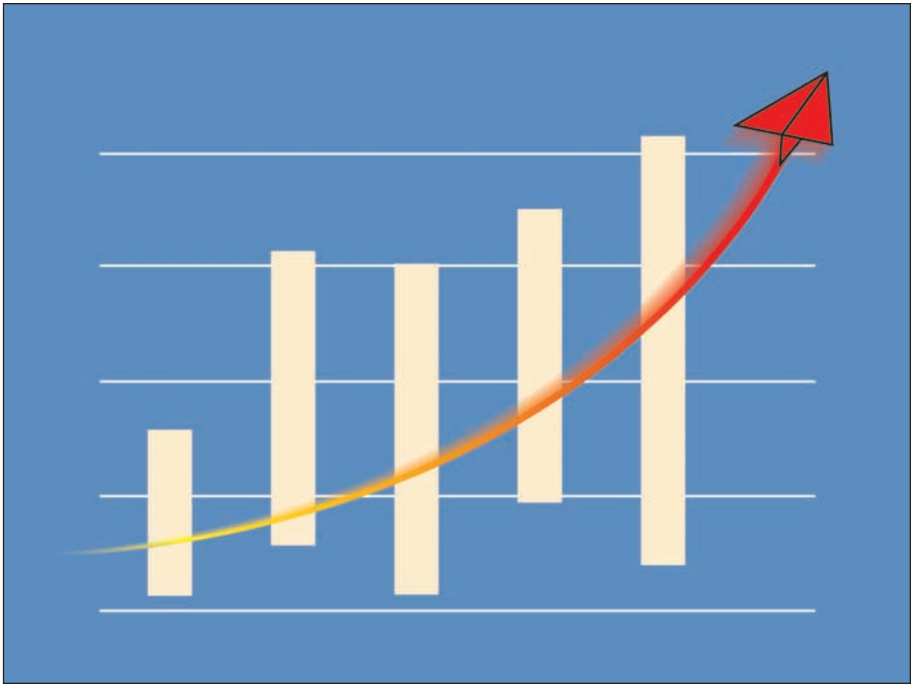
รายงานสถานการณ์
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ปี 2545



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545

ผู้แต่ง :

สำนักวิจัยและพัฒนา

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เลขมาตรฐานประจำหนังสือ : ISBN 974-91412-8-8

เจ้าของ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

พิมพ์ครั้งแรก : ตุลาคม 2546

จำนวนพิมพ์ : 1,000 เล่ม

จัดพิมพ์โดย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

21 อาคาร ทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น 17, 19 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร

กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2278-8800 โทรสาร 0-2273-8850

Website : www.sme.go.th

พิมพ์ที่

ไอเดีย อินสแตนท พริ้นทิ่ง

501/1 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ 0-2285-2368, 0-2285-2835

โทรสาร 0-2285-2368

คำนำ

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 เป็นงานศึกษาที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จัดทำขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูลภาวะและแนวโน้มในระดับภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งบทวิเคราะห์ที่เป็นประเด็นสำคัญในรอบปี พ.ศ. 2545 ให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สำหรับใช้ประกอบในการกำหนดแนวทางส่งเสริมและให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและข้อเท็จจริงในปีดังกล่าว

รายงานฉบับนี้ประกอบด้วยสาระสำคัญสี่ส่วน ส่วนที่หนึ่ง เป็นการสรุปภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เพื่อเป็นการฉายภาพนำเกี่ยวกับเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในส่วนถัดไป ส่วนที่สองแสดงถึงสถานภาพและแนวโน้มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ ส่วนที่สาม เป็นส่วนที่นำประเด็นสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาอธิบายเชิงลึก โดยในฉบับนี้เป็นเรื่องการเพิ่มผลผลิตของวิสาหกิจ 5 เรื่อง ตามยุทธศาสตร์เป้าหมายสำคัญที่รัฐบาลต้องการส่งเสริม ประกอบด้วย อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก และธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในส่วนที่สามนี้ สำนักงานฯ ได้รับความร่วมมือทางวิชาการและการสำรวจรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาจากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ส่วนที่สี่ เป็นการทบทวนนโยบายและมาตรการของรัฐ เพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในรอบปี พ.ศ. 2545 และเนื่องจากปัจจุบัน การค้าขายในระดับภูมิภาคและระดับโลกมีความสำคัญต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นโดยลำดับ สำนักงานฯ จึงได้นำ

เสนอเรื่องของกรอบการเจรจาการค้าที่สำคัญทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคีไว้ในส่วนที่สี่ของรายงานฉบับนี้ด้วย

สำนักงานฯ ขอขอบคุณหน่วยงานที่ให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนข้อมูลประกอบการจัดทำรายงานฉบับนี้ รวมทั้งขอขอบคุณผู้ที่ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงรายงานให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในโอกาสต่อไป

(นายวิวัฒน์ วินิจฉัยกุล)

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สารบัญ

สารบัญ ก-1

สารบัญตาราง ก-6

สารบัญภาพ ก-13

ส่วนที่ 1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจปี 45

บทที่ 1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจปี 45 1

ส่วนที่ 2 สถานภาพและแนวโน้มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

บทที่ 2 ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 7

2.1 นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 8

2.2 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 9

2.3 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะของวิสาหกิจ 10

2.4 การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามภูมิภาค 11

2.5 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดที่สำคัญ 14

2.6 รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย 15

2.7 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต 16

2.8 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ 18

2.9 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ 19
2.10 การจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 20
2.11 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามลักษณะวิสาหกิจ 21
2.12 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต 23
2.13 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ 25
2.14 การส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 26
2.15 มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 28
2.16 การจัดตั้งและเลิกกิจการของวิสาหกิจ 31

ส่วนที่ 3 ระดับการเพิ่มผลผลิตในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 3 การเพิ่มผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญของประเทศไทย 35
3.1 ภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตของประเทศเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก 35
3.2 การเพิ่มผลผลิต (Productivity Performance) ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สำคัญในประเทศไทย 44
3.3 การเปรียบเทียบระดับการเพิ่มผลผลิตระหว่างภาคการผลิต และภาคการค้า และภาคบริการ 46

บทที่ 4 **การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป** 49
4.1 ภาวะทั่วไป การผลิต การจ้างงาน และการลงทุน 49
4.2 การตลาด 52
4.3 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม 56
4.4 ทัศนคติ แนวคิดและปัญหาในการบริหารงาน 70

บทที่ 5 **การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมรองเท้า และเครื่องหนัง** 75
5.1 ภาวะทั่วไป การผลิต การจ้างงาน และการลงทุน 75
5.2 การตลาด 78
5.3 การเพิ่มผลผลิต (Productivity)ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม 83
5.4 ทัศนคติ แนวคิดและปัญหาในการบริหารงาน 99

บทที่ 6 **การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์** 103
6.1 ภาวะทั่วไป การผลิต การจ้างงาน และการลงทุน 103
6.2 การตลาด 105
6.3 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม 107
6.4 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน 122

บทที่ 7 **การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก** 129
7.1 ภาวะทั่วไป การจ้างงาน และการลงทุน 129
7.2 ระดับการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก 131
7.3 แนวโน้มธุรกิจค้าส่งค้าปลีก 133
7.4 ภาวะทั่วไปของธุรกิจค้าส่ง 135

7.5 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม 138
7.6 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน 155
7.7 ภาวะทั่วไปของธุรกิจค้าปลีก 158
7.8 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม 161
7.9 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน 177

บทที่ 8 การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจโรงแรม 181
8.1 ภาวะทั่วไป การจ้างงาน และการลงทุน 181
8.2 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม 192
8.3 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน 206

ส่วนที่ 4 นโยบายรัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 9 นโยบายและมาตรการรัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) 211
9.1 ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์หลัก 212
9.2 ผลการดำเนินงานมาตรการทางด้านการเงิน 214
9.3 ผลการดำเนินงานตามมาตรการด้านภาษีและกฎระเบียบ 216
9.4 ผลการดำเนินงานตามมาตรการทางด้านการตลาด 217
9.5 ผลการดำเนินงานตามมาตรการด้านทรัพยากรมนุษย์ 220
9.6 ผลการดำเนินงานตามมาตรการด้านเทคโนโลยี 221

บทที่ 10 กรอบการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 223

10. 1 องค์การการค้าโลก (WTO) กับการเข้าเป็นสมาชิกของไทย 224

10.2 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation : APEC) 235

10.3 กรอบเจรจาการค้า ASEAN : เขตการค้าเสรี ASEAN (ASEAN Free Trade Area : AFTA) 239

10.4 กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่าง ASEAN กับ จีน (ASEAN + China) 247

10.5 ผลประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน 249

10.6 ตารางพันธกรณีของไทยต่อข้อผูกพันกรอบเจรจาการค้าระหว่างประเทศของไทย 252

สารบัญตาราง

บทที่ 1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจปี 2545

ตารางที่ 1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ 1

ตารางที่ 1.2 อัตราการขยายตัวของการใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศที่แท้จริง 2

ตารางที่ 1.3 อัตราขยายตัวของมูลค่าที่แท้จริงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ 2

ตารางที่ 1.4 เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญปี 2543-2545 4

บทที่ 2 ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 2.1 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจภาคการผลิต ปี 2545 17

ตารางที่ 2.2 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจภาคการบริการ ปี 2545 18

ตารางที่ 2.3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ พ.ศ. 2541 - 2545 20

ตารางที่ 2.4 จำนวนการจ้างงานจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจภาคการผลิต ปี 2545 23

ตารางที่ 2.5 จำนวนการจ้างงานจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจภาคการบริการ ปี 2545 25

ตารางที่ 2.6 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุน ปี 2545 26

ตารางที่ 2.7 จำนวน เงินลงทุน การจ้างงาน ของ SMEs จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ 27

ตารางที่ 2.8 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 - 2544 30
ตารางที่ 2.9 จำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่และเลิกกิจการ ปี 2541-2545 31

บทที่ 3 การเพิ่มผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญของประเทศไทย

ตารางที่ 3.1 อันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยตามผลการจัดอันดับของ IMD ปี 2545 37
ตารางที่ 3.2 อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเอเชีย (เทียบกับ 49 ประเทศ) ตามผลการจัดอันดับของ IMD ปี 2545 39
ตารางที่ 3.3 อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประเทศในเอเชียตามผลการจัดอันดับของ IMD ปี 2545 39
ตารางที่ 3.4 องค์ประกอบของเกณฑ์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของธุรกิจและอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยในปี 2544 41
ตารางที่ 3.5 อันดับความสามารถทางการแข่งขันของไทยในเกณฑ์ปัจจัยด้าน Productivity 43
ตารางที่ 3.6 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตจำแนกตามกลุ่มกิจการ 46

บทที่ 4 การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ตารางที่ 4.1 โครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตั้งแต่ปี 2540-2544 50

ตารางที่ 4.2 สถิติการประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในปี 2544-2545 51

ตารางที่ 4.3 มูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตั้งแต่ปี 2542-2545 53

ตารางที่ 4.4 ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย ตั้งแต่ปี 2543-2545 55

ตารางที่ 4.5 มูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตั้งแต่ปี 2542-2545 55

ตารางที่ 4.6 สัดส่วนทางการเงินด้านต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม 58

ตารางที่ 4.7 สัดส่วนด้านยอดขายรวมในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม 61

ตารางที่ 4.8 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม 65

ตารางที่ 4.9 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม 70

บทที่ 5 การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมรองเท้า และเครื่องหนัง

ตารางที่ 5.1 ตลาดส่งออกรองเท้าและชิ้นส่วนของประเทศไทย 80

ตารางที่ 5.2 ตลาดส่งออกเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัดของประเทศไทย 81

ตารางที่ 5.3 ส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนังของไทยในตลาดสหรัฐฯ 82

ตารางที่ 5.4 สัดส่วนทางการเงินด้านต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม 85

ตารางที่ 5.5 สัดส่วนด้านยอดขายรวมในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนัง จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ 89

ตารางที่ 5.6 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนัง จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ 97

ตารางที่ 5.7 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนัง จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม 99

บทที่ 6 การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

ตารางที่ 6.1 ปริมาณการผลิตยานยนต์ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2540-2545 105

ตารางที่ 6.2 การจำหน่ายยานยนต์ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2540-2545 106

ตารางที่ 6.3 การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย ตั้งแต่ปี 2540-2545 (ล้านบาท) 107
ตารางที่ 6.4 โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 111
ตารางที่ 6.5 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวมในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ 112
ตารางที่ 6.6 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม 119
ตารางที่ 6.7 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ 122

บทที่ 7 การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก

ตารางที่ 7.1 แสดงผลิตภาพแรงงานของภาคการค้าส่งและค้าปลีกในช่วงปี 2538-2545 132
ตารางที่ 7.2 ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของภาคการค้าส่งและค้าปลีก 133
ตารางที่ 7.3 จำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งที่เป็นธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมปี 2545 135
ตารางที่ 7.4 จำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งที่เป็น SMEs จำแนกตามสัดส่วนต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็น SMEs ปี 2545 136
ตารางที่ 7.5 จำนวนกิจการค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายและกิจกรรมทางเศรษฐกิจปี 2545 138

ตารางที่ 7.6 โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน ในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดธุรกิจ 141
ตารางที่ 7.7 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวมใน ธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 145
ตารางที่ 7.8 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 149
ตารางที่ 7.9 ตัวชี้วัดผลตอบแทนพนักงานต่อคนใน ธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 155
ตารางที่ 7.10 จำนวนกิจการธุรกิจค้าปลีกขนาดกลาง ขนาดย่อม ปี 2545 158
ตารางที่ 7.11 จำนวนธุรกิจค้าปลีกที่เป็น SMEs จำแนกตามสัดส่วนต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่เป็น SMEs ปี 2545 159
ตารางที่ 7.12 จำนวนธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย และกิจกรรมทางเศรษฐกิจปี 2545 160
ตารางที่ 7.13 โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน ในธุรกิจค้าปลีก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 165
ตารางที่ 7.14 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวมในธุรกิจ ค้าปลีก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 166
ตารางที่ 7.15 อัตรากำไรสุทธิในธุรกิจค้าปลีก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 168
ตารางที่ 7.16 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าปลีก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 174
ตารางที่ 7.17 ตัวชี้วัดผลตอบแทนพนักงานต่อคน ในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 175

บทที่ 8 การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจโรงแรม

ตารางที่ 8.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ปี 2542 และ 2543 183

ตารางที่ 8.2 สัดส่วนห้องพักต่อสถานประกอบการ ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค 188

ตารางที่ 8.3 อัตราการขยายตัวจำนวนห้องพักในแหล่งท่องเที่ยว ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค 188

ตารางที่ 8.4 จำนวนแรงงานในสถานประกอบการพักแรม จำแนกตามประเภทแรงงาน 190

ตารางที่ 8.5 อัตราการเข้าพักเฉลี่ย วันพักเฉลี่ย และจำนวนคนพักต่อห้องต่อเดือน ปี 2540-2544 191

ตารางที่ 8.6 โครงสร้างอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544 195

ตารางที่ 8.7 โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544 196

ตารางที่ 8.8 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544 197

ตารางที่ 8.9 โครงสร้างอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544 จำแนกตามขนาดธุรกิจ 198

ตารางที่ 8.10 ตัวชี้วัดมูลค่าเพิ่มในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 201

บทที่ 10 กรอบการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

ตารางที่ 10.1 ข้อตกลงและพันธกรณีของกรอบการเจรจาการค้าของประเทศไทย 252

สารบัญภาพ

บทที่ 2 ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 2.1 จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2540 และ ปี 2545 10

ภาพที่ 2.2 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะวิสาหกิจ 11

ภาพที่ 2.3 จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามภูมิภาค 12

ภาพที่ 2.4 การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามประเภทและภูมิภาค 13

ภาพที่ 2.5 จำนวนและสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย 15

ภาพที่ 2.6 จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ปี 2545 16

ภาพที่ 2.7 จำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545 21

ภาพที่ 2.8 จำนวนการจ้างงาน SMEs จำแนกตามลักษณะวิสาหกิจ 22

ภาพที่ 2.9 มูลค่าและสัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 – 2545 29

บทที่ 4 การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ภาพที่ 4.1 โครงสร้างต้นทุนการผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 2544 52

ภาพที่ 4.2 โครงสร้างต้นทุนผู้ประกอบการผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เป็น SMEs ปี 2544 59

ภาพที่ 4.3 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม 62

ภาพที่ 4.4 อัตราการใช้กำลังการผลิตของผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในกลุ่ม SMEs 71

บทที่ 5 การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมรองเท้า และเครื่องหนัง

ภาพที่ 5.1 ขนาดสถานประกอบการจำแนกตามจำนวนแรงงานในปี 2544 77

ภาพที่ 5.2 โครงสร้างต้นทุนการผลิตรองเท้าในปี 2544 77

ภาพที่ 5.3 โครงสร้างต้นทุนของกิจการผลิตรองเท้าและเครื่องหนังที่เป็น SMEs ในปี 2544 87

ภาพที่ 5.4 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังตามขนาดของอุตสาหกรรม 90

ภาพที่ 5.5 อัตราการใช้กำลังการผลิตของผู้ผลิตรองเท้าและเครื่องหนัง ในกลุ่ม SMEs 100

บทที่ 6 การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

ภาพที่ 6.1 โครงสร้างต้นทุนของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ปี 2543-2544 จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ 110

ภาพที่ 6.2 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม 114

ภาพที่ 6.3 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต 116

ภาพที่ 6.4 อัตราการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม 123

บทที่ 7 การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก

ภาพที่ 7.1 มูลค่าเพิ่มภาคการค้าส่งค้าปลีกและอัตราการเติบโตในช่วง ปี 2536-2545 130

ภาพที่ 7.2 สัดส่วนจำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมทั้งหมดจำแนกตามภูมิภาค ปี 2545 137

ภาพที่ 7.3 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม ปี 2543-2544 143

ภาพที่ 7.4 โครงสร้างอัตรากำไรสุทธิ (Profit Margin) ของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม ปี 2543-2544 146

ภาพที่ 7.5 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในธุรกิจค้าส่งจำแนกตามขนาดของธุรกิจ 147

ภาพที่ 7.6 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต 151

ภาพที่ 7.7 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน 154

ภาพที่ 7.8 สัดส่วนจำนวนธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมทั้งหมดจำแนกตามภูมิภาค ปี 2545 159

ภาพที่ 7.9 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจค้าปลีก ขนาดกลางขนาดย่อม ปี 2543-2544 164
ภาพที่ 7.10 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ 169
ภาพที่ 7.11 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัด การเพิ่มผลผลิต 172

บทที่ 8 การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจโรงแรม

ภาพที่ 8.1 รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปี 2540-2544 181
ภาพที่ 8.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและอัตรา การขยายตัว ปี 2540-2544 183
ภาพที่ 8.3 ดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2540-2544 184
ภาพที่ 8.4 สัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2544 185
ภาพที่ 8.5 จำนวนสถานพักแรมตั้งแต่ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค 186
ภาพที่ 8.6 จำนวนห้องพักตั้งแต่ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค 187
ภาพที่ 8.7 สัดส่วนประเภทสถานพักแรมปี 2544 189
ภาพที่ 8.8 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544 จำแนกตามขนาดธุรกิจ 199
ภาพที่ 8.9 ภาวะเป็นลบของระดับผลิตภาพ 203

ส่วนที่ 1

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจปี 45

บทที่ 1
ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจปี 2545

ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ปี 2545 ปรับตัวดีขึ้นในเกือบทุกด้าน เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มีค่าเท่ากับ 5,430.5 พันล้านบาท หรือเท่ากับ 86,197.6 บาท/คน/ปี (เท่ากับ 2,004.4 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา/คน/ปี) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง (real term) ขยายตัวในอัตราร้อยละ 5.2 สูงกว่าร้อยละ 1.9 ในปี 2544 (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

รายการ	2543	2544	2545
1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (หน่วย : พันล้านบาท)	4,916.5	5,123.4	5,430.5
2. GDP ต่อหัว (บาท/คน/ปี)	78,891.2	81,365.1	86,197.6
3. GDP ต่อหัว (เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา/คน/ปี)	1,964.3	1,829.4	2,004.4
4. อัตราขยายตัวของ GDP ที่แท้จริง (ร้อยละ)	4.6	1.9	5.2

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การปรับตัวดีขึ้นในอัตราค่อนข้างสูงของภาวะเศรษฐกิจโดยรวมปีนี้ เป็นผลมาจากปัจจัยทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ โดยปัจจัยภายในประเทศประกอบด้วยการใช้จ่ายของครัวเรือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 เทียบกับร้อยละ 3.7 ในปีที่แล้ว และการลงทุนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 เทียบกับร้อยละ 0.9 ในปีที่แล้วเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่ปรับตัวดีขึ้น สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 เทียบกับลดลงร้อยละ 4.1 ในปี 2544 ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภูมิภาคและเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา ขณะเดียวกันในด้านการผลิตก็มีการปรับตัวสูงขึ้นสอดคล้อง

กับอุปสงค์ โดยสาขาการผลิตที่มีการปรับตัวสูงได้แก่ สาขาอุตสาหกรรม (Manufacturing) เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 ก่อสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 ส่วนด้านบริการที่สำคัญที่เพิ่มขึ้นได้แก่ การเงิน อสังหาริมทรัพย์และบริการธุรกิจและสาขาบริการส่วนบุคคล เป็นต้น (ตารางที่ 1.2 และ 1.3)

ตารางที่ 1.2 อัตราการขยายตัวของการใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศที่แท้จริง

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	2543	2544	2545
การใช้จ่ายของครัวเรือน	4.9	3.7	4.7
การใช้จ่ายของรัฐบาล	2.6	2.9	0.5
การลงทุน	5.3	0.9	6.3
การส่งออก	17.5	-4.15	10.9
การนำเข้า	27.3	-5.5	11.3
การใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศ	3.9	2.8	5.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางที่ 1.3 อัตราขยายตัวของมูลค่าที่แท้จริงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ภาคการผลิต	11.9	6.6	1.4	-10.9	11.9	6	1.4	7.7
ภาคการค้า	9.6	1.9	-3	-13.2	3.4	.3.	-1.2	2.9
ภาคบริการ								
การก่อสร้าง	6.7	7	-25.6	-38.3	-6.8	-9.5	-0.9	6
การเงิน	7.3	4.5	-10.8	-29.6	-34	-7	0.9	4.7
การขนส่ง	12.2	11.7	4.7	-9.1	6.2	7.8	6.5	4.8
การอสังหาริมทรัพย์และบริการธุรกิจ	4.4	4.6	1.3	-2.8	3.4	2.8	2.3	4.8
การสุขภาพ	9.4	5.8	8.4	5.9	6.5	4	5.5	0.2
การศึกษา	10.1	4	6.6	10.3	0.6	2.9	-0.6	2.1
การบริการชุมชน สังคมและส่วนบุคคล	10.4	22.9	3.2	-5.5	11.6	6.3	2.9	8.3

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เสถียรภาพทางเศรษฐกิจปรับตัวในอัตราต่ำ โดยดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 เทียบกับร้อยละ 1.6 ในปีที่แล้ว ดุลการคลังในปีงบประมาณ 2545 (ไม่รวมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและรัฐวิสาหกิจ) ขาดดุล 106,752.7 ล้านบาท แต่เนื่องจากภาคเอกชนมีการใช้จ่ายต่ำกว่ารายได้ จึงมีผลทำให้ดุลบัญชีเดินสะพัดยังคงเกินดุล 328,800 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในปีนี้อัตราแลกเปลี่ยนจากเงินบาทเป็นเงินเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเฉลี่ยเท่ากับ 43 บาทต่อเหรียญ มีค่าแข็งขึ้นเมื่อเทียบกับ 44.5 บาทต่อเหรียญ ในปีที่แล้ว

ในด้านการเงิน สภาพคล่องของสถาบันการเงินโดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพาณิชย์ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ไตรมาสสุดท้ายของปี 2545 เท่ากับ 5,132,000 ล้านบาท ขณะที่มีสินเชื่อเท่ากับ 4,779,000 ล้านบาท ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มลดต่ำลงอีก โดยอัตราดอกเบี้ย MLR ในไตรมาส 1-3 ของปีเท่ากับ 7.125 และปรับเป็น 6.75 ในไตรมาส 4 เทียบกับ ปี 2544 ที่อยู่ในระดับ 7.40-7.20

การจ้างงานของปี 2545 อยู่ในสถานะที่ดีขึ้น โดยมีผู้ที่มีงานทำเท่ากับ 32.997 ล้านคน เทียบกับ 32.173 ล้านคน ในปี 2544 อัตราการว่างงานมีค่าเท่ากับร้อยละ 2.24 เทียบกับร้อยละ 3.23 ในปี 2544 เช่นกัน (ตารางที่ 1.4)

ตารางที่ 1.4 เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญปี 2543 - 2545

รายการ	2543	2544	2545
1. เสถียรภาพเศรษฐกิจ			
1.1 การเปลี่ยนแปลงของ CPI (ร้อยละ)	1.5	1.6	0.7
1.2 ดุลการคลัง (ปีงบประมาณ) (ล้านบาท)	-102,486	-102,861.0	-106,752.7
1.3 ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้านบาท)	371,500	276,100	328,300
1.4 อัตราแลกเปลี่ยน (บาท/ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา)	40.2	44.5	43.0
2. ด้านการเงิน			
2.1 เงินฝากของธนาคารพาณิชย์ (พันล้านบาท)	4,816.0	5,009.1	5,132.0
2.2 สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ (พันล้านบาท)	4,723.7	4,447.9	4,779.9
2.3 อัตราดอกเบี้ย (MLR)	7.75 - 8.125	7.2 - 7.4	6.75 - 7.125
3. การจ้างงาน			
3.1 ผู้มีงานทำ (ล้านคน)	31.293	32.173	32.997
3.2 อัตราการว่างงาน (ร้อยละ)	3.60	3.23	2.24

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 2

สถานภาพและแนวโน้มของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

บทที่ 2
ภาพรวมและการกระจายตัว ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ใช้ในการรายงานสถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งมีความครบถ้วนของข้อมูลมากที่สุด ประกอบด้วยรายงานสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม พ.ศ. 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545 อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจำนวนวิสาหกิจและจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดใหญ่ในปี พ.ศ. 2540 ยังคงขาดความครอบคลุมของข้อมูลบางส่วน เนื่องจากคุ้มรวมของการนับจดสถานประกอบการอุตสาหกรรมและธุรกิจ ในรายงานสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม พ.ศ. 2540 จะนับจดสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต สถานประกอบการธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ ที่เป็นนิติบุคคล และส่วนบุคคล ทุกขนาดที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ เขตเทศบาล และสุขาภิบาล ทุกจังหวัดทั่วประเทศ สำหรับนอกเขตเทศบาล สุขาภิบาล จะนับจดเฉพาะสถานประกอบการอุตสาหกรรมทุกจังหวัดทั่วประเทศ เฉพาะในหมู่บ้านที่มีสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต หรือหมู่บ้านที่มีโรงสีขนาดกลางและขนาดใหญ่ตั้งอยู่เท่านั้น ดังนั้น การรายงานข้อมูลและการประมวลข้อมูลจำนวนสถานประกอบการ และจำนวนแรงงานในสถานประกอบการ จะไม่ครอบคลุมสถานประกอบการธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาล สุขาภิบาล ของทุกจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งทำให้จำนวนสถานประกอบการและจำนวนแรงงานในสถานประกอบการในปี 2540 ต่ำกว่าความเป็นจริงบ้าง

2.1 นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำจำกัดความของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs : Small and Medium Enterprises) ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม ลงวันที่ 11 กันยายน 2545 กำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้จำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดินของวิสาหกิจ และให้ถือจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์กำหนด โดยแบ่งเป็นกลุ่มประเภทของกิจการเป็น 4 ประเภท ได้แก่

กิจการผลิตสินค้า (Manufacturing Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

กิจการการค้าส่ง (Wholesale Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 26-50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

กิจการการค้าปลีก (Retail Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 30 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 16-30 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 60 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

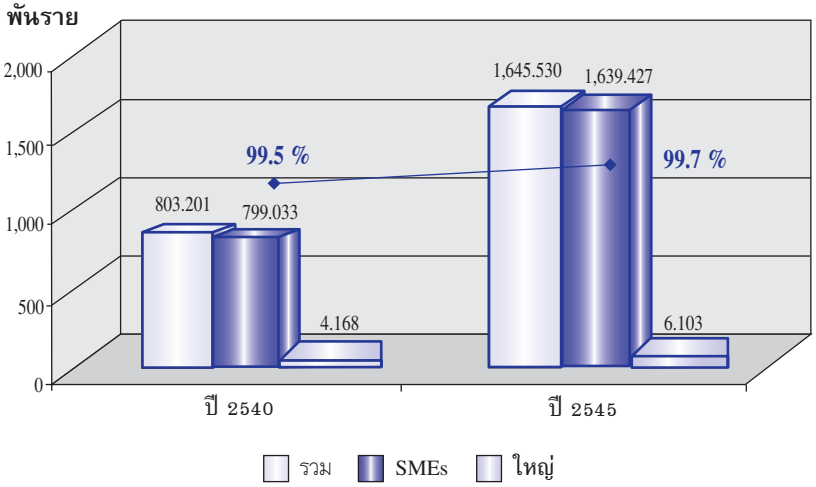
กิจการบริการ (Service Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

ตัวอย่างการกำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น กิจการ ก. เป็นกิจการประเภทกิจการการผลิตสินค้า มีจำนวนการจ้างงาน 300 คน และมีสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน จำนวน 100 ล้านบาท ให้ถือว่า กิจการ ก. เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ กิจการ ข. เป็นกิจการประเภทการผลิตสินค้า มีจำนวนการจ้างงาน 100 คน และมีสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน จำนวน 300 ล้านบาท ให้ถือว่ากิจการ ข. เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี พ.ศ. 2545 วิสาหกิจรวมทั้งหมดของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 1,645,530 ราย เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 จำนวน 842,329 ราย หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.23 ต่อปี ในจำนวนนี้ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,639,427 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.63 ของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ เพิ่มขึ้น 840,394 ราย จากปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งสิ้น จำนวน 799,033 ราย สำหรับวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในปี พ.ศ. 2545 มีจำนวน ทั้งสิ้น 6,103 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.37 ของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ เพิ่มขึ้น จากปี 2540 ซึ่งมีจำนวน 4,168 ราย (ภาพที่ 2.1)

ภาพที่ 2.1 จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2540 และ ปี 2545



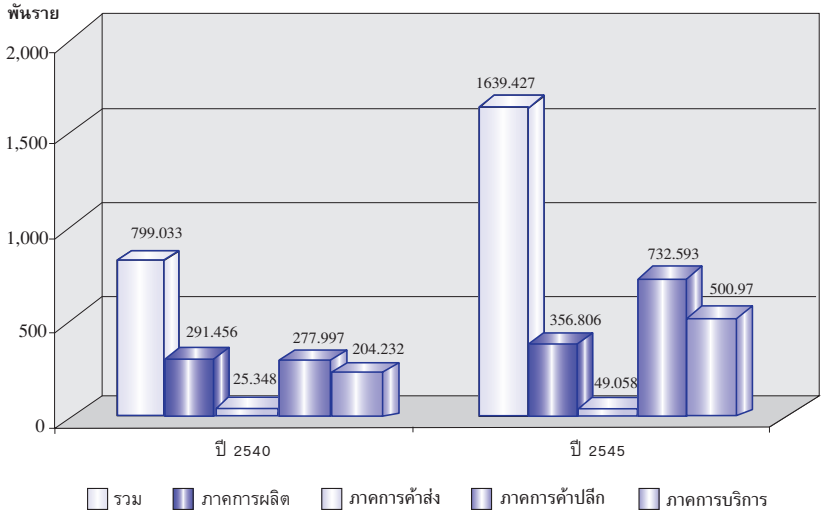
ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.3 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะของวิสาหกิจ

ในปี พ.ศ. 2545 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการค้าปลีกเป็นวิสาหกิจที่มีจำนวนมากที่สุดมีจำนวนทั้งสิ้น 732,593 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.69 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด รองลงมาเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการบริการ มีจำนวนทั้งสิ้น 500,970 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.56 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต และวิสาหกิจภาคการค้าส่ง มีจำนวน 356,806 ราย และ 49,058 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.76 และ 2.99 ตามลำดับ (ภาพ 2.2)

ภาพที่ 2.2 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะวิสาหกิจ ปี 2540 และ ปี 2545



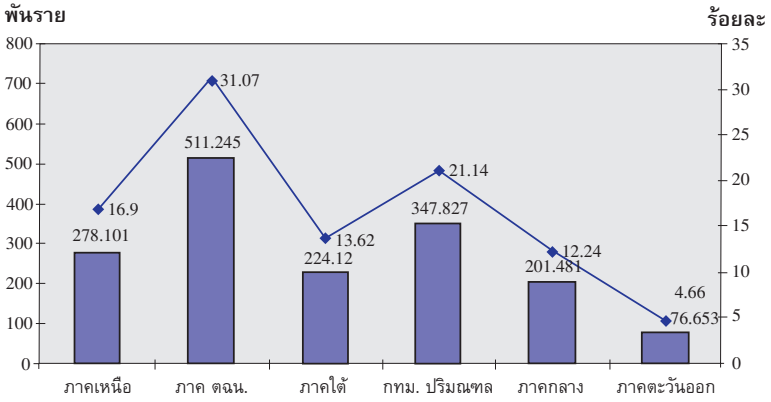
ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.4 การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามภูมิภาค

ในด้านการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามภูมิภาค ในปี 2545 ปรากฏว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดจำนวน 511,245 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 31.07 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งประเทศ อันดับรองลงมาเป็นกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 347,827 ราย (ร้อยละ 21.14) ภาคเหนือ จำนวน 278,101 ราย (ร้อยละ16.9) ภาคใต้ จำนวน 224,120 ราย (ร้อยละ 13.62) ภาคกลาง จำนวน 201,481 ราย (ร้อยละ 12.24) และภาคตะวันออก จำนวน 76,653 ราย (ร้อยละ 4.66) ตามลำดับ (ภาพที่ 2.3)

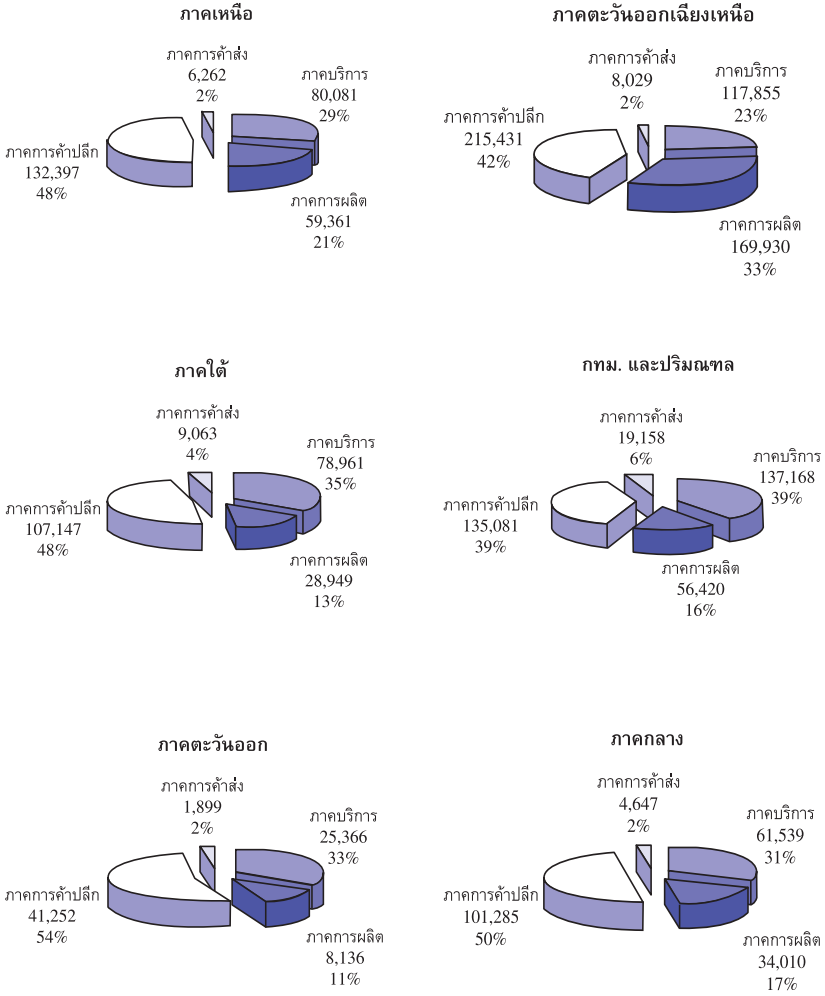
ภาพที่ 2.3 จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค ปี 2545



ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงสร้างจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างไปจากภาคอื่น ๆ กล่าวคือ ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีโครงสร้างเป็นไปในลักษณะเดียว กล่าวคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าปลีกเป็นวิสาหกิจที่มีจำนวนการประกอบการสูงที่สุด รองลงมาได้แก่วิสาหกิจภาคการบริการ การผลิต และการค้าส่ง ตามลำดับ แต่สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าปลีกยังคงมีจำนวนสูงที่สุด โดยมีจำนวน 215,431 ราย คิดเป็นร้อยละ 42 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ลำดับรองลงมากลับเป็นวิสาหกิจภาคการผลิต โดยมีจำนวน 169,930 ราย (ร้อยละ 33) วิสาหกิจภาคการบริการ จำนวน 117,855 ราย (ร้อยละ 23) และวิสาหกิจภาคการค้าส่ง จำนวน 8,029 ราย (ร้อยละ 2) ตามลำดับ (ภาพที่ 2.4)

ภาพที่ 2.4 การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามประเภทและภูมิภาค ปี 2545

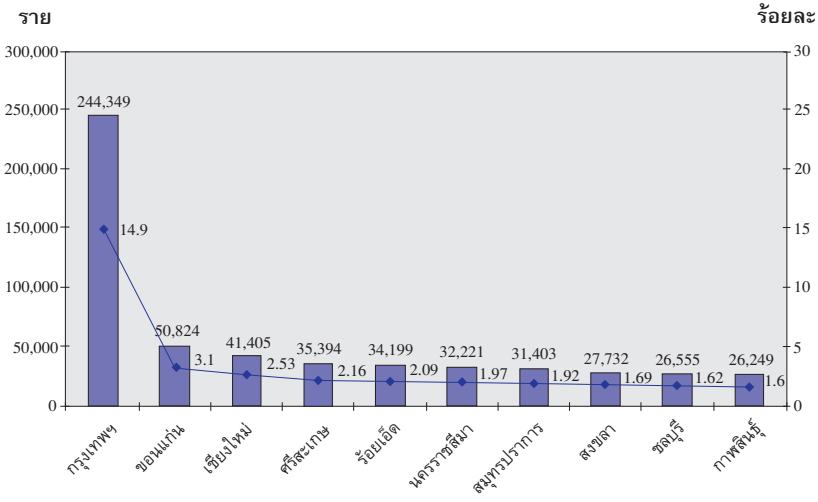


ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.5 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดที่สำคัญ

ในปี 2545 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนทั้งสิ้น 1,639,427 ราย ภาพที่ 2.5 แสดงจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดจำนวน 10 จังหวัดแรกของประเทศ ซึ่งมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมกันเป็นจำนวน 550.331 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.57 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุดจำนวน 244,349 ราย หรือร้อยละ 14.90 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งประเทศ รองลงมาเป็นจังหวัดขอนแก่น จำนวน 50,824 ราย (ร้อยละ 3.1) เชียงใหม่ จำนวน 41,405 ราย (ร้อยละ 2.53) ศรีสะเกษ จำนวน 35,394 ราย (ร้อยละ 2.16) ร้อยเอ็ด จำนวน 34,199 ราย (ร้อยละ 2.09) นครราชสีมา จำนวน 32,221 ราย (ร้อยละ 1.97) สมุทรปราการ จำนวน 31,403 ราย (ร้อยละ 1.96) สงขลา จำนวน 27,732 ราย (ร้อยละ 1.69) ชลบุรี จำนวน 26,555 ราย (ร้อยละ 1.62) และกาฬสินธุ์ จำนวน 26,249 ราย (ร้อยละ 1.60) ตามลำดับ

ภาพที่ 2.5 จำนวนและสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ปี 2545

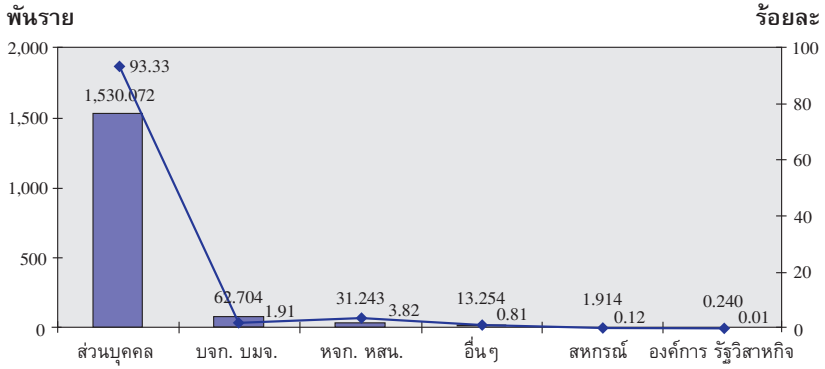


ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.6 รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีรูปแบบการจัดตั้งเป็นสถานประกอบการส่วนบุคคลมากที่สุด จำนวน 1,530,072 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.33 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด รองลงมาได้แก่ บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด จำนวน 62,704 ราย (ร้อยละ 3.82) ห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคล จำนวน 31,243 ราย (ร้อยละ 1.91) อื่น ๆ จำนวน 13,254 ราย (ร้อยละ 0.81) สหกรณ์ จำนวน 1,914 ราย (ร้อยละ 0.12) และองค์การ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 240 ราย (ร้อยละ 0.01) ตามลำดับ (ภาพที่ 2.6)

ภาพที่ 2.6 จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ปี 2545



ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.7 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

จำนวนวิสาหกิจภาคการผลิต ปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 359,552 ราย ในจำนวนนี้ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 356,806 ราย และวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน 2,746 ราย จากตารางที่ 2.1 จำแนกประเภทอุตสาหกรรมเป็น 23 ประเภทอุตสาหกรรม เรียงลำดับตามจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ในแต่ละประเภทอุตสาหกรรม ประกอบด้วย อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 99,659 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.93 ของ SMEs รวมในภาคการผลิต รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย จำนวน 70,261 ราย (ร้อยละ 19.69) อุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวน 58,385 ราย (ร้อยละ 16.36) อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ จำนวน 44,764 ราย (ร้อยละ 12.55) อุตสาหกรรมโลหะประดิษฐ์ จำนวน 25,416 ราย (ร้อยละ 7.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.1 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจ ภาคการผลิต ปี 2545

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม	ใหญ่	SMEs	สัดส่วน SMEs ต่อ ประเภท อุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน SMEs ต่อ SMEs รวมใน ภาคการผลิต (ร้อยละ)
1. อาหารและเครื่องดื่ม	100,130	471	99,659	99.53	27.93
2. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	549	5	544	99.09	0.15
3. สิ่งทอ	58,676	291	58,385	99.50	16.36
4. เครื่องแต่งกาย	70,515	254	70,261	99.64	19.69
5. เครื่องหนัง กระเป๋าและรองเท้า	4,363	117	4,246	97.32	1.19
6. ไม้&ผลิตภัณฑ์จากไม้ ยกเว้น เฟอร์นิเจอร์	44,822	58	44,764	99.87	12.55
7. กระดาษและผลิตภัณฑ์	1,599	59	1,540	96.31	0.43
8. การพิมพ์โฆษณา การพิมพ์	4,813	32	4,781	99.34	1.34
9. ปิโตรเลียมถ่านโค้กและเชื้อเพลิง	90	12	78	86.67	0.02
10. เคมี	2,263	124	2,139	94.52	0.60
11. ยางและพลาสติก	3,870	225	3,645	94.19	1.02
12. ผลิตภัณฑ์จากแร่อโลหะ	9,676	115	9,561	98.81	2.68
13. โลหะขั้นมูลฐาน	1,773	58	1,715	96.73	0.48
14. โลหะประดิษฐ์	25,518	102	25,416	99.60	7.12
15. เครื่องจักรและอุปกรณ์	4,797	103	4,694	97.85	1.32
16. เครื่องจักรสำนักงาน	51	16	35	68.63	0.01
17. เครื่องจักรและเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า	1,089	90	999	91.74	0.28
18. เครื่องอุปกรณ์วิทยุ ทีวี และการสื่อสาร	673	188	485	72.07	0.14
19. อุปกรณ์ทางการแพทย์, การวัดความเที่ยง	347	33	314	90.49	0.09
20. ยานยนต์และชิ้นส่วน	1,168	112	1,056	90.41	0.30
21. อุปกรณ์การขนส่งอื่น ๆ	701	21	680	97.00	0.19
22. เฟอร์นิเจอร์	21,943	260	21,683	98.82	6.08
23. วัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์เก่า	126	-	126	100.00	0.04
รวม	**359,552**	**2,746**	**356,806**	**99.24**	**100.00**

ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.8 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ

จำนวนวิสาหกิจภาคการบริการ ปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 501,418 ราย ในจำนวนนี้ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 500,970 ราย และวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน 448 ราย จากตารางที่ 2.2 ได้จำแนกประเภทธุรกิจเป็น 6 ประเภท เรียงลำดับตามจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ในแต่ละประเภท ประกอบด้วย ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร จำนวน 180,148 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.96 ของ SMEs รวมในภาคการบริการ รองลงมาเป็นธุรกิจบริการด้านอื่นๆ จำนวน 128,791 ราย (ร้อยละ 25.71) ธุรกิจบริการการขนส่ง จำนวน 81,893 ราย (ร้อยละ 16.35) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 46,890 ราย (ร้อยละ 9.36) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจภาคการบริการ ปี 2545

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม	ใหญ่	SMEs	สัดส่วน SMEs ต่อประเภทอุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน SMEs ต่อ SMEs รวมในภาคการบริการ (ร้อยละ)
1. ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร	180,334	186	180,148	99.90	35.96
2. ธุรกิจบริการด้านอื่นๆ	128,846	55	128,791	99.96	25.71
3. ธุรกิจบริการการขนส่ง	81,936	43	81,893	99.95	16.35
4. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	46,919	29	46,890	99.94	9.36
5. ธุรกิจบริการธุรกิจ	45,602	109	45,493	99.76	9.08
6. ธุรกิจบริการด้านสันทนาการ	17,781	26	17,755	99.85	3.54
รวม	**501,418**	**448**	**500,970**	**99.91**	**100.00**

ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.9 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

ในปี 2545 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกประเภททั่วประเทศได้ทำการผลิตสินค้าและบริการให้กับระบบเศรษฐกิจเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เท่ากับ 2,112,934 ล้านบาท เทียบกับ GDP รวมของประเทศ 5,430,455 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.91 เทียบกับปี พ.ศ. 2544 ซึ่งผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่า 2,016,754 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.36 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมด

สาขาเศรษฐกิจที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าการผลิตสูงที่สุด คือ สาขาการบริการ ซึ่งครอบคลุมถึงบริการทุกประเภทที่ผลิตโดยวิสาหกิจเอกชน ไม่รวมบริการของภาครัฐเป็นการบริหารประเทศ การศึกษา สาธารณสุข เป็นต้น โดยมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาบริการปี 2545 เท่ากับ 724,934 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.35 ต่อ GDP รวมทั้งหมด รองลงมา คือ สาขาการค้าส่งและค้าปลีก 665,448 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.25 ต่อ GDP รวม สำหรับภาคการผลิตมูลค่า GDP ของ SMEs มีค่าเท่ากับ 537,072 ล้านบาท เทียบเป็นร้อยละ 9.89 ต่อ GDP รวม อย่างไรก็ตาม ในการผลิตภาคเกษตรที่มีมูลค่า GDP 544,877 ล้านบาทนั้น ในจำนวนนี้ส่วนหนึ่งประมาณ 72,000 ล้านบาท เป็นผลผลิตการแปรรูปผลิตผลเกษตรอย่างง่าย ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมอยู่ด้วย แต่ในระบบการประมวลบัญชีประชาชาติของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ถือว่ารวมอยู่ในภาคเกษตรของประเทศ

ตารางที่ 2.3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ พ.ศ. 2541-2545

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ล้านบาท)	2541	2542	2543	2544	2545
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของการเกษตร	564,879	502,826	510,985	532,084	544,877
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	1,750,706	1,825,493	1,956,673	2,016,754	2,112,934
การเหมืองแร่	41,998	44,382	57,201	62,960	66,973
การผลิต (อุตสาหกรรม)	388,910	414,458	468,156	493,809	537,072
การก่อสร้าง	130,867	122,204	110,383	111,880	118,508
การค้าส่งและค้าปลีก	609,971	618,131	656,167	659,737	665,448
การบริการ	578,960	626,318	664,766	688,368	724,934
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่และอื่น ๆ	2,324,261	2,308,750	2,448,847	2,574,580	2,772,644
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศประเทศ (GDP)	4,639,847	4,637,069	4,916,505	5,123,418	5,430,455
สัดส่วนเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ(ร้อยละ)					
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของการเกษตร	12.17	10.84	10.39	10.39	10.03
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	37.73	39.37	39.80	39.36	38.91
การเหมืองแร่	0.91	0.96	1.16	1.23	1.23
การผลิต (อุตสาหกรรม)	8.38	8.94	9.52	9.64	9.89
การก่อสร้าง	2.82	2.64	2.25	2.18	2.18
การค้าส่งและค้าปลีก	13.15	13.33	13.35	12.88	12.25
การบริการ	12.48	13.51	13.52	13.44	13.35
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่และอื่น ๆ	50.09	49.79	49.81	50.25	51.06
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

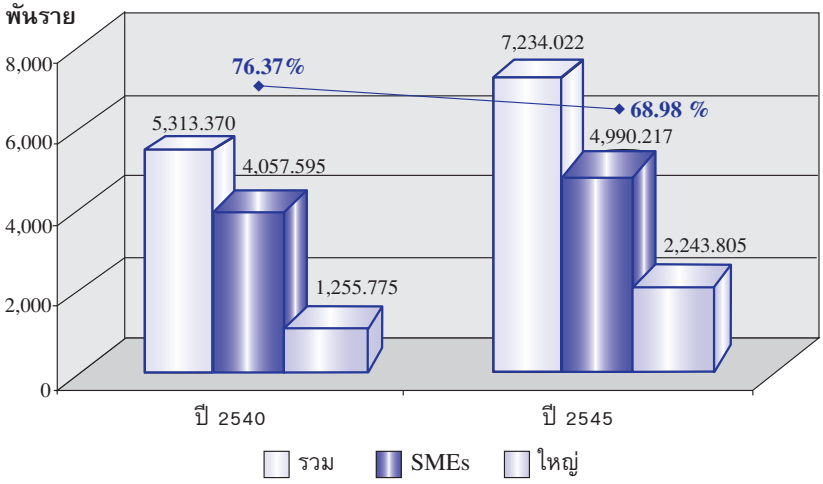
ที่มา : ข้อมูล 2541-2543 ได้จากผลการศึกษาเบื้องต้นของสำนักบัญชีประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ส่วนข้อมูลปี 2544-2545 ได้จากการประมาณการโดยวิธี Shift and Share

2.10 การจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปี พ.ศ. 2545 วิสาหกิจรวมทั้งหมดของประเทศไทยมีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 7,234,022 คน เป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 4,990,217 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 68.98 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ เทียบกับปี 2540 ที่มีจำนวนการจ้างงานรวม 5,313,370 คน โดยเป็นการจ้างงาน ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4,057,595 คน การจ้างงานโดยรวมเพิ่มขึ้น 1,920,652 คน การจ้างงานโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น 932,622 คน สำหรับวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในปี พ.ศ.

2545 มีจำนวนการจ้างงานทั้งสิ้น 2,243,805 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.02 ของการจ้างงานรวมของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นจำนวน 988,050 คน จากปี 2540 (ภาพที่ 2.7)

ภาพที่ 2.7 จำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2540 และ ปี 2545



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

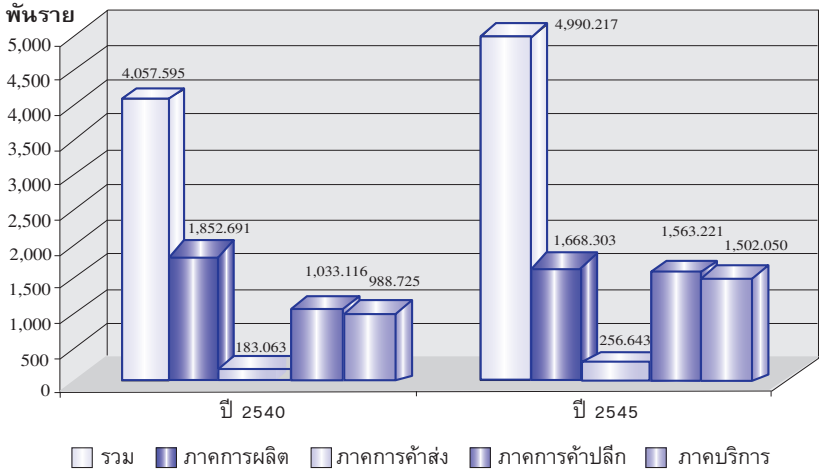
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.11 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามลักษณะวิสาหกิจ

เมื่อเปรียบเทียบการจ้างงานในปี 2545 กับปี 2540 ตามลักษณะวิสาหกิจแล้ว พบว่าการจ้างงานในภาคการผลิตมีจำนวนลดลง ในขณะที่ภาคการค้าและการบริการมีจำนวนเพิ่มขึ้น กล่าวคือ การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ปี 2545 ซึ่งเป็นภาคที่มีจำนวนการ

จ้างงานมากที่สุดจำนวนทั้งสิ้น 1,668,303 คน คิดเป็นร้อยละ 33.43 ของการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด ลดลง 184,388 คน ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าปลีก ซึ่งมีการจ้างงานในลำดับรองลงมาจำนวน 1,563,221 คน (ร้อยละ 31.33) ภาคการบริการจำนวน 1,502,050 คน (ร้อยละ 30.10) และภาคการค้าส่ง จำนวน 256,643 คน (ร้อยละ 5.14) เทียบกับปี 2540 ที่มีจำนวนการจ้างงาน 1,033,116 ในภาคการค้าปลีก 988,725 คน ในภาคการบริการ และ 183,063 คน ในภาคการค้าส่งตามลำดับ (ภาพที่ 2.8)

ภาพที่ 2.8 จำนวนการจ้างงาน SMEs จำแนกตามลักษณะวิสาหกิจ ปี 2540 และ ปี 2545



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.12 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

จำนวนการจ้างงานรวมในวิสาหกิจภาคการผลิต ปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 3,398,753 คน ในจำนวนนี้ประกอบด้วยการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,668,303 คน คิดเป็นร้อยละ 49.09 ของการจ้างงานรวมในภาคการผลิต และวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน 1,730,449 คน จากตารางที่ 2.4 จำแนกประเภทอุตสาหกรรมเป็น 23 ประเภท จำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเรียงตามลำดับที่มีอยู่ในแต่ละประเภทอุตสาหกรรมประกอบด้วย อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 330,538 คน คิดเป็นร้อยละ 19.81 ของจำนวนการจ้างงาน SMEs รวมในภาคการผลิต รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย จำนวน 210,397 คน (ร้อยละ 12.61) อุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวน 176,671 คน (ร้อยละ 10.59) อุตสาหกรรมโลหะประดิษฐ์ จำนวน 151,411 คน (ร้อยละ 9.08) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 141,835 คน (ร้อยละ 8.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.4 จำนวนการจ้างงานจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจภาคการผลิต ปี 2545

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม	ใหญ่	SMEs	สัดส่วน SMEs ต่อประเภทอุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน SMEs ต่อ SMEs รวมในภาคการผลิต (ร้อยละ)
1. อาหารและเครื่องดื่ม	677,213	346,675	330,538	48.81	19.81
2. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	7,697	5,511	2,186	28.40	0.13
3. สิ่งทอ	338,234	161,563	176,671	52.23	10.59
4. เครื่องแต่งกาย	369,774	159,377	210,397	56.90	12.61
5. เครื่องหนัง กระเป๋าและรองเท้า	128,940	85,325	43,615	33.83	2.61
6. ไม้ & ผลิตภัณฑ์จากไม้ ยกเว้นเฟอร์นิเจอร์	144,991	23,052	121,939	84.10	7.31
7. กระดาษและผลิตภัณฑ์	48,066	23,843	24,223	50.40	1.45

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม	ใหญ่	SMEs	สัดส่วน SMEs ต่อ ประเภท อุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน SMEs ต่อ SMEs รวมใน ภาคการผลิต (ร้อยละ)
8. การพิมพ์โฆษณา การพิมพ์	62,622	18,049	44,573	71.18	2.67
9. ปิโตรเลียมถ่านโค้กและเชื้อเพลิง	8,572	5,572	3,000	35.00	0.18
10. เคมี	129,427	65,193	64,234	49.63	3.85
11. ยางและพลาสติก	213,752	117,820	95,932	44.88	5.75
12. ผลิตภัณฑ์จากแร่อโลหะ	155,407	65,348	90,059	57.95	5.40
13. โลหะขั้นมูลฐาน	58,860	24,252	34,608	58.80	2.07
14. โลหะประดิษฐ์	173,554	22,143	151,411	87.24	9.08
15. เครื่องจักรและอุปกรณ์	108,058	72,838	35,220	32.59	2.11
16. เครื่องจักรสำนักงาน	17,890	16,871	1,019	5.70	0.06
17. เครื่องจักรและเครื่องอุปกรณ์ ไฟฟ้า	82,404	57,576	24,828	30.13	1.49
18. เครื่องอุปกรณ์วิทยุ ทีวี และการสื่อสาร	261,540	240,294	21,246	8.12	1.27
19. อุปกรณ์ทางการแพทย์, การวัดความเที่ยง	36,563	30,769	5,794	15.85	0.35
20. ยานยนต์และชิ้นส่วน	90,065	56,731	33,334	37.01	2.00
21. อุปกรณ์การขนส่งอื่น ๆ	26,778	16,343	10,435	38.97	0.63
22. เฟอร์นิเจอร์	257,139	115,304	141,835	55.16	8.50
23. วัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์เก่า	1,206	–	1,206	100.00	0.07
รวม	**3,398,752**	**1,730,449**	**1,668,303**	**49.09**	**100.00**

ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.13 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ

จำนวนการจ้างงานรวมในวิสาหกิจภาคบริการปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,713,590 คน ประกอบด้วยการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,503,050 คน คิดเป็นร้อยละ 87.66 ของการจ้างงานรวมในภาคบริการ และวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน 211,540 คน จากตารางที่ 2.5 จำแนกประเภทธุรกิจบริการเป็น 6 ประเภทธุรกิจ เรียงลำดับตามจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ในแต่ละประเภท ประกอบด้วยธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร จำนวน 602,298 คน คิดเป็นร้อยละ 40.01 ของการจ้างงาน SMEs รวมในภาคการบริการ รองลงมาเป็นธุรกิจบริการด้านอื่นๆ จำนวน 348,537 คน (ร้อยละ 23.20) ธุรกิจบริการธุรกิจ จำนวน 196,928 คน (ร้อยละ 13.11) ธุรกิจบริการการขนส่ง จำนวน 149,332 คน (ร้อยละ 9.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.5 จำนวนการจ้างงานจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจภาคการบริการ ปี 2545

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม	ใหญ่	SMEs	สัดส่วน SMEs ต่อประเภทอุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน SMEs ต่อ SMEs รวมในภาคการบริการ (ร้อยละ)
1. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	117,719	13,067	104,652	88.90	6.97
2. ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร	672,756	70,458	602,298	89.53	40.10
3. ธุรกิจบริการธุรกิจ	270,897	73,969	196,928	72.69	13.11
4. ธุรกิจบริการด้านสันทนาการ	112,704	12,401	100,303	89.00	6.68
5. ธุรกิจบริการการขนส่ง	164,677	15,345	149,332	90.68	9.94
6. ธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ	374,837	26,300	348,537	92.98	23.20
รวม	**1,713,590**	**211,540**	**1,502,050**	**87.66**	**100.00**

ที่มา : รายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.14 การส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากตารางที่ 2.6 แสดงให้เห็นถึงสถิติการส่งเสริมการลงทุน ปี 2545 โดยวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมได้รับการออกบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 573 ราย ซึ่งแบ่งเป็นโครงการที่มีคนไทยถือหุ้น 100% จำนวน 167 ราย โครงการต่างชาติถือหุ้น 100% จำนวน 211 ราย และโครงการร่วมทุนระหว่างไทยและต่างชาติ จำนวน 195 ราย โดยมีเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 91,582 ล้านบาท และมีการจ้างงานรวม 35,492 คน

ตารางที่ 2.6 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545

การออกบัตรส่งเสริมการลงทุน	วิสาหกิจขนาดย่อม	วิสาหกิจขนาดกลาง	SMEs
จำนวนราย	264	309	573
โครงการคนไทยถือหุ้น 100% (ราย)	79	88	167
โครงการต่างชาติถือหุ้น 100% (ราย)	119	92	211
โครงการร่วมทุนไทยและต่างชาติ (ราย)	111	84	195
เงินลงทุน (ล้านบาท)	66,640	24,94	91,582
การจ้างงาน (คน)	27,565	7,927	35,492

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากตารางที่ 2.7 จำแนกการออกบัตรตามประเภทกิจการ แสดงให้เห็นว่า มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกประเภทผลิตภัณฑ์ จำนวน 570 ราย โดยมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเภทกิจการผลิตโลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ได้รับการออกบัตรมากที่สุด จำนวน 155 ราย รองลงมาได้แก่กิจการประเภทเกษตรกรรมและผลิตผลทางการเกษตร จำนวน 116 ราย และกิจการประเภทอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า จำนวน 106 ราย ตามลำดับ โดยมีกิจการประเภทเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นพื้นฐาน มีจำนวนการออกบัตรน้อยที่สุดเป็นจำนวน 8 ราย

ตารางที่ 2.7 จำนวน เงินลงทุน การจ้างงาน ของ SMEs จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปี 2545

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวนราย			เงินลงทุน (ล้านบาท)			การจ้างงาน (คน)		
	ย่อม	กลาง	SMEs	ย่อม	กลาง	SMEs	ย่อม	กลาง	SMEs
เกษตรกรรมและผลิตผลทางการเกษตร	41	75	116	3,955	14,547	18,502	1,317	8,173	9,490
เหมือนแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นพื้นฐาน	3	5	8	273	1,357	1,630	83	600	683
อุตสาหกรรมเบา	14	19	33	744	1,068	1,812	350	2,234	2,584
ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์	86	69	155	6,074	12,529	18,603	2,344	6,815	9,159
อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	54	52	106	2,341	7,843	10,184	1,459	5,516	6,975
ผลิตภัณฑ์กระดาษและพลาสติก	31	28	59	1,490	14,428	15,918	766	2,457	3,223
บริการและสาธารณูปโภค	80	16	96	10,065	14,867	24,932	1,608	1,770	3,378
รวม	**309**	**264**	**570**	**24,941**	**66,640**	**91,581**	**7,927**	**27,565**	**35,492**

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

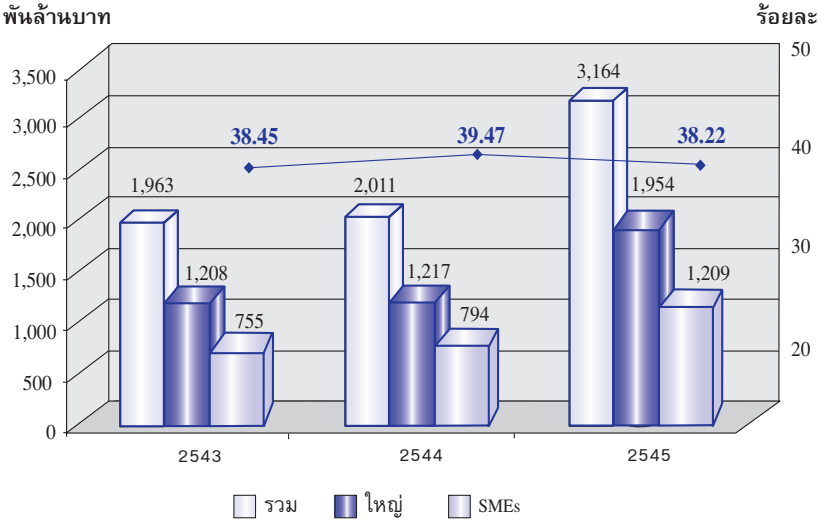
เงินลงทุนในการประกอบผลิตภัณฑ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการลงทุนในทุกกิจการรวมทั้งสิ้น จำนวน 91,581 ล้านบาท โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจการบริการและสาธารณูปโภคมีเงินลงทุนสูงที่สุด จำนวน 24,932 ล้านบาท รองลงมาได้แก่กิจการประเภทผลิตโลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีเงินลงทุน จำนวน 18,603 ล้านบาท และกิจการประเภทเกษตรกรรมและผลผลิตทางการเกษตรมีการลงทุนรองลงมาเป็นลำดับที่ 3 ด้วยเงินลงทุนจำนวน 18,502 ล้านบาท โดยกิจการประเภทเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นพื้นฐาน มีเงินลงทุนน้อยที่สุด จำนวน 1,068 ล้านบาท

ในด้านการจ้างงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเกษตรกรรม และผลิตผลทางการเกษตรมีการจ้างงานสูงสุด จำนวน 9,490 คน รองลงมาได้แก่กิจการประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกาณ์ มีการจ้างงาน จำนวน 9,159 คน และกิจการประเภทอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้ามีการจ้างงาน จำนวน 6,975 คน ตามลำดับ โดยกิจการประเภทเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นพื้นฐาน มีการจ้างงานน้อยที่สุด จำนวน 683 คน จากการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมรวมทุกประเภทผลิตภัณฑ์ จำนวน 35,492 คน

2.15 มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2545 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย มีมูลค่าประมาณ 1,209,303 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.22 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมรวม แม้ว่าสัดส่วนปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละ 39.47 ในปี 2544 แต่มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการส่งออกปี 2545 จำนวน 1,209,303 ล้านบาท เทียบกับปี 2544 จำนวน 793,760 ล้านบาท และปี 2543 จำนวน 754,787 ล้านบาท ตามลำดับ

ภาพที่ 2.9 มูลค่าและสัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 - 2545



ที่มา : กรมศุลกากร
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากตารางที่ 2.8 แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการส่งออกของ SMEs ภาคการผลิต ในปี 2545 สินค้าส่งออกที่สำคัญของ SMEs 5 อันดับแรกซึ่งมีมูลค่าการส่งออกรวมกันมากเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.85 ของสินค้าอุตสาหกรรมรวม หรือประมาณ 651,288 ล้านบาท ประกอบด้วย อุตสาหกรรมประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ประมาณ 209,091 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.29 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs รวม อันดับที่สองได้แก่อุตสาหกรรมสิ่งทอ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 166,596 ล้านบาท (ร้อยละ 13.78) อันดับที่สาม ได้แก่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 95,504 ล้านบาท (ร้อยละ 7.90) อันดับที่สี่ ได้แก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 92,419 ล้านบาท (ร้อยละ 7.64) และอันดับที่ห้าได้แก่

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง มูลค่าการส่งออกประมาณ 87,676 ล้านบาท (ร้อยละ 7.25)

ตารางที่ 2.8 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 - 2544

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทอุตสาหกรรม	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	สัดส่วน (ร้อยละ)
1 อาหารกระป๋องและแปรรูป	44,878.59	53,374.58	82,705.03	6.84
2. เครื่องดื่ม	2,223.83	2,964.81	4,463.62	0.37
3. สิ่งทอ	108,412.28	117,946.37	166,596.16	13.78
4. อัญมณีและเครื่องประดับ	44,874.22	56,369.44	92,419.35	7.64
5. เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเลคโทรนิกส์	149,914.55	131,254.71	209,091.94	17.29
6. เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	22,183.79	23,799.18	39,273.82	3.25
7. ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ (44)	14,889.56	16,767.94	27,633.40	2.29
8. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	29,907.81	27,826.27	41,042.42	3.39
9. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	56,838.48	59,746.55	95,504.84	7.90
10. เคมีภัณฑ์	33,929.84	30,817.92	47,181.31	3.90
11. รองเท้าและชิ้นส่วน	10,847.69	12,674.94	15,918.47	1.32
12. หนัง ผลิตภัณฑ์หนังและเครื่องใช้เดินทาง	5,085.79	7,489.69	11,858.71	0.98
13. ผลิตภัณฑ์ยาง	53,118.47	50,969.54	87,676.63	7.25
14. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในครัวและบ้านเรือน	3,651.75	3,845.54	5,035.07	0.42
15. ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	18,955.84	41,606.63	49,513.97	4.09
16. กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ	10,162.56	10,068.03	14,251.50	1.18
17. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบและแม่พิมพ์แบบหล่อโลหะ	2,099.84	2,363.95	3,847.77	0.32
18. ดอกไม้ ใบไม้ และต้นไม้ประดิษฐ์	2,120.28	2,164.44	2,875.70	0.24
19. ผลิตภัณฑ์เซรามิกส์	5,342.21	5,598.89	7,586.01	0.63
20. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	135,350.17	136,111.55	204,827.98	16.94
รวม	**754,787.56**	**793,760.96**	**1,209,303.71**	**100.00**

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.16 การจัดตั้งและเลิกกิจการของวิสาหกิจ

เนื่องจากข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ไม่สามารถจัดแบ่งขนาดของสถานประกอบการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ดังนั้น การแสดงการจัดตั้งและเลิกกิจการของสถานประกอบการ ที่เป็นนิติบุคคล สามารถพิจารณาได้เพียงภาพรวมจากตารางที่ 2.9 การจัดตั้งใหม่ของสถานประกอบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดย ปี 2545 มีสถานประกอบการใหม่ที่จดทะเบียนเกิดขึ้น 35,381 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2544 จำนวน 3,624 ราย และมีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 11.41

ตารางที่ 2.9 จำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่และเลิกกิจการ ปี 2541-2545

หน่วย : ราย

ปีที่จดทะเบียน	ปี 2541	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545
จัดตั้งใหม่	20,371	25,818	29,148	31,757	35,381
		(26.74)	(12.90)	(8.95)	(11.41)
เลิกกิจการ	12,278	68,33	24,817	19,223	24,397

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือ อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)

ส่วนที่ 3

ระดับการเพิ่มผลผลิตใน
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 3
การเพิ่มผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่สำคัญของประเทศไทย

การเพิ่มผลผลิตเป็นกลไกที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จำเป็นต้องมีการดำเนินงานอย่างจริงจัง เพื่อเป็นการวางรากฐานให้เติบโตและยั่งยืนได้อย่างถาวรในอนาคตต่อไป

3.1 ภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตของประเทศเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

ในการวิเคราะห์ภาพรวมความสามารถในการแข่งขันของไทย โดยอาศัยข้อมูลจาก The World Competitiveness Yearbook 2001 ซึ่งจัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยสถาบันจัดการเพื่อการพัฒนา (Institute for Management Development: IMD) ทำการเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ จำนวน 49 ประเทศทั่วโลก เน้นการวัดความสามารถของประเทศต่าง ๆ ในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจของเอกชน ในการประเมินขีดความสามารถในการแข่งขัน โดย IMD จะแบ่งเกณฑ์การพิจารณาออกเป็น 4 กลุ่มปัจจัยหลัก ประกอบด้วยปัจจัยด้านศักยภาพทางเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพของรัฐบาล ประสิทธิภาพของธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งแต่ละกลุ่มปัจจัยหลักนี้ยังมีเกณฑ์ปัจจัยย่อยต่าง ๆ อีก 5 กลุ่ม นับรวมเป็นเกณฑ์ปัจจัยทั้งสิ้น 243 เกณฑ์ แบ่งเป็นการใช้ข้อมูลสถิติเบื้องต้น 128 เกณฑ์ และข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ 115 เกณฑ์ จากนั้นจึงทำการปรับข้อมูลเพื่อเข้าสู่มาตรฐานเดียวกัน โดยเปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก หลักการสำคัญคือ กำหนดให้ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีคะแนนเต็ม 100 คะแนนในทุกเกณฑ์ปัจจัย แล้วจึงเปรียบเทียบอันดับของแต่ละประเทศในแต่ละเกณฑ์ โดยวิธี

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ การสำรวจความคิดเห็น (Survey) และรวบรวมข้อมูลสถิติ (Statistics) จากแหล่งต่าง ๆ

ภายหลังการเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 ขีดอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยได้ลดต่ำลงอย่างมาก (จากอันดับที่ 31 ในปี 2540 เป็นอันดับที่ 41 ในปี 2541) แต่ภายหลังจากที่เศรษฐกิจไทยเริ่มมีการฟื้นตัว และมีการดำเนินนโยบายแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจ ขีดความสามารถในการแข่งขันก็เริ่มปรับตัวดีขึ้นมาเป็นลำดับ 2 ปีติดต่อกัน โดยขึ้นมาอยู่อันดับที่ 36 และ 35 ในปี 2542 และ 2543 ตามลำดับ แต่ในปี 2544 อันดับความสามารถทางการแข่งขันของไทยกลับลดต่ำลงเล็กน้อย คือตกไปอยู่ในอันดับที่ 38 โดยเกณฑ์ปัจจัยที่ถือเป็นตัวฉุดรั้งคือ ประสิทธิภาพของรัฐบาลและโครงสร้างพื้นฐาน

จากผลการจัดอันดับในปี 2545 ที่ผ่านมา (ตารางที่ 3.1) ขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยปรับตัวขึ้นมาอยู่ที่อันดับ 34 ดีขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 4 อันดับ โดยได้คะแนนรวม 47.94 คะแนน เทียบกับสหรัฐฯ ซึ่งมีคะแนนเต็ม 100 คะแนน อยู่ในอันดับ 1 ซึ่งจากผลการจัดอันดับ ปัจจัยที่ถือได้ว่าเป็นจุดแข็งที่สุดของประเทศ คือ ประสิทธิภาพของภาครัฐ (Government Efficiency) ซึ่งไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 27 เลื่อนขึ้นมาจากอันดับที่ 39 ในปี 2544 โดยเกณฑ์พิจารณาย่อยในการประเมินประสิทธิภาพของภาครัฐประกอบด้วย ฐานะการเงินการคลังของประเทศมีความมั่นคง ความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ความโปร่งใสในการดำเนินงาน ภาคธนาคารและระบบการเงินภายในประเทศมีเสถียรภาพ มีความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ กระบวนการยุติธรรมมีประสิทธิภาพ และประชากรมีความรู้มีการศึกษา

กลุ่มปัจจัยหลักที่ถือว่าเป็นจุดอ่อนของประเทศไทยในปี 2545 ประกอบด้วยเกณฑ์ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์

ปัจจัยย่อยที่พิจารณา เช่น ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ระดับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย และระบบสาธารณสุข โดยประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 38 แม้จะปรับตัวดีขึ้นจากปี 2544 ที่อยู่ที่อันดับ 40 นอกจากนี้เกณฑ์ปัจจัยที่ถือเป็นจุดอ่อนอีกประการหนึ่งคือ ประสิทธิภาพธุรกิจ (Business Efficiency) โดยมีการเพิ่มผลผลิต (Productivity) เป็นหนึ่งในเกณฑ์ปัจจัยย่อยที่สำคัญประการหนึ่ง ซึ่งจะกล่าวถึงโดยละเอียดในส่วนต่อไป โดยประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 38 เช่นเดียวกับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน แม้จะปรับตัวดีขึ้นจากปี 2544 ที่เคยอยู่ที่อันดับ 44 ก็ตาม

ส่วนกลุ่มปัจจัยหลักที่ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลางคือ ศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Performance) หมายถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เช่น การขยายตัวทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ การส่งออก การลงทุนระหว่างประเทศ การจ้างงาน และระดับราคาภายในประเทศ โดยประเทศไทยตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 32 จากที่เคยอยู่ในอันดับที่ 15 ในปี 2544 ซึ่งในอดีตเคยถือได้ว่าปัจจัยข้อนี้เป็นจุดแข็งของประเทศ

ตารางที่ 3.1 อันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยตามผลการจัดอันดับของ IMD ปี 2540-2545

	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ภาพรวม	31	41	36	35	38	34
(คะแนน)	(N/A)	(N/A)	(N/A)	(N/A)	(42.67)	(47.94)
ศักยภาพทางเศรษฐกิจ	28	32	40	15	15	32
ประสิทธิภาพของรัฐบาล	23	36	28	30	39	27
ประสิทธิภาพของธุรกิจ	33	44	42	42	44	38
โครงสร้างพื้นฐาน	40	41	38	37	40	38

ที่มา : IMD, The World Competitiveness Yearbook (2002)

หากพิจารณาถึงอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชีย (ตารางที่ 3.2 และ 3.3) ปรากฏว่า ในปี 2545 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 8 จากทั้งหมด 11 ประเทศ ซึ่งไทยมีอันดับทางการแข่งขันอยู่เหนือกว่าเพียง 3 ประเทศ คือ ฟิลิปปินส์ อินเดีย และอินโดนีเซีย จะเห็นได้ว่าความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในทุก ๆ เกณฑ์การพิจารณาล้วนอยู่ในกลุ่มท้ายของกลุ่มประเทศในแถบเอเชีย

จะเห็นได้ว่านับตั้งแต่ประเทศไทยประสบวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 เป็นต้นมา ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของธุรกิจ ถือเป็นจุดอ่อนที่สำคัญที่สุดเรื่อยมา โดยประเทศไทยมักถูกจัดอันดับอยู่ในกลุ่มท้ายเสมอ ดังเช่นในปี 2542 และ 2543 ไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 42 และตกมาอยู่อันดับที่ 44 ในปี 2544 ส่วนในปี 2545 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 38 ซึ่งผลการจัดอันดับของสถาบัน IMD มีความเห็นสอดคล้องกับสถาบันจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศที่มีชื่ออีกแห่งหนึ่งคือ WEF (World Economic Forum) ถึงจุดอ่อนที่สำคัญของไทยในด้านความมีประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ การบริหารจัดการ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ทั้งในด้านการวัดผลิตภาพโดยรวม ผลิตภาพแรงงาน ผลิตภาพในภาคธุรกิจบริการ และผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมการผลิต

ตารางที่ 3.2 อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเอเชีย (เทียบกับ 49 ประเทศ) ตามผลการจัดอันดับของ IMD ปี 2545

	ภาพรวม	ศักยภาพทางเศรษฐกิจ	ประสิทธิภาพของรัฐบาล	ประสิทธิภาพของธุรกิจ	โครงสร้างพื้นฐาน
สิงคโปร์	5	15	1	11	7
ฮ่องกง	9	7	4	13	17
ไต้หวัน	24	40	21	18	20
มาเลเซีย	26	25	19	25	26
เกาหลี	27	24	25	27	28
ญี่ปุ่น	30	29	31	35	16
จีน	31	3	30	43	35
ไทย	34	32	27	38	38
ฟิลิปปินส์	40	33	37	44	44
อินเดีย	42	20	44	40	47
อินโดนีเซีย	47	41	45	49	49

ที่มา : IMD, The World Competitiveness Yearbook (2002)

ตารางที่ 3.3 อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประเทศ

	ภาพรวม	ศักยภาพทางเศรษฐกิจ	ประสิทธิภาพของรัฐบาล	ประสิทธิภาพของธุรกิจ	โครงสร้างพื้นฐาน
สิงคโปร์	1	3	1	1	1
ฮ่องกง	2	2	2	2	3
ไต้หวัน	3	10	4	3	4
มาเลเซีย	4	6	3	4	5
เกาหลี	5	5	5	5	6
ญี่ปุ่น	6	7	8	6	2
จีน	7	1	7	9	7
ไทย	8	8	6	7	8
ฟิลิปปินส์	9	9	9	10	9
อินเดีย	10	4	10	8	10
อินโดนีเซีย	11	11	11	11	11

ที่มา : IMD, The World Competitiveness Yearbook (2002)

หากพิจารณาในองค์ประกอบของเกณฑ์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของความอ่อนแอดังกล่าวแล้ว ประกอบไปด้วยเกณฑ์ปัจจัยย่อยต่างๆ เช่น การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ภาวะตลาดแรงงาน (Labor Market) ภาวะตลาดเงินตลาดทุน (Financial Markets) การบริหารจัดการ (Management Practices) และความสามารถในการปรับตัวเข้ากับกระแสโลกาภิวัฒน์ (Impact of Globalization) เกณฑ์ปัจจัยย่อยที่ถือว่าเป็นจุดแข็งของไทยด้านประสิทธิภาพธุรกิจ คือ ปัจจัยด้านแรงงาน กล่าวคือ การมีต้นทุนค่าแรงที่ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นค่าตอบแทนแรงงานและผู้บริหาร อัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำ และไม่มีปัญหาสมองไหลหรือการออกไปทำงานต่างประเทศของแรงงานที่มีฝีมือ ด้านแรงงานสัมพันธ์อยู่ในเกณฑ์ดี ไม่มีความขัดแย้งที่รุนแรงในหมู่แรงงาน ในขณะที่ปัจจัยด้านทักษะความชำนาญของพนักงานก็เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจในประเทศ (ตารางที่ 3.4)

เกณฑ์ปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการ (Management Practices) ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่บั่นทอนความสามารถในการแข่งขัน แม้ธุรกิจโดยส่วนใหญ่จะเน้นความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค และมีการปรับตัวทางการตลาดเป็นประจำสม่ำเสมอ แต่ความสามารถในการปรับตัวตอบสนองต่อตลาดกลับอยู่ในกลุ่มท้ายๆ ผู้บริหารขาดความตระหนักในการเป็นเจ้าของกิจการ ในขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมและพนักงานอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

ตารางที่ 3.4 องค์ประกอบของเกณฑ์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของธุรกิจ และอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยในปี 2544

เกณฑ์ปัจจัย	อันดับในปี 2544
1. การเพิ่มผลผลิต (Productivity)	**46**
1.1 การเพิ่มผลผลิตภาพรวม	45
1.2 การเพิ่มผลผลิตในภาคเกษตรกรรม	47
1.3 การเพิ่มผลผลิตในภาคอุตสาหกรรม	43
1.4 การเพิ่มผลผลิตในภาคบริการ	41
1.5 การเพิ่มผลผลิตในของแรงงาน	45
2. แรงงาน (Labor Market)	**32**
2.1 ต้นทุนค่าแรงงาน (Costs)	
2.1.1 ค่าตอบแทนแรงงานต่อปีในภาคบริการ	10
2.1.2 ค่าตอบแทนต่อปีของผู้บริหาร	11
2.2 แรงงานสัมพันธ์ (Relations)	
2.2.1 ชั่วโมงการทำงานต่อปี	10
2.2.2 ความสัมพันธ์ ปรองดองของลูกจ้าง*	30
2.2.3 การจูงใจพนักงานให้มีจุดมุ่งหมายสอดคล้ององค์กร*	39
2.2.4 การเล็งเห็นถึงความสำคัญของการฝึกอบรมพนักงาน*	39
2.3 ทักษะความชำนาญแรงงาน (Availability of Skills)	
2.3.1 ภาวะการมีงานทำ	10
2.3.2 ภาวะการมีงานทำของเพศหญิง	18
2.3.3 การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ*	38
2.3.4 การขาดแคลนแรงงานในภาคการเงิน*	40
2.3.5 ปัญหาผู้มีการศึกษาสูงออกไปทำงานต่างประเทศ*	15
2.3.6 ประสบการณ์ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ*	36
2.3.7 การขาดแคลนผู้บริหารระดับสูงที่มีความสามารถ*	38
2.3.8 ความสามารถของผู้บริหารไทยกับต่างชาติ*	49
3. การบริหารจัดการ (Management Practices)	**36**
3.1 ความสามารถในการปรับตัวตอบสนองต่อตลาด	45
3.2 จริยธรรมในการบริหารธุรกิจ*	36
3.3 ความน่าเชื่อถือขององค์กรต่อสาธารณชน*	34
3.4 กรรมการของบริษัทมีส่วนป้องกันการทุจริตภายใน*	32

เกณฑ์ปัจจัย	อันดับในปี 2544
3.5 การบริหารส่วนของผู้ถือหุ้นอย่างมีประสิทธิภาพ*	39
3.6 การเน้นความพึงพอใจผู้บริโภค*	22
3.7 ความตระหนักในเรื่องการเป็นเจ้าของกิจการ *	45
3.8 การเกิดขึ้นของธุรกิจรายใหม่เป็นเรื่องปกติหรือไม่*	36
3.9 วัฒนธรรมด้านการตลาดที่เป็นพลวัต*	25
3.10 ความรับผิดชอบต่อสังคม*	36
3.11 สาธารณสุข, ความปลอดภัย และสภาวะแวดล้อม*	35
4. การปรับตัวเข้ากับกระแสโลกาภิวัฒน์ (Impact of Globalization)	**42**
4.1 การคุกคามจากกระแสโลกาภิวัฒน์*	47
4.2 ทัศนคติต่อกระแสโลกาภิวัฒน์*	35
4.3 การย้ายฐานการผลิตของธุรกิจที่ส่งผลต่อแนวโน้มเศรษฐกิจ*	44
4.4 การย้ายฐานการวิจัยและพัฒนาที่ส่งผลต่อแนวโน้มเศรษฐกิจ*	42
4.5 ภาพลักษณ์ของประเทศส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ*	33

ที่มา : จากตาราง 3.1
หมายเหตุ : * หมายถึง เป็นข้อมูลจากการสำรวจโดย IMD

ส่วนเกณฑ์ปัจจัยที่ถือเป็นจุดอ่อนที่สุดของไทยในหมวดประสิทธิภาพธุรกิจ ในปี 2544 และถือเป็นตัวฉุดรั้งปัจจัยอื่น ๆ โดยเฉพาะขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ คือ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ซึ่งไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 46 จากจำนวน 49 ประเทศ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะเห็นได้ว่า ผลิตภาพการผลิตในภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาคการเกษตร อันดับที่ 47 ภาคอุตสาหกรรม อันดับที่ 43 และภาคบริการ อยู่ในอันดับที่ 41 ล้วนอยู่ในกลุ่มท้าย ๆ ส่งผลให้ผลิตภาพการผลิตโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 45

จากตารางที่ 3.5 จะเห็นได้ว่านับตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา ขีดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการเพิ่มผลผลิต (Productivity) มักอยู่ในกลุ่มท้าย ๆ มาโดยตลอด เป็นเครื่องยืนยันถึงความอ่อนแอหรือเป็นจุดอ่อนที่บั่นทอนความสามารถทางการแข่งขัน โดยเฉพาะในปี 2544 ผลิตภาพรวมของไทยตกไปอยู่อันดับที่ 46 จากจำนวน 49 ประเทศ

ตารางที่ 3.5 อันดับความสามารถทางการแข่งขันของไทยในเกณฑ์ปัจจัยด้าน Productivity

Productivity	2541	2542	2543	2544
ผลิตภาพรวม	43	43	44	46
ผลิตภาพแรงงาน	43	43	43	45
ภาคเกษตรกรรม	43	43	41	47
ภาคอุตสาหกรรม	43	43	38	43
ภาคบริการ	43	43	40	41

ที่มา : IMD, The World Competitiveness Yearbook (2002)

บทวิเคราะห์

การที่ระดับการเพิ่มผลผลิตของประเทศอยู่ในระดับต่ำ เนื่องมาจากประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรงตั้งแต่ปี 2540 และอยู่ในช่วงฟื้นตัว เป็นเหตุให้รายได้ประชาชาติลดลงอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น จีน อินเดีย และไต้หวัน ส่งผลให้การคำนวณระดับการเพิ่มผลผลิตของ IMD ซึ่งมักใช้ตัวเลขข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติในประเทศ (GDP) เป็นข้อมูลหลักในการคำนวณลดลงตามไปด้วย

แม้ว่าการประเมินและจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ โดย IMD จะมีผลต่อความเชื่อมั่นในบรรยากาศและศักยภาพของความน่าลงทุนของประเทศที่ถูกประเมิน อย่างไรก็ตาม ในการสรุปความจากผลการสำรวจของ IMD นั้น ควรสรุปด้วยความระมัดระวัง เพราะการประมวลผลอาจมีความคลาดเคลื่อนสูง เนื่องจากในการสำรวจความคิดเห็นนั้นอาจไม่ได้สะท้อนศักยภาพของประเทศอย่างแท้จริง หากกลุ่มบุคคลที่กรอกแบบสำรวจมิใช่ตัวแทนของกลุ่มบุคคลที่หลากหลาย ดังนั้นข้อมูลเชิงสถิติที่ IMD ใช้นั้น จึงมีความคลาดเคลื่อนจากข้อมูลที่หน่วยงานต่างๆ ของไทยจัดเก็บอยู่มาก

3.2 การเพิ่มผลผลิต (Productivity Performance) ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สำคัญในประเทศไทย

การศึกษาการเพิ่มผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปี 2545 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานภาพและปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศและต่อยุทธศาสตร์ของรัฐบาล จึงได้กำหนดขอบเขตการศึกษาในสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ 5 สาขา ประกอบด้วย เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย หนังและเครื่องหนัง ชิ้นส่วนยานยนต์ การค้าส่งและค้าปลีก และธุรกิจโรงแรม

วิธีการศึกษา ดำเนินการโดยการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิผลการดำเนินงานจากสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2543 และ 2544 เพื่อให้ได้ภาพทั้งในลักษณะของแนวโน้มและสถานการณ์ที่ครบถ้วนและทันสมัยมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 511 ราย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบด้วย

1) ผู้ประกอบการในภาคการผลิต 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.90 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งจำแนกได้เป็น
   - กิจการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย 50 แห่ง
   - กิจการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง 56 แห่ง
   - กิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 57 แห่ง
2) ผู้ประกอบการในภาคการค้าและภาคบริการ 348 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 68.10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งจำแนกได้เป็น
   - ธุรกิจค้าปลีก 146 แห่ง
   - ธุรกิจค้าส่ง 142 แห่ง
   - ธุรกิจโรงแรม 60 แห่ง

ผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า กิจการขนาดกลางและขนาดย่อมมีระดับการเพิ่มผลผลิตที่ไม่เปลี่ยนแปลงระหว่างปี 2543–2544 (ตารางที่ 3.6)

โดยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity, TFP) คงที่อยู่ที่ระดับ 0.13 ขณะที่ผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) อยู่ที่ระดับร้อยละ 0.95 ซึ่งเพิ่มขึ้นน้อยมาก โดยผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) ในปี 2543 เท่ากับ 154,440.90 บาทต่อคน และเพิ่มขึ้นเป็น 155,905.70 บาทต่อคนในปี 2544 ส่วนผลิตภาพทุน (Capital Productivity) มีการปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากระดับ 0.15 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 0.14 ในปี 2544 เช่นเดียวกับผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) และมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) โดยผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) ลดลงจากระดับ 1.61 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 1.53 ในปี 2544 และมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) ลดลงจากระดับ 0.13 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 0.11 ในปี 2544

อย่างไรก็ดี พบว่ายอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employee) มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,226,200.56 บาทต่อคนในปี 2543 เป็น 1,400,510.53 บาทต่อคน ในปี 2544 หรือคิดเป็นร้อยละ 14.22 ซึ่งยอดขายรวมที่เพิ่มขึ้นนี้ ควรจะทำให้ระดับการเพิ่มผลผลิตปรับตัวเพิ่มขึ้นได้บ้าง แต่เนื่องจากระดับมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales ratio) ที่ลดลงมากถึงร้อยละ 15.38 จึงทำให้ระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมจึงจำเป็นต้องเร่งสร้างมูลค่าเพิ่มในการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มมากขึ้น โดยการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการควบคู่ไปกับการควบคุมต้นทุนเพื่อเพิ่ม ศักยภาพทางการแข่งขัน อันจะนำผลกำไรกลับมาสู่กิจการในที่สุด

ตารางที่ 3.6 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตจำแนกตามกลุ่มกิจการ

หน่วย: เท่า

ตัวชี้วัด	รวม			ภาคการผลิต			ภาคการค้าและภาคบริการ		
	N=511			N=163			N=348		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)	0.13	0.13	0.00	0.28	0.29	3.57	0.06	0.05	(16.67)
ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity: พันบาทต่อคน)	154.44	155.91	0.95	184.58	202.66	9.80	115.36	95.27	(17.41)
ผลิตภาพทุน (Capital Productivity)	0.15	0.14	(6.67)	0.33	0.34	3.03	0.07	0.06	(14.29)
ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity)	1.61	1.53	(4.97)	1.79	1.82	1.68	1.33	1.06	(20.30)
มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio)	0.13	0.11	(15.38)	0.19	0.19	0.00	0.07	0.05	(28.57)
ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees: พันบาทต่อคน)	1,226.20	1,400.51	14.22	950.24	1,088.50	14.55	1,584.10	1,805.17	13.96
ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.08	0.07	(12.50)	0.11	0.1	(9.09)	0.05	0.05	0.00

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติปี 2546

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

3.3 การเปรียบเทียบระดับการเพิ่มผลผลิตระหว่างภาคการผลิต และภาคการค้าและภาคบริการ

เมื่อพิจารณาตามประเภทกิจการพบว่า ภาคการผลิตมีระดับการเพิ่มผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.57 ในขณะที่ภาคการค้าและภาคบริการมีระดับการเพิ่มผลผลิตลดลงถึงร้อยละ 16.67 แม้ว่าภาคการค้าและภาคบริการจะมียอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees) สูงกว่าภาคการผลิตค่อนข้างมากก็ตาม แต่ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตทุกตัวในภาคการค้าและภาคบริการ

จะมีค่าน้อยกว่าในภาคการผลิตค่อนข้างมาก โดยอุตสาหกรรมการผลิตมีประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ในช่วงปี 2543 และ 2544 อยู่ที่ระดับ 0.28 และ 0.29 ตามลำดับ ขณะที่ภาคการค้าและภาคบริการมีประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ในปี 2543 และ 2544 อยู่ที่ระดับ 0.06 และ 0.05 ตามลำดับ ขณะเดียวกันผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) ในภาคการผลิตในปี 2543 และ 2544 มีค่าเท่ากับ 184,577.34 บาทต่อคน และ 202,657.47 บาทต่อคน ตามลำดับ ในขณะที่แรงงานในภาคการค้าและภาคบริการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มต่อคนได้ต่ำกว่า คือเท่ากับ 95,270.59 บาทต่อคน ในปี 2543 และ 115,355.19 บาทต่อคนในปี 2544

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว พบว่าตัวชี้วัดอื่น ๆ ก็จะมีลักษณะเช่นเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากมีการลงทุนในทรัพยากรจำนวนเท่า ๆ กันแล้ว ภาคการค้าและภาคบริการยังสร้างมูลค่าเพิ่มได้ค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับภาคการผลิต

บทที่ 4
การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปนับว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยอย่างมาก หากพิจารณาถึงสัดส่วนการส่งออกเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 2545 คิดเป็นมูลค่ากว่า 2.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นมูลค่า 1.27 แสนล้านบาท ความสำคัญของภาคอุตสาหกรรมในแง่การจ้างงานก็เช่นเดียวกัน มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้ไม่ต่ำกว่า 8 แสนคน สูงที่สุดในบรรดาภาคอุตสาหกรรมการผลิต

4.1 ภาวะทั่วไป การผลิต การจ้างงาน และการลงทุน

ลักษณะการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นการใช้แรงงานเข้มข้น (Labour Intensive) โดยเฉพาะในขั้นตอนการเย็บเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ใช้ค่อนข้างล้าสมัย และมักใช้งานมาอย่างยาวนาน โดยธรรมชาติมักมีการค้นคว้าวิจัยสินค้าใหม่ๆ หรือลวดลายใหม่ๆ น้อย ส่วนใหญ่ไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ลักษณะการผลิตเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อคราวละมากๆ และขายในราคาต่ำ (Mass Production) สืบเนื่องจากเป็นการผลิตที่ใช้ระดับเทคโนโลยีต่ำ เน้นแรงงานเป็นจำนวนมากนี้เอง จึงทำให้มีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันได้ง่าย และส่วนมากเป็นผู้ประกอบการรายเล็กหรือ SMEs เนื่องจากมีจักรเย็บผ้าไม่กี่ตัวก็สามารถดำเนินกิจการได้

จากข้อมูลการจดทะเบียนสถานประกอบการโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในปี 2544 มีโรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำนวนทั้งสิ้น 2,641 โรงงาน ก่อให้เกิดการจ้างงานรวม 840,460 คน จำนวนสถานประกอบการมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2540 ทำให้การ

จ้างงานในอุตสาหกรรมนี้ลดลงตามไปด้วย จะเห็นได้ว่าจำนวนโรงงานลดลงจาก 2,856 โรงงาน ในปี 2540 เหลือเพียง 2,666 โรงงาน ในปี 2542 และ 2,672 โรงงาน ในปี 2543 และในทำนองเดียวกัน การจ้างงานก็ลดลงจาก 857,830 คน ในปี 2540 ลดลงเหลือเพียง 843,030 คน ในปี 2542 และ 840,460 คนในปี 2544

ตารางที่ 4.1 โครงสร้างการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ปี 2540-2544

	2540	2541	2542	2543	2544
จำนวนโรงงาน (โรง)	2,856	2,742	2,666	2,672	2,641
จำนวนแรงงาน (คน)	857,830	849,570	843,030	843,200	840,460
จำนวนเครื่องเย็บ (เครื่อง)	772,128	764,618	759,012	759,438	759,698

ที่มา : สถาบันสิ่งทอ

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปนั้น แม้ว่ามีแนวโน้มซบเซามานับตั้งแต่ปี 2540 แต่ในภาวะซบเซาดังกล่าว กิจการปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น สังเกตได้จาก การประกอบกิจการเฉพาะในอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย ในปี 2544 และ 2545 (ตารางที่ 4.2) จะพบว่า แม้จำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการในปี 2545 จะลดลงอย่างมากถึงร้อยละ 22.31 เมื่อเทียบกับปี 2544 กล่าวคือ ลดลงเหลือเพียง 118 โรง จากที่เคยมีถึง 152 โรง ทำให้จำนวนเงินลงทุน และการจ้างงานหดตัวถึงร้อยละ 28.21 และ 34.15 ตามลำดับ แต่สิ่งที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ โรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ขยายกิจการมีจำนวนเพิ่มขึ้น และจำนวนโรงงานที่เลิกกิจการนั้นมีจำนวนลดลง ในกรณีของโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ขยายกิจการนั้นเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 7.14 เปรียบเทียบกับจำนวนเงินลงทุนที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 84.95 และจำนวนคนงานที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 27.62 ในหมวดการขยายกิจการ ส่วนการเลิกกิจการของโรงงานนั้น มีจำนวนโรงงานที่มาขอ

อนุญาตเลิกกิจการ ลดลงถึงร้อยละ 52 ในปี 2545 เมื่อเทียบกับปี 2544 แสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการที่ยังสามารถเปิดดำเนินการอยู่นั้นมีแนวโน้มที่จะผลิตได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น มีการบริหารจัดการที่ดีขึ้น จนสามารถขยายกิจการเพื่อแข่งขันต่อไปได้

ตารางที่ 4.2 สถิติการประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในปี 2544-2545

	2544			2545			เปรียบเทียบ		
	จำนวน (โรง)	เงินลงทุน (ล้านบาท)	คนงาน (คน)	จำนวน (โรง)	เงินลงทุน (ล้านบาท)	คนงาน (คน)	โรงงาน (%)	เงินทุน (%)	คนงาน (%)
จำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ	152	1,206.6	12,428	118	866.3	8,189	(22.3)	(28.2)	(34.1)
จำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ขยายกิจการ	28	1,204.3	10,744	30	2,226.8	13,711	7.14	84.9	27.6
จำนวนโรงงานที่เลิกกิจการ	221	880	11,712	106	528.99	6,555	(52.0)	(39.9)	(44.0)

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศโรงงานอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

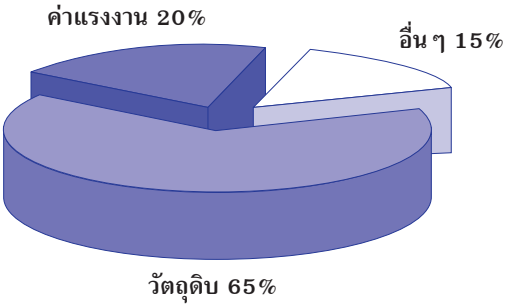
ผลิตภัณฑ์และโครงสร้างต้นทุน

เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตโดยส่วนใหญ่สามารถแบ่งออกได้เป็นสองกลุ่ม คือ เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าทอ ประมาณร้อยละ 40 และเสื้อผ้าที่ทำจากผ้าถัก ประมาณร้อยละ 60 โดยการผลิตส่วนใหญ่เป็นลักษณะรับจ้างผลิต โดยผู้ซื้อมักจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบ รวมถึงกำหนดแหล่งวัตถุดิบด้วย

โครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 65 ได้แก่ ผ้าทอและผ้าถัก ด้าย กระดุม และซิป เป็นต้น รองลงมาเป็นค่าจ้างแรงงาน ประมาณร้อยละ 20 ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 15 เช่น ค่าพลังงาน ค่าเสื่อมราคาโรงงาน ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ เป็นต้น ซึ่งโครงสร้าง

ต้นทุนดังกล่าวยืนยันให้เห็นว่า อุตสาหกรรมผลิตเสื้อผ้ามีต้นทุนแรงงานในสัดส่วนที่สูงมากเมื่อเทียบกับต้นทุนค่าเสื่อมราคาปัจจัยทุน ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

ภาพที่ 4.1 โครงสร้างต้นทุนการผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 2544



ที่มา : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

4.2 การตลาด

เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตได้ในประเทศจะถูกส่งออกไปขายต่างประเทศถึงร้อยละ 60 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ลักษณะเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ส่งออกจะมีทั้งเสื้อผ้าตลาดระดับล่างและตลาดระดับบน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างผลิตให้กับสินค้าแบรนด์เนมในต่างประเทศ ในขณะที่การนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าวัตถุดิบหรือวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูปที่มีคุณภาพสูงและยังไม่สามารถผลิตได้เองในประเทศ เพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าส่งออกที่มีรูปแบบทันสมัย

การส่งออก

มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 2545 เท่ากับ 116,698 ล้านบาท

หดตัวลงร้อยละ 9.65 เมื่อเทียบกับปี 2544 หลังจากที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2542 โดยสินค้าทุกชนิดในหมวดเสื้อผ้าสำเร็จรูปต่างส่งออกได้ลดลง ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าฝ้าย เสื้อผ้าที่ทำจากเส้นใย เสื้อผ้าที่ทำจากไหม และเสื้อขนสัตว์ เป็นต้น ส่วนสินค้าในหมวดเครื่องยกทรง รัดทรง และถุงเท้า/ถุงน่อง มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 มูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ปี 2542-2545

มูลค่า : ล้านบาท

	2542	2543	2544	2545
1 เสื้อผ้าสำเร็จรูป	110,268.2	124,212.4	129,128.9	116,698.6
	N/A	(12.6)	(4.0)	(-9.6)
1.1 เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าฝ้าย	51,246.1	55,009.5	53,064.8	51,503.4
	N/A	(7.3)	(-3.5)	(-2.9)
1.2 เสื้อผ้าที่ทำจากเส้นใย	28,533.1	31,836.9	33,751.3	28,623.4
	N/A	(11.6)	(6.0)	(-15.2)
1.3 เสื้อผ้าที่ทำจากไหม	328.8	505.6	485.8	430.8
	N/A	(53.8)	(-3.9)	(-11.3)
1.4 เสื้อขนสัตว์	4,209.1	5,565.6	6,097.4	3,537.7
	N/A	(32.2)	(9.6)	(-42.0)
1.5 เสื้อผ้าที่ทำจากวัสดุสิ่งทออื่น	12,883.7	16,193.8	18,389.2	18,186.1
	N/A	(25.7)	(13.6)	(-1.1)
1.6 เสื้อผ้าเด็ก	13,067.4	15,101.1	17,340.3	14,417.1
	N/A	(15.6)	(14.8)	(-16.9)
2 เครื่องยกทรง รัดทรงและส่วนประกอบ	4,376.5	6,380.0	7,898.1	8,146.7
	N/A	(45.8)	(23.8)	(3.1)
3 ถุงเท้าและถุงน่อง	1,952.0	2,343.7	2,303.8	2,403.4
	N/A	(20.1)	(-1.7)	(4.3)
4 ถุงมือผ้า	739.4	688.5	680.3	494.1
	N/A	(-6.9)	(-1.2)	(-27.4)
รวม	**117,336.1**	**133,624.5**	**140,011.1**	**127,742.4**
	N/A	**(13.9)**	**(4.8)**	**(-8.8)**

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปยังตลาดที่สำคัญในปี 2545 ต่างหดตัวลงอย่างพร้อมเพรียงกัน โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นที่หดตัวลงถึงร้อยละ 16.58 เมื่อเทียบกับปี 2544 รองลงมาคือตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญที่สุด หดตัวคิดเป็นร้อยละ 8.79 รวมไปถึงตลาดอาเซียนที่หดตัวร้อยละ 8.13 และตลาดสหภาพยุโรปที่หดตัวร้อยละ 8.01 (ตารางที่ 4.4)

หากพิจารณาถึงความสำคัญของแต่ละตลาด พบว่าตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สำคัญที่สุดของไทยอันดับแรกคือ ตลาดสหรัฐฯ โดยในปี 2545 ประเทศไทยสามารถส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปยังตลาดสหรัฐฯ คิดเป็นมูลค่า 65,745.6 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 8.79 เมื่อเทียบกับปี 2544 จากที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมานับตั้งแต่ปี 2542 หรือคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยร้อยละ 54.54 สิ่งที่น่าสังเกตประการหนึ่ง คือ สัดส่วนการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยไปยังตลาดสหรัฐฯ เทียบกับการส่งออกรวม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นนับตั้งแต่ปี 2543 จากเดิมมีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 54.51 ปรับสูงขึ้นเป็นร้อยละ 55.82 ในปี 2544 และร้อยละ 56.34 ในปี 2545 แสดงให้เห็นว่าตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยมีแนวโน้มกระจุกตัวมากขึ้น และเป็นการกระจุกตัวที่ตลาดเพียงแห่งเดียวคือ ตลาดสหรัฐฯ

ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สำคัญของไทยรองลงมาจากตลาดสหรัฐฯ คือ สหภาพยุโรป ซึ่งมูลค่าการส่งออกในปี 2545 เท่ากับ 24,941 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.01 เมื่อเทียบกับปี 2544 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.37 ของมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย

ตลาดญี่ปุ่นมีความสำคัญเป็นอันดับที่สาม โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2545 เท่ากับ 6,316 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 5.41 ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงนับตั้งแต่ปี 2543 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 5.95 และร้อยละ 5.86 ในปี 2544

ตารางที่ 4.4 ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยตั้งแต่ปี 2543-2545

	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)			อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2543	2544	2545	2543	2544	2545	2543	2544	2545
อาเซียน	2,201.40	2,448.60	2,249.60	25.56	11.23	(8.13)	1.77	1.90	1.93
สหภาพยุโรป	27,592.40	27,113.50	24,941.20	7.22	(1.74)	(8.01)	22.21	21.00	21.37
ญี่ปุ่น	7,389.30	7,571.90	6,316.70	(1.23)	2.47	(16.58)	5.95	5.86	5.41
สหรัฐอเมริกา	67,713.60	72,082.40	65,745.60	17.83	6.45	(8.79)	54.51	55.82	56.34
โลก (รวม)	124,212.40	129,128.90	116,698.60	12.65	3.96	(9.63)	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

การนำเข้า

ด้านการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 2545 มีมูลค่าการนำเข้าเพียง 5,159.8 ล้านบาท ลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้วคิดเป็นร้อยละ 5.6 โดยการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยแบ่งได้เป็นสองลักษณะ คือ เสื้อผ้าที่มีคุณภาพสูง มักนำเข้าจาก ญี่ปุ่น อิตาลี และฝรั่งเศส ส่วนเสื้อผ้าที่มีคุณภาพระดับปานกลางถึงระดับล่าง จะนำเข้าจากจีน และฮ่องกง

ตารางที่ 4.5 มูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปตั้งแต่ปี 2542-2545

หน่วย : ล้านบาท

	2542	2543	2544	2545
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	3,111.2	4,623.4	5,468.5	5,159.8
	(N/A)	(32.7)	(18.3)	(-5.6)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

4.3 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

ภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม สามารถพิจารณาจากตัวชี้วัดหลักด้านการเพิ่มผลผลิต 3 ตัว ได้แก่

- ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ซึ่งสามารถนำมาใช้วัดประสิทธิภาพโดยรวมของกิจการ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ปัจจัยการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน ซึ่งในความเป็นจริงการเพิ่มผลผลิตนั้น ไม่สามารถพึ่งพาการเพิ่มจำนวนการจ้างงานหรือการเพิ่มการใช้ปัจจัยทุนเท่านั้น ยังมีปัจจัยการผลิตอื่นๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่นิยมใช้วัดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันสำหรับปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การขยายตัวของประสิทธิภาพการผลิตรวม (TFP Growth) สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 1.03 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543 ที่อยู่ที่ระดับ 1.17

- ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการของกิจการ โดยมองปัจจัยการผลิตด้านแรงงานเพียงอย่างเดียว เป็นการวัดความสามารถของแรงงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการตัวเลขที่สูงจะแสดงถึงประสิทธิภาพของแรงงานที่สูงเช่นกัน สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ลดลงจาก 828,700 บาทต่อคนในปี 2543 มาเป็น 796,864 บาทต่อคน ในปี 2544

- ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการได้มากน้อยเพียงใด ตัวเลขที่สูงแสดงถึงประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานที่สูงขึ้น สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ลดลงจากระดับ 1.73 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 1.63 ในปี 2544 หรือลดลงร้อยละ 5.67

สำหรับค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่ปรากฏในโครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม มีรายการหลักอยู่ 3 รายการ ที่มีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด ได้แก่ ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เมื่อเทียบกับกิจการที่มีผลลัพธ์ดีที่สุด 5 อันดับแรก หรือกิจการที่มีต้นทุนรายการดังกล่าวต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมของกิจการ พบว่า

- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อต้นทุนรวมในปี 2543 อยู่ที่ระดับ 0.313 และลดลงไปอยู่ที่ระดับ 0.294 ในปี 2544

- ค่าเฉลี่ยของสัดส่วนผลตอบแทนพนักงานเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.036 ในขณะที่ในปี 2543 สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 0.042

- ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อต้นทุนรวมต่ำสุด 5 อันดับแรก ในปี 2543 อยู่ที่ระดับ 0.0028 ส่วนปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.0039

โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน

จากการสำรวจข้อมูลกิจการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทำการสำรวจ

ในปี 2546 โดยใช้ข้อมูลงบการเงินในปี 2543-2544 จำนวน 50 ราย โดยแยกเป็นกิจการขนาดย่อมที่มีพนักงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 31 ราย (คิดเป็นสัดส่วน 62%) และกิจการขนาดกลางที่มีคนงานตั้งแต่ 51 ถึง 200 คน จำนวน 19 ราย (คิดเป็นสัดส่วน 38%) สามารถนำมาคำนวณหาสัดส่วนทางการเงินด้านต้นทุนและรายได้จากการดำเนินงาน ซึ่งการวิเคราะห์โครงสร้างของรายได้และต้นทุนจากการดำเนินงานของกิจการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะช่วยให้สามารถมองเห็นโครงสร้างของอุตสาหกรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 สัดส่วนทางการเงินด้านต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม

หน่วย : เท่า

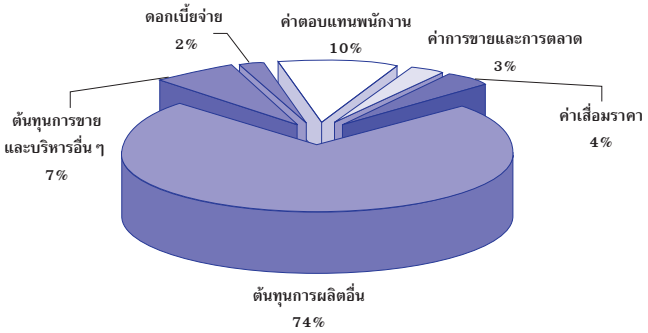
ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 50			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 31			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 19		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
รายได้จากการดำเนินงานต่อรายได้รวม (Operating Income to Total Revenue)	0.98	0.98	0	0.98	0.98	0	0.98	0.98	0
ผลตอบแทนพนักงานต่อต้นทุนรวม (Employee Benefit to Total Cost)	0.11	0.10	(9.09)	0.10	0.08	(20.0)	0.12	0.11	(8.33)
ค่าเช่าต่อต้นทุนรวม (Rental Cost to Total Cost)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อต้นทุนรวม (Interest Payment to Total Cost)	0.03	0.02	(33.33)	0.02	0.01	(50.00)	0.04	0.02	(50.00)
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวม (Promotion Cost to Total Cost)	0.03	0.03	0	0.03	0.03	0	0.03	0.03	0
ค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม (Depreciation to Total Cost)	0.05	0.04	(20.00)	0.09	0.06	(33.33)	0.03	0.02	(33.33)
ต้นทุนการผลิตอื่นต่อต้นทุนรวม (Other Manufacturing Cost to Total Cost)	0.70	0.74	5.71	0.71	0.77	8.45	0.70	0.73	4.28
ต้นทุนการขายและบริหารอื่นๆ (Other Administration Cost to Total Cost)	0.07	0.07	0	0.06	0.05	(16.66)	0.08	0.08	0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δหมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

โครงสร้างต้นทุนของกิจการในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม ในปี 2544 ประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าพลังงาน ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าจ้างช่วง เป็นต้น คิดเป็นสัดส่วนสูงที่สุด โดยสัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อต้นทุนรวม (Other Manufacturing Cost to Total Cost) มีค่าเท่ากับ 0.74 เท่า ซึ่งอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีสัดส่วนดังกล่าวสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางเล็กน้อย (อุตสาหกรรมขนาดย่อมอยู่ที่ระดับ 0.77 เท่า และขนาดกลาง 0.73 เท่า) รองลงมาเป็นต้นทุนด้านผลตอบแทนแรงงาน (Employee Benefit to Total Cost) มีสัดส่วนเท่ากับ 0.1 โดยอุตสาหกรรมขนาดกลางจะมีสัดส่วนต้นทุนด้านนี้สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม (อุตสาหกรรมขนาดกลางมีค่าเท่ากับ 0.11 เท่า และขนาดย่อม 0.8 เท่า) ลำดับถัดมาเป็นต้นทุนการบริหารและการขาย (Other Administration Cost to Total Cost) มีสัดส่วนเท่ากับ 0.07 เท่า และค่าเสื่อมราคา (Depreciation to Total Cost) คิดเป็นสัดส่วน 0.04 เท่า และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด (Promotion Cost to Total Cost) คิดเป็นสัดส่วน 0.03 เท่า

ภาพที่ 4.2 โครงสร้างต้นทุนผู้ประกอบการผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เป็น SMEs ปี 2544



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

จากสัดส่วนทางการเงินด้านยอดขายของธุรกิจ SMEs ในปี 2544 (ตาราง 4.7) จะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหารเมื่อเทียบกับยอดขาย (Administration Cost to Sales) อยู่ที่ระดับ 0.14 เท่า โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีต้นทุนดังกล่าวต่ำกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายการขายและบริหารที่ระดับ 0.12 เท่า และขนาดกลาง 0.16 เท่า ในขณะที่สัดส่วนผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขาย (Employee Income per Sales Ratio) อยู่ที่ระดับ 0.09 เท่า โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีต้นทุนด้านค่าตอบแทนแรงงานเมื่อเทียบกับยอดขายต่ำกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง อุตสาหกรรมขนาดย่อมเท่ากับ 0.08 เท่า และอุตสาหกรรมขนาดกลางเท่ากับ 0.1 เท่า

ตารางที่ 4.7 ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการ SMEs ยังไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และยังขาดการเอาใจใส่ดูแลการพัฒนาบุคลากรในองค์กร สังเกตได้จากสัดส่วนค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขาย และสัดส่วนการพัฒนาพนักงานต่อยอดขายซึ่งอยู่ในระดับต่ำมาก แสดงให้เห็นว่าธุรกิจ SMEs ไม่มีการใช้จ่ายด้านนี้หรือมีการใช้จ่ายที่น้อยมาก

ต้นทุนการผลิตของธุรกิจ SMEs เมื่อคิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขาย (Manufacturing Cost to Sale) อยู่ที่ระดับ 0.78 เท่า ในปี 2544 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.63 เมื่อเทียบกับปี 2543 ซึ่งอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีสัดส่วนดังกล่าวสูงกว่าขนาดกลาง และเมื่อพิจารณาต้นทุนขาย ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการผลิตบวกกับสินค้าคงคลังสุทธิ (Cost of Goods sold to Sale) ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นต้นทุนที่แท้จริงของธุรกิจ เนื่องจากนับรวมสินค้าคงคลังในสต็อก ซึ่งถือเป็นต้นทุนส่วนหนึ่ง จะพบว่าธุรกิจ SMEs มีสัดส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายอยู่ที่ระดับ 0.81 เท่า ในปี 2544

ตารางที่ 4.7 สัดส่วนด้านยอดขายรวมในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม

หน่วย : เท่า

สัดส่วนทางการเงิน	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 50			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 31			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 19		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขาย (Administration Cost to Sales)	0.17	0.14	(17.64)	0.14	0.12	(14.28)	0.18	0.16	(11.11)
ผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.10	0.09	(10.00)	0.09	0.08	(11.11)	0.11	0.10	(9.09)
ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขายรวม (Research Cost to Sales)	0	0	N/A	0	0	N/A	0	0	N/A
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงานต่อยอดขาย (Training Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ค่าเช่าต่อยอดขายรวม (Rental Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
เงินบริจาคต่อยอดขายรวม (Donation to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อยอดขายรวม (Interest payment to Sales)	0.03	0.02	(33.33)	0.02	0.01	(50.00)	0.04	0.02	(50.00)
ค่าเสื่อมราคาต่อยอดขายรวม (Depreciation to Sales)	0.05	0.03	(40.00)	0.09	0.06	(33.33)	0.03	0.02	(33.33)
ต้นทุนการผลิตต่อยอดขายรวม (Manufacturing Cost to Sales)	0.76	0.78	2.63	0.81	0.82	1.23	0.74	0.76	2.70
ต้นทุนขายต่อยอดขายรวม (Cost of Goods sold to Sales)	0.80	0.81	1.25	0.82	0.82	0	0.79	0.81	2.53

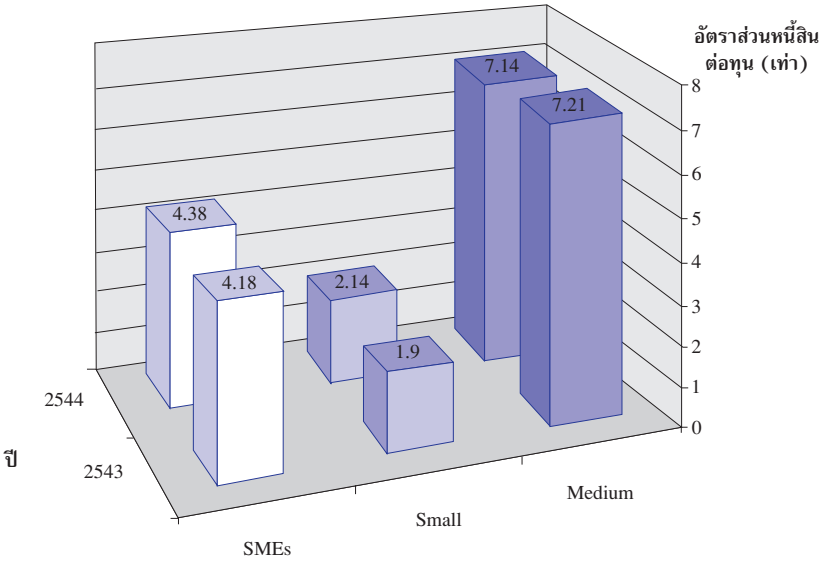
ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

ด้านอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตราความเสี่ยงทางการเงิน และความสามารถในการบริหารแหล่งเงินทุนของกิจการ จากภาพที่ 4.3 พบว่าในปี 2543 อัตราส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 4.18

เท่า และเพิ่มเป็นระดับ 4.38 เท่าในปี 2544 ซึ่งโดยภาพรวมแล้วถือว่าอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่หากกิจการยังสามารถสร้างรายได้เพียงพอเพื่อนำมาชำระดอกเบี้ยจ่าย และจ่ายคืนเงินต้นแล้ว อัตราส่วนที่ค่อนข้างสูงดังกล่าวจะไม่เป็นปัญหาต่อการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาตามขนาดของกิจการพบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของกิจการขนาดกลางจะสูงกว่าขนาดย่อมมาก โดยในปี 2544 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของกิจการขนาดกลางอยู่ที่ระดับ 7.14 เท่า ในขณะที่กิจการขนาดย่อมอยู่ที่ระดับ 2.14 เท่า

ภาพที่ 4.3 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ระดับการเพิ่มผลผลิต (Productivity)

ภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม ในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางถดถอย ในขั้นต้นสามารถสังเกตได้จากตัวชี้วัดประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเพิ่มผลผลิตอันเนื่องมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตทุกชนิดร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทุน ปัจจัยแรงงาน การบริหารจัดการ ตลอดจนระดับเทคโนโลยี ที่ปรับตัวลดลงจากระดับ 0.31 ในปี 2543 มาเป็น 0.29 ในปี 2544 ลดลงร้อยละ 6.45 โดยมีสาเหตุจากการปรับตัวลดลงของผลิตภาพโดยรวมในอุตสาหกรรมขนาดย่อมเป็นสำคัญ โดยที่ค่าตัวชี้วัดประสิทธิภาพการผลิตรวมปรับลดลงจากระดับ 0.32 ในปี 2543 เป็น 0.28 ในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีระดับผลิตภาพการผลิตโดยรวมคงที่ เท่ากับ 0.3 (ตารางที่ 4.8)

ในลำดับถัดไปเป็นการพิจารณาในรายละเอียดของตัวชี้วัดระดับการเพิ่มผลผลิต ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในเบื้องต้นว่า การเพิ่มผลผลิตโดยรวมหรือ TFP นั้น เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิตหลายส่วนประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทุน แรงงาน ตลอดจนการบริหารจัดการ ดังนั้น เพื่อให้การวิเคราะห์ระดับการเพิ่มผลผลิตครบถ้วนสมบูรณ์ จึงควรพิจารณารายละเอียดการเพิ่มผลผลิตในแต่ละปัจจัย โดยตัวชี้วัดที่คำนวณได้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต ซึ่งชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เช่น ทุนและแรงงาน และตัวชี้วัดความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)

ปัจจัยแรกที่จะกล่าวถึงคือ การวัดประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยทุนในการดำเนินงาน หรือ Operating Capital ประกอบด้วยสินทรัพย์หมุนเวียน และสินทรัพย์ถาวร ว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการได้เท่าใดนั้น สามารถพิจารณาได้จากตัวชี้วัดผลิตภาพปัจจัยทุน (Capital Productivity) พบว่าอยู่ที่ระดับ 0.35 ในปี 2544 ซึ่งลดลงร้อยละ 2.77 เมื่อเทียบกับปี 2543 เท่ากับ 0.36 โดยผลิตภาพของปัจจัยทุน (Capital Productivity) ในอุตสาหกรรมขนาดย่อมลดลงอย่างมาก จากระดับ 0.37 ในปี 2543 เป็น 0.32 ในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีระดับผลิตภาพปัจจัยทุน (Capital Productivity) คงที่ ที่ระดับ 0.36 เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่เป็นตัวฉุดรั้งผลิตภาพปัจจัยทุน (Capital Productivity) ของอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมให้ลดต่ำลงเกิดจากการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนที่ขาดประสิทธิภาพ โดยตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน (Efficiency of Investment in Current Asset) ลดลงถึงร้อยละ 9.61 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ตารางที่ 4.9) ในขณะที่การใช้สินทรัพย์ถาวร ซึ่งถือเป็นปัจจัยทุนที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Efficiency of Investment in Equipment) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.22 ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.8 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 50			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 31			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 19		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)	0.31	0.29	(6.45)	0.32	0.28	(12.50)	0.30	0.30	0
ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity : พันบาทต่อคน)	181.83	188.28	3.54	225.06	217.70	(3.26)	116.02	177.52	6.92
ผลิตภาพทุน (Capital Productivity)	0.36	0.35	(2.77)	0.37	0.32	(13.51)	0.36	0.36	0
ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity)	2.01	1.89	(5.97)	2.30	2.15	(6.52)	1.89	1.79	(5.29)
มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio)	0.21	0.17	(19.04)	0.21	0.17	(19.04)	0.20	0.18	(10.00)
ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees : พันบาทต่อคน)	885.26	1,076.58	21.61	1,059.08	1,313.02	23.97	821.68	990.09	20.49
ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.10	0.09	(10.0)	0.09	0.08	(11.11)	0.11	0.10	(9.09)

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

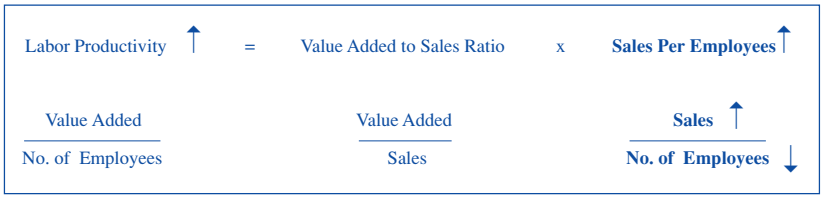
หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

ในลำดับถัดมา เป็นการวัดระดับการเพิ่มผลผลิตด้านปัจจัยแรงงาน ซึ่งบ่งบอกถึงประสิทธิภาพของพนักงานแต่ละคนว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการได้มากน้อยเพียงใด พบว่าในปี 2544 ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) อยู่ที่ระดับ 188,282 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.54 เมื่อเทียบกับปี 2543 ที่ระดับ 181,833 บาทต่อคน แสดงให้เห็นว่าแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการได้สูงขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีค่าผลิตภาพแรงงานสูงถึง 217,704 บาทต่อคน ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีค่าเท่ากับ 177,518 บาทต่อคน

ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตด้านแรงงานอีกตัวหนึ่งที่มักถูกใช้เป็นเครื่องมือวัดผลิตภาพของแรงงานควบคู่ไปกับผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) คือ มูลค่าการขายต่อพนักงาน (Sales per Employees) ซึ่งตัวชี้วัดทั้งสองมักเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน โดยมูลค่าการขายต่อพนักงาน (Sales per Employees) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 1,076,586 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.61 เมื่อเทียบกับปี 2543 ที่ระดับ 885,265 บาทต่อคน โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีค่าดังกล่าวสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง (กล่าวคือ ที่ระดับ 1,313,025 บาทต่อคน และ 990,090 บาทต่อคน ในกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดย่อมและกลางตามลำดับ) ซึ่งจากตัวชี้วัดด้านแรงงานทั้งสองนี้ ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านแรงงานในอุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องแต่งกายและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดย่อมนั้นมีผลิตภาพสูงกว่า หรือสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการได้มากกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง (ตารางที่ 4.8)

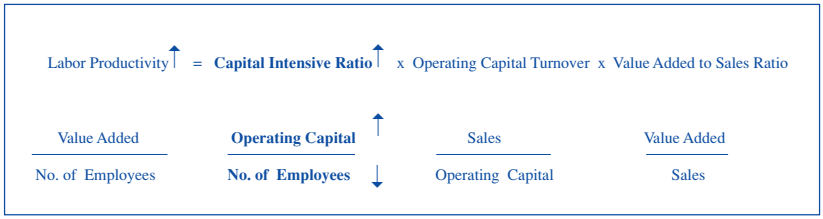
เมื่อวิเคราะห์ถึงที่มาของการขยายตัวของผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) โดยวิธี Factor Analysis ซึ่งเป็นการแยกองค์ประกอบผลิตภาพแรงงาน มาวิเคราะห์หาสาเหตุของการขยายตัว โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่า เกิดจาก 2 แนวทาง คือ

1. มูลค่าการขายต่อพนักงาน (Sales Per Employees) ที่สูงขึ้น จากระดับ 885,265 บาทต่อคน ในปี 2543 เป็น 1,076,586 บาทต่อคน ในปี 2544 ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยของรายได้จากการขายหรือประกอบกิจการของสถานประกอบการตัวอย่างจำนวน 50 ตัวอย่าง เพิ่มขึ้นจาก 44.16 ล้านบาท ในปี 2543 เป็น 53.79 ล้านบาท ในปี 2544 (ตาราง ข-1, ภาคผนวก ข) ในขณะเดียวกันจำนวนพนักงานที่ลดลงดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ในตารางที่ 4.2 จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ลดลงเกือบ 3 พันคน ในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 ทำให้สัดส่วน Sales Per Employees เพิ่มขึ้นดังความสัมพันธ์ในสมการ



หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543

2. Capital Intensive Ratio ที่ปรับตัวสูงขึ้น จากที่ระดับ 498,912 บาทต่อคน ในปี 2543 เป็น 544,194 บาทต่อคน ในปี 2544 อันเนื่องมาจากจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ลดลงในปี 2544 ประกอบกับจำนวนเครื่องจักร (เครื่องเย็บ) ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยทุนที่สำคัญมีแนวโน้มคงที่ (ตารางที่ 4.1)



หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์

จากตัวชี้วัดมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคน (Capital Intensive Ratio) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 544,194 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.07 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ตารางที่ 4.9) หากเปรียบเทียบสัดส่วนดังกล่าวกับอุตสาหกรรมที่สำรวจอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อยู่ที่ระดับ 706,200 บาทต่อคน และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ที่ระดับ 813,462 บาทต่อคน สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

นั้น มีลักษณะใช้แรงงานเข้มข้น (Labour Intensive) สูงกว่าโดยเปรียบเทียบ และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม จะมีมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคนที่สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง กล่าวคือ อุตสาหกรรมขนาดย่อมอยู่ที่ระดับ 670,419 บาทต่อคน ในขณะที่ขนาดกลางอยู่ที่ระดับ 498,018 บาทต่อคน เนื่องจากนิยามของปัจจัยทุนที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้มิได้หมายถึงแต่เพียงเครื่องมือเครื่องจักรหรือเทคโนโลยี แต่ยังหมายรวมถึงสินทรัพย์หมุนเวียน เช่น เงินสด ลูกหนี้การค้า และสินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ เช่น ที่ดิน อาคาร เป็นต้น ดังนั้นตัวชี้วัดมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคนของอุตสาหกรรมขนาดกลางที่ต่ำกว่า แสดงให้เห็นว่ามีการใช้ประโยชน์สินทรัพย์เหล่านี้ได้คุ้มค่าหรือมีประสิทธิภาพมากกว่า กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีจำนวนแรงงานที่เหมาะสมกับปริมาณปัจจัยทุนมากกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม

เนื่องด้วยปัจจัยทุนที่นำมาคำนวณผลิตภาพปัจจัยทุน (Capital Productivity) ในการศึกษาครั้งนี้คำนวณจากผลรวมของสินทรัพย์หมุนเวียน (Current Assets) และสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets) ในด้านตัวชี้วัดการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน (Efficiency of Investment in Current Asset) ซึ่งเปรียบเสมือนกระแสโลหิตที่ไหลเวียนภายในกิจการ ทำให้การดำเนินธุรกรรมมีความคล่องตัว ปรับตัวลดลงจากระดับ 0.52 ในปี 2543 เป็นระดับ 0.47 ในปี 2544 แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมลดลง กล่าวคือ มีการเก็บสต็อกวัตถุดิบ หรือสต็อกสินค้ามากขึ้น หรืออาจเรียกเก็บหนี้ค้างชำระได้ลดลง หากเปรียบเทียบความสามารถในการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนระหว่างอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จะพบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางมีสัดส่วนประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน (Efficiency of Investment in Current Asset) ที่ระดับ 0.53 สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม (ระดับ 0.38)

ส่วนการบริหารสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ ที่ดิน อาคาร โรงงาน และเครื่องจักรอุปกรณ์ พบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อเทียบกับสินทรัพย์หมุนเวียน โดยตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Efficiency of Investment in Equipment) ปรับตัวจากระดับ 1.24 ในปี 2543 เป็น 1.28 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 แสดงให้เห็นว่ากิจการสามารถใช้สินทรัพย์เหล่านี้ให้เกิดประโยชน์หรือสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างเต็มที่ หากพิจารณาในรายละเอียดของประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ถาวรทั้งสามส่วนประกอบด้วย ที่ดิน โรงงาน และเครื่องจักรอุปกรณ์ พบว่าสถานประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากอาคาร/โรงงาน ได้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นมากที่สุด โดยดัชนีวัดประสิทธิภาพการลงทุนในอาคาร/โรงงาน (Factory Efficiency Ratio) อยู่ที่ระดับ 50.37 รองลงมาคือ ที่ดิน และเครื่องจักร โดยตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในที่ดิน (Land Efficiency Ratio) และตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในเครื่องจักร (Machinery Efficiency Ratio) อยู่ที่ระดับ 16.23 และ 2.85 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 50			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 31			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 19		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
มูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคน (Capital Intensive Ratio : พันบาทต่อคน)	498.91	544.19	9.07	604.91	670.42	10.82	460.13	498.02	8.23
มูลค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่อคน (Employees Equipment Ratio : พันบาทต่อคน)	147.16	146.78	(0.26)	113.13	99.78	(11.80)	159.61	163.97	2.73
ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน (Efficiency of Investment in Current Asset)	0.52	0.47	(9.61)	0.46	0.38	(17.39)	0.55	0.53	(3.63)
ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Efficiency of Investment in Equipment)	1.24	1.28	3.22	1.99	2.18	9.54	1.04	1.08	3.84
ประสิทธิภาพการลงทุนในที่ดิน (Land Efficiency Ratio)	14.27	16.23	13.73	21.76	35.72	64.15	12.19	13.04	6.97
ประสิทธิภาพการลงทุนในโรงงาน (Factory Efficiency Ratio)	44.66	50.37	12.78	32.33	34.08	5.41	55.07	64.13	16.45
ประสิทธิภาพการลงทุนในเครื่องจักร (Machinery Efficiency Ratio)	2.57	2.85	10.89	2.97	3.17	6.73	2.41	2.72	12.86

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

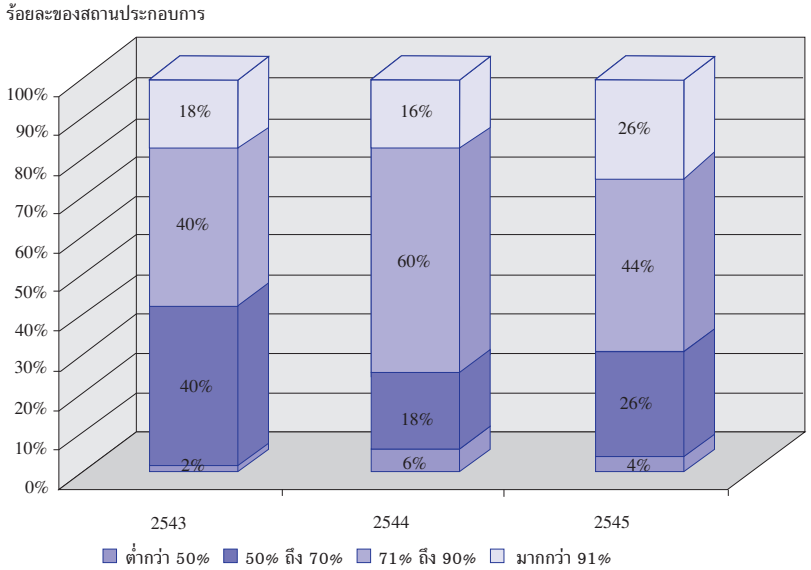
หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

4.4 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน

บรรยากาศการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อมโดยภาพรวมพบว่ามีทิศทางที่ดีขึ้น จำนวนสถานประกอบการที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization) เกิน 70% คิดเป็นร้อยละ 70 ของสถานประกอบการตัวอย่างทั้งหมด ในปี 2544 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 58 ในปี 2543 (ภาพที่ 4.4) โดยเฉพาะในปี 2545 มีจำนวนสถานประกอบการในกลุ่มตัวอย่างที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตสูงกว่า 90%

คิดเป็นร้อยละ 26 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16 และ 18 ในปี 2544 และ 2543 ตามลำดับ สาเหตุที่กิจการไม่สามารถใช้กำลังการผลิตได้อย่างเต็มที่ เป็นเพราะความต้องการสินค้าและบริการที่มีต่อสินค้าลดลง รวมทั้งการขาดแคลนกำลังแรงงาน

ภาพที่ 4.4 อัตราการใช้กำลังการผลิตของผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในกลุ่ม SMEs



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ส่วนการลงทุนและแนวโน้มการลงทุนของอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อม พบว่าในปี 2543 และ 2544 ที่ผ่านมา มีการลงทุนเพิ่มในเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตคิดเป็นร้อยละ 84 และ 88 ของกิจการในกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ โดยแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากกำไรที่ยังไม่ได้จัดสรรของกิจการ รองลงมาคือเงินกู้ยืมจากธนาคาร และเงินทุนเจ้าของกิจการ

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการสำรวจพบว่า สถานประกอบการที่ลงทุนเพิ่มในเครื่องจักรและอุปกรณ์มีสัดส่วนลดลงเหลือเพียงร้อยละ 37 ในปี 2545 และร้อยละ 36 ในปี 2546 ของสถานประกอบการในกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น

ผู้ประกอบการ SMEs โดยส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนักในความสำคัญของการเพิ่มผลผลิต (Productivity) และการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ตอบแบบสำรวจร้อยละ 84 มีความเห็นว่าการเพิ่มผลผลิตมีความจำเป็นน้อย หรือไม่มีความจำเป็นต่อการดำเนินกิจการเลย ในขณะที่ร้อยละ 14 เห็นว่ามีความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนผู้เห็นความสำคัญของการเพิ่มผลผลิตมีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการ SMEs กว่าร้อยละ 90 ไม่มีการจัดทำระบบคุณภาพมาตรฐานใด ๆ เนื่องจากการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยงบประมาณและกำลังคนผู้รับผิดชอบ ซึ่งพนักงานส่วนใหญ่ต่างมีภาระมากอยู่แล้ว จากการสำรวจพบว่ามีผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 8 ที่มีการจัดทำระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO 9000

ในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตภายในองค์กรนั้น สามารถทำได้หลายทาง นอกจากจะนำระบบมาตรฐานคุณภาพมาใช้แล้ว แนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มผลผลิตในองค์กรได้คือ การดำเนินกิจกรรมปรับปรุงคุณภาพการผลิตหรือการบริหารจัดการ เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ให้ความสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตต่ำมาก จึงมีสถานประกอบการเพียงร้อยละ 32 ที่มีการดำเนินกิจกรรมปรับปรุงคุณภาพในองค์กร ในขณะที่สถานประกอบการอีกร้อยละ 68 ไม่มีกิจกรรมใด ๆ เลย โดยกิจกรรมที่นิยมนำมาปฏิบัติ ได้แก่ 5 ส. และกิจกรรมกลุ่มคุณภาพ (QCC)

สำหรับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินกิจการของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อมนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็นสองส่วนใหญ่ ๆ คือ ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งอยู่นอกเหนือ

การควบคุมของกิจการ และปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายใน ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดในกระบวนการบริหารการผลิต และการบริหารจัดการภายในองค์กร

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ พบว่าอุปสรรคในการดำเนินกิจการที่เกิดจากปัจจัยภายนอกในหมวดแรก คือ สาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น การสื่อสาร (โทรศัพท์) และกระแสไฟฟ้า พบว่าไม่เป็นปัญหาต่อการดำเนินกิจการ ยกเว้นการคมนาคมขนส่งที่สถานประกอบการตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลลงความเห็นว่าเป็นปัญหา เนื่องจากการจราจรติดขัด และสภาพถนนไม่ดี

ในหมวดที่สอง เกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อบังคับตามกฎหมายของภาครัฐ พบว่า อัตราภาษีการจัดเก็บภาษีอากร พิธีการศุลกากร รวมทั้งกฎหมายแรงงาน และการจดทะเบียน มิได้ก่อให้เกิดปัญหาต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs เท่าใดนัก ในขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs มีความเห็นว่า ปัญหาแรงงานเป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการกว่าร้อยละ 40 มีความเห็นว่า คุณภาพ ทักษะ และการศึกษาของแรงงานยังไม่สอดคล้องกับความต้องการและลักษณะงาน แรงงานที่จบใหม่ยังต้องได้รับการฝึกสอนใหม่ และเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อให้สามารถรับผิดชอบงานได้

ในหมวดที่สาม สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการร้อยละ 24 เห็นว่าความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจ เช่น โครงการส่งเสริมต่าง ๆ ที่ภาครัฐดำเนินการขาดความต่อเนื่อง เป็นปัญหาเล็กน้อย ในขณะที่ภาวะตลาดเงินและสภาพคล่อง เช่น อัตราดอกเบี้ย และการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อนั้น มิได้ก่อให้เกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

สำหรับปัญหาภายในกิจการด้านการจัดการกระบวนการผลิตสินค้านั้น พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาการพัฒนาทักษะ ความชำนาญของแรงงานในสายการผลิต และปัญหาการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามเวลาที่ลูกค้ากำหนด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66 ของกิจการตัวอย่าง รองลงมาเป็นปัญหา

ด้านการวางแผนการผลิต (คิดเป็นร้อยละ 64 ของกิจการตัวอย่าง) และปัญหาการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ผลิตยังไม่มีการกำหนดมาตรฐานสินค้าเป็นต้น

ส่วนปัญหาด้านการบริหารจัดการภายในองค์กร พบว่า การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นปัญหาที่พบมากในกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 54) แต่ระดับความรุนแรงของปัญหายังไม่สูงนัก รองลงมาคือการพัฒนาทักษะความชำนาญของบุคลากร (ร้อยละ 48) และองค์กรส่วนใหญ่ยังไม่มีการกำหนดทิศทางเป้าหมายขององค์กร ไม่มีการกำหนดแผนการดำเนินงานหรือแผนปฏิบัติการ (ร้อยละ 48)

บทที่ 5
การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมรองเท้า และเครื่องหนัง

อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง นับเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยสังเกตได้จากมูลค่าการส่งออกรองเท้าและชิ้นส่วนในปี 2545 มีมูลค่าถึง 33,141 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 11.07 เมื่อเทียบกับปี 2544 ที่สามารถส่งออกได้ถึง 37,267 ล้านบาท) ในขณะที่อุตสาหกรรมผลิตเครื่องหนัง และผลิตภัณฑ์หนังฟอกหนังอัด มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 16,780 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 9.9 เมื่อเทียบกับ ปี 2544 ที่สามารถส่งออกได้ 18,624 ล้านบาท) จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการผลิตทั้งสองหมวดคือ ผลิตภัณฑ์รองเท้า และผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง สามารถสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี หรือคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งสองหมวดต่อมูลค่าการส่งออกรวมในปี 2545 เป็นร้อยละ 1.7

ในปี 2545 ที่ผ่านมา ภาวะการค้าโลกที่ซบเซา เป็นเหตุให้มูลค่าการส่งออกสินค้าในหมวดผลิตภัณฑ์รองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังลดลงอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2544 ประกอบกับการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 ที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 11.26 ในหมวดรองเท้าและชิ้นส่วน และร้อยละ 7.71 ในหมวดอุตสาหกรรมเครื่องหนัง ผลิตภัณฑ์หนังฟอกหนังอัด

5.1 ภาวะทั่วไป การผลิต การจ้างงาน และการลงทุน

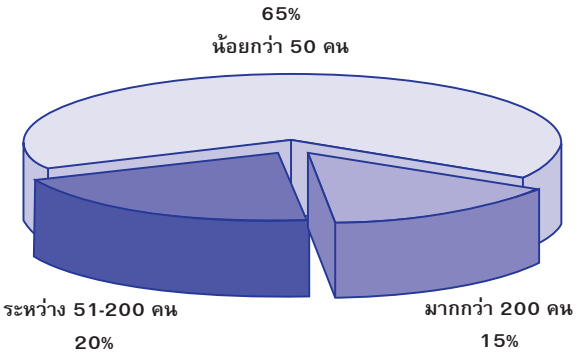
อุตสาหกรรมรองเท้าและชิ้นส่วน

จำนวนผู้ประกอบการผลิตรองเท้าและชิ้นส่วน รวมถึงการจ้างงานในอุตสาหกรรมประเภทนี้ลดลงอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลสถานประกอบการที่

จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี พ.ศ. 2544 พบว่ามีจำนวนโรงงานผลิตรองเท้าและชิ้นส่วนที่ได้จดทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 558 โรงงาน ก่อให้เกิดการจ้างงาน 86,127 คน ลดลงจากปี 2543 ที่มีโรงงานจดทะเบียนจำนวน 576 โรงงาน โดยมีการจ้างงาน 84,032 คน อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับข้อมูลปี 2540 ที่เคยมีโรงงานจดทะเบียนสูงถึง 640 โรงงาน ในขณะที่ปี 2539 มีถึง 724 โรงงาน จะเห็นได้ว่าจำนวนสถานประกอบการลดลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้ลดลงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการขนาดเล็กอีกจำนวนมากที่ไม่ได้จดทะเบียนกับกรมโรงงานฯ และมักเป็นผู้รับจ้างผลิตช่วงต่อจากโรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในหมวดรองเท้าและส่วนประกอบ ประกอบด้วย รองเท้ากีฬา รองเท้าแตะ รองเท้าหนังเทียมและหนังแท้ รองเท้ายางและพลาสติก และรองเท้าอื่น ๆ รวมทั้งส่วนประกอบของรองเท้า

จากการสำรวจภายใต้โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขารองเท้าและเครื่องหนัง) พ.ศ. 2545 พบว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมจำแนกตามจำนวนแรงงาน เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่มีคนงานมากกว่า 200 คน คิดเป็นร้อยละ 15 โรงงานขนาดกลางที่มีคนงานระหว่าง 51–200 คน ร้อยละ 20 ที่เหลือร้อยละ 65 เป็นโรงงานขนาดเล็กที่มีคนงานน้อยกว่า 50 คน (ภาพที่ 5.1) ดังนั้นหากพิจารณาจากจำนวนคนงานจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าประมาณร้อยละ 85 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางขนาดย่อม (SMEs) โดยในปัจจุบัน อัตราการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมการผลิตรองเท้าและชิ้นส่วน ในปี 2544 อยู่ที่ระดับร้อยละ 70.86

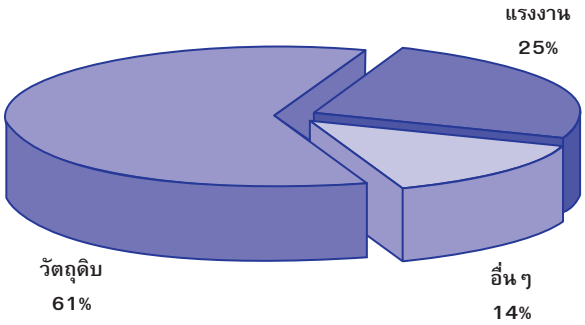
ภาพที่ 5.1 ขนาดสถานประกอบการจำแนกตามจำนวนแรงงาน ในปี 2544



ที่มา : โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขารองเท้าและเครื่องหนัง) พ.ศ. 2545

ในอุตสาหกรรมรองเท้า ต้นทุนการผลิตร้อยละ 61 อยู่ในหมวดค่าวัตถุดิบ รองลงมาเป็นค่าแรงงาน ร้อยละ 25 และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 14 (ภาพที่ 5.2) โดยวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ได้แก่ หนังฟอกแต่งสำเร็จ, PVC, PU และ EVA ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของวัตถุดิบที่ใช้ในประเทศทั้งหมด

ภาพที่ 5.2 โครงสร้างต้นทุนการผลิตรองเท้าในปี 2544



ที่มา : โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขารองเท้าและเครื่องหนัง) พ.ศ. 2545

อุตสาหกรรมผลิตเครื่องหนัง

จำนวนโรงงานเครื่องหนังที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี พ.ศ. 2544 มีจำนวนทั้งสิ้น 409 โรงงาน มีการจ้างงานรวม 38,654 คน จำนวนสถานประกอบการมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2543 มีจำนวนโรงงานเครื่องหนังจดทะเบียน 415 โรงงาน และมีการจ้างงาน 37,789 คน ในขณะที่ปี 2542 เคยมีโรงงานจดทะเบียนสูงถึง 429 โรงงาน ลักษณะของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องหนังจะคล้ายคลึงกับอุตสาหกรรมรองเท้า คือ โรงงานมีขนาดเล็ก เป็นธุรกิจครอบครัวซึ่งมิได้จดทะเบียนกับกรมโรงงาน เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น มีการผลิตไม่ซับซ้อน ใช้แรงงานฝีมือเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งประมาณสามในสี่ของจำนวนแรงงานทั้งหมดมักจะเป็นแรงงานหญิง

อุตสาหกรรมเครื่องหนังจัดเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยรับวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมหนังฟอก เพื่อผลิตสินค้าต่าง ๆ เช่น กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าถือ กระเป๋าเอกสาร เครื่องใช้ในการเดินทาง เครื่องใช้สำนักงานและเข็มขัด เป็นต้น โดยมีโครงสร้างต้นทุนการผลิตที่ไม่แตกต่างจากการโครงสร้างต้นทุนการผลิตรองเท้าเท่าใดนัก ซึ่งต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 59 เป็นค่าวัตถุดิบ รองลงมาคือค่าแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 24 และ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อีกร้อยละ 17

5.2 การตลาด

การตลาดต่างประเทศ

การส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยในปี 2545 กลับหดตัวอีกครั้งหลังจากที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2543 และ 2544 โดยมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและชิ้นส่วนในปี 2545 คิดเป็นมูลค่า 33,160 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.1 เมื่อเทียบกับปี 2544

โดยในปี 2543 และ 2544 สามารถส่งออกคิดได้เป็นมูลค่า 33,518 ล้านบาท และ 37,290 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวในแต่ละปีเท่ากับร้อยละ 3.5 และร้อยละ 11.3 ตามลำดับ สำหรับตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและส่วนประกอบที่สำคัญ คือ สหรัฐฯ เบลเยี่ยม สหราชอาณาจักร และเดนมาร์ก ส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและหนังฟอกหนังอัด ในปี 2545 มีมูลค่า 16,820 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 9.7 เมื่อเทียบกับปี 2544 โดยในปี 2543 และ 2544 สามารถส่งออกได้คิดเป็นมูลค่า 17,292 ล้านบาท และ 18,625 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวในแต่ละปีเท่ากับร้อยละ 15.5 และร้อยละ 7.7 ตามลำดับ ซึ่งตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่สำคัญ คือ ฮ่องกง สหรัฐฯ อาเซียน จีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น เป็นต้น

จากข้อมูลการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง เมื่อจำแนกตามตลาดส่งออกที่รวบรวมโดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ โดยภาพรวมการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและชิ้นส่วนแล้วแนวโน้มการส่งออกไปยังตลาดหลัก ซึ่งได้แก่ สหรัฐฯ และสหภาพยุโรป มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและชิ้นส่วนไปยังสหรัฐฯ จากที่เคยส่งออกได้ถึง 13,291 ล้านบาท ในปี 2543 หรือขยายตัวร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับปี 2542 กลับขยายตัวลดลงเหลือเพียงร้อยละ 2.9 ในปี 2544 หรือส่งออกได้ 13,673.3 ล้านบาท แต่ในปี 2545 มูลค่าการส่งออกกลับหดตัวลงร้อยละ 13.6 หรือส่งออกได้เพียง 11,816 ล้านบาท (ตาราง 5.1) ในขณะที่มูลค่าการส่งออกเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัดของไทยไปยังสหรัฐฯ ในปี 2545 มีมูลค่า 3,125 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับปี 2544 ซึ่งเป็นการหดตัวอย่างต่อเนื่องสองปีติดต่อกัน โดยในปี 2544 สามารถส่งออกได้ 3,176 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 8.72 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ตาราง 5.2)

ในทางตรงกันข้าม การส่งออกไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) กลับมีบทบาทมากยิ่งขึ้น สังเกตได้จาก สัดส่วนมูลค่าการส่งออกรองเท้าและชิ้นส่วนของไทยไปยังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) ต่อมูลค่าการส่งออกรวม จากร้อยละ 1.8 ในปี 2544 เพิ่มเป็นร้อยละ 2.3 ในปี 2545 ในทำนองเดียวกันสัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.8 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 13.5 ในปี 2544 และร้อยละ 17.4 ในปี 2545 แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการค้าในภูมิภาคเริ่มมีบทบาทมากขึ้น

ตารางที่ 5.1 ตลาดส่งออกรองเท้าและชิ้นส่วนของประเทศไทย

มูลค่า: ล้านบาท

อันดับ	ประเทศ	2542	2543	2544	2545	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
						2543	2544	2545	2542	2543	2544	2545
1	สหรัฐอเมริกา	12,459.1	13,291.9	13,673.3	11,816.9	6.7	2.9	(13.6)	38.5	39.7	36.7	35.6
2	เบลเยี่ยม	2,130.4	2,363.9	3,491.2	3,553.9	11.0	47.7	1.8	6.6	7.1	9.4	10.7
3	อังกฤษ	4,638.3	3,731.5	4,525.2	3,330.8	(19.6)	21.3	(26.4)	14.3	11.1	12.1	10.0
4	เดนมาร์ก	1,787.1	2,131.7	2,029.4	1,706.3	19.3	(4.8)	(15.9)	5.5	6.4	5.4	5.2
5	ญี่ปุ่น	1,044.6	1,274.6	1,448.4	1,448.9	22.0	13.6	0.0	3.2	3.8	3.9	4.4
6	เอเชียตะวันออกเฉียงใต้*	381.3	454.7	303.8	302.1	19.3	(33.2)	(0.5)	1.9	2.2	1.8	2.3
7	อื่นๆ	9,953.6	10,270.1	11,819.7	11,001.1	3.2	15.1	(6.9)	30.0	29.8	30.7	31.8
	มูลค่ารวม	32,394.4	33,518.2	37,290.9	33,160.1	3.5	11.3	(11.1)	100	100	100	100

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นลบ

* ประกอบด้วย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย กัมพูชา เมียนม่าร์ ลาว บรูไน และเวียดนาม

ตารางที่ 5.2 ตลาดส่งออกเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัดของประเทศไทย

มูลค่า: ล้านบาท

อันดับ	ประเทศ	2542	2543	2544	2545	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)			
						2543	2544	2545	2542	2543	2544	2545
1	ฮ่องกง	3,592.54	3,884.90	4,723.95	3,776.06	8.14	21.6	(20.07)	24.01	22.47	25.36	22.45
2	สหรัฐอเมริกา	3,346.54	3,480.14	3,176.69	3,125.72	3.99	(8.72)	(1.6)	22.37	20.13	17.06	18.58
3	จีน	106.57	452.94	883.87	2,093.54	325.01	95.14	136.86	0.71	2.62	4.75	12.45
4	ไต้หวัน	1,156.02	1,251.27	1,438.30	1,103.69	8.24	14.95	(23.26)	7.73	7.24	7.72	6.56
5	ญี่ปุ่น	404.24	536.04	754.31	655.95	32.6	40.72	(13.04)	2.7	3.1	4.05	3.9
6	เอเชียตะวันออกเฉียงใต้*	8,605.9	9,605.3	10,977.1	10,755.0	11.6	14.3	(2.0)	6.0	6.8	13.5	17.4
7	อื่นๆ	5,466.3	6,519.8	5,133.7	3,134.3	19.3	(21.2)	(38.9)	36.5	37.6	27.5	18.6
	มูลค่ารวม	14,962.7	17,2924	18,625.0	16,820.8	15.5	7.7	(9.7)	100	100	100	100

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บมีค่าเป็นลบ

* ประกอบด้วย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย กัมพูชา เมียนม่าร์ ลาว บรูไน และเวียดนาม

แม้ว่ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยไปยังตลาดสหรัฐฯ จะมีแนวโน้มลดลงทุกปี แต่หากพิจารณาถึงสัดส่วนการส่งออกสินค้าทั้งสองกลุ่มไปยังตลาดสหรัฐฯ เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมในปี 2545 ยังคงสูงถึงร้อยละ 35 ในหมวดรองเท้าและชิ้นส่วน และร้อยละ 18 ในหมวดผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง หนังฟอกและหนังอัด ในขณะที่ตลาดอาเซียนแม้จะมีแนวโน้มสามารถส่งออกได้มากขึ้น หรือมีบทบาทสำคัญมากขึ้น แต่ก็มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.3 ในหมวดรองเท้าและชิ้นส่วน และร้อยละ 17.4 ในหมวดผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง หนังฟอกและหนังอัด ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การส่งออกไปยังตลาดอาเซียนที่เพิ่มขึ้นนี้ยังไม่สามารถทดแทนการหดตัวในตลาดสหรัฐฯ ได้ ทำให้ตลาดสหรัฐฯ ยังคงมีบทบาทและความสำคัญต่ออุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังของไทยมากที่สุด ซึ่ง

ในขณะเดียวกัน สหรัฐฯ เองก็เป็นผู้นำเข้าสินค้าประเภทนี้มากที่สุดในโลกด้วย โดยส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์รองเท้าของไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 2 ของตลาดในสหรัฐฯ ซึ่งสินค้าในกลุ่มนี้มีผู้นำด้านการตลาด คือ จีน โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึงร้อยละ 50-80 จำแนกตามหมวดต่าง ๆ รองลงมา คือ อินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 5-7 ซึ่งทั้งสองประเทศถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย และมีความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานสูง

ตารางที่ 5.3 ส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนังของไทยในตลาดสหรัฐฯ

หน่วย : ร้อยละ

ผลิตภัณฑ์	2541	2542	2543	อันดับการครองส่วนแบ่งตลาด(ในปี 2543)
รองเท้าที่มีด้านบนเป็นยางหรือพลาสติก (พิกัด 6402)	2.52	2.23	2.69	4
รองเท้าหนัง (พิกัด 6403)	2.7	2.52	2.21	7
รองเท้าที่มีด้านบนเป็นสิ่งทอ (พิกัด 6404)	2.18	1.86	1.81	8
กระเป๋า (พิกัด 42)	5.24	5.82	5.23	3

ที่มา : World Trade Atlas

ด้านผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าของไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 5 ในตลาดสหรัฐฯ อยู่ในอันดับที่สาม ซึ่งประเทศที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดยังคงเป็นจีน คือ ประมาณร้อยละ 50 รองลงมา คือ อิตาลี ครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 6

5.3 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

ภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อม สามารถพิจารณาจากตัวชี้วัดหลักด้านการเพิ่มผลผลิต 3 ตัว ได้แก่

- ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ซึ่งสามารถนำมาใช้วัดประสิทธิภาพโดยรวมของกิจการเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ปัจจัยการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน ซึ่งในความเป็นจริงการเพิ่มผลผลิตนั้นไม่สามารถพึ่งพาการเพิ่มจำนวนการจ้างงานหรือการเพิ่มการใช้ปัจจัยทุนเท่านั้น ยังมีปัจจัยการผลิตอื่นๆ อีกมากมายโดยเฉพาะที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่นิยมใช้วัดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันสำหรับปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การขยายตัวของประสิทธิภาพการผลิตรวม (TFP Growth) สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.89 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543 ที่อยู่ที่ระดับ 0.85

- ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการของกิจการโดยมองปัจจัยการผลิตด้านแรงงานเพียงอย่างเดียว เป็นการวัดความสามารถของแรงงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการ ตัวเลขที่สูงจะแสดงถึงประสิทธิภาพของแรงงานที่สูงเช่นกัน สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) เพิ่มขึ้นจาก 681,522 บาทต่อคนในปี 2543 มาเป็น 763,970 บาทต่อคนในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.1

- ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการได้มากน้อยเพียงใด ตัวเลขที่สูงแสดงถึงประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานที่สูงขึ้น สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ลดลงจากระดับ 1.69 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 1.36 ในปี 2544

สำหรับค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่ปรากฏในโครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อม มีรายการหลักอยู่ 3 รายการที่มีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด ได้แก่ ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เมื่อเทียบกับกิจการที่มีผลลัพธ์ดีที่สุด 5 อันดับแรก หรือกิจการที่มีต้นทุนรายการดังกล่าวต่ำที่สุด 5 อันดับแรก เมื่อเทียบกับต้นทุนรวมของกิจการพบว่า

- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และ ปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.419 และ ระดับ 0.294 ตามลำดับ

- ค่าเฉลี่ยของสัดส่วนผลตอบแทนพนักงานเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.032 ในขณะที่ในปี 2543 สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 0.031

- ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และ ปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.0062 และระดับ 0.0035 ตามลำดับ

โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน

จากการสำรวจข้อมูลกิจการในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 56 ราย โดยแยกเป็นกิจการขนาดย่อม

ที่มีพนักงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 และกิจการขนาดกลางที่มีคนงานตั้งแต่ 51 ถึง 200 คน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 สามารถนำมาคำนวณหาสัดส่วนทางการเงินด้านต้นทุนและรายได้จากการดำเนินงานได้ การวิเคราะห์โครงสร้างของรายได้และต้นทุนจากการดำเนินงานของกิจการในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง ช่วยให้สามารถมองเห็นโครงสร้างของอุตสาหกรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (ตาราง 5.4)

ตารางที่ 5.4 สัดส่วนทางการเงินด้านต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังจำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 56			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 39			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 17		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
รายได้จากการดำเนินงานต่อรายได้รวม (Operating Income to Total Revenue)	0.98	0.99	1.02	0.98	0.99	1.02	0.99	0.99	0
ผลตอบแทนพนักงานต่อต้นทุนรวม (Employee Benefit to Total Cost)	0.08	0.08	0	0.14	0.14	0	0.07	0.07	0
ค่าเช่าต่อต้นทุนรวม (Rental Cost to Total Cost)	0	0	N/A	0	0	N/A	0	0	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อต้นทุนรวม (Interest Payment to Total Cost)	0.01	0.01	0	0.02	0.01	(50.00)	0.01	0.01	0
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวม (Promotion Cost to Total Cost)	0.02	0.02	0	0.03	0.03	0	0.02	0.02	0
ค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม (Depreciation to Total Cost)	0.05	0.04	(20.00)	0.05	0.04	(20.00)	0.05	0.04	(20.00)
ต้นทุนการผลิตอื่นต่อต้นทุนรวม (Other Manufacturing Cost to Total Cost)	0.78	0.79	1.28	0.64	0.65	1.56	0.81	0.81	0
ต้นทุนการขายและบริหารอื่น ๆ (Other Administration Cost to Total Cost)	0.06	0.06	0	0.11	0.12	9.09	0.05	0.04	(20.00)

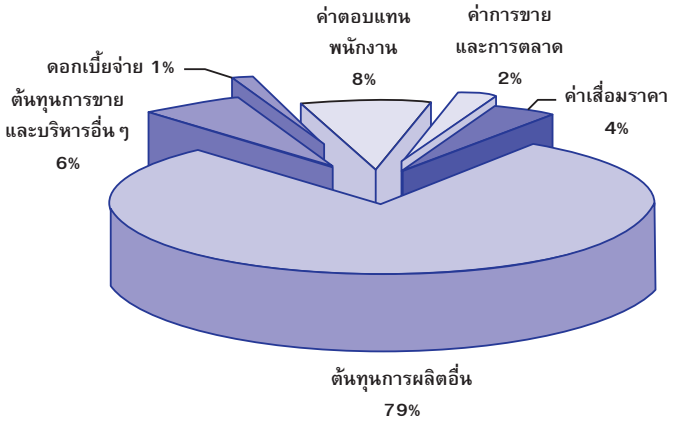
ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

รายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจผลิตรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลาง ขนาดย่อม ในปี 2544 เป็นรายได้ที่มาจากการดำเนินกิจการโดยตรง (Operating Income to Total Revenue) ถึงร้อยละ 99 ในขณะที่รายได้อื่น ๆ ที่มิได้มาจากการประกอบกิจการโดยตรงมีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น ส่วนทางด้านต้นทุนพบว่าโครงสร้างต้นทุนในปี 2544 (ภาพที่ 5.3) ประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต (Other Manufacturing Cost to Total Cost) เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าพลังงาน ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าจ้างช่วง เป็นต้น มีสัดส่วนสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 79.8 ของต้นทุนรวม รองลงมาเป็นต้นทุนด้านผลตอบแทนแรงงาน (Employee Benefit to Total Cost) คิดเป็นร้อยละ 8 ลำดับถัดมาคือ ต้นทุนการขายและบริหาร (Other Administration Cost to Total Cost) มีส่วนแบ่งร้อยละ 6 และค่าเสื่อมราคา (Depreciation to Total Cost) ร้อยละ 4 ซึ่งสัดส่วนต่าง ๆ ข้างต้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักเมื่อเทียบกับปี 2543

อุตสาหกรรมขนาดกลางมีสัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อต้นทุนรวม (Other Manufacturing Cost to Total Cost) สูงกว่าขนาดย่อม กล่าวคือ อุตสาหกรรมขนาดกลางมีสัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อต้นทุนรวมเท่ากับ 0.81 เท่า ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีสัดส่วน 0.65 เท่า อุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีต้นทุนค่าตอบแทนแรงงานเมื่อเทียบกับต้นทุนรวม (Employee Benefit to Total Cost) สูงกว่าสถานประกอบการขนาดกลาง โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีสัดส่วนเท่ากับ 0.14 เท่า ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีสัดส่วนเพียง 0.07 เท่า

ภาพที่ 5.3 โครงสร้างต้นทุนของกิจการผลิตรองเท้าและเครื่องหนังที่เป็น SMEs ในปี 2544



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

จากสัดส่วนทางการเงินด้านยอดขาย (ตาราง 5.4) จะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหารเมื่อเทียบกับยอดขาย (Administration Cost to Sales) ของอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อม อยู่ที่ร้อยละ 11 โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีต้นทุนดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22 สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง (ร้อยละ 9) ในขณะที่สัดส่วนผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขาย (Employee Income per Sales Ratio) ของอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมอยู่ที่ร้อยละ 7 โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีต้นทุนด้านค่าตอบแทนแรงงานเมื่อเทียบกับยอดขายคิดเป็นร้อยละ 13 สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง (ร้อยละ 6) เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ จากตาราง 5.5 จะพบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อม ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และยังขาดการเอาใจใส่ดูแลการพัฒนาบุคลากรในองค์กร สังเกตได้จาก

สัดส่วนค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขาย (Research Cost to Sales) และสัดส่วนการพัฒนาพนักงานต่อยอดขาย (Training Cost to Sales) ที่อยู่ในระดับต่ำมาก

ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อม เมื่อคิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขาย (Manufacturing Cost to Sales) อยู่ที่ระดับ 0.79 เท่า ในปี 2544 ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2543 ซึ่งอุตสาหกรรมขนาดกลางมีสัดส่วนดังกล่าวเท่ากับ 0.80 เท่า สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม (ระดับ 0.73 เท่า) และเมื่อพิจารณาต้นทุนขาย อันประกอบด้วยต้นทุนการผลิตรวมกับสินค้าคงคลังสุทธิ (Cost of Goods sold to Sales) ซึ่งสะท้อนให้เห็นต้นทุนที่แท้จริงของธุรกิจ เนื่องจากนับรวมสินค้าคงคลังในสต็อก ซึ่งถือเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งจะพบว่า อุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมมีสัดส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายรวมอยู่ที่ระดับ 0.86 เท่าในปี 2544 โดยอุตสาหกรรมขนาดกลางอยู่ที่ระดับ 0.87 เท่า สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม (ระดับ 0.79 เท่า)

ตารางที่ 5.5 สัดส่วนด้านยอดขายรวมในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนังจำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ

หน่วย : เท่า

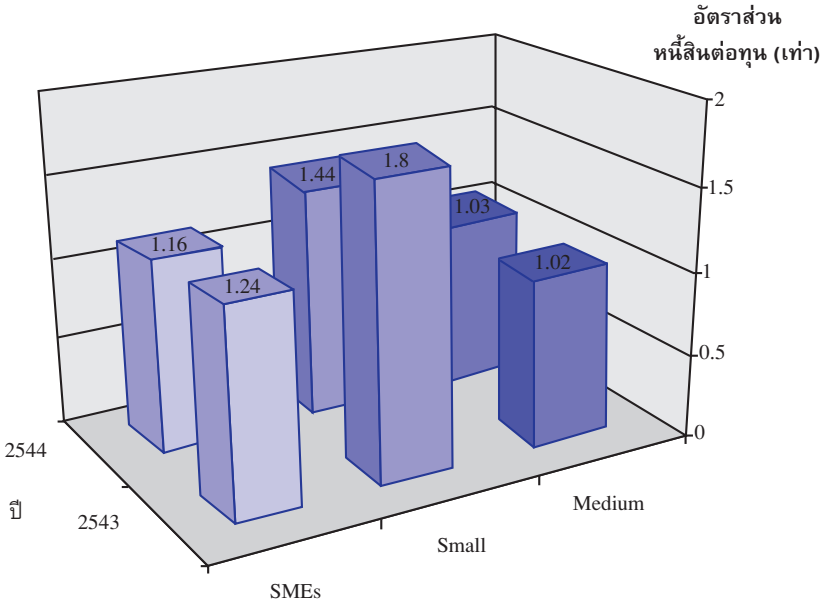
ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 56			N = 39			N = 17		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขาย (Administration Cost to Sales)	0.11	0.11	0	0.21	0.22	4.76	0.09	0.09	0
ผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.07	0.07	0	0.13	0.13	0	0.06	0.06	0
ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขายรวม (Research Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงานต่อยอดขาย (Training Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ค่าเช่าต่อยอดขายรวม (Rental Cost to Sales)	++	++	N/A	0.01	0.01	0	++	++	N/A
เงินบริจาคต่อยอดขายรวม (Donation to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อยอดขายรวม (Interest payment to Sales)	0.01	0.01	0	0.02	0.01	(50.00)	0.01	0.01	0
ค่าเสื่อมราคาต่อยอดขายรวม (Depreciation to Sales)	0.04	0.03	(25.00)	0.05	0.04	(20.00)	0.04	0.03	(25.00)
ต้นทุนการผลิตต่อยอดขายรวม (Manufacturing Cost to Sales)	0.81	0.79	(2.47)	0.73	0.73	0	0.83	0.80	(3.61)
ต้นทุนขายต่อยอดขายรวม (Cost of Goods sold to Sales)	0.87	0.86	(1.15)	0.79	0.79	0	0.89	0.87	(2.25)

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, ++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

ด้านอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity) จากภาพที่ 5.4 พบว่าในปี 2543 อัตราส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 1.24 เท่าและลดลงมาที่ระดับ 1.16 เท่าในปี 2544 ซึ่งโดยภาพรวมแล้วถือว่าอยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไป อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามขนาดของกิจการพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของกิจการขนาดย่อมจะสูงกว่าขนาดกลางเล็กน้อย โดยในปี 2544 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของกิจการขนาดกลางอยู่ที่ระดับ 1.03 เท่า ในขณะที่กิจการขนาดย่อมอยู่ที่ระดับ 1.44 เท่า แสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงทางการเงินในการก่อหนี้ของอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อมอยู่ในระดับต่ำ

ภาพที่ 5.4 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง จำแนกตามขนาดของอุตสาหกรรม



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ระดับการเพิ่มผลผลิต (Productivity)

ภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตของอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อมในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ในขั้นต้นสามารถสังเกตได้จากตัวชี้วัดประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเพิ่มผลผลิตอันเนื่องมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตทุกชนิดร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยทุน ปัจจัยแรงงาน การบริหารจัดการ ตลอดจนระดับเทคโนโลยี ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 0.23 ในปี 2543 มาเป็น 0.26 ในปี 2544 หรือคิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 13.04 แต่หากพิจารณาในรายละเอียดโดยแยกตามขนาดอุตสาหกรรมแล้วจะพบว่า ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการผลิตรวม (TFP) ของอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีการปรับตัวลดลงร้อยละ 11.76 กล่าวคือ ลดลงจากระดับ 0.17 ในปี 2543 เป็น 0.15 ในปี 2544 และมีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของ SMEs ในขณะที่ค่า TFP ของอุตสาหกรรมขนาดกลางในปี 2544 จะอยู่ที่ระดับ 0.32 ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 23.08 เมื่อเทียบกับปี 2543 ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการเพิ่มผลผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางนั้นปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น และมีระดับการเพิ่มผลผลิตสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม ซึ่งปรับตัวไปในทิศทางที่ลดลงในปี 2544

ในลำดับถัดไปจะเป็นการพิจารณาในรายละเอียดของตัวชี้วัดระดับการเพิ่มผลผลิต ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในเบื้องต้นว่า การเพิ่มผลผลิตโดยรวมหรือ TFP นั้น เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิตหลายส่วนประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทุน แรงงาน ตลอดจนการบริหารจัดการ ดังนั้น เพื่อให้การวิเคราะห์ระดับการเพิ่มผลผลิตครบถ้วนสมบูรณ์ จึงควรพิจารณารายละเอียดการเพิ่มผลผลิตในแต่ละปัจจัย โดยตัวชี้วัดที่คำนวณได้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต ซึ่งชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการ

ผลิตที่สำคัญ เช่น ทุนและแรงงาน และตัวชี้วัดความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)

ปัจจัยแรกที่จะกล่าวถึงคือ การวัดประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยทุนในการดำเนินงาน หรือ Operating Capital ประกอบด้วยสินทรัพย์หมุนเวียน และสินทรัพย์ถาวร ว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการได้เท่าใดนั้น สามารถพิจารณาได้จากตัวชี้วัดผลิตภาพปัจจัยทุน (Capital Productivity) พบว่าอยู่ที่ระดับ 0.3 ในปี 2544 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.38 เมื่อเทียบกับปี 2543 (เท่ากับ 0.26) โดยสถานประกอบการขนาดกลางมีผลิตภาพปัจจัยทุนในระดับที่สูงกว่าขนาดย่อมกว่าหนึ่งเท่าตัว กล่าวคือที่ระดับ 0.17 และ 0.37 ของอุตสาหกรรมขนาดย่อมและกลาง ตามลำดับ (ตาราง 5.6)

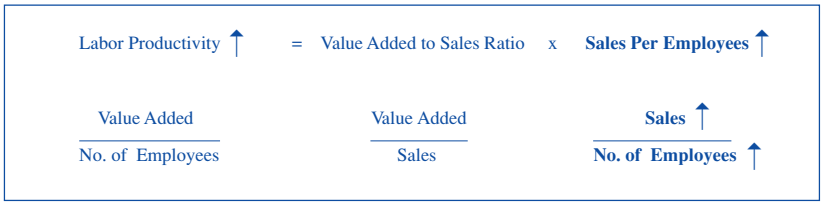
ส่วนการวัดระดับการเพิ่มผลผลิตด้านปัจจัยแรงงาน เป็นการบ่งบอกถึงประสิทธิภาพของพนักงานแต่ละคนว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการได้มากน้อยเพียงใด พบว่าในปี 2544 ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) อยู่ที่ระดับ 211,518 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.07 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ที่ระดับ 176,155 บาทต่อคน) แสดงให้เห็นว่าแรงงานในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์แรงงานที่กล่าวว่า ผลิตภาพแรงงานมีความสัมพันธ์กับอัตราค่าจ้างแรงงาน ซึ่งสามารถตรวจสอบได้จากดัชนีชี้วัดด้านผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) ที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันจากระดับ 2.00 ในปี 2543 เป็นระดับ 2.19 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.5 กล่าวอีกนัยหนึ่งคือเงินแต่ละบาทที่จ่ายเป็นค่าจ้างแรงงานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ 2.19 บาท และในทำนองเดียวกันกับผลิตภาพปัจจัยทุน ผลิตภาพปัจจัยแรงงานในอุตสาหกรรมขนาดย่อม ต่ำกว่าขนาดกลางเช่นเดียวกัน มีค่าเท่ากับ 165,829 บาทต่อคน และ 226,325 บาทต่อคน ในอุตสาหกรรมขนาดย่อม

และกลางตามลำดับ ซึ่งอาจเป็นเพราะชิ้นงานที่กิจการขนาดเล็กผลิตได้ มักเป็นชิ้นส่วนหรือเป็นสินค้าขั้นกลาง ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อแรงงานต่ำกว่ากิจการขนาดกลางที่มักจะผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงกว่า

ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตด้านแรงงานอีกตัวหนึ่งที่มักถูกใช้เป็นเครื่องมือวัดผลิตภาพแรงงานควบคู่ไปกับผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) คือ มูลค่าการขายต่อพนักงาน (Sales per Employees) ซึ่งทั้งสองค่ามักเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน โดยมูลค่าการขายต่อพนักงานในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 1,357,589 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.03 เมื่อเทียบกับปี 2543

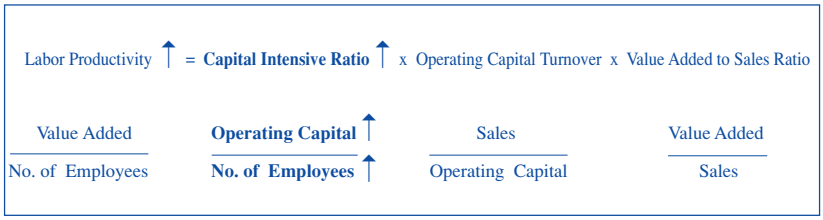
เมื่อวิเคราะห์ถึงที่มาของการขยายตัวของผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) โดยวิธี Factor Analysis ซึ่งเป็นการแยกองค์ประกอบผลิตภาพแรงงานมาวิเคราะห์หาสาเหตุของการขยายตัว สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเกิดจาก 3 แนวทาง คือ

1. มูลค่าการขายต่อพนักงาน (Sales Per Employees) ที่สูงขึ้น จากระดับ 1,201,057 บาทต่อคน ในปี 2543 เป็น 1,357,589 บาทต่อคน ในปี 2544 เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยของรายได้จากการขายหรือประกอบกิจการของสถานประกอบการตัวอย่างจำนวน 56 ตัวอย่าง เพิ่มขึ้นจาก 64.52 ล้านบาทในปี 2543 เป็น 73.35 ล้านบาทในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.68 ในขณะที่จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่า จากจำนวน 121,821 คน ในปี 2543 เป็น 124,781 คน ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.42



หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543

2. มูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคน (Capital Intensive Ratio) ที่ปรับตัวสูงขึ้น จากที่ระดับ 673,593 บาทต่อคน ในปี 2543 เป็น 706,200 บาทต่อคน ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.84 ซึ่งการปรับตัวเพิ่มขึ้นของตัวชี้วัดดังกล่าว เกิดจากการขยายตัวของสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงาน (Operating Capital) ที่เพิ่มขึ้นจาก 26,145,122 บาท ในปี 2543 เป็น 28,759,597 บาท ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในขณะที่อัตราการขยายตัวของจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมมีเพียงร้อยละ 2.42



หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543

3. ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Efficiency of Investment in Equipment) เพิ่มขึ้นจากระดับ 0.65 ในปี 2543 ไปอยู่ที่ระดับ 0.85 ในปี 2544 หรือเพิ่มร้อยละ 30.77 ซึ่งอาจเกิดจากการปรับกระบวนการผลิต หรือวิธีการทำงานจนทำให้สินทรัพย์ดำเนินงานที่มีอยู่ เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์เทคโนโลยี สามารถทำงานได้เต็มที่มากขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดกลางที่ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เพิ่มขึ้นจากระดับ 0.74 ในปี 2543 เป็นระดับ 1.03 ในปี 2544 และเมื่อวิเคราะห์ลึกลงไปถึงสาเหตุของการขยายตัวในประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรจะพบว่ามูลค่าเพิ่ม (Value Added) ของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดกลางขนาดย่อม เพิ่มขึ้นจาก 9,273,494 บาท ในปี 2543 เป็น 9,602,398 บาท ในปี 2544 ในขณะที่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรโดยรวมของอุตสาหกรรมลดลงจาก 4,464,396 บาท ในปี 2543 เป็น 4,152,850 บาท ในปี 2544 ดังความสัมพันธ์ในสมการ

$$\text{Labor Productivity} \uparrow = \textbf{Efficiency of Investment in Equipment} \uparrow \times \text{Employees Equipment Ratio}$$

$$\frac{\text{Value Added}}{\text{No. of Employees}} \quad \frac{\textbf{Value Added} \uparrow}{\textbf{Tangible Fixed Assets} \downarrow} \quad \frac{\text{Tangible Fixed Assets}}{\text{No. of Employees}}$$

หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543

ตารางที่ 5.6 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนังจำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 56			N = 39			N = 17		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)	0.23	0.26	13.04	0.17	0.15	(11.76)	0.26	0.32	23.08
ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity : พันบาทต่อคน)	176.15	211.52	20.07	179.44	165.83	(7.59)	175.09	226.32	29.26
ผลิตภาพทุน (Capital Productivity)	0.26	0.30	15.38	0.19	0.17	(10.53)	0.30	0.37	23.33
ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity)	2.00	2.19	9.50	1.57	1.45	(7.64)	2.20	2.49	13.18
มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio)	0.15	0.16	6.67	0.21	0.19	(9.52)	0.13	0.15	15.38
ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees : พันบาทต่อคน)	1,201.05	1,357.59	13.03	850.48	873.95	2.76	1,314.67	1,514.33	15.19
ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.07	0.07	0	0.13	0.13	0	0.06	0.06	0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์

จากตัวชี้วัดมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคน (Capital Intensive Ratio) ในปี 2544 ที่สูงถึง 706,200.52 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.84 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ตาราง 5.7) แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อมที่สำรวจ เป็นอุตสาหกรรมประเภทใช้ปัจจัยทุนเข้มข้น (Capital Intensive) โดยมีมูลค่าปัจจัยทุนต่อแรงงานเท่ากับ 250,116 บาทต่อคน ในปี 2544 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อแรงงาน

สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง กล่าวคือ อุตสาหกรรมขนาดเล็กมีมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคนเท่ากับ 1,004,130 บาทต่อคน ในขณะที่ขนาดกลางอยู่ที่ระดับ 609,642 บาทต่อคน ที่เป็นเช่นนี้มิได้หมายความว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมจะมีเครื่องจักร/อุปกรณ์ที่ทันสมัย ราคาสูง หรือมีเทคโนโลยีสูงกว่า แต่จากวิเคราะห์ตัวชี้วัดผลิตภาพปัจจัยทุนและแรงงานดังที่กล่าวไปแล้วตอนต้น ผลิตภาพปัจจัยทุนของอุตสาหกรรมขนาดย่อมต่ำกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางกว่าเท่าตัว ในขณะที่ผลิตภาพปัจจัยแรงงานของอุตสาหกรรมขนาดย่อมก็ต่ำกว่าขนาดกลางเช่นกัน จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมใช้ปัจจัยการผลิตอย่างไม่มีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมขนาดกลาง ยกตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมขนาดย่อมมักมีสินทรัพย์ถาวร เช่น ที่ดิน โรงงาน ซึ่งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยทุนเป็นจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแรงงาน โดยที่สินทรัพย์ถาวรบางส่วนไม่ได้ถูกนำไปใช้ในกระบวนการผลิต ก่อให้เกิดการสูญเสียหรือใช้ปัจจัยการผลิตไม่เต็มประสิทธิภาพ

ด้านตัวชี้วัดการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียน (Efficiency of Investment in Current Asset) ซึ่งเปรียบเสมือนกระแสโลหิตที่ไหลเวียนภายในกิจการทำให้การดำเนินธุรกรรมมีความคล่องตัว ปรับตัวขึ้นจากระดับ 0.44 ในปี 2543 เป็นระดับ 0.46 ในปี 2544 แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมสามารถบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวคือ มีการเก็บสต็อกวัตถุดิบ หรือสต็อกสินค้าลดลง รวมทั้งสามารถเรียกเก็บหนี้ค้างชำระได้มากขึ้น หากเปรียบเทียบความสามารถในการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนระหว่างอุตสาหกรรมขนาดกลางและอุตสาหกรรมขนาดย่อม พบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางมีสัดส่วนประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนที่ระดับ 0.58 สูงกว่าขนาดย่อมกว่าเท่าตัว (ระดับ 0.25)

ส่วนการบริหารสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ ที่ดิน อาคาร โรงงาน และเครื่องจักรอุปกรณ์ พบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมสามารถทำได้

อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อเทียบกับสินทรัพย์หมุนเวียน โดยตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Efficiency of Investment in Equipment) สามารถปรับตัวจากระดับ 0.65 ในปี 2543 เป็น 0.85 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 แสดงให้เห็นว่ากิจการสามารถใช้สินทรัพย์เหล่านี้ให้เกิดประโยชน์หรือสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างเต็มที่ หากพิจารณาในรายละเอียดของประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ถาวรทั้งสามส่วน ประกอบด้วย ที่ดิน โรงงาน และเครื่องจักรอุปกรณ์ พบว่ากิจการใช้ประโยชน์จากอาคาร/โรงงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้นมากที่สุด โดยตัวชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในอาคาร/โรงงาน (Factory Efficiency Ratio) ขยายตัวร้อยละ 44.17 เทียบกับดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการลงทุนในที่ดิน (Land Efficiency Ratio) และเครื่องจักรอุปกรณ์ (Machinery Efficiency Ratio) ที่ขยายตัวเพียงร้อยละ 20.06 และร้อยละ 24.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.7 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ในอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนัง จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 56			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 39			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 17		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
มูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อคน (Capital Intensive Ratio : พันบาทต่อคน)	673.59	706.20	4.84	949.19	1,004.13	5.79	584.27	609.64	4.34
มูลค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่อคน (Employees Equipment Ratio : พันบาทต่อคน)	270.67	250.11	(7.59)	372.56	342.21	(8.15)	237.64	220.26	(7.31)
ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน (Efficiency of Investment in Current Asset)	0.44	0.46	4.55	0.31	0.25	(19.35)	0.51	0.58	13.73
ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Efficiency of Investment in Equipment)	0.65	0.85	30.77	0.48	0.48	0.00	0.74	1.03	39.19
ประสิทธิภาพการลงทุนในที่ดิน (Land Efficiency Ratio)	35.04	42.07	20.06	100.17	92.57	(7.59)	28.81	37.25	29.30
ประสิทธิภาพการลงทุนในโรงงาน (Factory Efficiency Ratio)	15.27	22.03	44.17	36.44	35.27	(3.21)	12.8	20.23	58.05
ประสิทธิภาพการลงทุนในเครื่องจักร (Machinery Efficiency Ratio)	0.77	0.96	24.86	0.57	0.54	(5.26)	0.88	1.18	34.09

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

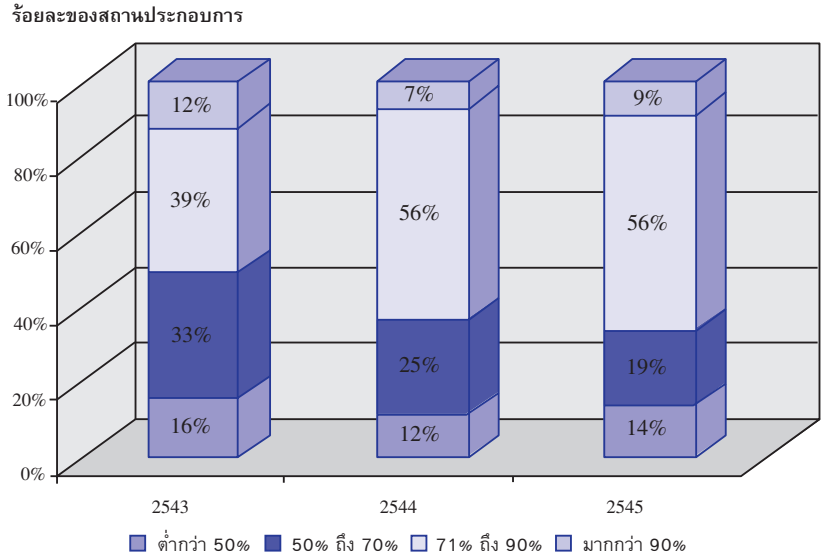
หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, ++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

5.4 ทัศนคติ แนวคิดและปัญหาในการบริหารงาน

ในด้านอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization) พบว่ามีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (ภาพที่ 5.6) จำนวนกิจการตัวอย่างร้อยละ 51 ที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตเกิน 70% ในปี 2543 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 63 และร้อยละ 65 ในปี 2544 และปี 2545 ตามลำดับ (ภาพที่ 5.5)

ในขณะเดียวกันจำนวนกิจการที่มีการลงทุนเพิ่มในเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตในปี 2544 คิดเป็นร้อยละ 82 ได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 88 ในปี 2545 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า โดยภาพรวมการลงทุนในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังของกลุ่ม SMEs ปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งในรูปอัตราการใช้กำลังการผลิตและการลงทุนที่เพิ่มขึ้น

ภาพที่ 5.5 อัตราการใช้กำลังการผลิตของผู้ผลิตรองเท้าและเครื่องหนังในกลุ่ม SMEs



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ในการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีต่อการเพิ่มผลผลิต (Productivity) พบว่ามีผู้ประกอบการเพียงร้อยละ 2 เท่านั้นที่เห็นว่าการเพิ่มผลผลิตมีความสำคัญมากต่อการบริหารองค์กร ในขณะที่ร้อยละ 11 เห็นว่ามีความสำคัญในระดับปานกลาง แต่ที่น่าสังเกตคือ ผู้ประกอบการถึงร้อยละ 88 เห็นว่าการเพิ่มผลผลิตมีความสำคัญน้อยหรือไม่มีความสำคัญเลย

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้อัตราการนำระบบมาตรฐานคุณภาพ รวมทั้ง กิจกรรมปรับปรุงคุณภาพการผลิตหรือการบริหารจัดการมาประยุกต์ใช้ในกิจการต่ำมาก จำนวนกิจการที่นำระบบคุณภาพมาตรฐานมาใช้มีเพียงร้อยละ 11 ของกิจการตัวอย่าง โดยมาตรฐานที่นิยมคือ ISO 9000 ในขณะที่กิจการเพียงร้อยละ 26 มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงคุณภาพในองค์กร และกิจกรรมที่นิยมใช้คือ กิจกรรมพื้นฐาน เช่น 5 ส. และกิจกรรมกลุ่มคุณภาพ (QCC)

สำหรับปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินกิจการของอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าและเครื่องหนังขนาดกลางขนาดย่อมอันเกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของกิจการ สรุปได้ดังนี้ ในกลุ่มสาธารณูปโภคพื้นฐาน ปัญหาที่พบมากที่สุดอันดับแรกคือ ปัญหาการคมนาคมขนส่ง (คิดเป็นร้อยละ 39 ของสถานประกอบการตัวอย่าง) โดยปัญหาที่พบคือ การจราจรติดขัด และถนนหนทางชำรุด ทำให้ต้นทุนการขนส่งเพิ่มขึ้น รองลงมาคือ ปัญหาด้านกระแสไฟฟ้า (คิดเป็นร้อยละ 21) ซึ่งปัญหาที่พบคือ กระแสไฟฟ้าขัดข้องในช่วงการผลิต ทำให้เกิดความล่าช้าและเครื่องจักรเสียหาย ส่วนการสื่อสารโทรคมนาคมด้านโทรศัพท์ นั้นไม่เป็นปัญหาต่อการดำเนินธุรกิจ

ในหมวดที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบและข้อกฎหมาย พบว่า กฎระเบียบ/พิธีการศุลกากร เป็นปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการ SMEs คิดเป็นร้อยละ 18 เนื่องจากความล่าช้าในกระบวนการทำงาน การทุจริตและการรับสินบน เป็นต้น ส่วนอัตราภาษี และการจัดเก็บภาษีอากรนั้นไม่เป็นปัญหาแต่อย่างใด ในขณะที่ปัญหาด้านแรงงานยังคงมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการ SMEs กว่าร้อยละ 33 ยังมีความเห็นว่า คุณภาพ ทักษะ และการศึกษาของแรงงานยังไม่สอดคล้องกับความต้องการ รวมถึงระดับการศึกษาของแรงงานส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับไม่สูงนัก

ด้านภาวะการเงิน และสภาพคล่อง พบว่าการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อทั้งภายในและต่างประเทศ ไม่เป็นปัญหาแต่อย่างใด ยกเว้นต้นทุนการกู้ยืม เช่น

อัตราดอกเบี้ย กฎระเบียบการกู้ยืมที่ยุ่งยากซับซ้อน ยังเป็นปัญหาต่อผู้ประกอบการถึงร้อยละ 23 โดยปัญหาที่พบคือ ขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อยุ่งยากซับซ้อน และปล่อยกู้ยากวงเงินให้กู้ต่ำ เป็นต้น ส่วนในหมวดสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจพบว่าความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจ ปัญหาคอร์รัปชั่น การผูกขาดในธุรกิจ และเศรษฐกิจมหภาคมิได้เป็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด

สำหรับปัญหาภายใน กิจการด้านการจัดการกระบวนการผลิตสินค้านั้น พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาด้านการวางแผนการผลิต คิดเป็นร้อยละ 55 ของกิจการตัวอย่าง รองลงมา คือ ปัญหาการบริหารสินค้าคงคลัง ร้อยละ 49 ปัญหาการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและสินค้าที่ผลิต ร้อยละ 39 ปัญหาการพัฒนาทักษะ ความชำนาญของแรงงานในสายการผลิต ร้อยละ 37 และปัญหาการจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา ร้อยละ 37

ส่วนปัญหาด้านการบริหารจัดการภายในกิจการ พบว่าปัญหาการกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรเป็นปัญหาที่พบมาก คิดเป็นร้อยละ 56 ของกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่าง แต่ระดับความรุนแรงของปัญหายังไม่สูงนัก และเมื่อทิศทางเป้าหมายขององค์กรขาดความชัดเจน การนำนโยบายลงสู่การปฏิบัติจึงคลุมเครือ ไม่มีการกำหนดแผนการดำเนินงานหรือปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือ การบริหารสภาพคล่องทางการเงินของกิจการ ร้อยละ 53 ส่วนการค้นหาความต้องการของลูกค้า และการพัฒนาทักษะ/ความชำนาญของบุคลากร ก็เป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการ SMEs กว่าร้อยละ 40 ให้ความสำคัญ

บทที่ 6
การเพิ่มผลผลิต : อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนหลักของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศ โดยรัฐบาลกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมรถยนต์ในอาเซียน และมีการกำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2514

6.1 ภาวะทั่วไป การผลิต การจ้างงาน และการลงทุน

ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยปัจจุบันมีอยู่ 1,709 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทยและการร่วมลงทุนระหว่างนักลงทุนชาวไทยและต่างชาติ เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตในระดับสูง ซึ่งผู้ประกอบการไทยไม่มีเทคโนโลยีเป็นของตนเอง ด้วยลักษณะการผลิตเช่นนี้ จึงทำให้อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนเข้มข้น (Capital Intensive) โดยใช้แรงงานไม่มากนัก และส่วนใหญ่เป็นแรงงานฝีมือเป็นหลัก และมีความชำนาญเฉพาะด้าน เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันกับความต้องการของตลาดที่มีการปรับปรุงเทคโนโลยีและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เกี่ยวกับยานยนต์ของผู้ผลิตรถยนต์ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา โดยสามารถแบ่งผู้ผลิตออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1) กลุ่ม Direct Supplier หรือ OEM Supplier (OEM : Original Equipment Manufacturing) ได้แก่ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตชิ้นส่วนส่งให้ผู้ประกอบยานยนต์โดยตรง มีจำนวนทั้งสิ้น 709 ราย แบ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ 386 ราย ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ 201 ราย และชิ้นส่วนส่งให้ทั้งรถยนต์และจักรยานยนต์ 122 ราย

2) ผู้ทำหน้าที่จัดหาวัตถุดิบให้แก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนในกลุ่มแรกและกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนรายย่อยที่รับจ้างกลุ่ม OEM ผลิตชิ้นส่วนให้ รวมทั้งผู้ผลิตอะไหล่ยานยนต์ รวมแล้วประมาณ 1,000 ราย

ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จะแบ่งประเภทตามลักษณะสินค้าที่ผลิต โดยแบ่งเป็น 8 กลุ่ม คือ กลุ่มชิ้นส่วนเครื่องยนต์ กลุ่มชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้า กลุ่มชิ้นส่วนระบบถ่ายทอดกำลังและขับเคลื่อน กลุ่มชิ้นส่วนระบบกันสะเทือน กลุ่มชิ้นส่วนตัวถัง กลุ่มตกแต่งภายใน กลุ่มแม่พิมพ์ และกลุ่มอื่นๆ ที่รวมผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจัดเข้าใน 7 กลุ่มข้างต้นได้ เช่น ชิ้นส่วนพลาสติก bolts, nut, ชิ้นส่วนยาง แผ่นเหล็ก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังไม่มียอดการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่แท้จริง ข้อมูลที่มีจึงเป็นเฉพาะการผลิตรถยนต์เท่านั้น

จากตารางที่ 6.1 พบว่าในช่วงปี 2541 ปริมาณการผลิตยานยนต์ในประเทศลดลงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย แต่หลังจากปรับตัวโดยเน้นตลาดส่งออกมากขึ้น การผลิตได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา โดยมีอัตราการเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยเฉพาะในปี 2545 ปริมาณการผลิตเพิ่มจากปี 2544 ถึง 125,533 คัน คิดเป็นร้อยละ 27.32

ตารางที่ 6.1 ปริมาณการผลิตยานยนต์ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2540-2545

หน่วย: คัน

ปี	การผลิตรถยนต์				การผลิตรถจักรยานยนต์
	รวม	รถยนต์นั่ง	รถปิคอัพขนาด 1 ตัน	รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่น ๆ	
2540	360,303	113,645	218,336	28,322	N/A
2541	158,130	33,958	119,986	4,186	600,497
2542	327,233	78,538	240,369	8,326	846,426
2543	411,721	103,089	294,834	13,798	1,125,551
2544	459,418	160,687	289,349	9,382	1,209,995
2545	584,951	189,880	382,297	12,774	1,961,809

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

6.2 การตลาด

การตลาดภายในประเทศ

จากสถิติยอดการจำหน่ายยานยนต์ตั้งแต่ปี 2540-2545 ตามตารางที่ 6.2 พบว่ายอดการจำหน่ายลดลงเฉพาะในปี 2541 เท่านั้น และค่อย ๆ ปรับตัวเพิ่มขึ้นในปี 2542 โดยเฉพาะในปี 2545 มียอดจำหน่ายสูงกว่าปี 2544 ถึง 112,377 คัน ด้วยอัตราการเติบโตร้อยละ 37.84 ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มของตลาดรถยนต์ในประเทศไทยที่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ไม่มีข้อมูลมูลค่าตลาดภายในประเทศของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ มีเฉพาะข้อมูลการส่งออกเท่านั้น

ตารางที่ 6.2 การจำหน่ายยานยนต์ในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2540-2545

หน่วย: คัน

ปี	การจำหน่ายรถยนต์				การผลิตรถจักรยานยนต์
	รวม	รถยนต์นั่ง	รถปิคอัพขนาด 1 ตัน	รถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่น ๆ	
2540	363,156	132,060	188,324	42,772	910,664
2541	144,065	46,300	81,263	16,502	526,845
2542	218,330	66,858	129,904	21,568	604,010
2543	262,189	83,106	151,703	27,380	783,678
2544	296,985	104,502	168,639	23,844	907,100
2545	409,362	126,353	241,266	41,743	921,299

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

การตลาดต่างประเทศ

ก่อนวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2541 มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าหมื่นล้านบาท แต่ตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา การส่งออกมีการเติบโตค่อนข้างสูง โดยในปี 2542 ยอดการส่งออกใกล้ถึงระดับหมื่นล้านบาท และพุ่งขึ้นเป็น 19,896.31 ล้านบาทในปี 2543 และเติบโตอย่างต่อเนื่องจนในปี 2545 ที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกสูงถึง 25,255.06 ล้านบาท โดยประเทศผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากไทย ในช่วงปี 2545 ที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย แอฟริกาใต้ และอินโดนีเซีย

ตารางที่ 6.3 การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย ตั้งแต่ปี 2540-2545 (ล้านบาท)

หน่วย: ล้านบาท

ชิ้นส่วน	2540	2541	2542	2543	2544	2545
เครื่องยนต์	2,023.89	1,536.77	3,731.42	7,106.22	7,481.38	6,087.28
ชิ้นส่วน & อะไหล่	505.28	722.79	883.42	1,245.65	1,758.56	1,796.41
อุปกรณ์ยึดจับ & แม่พิมพ์	56.34	63.70	141.35	119.96	141.19	145.26
ชิ้นส่วนตัวถัง	1,037.6	1,347.27	1,424.4	1,556.45	1,989.49	2,879.77
ชิ้นส่วนประกอบ	845.16	2,288.36	3,678.86	9,531.17	11,748.57	14,196.28
อื่นๆ	27.58	25.89	58.48	336.86	96.71	150.06
รวม	**4,495.85**	**5,984.78**	**9,917.93**	**19,896.31**	**23,215.9**	**25,255.06**

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

6.3 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

ภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม สามารถพิจารณาจากตัวชี้วัดหลักด้านการเพิ่มผลผลิต 3 ตัว ได้แก่

- ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ซึ่งสามารถนำมาใช้วัดประสิทธิภาพโดยรวมของกิจการ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ปัจจัยการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน ซึ่งในความเป็นจริงการเพิ่มผลผลิตนั้น ไม่สามารถพึ่งพาการเพิ่มจำนวนการจ้างงานหรือการเพิ่มการใช้ปัจจัยทุนเท่านั้น ยังมีปัจจัยการผลิตอื่นๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่นิยมใช้วัดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน สำหรับปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ การขยายตัวของประสิทธิภาพการผลิตรวม (TFP Growth) สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor

Productivity) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.88 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543 ที่อยู่ที่ระดับ 0.85

- ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการของกิจการ โดยมองปัจจัยการผลิตด้านแรงงานเพียงอย่างเดียว เป็นการวัดความสามารถของแรงงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการตัวเลขที่สูงจะแสดงถึงประสิทธิภาพของแรงงานที่สูงเช่นกัน สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ลดลงจาก 623,909 บาทต่อคนในปี 2543 มาเป็น 623,761 บาทต่อคนในปี 2544

- ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการได้มากน้อยเพียงใด ตัวเลขที่สูงแสดงถึงประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานที่สูงขึ้น สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยผลิตภาพทุน (Capital Productivity) เพิ่มขึ้นจากระดับ 1.76 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 1.94 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2

สำหรับค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่ปรากฏในโครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม มีรายการหลักอยู่ 3 รายการที่มีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด ได้แก่ ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เมื่อเทียบกับกิจการที่มีผลลัพธ์ดีที่สุด 5 อันดับแรก หรือกิจการที่มีต้นทุนรายการดังกล่าวต่ำที่สุด 5 อันดับแรก เมื่อเทียบกับต้นทุนรวมของกิจการ พบว่า

- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนต้นทุนการผลิตต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และ ปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.374 และระดับ 0.406 ตามลำดับ

- ค่าเฉลี่ยของสัดส่วนผลตอบแทนพนักงานเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.056 ในขณะที่ในปี 2543 สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 0.058

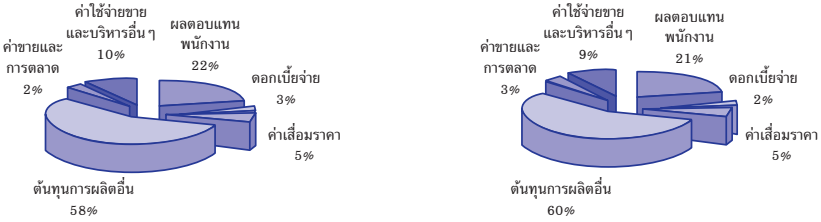
- ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.01 และระดับ 0.0085 ตามลำดับ

โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน

การสำรวจข้อมูลผลประกอบการของกิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 57 ราย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการขนาดย่อมหรือมีพนักงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 26 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.61 ในขณะที่อีก 31 กิจการเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางที่มีพนักงาน 51-200 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.39

สำหรับโครงสร้างรายได้ที่ได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรงในปี 2543 ตามตารางที่ 6.4 มีสัดส่วนร้อยละ 98 ที่เหลืออีกเล็กน้อยเป็นรายได้อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโดยตรง ซึ่งไม่แตกต่างกับปี 2544 ที่รายได้ทางตรงที่ได้จากการประกอบกิจการอยู่ที่ร้อยละ 97 โดยอุตสาหกรรมขนาดกลางและอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีลักษณะใกล้เคียงกัน สำหรับโครงสร้างทางด้านต้นทุนพบว่า รายการค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับต้นทุนรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ ซึ่งรวมทั้งต้นทุนวัตถุดิบ ค่าพลังงาน และต้นทุนในการผลิตอื่น ๆ โดยในปี 2543 อยู่ที่ร้อยละ 57 และปี 2544 อยู่ที่ร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (Employee Benefit) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 22 ในปี 2543 และร้อยละ 21 ในปี 2544 ลำดับที่ 3 เป็นค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารอื่น ๆ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 10 ในปี 2543 และร้อยละ 9 ในปี 2544 ซึ่งในส่วนนี้จะมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งรวมอยู่ด้วย รายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังภาพที่ 6.1

ภาพที่ 6.1 โครงสร้างต้นทุนของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ปี 2543-2544



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยจำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ดังรายละเอียดตามตารางที่ 6.4 พบว่าในส่วนโครงสร้างรายได้มีความแตกต่างกันน้อยมาก โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีรายได้จากการดำเนินงานในปี 2543 อยู่ที่ร้อยละ 98 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 99 ในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีรายได้จากการดำเนินงานในปี 2543 อยู่ที่ร้อยละ 98 และร้อยละ 97 ในปี 2544

ตารางที่ 6.4 โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 57			N = 26			N = 31		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
รายได้จากการดำเนินงานต่อรายได้รวม (Operating Income to Total Revenue)	0.98	0.97	(1.02)	0.98	0.99	1.02	0.98	0.97	(1.02)
ตัวชี้วัดด้านต้นทุน									
ผลตอบแทนพนักงานต่อต้นทุนรวม (Employee Benefit to Total Cost)	0.22	0.21	(4.55)	0.15	0.15	0	0.24	0.22	(8.33)
ค่าเช่าต่อต้นทุนรวม (Rental Cost to Total Cost)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อต้นทุนรวม (Interest Payment to Total Cost)	0.03	0.02	(33.33)	0.03	0.02	(33.33)	0.03	0.03	0
ค่าขายและการตลาดต่อต้นทุนรวม (Promotion Cost to Total Cost)	0.02	0.03	50.00	0.03	0.03	0	0.02	0.02	0
ค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม (Depreciation to Total Cost)	0.05	0.05	0	0.07	0.06	(14.29)	0.05	0.04	(20.00)
ต้นทุนการผลิตอื่นต่อต้นทุนรวม (Other Manufacturing Cost to Total Cost)	0.57	0.60	5.26	0.59	0.62	5.08	0.56	0.60	7.14
ต้นทุนการขายและบริหารอื่น ๆ ต่อต้นทุนรวม (Other Administration Cost to Total Cost)	0.10	0.09	(10.00)	0.13	0.12	(7.69)	0.10	0.08	(20.00)

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

ในขณะที่ด้านโครงสร้างต้นทุนเมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดพบว่าโครงสร้างต้นทุนโดยส่วนใหญ่มีลักษณะใกล้เคียงกัน จะมีแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดคือด้านผลตอบแทนของพนักงาน ซึ่งอุตสาหกรรมขนาดกลางมีต้นทุนด้านนี้สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่ร้อยละ 22-24 ของต้นทุนรวม ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีต้นทุนด้านนี้เท่ากันในปี 2543 และ 2544 ที่ร้อยละ 15 ของต้นทุนรวม

ตารางที่ 6.5 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวมในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

หน่วย : เท่า

สัดส่วนค่าใช้จ่าย	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 57			N = 26			N = 31		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายรวม (S&A Expense to Sales)	0.15	0.14	(6.67)	0.26	0.22	(15.38)	0.13	0.13	0
ผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.15	0.14	(6.67)	0.15	0.15	0	0.15	0.14	(6.67)
ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขายรวม (Research Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงานต่อยอดขายรวม (Training Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ค่าเช่าต่อยอดขายรวม (Rental Cost to Sale)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
เงินบริจาคต่อยอดขายรวม (Donation to Sale)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อยอดขายรวม (Interest payment to Sales)	0.02	0.02	0	0.03	0.02	(33.33)	0.02	0.02	0
ค่าเสื่อมราคาต่อยอดขายรวม (Depreciation to Sale)	0.04	0.03	(25.00)	0.08	0.06	(25.00)	0.03	0.03	0
ต้นทุนการผลิตต่อยอดขายรวม (Manufacturing Cost to Sale)	0.52	0.54	3.85	0.78	0.75	(3.85)	0.49	0.51	4.08
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to equity ratio)	1.61	1.66	3.11	42.97	21.60	(49.73)	1.21	1.29	6.61

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

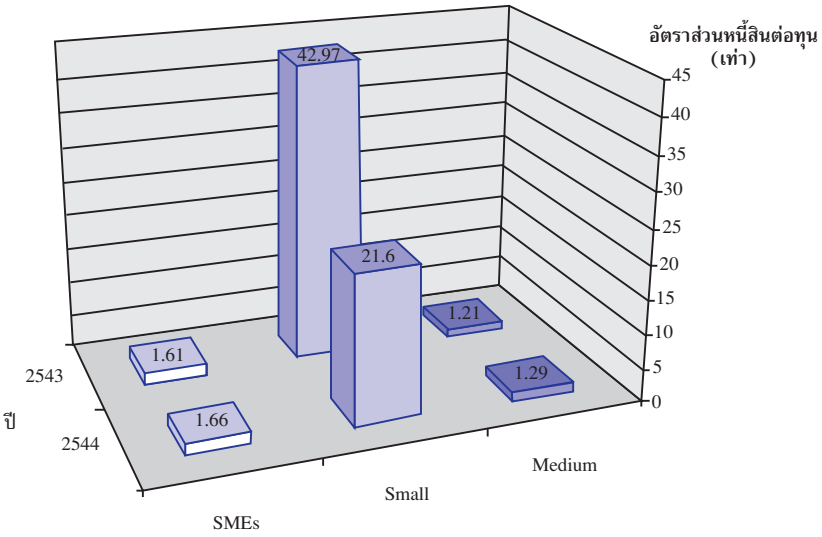
หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

เมื่อมาพิจารณาด้านสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ต่อยอดขายรวมจากตารางที่ 6.5 จะพบว่าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำรวจทั้งหมด 57 แห่ง พบว่าในด้านต้นทุนการผลิตต่อยอดขายรวมในปี 2543 อยู่ที่ร้อยละ 52 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 54 ในปี 2544 ขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหารอยู่ที่ร้อยละ 15 ในปี 2543 และร้อยละ 14 ในปี 2544 นั่นแสดงว่าต้นทุนหลัก

ของกิจการทั้ง 2 ด้านไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานโดยรวมที่ร้อยละ 15 ในปี 2543 และร้อยละ 14 ในปี 2544 และมีค่าใช้จ่ายด้านดอกเบี้ยรวมทั้งค่าเสื่อมราคาค่อนข้างน้อย โดยดอกเบี้ยจ่ายต่อยอดขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 2 ทั้งในปี 2543 และปี 2544 และค่าเสื่อมราคาอยู่ที่ร้อยละ 4 ในปี 2543 และร้อยละ 3 ในปี 2544 นอกจากนั้นยังพบว่ามีค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงานน้อยมาก ซึ่งหมายความว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมในประเทศไทยไม่ค่อยให้ความสำคัญใน 2 เรื่องนี้

เมื่อพิจารณาขนาดกิจการจะพบว่า อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางอย่างเห็นได้ชัด โดยมีค่าร้อยละ 26 ในปี 2543 และร้อยละ 22 ในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีค่านี้ร้อยละ 13 ทั้งในปี 2543 และปี 2544 ในด้านผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขายไม่แตกต่างกันที่ประมาณร้อยละ 14 ถึงร้อยละ 15 นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาเทียบกับยอดขายรวมจะเห็นได้ว่า ต้นทุนค่าเสื่อมราคาในอุตสาหกรรมขนาดย่อมสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง โดยมีค่าร้อยละ 8 ในปี 2543 และร้อยละ 6 ในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีค่านี้ร้อยละ 3 ทั้งในปี 2543 และปี 2544 เช่นเดียวกับต้นทุนการผลิตต่อยอดขายรวมที่อุตสาหกรรมขนาดย่อมสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางอย่างเห็นได้ชัด โดยต้นทุนการผลิตในปี 2543 อยู่ที่ร้อยละ 78 และลดลงเหลือร้อยละ 75 ในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางอยู่ที่ร้อยละ 49 ในปี 2543 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51 ในปี 2544 อย่างไรก็ตามต้นทุนขายต่อยอดขายรวมของอุตสาหกรรมขนาดกลางเพิ่มขึ้นมากจากร้อยละ 74 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 84 ในปี 2544 ทั้งนี้เนื่องมาจากมีการสต็อกสินค้าคงคลังที่ค่อนข้างมาก

ภาพที่ 6.2 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ด้านอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity) จากภาพที่ 6.2 พบว่าในปี 2543 อัตราส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 1.61 เท่า และเพิ่มขึ้นมาที่ระดับ 1.66 เท่าในปี 2544 ซึ่งโดยภาพรวมแล้วถือว่าอยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไป อย่างไรก็ตาม เมื่อมาพิจารณาตามขนาดของกิจการจะพบความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีสัดส่วนนี้อยู่ในอัตราที่สูงมาก โดยในปี 2543 อยู่ที่ 42.97 เท่า และดีขึ้นในปี 2544 โดยอยู่ที่ 21.6 เท่า ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงค่อนข้างสูง หากอุตสาหกรรมโดยรวมยังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและสามารถขายสินค้าได้ดีก็จะไม่ประสบปัญหามากนัก เนื่องจากภาระด้านดอกเบี้ยจ่ายค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมและยอดขาย แต่หากเกิดภาวะด้านยอดขายเมื่อไรก็ตาม อุตสาหกรรมขนาดย่อมจะประสบปัญหาอย่างมากจนอาจกระทบต่อการดำเนินกิจการได้ ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลาง

มีอัตราส่วนนี้เท่ากับ 1.21 ในปี 2543 และ 1.29 ในปี 2544 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างดี ซึ่งหากอุตสาหกรรมรถยนต์ยังมีการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง กิจการที่มีความพร้อมอาจสามารถกู้เงินเพิ่มเพื่อมาลงทุนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการอย่างเหมาะสมได้

ระดับการเพิ่มผลผลิต

ตามตารางที่ 6.6 พบว่าระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมในปี 2544 ไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2543 ที่ระดับ 0.3 เนื่องจากผลิตภาพแรงงานปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ซึ่งถูกชดเชยโดยผลิตภาพทุนที่ปรับตัวลดลง ในขณะที่ระดับการเพิ่มผลผลิตของอุตสาหกรรมขนาดกลางดีกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม

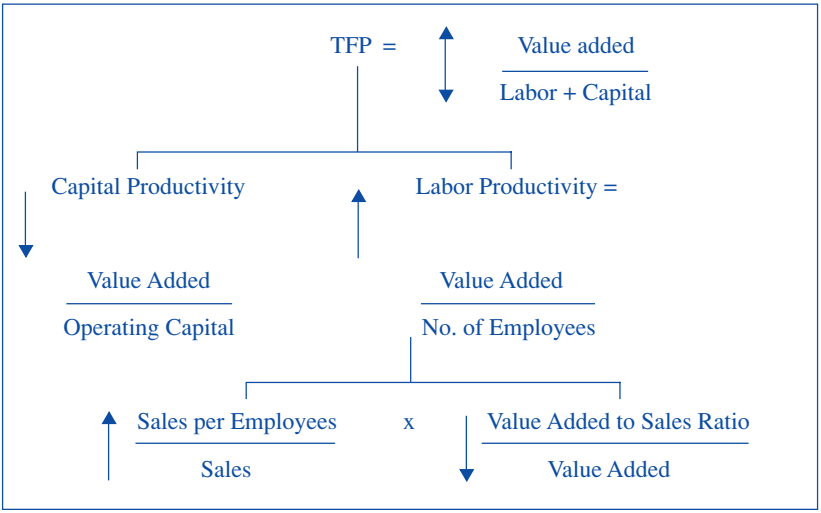
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) อยู่ในระดับคงที่เท่ากับ 0.3 ในช่วง 2 ปี เนื่องมาจากผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ลดลงเล็กน้อย ในขณะที่ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเช่นกัน จึงทำให้ประสิทธิภาพการผลิตรวมไม่เปลี่ยนแปลง โดยเมื่อพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่า ประสิทธิภาพการผลิตรวมของอุตสาหกรรมขนาดย่อมเพิ่มขึ้นจาก 0.23 ในปี 2543 เป็น 0.25 ในปี 2544 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ในขณะที่ประสิทธิภาพการผลิตรวมของอุตสาหกรรมขนาดกลางลดลงจาก 0.32 ในปี 2543 เหลือ 0.31 ในปี 2544 เนื่องมาจากผลิตภาพแรงงานและผลิตภาพทุนในอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีค่าเพิ่มขึ้นทั้ง 2 ตัว ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีผลิตภาพทุนลดลง อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าประสิทธิภาพการผลิตรวมของอุตสาหกรรมขนาดกลางมีค่าสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมอย่างเห็นได้ชัด

ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)

ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.63 โดยเพิ่มขึ้นจาก 192.14 ในปี 2543 เป็น 204.87 ในปี 2544 ซึ่งการที่

ผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากยอดขายรวมต่อพนักงานในปี 2544 เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ถึงร้อยละ 11.60 โดยยอดขายรวมต่อพนักงานในปี 2544 อยู่ที่ 905,602.65 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นจาก 811,494.51 บาทต่อคนในปี 2543 อธิบายได้ดังภาพที่ 6.3 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่า อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้นมากกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 13.01 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.74 อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ผลิตภาพแรงงานในอุตสาหกรรมขนาดกลางจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม แต่เมื่อนำผลิตภาพแรงงานมาเปรียบเทียบกันโดยตรง จะพบว่าผลิตภาพแรงงานของอุตสาหกรรมขนาดกลางสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมอย่างชัดเจน

ภาพที่ 6.3 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต



ที่มา : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ขึ้นและลง (↕) แสดง ตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2543

ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ปรับตัวลดลงร้อยละ 2.63 จาก 0.38 ในปี 2543 ลดลงเหลือ 0.37 ในปี 2544 เนื่องจากในปี 2544 มีการลงทุนเพิ่มทั้งในด้านสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวร นอกจากนั้นยังมีการนำเงินทุนบางส่วนไปลงทุนเพิ่มในบริษัทอื่น ๆ หรือในตลาดหลักทรัพย์อีกด้วย ซึ่งการลงทุนเพิ่มดังกล่าวยังไม่สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงทำให้ผลิตภาพทุนลดลง ซึ่งเมื่อพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่า ผลิตภาพทุนของอุตสาหกรรมขนาดย่อมเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.14 ขณะที่ผลิตภาพทุนของอุตสาหกรรมขนาดกลางลดลงร้อยละ 2.56 เนื่องมาจากอุตสาหกรรมขนาดกลางมีการลงทุนในด้านสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวรต่าง ๆ ในปริมาณที่มากกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมนั่นเอง

ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) คงเดิมที่ 1.59 เท่า ซึ่งหมายความว่าค่าจ้างแรงงาน 1 บาท สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการได้เพียง 1.59 บาท ซึ่งนับว่าค่อนข้างน้อยสำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ โดยอุตสาหกรรมขนาดกลางมีผลิตภาพค่าจ้างแรงงานสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม ซึ่งในปี 2543 อุตสาหกรรมมีผลิตภาพค่าจ้างแรงงานที่ 1.62 และลดลงเล็กน้อยในปี 2544 โดยอยู่ที่ 1.61 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีผลิตภาพค่าจ้างแรงงานเพียง 1.41 ในปี 2543 และเพิ่มขึ้นเป็น 1.49 ในปี 2544

มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) ในปี 2544 เท่ากับ 0.23 ลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 4.17 จากที่มีค่าเท่ากับ 0.24 ในปี 2543 เมื่อพิจารณาลักษณะอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิต ซึ่งมีการลงทุนค่อนข้างสูง แล้วชี้ให้เห็นว่าผู้ผลิตขนาดกลางขนาดย่อมผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มไม่สูงมากนัก คือสินค้าที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีระดับสูงและกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน หากพิจารณาประกอบกับค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

จะพบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมไม่ค่อยให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้ ดังจะเห็นได้จากส่วนใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา โดยมีเพียง 2 รายจาก 57 ราย ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยทั้งหมดอยู่ที่ประมาณ 2,000 บาทต่อปี ส่วนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานพบว่ามีเพียง 22 รายจาก 57 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 38.6 ของกิจการที่มีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 7,980.37 บาท ในปี 2543 และ 12,213.92 บาทในปี 2544 ซึ่ง 2 ประเด็นข้างต้นนี้เกี่ยวข้องโดยตรงในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการของกิจการ โดยเมื่อพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่า อุตสาหกรรมขนาดกลางมีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวมสูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมเล็กน้อย โดยอุตสาหกรรมขนาดกลางมีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวมเท่ากับ 0.24 ในปี 2543 และลดลงเล็กน้อยเป็น 0.23 ในปี 2544 ในขณะที่มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวมในอุตสาหกรรมขนาดย่อมไม่เปลี่ยนแปลงที่ 0.22

ตารางที่ 6.6 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 57			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 26			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 31		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)	0.30	0.30	0	0.23	0.25	8.70	0.32	0.31	(3.13)
ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity: พันบาทต่อคน)	192.14	204.87	6.63	137.79	155.72	13.01	203.29	214.95	5.74
ผลิตภาพทุน (Capital Productivity)	0.38	0.37	(2.63)	0.28	0.30	7.14	0.39	0.38	(2.56)
ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity)	1.59	1.59	0	1.41	1.49	5.67	1.62	1.61	(0.62)
มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio)	0.24	0.23	(4.17)	0.22	0.22	0	0.24	0.23	(4.17)
ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees: พันบาทต่อคน)	811.50	905.60	11.60	634.28	704.74	11.11	847.85	946.80	11.67
ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.15	0.14	(6.67)	0.15	0.15	0	0.15	0.14	(6.67)

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546
หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employee) มูลค่าการขายต่อพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.60 จาก 811,494.51 บาทต่อคนในปี 2543 เป็น 905,602.65 บาทต่อคนในปี 2544 เนื่องจากในปี 2544 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยมีการเติบโตด้านยอดขายโดยอัตราการผลิตรถยนต์ในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังต่างประเทศ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านพนักงานต่อยอดขายลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 6.67 ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นของยอดขายมากกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านพนักงาน โดยเมื่อพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่า อุตสาหกรรม

ขนาดกลางมียอดขายรวมต่อพนักงานมากกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อมอย่างเห็นได้ชัด โดยในปี 2543 อุตสาหกรรมขนาดกลางมียอดขายรวมต่อพนักงาน 847,845.65 บาทต่อคน และเพิ่มขึ้นเป็น 946,803.85 บาทต่อคนในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดย่อมมียอดขายรวมต่อพนักงาน 634,276.53 บาทต่อคนในปี 2543 และเพิ่มขึ้นเป็น 704,739.84 บาทต่อคนในปี 2544 ซึ่งความแตกต่างด้านยอดขายรวมที่ค่อนข้างมากนี้เอง ได้ทำให้ระดับการเพิ่มผลผลิตของอุตสาหกรรมขนาดกลางดีกว่าระดับการเพิ่มผลผลิตของอุตสาหกรรมขนาดย่อม นั่นคืออุตสาหกรรมขนาดย่อมมีความสามารถในการเข้าถึงตลาดส่วนต่างๆ น้อยกว่าอุตสาหกรรมขนาดกลาง ซึ่งหากสามารถปรับแก้จุดอ่อนในประเด็นนี้ได้ ก็จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมขนาดย่อมสามารถยกระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมขึ้นมาได้ อย่างไรก็ตาม การมุ่งเน้นการแสวงหาตลาดเพียงอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอหากไม่สามารถปรับเปลี่ยนคุณภาพสินค้าและบริการ ให้สนองตอบความต้องการของตลาดได้

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์

จากตารางที่ 6.7 พบว่ากิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการลงทุนเพิ่มด้านสินทรัพย์ในการดำเนินงานในปี 2544 เพิ่มขึ้น 45,115.58 บาทต่อคน โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 8.83 โดยเป็นการลงทุนด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์เฉลี่ย 848,947.37 บาทต่อกิจการ ทำให้มูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.15 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาประสิทธิภาพการลงทุนในด้านต่างๆ พบว่า การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรทุกตัวมีอัตราเพิ่มขึ้น ในขณะที่ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนลดลง ทั้งนี้เนื่องจากกิจการมีการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 14 ในปี 2544 ตามรายละเอียดในภาคผนวก ดังนั้น กิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อาจจำเป็นต้องพิจารณาว่ามีการนำเงินลงทุนไปลงทุนในส่วนใดบ้าง ซึ่งอาจก่อให้เกิดต้นทุนจม อาทิ การลงทุนในสินค้าคงคลังที่มากเกินไปโดยขาดการวางแผน

การผลิตที่ดี ซึ่งพบว่ามีกิจการประมาณครึ่งหนึ่งที่มีปัญหาในการวางแผนการผลิต และอีกร้อยละ 36.84 ประสบปัญหาในการบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งหากกิจการปรับเปลี่ยนการบริหารให้มีความเหมาะสมมากขึ้น นอกจากจะเป็นการลดปัญหาต้นทุนจมแล้ว ยังเพิ่มสภาพคล่องให้กิจการได้อีกด้วย ส่วนการบริหารสินทรัพย์ถาวรพบว่า อยู่ในภาวะที่ค่อนข้างดี ดังจะเห็นได้จากตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรในแต่ละด้าน โดยเฉพาะประสิทธิภาพการลงทุนในที่ดินและอาคารโรงงานที่ตัวชี้วัดมีค่ามากกว่า 6 เท่า แม้ว่าในปี 2544 จะยังคงมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่าง ๆ เพิ่มขึ้นก็ตาม แต่ตัวชี้วัดทั้ง 4 ตัวยังปรับตัวเพิ่มขึ้นในปี 2544 อย่างน้อยร้อยละ 3

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามขนาดของกิจการยังคงพบว่า อุตสาหกรรมขนาดกลางมีประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ในด้านต่าง ๆ สูงกว่าอุตสาหกรรมขนาดย่อม โดยที่การลงทุนเมื่อเทียบกับจำนวนพนักงานไม่แตกต่างกันมากนัก ดังจะเห็นได้จากมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน และมูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อพนักงาน โดยอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน 491,258.97 บาทต่อคนในปี 2543 และเพิ่มขึ้นเป็น 516,597.66 บาทต่อคนในปี 2544 ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางมีมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงาน 514,942.09 บาทต่อคนในปี 2543 และเพิ่มขึ้นเป็น 564,114.33 บาทต่อคนในปี 2544 เช่นเดียวกับมูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อพนักงานในอุตสาหกรรมขนาดย่อมเท่ากับ 216,107.97 บาทต่อคนในปี 2543 และลดลงเป็น 199,142.78 บาทต่อคนในปี 2544 ส่วนในอุตสาหกรรมขนาดกลางมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อพนักงาน 216,168.66 บาทต่อคนในปี 2543 และเพิ่มขึ้นเป็น 225,237.94 บาทต่อคนในปี 2544

ตารางที่ 6.7 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 57			N = 26			N = 31		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
มูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio: พันบาทต่อคน)	510.91	556.03	8.83	491.26	516.60	5.16	514.94	564.11	9.55
มูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อพนักงาน (Employees Equipment Ratio: พันบาทต่อคน)	216.16	220.80	2.15	216.11	199.14	(7.85)	216.17	225.24	4.20
ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน (Efficiency of Investment in Current Asset)	0.65	0.61	(6.15)	0.50	0.49	(2.00)	0.68	0.63	(7.35)
ประสิทธิภาพการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร (Efficiency of Investment in Equipment)	0.89	0.93	4.49	0.64	0.78	21.88	0.94	0.95	1.06
ประสิทธิภาพการลงทุนในที่ดิน (Land Efficiency Ratio)	6.89	7.34	6.53	5.79	6.55	13.13	7.07	7.48	5.80
ประสิทธิภาพการลงทุนในโรงงาน (Factory Efficiency Ratio)	6.61	7.42	12.25	5.66	7.09	25.27	6.77	7.47	10.34
ประสิทธิภาพการลงทุนในเครื่องจักร (Machinery Efficiency Ratio)	1.54	1.59	3.25	0.92	1.20	30.43	1.70	1.68	(1.18)

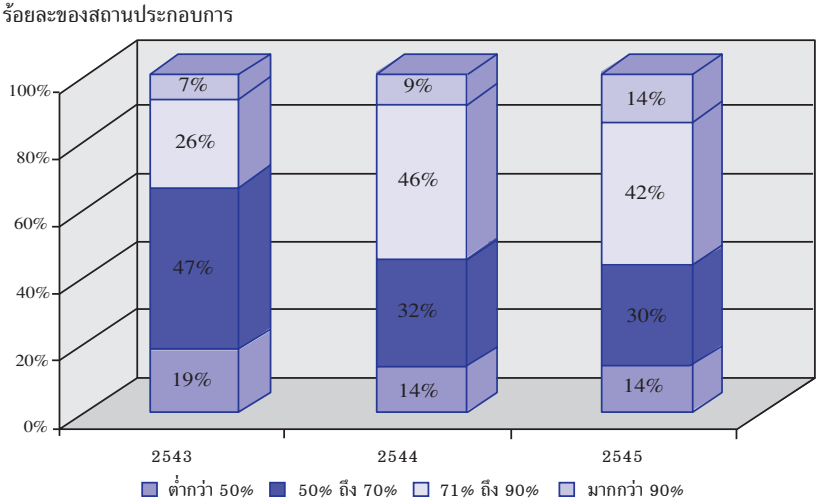
ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546
หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

6.4 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน

จากการสำรวจผู้ประกอบการขนาดกลางขนาดย่อมในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ จำนวน 57 ราย ในด้านอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization) พบว่า มีแนวโน้มในช่วงปี 2544 ถึง 2545 การใช้กำลังการผลิตมีการปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยกิจการที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตมากกว่าร้อยละ 70 ในปี 2543 ที่มีอยู่ร้อยละ 26 ปรับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 46 ในปี 2544 และกิจการที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตมากกว่าร้อยละ 90

ในปี 2543 ปรับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9 ในปี 2544 และร้อยละ 14 ในปี 2545 โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเนื่องจากความต้องการชิ้นส่วนยานยนต์ที่ปรับตัวสูงขึ้นตามปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า โดยภาพรวมการลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อมปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น (ภาพที่ 6.4)

ภาพที่ 6.4 อัตราการใช้กำลังการผลิตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ในการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการเพิ่มผลผลิต (Productivity) พบว่าผู้ประกอบการคิดว่า การเพิ่มผลผลิตมีความสำคัญมากร้อยละ 36.84 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ตอบว่าการเพิ่มผลผลิตมีความสำคัญมากที่สุดถึงร้อยละ 43.86 และเนื่องจากส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการเพิ่มผลผลิต โดยค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญ

อยู่ระหว่างสำคัญมากถึงสำคัญมากที่สุด รวมกันถึงร้อยละ 80.70 กิจการร้อยละ 66.67 จึงมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงคุณภาพการผลิตและการบริหารงานในด้านต่าง ๆ อาทิ 5ส ซึ่งได้รับความนิยมค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 64.91 โดยมีกิจการประมาณครึ่งหนึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างน้อย 1 ด้าน โดยมาตรฐานที่ได้รับการรับรองมากที่สุดได้แก่มาตรฐาน ISO 9000 โดยมีกิจการถึงร้อยละ 45.61 ได้รับการรับรองมาตรฐานนี้

ปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินกิจการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ซึ่งเป็นปัญหาจากปัจจัยภายนอกสามารถสรุปได้ดังนี้ ในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน ปัญหาที่พบมากที่สุดอันดับแรกคือ ปัญหาด้านกระแสไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 35.09 โดยปัญหาที่พบคือ ไฟฟ้าดับในช่วงการผลิต กระแสไฟฟ้าไม่สม่ำเสมอ เป็นต้น รองลงมาคือปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 31.58 โดยส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านการจราจรติดขัด

ในด้านกฎระเบียบและข้อกฎหมายต่าง ๆ พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 24.56 คิดว่าอัตราภาษีเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ โดยคิดว่าอัตราภาษีในปัจจุบันสูงเกินไป ในขณะที่ปัญหาด้านแรงงานยังคงมีความสำคัญอย่างสูงในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยผู้ประกอบการร้อยละ 43.86 ยังมีความเห็นว่าคุณภาพ ทักษะ และการศึกษาของแรงงานยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม

ด้านภาวะการเงินและสภาพคล่อง พบว่าการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อทั้งภายในและต่างประเทศ ไม่ค่อยเป็นปัญหามากนัก แต่ในด้านต้นทุนการกู้ยืม เช่น อัตราดอกเบี้ย ยังเป็นปัญหากับผู้ประกอบการร้อยละ 19.3 ส่วนในด้านสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจ พบว่าความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจและการขาดเสถียรภาพของเศรษฐกิจมหภาค ก่อให้เกิดผลกระทบในการดำเนินกิจการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ โดยในเรื่องความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้

ประกอบการร้อยละ 28.07 ในขณะที่เมื่อเศรษฐกิจมหภาคขาดเสถียรภาพได้เกิดผลกระทบกับผู้ประกอบการอีกร้อยละ 31.59 ทั้งนี้เนื่องมาจากความต้องการรถยนต์ได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศนั่นเอง

ในด้านการบริหารจัดการภายในองค์กรพบว่า ร้อยละ 85.96 ของผู้ประกอบการตอบว่า มีปัญหาในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ อย่างน้อย 1 ด้าน แต่อีกร้อยละ 14.04 ไม่มีปัญหาในด้านใดเลย โดยปัญหาที่พบมากที่สุดในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตสินค้าได้แก่ ปัญหาด้านการพัฒนาทักษะและความชำนาญของแรงงานในสายการผลิต คิดเป็นร้อยละ 50.88 ซึ่งจากข้อมูลที่สำรวจพบว่า มากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ประกอบการที่มีปัญหาในด้านนี้ไม่มีการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรเลย และกิจการ 2 แห่งระบุว่าไม่เคยดำเนินการในการพัฒนาทักษะและความชำนาญของบุคลากรเลย นอกจากนั้นยังมีปัญหาในการวางแผนการผลิตร้อยละ 47.37 และปัญหาด้านการบริหารต้นทุนการผลิตร้อยละ 45.61 ซึ่งได้ส่งผลให้เกิดปัญหาในการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าที่ร้อยละ 43.86 นอกจากนั้นแม้ว่ากิจการทุกแห่งจะมีการกำหนดมาตรฐานในการผลิตสินค้า มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้ากระบวนการผลิต รวมทั้งการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ผลิต แต่กิจการหลายแห่งยังประสบปัญหาใน 3 ด้านนี้

ในด้านการบริหารจัดการภายในองค์กรพบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดคือการแสวงหาลูกค้าต่างประเทศซึ่งผู้ประกอบการประสบปัญหานี้ถึงร้อยละ 45.61 ซึ่งเป็นปัญหาในด้านการตลาด โดยร้อยละ 26.32 ยังไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า รวมทั้งยังมีปัญหาด้านความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของกิจการอีกด้วย ส่วนปัญหาในการติดตามวัดผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ และการสื่อสารภายในองค์กร รวมทั้งการถ่ายทอดนโยบายยังคงเป็นปัญหาสำคัญทั้ง 2 ด้าน โดยอยู่ที่ร้อยละ 36.84 โดยมีกิจการที่ไม่เคยดำเนินการในด้านนี้เลย 2 บริษัท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 ในขณะที่ร้อยละ

35.09 ของกิจการมีปัญหาในการกำหนดแผนการดำเนินงาน ร้อยละ 28.07 ของกิจการที่สำรวจมีปัญหาในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กร และร้อยละ 28.07 มีปัญหาในด้านระบบการจัดเก็บข้อมูลการปฏิบัติงานต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อม ได้ระบุข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐในการยกระดับการเพิ่มผลผลิตภายในองค์กร โดยมีร้อยละ 36.84 หรือ 21 ราย จากทั้งหมด 57 ราย เท่านั้นที่ระบุข้อเสนอแนะมา อีก 36 รายหรือร้อยละ 63.16 ไม่มีข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุดใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้ภาครัฐช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องต้นทุนที่สูงกว่าคู่แข่งต่างประเทศ ให้ภาครัฐช่วยในเรื่องแหล่งเงินกู้และวงเงินกู้ ตลอดจนถึงอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ รวมทั้งการแก้ปัญหาหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non Performing Loan: NPL) และให้ภาครัฐช่วยในการยกระดับคุณภาพการผลิตของอุตสาหกรรม โดยให้การสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรม

อย่างไรก็ตาม จากดัชนีทั้งหมดชี้ให้เห็นว่า ในปี 2544 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดกลางขนาดย่อมมีระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมอยู่ในระดับคงที่ ทั้ง ๆ ที่มีการเติบโตของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศและยอดการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากเน้นการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มไม่มากนัก ขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งไม่ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร ซึ่งภาครัฐอาจต้องเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบยานยนต์ไม่ต้องทำตามกฎการบังคับใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ จึงสามารถซื้อชิ้นส่วนต่าง ๆ ได้จากทั่วโลกที่มีคุณภาพดีและราคาถูกกว่า

นอกจากนั้น อุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมที่สำรวจยังประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านการผลิต ทั้งการวางแผนการผลิต คุณภาพสินค้าที่ผลิต การบริหารสินค้าคงคลัง นอกจากนั้นแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องสร้างระบบในการบริหารจัดการภายในองค์กรในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลการปฏิบัติงานต่าง ๆ การกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งแผนดำเนินการ และการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบควรต้องให้ความช่วยเหลือโดยพัฒนาต้นแบบที่เหมาะสมกับขนาดของธุรกิจ เพื่อให้กิจการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

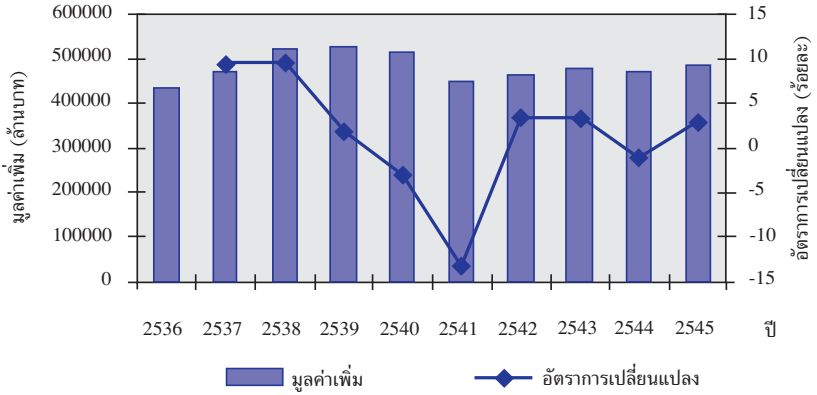
บทที่ 7
การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก

7.1 ภาวะทั่วไป การจ้างงาน และการลงทุน

ภาคค้าส่งค้าปลีกเป็นธุรกิจภาคบริการที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ของธุรกิจค้าส่งค้าปลีกจะมีการเติบโตไปในทิศทางเดียวกับการบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Expenditure at 1988 Price) และมีสัดส่วนที่มีน้ำหนักต่อการบริโภคภาคเอกชน โดยในช่วงปี 2536-2544 มีสัดส่วนเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 30.40 และการบริโภคภาคเอกชนนี้เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product at 1988 Price: GDP) ในช่วงเวลาเดียวกันมีสัดส่วนเฉลี่ยต่อปีสูงถึงร้อยละ 54.49 ซึ่งน้ำหนักดังกล่าวนับได้ว่ามีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของ GDP และมีผลถึงความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ นอกจากนี้หากเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกกับ GDP โดยตรง พบว่าในปี 2545 มีสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 14.93 ซึ่งสัดส่วนนี้มีความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากภาคอุตสาหกรรมการผลิต

ด้านการจ้างงาน พบว่าในช่วงปี 2536-2545 ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกก่อให้เกิดการจ้างงานภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อปี 4.46 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.23 ของการจ้างงานทั้งหมด สำหรับในปี 2544 ที่ผ่านมาธุรกิจค้าส่งค้าปลีกมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มเมื่อเปรียบเทียบกับการบริโภคภาคเอกชนร้อยละ 27.9 โดยการบริโภคภาคเอกชนนี้มีสัดส่วนเป็นร้อยละ 54.78 เมื่อเทียบกับ GDP และทำให้เกิดการจ้างงานในภาคการค้าส่งค้าปลีก 4.69 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.62 ของการจ้างงานทั้งหมด

ภาพที่ 7.1 มูลค่าเพิ่มภาคการค้าส่งค้าปลีกและอัตราการเติบโตในช่วงปี 2536-2545



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หมายเหตุ : มูลค่าเพิ่ม ณ ราคาปีฐาน 2531

จากภาพที่ 7.1 พบว่าอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มของภาคการค้าส่งค้าปลีกในช่วงปี 2537-2545 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีเพียงร้อยละ 1.25 โดยอัตราการเติบโตดังกล่าวเริ่มลดลงตั้งแต่ปี 2539 เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ และได้ลดลงถึงจุดต่ำสุดในปี 2541 ทั้งนี้เป็นผลมาจากในช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ (ปี 2537-2539) ภาคการค้าส่งค้าปลีกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงนั้นผู้ประกอบการในภาคการค้าส่งค้าปลีกได้ขยายการลงทุนเพิ่มขึ้น ทำให้การบริโภคภาคเอกชนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.79 ภายหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาสภาพคล่อง ประกอบกับประชาชนระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้อัตราการเติบโตของการบริโภคภาคเอกชนในปี 2541 ลดลงร้อยละ 11.51 เมื่อเทียบกับปี 2540 ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้อัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มของภาคการค้าส่งค้าปลีกในปี 2541 ลดลงต่ำสุดในรอบ 10 ปี

ด้านการลงทุนภาคเอกชน (Private Investment) ของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีก พบว่าในช่วงปี 2537-2544 มีอัตราการการเติบโตเฉลี่ยต่อปีลดลงร้อยละ 18.40 โดยเฉพาะในปี 2541 ที่มีอัตราการเติบโตที่ลดลงต่ำสุดในรอบ 10 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการลดลงของอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มภาคการค้าส่งค้าปลีก ข้างต้น โดยลดลงถึงร้อยละ 64.93 เมื่อเทียบกับปี 2540 สำหรับสัดส่วนการลงทุนเฉลี่ยต่อปีของภาคเอกชนในธุรกิจค้าส่งค้าปลีกเมื่อเทียบกับการลงทุนของภาคเอกชนทั้งหมดในช่วงปี 2536-2545 จะอยู่ที่ระดับร้อยละ 29.05

7.2 ระดับการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก

การวัดระดับการเพิ่มผลผลิต ซึ่งจะวัดผลผลิตในรูปของมูลค่าเพิ่ม พบว่าอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มในภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกในช่วงปีที่ทำการศึกษา (2538-2545) จะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 0.27 และยังมีความผันผวนอยู่โดยเฉพาะในช่วงปี 2541-2545 (ภาพที่ 7.1) ซึ่งเป็นสัญญาณที่ส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวม เพราะหากพิจารณาถึงประสิทธิภาพของแรงงานที่เป็นตัวชี้วัดตัวหนึ่งที่สามารถบอกถึงความยั่งยืนที่อยู่เบื้องหลังการเจริญเติบโตนั้น พบว่าดัชนีผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity Index) มีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2539 ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนแรงงานมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่มูลค่าเพิ่มของภาคการค้าส่งค้าปลีกมีแนวโน้มการเติบโตที่ลดลง โดยในปี 2545 ดัชนีแรงงานมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.72 ในขณะที่ดัชนีมูลค่าเพิ่มมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 6.84 ทำให้ภาคการค้าส่งค้าปลีกมีดัชนีผลิตภาพแรงงานอยู่ที่ระดับ 79.14 ซึ่งลดลงร้อยละ 20.86 เมื่อเทียบกับปีฐานเดียวกันในปี 2538 (ตารางที่ 7.1)

ตารางที่ 7.1 แสดงผลิตภาพแรงงานของภาคการค้าส่งและค้าปลีกในช่วงปี 2538-2545

	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545p
ดัชนีมูลค่าเพิ่ม (Real Output Index)	100	101.93	98.84	85.77	88.71	91.66	90.56	93.16
ดัชนีแรงงาน (Input Index)	100	104.50	109.33	110.19	113.80	116.81	112.19	117.72
ดัชนีผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity Index)	100	97.55	90.41	77.84	77.95	78.47	80.72	79.14

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

หมายเหตุ : 2538 เป็นปีฐาน, p หมายถึง Primary Data

จากตารางที่ 7.1 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีผลิตภาพแรงงาน ซึ่งได้แก่ ดัชนีมูลค่าเพิ่มและดัชนีแรงงาน พบว่าปัจจัยทั้งสองมีอัตราการเติบโตที่สวนทางกัน กล่าวคือ ดัชนีมูลค่าเพิ่ม (Real Output Index) ของภาคการค้าส่งค้าปลีก จะมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2540 ในขณะที่ดัชนีแรงงาน (Input Index) กลับเติบโตเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2539 เป็นต้นไป ทั้งนี้เป็นการเทียบจากปีฐานเดียวกัน ซึ่งการเติบโตที่สวนทางกันดังกล่าว เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ผลิตภาพแรงงานของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกนั้นมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน เนื่องจากดัชนีผลิตภาพแรงงานนั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มเมื่อเทียบกับจำนวนแรงงานนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม ดัชนีผลิตภาพแรงงานที่ลดลงนั้น นอกจากจะแสดงให้เห็นว่ามูลค่าเพิ่มของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกที่เกิดขึ้นนั้นน้อยกว่าที่ควรจะเป็นเมื่อเทียบกับจำนวนแรงงานที่เพิ่มขึ้นยังอาจหมายถึงแรงงานในภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับภาคธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกเอง และหากยังไม่สามารถปรับปรุงผลิตภาพแรงงานให้สูงขึ้นมากกว่าเท่าที่เป็นนี้ ก็จะส่งผลต่อภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศได้ ทั้งนี้

อันเนื่องมาจากความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าเพิ่มของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีก การบริโภคภาคเอกชน และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

7.3 แนวโน้มธุรกิจค้าส่งค้าปลีก

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่จะส่งผลถึงความสามารถในการแข่งขัน อันได้แก่ ดัชนีค่าจ้างแรงงานต่อคน (Labour Cost per Employee Index) ดัชนีมูลค่าเพิ่มต่อค่าจ้างแรงงาน (Value Added per Labour Cost Index) และดัชนีค่าจ้างแรงงานต่อมูลค่าเพิ่ม (Unit Labour Cost Index) ซึ่งตัวชี้วัดทั้งสามดังกล่าวจะช่วยยืนยันถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกได้เป็นอย่างดี เพราะจะเป็นการชี้ให้เห็นว่านอกจากผลิตภาพแรงงานของภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกที่ไม่เพิ่มขึ้นได้และยังมีแนวโน้มลดลง ค่าจ้างแรงงานที่เป็นต้นทุนทางตรงก็มีแนวโน้มที่เพิ่มสวนทางขึ้นมาเช่นกัน ทั้งนี้เป็นการเทียบกับปีฐานเดียวกัน คือ ปี 2538

ตารางที่ 7.2 ดัชนีความสามารถในการแข่งขันของภาคการค้าส่งและค้าปลีก

	2538	2539	2540	2541	2542	2543
ดัชนีค่าจ้างแรงงานต่อคน (Labour Cost per Employee Index)	100	111.22	114.16	122.51	111.08	116.48
ดัชนีมูลค่าเพิ่มต่อค่าจ้างแรงงาน (Value Added per Labour Cost Index)	100	91.60	90.52	80.93	87.28	85.31
ดัชนีค่าจ้างแรงงานต่อมูลค่าเพิ่ม (Unit Labour Cost Index)	100	109.17	110.47	123.56	114.57	117.22

ที่มา : 1. ธนาคารแห่งประเทศไทย
2. สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตารางที่ 7.2 ดัชนีทั้งสามจะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันในด้านต้นทุนแรงงานของภาคธุรกิจการค้าส่งค้าปลีก โดยพบว่าในปี 2543 ดัชนีค่าจ้างแรงงานต่อคนมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอยู่ที่ระดับ 116.48 ในขณะที่ดัชนีมูลค่าเพิ่มต่อค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มลดลงมาอยู่ที่ระดับ 85.31 เมื่อเทียบกับปีฐานเดียวกัน นั่นแสดงให้เห็นว่า แต่ละหน่วยของค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นนั้น ยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นนั้นได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็นเมื่อเทียบกับค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ดัชนีค่าจ้างแรงงานต่อมูลค่าเพิ่มที่เพิ่มสูงขึ้น โดยอยู่ที่ระดับ 117.22 ยังสะท้อนถึงอัตราการเติบโตของค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน เพราะมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นเท่ากันในปี 2538 สำหรับในปี 2543 จะต้องใช้ค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 17.22 ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนของธุรกิจ รวมถึงความสามารถในการแข่งขัน เพราะเป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภาพแรงงานที่มีแนวโน้มลดลงนั้นยังแฝงถึงการมีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง อันเนื่องจากการมีต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตาม จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เป็นการมองภาพรวมของภาคการค้าส่งค้าปลีกในระดับมหภาค สำหรับการวัดระดับการเพิ่มผลผลิตในระดับจุลภาคต่อจากนี้ไป จะจำแนกออกเป็นธุรกิจค้าส่งและธุรกิจค้าปลีก และพิจารณารายละเอียดในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้ ภาวะทั่วไปของธุรกิจ โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน ระดับการเพิ่มผลผลิต ทัศนคติ แนวคิดและปัญหาในการบริหารงาน และข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐในการยกระดับการเพิ่มผลผลิตภายในองค์กร

ธุรกิจค้าส่ง

7.4 ภาวะทั่วไปของธุรกิจค้าส่ง

จากข้อมูลการสำรวจสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่ามีจำนวนธุรกิจค้าส่งทั้งสิ้น 49,812 แห่ง ในที่นี้เป็นกิจการขนาดกลางขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ทั้งสิ้น 49,058 หรือประมาณร้อยละ 98.49 ที่เหลือจะเป็นกิจการขนาดใหญ่อีก 754 แห่งหรือประมาณร้อยละ 1.51 ของธุรกิจค้าส่งทั้งหมด สำหรับในธุรกิจค้าส่งที่เป็น SMEs พบว่าเป็นกิจการขนาดย่อมมีสัดส่วนสูงถึง 47,775 แห่งหรือร้อยละ 97.38 ที่เหลือจะเป็นกิจการขนาดกลางอีก 1,283 แห่ง หรือประมาณร้อยละ 2.62

ตารางที่ 7.3 จำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งที่เป็นธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม ปี 2545

ธุรกิจค้าส่งที่เป็นกิจการขนาดย่อม	สัดส่วนต่อกิจการขนาดย่อม (%)	ธุรกิจค้าส่งที่เป็นกิจการขนาดกลาง	สัดส่วนต่อกิจการขนาดกลาง (%)	สัดส่วนต่อกิจการขนาดกลางขนาดย่อม (%)
47,775	2.94	1,283	9.70	2.99

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตารางที่ 7.3 แสดงจำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งที่เป็นธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม พบว่าในปี 2545 ธุรกิจค้าส่งที่เป็นกิจการขนาดย่อมมีอยู่ทั้งสิ้น 47,775 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.94 เมื่อเปรียบเทียบกับกิจการขนาดย่อมทั้งหมด สำหรับธุรกิจค้าส่งที่เป็นกิจการขนาดกลางมีจำนวน 1,283 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 9.70 เมื่อเปรียบเทียบกับกิจการขนาดกลางทั้งหมด และธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีสัดส่วนร้อยละ 2.99 เมื่อเทียบกับกิจการขนาดกลางขนาดย่อมทั้งหมด

ตารางที่ 7.4 จำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งที่เป็น SMEs จำแนกตามสัดส่วนต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็น SMEs ปี 2545

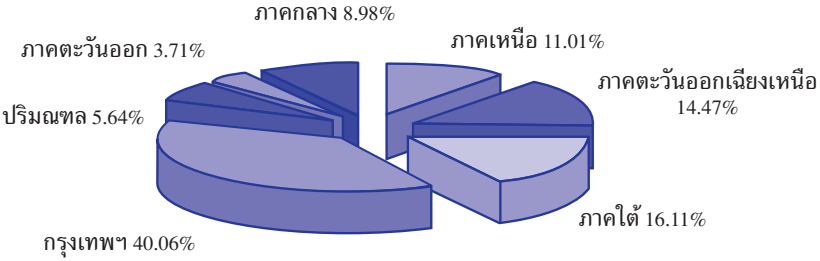
ภาคการค้าส่ง	สัดส่วนต่อ ธุรกิจด้านบริการ
49,058	3.82 %

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตารางที่ 7.4 แสดงจำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งที่เป็น SMEs จำแนกตามสัดส่วนต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็น SMEs พบว่า ในปี 2545 สัดส่วนของธุรกิจค้าส่งที่เป็น SMEs เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจด้านบริการทั้งหมดอยู่ที่ระดับร้อยละ 3.82

สำหรับการกระจายที่ตั้งของกิจการตามภูมิภาค พบว่าในปี 2545 ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมส่วนใหญ่จะมีที่ตั้งเรียงลำดับตามความหนาแน่น 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ กรุงเทพมหานคร โดยมีสัดส่วนร้อยละ 40.06 รองลงมาจะเป็นบริเวณภาคใต้อยู่ที่ระดับร้อยละ 16.11 และอันดับสามจะเป็นบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 14.47 สำหรับบริเวณที่มีความหนาแน่นน้อยที่สุด ได้แก่ ภาคตะวันออก โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 3.71 ทั้งนี้เป็นการเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจค้าส่งทั่วประเทศ (ภาพที่ 7.2)

ภาพที่ 7.2 สัดส่วนจำนวนกิจการธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม ทั้งหมดจำแนกตามภูมิภาคปี 2545



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

สำหรับรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย 3 อันดับแรกของภาคการค้าส่งในเขตเทศบาล กรุงเทพฯ พัทยา พบว่าร้อยละ 63.47 เป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว รองลงมาเป็นรูปแบบของบริษัทจำกัดหรือบริษัทจำกัด (มหาชน) ที่ระดับร้อยละ 25.19 และร้อยละ 11.11 เป็นลักษณะที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (ตารางที่ 7.5)

ตารางที่ 7.5 จำนวนกิจการค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายและกิจกรรมทางเศรษฐกิจปี 2545

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	จำนวนกิจการ	รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย					
		ส่วนบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด, ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	บริษัทจำกัด, บริษัทจำกัด (มหาชน)	องค์การ, รัฐวิสาหกิจ	สหกรณ์	อื่น ๆ
ภาคการค้าส่ง	32,807	20,824	3,644	8,264	2	60	13
% ต่อจำนวนกิจการทั้งหมด	100	63.47	11.11	25.19	0.01	0.18	0.04

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

7.5 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

สำหรับภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม สามารถพิจารณาจากตัวชี้วัดหลักด้านการเพิ่มผลผลิต 3 ตัว ได้แก่

- ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ซึ่งสามารถนำมาใช้วัดประสิทธิภาพโดยรวมของกิจการเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ปัจจัยการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน ซึ่งในความเป็นจริงการเพิ่มผลผลิตนั้นไม่สามารถพึ่งพาการเพิ่มจำนวนการจ้างงานหรือการเพิ่มการใช้ปัจจัยทุนเท่านั้น ยังมีปัจจัยการผลิตอื่น ๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น การปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่นิยมใช้ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน สำหรับปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การขยายตัวของประสิทธิภาพการผลิตรวม (TFP Growth) สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของกิจการค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.95 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.47 เมื่อเทียบ

กับปี 2543 ที่อยู่ที่ระดับ 0.86

- ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการของกิจการโดยพิจารณาจากปัจจัยการผลิตด้านแรงงานเพียงอย่างเดียว เป็นการวัดความสามารถของแรงงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการ ตัวเลขที่สูงจะแสดงถึงประสิทธิภาพของแรงงาน สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของกิจการค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ลดลงจาก 1,552,584 บาทต่อคนในปี 2543 มาเป็น 1,295,147 บาทต่อคนในปี 2544 หรือลดลงร้อยละ 16.58

- ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการได้มากน้อยเพียงใด ตัวเลขที่สูงแสดงถึงประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของกิจการค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยผลิตภาพทุน (Capital Productivity) เพิ่มขึ้นจากระดับ 0.31 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 2.69 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 767.74

สำหรับค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่ปรากฏในโครงสร้างต้นทุนของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม มีรายการหลักอยู่ 3 รายการที่มีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด ได้แก่ ค่าโสหุ้ย ผลตอบแทนพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด เมื่อเทียบกับกิจการที่มีผลลัพธ์ดีที่สุด 5 อันดับแรก หรือกิจการที่มีต้นทุนรายการดังกล่าวต่ำที่สุด 5 อันดับแรกเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมของกิจการ พบว่า

- ค่าเฉลี่ยของสัดส่วนผลตอบแทนพนักงานเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2544 เป็นสัดส่วนร้อยละ 7.00 ในขณะที่ในปี 2543 สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับร้อยละ 2.84

- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และ ปี 2544 อยู่ที่ร้อยละ 0.54 และ ร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

- ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และปี 2544 พบว่ามีสัดส่วนเป็นศูนย์ ซึ่งเป็นเพราะธุรกิจค้าส่งที่เล็กมากจะไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการขาย ทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด

โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน

จากการสำรวจข้อมูลผลประกอบการของธุรกิจค้าส่งจำนวน 142 ราย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่าเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมหรือมีการจ้างงานไม่เกิน 25 คนจำนวน 118 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 83.10 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางหรือมีการจ้างงานตั้งแต่ 26-50 คนจำนวน 16 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.27 ที่เหลือเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือมีการจ้างงานเกิน 50 คนขึ้นไป จำนวน 8 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.63 ทั้งนี้เมื่อเทียบกับจำนวนธุรกิจค้าส่งที่ทำการสำรวจทั้งหมด 142 ราย

สำหรับโครงสร้างรายได้ของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมในปี 2544 พบว่า เป็นรายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรงเป็นสัดส่วนร้อยละ 98 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 2 จะเป็นรายได้อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการประกอบกิจการ ซึ่งสัดส่วนรายได้จากการขายส่งโดยตรงนี้เพิ่มจากปี 2543 ร้อยละ 1 เมื่อจำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่าในปี 2544 ธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมมีสัดส่วนรายได้จากการขายส่งร้อยละ 98 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากปี 2543 สำหรับธุรกิจค้าส่งขนาดกลางมีสัดส่วนรายได้จากการขายส่งโดยตรงร้อยละ 99 เท่ากันทั้งในปี 2543 และปี 2544 ซึ่งเป็นลักษณะปรกติของธุรกิจค้าส่งทั่วไปที่จะไม่มีรายได้อื่นนอกเหนือจากรายได้จากการค้าส่งเพียงอย่างเดียว (ตารางที่ 7.6)

สำหรับโครงสร้างต้นทุนการดำเนินงาน พบว่ารายการค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับต้นทุนรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลตอบแทนพนักงานในรูปของเงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่างๆ (Employee Benefit) ค่าโสหุ้ย (Overhead Cost) และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด (Promotion Cost)

ตารางที่ 7.6 โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงานในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดธุรกิจ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 134			N = 118			N = 16		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
รายได้จากการดำเนินงานต่อรายได้รวม (Operating Income to Total Revenue)	0.97	0.98	1.03	0.96	0.98	2.08	0.99	0.99	0
ผลตอบแทนพนักงานต่อต้นทุนรวม (Employee Benefit to Total Cost)	0.36	0.38	5.59	0.35	0.37	5.71	0.39	0.39	0
ค่าเช่าต่อต้นทุนรวม (Rental Cost to Total Cost)	++	++	n.a.	++	++	n.a.	++	++	n.a.
ดอกเบี้ยจ่ายต่อต้นทุนรวม (Interest Payment to Total Cost)	0.06	0.05	(16.67)	0.07	0.06	(14.29)	0.03	0.05	66.67
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวม (Promotion Cost to Total Cost)	0.19	0.21	10.53	0.20	0.21	5.00	0.18	0.21	16.67
ค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม (Depreciation to Total Cost)	0.10	0.08	(20.00)	0.09	0.08	(11.11)	0.13	0.08	(38.46)
ค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวม (Overhead Cost to Total Cost)	0.28	0.27	(3.57)	0.29	0.28	(3.45)	0.26	0.26	0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

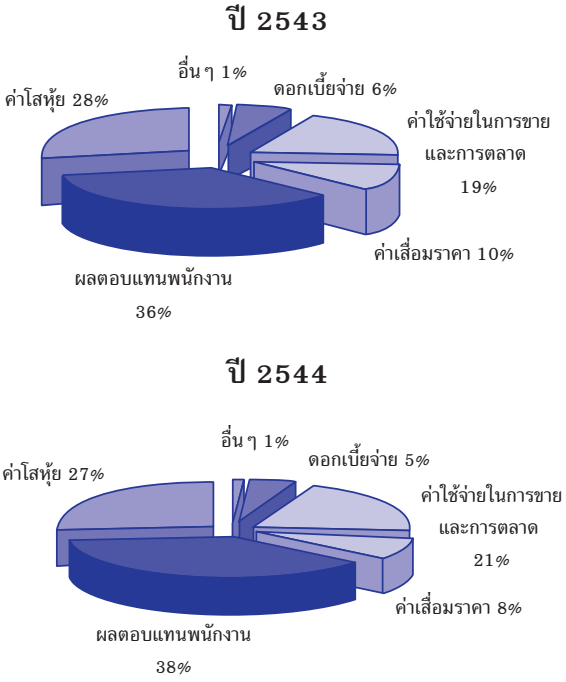
จากตารางที่ 7.6 พบว่า ในปี 2543 และปี 2544 ผลตอบแทนของพนักงานต่อต้นทุนรวมของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมอยู่ที่ระดับร้อยละ 36 และร้อยละ 38 ตามลำดับ สัดส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.59 ทั้งนี้เนื่องจากอัตราการเติบโตของผลตอบแทนพนักงานนั้นอยู่ที่ระดับร้อยละ 7.61 ในขณะที่อัตราการเติบโตของต้นทุนรวมอยู่ที่ระดับร้อยละ 2.22 เมื่อจำแนกตามขนาดธุรกิจพบว่า ในธุรกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนผลตอบแทนของพนักงานต่อต้นทุนรวมอยู่ที่ระดับร้อยละ 35 และร้อยละ 37 ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางมีสัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับร้อยละ 39 เท่ากันทั้งในปี 2543 และปี 2544 ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากอัตราการเติบโตของผลตอบแทนพนักงานมีระดับใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตของต้นทุนรวม กล่าวคือ อยู่ในระดับร้อยละ 8.9 กับร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

ด้านสัดส่วนค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวมในธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมในปี 2543 และปี 2544 มีสัดส่วนที่ร้อยละ 28 และร้อยละ 27 ตามลำดับ สัดส่วนดังกล่าวลดลงร้อยละ 3.57 ทั้งนี้เนื่องจากอัตราการเติบโตของค่าโสหุ้ยลดลงร้อยละ 0.56 ในขณะที่อัตราการเติบโตของต้นทุนรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.22 เมื่อจำแนกตามขนาดธุรกิจพบว่า ในธุรกิจขนาดย่อม สัดส่วนค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และปี 2544 อยู่ที่ร้อยละ 29 และ 28 ตามลำดับ สำหรับธุรกิจค้าส่งขนาดกลางพบว่า สัดส่วนค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวมอยู่ที่ระดับร้อยละ 26 เท่ากันทั้งในปี 2543 และปี 2544 ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากอัตราการเติบโตของผลตอบแทนพนักงานมีระดับใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตของต้นทุนรวม กล่าวคือ อยู่ในระดับร้อยละ 7.91 กับร้อยละ 7.92 ตามลำดับ

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวมมีสัดส่วนร้อยละ 19 ในปี 2543 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 21 ในปี 2544 ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราการเติบโตของค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.46 ใน

ขณะที่อัตราการเติบโตของต้นทุนรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.22 เมื่อพิจารณาตามขนาดของกิจการ พบว่า สัดส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นทั้งในธุรกิจค้าส่งขนาดย่อม และในธุรกิจค้าส่งขนาดกลาง ซึ่งแสดงถึงภาวะการแข่งขันทางด้านการตลาดในกลุ่มธุรกิจค้าส่ง โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางพบว่า ในปี 2544 มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.67 เมื่อเทียบกับปี 2543 ในขณะที่ในธุรกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนอัตราการเติบโตดังกล่าวอยู่ที่ระดับร้อยละ 5.00 (ตารางที่ 7.6)

ภาพที่ 7.3 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม ปี 2543-2544



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติปี 2546

ดังนั้น สรุปได้ว่าโครงสร้างต้นทุนของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 3 อันดับแรก เมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2543 และปี 2544 ได้แก่ ผลตอบแทนพนักงาน ค่าโสหุ้ย และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด ซึ่งรายการค่าโสหุ้ยเป็นค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากรายจ่ายในการขายและบริหารที่กิจการต้องนำมาใช้ดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นรายการที่กิจการสามารถลดหรือควบคุมได้ก่อนรายการอื่น เพราะเกี่ยวข้องกับระบบบริหารงานภายในของกิจการโดยตรง สำหรับรายการค่าใช้จ่ายที่สำคัญตัวอื่นจะเป็นปัจจัยภายนอกที่ขึ้นอยู่กับภาวะการแข่งขันของตลาด ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด หรือผลตอบแทนพนักงาน ซึ่งจะเป็นรายการที่ควบคุมได้ยากกว่า และเป็นรายการที่มีความสัมพันธ์กับยอดขายของกิจการโดยตรง ดังนั้นหากกิจการสามารถลดต้นทุนในรายการค่าโสหุ้ยลงได้ ก็จะสามารถเพิ่มผลผลิตให้กิจการได้ เพราะการลดต้นทุนต่าง ๆ เป็นวิธีการพื้นฐานหนึ่งในการเพิ่มผลผลิตให้กับกิจการด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 7.7 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวมในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 134			N = 118			N = 16		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายรวม (Selling&Administration Expense to Sales Ratio)	0.14	0.12	(14.29)	0.17	0.16	(5.88)	0.09	0.07	(22.22)
ค่าโสหุ้ยต่อยอดขายรวม (Overhead Cost to Sales Ratio)	0.04	0.03	(25.00)	0.05	0.04	(20.00)	0.02	0.02	0
ผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.05	0.05	0	0.06	0.06	0	0.03	0.03	0
ค่าใช้จ่ายในขายและการตลาดต่อยอดขายรวม (Promotion Cost to Sales)	0.03	0.02	(33.33)	0.03	0.03	0	0.02	0.02	0
ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขายรวม (Research Cost to Sales)	++	++	n.a.	++	++	n.a.	++	++	n.a.
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงานต่อยอดขายรวม (Training Cost to Sales)	++	++	n.a.	++	++	n.a.	++	++	n.a.
ค่าเช่าต่อยอดขายรวม (Rental Cost to Sales)	++	++	n.a.	++	++	n.a.	++	++	n.a.
ดอกเบี้ยจ่ายต่อยอดขายรวม (Interest Payment to Sales)	0.01	0.01	0	0.01	0.01	0	++	++	n.a.
เงินบริจาคต่อยอดขายรวม (Donation to Sales)	++	++	n.a.	++	++	n.a.	++	++	n.a.
ค่าเสื่อมราคาต่อยอดขายรวม (Depreciation to Sales)	0.01	0.01	0	0.02	0.01	(50.00)	0.01	0.01	0

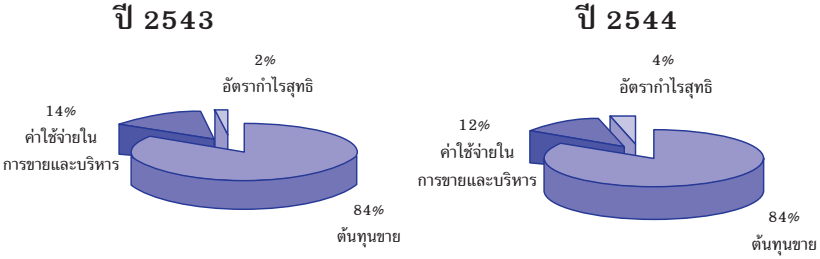
ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

จากตารางที่ 7.7 จะเป็นการพิจารณาด้านสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวม พบว่าในปี 2543 และปี 2544 ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเมื่อเทียบกับยอดขายรวม (Selling & Administration Expense to Sales Ratio) ของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 14 และร้อย

ละ 12 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายการย่อย ๆ ของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร พบว่าผลตอบแทนพนักงาน ค่าโสหุ้ย และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับยอดขายรวมของธุรกิจแล้วจะมีสัดส่วนอยู่ระหว่างร้อยละ 2 ถึงร้อยละ 5 สำหรับรายการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่มีความสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานแต่กลับมีค่าน้อยมาก ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงาน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับยอดขายแล้วทำให้สัดส่วนดังกล่าวมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ทั้งในปี 2543 และ ปี 2544 นอกจากนี้ยังมีอีก 3 รายการที่มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ทั้ง 2 ปี ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา ค่าเช่า และเงินบริจาคสาธารณะกุศล ซึ่งรายการหลังเป็นการบอกถึงการคืนผลประโยชน์กลับสู่สังคม

ภาพที่ 7.4 โครงสร้างอัตรากำไรสุทธิ (Profit Margin) ของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543-2544

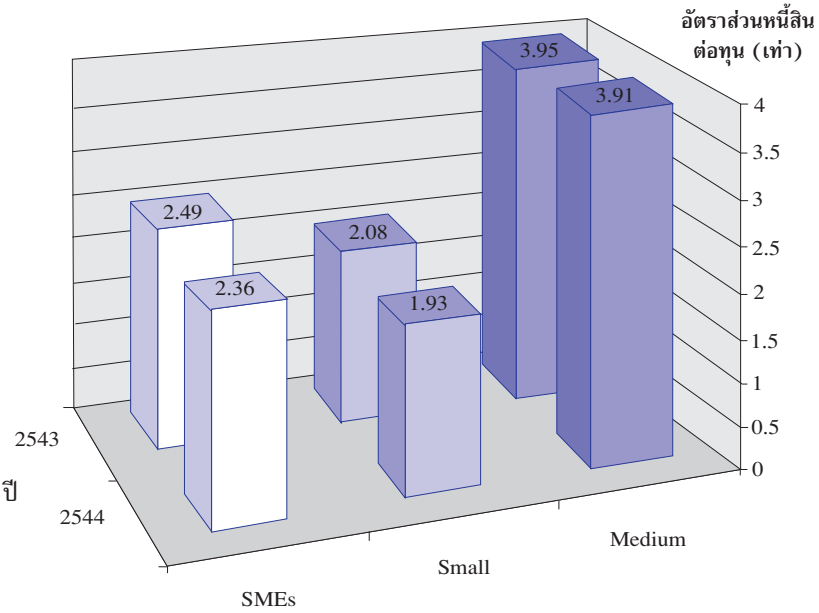


ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

เมื่อพิจารณาถึงอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม พบว่า สัดส่วนต้นทุนขายเมื่อเทียบกับยอดขายรวม (Cost of Goods Sold to Sale) ในปี 2543 และปี 2544 อยู่ที่ระดับเท่ากันที่ร้อยละ 84 ด้านสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ระดับร้อยละ 14 และร้อยละ 12 ตามลำดับ ทำให้อัตรากำไรสุทธิ (Profit Margin) ของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมอยู่ที่ระดับร้อยละ 2-4 (ภาพที่ 7.4)

ด้านอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity) ซึ่งเป็นการวัดเงินทุนรวมของกิจการที่จัดหามาในรูปของหนี้ พบว่าในปี 2543 ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 2.49 เท่า และลดลงมาอยู่ที่ระดับ 2.36 เท่าในปี 2544 เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดของกิจการ พบว่าทั้งธุรกิจค้าส่งขนาดกลางและธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมมีการบริหารสภาพหนี้ที่ดีขึ้นโดยมีอัตราการเติบโตของหนี้สินต่อทุนที่ลดลง โดยในธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมมีอัตราหนี้สินต่อทุนลดลงร้อยละ 7.21 หรือจาก 2.08 เท่าในปี 2543 มาเป็น 1.93 เท่าในปี 2544 สำหรับธุรกิจค้าส่งขนาดกลางมีอัตราส่วนดังกล่าวลดลงร้อยละ 1.01 หรือจาก 3.95 เท่าในปี 2543 มาเป็น 3.91 เท่าในปี 2544 (ภาพที่ 7.5)

ภาพที่ 7.5 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติปี 2546

ถึงแม้ว่ากิจการของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมจะมีอัตราส่วนของหนี้สินมากกว่าส่วนของเจ้าของประมาณ 2 เท่า แต่ไม่ได้หมายความว่าอยู่ในระดับที่ขาดสภาพคล่อง เพราะการก่อหนี้ของกิจการมีขีดจำกัด และปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดนี้มีหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น เสถียรภาพของยอดขาย ความคล่องตัวของสินทรัพย์ที่จะเปลี่ยนเป็นเงินสด ประเภทธุรกิจ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวสามารถใช้เป็นค่าเฉลี่ยที่กิจการนำไปเปรียบเทียบ (Benchmark) กับกิจการของตนเองได้ โดยกิจการไม่ควรมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มมากนัก เพราะจะไม่เป็นผลดีหากกิจการมีปัญหาด้านสภาพคล่อง ในทางตรงข้าม กิจการค้าส่งทั่วไปก็ไม่ควรมีอัตราส่วนดังกล่าวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มมากเกินไป เพราะนอกจากจะแสดงถึงเครดิตของกิจการไม่ดีแล้ว ยังทำให้การขยายตัวเป็นไปอย่างเชื่องช้าอีกด้วย

ระดับการเพิ่มผลผลิต (Productivity)

จากตารางที่ 7.8 ระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 พบว่าอัตราการเติบโตของประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP) ลดลงร้อยละ 5.88 กล่าวคืออยู่ในระดับ 0.17 และระดับ 0.16 ตามลำดับ ซึ่งหมายถึงปัจจัยการผลิต อันได้แก่ทุนและแรงงานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ลดลง โดยจะเห็นได้จากการมีผลิตภาพทุน (Capital Productivity) และผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) ที่ลดลงในอัตราร้อยละ 5.26 และร้อยละ 3.14 เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดของกิจการ พบว่า อัตราการเติบโตของประสิทธิภาพการผลิตรวมของธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 มีอัตราการเติบโตที่ลดลงเช่นกัน โดยลดลงร้อยละ 5.56 เนื่องจากผลิตภาพทุนและผลิตภาพค่าจ้างแรงงานมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 5.00 และร้อยละ 1.29 ตามลำดับ สำหรับอัตราการเติบโตของประสิทธิภาพการผลิตรวมของธุรกิจค้าส่งขนาดกลาง พบว่า มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 6.25 ทั้งนี้เป็น

เพราะผลิตภาพทุนและผลิตภาพค่าจ้างแรงงานมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 5.56 และร้อยละ 7.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.8 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) N = 134			ขนาดย่อม (Small Enterprises) N = 118			ขนาดกลาง (Medium Enterprises) N = 16		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)									
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)	0.17	0.16	(5.88)	0.18	0.17	(5.56)	0.16	0.15	(6.25)
ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity: พันบาทต่อคน)	148.92	155.78	4.61	116.15	176.33	51.81	120.06	121.37	1.09
ผลิตภาพทุน (Capital Productivity)	0.19	0.18	(5.26)	0.20	0.19	(5.00)	0.18	0.17	(5.56)
ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity)	1.59	1.54	(3.14)	1.55	1.53	(1.29)	1.70	1.58	(7.06)
มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio)	0.08	0.07	(12.50)	0.09	0.09	0	0.06	0.04	(33.33)
ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees: พันบาทต่อคน)	1,898.80	2,223.64	17.11	1,814.50	1,915.99	5.59	2,040.03	2,739.01	34.26
มูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio: พันบาท/คน)	768.99	843.66	9.71	834.73	917.35	9.90	658.85	720.21	9.31
ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่ม (VA Distribution Indicators)									
การจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio)	0.25	0.58	132.00	0.32	0.12	(62.5)	0.09	1.70	1,788.89
ตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators)									
ผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio)	0.05	0.11	120	0.06	0.02	(66.67)	0.02	0.29	1,350.00
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover)	2.47	2.64	6.88	2.17	2.09	(3.69)	3.10	3.80	22.58

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

จากที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าภาพรวมของตัวชี้วัดหลัก 3 ตัว อันได้แก่ ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) และผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) ของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมนั้นลดลง ซึ่งการหาสาเหตุในการเปลี่ยนแปลงนั้นสามารถหาได้จากความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดที่เป็นปัจจัยประกอบในตัวชี้วัดหลักดังกล่าว โดยสามารถแบ่งกลุ่มพิจารณาออกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้คือ ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators) ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่ม (Value Added Distribution Indicators) และตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators)

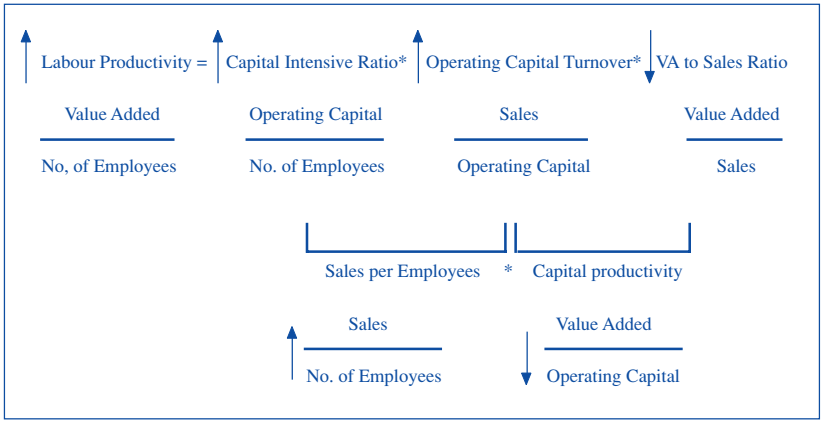
ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)

กลุ่มของตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators) จะประกอบด้วยตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees) และมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio)

สำหรับผลิตภาพแรงงาน (Labour productivity) ในธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นที่ระดับร้อยละ 4.61 ซึ่งเป็นผลมาจากธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีการลงทุนในสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio) และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.71 และร้อยละ 6.88 ตามลำดับ แต่เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย (Value Added to Sales

Ratio) กลับเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 12.50 หรือจากระดับ 0.08 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 0.07 ในปี 2544 ทำให้ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ลดลงร้อยละ 5.26 หรือจากระดับ 0.19 ในปี 2543 มาเป็นระดับ 0.18 เท่าในปี 2544 ถึงแม้ว่า มูลค่ายอดขายต่อจำนวนพนักงาน (Sales per Employees) จะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 17.11 หรือจาก 1.89 ล้านบาทต่อคน ในปี 2543 มาเป็น 2.22 ล้านบาทต่อคนก็ตาม (ภาพที่ 7.6)

ภาพที่ 7.6 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต



ที่มา : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543

ดังนั้น ผลการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) เพิ่มขึ้นมาจากปัจจัยสำคัญ คือการเปลี่ยนแปลงในยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees) ที่เพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมได้มีการลงทุนในสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.71 แต่หากดูมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นต่อจำนวนยอดขายรวมแล้ว กลับเปลี่ยนแปลงลดลง ทำให้เป็นการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพแรงงาน (Labour

Productivity) มาจากปัจจัยทุนที่ทำให้ต้นทุนของกิจการลดลงหรือมาจากการเปลี่ยนแปลงในจำนวนคนงาน ซึ่งไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการ อย่างไรก็ตาม การทำให้กิจการมีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายสูงขึ้น สามารถทำได้โดยการลดต้นทุนด้านการขายและบริหารลง หรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ด้วยวิธีการนี้ถึงแม้ว่ากิจการจะมีรายได้จากการขายไม่เปลี่ยนแปลง ก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการได้ สำหรับผลิตภาพแรงงานเมื่อแยกพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่า ในธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตร้อยละ 51.81 ในขณะที่ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางมีอัตราการเติบโตของผลิตภาพแรงงานที่ระดับร้อยละ 1.09 (ตารางที่ 7.8)

ด้านผลิตภาพทุน (Capital Productivity) พบว่าในปี 2544 ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตที่ลดลงร้อยละ 5.26 ทั้งนี้เป็นผลมาจากอัตราการเติบโตของผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) เพิ่มขึ้นร้อยละ 120 ในขณะที่ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) เพิ่มขึ้นร้อยละ 132 ซึ่งการที่ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) เพิ่มมากกว่า ทำให้มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นน้อยกว่าการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นหรือสินทรัพย์ดำเนินงานนั้นยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นเหตุผลทำให้ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) มีอัตราการเติบโตที่ลดลง เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดกิจการ พบว่า ธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตของผลิตภาพทุนลดลงร้อยละ 5.00 ในขณะที่ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางมีอัตราการเติบโตของผลิตภาพทุนลดลง ร้อยละ 5.56 (ตารางที่ 7.8)

ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่ม (Value Added Distribution Indicators)

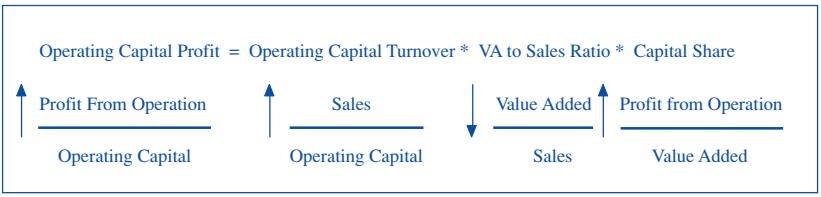
ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่ม (Value Added Distribution Indicators) จะบอกถึงสัดส่วนการจัดสรรเงินในส่วนของการดำเนินงาน เป็นส่วนแบ่งที่จะได้รับจากมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในกิจการ ซึ่งตัวชี้วัดที่สำคัญที่อยู่ในกลุ่มนี้คือ การจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) โดยพบว่า ในปี 2544 ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) อยู่ที่ระดับ 0.58 เพิ่มขึ้นร้อยละ 132 เมื่อเทียบกับปี 2543 ในขณะที่มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) อยู่ที่ระดับ 0.07 ทำให้อัตรากำไรสุทธิ (ผลคูณของตัวแปรทั้งสองข้างต้น) อยู่ที่ระดับร้อยละ 4.06 แต่เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในกิจการและคุณภาพของกำไรสุทธิ พบว่า อัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม กลับลดลงร้อยละ 12.50 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามขนาดของกิจการ พบว่า ธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมมีตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) อยู่ที่ระดับ 0.12 ลดลงร้อยละ 62.50 สำหรับธุรกิจค้าส่งขนาดกลางมีตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) อยู่ที่ระดับ 1.70 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1,788.89 (ตารางที่ 7.8)

ตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators)

กลุ่มของตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators) จะประกอบด้วยตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกันดังนี้ ผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) โดยพบว่าในปี 2544 ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตของผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) เพิ่มขึ้นร้อยละ 120

ทั้งนี้เป็นผลมาจากอัตราการหมุนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) และการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.88 และร้อยละ 132 ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) จะลดลงร้อยละ 12.50 และเมื่อแยกพิจารณาตามขนาดของกิจการพบว่า ธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตของผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) ลดลงร้อยละ 66.67 ในขณะที่ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางมีอัตราการเติบโตดังกล่าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1,350 (ภาพที่ 7.7)

ภาพที่ 7.7 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน



ที่มา : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนแรงงาน พบว่าในปี 2544 ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) ลดลงร้อยละ 3.14 เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales Per Employees) กับผลตอบแทนของพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio) พบว่าผลตอบแทนพนักงานต่อคนในธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมเพิ่มขึ้นจาก 94.95 บาทต่อคน เป็น 111.20 บาทต่อคนหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.11 เมื่อจำแนกตามขนาดของกิจการ ผลตอบแทนพนักงานต่อคนในธุรกิจค้าส่งขนาดย่อมเพิ่มจาก 108.90 บาทในปี 2543 มาอยู่ที่ 114.96 บาทในปี 2544 ในขณะที่ผล

ตอบแทนพนักงานต่อคนในธุรกิจค้าส่งขนาดกลางเพิ่มขึ้นจาก 61.20 บาทต่อคน เป็น 82.17 บาทต่อคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.26 โดยอัตราการเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนพนักงานต่อคนนี้จะเท่ากับอัตราการเติบโตยอดขายรวมต่อพนักงาน เนื่องจากสัดส่วนของผลตอบแทนของพนักงานต่อยอดขายไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ตารางที่ 7.9)

ตารางที่ 7.9 ตัวชี้วัดผลตอบแทนพนักงานต่อคนในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : บาท

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 134			N = 118			N = 16		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
1. ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales Per Employees)	1,899	2,224	17.11	1,815	1,916	5.56	2,040	2,739	34.26
2. ผลตอบแทนของพนักงานต่อยอดขาย (Employee Income per Sales Ratio)	0.05	0.05	0	0.06	0.06	0	0.03	0.03	0
3. ผลตอบแทนพนักงานต่อคน (Employee Income per Employee: 1*2=3)	94.95	111.20	17.11	108.90	114.96	5.56	61.20	82.17	34.26

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546
หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

7.6 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน

ผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมของกลุ่มธุรกิจค้าส่งไม่ค่อยให้ความสำคัญด้านการเพิ่มผลผลิต โดยค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ระหว่างความสำคัญน้อยและไม่มีความจำเป็นเลย ดังนั้นร้อยละ 91.55 จึงไม่มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงคุณภาพการผลิต และร้อยละ 92.25 ไม่มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการ เป็นเหตุให้กิจการในกลุ่มส่วนใหญ่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานในด้านใด มีเพียงร้อยละ 7.75 หรือ 11 ราย ที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9000 และร้อยละ 2.11 หรือ 3 ราย ที่ได้รับการ

รับรองมาตรฐานมากกว่า 1 อย่าง เช่น ได้รับ มอก. 18000 ซึ่งเป็นเรื่องของความปลอดภัยในที่ทำงานด้วย หรือใบรับรองอื่น ๆ

สำหรับระดับความรุนแรงของปัญหาในการบริหารจัดการภายในองค์กรพบว่า ประมาณร้อยละ 52.12 ของผู้ประกอบการ ตอบว่าไม่มีปัญหาในการบริหารจัดการในด้านใดเลย และตอบว่ามีปัญหาในด้านต่าง ๆ อีกร้อยละ 38.71 อีกร้อยละ 9.17 ไม่มีการดำเนินการในเรื่องการบริหารจัดการภายในโดยประเด็นปัญหาที่สำคัญเรียงสามอันดับแรกตามความถี่ ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า/บริการ การพัฒนาทักษะ/ความชำนาญของบุคลากร และความรับรู้/ทราบความต้องการของลูกค้า โดยมีสัดส่วนร้อยละ 53.85 ร้อยละ 52.11 และร้อยละ 51.05 ของจำนวนความถี่ของการมีการดำเนินการบริหารจัดการภายในองค์กร อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะระบุว่ามีปัญหาเรื่องการพัฒนาทักษะ/ความชำนาญของบุคลากรก็ตาม แต่จากตัวเลขค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงานต่อยอดขายรวมของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมกลับมีค่าน้อยมาก หรือเข้าใกล้ศูนย์ทั้งในปี 2543 และปี 2544 ส่วนปัญหาการสื่อสารภายในองค์กร หรือการถ่ายทอดนโยบาย การกำหนดทิศทางและเป้าหมาย การบริหารสภาพคล่อง และการติดตามวัดผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ก็ยังถือเป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม โดยระบุว่ามีปัญหาร้อยละ 43.57 ร้อยละ 39.16 ร้อยละ 40 และร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับความถี่ที่มีการดำเนินการบริหารจัดการภายในสำหรับแต่ละข้อดังกล่าวตามลำดับ ด้านการบริหารจัดการภายในองค์กรที่ยังไม่มีการดำเนินการที่สำคัญ ได้แก่ การแสวงหาลูกค้าต่างประเทศหรือตลาดต่างประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 74.31 ของความถี่ของตำตอบในข้อนั้น จากรายละเอียดข้างต้นจะเป็นปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการภายในองค์กร

สำหรับปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีความเห็นว่ามีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยคิดจากจำนวนความถี่ของผู้ประกอบการที่ตอบคำถามในข้อนี้ทั้งสิ้น 145 คำตอบ พบว่าร้อยละ 70.46 ไม่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เหลืออีกร้อยละ 29.54 ได้รับผลกระทบ ซึ่งร้อยละ 17.33 เป็นเพียงปัญหาเล็กน้อย ร้อยละ 6 เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ร้อยละ 2.88 เป็นระดับปัญหามาก และอีกร้อยละ 3.33 เป็นปัญหาอื่นๆ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากปัจจัยภายนอก 3 ลำดับแรกตามความถี่ได้ดังนี้ การคมนาคมขนส่ง ซึ่งความเห็นส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องของการจราจรติดขัด สภาพถนนไม่ดี น้ำท่วม อันดับสอง ได้แก่ ต้นทุนการกู้ยืม เช่น ดอกเบี้ย ซึ่งความเห็นส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องดอกเบี้ยเงินกู้สูงและการหาหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ อันดับสามได้แก่ ทักษะ/การศึกษา/คุณภาพแรงงาน ซึ่งความเห็นส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องขาดแคลนแรงงาน และพนักงานไม่เอาใจใส่งาน ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน ทำให้งานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมได้ระบุข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ ในการยกระดับการเพิ่มผลผลิตภายในองค์กร โดยมีเพียงร้อยละ 13.38 หรือ 19 รายเท่านั้นที่ระบุข้อเสนอแนะมา อีก 123 ราย หรือร้อยละ 86.62 ไม่มีข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุดเรียง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้ภาครัฐช่วยในเรื่องแหล่งเงินกู้และวงเงินกู้ตลอดจนถึงอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำรวมทั้งการแก้ปัญหาหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non Performing Loan: NPL) ให้ภาครัฐส่งเจ้าหน้าที่มาอบรมพัฒนาทักษะของพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และให้ภาครัฐเข้าแทรกแซงช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยจากการผูกขาด โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ทั้งด้านราคาและปริมาณของสินค้าที่เข้าสู่ตลาด

ธุรกิจค้าปลีก

7.7 ภาวะทั่วไปของธุรกิจค้าปลีก

จากข้อมูลการสำรวจสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่ามีจำนวนธุรกิจค้าปลีกทั้งสิ้น 734,748 แห่ง ในที่นี้เป็นธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ทั้งสิ้น 732,593 หรือประมาณร้อยละ 99.71 ที่เหลือเป็นธุรกิจขนาดใหญ่อีก 2,155 แห่ง หรือประมาณร้อยละ 0.29 ของธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด เมื่อพิจารณาธุรกิจค้าปลีกที่เป็น SMEs ปรากฏว่ามีสัดส่วนที่เป็นธุรกิจขนาดย่อมสูงถึง 728,522 แห่ง หรือร้อยละ 99.44 ที่เหลือเป็นธุรกิจขนาดกลางอีก 4,071 แห่ง หรือประมาณร้อยละ 0.56 เมื่อเทียบกับจำนวนธุรกิจค้าปลีก SMEs ทั้งหมด

ตารางที่ 7.10 จำนวนกิจการธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมปี 2545

ธุรกิจค้าปลีกที่เป็นกิจการขนาดย่อม	สัดส่วนต่อกิจการขนาดย่อม (%)	ธุรกิจค้าปลีกที่เป็นกิจการขนาดกลาง	สัดส่วนต่อกิจการขนาดกลาง (%)	สัดส่วนต่อกิจการขนาดกลางขนาดย่อม (%)
728,522	44.80	4,071	30.80	44.69

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตารางที่ 7.10 พบว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีจำนวนทั้งสิ้น 732,593 แห่ง หรือเป็นสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 44.69 เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมเป็นสัดส่วนของกิจการขนาดย่อมสูงถึงร้อยละ 99.44 เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการพบว่า ในปี 2544 ธุรกิจค้าปลีกที่เป็นกิจการขนาดย่อมมีจำนวนทั้งสิ้น 728,522 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนที่ระดับร้อยละ 44.80 เมื่อเปรียบเทียบกับกิจการขนาดย่อมทั้งหมด สำหรับธุรกิจค้าปลีกที่เป็นกิจการขนาดกลางจะอยู่ที่ระดับร้อยละ 30.80 เมื่อเทียบกับกิจการขนาดกลางทั้งหมด

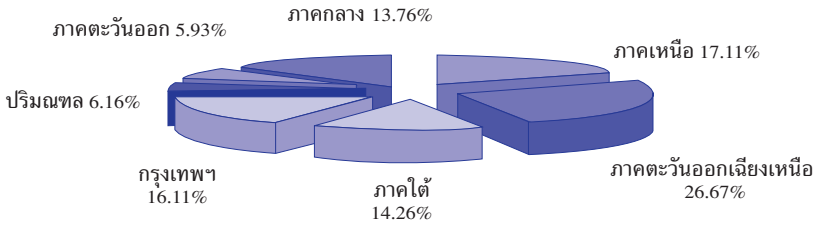
ตารางที่ 7.11 จำนวนธุรกิจค้าปลีกที่เป็น SMEs จำแนกตามสัดส่วนต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็น SMEs ปี 2545

ภาคการค้าปลีก	สัดส่วนต่อธุรกิจด้านบริการ (%)
732,593	57.12

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ธุรกิจค้าปลีกที่เป็น SMEs มีจำนวนทั้งสิ้น 732,593 แห่งทั่วประเทศ โดยสัดส่วนนี้คิดเป็นร้อยละ 57.12 เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจด้านบริการที่เป็น SMEs ทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่สำคัญมาก เพราะมีสัดส่วนสูงที่สุดในกลุ่มธุรกิจบริการของประเทศทั้งหมด (ตารางที่ 7.11)

ภาพที่ 7.8 สัดส่วนจำนวนธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมทั้งหมด จำแนกตามภูมิภาคปี 2545



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

สำหรับการกระจายที่ตั้งตามภูมิภาคของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม 3 อันดับแรก พบว่าธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ที่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 26.67 อันดับสอง ได้แก่บริเวณภาคเหนือ

โดยมีสัดส่วนร้อยละ 17.11 และอันดับสาม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร โดยมีสัดส่วนร้อยละ 16.11 สำหรับบริเวณที่มีการกระจายที่ตั้งน้อยที่สุดได้แก่ บริเวณภาคตะวันออก โดยสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 5.93 ทั้งนี้เป็นการเปรียบเทียบกับที่ตั้งกิจการของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมทั่วประเทศ (ภาพที่ 7.8)

ตารางที่ 7.12 จำนวนธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปี 2545

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	จำนวนกิจการทั้งหมด	รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย					
		ส่วนบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด, ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	บริษัทจำกัด, บริษัทจำกัด (มหาชน)	องค์การ, รัฐวิสาหกิจ	สหกรณ์	อื่น ๆ
ภาคการค้าปลีก	354,215	323,860	12,213	17,149	59	519	415
% ต่อจำนวนกิจการทั้งหมด	100.00	91.43	3.45	4.84	0.02	0.14	0.12

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

สำหรับรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของภาคการค้าปลีกในเขตเทศบาล กรุงเทพฯ และพัทยา ใน 3 อันดับแรกที่มีรูปแบบการจัดตั้งมากที่สุด พบว่าร้อยละ 91.43 เป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว รองลงมาเป็นรูปแบบของบริษัทจำกัดหรือบริษัทจำกัด (มหาชน) ที่ระดับร้อยละ 4.84 และร้อยละ 3.45 เป็นลักษณะที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล (ตารางที่ 7.12)

7.8 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

สำหรับภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม สามารถพิจารณาจากตัวชี้วัดหลักด้านการเพิ่มผลผลิต 3 ตัว ได้แก่

- ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ซึ่งสามารถนำมาใช้วัดประสิทธิภาพโดยรวมของกิจการเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ปัจจัยการผลิต (ในที่นี้ประกอบด้วยปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน) ซึ่งในความเป็นจริงการเพิ่มผลผลิตนั้นไม่สามารถพึ่งพาการเพิ่มจำนวนการจ้างงานหรือการเพิ่มการใช้ปัจจัยทุนเท่านั้น ยังมีปัจจัยการผลิตอื่นๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น การปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เครื่องมือที่นิยมใช้วัดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน สำหรับปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การขยายตัวของประสิทธิภาพการผลิตรวม (TFP Growth) สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของกิจการค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 0.69 ลดลงร้อยละ 4.17 เมื่อเทียบกับปี 2543 ที่อยู่ที่ระดับ 0.72

- ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการของกิจการโดยมองปัจจัยการผลิตด้านแรงงานเพียงอย่างเดียว เป็นการวัดความสามารถของแรงงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการตัวเลขที่สูงจะแสดงถึงประสิทธิภาพของแรงงานที่สูงเช่นกัน สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของกิจการค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) เพิ่มขึ้นจาก 561,795 บาทต่อคน ในปี 2543 มาเป็น 724,791 บาทต่อคน ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.01

- ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการได้มากน้อยเพียงใด ตัวเลขที่สูงแสดงถึงประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานที่สูงขึ้น สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของกิจการค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยผลิตภาพทุน (Capital Productivity) เพิ่มขึ้นจากระดับ 1.45 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 1.53 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.52

สำหรับค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่ปรากฏในโครงสร้างต้นทุนของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม มีรายการหลักอยู่ 3 รายการที่มีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด ได้แก่ ค่าโสหุ้ย ผลตอบแทนพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด เมื่อเทียบกับกิจการที่มีผลลัพธ์ดีที่สุด 5 อันดับแรก หรือกิจการที่มีต้นทุนรายการดังกล่าวต่ำที่สุด 5 อันดับแรกเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมของกิจการ พบว่า

- ค่าเฉลี่ยของสัดส่วนผลตอบแทนพนักงานเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2544 เป็นสัดส่วนร้อยละ 6.54 ในขณะที่ในปี 2543 สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับร้อยละ 8.66

- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และ ปี 2544 อยู่ที่ร้อยละ 0.38 และ ร้อยละ 0.15 ตามลำดับ

- ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และปี 2544 พบว่าสัดส่วนดังกล่าวเป็นศูนย์ ซึ่งเป็นเพราะธุรกิจค้าปลีกที่เล็กมากจะไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการขาย ทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด

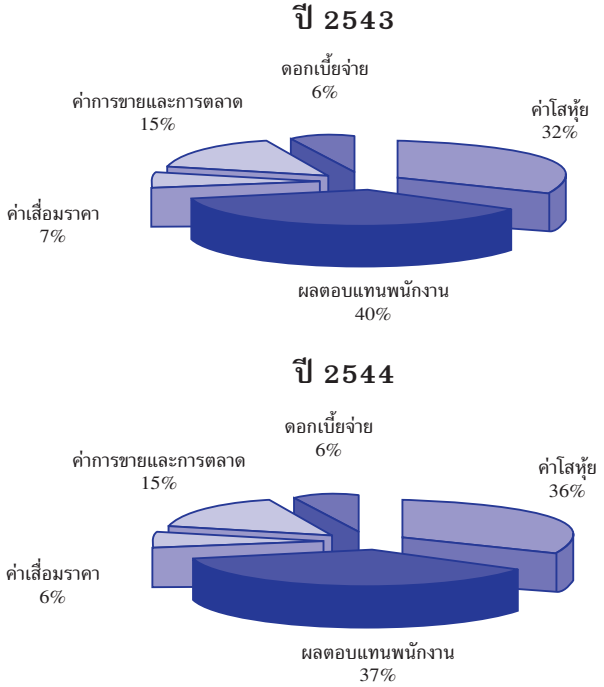
โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน

จากการสำรวจข้อมูลผลประกอบการในปี 2543-2544 ของธุรกิจค้าปลีกจำนวน 146 รายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมหรือมีการจ้างงานไม่เกิน 15 คน จำนวน 106 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.60 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางหรือมีการจ้างงานเกิน 15-30 คนจำนวน 31 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.23 ที่เหลือเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่หรือมีการจ้างงานมากกว่า 30 คน จำนวน 9 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.17 เมื่อเทียบกับจำนวนธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด

สำหรับโครงสร้างรายได้ที่ได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรงของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมในปี 2543 และ 2544 มีสัดส่วนร้อยละ 99 ส่วนที่เหลือจะเป็นรายได้อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโดยตรง ซึ่งเป็นเหมือนกับลักษณะธุรกิจค้าส่งที่จะไม่มีรายได้อื่นนอกเหนือจากรายได้จากการค้าอย่างเดียว เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดของกิจการพบว่า ในปี 2544 ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางมีสัดส่วนรายได้หลักจากการค้าปลีกร้อยละ 99 เช่นเดียวกับธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม และไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2543 (ตารางที่ 7.13)

ด้านโครงสร้างทางด้านต้นทุนของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมในปี 2544 พบว่า รายการค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับต้นทุนรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลตอบแทนพนักงานในรูปของเงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ โดยมีสัดส่วนที่ร้อยละ 37 ลดลงร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับปี 2543 สำหรับค่าโสหุ้ย มีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมร้อยละ 36 เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.50 ด้านค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 14 ลดลงร้อยละ 6.67 (ภาพที่ 7.9)

ภาพที่ 7.9 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม ปี 2543-2544



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดของกิจการพบว่า รายการค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2544 ยังอยู่ในกลุ่มเดิม แต่มีการเปลี่ยนแปลงอันดับภายใน โดย 3 อันดับแรกในธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม ได้แก่ ค่าโสหุ้ยซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 39 เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.71 เมื่อเทียบกับปี 2543 ผลตอบแทนพนักงานในรูปของเงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ มีสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 35 ลดลงร้อยละ 7.89 และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด โดยมีสัดส่วนที่ระดับร้อยละ 17 ลดลงร้อยละ 5.56

สำหรับ 3 อันดับแรกในธุรกิจค้าปลีกขนาดกลาง จะมีการเปลี่ยนแปลงอันดับภายในระหว่างค่าโสหุ้ยกับผลตอบแทนพนักงาน โดยผลตอบแทนพนักงานมีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมสูงที่สุดที่ระดับร้อยละ 41 ลดลงร้อยละ 4.65 เมื่อเทียบกับปี 2543 รองลงมาเป็นค่าโสหุ้ยมีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมที่ร้อยละ 33 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 17.86 สำหรับลำดับสุดท้ายจะเป็นค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 11 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.00 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ตารางที่ 7.13)

ตารางที่ 7.13 โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงานในธุรกิจค้าปลีก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 137			N = 106			N = 31		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
รายได้จากการดำเนินงานต่อรายได้รวม (Operating Income to Total Revenue)	0.99	0.99	0	0.99	0.99	0	0.99	0.99	0
ผลตอบแทนพนักงานต่อต้นทุนรวม (Employee Benefit to Total Cost)	0.40	0.37	(7.5)	0.38	0.35	(7.89)	0.43	0.41	(4.65)
ค่าเช่าต่อต้นทุนรวม (Rental Cost to Total Cost)	++	++	N/A	++	++	N/A	0	0	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อต้นทุนรวม (Interest Payment to Total Cost)	0.06	0.06	0	0.04	0.04	0	0.09	0.09	0
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวม (Promotion Cost to Total Cost)	0.15	0.14	(6.67)	0.18	0.17	(5.56)	0.10	0.11	10.00
ค่าเสื่อมราคาต่อต้นทุนรวม (Depreciation to Total Cost)	0.07	0.06	(14.29)	0.05	0.05	0	0.09	0.07	(22.22)
ค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวม (Overhead Cost to Total Cost)	0.32	0.36	12.5	0.34	0.39	14.71	0.28	0.33	17.86

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, ++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก, %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

จากตารางที่ 7.13 จะเห็นได้ว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีโครงสร้างรายได้ร้อยละ 99 ที่เป็นรายได้จากการขายโดยตรง ซึ่งมีลักษณะที่เหมือนกันกับธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อม นอกจากนั้นรายการที่อยู่ในโครงสร้างต้นทุนที่สำคัญ 3 อันดับแรกสำหรับทั้งธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งยังเป็นกลุ่มรายการเดียวกัน ได้แก่ ค่าโสหุ้ย ผลตอบแทนพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด โดยเฉพาะค่าโสหุ้ยที่เป็นรายการค่าใช้จ่ายที่สำคัญในธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเป็นรายการที่กิจการสามารถควบคุมเพื่อลดค่าใช้จ่ายตัวนี้ลงได้ ซึ่งหากทำได้จะส่งผลให้กำไรของกิจการเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน

ตารางที่ 7.14 สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวมในธุรกิจค้าปลีก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 137			N = 106			N = 31		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายรวม (S&A Expense to Sales)	0.11	0.11	0	0.13	0.12	(7.69)	0.09	0.09	0
ค่าโสหุ้ยต่อยอดขายรวม (Overhead Cost to Sales Ratio)	0.03	0.04	33.33	0.04	0.05	25.00	0.02	0.03	50.00
ผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขายรวม (Employee Income per Sales Ratio)	0.04	0.04	0	0.05	0.04	(20.00)	0.04	0.04	0
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อยอดขายรวม (Promotion Cost to Sales)	0.02	0.02	0	0.02	0.02	0	0.01	0.01	0
ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขายรวม (Research Cost to Sales)	0	0	N/A	0	0	N/A	0	0	N/A
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงานต่อยอดขายรวม (Training Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	++	++	N/A
ค่าเช่าต่อยอดขายรวม (Rental Cost to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	0	0	N/A
ดอกเบี้ยจ่ายต่อยอดขายรวม (Interest Payment to Sales)	0.01	0.01	0	0.01	0.01	0	0.01	0.01	0
เงินบริจาคต่อยอดขายรวม (Donation to Sales)	++	++	N/A	++	++	N/A	0	0	N/A
ค่าเสื่อมราคาต่อยอดขายรวม (Depreciation to Sales)	0.01	0.01	0	0.01	0.01	0	0.01	0.01	0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ,
++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก

จากตารางที่ 7.14 เป็นการพิจารณาด้านสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายรวมของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม พบว่า ในปี 2543 และปี 2544 รายจ่ายในการขายและการบริหารเมื่อเทียบกับยอดขายรวม (S&A Expense to Sales Ratio) ของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีสัดส่วนอยู่ที่ระดับร้อยละ 11 ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2543 ทั้งนี้เป็นผลมาจากอัตราการเติบโตของยอดขายรวมนั้นใกล้เคียงกับอัตราการเติบโตของรายจ่ายในการขายและบริการ โดยในปี 2544 เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.43 และร้อยละ 17.64 ตามลำดับ

สำหรับอัตราการเติบโตของค่าโสหุ้ยต่อยอดขายรวมของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม พบว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.33 เมื่อแยกพิจารณาตามขนาดของกิจการ ธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตของสัดส่วนดังกล่าวที่ระดับร้อยละ 25.00 ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางมีอัตราการเติบโตของสัดส่วนดังกล่าวที่ระดับร้อยละ 50 อย่างไรก็ตาม ยังมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายที่มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ในธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมอยู่ 3 รายการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงาน ค่าเช่า และเงินบริจาค โดยค่าใช้จ่ายที่ไม่มีเลยได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา (ตารางที่ 7.14)

ด้านสัดส่วนต้นทุนขายเมื่อเทียบกับยอดขายรวม (Cost of Goods Sold to Sale) ของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม พบว่า ในปี 2543 และปี 2544 อยู่ที่ระดับร้อยละ 90 และระดับร้อยละ 89 ตามลำดับ ทำให้กิจการขาดทุนสุทธิคิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายที่ร้อยละ 1 ในปี 2543 และอยู่ในระดับคุ้มทุนในปี 2544 (ตารางที่ 7.15)

ตารางที่ 7.15 อัตรากำไรสุทธิในธุรกิจค้าปลีก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

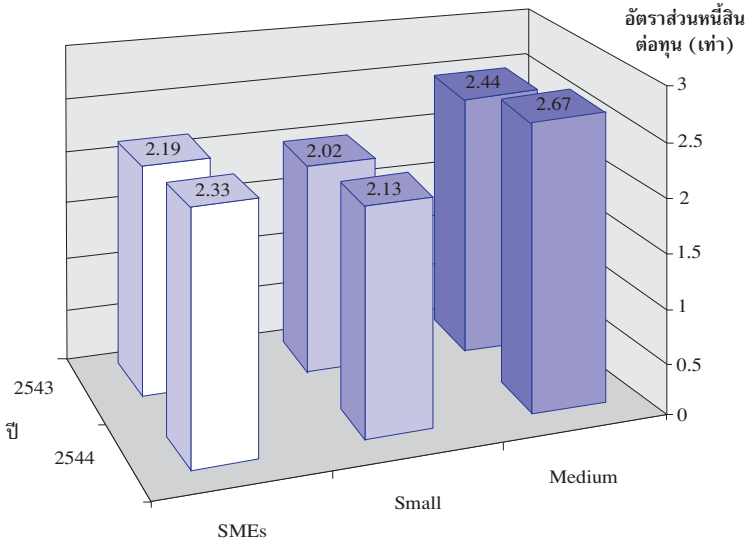
หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)		ขนาดย่อม (Small Enterprises)		ขนาดกลาง (Medium Enterprises)	
	N = 137		N = 106		N = 31	
	2543	2544	2543	2544	2543	2544
ต้นทุนขายต่อยอดขาย (Cost of Goods Sold to Sale)	90	89	88	87	91	91
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขาย (S&A Expense to Sale)	11	11	13	12	9	9
อัตรากำไรสุทธิ	(1)	0	(1)	1	0	0

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

จากตารางที่ 7.15 เมื่อแยกพิจารณาตามขนาดของกิจการพบว่า ในปี 2544 ธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 1 จากเดิมที่เคยขาดทุนสุทธิร้อยละ 1 ในปี 2543 ในขณะที่อัตรากำไรสุทธิของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางอยู่ในจุดคุ้มทุนทั้ง 2 ปี ทั้งนี้เนื่องจากการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงในกลุ่มผู้ค้าปลีกประเภท Modern Trade ซึ่งธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมของไทยมีอำนาจในการต่อรองต่ำกว่า ราคาสินค้าที่ขายจึงมีต้นทุนที่สูงกว่าและการใช้นโยบายขายต่ำกว่าทุนของบริษัทค้าปลีกรายใหญ่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมประสบปัญหาขาดทุนหรือมีอัตรากำไรสุทธิเพียงเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจากการที่กิจการค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีค่าใช้จ่ายรายการโสหุ้ยมากเกินไปเมื่อเทียบกับต้นทุนรวม หรือประมาณร้อยละ 41 ซึ่งหากกิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลงได้ ก็จะทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายลดลงได้อีก ซึ่งจะสามารถเพิ่มอัตรากำไรสุทธิให้กับกิจการได้ในที่สุด

ภาพที่ 7.10 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในธุรกิจค้าส่งจำแนกตามขนาดของธุรกิจ



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ด้านอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity) ซึ่งเป็นสัดส่วนระหว่างหนี้สินกับส่วนของเจ้าของ เป็นการวัดสัดส่วนของแหล่งที่มาของเงินทุน (Source of Fund) ของกิจการระหว่างภายนอกและภายใน พบว่าในปี 2543 ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับ 2.19 เท่า และเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 2.33 เท่าในปี 2544 เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดของกิจการ พบว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กมีการบริหารสภาพหนี้ได้ดีกว่าธุรกิจขนาดกลาง กล่าวคือมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนในปี 2543 ที่ระดับ 2.02 เท่า และเพิ่มขึ้นอยู่ที่ระดับ 2.13 เท่าในปี 2544 ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนที่ระดับ 2.44 เท่า และเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 2.67 เท่าในปี 2544 (ภาพที่ 7.10)

ทั้งนี้ อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมไม่ควรสูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม เพราะจะแสดงถึงความเสี่ยงต่อเจ้าหนี้และตัวกิจการเอง เพราะในกรณีที่กิจการล้มละลาย สินทรัพย์ทั้งหมดของกิจการที่มีอยู่มักจะจำหน่ายได้ต่ำกว่ามูลค่าที่ปรากฏตามบัญชี เพราะถ้าขายเร็วต้องขายในราคาต่ำ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับเจ้าหนี้คืออาจได้รับชำระหนี้ไม่ครบถ้วน หากมีจำนวนเจ้าหนี้มากเกินไป ส่วนอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับกิจการ หากรายได้ไม่เป็นไปตามที่คาดคะเนไว้ กิจการมีโอกาสประสบผลขาดทุนได้ง่าย โดยเฉพาะถ้าต้องแบกภาระในรูปของดอกเบี้ยไว้สูง ในกรณีตรงกันข้าม การที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนต่ำเกินไปก็ไม่เป็นผลดีเช่นกัน เพราะเท่ากับว่าเงินที่นำมาดำเนินกิจการมาจากเจ้าของมากเกินไป ซึ่งเป็นแหล่งทุนที่มีต้นทุนที่สูงกว่าการกู้ยืมจากภายนอก

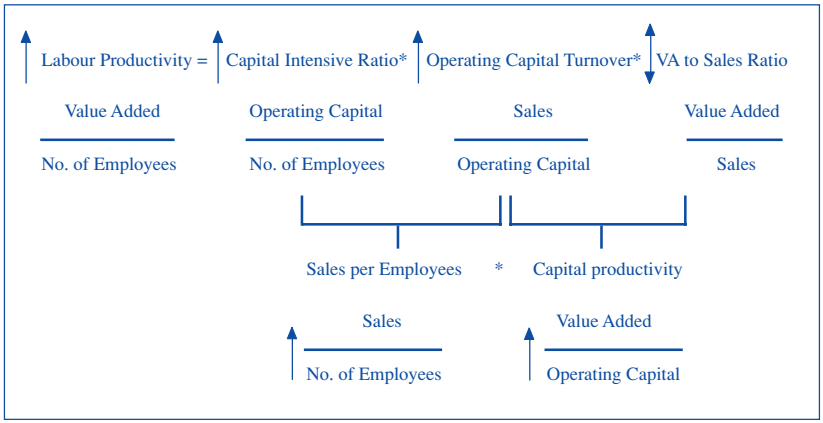
ระดับการเพิ่มผลผลิต (Productivity)

ในปี 2544 อัตราการเติบโตของระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 16.67 โดยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP) อยู่ในระดับ 0.12 ในปี 2543 และเพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับ 0.14 ในปี 2544 ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตราการเติบโตของผลิตภาพทุน (Capital Productivity) และผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) ที่เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 23.08 และร้อยละ 20.35 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามขนาดของกิจการพบว่า ในปี 2544 อัตราการเติบโตของประสิทธิภาพการผลิตรวมของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมและธุรกิจค้าปลีกขนาดกลาง มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.67 เมื่อเทียบกับปี 2543 เนื่องจากผลิตภาพทุนและผลิตภาพค่าจ้างแรงงานมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นรายละเอียดตามตารางที่ 7.16

ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)

เมื่อพิจารณาถึงผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม พบว่ามีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นที่ระดับร้อยละ 30.77 เป็นผลมาจากธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีการลงทุนในสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio) และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.23 และร้อยละ 5.86 ตามลำดับ แต่เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย (Value Added to Sales Ratio) กลับไม่เปลี่ยนแปลง โดยอยู่ที่ระดับ 0.05 ทั้งในปี 2543 และ ปี 2544 นั่นแสดงว่าสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงานที่กิจการมีการลงทุนเพิ่มขึ้นนั้นยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการได้ แต่การที่ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ที่กลับเพิ่มขึ้นนั้นมีความเป็นไปได้ว่า มาจากสาเหตุในเรื่องของต้นทุนการดำเนินงานลดลงจากการลงทุนเพิ่มในสินทรัพย์ดำเนินงาน และมีการเปลี่ยนแปลงที่ลดลงในจำนวนแรงงาน

ภาพที่ 7.11 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต



ที่มา : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

หมายเหตุ : ลูกศรชี้ขึ้น (↑) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ลง (↓) แสดง การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2543
ลูกศรชี้ขึ้นและลง (↕) แสดง ตัวชี้วัดในปี 2544 ที่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี 2543

เมื่อพิจารณาถึงมูลค่ายอดขายต่อจำนวนพนักงาน (Sales per Employees) ของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อม พบว่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 17.45 จาก 1.83 ล้านบาทต่อคนในปี 2543 มาเป็น 2.15 ล้านบาทต่อคน แต่การเพิ่มขึ้นของยอดขายดังกล่าวก็ไม่ได้ทำให้มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายเพิ่มขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตของตัวชี้วัดดังกล่าวในปี 2544 ไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับปี 2543 ซึ่งการที่กิจการไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการได้ จะส่งผลกระทบถึงกำไรจากการดำเนินงานของกิจการในที่สุด โดยจะเห็นว่าอัตรากำไรสุทธิที่เกิดขึ้นในธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมอยู่ในระดับร้อยละ 0 ในปี 2544 สำหรับผลิตภาพแรงงานเมื่อแยกพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่า ในธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตร้อยละ 34.16 ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางมีอัตราการเติบโตของผลิตภาพแรงงานที่ระดับร้อยละ 26.17 (ภาพที่ 7.11) ดังนั้นการพิจารณาตัวชี้วัดการเพิ่ม

ผลผลิตจะต้องพิจารณาร่วมกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ประกอบกันหรือมีผลกระทบต่อกันด้วย

ด้านผลิตภาพทุน (Capital Productivity) พบว่าในปี 2544 ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตที่ระดับร้อยละ 23.08 ทั้งนี้เป็นผลมาจากอัตราการเติบโตของผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) เพิ่มขึ้นจากระดับ -0.01 ในปี 2543 สามารถกลับมาเป็นระดับ 0.01 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราร้อยละ 200 เช่นเดียวกับตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) ที่อยู่ระดับ -0.06 ในปี 2543 และกลับมาเป็นระดับ 0.08 ในปี 2544 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราร้อยละ 233.33 เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดกิจการพบว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตผลิตของภาพทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.08 เช่นเดียวกับธุรกิจค้าปลีกขนาดกลาง (ตารางที่ 7.16)

ตารางที่ 7.16 ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจค้าปลีกจำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : เท่า

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 137			N = 106			N = 31		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)									
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)	0.12	0.14	16.67	0.12	0.14	16.67	0.12	0.14	16.67
ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity: พันบาทต่อคน)	90.03	117.73	30.77	103.41	138.74	34.16	76.59	96.63	26.17
ผลิตภาพทุน (Capital Productivity)	0.13	0.16	23.08	0.13	0.16	23.08	0.13	0.16	23.08
ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity)	1.13	1.36	20.35	1.10	1.37	24.55	1.19	1.35	13.45
มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio)	0.05	0.05	0	0.05	0.06	20.00	0.05	0.05	0
ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees: พันบาทต่อคน)	1,828	2,147	17.45	1,962	2,334	18.96	1,694	1,959	15.64
มูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio : พันบาทต่อคน)	668.99	744.12	11.23	768.52	877.16	14.14	569.07	610.54	7.29
ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่ม (VA Distribution Indicators)									
การจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio)	(0.06)	0.08	233.33	(0.17)	0.08	147.06	0.08	0.09	12.50
ตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators)									
ผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio)	(0.01)	0.01	200.00	(0.02)	0.01	150.00	0.01	0.01	0
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover)	2.73	2.89	5.86	2.55	2.66	4.31	2.98	3.21	7.72

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนแรงงานผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) ในปี 2544 เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.35 เมื่อเทียบกับปี 2543 และเมื่อแยกพิจารณาตามขนาดของธุรกิจ พบว่าในธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีอัตราการเติบโตของผลิตภาพค่าจ้างแรงงานอยู่ที่ระดับร้อยละ 24.55 และมีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายและยอดขายรวมต่อพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.00 และร้อยละ 18.96 ตามลำดับ สำหรับธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ระดับร้อยละ 13.45 และมียอดขายรวมต่อพนักงานเติบโตร้อยละ 15.64 ในขณะที่มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวมไม่เปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 7.17 ตัวชี้วัดผลตอบแทนพนักงานต่อคนในธุรกิจค้าส่ง จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : บาท

ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 146			N = 141			N = 5		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
1. ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales Per Employees)	1,828	2,147	17.45	1,962	2,334	18.96	1,694	1,959	15.64
2. ผลตอบแทนของพนักงานต่อยอดขาย (Employee Income per Sales Ratio)	0.04	0.04	0	0.05	0.04	0	0.04	0.04	0
3. ผลตอบแทนพนักงานต่อคน (Employee Income per Employee: 1*2=3)	73.12	85.88	17.45	98.10	93.36	(4.83)	67.76	78.36	15.64

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง, ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

สำหรับค่าตอบแทนแรงงานต่อคน โดยพิจารณาผลคูณระหว่างตัวชี้วัดยอดขายรวมต่อพนักงาน กับผลตอบแทนของพนักงานต่อยอดขายรวม พบว่าผลตอบแทนพนักงานต่อคนในธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมเพิ่มขึ้นจาก 73.12 บาทต่อคน เป็น 85.88 บาทต่อคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.45 เมื่อแยกตามขนาดกิจการธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีผลตอบแทนพนักงานต่อคนลดลงร้อยละ 4.83 ทั้งนี้เนื่องจากผลตอบแทนของพนักงานต่อยอดขายลดลง แม้ว่ายอดขายรวมต่อคนจะเพิ่มขึ้นก็ตาม สำหรับผลตอบแทนพนักงานต่อคนในธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางเพิ่มขึ้นจาก 67.76 บาทต่อคน เป็น 78.36 บาทต่อคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.64 โดยอัตราการเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนพนักงานต่อคนนี้ จะเท่ากับอัตราการเติบโตของยอดขายรวมต่อพนักงาน เนื่องจากสัดส่วนของผลตอบแทนพนักงานต่อยอดขายไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 (ตารางที่ 7.17)

ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio)

พบว่าในปี 2544 ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) อยู่ที่ระดับ 0.08 ในขณะที่อัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) อยู่ที่ระดับ 0.05 ทำให้อัตรากำไรสุทธิหรือผลคูณของตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) กับมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) อยู่ที่ระดับร้อยละ 0.40 เมื่อแยกพิจารณาตามขนาดกิจการพบว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 0.48 ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางมีอัตราขาดทุนสุทธิที่ระดับร้อยละ 0.45

ตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators)

พบว่าในปี 2544 ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) ที่ระดับ 0.01 และมีอัตราการหมุนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) อยู่ที่ 2.89 รอบ เมื่อแยกพิจารณาตามขนาดของกิจการพบว่าธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมมีผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) และอัตราการหมุนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) อยู่ที่ระดับร้อยละ 0.01 และ 2.66 รอบ ตามลำดับ ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางสัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับร้อยละ 0.01 และ 3.21 รอบ (ตารางที่ 7.16)

7.9 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน

ผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก จำนวน 116 รายหรือประมาณร้อยละ 79.45 จากจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมดที่ทำการสำรวจ 146 ราย แสดงทัศนคติในเรื่องความสำคัญด้านการเพิ่มผลผลิตต่อการดำเนินกิจการของตนเอง โดยค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญอยู่ระหว่าง ความสำคัญน้อยและไม่มีความจำเป็นเลย อยู่ที่ระดับร้อยละ 52.59 ที่เหลือร้อยละ 47.41 คิดว่ามีความสำคัญปานกลางจนถึงมากที่สุด อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของความสำคัญดังกล่าวยังอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 65.45 ของจำนวนผู้ตอบคำถามนี้ ในระดับความสำคัญตั้งแต่ปานกลางจนถึงมากที่สุด ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะเห็นความสำคัญของการเพิ่มผลผลิต แต่กลับไม่มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงคุณภาพและการบริหารจัดการ โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 90.34 ของจำนวนผู้ประกอบการที่ตอบคำถามในข้อนี้ 145 ราย สำหรับการได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ พบว่า ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมมีเพียงร้อยละ 10.34 หรือ 15 รายจาก 145 ราย ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระบบคุณภาพต่าง ๆ เช่น ได้รับ ISO 9000 จำนวน

9 ราย มอก. 18000 จำนวน 2 ราย และใบรับรองคุณภาพจากกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 3 ราย

สำหรับระดับความรุนแรงของปัญหาในการบริหารจัดการภายในองค์กรพบว่า ร้อยละ 53.42 ของผู้ประกอบการตอบว่า ไม่มีปัญหาในการบริหารจัดการในด้านใดเลย และตอบว่ามีปัญหาในด้านต่าง ๆ อีกร้อยละ 28.09 อีกร้อยละ 18.49 ไม่มีการดำเนินการในเรื่องการบริหารจัดการภายใน โดยประเด็นปัญหาที่สำคัญเรียงสามอันดับแรกตามความถี่ ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า/บริการ การบริหารสภาพคล่อง และการกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กร โดยมีสัดส่วนร้อยละ 31.51 ร้อยละ 28.77 และร้อยละ 28.08 ตามลำดับ ส่วนปัญหาในระดับรองลงมาได้แก่ การติดตามวัดผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ การกำหนดแผนการดำเนินการหรือแผนปฏิบัติการ และการพัฒนาทักษะความชำนาญของบุคลากรก็ยังถือเป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม โดยระบุว่ามีปัญหาร้อยละ 32.5 ร้อยละ 31.97 และร้อยละ 31.15 ตามลำดับ ด้านการบริหารจัดการภายในองค์กรที่ยังไม่มีการดำเนินการที่สำคัญ ได้แก่ การแสวงหาลูกค้าต่างประเทศหรือตลาดต่างประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 71.92 ของจำนวนความถี่ของคำตอบในข้อดังกล่าว จากรายละเอียดข้างต้นจะเป็นปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการภายในองค์กร

สำหรับปัจจัยภายนอกที่ธุรกิจค้าส่งขนาดกลางขนาดย่อมมีความเห็นว่ามีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยคิดจากจำนวนความถี่ของผู้ประกอบการที่ตอบคำถามในข้อนี้ทั้งสิ้น 146 คำตอบ พบว่า ร้อยละ 80.96 ไม่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่เหลืออีกร้อยละ 19.04 ได้รับผลกระทบซึ่งร้อยละ 9.33 เป็นเพียงปัญหาเล็กน้อย ร้อยละ 3.46 เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.58 เป็นปัญหาระดับมาก และอีกร้อยละ 2.67 เป็นปัญหาอื่น ๆ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาอุปสรรคที่เกิดจาก

ปัจจัยภายนอก 3 ลำดับแรกตามความถี่ได้ดังนี้ กระแสไฟฟ้า ซึ่งความเห็นส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องค่าไฟฟ้าที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้กิจการมีต้นทุนสูงขึ้น อันดับสอง ได้แก่ อัตราภาษี ซึ่งความเห็นส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องอัตราภาษีสูง และต้องทำยอดขายให้เป็นไปตามการประเมินของสรรพากรจังหวัด อันดับสามได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ซึ่งความเห็นส่วนใหญ่มีปัญหาการจราจรติดขัด ผิวการจราจรชำรุด น้ำมันและค่าขนส่งแพง

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางขนาดย่อมได้ระบุข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐในการยกระดับการเพิ่มผลผลิตภายในองค์กร โดยมีร้อยละ 30.14 หรือ 44 รายเท่านั้นที่ระบุข้อเสนอแนะมา อีก 102 รายหรือร้อยละ 69.86 ไม่มีข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะที่มีความถี่มากที่สุดเรียง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ให้ภาครัฐช่วยในเรื่องแหล่งเงินกู้และวงเงินกู้ตลอดจนถึงอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ รวมทั้งการแก้ปัญหาหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non Performing Loan: NPL) ให้ภาครัฐส่งเจ้าหน้าที่อบรมพัฒนาทักษะของพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และให้ภาครัฐเข้าควบคุมราคาน้ำมันให้มีเสถียรภาพมากที่สุด ไม่ให้ผันผวนมากนัก และให้มีการรวมตัวเป็นกลุ่มอุตสากรรมหรือคลัสเตอร์ (Cluster) สร้างเป็นสถาบันขึ้น ซึ่งการรวมตัวจะต้องทำให้เกิดความร่วมมือในกลุ่มธุรกิจ และยังจะต้องเป็นการรวมตัวเพื่อพัฒนาบุคลากรด้วย

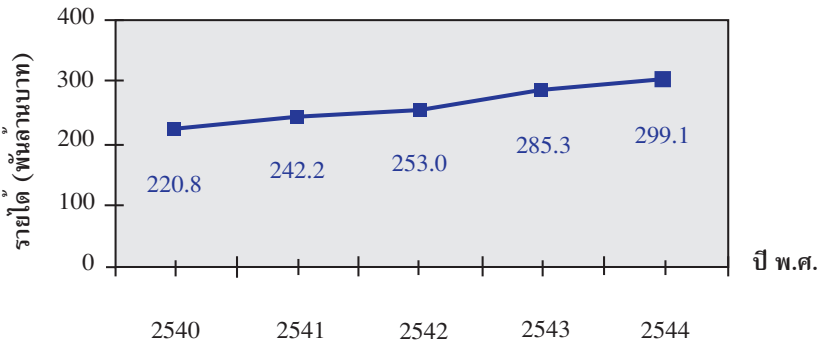
บทที่ 8
การเพิ่มผลผลิต : ธุรกิจโรงแรม

8.1 ภาวะทั่วไป การจ้างงาน และการลงทุน

การท่องเที่ยวของประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของโลก จะเห็นได้จากมูลค่าทางเศรษฐกิจที่คิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจการค้าและบริการของโลก สำหรับประเทศไทยเอง รายได้จากการท่องเที่ยวกว่าสองแสนล้านบาทต่อปี (ภาพที่ 8.1) สามารถยืนยันถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อระบบเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี

ภาพที่ 8.1 รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปี 2540-2544



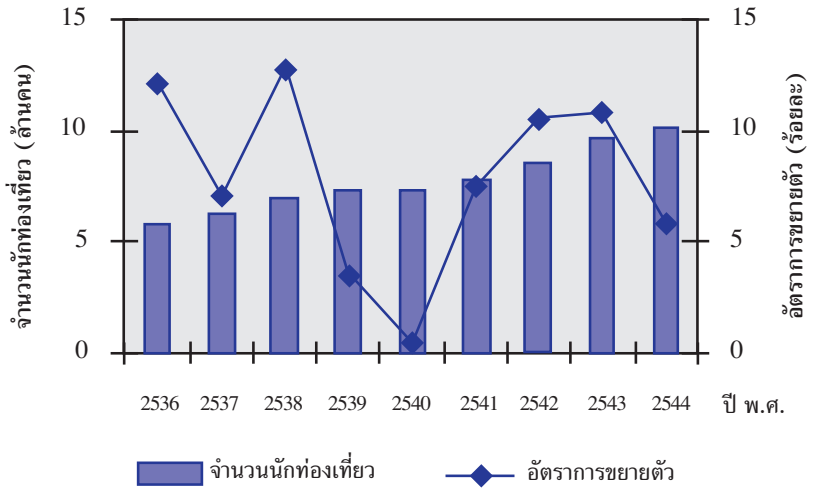
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี (ภาพที่ 8.2) ก่อให้เกิดการขยายตัวของการใช้จ่ายกว่าร้อยละ 20 ต่อปี ในปี 2540 อัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวชะลอตัวลงค่อนข้างมาก เหลือเพียงประมาณร้อยละ 0.4 ต่อปี โดยมีสาเหตุหลักมาจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก อย่างไรก็ดี ในปี 2541 และ 2542 ขณะที่ภาคการผลิตอื่นๆ ยังคงอยู่ในภาวะซบเซา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เริ่มปรับตัวเข้าสู่ภาวะปกติ มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 7.5 และ 10.5 ต่อปีตามลำดับ นำรายได้เข้าสู่ประเทศและช่วยกระตุ้นการผลิตในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจโรงแรม สินค้าของที่ระลึก หรือการขนส่งและการคมนาคม

ปี 2543 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งถือว่าเป็นตลาดหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย (ตารางที่ 8.1) การเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดอเมริกา ประกอบกับการฟื้นตัวในระดับสูงของตลาดอื่นๆ โดยเฉพาะตลาดยุโรป และโอเชียเนีย โดยประเทศไทยสามารถขยายฐานลูกค้าไปสู่ตลาดใหม่ได้ในระดับสูงต่อเนื่องจากปี 2542 ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถรักษาตลาดเก่าไว้ได้ในระดับสูงเช่นกัน

ปี 2544 อัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวปรับตัวลดลงจากปี 2543 ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากเหตุการณ์ก่อการร้ายในประเทศสหรัฐอเมริกาและการก่อวินาศกรรมในภูมิภาคเอเชีย

ภาพที่ 8.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและอัตราการขยายตัว ปี 2540-2544



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 8.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ปี 2542 และ 2543

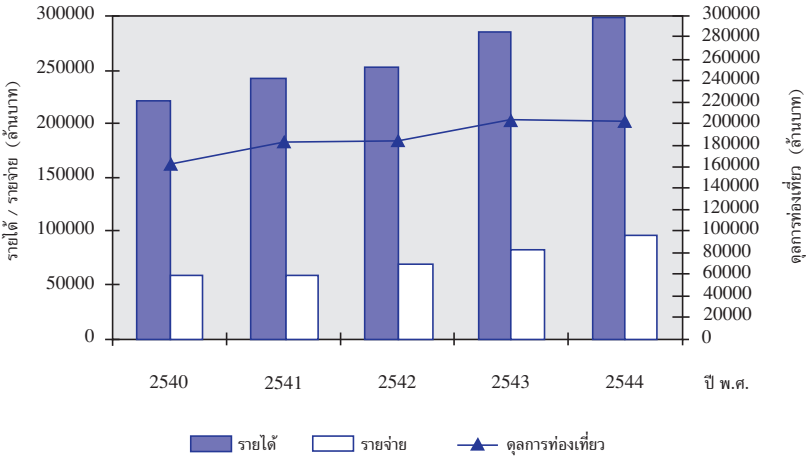
หน่วย : คน

	2542	2543	เพิ่มขึ้น
เอเชียตะวันออก	5,195,972	5,752,871	556,899
ยุโรป	1,990,449	2,168,996	178,547
อเมริกา	514,595	584,967	70,372
เอเชียใต้	280,422	339,413	58,991
โอเชียเนีย	350,555	381,464	30,909
ตะวันออกกลาง	175,106	200,523	25,417
แอฟริกา	73,233	80,389	7,156
รวม	**8,580,332**	**9,508,623**	**928,291**

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ดี แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก แต่หากพิจารณาถึงดุลการท่องเที่ยวของประเทศ จะพบว่า ภาวะเกินดุลจากการท่องเที่ยวของไทยนับแต่ปี 2540 เป็นต้นมา มีการขยายตัวในอัตราที่ลดลงมาโดยตลอด (ภาพที่ 8.3) ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการที่ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยเริ่มฟื้นตัว คนไทยมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น มีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น นอกจากนี้การแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาของประเทศคู่แข่ง เช่น จีน เกาหลี ฮ่องกง และสิงคโปร์ สามารถจูงใจให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นด้วย ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจึงปรับตัวสูงขึ้น

ภาพที่ 8.3 ดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2540-2544

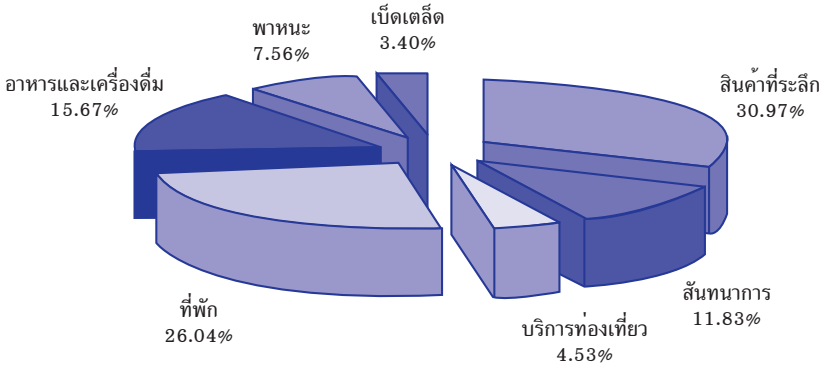


ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ธุรกิจสถานพักแรม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจบริการใน 7 สาขา ได้แก่ ธุรกิจสถานพักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมและขนส่ง ธุรกิจบันเทิงและพักผ่อน และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจบริการทั้ง 7 สาขา จะพบว่า ค่าใช้จ่ายในส่วนที่เป็นธุรกิจสถานพักแรมในปี 2544 มีสัดส่วนร้อยละ 26.04 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ภาพที่ 8.4) ซึ่งสูงเป็นอันดับสองรองจากธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก สะท้อนถึงความสำคัญของธุรกิจสถานพักแรมในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้อย่างชัดเจน

ภาพที่ 8.4 สัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2544

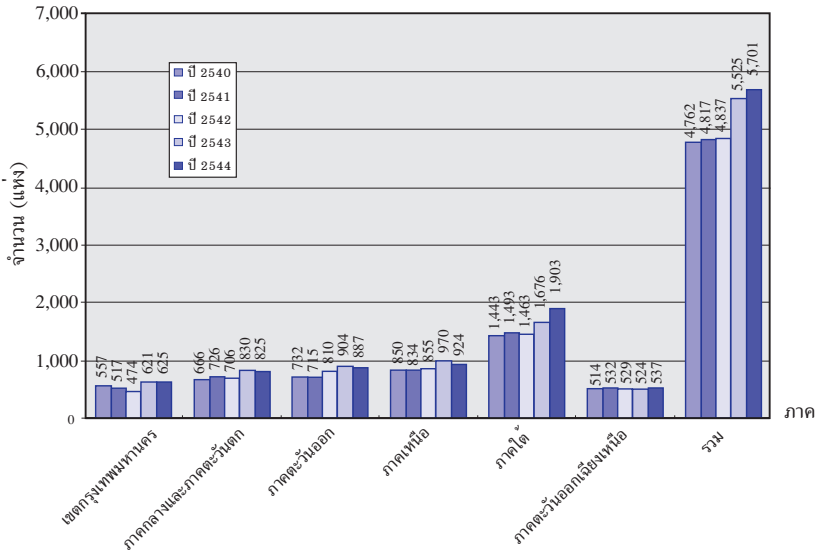


ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จำนวนสถานพักแรม

จากการสำรวจสถานพักแรมทั่วประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2544 พบว่า สถานพักแรมมีจำนวนทั้งสิ้น 5,701 แห่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.19 จากปี 2543 โดยมีจำนวนสถานประกอบการอยู่ในภาคใต้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.38 ของจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด รองลงมาเป็นภาคเหนือ, ภาคตะวันออก และ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.21, 15.56 และ 14.47 ตามลำดับ (ภาพที่ 8.5) ส่วนที่เหลือกระจายตัวอยู่ในภาคอื่น ๆ ทั่วประเทศ

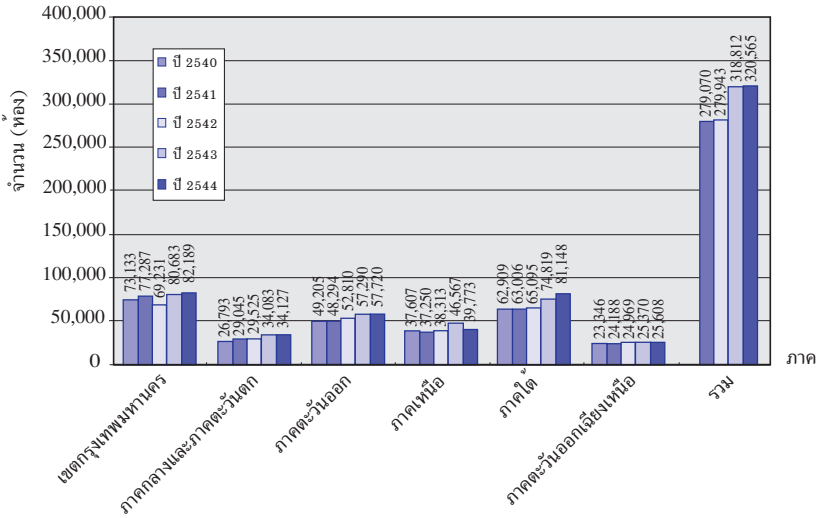
ภาพที่ 8.5 จำนวนสถานพักแรมตั้งแต่ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำหรับจำนวนห้องพักของสถานพักแรมทั้งหมดในปี 2544 มีจำนวนทั้งสิ้น 320,565 ห้อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.55 จากปี 2543 โดยห้องพักในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.64 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคใต้, ภาคตะวันออก และภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 25.31, 18.01 และ 12.41 ตามลำดับ (ภาพที่ 8.6)

ภาพที่ 8.6 จำนวนห้องพักตั้งแต่ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จำนวนสถานประกอบการและห้องพักในภาคใต้ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาคใต้ของไทยได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกัน สัดส่วนจำนวนห้องพักต่อจำนวนสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ (ตาราง 8.2)

ตารางที่ 8.2 สัดส่วนห้องพักต่อสถานประกอบการ ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค

หน่วย : ห้องต่อแห่ง

	2540	2541	2542	2543	2544
เขตกรุงเทพมหานคร	131.30	149.49	146.06	129.92	131.50
ภาคกลางและภาคตะวันตก	40.23	40.01	41.82	41.06	41.37
ภาคตะวันออก	67.22	67.54	65.20	63.37	65.07
ภาคเหนือ	44.24	44.66	44.81	48.01	43.04
ภาคใต้	43.60	42.20	44.49	44.64	42.64
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	45.42	45.47	47.20	48.42	47.69

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หากพิจารณาเฉพาะสถานประกอบการและห้องพักที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจท่องเที่ยวพบว่า ปี 2544 มีจำนวนสถานที่พักแรมรวมทั้งสิ้น 3,387 แห่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.75 จากปี 2543 และมีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 230,031 ห้อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 จากปี 2543 (ตารางที่ 8.3)

ตารางที่ 8.3 อัตราการขยายตัวจำนวนห้องพักในแหล่งท่องเที่ยว ปี 2540-2544 จำแนกตามภูมิภาค

หน่วย: ร้อยละ

	2540	2541	2542	2543	2544
เขตกรุงเทพมหานคร	1.27	20.00	0.84	4.55	0.15
ภาคกลางและภาคตะวันตก	(4.34)	4.01	(0.37)	5.80	8.64
ภาคตะวันออก	(3.61)	0.85	(0.17)	1.33	4.06
ภาคเหนือ	1.26	(1.27)	2.95	11.37	(3.81)
ภาคใต้	3.96	(0.73)	2.54	8.28	20.29
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.79	11.05	2.31	14.81	9.72
รวมทั้งประเทศ	**2.11**	**5.70**	**1.36**	**6.62**	**6.70**

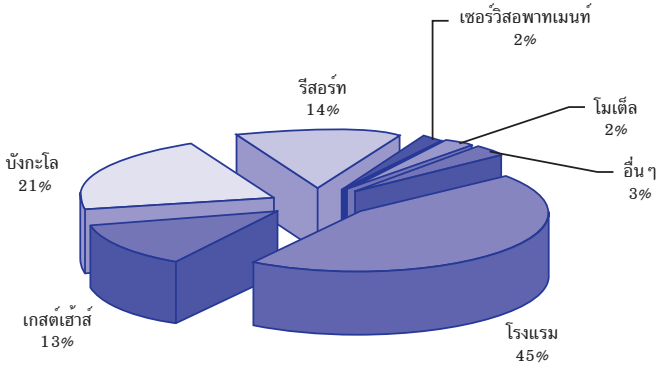
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ

สัดส่วนสถานพักแรมประเภทโรงแรม

สถานพักแรมสามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่โรงแรม, เกสต์เฮ้าส์, บังกะโล, รีสอร์ท, เซอร์วิสอพาร์ตเมนต์, โมเต็ล และสถานพักแรมอื่น ๆ ซึ่งจากการสำรวจสถานพักแรมปี 2544 พบว่า สถานพักแรมประเภทโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 44.9 ของสถานพักแรมทั้งหมด เช่นเดียวกับในส่วนภูมิภาคที่พบว่า ในแต่ละภูมิภาคจะมีสถานพักแรมประเภทโรงแรมมากที่สุด ยกเว้นภาคใต้ที่สถานพักแรมประเภทโรงแรมและบังกาโลจะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน (ภาพที่ 8.7)

ภาพที่ 8.7 สัดส่วนประเภทสถานพักแรมปี 2544



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ระดับการจ้างงานในสถานพักแรม

จากโครงการสำรวจแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปี 2543 พบว่ามีจำนวนแรงงานในสถานพักแรมทั้งสิ้น 204,354 คน (ตารางที่ 8.4) ลดลงร้อยละ 18.2 ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศ สถานประกอบการจำเป็นต้องลดต้นทุนโดยปรับลด

พนักงานลง แรงงานส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 57.8 เป็นแรงงานในระดับที่ไม่ต้องใช้เทคนิค (Unskilled Labour) แสดงให้เห็นถึงลักษณะธุรกิจที่เน้นแรงงานเป็นหลัก (Labour Intensive)

ตารางที่ 8.4 จำนวนแรงงานในสถานประกอบการพักแรม จำแนกตามประเภทแรงงาน

ระดับความชำนาญ	จำนวนแรงงาน (คน)	ร้อยละ
ระดับที่ไม่ต้องใช้เทคนิค	118,178	57.83
ระดับที่ใช้เทคนิคระดับปานกลาง	56,460	27.63
ระดับเทคนิค	18,265	8.94
ระดับบริหาร	11,451	5.60
รวม	**204,354**	**100**

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลิตภาพโดยรวมในธุรกิจสถานพักแรม

จากรายงานสถานการณ์การเข้าพักแรมปี 2544 พบว่ามีการคำนวณข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภาพของธุรกิจโดยรวม (Productivity) 3 ด้าน ประกอบด้วย

1) อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate; OR) หมายถึงจำนวนห้องพักที่ขายได้ในแต่ละเดือนเทียบกับจำนวนห้องที่มีอยู่ทั้งหมด

2) วันพักเฉลี่ย หมายถึง ค่าเฉลี่ยของจำนวนวัน ที่ผู้เข้าพักแรมในห้องหนึ่งๆ พักในแต่ละครั้ง

3) คนพักต่อห้อง หมายถึงจำนวนคนที่เข้าพักในแต่ละห้องโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (OR) ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 50 ซึ่งหมายความว่าในปีหนึ่ง ๆมีการใช้งานห้องพักประมาณครึ่งหนึ่งของศักยภาพสูงสุดที่สถานพักแรมทั้งประเทศสามารถให้บริการได้ โดยมีระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 2 วันต่อครั้ง และมีจำนวนผู้ใช้บริการต่อห้องเฉลี่ย 12.8 คนต่อห้องต่อเดือน (ตารางที่ 8.5)

ตารางที่ 8.5 อัตราการเข้าพักเฉลี่ย วันพักเฉลี่ย และจำนวนคนพักต่อห้องต่อเดือน ปี 2540-2544

	2540	2541	2542	2543	2544
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (ร้อยละ)	46.60	47.53	48.90	50.84	51.94
ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน/ครั้ง)	2.06	2.19	2.16	2.18	2.25
จำนวนคนพัก (คน/ห้อง/เดือน)	12.15	12.30	12.84	13.20	13.47

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ข้อมูลเชิงผลิตภาพทั้ง 3 ด้านของธุรกิจสถานพักแรมตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นมาโดยตลอด เห็นได้จากแม้จะมีการขยายตัวของจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ก็ไม่ทำให้ตัวเลขอัตราการเข้าพักลดลง สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ จำนวนวันพักเฉลี่ยที่สูงขึ้นแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักอาศัยนานขึ้น อย่างไรก็ดี อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของช่วงเวลาและฤดูกาล (Seasonal Effect) ซึ่งในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ธุรกิจก็จะประสบกับสภาวการณ์ห้องพักล้นตลาดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

8.2 การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

สำหรับภาพรวมระดับการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม สามารถพิจารณาจากตัวชี้วัดหลักด้านการเพิ่มผลผลิต 3 ตัว ได้แก่

- ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ซึ่งสามารถนำมาใช้วัดประสิทธิภาพโดยรวมของกิจการเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ปัจจัยการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน ซึ่งในความเป็นจริงการเพิ่มผลผลิตนั้นไม่สามารถพึ่งพาการเพิ่มจำนวนการจ้างงานหรือการเพิ่มการใช้ปัจจัยทุนเท่านั้น ยังมีปัจจัยการผลิตอื่นๆ อีกมากมายโดยเฉพาะที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น การปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่นิยมใช้วัดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันสำหรับปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การขยายตัวของประสิทธิภาพการผลิตรวม (TFP Growth) สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) ในปี 2544 อยู่ที่ระดับ 1.11 เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.72 เมื่อเทียบกับปี 2543 ที่อยู่ที่ระดับ 0.89

- ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพการให้บริการของกิจการโดยมองปัจจัยการผลิตด้านแรงงานเพียงอย่างเดียว เป็นการวัดความสามารถของแรงงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับกิจการ ตัวเลขที่สูงจะแสดงถึงประสิทธิภาพของแรงงานที่สูงเช่นกัน สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่าค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ลดลงจาก 422,413.20 บาทต่อคนในปี 2543 มาเป็น 328,420.50 บาทต่อคนในปี 2544 หรือลดลงร้อยละ 22.25

- ผลิตภาพทุน (Capital Productivity) จะนำมาใช้วัดประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานว่ามีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการได้มากน้อยเพียงใด ตัวเลขที่สูงแสดงถึงประสิทธิภาพของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานที่สูงขึ้น สำหรับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม 5 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ลดลงจากระดับ 6.08 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ 4.96 ในปี 2544 หรือลดลงร้อยละ 18.42

สำหรับค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่ปรากฏในโครงสร้างต้นทุนของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมมีรายการหลักอยู่ 3 รายการที่มีสัดส่วนต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด (ไม่นับรวมดอกเบี้ยจ่าย) ได้แก่ ค่าโสหุ้ย ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด และเงินเดือนค่าจ้างตามลำดับ เมื่อเทียบกับธุรกิจที่มีผลลัพธ์ดีที่สุด 5 อันดับแรก หรือกิจการที่มีต้นทุนรายการดังกล่าวต่ำที่สุด 5 อันดับแรก เมื่อเทียบกับต้นทุนรวมของธุรกิจ พบว่า

- ค่าเฉลี่ยสัดส่วนค่าโสหุ้ยต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และปี 2544 อยู่ที่ร้อยละ 2.39 และร้อยละ 1.51 ตามลำดับ

- ค่าเฉลี่ยของสัดส่วนผลตอบแทนพนักงานเมื่อเทียบกับต้นทุนรวมในปี 2544 เป็นสัดส่วนร้อยละ 3.77 ในขณะที่ในปี 2543 สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ระดับร้อยละ 3.60

- ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาดต่อต้นทุนรวมในปี 2543 และปี 2544 พบว่าเป็นสัดส่วนเป็นศูนย์ ซึ่งเป็นเพราะธุรกิจโรงแรมที่เล็กมากจะไม่มีการประชาสัมพันธ์ในการขาย ทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด

โครงสร้างรายได้และต้นทุนการดำเนินงาน

จากการสำรวจข้อมูลผลประกอบการของกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 60 ราย ตั้งแต่ปี 2543 ถึง 2544 พบว่า รายได้ของธุรกิจที่มาจากการประกอบกิจกรรมหลักคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือเป็นรายได้ที่มาจากการดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กิจกรรมหลักของธุรกิจ เมื่อพิจารณาต้นทุนการดำเนินงานเทียบกับยอดขายรวมของกิจการจะพบว่า ในปี 2543 กิจการมีต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร คิดเป็นร้อยละ 52 และ 105 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงภาวะขาดทุนของธุรกิจโรงแรมโดยเฉลี่ย ซึ่งเกิดจากที่ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูงกว่ารายได้ ในปี 2544 ธุรกิจโรงแรมโดยเฉลี่ยยังคงประสบภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี ภาวะขาดทุนดังกล่าวมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากต้นทุนการขายและบริหารในธุรกิจโรงแรมมีการปรับตัวลดลงร้อยละ 5.71 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว (ตารางที่ 8.6) สาเหตุหลักของภาวะขาดทุนของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมมาจากการบริหารจัดการที่ยังมีประสิทธิภาพต่ำ มีการแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรง กิจการจำเป็นต้องปรับลดราคาห้องพักลงเพื่อแข่งขันกับโรงแรมขนาดเดียวกัน หรือจากการที่โรงแรมขนาดใหญ่ปรับลดราคาลง โดยไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการให้บริการมากเท่าที่ควร ประกอบกับในช่วงปี 2543 และ 2544 มีเหตุการณ์หลายประการที่ส่งผลลบต่อการท่องเที่ยวของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นเหตุวินาศกรรมในประเทศสหรัฐอเมริกา ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ได้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมในทุกระดับชั้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ตารางที่ 8.6 โครงสร้างอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 – 2544

หน่วย: ร้อยละ

	ปี 2543	ปี 2544	%Δ
ต้นทุนขายต่อยอดขายรวม	52	53	1.92
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายรวม	105	99	(5.71)
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(57)	(52)	8.77

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

จากตารางที่ 8.6 จะเห็นได้ว่า ในกลุ่มธุรกิจโรงแรมนั้น ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจะมีสัดส่วนที่สูงสุด เมื่อศึกษาส่วนประกอบของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารพบว่า ในปี 2543 ธุรกิจโรงแรมต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยจ่ายเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 40 ของยอดขายรวม อย่างไรก็ดี ภาระดอกเบี้ยจ่ายในปี 2544 มีการปรับตัวลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงตามกลไกของตลาด ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงอีกหมวดหนึ่งได้แก่ ค่าโสหุ้ยในการดำเนินงาน คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 30 ของยอดขายรวม ปี 2544 ค่าโสหุ้ยในธุรกิจโรงแรมมีการปรับตัวสูงขึ้นจากปี 2543 คิดเป็นร้อยละ 25.81 ส่วนค่าใช้จ่ายในด้านการขายและการตลาดมีการปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากปี 2543 สำหรับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงาน และการวิจัยและพัฒนา ปรากฏว่ากลุ่มธุรกิจโรงแรมมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้น้อยมากจึงทำให้สัดส่วนของค่าใช้จ่ายทั้ง 2 ตัวนี้มีค่าเป็นศูนย์ (ตารางที่ 8.7)

ตารางที่ 8.7 โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544

หน่วย: ร้อยละของยอดขายรวม

	ปี 2543	ปี 2544	%Δ
เงินเดือน ค่าจ้าง	11	10	(9.00)
ค่าเช่า	++	++	N/A
ดอกเบี้ยจ่าย	43	35	(18.60)
เงินบริจาค	0	0	N/A
ค่าเสื่อมราคา	5	4	(20.00)
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	13	11	(15.38)
ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา	0	0	N/A
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาพนักงาน	++	++	N/A
ค่าโสหุ้ยต่าง ๆ	31	39	25.81

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, ++ หมายถึง มีค่าน้อยมาก, %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

หากพิจารณาโครงสร้างของต้นทุนทั้งหมด (ตารางที่ 8.8) จะพบว่า ดอกเบี้ยจ่ายจะมีสัดส่วนที่สูงที่สุด โดยในปี 2544 มีการปรับตัวลดลงร้อยละ 18.60 ค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนสูงเป็นอันดับสองได้แก่ค่าใช้จ่ายด้านการขายและการตลาด ซึ่งในปี 2544 ปรับตัวลดลงจากปี 2543 ร้อยละ 8.33 สำหรับ ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินเดือน ค่าจ้าง จะมีสัดส่วนสูงเป็นอันดับสาม ซึ่งไม่ เปลี่ยนแปลงในช่วง 2 ปีนี้

ตารางที่ 8.8 โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544

หน่วย: ร้อยละของต้นทุนรวม

	ปี 2543	ปี 2544	%Δ
ดอกเบี้ยจ่าย	43	35	(18.60)
ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	12	11	(8.33)
เงินเดือน ค่าจ้าง	11	11	0
ค่าเสื่อมราคา	5	4	(20.00)
ค่าโสหุ้ยต่าง ๆ	29	39	34.00

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

ในการสำรวจข้อมูลครั้งนี้ จากกลุ่มธุรกิจโรงแรมตัวอย่างทั้งหมด 60 ราย ซึ่งเป็นธุรกิจโรงแรมขนาดย่อม 43 ราย และเป็นธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง 17 ราย จะพบว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมจะมีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมหลักของธุรกิจประมาณร้อยละ 80 ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งน้อยกว่าธุรกิจขนาดกลางประมาณร้อยละ 14 โดยโครงสร้างต้นทุนต่อยอดขายรวมของธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมและขนาดกลางจะแตกต่างกันอย่างชัดเจน จากตารางที่ 8.9 จะเห็นได้ว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมจะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายรวม (Selling & Administration Expense to Sales Ratio) สูงมาก ขณะที่ต้นทุนขายค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการบริการลูกค้าของธุรกิจโรงแรมขนาดย่อม เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การบริการอาหาร เครื่องดื่ม บริการซักรีด ฯลฯ จะน้อยกว่าธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง

ตารางที่ 8.9 โครงสร้างอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 – 2544 จำแนกตามขนาดธุรกิจ

หน่วย: ร้อยละ

	ขนาดย่อม (Small Enterprise)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ต้นทุนขายต่อยอดขายรวม	22	23	4.55	65	64	(1.54)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายรวม	178	183	2.81	76	66	(13.16)
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(100)	(106)	(6.00)	(41)	(30)	26.80

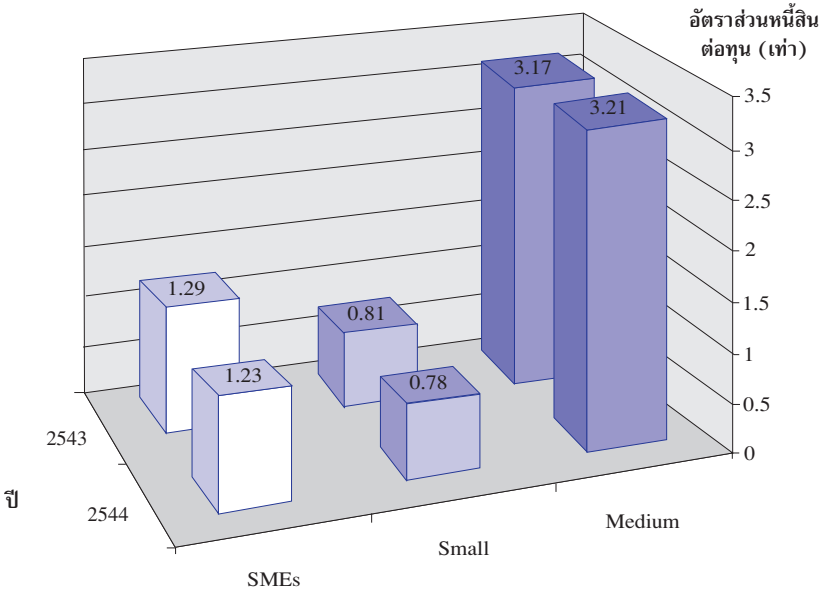
ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

จะเห็นได้ว่า ต้นทุนขายของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางในปี 2544 ได้ปรับตัวลดลงจากปี 2543 ซึ่งส่วนของต้นทุนขายมีการปรับตัวลงเพียงเล็กน้อย เนื่องจากเป็นต้นทุนที่ผันแปรตามจำนวนผู้เข้าพัก ดังนั้นจึงไม่สามารถลดลงได้มากนัก แต่ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางสามารถลดต้นทุนในการขายและบริการได้มากพอสมควร ซึ่งถือได้ว่ามีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมต้นทุนยังคงมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเรื่องการบริหารจัดการในธุรกิจขนาดย่อมได้เป็นอย่างดี

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมอยู่ที่ระดับ 1.29 ในปี 2543 และ 1.23 ในปี 2544 ปรับตัวลดลง 0.06 โดยที่ธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมจะมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนต่ำกว่าค่าเฉลี่ย สะท้อนให้เห็นถึงการลงทุนที่อาศัยส่วนของเจ้าของมากกว่าการกู้ยืม ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจกลุ่มนี้ที่มักประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สถาบันการเงินต่างๆ พิจารณาเห็นว่ามีความเสี่ยง

ในการให้กู้ยืมสูง จึงมักไม่อนุมัติสินเชื่อให้เงินส่วนใหญ่ที่กู้ยืมส่วนใหญ่จะนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการมากกว่าการลงทุนในสินทรัพย์ ในทางตรงกันข้าม กลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดกลางจะใช้เงินกู้เป็นแหล่งเงินทุนหลัก ทำให้อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มเกือบ 3 เท่า (ภาพที่ 8.8)

ภาพที่ 8.8 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของธุรกิจโรงแรม ปี 2543 - 2544 จำแนกตามขนาดธุรกิจ



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ปี 2546

ระดับการเพิ่มผลผลิต

อัตราการเจริญเติบโตของระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมในปี 2544 ปรับตัวลดลงจากปี 2543 ร้อยละ

150 โดยสามารถสังเกตได้จากประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP) ที่ปรับตัวลดลงจากระดับ 0.02 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ -0.01 ในปี 2544 ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) และผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ในอัตราร้อยละ 160.90 และร้อยละ 150 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามขนาดของกิจการจะพบว่า ระดับการเพิ่มผลผลิตโดยรวมในธุรกิจขนาดกลางจะมีการปรับตัวลดลงในอัตราที่ต่ำกว่าธุรกิจขนาดย่อม

ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ระดับการเพิ่มผลผลิตในภาพรวมของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมมีการปรับตัวลดลงอย่างมาก ทั้งนี้เป็นเหตุผลหลักมาจากการประสบภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่องของธุรกิจประกอบกับการบริหารจัดการที่ยังขาดประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารสินทรัพย์หรือแรงงาน ขณะเดียวกันการที่ธุรกิจพยายามแข่งขันกันด้านราคาโดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานเพื่อสร้างคุณภาพในงานบริการให้ดีขึ้น

ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)

ปี 2544 ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) ของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมมีการปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 160.90 โดยปรับตัวจากระดับ 56,930 บาทต่อคน ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ -34,670 บาทต่อปี ในปี 2544 ขณะเดียวกันผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ก็มีการปรับตัวลดลงจากระดับ 0.02 ในปี 2543 มาอยู่ที่ระดับ -0.01 ด้วยเช่นกัน (ตารางที่ 8.10) การที่ผลิตภาพต่างๆ มีค่าเป็นลบ แสดงถึง การที่มูลค่าเพิ่มของการดำเนินธุรกิจมีค่าเป็นลบ รวมถึงการขาดประสิทธิภาพในการบริหารทั้งในส่วนแรงงานและสินทรัพย์ของธุรกิจโรงแรม

ตารางที่ 8.10 ตัวชี้วัดมูลค่าเพิ่มในธุรกิจโรงแรม จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย : เท่า

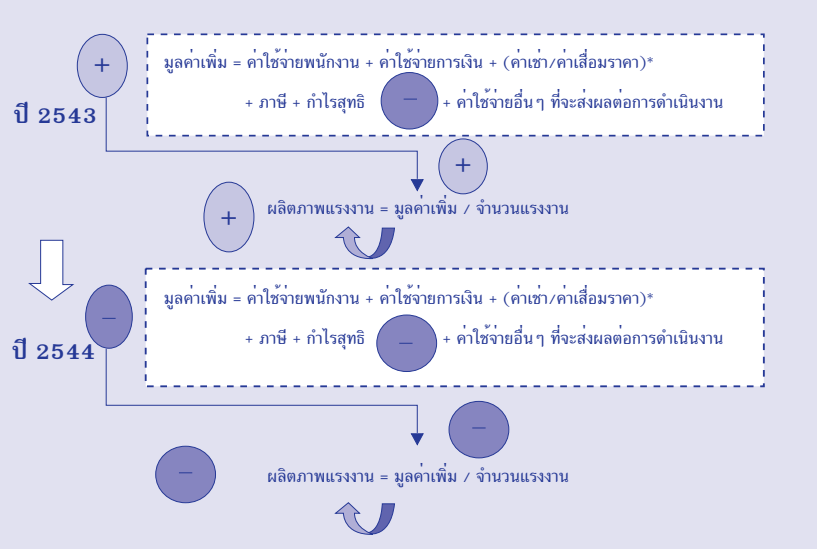
ตัวชี้วัด	ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)			ขนาดย่อม (Small Enterprises)			ขนาดกลาง (Medium Enterprises)		
	N = 60			N = 43			N = 17		
	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ	2543	2544	%Δ
ตัวชี้วัดการเพิ่มผลผลิต (Productivity Indicators)									
ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)	0.02	(0.01)	(150)	0.01	(0.02)	(300)	0.03	0.00	(100)
ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity: พันบาทต่อคน)	56.93	(34.67)	(160.90)	76.87	(110.17)	(243.32)	48.24	(1.78)	(103.68)
ผลิตภาพทุน (Capital Productivity)	0.02	(0.01)	(150)	0.01	(0.02)	(300)	0.03	0.00	(100)
ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity)	0.84	(0.52)	(161.90)	1.21	(1.76)	(245.45)	0.69	(0.03)	(104.35)
มูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio)	0.09	(0.05)	(155.56)	0.14	(0.18)	(228.57)	0.08	0.00	(100)
ยอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees: พันบาทต่อคน)	602.18	638.72	6.06	567.94	601.18	5.85	617.10	655.07	6.15
มูลค่าสินทรัพย์ในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio: พันบาท/คน)	3,002.57	2,821.93	(6.02)	6,192.25	6,040.49	(2.45)	1,612.73	1,419.51	(11.98)
ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่ม (VA Distribution Indicators)									
การจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio)	(6.07)	9.54	257.17	(7.39)	5.78	178	(5.15)	111.28	2,260.78
ตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators)									
ผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio)	(0.12)	(0.12)	0	(0.09)	(0.11)	(22.22)	(0.15)	(0.14)	6.67
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover)	0.20	0.23	15	0.09	0.10	11.11	0.38	0.46	21.05

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติปี 2546

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง มีค่าเป็นลบ, %Δ หมายถึง ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง

สาเหตุที่ทำให้ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity), ผลิตภาพค่าจ้าง แรงงาน (Wage Productivity) และผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ของธุรกิจโรงแรมมีค่าเป็นลบ สามารถอธิบายได้คือ ในความเป็นจริงแล้ว ธุรกิจโรงแรมประสบกับภาวะขาดทุนต่อเนื่องมาทั้ง 2 ปี เพราะผลรวมของอัตราต้นทุนขายต่อยอดขายรวม (Cost of Goods Sold to Sales) และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายรวม (Selling & Administration Expense to Sales Ratio) มากกว่า 1 แสดงถึงภาวะที่รายรับน้อยกว่ารายจ่าย อย่างไรก็ดี ในปี 2543 ส่วนของเจ้าของเป็นส่วนที่แบกรับภาระการขาดทุนไว้ทั้งหมด เห็นได้จากสัดส่วนการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share) มีค่าเป็นลบ ดังนั้นเมื่อคำนวณมูลค่าเพิ่มของกิจการ ภาวะขาดทุนสุทธิ จึงไม่ทำให้มูลค่าเพิ่มของกิจการติดลบ แต่ในปี 2544 ธุรกิจยังคงประสบภาวะขาดทุนอยู่ มีการผลักภาระการขาดทุนไปยังส่วนของเงินเดือนค่าจ้างของพนักงาน ทำให้สัดส่วนการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share) กลับมาเป็นบวก ขณะที่ค่าใช้จ่ายในส่วนที่เป็นเงินเดือน-ค่าจ้างของพนักงานลดลงประมาณร้อยละ 2 (คิดเป็นมูลค่าประมาณ 4.5 ล้านบาท) ดังนั้น การที่กิจการมีการลดเงินเดือนค่าจ้างของพนักงานลง จึงทำให้มูลค่าเพิ่มของกิจการลดลงจนเป็นผลทำให้ผลิตภาพทุกตัวของธุรกิจมีค่าเป็นลบได้ (ภาพที่ 8.9)

ภาพที่ 8.9 ภาวะเป็นลบของระดับผลิตภาพ



สำหรับมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายรวม (Value Added to Sales Ratio) ของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม ก็มีการปรับตัวลงจากปี 2543 เช่นกัน ถึงแม้ว่ายอดขายรวมต่อพนักงาน (Sales per Employees) จะมีการปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งแสดงถึงรายรับที่เพิ่มขึ้นก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถชดเชยต้นทุนการดำเนินกิจการที่สูงได้ นอกจากนี้สัดส่วนมูลค่าทรัพย์สินในการดำเนินงานต่อพนักงาน (Capital Intensive Ratio) ก็มีการปรับตัวลดลงประมาณร้อยละ 6 แสดงถึงการที่กิจการเน้นการใช้แรงงานมากขึ้น

หากพิจารณาตามขนาดของธุรกิจจะพบว่า ทั้งธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม จะมีการปรับตัวลดลงของผลิตภาพต่างๆ เหมือนกัน แต่ในธุรกิจขนาดกลางจะมีการลดลงในอัตราที่ต่ำกว่าธุรกิจขนาดย่อม โดยธุรกิจโรงแรมขนาดกลางมีอัตราการลดลงของประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor

Productivity : TFP), ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity), ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) และผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 เท่ากับร้อยละ 100, 103.68, 100 และ 104 ตามลำดับ ส่วนธุรกิจขนาดย่อมมีอัตราการลดลงของประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity, TFP), ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity), ผลิตภาพค่าจ้างแรงงาน (Wage Productivity) และผลิตภาพทุน (Capital Productivity) ในปี 2544 เมื่อเทียบกับปี 2543 เท่ากับร้อยละ 300, 243, 300 และ 245 ทั้งนี้เป็นเพราะประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของธุรกิจขนาดกลางที่สูงกว่าธุรกิจขนาดย่อม

ตัวชี้วัดการจัดสรรมูลค่าเพิ่ม (Value Added Distribution Indicators)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในช่วงปี 2543 แม้ว่าธุรกิจโรงแรมจะประสบภาวะขาดทุนก็ตาม แต่ภาระการขาดทุนดังกล่าวได้ถูกกระจายไปยังส่วนของเจ้าของหรือกิจการทั้งหมด ไม่มีการกระจายไปสู่พนักงานของธุรกิจ ดังนั้นสัดส่วนการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) จึงมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 8.10) อย่างไรก็ดี ในปี 2544 ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ได้มีการลดต้นทุนในการดำเนินงาน โดยลดค่าใช้จ่ายในส่วนของเงินเดือนค่าจ้างของพนักงานลง ทำให้สัดส่วนการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) สามารถปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากกว่าร้อยละ 250 เมื่อเทียบกับปี 2543

สำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง ซึ่งมีจำนวนพนักงานค่อนข้างมาก การปรับตัวดังกล่าวจึงทำให้สัดส่วนการจัดสรรมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจการ (Capital Share Ratio) เพิ่มขึ้นอย่างมาก อย่างไรก็ดี การที่ตัวเลขแสดงถึงการปรับตัวที่สูงขึ้น ก็ไม่ได้แสดงถึงสัญญาณที่ดีนัก เพราะเป็นผลจากการจัดสรรมูลค่าเพิ่มไปสู่ส่วนของแรงงานเท่านั้น กิจการก็ยังคงอยู่ในสภาวะขาดทุนเช่นเดิม

ตัวชี้วัดกำไรต่อสินทรัพย์และทุน (Capital Profitability Indicators)

ในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม ผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงปี 2543 และ 2544 (ตารางที่ 8.10) ซึ่งจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น ทำให้ทราบว่าธุรกิจโรงแรมไม่มีการลงทุนในสินทรัพย์เพิ่มเติมเลย ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงปี 2543 และ 2544 เกิดภาวะความไม่สงบในหลายภูมิภาคทั่วโลก มีการคาดการณ์ว่าธุรกิจท่องเที่ยวจะชะลอตัว ส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ลงทุนเพิ่มเติม

สำหรับอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) ในปี 2544 พบว่ามีการปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 15 จากปี 2543 แสดงให้เห็นถึงการบริหารสินทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น คือ มีการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า มีการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะสอดคล้องกับภาวะการชะลอตัวของการลงทุนเพิ่ม ธุรกิจจึงพยายามที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ที่มีอยู่ทดแทนการลงทุนเพิ่มเติม

ถ้าเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและธุรกิจโรงแรมขนาดย่อม จะเห็นได้ว่า การบริหารสินทรัพย์ในธุรกิจโรงแรมขนาดกลางจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า โดยผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Profit Ratio) มีการปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 6.67 ขณะที่ในธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมมีการปรับตัวลดลงร้อยละ 22.22 เช่นเดียวกันกับอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ดำเนินงาน (Operating Capital Turnover) ซึ่งธุรกิจขนาดกลางจะมีการเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าธุรกิจโรงแรมขนาดย่อม (ตารางที่ 8.10)

8.3 ทัศนคติ แนวคิด และปัญหาในการบริหารงาน

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อม ผู้ประกอบการยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตมากนัก การดำเนินกิจกรรมเพื่อการปรับปรุงคุณภาพในการบริการ เช่น 5 ส หรือการจัดทำมาตรฐานต่าง ๆ เช่น ISO จึงมีน้อยมาก

สำหรับปัญหาในการบริหารงาน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น การสื่อสารโทรคมนาคม กระแสไฟฟ้า การคมนาคมขนส่ง อัตราภาษี อัตราดอกเบี้ย ไม่เป็นอุปสรรคในการบริหารงาน มีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าปัจจัยภายนอกยังเป็นอุปสรรคบ้าง ยกตัวอย่างเช่น

- กระแสไฟฟ้าขัดข้อง เวลาที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง
- การที่บริเวณโรงแรมไม่มีที่กลับรถ ทำให้เกิดความยากลำบากในการติดต่อ
- อัตราภาษีสูง
- การจัดเก็บภาษีที่ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน
- ดอกเบี้ยเงินกู้สูง ซึ่งทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสูง
- ความไม่แน่นอนของนโยบายเศรษฐกิจ ทำให้ยอดขายตก
- โรคระบาด โรคติดต่อและภาวะสงคราม

ส่วนปัญหาภายในที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่จะได้แก่ การที่ธุรกิจยังไม่มีการกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ขาดการติดตามและการวัดผลในการดำเนินงาน มีปัญหาในการแสวงหาลูกค้าต่างประเทศ ความไม่พึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ และไม่ทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจข้อมูลสถานประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการใน ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางขนาดย่อมยังได้เสนอแนะให้รัฐบาลเข้ามามี บทบาทมากขึ้นในการยกระดับการเพิ่มผลผลิตในธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น การให้การสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม มีการส่งเจ้าหน้าที่ เข้ามาฝึกอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่พนักงาน รวมถึงการให้เพิ่มระดับการศึกษาภาคบังคับให้สูงขึ้น

ส่วนที่ 4

นโยบายรัฐในการส่งเสริมและสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 9
นโยบายและมาตรการรัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สืบเนื่องจากผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้ถูกกล่าวขานในมุมมองของการแก้ปัญหาและการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะในระดับฐานรากที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างเศรษฐกิจและสังคม โดยรัฐบาลและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมุ่งให้ความสำคัญมาที่ SMEs ในฐานะของตัวจักรกลที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยในขณะนั้นรัฐบาลได้มีการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อวันที่ 8 และ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2544 มีหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมทั้งนักวิชาการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs เพื่อให้มีความเป็นเอกภาพและมีบูรณาการร่วมกันขึ้นเป็นครั้งแรก โดยได้มีการแบ่งออกเป็นยุทธศาสตร์หลักและมาตรการสำคัญดังนี้

1) ยุทธศาสตร์หลัก
2) มาตรการทางด้านการเงิน
3) มาตรการด้านภาษีและกฎระเบียบ
4) มาตรการด้านการตลาด
5) มาตรการด้านทรัพยากรมนุษย์
6) มาตรการด้านเทคโนโลยี

ปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศได้มีการดำเนินการตามยุทธ์ศาสตร์ดังกล่าว รวมทั้งการติดตามผลความคืบหน้าการดำเนินการ รายงานสถานการณ์วิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับนี้ จะนำเสนอถึงความคืบหน้าการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามยุทธศาสตร์และมาตรการที่มีการดำเนินงานในปี 2545 รวมทั้งการส่งเสริมตามโครงการอื่นๆ

9.1 ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์หลัก

การสนับสนุนให้ SMEs เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

โดยมีโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งมีผู้ให้ความสนใจเข้ารับอบรมในโครงการถึง 7,472 ราย มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเพื่อให้มีการบริการ SMEs อย่างครบวงจร จึงได้ดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Service Center) ที่ดำเนินการโดยสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีเป้าหมายเพื่อให้เป็นที่ให้คำแนะนำปรึกษาแห่งแรกของ SMEs รวมทั้งการให้บริการที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร (One-Stop Service) ที่ผ่านมา มี SMEs ขอรับบริการแล้วทั้งสิ้นจำนวน 53,158 ราย นอกจากนี้ยังมีโครงการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่สำคัญ เช่น โครงการชุบชีวิตธุรกิจไทย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการแก้ไขปัญหาและยกระดับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ในส่วนของวิสาหกิจรายย่อยระดับชุมชน ได้มีการส่งเสริมร้านค้าชุมชนโดยกรมการค้าภายในดำเนินการในจังหวัดต่างๆ มีการให้ทุนสำหรับร้านค้าตั้งใหม่จำนวน 88 แห่ง และให้ทุนสำหรับการพัฒนาร้านค้าอีก 5 แห่ง ใน 29 จังหวัด โดยการให้ความช่วยเหลือและจูงใจให้ SMEs ปรับปรุงและยกระดับกิจการ ซึ่งประกอบด้วยโครงการสำคัญ 2 โครงการ คือ โครงการด้านการจัด

ที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในการปรับปรุงประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานการผลิต มี SMEs ที่สนใจเข้ารับบริการจำนวน 3,625 ราย และโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs และชุมชน มี SMEs สนใจเข้าร่วมโครงการที่มีการอบรมและบ่มเพาะผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 1,585 ราย

การกำหนดทิศทางการพัฒนาสินค้าและบริการของไทย

โดยกำหนดประเภทสินค้าเป้าหมาย เพื่อประเมินระดับขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าและบริการของไทยในตลาดระดับต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธการพัฒนาที่เหมาะสม โดยมีสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลัก และได้ดำเนินโครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา จำนวน 13 สาขา ซึ่งดำเนินการไปแล้ว 10 สาขา กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการอีก 3 สาขา ตลอดจนได้มีการจัดทำ Competitive Benchmarking ของอุตสาหกรรมทั้ง 13 สาขาด้วยเช่นกัน

การส่งเสริมนวัตกรรมใน SMEs โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ SMEs สามารถนำภูมิปัญญาหรือแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและหลากหลาย

โดยมีหน่วยงานหลักร่วมดำเนินการหลายหน่วยงาน และมีโครงการมารองรับหลายโครงการ อาทิเช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกระทรวงพาณิชย์, โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกรมส่งเสริมการส่งออก, โครงการเสริมการสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อพัฒนาธุรกิจ SMEs ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา, โครงการรางวัลนวัตกรรมดีเด่นและการสนับสนุนทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เป็นต้น

9.2 ผลการดำเนินงานมาตรการทางด้านการเงิน

การเร่งรัดการปล่อยสินเชื่อทางการค้าแก่ SMEs และเร่งแก้ปัญหา NPL

โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มสภาพคล่องในระบบทั้งหมดอีกประมาณ 400,000 ล้านบาท โดยการปล่อยสินเชื่อแก่ SMEs ของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2545 ได้ให้สินเชื่อไปแล้วทั้งสิ้น 81,096 ล้านบาท ตลอดจนการสนับสนุนจากธนาคารพาณิชย์ 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารกรุงศรี-อยุธยา และธนาคารดีบีเอส ไทยธนุ โดยช่วง 9 เดือนแรกของปี 2545 ได้ให้สินเชื่อไปแล้วทั้งสิ้น 47,606.805 ล้านบาท

การจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.)

ในด้านสถาบันการเงิน ได้มีพระราชบัญญัติธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 ให้แปรสภาพบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) เป็นธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการทางด้านการเงินแก่ SMEs ที่เป็นเป้าหมายของรัฐบาล ส่งเสริมและพัฒนา SMEs เดิมให้แข็งแรงและเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ให้เป็นรากฐานทางเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นธนาคารที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจร รวมทั้งบริการอื่นๆ นอกเหนือจากการกู้ยืมโดยตรงสำหรับ SMEs อาทิเช่น การทำแฟคตอริ่งและลิสซิ่ง เป็นต้น ซึ่งในขณะนี้ได้จัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยเป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนธันวาคม 2545

การขยายการค้ำประกันสินเชื่อ

โดยบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ได้ปรับปรุงระบบการค้ำประกันสินเชื่อที่เป็นการประกันสินเชื่อแบบกลุ่มตามรายภาคอุตสาหกรรม-ธุรกิจ โดยการค้ำประกันแบบ Risk Participation ซึ่งเป็นเครื่องมือการกระจายความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ โดยอาศัยปริมาณและขนาดของกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีความสามารถการชำระหนี้ได้ดีเข้ามารับการค้ำประกัน เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์สามารถปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการ SMEs ที่มีหลักประกันไม่เพียงพอ โดยได้จัดทำหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติให้ครอบคลุมและได้มีการลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับสถาบันการเงินไปแล้ว 6 แห่ง มีเป้าหมายสำหรับการค้ำประกันตามโครงการปกติในปี 2545 ในวงเงิน 2,500 ล้านบาท และได้อนุมัติการค้ำประกันสินเชื่อไปแล้วจำนวน 1,107 โครงการ วงเงิน 4,116.57 ล้านบาท

การสนับสนุนในรูปส่วนของทุนหรือส่วนของเจ้าของ

ดำเนินการโดยผ่านช่องทางการสนับสนุนธุรกิจเงินร่วมทุน (Venture Capital) หรือกองทุนประเภทอื่น ๆ ตลอดจนการเข้าระดมทุนจากตลาด หลักทรัพย์ โดยในส่วนของกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs จำนวน 1,000 ล้านบาท ได้เข้าร่วมลงทุนกับ SMEs ไปแล้วจำนวน 13 ราย ในวงเงิน 122 ล้านบาท ขณะเดียวกัน รัฐบาลได้มีการสนับสนุนการประกอบธุรกิจร่วมลงทุนในลักษณะการอาศัยสิทธิประโยชน์ทางภาษีเข้ามาจูงใจ โดยมีหลักการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ในส่วนของเงินปันผลและผลตอบแทนทางการลงทุน (Capital gain) ของบริษัทร่วมลงทุนที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา และยกเว้นภาษีเงินได้เงินปันผลและผลตอบแทนทางการลงทุนแก่ผู้ลงทุนในบริษัทร่วมลงทุนที่มีคุณสมบัติและได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการการเงินร่วมลงทุนตามกฎหมาย

9.3 ผลการดำเนินงานตามมาตรการด้านภาษีและกฎระเบียบ

การปรับปรุงระบบการจัดเก็บภาษีอากรและการปรับโครงสร้างภาษีให้เอื้อต่อการเติบโตของ SMEs

โดยการปรับโครงสร้างพิกัดภาษีอัตราศุลกากร โดยการลดอัตราและยกเว้นอากรให้กับปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบที่มีการผลิตในประเทศตามขั้นตอนการผลิต จำนวน 211 รายการ และสินค้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 18 รายการ รวมทั้งอยู่ระหว่างการพิจารณาปรับโครงสร้างอัตราศุลกากรในกลุ่มเคมีภัณฑ์ เครื่องจักร เกษตร และสิ่งทอ ตลอดจนการปรับปรุงขั้นตอนทางพิธีศุลกากร ที่นำเอาระบบ EDI มาใช้ ทำให้มีผู้ประกอบการส่งออกและนำเข้าให้ความสนใจมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

การปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบให้เอื้อต่อ SMEs หรือลดอุปสรรคในการทำธุรกิจของ SMEs

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ขยายการส่งเสริมการลงทุนแก่ SMEs โดยการกำหนดวงเงินขั้นต่ำในการขอรับการส่งเสริมเป็นเงิน 1 ล้านบาท ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน รวมทั้งการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างบริษัทผู้ประกอบการสำเร็จรูปกับผู้ผลิตชิ้นส่วน เพื่อช่วยให้ SMEs มีโอกาสขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย ได้ออกประกาศมาตรฐานการบัญชีที่ยกเว้นการบังคับใช้กับธุรกิจที่ไม่ใช่บริษัทมหาชนจำกัด จำนวน 7 ฉบับ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดภาระให้กับ SMEs รวมทั้งได้จัดทำคู่มือ, ต้นแบบระบบบัญชี และซอฟแวร์ระบบบัญชีสำหรับ SMEs ขนาดต่าง ๆ ด้วย อีกทั้งยังมีหน่วยงานอื่นได้มีการพิจารณาออกและแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าอีกหลายฉบับ อาทิเช่น การปรับปรุงพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว การปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการค้าชายแดน

การยกร่างกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ การออกพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์กรรวมค้าปลีกเข็มแข็ง เพื่อบริหารการจัดซื้อและพัฒนาประสิทธิภาพการกระจายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกรายย่อย เป็นต้น

9.4 ผลการดำเนินงานตามมาตรการทางด้านการตลาด

การเร่งผลักดันการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในระดับจังหวัด ภาค ประเทศ และในต่างประเทศ

อาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้การส่งเสริมการจัดตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร ศูนย์เชื่อมโยงสินค้าเกษตร และสนับสนุนให้เอกชนจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในตลาดตะวันออกกลางของกรมส่งเสริมการส่งออก ซึ่งอยู่ระหว่างการจัดหานักธุรกิจไปดำเนินการที่บาห์เรน และกรมการค้าภายในได้จัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ของคนไทยที่ได้ริเริ่มเสริมสร้างแนวคิดในการวางระบบแฟรนไชส์ให้กับผู้ประกอบการในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และจัดทำหนังสือเผยแพร่ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจจำนวน 30,000 เล่ม รวมทั้งมีโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมในชนบทเพื่อการท่องเที่ยว ที่เป็นโครงการร่วมระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป้าหมายในการสร้างอาคารศูนย์กลางการแสดงและจำหน่ายหัตถกรรมท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว รวม 20 หมู่บ้าน โดยอยู่ระหว่างการเตรียมการก่อสร้างใน 10 จังหวัด ตลอดจนโครงการส่งเสริมร้านอาหารและภัตตาคารไทยในต่างประเทศของกรมส่งเสริมการส่งออกร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้มีการตรวจคัดเลือกร้านอาหารไทยในต่างประเทศที่มีเครื่องหมายรับรองสัญลักษณ์ Thailand Brand จำนวน 695 ร้านทั่วโลก

การส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

เพื่อส่งเสริมให้เกิดนักออกแบบและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการออกแบบ โดยกรมส่งเสริมการส่งออกได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ใน 6 กลุ่มสินค้าหลัก ได้แก่ ของขวัญของตกแต่งบ้าน, เสื้อผ้าสิ่งทอ, เครื่องประดับ, อาหาร, เฟอร์นิเจอร์ และของเล่น อีกทั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมก็ได้จัดทำโครงการส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ส่งออก เพื่อช่วยให้ SMEs ส่งออกมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

การส่งเสริมและพัฒนายี่ห้อสินค้าไทย

โดยการดำเนินโครงการสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทย (Thailand Brand) ของกรมส่งเสริมการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ได้ประชาสัมพันธ์รวมทั้งอนุญาตให้ผู้ส่งออกใช้สัญลักษณ์และจำนวนทั้งสิ้น 1,186 ราย

การให้บริการระบบข้อมูลการค้า

เป็นกิจกรรมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายแห่ง อาทิเช่น การบริการห้องแนะนำการค้าของกรมส่งเสริมการส่งออก, การบริการข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของกรมการค้าต่างประเทศ เป็นต้น

ให้การสนับสนุนการจัดตั้งร้านค้าชุมชน

เพื่อต้องการให้ชุมชนในเขตห่างไกลเป็นเจ้าของร้านค้าของตนเอง ซึ่งจะเป็นการช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยกรมการค้าภายในจะให้บริการร้านค้าชุมชนที่ตั้งครั้งแรก โดยสมาชิกสามารถยืมเงินทุนในรูปสินค้า ในวงเงิน 30,000–50,000 บาท ตลอดจนจัดหาร้านค้าส่งให้แก่ร้านค้าชุมชน และในกรณีที่กิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้ดี ก็จะให้ยืมเงินเพื่อขยายร้านในวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท ในปี 2545 มีการให้ทุนส่งเสริมจัดตั้งร้านค้าชุมชนรวม 88 แห่ง และทุนการพัฒนา 5 แห่ง ใน 29 จังหวัด

พัฒนาการค้าปลีกขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาค

โดยกรมการค้าภายในได้ดำเนินการจัดทำร้านค้าต้นแบบ เพื่อเป็นตัวอย่างให้ร้านค้าปลีกรายอื่นนำไปปรับปรุงระบบการค้าในร้านให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น วิธีการดำเนินการ คือ หน่วยงานรัฐจะเข้าร่วมการดำเนินการในช่วง 1-3 ปีแรก หลังจากนั้นเอกชนจะดำเนินการเอง นอกจากนี้กรมการค้าภายในได้มีการจัดอบรมและสัมมนาเพื่อเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการ 4 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมการอบรมทั้งสิ้น 600 คน และได้มีการจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำแผนธุรกิจและให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ จำนวน 150 ร้านค้า ตลอดจนการคัดเลือกร้านค้าที่มีศักยภาพเหมาะสมมาดำเนินการออกแบบและวางระบบเป็นร้านค้าต้นแบบซึ่งได้ดำเนินการไปแล้ว 20 ร้านค้า รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายร้านค้าปลีก ค้าส่ง ผู้ผลิต และผู้แทนจำหน่ายเพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วย

การจัดตั้งบริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด (Allied Retail Trade Co., Ltd. : ART)

นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งบริษัทรวมค้าปลีกเข็มแข็ง โดยมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2545 และวันที่ 25 มิถุนายน 2545 ให้มีการจัดตั้งบริษัทรวมค้าปลีกเข็มแข็งจำกัด หรือ ART ที่มีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือหุ้นในสัดส่วน 51% และบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม ถือหุ้น 49% โดยมีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือร้านค้าปลีกให้มีความเข็มแข็งและมีอำนาจต่อรองกับซัพพายเออร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยอาศัยเครื่องมือทางการตลาดและให้บริการสนับสนุนทางด้านการเงิน การลงทุน และสินเชื่อธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการจัดการจากหน่วยงานต่างๆ บริษัทเริ่มเปิดรับสมาชิกตั้งแต่วันที่ 4 กันยายน 2545 โดยในเดือนธันวาคม 2545 มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 34,000 ราย ในส่วนของการบริหาร

จัดการ บริษัทอาศัยหอการค้าจังหวัดทั่วประเทศเป็นหน่วยดำเนินการ เพื่อให้ครอบคลุมสมาชิกได้ทั่วประเทศ

การเร่งรัดส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับ SMEs โดยมีโครงการสนับสนุนหลายโครงการ อาทิเช่น โครงการสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, โครงการพัฒนา SMEs สู่ระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการเร่งผลักดันกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

9.5 ผลการดำเนินงานตามมาตรการด้านทรัพยากรมนุษย์

เร่งรัดการพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของ SMEs เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่

โดยมุ่งยกระดับผู้ประกอบการเดิมให้มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้น มีหน่วยงานร่วมดำเนินการหลักอยู่หลายหน่วยงาน ที่สำคัญได้แก่ กิจกรรมการอบรมพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของ SMEs ทั่วประเทศ ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งได้ดำเนินการไปแล้วทั้งสิ้น 15,611 ราย และฝึกอบรมพัฒนาผู้มีศักยภาพเพื่อการประกอบธุรกิจ SMEs ให้กับประชาชนและนักศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ มีผู้ที่สนใจเข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 45,000 คน รวมทั้งยังมีโครงการพัฒนาผู้ผลิตผู้ส่งออกให้มีความรู้ด้านการค้าต่างประเทศ โดยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2545 ได้มีการดำเนินการไปแล้ว 10,644 ราย และโครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีการอบรมปีละประมาณ 300–500 คน

การจัดโครงสร้างค่าจ้างให้สอดคล้องกับความสามารถของบุคลากรโดยกำหนดวุฒิวิชาชีพ

เพื่อมุ่งขยายการกำหนดมาตรฐานฝีมือในระดับต่าง ๆ จากเดิม 62 สาขาอาชีพ เป็น 124 สาขาอาชีพ ซึ่งผ่านการอนุมัติเป็นมาตรฐานฝีมือแรงงาน 119 สาขาอาชีพ โดยได้ดำเนินการทดสอบไปแล้ว 90 สาขาอาชีพ ซึ่งมีสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานและศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด เป็นศูนย์ทำการทดสอบ ตลอดจนการจัดตั้งสถานทดสอบฝีมือแรงงาน 50 แห่ง และศูนย์ทดสอบฝีมือแรงงานอีก 37 แห่ง รวมทั้งได้ปรับปรุงพระราชบัญญัติการส่งเสริมการฝึกอาชีพ พ.ศ. 2537 เป็นพระราชบัญญัติส่งเสริมพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ซึ่งมีแนวทางเพิ่มเติมสิทธิประโยชน์และเอื้อต่อการจูงใจภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาฝีมือแรงงานมากขึ้น

9.6 ผลการดำเนินงานตามมาตรการด้านเทคโนโลยี

ประกอบด้วยการเพิ่มปริมาณห้องปฏิบัติการและศูนย์ทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้มีความเพียงพอ การเสริมสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างหน่วยงานรัฐกับภาคเอกชน โดยการจัดตั้งสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เพื่อสร้างศักย์ภาพทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทย รวมทั้งยังมีการรวบรวมและจัดทำข้อมูลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ รายชื่อนักสารสนเทศ สิ่งพิมพ์เผยแพร่ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และการวิจัย เพื่อให้บริการข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ SMEs ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการยกระดับมาตรฐานการผลิต โครงการที่สำคัญได้แก่ โครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP), โครงการระบบคุณภาพพื้นฐานของไทย (TFGS), โครงการจัดการและปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิตในอุตสาหกรรม (SAL), โครงการสนับสนุนการพัฒนาสมรรถภาพในการเลือกและรับเทคโนโลยี (STAMP) โดยมีผู้ประกอบการให้ความสนใจเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 4,101 ราย เป็นต้น

บทที่ 10
กรอบการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

วัตถุประสงค์สำคัญในการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ คือ เพื่อให้การค้า การลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกสูงขึ้น ลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิก ความตกลงจึงเป็นการให้สิทธิพิเศษทางการค้า (Preferential Trade Agreement : PTA) แก่ประเทศสมาชิกเหนือประเทศอื่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

ประเภทของการรวมกลุ่มทางการค้าและเศรษฐกิจ หากแบ่งตามที่ตั้งอาจแบ่งได้เป็นสองลักษณะ โดยรูปแบบแรกคือ ความตกลงทางการค้าในภูมิภาค (Regional Trade Agreement : RTA) ที่สมาชิกเป็นประเทศตั้งอยู่ในภูมิภาคในทางภูมิศาสตร์เดียวกัน และรูปแบบที่สองคือ ความตกลงทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค (Sub regional Economic Zone) ที่เป็นความร่วมมือหรือความตกลงที่อาจมิใช่ระดับประเทศ แต่เป็นเขตที่มีอาณาเขตติดกัน โดยเน้นในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานการให้ความสะดวกทางศุลกากร และการขนส่งที่ทำให้การค้าและการเคลื่อนย้ายทรัพยากรระหว่างกันสะดวกขึ้น

ประเทศส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกในความตกลงลักษณะเขตการค้าเสรี โดยประเทศไทยได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำความตกลงทางการค้าทั้งในระดับพหุภาคี (เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก World Trade Organization : WTO) ภูมิภาค และทวิภาคีมาเป็นระยะเวลานานพอสมควร ในส่วนของการทำความตกลงระดับภูมิภาคได้มีการขยายขอบเขตมากขึ้นในปัจจุบันทั้งในด้านจำนวนสมาชิกในกลุ่ม และสร้างความลึกในความสัมพันธ์ โดยมีการเจรจาในด้านอื่น ๆ เช่น การอำนวยความสะดวกทางการค้า การลงทุน การเปิดตลาดการค้าบริการ มาตรฐานการศุลกากร มาตรฐานกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการตอบโต้การทุ่มตลาด การร่วมมือ หรือให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ (Technical Assistance)

ดังนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีจำนวนกว่า 99% ของวิสาหกิจทั้งหมดในประเทศ ควรที่จะตระหนักถึงผลของการเจรจาการค้าในแต่ละด้าน เพื่อให้พร้อมในการปรับตัวให้ทันกับกระแสโลกาภิวัฒน์ที่กำลังมีบทบาทอย่างมากในระบบเศรษฐกิจโลก นอกจากนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถที่จะใช้ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการรับรู้ในประเด็นทางด้านผลประโยชน์ที่จะได้รับจากผลการเจรจา และเตรียมความพร้อมในประเด็นที่ไทยจะตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบได้ด้วยเช่นกัน

โดยในรายงานส่วนนี้จะให้ความสนใจในการทำความตกลงทางการค้าของไทยในระดับต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้ คือ

- การทำความตกลงทางการค้าในระดับพหุภาคี ได้แก่ เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ WTO และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เอเชีย – แปซิฟิก (Asia – Pacific Economic Cooperation : APEC)

- การทำความตกลงทางการค้าในระดับภูมิภาค และพหุภาคี ได้แก่ เขตการค้าเสรี ASEAN (ASEAN Free Trade Area : AFTA) และเขตการค้าเสรี ASEAN – จีน (ASEAN – Chian Free Trade Area : ASEAN + China)

- การทำความตกลงทางการค้าในระดับทวิภาคี ได้แก่ การทำความตกลงทางการค้าไทย – จีน

10.1 องค์การการค้าโลก (WTO) กับการเข้าเป็นสมาชิกของไทย

WTO มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1) เป็นเวทีในการเจรจาลดอุปสรรคและข้อกีดกันทางการค้า และมีกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนให้มีการค้าที่มีความเสรี

ยิ่งขึ้น โดยอยู่บนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม

2) สร้างความเข้มแข็งให้แก่กระบวนการยุติข้อพิพาททางการค้าระหว่างประเทศ

3) เป็นกลไกตรวจสอบ และทบทวนนโยบายการค้าของประเทศสมาชิก

หลักการสำคัญของ WTO

1) กำหนดให้ใช้มาตรการทางการค้าระหว่างประเทศโดยไม่เลือกประติบัติ (Non-Discrimination) คือ ให้การปฏิบัติต่อสินค้าจากทุกประเทศอย่างเท่าเทียมกัน (Most - Favoured Nation Treatment : MFN) กล่าวคือ แต่ละประเทศจะต้องเรียกเก็บภาษีศุลกากร หรือ ค่าธรรมเนียม หรือใช้มาตรการใด ๆ กับสินค้าที่นำเข้าจากประเทศสมาชิกอื่น ๆ เท่าเทียมกันทุกประเทศ และปฏิบัติต่อสินค้านำเข้าเท่าเทียมกับสินค้าภายในประเทศ (National Treatment) ไม่ว่าจะเป็นการเก็บภาษีภายใน หรือ การกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ

2) การกำหนดและบังคับใช้มาตรการทางการค้าจะต้องมีความโปร่งใส (Transparency) โดยประเทศสมาชิกจะต้องพิมพ์เผยแพร่กฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรการทางการค้าต่อสาธารณชน และแจ้งให้ประเทศสมาชิกอื่น ๆ ทราบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ

3) คุ้มครองผู้ผลิตภายในด้วยภาษีศุลกากรเท่านั้น (Tariff - Only Protection) โดยหลักการแล้ว WTO ห้ามใช้มาตรการจำกัดการนำเข้าทุกชนิด ยกเว้นบางกรณีที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของ WTO

4) มีสิทธิใช้ข้อยกเว้นในกรณีฉุกเฉินและจำเป็น (Necessary Exceptions and Emergency Action) ประเทศสมาชิกสามารถใช้มาตรการคุ้มกันชั่วคราว

ในกรณีที่มีการนำเข้ามากผิดปกติ และสามารถจำกัดการนำเข้าเพื่อจุดประสงค์ในการแก้ไขการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ

5) ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม (Fair Competition) ประเทศสมาชิกสามารถเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด และการอุดหนุนสินค้านำเข้าได้ หากมีการไต่สวนตามกฎเกณฑ์ของ WTO แล้วพบว่า ประเทศผู้ส่งออกมีการทุ่มตลาด หรือให้การอุดหนุนจริงและก่อให้เกิดความเสียหายต่ออุตสาหกรรมภายใน

6) ให้มีการรวมกลุ่มทางการค้าเพื่อลดภาษีระหว่างกันได้ หากมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายการค้า (No Trade Blocs) ประเทศสมาชิกสามารถตกลงรวมกลุ่ม เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะขยายการค้าระหว่างกัน แต่มีเงื่อนไขว่าการรวมกลุ่มต้องไม่มีจุดประสงค์เพื่อกีดกันการนำเข้าสินค้าจากประเทศนอกกลุ่ม และเมื่อรวมกลุ่มกันแล้วต้องไม่กระทบต่อผลประโยชน์เดิมของประเทศนอกกลุ่ม

7) มีกระบวนการยุติข้อพิพาททางการค้า (Trade Dispute Settlement Mechanism) เมื่อมีกรณีข้อขัดแย้งทางการค้าให้หารือเพื่อหาทางยุติข้อพิพาท หากไม่สามารถหาข้อสรุปได้ ให้นำเรื่องเข้าสู่กระบวนการยุติข้อพิพาทของ WTO โดยการยื่นเรื่องต่อองค์กรระงับข้อพิพาท (Dispute Settlement Body : DSB) ของ WTO เพื่อจัดตั้งคณะลูกขุนขึ้นพิจารณากรณีดังกล่าว และรายงานผลให้ประเทศสมาชิกอื่นร่วมกันพิจารณา บังคับให้เป็นไปตามผลของคณะลูกขุน

8) ให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศกำลังพัฒนาในการปฏิบัติตามพันธกรณี (Special and Differential Treatment : S&D) ผ่อนผันให้ประเทศกำลังพัฒนาจำกัดการนำเข้าได้ หากมีจุดประสงค์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และรักษาเสถียรภาพดุลการชำระเงินและให้สิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) แก่

ประเทศกำลังพัฒนาได้ แม้จะขัดกับหลัก MFN ก็ตาม

ความตกลงต่าง ๆ ภายใต้การกำกับดูแลของ WTO ที่สำคัญ ได้แก่

1) พิธีสารรอบอุรุกวัยภายใต้แกตต์ 1994 เรื่อง การเปิดตลาด

ผลการเจรจาเปิดตลาด มีผลให้สมาชิกแต่ละประเทศจะต้องลดภาษีลงตามที่ระบุไว้ในตารางข้อลดหย่อน (Schedule of Concession) ของตน โดยลดลงเท่า ๆ กันทุกปีนับตั้งแต่จัดตั้ง WTO เป็นเวลา 5 ปี (2538 – 2542)

2) ความตกลงว่าด้วยสินค้าเกษตร

กำหนดให้เปลี่ยนมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร เช่น การกำหนดปริมาณนำเข้า หรือ การห้ามการนำเข้า เน้นมาตรการภาษีศุลกากรทั้งหมด (Tariffication) โดยประเทศพัฒนาแล้วจะต้องลดภาษีลงร้อยละ 36 ภายใน 6 ปี ส่วนประเทศกำลังพัฒนาจะต้องลดภาษีลงร้อยละ 24 ภายใน 10 ปี และแต่ละรายการสินค้าจะต้องลดลงอย่างน้อยร้อยละ 10

นอกจากนี้ สมาชิกที่เป็นประเทศพัฒนาแล้วจะต้องลดมาตรการการอุดหนุนภายในที่บิดเบือนการค้าลงร้อยละ 20 ภายใน 6 ปี ส่วนประเทศกำลังพัฒนาจะต้องลดลงร้อยละ 13 ภายใน 10 ปี ส่วนการอุดหนุนการส่งออกให้ประเทศพัฒนาแล้วลดปริมาณที่ได้รับการอุดหนุนส่งออกลงร้อยละ 21 และลดเงินอุดหนุนส่งออกลงร้อยละ 36 ภายใน 6 ปี ส่วนประเทศกำลังพัฒนาลดปริมาณที่ได้รับการอุดหนุนส่งออกลงร้อยละ 14 และลดการให้เงินอุดหนุนส่งออกร้อยละ 24 ภายใน 10 ปี เป็นต้น

3) ความตกลงสิ่งทอและเสื้อผ้า

เนื่องจากการค้าสิ่งทอถูกจัดระเบียบอยู่ภายใต้ความตกลงสิ่งทอที่เรียกว่า Multi Fiber Arrangement (MFA) ซึ่งอนุญาตให้ผู้นำเข้าจำกัด

การนำเข้าสิ่งทอเป็นรายประเทศได้ ดังนั้น ประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตจึงไม่อาจส่งออกได้ตามกำลังการผลิต แต่หลังจากการเจรจา แกตต์รอบอุรุกวัย ประเทศผู้นำเข้าจะต้องปรับตัว โดยค่อย ๆ ยกเลิกมาตรการจำกัดการนำเข้าดังกล่าวให้หมดไปภายใน 10 ปี นับจากปี 2538 และในช่วง 10 ปี รายการใดที่ถูกจำกัดโควต้าก็จะต้องขยายโควต้าให้มากขึ้น ในขณะเดียวกับลดจำนวนรายการสินค้าที่มีจำกัดโควต้า

4) ความตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการสุขอนามัย

การกำหนดให้มีการใช้มาตรการด้านสุขอนามัยพืชและสัตว์ เพื่อความจำเป็นในการปกป้องสุขภาพและชีวิตมนุษย์ สัตว์ และพืช โดยอยู่บนพื้นฐานของหลักการทางวิทยาศาสตร์ และไม่เลือกปฏิบัติ มาตรการที่ใช้ต้องสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศ เพื่อป้องกันมิให้ประเทศสมาชิกกำหนดมาตรฐานตามใจชอบ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการค้า

5) ความตกลงว่าด้วยอุปสรรคทางด้านเทคนิคต่อการค้า

กำหนดให้มีการใช้กฎข้อบังคับด้านเทคนิคและมาตรฐานให้มีความรัดกุม เป็นธรรมและโปร่งใสยิ่งขึ้น รวมทั้งการทดสอบและการให้การรับรอง โดยให้ครอบคลุมถึงขบวนการผลิต และวิธีการผลิตด้วย ทั้งนี้ การออกกฎระเบียบดังกล่าวจะต้องอิงกับระบบมาตรฐานระหว่างประเทศ

6) ความตกลงว่าด้วยระเบียบวิธีการออกใบอนุญาตนำเข้า

กำหนดวิธีการดำเนินการในการออกใบอนุญาตนำเข้าให้ประเทศต่าง ๆ ปฏิบัติตาม โดยกำหนดระยะเวลาแน่นอนที่หน่วยงานของรัฐจะต้องออกใบอนุญาต เพื่อมิให้เกิดกรณีถ่วงเวลาการนำเข้า โดยกำหนดให้การออกใบอนุญาตแบบอัตโนมัติจะต้องพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อการยื่นขอที่ถูกต้องโดยทันที หรือไม่เกิน 10 วันทำการ

7) ความตกลงว่าด้วยการประเมินราคาเพื่อศุลกากร

กำหนดให้หน่วยงานศุลกากรของประเทศสมาชิก ต้องปรับเปลี่ยนระบบการประเมินราคาให้สอดคล้องกับความตกลง ซึ่งอาศัยหลักการของราคาที่ได้ชำระจริง หรือราคาที่จะต้องชำระ (Price Actually Paid or Payable) โดยที่ความตั้งใจที่จะให้มีระบบการประเมินราคาศุลกากรที่ยุติธรรมเป็นรูปแบบเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ระบบประเมินราคาของแต่ละประเทศมีความโปร่งใส

8) ความตกลงว่าด้วยการตรวจสอบก่อนส่งออก

กำหนดหลักเกณฑ์ให้ตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากรัฐในการทำหน้าที่ตรวจสอบสินค้าก่อนส่งออก โดยเฉพาะในด้านราคา ปริมาณ และคุณภาพของสินค้า และให้ใช้มาตรการดังกล่าวโดยไม่เลือกปฏิบัติ และมีความโปร่งใส

9) ความตกลงว่าด้วยกฎเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้า

กำหนดให้มีการประสานกฎระเบียบเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้าให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดอุปสรรคต่อการค้าโดยไม่จำเป็น และเพื่อมิให้ใช้กฎแหล่งกำเนิดสินค้าเป็นเครื่องมือกีดกันทางการค้า

10) ความตกลงว่าด้วยการต่อต้านการทุ่มตลาด

ความตกลงได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการไต่สวนการทุ่มตลาดในรายละเอียด เพื่อให้ประเทศต่างๆ ปฏิบัติให้สอดคล้องกัน เป็นการลดโอกาสที่อาจมีประเทศผู้นำเข้าใช้มาตรการตอบโต้นี้ก่อกวนการค้าอย่างไม่เป็นธรรม

11) ความตกลงว่าด้วยการอุดหนุนและการตอบโต้การอุดหนุน

ความตกลงกำหนดประเภทของการอุดหนุน เพื่อให้เกิดความ

ชัดเจนว่า การอุดหนุนประเภทใดเป็นการอุดหนุนต้องห้าม ประเภทใดเป็นการอุดหนุนที่ทำได้ และประเภทใดเป็นการอุดหนุนที่เมื่อทำแล้วอาจถูกใช้มาตรการตอบโต้ นอกจากนี้ ยังได้กำหนดแนวปฏิบัติในการไต่สวนสินค้าที่เข้าข่ายในการอุดหนุน เพื่อให้แต่ละประเทศถือปฏิบัติ

12) ความตกลงว่าด้วยมาตรการปกป้อง

เป็นความตกลงเพื่อเปิดโอกาสให้ประเทศสมาชิกสามารถใช้มาตรการปกป้องได้ อาจโดยการเพิ่มภาษีขาเข้า การกำหนดโควต้า หรือการกำหนดปริมาณนำเข้าสินค้า เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศจากการนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกัน หรือ คล้ายกัน ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นมากอย่างผิดปกติ จนทำให้เกิดหรืออาจเกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง (Serious Injury) ต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

13) ความตกลงเรื่องมาตรการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า

หลักการที่สำคัญที่ตกลงกัน คือ ทุกประเทศต้องยกเลิกมาตรการลงทุนที่มีผลเท่ากับการกีดกันการนำเข้า โดยประเทศพัฒนาแล้วต้องยกเลิกใน 2 ปี ประเทศกำลังพัฒนาใน 5 ปี มาตรการเหล่านั้นได้แก่ มาตรการกำหนดให้ใช้วัตถุดิบภายในประเทศในการผลิตสินค้า (Local Content Requirement) ไม่ว่าข้อกำหนดนี้จะเป็นข้อบังคับ หรือเป็นเงื่อนไขต่อการที่ผู้ผลิตภายในจะได้รับสิทธิพิเศษใดๆ ก็ตาม เช่น สิทธิในข้อยกเว้นไม่เสียภาษี ตามนโยบายส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น

14) ความตกลงเรื่องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า

เป็นความตกลง เพื่อกำหนดขอบเขตและมาตรฐานการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาประเภทที่สำคัญๆ ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ การออกแบบวงจรรวม ชื่อทางภูมิศาสตร์ และความลับทางการค้า

15) ความตกลงเรื่องการค้าบริการ

ความตกลงการค้าบริการได้กำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องร่วมเจรจาทำข้อผูกพันเปิดเสรีการค้าบริการด้านต่างๆ ให้แก่กันและกัน ในการเจรจาการค้าบริการรอบใหม่ ซึ่งจะต้องจัดขึ้นภายใน 5 ปี นับตั้งแต่ความตกลงจัดตั้ง WTO มีผลบังคับ หรือ ภายในวันที่ 1 มกราคม 2543

ผลจากการประชุมระดับรัฐมนตรี WTO ครั้งที่ 1

นอกจากความตกลงต่างๆ ภายใต้การกำกับดูแลของ WTO ที่สำคัญที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้วนั้น ผลจากการประชุมระดับรัฐมนตรี WTO ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 9-13 ธันวาคม 2539 ณ ประเทศสิงคโปร์ ได้เกิดปฏิญญาการประชุมรัฐมนตรี โดยเรื่องที่ไทยให้ความสนใจเป็นพิเศษ ได้แก่

1) ปฏิญญาการประชุมรัฐมนตรี WTO ซึ่งกำหนดแนวทางดำเนินการในเรื่องต่างๆ ที่สำคัญ คือ

สินค้าเกษตร ไทยพยายามผลักดันให้มีการเปิดตลาดอย่างจริงจังตามผลการเจรจารอบอุรุกวัย และให้มีการเตรียมการเพื่อเปิดการเจรจาสินค้าเกษตรรอบใหม่ให้เร็วที่สุด ซึ่งปรากฏว่าที่ประชุมให้ความเห็นชอบให้เริ่มดำเนินการตามแผนงานได้ตั้งแต่ปี 2540

สิ่งทอ ไทยพยายามผลักดันให้มีการเปิดเสรีการค้าสิ่งทออย่างจริงจัง ซึ่งปฏิญญานี้ ได้ย้ำความสำคัญของการเปิดตลาดสิ่งทอ และไม่ให้มีการใช้มาตรการปกป้องตลาดอย่างพร่ำเพรื่อ รวมทั้งให้คณะกรรมการตรวจตราสิ่งทอ พิจารณาและเสนอข้อคิดเห็นในแต่ละกรณีพิพาทให้โปร่งใสยิ่งขึ้น

การค้ากับสิ่งแวดล้อม คณะกรรมการว่าด้วยการค้าและสิ่งแวดล้อมของ WTO ได้พิจารณาประเด็นการค้าและสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมสำหรับทุกประเทศ ความเท่าเทียมกัน และการไม่เลือกปฏิบัติ

สำหรับผลการประชุมในเรื่องที่ประเทศพัฒนาแล้วผลักดันเป็นอย่างมาก แต่ไทยและประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ต้องการให้เบี่ยงเบนและยับยั้งในองค์การค้าโลก ได้แก่

การลงทุนและการแข่งขัน ไทยประสบความสำเร็จในการผลักดันให้มีการตกลงในเรื่องทั้งสองนี้เพียงแค่จัดตั้งคณะทำงานศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการค้ากับการลงทุน และการค้ากับนโยบายการแข่งขัน โดยยังไม่มีการเจรจาเพื่อกำหนดมาตรการใด ๆ ซึ่งหากจะมีการเจรจาก็ต้องมีฉันทามติที่ชัดเจน

การจัดซื้อโดยรัฐ ที่ประชุมตกลงให้มีการศึกษาเรื่องความโปร่งใสในการดำเนินการจัดซื้อโดยรัฐโดยต้องคำนึงถึงนโยบายของชาติ

การอำนวยความสะดวกทางการค้า ที่ประชุมได้มอบให้คณะมนตรีว่าด้วยการค้าสินค้าตรวจสอบและวิเคราะห์งานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าขององค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงกระบวนการค้าให้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น และประเมินขอบเขตของกฎระเบียบ WTO ในเรื่องนี้

มาตรฐานแรงงาน ที่ประชุมยอมรับว่าองค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำหนดและดำเนินการเกี่ยวกับมาตรฐานแรงงาน และตกลงว่าจะไม่มีการนำมาตรฐานแรงงานมาใช้เพื่อกีดกันการค้า รวมทั้งไม่มีการนำข้อได้เปรียบในเรื่องค่าจ้างแรงงานต่ำมาเป็นประเด็นเจรจา

2) ปฏิญญาว่าด้วยความตกลงเปิดเสรีสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITA)

มีประเทศสมาชิก 29 ประเทศตกลงที่จะลดภาษีนำเข้าสินค้า IT ให้มีอัตราเป็นศูนย์ และผูกผันไว้กับองค์กรการค้าโลก (MFN Basis) ภายในปี

2543 จนถึงปัจจุบัน ได้มีการเจรจาเปิดตลาดสินค้า IT ไปแล้ว 2 รอบ และมีสมาชิกเข้าร่วมความตกลง ITA เพิ่มขึ้นเป็น 55 ประเทศ โดยมีประเทศไทยรวมอยู่ด้วย (นับสหภาพยุโรปเป็น 15 ประเทศ) คิดเป็นประมาณ 93% ของการค้าสินค้า IT ของโลก

ผลที่ไทยได้รับหลังการเข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO

ประเทศไทยใช้การค้าระหว่างประเทศเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นับตั้งแต่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 1 ในปี 2504 เป็นต้นมา โดยมีการส่งออกเป็นกลไกสำคัญในการก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศ ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของการส่งออกเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ หรือ GDP ที่อยู่ในระดับสูง

การเปิดเสรีภายใต้กรอบ WTO โดยการลดมาตรการการกีดกันทางการค้า ทั้งมาตรการภาษีและมาตรการที่มิใช่ภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิกเป็นประโยชน์ต่อไทยอย่างไรนั้น ควรจะพิจารณาโดยดูจากบทบาทความสำคัญของ WTO ทั้งต่อการค้าโลกและต่อประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่ามูลค่าการค้าระหว่างประเทศสมาชิก WTO ด้วยกันนั้น คิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 97% ของการค้าโลก โดยประเทศไทยมีการค้ากับประเทศสมาชิก WTO เป็นมูลค่ากว่า 2.5 ล้านล้านบาทในปี 2544 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่สูงถึง 90.3% ของมูลค่าการค้ารวมของไทย และประโยชน์ที่ประเทศไทยจะได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การค้าโลก ได้แก่

1) บรรยากาศการค้าเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น : เนื่องจากมีกฎเกณฑ์การค้าที่เข้มแข็งขึ้น ประเทศสมาชิกจะต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ทำให้ประเทศที่มีพลังทางเศรษฐกิจมหาศาลดำเนินมาตรการที่มีผลเป็นการบิดเบือนการค้า หรือดำเนินนโยบายทางการค้าที่ไปเป็นธรรมได้น้อยลง

2) เศรษฐกิจโลกขยายตัวขึ้น : ระเบียบเศรษฐกิจการค้าภายใต้ WTO นอกจากจะเป็นพันธกรณี หรือ ข้อผูกพันที่สมาชิกจะต้องถือปฏิบัติแล้ว ยังเป็นการให้สิทธิประโยชน์ระหว่างกันด้วย เนื่องจากผลประโยชน์ที่ประเทศหนึ่งจะได้รับจะเกิดขึ้นเมื่อประเทศอื่น ๆ ปฏิบัติตามพันธกรณี ในภาพรวมผลการเจรจาจึงทำให้เศรษฐกิจโลกขยายตัวขึ้น

3) ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ประโยชน์มากขึ้น : ไทยได้ประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่น คือ การลดภาษีจะทำให้ราคาสินค้าต่ำลง เป็นการลดภาวะเงินเฟ้อ และเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค และในฐานะผู้ผลิต การลดภาษีจะช่วยให้ราคาวัตถุดิบลดลง ช่วยลดต้นทุนการส่งออกของไทย ทำให้ฐานะการแข่งขันดีขึ้น และเป็นการบังคับให้อุตสาหกรรมภายในประเทศต้องปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ไม่เป็นภาระของสังคมส่งผลให้เศรษฐกิจเคลื่อนไหว ปรับตัวเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

4) การค้ามีความเป็นธรรมมากขึ้น : กฎเกณฑ์ของ WTO ที่มีการปรับปรุงให้เข้มแข็งขึ้นทั้งในด้านการนำเข้า การส่งออก สุขอนามัย มาตรฐานสินค้า แหล่งกำเนิดสินค้า การทุ่มตลาด การอุดหนุน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ฯลฯ ทำให้การค้าโลกอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งจะมีผลดีต่อการยกระดับรายได้ การลงทุนและการจ้างงาน

5) มีกลไกการค้าที่ถูกต้องและเป็นธรรม : ไทยสามารถใช้กลไกทบทวนนโยบายการค้าของประเทศสมาชิกในการตรวจสอบว่าประเทศสมาชิกได้มีการแก้ไข เปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าในทางที่ถูกต้องตามพันธกรณีหรือไม่ ซึ่งหากไม่ถูกต้อง ก็สามารถร้องเรียนให้ดำเนินการให้ถูกต้อง ได้

6) การค้าและการลงทุนขยายตัว : ระยะเวลา 5 ปีกว่าที่ผ่านมาหลังจากที่ไทยเข้าเป็นสมาชิก WTO และสนับสนุนแนวทางการค้าเสรี ทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 1,406.3 พันล้านบาท ในปี 2538 เป็น 2,777.7 พันล้านบาท ในปี 2543 และดุลการค้าเปลี่ยนจากที่เคยขาดดุลการค้าถึง 357.3

พันล้านบาท ในปี 2538 เป็นได้เปรียบดุลการค้าถึง 283.6 พันล้านบาท ในปี 2544 นอกจากนั้นมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 4,919 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2538 เป็น 5,863 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2543

10.2 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation : APEC)

ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เอเชีย-แปซิฟิก (APEC) ก่อตั้งขึ้นจากการประชุมรัฐมนตรีของประเทศในแถบเอเชีย-แปซิฟิก เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2532 ณ. กรุงแคนเบอร์รา ประเทศออสเตรเลีย

APEC มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1) สนับสนุนความร่วมมือเพื่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการค้าของภูมิภาคและของโลก

2) พัฒนาและส่งเสริมระบบการค้าหลายฝ่าย และสนับสนุนผลักดันให้การเจรจาการค้าหลายฝ่ายรอบอุรุกวัยประสบผลสำเร็จ

3) ศึกษาลู่ทางในการเปิดเสรีการค้าในภูมิภาคในลักษณะที่มิใช่การรวมกลุ่มทางการค้าที่กีดกันประเทศนอกกลุ่ม

4) ลดอุปสรรค และอำนวยความสะดวกการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุน ระหว่างประเทศสมาชิกให้เป็นไปโดยเสรี สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของ GATT

ปัจจุบัน APEC มีสมาชิก 21 ประเทศ ได้แก่ ASEAN 7 ประเทศ (บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม) สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน จีนไทเป ฮ่องกง ปาปัวนิวกินี เม็กซิโก ชิลี เปรู และรัสเซีย โดยมีหลักการความร่วมมือดังนี้

1) เป็นเวทีสำหรับการปรึกษาหารือ และแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นทางเศรษฐกิจที่ประเทศสมาชิกสนใจ

2) ยึดหลักฉันทามติในการดำเนินการใด ๆ โดยยอมรับความเสมอภาคของสมาชิก

3) ยึดหลักผลประโยชน์ร่วมกัน โดยคำนึงถึงความแตกต่างของระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และระดับการพัฒนาของประเทศสมาชิก

ในการประชุมผู้นำ APEC ครั้งที่ 2 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2537 ณ เมืองโบกอร์ ประเทศอินโดนีเซีย ที่ประชุมได้ประกาศปฏิญญาโบกอร์ ซึ่งกำหนดเป้าหมายให้ประเทศสมาชิกที่พัฒนาแล้ว เปิดเสรีภายในปี 2553 (ค.ศ. 2010) และประเทศสมาชิกที่กำลังพัฒนา เปิดเสรีภายในปี 2563 (ค.ศ. 2020) ต่อมา APEC ได้จัดทำแผนงานสำคัญ ๆ เพื่อเปิดเสรีตามเป้าหมายโบกอร์ ได้แก่

1) แผนปฏิบัติการรายสมาชิก (Individual Action Plans หรือ IAPs) และแผนปฏิบัติการร่วมกันของสมาชิก (Collective Action Plans หรือ CAPs) เพื่อเปิดเสรีและอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุนใน 15 เรื่อง ได้แก่ ภาษีศุลกากร มาตรการที่มิใช่ภาษีศุลกากร บริการ การลงทุน มาตรฐานและการรับรอง พิธีการศุลกากร สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายการแข่งขัน การจัดซื้อโดยรัฐ การผ่อนคลายกฎระเบียบ กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า การปรองดองข้อพิพาท การเคลื่อนย้ายของนักธุรกิจ การปฏิบัติตามผลการเจรจารอบอุรุกวัย และการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

2) การเปิดเสรีให้เร็วขึ้นรายสาขาตามความสมัครใจ (Early Voluntary Sectoral Liberalization หรือ EVSL) ในปี 2539 ผู้นำ APEC ได้มอบหมายให้รัฐมนตรีพิจารณากำหนดสาขาที่หากมีการเปิดเสรีเร็วขึ้นแล้วจะเป็นผลดีต่อการค้าการลงทุน และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของแต่ละสมาชิกและ

ของภูมิภาค และต่อมาในปี 2540 ผู้นำ APEC ได้รับรองการเปิดเสรีเร็วขึ้นกว่าเป้าหมายโบกอร์ใน 15 สาขา ได้แก่ สินค้าและบริการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ปลาและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ป่าไม้ อุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ พลังงาน ของเล่น อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ การจัดทำข้อตกลงการยอมรับร่วมในสินค้าโทรคมนาคม เมล็ดพืช น้ำมัน และผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องบิน พลเรือน ปุ๋ย ยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ และรถยนต์ โดยมี 9 สาขาแรกที่พร้อมจะดำเนินการก่อน ซึ่งอัตราภาษีของสินค้าส่วนใหญ่ของ 9 สาขาแรกจะลดลงเหลือ 0 (ยกเว้นสาขาอัญมณีลดเหลือร้อยละ 0-5 และสาขาเคมีภัณฑ์ลดเหลือร้อยละ 0-6.5) สำหรับกำหนดเวลาที่ลดอัตราภาษีให้ถึงขั้นสุดท้ายส่วนใหญ่จะเป็นประมาณปี 2546-2548 (ค.ศ. 2003-2005)

3) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ดำเนินงานตามแผนแม่บทเกี่ยวกับการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พัฒนาระบบการค้าไร้เอกสาร (Paperless Trading) จัดทำนโยบายสำหรับการปฏิบัติที่ดีที่สุดในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจัดทำแผนงานที่สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ใช้ประโยชน์จากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4) ระบบอาหารของ APEC (APEC Food System) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านอาหารของภูมิภาค โดยเน้นสมดุลของแผนงาน 3 ด้าน คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชนบท การกระจายเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหาร และการส่งเสริมการค้าอาหาร

ผลกระทบของ APEC ที่มีต่อประเทศไทย

1) ในการบรรลุเป้าหมายโบกอร์ สมาชิก APEC พยายามผูกพันการเปิดเสรีให้กว้างและลึกกว่าพันธกรณีของตนใน WTO ทำให้ต้องเร่งขบวนการปรับโครงสร้างการผลิตภายในของสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศมากขึ้น เพื่อแสวงหาประโยชน์จากตลาดที่เปิดกว้าง และดึงดูดการลงทุน

2) การลดอุปสรรคทางการค้าทั้งที่เป็นภาษีศุลกากร และที่มิใช่ภาษีศุลกากร ภายใต้แผนงานการเปิดเสรีและอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุนของ APEC ช่วยส่งเสริมและขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนระหว่างสมาชิก

3) ได้รับประโยชน์จากโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจและวิชาการต่างๆ ของ APEC เช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

4) โดยที่การดำเนินงานใน APEC เป็นไปตามความพร้อม และความสมัครใจของแต่ละประเทศสมาชิก ซึ่งหากสมาชิกสามารถปรับตัวและเข้าร่วมในการเปิดเสรีได้เร็วเท่าใด ก็จะยิ่งได้ประโยชน์เร็วขึ้นเท่านั้น การหลีกเลี่ยงการเปิดเสรีในยุคโลกาภิวัฒน์ และการสื่อสารไร้พรมแดนคงเป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก ประเทศกำลังพัฒนาอย่างไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรใช้ประโยชน์จากกลไกและกระบวนการใน APEC เพื่อติดตามเรียนรู้ และปรับตัวก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

5) เสริมสร้างอำนาจในการต่อรอง เพื่อช่วยปกป้องรักษาผลประโยชน์ทางการค้า และป้องกันมิให้ถูกกดดันโดยการใช้มาตรการฝ่ายเดียว

6) ลดความตึงเครียดและกรณีพิพาททางการค้า โดยจัดให้มีการปรึกษาหารือ เพื่อยุติความขัดแย้งทางการค้าภายในภูมิภาค

การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยกับ APEC

1) การลงทุนของสมาชิก APEC ในประเทศไทยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 87 ของการลงทุนรวมจากต่างประเทศทั้งหมด

2) APEC มีบทบาทสำคัญด้านการค้าและการลงทุนของไทย โดยในปี 2544 การค้าระหว่างไทยกับสมาชิก APEC มีสัดส่วนร้อยละ 70 ของมูลค่าการค้ารวมของไทย

3) APEC เป็นตลาดส่งออกสำคัญที่สุดของไทย ในปี 2544 ไทยส่งออกไป APEC ร้อยละ 72 ของมูลค่าการส่งออกของไทย โดยสินค้าออกสำคัญของไทยไป APEC ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบแผงวงจรไฟฟ้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ และส่วนประกอบอาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป และเม็ดพลาสติก

4) APEC เป็นแหล่งนำเข้าสำคัญที่สุดของไทย โดยในปี 2544 ไทยนำเข้าจาก APEC ถึงร้อยละ 67 ของการนำเข้ารวมของไทย โดยสินค้านำเข้าสำคัญจาก APEC ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบแผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรใช้ในอุตสาหกรรม เคมีภัณฑ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และ เหล็กและเหล็กกล้า

10.3 กรอบเจรจาการค้า ASEAN : เขตการค้าเสรี ASEAN (ASEAN Free Trade Area : AFTA)

การรวมเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศสมาชิกได้มีการค้าเสรีมากขึ้น ซึ่งจะทำได้ง่ายกว่าการที่จะทำการค้าเสรีทั่วโลก เขตการค้าเสรี ASEAN ก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน ดังนั้นกลุ่มประเทศซึ่งอยู่ในภูมิภาค ASEAN จึงพยายามร่วมมือกันเองภายในกลุ่มเพื่อลดภาษีและอุปสรรคทางการค้าภายในภูมิภาคของตนให้เหลือน้อยที่สุด การค้าจะได้เป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น

ประเทศสมาชิกสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of Southeast Asian Nations : ASEAN) หรือ ASEAN ดั้งเดิม 6 ประเทศ ได้แก่ บรูไน ดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์

สิงคโปร์ และไทย ได้ประกาศจัดตั้งเขตการค้าเสรี ASEAN หรือ AFTA ในเดือนมกราคม 1992 โดยความริเริ่มของนายอานันท์ ปันยารชุน นายกรัฐมนตรีของไทยในขณะนั้น ต่อมามีสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้นอีก 4 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม (1995) ลาว และพม่า (1997) และกัมพูชา (1999) รวมประชากร ASEAN ทั้งสิ้น 500 ล้านคน

ASEAN มีความตกลง 2 ฉบับ ที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการดำเนินงาน AFTA ได้แก่ ความตกลงแม่บทว่าด้วยการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจของ ASEAN (Framework Agreement on Enhancing Asean Economic Cooperation) ที่ใช้เป็นกรอบการดำเนินการความร่วมมือทางเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ และความตกลงว่าด้วยอัตราภาษีพิเศษที่เท่ากันสำหรับเขตการค้าเสรี ASEAN หรือเรียกสั้น ๆ ว่า ความตกลง CEPT [Agreement on the Common Effective Preferential Trariff (CEPT) Scheme for the ASEAN Free Trade Area (AFTA)] ที่ใช้เป็นกลไกในการดำเนินงานเขตการค้าเสรี ASEAN

วัตถุประสงค์ของ AFTA

1) ส่งเสริมให้การค้าใน ASEAN ขยายตัวมากขึ้น เพราะที่ผ่านมาแม้เป็นประเทศใกล้ชิดกัน แต่การค้าระหว่างกันยังน้อยมาก ส่วนใหญ่จะไปค้าขายกับประเทศใหญ่ ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ยุโรปตะวันตก เป็นต้น AFTA จึงมุ่งหมายให้เกิดการขยายการค้าภายในให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

2) ขยายโอกาสการลงทุนในภูมิภาค ทั้งนี้เพราะการรวมกันเป็นเขตการค้าเสรี ทำให้ภาษีลดต่ำลงจะเอื้ออำนวยให้การลงทุนจากประเทศที่สามเข้ามาใน ASEAN มากขึ้น เพราะถ้ามาลงทุนในประเทศหนึ่งก็สามารถผลิตสินค้าไปขายในประเทศ ASEAN อื่นได้ โดยไม่เสียภาษี หรือเสียภาษีต่ำมาก ทั้งนี้ ASEAN รวมกันแล้วจะมีประชากรถึงประมาณ 500 ล้านคน ซึ่งนับว่าเป็นตลาดที่ใหญ่มาก อีกทั้งยังมีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจค่อนข้างสูง

3) ขณะนั้นการแข่งขันทางการค้าในโลกเริ่มเข้มข้นมากขึ้น และมีการเจรจารอบอุรุกวัย ภายใต้ WTO ซึ่ง ASEAN เห็นว่าถ้าได้เปิดเสรีกันในกลุ่มเล็กก่อน ก็จะช่วยให้เกิดการเตรียมตัวและความพร้อมก่อนเข้า WTO ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความสามารถแข่งขันให้มากขึ้น

ประเทศสมาชิกจะลดภาษีศุลกากรระหว่างกันลงเหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 10 ปี นับจากเริ่มดำเนินการและยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณของสินค้าหนึ่ง ๆ ทันทีที่สินค้านั้นได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรจากประเทศสมาชิกอื่น แล้วยกเลิกมาตรการกีดกันทางการค้าที่มิใช้ภาษีอื่น ๆ ภายในเวลา 5 ปีต่อมา ทั้งนี้กำหนดเวลาในการลดภาษีจะแตกต่างกันระหว่างสมาชิกดั้งเดิม 6 ประเทศ และสมาชิกใหม่ 4 ประเทศ เนื่องจากสมาชิกใหม่เข้าร่วมใน AFTA ช้ากว่า

ข้อผูกพันทางด้านภาษี

1) สินค้าอุตสาหกรรมและเกษตรแปรรูป แบ่งออกเป็น 2 บัญชี

บัญชีลดภาษี (Inclusion List : IL) แยกเป็น 2 ประเภท

- สินค้าเร่งลดภาษี (Fast Track) จะต้องลดภาษีเหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 7 ปี (ภายในวันที่ 1 มกราคม 2000 สำหรับสมาชิกเดิม และ 1 มกราคม 2003-2007 สำหรับสมาชิกใหม่) ประกอบด้วยสินค้า 15 กลุ่ม ได้แก่ น้ำมันพืช เคมีภัณฑ์ ปุ๋ย ผลิตภัณฑ์ยาง เยื่อกระดาษ ผลิตภัณฑ์เซรามิค และแก้ว แคโทดที่ทำจากทองแดง เฟอร์นิเจอร์ไม้และหวาย ปูนซีเมนต์ เภสัชภัณฑ์ พลาสติก ผลิตภัณฑ์หนัง สิ่งทอ อัญมณี และเครื่องประดับ และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์

- สินค้าลดภาษีปกติ (Normal Track) จะต้องลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 10 ปี (1 มกราคม 2003 สำหรับสมาชิกเดิม และ 1 มกราคม 2006 - 2010 สำหรับสมาชิกใหม่)

บัญชียกเว้นลดภาษีชั่วคราว (Temporary Exclusion List : TEL) สมาชิกสามารถขอยกเว้นการลดภาษีชั่วคราวได้ โดยนำสินค้าไว้ในบัญชียกเว้นลดภาษีชั่วคราว แต่ต้องทยอยนำเข้ามาในบัญชีลดภาษีปีละ 20% ของจำนวนรายการที่ขอยกเว้นทั้งสิ้น โดยเริ่มนำเข้ามาช้ากว่าสินค้าในบัญชีลดภาษี 3 ปี และลดภาษีเหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 7 ปี (ลดภาษี 1 มกราคม 1996 -1 มกราคม 2003 สำหรับสมาชิกเดิม และ 1 มกราคม 1999-2003 ถึง 1 มกราคม 2006-2010 สมาชิกใหม่)

2) สินค้าเกษตรไม่แปรรูป

สินค้าเกษตรไม่แปรรูป เริ่มนำเข้ามาลดภาษีช้ากว่าสินค้าอุตสาหกรรมและเกษตรแปรรูป คือ เริ่มในปี 1996 (สมาชิกเดิม) และปี 1999 - 2000 (สมาชิกใหม่) แต่จะต้องสิ้นสุดพร้อมกันกับสินค้าอุตสาหกรรมและเกษตรแปรรูป คือ ในปี 2003 (สมาชิกเดิม) และปี 2006-2010 (สมาชิกใหม่) ยกเว้นสินค้าอ่อนไหว และอ่อนไหวสูง ทั้งนี้การลดภาษีแบ่งออกเป็น 3 บัญชี

- บัญชีลดภาษี (Inclusion List : IL) ประเทศสมาชิกต้องลดภาษีสินค้าในบัญชีนี้ลงเหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 7 ปี (1 มกราคม 1996-1 มกราคม 2003 สำหรับสมาชิกเดิม และ 1 มกราคม 1999-2003 ถึง 1 มกราคม 2006-2010 สำหรับสมาชิกใหม่)

- บัญชียกเว้นลดภาษีชั่วคราว (Temporary Exclusion List : TEL) ประเทศสมาชิกสามารถขอยกเว้นการลดภาษีสินค้าเกษตรไม่แปรรูปเป็นการชั่วคราวได้ แต่ต้องทยอยนำสินค้าในบัญชีนี้เข้ามาลดภาษีในแต่ละปีเป็นจำนวนเท่าๆ กัน และลดภาษีเหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 6 ปี โดยเริ่มลดภาษีช้ากว่าสินค้าใน IL 1ปี และสิ้นสุดพร้อมกับ IL

- บัญชีอ่อนไหว (Sensitive List : SL) จะนำเข้ามาลดภาษีช้าที่สุด และต้องลดภาษีเหลือร้อยละ 0-5 ภายในเวลา 10 ปี รวมทั้งมีมาตรการพิเศษอื่น ๆ ยกเว้นสินค้าอ่อนไหวสูง (Highly Sensitive List : HSL) คือ ข้าว ซึ่งมีอัตราภาษีสุดท้ายสูงกว่าร้อยละ 5 และมีมาตรการคุ้มกันพิเศษได้ โดยมี 3 ประเทศที่มีสินค้าอ่อนไหวสูง ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ อินโดนีเซียยังไม่ได้แจ้งปีเริ่มต้นลดภาษี แต่จะลดภาษีลงเหลือร้อยละ 20 ภายในวันที่ 1 มกราคม 2010 มาเลเซียจะนำข้าวเข้ามาลดภาษีในปี 2001 และลดภาษีข้าวเหลือร้อยละ 20 ภายใน 2010 ส่วนฟิลิปปินส์จะนำข้าวเข้ามาลดภาษีในปี 2005 และเสนอจะลดภาษีเหลือร้อยละ 70 ภายในปี 2010 ซึ่งสมาชิก ASEAN เห็นว่าเป็นอัตราที่สูงเกินไป จึงจะต้องมีการเจรจาในเรื่องนี้อีกต่อไป

ผลการดำเนินการของ AFTA ประเทศในกลุ่ม ASEAN ได้ตกลงที่จะเร่งรัดการดำเนินงานทั้งในด้านการลดภาษี และการยกเลิกมาตรการที่มิใช่ภาษี ดังนี้

1) สมาชิก ASEAN เดิม 6 ประเทศ จะเร่งรัดการลดภาษีเหลือร้อยละ 0-5 สำหรับสินค้าทุกรายการในบัญชีลดภาษี (IL) จากเดิมปี 2003 เป็น 2002 และดำเนินการเป็นขั้นตอนโดยลดภาษีเหลือร้อยละ 0-5 จำนวนร้อยละ 85 ของจำนวนรายการใน IL ในปี 2000 แล้วเพิ่มเป็นร้อยละ 90 และร้อยละ 100 ของจำนวนรายการใน IL ในปี 2001 และ 2002 ตามลำดับ ทั้งนี้ในปี 2002 สามารถยืดหยุ่นได้ คือ ลดภาษีสินค้าให้มากรายการที่สุด เหลือร้อยละ 0-5 ที่เหลือจึงนำไปลดในปี 2003

2) สมาชิกใหม่จะพยายามลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0-5 ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ภายในปี 2003 สำหรับเวียดนาม และปี 2005 สำหรับลาวและพม่า และกัมพูชาจะดำเนินการลดภาษีให้เร็วที่สุด

3) ประเทศสมาชิกจะลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0 ทุกรายการในบัญชีลดภาษี (Inclusion List : IL) โดยไม่รวมถึงสินค้าเกษตรไม่แปรรูปที่อ่อนไหว ภายในปี 2010 สำหรับสมาชิกเดิม 6 ประเทศ และภายในปี 2015 สำหรับประเทศสมาชิกใหม่ 4 ประเทศ ยกเว้นสินค้าอ่อนไหวบางรายการของสมาชิกใหม่ที่ให้ลดภาษีเหลือ 0% ภายในปี 2018 ได้ ดังนั้นสมาชิกเดิมจะต้องลดภาษีสินค้าให้เหลือร้อยละ 0 เป็นจำนวนร้อยละ 60 ของจำนวนรายการในบัญชีลดภาษีก่อนภายในวันที่ 1 มกราคม 2003

4) ประเทศสมาชิกจะนำสินค้าที่ยังไม่มีการลดภาษีเข้ามาลดภาษีให้มากที่สุด เช่น สินค้าในบัญชียกเว้นลดภาษีชั่วคราว บัญชียกเว้นทั่วไป เป็นต้น

5) AFTA ดำเนินการยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณและมาตรการที่มิใช่ภาษีอื่น ๆ ซึ่งกฎเกณฑ์ของความตกลง CEPT กำหนดว่าเมื่อสินค้าหนึ่ง ๆ ได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี (อัตราภาษีลดลงเหลือร้อยละ 20) ก็ต้องยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณนำเข้าทันที และทยอยยกเลิกมาตรการที่มิใช่ภาษีอื่น ๆ ภายในเวลา 5 ปี ในเรื่องนี้ ASEAN ได้ยกเลิกการเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษ ตั้งแต่สิ้นปี 1996 และกำลังดำเนินการปรับประสานมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม 20 รายการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์ไฟฟ้า รวมทั้งได้จัดทำความตกลงยอมรับร่วมรายสาขาสำหรับผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ และกำลังจัดทำความตกลงการยอมรับร่วมรายสาขาสำหรับสินค้าเครื่องสำอาง ยา และอาหาร (Prepared Food Stuff)

6) ASEAN กำลังดำเนินการอย่างจริงจัง เพื่อยกเลิกอุปสรรคทางการค้าที่มิใช่ภาษีใน ASEAN โดยให้มีกระบวนการแจ้งข้ามประเทศ (Cross-Notification) ซึ่งประเทศสมาชิกและภาคเอกชนสามารถแจ้งมาตรการที่มิใช่ภาษีที่ประเทศอื่น ๆ ใช้อยู่ต่อสำนักเลขาธิการ ASEAN เพื่อรวบรวมตรวจสอบแล้วให้ประเทศสมาชิกที่ถูกแจ้งและดำเนินการยกเลิกต่อไป หากพบว่าเป็นอุปสรรคทางการค้าและไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติของความ

ตกลง AFTA

ผลกระทบของข้อตกลง AFTA ที่มีต่อประเทศไทย

ผลด้านบวก

1) สินค้าออกส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้น ช่วยเพิ่มรายได้เงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้ การส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยให้สาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ มีรายได้และมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น

สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมาก

- สินค้าเกษตร เช่น กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ไก่แปรรูป นมและผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผลิตภัณฑ์ยาง ไขมันจากพืช และสัตว์ เป็นต้น

- สินค้าเกษตรแปรรูป เช่น เครื่องอาหารทะเลแปรรูป อาหารทะเลกระป๋อง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่นเช่น ๆ อาหารสัตว์ สิ่งปรุงรสอาหาร เป็นต้น

- สินค้าอุตสาหกรรม เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ กระดาษ เยื่อกระดาษและผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติก ทองแดงและของทำด้วยทองแดง เครื่องมือแพทย์อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบ ส่วนประกอบที่ใช้มอเตอร์ไฟฟ้า วงจรพิมพ์ แผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น

2) อัตราภาษีที่ลดลงทำให้สินค้านำเข้ามีราคาถูกลง ส่งผลให้มีการนำเข้าสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะสินค้าทุน วัตถุดิบ และสินค้ากึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น ช่วยให้การผลิตขยายตัวและต้นทุนการผลิตลดลง ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ทั้งที่อยู่ในภาคเกษตร และภาคอุตสาหกรรม สินค้าทุน วัตถุดิบ และสินค้ากึ่งสำเร็จรูปที่มีมูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่

เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ เครื่องจักรใช้ในอุตสาหกรรม เครื่องจักรใช้ในการเกษตร หลอดและท่อโลหะ เยื่อกระดาษ และเศษกระดาษ กุ้งสด แช่เย็นแช่แข็ง ด้ายทอผ้า และด้ายเส้นเล็ก หนังดิบและหนังฟอก ยากำจัดศัตรูพืช ไขมันและน้ำมันพืช ปลาป่น และสัตว์อื่น ๆ ป่น

3) ผู้บริโภคจะได้ประโยชน์จากการที่สินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาถูกลง โดยมีสินค้าที่มีคุณภาพและรูปแบบหลากหลายให้เลือกซื้อมากขึ้น สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีมูลค่านำเข้าเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า สบู่ ผงซักฟอก และเครื่องสำอาง ธัญพืชและธัญพืชสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์นม สิ่งพิมพ์ เครื่องแต่งเรือน เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด ของเล่น เครื่องเล่นกีฬาและเครื่องเล่นเกมส์ ผักผลไม้ และของปรุงแต่งที่ทำจากผลไม้ กาแฟ ชา เครื่องเทศ

4) ประเทศไทยจะเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ทั้งนี้เป็นผลจากการที่ ASEAN ได้กลายเป็นตลาดการค้าเสรีที่มีขนาดใหญ่ มีประชากรเกือบ 500 ล้านคน จึงเป็นที่สนใจของนักลงทุนต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน และตั้งอยู่ในศูนย์กลางภูมิภาคนี้

ผลด้านลบ

1) การลดภาษีดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในประเทศที่มีประสิทธิภาพการผลิตต่ำ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ไม่มีศักยภาพในการปรับตัวเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หรือ อุตสาหกรรมที่ต้องใช้เวลาในการปรับตัวนานมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมเหล่านี้จะไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากประเทศ ASEAN ที่มีราคาถูกกว่าได้ ผลกระทบดังกล่าวนี้จะเกิดขึ้นกับทั้งอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อส่งออก โดยเฉพาะสินค้าสำเร็จรูปบางชนิด เช่น น้ำมันพืช ผ้าผืน เส้นด้าย เส้นใยประดิษฐ์เหล็ก เครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์บางชนิด เคมีภัณฑ์ เป็นต้น

2) สินค้าที่ได้รับผลกระทบจากการลดภาษีใน AFTA อีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ สินค้าสำเร็จรูปที่มีการลดภาษีใน AFTA แล้ว แต่เป็นสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบนำเข้าจากนอก ASEAN ซึ่งมีอัตราภาษีอยู่ในระดับสูง เช่น วัตถุดิบของเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันมีอัตราภาษีอยู่ที่ร้อยละ 20-30 วัตถุดิบประเภทวัสดุสิ้นเปลืองที่นำมาผลิตเฟอร์นิเจอร์ (กาว เคมีภัณฑ์ เหล็ก สีวีเนียร์ อุปกรณ์ต่าง ๆ) อัตราภาษีอยู่ที่ร้อยละ 20 เคมีภัณฑ์และวัสดุประกอบสินค้าเครื่องหนังและรองเท้า มีอัตราภาษีอยู่ที่ร้อยละ 10-40 จากอัตราภาษีวัตถุดิบที่สูงดังกล่าวทำให้ต้นทุนการผลิตสูง และสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตภายในประเทศมีราคาแพงกว่าสินค้าสำเร็จรูปที่นำเข้าจาก ASEAN จึงไม่สามารถแข่งขันได้ จึงควรเร่งรัดการปรับโครงสร้างอัตราภาษีตามขั้นตอนการผลิตให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

10.4 กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่าง ASEAN กับ จีน (ASEAN + China)

ในการประชุม ASEAN - China เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2545 ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา ผู้นำ ASEAN 10 ประเทศ และผู้นำจีนได้ร่วมลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ASEAN - China (Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and China)

กรอบความตกลงดังกล่าวเป็นแนวทางสำหรับการเจรจาจัดตั้งเขตการค้าเสรี ASEAN - China โดยครอบคลุมการเปิดเสรีการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุน รวมทั้งความร่วมมือด้านเศรษฐกิจในสาขาต่าง ๆ โดยสำหรับสินค้านั้น จะเริ่มลดภาษีภายในวันที่ 1 มกราคม 2005 และเสร็จสมบูรณ์ภายในปี 2010 สำหรับ ASEAN เดิม 6 ประเทศ และภายในปี 2015 สำหรับ ASEAN ใหม่ (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม) ทั้งนี้กำหนดให้มีการเริ่มลดภาษีสินค้ากลุ่มแรกลงโดยเร็ว (Early Harvest) โดยครอบคลุม

สินค้าภายใต้พิกัด 01-08 ที่สำคัญ เช่น สัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ ปลา และอาหารทะเล ผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์นม เป็นต้น โดยได้กำหนดให้ลดภาษีภายใน 1 มกราคม 2004 และลดลงเป็นร้อยละ 0 ภายใน 3 ปี (ปี 2006) สำหรับประเทศ ASEAN เดิม 6 ประเทศ และจีน ส่วน ASEAN ใหม่ให้ยืดหยุ่นได้ถึงปี 2010

สำหรับรายการลดภาษีสินค้ากลุ่มแรกของไทย (Early Harvest) ได้แก่ สินค้าทุกรายการภายใต้พิกัด 01-08 และเพิ่มสินค้าเฉพาะ (Specific Products) จำนวน 2 รายการ ได้แก่ ถ่านหินแอนทราไซต์ และถ่านหินโค้ก และ เซมิโค้ก

เมื่อพิจารณารายการสินค้าใน Early Harvest Package ที่ประเทศไทยตกลงกับจีนมีประเด็นสำคัญ คือ เป็นการทำความตกลงลดภาษีสินค้าเกษตร ซึ่งมีความแตกต่างจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่มักจะมีปัญหาอย่างมากในการเจรจาลดภาษีสินค้าเกษตร ทำให้เกิดโอกาสการทำความตกลงรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ASEAN - China มีแนวโน้มในทางที่ดี ประเทศไทยจึงให้ความสนใจ และคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์มาจากการรวมกลุ่ม ASEAN - China ดังกล่าว สำหรับในปีต่อไปจะมีการพิจารณาถึง Early Harvest ในภาคบริการและอื่น ๆ เพิ่มเติม ทั้งนี้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศไทยที่มุ่งหวังไปที่ภาคบริการ (โดยเฉพาะการท่องเที่ยว) และการลงทุน

อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนการเจรจาต่อ ๆ ไป จะมีประเด็นปัญหาสำคัญที่จะทำให้เกิดความล่าช้า คือ การหาผลประโยชน์ร่วมกันจะทำได้ยากขึ้นเรื่อย ๆ และอาจได้ประโยชน์แลกเปลี่ยนที่ไม่เท่าเทียมกัน นอกจากนั้นประเทศไทยยังมีความสนใจที่ไม่คอยตรงกับสมาชิกอื่นของ ASEAN ทำให้ท่าทีของประเทศไทยแตกต่างจากประเทศ ASEAN อื่น นอกจากนี้ยังมีปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น เนื่องจากการที่นโยบายของประเทศไทยต้องการการเปิดเสรีมากกว่าหลายประเทศใน ASEAN โดยเฉพาะด้านเกษตร

10.5 ผลประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน

ผลกระทบจากข้อตกลงระหว่างประเทศไทยและจีน ภายใต้กรอบ WTO

ประเทศไทยและจีนได้มีข้อตกลงร่วมกันภายใต้กรอบ WTO เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2543 ได้เปิดตลาดบริการท่องเที่ยวในสาขาที่สำคัญ 2 สาขา ได้แก่ โรงแรมและภัตตาคาร และการท่องเที่ยว โดยมีสาระที่สำคัญและมีผลโดยตรงต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สรุปได้ดังนี้

1) โรงแรมและภัตตาคาร

- อนุญาตให้ผู้ให้บริการต่างชาติเข้ามาจัดตั้ง (Construct) และดำเนินธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารในจีนได้ในลักษณะของการร่วมทุน (Joint Venture) โดยให้ต่างชาติเข้ามาถือหุ้นรายใหญ่ได้

- หลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ 4 ปี จะอนุญาตให้ต่างชาติเปิดสาขาย่อย โดยเป็นเจ้าของได้ 100% (Wholly-Foreign Owned Subsidiaries)

- ไม่ผูกพันให้บุคคลธรรมดาเข้าไปประกอบอาชีพธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ยกเว้น การเคลื่อนย้ายชั่วคราวของผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริหารอาวุโส ซึ่งมีสัญญากับบริษัทร่วมทุนของโรงแรม และภัตตาคารในจีน รวมทั้งยินยอมให้มีการเคลื่อนย้ายชั่วคราวของพ่อครัว (Chef) ตามที่ไทยเรียกร้อง

2) บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (Travel Agency and Tour Operator)

จีนอนุญาตให้ต่างชาติเข้ามาร่วมทุนกับจีนในการจัดตั้งบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว และผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวในเขตที่พักตากอากาศ (Holiday

Resort) ซึ่งรัฐบาลจีนกำหนดไว้ และในเมืองปักกิ่ง เซียงไฮ้ กวางโจว และซีอานได้ โดยกำหนดเงื่อนไขดังนี้

- เป็นบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว และผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวตากอากาศ (Holiday Travel Business) และมีผลตอบแทนประจำปี (Annual Turnover) เกินกว่า 40 ล้านเหรียญสหรัฐ

- ทุนจดทะเบียนของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว และผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวร่วมทุนต้องไม่น้อยกว่า 4 ล้านเหรียญสหรัฐ ขอบเขตธุรกิจของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว และผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว

- ขอบเขตธุรกิจของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ การบริการด้านท่องเที่ยว และสถานที่พักในโรงแรมแก่นักท่องเที่ยวในประเทศและต่างชาติ ซึ่งดำเนินการโดยตรงกับผู้ประกอบธุรกิจด้านขนส่งและโรงแรมในจีน, การประกอบธุรกิจทัวร์ภายในจีนสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างชาติ และการบริการด้านเช็คเดินทาง (Traveller Cheque) ภายในจีน

หลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ 3 ปี จีนจะอนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นรายใหญ่ได้ และหลังจากจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO ได้ 6 ปี จีนจะอนุญาตให้ต่างชาติเปิดสาขาย่อย โดยถือหุ้นได้ 100% และจีนจะยกเลิกข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ (Geographies Restrictions) แต่อย่างไรก็ตาม จีนยังไม่อนุญาตให้บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว และผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวร่วมทุนหรือ บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว ซึ่งต่างชาติเป็นเจ้าของนำนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปยังต่างประเทศรวมทั้งฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวัน

ผลประโยชน์ที่ไทยได้รับจากความตกลงระหว่างไทยกับจีน ที่สำคัญ ได้แก่

1) นักลงทุนไทยในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร สามารถเข้าไปร่วมลงทุนกับจีนในธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไทยที่เข้าไปเที่ยวในจีนประมาณปีละ 99,000 คน และยังไม่รวมนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ

2) ส่วนธุรกิจภัตตาคาร เป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงนัก จะเป็นโอกาสดีที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปดำเนินกิจการในจีน เนื่องจากอาหารไทยเป็นที่นิยมทั่วโลกอยู่แล้ว

3) บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จีนอนุญาตให้ต่างชาติเข้าไปร่วมลงทุนกับจีน เพื่อเปิดบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว จึงเป็นโอกาสดีที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้คนจีนมาท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจีนนิยมมาเที่ยวไทยสูงเป็นลำดับต้น ๆ ประมาณปีละ 7 แสนกว่าคน และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยคนละ 4 พันบาทต่อวัน

ผลกระทบที่ประเทศไทยได้รับจากข้อตกลงระหว่างประเทศจีนและประเทศอื่น ๆ ภายใต้กรอบ WTO ที่สำคัญ ได้แก่

1) เมื่อจีนเข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว ข้อเสนอการเปิดตลาดการค้าบริการซึ่งจีนเสนอให้กับสมาชิก WTO อื่น ๆ ก็ต้องให้แก่ไทยด้วยตามหลักการ MFN เช่น การที่จีนมีการผ่อนคลายข้อจำกัดด้านการถือหุ้น ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งการขยายขอบเขตการประกอบธุรกรรมในสาขาบริการของจีนให้แก่สหรัฐมากขึ้น หรือทัดเทียมกับผู้ประกอบการของจีน เช่น บริการจัดจำหน่ายและท่องเที่ยว จะเป็นโอกาสผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจในจีนได้มากขึ้น โดยเฉพาะในโครงการที่ไทยได้เข้าไปลงทุนในจีนอยู่แล้ว

2) นอกจากนี้ ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการไทยในการที่จะเร่งรัดพัฒนาตนเองให้สามารถเข้าไปแข่งขันเพื่อประกอบธุรกิจในจีนได้มากขึ้น แม้ว่าในบางสาขาบริการ เช่น ธนาคาร ประกันภัย และบริการด้านบัญชี เป็นต้น (ผู้ประกอบการไทยอาจยังไม่มีความพร้อมในการแข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว) แต่ก็สามารถออกไปให้บริการแก่นักธุรกิจไทยที่จะเข้าไปลงทุนในจีนมากขึ้นได้

10.6 ตารางพันธกรณีของไทยต่อข้อผูกพันกรอบเจรจาการค้าระหว่างประเทศของไทย

จากข้อตกลงทั้งในระดับพหุภาคีและทวิภาคีข้างต้น สรุปได้เป็นตารางพันธกรณีในระยะ 18 ปี ข้างหน้า ดังนี้

ตารางที่ 10.1 ข้อตกลงและพันธกรณีของกรอบการเจรจาการค้าของประเทศไทย

วัน เดือน ปี		ข้อตกลง
1 มกราคม 2545	WTO	- ลดการอุดหนุนการผลิตสินค้าเกษตร (การอุดหนุนภายใน) ให้ไม่เกิน 19,648.25 ล้านบาท
	ASEAN	- ลดภาษีสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมลงเหลือร้อยละ 0-5 เพิ่มขึ้นจากปี 2001 อีก 713 รายการ รวมเป็นทั้งสิ้น 8,915 รายการ
		- ยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณการนำเข้า (QR) ทันทีที่ไทยได้รับประโยชน์ในสินค้านั้นจากสมาชิก ASEAN อื่น ๆ ที่มิใช่ภาษี (Non Tariff Barrier : NTBs) ภายใน 5 ปี นับจากวันที่ไทยได้รับสิทธิประโยชน์ดังกล่าว
1 มกราคม 2546	WTO	- ลดการอุดหนุนการผลิตสินค้าเกษตร (อุดหนุนภายใน) ให้ไม่เกิน 19,338.25 ล้านบาท
	ASEAN	- ลดภาษีสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมลงเหลือร้อยละ 0-5 เพิ่มขึ้นจากปี 2002 อีก 188 รายการ รวมเป็นทั้งสิ้น 9,103 รายการสินค้าที่มีการลดอัตราภาษีทั้งสิ้นประกอบด้วยสินค้าในหมวดที่ 1-97

วัน เดือน ปี		ข้อตกลง
		- ยกเลิกมาตรการกำจัดปริมาณการนำเข้า (QR) ทันทีที่ไทยได้รับสิทธิประโยชน์ในสินค้านั้นจากสมาชิก ASEAN อื่นๆ และยกเลิกมาตรการที่เป็นอุปสรรคทางการค้าที่มิใช่ภาษี (Non Tariff Barrier : NTBs) ภายใน 5 ปี นับจากวันที่ไทยได้รับสิทธิประโยชน์ดังกล่าว
		- เปิดเสรีการลงทุน (AIA) ในอุตสาหกรรมต่างๆ และให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติในบัญชีที่ขอยกเว้นชั่วคราวแก่นักลงทุนใน ASEAN
1 มกราคม 2547	**WTO**	- ลดการอุดหนุนการผลิตสินค้าเกษตร (การอุดหนุนภายใน) ให้ไม่เกิน 19,028.48 ล้านบาท
1 มกราคม 2548	**WTO**	- ลดภาษีสินค้าสารสนเทศ จำนวน 37 รายการลงเป็นอัตราร้อยละศูนย์ เช่น เครื่อง Fax, เครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดกระเป๋า และเคเบิลใยแก้ว เป็นต้น
	ASEAN	- เร่งรัดขั้นตอนที่เกี่ยวกับกิจกรรมโทรคมนาคม อันได้แก่ การพัฒนาและปฏิบัติตามข้อตกลงการยอมรับร่วมกันในด้านมาตรฐานห้องทดสอบสำหรับสินค้าโทรคมนาคม
1 มกราคม 2553	**ASEAN**	- ลดภาษีสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมลงเหลือร้อยละ 0-5 เพิ่มขึ้นอีก 7 รายการ รวมเป็นทั้งสิ้น 9,110 รายการ ประกอบด้วยสินค้าไม้ตัดดอก มันฝรั่ง มะพร้าวแห้ง และกาแฟ
	APEC	- ประเทศพัฒนาแล้วจะต้องเปิดเสรีทางการค้า และการลงทุนอย่างสมบูรณ์
1 มกราคม 2563	**ASEAN**	- เปิดเสรีการลงทุน (AIA) ในอุตสาหกรรมต่างๆ และให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติแก่นักลงทุนนอก ASEAN
	APEC	- ทุกประเทศจะต้องเปิดเสรีทางการค้า และการลงทุนอย่างสมบูรณ์

ภาคผนวก

ตาราง ก – 1 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจ ปี 2540 – 2545

ประเภท	ปี 2540					ปี 2545				
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม
1. ภาคการผลิต	**286,471**	**4,985**	**291,456**	**2,414**	**293,870**	**351,207**	**5,599**	**356,806**	**1,396**	**358,202**
1. อาหารและเครื่องดื่ม	52,992	628	53,620	384	54,004	98,979	680	99,659	193	99,852
2. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	3,944	21	3,965	7	3,972	539	5	544	3	547
3. สิ่งทอ	56,552	391	56,943	261	57,204	57,873	512	58,385	171	58,556
4. เครื่องแต่งกาย	59,276	382	59,658	196	59,854	69,831	430	70,261	168	70,429
5. เครื่องหนัง กระเป๋าและรองเท้า	3,925	161	4,086	94	4,180	4,090	156	4,246	54	4,300
6. ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ยกเว้นเฟอร์นิเจอร์	31,942	227	32,169	55	32,224	44,512	252	44,764	22	44,786
7. กระดาษและผลิตภัณฑ์	1,359	137	1,496	60	1,556	1,368	172	1,540	30	1,570
8. การพิมพ์โฆษณา การพิมพ์	4,554	136	4,690	31	4,721	4,650	131	4,781	28	4,809
9. ปิโตรเลียมถ่านโค้กและเชื้อเพลิง	323	13	336	8	344	60	18	78	10	88
10. เคมี	1,348	311	1,659	120	1,779	1,731	408	2,139	78	2,217
11. ยางและพลาสติก	3,358	520	3,878	232	4,110	3,072	573	3,645	96	3,741
12. ผลิตภัณฑ์จากแร่อโลหะ	11,241	414	11,655	137	11,792	9,250	311	9,561	48	9,609
13. โลหะขั้นมูลฐาน	1,360	135	1,495	51	1,546	1,527	188	1,715	35	1,750
14. โลหะประดิษฐ์	21,670	403	22,073	116	22,189	25,007	409	25,416	50	25,466
15. เครื่องจักรและอุปกรณ์	2,784	214	2,998	91	3,089	4,461	233	4,694	57	4,751
16. เครื่องจักรสำนักงาน	31	15	46	27	73	30	5	35	6	41

ประเภท	ปี 2540					ปี 2545				
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม
17. เครื่องจักรและเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า	2,655	139	2,794	83	2,877	843	156	999	40	1,039
18. เครื่องอุปกรณ์วิทยุ ทีวีและการสื่อสาร	169	63	232	105	337	335	150	485	77	562
19. อุปกรณ์ทางการแพทย์, การวัดความเที่ยง	186	30	216	23	239	283	31	314	20	334
20. ยานยนต์และชิ้นส่วน	7,962	184	8,146	107	8,253	831	225	1,056	52	1,108
21. อุปกรณ์การขนส่งอื่น ๆ	520	58	578	28	606	624	56	580	12	92
22. เฟอร์นิเจอร์	18,210	400	18,610	197	18,807	21,186	497	21,683	146	21,829
23. วัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์เก่า	110	3	113	1	114	125	1	126	-	126
2.ภาคการค้า	**300,174**	**3,171**	**303,345**	**1,497**	**304,842**	**776,297**	**5,354**	**781,651**	**2,286**	**783,937**
2.1 การค้าส่ง	23,922	1,426	25,348	713	26,061	47,775	1,283	49,058	618	49,676
2.2 การค้าปลีก	276,252	1,745	277,997	784	278,781	728,522	4,071	732,593	1,668	734,261
3.ภาคบริการ	**202,987**	**1,245**	**204,232**	**257**	**204,489**	**498,701**	**2,269**	**500,970**	**387**	**501,357**
1. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	16,876	140	17,016	22	17,038	46,785	105	46,890	29	46,919
2. ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร	76,936	626	77,562	138	77,700	179,344	804	180,148	165	180,313
3. ธุรกิจบริการธุรกิจ	20,458	302	20,760	66	20,826	45,045	448	45,493	96	45,589
4. ธุรกิจบริการด้านสันทนาการ	6,017	63	6,080	16	6,096	17,523	232	17,755	19	17,774
5. ธุรกิจบริการการขนส่ง	29	2	31	-	31	81,674	219	81,893	35	1,928
6. ธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ	82,668	112	82,780	15	82,795	128,330	461	128,791	43	128,834
รวม	**789,632**	**9,401**	**799,033**	**4,168**	**803,201**	**1,626,205**	**13,222**	**1,639,427**	**4,069**	**1,643,496**

ตาราง ก - 2 จำนวนการจ้างงานจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจ ปี 2540 - 2545

ประเภท	ปี 2540					ปี 2545				
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม
1. ภาคการผลิต	**1,331,366**	**521,325**	**1,852,691**	**944,750**	**2,797,441**	**1,111,889**	**556,414**	**1,668,303**	**1,730,449**	**3,398,752**
1. อาหารและเครื่องดื่ม	227,240	65,775	293,015	149,550	442,565	262,394	68,144	330,538	346,675	677,213
2. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	17,712	1,950	19,662	3,350	23,012	1,777	409	2,186	5,511	7,697
3. สิ่งทอ	195,276	42,750	238,026	96,300	334,326	125,859	50,812	176,671	161,563	338,234
4. เครื่องแต่งกาย	227,588	39,600	267,188	79,150	346,338	166,006	44,391	210,397	159,377	369,774
5. เครื่องหนัง กระเป๋าและรองเท้า	30,783	16,800	47,583	37,750	85,333	28,323	15,292	43,615	85,325	128,940
6. ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ยกเว้นเฟอร์นิเจอร์	115,614	23,550	139,164	24,200	163,364	96,782	25,157	121,939	23,052	144,991
7. กระดาษและผลิตภัณฑ์	12,685	13,875	26,560	26,150	52,710	14,276	9,947	24,223	23,843	48,066
8. การพิมพ์โฆษณา การพิมพ์	35,154	13,725	48,879	11,550	60,429	32,416	12,157	44,573	18,049	62,622
9. ปิโตรเลียมถ่านโค้กและเชื้อเพลิง	3,101	1,425	4,526	4,000	8,526	1,184	1,816	3,000	5,572	8,572
10. เคมี	17,036	32,550	49,586	50,750	100,336	24,234	40,000	64,234	65,193	129,427
11. ยางและพลาสติก	38,378	55,875	94,253	93,200	187,453	38,904	57,028	95,932	117,820	213,752
12. ผลิตภัณฑ์จากแร่อโลหะ	82,463	41,850	124,313	51,150	175,463	60,825	29,234	90,059	65,348	155,407
13. โลหะขั้นมูลฐาน	12,200	13,725	25,925	18,600	44,525	14,773	19,835	34,608	24,252	58,860
14. โลหะประดิษฐ์	123,690	42,075	165,765	50,250	216,015	112,198	39,213	151,411	22,143	173,554
15. เครื่องจักรและอุปกรณ์	23,900	22,350	46,250	33,400	79,650	11,931	23,289	35,220	72,838	108,058
16. เครื่องจักรสำนักงาน	441	1,575	2,016	7,200	9,216	467	552	1,019	16,871	17,890

ประเภท	ปี 2540					ปี 2545				
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	SMEs	ขนาดใหญ่	รวม
17. เครื่องจักรและเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า	14,789	14,550	29,339	32,350	61,689	8,109	16,719	24,828	57,576	82,404
18. เครื่องอุปกรณ์วิทยุ ทีวีและการสื่อสาร	2,935	6,600	9,535	36,850	46,385	5,095	16,151	21,246	240,294	261,540
19. อุปกรณ์ทางการแพทย์, การวัดความเที่ยง	2,274	3,450	5,724	9,500	15,224	2,283	3,511	5,794	30,769	36,563
20. ยานยนต์และชิ้นส่วน	47,719	18,375	66,094	42,500	108,594	9,688	23,646	33,334	56,731	90,065
21. อุปกรณ์การขนส่งอื่น ๆ	4,472	6,300	10,772	9,650	20,422	4,640	5,795	10,435	16,343	26,778
22. เฟอร์นิเจอร์	94,806	42,375	137,181	77,000	214,181	88,571	53,264	141,835	115,304	257,139
23. วัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์เก่า	1,110	225	1,335	350	1,685	1,154	52	1,206	-	1,206
2.ภาคการค้า	**1,105,404**	**110,775**	**1,216,179**	**206,825**	**1,423,004**	**1,688,123**	**131,741**	**1,819,864**	**301,816**	**2,121,680**
2.1 การค้าส่ง	133,398	49,665	183,063	97,800	280,863	210,691	45,952	256,643	98,666	355,309
2.2 การค้าปลีก	972,006	61,110	1,033,116	109,025	1,142,141	1,477,432	85,789	1,563,221	203,150	1,766,371
3.ภาคบริการ	**865,725**	**123,000**	**988,725**	**104,200**	**1,092,925**	**1,288,105**	**213,945**	**1,502,050**	**211,540**	**1,713,590**
1. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	72,880	13,275	86,155	7,000	93,155	93,975	10,677	104,652	13,067	117,719
2. ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร	358,196	63,225	421,421	60,500	481,921	524,565	77,733	602,298	70,458	672,756
3. ธุรกิจบริการธุรกิจ	107,614	29,700	137,314	23,800	161,114	153,220	43,708	196,928	73,969	270,897
4. ธุรกิจบริการด้านสันทนาการ	36,327	6,000	42,327	6,450	48,777	79,797	20,506	100,303	12,401	112,704
5. ธุรกิจบริการการขนส่ง	259	150	409	-	409	129,311	20,021	149,332	15,345	164,677
6. ธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ	290,449	10,650	301,099	6,450	307,549	307,237	41,300	348,537	26,300	374,837
รวม	**3,302,495**	**755,100**	**4,057,595**	**1,255,775**	**5,313,370**	**4,088,117**	**902,100**	**4,990,217**	**2,243,805**	**7,234,022**

ตาราง ก – 3 ข้อมูลทางการเงินของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

หน่วย : บาท

ประเภทกิจการ	เครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป		รองเท้าและเครื่องหนัง		ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์	
ปี	2543	2544	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	44,166,737.90	53,791,834.17	64,526,765.54	73,355,687.22	60,383,227.44	66,886,460.48
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	981,813.54	1,114,066.11	1,016,669.52	729,886.96	1,261,881.66	1,907,565.64
รายได้รวม (1+2)	**45,148,551.44**	**54,905,900.27**	**65,543,435.06**	**74,085,574.17**	**61,645,109.10**	**68,794,026.12**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร						
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.ในสำนักงาน)	1,516,674.31	1,576,648.31	1,148,229.51	1,502,044.10	2,305,050.16	2,619,987.82
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	76,921.73	77,967.92	83,184.20	88,534.60	40,677.83	46,788.35
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	1,368,457.72	1,030,966.74	866,264.04	958,784.15	1,101,791.98	1,092,977.28
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	820.63	168.83	2,029.34	1,589.34	250.88	906.99
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	305,923.42	275,102.96	351,327.70	329,688.14	407,937.51	407,204.03
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	1,131,749.03	1,471,651.95	1,202,283.90	1,519,605.23	967,676.41	1,181,265.67
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	0.00	0.00	33,306.56	37,572.61	1,974.68	2,130.69
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	2,822.83	2,751.72	7,192.68	7,984.39	7,980.37	12,213.92
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่น ๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	3,058,441.42	3,507,811.33	3,601,275.16	3,653,317.17	4,346,035.53	4,208,254.61
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**7,461,811.08**	**7,943,069.76**	**7,295,093.08**	**8,099,119.74**	**9,179,375.35**	**9,571,729.36**
4. ต้นทุนการผลิต						
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	3,098,284.45	3,508,091.78	3,650,865.24	3,776,340.78	6,861,135.43	7,163,020.98

ประเภทกิจการ	เครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป		รองเท้าและเครื่องหนัง		ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์	
ปี	2543	2544	2543	2544	2543	2544
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
5. ต้นทุนการขาย	15,994,665.70	17,037,226.43	20,935,391.72	23,573,510.88	40,446,862.88	45,532,425.17
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	-15,924,213.59	-17,618,296.40	-175,190.91	66,491.37	564,972.51	1,001,989.05
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน						
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	21,352,086.02	45,424,432.20	6,124,224.97	7,556,545.07	14,032,122.15	15,860,876.40
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	73,188.31	70,896.78	213,770.39	171,906.04	631,425.60	666,511.15
7.3 สินทรัพย์ถาวร	109,352,562.87	84,077,685.33	2,603,727.72	2,434,430.80	3,910,133.11	3,794,191.06
7.3.1 ที่ดิน	77,066.35	77,066.35	0.00	0.00	0.00	0.00
7.3.2 อาคาร	461,580.78	453,192.22	763,276.82	722,776.43	94,845.07	89,825.48
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	108,813,915.73	83,547,426.77	1,840,239.82	1,711,654.37	3,814,987.03	3,704,365.58
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	0.00	0.00	211.08	0.00	301.01	0.00
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	21,325,234.64	13,381,427.61	441,097.46	438,235.73	644,084.01	659,473.83
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**152,103,071.84**	**142,954,441.92**	**9,382,820.55**	**10,601,117.64**	**19,217,764.86**	**20,981,052.43**
7.5 รวมหนี้สิน	85,738,993.44	78,946,327.68	6,668,385.30	7,592,595.73	13,046,547.59	13,928,785.56
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	66,364,078.40	64,008,114.24	2,714,435.24	3,008,521.91	6,171,217.27	7,052,266.87
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**152,103,071.84**	**142,954,441.92**	**9,382,820.55**	**10,601,117.64**	**19,217,764.86**	**20,981,052.43**

ตาราง ก – 4 ข้อมูลทางการเงินของธุรกิจบริการขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

หน่วย : บาท

ประเภทกิจการ	ธุรกิจโรงแรม		ธุรกิจค้าปลีก		ธุรกิจค้าส่ง	
ปี	2543	2544	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	27,664,481.47	29,468,323.64	23,173,794.53	26,532,493.48	47,786,437.55	55,599,519.54
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	2,825,969.19	2,872,092.75	159,503.99	257,523.47	803,220.27	581,253.10
รายได้รวม (1+2)	**30,490,450.66**	**32,340,416.38**	**23,333,298.52**	**26,790,016.95**	**48,589,657.82**	**56,180,772.64**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร						
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.ในสำนักงาน)	3,447,013.17	3,369,011.56	987,264.65	1,065,994.52	2,212,484.87	2,345,048.13
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	32,516.67	35,733.33	1,986.30	2,099.32	79,155.22	78,220.42
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	13,638,140.95	11,166,562.06	127,230.38	165,460.82	327,812.08	352,450.78
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	0.00	0.00	588.00	506.82	892.28	2,475.09
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	1,688,294.23	1,290,424.07	162,023.09	154,173.72	682,049.74	602,819.44
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	3,812,397.04	3,573,000.83	357,507.58	423,762.99	1,815,935.92	2,382,000.19
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	0.00	0.00	77.11	272.68	19,848.58	12,929.08
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	925.00	950.00	176.03	147.98	2,916.41	2,865.14
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่น ๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	9,368,908.40	12,618,054.02	843,439.32	1,244,331.44	2,120,197.93	2,387,759.58
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**31,988,195.46**	**32,053,735.88**	**2,480,292.45**	**3,056,750.29**	**7,261,293.03**	**8,166,567.85**
4. ต้นทุนการผลิต						
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ประเภทกิจการ	ธุรกิจโรงแรม		ธุรกิจค้าปลีก		ธุรกิจค้าส่ง	
ปี	2543	2544	2543	2544	2543	2544
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	72,895.92	72,895.92	98,975.83	97,720.47	72,992.93	72,992.93
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	1,875,317.54	1,554,122.24	2,503,002.12	2,255,120.41	1,868,132.78	1,840,842.68
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	29,437,596.24	37,682,167.45	46,915,334.88	52,162,880.93	23,531,970.57	28,321,336.38
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**34,484,094.16**	**42,817,277.39**	**53,168,178.06**	**58,292,062.59**	**32,334,231.70**	**37,398,192.97**
5. ต้นทุนการขาย	36,112,593.71	44,619,142.90	57,347,082.55	63,772,929.52	46,183,521.63	57,262,084.25
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	955,376.03	1,503,682.46	901,991.56	2,525,033.28	1,929,738.34	2,305,970.99
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน						
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	17,939,267.15	20,268,190.58	21,987,960.19	24,889,182.68	22,390,863.89	25,465,738.50
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	700,588.22	1,005,667.02	0.00	0.00	172,819.56	223,099.36
7.3 สินทรัพย์ถาวร	4,464,396.58	4,152,850.52	13,336,507.49	12,788,363.46	14,551,692.08	14,900,002.06
7.3.1 ที่ดิน	649,717.00	591,717.00	274,361.39	274,361.39	2,119,046.77	2,119,046.77
7.3.2 อาคาร	207,669.56	190,630.16	629,709.64	524,005.93	2,208,852.89	2,096,916.74
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	3,607,010.02	3,370,503.35	12,432,436.46	11,989,996.15	9,483,790.37	9,757,514.98
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	0.00	0.00	0.00	0.00	740,002.05	926,523.57
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	3,040,871.03	3,332,889.26	1,434,512.34	860,825.20	2,608,758.50	2,799,296.32
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**26,145,122.97**	**28,759,597.38**	**36,758,980.02**	**38,538,371.34**	**39,724,134.04**	**43,388,136.25**
7.5 รวมหนี้สิน	21,100,561.68	23,416,060.75	20,325,231.07	20,680,923.83	24,512,644.41	27,086,923.99
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	5,044,561.30	5,343,536.63	16,433,748.95	17,857,447.51	15,211,489.63	16,301,212.27
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**26,145,122.97**	**28,759,597.38**	**36,758,980.02**	**38,538,371.34**	**39,724,134.04**	**43,388,136.25**

ตาราง ก – 5 ข้อมูลทางการเงินของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามขนาดกิจการ

หน่วย : บาท

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	22,914,578.62	28,487,101.91	78,841,313.56	95,078,502.59
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	419,328.53	441,812.64	1,899,552.25	2,210,900.71
รายได้รวม (1+2)	**23,333,907.15**	**28,928,914.54**	**80,740,865.82**	**97,289,403.30**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร				
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่างๆ (พนง.ในสำนักงาน)	833,519.53	815,769.48	2,631,295.28	2,818,082.20
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	32,864.52	36,090.32	148,804.55	146,294.53
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	354,295.15	395,476.80	3,023,144.00	2,067,818.76
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	0.00	16.13	2,159.56	417.96
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	193,506.03	191,355.89	489,341.25	411,742.91
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	585,605.09	755,612.20	2,022,825.99	2,639,927.32
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	0.00	0.00	0.00	0.00
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	548.39	419.35	6,533.75	6,557.17
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	1,340,296.17	1,246,420.13	5,861,731.04	7,197,449.59
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**3,340,634.87**	**3,441,160.30**	**14,185,835.42**	**15,288,290.45**
4. ต้นทุนการผลิต				
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	1,321,149.00	1,410,940.19	5,997,821.24	6,929,760.17
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	41,458.06	41,458.06	124,189.26	124,189.26
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	1,805,781.12	1,463,173.15	1,988,771.71	1,702,512.85
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	15,648,980.64	20,914,903.14	51,934,811.17	65,039,282.90
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**18,817,368.83**	**23,830,474.54**	**60,045,593.38**	**73,795,745.19**
5. ต้นทุนการขาย	19,241,758.18	23,827,585.32	63,638,693.78	78,542,210.52
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	375,502.87	441,823.25	1,901,484.86	3,236,189.58

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน				
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	10,835,012.12	12,572,427.48	29,530,420.08	32,824,435.64
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	144,176.83	192,720.50	1,608,417.32	2,332,053.45
7.3 สินทรัพย์ถาวร	2,052,820.90	1,786,363.23	8,399,072.69	8,013,961.36
7.3.1 ที่ดิน	227,836.55	134,288.16	1,338,048.27	1,338,048.27
7.3.2 อาคาร	153,384.38	140,756.63	296,240.12	272,002.77
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,671,599.97	1,511,318.44	6,764,784.30	6,403,910.32
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	0.00	0.00	0.00	0.00
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	439,777.07	412,073.34	7,284,761.16	8,098,431.03
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**13,471,786.93**	**14,963,584.54**	**46,822,671.26**	**51,268,881.48**
7.5 รวมหนี้สิน	8,828,921.58	10,203,042.10	41,122,711.31	44,974,143.81
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	4,642,865.35	4,760,542.44	5,699,959.95	6,294,737.68
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**13,471,786.93**	**14,963,584.54**	**46,822,671.26**	**51,268,881.48**

ตาราง ก – 6 ข้อมูลทางการเงินของอุตสาหกรรมรองเท้า เครื่องหนัง ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามขนาดกิจการ

หน่วย : บาท

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	15,951,169.88	16,605,911.60	175,964,896.76	203,546,348.93
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	360,771.35	155,944.29	2,521,377.08	2,046,578.95
รายได้รวม (1+2)	**16,311,941.23**	**16,761,855.89**	**178,486,273.84**	**205,592,927.89**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร				
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่างๆ (พนง.ในสำนักงาน)	810,758.68	832,417.38	1,922,427.30	3,038,246.57
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	68,774.75	76,457.37	116,241.18	116,241.18
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	303,205.99	238,893.79	2,157,985.45	2,610,297.34
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	30.77	77.00	6,614.29	5,058.82
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	90,881.70	89,167.87	948,821.45	881,469.96
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	400,733.42	476,280.27	3,041,135.00	3,913,115.44
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	1,615.38	1,679.49	106,009.84	119,915.66
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	1,722.87	358.59	19,741.07	25,478.86
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	1,737,772.97	1,939,286.84	7,876,368.43	7,585,504.39
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**3,415,496.52**	**3,654,618.61**	**16,195,344.01**	**18,295,328.23**
4. ต้นทุนการผลิต				
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	1,377,032.19	1,367,394.13	8,867,305.76	9,302,747.80
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	36,383.24	36,383.24	242,570.59	238,435.29
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	732,723.98	606,312.44	6,564,228.44	6,037,679.88
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	9,829,471.45	10,299,516.62	131,994,668.63	148,202,363.74
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**11,975,610.86**	**12,309,606.44**	**147,668,773.42**	**163,781,226.72**
5. ต้นทุนการขาย	12,877,330.24	13,176,794.93	159,365,926.09	179,846,414.75
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	20,165.73	-66,939.85	2,925,003.74	8,471,324.58

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน				
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	11,059,455.92	12,695,154.63	47,059,234.69	52,863,717.62
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	0.00	0.00	0.00	0.00
7.3 สินทรัพย์ถาวร	6,210,288.53	5,985,241.30	29,684,892.16	28,395,526.06
7.3.1 ที่ดิน	34,358.97	34,358.97	824,955.16	824,955.16
7.3.2 อาคาร	94,438.11	90,180.45	1,857,685.49	1,519,252.62
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	6,081,491.44	5,860,701.88	27,002,251.52	26,051,318.28
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	0.00	0.00	0.00	0.00
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	935,399.27	578,306.59	2,579,536.43	1,508,956.12
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**18,205,143.72**	**19,258,702.52**	**79,323,663.29**	**82,768,199.80**
7.5 รวมหนี้สิน	11,704,468.91	11,355,339.27	40,102,273.68	42,074,911.95
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	6,500,674.82	7,903,363.25	39,221,389.61	40,693,287.85
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**18,205,143.72**	**19,258,702.52**	**79,323,663.29**	**82,768,199.80**

ตาราง ก – 7 ข้อมูลทางการเงินของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามขนาดกิจการ

หน่วย : บาท

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	17,568,209.02	19,742,050.66	96,292,597.73	106,426,933.24
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	411,091.21	234,613.39	1,975,447.84	3,310,686.87
รายได้รวม (1+2)	**17,979,300.23**	**19,976,664.05**	**98,268,045.57**	**109,737,620.11**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร				
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่างๆ (พนง.ในสำนักงาน)	1,024,694.16	1,007,254.63	3,378,897.12	3,972,602.75
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	27,374.83	39,467.14	51,835.18	52,928.72
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	519,835.70	306,490.60	1,589,884.35	1,752,611.27
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	0.00	115.38	461.29	1,570.91
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	282,502.80	256,567.07	513,140.81	533,544.71
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	527,978.99	604,690.85	1,336,454.90	1,664,844.56
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	4,059.87	4,187.67	225.81	405.48
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	877.69	1,990.03	13,937.47	20,788.80
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	2,351,061.39	2,273,343.47	6,019,239.65	5,831,083.31
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**4,738,385.42**	**4,494,106.84**	**12,904,076.57**	**13,830,380.51**
4. ต้นทุนการผลิต				
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	1,738,687.64	1,962,365.26	11,157,381.97	11,524,861.26
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	48,615.38	48,615.38	93,438.60	93,438.60
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	1,101,592.32	985,828.91	2,511,037.69	2,557,951.00
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	11,169,158.14	12,040,448.04	33,900,780.99	41,976,274.99
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**14,058,053.48**	**15,037,257.59**	**47,662,639.25**	**56,152,525.86**
5. ต้นทุนการขาย	14,881,572.67	16,092,807.51	72,436,769.15	91,791,155.06
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	-838,403.83	-194,748.47	4,251,405.97	4,403,348.60

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน				
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	7,799,472.61	8,998,624.91	34,628,804.97	9,276,866.04
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	0.00	0.00	317,765.00	410,214.96
7.3 สินทรัพย์ถาวร	5,657,703.37	5,007,627.61	22,011,166.49	23,196,832.25
7.3.1 ที่ดิน	674,091.84	674,091.84	3,330,944.45	3,330,944.45
7.3.2 อาคาร	689,934.92	622,860.89	3,482,784.10	3,333,221.65
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	4,262,087.15	3,681,326.72	13,863,283.40	14,853,672.88
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	31,589.47	29,348.16	1,334,154.53	1,678,993.27
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	499,715.88	666,652.52	4,377,632.96	4,587,965.32
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**13,956,891.86**	**14,672,905.04**	**61,335,369.41**	**67,471,878.57**
7.5 รวมหนี้สิน	13,639,486.49	14,023,526.20	33,632,067.18	38,043,322.13
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	317,405.38	649,378.83	27,703,302.23	29,428,556.44
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**13,956,891.86**	**14,672,905.04**	**61,335,369.41**	**67,471,878.57**

ตาราง ก – 8 ข้อมูลทางการเงินของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามขนาดกิจการ

หน่วย : บาท

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	10,136,865.17	10,405,162.97	71,999,040.35	77,686,906.48
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	2,040,796.03	2,485,272.27	4,811,995.45	3,850,521.01
รายได้รวม (1+2)	**12,177,661.19**	**12,890,435.24**	**76,811,035.80**	**81,537,427.49**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร				
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่างๆ (พนง.ในสำนักงาน)	1,358,770.50	1,339,132.08	8,729,038.76	8,503,412.59
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	45,372.09	49,860.47	0.00	0.00
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	11,365,022.61	8,758,894.03	19,387,793.24	17,256,545.91
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	0.00	0.00	0.00	0.00
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	1,035,532.07	870,509.63	3,339,398.51	2,352,560.61
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	3,043,632.88	2,871,804.05	5,756,918.14	5,346,616.22
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	0.00	0.00	0.00	0.00
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	69.77	93.02	3,088.24	3,117.65
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	4,840,106.73	9,660,913.78	20,824,112.61	20,097,879.35
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**21,688,506.65**	**23,551,207.05**	**58,040,349.49**	**53,560,132.32**
4. ต้นทุนการผลิต				
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	0.00	0.00	0.00	0.00
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	0.00	0.00	0.00	0.00
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	0.00	0.00	0.00	0.00
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
5. ต้นทุนการขาย	2,675,901.44	2,986,312.27	49,683,304.73	52,577,773.99
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	-12,156,467.46	-13,380,783.45	-25,454,395.00	-28,336,711.51

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน				
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	21,561,211.97	53,872,614.62	20,823,120.39	24,055,500.19
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	101,162.79	97,674.42	2,429.34	3,165.12
7.3 สินทรัพย์ถาวร	85,969,319.64	61,048,832.42	168,498,413.38	142,327,136.83
7.3.1 ที่ดิน	0.00	0.00	271,998.88	271,998.88
7.3.2 อาคาร	0.00	0.00	1,629,108.65	1,599,501.94
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	85,969,319.64	61,048,832.42	166,597,305.85	140,455,636.00
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	0.00	0.00	0.00	0.00
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	25,242,880.11	14,597,837.51	11,415,896.09	10,304,626.09
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**132,874,574.51**	**129,616,958.96**	**200,739,859.19**	**176,690,428.22**
7.5 รวมหนี้สิน	59,315,286.70	56,891,361.32	152,575,428.14	134,732,419.07
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	73,559,287.82	72,725,597.65	48,164,431.05	41,958,009.16
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**132,874,574.51**	**129,616,958.96**	**200,739,859.19**	**176,690,428.22**

ตาราง ก – 9 ข้อมูลทางการเงินของธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามขนาดกิจการ

หน่วย : บาท

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	20,839,579.22	24,148,520.55	88,998,666.30	93,760,530.12
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	129,453.63	222,383.09	1,006,924.09	1,248,482.23
รายได้รวม (1+2)	**20,969,032.86**	**24,370,903.64**	**90,005,590.39**	**95,009,012.35**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร				
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่างๆ (พนง.ในสำนักงาน)	902,075.81	982,353.83	3,389,590.00	3,424,662.00
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	2,056.74	2,173.76	0.00	0.00
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	123,611.39	148,650.80	229,285.96	639,503.41
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	608.85	524.79	0.00	0.00
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	150,441.30	146,676.23	488,629.64	365,603.03
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	320,112.02	359,535.53	1,412,062.21	2,234,977.32
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	0.00	0.00	2,251.50	7,962.15
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	182.27	153.23	0.00	0.00
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	702,480.51	925,561.16	4,818,477.57	10,233,653.17
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**2,201,568.89**	**2,565,629.34**	**10,340,296.87**	**16,906,361.08**
4. ต้นทุนการผลิต	0.00	0.00	0.00	0.00
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	0.00	0.00	0.00	0.00
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	0.00	0.00	0.00	0.00
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	0.00	0.00	0.00	0.00
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
5. ต้นทุนการขาย	18,824,751.69	21,584,004.24	80,455,440.67	79,677,598.27
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	-153,383.95	66,283.46	-790,147.16	72,354.43

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน				
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	5,028,433.02	6,021,527.39	37,025,557.90	50,844,043.69
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	221,350.90	178,002.00	0.00	0.00
7.3 สินทรัพย์ถาวร	2,232,528.40	2,130,661.20	13,071,548.58	11,000,733.52
7.3.1 ที่ดิน	0.00	0.00	0.00	0.00
7.3.2 อาคาร	772,537.68	731,822.07	502,120.55	467,689.42
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,459,772.15	1,398,839.13	12,569,428.03	10,533,044.09
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	218.57	0.00	0.00	0.00
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	377,443.01	335,127.94	2,236,153.03	3,345,875.44
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**7,859,755.34**	**8,665,318.52**	**52,333,259.50**	**65,190,652.65**
7.5 รวมหนี้สิน	5,304,014.26	5,969,252.26	45,143,648.78	53,370,881.42
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	2,555,741.08	2,696,066.26	7,189,610.72	11,819,771.24
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**7,859,755.34**	**8,665,318.52**	**52,333,259.50**	**65,190,652.65**

ตาราง ก – 10 ข้อมูลทางการเงินของธุรกิจค้าส่งขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 และ 2544 จำแนกตามขนาดกิจการ

หน่วย : บาท

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
1. รายได้จากการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	20,611,874.65	25,248,449.36	296,239,584.12	333,095,018.36
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการขายหรือการประกอบกิจการโดยตรง	689,394.61	476,162.58	1,843,912.01	1,542,080.71
รายได้รวม (1+2)	**21,301,269.26**	**25,724,611.93**	**298,083,496.13**	**334,637,099.07**
3. รายจ่ายในการขายและบริหาร				
3.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่างๆ (พนง.ในสำนักงาน)	1,132,943.84	1,224,187.42	12,082,574.29	12,592,917.46
3.2 ค่าเช่าส่วนสำนักงาน	13,656.58	13,941.41	678,000.00	665,914.29
3.3 ดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวกับการกู้ยืม	199,944.65	167,448.57	1,496,885.73	2,043,899.53
3.4 เงินบริจาคสาธารณะกุศล	903.93	1,144.24	785.71	14,642.86
3.5 รายจ่ายตัดบัญชีและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	332,918.83	256,871.25	3,874,103.73	3,765,774.31
3.6 ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด	608,688.82	686,086.03	12,853,623.71	17,887,501.10
3.7 ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา	7,909.75	5,961.02	129,003.64	76,637.00
3.8 ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาพนักงาน	829.14	900.00	22,000.00	20,832.14
3.9 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่นๆ นอกเหนือจาก 3.1 ถึง 3.8	844,434.19	824,323.58	13,784,323.58	16,682,031.56
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (รวม 3.1 ถึง 3.9)	**3,142,229.72**	**3,180,863.52**	**44,921,300.40**	**53,750,150.25**
4. ต้นทุนการผลิต				
4.1 เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส สวัสดิการ และเงินสมทบกองทุนต่าง ๆ (พนง.โรงงาน)	0.00	0.00	0.00	0.00
4.2 ค่าเช่าในส่วนโรงงาน	0.00	0.00	0.00	0.00
4.3 ค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน	0.00	0.00	0.00	0.00
4.4 ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมต้นทุนการผลิต (รวม 4.1 ถึง 4.4)	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
5. ต้นทุนการขาย	17,689,526.16	22,356,336.43	248,513,941.49	257,428,093.70
6. กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ตามงบกำไรขาดทุน)	118,585.77	191,472.34	4,646,222.70	8,412,427.50

ขนาดกิจการ	ย่อม		กลาง	
ปี	2543	2544	2543	2544
7. สินทรัพย์ หนี้สิน และทุน				
7.1 สินทรัพย์หมุนเวียน	6,784,377.06	7,827,492.90	80,297,220.07	9,308,954.11
7.2 เงินลงทุนในบริษัทอื่นหรือในตลาดหลักทรัพย์	536,542.46	542,966.64	1,498,928.57	1,796,060.96
7.3 สินทรัพย์ถาวร	1,721,201.67	1,676,951.17	23,923,220.57	23,151,812.84
7.3.1 ที่ดิน	0.00	0.00	0.00	0.00
7.3.2 อาคาร	105,218.75	99,650.14	0.00	0.00
7.3.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,615,648.99	1,577,301.04	23,923,220.57	23,151,812.84
7.3.4 งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	333.93	0.00	0.00	0.00
7.4 สินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ	431,307.81	536,552.53	2,589,466.40	1,783,325.69
รวมสินทรัพย์ (รวม 7.1 ถึง 7.4)	**9,473,429.00**	**10,583,963.24**	**108,308,835.61**	**116,040,153.60**
7.5 รวมหนี้สิน	6,526,670.90	7,169,446.47	72,656,848.80	75,728,457.21
7.6 รวมส่วนของเจ้าของ	2,946,758.10	3,414,516.76	35,651,986.81	40,311,696.39
รวมหนี้สินและทุน (7.5+7.6)	**9,473,429.00**	**10,583,963.24**	**108,308,835.61**	**116,040,153.60**

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
21 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น 17, 19 ถนนวิภาวดี-รังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร : 02-2788800 โทรสาร : 02-2738850
http://www.sme.go.th e-mail:info@sme.go.th