจากการใช้กำลังแรงงานที่อยู่ในภาคเศรษฐกิจต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มิ้งงานทำและยังไม่มิ้งงานทำ โดยระดับศักยภาพของการผลิตจะเป็นการใช้กำลังแรงงานในภาคเศรษฐกิจต่างๆ อย่างเต็มศักยภาพจนแรงงานทุกคนมิ้งงานทำ อย่างไรก็ตาม พบว่าการที่เศรษฐกิจไทยเป็นประเทศเปิดและอนุญาตให้แรงงานต่างชาติสามารถเข้ามาทำงานในประเทศไทยได้ ส่งผลให้มีกำลังแรงงานต่างชาติมาเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการผลิตของไทยให้สูงขึ้น

ประสิทธิภาพการผลิตจากปัจจัยอื่นๆ (Total factor productivity from other factors)

ปัจจัยที่ก่อให้เกิด TFP นั้นมาจากหลายแหล่ง อาทิ ปัจจัยคุณภาพแรงงานจากแรงงานที่มีความรู้และประสบการณ์ทำงาน ปัจจัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ และนวัตกรรมต่างๆ รวมถึงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ซึ่งในหลายแหล่งที่มาของประสิทธิภาพทางการผลิตเหล่านี้ ไม่สามารถที่จะประเมินในเชิงปริมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ



9.10.3 ผลการศึกษาผลิตภาพการผลิตโดยรวมของ SMEs

ผลตอบแทนของปัจจัยการผลิต

ปริมาณคุณภาพปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงานส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตในแต่ละภาคเศรษฐกิจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในทุกภาคเศรษฐกิจของ SMEs พบว่า ปริมาณและคุณภาพปัจจัยทุนส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตที่ร้อยละ 34.3 ส่วนปริมาณและคุณภาพปัจจัยแรงงานส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตที่ร้อยละ 65.7 ซึ่งใกล้เคียงกับค่าสัมประสิทธิ์ในระดับประเทศด้วย ส่วนในภาคการผลิตของ SMEs ปริมาณและคุณภาพปัจจัยทุนส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตที่ร้อยละ 28.0 และปริมาณและคุณภาพปัจจัยแรงงานส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตที่ร้อยละ 72.0 ในภาคการค้า ปริมาณและคุณภาพปัจจัยทุนส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตที่ร้อยละ 47.0 ปริมาณและคุณภาพปัจจัยแรงงานส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตที่ร้อยละ 53.0 และภาคบริการ ปริมาณและคุณภาพปัจจัยทุนส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิตที่ร้อยละ 19.8 ส่วนปริมาณและคุณภาพปัจจัยแรงงานส่งผลกระทบต่อมูลค่าเพิ่มผลผลิต ร้อยละ 80.2

ผลิตภาพการผลิตของ SMEs ในภาพรวม

ตารางที่ 9.1 ผลการคำนวณ TFP Growth ในแต่ละภาคเศรษฐกิจของ SMEs

	TFP Growth				
	α	$\beta=1-\alpha$	คำนวณจากปริมาณแรงงานและปริมาณทุน (1)	คำนวณจากปริมาณทุน ปริมาณแรงงาน คุณภาพทุนและคุณภาพแรงงาน (2)	Growth Average (%)
SMEs รวม	0.3426	0.6574	2.54	2.65	2.59
SMEs ภาคการผลิต	0.2802	0.7198	3.75	3.73	3.74
SMEs ภาคการค้า	0.4698	0.5302	8.60	10.08	9.34
SMEs ภาคบริการ	0.1981	0.8019	-1.09	-5.56	-3.32

หมายเหตุ α หมายถึง ความยืดหยุ่นของมูลค่าเพิ่มผลผลิตต่อปริมาณและคุณภาพปัจจัยทุน

β หมายถึง ความยืดหยุ่นของมูลค่าเพิ่มผลผลิตต่อปริมาณและคุณภาพปัจจัยแรงงาน

ผลจากสมการถดถอยและค่า TFP Growth ของ SMEs เฉลี่ยต่อปีเท่ากับร้อยละ 2.59 โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของคุณภาพของปัจจัยทุนเท่ากับร้อยละ 0.89 และการเพิ่มขึ้นของคุณภาพของปัจจัยแรงงานเท่ากับร้อยละ 1.70 หากปรับปรุงหรือเปลี่ยนเครื่องจักรจากที่มีอายุการใช้งานเฉลี่ย 9 ปีในปัจจุบัน ให้มีอายุการใช้งานลดลงเหลือ 3 - 6 ปี (ปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเครื่องจักรใหม่) จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3426 ในขณะที่ถ้าประสิทธิภาพของแรงงานและระดับการศึกษาของแรงงานที่มีค่าเฉลี่ยในปัจจุบันอยู่ที่ 10.5 ปี ให้เพิ่มขึ้นเป็น 13.5 ปีขึ้นไป จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 0.6574

ผลิตภาพการผลิตของ SMEs ภาคการผลิต

ผลจากสมการถดถอยและการคำนวณค่า TFP Growth ของ SMEs ในภาคการผลิต เฉลี่ยต่อปีเท่ากับร้อยละ 3.74 โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของคุณภาพปัจจัยทุนเท่ากับร้อยละ 1.04 และการเพิ่มขึ้นของคุณภาพของปัจจัยแรงงานเท่ากับร้อยละ 2.69 หากปรับปรุงเครื่องจักรให้มีอายุการใช้งานเฉลี่ยน้อยลงเป็น 3 - 6 ปี จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2802 ในขณะที่ถ้าประสิทธิภาพของแรงงานและระดับการศึกษาของการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 13.0 ปี ขึ้นไป จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 0.7198

ผลิตภาพการผลิตของ SMEs ภาคการค้า

ผลจากสมการถดถอยและการคำนวณค่า TFP Growth ในกลุ่ม SMEs ภาคการค้า เฉลี่ยต่อปีเท่ากับร้อยละ 9.34 โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของคุณภาพของปัจจัยทุนเท่ากับร้อยละ 4.38 และการเพิ่มขึ้นของปัจจัยแรงงานเท่ากับร้อยละ 0.4698 หากปรับปรุงสภาพการใช้งานของเครื่องจักรให้มีอายุการใช้งานเฉลี่ยต่ำกว่า 3 - 6 ปี จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.46 ในขณะที่ประสิทธิภาพแรงงานและระดับการศึกษาเพิ่มขึ้นเป็น 13.5 ปี ขึ้นไป จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 0.5302



ผลิิตภาพการผลิตของ SMEs ภาคบริการ

ผลจากสมการถดถอยและการคำนวณค่า TFP Growth ของ SMEs ในกลุ่มภาคบริการ เฉลี่ยต่อปีเท่ากับ -3.32 โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของปัจจัยทุน ร้อยละ -3.13 และการเพิ่มขึ้นของคุณภาพของปัจจัยแรงงานเท่ากับร้อยละ -2.66 หากปรับปรุงสภาพการใช้งานของ เครื่องจักรในภาคบริการมีอายุเฉลี่ยการใช้งานที่ 3 - 6 ปี จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1981 ในขณะที่ประสบการณ์ของแรงงานและระดับการศึกษาภาคบริการเพิ่มขึ้นเป็น 14.7 ปี จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 0.8019

9.10.4 บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษามูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในช่วงปี 2550 - 2552 ในภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเจริญเติบโตของมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ร้อยละ 8.31 ต่อปี โดยเป็นการเติบโตที่มาจาก TFP ผลิิตภาพการผลิต (TFP Growth) เฉลี่ย ร้อยละ 2.59 ซึ่งมาจากคุณภาพของทุนร้อยละ 0.89 และคุณภาพของแรงงานร้อยละ 1.70 และที่เหลือส่วนใหญ่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณทุนและแรงงานอีกร้อยละ 5.71 ทั้งนี้ ถ้า สภาพการใช้งานของเครื่องจักรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดเพิ่มขึ้นจากที่เป็น อยู่ในปี 2551 และ 2552 ที่ระดับร้อยละ 70.2 และอายุเฉลี่ยของเครื่องจักร 9.0 ปี โดยเปลี่ยน หรือปรับปรุงเป็นเครื่องจักรให้มีอายุการใช้งานเฉลี่ยลดลงเหลือ 3 - 6 ปีและมีสภาพการใช้งาน ได้โดยเฉลี่ยร้อยละ 81.4 จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นได้อีกร้อยละ 0.3426 ในขณะที่ถ้า ประสบการณ์ของแรงงาน/ระดับการศึกษาของแรงงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งหมดสูงกว่าที่เป็นอยู่ในปี 2551 และ 2552 ที่ระดับเฉลี่ย 4.6 ปี/ระดับการศึกษาเฉลี่ย 10.5 ปี (มัธยมปลาย หรือ ปวช.) เป็น 4 ปี และระดับการศึกษาเพิ่มขึ้นเป็น 13.5 ปี (มหาวิทยาลัย หรือ ปวส.) ขึ้นไป จะทำให้ TFP Growth เพิ่มขึ้นได้อีกร้อยละ 0.6574



สรุปแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559)



บทที่ 10

บทที่ 10

สรุปแผนการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 - 2559)

10.1 ทิศทางการส่งเสริม

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) เสนอผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2550 ซึ่งทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555 - 2559) จะมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในเชิงคุณภาพ ประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์และนวัตกรรม ให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจรายย่อย กระตุ้นให้เกิดการรวมตัวและเชื่อมโยงกันทางธุรกิจ เน้นการพัฒนาเชิงพื้นที่โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ในด้านการเสริมสร้างศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมสู่การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเปิดเสรี จะมุ่งเน้นการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการค้าและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

10.2 วิสัยทัศน์การส่งเสริม

พัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย

10.3 เป้าหมายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2555 - 2559

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ไม่น้อยกว่า 250,000 วิสาหกิจ ภายในปี 2559
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขากลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงลึกไม่น้อยกว่า 30,000 ราย ภายในปี 2559
- เครือข่ายวิสาหกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาให้มีความเข้มแข็งไม่น้อยกว่า 60 เครือข่ายวิสาหกิจต่อปี
- บัณฑิตวิทยาลัยในการดำเนินธุรกิจได้รับการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขเพื่อให้ลดอุปสรรคและเอื้ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น
- การบริหารจัดการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีประสิทธิภาพและทำงานเชิงบูรณาการ

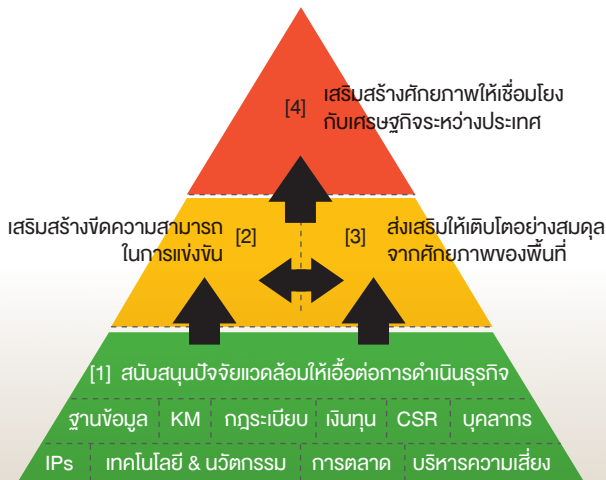
10.4 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ปี พ.ศ. 2555 - 2559

สว. ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 - 2559) ขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของโลกปัจจุบัน โดยแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 - 2559) กำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้



ยุทธศาสตร์ที่ 1	สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
ยุทธศาสตร์ที่ 2	เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
ยุทธศาสตร์ที่ 3	ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่
ยุทธศาสตร์ที่ 4	เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 3 : ภาพรวมยุทธศาสตร์



10.4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

ในการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องดำเนินการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐาน 2 ส่วน คือ

- การสร้างปัจจัยแวดล้อมเพื่อให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกระดับการเติบโตของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายการทำงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐอย่างมีบูรณาการ
- การสร้างภูมิคุ้มกันจากปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกประเทศ การฟื้นฟู และบรรเทาผลกระทบ ที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากสถานการณ์ฉุกเฉินและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาศักยภาพหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒनावิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พัฒนาให้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถ เข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ เข้าใจแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งผลักดันให้มีสถาบันสำหรับการพัฒนาความรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ระดับผู้กำหนดนโยบายจนถึงระดับเจ้าหน้าที่ เพื่อให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และข้อมูลองค์ความรู้เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการส่งเสริมและดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พัฒนาระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการเชื่อมโยงและบูรณาการการจัดทำข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้สามารถอ้างอิงข้อมูลได้จากฐานข้อมูลเดียวกัน ลดความซ้ำซ้อนของการจัดทำระบบฐานข้อมูล เกิดความ



ค้ำค่า และเป็นประโยชน์ในการวางแผนการส่งเสริมและการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งขยายและสร้างช่องทางให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

กลยุทธ์ที่ 1.3 ทบทวน ปรับปรุง และผลักดัน กฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการภาษี และการให้สิทธิประโยชน์ เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลักดันให้เกิดการทบทวน ปรับปรุง แก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบ ขั้นตอน วิธีการปฏิบัติ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการทางด้านธุรกิจ เพื่อลดอุปสรรค อำนวยความสะดวก สร้างโอกาสให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมให้ภาครัฐใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือในการสร้างแรงจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดำเนินการตามทิศทางที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ อาทิ การลดอัตราภาษี การให้สิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริมการลงทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ภาครัฐจัดให้ เป็นต้น รวมทั้งการใช้กฎหมาย กฎระเบียบเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมจริยธรรม คุณธรรม ความโปร่งใส เพื่อลดความได้เปรียบ/เสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 1.4 เสริมสร้างระบบและเตรียมความพร้อมเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงเงินทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทางการเงิน

ส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าถึงเงินทุนได้มากขึ้น โดยการเตรียมความพร้อมให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงินให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การเชื่อมโยงบริการทางการเงินกับโครงการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของหน่วยงานต่างๆ การเพิ่มช่องทางหรือโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทั้งตลาดเงิน ตลาดทุน และแหล่งเงินทุนอื่นๆ การปรับปรุงระบบการค้ำประกันสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการส่งเสริมระบบข้อมูลกลางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และผลักดันให้หน่วยงานแหล่งเงินทุนต่างๆ นำข้อมูลจากฐานข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในประกอบการพิจารณา

กลยุทธ์ที่ 1.5 สร้างความเข้มแข็งให้แก่กลไกและเครือข่ายการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลักดันให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นวาระแห่งชาติ และส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปใช้เป็นกรอบการดำเนินงานและจัดสรรงบประมาณ รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค พร้อมทั้งสร้างกลไกการติดตามและประเมินผล และพัฒนาตัวชี้วัดการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กลยุทธ์ที่ 1.6 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้หลัก ธรรมาภิบาล และสนับสนุนการประกอบธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และใช้ธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจ เช่น การสนับสนุนเงินทุน การให้สิทธิประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ (ภาษี การส่งเสริมการลงทุน ค่าธรรมเนียม) เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 1.7 สร้างกลไกและระบบการยกระดับความรู้ความสามารถทักษะบุคลากร ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการจัดการ การผลิตให้ สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ

ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ โดยการพัฒนากลยุทธ์การศึกษา การเรียนการสอนที่เน้นการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ส่งเสริมให้นาระบบการจ่ายค่าตอบแทนตามมาตรฐานฝีมือแรงงานมาใช้ให้มากขึ้น การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาบุคลากรโดยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ พร้อมทั้ง ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาผู้ให้บริการแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (นักวินิจฉัยชี้แจงและที่ปรึกษา) ให้มีศักยภาพและความสามารถในการให้บริการ มีจำนวนที่เพียงพอ และมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงได้



กลยุทธ์ที่ 1.8 เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยให้บริการด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ทรีพีสิน ทางปัญญา คุณภาพมาตรฐานและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง

สนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การวิจัย และพัฒนา นวัตกรรม และทรีพีสินทางปัญญาไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยการให้ความรู้ สนับสนุนเงินทุน สิทธิประโยชน์ และข้อมูลให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพของหน่วยที่ให้บริการด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ทรีพีสินทางปัญญา และการรับรองมาตรฐาน เพื่อให้มีความเพียงพอ และสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กลยุทธ์ที่ 1.9 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาดให้แก่วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

ส่งเสริมการสร้างเครื่องมือและกลไกเพื่ออำนวยความสะดวกทางด้านการตลาดให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การส่งเสริมพื้นที่ทางการค้าสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจัดให้มีบริการทางการค้าอย่างครบวงจร การส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ การสร้างกลไกตลาดที่มีจริยธรรม คุณธรรม ความโปร่งใส รวมทั้งส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีบทบาทในการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐมากขึ้น เช่น การกำหนดสัดส่วนการจัดซื้อจัดจ้าง การกำหนดโครงการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นการเฉพาะแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การปรับปรุงกฎระเบียบและแนวทางปฏิบัติ การให้สิทธิพิเศษในการยื่นข้อเสนอโครงการ เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 1.10 สร้างภูมิคุ้มกัน ฟื้นฟู และบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม

สนับสนุนและส่งเสริมการสร้างความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินในรูปแบบต่างๆ เช่น ภัยธรรมชาติ การชุมนุมต่างๆ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ เพื่อให้สามารถแก้ไข ฟื้นฟู และบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกำหนดมาตรการช่วยเหลือต่างๆ เช่น การจัดสรรเงินกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การระดมทุน การลดภาระค่าใช้จ่าย การเสริมสภาพคล่อง การจัดหาพื้นที่ประกอบการ พร้อมทั้ง

สนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญกับการสร้างภูมิคุ้มกันจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ เช่น การบริหารความเสี่ยงจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ (อาทิ การทำประกันภัย การทำสัญญาซื้อ-ขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า) และการสนับสนุนการจัดทำระบบศูนย์ข้อมูลระบบเตือนภัยให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

10.4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ การเพิ่มผลิตภาพในการดำเนินธุรกิจ การยกระดับความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การบริหารจัดการ มาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการ การขยายโอกาสทางการตลาด และการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจัยเหล่านี้จะมีส่วนสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการมีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

**กลยุทธ์ที่สำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมไทย ได้แก่**

กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มผลิตภาพและพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

จะต้องมีการวิเคราะห์ ประเมินศักยภาพของธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และนำมาเป็นแนวทาง ในการปรับปรุง พัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มผลผลิต



กลยุทธ์ที่ 2.2 ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การรวมกลุ่มและการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ

เป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเข้มแข็ง และมีศักยภาพทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น จากการนำศักยภาพที่แตกต่างกันมาเกื้อหนุนกัน และเชื่อมโยงการค้าเงินธุรกิจร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยพัฒนาเครือข่ายร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้ระหว่างสมาชิก ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งเป็นการสนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity)

กลยุทธ์ที่ 2.3 พัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรม

สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด ภาครัฐควรกระตุ้นให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์โดยการสนับสนุนที่ปรึกษา เชี่ยวชาญ และเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการโดยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา สนับสนุนให้มีการทำวิจัยและพัฒนาเชิงประยุกต์และใช้ประโยชน์จากงานศึกษาวิจัยที่มีอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2.4 ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมให้ได้มาตรฐานสากล

การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง และยกระดับการผลิตสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ (Professional Certification) และเกณฑ์คุณภาพธุรกิจในธุรกิจภาคการค้าและบริการ

กลยุทธ์ที่ 2.5 สร้างโอกาสและเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

การพัฒนาด้านการตลาดสามารถดำเนินการได้โดยการให้ความรู้พื้นฐานด้านการตลาด สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาด พัฒนาตราสินค้า และเพิ่มช่องทางการตลาดอย่างทั่วถึงในประเทศและระหว่างประเทศ เช่น การค้าผ่านระบบสารสนเทศ กิจกรรมการค้าระหว่างประเทศ (Trading Firm) เป็นต้น โดยการพัฒนาร้านค้าส่งให้สามารถช่วยเหลือและเชื่อมโยงกับร้านค้าปลีกดั้งเดิม เพื่อยกระดับภาคการค้าในภาพรวม และสนับสนุนให้มีการนำข้อมูลด้านการตลาดเชิงลึกมาใช้ประโยชน์ประกอบในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 2.6 พลิกฟื้นธุรกิจเพื่อความอยู่รอด

สามารถทำได้โดยการสนับสนุนที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญในการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนด้วยมาตรการทางการเงิน เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถฟื้นฟูธุรกิจและปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งส่งเสริมให้มีหน่วยงานกลางทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล ประสานงานเพื่อช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการปรับปรุงธุรกิจ และ ชายหรือซื้อกิจการ

กลยุทธ์ที่ 2.7 สร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่

สามารถดำเนินการได้โดยการสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เสริมสร้างทัศนคติและประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจให้แก่นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป เสริมสร้างความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าสูง และส่งเสริมให้มีการจดทะเบียนนิติบุคคล สนับสนุนให้มีวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) และเครือข่ายของวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ รวมทั้งสร้างผู้ประกอบการการค้า (Merchandizer) เพื่อกระตุ้นและเชื่อมโยงให้ผู้ผลิตสินค้าสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการได้มากขึ้น



10.4.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่าง สมดุลตามศักยภาพของพื้นที่

มุ่งเน้นการส่งเสริมตามความหมายของศักยภาพพื้นที่ดังกล่าว รวมถึงยังส่งเสริม
การบูรณาการการสร้างเครือข่ายการทำงาน และกลไกการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในระดับพื้นที่ และระหว่างพื้นที่ โดยกลยุทธ์ที่สำคัญในการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 3.1 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการชุมชน ให้พัฒนาบนพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

เสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้ง
ผู้ประกอบการชุมชนอย่างสมดุล ด้วยการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ
สร้างคุณค่าทางสังคม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความหลากหลายและความ
แตกต่างของพื้นที่ ใช้ประโยชน์จากข้อมูลในพื้นที่ พัฒนาความรู้และทักษะฝีมือแรงงานในแต่ละ
พื้นที่ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ
พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าและ/หรือแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้ง
จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยการพัฒนา
ความเข้มแข็งขององค์กรการเงินระดับฐานราก

กลยุทธ์ที่ 3.2 เพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตเศรษฐกิจ ชายแดนและพื้นที่ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ

พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแรงงานในพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดน
และพื้นที่ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ ให้มีความรู้ ความสามารถ พร้อมรับและพร้อมรุกภายใต้บริบท
ใหม่ทางเศรษฐกิจซึ่งจะเกิดขึ้นภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน
และประเทศในภูมิภาค ตลอดจนพัฒนาพื้นที่ให้เอื้อต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3.3 สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้ประโยชน์และบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ เห็นถึงความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการที่มีคุณลักษณะพิเศษ ซึ่งสะท้อนลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ตามแหล่งภูมิศาสตร์ รวมทั้งผลักดันให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และคำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อมในพื้นที่

กลยุทธ์ที่ 3.4 การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงสร้างความเข้มแข็ง เครือข่ายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในระดับพื้นที่

ส่งเสริมการบูรณาการและสร้างเครือข่ายการทำงาน เพิ่มบทบาทของหน่วยงานและพัฒนากลไกการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งในระดับพื้นที่ และระหว่างพื้นที่ โดยการให้คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.น.จ.) ทบทวนองค์ประกอบคณะกรรมการ เพื่อให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นองค์ประกอบของคณะกรรมการทุกระดับ ผลักดันนโยบายและแนวทาง เพิ่มประสิทธิภาพการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่อย่างทั่วถึง และสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างแท้จริง

10.4.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการค้าในธุรกิจกับต่างประเทศ จำเป็นต้องมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อตกลงภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งจะมีผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจในธุรกิจสาขาต่างๆ การสนับสนุนการปรับปรุงการประกอบธุรกิจให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเตรียมพร้อมและรองรับการแข่งขันที่มากขึ้น



ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมศักยภาพและขยายโอกาสการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจ在不同ประเทศ

กลยุทธ์ที่สำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 4.1 เสริมสร้างความพร้อมให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน

เพื่อเผยแพร่ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศซึ่งมีผลต่อการประกอบธุรกิจในหลายๆ สาขาธุรกิจ เช่น ข้อตกลงภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการเปิดเสรีทางการค้า ให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สนับสนุนการศึกษาทิศทางผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่อนำสาขาธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบ ตลอดจนปรับปรุงการประกอบธุรกิจให้สามารถรองรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4.2 เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ

เสริมสร้างความรู้ความสามารถให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการดำเนินธุรกิจการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ

กลยุทธ์ที่ 4.3 สร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับธุรกิจในต่างประเทศ

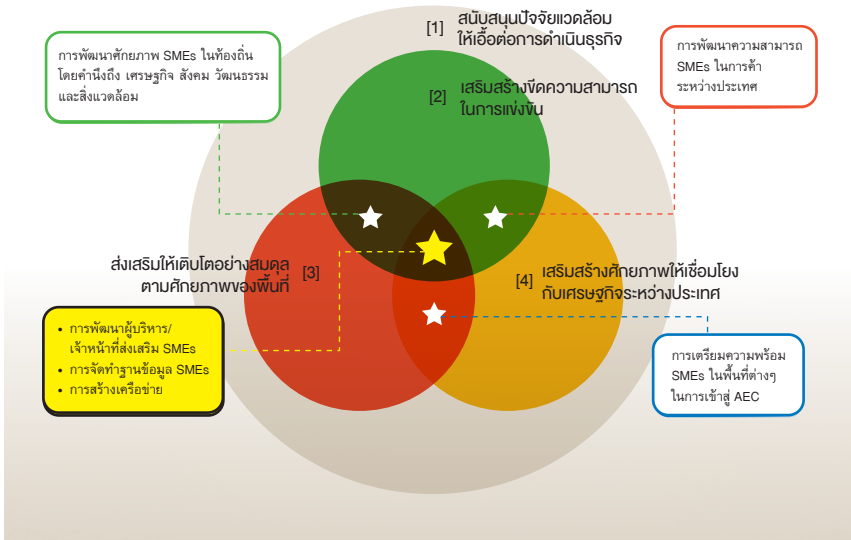
สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจในต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน เพื่อการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทั้งในระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลก

10.5 ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์และประเด็นการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้ ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 - 2559) ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ และยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ มีความเกี่ยวเนื่องกันในด้านปัจจัยแวดล้อม ซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกมิติ การพัฒนาหน่วยงานและบุคลากร (ทั้งระดับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่) ที่มีหน้าที่ในการให้บริการและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนาเครือข่าย การรวมกลุ่มทั้งในระดับธุรกิจรายสาขา (Cluster) ระดับกลุ่มผู้ประกอบการ หรือระดับพื้นที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการจัดทำฐานข้อมูล ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญสำหรับทุกยุทธศาสตร์ ขณะที่การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในท้องถิ่นโดยคำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในท้องถิ่น (ยุทธศาสตร์ที่ 2 และ 3) รวมทั้งจะต้องพัฒนาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทย โดยการเตรียมความพร้อมให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ (ยุทธศาสตร์ที่ 3 และ 4) ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพให้สามารถขยายการค้าและการลงทุนไปยังต่างประเทศได้ (ยุทธศาสตร์ที่ 2 และ 4) ดังแผนภาพ



แผนการส่งเสริมฯ ฉบับที่ 3 : ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์



10.6 เงื่อนไขปัจจัยความสำเร็จของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(1) การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดทำฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศให้มีข้อมูลที่สมบูรณ์ ครบถ้วน และสามารถใช้อ้างอิงข้อมูลจากฐานเดียวกันเพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งสร้างองค์ความรู้และจำเป็นต้องทบทวน ปรับปรุง และผลักดันกฎหมาย กฎระเบียบ และสิทธิประโยชน์ของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(2) การส่งเสริมและพัฒนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอ ต่อเนื่อง และสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถพัฒนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดความเข้มแข็ง ยั่งยืนและเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

(3) แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะสัมฤทธิ์ผลและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นอันได้แก่ คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) และคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.ก.) จะต้องนำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานอย่างมีความเชื่อมโยง และเกื้อหนุนระหว่างกัน เพื่อให้การบูรณาการและมีพลังขับเคลื่อนอย่างมีทิศทางเดียวกัน

(4) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ ภาคเอกชนทุกระดับ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่เป็นระบบ และต่อเนื่อง ทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความรู้ อื่นๆ ที่ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งเข้าใจถึงนโยบายและทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ อันจะส่งผลให้การดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างแท้จริง