

รายงานสถานการณ์

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2546 และแนวโน้ม ปี 2547



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รายงานสถานการณ์
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ปี 2546 และแนวโน้ม ปี 2547



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2546 และแนวโน้ม ปี 2547

ผู้แต่ง :

สำนักวิจัยและพัฒนา

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เลขมาตรฐานประจำหนังสือ : ISBN 974-7782-23-5

เจ้าของ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

พิมพ์ครั้งแรก : ตุลาคม 2547

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, 0-2273-8888

Website : www.sme.go.th

พิมพ์ที่

บริษัท เรดเฟิร์น ครีเอชั่น จำกัด

36/40 หมู่ที่ 13 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230

โทรศัพท์ 0-2570-8991

โทรสาร 0-2570-8382

คำนำ

การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในด้านการใช้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นเครื่องมือหรือกลไก (means) ในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศและในด้านการนำวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาเป็นเป้าหมายของการพัฒนา (end) เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การกระจายรายได้และการแก้ปัญหาความยากจนตามนโยบายของรัฐบาลนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีข้อมูลสถานการณ์รวมทั้งประเด็นปัญหาและข้อมูลของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งมีหน้าที่ประสานงานการดำเนินงาน ได้จัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (White Paper) พ.ศ. 2546 และแนວໂນ້ມ ปี 2547 เพื่อให้หน่วยงานของรัฐ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ รวมทั้งองค์กรเอกชนและผู้ประกอบการได้รับทราบถึงสถานการณ์ต่างๆ ในรอบปีที่แล้วมา และใช้เป็นข้อมูลประกอบการดำเนินงานในอนาคตต่อไป เนื้อหาของรายงานฉบับนี้ ประกอบด้วย 6 ส่วน **ส่วนแรก** เป็นรายงานภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศ ปี 2546 **ส่วนที่สอง** เป็นรายงานโครงสร้างและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเนื่องจากสำนักงานฯ ได้ให้ความสำคัญกับผลการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินการโดยหน่วยงานต่างๆ ที่ผ่านมา จึงได้นำนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลการดำเนินงานที่สำคัญมาเสนอไว้ใน **ส่วนที่สาม** สำหรับ **ส่วนที่สี่** นั้น เนื่องจากปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีการทำความตกลงการค้าเสรีในระดับทวิภาคีไว้กับหลายประเทศ ดังนั้นเพื่อให้รายงานนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบธุรกิจส่งออก จึงได้นำข้อสรุปเกี่ยวกับข้อตกลงทางการค้าที่สำคัญๆ ตลอดจนผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นมาเสนอไว้ในส่วนนี้ **ส่วนที่ห้า** เป็นการประเมินผลกระทบมาตรการ/โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ และ**ส่วนสุดท้าย** นำเสนอแนวโน้มภาวะเศรษฐกิจของประเทศและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2547 สำนักงานฯ ขอขอบคุณหน่วยงานที่สนับสนุนข้อมูลรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจนทำให้รายงานฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

จิตรา มอช.

(นางจิตราภรณ์ เตชาชาญ)

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สารบัญ

สารบัญ	ก-1
สารบัญตาราง	ก-6
สารบัญภาพ	ก-14
ส่วนที่ 1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2546	
บทที่ 1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2546	1
ส่วนที่ 2 โครงสร้างและสถานภาพของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมปี 2546	
บทที่ 2 ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมปี 2546	7
2.1 นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	7
2.2 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	9
2.3 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	10
2.4 การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมตามภูมิภาค	11
2.5 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดสำคัญในแต่ละภูมิภาค	12

2.6	จำนวนและประเภทของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมใน 19 กลุ่มจังหวัด ตามยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด	16
2.7	จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต	25
2.8	จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการบริการ	27
2.9	การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	29
2.10	การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	30
2.11	การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ปี 2546	31
2.12	การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการบริการ ปี 2546	33
2.13	การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค	34
2.14	จำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่และเลิกกิจการ	35
บทที่ 3	เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	37
3.1	บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ	37
3.2	บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการส่งออก	73
3.3	การส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	103
3.4	ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจ	110

ส่วนที่ 3 นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและ
ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

บทที่ 4	นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของประเทศไทย	131
4.1	พัฒนาการของนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย	131
4.2	นโยบายรัฐบาลด้านการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	134
4.3	แผนแม่บทการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549)	135
4.4	นโยบายอื่นที่เสริมสร้างสภาพแวดล้อม และโครงสร้างพื้นฐานในการประกอบธุรกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	138
บทที่ 5	ผลการดำเนินงานโครงการและกิจกรรมส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญในปี 2546	165
5.1	โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	165
5.2	การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยบริการปรึกษาแนะนำ	172
5.3	โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur Creation: NEC)	178
5.4	การสนับสนุนทางการเงิน แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	182

ส่วนที่ 4 การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเวที ต่างประเทศ

บทที่ 6	สรุปผลการประชุม APEC SME Ministerial Meeting ครั้งที่ 10	201
6.1	ความนำ	201
6.2	เนื้อหาของข้อสรุปการประชุม	202
บทที่ 7	เขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA)	209
7.1	ข้อตกลงเขตการค้าเสรีของไทยกับประเทศต่าง ๆ	209
7.2	ข้อสรุปการเจรจาความตกลงการค้าเสรี ไทย-ออสเตรเลียและผลกระทบ ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	233

ส่วนที่ 5 การประเมินผลกระทบมาตรการและโครงการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ

บทที่ 8	รายงานผลการสำรวจเพื่อประเมินผลกระทบมาตรการและ โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ	249
8.1	ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	250
8.2	สถานะการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	254
8.3	การรับรู้ รับทราบโครงการ หรือบริการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ	260
8.4	ปัจจัยจูงใจและความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในการใช้บริการส่งเสริมจากภาครัฐ	269
8.5	การให้บริการ การได้รับประโยชน์ หรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของภาครัฐ	278

ส่วนที่ 6 แนวโน้มปี 2547

บทที่ 9 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศและวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ปี 2547

9.1	ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจของประเทศปี 2547	299
9.2	บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ	303
9.3	การส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	310
9.4	ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจ	314

สารบัญตาราง

บทที่ 1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2546

ตารางที่ 1.1	ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ	1
ตารางที่ 1.2	อัตราการขยายตัวของการใช้จ่าย ผลิตภัณฑ์มวลรวมที่แท้จริงของประเทศ	2
ตารางที่ 1.3	อัตราการขยายตัวของมูลค่าที่แท้จริง ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ของสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ	2
ตารางที่ 1.4	เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญ	4

บทที่ 2 ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปี 2546

ตารางที่ 2.1	จำนวนสถานประกอบการ จำแนกตามประเภทวิสาหกิจ ภาคการผลิต ปี 2546	26
ตารางที่ 2.2	จำนวนสถานประกอบการ จำแนกตามประเภทวิสาหกิจ ภาคการบริการ ปี 2546	28
ตารางที่ 2.3	จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามประเภทวิสาหกิจ ภาคการผลิต ปี 2546	31
ตารางที่ 2.4	จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามประเภท วิสาหกิจภาคการบริการ ปี 2546	33

ตารางที่ 2.5	จำนวนการจ้างงานและสัดส่วน SMEs จำแนกตามภูมิภาค ปี 2546	34
ตารางที่ 2.6	จำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่ และเลิกกิจการ ปี 2543-2546	35

บทที่ 3 เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม

ตารางที่ 3.1	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2542-2546 ณ ราคาตลาด จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ	37
ตารางที่ 3.2	อัตราการขยายตัวของมูลค่า GDP จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ ปี 2542-2546	39
ตารางที่ 3.3	ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และอัตราการขยายตัว ปี 2542-2546	40
ตารางที่ 3.4	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2542-2546 ณ ราคาตลาด จำแนกตามกิจกรรมเศรษฐกิจ	42
ตารางที่ 3.5	การกระจายตัวของ GDP ภาคการผลิต ปี 2542-2546	44
ตารางที่ 3.6	โครงสร้างการกระจายตัว ภาคการผลิต จำแนกตามขนาดกิจการ และหมวดการผลิต ปี 2546	46
ตารางที่ 3.7	การกระจายตัวของ GDP ภาคการค้าปี 2542-2546	52
ตารางที่ 3.8	โครงสร้างการกระจายตัว ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง จำแนกตามขนาดกิจการและกิจกรรม ปี 2546	53
ตารางที่ 3.9	การกระจายตัวของ GDP ภาคการบริการ ปี 2542-2546	55

ตารางที่ 3.10	โครงสร้างการกระจายตัวภาคบริการ จำแนกตามขนาดกิจการและกิจกรรม ปี 2546 (เฉพาะวิสาหกิจเอกชน)	57
ตารางที่ 3.11	การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดย่อม	61
ตารางที่ 3.12	การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดกลาง	64
ตารางที่ 3.13	การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดใหญ่	67
ตารางที่ 3.14	การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)	70
ตารางที่ 3.15	สินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก ของ SMEs ในปี 2546	74
ตารางที่ 3.16	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่า การส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังญี่ปุ่น ปี 2546	77
ตารางที่ 3.17	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่า การส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ปี 2546	79
ตารางที่ 3.18	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่า การส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังสิงคโปร์ ปี 2546	82
ตารางที่ 3.19	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่า การส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังฮ่องกง ปี 2546	84
ตารางที่ 3.20	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่า การส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังจีน ปี 2546	87
ตารางที่ 3.21	มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์ เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ จำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546	89

ตารางที่ 3.22	มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ จำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546	92
ตารางที่ 3.23	มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546	95
ตารางที่ 3.24	มูลค่าการส่งออกของยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ จำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546	98
ตารางที่ 3.25	มูลค่าการส่งออกของพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก จำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546	101
ตารางที่ 3.26	สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545-2546	107
ตารางที่ 3.27	สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แยกตามผลิตภัณฑ์ ปี 2545-2546	108
ตารางที่ 3.28	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ปี 2546	112
ตารางที่ 3.29	แสดงดัชนีความเชื่อมั่น จำแนกตามประเภทของกิจการ ไตรมาสที่ 1-4 ปี 2546	124

บทที่ 5 ผลการดำเนินงานโครงการและกิจกรรมส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญ ในปี 2546

ตารางที่ 5.1	การจัดสรรงบประมาณ OTOP ตามหน่วยงานรับผิดชอบ	167
--------------	--	-----

ตารางที่ 5.2	ลำดับความสำคัญของปัญหา ที่ SMEs ประสบจากโครงการ ปรับปรุงประสิทธิภาพในระยะต่างๆ	175
ตารางที่ 5.3	สรุปผลประโยชน์ทางตรง ในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมตามโครงการ	176
ตารางที่ 5.4	การให้สินเชื่อแก่ SMEs ของสถาบันการเงิน ในปี 2546	182
ตารางที่ 5.5	การให้สินเชื่อ SMEs ของธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แห่งประเทศไทย ในปี 2546	184
ตารางที่ 5.6	การให้สินเชื่อ SMEs ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในปี 2546	185
ตารางที่ 5.7	การให้สินเชื่อ SMEs ของธนาคารออมสิน ในปี 2546	186
ตารางที่ 5.8	ผลการดำเนินการกองทุนรวม เพื่อร่วมลงทุนใน SMEs (SME VC) ในปี 2546	189
ตารางที่ 5.9	การให้การค้ำประกันสินเชื่อ ของบริษัทประกันสินเชื่อ อุตสาหกรรมขนาดย่อม ในปี 2546	197

บทที่ 7 เขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA)

ตารางที่ 7.1	การค้าระหว่างประเทศของไทยกับ ออสเตรเลีย ระหว่างปี 2544-2546	233
ตารางที่ 7.2	โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย ไปออสเตรเลีย ระหว่างปี 2544-2546	234
ตารางที่ 7.3	โครงสร้างสินค้านำเข้าของไทย จากออสเตรเลีย ระหว่างปี 2544-2546	234
ตารางที่ 7.4	สินค้าส่งออกสำคัญที่ส่งออกไปยัง ออสเตรเลีย 6 อันดับแรก ในปี 2546	236

ตารางที่ 7.5	รายการสินค้าที่ไทยจะได้ประโยชน์ จากการทำ FTA กับออสเตรเลีย	241
--------------	---	-----

**บทที่ 8 รายงานผลการสำรวจเพื่อประเมินผลกระทบมาตรการและ
โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ**

ตารางที่ 8.3.1	แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับประทาน มาตรการ โครงการหรือบริการ เพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะตลาดของกิจการ	264
ตารางที่ 8.3.2	แสดงสัดส่วนของการรับรู้ รับประทาน มาตรการ โครงการหรือบริการ ส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามมูลค่าหนี้สินของ SMEs	266
ตารางที่ 8.3.3	แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับประทาน มาตรการ โครงการหรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามสถานะของกิจการ ในช่วงระหว่างปี 2542-2545 และปัจจุบัน	268
ตารางที่ 8.4.1	แสดงระดับความสำคัญของบริการ ที่ SMEs ต้องการจากภาครัฐ	269
ตารางที่ 8.4.2	แสดงลำดับความสำคัญของ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการจาก โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	270
ตารางที่ 8.4.3	แสดงลำดับความสำคัญของ วัตถุประสงค์ก่อนการใช้บริการจาก โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามตลาดของกิจการ	271

ตารางที่ 8.4.4 (1)	แสดงการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโต ของธุรกิจ SMEs ใน 3 ปีข้างหน้า จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	277
ตารางที่ 8.4.4 (2)	แสดงการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโต ของธุรกิจ SMEs ใน 3 ปีข้างหน้า จำแนกตามลักษณะตลาดของกิจการ	277
ตารางที่ 8.5.1 (1)	แสดงจำนวนการให้บริการจากโครงการ ส่งเสริม SMEs ของ SMEs ที่จดทะเบียน ธุรกิจกับกรมทะเบียนการค้า ในช่วงก่อนปี 2520 จนถึงปี 2546	280
ตารางที่ 8.5.1 (2)	แสดงสัดส่วนจำนวนการให้บริการ จากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตาม SMEs ที่เป็นสมาชิกสมาคม ชมรมการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรม หรือ ชมรมวิชาชีพต่างๆ	281
ตารางที่ 8.5.1 (3)	แสดงจำนวนในการให้บริการจาก โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	282
ตารางที่ 8.5.2	แสดงประเภทหรือลักษณะของ บริการที่ SMEs ได้รับและใช้ประโยชน์	284
ตารางที่ 8.5.3	ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ของ SMEs ในการให้บริการจาก โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	287
ตารางที่ 8.5.4 (1)	แสดงลำดับความสำคัญของ วัตถุประสงค์ก่อนการเข้าร่วมโครงการ หรือบริการของ SMEs	290
ตารางที่ 8.5.4 (2)	แสดงระดับประโยชน์ที่ได้รับภายหลัง จากการให้บริการของภาครัฐ	290

บทที่ 9 **ภาวะเศรษฐกิจของประเทศและวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ปี 2547**

ตารางที่ 9.1	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2547 ณ ราคาตลาด จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ	303
ตารางที่ 9.2	อัตราการขยายตัวที่แท้จริงของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเทียบกับ ระยะเดียวกันของปีที่แล้ว (y-o-y) ตามขนาดวิสาหกิจ	304
ตารางที่ 9.3	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs ปี 2546-2547 ณ ราคาตลาดตามกิจกรรมเศรษฐกิจ	306
ตารางที่ 9.4	โครงสร้าง GDP ของ SMEs ตามกิจกรรม ทางเศรษฐกิจ ช่วงครึ่งปีแรก	307
ตารางที่ 9.5	อัตราการขยายตัวที่แท้จริงของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเทียบกับ ระยะเดียวกันของปีที่แล้ว (y-o-y) ตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจของ SMEs	308
ตารางที่ 9.6	สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2546-2547 (4 เดือนแรก)	312
ตารางที่ 9.7	สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแยกตามผลิตภัณฑ์ ปี 2546-2547 (4 เดือนแรก)	313
ตารางที่ 9.8	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรม ปี 2546-2547 (2 ไตรมาสแรกของปี 2547)	314
ตารางที่ 9.9	ดัชนีความเชื่อมั่น TSSI ของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการประกอบธุรกิจ ตามลักษณะธุรกิจ	321

สารบัญภาพ

บทที่ 2 ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในปี 2546

ภาพที่ 2.1	จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545 และปี 2546	9
ภาพที่ 2.2	จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะธุรกิจปี 2545-2546	10
ภาพที่ 2.3	จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจำแนกตามภูมิภาคปี 2546	11
ภาพที่ 2.4	โครงสร้างการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในแต่ละภูมิภาคปี 2546	13
ภาพที่ 2.5	การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะธุรกิจและภูมิภาคปี 2546	15
ภาพที่ 2.6	จำนวน SMEs จำแนกตามกลุ่มพื้นที่ (19 กลุ่มจังหวัด) และลักษณะธุรกิจปี 2546	21
ภาพที่ 2.7	จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมปี 2545-2546	29
ภาพที่ 2.8	จำนวนการจ้างงาน SMEs จำแนกตามลักษณะธุรกิจ ปี 2545-2546	30
ภาพที่ 2.9	สถิติการขอจัดตั้งและยกเลิกกิจการ นิติบุคคลประจำปี 2546	36

บทที่ 3 เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.1	แนวโน้มบทบาทของ GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมในสาขาต่างๆ	62
ภาพที่ 3.2	แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม	62

ภาพที่ 3.3	แนวโน้มบทบาทของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางในสาขาต่างๆ	65
ภาพที่ 3.4	แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลาง	65
ภาพที่ 3.5	แนวโน้มบทบาทของ GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ในสาขาต่างๆ	68
ภาพที่ 3.6	แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่	68
ภาพที่ 3.7	แนวโน้มบทบาทของ GDP ของ SMEs ในสาขาต่างๆ	71
ภาพที่ 3.8	แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของ SMEs	71
ภาพที่ 3.9	มูลค่าและสัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543-2546	73
ภาพที่ 3.10	มูลค่าเงินลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม ปี 2545-2546	105
ภาพที่ 3.11	การจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม ปี 2545-2546	105
ภาพที่ 3.12	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรม ปี 2546	112
ภาพที่ 3.13	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ ต่อการประกอบธุรกิจ ปี 2546	117
ภาพที่ 3.14	ดัชนี TSSI ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมภาคการค้าและบริการ แยกตามองค์ประกอบ ปี 2546	119
ภาพที่ 3.15	ดัชนี TSSI ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ของภาคการค้า แยกตามองค์ประกอบ ปี 2546	120
ภาพที่ 3.16	ดัชนี TSSI ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ของภาคบริการ แยกตามองค์ประกอบ ปี 2546	120

	ภาพที่ 3.17	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ ต่อภาวะเศรษฐกิจ ปี 2546	127
บทที่ 5 ผลการดำเนินงานโครงการและกิจกรรมส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญ ในปี 2546			
	ภาพที่ 5.1	สัดส่วนกลุ่มแผนงาน ต้องบประมาณ OTOP ปี 2546	167
	ภาพที่ 5.2	แสดงจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก สุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 3-5 ดาว	171
	ภาพที่ 5.3	แสดงช่วงของวิสาหกิจธุรกิจ	174
บทที่ 8 รายงานผลการสำรวจเพื่อประเมินผลกระทบมาตรการและ โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของภาครัฐ			
	ภาพที่ 8.1.1	แสดงจำนวนและสัดส่วนของประเภท ธุรกิจหลัก ในการประกอบการ จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจ	251
	ภาพที่ 8.1.2	แสดงอายุของกิจการ	251
	ภาพที่ 8.1.3	แสดงจำนวนทุนจดทะเบียน ของสถานประกอบการ	252
	ภาพที่ 8.1.4	แสดงจำนวนและสัดส่วนของ SMEs จำแนกตามสินทรัพย์ตามมูลค่าทางบัญชี	253
	ภาพที่ 8.1.5	แสดงจำนวนและสัดส่วนของพนักงาน และลูกจ้างของ SMEs	253
	ภาพที่ 8.2.1	แสดงสัดส่วนของตลาด กลุ่มเป้าหมายของ SMEs	254
	ภาพที่ 8.2.2	แสดงรายรับของ SMEs ที่ได้ จากการขายสินค้าและบริการ	255
	ภาพที่ 8.2.3	แสดงจำนวนและสัดส่วนของ SMEs จำแนกตามมูลค่าหนี้สิน	255

ภาพที่ 8.2.4	แสดงสถานะของกิจการ SMEs ในช่วงปี 2542-2545 เปรียบเทียบกับผลประกอบการของกิจการในปี 2546	256
ภาพที่ 8.2.5 (1)	แสดงจำนวนของ SMEs ที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานและสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานภาครัฐ	257
ภาพที่ 8.2.5 (2)	เปรียบเทียบการได้รับและไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานและสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐ	258
ภาพที่ 8.2.6 (1)	การเป็นสมาชิกชมรม / สมาคมของ SMEs	259
ภาพที่ 8.2.6 (2)	แสดงจำนวน SMEs ที่เข้าเป็นสมาชิกสมาคม ชมรม การค้า ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือชมรมวิชาชีพ	259
ภาพที่ 8.3.1 (1)	แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	260
ภาพที่ 8.3.1 (2)	แสดงจำนวนการรับรู้และรับทราบของ SMEs จำแนกตามมาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ในด้านต่างๆ	261
ภาพที่ 8.3.2	แสดงจำนวน SMEs ที่ได้รับข่าวสาร การส่งเสริม SMEs ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ	262
ภาพที่ 8.3.3	แสดงสัดส่วนของการรับทราบ มาตรการ โครงการ หรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	263
ภาพที่ 8.3.4	แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับทราบของ SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์กรเอกชนต่างๆ จำแนกตามมาตรการ โครงการ หรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	267

ภาพที่ 8.4.1	แสดงปัจจัยสำคัญที่มีผลจูงใจให้ SMEs ใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	272
ภาพที่ 8.4.2	แสดงวัตถุประสงค์การให้บริการ ส่งเสริม SMEs จากภาครัฐที่สอดคล้อง ต่อความต้องการของ SMEs	273
ภาพที่ 8.4.3	แสดงความเห็นในการใช้บริการหรือ เข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ในอนาคต เมื่อมีความสอดคล้องกับความต้องการของ SMEs	274
ภาพที่ 8.4.4	แสดงจำนวน SMEs ที่มีความเห็น ในประเด็นของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	275
ภาพที่ 8.4.5	แสดงการคาดการณ์แนวโน้มธุรกิจของ SMEs ในระยะ 3 ปีข้างหน้า	276
ภาพที่ 8.5.1 (1)	แสดงจำนวนและสัดส่วนของ SMEs ที่ใช้บริการหรือได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วม โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	278
ภาพที่ 8.5.1 (2)	แสดงสัดส่วนจำนวนการให้บริการ จากโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	279
ภาพที่ 8.5.2	แสดงสาเหตุที่ SMEs ไม่สามารถ เข้าร่วมโครงการของภาครัฐ	283
ภาพที่ 8.5.3 (1)	แสดงความพึงพอใจของ SMEs ต่อการบริการจากหน่วยงาน	285
ภาพที่ 8.5.3 (2)	แสดงสัดส่วนของระดับความพึงพอใจ ในการบริการที่ SMEs ได้รับจากภาครัฐ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	286

ภาพที่ 8.5.4 (1)	แสดงความคาดหวังของผู้ประกอบการ ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ	288
ภาพที่ 8.5.4 (2)	แสดงระดับความคาดหวังของผู้ประกอบการ ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ	288
ภาพที่ 8.5.5 (1)	แสดงสถานะของกิจการภายหลังจาก การเข้าร่วมโครงการหรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	291
ภาพที่ 8.5.5 (2)	แสดงสถานะของกิจการภายหลังจาก การเข้าร่วมโครงการหรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	292

บทที่ 9 **ภาวะเศรษฐกิจของประเทศและวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมปี 2547**

ภาพที่ 9.1	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรม ไตรมาส 1-2 ปี 2547	314
ภาพที่ 9.2	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ ต่อการประกอบธุรกิจ ไตรมาส 1-2 ปี 2547	318
ภาพที่ 9.3	ดัชนีความเชื่อมั่น SMEs แยกตามองค์ประกอบ ไตรมาสที่ 1-2 ปี 2547	320
ภาพที่ 9.4	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อภาวะ เศรษฐกิจของประเทศ ไตรมาส 1-2 ปี 2547	323

ส่วนที่ 1

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทย
ปี 2546

บทที่ 1

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2546

ในปี 2546 ภาวะเศรษฐกิจของไทยได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2545 โดยเศรษฐกิจไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 สูงกว่าปี 2545 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวม (Gross Domestic Products: GDP) อยู่ในระดับ 5,939.1 พันล้านบาท มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวอยู่ในระดับ 94,151.8 บาท ต่อคน ต่อปี หรือ 2,268.7 เหรียญสหรัฐ ต่อคน ต่อปี

ตารางที่ 1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ

รายการ	2543	2544	2545	2546
1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) (หน่วย : พันล้านบาท)	4,923.3	5,133.8	5,451.9	5,939.1
2. GDP ต่อหัว (บาท ต่อ คน ต่อ ปี)	80,210.2	82,391.3	86,813.7	94,151.8
3. GDP ต่อหัว (เหรียญสหรัฐ ต่อ คน ต่อ ปี)	1,995.3	1,855.6	2,018.9	2,268.7
4. อัตราการขยายตัวของ GDP ที่แท้จริง (ร้อยละ)	4.8	2.1	5.4	6.7
5. อัตราแลกเปลี่ยน (บาท ต่อ เหรียญสหรัฐ)	40.2	44.4	43.0	41.5

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ความชัดเจนของการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจโลก และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล ได้ทำให้การส่งออกที่แท้จริงของไทยเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 ในขณะที่การนำเข้าที่แท้จริงได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ซึ่งเป็นระดับที่สูงกว่าการส่งออก ส่วนปัจจัยสนับสนุนภายในประเทศที่สำคัญ ประกอบด้วย อัตราดอกเบี้ยภายในประเทศที่อยู่ในระดับต่ำ ได้กระตุ้นการลงทุนและการใช้จ่ายของภาคเอกชน โดยการลงทุนของภาคเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.9 แต่เนื่องจากการลงทุนของภาครัฐลดลงจากเดิมร้อยละ 2.3 ทำให้การลงทุนของประเทศเฉลี่ยทั้งปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.7 ในขณะที่ผู้บริโภค

หรือประชาชน มีกำลังในการซื้อมากขึ้น ทั้งจากภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้นและระดับราคา
ที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้การใช้จ่ายอุปโภคและบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 1.2 อัตราการขยายตัวของการใช้จ่ายผลิตภัณฑ์มวลรวม ที่แท้จริงของประเทศ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	2543	2544	2545	2546
1. การบริโภค				
- การใช้จ่ายภาคเอกชน	5.0	3.9	4.9	6.3
- การใช้จ่ายของภาครัฐ	2.2	2.8	2.5	1.1
2. การลงทุน	5.4	1.2	6.5	11.7
- ภาคเอกชน	16.8	4.9	13.2	17.9
- ภาครัฐ	-9.6	-5.2	-5.8	-2.3
3. การค้าระหว่างประเทศ				
- การส่งออก	17.5	-4.1	12.1	6.6
- การนำเข้า	27.3	-5.5	13.6	7.5
4. การใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศ	4.0	3.1	5.4	6.7

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางที่ 1.3 อัตราการขยายตัวของมูลค่าที่แท้จริง ผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศของสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	2543	2544	2545	2546
ภาคการผลิต	6.1	1.4	6.8	10.3
ภาคการค้า	3.7	-1.3	1.7	3.7
ภาคบริการ				
- การก่อสร้าง	-9.5	0.3	5.7	3.4
- การเงิน	-7.9	1.9	9.0	12.4
- การขนส่ง	7.7	6.5	6.5	4.6
- อสังหาริมทรัพย์และบริการธุรกิจ	2.8	2.3	5.1	5.5
- บริการสุขภาพ	4.1	6.9	0.7	-1.3
- การศึกษา	3.4	1.3	2.6	2.2
- การบริการชุมชน สังคม และส่วนบุคคล	6.3	2.8	7.5	11.3

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจของประเทศจากแรงสนับสนุนของอุปสงค์ในประเทศ ได้ส่งผลเชื่อมโยงไปยังด้านอุปทาน ทั้งในภาคการผลิต การค้า และบริการ ให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการลงทุน การบริโภคและอุปโภค รวมทั้งแรงสนับสนุนจากอุปสงค์ภายนอก ทำให้การส่งออกของประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

สำหรับเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ในปี 2546 อัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 เป็นผลจากการปรับขึ้นของราคาอาหารและราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น ในขณะที่ดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลในระดับ 329.9 พันล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งเป็นผลจากการเกินดุลทั้งของดุลการค้าและดุลบริการ ทุนสำรองเงินตราต่างประเทศ ณ สิ้นปี 2546 อยู่ในระดับ 42.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยเป็น 3.7 เท่าของหนี้ต่างประเทศระยะสั้น ในปีที่ผ่านมารัฐบาลมีงบประมาณรายรับมากกว่างบประมาณรายจ่าย เป็นผลให้ดุลการคลังของประเทศได้ขี้นมาอยู่ในภาวะเกินดุล 34.3 พันล้านบาท หลังจากประสบภาวะขาดดุลมาหลายปีติดต่อกัน สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนปีนี้มีค่าผันผวนค่อนข้างน้อย โดยเคลื่อนไหวในช่วงแคบเฉลี่ยทั้งปีอยู่ที่ 41.5 บาท ต่อเหรียญสหรัฐ แข็งตัวขึ้น 1.5 บาท ต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ภาคการเงิน ในปี 2546 สภาพคล่องทางการเงินยังอยู่ในระดับสูง จากปริมาณเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในระดับ 5,358.1 พันล้านบาท ซึ่งสูงกว่าระดับสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในระดับ 4,954.3 พันล้านบาท ถึงแม้ว่าปริมาณการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์จะเพิ่มสูงขึ้นมากในช่วงครึ่งหลังของปี หลังจากธนาคารแห่งประเทศไทยได้ใช้มาตรการลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและการลงทุน

ด้านการจ้างงาน ในปี 2546 ได้ปรับตัวดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น โดยผู้มีงานทำมีจำนวน 33.49 ล้านคน เพิ่มสูงขึ้นจากปีก่อนหน้านี้ ร้อยละ 1.5 ในขณะที่อัตราการว่างงานอยู่ในระดับร้อยละ 0.69 ลดลงจากร้อยละ 0.77 ในปีก่อนหน้านี้

แนวโน้มภาวะเศรษฐกิจในปี 2547 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประเมิน ณ กลางปี 2547 ว่า จะยังมีการขยายตัวในระดับไม่ต่ำกว่าปี 2546 แม้ว่าจะมีผลกระทบจากการระบาดของไข้หวัดนกที่มีผลต่อการผลิตและการส่งออกไก่ของไทยในช่วงครึ่งปีแรก และภาวะน้ำมันราคาสูงก็ตาม

ตารางที่ 1.4 เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญ

รายการ	2543	2544	2545	2546
1. เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ				
1.1 การเปลี่ยนแปลงของ CPI (ร้อยละ)	1.5	1.6	0.7	1.8
1.2 ดุลการคลัง (ปีงบประมาณ) (พันล้านบาท)	-116.6	-107.9	-118.7	34.3
1.3 ดุลบัญชีเดินสะพัด (พันล้านบาท)	371.5	276.1	302.3	329.9
1.4 เงินสำรองของทางการ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	32.7	33.0	38.9	42.1
1.5 หนี้ต่างประเทศ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	79.7	67.5	59.4	51.7
1.6 อัตราแลกเปลี่ยน (บาท ต่อเหรียญสหรัฐ)	40.2	44.4	43.0	41.5
2. ด้านการเงิน				
2.1 เงินฝากธนาคารพาณิชย์ (พันล้านบาท)	4,816.0	5,009.1	5,132.0	5,358.1
2.2 สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ (พันล้านบาท)	4,723.7	4,447.9	4,779.9	4,954.3
2.3 อัตราดอกเบี้ย MLR เฉลี่ย (ร้อยละ)	7.50-8.25	7.00-7.50	6.50-7.00	5.50-5.75
3. การจ้างงาน				
3.1 ผู้มีงานทำ (ล้านคน)	31.29	32.17	33.00	33.49
3.2 อัตราการว่างงาน (ร้อยละ)	1.19	1.10	0.77	0.69

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 2

โครงสร้างและสถานภาพของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2546

บทที่ 2

ภาพรวมและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2546

ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับจำนวนและการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้ในการจัดทำรายงานสถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2546 นี้ใช้ฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2545 ซึ่งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประมวลจากรายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และการสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และใช้จำนวนวิสาหกิจที่เพิ่มขึ้นในปี 2546 จากจำนวนผู้จดทะเบียนจัดตั้งและเลิกกิจการของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และข้อมูลจำนวนสถานประกอบการ (ที่มีคนงานตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป) ที่จดทะเบียนกับสำนักงานประกันสังคม ซึ่งวิธีการดังกล่าวมีผลให้ฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความครอบคลุมมากขึ้น

2.1 นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำจำกัดความของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs: Small and Medium Enterprises) ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม ลงวันที่ 11 กันยายน 2545 กำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้จำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดินของวิสาหกิจ และให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์กำหนด 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 หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 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

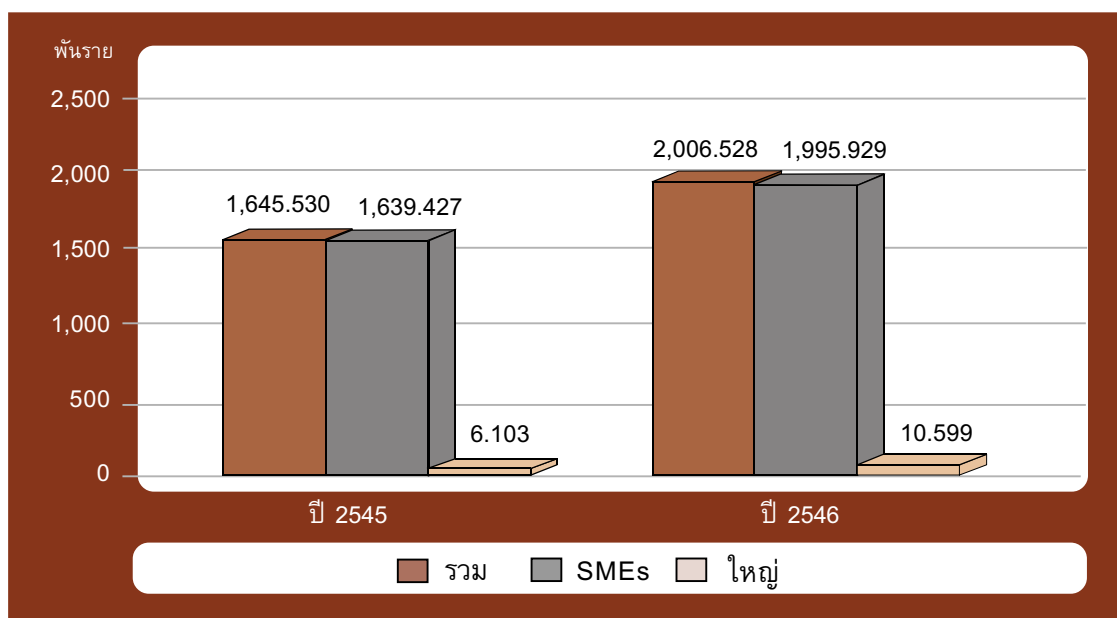
ตัวอย่างการกำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น กิจการ ก. เป็นกิจการการผลิตสินค้า มีจำนวนการจ้างงาน 300 คน และมีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน จำนวน 100 ล้านบาท ให้ถือว่า กิจการ ก. เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ กิจการ ข. เป็นกิจการประเภทการผลิตสินค้า มีจำนวนการจ้างงาน 100 คน และมีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน จำนวน 300 ล้านบาท ให้ถือว่า กิจการ ข. เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2546 มีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งหมด 2,006,528 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน 10,599 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.5 ของวิสาหกิจทั้งหมด และเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs จำนวน 1,995,929 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.5 ของวิสาหกิจทั้งหมด

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลจำนวนวิสาหกิจดังกล่าวข้างต้นจะพบว่า จำนวนของวิสาหกิจรวมทุกขนาดเพิ่มขึ้นจากปี 2545 ถึง 360,998 ราย ในจำนวนนี้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 356,502 ราย และวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 4,496 ราย ทั้งนี้เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลจำนวนวิสาหกิจมีความครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลจากสำนักงานประกันสังคม ซึ่งตามกฎหมายกำหนดให้สถานประกอบการที่มีคนงานตั้งแต่ 1 คน ขึ้นไป ต้องจดทะเบียนกับสำนักงานประกันสังคม จึงไม่อาจสรุปได้ว่าจำนวนวิสาหกิจเพิ่มขึ้นในฐานข้อมูลปัจจุบันเป็นจำนวนสถานประกอบการที่เกิดขึ้นใหม่ในปี 2546 ทั้งหมด (ภาพที่ 2.1)

ภาพที่ 2.1 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2545 และปี 2546



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

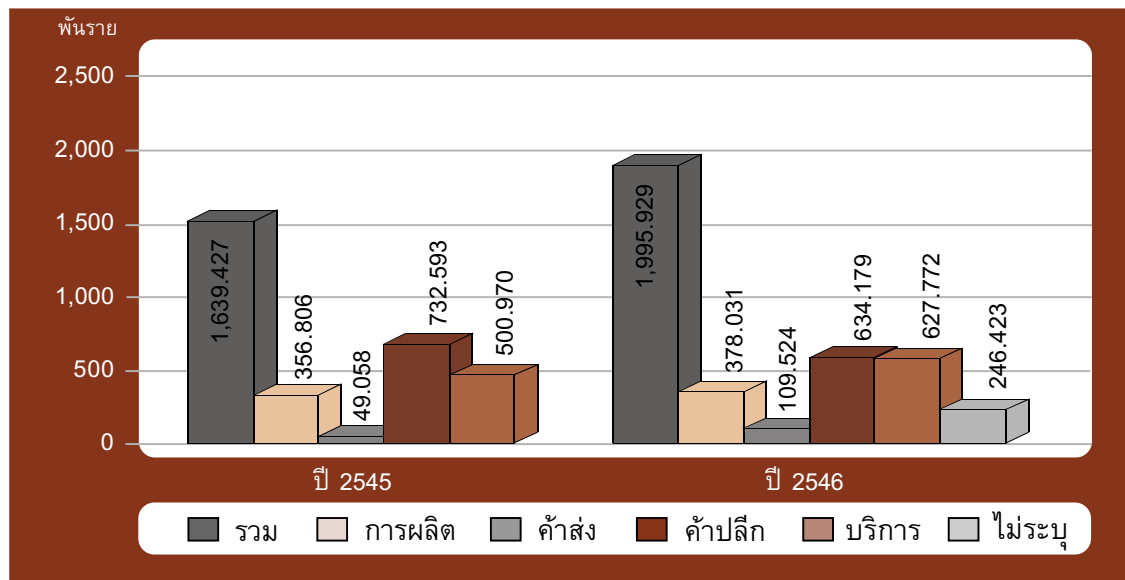
: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.3 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ในปี 2546 ภาคการค้าปลีกยังคงเป็นภาคธุรกิจที่มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ 634,179 ราย (สัดส่วนร้อยละ 31.8) ใกล้เคียงกับภาคบริการ ซึ่งมีจำนวน 627,772 ราย (สัดส่วนร้อยละ 31.5) ในขณะที่ภาคการผลิตมีจำนวน 378,031 ราย (สัดส่วนร้อยละ 18.9) และภาคการค้าส่งมีจำนวน 109,524 ราย (สัดส่วนร้อยละ 5.5) เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2545 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกภาคธุรกิจมีจำนวนเพิ่มขึ้น ยกเว้น ภาคการค้าปลีก ซึ่งมีจำนวนลดลงจาก 732,593 ราย เป็น 634,179 ราย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในฐานข้อมูลปี 2546 มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่ไม่ระบุลักษณะธุรกิจอีกเป็นจำนวนถึง 246,423 ราย (สัดส่วนร้อยละ 12.3) ซึ่งอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลจำนวนวิสาหกิจในภาคการค้าปลีกในฐานข้อมูลลดลง (ภาพที่ 2.2)

ภาพที่ 2.2 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะธุรกิจ ปี 2545-2546

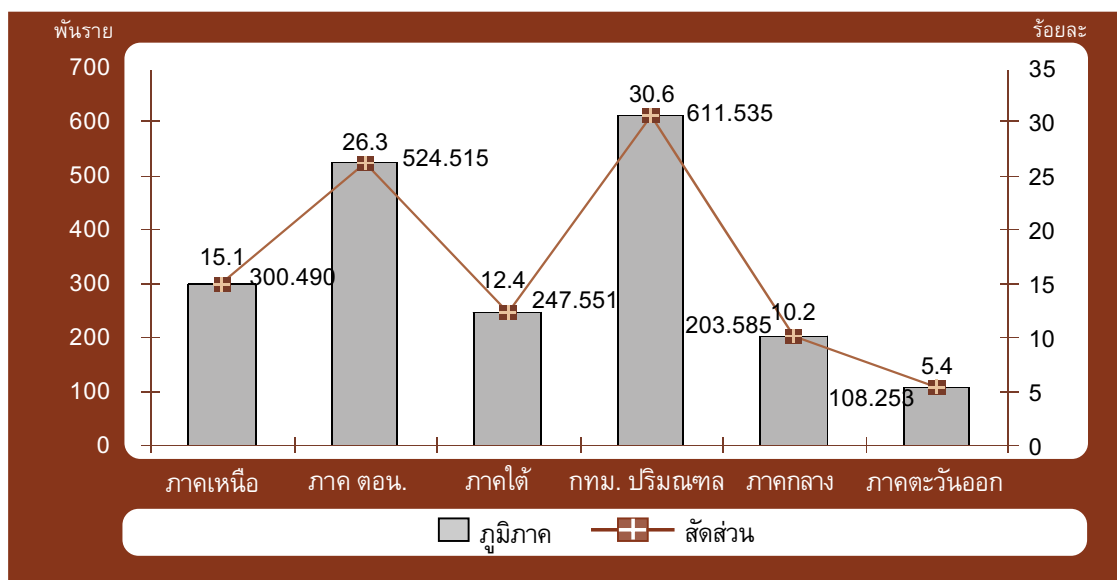


ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.4 การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามภูมิภาค

ในปี 2546 จำนวน SMEs เพิ่มขึ้น 356,502 ราย โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของ SMEs ที่อยู่ใน กทม.และปริมณฑลถึง 263,708 ราย หรือ ร้อยละ 60.7 ของจำนวน SMEs ที่เพิ่มขึ้นทั้งหมด สำหรับการกระจายตัวของ SMEs จำแนกตามภูมิภาค กทม.และปริมณฑลมีจำนวน SMEs มากที่สุดคือ 611,535 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.6 ในปีนี้โครงสร้างการกระจายตัวแตกต่างจากเดิมกล่าวคือ เดิมปี 2545 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีจำนวน SMEs สูงที่สุด แต่ในปี 2546 มีจำนวน SMEs มากเป็นอันดับที่ 2 รองจาก กทม.และปริมณฑล โดยมีจำนวน 524,515 รายหรือร้อยละ 26.3 ภูมิภาคที่มีจำนวน SMEs มากเป็นอันดับรองลงมาคือ ภาคเหนือ จำนวน 300,490 ราย (ร้อยละ 15.1) ภาคใต้ จำนวน 247,551 ราย (ร้อยละ 12.4) ภาคกลางจำนวน 203,585 ราย (ร้อยละ 10.2) และภาคตะวันออกจำนวน 108,253 ราย (ร้อยละ 5.4) ตามลำดับ (ภาพที่ 2.3)

ภาพที่ 2.3 จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามภูมิภาคปี 2546



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

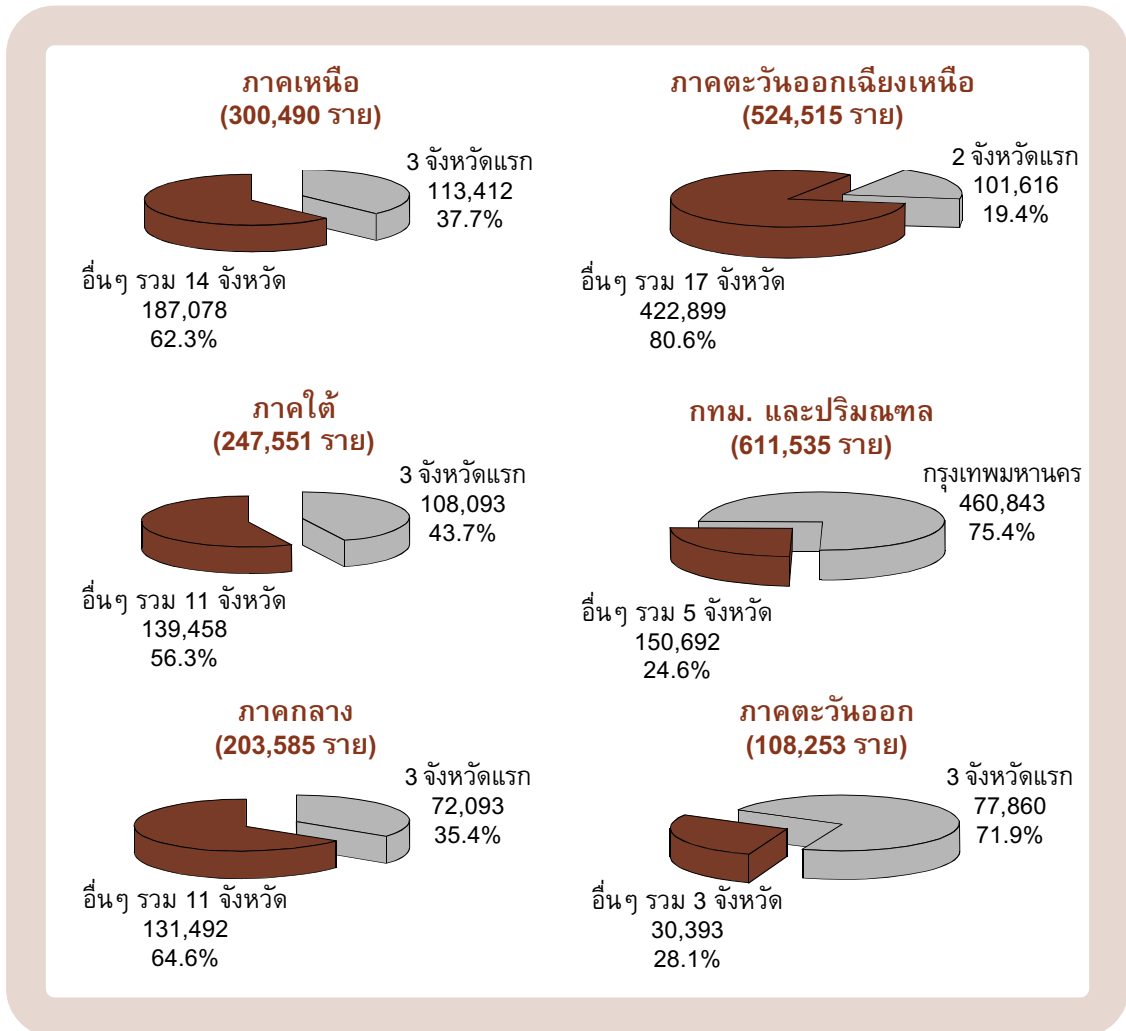
: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.5 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสำคัญ ในแต่ละภูมิภาค

เมื่อพิจารณาลึกลงในโครงสร้างการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละภูมิภาค พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมค่อนข้างกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภูมิภาค ลักษณะดังกล่าวนี้ค่อนข้างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในกรณีของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม 611,535 ราย มีจำนวนที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครถึง 460,843 ราย หรือร้อยละ 75.4 ในภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดต่างๆ รวม 17 จังหวัด มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งภูมิภาค 300,490 ราย ในจำนวนนี้อยู่ใน 3 จังหวัดแรกที่มีจำนวนวิสาหกิจสูงสุดคือ เชียงใหม่ นครสวรรค์ และเชียงราย จำนวนสูงถึง 113,412 ราย หรือร้อยละ 37.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งประกอบด้วย 19 จังหวัด มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งภูมิภาค 524,515 ราย อยู่ใน 2 จังหวัดแรก คือ ขอนแก่นและนครราชสีมา รวมกันเท่ากับ 101,616 ราย หรือร้อยละ 19.4 ภาคใต้มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 247,551 ราย อยู่ใน 3 จังหวัดแรกที่มีจำนวนวิสาหกิจสูงสุด คือ สงขลา นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี รวม 108,093 รายหรือร้อยละ 43.7 ภาคกลาง ซึ่งมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม 203,585 ราย อยู่ใน 3 จังหวัดแรกคือ นครปฐม พระนครศรีอยุธยา และกาญจนบุรี รวม 72,093 รายหรือร้อยละ 35.4 อย่างไรก็ตามการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคกลางค่อนข้างดีกว่าภูมิภาคอื่น สำหรับภาคตะวันออก มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม 108,253 ราย อยู่ใน 3 จังหวัดแรก ได้แก่ ชลบุรี, ระยอง และ ฉะเชิงเทรา ถึง 77,860 รายหรือร้อยละ 71.9 (ภาพที่ 2.4)

ภาพที่ 2.4 โครงสร้างการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในแต่ละภูมิภาค ปี 2546



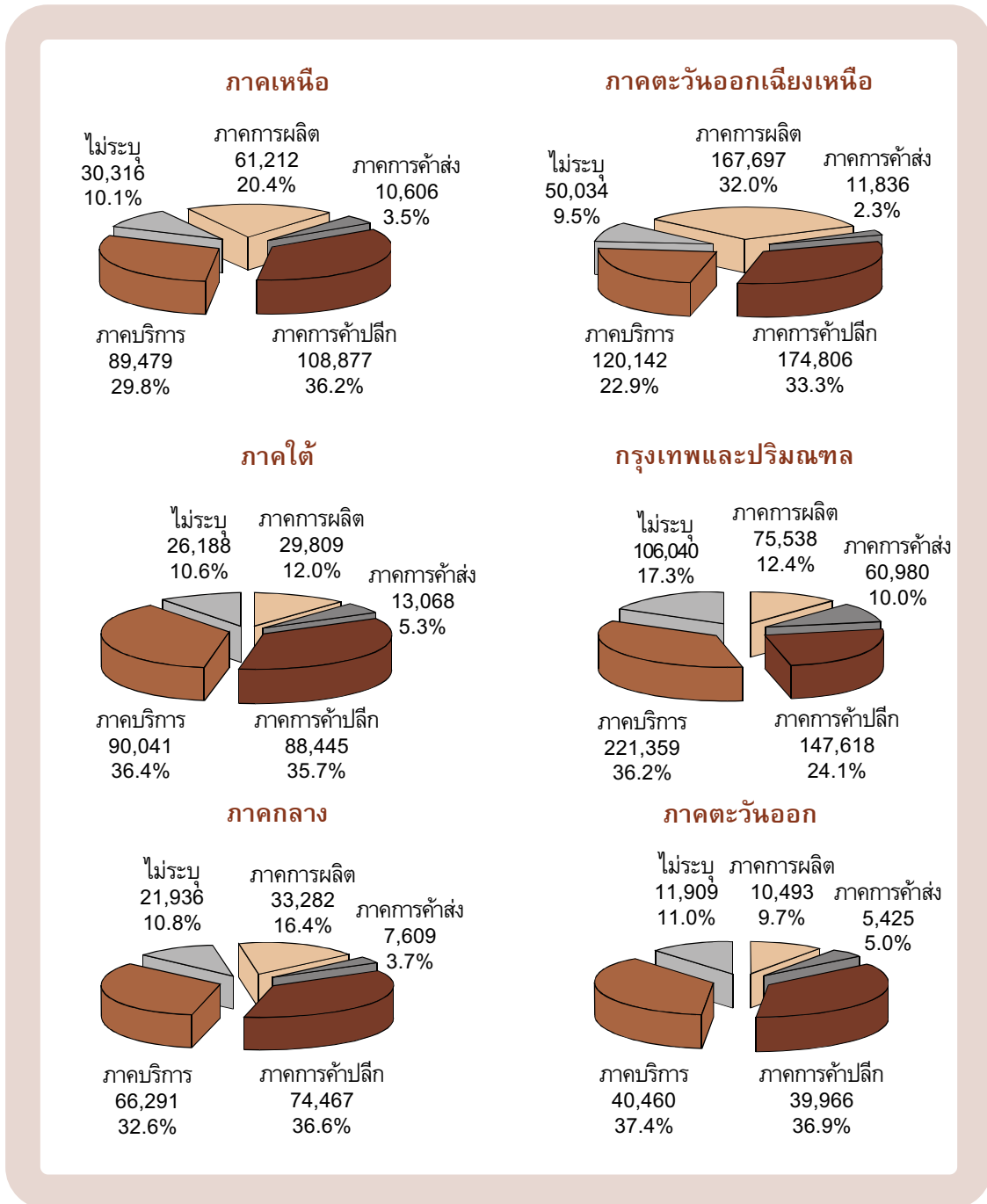
ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละภูมิภาคจะมีลักษณะใกล้เคียงกันคือ ประกอบด้วยสถานประกอบการในภาคการค้าปลีกและภาคบริการ ในสัดส่วนที่สูงกว่าภาคการผลิต ยกเว้น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีสัดส่วนของภาคการผลิตสูงกว่าภาคบริการ และมีสัดส่วนของภาคบริการต่ำกว่าทุกภูมิภาค ซึ่งสะท้อนถึงโครงสร้างของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่

ภูมิภาคที่มีสัดส่วนของจำนวน SMEs ในภาคบริการสูงที่สุดคือ ภาคตะวันออก โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการจำนวน 40,460 ราย หรือ ร้อยละ 37.4 ของจำนวน SMEs ในภูมิภาค สำหรับกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนสูงที่สุด มีสัดส่วนของจำนวน SMEs ในภาคบริการร้อยละ 36.2 ใกล้เคียงกับภาคใต้ ซึ่งมีสัดส่วนของ จำนวน SMEs ในภาคบริการร้อยละ 36.4

ทุกภูมิภาคมีสัดส่วนของจำนวน SMEs ในภาคการค้าปลีกใกล้เคียงกันคือ ประมาณร้อยละ 33-36 ของจำนวน SMEs ในแต่ละภูมิภาค ยกเว้นกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งมีสัดส่วนของจำนวน SMEs ในภาคการค้าปลีกเพียงร้อยละ 24.1 ทั้งนี้อาจเป็นผลจากการขยายตัวของธุรกิจการค้าปลีกขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่รวดเร็วกว่าภูมิภาคอื่น (ภาพที่ 2.5)

**ภาพที่ 2.5 การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
จำแนกตามลักษณะธุรกิจและภูมิภาค ปี 2546**



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.6 จำนวนและประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 19 กลุ่มจังหวัดตามยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด

กลุ่มที่ 1 ภาคเหนือตอนบนประกอบด้วยจังหวัด เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน พะเยา ลำพูน ลำปาง น่าน แพร่ ซึ่งมีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเป็นฐานและประตูการค้า โครงข่ายคมนาคมเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงและเอเชียใต้ มีความโดดเด่นในสาขาบริการการท่องเที่ยว หัตถอุตสาหกรรมที่ปราศจากมลพิษและเกษตรปลอดภัย รวมทั้งเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ และการค้าต่างประเทศ ในปี 2546 กลุ่มจังหวัดมี SMEs รวม 167,574 ราย สูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มจังหวัดอื่น ยกเว้นกรุงเทพมหานคร เป็นภาคการค้าปลีก 54,118 ราย หรือร้อยละ 32.3 ภาคบริการ 51,542 ราย หรือร้อยละ 30.8 ภาคการผลิต 39,207 ราย หรือร้อยละ 23.4 และภาคการค้าส่ง จำนวน 6,258 ราย หรือร้อยละ 3.7

กลุ่มที่ 2 ภาคเหนือตอนกลาง ประกอบด้วยจังหวัด ตาก สุโขทัย พิษณุโลก อุตรดิตถ์ และเพชรบูรณ์ มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนากลุ่มจังหวัดให้เป็นจุดรองรับและประสานการเชื่อมโยงการค้าชายแดน การผลิต การตลาด อุตสาหกรรม เกษตรกรรมและการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง ในปี 2546 มี SMEs จำนวน 70,248 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้าปลีกคือ 29,610 ราย หรือร้อยละ 42.2 ภาคบริการ 19,880 ราย หรือร้อยละ 28.3 และภาคการผลิตจำนวน 10,987 ราย หรือร้อยละ 15.6

กลุ่มที่ 3 ภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วยจังหวัด นครสวรรค์ พิจิตร กำแพงเพชรและอุทัยธานี มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางการค้าข้าว และการส่งออกรายใหญ่ของประเทศ ในกลุ่มจังหวัดนี้มีโครงสร้างของประเภท SMEs คล้ายคลึงกับกลุ่มที่ 2 กล่าวคือมี SMEs ในภาคการค้าปลีกในสัดส่วนที่สูงกว่าภาคธุรกิจอื่นคือ 25,149 ราย หรือร้อยละ 40.1 ภาคบริการ 18,057 ราย หรือร้อยละ 28.8 และภาคการผลิต 11,018 ราย หรือร้อยละ 17.6

กลุ่มที่ 4 ภาคกลางตอนบน (กลุ่มที่ 1) ประกอบด้วย นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และเทคโนโลยี เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเป็นศูนย์เชื่อมโยงการคมนาคมเพื่อกระจายสินค้าและบริการ ในปี 2546 มี SMEs รวม 101,059 ราย อยู่ในภาคบริการมากที่สุดคือ 37,647 ราย ร้อยละ 37.3 ภาคการค้าปลีกจำนวน 28,853 ราย หรือร้อยละ 28.6 และภาคการผลิต 13,501 ราย หรือร้อยละ 13.4

กลุ่มที่ 5 ภาคกลางตอนบน (กลุ่มที่ 2) ประกอบด้วยจังหวัด ชัยนาท ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนากลุ่มจังหวัดให้เป็นแหล่งผลิตและรวบรวมสินค้าเกษตรเพื่อส่งออก เป็นศูนย์บริการขนส่งและพาณิชย์กรรม มี SMEs รวม 48,922 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้าปลีกจำนวน 19,501 ราย หรือร้อยละ 39.9 ภาคบริการจำนวน 15,655 ราย หรือร้อยละ 32.0 และภาคการผลิตเพียง 6,546 ราย หรือร้อยละ 13.4

กลุ่มที่ 6 ภาคกลางตอนล่าง (กลุ่มที่ 1) ประกอบด้วย นครปฐม กาญจนบุรี สุพรรณบุรีและราชบุรี มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นฐานการผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรอุตสาหกรรม สู้ชายแดนด้านตะวันตกและนานาชาติ ในปี 2546 มี SMEs รวม 85,824 ราย อยู่ในภาคการค้าปลีก 30,271 ราย หรือร้อยละ 35.3 ภาคบริการ 28,110 ราย หรือร้อยละ 32.8 และภาคการผลิตจำนวน 14,405 ราย ร้อยละ 16.8

กลุ่มที่ 7 ภาคกลางตอนล่าง (กลุ่มที่ 2) ประกอบด้วย สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปสินค้าประมงและเกษตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และเป็นเส้นทางการคมนาคมที่สำคัญสู่ภาคใต้ ในปี 2546 มี SMEs จำนวน 46,663 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้าปลีกและภาคบริการ โดยเป็นภาคการค้าปลีก 16,391 ราย หรือร้อยละ 35.1 ภาคบริการ 16,537 ราย หรือร้อยละ 35.4 และภาคการผลิต 6,364 ราย หรือร้อยละ 13.6

กลุ่มที่ 8 ภาคกลางตอนล่าง (กลุ่มที่ 3) ประกอบด้วยจังหวัด ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ นครนายก สระแก้ว และปราจีนบุรี มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นแหล่งรองรับการขยายตัวของเมืองหลวงและสนามบินสุวรรณภูมิ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ ศูนย์กลางอุตสาหกรรมต่อเนื่องและเชื่อมโยง (Cluster) ด้านยานยนต์และชิ้นส่วนไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอ เครื่องหนัง และอาหารแปรรูป รวมทั้งเป็นศูนย์ธุรกิจพาณิชย์กรรม บริการ และ Logistic ในปี 2546 กลุ่มจังหวัดนี้มี SMEs จำนวน 97,743 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้าปลีกคือ 35,134 ราย หรือร้อยละ 36.0 อยู่ในภาคบริการจำนวน 30,763 ราย หรือร้อยละ 31.5 และภาคการผลิตจำนวน 15,430 ราย หรือร้อยละ 15.8

กลุ่มที่ 9 ภาคกลาง (ตะวันออก) ประกอบด้วย ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเป็นผู้นำการส่งออกทั้งสินค้าอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวนานาชาติ และเป็นช่องทางการค้าสู่ภูมิภาคอินโดจีน ในปี 2546 มี SMEs จำนวนรวม 82,319 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการบริการโดยมีจำนวน 33,098 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาอยู่ในภาคการค้าปลีก จำนวน 27,612 ราย หรือร้อยละ 33.5 และภาคการผลิต 7,590 ราย หรือร้อยละ 9.2

กลุ่มที่ 10 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (กลุ่มที่ 1) ประกอบด้วย อุตรดิตถ์ หนองบัวลำภู หนองคาย และเลย มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการผลิตและกระจายสินค้าของอีสานตอนบน ในปี 2546 มี SMEs จำนวน 75,443 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้าปลีกคือ 27,996 ราย หรือร้อยละ 37.1 ที่เหลืออยู่ในภาคการบริการและภาคการผลิตในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ 19,151 รายและ 18,543 ราย หรือ ร้อยละ 25.4 และ 24.6

กลุ่มที่ 11 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (กลุ่มที่ 2) ประกอบด้วย มุกดาหาร สกลนคร นครพนม และกาฬสินธุ์ มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์เป็น ศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยว เป็นประตูตะวันออกสู่อินโดจีนและโพ้นทะเล ในปี 2546 มี SMEs จำนวน 94,280 ราย โดยที่ SMEs ส่วนใหญ่อยู่ใน ภาคการผลิตมากกว่ากลุ่มจังหวัดอื่น โดยมี SMEs ในภาคการผลิตถึง 37,136 ราย หรือร้อยละ 39.4 ภาคการค้าปลีกร้อยละ 25.3 และภาคบริการร้อยละ 22.3

กลุ่มที่ 12 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (กลุ่มที่ 3) ประกอบด้วย ขอนแก่น มหาสารคามและร้อยเอ็ด มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลาง การค้า การลงทุนและบริการในภูมิภาคนานาชาติ ในปี 2546 มี SMEs มากเป็นที่ 3 ในกลุ่มจังหวัดทั้ง 19 กลุ่ม โดยมีจำนวนรวม 116,574 ราย ส่วนใหญ่อยู่ใน ภาคการผลิตคือ 38,000 ราย หรือร้อยละ 32.6 สำหรับภาคการค้าปลีกและบริการ มีสัดส่วนของ SMEs ร้อยละ 29.9 และ 26.0 ตามลำดับ

กลุ่มที่ 13 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (กลุ่มที่ 1) ประกอบด้วย นครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ และบุรีรัมย์ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของพื้นที่คือ เป็นประตูของภาคอีสานสู่สากล เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีจำนวน SMEs มากเป็นอันดับ ที่ 2 รองลงมาจากภาคเหนือตอนบน โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 145,373 ราย ส่วนใหญ่อยู่ใน ภาคการค้าปลีกคือ 56,326 ราย หรือร้อยละ 38.8 ภาคบริการ 31,662 ราย หรือร้อยละ 21.8 และภาคการผลิต 41,186 ราย หรือร้อยละ 28.3

กลุ่มที่ 14 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (กลุ่มที่ 2) ประกอบด้วย ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญและอุบลราชธานี มีเป้าหมายในการพัฒนากลุ่มจังหวัด เพื่อเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว การผลิต การค้าและการลงทุน กับประเทศ เพื่อนบ้าน ในปี 2546 มี SMEs รวม 92,845 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการผลิตและ การค้าปลีก โดยมีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 69.5 ในขณะที่ภาคบริการมีสัดส่วน เพียงร้อยละ 19.3

กลุ่มที่ 15 ภาคใต้ตอนบน (กลุ่มที่ 1) ประกอบด้วย สุราษฎร์ธานี ระนอง ชุมพร มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ฝั่งอันดามัน-อ่าวไทย เป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตร และการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยว ในปี 2546 มี SMEs 47,034 ราย เป็นภาคการค้าปลีกและภาคบริการรวมกันถึง ร้อยละ 76.7 และภาคการผลิตเพียง ร้อยละ 8.9

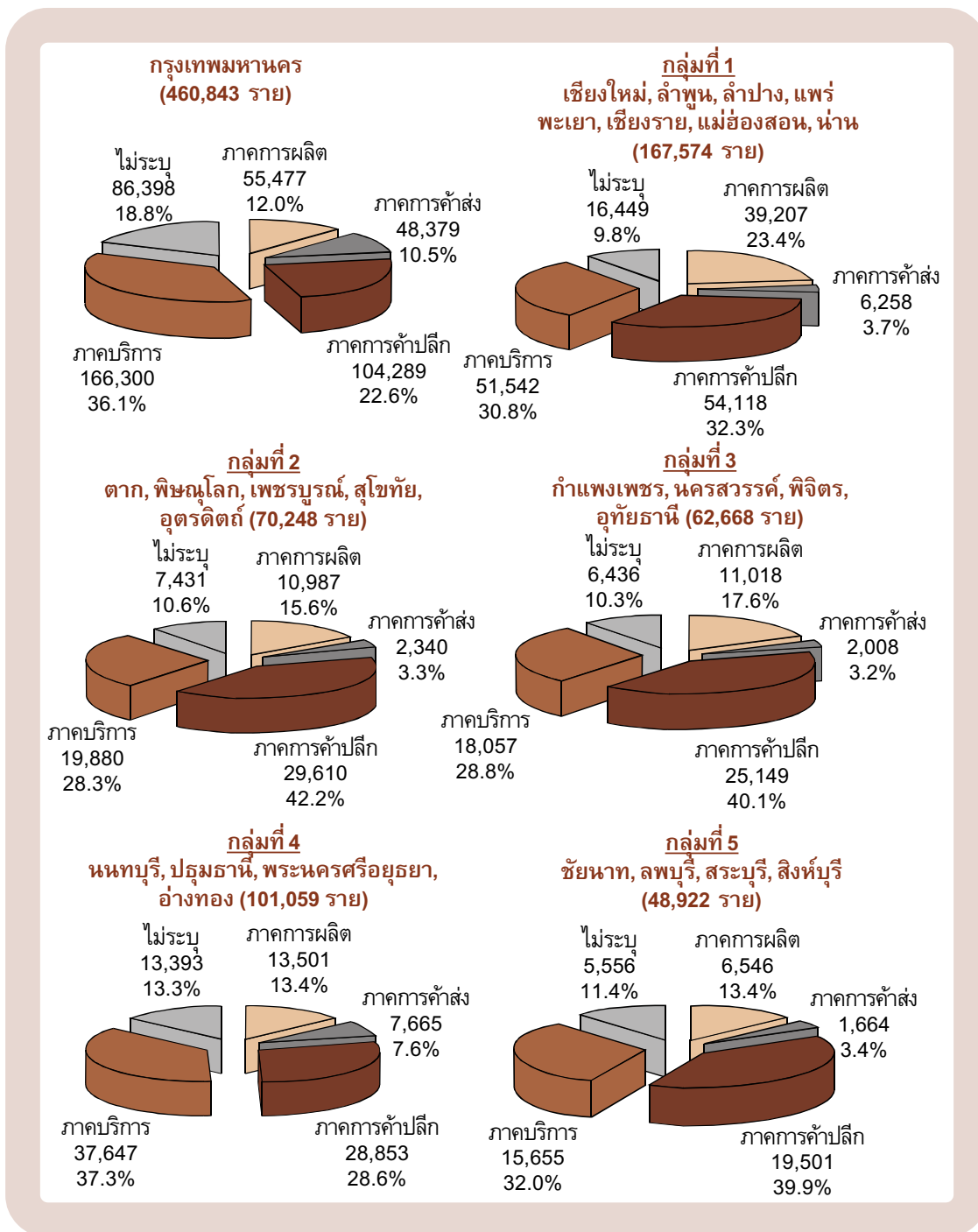
กลุ่มที่ 16 ภาคใต้ตอนบน (กลุ่มที่ 2) ประกอบด้วย นครศรีธรรมราช พัทลุง และตรัง มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การตลาด การเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในปี 2546 มี SMEs จำนวนรวม 72,456 ราย อยู่ใน ภาคการค้าปลีกและภาคบริการรวมกันถึงร้อยละ 68.5 และภาคการผลิต ร้อยละ 16.3

กลุ่มที่ 17 ภาคใต้ตอนบน (กลุ่มที่ 3) ประกอบด้วย กระบี่ พังงา ภูเก็ต มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก และเป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับเอเชียใต้ เป็นกลุ่มจังหวัดที่มี SMEs น้อยที่สุด คือ 38,579 ราย อยู่ในภาคบริการมากที่สุดคือ 17,281 ราย หรือร้อยละ 44.8 ภาคการค้าปลีก 12,005 ราย หรือร้อยละ 31.1 ภาคการผลิต 3,280 ราย หรือ ร้อยละ 8.5 และภาคการค้าส่ง 2,070 ราย หรือร้อยละ 5.4

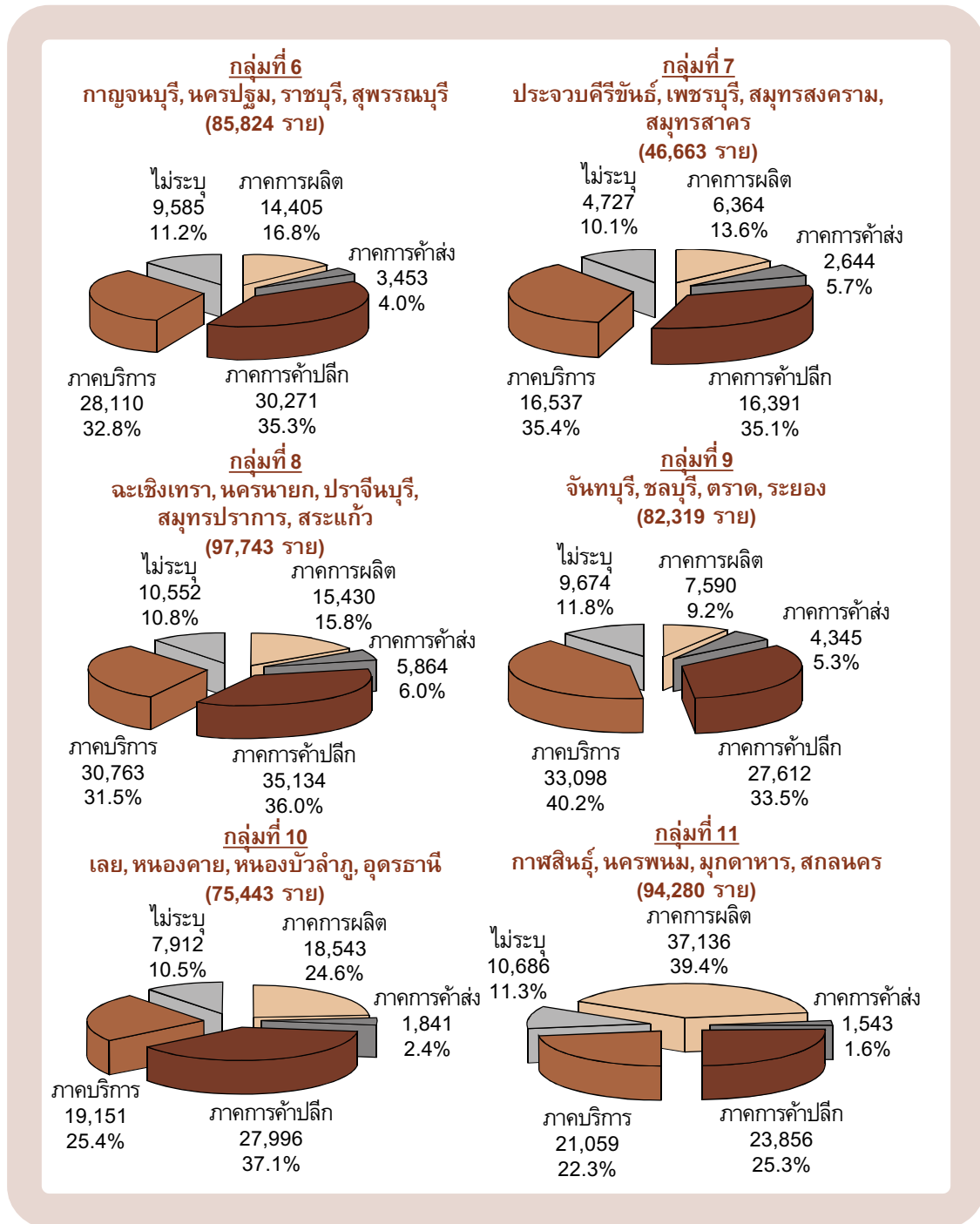
กลุ่มที่ 18 ภาคใต้ตอนล่าง (กลุ่มที่ 1) ประกอบด้วย ปัตตานี ยะลา นราธิวาส มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล อิสลามศึกษานานาชาติ การค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านและโลกมุสลิม ในปี 2546 มี SMEs รวม 40,478 ราย อยู่ในภาคการค้าปลีก 15,061 ราย หรือ ร้อยละ 37.2 ภาคบริการ 14,174 ราย หรือร้อยละ 35.0 ภาคการผลิต 5,040 ราย หรือร้อยละ 12.5

กลุ่มที่ 19 ภาคใต้ตอนล่าง (กลุ่มที่ 2) ประกอบด้วย สงขลาและสตูล มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางยางพาราโลก เมืองท่าสองทะเล เมืองธุรกิจการค้า การท่องเที่ยว และการศึกษาของภาคใต้ ในปี 2546 มี SMEs รวม 49,004 ราย อยู่ในภาคบริการ 17,449 ราย หรือร้อยละ 35.6 ภาคการค้าปลีก 16,770 ราย หรือร้อยละ 34.2 ภาคการผลิต 5,478 ราย หรือร้อยละ 11.2 (ภาพที่ 2.6)

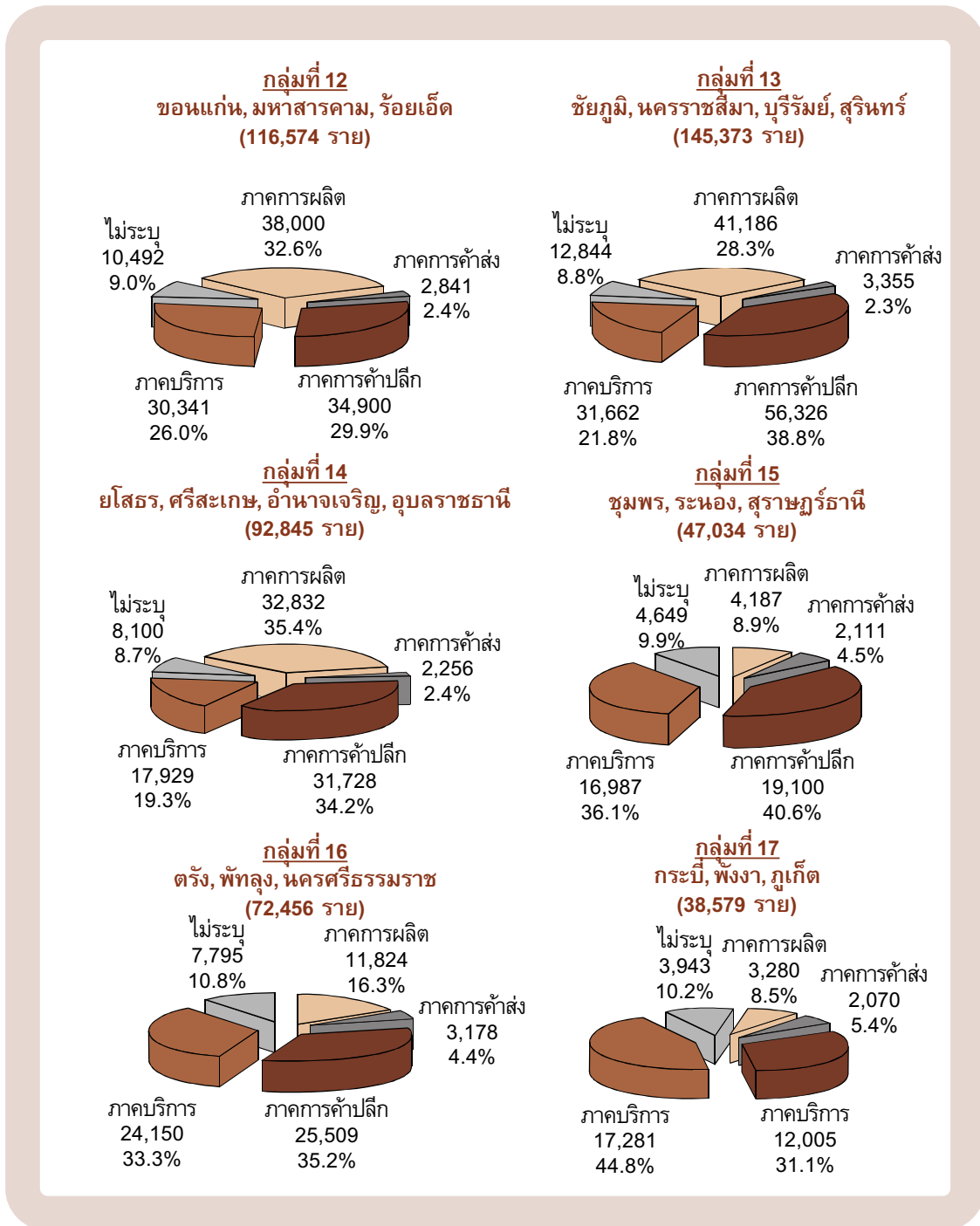
ภาพที่ 2.6 จำนวน SMEs จำแนกตามกลุ่มพื้นที่ (19 กลุ่มจังหวัด) และลักษณะธุรกิจปี 2546



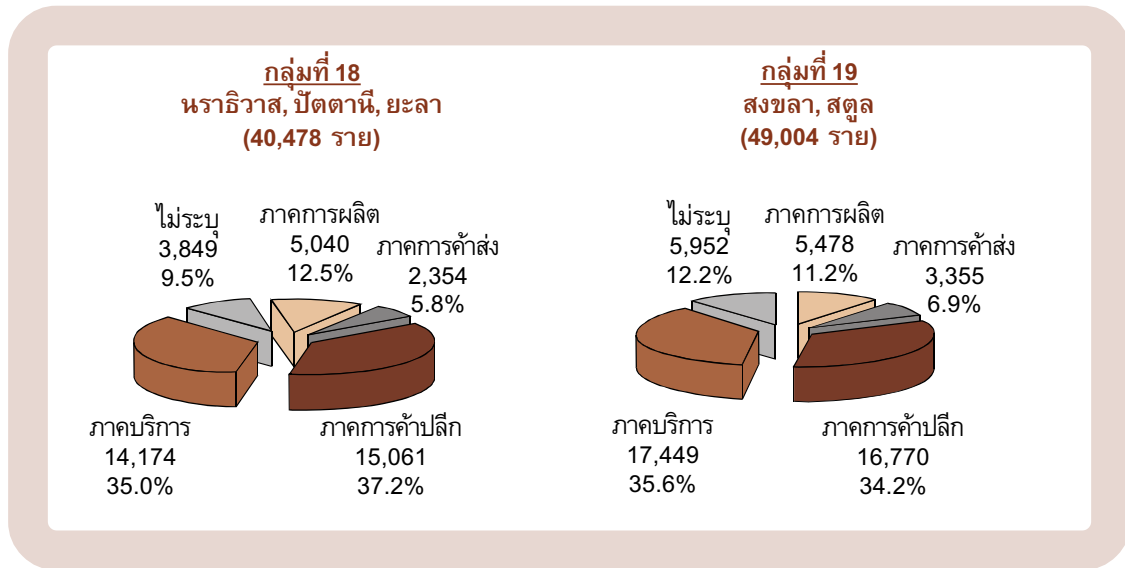
ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.7 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ในปี 2546 มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิตรวม 378,031 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99.4 ของสถานประกอบการในภาคการผลิตทั้งหมด โดยมีโครงสร้างการกระจายตัวตามประเภทของการผลิตที่ใกล้เคียงกับปี 2545 กล่าวคือ ภาคการผลิตที่มีจำนวน SMEs ในสัดส่วนที่สูง 5 ลำดับแรกยังคงเป็นการผลิตใน 5 ประเภทอุตสาหกรรมเดียวกับปี 2545 ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย สิ่งทอ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ (ไม่รวมเฟอร์นิเจอร์) และโลหะประดิษฐ์ (ยกเว้น เครื่องจักรกลและอุปกรณ์) โดยมีจำนวนสถานประกอบการที่เป็น SMEs ในแต่ละประเภทอุตสาหกรรม และสัดส่วนต่อ SMEs ในภาคการผลิตทั้งหมดดังนี้

- การผลิตอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 104,202 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.6
- การผลิตเครื่องแต่งกาย จำนวน 72,277 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.1
- การผลิตสิ่งทอ จำนวน 56,814 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.0
- การผลิตไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ จำนวน 44,828 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.9
- การผลิตโลหะประดิษฐ์ จำนวน 26,939 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.1 (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามประเภทวิสาหกิจ ภาคการผลิต ปี 2546

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม (ราย)	ใหญ่ (ราย)	SMEs (ราย)	สัดส่วน SMEs ต่อ ประเภท อุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน ต่อ SMEs รวม ในภาค การผลิต (ร้อยละ)
1. อาหารและเครื่องดื่ม	104,470	268	104,202	99.7	27.6
2. เครื่องแต่งกาย	72,454	177	72,277	99.8	19.1
3. สิ่งทอ	57,003	189	56,814	99.7	15.0
4. ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ยกเว้นเฟอร์นิเจอร์	44,894	66	44,828	99.9	11.9
5. โลหะประดิษฐ์ ยกเว้นเครื่องจักรกล และอุปกรณ์	27,069	130	26,939	99.5	7.1
6. การผลิตเครื่องเรือน	25,294	277	25,017	98.9	6.6
7. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากแร่โลหะ	9,882	73	9,809	99.3	2.6
8. สิ่งพิมพ์ การพิมพ์ และการทำ สำเนาสู่อินเทอร์เน็ต	8,659	66	8,593	99.2	2.3
9. เครื่องจักรกลและอุปกรณ์	5,195	60	5,135	98.8	1.4
10. เครื่องหนัง กระเป๋า และรองเท้า	4,854	81	4,773	98.3	1.3
11. ยางและผลิตภัณฑ์พลาสติก	4,906	226	4,680	95.4	1.2
12. สารเคมี และผลิตภัณฑ์เคมี	3,361	76	3,285	97.7	0.9
13. กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ	2,137	56	2,081	97.4	0.6
14. โลหะขั้นมูลฐาน	2,052	60	1,992	97.1	0.5
15. เครื่องจักรกลไฟฟ้าและเครื่องมือไฟฟ้า	2,081	113	1,968	94.6	0.5
16. การผลิตวิทยุ โทรทัศน์และอุปกรณ์และ เครื่องมือ	2,003	179	1,824	91.1	0.5
17. การผลิตยานยนต์ รถพ่วง และรถกึ่งพ่วง	1,736	132	1,604	92.4	0.4
18. การผลิตอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ	676	13	663	98.1	0.2
19. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	549	1	548	99.8	0.1
20. การผลิตเครื่องมือแพทย์ เครื่องมือ เกี่ยวกับสายตาและนาฬิกา	558	26	532	95.3	0.1
21. เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องทำบัญชี และเครื่องคอมพิวเตอร์	77	6	71	92.2	0.0
อื่นๆ	413	17	396	95.9	0.1
รวม	380,323	2,292	378,031	99.4	100.0

ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้า
และธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.8 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ

ในปี 2546 ภาคบริการมีสถานประกอบการรวม 629,290 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่รวม 1,518 ราย และวิสาหกิจกลางและขนาดย่อมรวม 627,772 ราย หรือร้อยละ 99.8 ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารเป็นธุรกิจบริการที่มีจำนวนสถานประกอบการมากที่สุดคือ 190,052 ราย ในจำนวนนี้เป็น SMEs จำนวน 189,899 ราย หรือร้อยละ 99.9 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.3 ของ SMEs ในภาคบริการทั้งหมด ธุรกิจประเภทที่มีสถานประกอบการ SMEs จำนวนมากอีกประเภทหนึ่งคือ ธุรกิจบริการขนส่ง ซึ่งมีจำนวนกิจการทั้งหมด 99,812 ราย เป็นกิจการขนาดใหญ่ 141 ราย และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 99,671 ราย หรือร้อยละ 99.9 และเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.9 ของ SMEs ในภาคบริการทั้งหมด (ตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2 จำนวนสถานประกอบการจำแนกตามประเภทวิสาหกิจ ภาคการบริการ ปี 2546

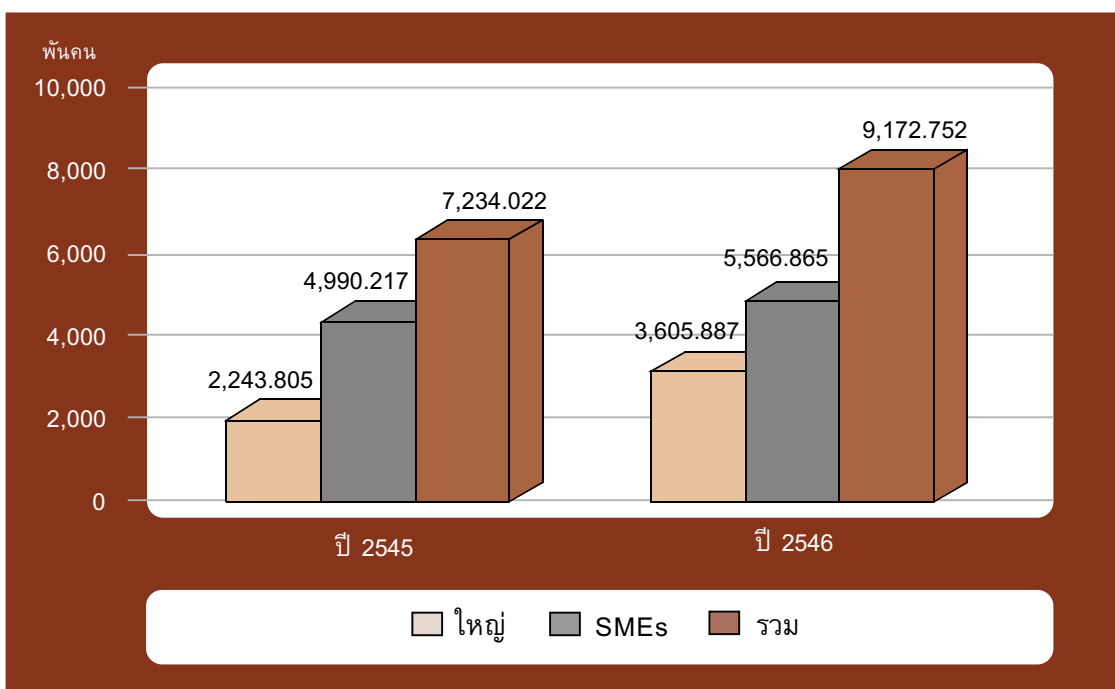
ประเภทอุตสาหกรรม	รวม (ราย)	ใหญ่ (ราย)	SMEs (ราย)	สัดส่วน SMEs ต่อ ประเภท การบริการ (ร้อยละ)	สัดส่วน ต่อ SMEs รวม ในภาค การบริการ (ร้อยละ)
1. โรงแรมและภัตตาคาร	190,052	153	189,899	99.9	30.2
2. ธุรกิจบริการขนส่ง	99,812	141	99,671	99.9	15.9
3. บริการด้านธุรกิจ	70,167	334	69,833	99.5	11.1
4. บริการด้านอสังหาริมทรัพย์	68,963	481	68,482	99.3	10.9
5. กิจกรรมนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา	22,319	49	22,270	99.8	3.5
6. บริการด้านคอมพิวเตอร์ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	5,471	4	5,467	99.9	0.9
7. งานด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	1,424	64	1,360	95.5	0.2
อื่นๆ	171,082	292	170,790	99.8	27.2
รวม	629,290	1,518	627,772	99.8	100.0

ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้า
และธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.9 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2546 วิสาหกิจรวมทั้งหมดของประเทศมีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 9,172,752 คน เป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 5,566,865 คน หรือร้อยละ 60.7 ของจำนวนการจ้างงานรวมทั้งประเทศ¹ ซึ่งเมื่อพิจารณาจำนวนการจ้างงานรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2546 เปรียบเทียบกับปี 2545 พบว่า SMEs มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น 576,648 คน หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 11.6 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ (LEs) มีจำนวนการจ้างงานเพิ่มขึ้นถึง 1,362,082 คน หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 60.7 (ภาพที่ 2.7)

ภาพที่ 2.7 จำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545-2546



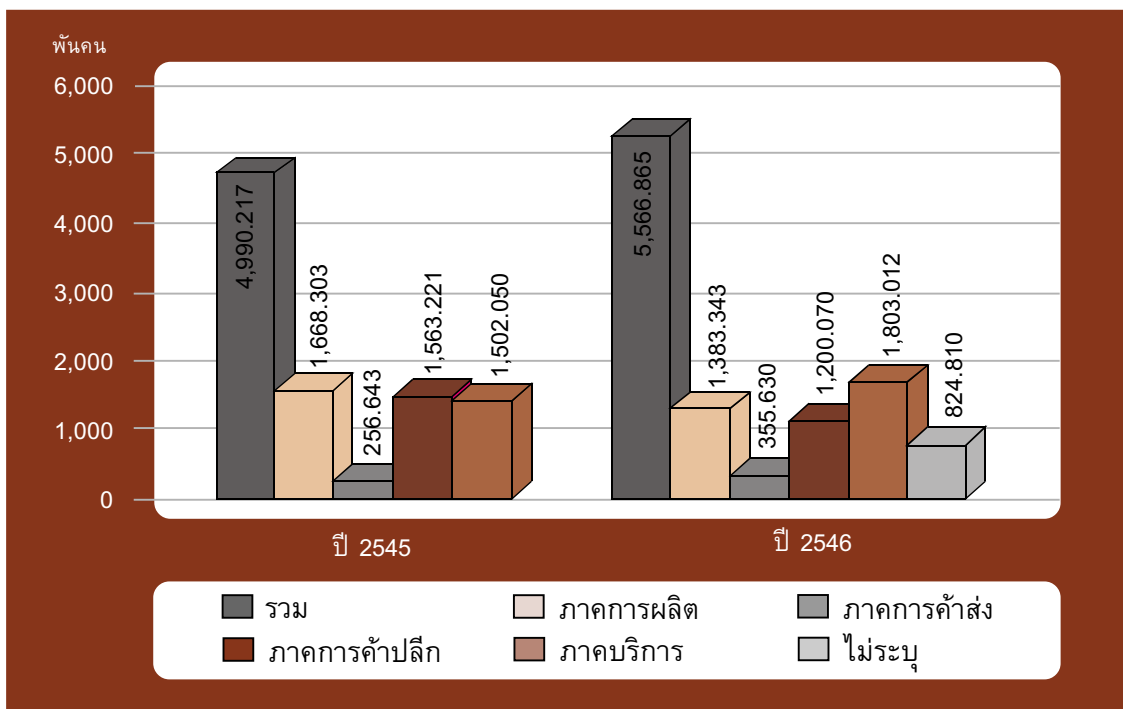
ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

¹ จำนวนการจ้างงานที่รายงานครั้งนี้ ยังมีความไม่สมบูรณ์ครบถ้วน เนื่องจากฐานข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2546 มีสถานประกอบการบางส่วนไม่ได้รายงานจำนวนการจ้างงานไว้

2.10 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ในปี 2546 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการมีการจ้างงานในสัดส่วนสูงที่สุดโดยมีการจ้างงานรวม 1,803,012 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 32.4 ของการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในขณะที่ภาคการผลิตมีการจ้างงานจำนวน 1,383,343 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 ภาคการค้าปลีกมีการจ้างงานรวม 1,200,070 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.6 (ภาพที่ 2.8)

ภาพที่ 2.8 จำนวนการจ้างงาน SMEs จำแนกตามลักษณะธุรกิจปี 2545 - 2546



ที่มา : รายงานการสำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.11 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ปี 2546

จำนวนการจ้างงานรวมของภาคการผลิตในปี 2546 มีจำนวนรวม 2,813,176 คน เป็นการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 1,383,343 คน หรือร้อยละ 49.2 ของการจ้างงานในภาคการผลิตทั้งหมด และเมื่อพิจารณาตามประเภทของอุตสาหกรรม พบว่าการผลิตอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนการจ้างงานสูงที่สุดคือ 485,155 คน ในจำนวนนี้เป็นการจ้างงานของ SMEs จำนวน 264,967 คน หรือร้อยละ 54.6 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหาร และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.2 ของการจ้างงานของ SMEs ในภาคการผลิตทั้งหมด

สาขาอุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ และสาขาโลหะประดิษฐ์ เป็นภาคการผลิตที่มีสัดส่วนการจ้างงานของ SMEs สูงกว่าร้อยละ 70 ของการจ้างงานทั้งหมดในสาขาอุตสาหกรรมนี้ (ตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.3 จำนวนการจ้างงานจำแนกตามประเภทวิสาหกิจ ภาคการผลิต
ปี 2546

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม (คน)	ใหญ่ (คน)	SMEs (คน)	สัดส่วน SMEs ต่อ ประเภท อุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน ต่อ SMEs รวม ในภาค การผลิต (ร้อยละ)
1. อาหารและเครื่องดื่ม	485,155	220,188	264,967	54.6	19.2
2. เครื่องแต่งกาย	306,503	121,907	184,596	60.2	13.3
3. โลหะประดิษฐ์ ยกเว้นเครื่องจักรกลและอุปกรณ์	190,810	50,150	140,660	73.7	10.2
4. การผลิตเครื่องเรือน	284,079	151,797	132,282	46.6	9.6
5. สิ่งทอ	245,588	124,349	121,239	49.4	8.8
6. ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ยกเว้นเฟอร์นิเจอร์	130,746	30,284	100,462	76.8	7.3
7. ยางและผลิตภัณฑ์พลาสติก	196,056	124,079	71,977	36.7	5.2
8. ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากแร่โลหะ	98,498	36,047	62,451	63.4	4.5

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม (คน)	ใหญ่ (คน)	SMEs (คน)	สัดส่วน SMEs ต่อ ประเภท อุตสาหกรรม (ร้อยละ)	สัดส่วน ต่อ SMEs รวม ในภาค การผลิต (ร้อยละ)
9. สิ่งพิมพ์ การพิมพ์ และ การทำสำเนาสื่อบันทึก	87,843	30,123	57,720	65.7	4.2
10. เครื่องหนัง กระเป๋า และรองเท้า	100,493	61,750	38,743	38.6	2.8
11. สารเคมี และผลิตภัณฑ์เคมี	73,282	38,148	35,134	47.9	2.5
12. เครื่องจักรกลและอุปกรณ์	66,482	35,743	30,739	46.2	2.2
13. การผลิตยานยนต์ รถพ่วง และรถกึ่งพ่วง	93,858	65,775	28,083	29.9	2.0
14. กระจกและผลิตภัณฑ์กระจก	43,829	17,498	26,331	60.1	1.9
15. เครื่องจักรกลไฟฟ้าและ เครื่องมือไฟฟ้า	100,178	74,525	25,653	25.6	1.9
16. โลหะขั้นมูลฐาน	44,290	19,609	24,681	55.7	1.8
17. การผลิตวิทยุ โทรทัศน์ และอุปกรณ์และเครื่องมือ	198,611	176,459	22,152	11.2	1.6
18. การผลิตเครื่องมือแพทย์ เครื่องมือเกี่ยวกับสายตา และนาฬิกา	32,172	27,327	4,845	15.1	0.4
19. การผลิตอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ	13,698	9,503	4,195	30.6	0.3
20. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	1,960	N/A	1,960	100.0	0.1
21. เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องทำ บัญชีและเครื่องคอมพิวเตอร์	11,989	11,313	676	5.6	0.0
อื่นๆ	7,056	3,259	3,797	53.8	0.3
รวม	2,813,176	1,429,833	1,383,343	49.2	100.0

ที่มา : รายงานสำมะโนอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานการสำมะโนธุรกิจทางการค้า
และทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.12 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการบริการ ปี 2546

ภาคบริการมีการจ้างงานรวม 2,278,454 คน เป็นการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,803,012 คน หรือร้อยละ 79.1 ของการจ้างงานในภาคบริการทั้งหมด ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารเป็นสาขาที่มีการจ้างงานสูงที่สุดคือ 668,321 คน ในจำนวนนี้เป็นจ้างงานของ SMEs ถึง 600,181 คน หรือร้อยละ 89.8 (ตารางที่ 2.4)

ตารางที่ 2.4 จำนวนการจ้างงานจำแนกตามประเภทวิสาหกิจ ภาคการบริการปี 2546

ประเภทอุตสาหกรรม	รวม (คน)	ใหญ่ (คน)	SMEs (คน)	สัดส่วน SMEs ต่อประเภท การบริการ (ร้อยละ)	สัดส่วน ต่อ SMEs รวม ในภาค การบริการ (ร้อยละ)
1. โรงแรมและภัตตาคาร	668,321	68,140	600,181	89.8	33.3
2. บริการด้านธุรกิจ	486,536	174,567	311,969	64.1	17.3
3. ธุรกิจบริการขนส่ง	284,511	58,244	226,267	79.5	12.5
4. บริการด้านอสังหาริมทรัพย์	228,593	71,557	157,036	68.7	8.7
5. กิจกรรมนันทนาการวัฒนธรรม และการกีฬา	113,351	11,027	102,324	90.3	5.7
6. งานด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	56,632	30,118	26,514	46.8	1.5
7. บริการด้านคอมพิวเตอร์ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	15,331	1,175	14,156	92.3	0.8
อื่นๆ	425,179	60,614	364,565	85.7	20.2
รวม	2,278,454	475,442	1,803,012	79.1	100.0

ที่มา : รายงานสำมะโนอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานการสำมะโนธุรกิจทางการค้า และทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 : รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 : รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.13 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านของการจ้างงานในแต่ละภูมิภาค พบว่า ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ SMEs มีบทบาทในการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 90.2 ของการจ้างงานรวมในภูมิภาค รองลงมาได้แก่ ภาคเหนือซึ่ง SMEs มีบทบาทในการจ้างงานร้อยละ 85.9 ของการจ้างงานในภูมิภาค สำหรับกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีจำนวนการจ้างงานสูงกว่าทุกภูมิภาค กลับพบว่า ประมาณครั้งหนึ่งเป็นการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดย SMEs มีบทบาทในการจ้างงานร้อยละ 46.6 ของการจ้างงานรวมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ตารางที่ 2.5)

ตารางที่ 2.5 จำนวนการจ้างงานและสัดส่วน SMEs จำแนกตามภูมิภาค
ปี 2546

ภูมิภาค	การจ้างงานรวมในภูมิภาค (คน)	การจ้างงาน SMEs (คน)	สัดส่วนการจ้างงานในภูมิภาคต่อการจ้างงานรวมของ SMEs (ร้อยละ)	สัดส่วนการจ้างงานของ SMEs ต่อการจ้างงานรวมในภูมิภาค (ร้อยละ)
1. ภาคเหนือ	774,620	664,975	11.9	85.8
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,161,711	1,047,775	18.8	90.2
3. ภาคใต้	734,614	597,559	10.7	81.3
4. กรุงเทพฯและปริมณฑล	5,005,421	2,332,010	41.9	46.6
5. ภาคกลาง	904,525	578,241	10.4	63.9
6. ภาคตะวันออก	591,861	346,305	6.2	58.5
รวม	9,172,752	5,566,865	100.0	60.7

ที่มา : รายงานการสำมะโนอุตสาหกรรม ปี 2540 และรายงานการสำมะโนธุรกิจทางการค้าและทางการบริการ ปี 2545 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
: รายชื่อผู้ขึ้นทะเบียนนิติบุคคล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
: รายชื่อผู้ทำประกันตน สำนักงานประกันสังคม
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.14 จำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่และเลิกกิจการ

เนื่องจากข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ไม่สามารถจัดแบ่งขนาดของสถานประกอบการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ดังนั้น การแสดงการจัดตั้งและเลิกกิจการของสถานประกอบการ ที่เป็นนิติบุคคล สามารถพิจารณาได้เพียงภาพรวม จากตารางที่ 2.6 การจัดตั้งใหม่ของสถานประกอบการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดย ปี 2546 มีสถานประกอบการใหม่ที่จดทะเบียนเกิดขึ้น 44,007 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2545 จำนวน 8,626 ราย และมีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 24.4 (ตาราง ที่ 2.6)

ตารางที่ 2.6 จำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่และเลิกกิจการ ปี 2543-2546 ปีที่จดทะเบียน

ปีที่จดทะเบียน	ปี 2543 (ราย)	ปี 2544 (ราย)	ปี 2545 (ราย)	ปี 2546 (ราย)
จัดตั้งใหม่	29,148 (12.9)	31,757 (9.0)	35,381 (11.4)	44,007 (24.4)
เลิกกิจการ	24,817	19,223	24,397	13,615

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

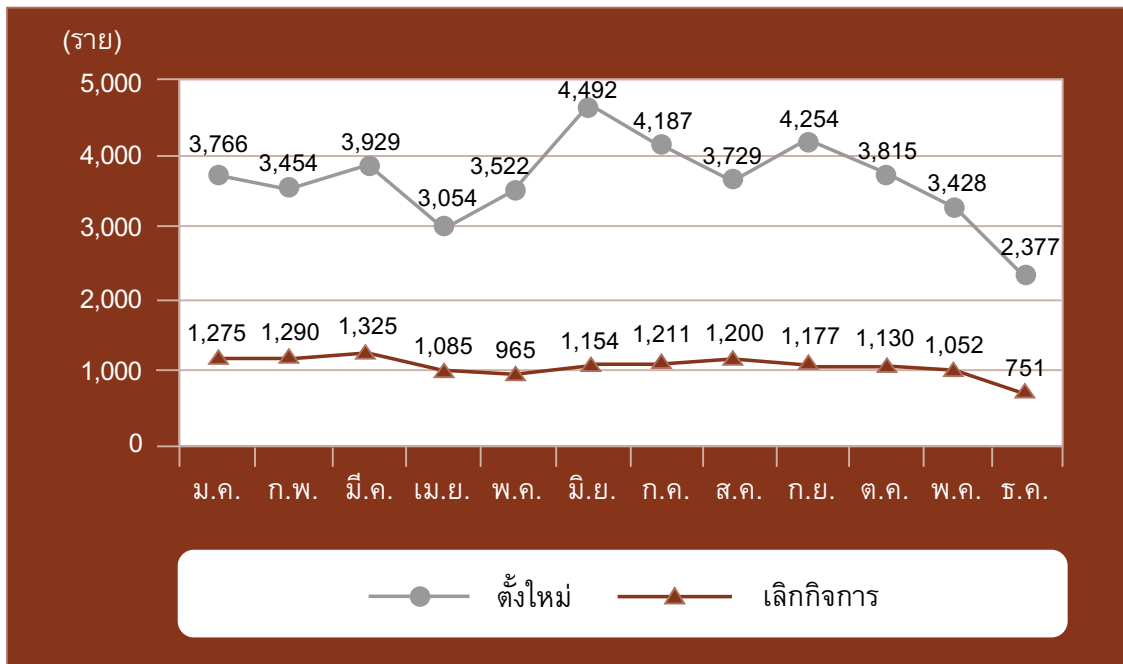
หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือ อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)

จากข้อมูลการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจที่เป็นนิติบุคคลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในปี 2546 แสดงให้เห็นว่า การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจของผู้ประกอบการ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย โดยค่าเฉลี่ยของการจัดตั้งกิจการในปี 2546 มีจำนวน 3,667 กิจการต่อเดือน ในเดือนมิถุนายนมีสถิติการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจมากที่สุด เท่ากับ 4,492 กิจการ ในขณะที่สถิติน้อยที่สุดเท่ากับ 2,377 กิจการในเดือนธันวาคม โดยรวมทั้งปี 2546 มีการขอจัดตั้งธุรกิจรวมทั้งสิ้น 44,007 กิจการ

การยกเลิกกิจการนิติบุคคลมีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน โดยค่าเฉลี่ยของการยกเลิกกิจการในปี 2546 ทั้งปีเท่ากับ 1,135 กิจการ ต่อเดือน โดยเดือนที่มีสถิติการยกเลิกกิจการมากที่สุด ได้แก่ เดือนมีนาคม เท่ากับ 1,325 กิจการ ในขณะที่เดือนที่มีการขอยกเลิกกิจการน้อยที่สุด ได้แก่เดือน ธันวาคม เท่ากับ 751 กิจการ โดยรวมทั้งปี 2546 มีการขอยกเลิกกิจการทั้งสิ้น 12,615 กิจการ

ในปี 2546 มีกิจการขอจัดตั้งกิจการสุทธิ 31,392 กิจการ เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 20,408 กิจการ คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 185.8 (ภาพที่ 2.9)

ภาพที่ 2.9 สถิติการขอจัดตั้งและยกเลิกกิจการนิติบุคคล ประจำปี 2546



ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

บทที่ 3

เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.1 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

3.1.1 โครงสร้างการขยายตัวและดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs

ตารางที่ 3.1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2542-2546
ณ ราคาตลาด จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2542	2543	2544	2545	2546
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ล้านบาท)					
GDP	4,637,079	4,923,263	5,133,836	5,451,854	5,939,062
ภาคเกษตร	435,507	444,143	468,456	510,877	579,460
ภาคนอกเกษตร	4,201,572	4,479,120	4,665,380	4,940,977	5,359,602
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	1,870,484	1,980,488	2,070,598	2,213,656	2,449,551
- SMEs	1,811,905	1,946,244	2,020,128	2,115,316	2,263,574
• วิสาหกิจขนาดกลาง	842,642	902,825	935,833	978,369	1,053,357
• วิสาหกิจขนาดย่อม	969,263	1,043,419	1,084,295	1,136,947	1,210,217
- วิสาหกิจอื่นๆ	519,183	552,387	574,654	612,005	646,477
สัดส่วน (ร้อยละ)					
GDP	100	100	100	100	100
ภาคเกษตร	9.4	9.0	9.1	9.4	9.8
ภาคนอกเกษตร	90.6	91.0	90.9	90.6	90.2
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	40.3	40.2	40.3	40.6	41.2
- SMEs	39.1	39.5	39.4	38.8	38.1
• วิสาหกิจขนาดกลาง	18.2	18.3	18.2	18.0	17.7
• วิสาหกิจขนาดย่อม	20.9	21.2	21.1	20.9	20.4
- วิสาหกิจอื่นๆ	11.2	11.2	11.2	11.2	10.9

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปี 2546 อยู่ที่ 5,939,062 ล้านบาท เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปีที่แล้วซึ่งมีมูลค่า 5,451,854 ล้านบาท โดยมูลค่า GDP ของภาคเกษตรในปี 2546 อยู่ที่ 5,359,602 ล้านบาท เทียบกับปี 2545 ที่มีมูลค่า 4,940,977 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบเป็นสัดส่วนต่อ GDP แล้ว ภาคเกษตรมีสัดส่วนต่อ GDP ทั้งประเทศ ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 90.6 ในปี 2545 เป็น 90.2 ในปี 2546 ในขณะที่สัดส่วน GDP ในภาคเกษตรปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.4 ในปี 2545 เป็น ร้อยละ 9.8 ในปี 2546 โดยมีมูลค่า GDP อยู่ที่ 579,460 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 510,877 ล้านบาท ในปี 2545

ในส่วนของภาคเกษตรนั้น มูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ยังคงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีมูลค่า ในปี 2546 เท่ากับ 2,449,551 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วซึ่งมีมูลค่า 2,213,656 ล้านบาท และมีสัดส่วนต่อ GDP รวมของประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40.6 ในปี 2545 เป็น ร้อยละ 41.2 ในปี 2546 ส่วนมูลค่า GDP ของ SMEs เมื่อแยกองค์ประกอบแล้วพบว่า มูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมซึ่งนับเป็นวิสาหกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอันดับสอง มีมูลค่า GDP ในปี 2546 อยู่ที่ 1,210,217 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2545 ซึ่งมีมูลค่า 1,136,947 ล้านบาท โดยที่สัดส่วน GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมต่อ GDP ทั้งประเทศลดลงจากร้อยละ 20.9 ในปี 2545 เหลือ ร้อยละ 20.4 ในปี 2546 ทำนองเดียวกันกับมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางก็มีสัดส่วนมูลค่าต่อ GDP ทั้งประเทศ ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 18.0 ต่อ GDP รวมในปี 2545 เป็น ร้อยละ 17.7 ในปี 2546 โดยมีมูลค่า GDP ในปี 2546 เท่ากับ 1,053,357 ล้านบาท

มูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2546 อยู่ที่ 2,263,574 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วซึ่งมีมูลค่า 2,115,316 ล้านบาท อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนต่อ GDP แล้ว สัดส่วน SMEs ต่อมูลค่า GDP ทั้งประเทศ มีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 38.8 ในปี 2545 เป็น ร้อยละ 38.1 ในปี 2546

ตารางที่ 3.2 อัตราการขยายตัวของมูลค่า GDP จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ ปี 2542-2546

	2542	2543	2544	2545	2546
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	4.4	4.8	2.1	5.4	6.7
ภาคเกษตร	2.3	7.2	3.5	3.0	6.8
ภาคนอกเกษตร	4.7	4.5	2.0	5.7	6.7
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2.1	4.6	2.0	6.7	8.2
- SMEs	4.6	4.3	1.7	4.5	5.5
• วิสาหกิจขนาดกลาง	7.4	4.6	1.9	4.5	6.1
• วิสาหกิจขนาดย่อม	2.1	4.1	1.6	4.5	5.0
- วิสาหกิจอื่นๆ	19.3	4.6	2.8	5.1	3.9

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจปี 2546 อยู่ที่ร้อยละ 6.7 ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 5.4 ในปี 2545 ทั้งนี้เป็นผลเนื่องจากการขยายตัวของภาคเกษตรตามภาวะราคาสินค้าเกษตรมีแนวโน้มดีขึ้น จูงใจให้ขยายการผลิตสูงขึ้น โดย GDP ที่แท้จริงในภาคเกษตรในปี 2546 ปรับตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6.8 ขณะที่อัตราการขยายตัวของ GDP นอกภาคเกษตรในปี 2546 อยู่ที่ระดับร้อยละ 6.7 ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตในปี 2545 ซึ่งขยายตัวร้อยละ 5.7 ทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากอุปสงค์ภายในประเทศ และอุปสงค์ของภูมิภาคที่มีความต้องการสินค้าเพิ่มมากขึ้น

เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวมูลค่า GDP ภาคนอกเกษตรจำแนกตามขนาดกิจการในปี 2546 พบว่า อัตราการขยายตัวของ มูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ มีการขยายตัวสูงสุดโดยอยู่ที่ร้อยละ 8.2 ขณะที่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ SMEs ในปี 2546 อยู่ที่ร้อยละ 5.5 ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับร้อยละ 4.5 ปีที่ผ่านมา และเมื่อแยกพิจารณามูลค่า GDP ของวิสาหกิจแต่ละขนาดพบว่า อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางในปี 2546 อยู่ที่ร้อยละ 6.1 ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับร้อยละ 4.5 ในปี 2545 และ

อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดย่อมในปี 2546 อยู่ที่ร้อยละ 5.0 สูงขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาซึ่งขยายตัวร้อยละ 4.5

ตารางที่ 3.3 ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และอัตราการขยายตัว ปี 2542-2546

	2542	2543	2544	2545	2546
ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (พ.ศ. 2531 = 100)					
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	161.5	163.6	167.1	168.3	171.8
ภาคเกษตร	150.6	143.3	146.1	154.6	164.2
นอกภาคเกษตร	162.7	166.0	169.5	169.9	172.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	143.1	144.9	148.5	148.8	152.1
- SMEs	180.6	185.9	189.7	190.1	192.7
• วิสาหกิจขนาดกลาง	175.2	179.4	182.6	182.7	185.3
• วิสาหกิจขนาดย่อม	185.6	192.0	196.3	196.9	199.7
- วิสาหกิจอื่นๆ	190.5	193.8	196.1	198.8	202.1
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)					
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	- 4.0	1.4	2.1	0.8	2.1
ภาคเกษตร	- 14.6	- 4.8	1.9	5.9	6.2
นอกภาคเกษตร	- 2.8	2.0	2.1	0.2	1.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	- 3.7	1.2	2.5	0.2	2.2
- SMEs	- 2.5	3.0	2.0	0.2	1.4
• วิสาหกิจขนาดกลาง	- 5.8	2.4	1.8	0.0	1.5
• วิสาหกิจขนาดย่อม	0.6	3.4	2.3	0.3	1.4
- วิสาหกิจอื่นๆ	- 3.1	1.7	1.2	1.4	1.7

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี 2546 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 เทียบกับร้อยละ 0.8 ในปีที่แล้ว โดยดัชนีราคาภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 เทียบกับร้อยละ 5.9 ในปี 2545 ส่วนดัชนีราคานอกภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 เทียบกับร้อยละ 0.2 ในปี 2545 เช่นกัน

เมื่อพิจารณาดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจพบว่า ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับวิสาหกิจขนาดอื่นๆ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับร้อยละ 0.2 ในปี 2545 ขณะที่ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs ในปี 2546 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับร้อยละ 0.2 ในปี 2545 และเมื่อทำการแยกวิเคราะห์ระหว่างดัชนีราคาของวิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อมในแต่ละขนาด พบว่าดัชนีราคาของวิสาหกิจขนาดกลางในปี 2546 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 เทียบกับร้อยละ 0.0 ในปีที่แล้ว ส่วนดัชนีราคาของวิสาหกิจขนาดย่อมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับร้อยละ 0.3 ในปี 2545

3.1.2 โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

(1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 3.4 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2542-2546 ณ ราคาตลาด จำแนกตามกิจกรรมเศรษฐกิจ

	2542	2543	2544	2545	2546
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ล้านบาท)					
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคเกษตร	435,507	444,143	468,456	510,877	579,460
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs	1,811,905	1,946,244	2,020,128	2,115,316	2,263,574
- การเหมืองแร่	44,389	57,263	61,928	66,960	76,410
- การผลิต	412,995	469,673	495,964	534,534	604,239
- การก่อสร้าง	122,142	110,431	113,093	120,835	127,549
- การค้าส่งและค้าปลีก	676,642	717,509	725,271	734,680	772,683
- การบริการ	534,038	561,848	590,345	623,117	644,368
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	21,699	29,520	33,527	35,190	38,325
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่และอื่นๆ	2,389,667	2,532,876	2,645,252	2,825,661	3,096,028
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)	4,637,079	4,923,263	5,133,836	5,451,854	5,939,062
สัดส่วนเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (ร้อยละ)					
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคการเกษตร	9.4	9.0	9.1	9.4	9.8
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs	39.1	39.5	39.4	38.8	38.1
- การเหมืองแร่	1.0	1.2	1.2	1.2	1.3
- การผลิต	8.9	9.5	9.7	9.8	10.2
- การก่อสร้าง	2.6	2.2	2.2	2.2	2.2
- การค้าส่งและค้าปลีก	14.6	14.5	14.1	13.6	13.0
- การบริการ	11.5	11.4	11.5	11.4	10.8
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	0.5	0.7	0.7	0.6	0.6
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่และอื่นๆ	51.5	51.5	51.5	51.8	52.1
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา: ข้อมูล 2542-2543 ได้จากผลการศึกษาเบื้องต้นของสำนักบัญชีประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในปี 2546 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกประเภททั่วประเทศได้ทำการผลิตสินค้าและบริการให้กับระบบเศรษฐกิจเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เท่ากับ 2,263,574 ล้านบาท เทียบกับ GDP รวมของประเทศ 5,939,062 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.1 เทียบกับปี พ.ศ. 2545 ซึ่งผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่า 2,115,316 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 38.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด

สาขาเศรษฐกิจที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าการผลิตสูงที่สุดคือ สาขาการค้าส่งและค้าปลีก โดยมีมูลค่า GDP ปี 2546 เท่ากับ 772,683 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.0 ต่อ GDP ทั้งหมด รองลงมาคือ สาขาการบริการมีมูลค่า GDP เท่ากับ 644,368 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.8 ต่อ GDP รวม สำหรับภาคการผลิตมูลค่า GDP ของ SMEs มีมูลค่าเท่ากับ 604,239 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.2 ต่อ GDP รวม

(2) โครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจำแนกตาม กิจกรรมทางเศรษฐกิจ

(2.1) ภาคการผลิต

ตารางที่ 3.5 การกระจายตัวของ GDP ภาคการผลิต ปี 2542-2546

หน่วย : ล้านบาท

	2542	2543	2544	2545	2546
GDP ของทั้งประเทศ	4,637,079	4,923,263	5,133,836	5,451,854	5,939,062
GDP ของสาขาการผลิต	1,514,030	1,653,325	1,715,280	1,848,397	2,089,434
- SMEs	412,995	469,673	495,964	534,534	604,239
• วิสาหกิจขนาดย่อม	157,391	177,001	185,975	199,519	225,537
• วิสาหกิจขนาดกลาง	255,605	292,672	309,989	335,015	378,701
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	1,101,035	1,183,652	1,219,316	1,313,863	1,485,195
สัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ	32.7	33.6	33.4	33.9	35.2
- SMEs	8.9	9.6	9.6	9.8	10.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	3.4	3.6	3.6	3.7	3.8
• วิสาหกิจขนาดกลาง	5.5	6.0	6.0	6.1	6.4
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	23.8	24.0	23.8	24.1	25.0
สัดส่วนต่อ GDP ของสาขาการผลิต	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- SMEs	27.3	28.4	28.9	28.9	28.9
• วิสาหกิจขนาดย่อม	10.4	10.7	10.8	10.8	10.8
• วิสาหกิจขนาดกลาง	16.9	17.7	18.1	18.1	18.1
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	72.7	71.6	71.1	71.1	71.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• ภาพรวมโครงสร้างในภาคการผลิตของประเทศ

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของภาคการผลิตในปี 2546 อยู่ที่ 2,089,434 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.2 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้วซึ่งเท่ากับ 1,848,397 ล้านบาท มูลค่า GDP ตามราคาตลาดเพิ่มขึ้น ในอัตราร้อยละ 13.0 จากสัดส่วนของภาค การผลิต ซึ่งเท่ากับร้อยละ 35.2 ต่อ GDP ของประเทศทั้งหมด เป็นสัดส่วนที่เกิดจากการผลิตของวิสาหกิจขนาดใหญ่ร้อยละ 25.0 ส่วนที่เหลือเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมร้อยละ 10.2 ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 6.4 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 3.8

เมื่อพิจารณาเฉพาะในส่วนของการผลิตแล้ว พบว่า วิสาหกิจขนาดใหญ่ มีบทบาทสำคัญต่อภาคการผลิตของประเทศ โดยมูลค่า GDP ที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ ในภาคการผลิตสร้างให้กับระบบเศรษฐกิจอยู่ที่ระดับ 1,485,195 ล้านบาท คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 71.1 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิต มากขึ้นเมื่อเทียบกับ 1,313,863 ล้านบาทในปี 2545 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจเท่ากับ 604,239 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 28.9 ของ GDP ในภาคการผลิต โดยเป็นมูลค่า GDP ของ SMEs ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดย่อม 225,537 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.8 ของ ภาคการผลิตและมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 378,701 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18.1 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิต

ตารางที่ 3.6 โครงสร้างการกระจายตัวภาคการผลิต จำแนกตามขนาดกิจการและหมวดการผลิต ปี 2546

หน่วย : ล้านบาท

สาขา อุตสาหกรรม	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง		SMEs		ขนาดใหญ่		รวม	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
อาหารและเครื่องดื่ม	57,204	2.7	78,371	3.8	135,576	6.5	255,053	12.2	390,629	18.7
ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	3,617	0.2	1,956	0.1	5,573	0.3	33,749	1.6	39,322	1.9
สิ่งทอ	18,223	0.9	25,222	1.2	43,444	2.1	82,490	4.0	125,935	6.0
เครื่องแต่งกาย	27,963	1.3	28,564	1.4	56,527	2.7	124,553	6.0	181,079	8.7
เครื่องหนัง กระเป๋า และรองเท้า	7,520	0.4	18,654	0.9	26,174	1.3	49,469	2.4	75,643	3.6
ไม้และผลิตภัณฑ์ จากไม้	1,923	0.1	3,795	0.2	5,719	0.3	3,763	0.2	9,482	0.5
กระดาษและ ผลิตภัณฑ์	3,706	0.2	12,187	0.6	15,893	0.8	27,324	1.3	43,218	2.1
การพิมพ์โฆษณา และบริการ ที่เกี่ยวข้อง	6,052	0.3	2,997	0.1	9,049	0.4	9,578	0.5	18,627	0.9
ปิโตรเลียมและ เชื้อเพลิง	1,348	0.1	4,214	0.2	5,562	0.3	139,260	6.7	144,822	6.9
เคมี	13,063	0.6	28,417	1.4	41,480	2.0	52,937	2.5	94,417	4.5
ยางและพลาสติก	4,365	0.2	19,420	0.9	23,785	1.1	49,087	2.4	72,871	3.5
ผลิตภัณฑ์จาก แร่โลหะ	14,059	0.7	19,673	0.9	33,732	1.6	54,969	2.6	88,700	4.3
โลหะขั้นมูลฐาน	2,557	0.1	8,193	0.4	10,751	0.5	11,505	0.6	22,255	1.1
โลหะประดิษฐ์	11,296	0.5	20,735	1.0	32,032	1.5	25,870	1.2	57,902	2.8
เครื่องจักรและ อุปกรณ์	7,442	0.4	16,126	0.8	23,567	1.1	60,453	2.9	84,021	4.0
เครื่องจักรและ อุปกรณ์ไฟฟ้า	5,917	0.3	15,942	0.8	21,860	1.1	267,996	12.8	289,856	13.9
อุปกรณ์การขนส่ง	13,808	0.7	39,439	1.9	53,247	2.6	119,850	5.7	173,096	8.3
อื่นๆ	25,472	1.2	34,797	1.7	60,269	2.9	117,290	5.6	177,559	8.5
รวม	225,537	10.8	378,701	18.1	604,239	28.9	1,485,195	71.1	2,089,434	100.0

หมายเหตุ : สัดส่วนหมายถึง สัดส่วนต่อ GDP ภาคการผลิตรวม

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• การกระจายตัวในสาขาการผลิตจำแนกตามขนาดกิจการและหมวดการผลิต

1) หมวดอาหารและเครื่องดื่ม

หมวดอาหารและเครื่องดื่ม เป็นหมวดที่มีบทบาทสำคัญที่สุดของภาคการผลิต ในปี 2546 มีมูลค่า GDP อยู่ที่ 390,629 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.7 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิต โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ 225,053 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.2 และมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เท่ากับ 135,576 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.5 ซึ่งเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดย่อม 57,204 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.7 และวิสาหกิจขนาดกลาง 78,371 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.8

เมื่อพิจารณาด้านสัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจแต่ละขนาดต่อมูลค่า GDP ในหมวดอาหารและเครื่องดื่มพบว่า ร้อยละ 65.3 ของการผลิตในหมวดนี้เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในขณะที่บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 34.7 ของมูลค่า GDP ในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม โดยจำแนกย่อยได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 14.6 และวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 20.1

ข้อสังเกตที่สำคัญ คือ ในหมวดอาหารและเครื่องดื่มนี้เป็นหมวดที่มีสัดส่วนของจำนวนสถานประกอบการเป็น SMEs สูงที่สุด แต่เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการผลิตกับวิสาหกิจขนาดใหญ่แล้ว SMEs กลับมีมูลค่า GDP น้อยกว่าเกือบ 2 เท่าตัว

2) หมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า

หมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นหมวดการผลิตที่มีบทบาทรองลงมา โดยในปี 2546 มีมูลค่า GDP อยู่ที่ 289,856 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.9 ต่อ GDP ในภาคการผลิต โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ 267,996 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.8 ของมูลค่า GDP ของภาคการผลิตทั้งหมด

ในขณะที่มูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เท่ากับ 21,860 ล้านบาท หรือเพียงร้อยละ 1.1 ต่อ GDP ภาคการผลิต โดยแยกเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลาง 15,942 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.8 และวิสาหกิจขนาดย่อม 5,917 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.3

เมื่อพิจารณาด้านสัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจแต่ละขนาดต่อมูลค่า GDP ในหมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้าพบว่า ร้อยละ 92.5 ของการผลิตในหมวดนี้เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในขณะที่บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการสร้าง GDP อยู่ที่ระดับร้อยละ 7.5 เท่านั้น โดยเป็นการผลิตที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 5.5 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 2.0

ถึงแม้ว่าหมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์เป็นหมวดที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 ในภาคการผลิต อย่างไรก็ตาม SMEs กลับมีบทบาทในหมวดการผลิตนี้น้อยมาก เมื่อเทียบกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ คือมีมูลค่าการผลิตน้อยกว่าถึง 12 เท่าตัว เนื่องจากเป็นหมวดกิจกรรมที่เน้นการใช้ปัจจัยการผลิตประเภททุนเป็นหลัก ซึ่ง SMEs ยังไม่มีความสามารถในการผลิตได้ในระดับนั้น

3) หมวดเครื่องแต่งกาย

หมวดเครื่องแต่งกาย เป็นหมวดที่มีบทบาทในภาคการผลิตรองลงมาเป็นอันดับสาม โดยมีมูลค่าการผลิตอยู่ที่ 181,079 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.7 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิต เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เท่ากับ 124,553 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.0 ในขณะที่มูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเท่ากับ 56,527 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.7 โดยสามารถจำแนกได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 28,564 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.4 และ วิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 27,963 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.3

เมื่อพิจารณาด้านสัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจแต่ละขนาดต่อมูลค่า GDP ในหมวดเครื่องแต่งกายพบว่าร้อยละ 68.8 เป็นสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดใหญ่

ในขณะที่สัดส่วนของ SMEs อยู่ที่ร้อยละ 31.2 โดยเป็นสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับร้อยละ 15.8 และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับร้อยละ 15.4

เช่นเดียวกันวิสาหกิจขนาดใหญ่ยังคงมีบทบาทสำคัญที่สุดในหมวดเครื่องแต่งกาย โดยเมื่อพิจารณาด้านมูลค่าการผลิตในหมวดนี้วิสาหกิจขนาดใหญ่ยังคงสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่า SMEs กว่า 2 เท่าตัว และเมื่อพิจารณาสัดส่วนระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมเอง พบว่าเป็นหมวดกิจกรรมการผลิตที่วิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมมีบทบาทใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 15.8 และร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

4) หมวดอุปกรณ์การขนส่ง

หมวดอุปกรณ์การขนส่ง เป็นหมวดการผลิตที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 4 โดยมีมูลค่าการผลิตอยู่ที่ 173,096 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.3 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิต เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เท่ากับ 119,850 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.7 ในขณะที่มูลค่าที่เกิดจาก SMEs อยู่ที่ 53,247 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.6 โดยสามารถจำแนกเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 39,439 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 และเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 13,808 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.7

เมื่อพิจารณาด้านสัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจแต่ละขนาดต่อมูลค่า GDP ในหมวดอุปกรณ์การขนส่งพบว่า ร้อยละ 69.2 เป็นสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่เหลืออีกร้อยละ 30.8 เป็นสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสามารถจำแนกเป็นสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับร้อยละ 22.8 และวิสาหกิจขนาดย่อมเพียงร้อยละ 8.0 ดังนั้นในหมวดอุปกรณ์การขนส่ง วิสาหกิจขนาดใหญ่ยังคงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจมากกว่า SMEs โดยคิดเป็นสัดส่วนของมูลค่า GDP มากกว่า 2 เท่าตัว

5) หมวดปิโตรเลียมและเชื้อเพลิง

หมวดปิโตรเลียมและเชื้อเพลิง เป็นหมวดการผลิตที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 5 โดยมีมูลค่า GDP ในปี 2546 เท่ากับ 144,822 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.9 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิต เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ เท่ากับ 139,260 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.7 ที่เหลืออีกร้อยละ 0.3 เป็นมูลค่าที่เกิดจาก SMEs ซึ่งอยู่ที่ 5,562 ล้านบาท โดยสามารถจำแนกได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 4,214 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 0.2 และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 1,348 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.1

เมื่อพิจารณาด้านสัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดต่างๆ ต่อมูลค่า GDP ในหมวดปิโตรเลียมและเชื้อเพลิงพบว่า กว่าร้อยละ 96 เป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่เหลืออีกเพียงร้อยละ 3.8 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 2.9 และวิสาหกิจขนาดย่อมเพียงร้อยละ 0.9 เท่านั้น

• หมวดอุตสาหกรรมที่ SMEs มีบทบาทมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่

1) หมวดไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้

หมวดไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้เป็นหมวดที่มีบทบาทน้อยที่สุดในภาคการผลิต กล่าวคือ มูลค่า GDP ในหมวดการผลิตนี้มีสัดส่วนต่อ มูลค่า GDP ในภาคการผลิตเพียงร้อยละ 0.5 คิดเป็นมูลค่า 9,482 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เท่ากับ 3,763 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.2 และ เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเท่ากับ 5,719 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.3 โดยจำแนกได้เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง 3,795 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.2 และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 1,923 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.1

การกระจายตัวของวิสาหกิจทั้งหมดในกิจกรรมการผลิตนี้ พบว่าเป็นสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดใหญ่ร้อยละ 39.7 และอีกร้อยละ 60.3 เป็นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นของวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 40.0 และของวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 20.3

2) หมวดโลหะประดิษฐ์

หมวดโลหะประดิษฐ์เป็นอีกหนึ่งหมวดการผลิตที่ SMEs มีบทบาทมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยมีมูลค่า GDP เท่ากับ 57,902 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.8 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิตทั้งหมด เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ 25,870 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.2 ส่วนมูลค่าที่เกิดจาก SMEs เท่ากับ 32,032 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยเป็นมูลค่าของวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 20,735 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.0 และเป็นของวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 11,296 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.5

สัดส่วนการกระจายตัวของ GDP ของวิสาหกิจทั้งหมดในหมวดโลหะประดิษฐ์ พบว่า ร้อยละ 44.7 เป็น GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในขณะที่อีกร้อยละ 55.3 เป็น GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม โดยจำแนกได้เป็น GDP ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 35.8 และที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 19.5

ในภาพรวมของ 5 หมวดอุตสาหกรรมแรกที่มีมูลค่าสูงสุดในภาคการผลิตในปี 2546 ซึ่งมีมูลค่า GDP รวมกันเท่ากับ 1,179,482 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 56.4 ของมูลค่า GDP รวมในภาคการผลิต เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ทั้งสิ้น 906,712 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 76.9 ของมูลค่า GDP ใน 5 หมวดอุตสาหกรรมแรก และร้อยละ 43.4 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิตทั้งหมด โดยที่เป็นมูลค่าการผลิตของ SMEs เพียง 272,770 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.1 ของ GDP ใน 5 หมวดอุตสาหกรรม และร้อยละ 13.1 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิตทั้งหมด

(2.2) ภาคการค้า

ตารางที่ 3.7 การกระจายตัวของ GDP ภาคการค้าปี 2542-2546

หน่วย : ล้านบาท

	2542	2543	2544	2545	2546
GDP ของทั้งประเทศ	4,637,079	4,923,263	5,133,836	5,451,854	5,939,062
GDP ของภาคการค้า	801,340	848,347	856,816	867,418	912,288
- SMEs	676,643	717,509	725,270	734,680	772,684
• วิสาหกิจขนาดย่อม	346,221	367,080	372,394	378,204	397,768
• วิสาหกิจขนาดกลาง	330,422	350,429	352,876	356,476	374,916
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	124,697	130,838	131,546	132,738	139,604
สัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ	17.3	17.2	16.7	15.9	15.4
- SMEs	14.6	14.6	14.1	13.5	13.0
• วิสาหกิจขนาดย่อม	7.5	7.5	7.3	6.9	6.7
• วิสาหกิจขนาดกลาง	7.1	7.1	6.8	6.6	6.3
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2.7	2.7	2.6	2.4	2.4
สัดส่วนต่อ GDP ของภาคการค้า	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- SMEs	84.4	84.6	84.7	84.7	84.7
• วิสาหกิจขนาดย่อม	43.2	43.3	43.5	43.6	43.6
• วิสาหกิจขนาดกลาง	41.2	41.3	41.2	41.1	41.1
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	15.6	15.4	15.4	15.3	15.3

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• ภาพรวมโครงสร้างในภาคการค้าและการซ่อมบำรุง

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของภาคการค้า ซึ่งรวมถึงการซ่อมบำรุงเพื่อการซ่อมแซม (repairs) ในปี 2546 มีมูลค่าอยู่ที่ 912,288 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.4 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด โดยเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่า GDP ปีที่แล้ว ซึ่งมีมูลค่า 867,418 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเจริญเติบโตในราคาตลาดร้อยละ 5.2 เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนของการผลิตในภาคการค้า เป็นส่วนที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ร้อยละ 2.4 และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร้อยละ 13.0 จำแนกได้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 6.3 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 6.7

เมื่อพิจารณาบทบาทของวิสาหกิจขนาดต่างๆ ในภาคการค้าพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทในภาคการค้าของประเทศมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ค่อนข้างมาก โดยที่มูลค่า GDP ของ SMEs ในภาคการค้า อยู่ที่ 772,684 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84.7 ของมูลค่า GDP ในภาคการค้าทั้งหมด จำแนกได้เป็นมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลาง 374,916 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.1 ของ GDP ในภาคการค้าและมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 397,768 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 43.6 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่มีบทบาทในภาคการค้า ค่อนข้างน้อย โดยมีมูลค่า GDP อยู่ที่ระดับ 139,604 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.3 ของ GDP ในภาคการค้า

ตารางที่ 3.8 โครงสร้างการกระจายตัวภาคการค้า และการซ่อมบำรุง จำแนกตามขนาดกิจการและกิจกรรม ปี 2546

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทกิจกรรม	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง		SMEs		ขนาดใหญ่		รวม	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
การค้าส่งและค้าปลีก	334,283	36.6	364,420	40.0	698,703	76.6	139,604	15.3	838,307	91.9
การซ่อมแซม	63,485	7.0	10,496	1.2	73,981	8.1	0.0	0.0	73,981	8.1
รวม	397,768	43.6	374,916	41.1	772,684	84.7	139,604	15.3	912,288	100.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• การกระจายตัวในภาคการค้าและการซ่อมบำรุง จำแนกตามขนาดกิจการและกิจกรรม

1) การค้าส่งและค้าปลีก

กิจกรรมการค้าส่งและค้าปลีกเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในภาคการค้าและการซ่อมแซม ในปี 2546 มีมูลค่า GDP เท่ากับ 838,307 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 91.9 ของ GDP ในภาคการค้าและการซ่อมแซมทั้งหมด โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ 139,604 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.3 ในขณะที่มูลค่าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ที่ 698,703 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 76.6 จำแนกเป็นมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 364,420

ล้านบาท หรือร้อยละ 40.0 และ มูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 334,283 ล้านบาท หรือร้อยละ 36.6

เมื่อพิจารณาด้านสัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจแต่ละขนาดเปรียบเทียบกับมูลค่า GDP เฉพาะในกิจกรรมการค้าส่งและค้าปลีกโดยไม่รวมการซ่อมแซมพบว่า ร้อยละ 83.4 ของมูลค่าทั้งหมดในหมวดนี้เกิดจาก SMEs โดยจำแนกได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 43.5 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 39.9 ในขณะที่สัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ต่อ GDP ของภาคการค้าส่งและค้าปลีกเท่ากับร้อยละ 16.7

กล่าวโดยสรุปแล้ว กิจกรรมการค้าส่งและค้าปลีกเป็นกิจกรรมที่ SMEs มีบทบาทมากที่สุด โดยเมื่อเทียบสัดส่วนระหว่างมูลค่า GDP ของ SMEs ต่อ มูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ พบว่า มูลค่า GDP ของ SMEs มีขนาดใหญ่กว่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ประมาณ 5 เท่าตัว

2) กิจกรรมการซ่อมแซม

กิจกรรมการซ่อมแซมเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทในภาคการค้าและการซ่อมแซมเพียงเล็กน้อย โดยมีมูลค่า GDP เพียง 73,981 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของมูลค่า GDP ในภาคการค้าและซ่อมแซมทั้งหมด มูลค่าทั้งหมดในหมวดนี้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 10,496 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.2 และเกิดจากวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 63,485 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.0

เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายตัวของวิสาหกิจแต่ละขนาดในกิจกรรมการซ่อมแซม พบว่า เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 85.8 และวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 14.2 โดยไม่มี GDP ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เลย

(2.3) ภาคการบริการ

ตารางที่ 3.9 การกระจายตัวของ GDP ภาคการบริการ ปี 2542-2546

หน่วย : ล้านบาท

	2542	2543	2544	2545	2546
GDP ของทั้งประเทศ	4,637,079	4,923,263	5,133,836	5,451,854	5,939,062
GDP ของสาขาการบริการ	1,298,015	1,353,467	1,424,339	1,502,571	1,573,334
- SMEs	534,038	561,848	590,345	623,117	644,367
• วิสาหกิจขนาดย่อม	343,514	363,170	380,669	403,770	416,322
• วิสาหกิจขนาดกลาง	190,524	198,678	209,676	219,347	228,045
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	448,967	450,222	481,205	511,981	544,837
- บริการภาครัฐ (การศึกษา และสาธารณสุข)	315,010	341,397	352,789	367,473	384,130
สัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ	28.0	27.5	27.7	27.6	26.5
- SMEs	11.5	11.4	11.5	11.4	10.8
• วิสาหกิจขนาดย่อม	7.4	7.4	7.4	7.4	7.0
• วิสาหกิจขนาดกลาง	4.1	4.0	4.1	4.0	3.8
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	9.7	9.1	9.4	9.4	9.2
- บริการภาครัฐ (การศึกษา และสาธารณสุข)	6.8	6.9	6.9	6.7	6.5
สัดส่วนต่อ GDP ของสาขาการบริการ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- SMEs	41.1	41.5	41.5	41.5	41.0
• วิสาหกิจขนาดย่อม	26.5	26.8	26.7	26.9	26.5
• วิสาหกิจขนาดกลาง	14.7	14.7	14.7	14.6	14.5
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	34.6	33.3	33.8	34.1	34.6
- บริการภาครัฐ (การศึกษา และสาธารณสุข)	24.3	25.2	24.8	24.5	24.4

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• ภาพรวมโครงสร้าง GDP ในภาคการบริการของประเทศ

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของภาคการบริการในปี 2546 อยู่ที่ระดับ 1,573,334 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.5 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด เปรียบเทียบมูลค่า GDP ในภาคการบริการของปี 2545 ซึ่งเท่ากับ 1,502,571 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเจริญเติบโตในราคาตลาดร้อยละ 4.7 จากสัดส่วนมูลค่า GDP ของภาคการบริการต่อ GDP ของประเทศดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ร้อยละ 9.2 เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร้อยละ 10.8 โดยแบ่งเป็นส่วนที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 3.9 และวิสาหกิจขนาดย่อม 7.0 นอกจากนี้ในระบบบัญชีประชาชาติยังได้รวมการบริการภาครัฐเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของภาคบริการ ซึ่งในปี 2546 มูลค่า GDP ที่เกิดจากการให้บริการของภาครัฐเฉพาะ การศึกษาและสาธารณสุขมีค่าเท่ากับ 384,130 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.5 ของมูลค่า GDP ทั้งประเทศ

เมื่อพิจารณาบทบาทของวิสาหกิจจำแนกตามขนาดต่อมูลค่า GDP ในภาค การบริการ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทที่สำคัญที่สุดในภาคการบริการของประเทศ โดยมีมูลค่า GDP เท่ากับ 644,367 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.0 ของมูลค่า GDP ในภาคการบริการ จำแนกได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 228,045 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.5 ของมูลค่า GDP ในภาคการบริการ และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 416,322 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.5 ในขณะที่ มูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่อยู่ที่ระดับ 544,837 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 34.6 ทั้งนี้ในส่วนของมูลค่า GDP ของบริการภาครัฐเท่ากับ 384,130 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24.4 ของ มูลค่า GDP ในภาคการบริการ

**ตารางที่ 3.10 โครงสร้างการกระจายตัวภาคบริการ
จำแนกตามขนาดกิจการและกิจกรรม ปี 2546
(เฉพาะวิสาหกิจเอกชน)**

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทกิจกรรม	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง		SMEs		ขนาดใหญ่		รวม	
	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน
โรงแรม ภัตตาคาร	189,506	15.9	59,799	5.1	249,305	21.0	54,802	4.6	304,107	25.6
สื่อสารและการขนส่ง	62,735	5.3	113,796	9.5	176,530	14.8	287,543	24.2	464,072	39.0
บริการการเงิน	33,702	2.8	19,632	1.7	53,334	4.5	133,558	11.2	186,892	15.7
อสังหาริมทรัพย์	48,311	4.1	7,139	0.6	55,451	4.7	9,445	0.8	64,896	5.5
บริการการศึกษา	7,579	0.6	8,686	0.8	16,264	1.4	15,548	1.3	31,813	2.7
บริการสาธารณสุข	21,686	1.7	3,976	0.3	25,662	2.0	13,213	1.1	38,875	3.2
ธุรกิจสหพันธการ	49,597	4.2	14,021	1.2	63,618	5.4	27,094	2.2	90,712	7.6
บริการแม่บ้าน	3,207	0.3	996	0.1	4,202	0.4	3,634	0.3	7,836	0.7
รวม	416,322	35.0	228,045	19.2	644,365	54.2	544,837	45.8	1,189,203	100.00

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

**• การกระจายตัวในภาคการบริการจำแนกตามขนาดกิจการและ
กิจกรรมบริการ (เฉพาะวิสาหกิจเอกชน)**

การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงโครงสร้างการกระจายตัวของวิสาหกิจแต่ละขนาดในแต่ละหมวดบริการย่อยต่างๆ โดยมีได้นำมูลค่า GDP ของการบริการภาครัฐ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการบริการสาธารณะ ด้านการศึกษาและสาธารณสุข เข้ามารวมไว้ด้วย ดังนั้นสัดส่วนที่เกิดขึ้นจึงเป็นสัดส่วนที่เทียบกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศภาคบริการของวิสาหกิจเอกชนเท่านั้น โดยให้ความสำคัญกับหมวดกิจกรรมที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจของประเทศ 3 ลำดับแรก

1) โรงแรม และภัตตาคาร

มูลค่า GDP ในภาคการบริการโรงแรม และภัตตาคารในปี 2546 อยู่ที่ระดับ 304,107 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.6 ของมูลค่า GDP ในภาคการบริการ โดยเป็นมูลค่า GDP ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เท่ากับ 54,802 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.6 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่า GDP อยู่ที่ระดับ 249,305 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.0 โดยจำแนกได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจ

ขนาดกลางเท่ากับ 59,799 ล้านบาท (ร้อยละ 5.1) และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 189,506 ล้านบาท (ร้อยละ 15.9)

เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายตัวของวิสาหกิจแต่ละขนาดในภาคบริการ โรงแรมและภัตตาคาร พบว่า ร้อยละ 82.0 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสามารถจำแนกได้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 19.7 และวิสาหกิจขนาดย่อม ร้อยละ 62.3 ในขณะที่สัดส่วนการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดใหญ่ในภาคการบริการโรงแรมและภัตตาคารอยู่ที่ระดับ 18.0

ในภาคบริการโรงแรมและภัตตาคาร เป็นภาคการบริการที่ SMEs มีบทบาทมากที่สุด โดยมูลค่า GDP ของ SMEs มีสัดส่วนถึงร้อยละ 82 และมีขนาดใหญ่กว่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ประมาณ 4.5 เท่าตัว

2) การสื่อสารและการขนส่ง

มูลค่า GDP ในภาคการสื่อสารและการขนส่งในปี 2546 อยู่ที่ระดับ 464,072 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.0 ของมูลค่า GDP ในภาคการบริการทั้งหมด โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เท่ากับ 287,543 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.2 ของ มูลค่า GDP ในภาคการบริการ ในขณะที่มูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อยู่ที่ระดับ 176,530 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.8 โดยจำแนกได้เป็นมูลค่า GDP ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 113,796 ล้านบาท (ร้อยละ 9.5) และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 62,735 ล้านบาท (ร้อยละ 5.3)

เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายตัวของวิสาหกิจแต่ละขนาดในภาคการสื่อสารและการขนส่ง พบว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 62.0 และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร้อยละ 38.0 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 24.5 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 13.5 ซึ่งเมื่อเทียบสัดส่วนมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่กับมูลค่า GDP ของ SMEs ในภาคการบริการด้านการสื่อสารและการขนส่งนั้น วิสาหกิจขนาดใหญ่มีบทบาทในการผลิตบริการสูงที่สุด รองลงมา

ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อมตามลำดับ โดยมูลค่าที่ผลิตโดยวิสาหกิจขนาดใหญ่ มีขนาดใหญ่กว่า GDP ของ SMEs ประมาณ 1.6 เท่าตัว ทั้งนี้เนื่องมาจาก บริการด้านการสื่อสารและการขนส่งซึ่งเคยเป็นกิจการของรัฐได้เปลี่ยนเป็นภาครัฐให้สัมปทานในกิจการสื่อสารเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดกิจการขนาดใหญ่ด้านนี้เพิ่มขึ้นและมีการเติบโตรวดเร็วเข้าไปทดแทนกิจการขนาดใหญ่ของรัฐ ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคนี้ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทการขนส่งสินค้าและพาหนะโดยสาร

3) บริการการเงิน

ในหมวดการบริการด้านการเงิน มีมูลค่า GDP ในปี 2546 อยู่ที่ 186,892 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.7 ของมูลค่า GDP ในภาคบริการทั้งหมด โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เท่ากับ 133,558 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.2 ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่า GDP อยู่ที่ 53,334 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.5 โดยสามารถจำแนกย่อยได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 19,632 ล้านบาท (ร้อยละ 1.7) และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 33,702 ล้านบาท (ร้อยละ 2.8)

เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายตัวของวิสาหกิจแต่ละขนาดในภาคการบริการทางการเงิน พบว่า กว่าร้อยละ 72 ของ GDP ในภาคนี้ เป็นของวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในขณะที่ส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ที่ประมาณร้อยละ 28 โดยเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 17.7 และวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 10.3 และเมื่อเทียบมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่กับของ SMEs แล้วพบว่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่มีขนาดใหญ่กว่าของ SMEs ประมาณ 2.5 เท่าตัว

4) หมวดบริการอื่นๆ ที่น่าสนใจ

อสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่า GDP ในปี 2546 อยู่ที่ 64,896 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.5 ของ GDP ในภาคการบริการ โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 55,451 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.7 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมูลค่าของวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 48,311 ล้านบาท (ร้อยละ 4.1) และวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 7,139 ล้านบาท (ร้อยละ 0.6) ส่วนวิสาหกิจขนาดใหญ่มีบทบาทในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพียง 9,445 ล้านบาท (ร้อยละ 0.8)

การกระจายตัวของ GDP ในหมวดนี้ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมาเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ และวิสาหกิจขนาดกลาง ที่สัดส่วนร้อยละ 14.6 และร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ธุรกิจสหธนาคารและบริการอื่นๆ

ธุรกิจสหธนาคารและบริการอื่นๆ มีมูลค่า GDP ในปี 2546 เท่ากับ 90,712 ล้านบาท หรือสัดส่วนร้อยละ 7.6 โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่เท่ากับ 27,094 ล้านบาท (ร้อยละ 2.3) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเท่ากับ 63,618 ล้านบาท (ร้อยละ 5.4) โดยสามารถจำแนกได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 14,021 ล้านบาท (ร้อยละ 1.2) และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 49,597 ล้านบาท (ร้อยละ 4.2)

ธุรกิจบริการสหธนาคารและบริการอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็น โรงภาพยนตร์ โรงมหรสพ รวมทั้งบริการเสริมความงามต่างๆ ด้วย ดังนั้นในภาคการบริการนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่ง มีบทบาทที่สำคัญ โดยเมื่อทำการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายตัวของวิสาหกิจต่างๆ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อมมี GDP เทียบเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.7 ของ GDP ภาคบริการนี้ รองลงมาเป็น วิสาหกิจขนาดใหญ่ และวิสาหกิจขนาดกลาง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 29.9 และร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

3.1.3 แนวโน้มการเติบโตและบทบาทของวิสาหกิจขนาดต่าง ๆ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

(1) แนวโน้มบทบาทของวิสาหกิจขนาดย่อม (SEs) ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

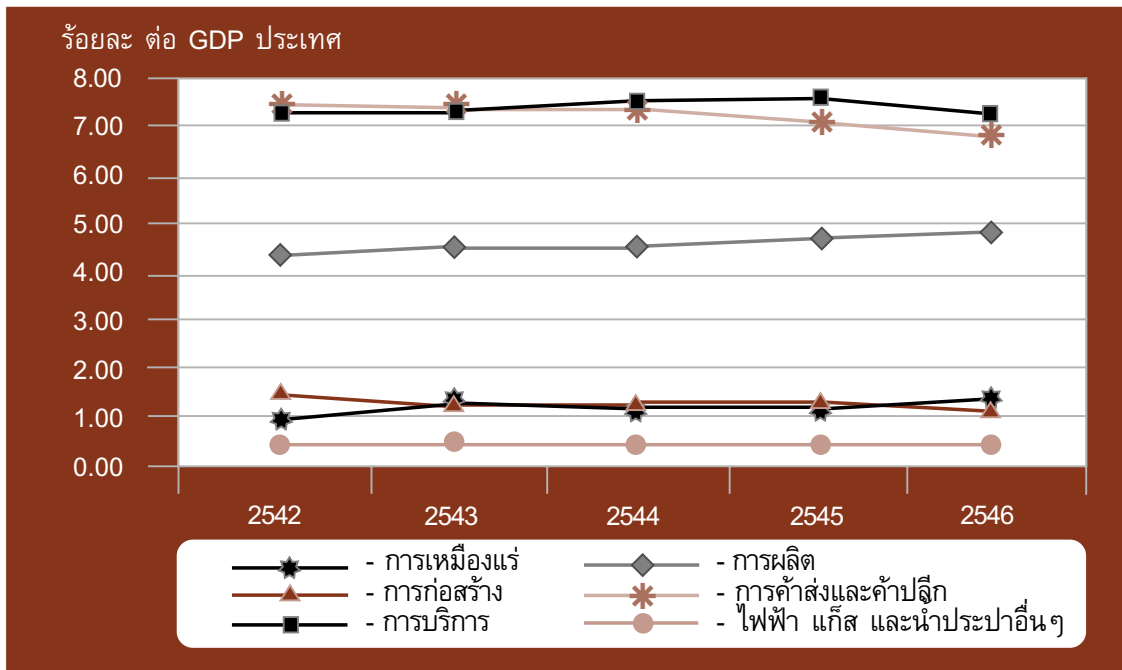
ตารางที่ 3.11 การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดย่อม

หน่วย : ร้อยละ

	2542	2543	2544	2545	2546
สัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ	20.9	21.2	21.1	20.9	20.4
- การเหมืองแร่	0.9	1.1	1.2	1.2	1.3
- การผลิต	3.4	3.6	3.6	3.7	3.8
- การก่อสร้าง	1.4	1.2	1.2	1.2	1.1
- การค้าส่งและค้าปลีก	7.4	7.4	7.2	6.9	6.7
- การบริการ	7.4	7.4	7.4	7.4	7.0
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5
สัดส่วนต่อ GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- การเหมืองแร่	4.4	5.4	5.6	5.8	6.2
- การผลิต	16.2	17.0	17.2	17.6	18.6
- การก่อสร้าง	6.6	5.6	5.5	5.6	5.5
- การค้าส่งและค้าปลีก	35.7	35.1	34.3	33.3	32.9
- การบริการ	35.4	34.8	35.0	35.3	34.4
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	1.7	2.1	2.4	2.4	2.4

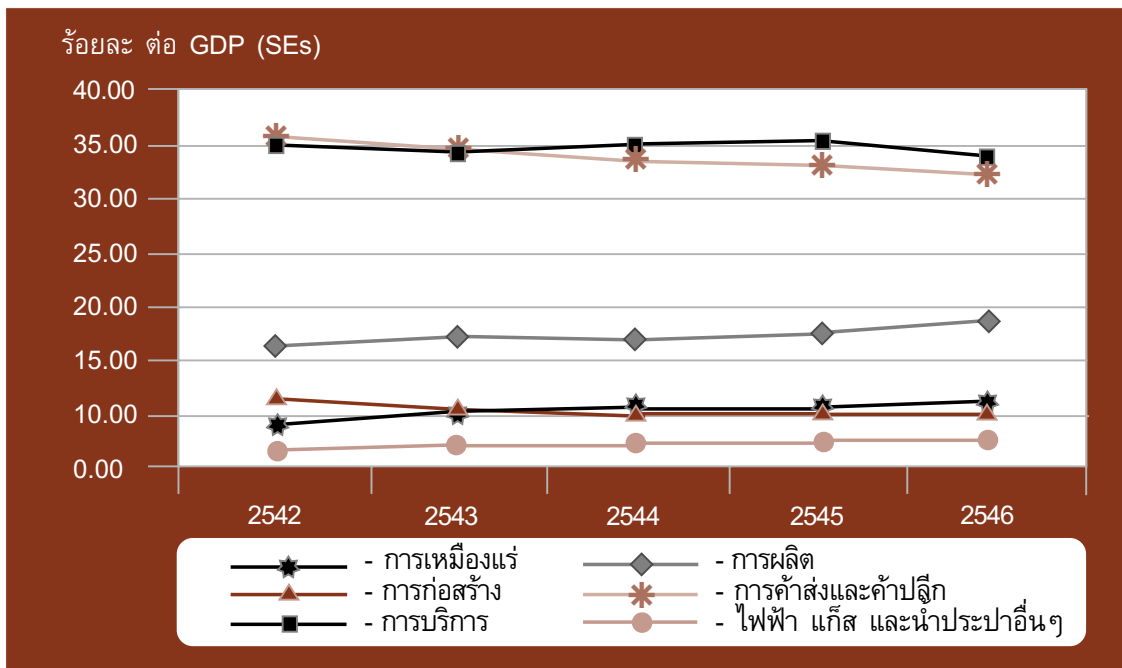
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.1 แนวโน้มบทบาทของ GDP ของวิสาหกิจ ขนาดย่อม ในสาขาต่าง ๆ



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.2 แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• โครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

เมื่อพิจารณาสัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อมมีส่วนแบ่งใน GDP ของทั้งประเทศในช่วง ปี 2542-2546 อยู่ที่ระดับร้อยละ 20-21 อย่างไรก็ตาม สัดส่วนดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา โดยในปี 2546 สัดส่วน GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมต่อ GDP ของทั้งประเทศอยู่ที่ร้อยละ 20.4 เมื่อเทียบกับปี 2545 ที่อยู่ระดับร้อยละ 20.9 (ตารางที่ 3.11)

เมื่อพิจารณาลงไปในระดับโครงสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจพบข้อสังเกตที่น่าสนใจบางประการกล่าวคือ ในกลุ่มกิจกรรมเศรษฐกิจหลัก ซึ่งประกอบด้วยภาคการผลิต ภาคการค้าส่งและค้าปลีก และภาคการบริการ พบว่าสัดส่วน GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมในภาคการบริการ และภาคการค้าส่งและค้าปลีก ต่อ GDP ทั้งประเทศ มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา ในทางตรงกันข้ามกัน สัดส่วนดังกล่าวของภาคการผลิตกลับปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 3.6 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 3.8 ในปี 2546 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดย่อมมีบทบาทในภาคกิจกรรมการผลิตเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าสัดส่วนโดยรวมจะลดลงก็ตาม (ภาพที่ 3.1)

• การปรับตัวขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดย่อม

ในด้านโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมในปี 2546 พบว่าสัดส่วนมูลค่าของวิสาหกิจขนาดย่อมในภาคการบริการอยู่ที่ร้อยละ 34.4 ปรับตัวลดลง เมื่อเทียบกับร้อยละ 35.3 ปี 2545 การค้าส่งและค้าปลีกอยู่ที่ร้อยละ 32.9 ปรับตัวลดลงเช่นเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบกับร้อยละ 33.3 ในปี 2545 และการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 18.6 ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับร้อยละ 17.6 ในปี 2545 โดยทั้งสามกิจกรรมเศรษฐกิจหลักที่กล่าวข้างต้นมีสัดส่วนรวมกันเท่ากับร้อยละ 85.9 ของ GDP ที่เป็นของวิสาหกิจขนาดย่อมเองในปี 2546 ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวของปี 2545 อยู่ที่ร้อยละ 86.2 (ภาพที่ 3.2)

(2) แนวโน้มบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลาง (MEs) ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

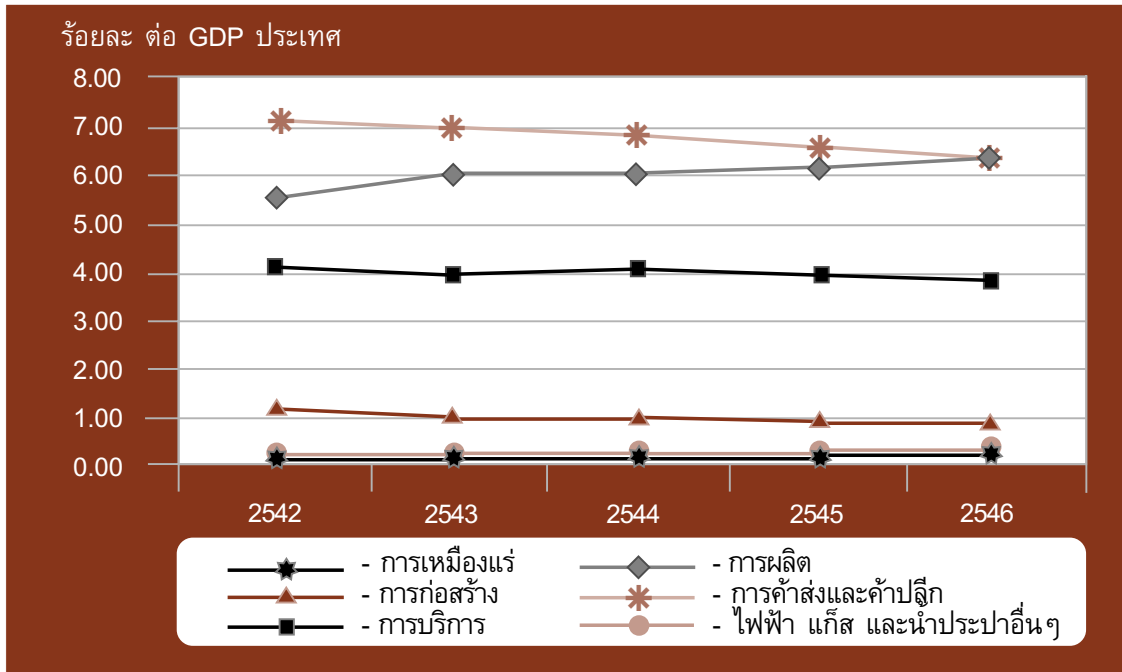
ตารางที่ 3.12 การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดกลาง

หน่วย : ร้อยละ

	2542	2543	2544	2545	2546
สัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ	18.2	18.3	18.2	18.0	17.7
- การเหมืองแร่	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0
- การผลิต	5.5	5.9	6.0	6.1	6.4
- การก่อสร้าง	1.3	1.1	1.1	1.1	1.0
- การค้าส่งและค้าปลีก	7.1	7.1	6.8	6.6	6.3
- การบริการ	4.1	4.0	4.1	4.0	3.8
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2
สัดส่วนต่อ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลาง	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- การเหมืองแร่	0.3	0.1	0.2	0.2	0.2
- การผลิต	30.3	32.4	33.1	34.2	35.8
- การก่อสร้าง	6.9	5.8	5.8	5.9	5.8
- การค้าส่งและค้าปลีก	39.2	38.9	37.6	36.4	35.6
- การบริการ	22.6	22.0	22.4	22.4	21.7
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	0.7	0.8	0.9	0.9	0.9

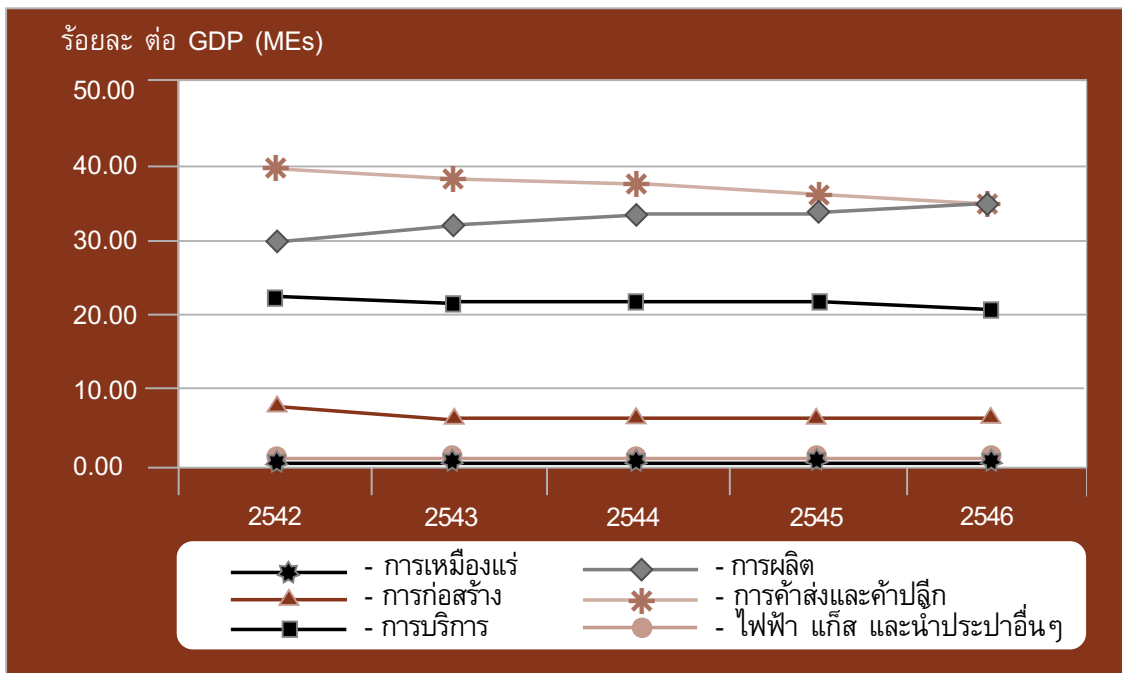
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.3 แนวโน้มบทบาทของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลาง ในสาขาต่างๆ



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.4 แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลาง



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

เมื่อพิจารณาสัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางมีส่วนแบ่งใน GDP ของทั้งประเทศในช่วงปี 2542-2546 อยู่ที่ระดับร้อยละ 17-18 อย่างไรก็ตาม สัดส่วนดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา โดยในปี 2546 สัดส่วน GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางต่อ GDP ของทั้งประเทศอยู่ที่ร้อยละ 17.7 ลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับปี 2545 ที่อยู่ระดับร้อยละ 18.0 (ตารางที่ 3.12)

เมื่อพิจารณาลงไปในระดับกิจกรรมทางเศรษฐกิจพบข้อสังเกต คือ ในกลุ่มกิจกรรมเศรษฐกิจหลัก ซึ่งประกอบด้วย ภาคการผลิต ภาคการค้าส่งและค้าปลีก และภาคการบริการ พบว่าสัดส่วน GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางในภาคการบริการ และภาคการค้าส่งและค้าปลีก ต่อ GDP ของทั้งประเทศ มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา ในทางกลับกัน สัดส่วนดังกล่าวของภาคการผลิต กลับปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 5.9 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 6.4 ในปี 2546 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางมีบทบาทในภาคกิจกรรมการผลิตมากขึ้น แม้ว่าสัดส่วนโดยรวมต่อ GDP ของทั้งประเทศจะลดลงก็ตาม (ภาพที่ 3.3)

• การปรับตัวขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลาง

ในด้านโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางในปี 2546 พบว่าภาคการผลิตที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 35.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับร้อยละ 34.2 ในปี 2545 ในทางตรงกันข้าม สัดส่วนภาคการค้าส่งและค้าปลีกอยู่ที่ร้อยละ 35.6 ปรับตัวลดลง เมื่อเทียบกับร้อยละ 36.4 ในปี 2545 และสัดส่วนของภาคการบริการอยู่ที่ร้อยละ 21.7 ปรับตัวลดลง เมื่อเทียบกับปี 2545 ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 22.4 โดยทั้งสามกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักที่กล่าวข้างต้นมีสัดส่วนรวมกันเท่ากับร้อยละ 93.1 ของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางในปี 2546 ในขณะที่ผลรวมดังกล่าวของปี 2545 อยู่ที่ร้อยละ 93.1 (ภาพที่ 3.4)

(3) แนวโน้มบทบาทของวิสาหกิจขนาดใหญ่ (LEs) ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

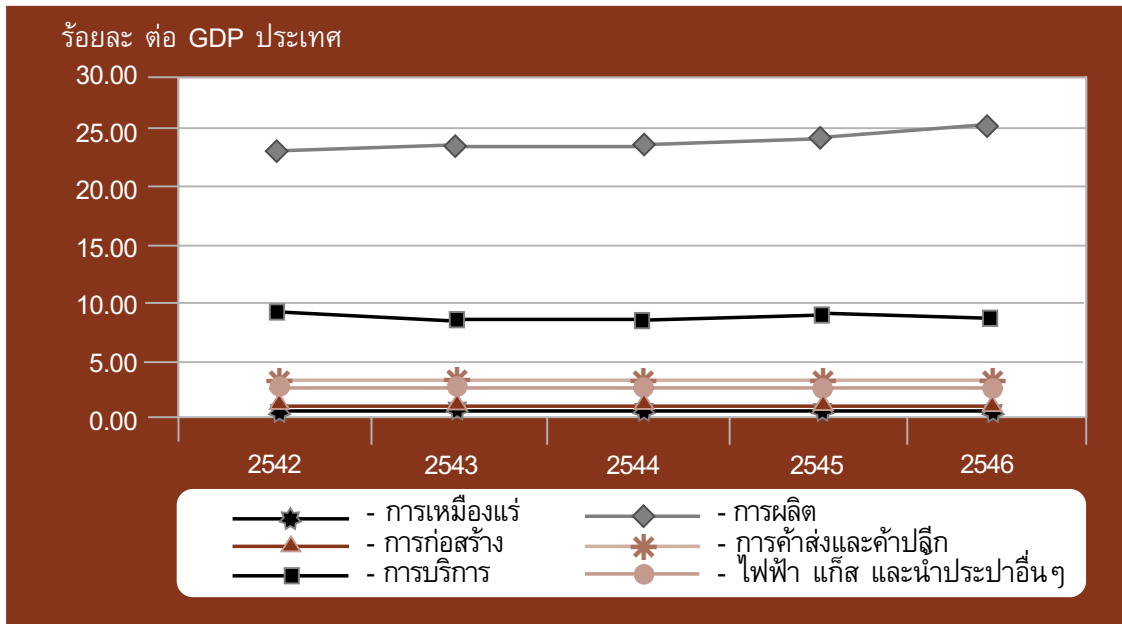
ตารางที่ 3.13 การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดใหญ่

หน่วย : ร้อยละ

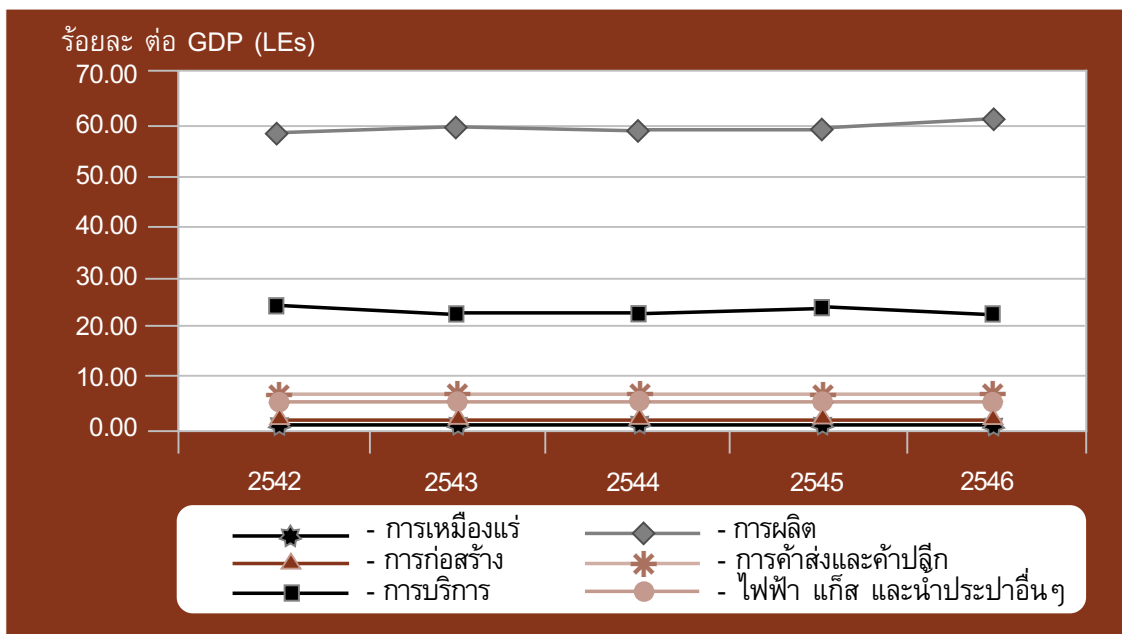
	2542	2543	2544	2545	2546
สัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ	40.3	40.2	40.3	40.6	41.2
- การเหมืองแร่	0.9	1.2	1.3	1.3	1.3
- การผลิต	23.7	24.0	23.6	24.1	24.9
- การก่อสร้าง	1.0	0.8	0.8	0.8	0.8
- การค้าส่งและค้าปลีก	2.7	2.7	2.6	2.4	2.4
- การบริการ	9.7	9.1	9.4	9.4	9.2
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	2.3	2.4	2.6	2.6	2.6
สัดส่วนต่อ GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- การเหมืองแร่	2.3	3.0	3.1	3.1	3.2
- การผลิต	58.8	59.8	58.9	59.4	60.7
- การก่อสร้าง	2.4	2.0	2.0	2.0	1.9
- การค้าส่งและค้าปลีก	6.7	6.6	6.4	6.0	5.7
- การบริการ	24.0	22.7	23.2	23.1	22.2
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	5.8	5.9	6.4	6.4	6.3

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.5 แนวโน้มบทบาทของ GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ในสาขาต่าง ๆ



ภาพที่ 3.6 แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่



• โครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

เมื่อพิจารณาสัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ พบว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่มีส่วนแบ่งใน GDP ของทั้งประเทศในช่วง ปี 2542-2546 อยู่ที่ระดับร้อยละ 40-41 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา โดยในปี 2546 สัดส่วน GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ต่อ GDP ของทั้งประเทศอยู่ที่ร้อยละ 41.2 เทียบกับปี 2545 ที่อยู่ระดับ ร้อยละ 40.6 (ตารางที่ 3.13)

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในระดับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า ในกลุ่มกิจกรรมเศรษฐกิจหลักอันประกอบไปด้วย ภาคการผลิต ภาคการค้าส่งและค้าปลีก และภาคบริการ สัดส่วน GDP ของทั้งประเทศของวิสาหกิจขนาดใหญ่ในภาคการค้าส่งและค้าปลีก และภาคบริการ มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา ในขณะที่สัดส่วนของภาคการผลิตกลับปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 23.6 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 24.9 ในปี 2546 ซึ่งเป็นไปตามโครงสร้าง GDP ของทั้งประเทศที่ถูกขับเคลื่อนจากภาคการผลิตเป็นอันดับหนึ่ง (ภาพที่ 3.5)

• การปรับตัวขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดใหญ่

ด้านสัดส่วนต่อ GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ในปี 2546 พบว่า สัดส่วนมูลค่าของวิสาหกิจขนาดใหญ่เมื่อเรียงลำดับตามความสำคัญมาก ได้แก่ ภาคการผลิตที่มีมูลค่า GDP อยู่ที่ระดับร้อยละ 60.7 ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับร้อยละ 59.4 ในปี 2546 รองลงมาได้แก่ ภาคการบริการที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 22.2 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับร้อยละ 23.1 ในปี 2545 และภาคการค้าส่งและค้าปลีกที่มีสัดส่วนร้อยละ 5.7 ปรับตัวลดลงเช่นเดียวกัน เมื่อเทียบกับร้อยละ 6.0 ในปี 2545 โดยทั้งสามกิจกรรมเศรษฐกิจดังกล่าวมีสัดส่วนรวมกันเท่ากับร้อยละ 88.6 ของ GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่เองในปี 2546 ในขณะที่ผลรวมดังกล่าวของปี 2545 อยู่ที่ร้อยละ 88.5 (ภาพที่ 3.6)

(4) แนวโน้มบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

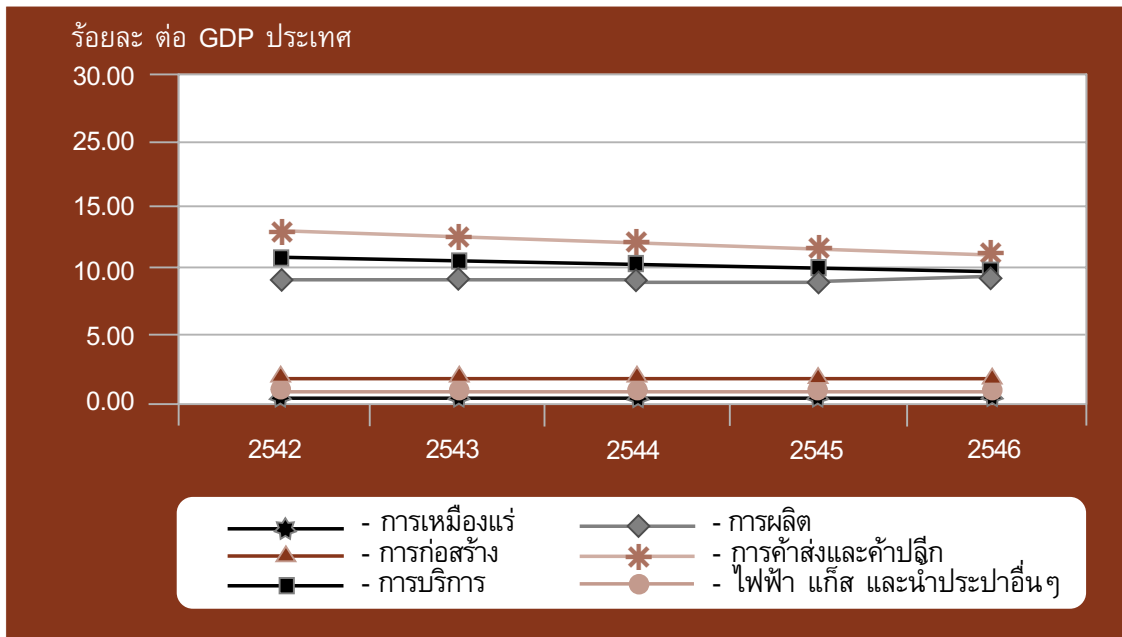
ตารางที่ 3.14 การกระจายตัวของ GDP วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)

หน่วย : ร้อยละ

	2542	2543	2544	2545	2546
สัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ	39.1	39.5	39.4	38.8	38.1
- การเหมืองแร่	1.0	1.2	1.2	1.2	1.3
- การผลิต	8.9	9.5	9.7	9.8	10.2
- การก่อสร้าง	2.6	2.2	2.2	2.2	2.2
- การค้าส่งและค้าปลีก	14.6	14.6	14.1	13.5	12.8
- การบริการ	11.5	11.4	11.5	11.4	10.9
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	0.5	0.6	0.7	0.7	0.7
สัดส่วนต่อ GDP ของ SMEs	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
- การเหมืองแร่	2.5	2.9	3.1	3.2	3.4
- การผลิต	22.8	24.1	24.6	25.3	26.7
- การก่อสร้าง	6.7	5.7	5.6	5.7	5.6
- การค้าส่งและค้าปลีก	37.3	36.9	35.8	34.6	34.1
- การบริการ	29.5	28.9	29.2	29.5	28.5
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปาอื่นๆ	1.2	1.5	1.7	1.7	1.7

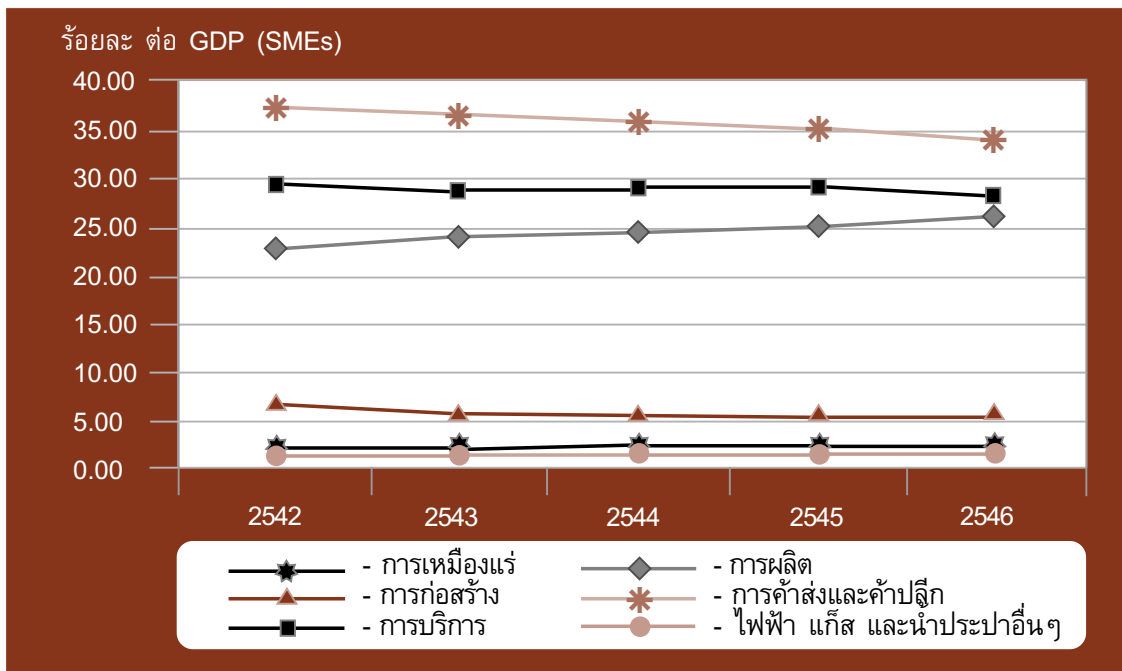
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.7 แนวโน้มบทบาทของ GDP ของ SMEs ในสาขาต่าง ๆ



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.8 แนวโน้มโครงสร้างของ GDP ของ SMEs



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

• โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

เมื่อพิจารณาสัดส่วนต่อ GDP ของทั้งประเทศ พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีส่วนแบ่งใน GDP ของทั้งประเทศในช่วง ปี 2542-2546 อยู่ที่ระดับร้อยละ 38-39 อย่างไรก็ตามสัดส่วนดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา โดยในปี 2546 สัดส่วน GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมต่อ GDP ของทั้งประเทศอยู่ที่ระดับร้อยละ 38.1 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2545 ที่อยู่ระดับร้อยละ 38.8 (ตารางที่ 3.14)

ในระดับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่ากลุ่มกิจกรรมภาคการค้าส่งและค้าปลีก และภาคการบริการของ SMEs ต่อ GDP ของทั้งประเทศ มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา ในทางกลับกัน กลุ่มกิจกรรมภาคการผลิตกลับปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 9.5 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 10.2 ในปี 2546 ซึ่งให้เห็นว่า SMEs ในภาคการผลิตมีการเติบโตในทิศทางเดียวกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ในภาคการผลิต และการเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมของประเทศ (ภาพที่ 3.7)

• การปรับตัวขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของ SMEs

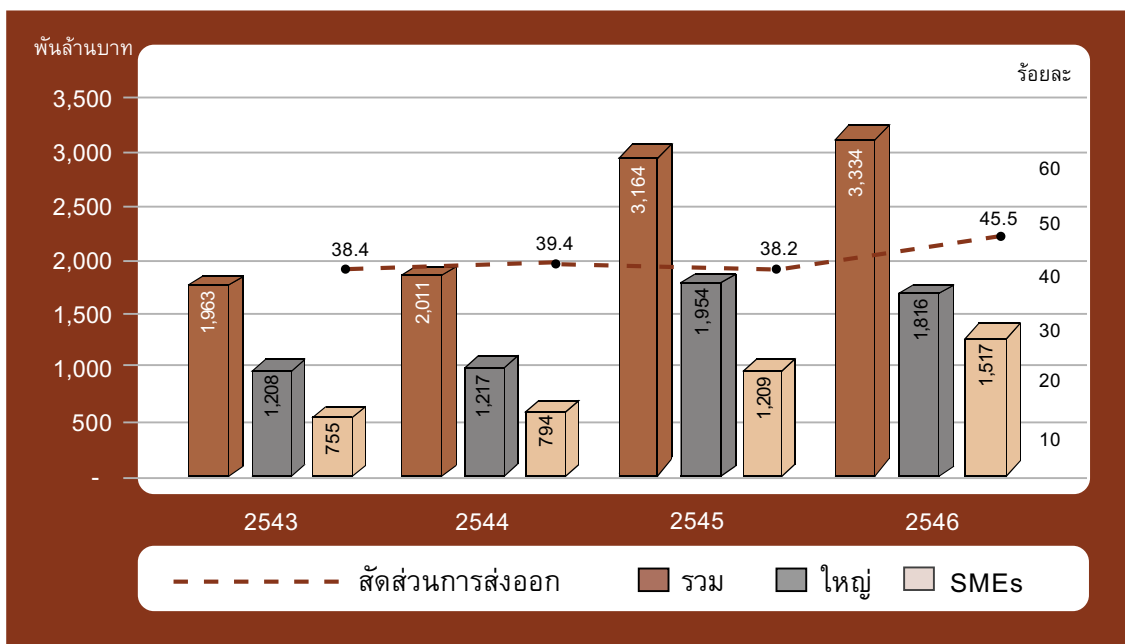
สัดส่วนต่อ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2546 พบว่าในภาคการค้าส่งและค้าปลีกอยู่ที่ร้อยละ 34.1 เมื่อเทียบกับ GDP ของ SMEs รวมทั้งหมดเทียบกับร้อยละ 34.6 ในปี 2545 ภาคการบริการมีสัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ร้อยละ 28.5 ปรับตัวลดลง เมื่อเทียบกับร้อยละ 29.5 ในปี 2545 และ การผลิตอยู่ที่ระดับร้อยละ 26.7 ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับร้อยละ 25.3 ในปี 2545 โดยทั้งสามกิจกรรมเศรษฐกิจดังกล่าวมีสัดส่วนรวมกันเท่ากับร้อยละ 89.3 ของ GDP ของ SMEs ในขณะที่ปี 2545 อยู่ที่ร้อยละ 89.4 (ภาพที่ 3.8)

3.2 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการส่งออก

3.2.1 ภาพรวมการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การวิเคราะห์ประเด็นการส่งออกสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในรายงานฉบับนี้ เป็นการวิเคราะห์บนพื้นฐานของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมทั้งอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปเท่านั้น แต่ไม่รวมสินค้าเกษตรกรรม ทั้งนี้เนื่องจากตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมว่าด้วยการกำหนดนิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมิได้ครอบคลุมหน่วยธุรกิจหรือเกษตรกรที่อยู่ในภาคเกษตรเบื้องต้น

ภาพที่ 3.9 มูลค่าและสัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543-2546



ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่าประมาณ 1,516,971 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.5 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ (3,333,928 ล้านบาท) ปรับตัวเพิ่มขึ้น จากปี 2545 เท่ากับ 307,668 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 25.4 โดยมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญในช่วงระหว่างปี 2543-2546 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาด้านโครงสร้างสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของ SMEs ต่อ การส่งออกทั้งประเทศ พบว่าในช่วงระหว่างปี 2543-2545 สัดส่วนดังกล่าวอยู่ในระดับร้อยละ 38 และ 39 แต่ ในปี 2546 เห็นได้ชัดเจนว่าสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของ SMEs ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากปีที่ผ่านมา โดยมาอยู่ที่ระดับร้อยละ 45.5 เพิ่มขึ้นจากระดับร้อยละ 38.2 ในปี 2545 (ภาพที่ 3.9)

3.2.2 การส่งออกของ SME จำแนกตามผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 3.15 สินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกของ SMEs ในปี 2546

ผลิตภัณฑ์	ปี 2545 (ล้านบาท)	ปี 2546 (ล้านบาท)	การขยายตัว (ร้อยละ)
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	(1) 209,091	(1) 237,967	13.8
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	(18) 3,847	(2) 220,604	5,633.3
สิ่งทอ	(2) 166,596	(3) 129,092	-22.5
ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	(7) 49,513	(4) 114,450	131.2
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	(3) 95,504	(5) 92,682	-3.0
อาหารกระป๋องและแปรรูป	(6) 82,705	(6) 83,692	1.2
ผลิตภัณฑ์ยาง	(5) 87,676	(7) 82,254	-6.2
อัญมณีและเครื่องประดับ	(4) 92,419	(8) 58,395	-36.8
เคมีภัณฑ์	(8) 47,181	(9) 52,854	12.0
เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	(9) 41,042	(10) 36,117	-12.0
อื่นๆ	333,724	306,968	-8.0
รวมมูลค่าส่งออกสินค้า 10 อันดับแรก	875,579	1,108,113	26.6
มูลค่าการส่งออกของ SMEs	1,209,303	1,516,971	25.4

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บเป็นลำดับเรียงตามมูลค่าการส่งออกจากมากไปน้อยในปีนั้น

เมื่อพิจารณาการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจำแนกตามผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีการส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรก ในปี 2546 พบว่าสินค้าที่มีการขยายตัวมากที่สุด 3 อันดับแรกในปี 2546 คือ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ มีการขยายตัวร้อยละ 5,633.3 โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมากว่า 216,757 ล้านบาท อันดับรองลงมาได้แก่ ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 131.2 โดยเมื่อคิดเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 64,936 ล้านบาท อันดับสามได้แก่สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีอัตราการขยายตัวในปี 2546 เท่ากับร้อยละ 13.8 โดยคิดเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 28,875 ล้านบาท

ในทางตรงกันข้ามกันสินค้าที่มีอัตราการส่งออกลดลงมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการหดตัวร้อยละ 36.8 โดยมีมูลค่าในปี 2546 ลดลงจากปีที่ผ่านมาเท่ากับ 34,023 ล้านบาท อันดับที่สองได้แก่ สินค้าสิ่งทอที่หดตัวร้อยละ 22.5 โดยมีมูลค่าลดลงเท่ากับ 37,503 ล้านบาทจากปี 2545 และอันดับที่สามได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยางที่ หดตัวร้อยละ 6.2 โดยมีมูลค่าลดลงเท่ากับ 5,421 ล้านบาท

เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกของ SMEs สูงสุด 10 อันดับแรกดังกล่าว พบว่า อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ยังคงมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นอันดับ 1 อย่างต่อเนื่องนับจากปีที่แล้ว โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 237,967 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.7 ของมูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 10 อันดับแรก อันดับสองได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและส่วนประกอบและแม่พิมพ์ซึ่งมีการเจริญเติบโตรวดเร็วมากอย่างผิดปกติ โดยอันดับของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ขยับตัวสูงขึ้นจากอันดับที่ 18 ในปี 2545 เป็นอันดับที่ 2 ในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 225,160 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.8 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ 10 อันดับแรก อันดับที่สามได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ แม้ว่าอัตราการขยายตัวจะเป็นลบเมื่อเทียบกับปี 2545 แต่เมื่อคิดในด้านมูลค่าของการส่งออกนั้น อุตสาหกรรมสิ่งทอยังคงมีความสำคัญ โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 129,092 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 8.5 อันดับที่สูงได้แก่

ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ซึ่งในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 114,450 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.5 ซึ่งเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ขยายตัวได้ดี เนื่องจากในปี 2545 อุตสาหกรรมยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบดังกล่าว อยู่ที่อันดับ 7 เมื่อเรียงตามมูลค่าการส่งออกสูงสุด และอันดับที่ห้าได้แก่ อุตสาหกรรมพลาสติกซึ่งมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 92,682 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.1 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ 10 อันดับแรก อย่างไรก็ตาม อันดับของผลิตภัณฑ์พลาสติกลดลงจากอันดับที่ 3 ในปี 2545 เป็นอันดับ 5 ในปี 2546 (ตารางที่ 3.15)

สรุปได้ว่าโครงสร้างการส่งออกของผลิตภัณฑ์ 10 อันดับแรกของ SMEs ใน ปี 2546 มีการเปลี่ยนแปลงไปจากปี 2545 อยู่บ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในหมวดเครื่องจักรกล และส่วนประกอบ และแม่พิมพ์แบบที่ขยายตัวสูงมาก นอกจากนี้มูลค่าการส่งออกในสินค้า 10 อันดับแรกก็ปรับตัวสูงขึ้นมากเช่นกัน โดยมีมูลค่าเท่ากับ 1,108,113 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 73.0 ของมูลค่าการส่งออกโดย SMEs และมีอัตราการเจริญเติบโตสูงถึงร้อยละ 26.6

3.2.3 ตลาดส่งออกที่สำคัญของ SMEs

ตลาดส่งออกที่สำคัญของ SMEs สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และ จีน ตามลำดับ โดยในแต่ละตลาดมีโครงสร้างของสินค้าส่งออกที่สำคัญ ดังนี้

1) ญี่ปุ่น

ตารางที่ 3.16 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังญี่ปุ่น ปี 2546

HS Code	ประเภท	ส่งออกไปยังญี่ปุ่น (ล้านบาท)	มูลค่าส่งออก ของ SMEs (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
85	เครื่องอุปกรณไฟฟ้า และส่วนประกอบ	90,421	237,967	38.0
84	เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	56,047	220,604	25.4
87	ยานยนต์	20,520	114,450	17.9
16	ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลา	15,409	59,823	25.8
94	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเตียง ฟูก เบาะ	9,589	25,777	37.2
39	พลาสติกและของที่ทำด้วย พลาสติก	7,886	92,682	8.5
90	อุปกรณ์และเครื่องที่ใช้ในทาง ทัศนศาสตร์	7,238	16,096	45.0
40	ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	5,586	82,254	6.8
27	เชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่	4,034	77,177	5.2
71	อัญมณีและเครื่องประดับ	3,847	58,395	6.6
	อื่นๆ	61,404	531,740	11.6
	รวม 10 อันดับแรก	220,581	985,230	22.4
	รวมมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด	281,986	1,516,971	18.6

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ญี่ปุ่นเป็นตลาดการค้าที่สำคัญที่สุดในการนำเข้าสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยในปี 2546 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่งออกสินค้าไปยังประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่ารวมเท่ากับ 281,986 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18.6 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด (1,516,971 ล้านบาท)

สินค้าที่สำคัญของ SMEs ที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ โดยมูลค่าในปี 2546 เท่ากับ 90,421 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.0 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ในสินค้าหมวดนี้ (237,967 ล้านบาท) อันดับที่สองได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องจักรกล และส่วนประกอบ เช่น ส่วนประกอบของ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล ต่างๆ โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 56,047 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 25.4 ของมูลค่าส่งออกรวมของสินค้าในหมวดนี้ (220,604 ล้านบาท) อันดับที่สามได้แก่ ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 20,520 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.9 ของมูลค่าส่งออกของหมวดยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ อันดับที่สี่ได้แก่ สินค้าประเภทของปรุงแต่งจากสัตว์ และปลา โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 15,406 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.8 ของมูลค่าการส่งออกในหมวดนี้ (59,823 ล้านบาท) และอันดับที่ห้า คือสินค้าประเภท เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเตียง พูก และเบาะมีมูลค่าการส่งออกไปยังญี่ปุ่นเท่ากับ 9,589 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.2

สามารถกล่าวได้ว่าญี่ปุ่นเป็นตลาดการค้าที่สำคัญที่สุดของ SMEs โดยเมื่อพิจารณาทั้งในด้านมูลค่าส่งออกรวมที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 19 โดยเฉพาะในสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องจักรกลต่างๆ ที่มีมูลค่าส่งออกไปยังญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ ร้อยละ 25.4 ของมูลค่ารวมของสินค้าประเภทดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในหมวดสินค้าประเภทอุปกรณ์และเครื่องที่ใช้ในทางวิทยาศาสตร์ เช่น ส่วนประกอบของกล้องถ่ายรูป กล้องถ่ายภาพยนต์ เครื่องมือวัดความถี่ การตรวจสอบ เป็นหมวดที่น่าสนใจเป็นพิเศษถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกรวมของสินค้าหมวดนี้มีขนาดที่ไม่ใหญ่มาก (82,254 ล้านบาท) แต่กว่าร้อยละ 45 ของมูลค่าการส่งออกในสินค้าหมวดนี้เป็นการส่งไปขายยังประเทศญี่ปุ่น ในขณะที่สินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในตลาดโลก กลับมีมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังญี่ปุ่นเพียง 3,847 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.4 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าของ SMEs ไปยังญี่ปุ่น เมื่อพิจารณาเฉพาะมูลค่า

การส่งออกของสินค้า 10 อันดับแรก พบว่ามีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นเท่ากับ 220,581 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 78.2 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังญี่ปุ่นทั้งหมด (ตารางที่ 3.16)

2) สหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 3.17 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ปี 2546

HS Code	ประเภท	ส่งออกไปยังสหรัฐฯ (ล้านบาท)	มูลค่าส่งออกของ SMEs (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
85	เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	35,650	237,967	15.0
84	เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	17,204	220,604	7.8
16	ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ เนื้อปลา	16,739	59,823	28.0
62	เครื่องแต่งการที่ไม่ได้ถัก แบบนิตหรือโครเซต	15,739	34,033	46.3
61	เครื่องแต่งการที่ถัก แบบนิตหรือโครเซต	14,839	33,311	44.6
71	อัญมณีและเครื่องประดับ	14,268	58,395	24.4
40	ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	11,345	82,254	13.8
87	ยานพาหนะและส่วนประกอบ	9,771	114,450	8.5
39	พลาสติกและของที่ทำด้วย พลาสติก	7,791	92,682	8.4
94	เฟอร์นิเจอร์	5,606	25,777	21.8
	อื่นๆ	56,070	557,669	10.1
	รวม 10 อันดับแรก	148,957	959,302	15.5
	รวมมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด	205,028	1,516,971	13.5

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกของ SMEs ที่สำคัญเป็นอันดับสอง โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 205,028 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.5 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด

สินค้าส่งออกที่สำคัญของ SMEs ในตลาดสหรัฐอเมริกา 5 อันดับแรกนั้น เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด ในปี 2546 เท่ากับ 35,650 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.4 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และร้อยละ 15.0 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบของ SMEs ทั้งหมด

อันดับที่สอง ได้แก่ เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ เช่น ส่วนประกอบเครื่องจักรกล บอยเลอร์ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 17,204 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.4 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และร้อยละ 7.8 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดนี้

อันดับที่สาม ได้แก่ ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ เนื้อปลา มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 16,739 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.2 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาและเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.0 ของมูลค่าการส่งออกในสินค้าหมวดนี้

อันดับที่สี่ ได้แก่ เครื่องแต่งกายที่ไม่ได้ถักแบบนิตติ้ง หรือโครเชต์ โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 15,739 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.7 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 46.3 ของมูลค่าการส่งออกในสินค้าเครื่องแต่งกายที่ไม่ได้ถักแบบนิตติ้ง หรือ โครเชต์

อันดับที่ห้า ได้แก่ สินค้าเครื่องแต่งกายที่ถักแบบนิตหรือโครเชต์ โดยในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 14,839 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.2 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 44.6 ของมูลค่าการส่งออกในสินค้าหมวดนี้

สามารถกล่าวได้ว่าสินค้าประเภท เครื่องจักรกล และเครื่องใช้ไฟฟ้า และ ส่วนประกอบ ยังคงเป็นสินค้าส่งออกหลักไปยังสหรัฐอเมริกา 2 อันดับแรก แต่เมื่อพิจารณาในด้านสัดส่วนต่อมูลค่าการส่งออกของสินค้าแต่ละชนิดนั้น พบว่าสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายทั้งที่ไม่ถัก และถักแบบนิตหรือ โครเซต มีสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดนั้นๆ ดังนั้นตลาดสหรัฐอเมริกา จึงเป็นตลาดหลักที่สำคัญของสินค้าเครื่องแต่งกาย ในขณะที่ 5 ลำดับที่เหลือส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทยางและผลิตภัณฑ์ยาง ยานพาหนะและส่วนประกอบ และพลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก โดยอยู่ในลำดับที่ 7,8 และ 9 ตามลำดับ ส่วนสินค้าที่ไทย มีโอกาสและศักยภาพในตลาดโลก เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ SMEs มีมูลค่า การส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาในปี 2546 เท่ากับ 14,268 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.0 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังสหรัฐอเมริกา ขณะที่สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ มีมูลค่าในการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา เท่ากับ 5,606 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.7 โดยเมื่อรวมแล้วเฉพาะสินค้า 10 อันดับแรก มีมูลค่ารวมกันเท่ากับ 148,957 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 72.7 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าไปยังสหรัฐอเมริกาทั้งหมด (ตารางที่ 3.17)

3) สิงคโปร์

ตารางที่ 3.18 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด
10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังสิงคโปร์ ปี 2546

HS Code	ประเภท	ส่งออกไปยัง สิงคโปร์ (ล้านบาท)	มูลค่าส่งออก ของ SMEs (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
84	เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	57,937	220,604	26.3
27	เชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่	21,683	77,177	28.1
85	เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	21,076	237,967	8.9
87	ยานยนต์	13,369	114,450	11.7
40	ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	10,346	82,254	12.6
29	เคมีภัณฑ์อินทรีย์	7,163	33,185	21.6
99	ธุรกรรมพิเศษ	6,735	36,718	18.3
39	พลาสติกและของที่ทำด้วย พลาสติก	5,394	92,682	5.8
89	เรือ และสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ	2,513	8,081	31.1
16	ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลา อื่นๆ	2,434	59,823	4.1
	รวม 10 อันดับแรก	148,656	962,946	15.4
	รวมมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด	170,571	1,516,971	11.2

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สิงคโปร์เป็นตลาดที่สำคัญลำดับสามของ SMEs โดยในปี 2546 SMEs ส่งออกสินค้าไปยังสิงคโปร์คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 170,571 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.2 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด

สินค้าเครื่องจักรกล และส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นอันดับแรก โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 57,937 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์ทั้งหมด และเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.3 ของมูลค่าการส่งออกในสินค้าหมวดนี้

อันดับที่สอง ได้แก่ สินค้าหมวดเชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่ ซึ่งในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 21,683 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.7 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์ทั้งหมด และร้อยละ 28.1 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าเชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่

ในขณะที่สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบมีมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์เป็นอันดับสาม มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 21,076 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.4 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์ทั้งหมด และมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 8.9 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบ

สินค้าประเภทยานยนต์และส่วนประกอบเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นอันดับที่สี่ โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 13,369 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.8 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์ทั้งหมด และคิดเป็นร้อยละ 11.7 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ในสินค้าหมวดยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

ส่วนสินค้าหมวดยางและผลิตภัณฑ์ยางมีมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์เป็นอันดับห้า โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 10,346 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 6.1 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าของ SMEs ไปยังสิงคโปร์ คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกของสินค้าไปยังสิงคโปร์ต่อการส่งออกทั้งหมดของสินค้าหมวดนี้เท่ากับร้อยละ 12.6

สามารถกล่าวได้ว่า สิงคโปร์เป็นตลาดส่งออกสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าเครื่องจักรกล และส่วนประกอบต่างๆ รวมทั้งสินค้าเชื้อเพลิงด้วย โดยในสินค้า 5 อันดับแรกที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด เป็นสินค้าที่อยู่ในหมวดสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

เครื่องจักร ยานยนต์และส่วนประกอบ รองลงมา คือ สินค้าในหมวดเชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ และน้ำมันแร่ ในขณะที่ 5 ลำดับต่อมาส่วนใหญ่เป็นสินค้าในหมวดของเคมีภัณฑ์ พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติกต่างๆ ทั้งนี้จากสินค้า 10 ลำดับแรกมีสินค้าที่อยู่ในหมวดเกษตรแปรรูปเพียงประเภทเดียว คือ ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์และปลา ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 2,400 ล้านบาท คิดเป็นเพียงร้อยละ 1.4 ของมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์ทั้งหมด โดยรวมแล้วสินค้า 10 อันดับแรกมีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นเท่ากับ 148,656 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 87.2 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังสิงคโปร์ทั้งหมด (ตารางที่ 3.18)

ตารางที่ 3.19 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด
10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังฮ่องกง ปี 2546

HS Code	ประเภท	ส่งออกไปยังฮ่องกง (ล้านบาท)	มูลค่าส่งออก ของ SMEs (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
39	พลาสติกและของที่ทำด้วย พลาสติก	19,236	92,682	20.8
85	เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	14,301	237,967	6.0
40	ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	6,320	82,254	7.7
84	เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	5,253	220,604	2.4
71	อัญมณีและเครื่องประดับ	4,743	58,395	8.1
99	ธุรกรรมพิเศษ	3,984	36,718	10.9
72	เหล็ก และเหล็กกล้า	3,926	17,038	23.1
61	เครื่องแต่งกายที่ถักแบบนิต หรือโครเชต์	3,125	33,311	9.4
17	น้ำตาลและขนมทำจากน้ำตาล	2,538	41,744	6.1
41	หนังดิบ และหนังฟอก อื่นๆ	2,390	10,422	22.9
	รวม 10 อันดับแรก	65,820	831,140	7.9
	รวมมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด	90,573	1,516,971	6.0

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4) อ่องกง

อ่องกงเป็นตลาดการค้าที่สำคัญของ SMEs เป็นลำดับที่สี่ โดยในปี 2546 SMEs ส่งออกสินค้าไปยังอ่องกงคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 90,573 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.0 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด

สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้าหมวดพลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก ที่มีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 19,236 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.2 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าของ SMEs ไปยังอ่องกง และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.8 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าของ SMEs ในหมวดนี้

อันดับที่สอง ได้แก่ สินค้าหมวดเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออก 14,301 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.8 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังอ่องกง โดยมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบโดย SMEs คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 6.0 ของมูลค่าการส่งสินค้าในหมวดนี้

อันดับที่สาม ได้แก่ สินค้าหมวดยางและผลิตภัณฑ์ยางที่ในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกโดย SMEs เท่ากับ 6,320 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.0 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังอ่องกง และคิดเป็นร้อยละ 7.7 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้โดย SMEs

อันดับที่สี่ ได้แก่ สินค้าหมวดเครื่องจักรกล และส่วนประกอบ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 5,253 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.8 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าไปยังอ่องกง และร้อยละ 2.4 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้โดย SMEs

อันดับที่ห้า ได้แก่ สินค้าหมวดอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 4,743 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.2 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังอ่องกง โดยคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดนี้โดย SMEs

จาก 5 อันดับแรกของสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังฮ่องกงมากที่สุดพบว่า ยังคงอยู่ในกลุ่มสินค้าหมวดส่วนประกอบของเครื่องจักรกล เครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบ พลาสติก (เครื่องใช้ที่ทำด้วยพลาสติก) โดยสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ภาคการผลิตไทยมีศักยภาพนั้น ส่งออกไปยังฮ่องกงอยู่ในลำดับที่ 5 ส่วนสินค้าอีก 5 ลำดับที่เหลือพบว่าสินค้าเหล็กและเหล็กกล้ามีมูลค่าการส่งออกอยู่ในลำดับที่ 7 โดยมีสัดส่วนต่อการส่งออกไปยังฮ่องกงคิดเป็นร้อยละ 4.3 แต่เมื่อพิจารณาโดยเทียบสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกของสินค้าเหล็กและเหล็กกล้าไปยังฮ่องกงต่อมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดนี้โดย SMEs พบว่ามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 23.1 ส่วนสินค้าเครื่องแต่งกายที่ถักแบบนิตหรือโครเชต์อยู่ลำดับที่ 8 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 3,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 ของมูลค่าการส่งออกไปยังฮ่องกง โดยสรุปแล้วมูลค่าของสินค้า 10 ลำดับแรกมีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นเท่ากับ 65,820 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 72.7 ของมูลค่าการส่งออกไปยังฮ่องกงทั้งหมด (ตารางที่ 3.19)

5) จีน

ตารางที่ 3.20 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรกของ SMEs ที่ส่งออกไปยังจีน ปี 2546

HS Code	ประเภท	ส่งออกไปยังจีน (ล้านบาท)	มูลค่าส่งออก ของ SMEs (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
84	เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	22,301	220,604	10.1
27	เชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่	19,287	77,177	25.0
40	ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	10,099	82,254	12.3
85	เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	6,848	237,967	2.9
39	พลาสติกและของที่ทำได้ด้วย พลาสติก	6,484	92,682	7.0
29	เคมีภัณฑ์อินทรีย์	5,461	33,185	16.5
44	ไม้และของที่ทำด้วยไม้	3,332	21,569	15.5
72	เหล็ก และเหล็กกล้า	1,826	17,038	10.7
41	หนังดิบ และหนังฟอก	1,623	10,422	15.6
91	นาฬิกา	1,348	6,500	20.7
	อื่นๆ	10,750	717,568	1.5
	รวม 10 อันดับแรก	78,612	799,403	9.8
	รวมมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด	89,363	1,516,971	5.9

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มูลค่าการส่งออกสินค้าของ SMEs ที่ส่งไปขายยังประเทศจีนในปี 2546 มีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นเท่ากับ 89,363 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.9 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs โดยสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้าหมวดเครื่องจักรกล และส่วนประกอบ ซึ่งในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งสิ้นเท่ากับ 22,301 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังจีน และร้อยละ 10.1 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้ทั้งหมดโดย SMEs

อันดับที่สอง ได้แก่ สินค้าหมวดเชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 19,287 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.6 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังจีน และคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 25 ของการส่งออกเชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่โดย SMEs

อันดับสาม ได้แก่ ยางและผลิตภัณฑ์ยางซึ่งในปี 2546 SMEs ส่งออกไปยังจีนมีมูลค่าเท่ากับ 10,099 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.3 ของมูลค่าการส่งออกโดย SMEs ไปยังจีน และคิดเป็นร้อยละ 12.3 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้ทั้งหมดโดย SMEs

อันดับที่สี่ ได้แก่ เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบซึ่งในปี 2546 SMEs ส่งออกไปยังจีนคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 6,848 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.7 ของมูลค่าการส่งออกไปยังจีน และร้อยละ 2.9 เมื่อคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าของสินค้าหมวดนี้ที่ SMEs ทำการส่งออกทั้งหมด

อันดับที่ห้า ได้แก่ สินค้าที่ทำด้วยพลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติกซึ่งมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 6,484 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.2 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังประเทศจีน หรือร้อยละ 7.0 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้โดย SMEs

จากการพิจารณาการส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรกพบว่า สินค้าที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น ส่วนประกอบของเครื่องจักรกล เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ยางและผลิตภัณฑ์ยาง เป็นกลุ่มสินค้าหลักที่ SMEs ส่งไปขายยังประเทศจีน ส่วน 5 สินค้าที่เหลือนั้น ประกอบไปด้วยสินค้าประเภท เคมีภัณฑ์ ไม้และของที่ทำด้วยไม้ เหล็กและเหล็กกล้า หนังกบและหนังฟอก และนาฬิกาและชิ้นส่วนต่างๆ ซึ่งมูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทนาฬิกาและชิ้นส่วนในปี 2546 อยู่ที่ 1,348 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.5 เท่านั้น เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าไปยังจีน แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนต่อการส่งออกทั้งหมดของสินค้าประเภทนี้ พบว่าสินค้านี้มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 20.7 ซึ่งสามารถกล่าว

ได้ว่าจีนเป็นตลาดที่สำคัญตลาดหนึ่งของผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าประเภทดังกล่าว โดยสรุปแล้วมูลค่าการส่งออกของสินค้า 10 อันดับแรก ปี 2546 พบว่ามีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้น 78,612 ล้านบาท หรือคิดเป็นกว่าร้อยละ 88 ของมูลค่าการส่งออกไปยังจีนทั้งหมด (ตารางที่ 3.20)

3.2.4 สินค้าส่งออกที่สำคัญของ SMEs

1) เครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบ

ตารางที่ 3.21 มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ จำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ญี่ปุ่น	90,421	38.0
สหรัฐอเมริกา	35,650	15.0
สิงคโปร์	21,076	8.9
ฮ่องกง	14,301	6.0
มาเลเซีย	12,815	5.4
จีน	7,165	3.0
ฟิลิปปินส์	6,352	2.7
สหราชอาณาจักร	5,295	2.2
เกาหลีใต้	4,608	1.9
เนเธอร์แลนด์	4,303	1.8
อื่นๆ	35,981	15.1
มูลค่าการส่งออก 10 ประเทศแรก	201,986	84.9
มูลค่าการส่งออกทั้งหมดนี้	237,967	100.0

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบที่สำคัญ คือ เครื่องปรับอากาศและเครื่องรับโทรทัศน์ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกโดย SMEs สูงที่สุดในปี 2546 โดยมีมูลค่าทั้งสิ้นเท่ากับ 237,967 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.7 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ในปี 2546

ตลาดการค้าที่สำคัญของสินค้าหมวดนี้ ได้แก่ ญี่ปุ่น ซึ่ง SMEs ส่งออกสินค้าหมวดนี้มากที่สุด เป็นอันดับ 1 โดยมีมูลค่าการส่งออก เท่ากับ 90,421 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 38 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบของ SMEs โดยประเภทสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ไดโอด และทรานซิสเตอร์ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 19,000 ล้านบาท และ แผงวงจรรวมที่ใช้ในทางอิเล็กทรอนิกส์ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 10,400 ล้านบาท

ตลาดการค้าที่มีความสำคัญอันดับสอง ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในปี 2546 มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจาก SMEs เท่ากับ 35,650 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.0 โดยประเภทสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ แผง IC มีมูลค่าส่งออกประมาณ 8,200 ล้านบาท และ อุปกรณ์เครื่องรับโทรทัศน์ และวิทยุ มีมูลค่าประมาณ 7,100 ล้านบาท

อันดับที่สาม ได้แก่ สิงคโปร์ซึ่ง SMEs ทำการส่งออกสินค้าหมวดนี้คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 21,076 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.9 ประเภทสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ไดโอด และทรานซิสเตอร์ มีมูลค่าประมาณ 4,100 ล้านบาท และแผง IC มูลค่า 2,700 ล้านบาท

อันดับที่สี่ และ ห้า ได้แก่ สิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่ง SMEs ส่งสินค้าออกไป มีมูลค่าเท่ากับ 14,301 ล้านบาท (ร้อยละ 6.0) และ 12,815.48 ล้านบาท (ร้อยละ 5.4) ตามลำดับ

ส่วนในลำดับที่ 6 ถึง 10 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ในสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ มีมูลค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 4,000 ถึง 7,000 ล้านบาท ซึ่งได้แก่ จีน (7,165 ล้านบาท), ฟิลิปปินส์ (6,352 ล้านบาท), สหราชอาณาจักร (5,295 ล้านบาท), เกาหลีใต้ (4,608 ล้านบาท) และ เนเธอร์แลนด์ (4,303 ล้านบาท) ตามลำดับ ซึ่งเมื่อรวมมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบซึ่งผลิตโดย SMEs ไปยัง 10 ประเทศแรก มีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้น 201,991 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดนี้ (ตารางที่ 3.21)

ถึงแม้ว่าสินค้าประเภทเครื่องปรับอากาศและเครื่องรับโทรทัศน์ จะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของสินค้าที่ผลิตโดย SMEs แต่อย่างไรก็ตาม จีนเริ่มเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในการผลิตสินค้า 2 ประเภทนี้ จากผลการศึกษาเรื่องการจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรม ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ระบุไว้ชัดเจนว่า อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศของไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกไปยังตลาดสหภาพยุโรปและตลาดญี่ปุ่น ในขณะที่จีนถึงแม้ว่าจะมีมูลค่าการส่งออกที่สูง แต่เป็นการรับจ้างการผลิตมากกว่าการสร้างตรา สินค้าของตัวเอง ประกอบกับภาพลักษณ์สินค้าของจีนที่ยังถูกมองว่าเป็นสินค้าที่ด้อยคุณภาพ มาตรฐาน และเทคโนโลยี ในขณะที่ไทยได้รับการยอมรับถึงมาตรฐานและการออกแบบที่อยู่ในระดับเดียวกับเกาหลีใต้ จึงทำให้สินค้าของไทยยังคงมีความได้เปรียบอยู่

เมื่อพิจารณาเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องรับโทรทัศน์ ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันลดลงเมื่อเทียบกับเกาหลีใต้ และจีน โดยไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกไปตลาดญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ส่วนเกาหลีใต้มีความได้เปรียบในการส่งออกไปตลาดสหภาพยุโรป และจีนมีความได้เปรียบในการส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นมากที่สุด ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่าไทยและจีนมีเป้าหมายตลาดเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องรีบปรับตัวให้พร้อมกับการแข่งขันกับจีนที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้นตามลำดับ

2) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ

ตารางที่ 3.22 มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกล และส่วนประกอบจำแนกตามประเทศนำเข้าปี 2546

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สิงคโปร์	57,937	26.3
ญี่ปุ่น	56,047	25.4
จีน	22,301	10.1
สหรัฐอเมริกา	17,204	7.8
เกาหลีใต้	6,533	3.0
สหราชอาณาจักร	5,841	2.6
มาเลเซีย	5,591	2.5
ฮ่องกง	5,253	2.4
ไต้หวัน	4,632	2.1
หมู่เกาะ เวอร์จิน	4,118	1.9
อื่นๆ	35,147	15.9
มูลค่าการส่งออก 10 ประเทศแรก	185,457	84.1
มูลค่าการส่งออกรวมหมวดนี้	220,604	100.0

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2546 สินค้าหมวดเครื่องจักรกลและส่วนประกอบมีมูลค่าการส่งออกตามมาเป็นอันดับสอง โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 220,604 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.5 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดที่เกิดจาก SMEs

เมื่อพิจารณาทลาดการค้าที่สำคัญ พบว่าในปี 2546 สิงคโปร์เป็นตลาดการค้า ที่ SMEs ส่งออกสินค้าหมวดเครื่องจักรและส่วนประกอบมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 57,937 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.3 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้โดย SMEs ประเภทสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องพิมพ์ดีด, เครื่องคิดเลข, เครื่องจักรสำนักงาน โดยมีมูลค่ารวมกันกว่า 49,900 ล้านบาท

ตลาดการค้าที่มีความสำคัญตามมาเป็นลำดับที่สอง ได้แก่ ญี่ปุ่น ซึ่งในปี 2546 SMEs สามารถส่งสินค้าหมวดเครื่องจักรกลและส่วนประกอบเข้าตลาดญี่ปุ่น มีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นเท่ากับ 56,047 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.4 ของมูลค่าการส่งออกในสินค้าประเภทนี้ โดยสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติและส่วนประกอบต่างๆ (มูลค่าเท่ากับ 22,000 ล้านบาท)

จีนเป็นตลาดการค้าที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่สาม โดยในปี 2546 SMEs มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 22,301 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.1 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าหมวดนี้ โดยสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องพิมพ์ดีด, เครื่องคิดเลข, เครื่องจักรสำนักงาน โดยมีมูลค่ารวมกันกว่า 18,400 ล้านบาท

ตลาดการค้าที่มีความสำคัญเป็นอันดับสี่ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 17,204 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.8 สินค้าที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติและส่วนประกอบต่างๆ (มูลค่าเท่ากับ 4,500 ล้านบาท) และ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องพิมพ์ดีด, เครื่องคิดเลข, เครื่องจักรสำนักงาน โดยมีมูลค่ารวมกันกว่า 3,800 ล้านบาท

อันดับสุดท้ายได้แก่ เกาหลีใต้ที่มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าจาก SMEs ของไทย เท่ากับ 6,533 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.0 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ โดยมีสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติและส่วนประกอบต่างๆ มูลค่าเท่ากับ 2,300 ล้านบาท และส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องพิมพ์ดีด, เครื่องคิดเลข, เครื่องจักรสำนักงาน โดยมีมูลค่ากว่า 2,700 ล้านบาท

ส่วนตลาดส่งออกที่มีความสำคัญในลำดับที่ 6-10 มีช่วงมูลค่าการส่งออกอยู่ระหว่าง 4,000 ถึง 6,000 ล้านบาท สามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้ คือ สหราชอาณาจักร มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 5,841 ล้านบาท (ร้อยละ 2.7), มาเลเซีย เท่ากับ 5,591 ล้านบาท (ร้อยละ 2.5), ฮองกงเท่ากับ 5,253 ล้านบาท (ร้อยละ

2.4), ใต้หวันเท่ากับ 4,632 ล้านบาท (ร้อยละ 2.1) และ หมู่เกาะเวอร์จิน เป็นลำดับสุดท้ายมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 4,118 ล้านบาท (ร้อยละ 2.2) ซึ่งเมื่อรวมมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดที่มีความสำคัญ 10 ลำดับแรก พบว่ามีมูลค่าการส่งออกรวมกันเท่ากับ 185,462 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 84.1 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดเครื่องจักรกลและส่วนประกอบของ SMEs ทั้งหมดในปี 2546 (ตารางที่ 3.22)

สามารถกล่าวได้ว่าสินค้าหมวดเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เช่น บอยเลอร์, เครื่องยนต์ต่างๆ, ชิ้นส่วนภายในที่ใช้กับเครื่องยนต์สันดาปภายใน นับเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม จีนและใต้หวันกำลังเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดโลก โดยจากผลการศึกษาเรื่อง การจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสาขาอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ระบุไว้ว่า ในด้านวัตถุดิบ ผู้ผลิตจีนและใต้หวันมีความสามารถทางการแข่งขันมากกว่าผู้ผลิตไทย เนื่องจากจีนและใต้หวันมีวัตถุดิบในประเทศ ไม่ต้องเสียภาษีเช่นเดียวกับไทย ส่วนทางด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานนั้นไทยยังคงมีความได้เปรียบจีนในด้านนี้อยู่มาก แต่ยังคงล้าหลังใต้หวันในด้านการเข้าถึงข้อมูลและสาธารณูปโภคพื้นฐาน ด้านการบริการจัดการ และด้านการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับจีนแล้ว ผู้ผลิตของไทยมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าผู้ผลิตจีน เนื่องจากจีนยังคงใช้การผลิตแบบเก่าอยู่

อย่างไรก็ตาม ภาครัฐของจีนและใต้หวันสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มากกว่าภาครัฐของไทย เนื่องจากทั้งสองประเทศมุ่งเน้นการพัฒนาและวิจัยเทคโนโลยีของตน เพื่อให้สามารถจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมากขึ้น ในอนาคตอันใกล้ถ้าไทยยังไม่มีการสนับสนุนและพัฒนาชิ้นส่วนที่ชัดเจน ชิ้นส่วนที่ผลิตจากประเทศจีนอาจมีคุณภาพทัดเทียม หรือมีคุณภาพดีมากกว่าชิ้นส่วนไทยได้ และท้ายที่สุดผู้ประกอบการไทยจะสูญเสียความสามารถในการแข่งขันกับทั้งจีน และใต้หวัน

3) สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ตารางที่ 3.23 มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
จำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	36,963	28.6
ญี่ปุ่น	10,271	8.0
ฮ่องกง	10,047	7.8
สหราชอาณาจักร	5,387	4.3
สิงคโปร์	3,310	2.6
เยอรมัน	3,032	2.3
จีน	2,733	2.1
เกาหลีใต้	2,614	2.0
ฝรั่งเศส	2,278	1.8
มาเลเซีย	2,401	1.9
อื่นๆ	50,056	38.7
มูลค่าการส่งออก 10 ประเทศแรก	79,036	61.3
มูลค่าการส่งออกรวมหมวดนี้	129,092	100.0

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สินค้าหมวดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่าการส่งออกโดย SMEs สูงสุดเป็นลำดับสาม โดยในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 129,092 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.5 ของมูลค่าการส่งออกโดย SMEs ทั้งหมด

เมื่อพิจารณาตลาดการค้าที่สำคัญ พบว่า สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดการค้าที่สำคัญเป็นอันดับหนึ่ง โดย SMEs ส่งสินค้าหมวดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปขายยังตลาดสหรัฐ มีมูลค่าเท่ากับ 36,963 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 28.6 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้ ประเภทสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องแต่งกายสตรี มีมูลค่าประมาณ 4,800 ล้านบาท, เสื้อผ้าและของใช้ของเด็กเล็ก มีมูลค่าส่งออกประมาณ 3,700 ล้านบาท และเสื้อเบลาส์ เสื้อเชิ้ต ของสตรี และเด็กหญิง มีมูลค่าส่งออก ประมาณ 2,700 ล้านบาท

ในขณะที่ญี่ปุ่นเป็นตลาดการค้าที่มีความสำคัญเป็นอันดับสอง โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 10,271 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.0 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของ SMEs โดยสินค้าที่ส่งออกไปยังญี่ปุ่นนั้นไม่มีสินค้าชนิดใดที่มีมูลค่าการนำเข้าที่สูงจนโดดเด่น อย่างไรก็ตามสินค้าที่มีการส่งออกสูงสุดได้แก่ ทีเชิ้ต เสื้อชั้นในชนิดซิงเกิลด และเสื้อชั้นในอย่างอื่นที่ถักแบบนิต หรือ โครเซต

อันดับที่สาม ได้แก่ ฮองกง ซึ่งมีการนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจาก SMEs เท่ากับ 10,047 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.8 ของมูลค่าการส่งออก โดยสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ เจอร์ซี พูลโอเวอร์ เสื้อคาร์ดิแกน เสื้อกั๊ก ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 1,100 ล้านบาท และ เส้นใยสังเคราะห์ ที่มีมูลค่าประมาณ 1,000 ล้านบาท

อันดับสี่และห้า ได้แก่ สหราชอาณาจักร และ สิงคโปร์ ที่มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 5,387 ล้านบาท (ร้อยละ 4.2) และ 3,310 ล้านบาท (ร้อยละ 2.6) ตามลำดับ

ส่วนในลำดับที่ 6 ถึง 10 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังตลาดต่างๆ อยู่ในช่วง 2,400 - 3,000 ล้านบาท สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ เยอรมัน SMEs มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3,032 ล้านบาท (ร้อยละ 2.4), จีน เท่ากับ 2,733 ล้านบาท (ร้อยละ 2.1), เกาหลีใต้ เท่ากับ 2,614 ล้านบาท (ร้อยละ 2.0), ฝรั่งเศส เท่ากับ 2,278 ล้านบาท (ร้อยละ 1.8) และ ลำดับสุดท้ายมาเลเซีย ซึ่ง SMEs มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 2,401 ล้านบาท (ร้อยละ 1.9) โดยเมื่อรวมมูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังตลาดหลักทั้ง 10 ประเทศ พบว่ามีมูลค่าการส่งออกรวมกันทั้งสิ้นเท่ากับ 79,036 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 61.2 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของ SMEs ในปี 2546 (ตารางที่ 3.23)

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้านขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย พบว่าระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยลดต่ำลงโดยตลอด โดยมีคู่แข่งเป็นประเทศในเอเชียใต้ ยุโรปใต้ และยุโรปตะวันออก รวมทั้งจีนและอินโดนีเซีย โดยประเทศที่น่าสนใจเป็นพิเศษคือ บังกลาเทศ และโรมาเนีย ที่ดัชนีความสามารถการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ในขณะที่ดัชนีของประเทศฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ และไทย ตกลงมาก แต่ยังมีสินค้าบางชนิดที่ไทยยังสามารถแข่งขันได้อยู่ เช่น เครื่องแต่งการชายประเภทกัก เสื้อผ้าเด็ก T-Shirts เป็นต้น

ประเด็นทางด้านความหลากหลายในการส่งออกสินค้าเป็นอีกหนึ่งตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันในด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาดในประเทศนั้นๆ โดยสินค้าส่งออกของไทยมีความหลากหลายระดับปานกลาง มีสินค้าประมาณ 500 รายการ ในขณะที่ประเทศอิตาลี และจีนมีความหลากหลายมากกว่า 1,000 รายการ และประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านสิ่งทอส่วนใหญ่จะมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากกว่าไทย อย่างไรก็ตาม ประเทศในแถบเอเชียอาคเนย์และเอเชียใต้ ต่างมีความหลากหลายในการส่งออกสินค้าน้อยกว่าของประเทศไทย

เครื่องชี้วัดอีกตัวหนึ่ง ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดถึงความสามารถในการผลิต การตลาด และความสามารถในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ คือ ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก ซึ่งราคาสินค้าที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น อันเป็นตลาดการค้าสิ่งทอเสรี สามารถใช้เป็นเครื่องชี้ให้เห็นความสามารถดังกล่าวของประเทศต่างๆ ได้ และจากการศึกษา พบว่า ราคาสินค้าของไทยโดยเฉลี่ยต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของสินค้าสิ่งทอที่ประเทศญี่ปุ่นนำเข้า อย่างไรก็ตามราคาสินค้าของไทยยังสูงกว่าราคาสินค้าสิ่งทอของประเทศ อินเดีย จีน และอินโดนีเซีย ส่วนสินค้าจากประเทศอังกฤษ อิตาลี ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ และไต้หวัน มีราคาสูงกว่าไทย

กล่าวโดยสรุป ชี้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยยังอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถทำการแข่งขันกับคู่แข่งได้ ถึงแม้ว่าดัชนีความสามารถในการแข่งขันจะเริ่มลดลงก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากไทยยังได้เปรียบคู่แข่ง ในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการออกแบบ เมื่อเทียบกับประเทศในเอเชียด้วยกันไม่ว่าจะเป็น จีน อินเดีย หรือ บังคลาเทศ อย่างไรก็ตาม ด้านระดับราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงต้นทุนในการผลิตสินค้านั้น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของไทยมีระดับราคาเฉลี่ยสูงกว่าคู่แข่งในเอเชีย ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเน้นที่คุณภาพ การออกแบบ และความยืดหยุ่นในการรับคำสั่งซื้อมากกว่าแข่งขันด้านราคา

4) ยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ

ตารางที่ 3.24 มูลค่าการส่งออกของยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบจำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ญี่ปุ่น	20,520	18.1
สิงคโปร์	13,369	11.7
ออสเตรเลีย	12,023	10.5
เนเธอร์แลนด์	10,104	8.8
สหรัฐอเมริกา	9,771	8.5
สหราชอาณาจักร	6,287	5.5
อินโดนีเซีย	4,281	3.7
ฟิลิปปินส์	3,226	2.8
มาเลเซีย	2,891	2.5
อิตาลี	1,971	1.7
อื่นๆ	30,007	26.2
มูลค่าการส่งออก 10 ประเทศแรก	84,443	73.8
มูลค่าการส่งออกรวมหมวดนี้	114,450	100.0

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สินค้าหมวดยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกโดย SMEs เป็นลำดับที่สี่ โดยมีมูลค่าในปี 2546 เท่ากับ 114,450 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.5 ของมูลค่าการส่งออกของ SMEs ทั้งหมด

ตลาดส่งออกที่สำคัญของสินค้าหมวดยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ โดยเรียงลำดับจากมูลค่าการส่งออก ได้แก่ ตลาดญี่ปุ่นที่มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 20,520 ล้านบาท มาเป็นอันดับหนึ่ง โดยสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 18.1 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ายานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบของ SMEs ทั้งหมด โดยประเภทสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ชิ้นส่วนของรถยนต์สำหรับส่งของ มีมูลค่าประมาณ 12,000 ล้านบาท

ตามมาเป็นอันดับสอง ได้แก่ ตลาดประเทศสิงคโปร์ ซึ่งในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกไปยังสิงคโปร์เท่ากับ 13,369 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.7 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าหมวดนี้ของ SMEs โดยประเภทสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ส่วนประกอบของรถยนต์ต่างๆ ทั้งรถยนต์ส่งของ, รถยนต์ขนส่งคนตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป และรถยนต์ส่วนบุคคล มีมูลค่ากว่า 12,400 ล้านบาท

อันดับที่สาม ได้แก่ ออสเตรเลีย ซึ่งในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 12,023 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.5 ของมูลค่าการส่งออก โดยประเภทสินค้าที่สำคัญคือ ชิ้นส่วนของรถยนต์สำหรับส่งของ มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท

ส่วนอันดับที่สี่ และห้า ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับ 10,104 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 9,771 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ในลำดับที่ 6 ถึง 10 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ไปยังตลาดต่างๆ อยู่ในช่วงระหว่าง 2,000 - 6,000 ล้านบาท โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ สหราชอาณาจักร มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้นเท่ากับ 6,287 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.5, อินโดนีเซีย มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 4,281 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.7, ฟิลิปปินส์ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3,226 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.8, มาเลเซีย มีมูลค่าการส่งออก 2,891 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 และอันดับสุดท้ายได้แก่ อิตาลีมีมูลค่าเท่ากับ 1,971 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1.7 โดยมูลค่าการส่งออกไปยัง 10 ประเทศแรกรวมกันเท่ากับ 84,443 ล้านบาท หรือคิดเป็น

ร้อยละ 73.8 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ายานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ
ที่ผลิตโดย SMEs (ตารางที่ 3.24)

อุตสาหกรรมยานพาหนะ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ เป็นอุตสาหกรรม
ที่เน้นการใช้สินค้านำเข้าและเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งบทบาทของ SMEs ในอุตสาหกรรม
นี้จะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่ง หรือประดับยนต์เพื่อป้อนให้กับ
โรงงานประกอบรถยนต์ขนาดใหญ่ทั้งในลักษณะของชิ้นส่วน OEM และอะไหล่
ทดแทน หรือ REM ซึ่งในสภาวะปัจจุบันผู้ผลิตชิ้นส่วนของไทย ยังคงมีปัญหา
มากกว่าผู้ผลิตในประเทศคู่แข่ง เช่น ไต้หวัน หรือเกาหลีใต้ ในเรื่องการจัด
การการผลิต และการลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะในด้านการวิจัยและพัฒนา
ที่ผู้ผลิตในไทยแทบไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนา
ตลอดจนไม่มีเทคโนโลยีของตนเองไม่ว่าจะเป็นด้านการเข้าถึงข้อมูล
รวมถึงสาธารณูปโภคด้านข้อมูลและการสนับสนุน Hardware และ Software ต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงมีข้อได้เปรียบญี่ปุ่นและเกาหลีใต้อยู่มากในส่วน
การสนับสนุนของภาครัฐ โดยภาครัฐมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมรถยนต์มากกว่า
ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ เนื่องจากรัฐบาลได้กำหนดให้อุตสาหกรรมยานพาหนะ
อุปกรณ์ และส่วนประกอบเป็นอุตสาหกรรมหลักอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญของไทยในปัจจุบัน คือ จีน พบว่า
ไทยยังคงได้เปรียบจีนอยู่ในด้านการบริหารจัดการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์
เนื่องจากจีนยังคงใช้รูปแบบการผลิตแบบเก่าอยู่ แต่ปัจจุบันเรื่อง
การวิจัยและพัฒนาจีนได้ให้ความสำคัญและลงทุนในเรื่องนี้มาก
ดังนั้นข้อได้เปรียบในเรื่องของคุณภาพที่ไทยมีอยู่อาจหมดไปได้
หากไทยยังไม่มีโครงการที่เป็นรูปธรรมในการส่งเสริม
การวิจัยและพัฒนาสำหรับกระบวนการผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์

5) พลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติก

ตารางที่ 3.25 มูลค่าการส่งออกของพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติก
จำแนกตามประเทศนำเข้า ปี 2546

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ฮ่องกง	19,236	20.7
ญี่ปุ่น	7,886	8.5
สหรัฐอเมริกา	7,791	8.4
จีน	6,483	7.0
ออสเตรเลีย	5,645	6.1
สิงคโปร์	5,512	6.0
มาเลเซีย	4,358	4.7
เวียดนาม	4,022	4.3
ไต้หวัน	3,590	3.9
อินโดนีเซีย	3,242	3.5
อื่นๆ	24,917	26.9
มูลค่าการส่งออก 10 ประเทศแรก	67,765	73.1
มูลค่าการส่งออกรวมหมวดนี้	92,682	100.0

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สินค้าหมวดพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นอันดับที่ 5 โดยในปี 2546 SMEs ได้ทำการส่งออกสินค้าประเภทพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังประเทศต่างๆ มีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้น 92,682 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.1 ของมูลค่าการส่งออกพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกโดย SMEs

สำหรับตลาดการค้าที่สำคัญในการส่งออกพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกของ SMEs ในปี 2546 พบว่า ฮ่องกงเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของ SMEs โดยในปี 2546 SMEs ส่งสินค้าไปขายยังฮ่องกงคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 19,236 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.7 ของมูลค่าการส่งออกพลาสติกและผลิตภัณฑ์

พลาสติกของ SMEs ตลาดที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่สอง ได้แก่ ญี่ปุ่น ซึ่ง SMEs ทำการส่งสินค้าออกไปขายคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 7,886 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 ของมูลค่าการส่งออกในสินค้านี้ของ SMEs ตลาดการค้าที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่สามคือ สหรัฐอเมริกา ที่มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 7,791 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.4 ในขณะที่จีนเป็นตลาดที่มีความสำคัญในการส่งออกสินค้าของ SMEs เป็นลำดับที่สี่ โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 6,483 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.0 ของมูลค่าการส่งออกพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกของ SMEs และอันดับห้าได้แก่ ออสเตรเลีย ซึ่ง SMEs ส่งออกสินค้าพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติก มีมูลค่าเท่ากับ 5,645 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.1 ของมูลค่าการส่งออก

ส่วนอันดับที่ 6 ถึง 10 นั้น มูลค่าส่งออกอยู่ในช่วงระหว่าง 3,200 ถึง 5,500 ล้านบาท โดยเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้ ตลาดสิงคโปร์ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 5,512 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.1 รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 4,358 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.7 เวียดนามเป็นตลาดที่มีความสำคัญในลำดับที่แปด โดย SMEs ส่งออกสินค้าไปยังเวียดนามเท่ากับ 4,022 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.3 ไต้หวันเป็นตลาดสำคัญอันดับที่เก้า โดยในปี 2546 SMEs ได้ทำการส่งออกไปยังไต้หวัน คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 3,590 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.9 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของ SMEs อันดับสุดท้ายได้แก่ อินโดนีเซีย ที่มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3,242 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 ของมูลค่าการส่งออก โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าของ SMEs ไปยังตลาดที่สำคัญ 10 ตลาดแรกมีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นเท่ากับ 67,769 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 73.1 ของมูลค่าการส่งออกพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติกของ SMEs ไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก (ตารางที่ 3.25)

จากตลาดส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกข้างต้น มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ ตลาดฮ่องกงซึ่งเป็นตลาดที่มีความสำคัญที่สุด มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าจาก SMEs กว่าร้อยละ 20.8 นั้น เมื่อทำการศึกษาลงไปในรายละเอียดพบว่า การกระจายตัวยังมีน้อย กล่าวคือ มีผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์หลักที่ฮ่องกงนำเข้าจาก SMEs ของไทย คือ โพลีเมอร์ของสไตรีน ซึ่งเป็นสินค้าขั้นปฐมซึ่งมีมูลค่ากว่า 7,800 ล้าน

บาท (ใกล้เคียงกับการที่ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา นำเข้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกจาก SMEs ของไทย) อันดับที่สอง ได้แก่ โพลีเมอร์ของโพรพิลีน หรือของโอลิฟินอื่นๆ ซึ่งเป็นสินค้าขั้นปฐม ซึ่งมีมูลค่ากว่า 5,200 ล้านบาท, อันดับที่สาม ได้แก่ โพลีเมอร์ของเอทิลีน ซึ่งเป็นสินค้าขั้นปฐม มีมูลค่าประมาณ 2,500 ล้านบาท และอันดับสุดท้าย คือ โพลีอะซีทิล โพลีอีเทอร์อื่นๆ ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 1,900 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม กระบวนการผลิตสินค้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ทุนและเทคโนโลยีขั้นสูงซึ่ง SMEs ยังไม่มีความสามารถที่จะผลิตได้ ประกอบกับ SMEs ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องจากพลาสติก เช่น ภาชนะพลาสติกที่ใช้ในครัวเรือนเป็นส่วนมาก (ฮ่องกงนำเข้าของใช้พลาสติกในครัวเรือนจาก SMEs ของไทยมีมูลค่าเพียง 88 ล้านบาท เท่านั้น)

ดังนั้นเป็นไปได้ว่ามูลค่าการส่งออกที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ มาจากผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจบริษัทการค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก (International Trader) ในขณะที่ SMEs ที่อยู่ในกระบวนการผลิตสินค้าเองนั้น มีมูลค่าการส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ไม่มากนัก

3.3 การส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.3.1 ภาพรวม

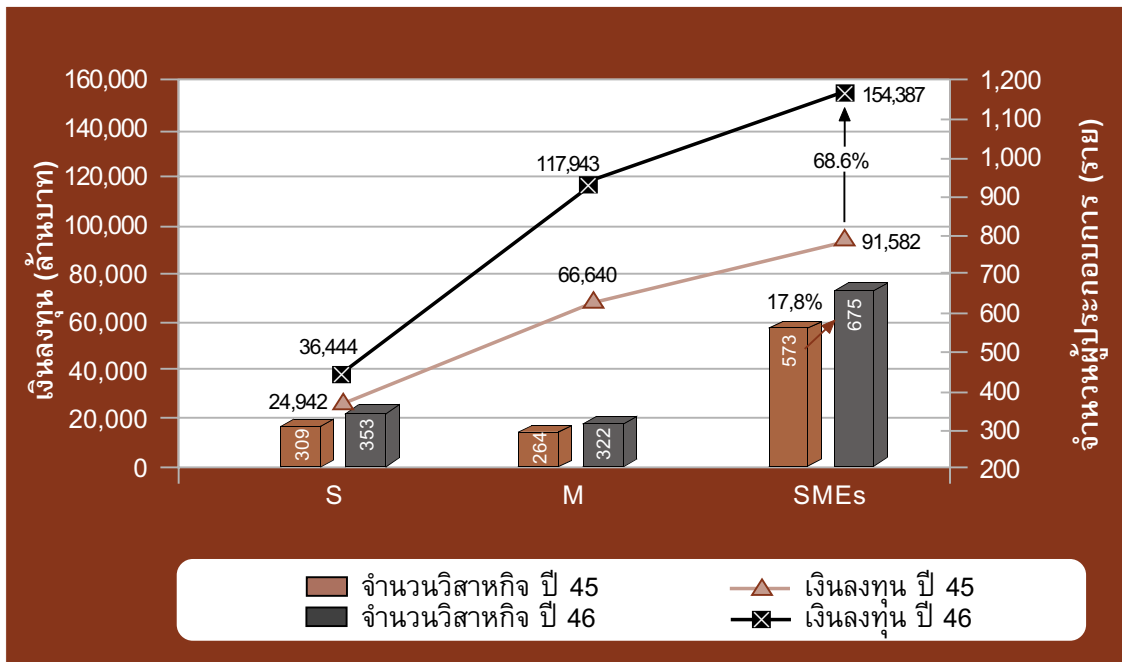
การประเมินสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านการลงทุนสามารถพิจารณาได้ในระดับหนึ่ง จากข้อมูลการขอรับการส่งเสริมการลงทุนของ SMEs โดยในปี พ.ศ. 2546 จำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการออกบัตรส่งเสริมการลงทุนมีทั้งสิ้น 675 ราย เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.8 ประกอบด้วยผู้ประกอบการขนาดกลาง 322 รายและขนาดย่อม 353 ราย ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 22.0 และ 14.2 ตามลำดับ

หากพิจารณาลักษณะการลงทุนของปี พ.ศ. 2546 พบว่า โครงการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ถือหุ้นโดยคนไทยทั้งหมดมีจำนวน 191 ราย และถือหุ้นโดยต่างชาติทั้งหมดมี 236 ราย ขยายตัวในอัตราร้อยละ 14.4 และ 11.8 ตามลำดับ ในขณะที่โครงการร่วมทุนระหว่างไทยและต่างชาติขยายตัวในระดับร้อยละ 27.2 ซึ่งเมื่อแยกตามขนาดของวิสาหกิจพบว่า การร่วมทุนกับต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดย่อมมีจำนวน 133 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางจำนวนผู้ประกอบการที่เป็นการร่วมทุนกับต่างชาติมีจำนวน 115 ราย เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 36.9 ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีของการประกอบการ เพราะสะท้อนถึงโอกาสของการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพจากต่างประเทศ รวมถึงการบริหารจัดการอย่างสากล ที่จะนำไปสู่การผลิตและบริการที่มีประสิทธิภาพ

เงินลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ในปี พ.ศ. 2546 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 68.6 มาอยู่ในระดับ 154,387 ล้านบาท ในขณะที่การจ้างงานรวมขึ้นมากอยู่ในระดับ 42,728 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.4 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นของวิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 21.9 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 15.0 และหากพิจารณาการจ้างงานเฉลี่ยต่อโครงการพบว่า ทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังทรงตัวอยู่ในระดับเดียวกับปี พ.ศ. 2545 โดยอยู่ในระดับ 104 และ 26 คนต่อโครงการ ตามลำดับ เฉลี่ยรวม 63 คนต่อโครงการ ในขณะที่เงินลงทุนต่อโครงการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเฉลี่ยที่ 229 ล้านบาทต่อโครงการ เพิ่มขึ้นจากปีที่ 2545 ร้อยละ 43.1 และเมื่อพิจารณาตามขนาดวิสาหกิจแล้ว วิสาหกิจขนาดกลางเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.1 และขนาดย่อมเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.9 มาอยู่ในระดับ 366 และ 103 ล้านบาทต่อโครงการ ตามลำดับ

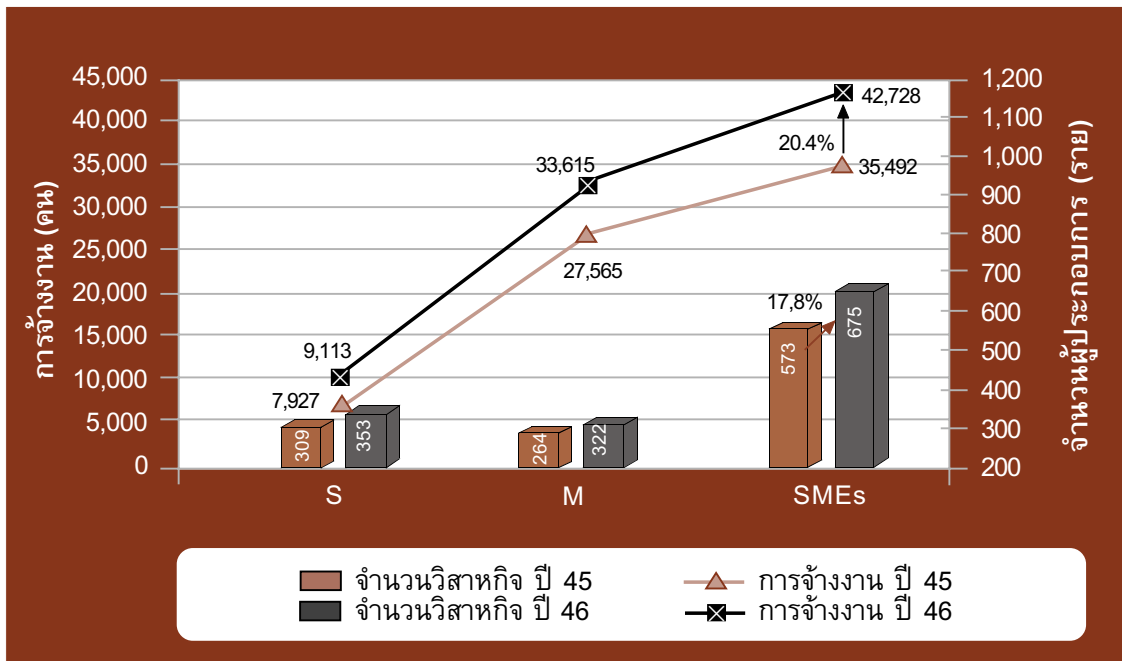
การเพิ่มขึ้นของเงินลงทุนเฉลี่ยต่อโครงการในปี 2546 เป็นผลมาจากการลงทุนของโครงการทางด้านสาธารณูปโภค เช่น โรงไฟฟ้า เรือขนส่งสินค้า ระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีราคาสูง และโครงการลงทุนของพื้นที่เพื่อการอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการลงทุนที่ใช้แรงงานน้อยแต่เงินลงทุนอยู่ในระดับสูง

ภาพที่ 3.10 มูลค่าเงินลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม ปี 2545-2546



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ภาพที่ 3.11 การจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม ปี 2545-2546



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

3.3.2 จำแนกตามผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาจำนวนโครงการที่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2546 สามลำดับแรก ได้แก่ หมวดผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ หมวดบริการและสาธารณูปโภค และหมวดผลิตภัณฑ์กระดาษและเครื่องใช้พลาสติก เป็นจำนวน 180, 147 และ 106 ราย ตามลำดับ โดยหมวดผลิตภัณฑ์โลหะ ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนสูงสุด (มีสัดส่วนร้อยละ 26.6) ขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 16.1 แต่ลำดับสองได้เปลี่ยนจากหมวดเกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตร เป็นหมวดสาธารณูปโภคและบริการ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 21.7 ขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 53.1 สะท้อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ที่มีผลให้ความต้องการด้านสาธารณูปโภคและบริการที่เพิ่มขึ้น ลำดับที่สามได้เปลี่ยนจากหมวดอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นหมวดผลิตภัณฑ์กระดาษและพลาสติก ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 15.7 ขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 79.7

การลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของปี พ.ศ. 2546 มูลค่าการลงทุนอันดับแรก ได้แก่ หมวดสาธารณูปโภคและบริการ มีมูลค่า 55,804 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่าหนึ่งเท่าตัวของปีก่อนหน้านี้ หมวดผลิตภัณฑ์กระดาษและเครื่องใช้พลาสติกมีมูลค่าการลงทุนในลำดับสอง 31,549 ล้านบาทเพิ่มขึ้นในระดับหนึ่งเท่าตัว ในขณะที่หมวดโลหะ มีมูลค่าการลงทุนเป็นลำดับสาม 26,492 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 42.4 การลงทุนของหมวดเหมืองแร่ เซรามิค และหมวดอุตสาหกรรมเบา มีมูลค่า 5,616 และ 9,594 ล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่า และ 4 เท่าตัวจากปีก่อนหน้านี้ ตามลำดับ ในขณะที่หมวดเกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตร มีมูลค่าการลงทุนลดลงร้อยละ 21.5 มาอยู่ในระดับ 14,524 ล้านบาท

ด้านการจ้างงานในปี พ.ศ. 2546 กิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนหมวดผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร มีการจ้างงานสูงสุด จำนวน 10,843 ราย เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 18.4 ลำดับถัดมาได้แก่ หมวดผลิตภัณฑ์กระดาษ และหมวด

เกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตร มีอัตราการจ้างงานในระดับ 7,192 และ 7,130 คนตามลำดับ หมวดเหมืองแร่ ยังเป็นหมวดที่มีอัตราการจ้างงานต่ำสุด มีจำนวน 868 คน สำหรับหมวดผลิตภัณฑ์กระดาษ เป็นหมวดที่มีการเพิ่มขึ้นของอัตราการจ้างงานสูงสุด โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 123.1 ต่อเนื่องจากปีที่ 2545 ในทางกลับกันหมวดอิเล็กทรอนิกส์ และหมวดเกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นหมวดที่มีการจ้างงานลดลง โดยลดลงในระดับร้อยละ 16.7 และ 24.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 3.26 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545-2546

การออกบัตรส่งเสริมการลงทุน	วิสาหกิจ			วิสาหกิจ			SMEs		
	ขนาดย่อม (S)			ขนาดกลาง (M)					
	2545	2546	+/- (%)	2545	2546	+/- (%)	2545	2546	+/- (%)
จำนวนโครงการ (ราย)	309	353	14.2%	264	322	22.0%	573	675	17.8%
- คนไทยถือหุ้น 100% (ราย)	79	88	11.4%	88	103	17.0%	167	191	14.4%
- ต่างชาติถือหุ้น 100% (ราย)	119	132	10.9%	92	104	13.0%	211	236	11.8%
- ร่วมทุนไทยและต่างชาติ (ราย)	111	133	19.8%	84	115	36.9%	195	248	27.2%
เงินลงทุน (ล้านบาท)	24,942	36,444	46.1%	66,640	117,943	77.0%	91,582	154,387	68.6%
การจ้างงาน (คน)	7,927	9,113	15.0%	27,565	33,615	21.9%	35,492	42,728	20.4%
เงินลงทุน (ล้านบาท/โครงการ)	81	103	27.9%	252	366	45.1%	160	229	43.1%
การจ้างงาน (คน/โครงการ)	26	26	0.0%	104	104	0.0%	62	63	1.6%

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ตารางที่ 3.27 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม แยกตามผลิตภัณฑ์ ปี 2545-2546

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวน (ราย)			เงินลงทุน (ล้านบาท)			การจ้างงาน (คน)		
	S	M	SMEs	S	M	SMEs	S	M	SMEs
ปี พ.ศ. 2545									
1. เกษตรกรรม และผลิตภัณฑ์เกษตร	41	75	116	3,955	14,548	18,503	1,317	8,173	9,490
2. เหมืองแร่ เซรามิก และโลหะพื้นฐาน	3	5	8	273	1,357	1,630	83	600	683
3. อุตสาหกรรมเบา	14	19	33	744	1,068	1,812	350	2,234	2,584
4. ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์	86	69	155	6,074	12,529	18,603	2,344	6,815	9,159
5. อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	54	52	106	2,341	7,843	10,184	1,459	5,516	6,975
6. ผลิตภัณฑ์กระดาษ และเครื่องใช้พลาสติก	31	28	59	1,490	14,428	15,918	766	2,457	3,223
7. บริการและสาธารณูปโภค	80	16	96	10,065	14,867	24,932	1,608	1,770	3,378
รวม	309	264	573	24,942	66,640	91,582	7,927	27,565	35,492
ปี พ.ศ. 2546									
1. เกษตรกรรม และผลิตภัณฑ์เกษตร	26	57	83	1,622	12,903	14,524	667	6,463	7,130
2. เหมืองแร่ เซรามิก และโลหะพื้นฐาน	11	6	17	1,456	4,160	5,616	339	529	868
3. อุตสาหกรรมเบา	13	29	42	1,766	7,828	9,594	946	3,614	4,560
4. ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์	97	83	180	7,611	18,880	26,492	2,520	8,323	10,843
5. อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	52	48	100	5,125	5,684	10,809	1,193	4,620	5,813
6. ผลิตภัณฑ์กระดาษ และเครื่องใช้พลาสติก	50	56	106	5,014	26,535	31,549	1,318	5,874	7,192
7. บริการและสาธารณูปโภค	104	43	147	13,851	41,954	55,804	2,130	4,192	6,322
รวม	353	322	675	36,444	117,943	154,387	9,113	33,615	42,728
อัตราการขยายตัวปี 2546 (%)									
1. เกษตรกรรม และผลิตภัณฑ์เกษตร	-36.6%	-24.0%	-28.4%	-59.0%	-11.3%	-21.5%	-49.4%	-20.9%	-24.9%
2. เหมืองแร่ เซรามิก และโลหะพื้นฐาน	226.7%	20.0%	112.5%	433.4%	206.5%	244.5%	308.4%	-11.8%	27.1%
3. อุตสาหกรรมเบา	-7.1%	52.6%	27.3%	137.3%	633.0%	429.5%	170.3%	61.8%	76.5%

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวน (ราย)			เงินลงทุน (ล้านบาท)			การจ้างงาน (คน)		
	S	M	SMEs	S	M	SMEs	S	M	SMEs
4. ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์	12.8%	20.3%	16.1%	25.3%	50.7%	42.4%	7.5%	22.1%	18.4%
5. อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องไฟฟ้า	-3.7%	-7.7%	-5.7%	118.9%	-27.5%	6.1%	-18.2%	-16.2%	-16.7%
6. ผลิตภัณฑ์กระดาษ และเครื่องใช้พลาสติก	61.3%	100.0%	79.7%	236.5%	83.9%	98.2%	72.1%	139.1%	123.1%
7. บริการและสาธารณูปโภค	30.0%	168.8%	53.1%	37.6%	182.2%	123.8%	32.5%	136.8%	87.2%
รวม	14.2%	22.0%	17.8%	46.1%	77.0%	68.6%	15.0%	21.9%	20.4%

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

3.4 ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการประกอบธุรกิจ

3.4.1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้ทำการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคของภาคการผลิตหรือภาคอุตสาหกรรมเป็นประจำทุกเดือนตั้งแต่กลางปี 2545 เป็นต้นมา ในขณะที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้เริ่มทำการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการการค้าและบริการทุกไตรมาสในปี 2546 เป็นต้นมา โดยมีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเป็นผู้รับผิดชอบทำการสำรวจและจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นทั้งสองชุด เพื่อให้การรายงานสถานการณ์ SMEs ในครั้งนี้มีความครบถ้วนในเรื่องความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงได้รวบรวมการรายงานดัชนีความเชื่อมั่นทั้งภาคการผลิต และภาคการค้าและบริการไว้ในรายงานฉบับนี้

เพื่อให้รายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการทั้งภาคการผลิตและภาคการค้าและบริการทั้งสองชุดมีความสอดคล้องกัน จึงใช้การรายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในเดือนสุดท้ายของไตรมาสเป็นตัวแทนของไตรมาส และปรับค่าฐานดัชนีความเชื่อมั่น จากค่าเต็มในระดับ 200 เป็นระดับ 100 และเกณฑ์ตัดสินความเชื่อมั่นผู้ประกอบการจากระดับ 100 เป็นระดับ 50 โดยการอ่านค่าดัชนี หากดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับ 50 แสดงถึงผู้ประกอบการมีความเห็นต่อภาวะการที่ประกอบกิจการไม่เปลี่ยนแปลงหรือคงที่ ในขณะที่ระดับที่สูงกว่า 50 แสดงถึงความเห็นของผู้ประกอบการว่าภาวะการในการประกอบกิจการดีขึ้น และในทางตรงกันข้ามระดับที่ต่ำกว่า 50 แสดงถึงความเห็นของผู้ประกอบการที่เห็นว่ากิจการแย่งลงหรือไม่ดี สอดคล้องตรงกับดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ

ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2546 จากการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในช่วงปลายไตรมาสได้แสดงว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเชื่อมั่นต่อการประกอบกิจการของตนอยู่ในระดับ

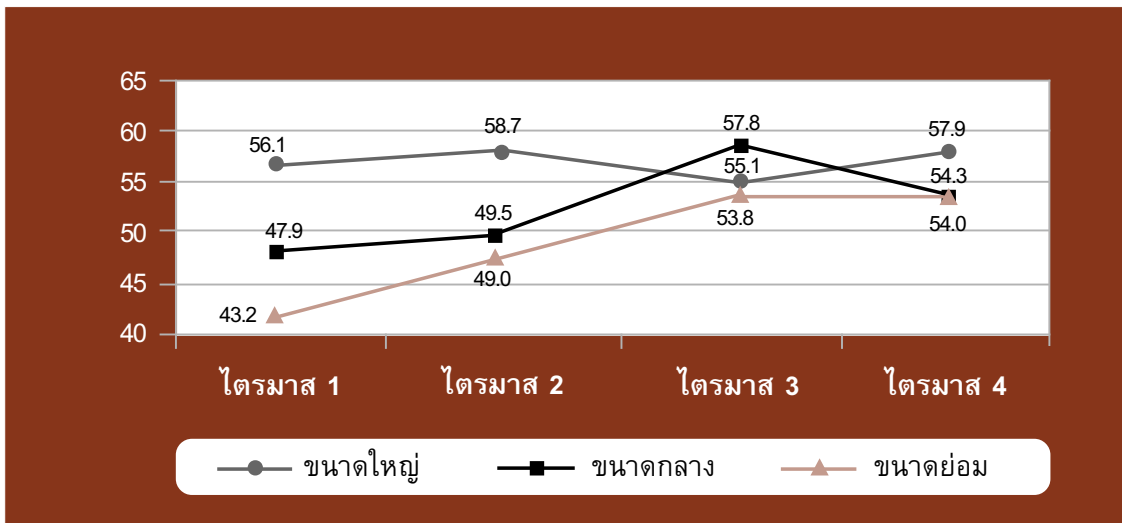
ต่ำ โดยมีค่าดัชนีความเชื่อมั่นที่ต่ำกว่า 50 ในขณะที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดใหญ่กลับมีความเชื่อมั่นในการประกอบกิจการดีขึ้น จากดัชนีความเชื่อมั่นที่อยู่ในระดับเกิน 50 สาเหตุที่กระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านลบในไตรมาสนี้ เป็นผลมาจากปริมาณการผลิตของสินค้าในอนาคตที่ลดลงตามการสั่งซื้อล่วงหน้าที่ลดลง ประกอบกับต้นทุนการประกอบการที่เพิ่มสูง ทำให้มีแนวโน้มของกำไรในระดับต่ำ

ในไตรมาสที่ 2 แม้ว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงมีความเชื่อมั่นในการดำเนินกิจการในระดับต่ำแต่ก็มีแนวโน้มดีขึ้นจากไตรมาสแรก และในไตรมาสที่ 3 มีการฟื้นตัวดีขึ้น โดยระดับความเชื่อมั่นขึ้นมาสูงกว่าระดับ 50 ซึ่งแสดงถึงความมั่นใจในการดำเนินกิจการ เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าระดับราคาน้ำมันค่อนข้างอยู่ในระดับที่มีเสถียรภาพ นอกจากนี้ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลดีต่อกิจการ ได้แก่ บริการสาขานโยบาย ภาวะเศรษฐกิจโลกซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าเศรษฐกิจโลกอยู่ในช่วงของการเริ่มฟื้นตัว และจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศและต่อกิจการของตนในระดับที่ดี ในขณะที่เดียวกันเศรษฐกิจในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากขึ้น และอีกปัจจัยหนึ่ง คือ การฟื้นตัวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ส่งผลให้การระดมทุนในกิจการดีขึ้น แต่สำหรับ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แม้ว่าระดับความเชื่อมั่นเกินระดับ 50 แต่กลับปรับตัวลดลง เนื่องจากผู้ประกอบการขนาดใหญ่ยังคงมีความกังวลถึงรายได้หรือ กำไรในอนาคต ที่การผลิตมีแนวโน้มลดลงจากการสั่งซื้อล่วงหน้าที่ลดลง ในขณะที่ต้นทุนการผลิตยังอยู่ในระดับสูง และราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีแนวโน้มสูงขึ้นได้สร้างความวิตกด้านต้นทุนให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น

ในไตรมาส 4 ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมค่อนข้างมีความแตกต่างกัน ตามแต่ขนาดของอุตสาหกรรม โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีระดับความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางปรับตัวลดลง และผู้ประกอบการขนาดย่อมอยู่ในระดับทรงตัว ต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้นเป็นปัจจัยหลักที่สะท้อนความเชื่อมั่นผู้ประกอบการผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้นำปัจจัยดังกล่าวมาพิจารณาตั้งแต่

ในไตรมาสที่ผ่านมา ดังนั้นในไตรมาสนี้ความกังวลในเรื่องดังกล่าวจึงไม่เปลี่ยนแปลง ในขณะที่อุตสาหกรรมขนาดกลางเริ่มมีความกังวลต่อต้นทุนด้านพลังงานที่สูงขึ้น ส่วนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อม พลังงานไม่ได้เป็นปัจจัยหลักของการผลิต จึงยังเชื่อมั่นว่าต้นทุนพลังงานจะยังไม่กระทบต่อกิจการของตนมากนัก

ภาพที่ 3.12 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ปี 2546



ตารางที่ 3.28 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ปี 2546

ขนาดของอุตสาหกรรม	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
ขนาดใหญ่	56.1	58.7	55.1	57.9
ขนาดกลาง	47.9	49.5	57.8	54.0
ขนาดย่อม	43.2	49.0	53.8	54.3

หมายเหตุ : เป็นการรายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม ณ ปลายไตรมาส โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งได้ปรับฐานการอ่านค่าดัชนี

3.4.2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการรายไตรมาส ประจำปี 2546

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ (Trade and Service Sentiment Index; TSSI) เป็นดัชนีที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร่วมกับสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ หอการค้าไทย และศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือหรือตัวชี้วัดที่สะท้อนภาวะการณ์ภาคการค้าและบริการของประเทศ และเป็นการเติมช่องว่างการรายงานภาวะธุรกิจในรูปแบบดัชนีให้มีความครบถ้วน ซึ่งดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมได้มีการรายงานแล้วโดยสภาอุตสาหกรรม

ค่าดัชนีความเชื่อมั่นฯ แสดงถึงความรู้สึกของผู้ประกอบการที่มีต่อสภาวะการประกอบธุรกิจของตนในด้านต่างๆ เมื่อเทียบกับช่วงที่ผ่านมา หากค่าดัชนีอยู่ในระดับ 50 แสดงว่าผู้ประกอบการมีความเห็นว่าภาวะการณ์ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับคงที่ หากค่าดัชนีสูงกว่าระดับ 50 ผู้ประกอบการเห็นว่าภาวะการณ์ดีขึ้น ในทางตรงกันข้ามค่าดัชนีที่ต่ำกว่าระดับ 50 สะท้อนถึงความเห็นของผู้ประกอบการของภาวะการณ์ที่แย่ลงหรือไม่ดี

(1) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อการประกอบธุรกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการในปี 2546 ในไตรมาสที่ 1 และ 2 อยู่ในระดับที่ไม่ดีนัก โดยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 50 ซึ่งเป็นผลจากในช่วงเวลาดังกล่าวทั้งในภาคการค้าและบริการธุรกิจได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (Severe Acute Respiratory Syndrome; SARS) โดยมีผลกระทบต่อการใช้จ่ายภาคบริการเป็นหลัก ซึ่งในไตรมาสแรกยังไม่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการมากนัก เนื่องจากการเกิดในต่างประเทศ และยังไม่มีการแพร่กระจายเข้ามาในประเทศไทย เศรษฐกิจของประเทศในไตรมาสที่ 1 ของปี 2546 ขยายตัวในระดับร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2545 ซึ่งเป็นผลจากการใช้จ่ายภาคเอกชนและการส่งออกที่เพิ่มขึ้น แต่หากเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าการขยายตัวทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับทรงตัว

จึงมีผลให้ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการของภาคการค้าและบริการ ซึ่งสะท้อนจากการใช้จ่ายภาคอุปโภคและบริโภคเป็นหลัก ในไตรมาสที่ 1 ยังอยู่ในระดับต่ำ โดยดัชนีความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจสำหรับวิสาหกิจโดยรวมและเฉพาะ SMEs อยู่ในระดับ 48 และ 45 ตามลำดับ

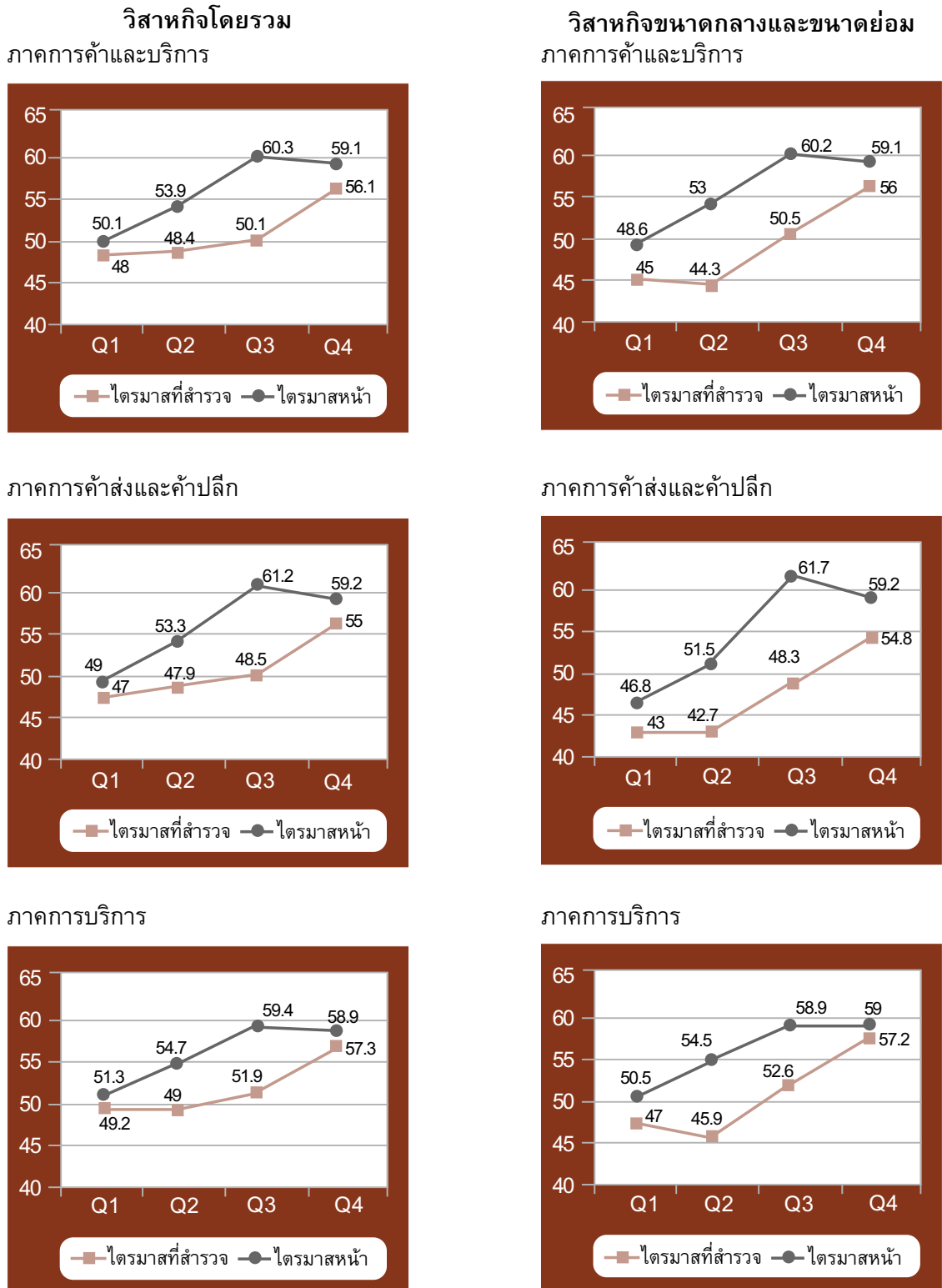
ในไตรมาสที่สอง ผลกระทบของโรคซาร์ส ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ และการประกอบการของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน นอกจากการแพร่ระบาดในย่าน เอเชีย อ่องกง เวียดนาม และสิงคโปร์ ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้ ลดลงแล้ว การตรวจพบผู้ป่วยโรคซาร์สในประเทศไทย ได้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวจาก ประเทศอื่นด้วย แต่ผลกระทบของโรคซาร์สจำกัดอยู่เฉพาะภาคบริการท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และการเดินทางขนส่งเป็นหลัก ในขณะที่ภาคการค้า และบริการสาขาอื่นไม่ได้รับผลกระทบมากนัก จึงทำให้ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในภาคการค้าและบริการของไตรมาสที่สองยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ คงเดิม โดยดัชนีความเชื่อมั่นฯ ของวิสาหกิจโดยรวมและ SMEs อยู่ในระดับ 48.4 และ 44.3 ตามลำดับ แต่หากพิจารณาความเชื่อมั่นผู้ประกอบการเฉพาะ ภาคการบริการ จะเห็นผลกระทบจากโรคซาร์สที่ชัดเจนขึ้น โดยผู้ประกอบการใน ภาคการบริการมีความ เชื่อมั่นลดลงในไตรมาสนี้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมหรือ SMEs ซึ่งดัชนีความเชื่อมั่นลดลงจากระดับ 47 เหลือ 45.9 นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ในภาคการค้าส่งและค้าปลีกซึ่งมีความเชื่อมั่น ต่อธุรกิจของตนเองในระดับต่ำมากอยู่แล้ว ดัชนีความเชื่อมั่นยังลดต่ำจากเดิมอีก เล็กน้อยจากระดับ 43 เหลือ 42.7 ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีดัชนี ความเชื่อมั่นคงเดิม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการประกอบการ ในเชิงลบ จะส่งผลกระทบต่อ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้มากหรือ เร็วกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ดังนั้น หากในอนาคตรัฐจะกำหนดมาตรการบรรเทา ผลกระทบสำหรับผู้ประกอบการ รัฐอาจจำเป็นต้องกำหนดมาตรการช่วยเหลือ สำหรับผู้ประกอบการ SMEs เป็นการเฉพาะเพื่อให้การแก้ไขปัญหาบรรลุผล อย่างจริงจัง

ในไตรมาสที่สาม สถานการณ์การระบาดของโรคซาร์สได้คลี่คลาย และภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้แสดงแนวโน้มของการขยายตัวอย่างชัดเจน โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน แม้ว่าการใช้จ่ายภาคเอกชนเริ่มชะลอตัว แต่การขยายตัวของการลงทุนยังมีอย่างต่อเนื่อง จากอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ การใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนการบริโภคที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้มาตรการจูงใจด้านการลงทุนของภาครัฐ และผลประกอบการธุรกิจที่ดีขึ้น ส่งผลให้มีผู้ลงทุนเพิ่มขึ้น การใช้จ่ายในสินค้าอุปโภคและบริโภคได้เพิ่มสูงขึ้น จากแรงซื้อของประชาชนที่มีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจมากขึ้น การใช้จ่ายในภาคบริการได้ปรับตัวสูงขึ้นมาก จากการผลิตที่ขยายตัว ยกเว้นสาขาภัตตาคารและโรงแรมที่ยังหดตัวอยู่แม้ว่าโรคซาร์สได้คลี่คลายแล้วก็ตาม ตลาดทุนมีการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์และตราสารหนี้มากยิ่งขึ้น โดยดัชนีหลักทรัพย์ได้ปรับเพิ่มขึ้นในไตรมาสนี้ถึงร้อยละ 3.5 ซึ่งจากภาวะและแนวโน้มเศรษฐกิจที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน ได้ทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในการประกอบกิจการสูงขึ้นมาก โดยค่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการรวมภาคการค้าและบริการของวิสาหกิจโดยรวม และ SMEs ได้ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.5 และ 14 สู่ระดับร้อยละ 50.1 และ 50.5 ตามลำดับ ซึ่งเกินระดับ 50 เป็นครั้งแรก แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแยกระหว่างภาคการค้าและภาคบริการจะพบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้ายังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับ 50 ในขณะที่ภาคบริการเป็นภาคที่มีดัชนีความเชื่อมั่นเกินกว่าระดับ 50 ซึ่งสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่การใช้จ่ายในภาคบริการได้ปรับตัวสูงขึ้นในไตรมาสนี้ นอกจากนี้หากเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของดัชนีความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประกอบการโดยรวมและเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs พบว่าการปรับตัวของความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงในเชิงลบในไตรมาสที่ 2 ซึ่งแสดงถึงผลหรือภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั้งในด้านดีและด้านลบ ผู้ประกอบการขนาดเล็กได้รับรู้หรือได้รับผลกระทบเร็วกว่าขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสนี้มิได้มีแต่ปัจจัยบวกที่ส่งผลดีแก่การประกอบกิจการอย่างเดียว แต่ยังมีปัจจัยลบส่วนหนึ่ง ได้แก่ ช่วงฤดูฝนและราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับสูง

ในไตรมาสสุดท้ายของปี 2546 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้แสดงแนวโน้มของขาขึ้นชัดเจนขึ้น โดยได้ขยายตัวร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และขยายตัวร้อยละ 11 ต่อปี จากไตรมาสก่อนหน้านี้ โดยเกิดจากการใช้จ่ายของภาคเอกชนด้านการลงทุนที่เร่งตัวเร็วขึ้น ในไตรมาสนี้การใช้จ่ายภาคอุปโภคและบริโภคได้เพิ่มสูงสุด ซึ่งเกิดจากผู้บริโภคมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจจึงมีการใช้จ่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ความต้องการในตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น ก่อนมาตรการลดหย่อนภาษีและค่าธรรมเนียมการโอนอสังหาริมทรัพย์จะสิ้นสุดลงในสิ้นปี 2546 และการใช้จ่ายที่มาจากการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมประชุมเอเปค ล้วนเป็นปัจจัยบวกต่อภาวะเศรษฐกิจและการประกอบการ ซึ่งทำให้ค่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการทั้งของวิสาหกิจโดยรวมและเฉพาะ SMEs ได้ปรับจากระดับ 50 ขึ้นไปอยู่ในระดับ 56 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 12 ซึ่งแสดงความมั่นใจของผู้ประกอบการที่มีสูงขึ้น โดยในไตรมาสนี้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในภาคการค้าได้ขึ้นมาอยู่ในระดับที่สูงกว่า 50 เช่นเดียวกับภาคบริการ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยลบต่อการประกอบการในไตรมาสนี้ที่สำคัญยังได้แก่ ราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับสูง ส่วนปัญหาไข้หวัดนกยังไม่มีผลกระทบต่อการประเมินความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในไตรมาสนี้ เพราะเริ่มมีการรับรู้การแพร่ระบาดของนปลายเดือนธันวาคม

แม้ว่าในปี 2546 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการจะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 50 ในครึ่งแรกของปี ซึ่งแสดงถึงความไม่มั่นใจของผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจ แต่ก็ได้กระเตื้องขึ้นในครึ่งหลังของปี จากการสอบถาม ผู้ประกอบการถึงความมั่นใจของการประกอบการในอนาคตหรือไตรมาสถัดไป ผู้ประกอบการมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในแนวโน้มของการดำเนินธุรกิจที่จะดีขึ้นในอนาคต ดังจะเห็นจากค่าดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์ที่เพิ่มขึ้นมาในทุกไตรมาส แม้จะมีการชะลอตัวลงในไตรมาสสุดท้าย เนื่องจากผู้ประกอบการคาดการณ์ว่าจะมีผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไข้หวัดนกต่อการดำเนินกิจการของตนได้ในไตรมาสแรกของปี 2547

ภาพที่ 3.13 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อการประกอบธุรกิจ
ปี 2546



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

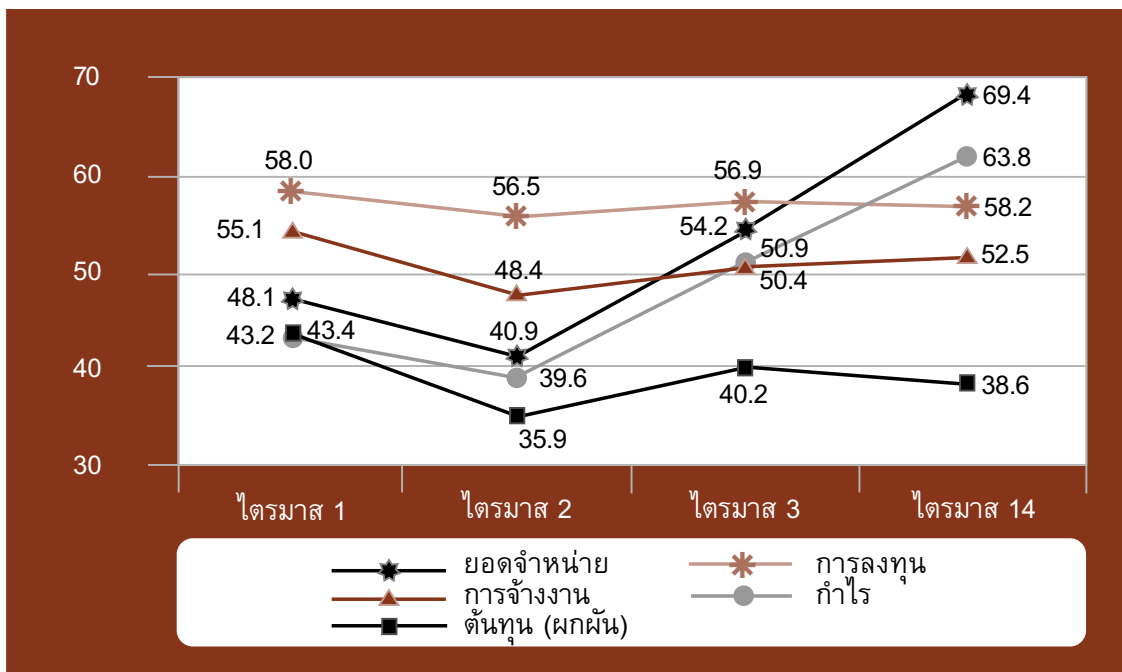
(2) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs แยกตามองค์ประกอบที่ใช้ พิจารณาความเชื่อมั่น

เมื่อพิจารณาระดับความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการแยกตามองค์ประกอบหรือปัจจัยที่ใช้พิจารณาความเชื่อมั่นการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการประกอบด้วยยอดจำหน่ายสินค้า กำไร การจ้างงาน ต้นทุนและการลงทุน พบว่าการเปลี่ยนแปลงของระดับความเชื่อมั่นของยอดจำหน่ายสินค้าและกำไรจะสอดคล้องในระดับและทิศทางเดียวกัน และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด ในขณะที่ต้นทุนจะเป็นปัจจัยที่มีผลผกผันกับความเชื่อมั่น กล่าวคือ ต้นทุนที่ต่ำลงจะทำให้ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามต้นทุนที่สูงขึ้นทำให้ความเชื่อมั่นลดลง สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของ การจ้างงานและการลงทุนมีการเปลี่ยนแปลงในระดับต่ำในแต่ละไตรมาส เนื่องจากการตัดสินใจขยายการลงทุนหรือเพิ่มการจ้างงานของผู้ประกอบการไม่ได้เกิดขึ้นทันที โดยผู้ประกอบการต้องใช้เวลาศึกษาโครงการและจะดำเนินการเมื่อมีความพร้อมด้านเงินทุนและภาวะที่เหมาะสม

ในไตรมาสแรกของปี 2546 ระดับของความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ SMEs ตามองค์ประกอบที่ใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ ได้แก่ ปริมาณการจำหน่าย กำไร การจ้างงาน ต้นทุน และการลงทุน อยู่ในระดับ 48.1, 43.2, 55.1, 43.4 และ 58 ตามลำดับ และต่อมาในไตรมาสที่สอง จากยอดการจำหน่ายที่ลดลง ทำให้กำไรตกลงตามมาและส่งผลให้ระดับความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการต่อยอดการจำหน่ายและกำไรลดลงมาอยู่ในระดับ 40.9 และ 39.6 ตามลำดับ นอกจากนี้ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นได้ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นด้านต้นทุนการผลิตปรับตัวลดลงมาอยู่ในระดับ 35.9 สำหรับการจ้างงานดัชนีความเชื่อมั่นได้ลดลงมาอยู่ในระดับ 48.4 และการลงทุนมีการชะลอตัว ดัชนีความเชื่อมั่นจึงลดลงมาอยู่ในระดับ 57 ในไตรมาสที่สาม สถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้แสดงทิศทางการขยายตัวอย่างชัดเจน รวมถึงสถานการณ์โรคไข้หวัดซาร์สที่คลี่คลาย ค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ ยอดการจำหน่ายสินค้าและกำไรได้เพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 30 มาอยู่ในระดับ 54.2 และ 50.9 ตามลำดับ ในขณะที่การจ้างงานเพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับ 50.4 ด้านการลงทุน ทรงตัวโดยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนความเชื่อมั่นต่อต้นทุนการผลิตได้

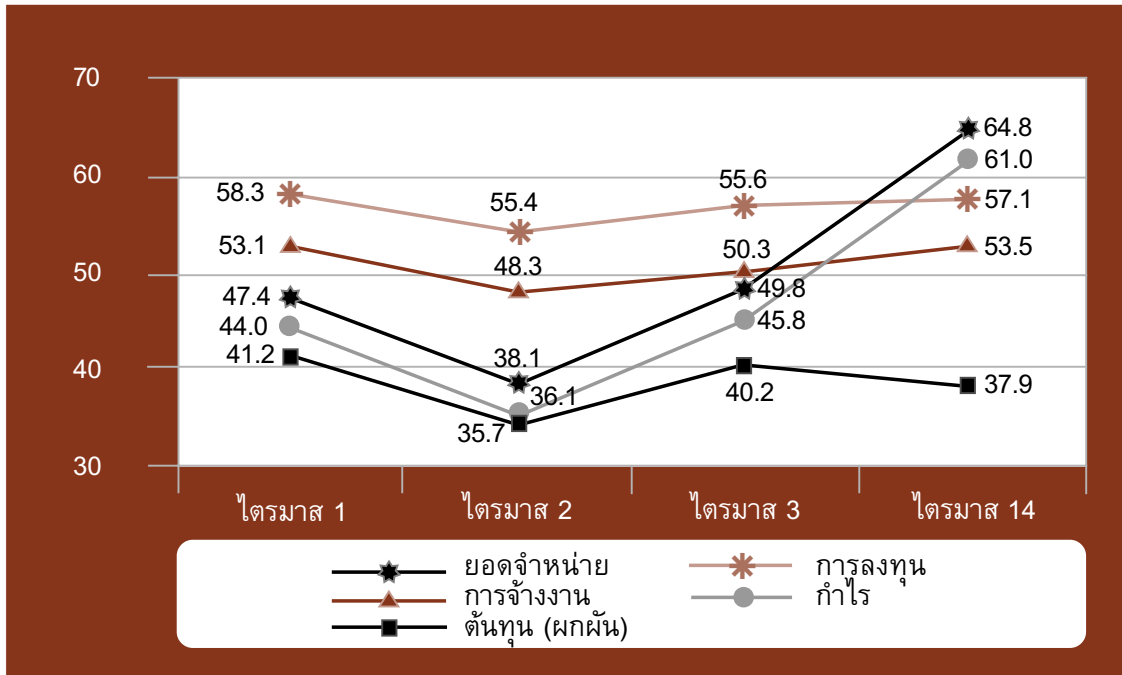
ดีขึ้น โดยเพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับ 40.2 แต่ยังเป็นระดับความเชื่อมั่นที่ต่ำอยู่ในไตรมาสสุดท้ายของปี ดัชนีความเชื่อมั่นต่อยอดการจำหน่ายและกำไรเพิ่มสูงขึ้นมาอยู่ในระดับ 69.4 และ 63.8 ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจ การใช้จ่ายของภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงแรงซื้อของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นในไตรมาสนี้ ด้านดัชนีความเชื่อมั่นต่อการจ้างงานเพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับ 52.5 ในขณะที่การลงทุนได้แสดงแนวโน้มของการขยายตัว จากดัชนีความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับ 58.2 ในไตรมาสนี้ ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นต่อต้นทุนการผลิตที่ลดลง โดยดัชนีความเชื่อมั่นได้ปรับตัวลดลงเล็กน้อยมาอยู่ในระดับ 38.6 จากผลของราคาน้ำมัน เชื้อเพลิงที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง

ภาพที่ 3.14 ดัชนี TSSI ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมภาคการค้าและบริการ แยกตามองค์ประกอบ ปี 2546



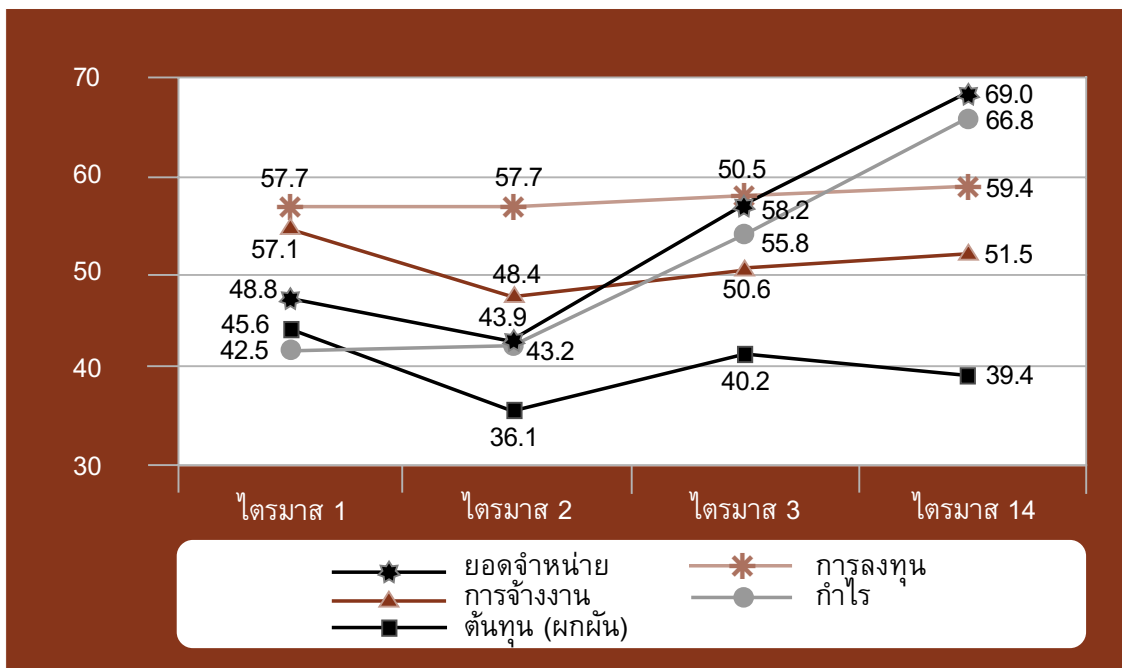
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.15 ดัชนี TSSI ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ของภาคการค้า แยกตามองค์ประกอบ ปี 2546



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 3.16 ดัชนี TSSI ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ของภาคการบริการ แยกตามองค์ประกอบ ปี 2546



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(3) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการรายธุรกิจต่อการประกอบธุรกิจ ของตน

เมื่อพิจารณาถึงความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ ในระดับรายสาขาธุรกิจ โดยในภาคการค้าส่งจะประกอบด้วย สินค้าหมวดอุปกรณ ก่อสร้าง หมวดอุปโภคและบริโภค และหมวดสินค้าเกษตร สำหรับภาคการค้าปลีก ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และการค้าปลีกในหมวด รถยนต์และรถจักรยานยนต์ และในภาคบริการประกอบด้วย ได้แก่ ภัตตาคาร โรงแรม การขนส่ง สันทนาการ การท่องเที่ยว บริการสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ และการก่อสร้าง

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการแต่ละรายธุรกิจต่อการประกอบ ธุรกิจของตนในปี 2546 พบว่า ในไตรมาสที่ 1 ความเชื่อมั่นโดยรวมของ ผู้ประกอบการอยู่ในภาวะที่ไม่ดีนัก โดยดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 50 นั้น หากพิจารณาแยกรายธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการภาคการค้าส่งทุกประเภท ต่างมีความมั่นใจต่อธุรกิจตนต่ำ (ดัชนีอยู่ในระดับ 47-48) ในขณะที่ร้านค้าปลีกทั้ง ประเภทดั้งเดิมและประเภทใหม่มีความมั่นใจในระดับต่ำเช่นกัน แต่ผู้ค้าปลีกรถยนต์ และ รถจักรยานยนต์มีความมั่นใจต่อธุรกิจของตน โดยมีดัชนีความเชื่อมั่นในระดับ 55 ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ที่เพิ่มสูงขึ้น จากภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้นและประชาชนมีความสามารถในการใช้จ่ายมากขึ้น หากพิจารณาในรายธุรกิจของภาคบริการจะพบว่า ผู้ประกอบการที่มีความมั่นใจต่อ การประกอบธุรกิจของตนโดยมีดัชนีความเชื่อมั่นเกินระดับ 50 ได้แก่ ธุรกิจประเภท โรงแรม การท่องเที่ยว และก่อสร้าง ในขณะที่ภัตตาคาร สันทนาการ บริการสุขภาพ และอสังหาริมทรัพย์ ผู้ประกอบการไม่มีความมั่นใจต่อการประกอบธุรกิจของตน เท่าที่ควร จากระดับดัชนีความเชื่อมั่นที่ต่ำกว่าระดับ 50

ในไตรมาสที่ 2 ผู้ประกอบการในภาคการค้าส่งต่างมีความมั่นใจต่อธุรกิจของ ตนมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค มีดัชนีความเชื่อมั่นขึ้นมาอยู่ ในระดับที่สูงกว่า 50 ซึ่งเป็นผลมาจากแรงซื้อของภาคเอกชนและประชาชนทั่วไปที่ เพิ่มขึ้นนั่นเอง แต่ในภาคการค้าปลีกในไตรมาสนี้ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

ซึ่งมีความมั่นใจในการประกอบธุรกิจของตนในระดับต่ำอยู่แล้ว ดัชนีความเชื่อมั่นได้ลดลงไปอีก ซึ่งสาเหตุสำคัญมิได้มาจากผลกระทบของไข้หวัดซาร์ส แต่มาจากยอดขายที่ลดลง จากการถูกแย่งตลาดจากธุรกิจ Discount Store ที่ขยายตัวในระดับสูง สำหรับผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์และจักรยานยนต์มีความมั่นใจในธุรกิจของตนเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ตามอัตราการขยายตัวของยอดจำหน่ายรถที่เพิ่มขึ้นสำหรับภาคบริการ ดัชนีความเชื่อมั่นที่ลดลงของผู้ประกอบการภัตตาคาร โรงแรม และสหนาการที่ลดลง ได้สะท้อนถึงผลกระทบจากไข้หวัดซาร์ส ซึ่งมีผู้ใช้บริการในธุรกิจเหล่านี้ลดลง ในขณะที่ธุรกิจท่องเที่ยวความมั่นใจของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับคงที่ แม้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจะลดลงจากผลกระทบไข้หวัดซาร์ส แต่เนื่องจากไตรมาสนี้มีช่วงวันหยุดมาก รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลงได้ถูกชดเชยด้วยรายได้ของการท่องเที่ยวในประเทศ สำหรับภาคธุรกิจที่สะท้อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างชัดเจน ได้แก่ การก่อสร้างซึ่งผู้ประกอบการมีความมั่นใจในการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ธุรกิจบริการสุขภาพก็ดีขึ้นด้วยเช่นกัน โดยผู้ประกอบการบริการสุขภาพของภาคเอกชนมีความมั่นใจสูงขึ้น สะท้อนถึงความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น จึงยินดีที่จะจ่ายเพื่อความสะดวกแทนการใช้บริการสุขภาพของรัฐมากขึ้น

ในไตรมาสที่สาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้าส่งต่อการดำเนินการทางธุรกิจของตนได้ลดลงเล็กน้อย โดยทรงตัวอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับ 50 สอดคล้องกับการลงทุนของภาคเอกชนในไตรมาสที่ชะลอตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีก แม้จะมีความเชื่อมั่นต่อการประกอบธุรกิจของตนดีขึ้นจากเดิม โดยดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวสูงขึ้นมาอยู่ในระดับ 48 แต่ยังคงจัดเป็นระดับความเชื่อมั่นที่ต่ำอยู่ แสดงถึงความยังไม่เชื่อมั่นต่อการประกอบธุรกิจของตน สำหรับผู้จำหน่ายรถยนต์และรถมอเตอร์ไซค์ เนื่องจากแรงซื้อของผู้บริโภคได้ชะลอตัว จากการรอกการเปิดตัวของรถรุ่นใหม่และโปรโมชั่นจากงานมอเตอร์โชว์ที่จะมีช่วงปลายปี มีผลให้ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ได้ลดลงจากแรงซื้อที่ชะลอตัว สำหรับในภาคบริการ หลังจากสถานการณ์ไข้หวัดซาร์สได้คลี่คลาย ความเชื่อมั่นต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการกลุ่มภัตตาคาร โรงแรม สหนาการ ได้กลับมามีขึ้น จากดัชนีความเชื่อมั่นที่ขึ้นมา

อยู่ในระดับเกิน 50 ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการในภาคบริการกลุ่มอื่นแม้จะปรับตัวลดลงเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในระดับที่เกิน 50 มีเพียงภาคการก่อสร้าง ซึ่งการลงทุนชะลอตัวทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงอยู่ในระดับ 49

สำหรับไตรมาสที่สี่ จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่แสดงแนวโน้มของขาขึ้นอย่างชัดเจน และปัจจัยบวกต่าง ๆ ได้แก่ การลงทุนของภาคเอกชน การใช้จ่ายภาคอุปโภคและบริโภคที่เพิ่มสูงสุด ความต้องการในตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น ก่อนมาตรการลดหย่อนภาษีและค่าธรรมเนียมการโอนอสังหาริมทรัพย์จะสิ้นสุดในสิ้นปี และการใช้จ่ายที่เกิดจากการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมประชุมเอเปค ทำให้ทุกภาคของผู้ประกอบการต่างมีดัชนีความเชื่อมั่นที่ปรับตัวดีขึ้นมาก โดยทุกประเภทธุรกิจในภาคการค้าและบริการต่างมีระดับความเชื่อมั่นที่สูงเกิน 50 ในภาคค้าส่งระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค สินค้าเกษตร อุปกรณ์การก่อสร้างมีดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับ 55-59 ในขณะที่ภาคค้าปลีกผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และผู้จำหน่ายรถยนต์มีดัชนีความเชื่อมั่นเท่ากับ 54 และ 56 ตามลำดับ ภาคบริการเป็นภาคที่มีดัชนีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นสูงสุด โดยกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ สันทนาการ และบริการสุขภาพมีดัชนีความเชื่อมั่นในระดับ 52-55 กลุ่มภัตตาคารและโรงแรมอยู่ใน ระดับ 58-59 และกลุ่มก่อสร้างและการขนส่งอยู่ในระดับที่เกิน 60 ซึ่งจัดเป็นกลุ่มที่มีความมั่นใจสูงสุด

ตารางที่ 3.29 แสดงดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามประเภทของกิจการ ไตรมาสที่ 1-4 ปี 2546

ดัชนี	ดัชนีในปัจจุบัน				ดัชนีคาดการณ์			
	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
1. ภาคค้าส่ง								
1.1 อุปกรณ์ก่อสร้าง	48.0	49.5	48.4	59.1	51.1	51.4	65.0	61.4
1.2 อุปกรณ์/บริโภค	46.9	51.3	48.1	54.7	51.3	60.4	62.7	60.1
1.3 สินค้าเกษตร	47.0	49.4	47.4	55.7	42.9	54.5	63.5	59.7
2. ภาคค้าปลีก								
2.1 ร้านค้าปลีก (ดั้งเดิม)	47.7	44.0	48.2	53.7	50.8	52.6	59.9	58.6
2.2 ร้านค้าปลีก (ใหม่)	48.1	44.3	47.8	54.6	51.8	54.9	60.5	59.3
2.3 รถยนต์/จักรยานยนต์	54.9	58.2	50.7	56.5	55.1	54.2	59.8	58.1
3. ภาคบริการ								
3.1 ภัตตาคาร	48.6	46.0	53.6	58.5	54.1	55.6	60.7	58.3
3.2 โรงแรม	50.8	43.8	53.1	59.9	54.2	60.8	58.9	59.7
3.3 การขนส่ง	51.4	54.4	52.7	61.4	51.9	55.6	60.6	57.5
3.4 สันทนาการฯ	49.3	47.2	50.5	53.4	54.1	53.9	57.7	60.1
3.5 การท่องเที่ยว	56.4	56.7	54.4	66.4	65.1	62.9	66.4	63.2
3.6 บริการสุขภาพ	48.8	50.1	50.4	55.2	52.1	57.1	56.6	57.5
3.7 อสังหาริมทรัพย์	46.7	47.7	51.9	52.1	47.6	56.1	54.2	53.2
3.8 การก่อสร้าง	50.3	55.0	49.1	61.6	55.5	54.4	59.7	61.5

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ

ในการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ นอกจากจะทำการสอบถามความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่มีต่อการประกอบธุรกิจของตนแล้ว ยังทำการสอบถามความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศด้วย ซึ่งจะสะท้อนความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจต่อการบริหารงานของภาครัฐในการผลักดันประเทศให้มีฐานะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการมีความมั่นใจหรือเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศมากกว่าความมั่นใจในการประกอบธุรกิจของตน จากค่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจระดับ 50-79.5 ที่สูงกว่าดัชนีความเชื่อมั่นต่อการประกอบธุรกิจของตน ซึ่งอยู่ในระดับ 48-56.1

ในปี 2546 ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจของประเทศ จากค่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในภาคการค้าและบริการที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจในระดับที่สูงกว่า 50 และปรับเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยปรับตัวจากระดับ 50.1 ในไตรมาสแรก เป็น 79.5 ในไตรมาสสุดท้าย แต่หากพิจารณาเฉพาะ SMEs แล้ว ในไตรมาสแรกมีระดับความเชื่อมั่นต่ำโดยอยู่ที่ 48.7 หลังจากนั้นได้เพิ่มสูงขึ้นเกินระดับ 50 และเป็น 79.4 ในไตรมาสสุดท้าย การเปลี่ยนแปลงของระดับความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อภาวะเศรษฐกิจ จะสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ซึ่งในไตรมาสสองแม้ระดับความเชื่อมั่นฯ จะปรับตัวสูงขึ้นแต่เป็นอัตราชะลอตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสอื่น ซึ่งเป็นผลกระทบจากโรคไข้หวัดซาร์ส แต่หลังจากสถานการณ์ไข้หวัดซาร์สคลี่คลายแล้ว และการขยายตัวทางเศรษฐกิจชัดเจน รายจ่ายในภาคอุปโภคบริโภคที่เพิ่มขึ้นทั้งจากภาคเอกชนและประชาชนทั่วไป การขยายตัวทางการลงทุน และการเพิ่มของการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ ระดับความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของผู้ประกอบการในไตรมาส 3 และ 4 ได้ปรับตัวสูงขึ้นมาอยู่ในระดับ 79 ในไตรมาสสุดท้าย ซึ่งเป็นระดับเดียวกันของทั้งวิสาหกิจโดยรวมและเฉพาะ SMEs

หากพิจารณาระดับความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของผู้ประกอบการแยกภาคการค้าและภาคบริการพบว่า ผู้ประกอบการในภาคบริการจะมีความเชื่อมั่นใน

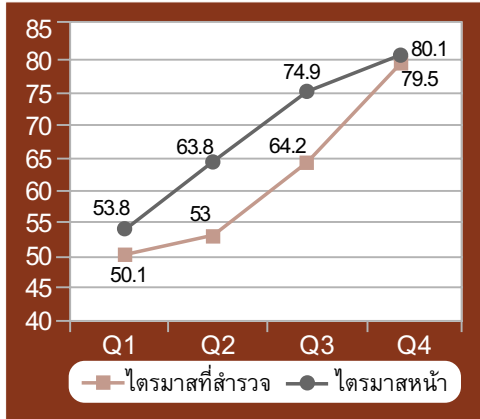
ภาวะเศรษฐกิจมากกว่าภาคการค้าส่งและค้าปลีก โดยเฉพาะในไตรมาสที่ 1 และ 2 ผู้ประกอบการภาคค้าส่งและค้าปลีกมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศในระดับต่ำ โดยสาเหตุนอกจากการระบาดของไข้หวัดซาร์สแล้ว ผลจากการขยายตัวของธุรกิจร้านค้าส่งและค้าปลีกในรูปแบบของ Discount Store ได้แก่ Big C คาร์ฟู โลตัส แมคโคร ซึ่งขยายสาขากระจายออกไปในพื้นที่ต่างๆ ได้ส่งผลกระทบต่อกิจการร้านค้าขนาดเล็ก ทำให้ร้านค้าขายส่งและขายปลีกไม่มีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศในการเอื้อต่อธุรกิจของตน ในขณะที่ในภาคบริการถึงแม้ว่าจะค้ำเนินถึงผลกระทบของการแพร่ระบาดของไข้หวัดซาร์ส แต่จากการเป็นภาคผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบโดยตรง จึงสามารถประเมินผลกระทบจากกิจการตนเอง ซึ่งเห็นว่าผลกระทบอยู่ในวงที่จำกัดและไม่ได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจของตนมากนัก จึงยังมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีระดับความเชื่อมั่นเกิน 50 ในไตรมาสที่สอง หลังจากนั้น ทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน ตลอดจนปัจจัยเสริมต่างๆ ที่แสดงออกอย่างชัดเจน ทำให้ความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศของผู้ประกอบการทั้งภาคการค้าและภาคบริการได้เพิ่มสูงขึ้นอัตราร้อยละ 20-30 ในไตรมาสที่ 3 และที่ 4 ของปี

สำหรับความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจคาดการณ์ในอนาคต ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในแนวโน้มที่จะดีขึ้นในอนาคต โดยระดับดัชนีความเชื่อมั่นรวมของภาคการค้าและบริการต่อภาวะเศรษฐกิจในอนาคตสำหรับวิสาหกิจโดยรวมได้เพิ่มจาก 53.8 เป็น 80.1 และในส่วนของ SMEs เพิ่มจาก 56 เป็น 80

ภาพที่ 3.17 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อภาวะเศรษฐกิจ ปี 2546

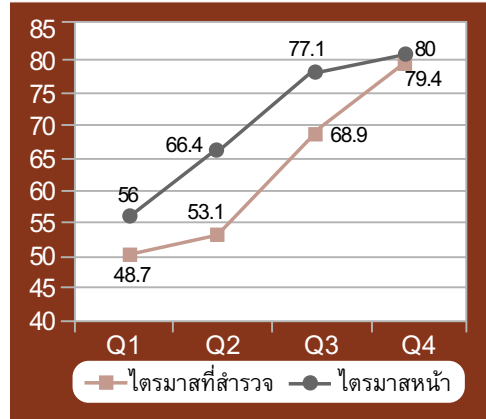
วิสาหกิจโดยรวม

ภาคการค้าและบริการ

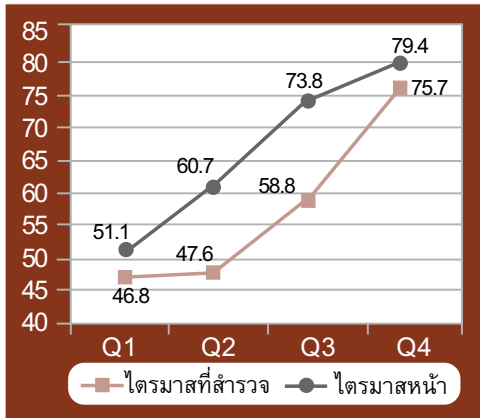


วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

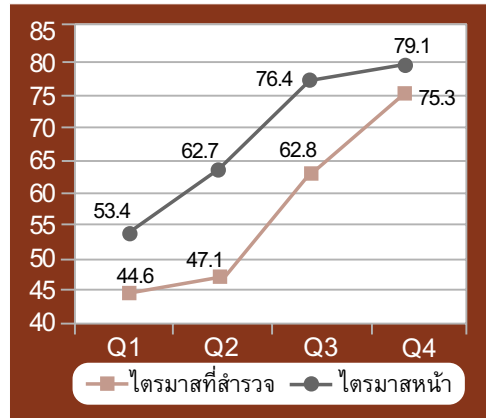
ภาคการค้าและบริการ



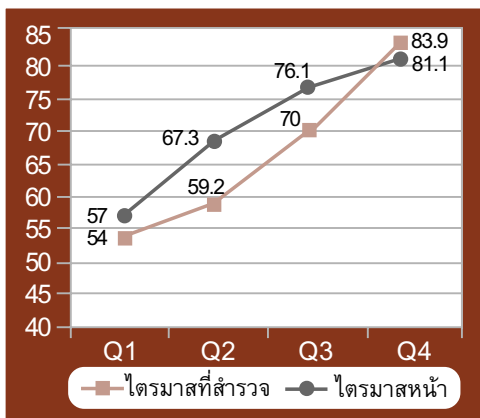
ภาคการค้าส่งและค้าปลีก



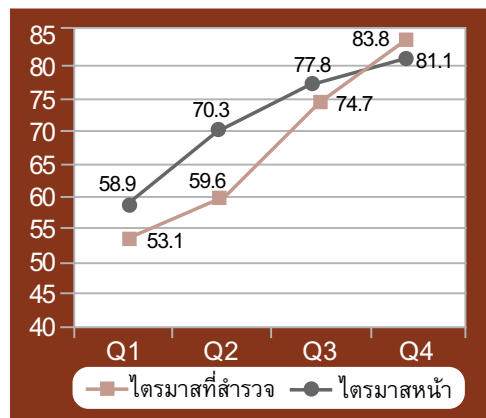
ภาคการค้าส่งและค้าปลีก



ภาคการบริการ



ภาคการบริการ



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ส่วนที่ 3

นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
และผลการดำเนินงานที่สำคัญ

บทที่ 4

นโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

4.1 พัฒนาการของนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

ประเทศไทยได้เริ่มบรรจุนโยบายและมาตรการด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นครั้งแรกในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (2520-2524) โดยเป็นมาตรการหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมซึ่งสามารถสรุปความเชื่อมโยงของนโยบายด้านการส่งเสริม SMEs กับ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ได้ดังนี้

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (2520-2524)

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ : เน้นการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งขยายการผลิตสาขาเกษตร ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออก การกระจายรายได้และการจ้างงานในภูมิภาค

นโยบายด้านการส่งเสริม SMEs :

- รัฐจะให้การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมซึ่งเป็นแหล่งจ้างงาน และเพิ่มรายได้ โดยการจัดหาสินเชื่อ การประกันความเสี่ยง การให้บริการด้านคู่ทางในการลงทุน การให้บริการทางด้านเทคนิคและวิชาการและการแสวงหาการตลาด
- สนับสนุนให้มีการปรับปรุงการดำเนินงานของสำนักงานธนกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมให้เป็นหน่วยงานอิสระและมีความคล่องตัว

แผนพัฒนา ฉบับที่ 5 (2525-2529)

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ : เน้นการรักษาเสถียรภาพของเศรษฐกิจการเงินของประเทศและการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจต่างๆ เช่น การปรับโครงสร้างการเกษตร การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก และกระจายอุตสาหกรรมไปสู่ส่วนภูมิภาค การปรับโครงสร้างการค้าต่างประเทศและบริการ ฯลฯ

นโยบายด้านการส่งเสริม SMEs :

- สนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อมให้เป็นฐานหลักของการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศและเร่งกระจายอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาค
- สนับสนุนการรับช่วงการผลิตระหว่างอุตสาหกรรมขนาดย่อม และขนาดใหญ่
- ปรับปรุงและขยายงานการส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อม และอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค
- พัฒนาสถาบันและระบบสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม
- ปรับปรุงการวิจัยและพัฒนาและให้มีการประสานงานระหว่างกระทรวงที่เกี่ยวข้องในการขยายตลาดสินค้าแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อม

แผนพัฒนา ฉบับที่ 6 (2530-2534)

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ : มุ่งเน้นการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องโดยการเริ่มแผนงานหลักด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เน้นการพัฒนาฝีมือแรงงานและคุณภาพชีวิต ปรับโครงสร้างการผลิตและการตลาดให้กระจายตัวมากขึ้น พัฒนาเมืองและพื้นที่เฉพาะและการเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาประเทศ

นโยบายด้านการส่งเสริม SMEs :

- พัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัว อุตสาหกรรมขนาดย่อม และอุตสาหกรรมภูมิภาค
- พัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภูมิภาค
- ปรับปรุงหน่วยงานของกระทรวงอุตสาหกรรมในภูมิภาค
- เพิ่มการสนับสนุนสินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม แก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมให้เพียงพอ
- พิจารณาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการให้สิทธิประโยชน์เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม

แผนพัฒนา ฉบับที่ 7 (2535-2539)

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ : ใช้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งรักษาอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ โดยพัฒนาอุตสาหกรรมการค้าและการลงทุน โดยเน้นการสร้างโอกาสในการแข่งขันในกิจการค้าและการลงทุนไทยในต่างประเทศ การปรับโครงสร้างการผลิตด้านอุตสาหกรรมและบริการสู่ภูมิภาค รวมทั้งการพัฒนาและนำเอาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้

นโยบายด้านการส่งเสริม SMEs :

- สนับสนุนงบประมาณให้องค์กรเอกชนจัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

- สนับสนุนระบบรับช่วงการผลิตในภาคอุตสาหกรรม
- กำหนดแนวทางเฉพาะสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายรายสาขาซึ่งมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศและเป็นพื้นฐานในการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะยาว ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมงานโลหะ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า ซึ่งใน 4 สาขาแรกมีอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก

แผนพัฒนา ฉบับที่ 8 (2540-2544)

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ : ปรับแนวความคิดการพัฒนาจากเดิมที่เน้นเศรษฐกิจมาเป็นการเน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา

นโยบายด้านการส่งเสริม SMEs :

ภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจเป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมและมีเป้าหมายในการขับเคลื่อนการพัฒนา SMEs ให้เป็นกลไกสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

- รัฐบาลเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนทางการเงินแก่ SMEs อาทิ
 - กำหนดวงเงินสินเชื่อสำหรับ SMEs ผ่านสถาบันการเงินในกำกับของรัฐ
 - จัดตั้งกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs
 - จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาแนะนำทางการเงินสำหรับ SMEs และประชาชนทั่วไป
- แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม (2541-2545)
 - แผนงานบ่มเพาะและเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนขนาดกลางและขนาดย่อม
 - เริ่มนำระบบวินิจฉัยสถานประกอบการเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริม SMEs
 - จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ภาคอุตสาหกรรม) เมษายน 2542
- จัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (5 เมษายน 2542) เพื่อเป็นองค์กรหลักด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ บุคลากรใน SMEs และสร้างเครือข่ายการให้บริการในภูมิภาค
- ตราพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2543 ซึ่งวางกลไกการบริหารนโยบายและแผนส่งเสริม SMEs ที่สำคัญคือ
 - คณะกรรมการส่งเสริม SMEs ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน
 - จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - มีกองทุนส่งเสริม SMEs
- ออกกฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นการกำหนดนิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามกฎหมายเป็นครั้งแรกซึ่งมีความหมายรวมถึงภาคการผลิต ภาคการค้าและบริการ
- การส่งเสริม SMEs เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายรัฐบาล (พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร) ซึ่งแถลงต่อรัฐสภาและต้องแถลงผลการดำเนินงานทุกปี

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (2545-2549) :

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ : เน้นเศรษฐกิจพอเพียง

- : สร้างระบบบริหารจัดการที่ดีให้เกิดขึ้นในทุกภาคส่วนของสังคม
- : ปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้าสู่สมดุลและยั่งยืน

นโยบายการส่งเสริม SMEs :

- ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจชุมชน เพื่อการสร้างงานและขยายฐานการผลิตให้มั่นคงและยั่งยืน
 - พัฒนาระบบบริหารจัดการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจชุมชน
- แผนแม่บทการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (พ.ศ. 2545-2549) ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อ 6 พฤษภาคม 2546 ให้ใช้เป็นแผนแม่บทของประเทศเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.2 นโยบายรัฐบาลด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตามนโยบายของรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ที่แถลงต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 ได้กำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้เป็นนโยบายเร่งด่วนและนโยบายด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

(1) จัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง แห่งละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินหมุนเวียน ในการลงทุนสร้างอาชีพเสริม และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน และวิสาหกิจขนาดเล็กในครัวเรือน

(2) จัดให้มีโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต

(3) จัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการเดิม และเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่อย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างและรักษาฐานการผลิต การจ้างงาน การสร้างรายได้ การส่งออก และเป็นแกนหลักในการสร้างความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในอนาคต

(4) พัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยให้การสนับสนุนและส่งเสริมความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา รวมทั้งผลักดันให้เกิดเครือข่ายสารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและการตลาด

(5) ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงิน รวมถึงสนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินงานของกองทุนร่วมทุน ตลอดจนระบบการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

(6) สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ๆ ในธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับเศรษฐกิจใหม่ที่ใช้ความรู้เป็นฐาน

(7) เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะ ทั้งด้านภาษา มาตรฐานการบริการ และการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความตกลงระหว่างประเทศด้านการบริการ

(8) สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

(9) ส่งเสริมการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในด้านการวิจัยและการพัฒนา โดยให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เอื้อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการ และการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.3 แผนแม่บทการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549)

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2546 เห็นชอบแผนแม่บทการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (2545-2549) ตามข้อเสนอของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นทิศทางเชิงยุทธศาสตร์สำหรับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะใช้เป็นกรอบในการประสานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จัดทำเป็นแผนปฏิบัติการต่อไป

วิสัยทัศน์ของแผนแม่บทการส่งเสริม SMEs

“ ประเทศไทยมีความเป็นสังคมผู้ประกอบการมากขึ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีคุณภาพ มีความเป็นสากล มีความเข้มแข็งและมั่นคง เป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจส่วนรวม และเศรษฐกิจชุมชน ”

เป้าหมายของแผน

1. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวในอัตราเร่งที่ต่อเนื่อง จนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ในปี พ.ศ. 2549
2. การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น 160,000 คนต่อปี
3. เพิ่มผลผลิตภาพของแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สูงขึ้นในอัตราที่สอดคล้องกับอัตราการเพิ่มผลผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 2.5 ต่อปี
4. การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปี
5. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการส่งเสริม โดยผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบด้วยภาระจดทะเบียนในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 72 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในปี พ.ศ. 2549
6. จำนวนผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น 50,000 รายต่อปี

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3 ยุทธศาสตร์หลัก + 3 ยุทธศาสตร์สำหรับ SMEs เฉพาะกลุ่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 1 **ฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมประเทศ**

- (1) ฟื้นฟูสภาพและพัฒนาฐานะความเข้มแข็งทางการเงินของ SMEs
- (2) ปรับปรุงสภาพแวดล้อม การสร้างโอกาส และการขยายตลาดของ SMEs

ยุทธศาสตร์ที่ 2 **สร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ**

- (1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงกฎระเบียบ และบริการภาครัฐให้เอื้อต่อการประกอบกิจการของ SMEs
- (2) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และสร้างความเข้มแข็งขององค์กรภาคเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้าง SMEs ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

- (1) ยกกระดับประสิทธิภาพ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของผู้ประกอบการและการบริหารจัดการที่ดี
- (2) ส่งเสริมการค้นคว้า วิจัย ค้นหา และพัฒนานวัตกรรมร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อนำไปใช้เชิงพาณิชย์
- (3) เชื่อมโยงวิสาหกิจและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) ผ่านระบบการรวมกลุ่มวิสาหกิจ ระบบเครือข่ายข้อมูลข่าวสารและระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)
- (4) พัฒนาความสามารถและคุณภาพชีวิตของบุคลากรใน SMEs

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมสู่ระดับสากล

- (1) เพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดส่งออก
- (2) พัฒนาการผลิตและบริการของ SMEs ให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- (3) เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดี ลดภาระ และความเสียหายเปรียบของผู้ส่งออก SMEs ที่เกิดจากกฎหมาย นโยบายและมาตรการรัฐและการกีดกันทางการค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

- (1) พัฒนาและเชื่อมโยงงานวิจัย และพัฒนานวัตกรรมสู่การผลิตเชิงพาณิชย์
- (2) สร้างและปลูกจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ
- (3) สนับสนุนมาตรการ การสร้าง ปมเพาะ และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการใหม่
- (4) เสริมสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจนและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

- (1) พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
- (2) เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งระบบ และการส่งเสริมให้เกิดผลถึงระดับจังหวัด ท้องถิ่น และชุมชนโดยเร็ว
- (3) สร้างตลาดและการกระจายสินค้าและบริการจากธุรกิจชุมชนไปสู่ตลาด

4.4 นโยบายอื่นที่เสริมสร้างสภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.4.1 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนสำหรับ SMEs ของไทย

เพื่อสนับสนุนให้มีการลงทุนในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กำหนดมาตรการสนับสนุนการลงทุน โดยการออกประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 6/2546 เรื่องนโยบายส่งเสริม SMEs ของประเทศไทย บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา โดยกำหนดให้ SMEs เป็นกิจการที่มีความสำคัญ และเป็นประโยชน์ต่อประเทศเป็นพิเศษให้ได้รับการสนับสนุนการลงทุน สรุปได้ดังนี้

(1) กิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนประกอบด้วยกิจการ 2 กลุ่ม **กลุ่มแรกเป็นกิจการผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป**ซึ่งได้แก่ การผลิตและถนอมอาหารที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย การคัด บรรจุ เก็บรักษาพืช ผัก ผลไม้ และดอกไม้ และการผลิตจากพืชสมุนไพร และ**กลุ่มที่สองเป็นกิจการอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์เห็น Lifestyle Product และผลิตภัณฑ์แนว Design** ซึ่งได้แก่ กิจการผลิตผ้า เครื่องนุ่งห่ม ของเล่น ของชำร่วย สิ่งประดิษฐ์ เครื่องเขียน และเครื่องเรือน

(2) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจะประกอบด้วย การได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรและภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี โดยเงินรายได้สามารถยกเว้นภาษีเงินได้ทั้งหมด และให้การส่งเสริมทั้งในส่วนที่ดำเนินการเดิมและส่วนลงทุนใหม่

(3) เงื่อนไขที่กำหนดประกอบด้วย ขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่า 500,000 บาท มีคนไทยถือหุ้นเกินครึ่งหนึ่ง มีอัตราส่วนหนี้ต่อทุนไม่เกิน 3:1 เป็นผู้ผลิต OTOP ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือเป็นผู้ผลิตที่ได้รับความเห็นชอบจาก คณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เจตนารมณ์ของนโยบายดังกล่าว เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ ขนาดเล็ก โดยเฉพาะผู้ผลิตสินค้า OTOP เข้าสู่ระบบการบริหารจัดการมาตรฐาน ของการผลิตอุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์อย่างแท้จริง ซึ่งต้องจัดตั้งกิจการเป็น บริษัทนิติบุคคล โดยเมื่อเข้าสู่ระบบดังกล่าวแล้ว รัฐสามารถใช้ช่องทางดังกล่าว ในการสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการสนับสนุนอื่นที่จะเป็นประโยชน์กับ ผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถพัฒนาสถานภาพให้ดีขึ้น โดยมีความสามารถในการแข่งขันทางตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนา เทคโนโลยี ซึ่งจะทำให้ศักยภาพของผู้ผลิตเหล่านี้เข้าสู่ระบบการผลิตและจำหน่าย เชิงพาณิชย์ระดับสากลได้

เพื่อให้เป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดเล็กและเป็นของไทย อย่าง แท้จริง จึงมีข้อกำหนดเรื่องการถือหุ้นโดยคนไทยเกินครึ่งหนึ่งและกำหนดระดับเงิน ลงทุนในระดับต่ำ นอกจากนี้การกำหนดประเภทกิจการที่ให้การสนับสนุน สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้เลือกกำหนดจากกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งโยงไปยังผู้ประกอบการประเภท SMEs และผลิตภัณฑ์ OTOP แต่อย่างไรก็ดี อาจมีผู้ผลิตสินค้าบางกลุ่มที่อาจยังไม่ได้รับการคัดเลือกเป็นสินค้า OTOP แต่มี ศักยภาพการผลิตที่จะพัฒนาสู่การผลิตและจำหน่ายเชิงพาณิชย์ได้ซึ่งสมควร ให้การสนับสนุน จึงมีข้อกำหนดเปิดไว้ให้เป็นดุลยพินิจหรือความเห็นชอบของ คณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัญหาอุปสรรคในทางปฏิบัติที่อาจมีผลต่อมาตรการส่งเสริมการลงทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs

(1) ผู้ผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่เป็นรายบุคคลหรือเป็นรูปแบบของสหกรณ์ โดยสหกรณ์จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้อยู่แล้ว ดังนั้น จึงไม่จูงใจให้สหกรณ์มา

ขอรับการส่งเสริมการลงทุน รัฐควรใช้การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบผลดีของการเข้าสู่ระบบ การเข้าถึงโอกาสการพัฒนาตลาดที่ถูกต้อง และการสร้างช่องทางติดต่อกับภาครัฐเพื่อขอรับการช่วยเหลือสำหรับกิจการที่ดำเนินการอยู่

(2) การกำหนดให้การอนุมัติการสนับสนุนสำหรับกิจการที่ไม่ใช่ผู้ผลิตสินค้า OTOP เป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการตีความกิจการที่ขอรับการสนับสนุนว่าเข้าข่าย Lifestyle Product หรือ Design หรือไม่ นั้น อาจทำให้เกิดความไม่คล่องตัว และยังทำให้เกิดปัญหาการตีความที่แตกต่างกัน จึงควรกำหนดหลักเกณฑ์ ระบุคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ข้อกำหนดที่แน่นอนและชัดเจนจะทำให้การอนุมัติสามารถกระทำได้อย่างเป็นระบบและมีความรวดเร็ว

(3) ประเภทของกิจการ ผลิตภัณฑ์ และอุตสาหกรรมที่ให้การสนับสนุน อาจยังไม่ครอบคลุมผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP อย่างทั่วถึง อาจจำเป็นที่จะต้องทำการสำรวจหรือสอบถามความคิดเห็นผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP ถึงความต้องการเพิ่มเติม

(4) ข้อกำหนดอัตราส่วนหนี้ต่อทุน 3:1 ซึ่งเป็นข้อกำหนดพื้นฐานของการให้การส่งเสริมการลงทุน โดยทั่วไปเพื่อป้องกันการลงทุนโดยกู้ยืมเงินลงทุนทั้งหมด ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการไม่มีแรงจูงใจในการแก้ไขอุปสรรคเมื่อเผชิญปัญหาทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังป้องกันทางอ้อมเพื่อไม่ให้เกิดการสูญเสียดินทรัพย์ต่างประเทศในกรณีมีการนำเข้าอุปกรณ์โดยไม่ได้ดำเนินการผลิตให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือรายได้ ซึ่งทำให้รัฐสูญเสียดินทรัพย์ได้จากภาษีที่ได้รับการยกเว้น ดังนั้น จึงเป็นข้อกำหนดให้มีการลงทุนเองด้วยส่วนหนึ่ง แต่หากพิจารณาการลงทุนของ SMEs ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในระดับต่ำและใช้วัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิตในประเทศส่วนใหญ่ ดังนั้นข้อกำหนดอัตราส่วนหนี้ต่อทุนจึงอาจไม่มีความจำเป็น และหากยกเว้นข้อกำหนดนี้ได้จะทำให้ผู้ประกอบการมีความคล่องตัวขึ้น

(5) ผู้ประกอบการอาจไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ในการออกประกาศใน ระยะแรกและผู้ประกอบการ SMEs และผู้ผลิตสินค้า OTOP ที่เข้าข่ายส่วนมากจะ อยู่ในส่วนภูมิภาค จึงไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทันที ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการ ส่งเสริมการลงทุนได้เร่งการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดเดินสายเพื่อให้ความรู้ ผู้ประกอบการในภูมิภาค พร้อมกับการให้สำนักงานส่วนภูมิภาคชี้แจงและให้ข้อมูล แก่ผู้ประกอบการในภูมิกษณัณ้

(6) นอกจากนั้นแล้วยังมีปัญหาปลีกย่อย ได้แก่ แบบฟอร์มการยื่นขอรับ การส่งเสริมการลงทุน เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งได้สร้างความยุ่งยากในการกรอกข้อมูล เพื่อขอรับการส่งเสริมฯ สำหรับผู้ประกอบการในท้องถิ่น สำนักงานส่งเสริม การลงทุนอยู่ระหว่างแก้ไขปัญหา โดยให้เจ้าหน้าที่จัดทำแบบฟอร์มคำขอเป็น ภาษาไทยความยาวประมาณ 2 หน้า ให้ผู้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนกรอก หลังจากนั้น เจ้าหน้าที่จะนำข้อมูลดังกล่าวไปกรอกในแบบฟอร์มมาตรฐานแทน

ผลการดำเนินการนับตั้งแต่มีการออกประกาศตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 จนถึงไตรมาสแรกของปี 2547 มีผู้ประกอบการที่ยื่นขอรับการสนับสนุนแล้ว ประมาณ 30-40 โครงการ โดยเป้าหมายที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุน ได้กำหนดไว้ประมาณ 100 โครงการต่อปี

4.4.2 นโยบายการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน

การแปลงสินทรัพย์เป็นทุน หมายถึง การทำให้ประชาชนผู้ถือสิทธิใน สินทรัพย์บางประเภทสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือกู้ยืมเงินทุนได้ เจตนารมณ์ ของการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนเพื่อสร้างโอกาสให้ประชาชนได้สามารถเข้าถึง แหล่งเงินทุนในระบบได้มากขึ้น โดยการใชัประโยชน์จากสินทรัพย์ชนิดต่างๆ ที่มีอยู่ มาเป็นทุน รัฐบาลได้ประกาศใช้นโยบายการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนเพื่อกระตุ้นให้เกิด การสร้างงาน สร้างรายได้และสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ โดยคณะรัฐมนตรีได้ ให้ความเห็นชอบ เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2546 และมีผลบังคับใช้อย่างเต็มรูปแบบ เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2547 โดยมีขอบเขตการดำเนินงานดังนี้

(1) ประเภทของสินทรัพย์ที่จะสามารถนำมาแปลงเป็นทุนได้มี 5 ประเภท คือ

ก. ประเภทที่ดินและทรัพย์สินติดกับที่ดิน ได้แก่

- หนังสือแสดงสิทธิของสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) ที่อนุญาตให้เกษตรกรเข้าทำประโยชน์ ในที่ดินของเขตปฏิรูปที่ดิน ได้แก่ สัญญาเช่า สัญญาเช่าซื้อ และ ส.ป.ก. 4 - 01 ซึ่งสามารถนำไปเป็นประกันการกู้ยืมเงินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
- หนังสือแสดงสิทธิของกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการที่จัดให้แก่สมาชิกนิคม ได้แก่ น.ค. 1 ซึ่งสามารถนำไปเป็นหลักประกันการกู้ยืมเงินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
- หนังสือแสดงสิทธิของกรมส่งเสริมสหกรณ์ที่จัดให้แก่สมาชิกนิคมสหกรณ์ ได้แก่ กสน.3 ซึ่งสามารถนำไปเป็นหลักประกันการกู้ยืมเงินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
- หนังสือแสดงสิทธิของกรมที่ดินที่ออกเพื่อรับรองการทำประโยชน์ ในที่ดินตามประมวลกฎหมายที่ดิน ได้แก่ ใบจอง (น.ส.2) ซึ่งสามารถนำไปเป็นหลักประกันการกู้ยืมเงินกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารออมสิน

ข. ประเภทสัญญาเช่า เช่าซื้อ ได้แก่

สิทธิตามสัญญาเช่า สัญญาเช่าซื้อที่ดิน และอาคารในความดูแลของกรมธนารักษ์ และการเคหะแห่งชาติ ที่กระจายอยู่ในภูมิภาคและในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงตลอดถึงสิทธิการเช่าที่ดินและอาคาร ในความดูแลของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ซึ่งสามารถนำไปเป็นหลักประกันการกู้ยืมเงิน กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

ค. ประเภทหนังสืออนุญาตให้ใช้ที่สาธารณะและหนังสือรับรองอื่น ๆ ได้แก่

ที่ดินสาธารณะส่วนใหญ่ที่อยู่ในความดูแลของกรุงเทพมหานคร และกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ซึ่งสามารถนำไปเป็นหลักประกันการกู้ยืมเงินกับธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ง. ประเภททรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่

ทรัพย์สินทางปัญญาที่กฎหมายรองรับและได้จดทะเบียนสิทธิบัตร สิทธิบัตร และสิ่งประดิษฐ์อันเป็นทรัพย์สินทางปัญญา ทรัพย์สินทางปัญญาที่กฎหมายรองรับ และไม่ได้บังคับจดทะเบียน เช่น ลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่มีทั้งกฎหมาย และข้อบังคับให้จดทะเบียน คือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญา อยู่ระหว่างการหาวิธีจดทะเบียนเพื่อสร้างมูลค่าสินทรัพย์ซึ่งสามารถนำไปเป็น หลักประกัน การกู้ยืมเงิน กับบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)

จ. ประเภทเครื่องจักร ได้แก่

เอกสารแสดงกรรมสิทธิเครื่องจักรที่ได้จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงาน อุตสาหกรรม ซึ่งสามารถนำไปเป็นหลักประกัน การกู้ยืมเงินกับบริษัทเงินทุน อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)

(2) หลักการสำคัญของการแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุน

(2.1) การจัดระบบเอกสารแสดงสิทธิ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของธนาคาร และเป็นเอกสารสำคัญที่ใช้ประกอบการพิจารณาปล่อยสินเชื่อของธนาคาร และสถาบันการเงิน โดยเอกสารสิทธิต้องมีความชัดเจน และสามารถเปลี่ยนแปลง ผู้ครอบครองสิทธิได้แบบมีเงื่อนไข

(2.2) การประเมินราคาสินทรัพย์ จะต้องพัฒนากลไกและบุคลากรที่ทำหน้าที่ ประเมินราคาและมูลค่าของสินทรัพย์ประเภทต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม โดยต้อง พิจารณาให้สอดคล้องกับมูลค่าทางการตลาด (Market Value) และมูลค่าทาง เศรษฐกิจ (Economic Value)

(2.3) การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินทรัพย์ เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าและ ราคาของสินทรัพย์ประเภทต่างๆ ซึ่งประชาชนผู้ถือครองสินทรัพย์หรือใช้ประโยชน์ จากเอกสารแสดงสิทธิ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะมีบทบาทสำคัญใน การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินทรัพย์ โดยการจัดทำแผนงาน/โครงการ และกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะในกรณีของทรัพย์สินที่เป็นที่ดินและทรัพย์สินทางปัญญา

(3) วัตถุประสงค์หลักของแผนปฏิบัติการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน

สำนักงานบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนได้จัดทำแผนปฏิบัติการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนเพื่อแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการคือ

(3.1) เพื่อออกเอกสารสิทธิ สัญญา หนังสืออนุญาต และตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับสินทรัพย์ให้ถูกต้อง ซึ่งสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง คือ ประเภทที่ดินและทรัพย์สินติดกับที่ดิน ประเภทสัญญาเช่า เช่าซื้อ ประเภทหนังสืออนุญาตให้ใช้ที่สาธารณะ และหนังสือรับรองอื่นๆ ประเภททรัพย์สินทางปัญญา และประเภทเครื่องจักร

(3.2) เพื่อให้ผู้ครอบครองสิทธิ สัญญา และหนังสืออนุญาตต่างๆ เข้าถึงแหล่งทุน โดยเน้นรายย่อยและธุรกิจขนาดเล็ก

(3.3) เพื่อปรับปรุงระบบการประเมินสินทรัพย์ และฐานข้อมูล

(3.4) เพื่อให้มีระบบ และกลไกการจัดการที่ดินและสินทรัพย์อื่นๆ ให้ถูกต้อง และก่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุด

(4) การบริหารงานการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน

หน่วยงานที่รับผิดชอบคือสำนักบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนมีฐานะเป็นองค์กรมหาชนทำหน้าที่ดังนี้

(4.1) เป็นศูนย์กลางประสานการดำเนินการของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน

(4.2) จัดทำข้อเสนอเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนในแต่ละด้านให้มีประสิทธิภาพและมีความเชื่อมโยงกัน รวมทั้งเสนอแนะปัญหา อุปสรรค และข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน ตลอดจนแนวทางแก้ไข

หน่วยงานดำเนินงานสำหรับสินทรัพย์แต่ละประเภท และสถาบันการเงินต่างๆ ที่ได้ร่วมทำบันทึกความร่วมมือในการดำเนินงานตามนโยบาย มีดังนี้

ประเภทที่ดินและทรัพย์สินติดกับที่ดิน

ส่วนราชการ	สถาบันการเงิน
<ol style="list-style-type: none"> 1. สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม 2. กรมส่งเสริมสหกรณ์ 3. กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ 4. กรมที่ดิน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 2. ธนาคารออมสิน 3. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ประเภทสัญญาเช่า เช่าซื้อ

ส่วนราชการ	สถาบันการเงิน
<ol style="list-style-type: none"> 1. กรมธนารักษ์ 2. กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช 3. การเคหะแห่งชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธนาคารออมสิน 2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 3. ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 4. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ประเภทหนังสืออนุญาตให้ใช้ที่สาธารณะ และหนังสือรับรองอื่น ๆ

ส่วนราชการ	สถาบันการเงิน
<ol style="list-style-type: none"> 1. กรุงเทพมหานคร 2. กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น 3. เทศบาลต่าง ๆ (นนทบุรี, ขอนแก่น, เชียงใหม่, หาดใหญ่) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธนาคารออมสิน 2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

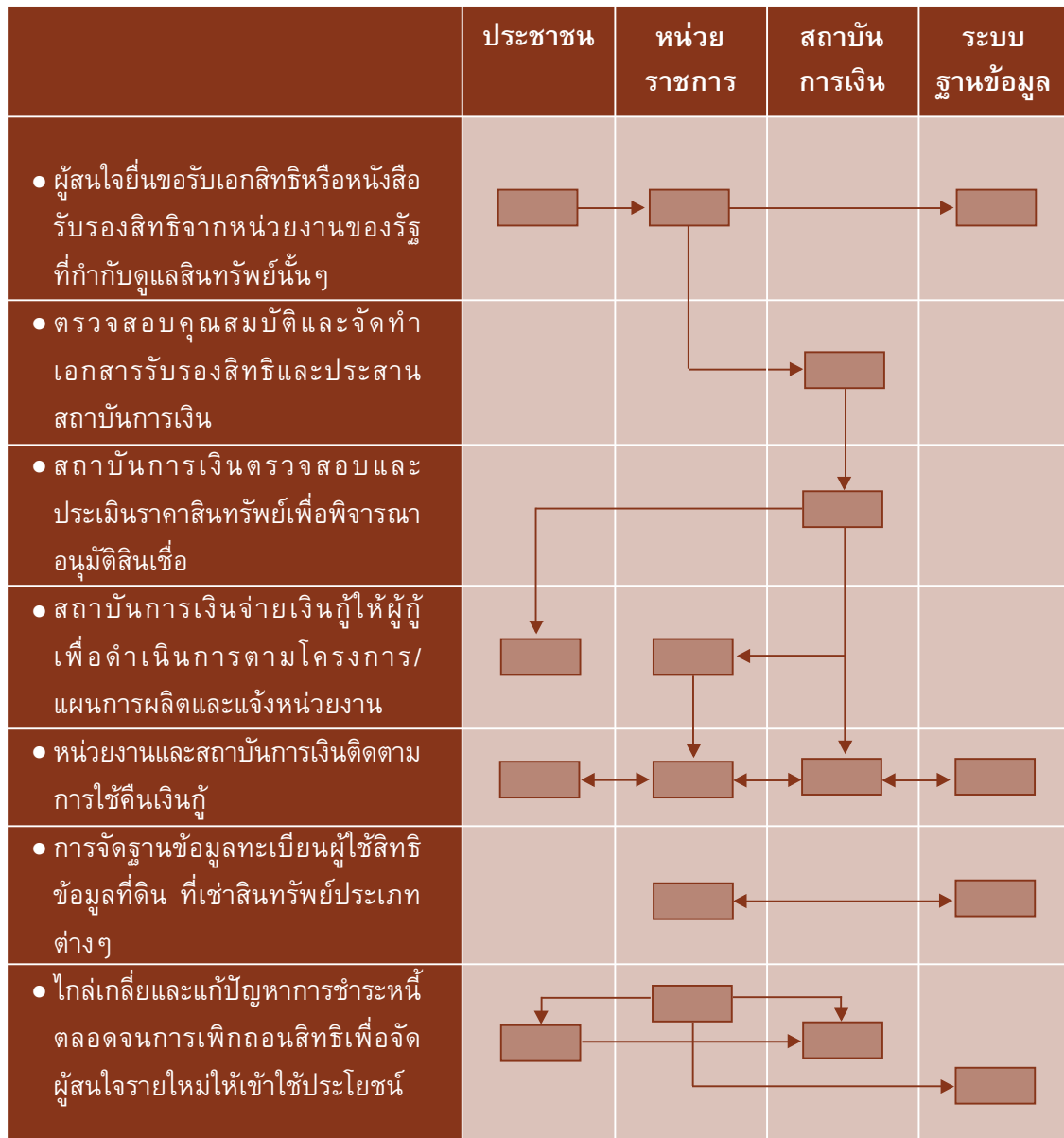
ประเภททรัพย์สินทางปัญญา

ส่วนราชการ	สถาบันการเงิน
<ol style="list-style-type: none"> 1. กรมทรัพย์สินทางปัญญา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 2. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ประเภทเครื่องจักร

ส่วนราชการ	สถาบันการเงิน
<ol style="list-style-type: none"> 1. กรมโรงงานอุตสาหกรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 2. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน



4.4.3 แผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมีลักษณะ Dual Economy ประกอบด้วยภาคอุตสาหกรรมและบริการที่มีพัฒนาการเศรษฐกิจค่อนข้างสูง และภาคการผลิตดั้งเดิม โดยเฉพาะเกษตรกรรมและธุรกิจขนาดย่อมที่กระจายตัวอยู่ในภูมิภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ภายนอกกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นแหล่งจ้างงานมากกว่าครึ่งหนึ่งของแรงงานทั้งประเทศ แต่ในระยะเวลาที่ผ่านมา ระบบสถาบันการเงินของไทย ยังเน้นการให้บริการทางการเงินแก่กลุ่มที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจค่อนข้างมาก และยังไม่ให้ความสำคัญในการให้บริการทางการเงินแก่กลุ่มที่ยังด้อยโอกาสเท่าใดนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในต่างจังหวัด รวมถึงธุรกิจขนาดย่อม (Micro Enterprises) ที่ยังไม่ได้รับบริการทางการเงินอย่างทั่วถึงหรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งยังคงต้องการได้รับบริการทางการเงินที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ วิฤทธิเศรษฐกิจเมื่อปี 2540 ได้ชี้ให้เห็นถึงความอ่อนด้อยของระบบสถาบันการเงินต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม รวมถึงสิ่งที่ระบบสถาบันการเงินไทยจำเป็นต้องปรับปรุงให้ดีขึ้น เช่น การพัฒนาประสิทธิภาพของสถาบันการเงิน การปรับความสมดุลในระบบการเงิน โดยการพัฒนาตลาดทุนควบคู่กันไปกับ การพัฒนาระบบสถาบันการเงิน เป็นต้น

ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดแนวทางในการพัฒนาระบบสถาบันการเงินที่แน่ชัด และได้เริ่มจัดทำแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน ตั้งแต่ต้นปี 2545 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบสถาบันการเงินไทยและกำหนดนโยบายสถาบันการเงินในระยะ 5 - 10 ปีข้างหน้า

แผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินผ่านการพิจารณาจากกระทรวงการคลัง เมื่อเดือนมิถุนายน 2546 และได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อเดือนมกราคม 2547

แนวทางการพัฒนาระบบสถาบันการเงิน

(เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

(1) มาตรการส่งเสริมการให้บริการทางการเงินอย่างทั่วถึง ประกอบด้วย

(1.1) วางแนวทางส่งเสริมการให้บริการทางการเงินระดับรากหญ้า เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดโอกาสเข้ารับบริการทางการเงินของผู้มีรายได้น้อย โดยกระทรวงการคลังได้แต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมบริการทางการเงินระดับรากหญ้าขึ้น เพื่อให้การส่งเสริมบริการทางการเงินระดับรากหญ้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยจะพิจารณามอบหมายให้หน่วยงานที่เหมาะสมทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเพื่อพัฒนาองค์กรการเงินชุมชนประเภทต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ส่งเสริมศักยภาพองค์กรการเงินชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการสินทรัพย์และหนี้สิน และทักษะเกี่ยวกับการธนาคาร (Banking Skill) และระบบงานต่างๆ เป็นต้น
- วางกรอบสร้างความมั่นคงระยะยาวสำหรับองค์กรการเงินชุมชนให้เหมาะสมกับระดับการพัฒนาของแต่ละองค์กร

(1.2) ขยายบทบาทธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรให้เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ประชาชน และชุมชนในชนบทตลอดจนองค์กรอื่นๆ เช่น สหกรณ์ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กองทุนหมู่บ้าน และวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น โดยคณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ฉบับที่...) พ.ศ.... เพื่อปรับบทบาทธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรให้เป็นธนาคารเพื่อพัฒนาชนบทที่กระทรวงการคลังเสนอแล้ว และขณะนี้อยู่ในขั้นการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

(1.3) ส่งเสริมสถาบันการเงินให้บริการทางการเงินแก่ผู้มีรายได้น้อยเพิ่มขึ้น ธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดสัมมนาเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ

แก่สถาบันการเงินเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2546 และจะจัดทำโครงการนำร่องร่วมกับธนาคารพาณิชย์ที่สนใจเพื่อพัฒนาศักยภาพ และโครงสร้างพื้นฐานในการให้บริการแก่ผู้มีรายได้น้อยต่อไป

(2) มาตรการส่งเสริมประสิทธิภาพระบบสถาบันการเงิน

(2.1) จัดรูปแบบและบทบาทของสถาบันการเงินให้มีความชัดเจน ทั้งนี้ เพื่อให้ระบบสถาบันการเงินสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความซ้ำซ้อนจากการมีสถาบันการเงินหลากหลายประเภทที่ให้บริการแบบเดียวกันแก่ลูกค้ากลุ่มเดียวกันในระบบ และสอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งแนวโน้มในอนาคต ดังนี้

(2.1.1) จัดระเบียบสถาบันการเงินไทย โดยสถาบันการเงินไทยในระยะต่อไปจะมีเพียง 2 รูปแบบ คือ

ก. **ธนาคารพาณิชย์** เป็นรูปแบบสำหรับสถาบันการเงินที่มีความสามารถและมีทุนเพียงพอ โดยธนาคารพาณิชย์ประเภทนี้จะสามารถให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าได้ทุกกลุ่มและทำธุรกรรมทางการเงินได้เกือบทุกประเภท ยกเว้นการออกกรมธรรม์ประกันภัยหรือประกันชีวิต การ Underwriter ตราสารทุน และการเป็นนายหน้าและผู้ค้าตราสารทุน ทั้งนี้ธนาคารพาณิชย์จะต้องมีเงินกองทุนชั้นที่ 1 ไม่ต่ำกว่า 5,000 ล้านบาท

ข. **ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย (ธย.)** เป็นรูปแบบสำหรับสถาบันการเงินที่มีความสามารถแต่มีเงินทุนน้อยกว่า ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อยนี้จะให้บริการทางการเงินแก่ประชาชนรายย่อยและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้เงื่อนไขปริมาณการให้สินเชื่อต่อรายตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้เกือบทุกประเภท แต่มีข้อยกเว้นเช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์และยกเว้นธุรกิจเกี่ยวกับการชำระเงินต่างประเทศ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ

ตราสารอนุพันธ์ เว้นแต่จะเป็นการป้องกันความเสี่ยงสำหรับตนเอง ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์รายย่อยจะต้องมีเงินกองทุนชั้นที่ 1 ไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท

(2.1.2) การให้แรงจูงใจสำหรับการให้สินเชื่อแก่ประชาชนรายย่อย และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้แรงจูงใจสำหรับการให้สินเชื่อแก่ประชาชนรายย่อยและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสินเชื่อที่มีลักษณะเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจะประกาศกำหนด ซึ่งมีน้ำหนักความเสี่ยงที่ลดลง เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะความเสี่ยงของสินเชื่อประเภท Retail Portfolio

(2.2) ผลของแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน จะทำให้ประชาชนได้รับบริการจากสถาบันที่ดีขึ้นทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพอันเนื่องมาจากมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนต่างๆ ของทางการ

ในแง่ของปริมาณ ประชาชนทุกกลุ่มจะได้รับบริการทางการเงินพื้นฐานจากผู้ให้บริการทางการเงินที่เหมาะสมกับความต้องการอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินที่จำเป็นได้มากขึ้น โดยผ่านทางองค์กรการเงินชุมชนที่จะมีความเข้มแข็งมากขึ้นและธนาคารพาณิชย์รายย่อยซึ่งเน้นการให้บริการแก่ลูกค้ากลุ่มนี้โดยเฉพาะ หรือจากธนาคารพาณิชย์ประเภทอื่นที่ประยุกต์ใช้หรือปรับเปลี่ยน Business Model ให้เหมาะสมกับการให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้ากลุ่มดังกล่าว

ในแง่คุณภาพ ประชาชนจะได้รับบริการทางการเงินที่มีคุณภาพดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านราคา ความหลากหลาย และคุณภาพการให้บริการอื่นๆ เพราะสถาบันการเงินมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ เนื่องมาจากแรงผลักดันที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินการภายในสถาบันการเงินเอง ประกอบกับภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นจากบทบาทสถาบันการเงินต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นและการเปิดโอกาสให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในระบบในอนาคต

นอกจากนี้ประชาชนจะมีกลไกในการคุ้มครองสิทธิและความเป็นธรรมในการรับบริการทางการเงินของประชาชนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในแง่ของกระบวนการร้องเรียนที่เป็นรูปธรรม และการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางการเงินและฐานะความมั่นคงของสถาบันการเงินอย่างเพียงพอ

4.4.4 ทรัพย์สินทางปัญญา และการให้ใช้ประโยชน์ของ SMEs

“ทรัพย์สินทางปัญญา” เริ่มมีความสำคัญกับ SMEs มากขึ้นเป็นลำดับจากสภาพการแข่งขันทางการค้าที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ การเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยการตลาดเชิงปริมาณจึงไม่ประสบความสำเร็จเช่นในอดีต SMEs จำเป็นต้องปรับตัวโดยพัฒนาสินค้าเชิงคุณภาพมากขึ้น ซึ่งมีผลให้ต้องคิดค้น ประดิษฐ์ หรือออกแบบ กระบวนการผลิต สูตรการผลิตสินค้า องค์ประกอบสินค้า หรือ การบริการ ในลักษณะเฉพาะมากขึ้น การประดิษฐ์คิดค้นดังกล่าวจัดเป็น “ทรัพย์สินทางปัญญา” และหากไม่สงวนสิทธิไว้อาจมีผู้ลอกเลียนแบบทำให้สูญเสียรายได้

ในตลาดส่งออกหรือตลาดต่างประเทศ คู่แข่งทางการค้าของผู้ประกอบการไทยในหลายประเทศ เช่น จีน เขมร ลาว และเวียดนาม ได้ลอกเลียนแบบสินค้าไทยในลักษณะ รูปลักษณะ ตราสินค้า เครื่องหมายการค้า โดยใช้ประโยชน์การจดขอความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศดังกล่าว เพื่อแย่งตลาดและกีดกันผู้ประกอบการไทย ซึ่ง SMEs ในตลาดส่งออกต้องให้ความสนใจเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของตน

นอกจากนี้ในเชิงปกป้องผลประโยชน์แล้ว ทรัพย์สินทางปัญญายังมีคุณค่าในด้านการเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การจด “สิทธิบัตร” ของทรัพย์สินทางปัญญาประเภทเทคโนโลยีหรือการออกแบบ ซึ่งเป็นกฎหมายยึดถือหลักดินแดน (Territoriality Principle) การให้ความคุ้มครองสิทธิจะเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศที่จดสิทธิบัตรไว้ ดังนั้น SMEs ของไทยอาจที่จะใช้ประโยชน์โดยการค้นหาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีการจดสิทธิบัตรในประเทศอื่น แต่ยังไม่จดสิทธิบัตรในไทย เพื่อนำมาพัฒนาใช้กับผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตของตนในประเทศไทยได้

นอกจากเรื่องของผลประโยชน์และการเรียนรู้ต่อยอดแล้ว ในปัจจุบัน ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาได้ทวีมากขึ้น โดย SMEs สามารถนำทรัพย์สินทางปัญญาของตนมาแปลงเป็นทุน โดยใช้เป็นหลักประกันกู้ยืมเงิน เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจได้อีกด้วย

(1) ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา

“ทรัพย์สินทางปัญญา” หมายถึง ผลงานที่เกิดขึ้นจากการคิดค้น ประดิษฐ์ หรือสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งมีคุณค่าสามารถใช้ประโยชน์ได้ในด้านต่างๆ เช่น เกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ด้วยการประดิษฐ์ คิดค้น เกิดจากการทุ่มเทใช้ความคิดและเวลาในการศึกษาวิจัย ดังนั้น ผลงานที่เกิดขึ้นจึงควรที่จะให้ความคุ้มครอง เพื่อเป็นเกียรติและสร้างค่าให้กับผู้ประดิษฐ์คิดค้นทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property) และลิขสิทธิ์ (Copyright)

(1.1) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property)

เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการการอุตสาหกรรม โดยหมายความรวมถึง ความคิด การประดิษฐ์ คิดค้น ออกแบบ สร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

ก. **สิทธิบัตร (Patent)** หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้น (Invention) การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) หรือผลิตภัณฑ์อรรถประโยชน์ (Utility Model) ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด เป็นสิทธิพิเศษที่กฎหมายบัญญัติให้เจ้าของสิทธิบัตร มีสิทธิเด็ดขาดเพียงผู้เดียวในการแสวงหาประโยชน์จากการประดิษฐ์ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับสิทธิบัตรนั้น เช่น การผลิตและจำหน่าย โดยสิทธิจะมีอยู่เพียงช่วงระยะเวลาที่จำกัด ช่วงหนึ่งเท่านั้น โดยที่

- **การประดิษฐ์** หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับลักษณะองค์ประกอบ โครงสร้าง หรือกลไกของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิต การรักษา หรือ การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ดีขึ้นหรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์

ที่แตกต่างไปจากเดิม

- **การออกแบบผลิตภัณฑ์** หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับรูปร่าง ลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างไปจากเดิม
- **ผลิตภัณฑ์อรรถประโยชน์** หมายถึง อนุสิทธิบัตร (Petty Patent) ที่ออกให้แก่การประดิษฐ์ที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยีไม่สูงมากหรือประดิษฐ์คิดค้นเพียงเล็กน้อย

วัตถุประสงค์ของการมีกฎหมายกำหนดสิทธิโดยการออกสิทธิบัตร เพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้เกิดการคิดค้น ประดิษฐ์นวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะประโยชน์แก่เศรษฐกิจ สังคม และมนุษยชาติ จึงให้ความคุ้มครองแก่ผู้ประดิษฐ์ และที่ให้ความคุ้มครองในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อให้มีการนำนวัตกรรมที่สร้างขึ้นมาใช้ประโยชน์ต่อส่วนรวมได้

ข. เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) หมายถึง เครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ หรือ ตรา หรือ ภาพ ที่ใช้หรือกำกับสินค้าหรือธุรกิจบริการของตน โดยจะเรียกแตกต่างกันไป เช่น ตรา ยี่ห้อ LOGO เป็นต้น เครื่องหมายการค้าแบ่งเป็น

- **เครื่องหมายการค้าที่ใช้กับสินค้า (Goods Marks)** เป็นเครื่องหมายที่ใช้กำกับไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุ แสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายมีความแตกต่างจากสินค้าผู้อื่น ทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกพิจารณาเลือกสินค้าได้ถูกต้อง เช่น โด้ก เป๊ปซี่ เป็นต้น

- **เครื่องหมายบริการ (Service Mark)** หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้กับธุรกิจ ประเภทบริการ เช่น ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจประกันภัย เครื่องหมายบริการของสายการบินต่าง ๆ

- **เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark)** หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้รับรองสินค้าหรือบริการโดยเป็นการรับรองเกี่ยวกับคุณภาพ วิธีการผลิต สถานที่ผลิต ส่วนประกอบต่างๆ หรือลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือบริการนั้น เช่น เครื่องหมายเชลล์ชวนชิมรับรองคุณภาพด้านความอร่อย

- **เครื่องหมายร่วม (Collective Mark)** หมายถึง เครื่องหมายขึ้นเดียวที่ใช้กับสินค้าหรือบริการที่ผลิตจากกลุ่มบุคคล กลุ่มในเครือ หรือกลุ่มรัฐวิสาหกิจ

เดียวกันเช่น บริษัทในเครือปูนซีเมนต์ไทย จำกัด ใช้เครื่องหมายที่มีรูปช้างร่วมกัน เป็นต้น

ค. การออกแบบผังภูมิวงจรรวม (Layout-Designs of Integrated Circuit) หมายถึง การจัดวางวงจรทางไฟฟ้าลงในสารกึ่งตัวนำ หรือสารตัวนำยิ่งยวด เช่น อุปกรณ์ไฟฟ้าที่เรียกกันว่า ไอซี (IC)

ง. ความลับทางการค้า (Trade Secrets) หมายถึง ข้อมูลที่นำมาใช้ประโยชน์ในทางการค้าหรือธุรกิจที่ยังไม่เปิดเผย เนื่องจากเป็นความลับ ข้อมูลทางการค้าจะหมายถึง สิ่งสื่อความหมายให้รู้ถึง ข้อความ เรื่องราว ข้อเท็จจริง โดยรวมถึง สูตร รูปแบบ งานที่ได้รวบรวมหรือประกอบขึ้น โปรแกรม วิธีการ เทคนิค หรือกรรมวิธีต่างๆ เช่น ความลับสูตรการผลิตอาหาร ข้อมูลการบริหารธุรกิจ เป็นต้น

จ. ชื่อทางการค้า (Trade Mark) หมายถึง ชื่อที่ใช้ในการประกอบกิจการ เช่น โกดัก ฟุจิ

ฉ. ชื่อทางภูมิศาสตร์แหล่งกำเนิดสินค้า (Appellations of Origin) หมายถึง ชื่อสถานที่ทางภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้าหรือบริการ เช่น มีดอรัญญิก ส้มบางมด ผ้าไหมไทย เป็นต้น

ช. ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย หมายถึง องค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่น และศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีอยู่ในประเทศไทย

(1.2) ลิขสิทธิ์ (Copyright)

เป็นผลงานที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ในสาขาวรรณกรรม ศิลปกรรม ดนตรี งานภาพยนตร์ หรืองานอื่นใดในแผนกวิทยาศาสตร์ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Program หรือ Computer Software) งานฐานข้อมูล (Data Base) ลิขสิทธิ์ยังรวมทั้งสิทธิข้างเคียง (Neighbouring Rights) คือ การนำเอางานด้านลิขสิทธิ์ออกแสดง เช่น งานแสดง

ของนักแสดง การบันทึกเสียง การแพร่ภาพ

(2) ข้อเปรียบเทียบระหว่างสิทธิบัตร และความลับทางการค้า

ทรัพย์สินทางปัญญาทั้งประเภทความลับทางการค้าและสิทธิบัตรมีความเกี่ยวข้องกับ SMEs ค่อนข้างมากเพราะเป็นการให้ความคุ้มครองที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิตและตัวผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน ซึ่งการเลือกประเภทของการคุ้มครองในผลิตภัณฑ์หนึ่งชนิด อาจเลือกรับสิทธิการคุ้มครองได้หลายประเภทหรืออาจเลือกเฉพาะประเภทที่มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสูงสุด ดังนั้นเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ SMEs จึงควรศึกษาข้อดี ข้อเสียระหว่างสิทธิบัตรและความลับทางการค้า เพื่อประกอบการพิจารณาการขอรับสิทธิการคุ้มครองที่จะเกิดประโยชน์ ต่อผู้ประกอบการสูงสุด โดยรายละเอียดเปรียบเทียบทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างความลับทางการค้าและสิทธิบัตรแสดงในตารางหน้าถัดไป

หลักการพิจารณาสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ว่าสมควรจะเลือกความคุ้มครองประเภทใด ระหว่างการรักษาเป็นความลับทางการค้าหรือการขอสิทธิบัตร ให้พิจารณาจากความสามารถในการรักษาสิ่งประดิษฐ์คิดค้นไว้เป็นความลับ ดังนี้

- **ประเภทหรือลักษณะผลิตภัณฑ์ กรรมวิธี หรือข้อมูล** หากเป็นการประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความซับซ้อนด้านโครงสร้าง เช่น ผลิตภัณฑ์เคมีและชีวภาพ จะสามารถรักษาเป็นความลับได้นาน ควรเลือกการรักษาเป็นความลับทางการค้า ในขณะที่การประดิษฐ์คิดค้นลักษณะของแผงวงจร เครื่องมือหรือเครื่องจักรอุปกรณ์ การเก็บรักษาเป็นความลับจะได้เพียงช่วงสั้น เพราะอาจมีการนำผลิตภัณฑ์ไปศึกษาหรือทำวิศวกรรมย้อนกลับ กรณีนี้ควรเลือกการคุ้มครองเป็นสิทธิบัตร

- **การบังคับทางกฎหมายให้มีการเปิดเผยข้อมูล** โดยเรื่องที่มีความเกี่ยวพันหรือกระทบต่อความสงบเรียบร้อย สุขภาพอนามัย หรือส่วนรวมรัฐอาจบังคับให้เปิดเผยความลับ ในลักษณะนี้ควรเลือกการคุ้มครองเป็นสิทธิบัตร

สรุปการเปรียบเทียบระหว่าง ความลับทางการค้าและสิทธิบัตร

	สิทธิบัตร	ความลับทางการค้า
1. สิ่งที่ได้รับ การคุ้มครอง	<ol style="list-style-type: none"> การประดิษฐ์ คิดค้น/ทำขึ้นมา <ol style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์/เครื่องจักร กรรมวิธี เช่น การผลิต การรักษา การปรับปรุงคุณภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์ <ol style="list-style-type: none"> รูปร่าง/รูปทรงผลิตภัณฑ์ ลวดลาย/สีของผลิตภัณฑ์ 	<ol style="list-style-type: none"> ข้อมูลการค้า <ol style="list-style-type: none"> ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น สูตร ตำหรับ ส่วนผสม ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมวิธี เช่น เทคนิคการผลิต ข้อมูลทางธุรกิจ เช่น ต้นทุน ราคา ส่วนลด วัสดุ การส่งเสริมการขาย รายละเอียดลูกค้า
2. สิ่งที่ไม่ได้รับ การคุ้มครอง	<ol style="list-style-type: none"> สัตว์ พืช จุลชีพ ที่เกิดตามธรรมชาติ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (เป็นลิขสิทธิ์) กฎเกณฑ์หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์ วิธีการวินิจฉัยบำบัดรักษาโรค การประดิษฐ์ / ออกแบบที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรม 	<ol style="list-style-type: none"> ข้อมูลที่รู้จักกันโดยทั่วไป ข้อมูลที่สาธารณชนเข้าถึง/รับรู้ได้ ข้อมูลสิทธิบัตร /งานลิขสิทธิ์ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนแล้ว ข้อมูลที่เจ้าของไม่ได้สงวนไว้เป็นความลับ
3. จุดแข็ง/จุดอ่อน	<ol style="list-style-type: none"> มีโอกาสได้รับการคุ้มครองน้อย คุณสมบัติที่ได้รับการคุ้มครอง ต้องเป็นการประดิษฐ์หรือออกแบบใหม่ / ขั้นตอนการประดิษฐ์ต้องสูงขึ้น / สามารถประยุกต์ทางอุตสาหกรรม ต้องขอจดทะเบียน และผ่านการตรวจสอบที่เข้มงวด ต้องเปิดเผยรายละเอียดต่อสาธารณชน ลักษณะ / วิธีที่ดีที่สุด มีกำหนดระยะเวลาคุ้มครอง <ul style="list-style-type: none"> - สิทธิบัตรการประดิษฐ์ 20 ปี - สิทธิบัตรการออกแบบ 10 ปี - อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ 6 ปี และต่ออายุได้ 2 ปี ไม่เกิน 2 ครั้ง ความคุ้มครองหนักแน่นรัดกุม <ul style="list-style-type: none"> - รัฐคุ้มครองโดยเจ้าของไม่ต้องห้ามมาตรการเพื่อปกป้องตนเอง - ขอบเขตของสิทธิแน่นอน - สิทธิครอบคลุมการแสวงหาประโยชน์การค้า (ผลิต / ขาย / ใช้ / นำเข้า) มีข้อยกเว้นมากแต่แคบ (ในการศึกษาค้นคว้า ทดลอง เตรียมยาเฉพาะราย) 	<ol style="list-style-type: none"> มีโอกาสได้รับความคุ้มครองมาก คุณสมบัติของความลับที่ได้รับ การคุ้มครอง ยังไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป/หรือยังเข้าถึงไม่ได้ มีประโยชน์ในเชิงพาณิชย์หากเจ้าของเก็บเป็นความลับ ไม่ต้องจดทะเบียน / เพียงแจ้งข้อมูล ไม่ต้องเปิดเผยรายละเอียดต่อสาธารณชน ได้รับการคุ้มครองไม่จำกัดเวลา ตราบเท่าที่ยังเป็นความลับอยู่ ความคุ้มครองไม่หนักแน่นรัดกุม <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ครอบครองต้องห้ามมาตรการเพื่อปกป้องตัวเอง - ขอบเขตสิทธิไม่แน่นอนต้องพิสูจน์ - สิทธิเน้นห้ามการกระทำที่ไม่เป็นธรรมต่อเจ้าของความลับ มีข้อยกเว้นมากและกว้าง (รัฐเปิดเผยความลับได้ถ้าจำเป็น/การค้นพบโดยอิสระ / การทำวิศวกรรมย้อนกลับ)

- **ศักยภาพและจำนวนคู่แข่ง** หากมีคู่แข่งทางการค้ามาก ในขณะที่มีศักยภาพการพัฒนาหรือการแข่งขันต่ำ ควรเลือกการคุ้มครองในลักษณะสิทธิบัตร จะทำให้ผู้ประกอบการมีสิทธิในการทำตลาดรายเดียวในระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้ที่ชัดเจนและแน่นอนได้

(3) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาไทยในต่างประเทศ

เพื่อให้ได้รับสิทธิการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศที่ผู้ประกอบการทำการค้าด้วย เจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาจำเป็นต้องยื่นขอจดทะเบียนในประเทศเหล่านั้น มิฉะนั้นแล้ว หากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปขายยังประเทศเหล่านั้นติดตลาด อาจถูกละเมิดการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาได้ การละเมิดส่วนใหญ่จะพบในประเทศจีน และประเทศแถบอินโดจีน เช่น เขมร ลาว เวียดนาม โดยเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก สินค้าที่พบ ได้แก่ ผงชูรส ถ่านไฟฉาย บุหรี่ กระเบื้องเซรามิค ก๊อกน้ำ ประตูน้ำ วาล์วน้ำ กุญแจ เครื่องสำอาง กางเกงในชาย หมวก กันน็อค บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงาน เบียร์ น้ำปลา สุรา

(3.1) ลักษณะการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

- การที่ผู้ส่งออกไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ล่วงหน้าในประเทศที่ส่งออก อาจทำให้ผู้อื่นซึ่งเป็นคู่แข่งในประเทศนั้นนำเครื่องหมายดังกล่าวไปจดทะเบียนก่อน ทำให้ผู้ส่งออกไม่สามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายได้

- การปลอมแปลงสินค้าคุณภาพต่ำหรือลอกเลียนแบบสินค้าไทยแล้วใช้เครื่องหมายที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ผู้ซื้อเกิดความสับสนและเกิดความเสียหายต่อภาพพจน์ของสินค้า

- การนำทรัพย์สินทางปัญญาของไทยไปใช้โดยไม่มีผลตอบแทน เช่น กรณีบริษัทข้ามชาตินำเอาสมุนไพรร หรือสูตรยาพื้นบ้านที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของไทย แต่ไม่ได้จัดขอสิทธิคุ้มครองไว้ ไปใช้ประโยชน์

(3.2) สิ่งที่คุณประกอบการส่งออกควรปฏิบัติเมื่อทำการค้าส่งออกและเมื่อถูกละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

- ในการส่งออกสินค้า SMEs ควรตรวจสอบกฎหมาย วิธีการ และข้อกำหนดการขอรับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศคู่ค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อดำเนินการให้ถูกต้อง
- ผู้ประกอบการที่ถูกละเมิดการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศต้องดำเนินการฟ้องร้องผู้ละเมิดสิทธิต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศนั้น เพื่อดำเนินการตามกฎหมาย และหากการดำเนินคดีไม่คืบหน้า จะต้องประสานกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้มีการเจรจาในระดับรัฐบาลต่อไป

(3.3) ปัญหาในการขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ

- บางประเทศมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและค่าใช้จ่ายสูง เช่น มีข้อกำหนดให้ผู้ยื่นขอจดทะเบียน ต้องเป็นผู้มีภูมิลำเนาหรือถือสัญชาติของประเทศนั้น มิฉะนั้นต้องดำเนินการผ่านตัวแทน นอกจากนี้ในประเทศจีนมีระเบียบและขั้นตอนการขออนุญาตที่ต่างกันในแต่ละมณฑล
- การประสานงานในการจับกุมผู้ละเมิดสิทธิทรัพย์สินทางปัญญา มีค่าใช้จ่ายสูงและต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายแห่ง ทำให้การดำเนินการล่าช้า

(4) การแปลงทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุน

ตามนโยบายแปลงทรัพย์สินเป็นทุนของรัฐ ทรัพย์สินทางปัญญาจะสามารถนำมาใช้เป็นหลักประกันการกู้ยืมเงินเพื่อขยายหรือปรับปรุงกิจการของผู้ประกอบการ SMEs ได้

(4.1) ทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถเป็นทุนได้

ทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภทสามารถนำมาเป็นทุนได้ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1: กลุ่มที่มีหนังสือรับรองสิทธิที่ออกให้โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และผังภูมิวงจรรวม

กลุ่มที่ 2: กลุ่มที่มีหนังสือรับรองการแจ้งข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา โดยประเภทที่มีกฎหมายรองรับ ได้แก่ ความลับทางการค้า และลิขสิทธิ์ และประเภทที่ไม่มีกฎหมายรองรับ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งปัจจุบันการแจ้งข้อมูลเหล่านี้สามารถทำได้โดยแจ้งที่พาณิชย์จังหวัดในทุกจังหวัด ซึ่งกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้มอบหมายให้ทำหน้าที่แทน

สิ่งควรรู้สำหรับผู้ประกอบการ คือ ในสินค้าหนึ่งชนิดอาจประกอบด้วยทรัพย์สินทางปัญญาหลายประเภท เช่น กระบวนการผลิตสินค้าหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถจดสิทธิบัตรเพื่อขอความคุ้มครองได้ในขณะเดียวกันสูตรการผลิตก็สามารถแจ้งข้อมูลเป็นความลับทางการค้าได้ ดังนั้น การประเมินมูลค่าจึงควรบูรณาการทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์มากที่สุด

(4.2) การประเมินมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญา

วิธีการประเมินมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาจะขึ้นอยู่กับประเภทของกิจกรรมและทรัพย์สิน โดยทั่วไปมี 3 วิธี คือ

- การประเมินจากมูลค่าตลาดของทรัพย์สินทางปัญญาที่เหมือนกัน (Market Approach)
- การประเมินจากต้นทุนการสร้างทรัพย์สินทางปัญญานั้น (Cost Approach)
- การประเมินจากรายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากทรัพย์สินทางปัญญานั้น (Income Approach)

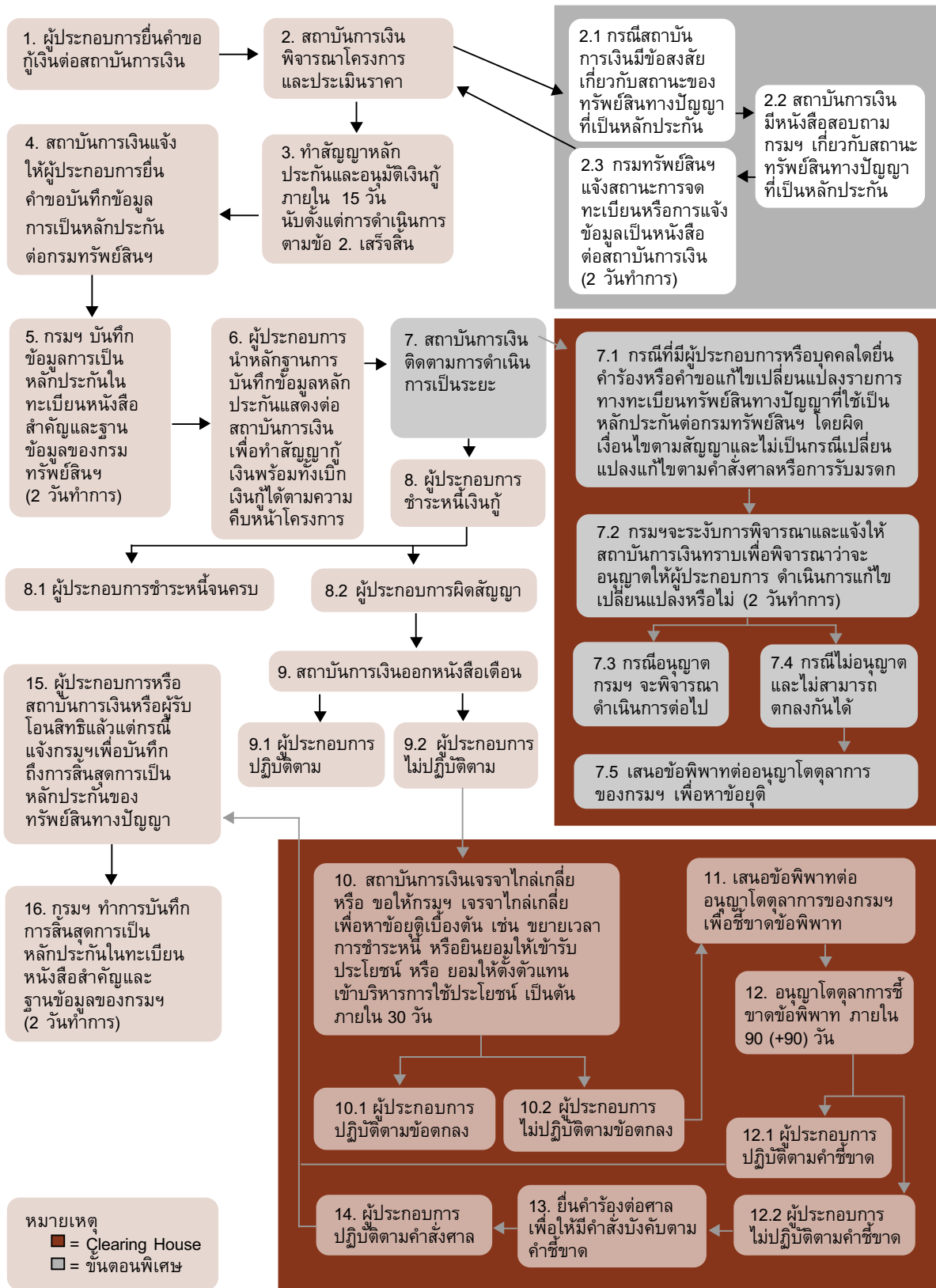
โดยมีตัวแปรสำคัญ ได้แก่ ระยะเวลาคุ้มครองหรือระยะเวลาของโครงการ และอัตราความเสี่ยงของการลงทุน ในทางปฏิบัติสถาบันการเงินจะประเมินจากศักยภาพในการผลิตสินค้าหรือสร้างรายได้ของทรัพย์สินทางปัญญา มูลค่าทางตลาดของสินค้าที่ใช้สินทรัพย์ทางปัญญาในการผลิตและจำหน่ายในระหว่างที่สินทรัพย์

ทางปัญญาที่มีอายุคุ้มครอง โดยประเมินรวมกับการวางแผนการลงทุนและความเสี่ยงทางธุรกิจ กล่าวคือ วิธีการประเมินทรัพย์สินทางปัญญาโดยทั่วไปจะใช้มูลค่าของสินค้าในปัจจุบัน (กระบวนการสร้างคุณค่า) และโอกาสของการสร้างรายได้ในอนาคต (การใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน)

ในการประเมินมูลค่าเพื่อแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุนนั้น นอกจากเอกสารรับรองสิทธิบัตรแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องจัดเตรียมแผนธุรกิจให้สมบูรณ์และชัดเจนอีกด้วย เพื่อแผนธุรกิจที่ดีและชัดเจนจะเป็นสิ่งที่ทำให้สถาบันการเงินเกิดความเชื่อมั่น ในการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs โดยแผนธุรกิจที่ใช้ในการใช้ประโยชน์ของทรัพย์สินทางปัญญาควรมีองค์ประกอบของดัชนีตัวชี้วัดมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งได้แก่

- แผนการผลิต ซึ่งจะอธิบายความสามารถในการผลิต
- แผนการตลาด ที่แสดงถึงศักยภาพหรือความสามารถในการสร้างรายได้ในอนาคต
- การประมาณการค่าใช้จ่าย
- รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ
- ระยะเวลาการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งให้อำนาจสิทธิขาด
- ค่าสิทธิ
- ความแปลกใหม่ ความยืดหยุ่นในการใช้งานและความยืดหยุ่นในการถ่ายโอนสิทธิ

ขั้นตอนและวิธีปฏิบัติแปลงทรัพย์สินเป็นทุน



(4.3) ความก้าวหน้าของโครงการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน

กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้กำหนดสินค้าเป้าหมายในโครงการนำร่อง ได้แก่ สุราแช่ ก๊วยไม้ และซอฟต์แวร์ โดยสถาบันการเงินที่ให้บริการในการปล่อยสินเชื่อ ในช่วงต้นของโครงการ ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Bank) วงเงินสินเชื่อ 1,000,000 บาท และบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT) วงเงินสินเชื่อ 500,000 บาท ณ เดือนมิถุนายน 2547 มีผู้ประกอบการยื่นขอสินเชื่อโดยใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลักค้ำประกันแล้ว ประมาณ 70 ราย ซึ่งอยู่ในระหว่างการอนุมัติ 9 ราย ทรัพย์สินทางปัญญาที่ใช้เป็นหลักประกัน ได้แก่ เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร และลิขสิทธิ์ โดยมีเครื่องหมายการค้าเป็นส่วนใหญ่

(5) การสืบค้นเทคโนโลยีจากเอกสารสิทธิบัตรต่างประเทศ

จากหลักการที่กฎหมายสิทธิบัตรยึดหลักอาณาเขต จึงให้การคุ้มครองเฉพาะในประเทศที่มีการจดสิทธิบัตรเท่านั้น และระบบสิทธิบัตรได้ออกแบบมาเพื่อให้สังคมส่วนรวมได้ประโยชน์จากการเรียนรู้เทคโนโลยี เอกสารสิทธิบัตรเป็นข้อมูลเทคโนโลยีสำหรับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งการจดสิทธิบัตรของบริษัทและนักวิจัยเพื่อขอความคุ้มครองสิ่งประดิษฐ์คิดค้นเป็นระยะเวลาหนึ่งนั้น ต้องเปิดเผยรายละเอียดของสิ่งประดิษฐ์คิดค้น จึงเปิดทางให้ทั่วโลกสามารถผลิตสินค้าตามอย่างออกจำหน่ายได้กว้างขวาง ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาหลายประเทศ ได้ใช้วิธีลอกเลียนสิทธิบัตรของยุโรปและอเมริกามาพัฒนาประเทศจนประสบความสำเร็จ ในปัจจุบันมีสิทธิบัตรต่างประเทศมากกว่าร้อยละ 90 ที่ไม่ได้ยื่นขอและจดทะเบียนสิทธิบัตรในประเทศไทย จึงเป็นช่องทางให้ไทยสามารถนำผลงานนั้น มาใช้ผลิตสินค้าจำหน่ายในประเทศไทยหรือในประเทศที่ไม่ได้จดสิทธิบัตรได้ โดยไม่ถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิและมารยาทระหว่างประเทศ เพียงระวังไม่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าในประเทศที่มีการยื่นจดสิทธิบัตรไว้เท่านั้น

(5.1) รายละเอียดข้อมูลในเอกสารสิทธิบัตร

ในเอกสารสิทธิบัตรจะมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี วิธีการ หรือกระบวนการ ที่เจ้าของสิทธิบัตรขอรับการคุ้มครอง ซึ่งประกอบด้วย

(5.1.1) ศิลปวิทยาการดั้งเดิม (Description of Prior Art) โดยจะเป็นการทบทวนข้อมูล ที่มาของวิทยาการหรือการประดิษฐ์ ทำให้ทราบถึงความเป็นมาของเทคโนโลยี

(5.1.2) รายละเอียดการประดิษฐ์โดยละเอียด (Detailed Description of the Invention) จะเปิดเผยเทคโนโลยีการประดิษฐ์ในเรื่องที่ขอสิทธิบัตรดังกล่าวอย่างละเอียด ผู้ที่มีความรู้ในสาขาดังกล่าวจะสามารถทำการประดิษฐ์อย่างเดียวกันได้

(5.1.3) ตัวอย่าง (Examples) เป็นการแสดงตัวอย่างการประดิษฐ์ การทดลอง เพื่อความชัดเจน และเพื่อผลในการคุ้มครองสิทธิบัตรนั้นๆ ซึ่งให้เห็นการใช้งานจริงของสิ่งประดิษฐ์คิดค้นของสิทธิบัตร

(5.1.4) ข้อถือสิทธิ (Claims) เป็นหัวใจของเอกสารสิทธิบัตร โดยเป็นการกำหนดขอบเขตความคุ้มครองของสิทธิบัตรเรื่องนั้นๆ และเป็นประเด็นสำคัญในการประดิษฐ์เทคโนโลยีนั้นๆ

(5.2) เทคนิคการสืบค้นเทคโนโลยีจากเอกสารสิทธิบัตร

(5.2.1) ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ให้บริการสืบค้นสิทธิบัตรโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ได้แก่

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ (www.ipic.moc.go.th)
- สำนักงานสิทธิบัตรยุโรป (www.ep.espacenet.com)
- สำนักงานสิทธิบัตรญี่ปุ่น (www.jpo.go.jp)
- สำนักงานสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าสหรัฐอเมริกา (www.uspto.gov)
- องค์การทรัพย์สินทางปัญญาแห่งโลก (www.ipdl.wipo.int)

(5.2.2) ดัชนีสืบค้น ประกอบด้วย เลขที่สิทธิบัตร (Patent Number) วันออกสิทธิบัตร (Issue Date) เลขที่คำขอรับสิทธิบัตร (Application Number) วันที่ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร (Filing Date) ผู้ประดิษฐ์ (Inventor) ผู้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร (Assignee) ประเทศที่ยื่นขอ (State / Country) ประเภทของการประดิษฐ์ ตาม IPC (International Patent Classification) ชื่อเรื่อง (Title) และคำทางเทคนิค (Technical word)

(5.2.3) วิธีการสืบค้น การสืบค้นข้อมูลเอกสารสิทธิบัตรจากอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ใช้เมนู Search Patents โดยเลือกหัวข้อเรื่องกำหนด keyword หลายคำ แล้วค้นโดยใช้เงื่อนไข AND, OR, NOT เพื่อให้ได้เทคโนโลยีที่ลึกลงไปและได้ข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด การเลือกหัวข้อเทคโนโลยีที่ใช้ค้นหาอาจใช้

- ประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขหรืองานที่ดำเนินการอยู่ (เช่น ต้องการปรับปรุงกระบวนการผลิต เลือกราก ชื่อผลิตภัณฑ์ สายการผลิต)
- เลือกรากความสนใจ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ โอกาสทางธุรกิจ โดยอาจเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์ เน้นผลิตภัณฑ์เฉพาะ เน้นกลุ่มเทคโนโลยี เน้นเทคโนโลยีเฉพาะ

ที่มาของข้อมูล : 1. เอกสารเผยแพร่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา
2. เอกสารข้อมูล Download จากเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญา
3. แผ่น CD “การสืบค้นเทคโนโลยีการผลิตสินค้าจากเอกสารสิทธิบัตร”; นายปราโมทย์ ธรรมรัตน์ โครงการผลิตหุ่นเส้นสวรรค์ระดับอุตสาหกรรมขนาดกลางและย่อม; เกษตร - สกว.

บทที่ 5

ผลการดำเนินงานในโครงการและกิจกรรมส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่สำคัญในปี 2546

5.1 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)¹

รัฐบาลแถลงนโยบายสำคัญและเร่งด่วน เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 เพื่อต่อสู้กับความยากจน โดยจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดรายได้กลับสู่ชุมชน และเพื่อให้การดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีเอกภาพและประสิทธิภาพ ได้จัดตั้งคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2544 เพื่อทำหน้าที่เป็นแกนกลาง กลั่นกรองงานและเป็นศูนย์กลางประสานงานกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบัน กอ.นตผ. มีคณะอนุกรรมการ เพื่อบริหารจัดการและทำงานเชิงบูรณาการรวม 5 คณะดังนี้

- 1) คณะอนุกรรมการบริหาร
- 2) คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต
- 3) คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด
- 4) คณะอนุกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
- 5) คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาค จังหวัด อำเภอ และกิ่งอำเภอ

¹ ที่มา : โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.1.1 งบประมาณโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546

ในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546 ได้รับการจัดสรรงบประมาณผ่านกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 800,000,000 บาท ซึ่งสามารถสรุปการจัดสรรงบประมาณได้ดังนี้

(1) การจัดสรรงบประมาณแบ่งตามกลุ่มแผนงาน แบ่งเป็น 5 กลุ่ม แผนงาน 70 โครงการ ประกอบด้วย

- กลุ่มแผนงานเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับกระบวนการผลิตมาตรฐาน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน จำนวน 38 โครงการ ได้รับการจัดสรรงบประมาณ 285,563,450 บาท คิดเป็นร้อยละ 36 ของงบประมาณทั้งหมด

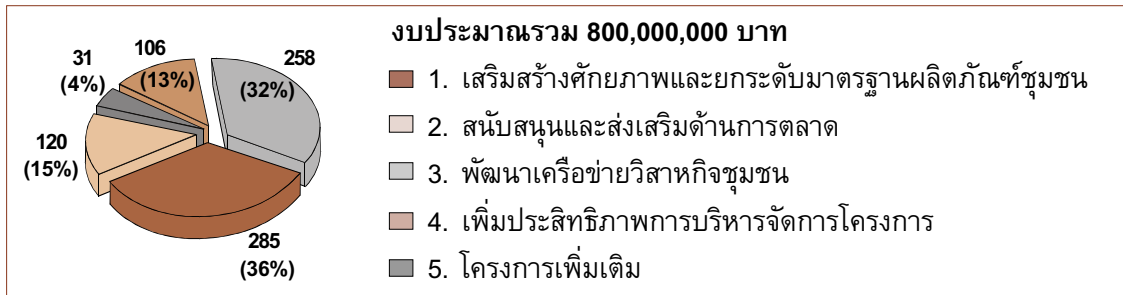
- กลุ่มแผนงานสนับสนุนและส่งเสริมด้านการตลาด จำนวน 5 โครงการ ได้รับการจัดสรรงบประมาณ 120,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15 ของงบประมาณทั้งหมด

- กลุ่มแผนงานพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 โครงการ ได้รับการจัดสรรงบประมาณ 31,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4 ของงบประมาณทั้งหมด

- กลุ่มแผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงการ จำนวน 10 โครงการ ได้รับการจัดสรรงบประมาณ 105,603,900 บาท คิดเป็นร้อยละ 13 ของงบประมาณทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีกลุ่มแผนงานโครงการเพิ่มเติมจำนวน 12 โครงการ ได้รับการจัดสรรงบประมาณ 257,832,650 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 ของงบประมาณทั้งหมดซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์และการตลาด (ภาพที่ 5.1)

ภาพที่ 5.1 สัดส่วนกลุ่มแผนงาน ต่อ งบประมาณ OTOP ปี 2546

(หน่วย: ล้านบาท, ร้อยละ)



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(2) การจัดสรรงบประมาณ แบ่งตามหน่วยงานรับผิดชอบ มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 12 หน่วยงาน ระดับกรม 23 หน่วยงาน รายละเอียดการจัดสรรงบประมาณ แสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 การจัดสรรงบประมาณ OTOP ตามหน่วยงานรับผิดชอบ

กระทรวง/หน่วยงาน	งบประมาณ (บาท)	จำนวนโครงการ	ร้อยละของงบประมาณรวม
1. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	120,138,450	19	15.02
2. กระทรวงพาณิชย์	90,880,000	6	11.36
3. กระทรวงมหาดไทย	121,733,200	9	15.21
4. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	14,930,000	2	1.86
5. กระทรวงสาธารณสุข	13,000,000	3	1.63
6. กระทรวงอุตสาหกรรม	63,100,000	6	7.89
7. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	3,000,000	1	0.37
8. สถาบันการศึกษา	6,000,000	3	0.75
9. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	45,520,000	3	5.69
10.สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สถาบันราชภัฏ)	12,825,000	1	1.60
11.สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี	36,040,700	4	4.51
12.องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	15,000,000	1	1.8
งบกลาง	257,832,650	12	32.23
รวม	800,000,000	70	100.00

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(3) ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ปีงบประมาณ 2546

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับจัดสรรงบประมาณประจำปีงบประมาณ 2546 ผ่านกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 800,000,000 บาท ณ เดือนพฤษภาคม 2547 ได้มีการเบิกจ่ายจากกองทุนแล้ว 736,356,140 บาท คิดเป็นร้อยละ 92.0 ของงบประมาณสนับสนุน

5.1.2 ผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ณ เดือนพฤษภาคม 2547

ยุทธศาสตร์สนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เชื่อมโยงกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน		
แผนงานการเสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการพัฒนาชุมชน	เป้าหมาย	การดำเนินการ
อบรมนักการตลาดชุมชน ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ผ้า สิ่งทอ อาหาร สมุนไพร จักสานและเส้นใย เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิก ศิลปประดิษฐ์	1,500 คน	1,500 คน
แผนงานการปลูกจิตสำนึกและสร้างความร่วมมือในการพัฒนาชุมชน	เป้าหมาย	การดำเนินการ
จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ กลุ่ม/องค์กรชุมชน ประชาคมตำบล เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน	450 กลุ่มพื้นที่ 450 ตำบล	450 กลุ่มพื้นที่ 450 ตำบล
แผนงานสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงในทุกภาคของชุมชนเป้าหมาย	เป้าหมาย	การดำเนินการ
(1) พัฒนาเครือข่ายกลุ่มอาชีพระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ บรรลุภัณฑ์ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	180 เครือข่าย	195 เครือข่าย
(2) จัดสัมมนาแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายกลุ่มอาชีพ	900 คน	900 คน
(3) จัดสัมมนาแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระดับประเทศ	380 คน	380 คน
(4) พัฒนาศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบ เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์	12 ชุมชน	12 ชุมชน
(5) การส่งเสริมให้เกิดหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP 3 แห่ง (บ้านถวาย จ. เชียงใหม่ เวียงกุมกาม จ. เชียงใหม่ และแม่สลอง จ. เชียงราย)	3 แห่ง	3 แห่ง

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับกระบวนการผลิตมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน		
แผนงานด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	เป้าหมาย	การดำเนินการ
(1) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทางเกษตร ศิลปหัตถกรรม อาหาร และเครื่องดื่มน	118 กลุ่มพื้นที่	88 กลุ่มพื้นที่
(2) จัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ พิจารณามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	8 ครั้ง	8 ครั้ง
(3) กำหนดและจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	50 เรื่อง	211 เรื่อง
(4) รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	120 ราย	400 ราย
(5) เฝ้าระวังคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการตรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์	1,000 ตัวอย่าง	1,550 ตัวอย่าง
(6) พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในการแปรรูปเพื่อส่งออก โดยให้ได้มาตรฐาน อย. มผช. และมีระบบผลิต GMP	11 ผลิตภัณฑ์	11 ผลิตภัณฑ์
แผนงานสนับสนุนและจัดสรรปัจจัยการผลิตและยกระดับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องความต้องการของตลาด	เป้าหมาย	การดำเนินการ
(1) การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยการวางรูปแบบบัญชี และอบรมผู้ทำบัญชี	284 กลุ่มพื้นที่	284 กลุ่มพื้นที่
(2) การยกระดับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องความต้องการตลาดโดยการฝึกอบรม ทักษะศึกษา ให้คำปรึกษา จัดหาอุปกรณ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตร ผ้า เครื่องปั้นดินเผา	262 กลุ่มพื้นที่	262 กลุ่มพื้นที่
(3) อบรมการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนระบบ GMP, GHP	1,000 คน	2,236 คน
(4) วิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพสุราแช่และสาโท	500 ตัวอย่าง	500 ตัวอย่าง
แผนงานผลักดันการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์	เป้าหมาย	การดำเนินการ
(1) พัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ แก่ผลิตภัณฑ์เกษตร ศิลปหัตถกรรม อาหารแปรรูป ผ้าทอพื้นเมือง	245 กลุ่มพื้นที่	245 กลุ่มพื้นที่
(2) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา	1,000 คน	1,069 คน

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาด เพิ่มโอกาสและช่องทางเข้าถึงผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมาย

แผนงานเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า

ได้จัดงานภูมิปัญญาไทยสู่สากล หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ 325 กลุ่ม เพื่อเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายในประเทศ เช่น ห้างค้าปลีกและสถานีบริการน้ำมัน ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกจำนวน 126 กลุ่ม

แผนงานประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด

2.2.1 ได้จัดนิทรรศการ งานแสดง และจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 5 ครั้ง มียอดจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น ประมาณ 408,487,247 ล้านบาท

2.2.2 จัดทำระบบฐานข้อมูลการตลาด โดยมีระบบสืบค้นข้อมูลรายการผลิตภัณฑ์ ข้อมูลผู้ผลิต ราคา และกระบวนการผลิต ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้ปริมาณสินค้าและรายได้เพิ่มขึ้น

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโครงการ

แผนงานบริหารจัดการและสนับสนุนการปฏิบัติงาน	เป้าหมาย	การดำเนินการ
จัดสัมมนาเพิ่มศักยภาพการทำงานด้านการบริหารจัดการ ให้คณะอนุกรรมการ OTOP ระดับจังหวัด อำเภอ/กิ่งอำเภอ	75 จังหวัด 876 อำเภอ	75 จังหวัด 876 อำเภอ
แผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจภาพรวมระดับประเทศ	เป้าหมาย	การดำเนินการ
ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โทรทัศน์ วิทยุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ	วิทยุ 2,860 ครั้ง โทรทัศน์ 5,958 ครั้ง	วิทยุ 2,860 ครั้ง โทรทัศน์ 5,958 ครั้ง

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงการเพิ่มเติมและโครงการเร่งด่วนอื่น ๆ ที่ดำเนินการระหว่างปี 2546

- โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) มีผลิตภัณฑ์ผ่านการคัดสรรฯ ระดับ 3-5 ดาว รวมทั้งสิ้น 6,921 ผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว จำนวน 626 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว จำนวน 2,584 ผลิตภัณฑ์ และระดับ 3 ดาว จำนวน 3,711 ผลิตภัณฑ์ (ภาพที่ 5.2) และ สามารถจำหน่ายสินค้าภายหลังการคัดสรรฯ จำนวน 54,803,074 บาท

ภาพที่ 5.2 แสดงจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก สุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับ 3-5 ดาว

ระดับ	★★★★★	★★★★	★★★	รวม
ภูมิภาค	581	2,475	3,616	6,672
กรุงเทพมหานคร	45	109	95	249
รวม	626	2,584	3,711	6,921

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- โครงการอื่นๆ ได้แก่
 - การจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
 - การจัดงานสุดยอดหมู่บ้านอุตสาหกรรมและผ้าทอไทย
 - การจัดการอบรมกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ระดับ 3-5 ดาว
 - การจัดสร้างซุ้มจำหน่ายสินค้าในร้านค้าปลีก ปิ๊มน้ำมัน และห้างสรรพสินค้า
 - การดำเนินการจัดทำเกณฑ์การใช้สัญลักษณ์ OTOP และจดทะเบียนตราสัญลักษณ์ OTOP
 - การจัดงานมหกรรม OTOP ล้านนา
 - การดำเนินการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Mail Order

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.1.3 ยอดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประจำปีงบประมาณ 2546

ระหว่างตุลาคม 2545 ถึงกันยายน 2546 มียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 33,276.9 ล้านบาท สูงกว่าประมาณการเป้าหมายที่ตั้งไว้ 20,000 ล้านบาท

5.2 การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมด้วยบริการปรึกษาแนะนำ²

5.2.1 ความเป็นมา

ปัจจุบันกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกธุรกิจยุคใหม่ทำให้การแข่งขันมีรูปแบบที่หลากหลาย SMEs จำเป็นต้องเร่งปรับตัว นำวิทยาการใหม่ๆ มาใช้เพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างมั่นคง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานสำคัญในการริเริ่มกระบวนการ “การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ด้วยบริการปรึกษาแนะนำ” โดยให้บริการจัดที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ทางวิชาการ หรือ ประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ เข้าไปให้บริการปรึกษาแนะนำในสถานประกอบการ โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการสำรวจวิเคราะห์ปัญหา หรือความต้องการพัฒนาปรับปรุง จัดลำดับความสำคัญ เสนอแนวทางแก้ไข ปรับปรุงพัฒนา โดยมีระยะเวลาให้บริการปรึกษาแก่สถานประกอบการเป็นเวลา 6-8 เดือนต่อวิสาหกิจ เป็นการผสมผสานประสบการณ์ความรู้จากที่ปรึกษา และประสบการณ์ของผู้ประกอบการเพื่อแก้ไขปัญหา ปรับปรุงพัฒนา ยกระดับประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งบริการดังกล่าวครอบคลุมทั้งด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยี การจัดการการตลาด การจัดการบุคคล การบัญชี และการจัดการการเงิน ให้เป็นมาตรฐานสากล

5.2.2 โครงการด้านการพัฒนา SMEs ด้วยระบบที่ปรึกษา ที่สำคัญ

(1) **โครงการบริการเงินสมทบจ้างที่ปรึกษา** เพื่อปรับปรุงการผลิต การจัดการ และการตลาด (Consultancy Fund : CF) เป็นโครงการที่สนับสนุนให้ SMEs ได้มีโอกาสยกระดับและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ โดยการใช้ที่ปรึกษาที่มีความรู้ ความชำนาญจากภายนอกองค์กร โดยโครงการ CF จะให้ความช่วยเหลือในการจัดหาที่ปรึกษาที่เหมาะสมและสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจ้างที่ปรึกษาให้ บางส่วน ประมาณร้อยละ 50 ของค่าจ้างที่ปรึกษาทั้งหมดแต่ไม่เกิน 200,000 บาท แล้วแต่เงื่อนไข

² ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

(2) โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (โครงการ 13) เป็นโครงการเพื่อยกระดับและปรับปรุงประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจของ SMEs ในด้านต่างๆ โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นผู้จัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อเข้าไปให้บริการปรึกษาแนะนำแก่ SMEs เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 25 คน - วัน ซึ่งจะใช้เวลาปฏิบัติงานกับสถานประกอบการประมาณ 6 เดือน

(3) โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน (MDICP) เป็นโครงการที่จัดที่ปรึกษาเข้าไปให้คำแนะนำแก่สถานประกอบการอย่างเต็มรูปแบบรวม 5 แผนงานคือ แผนงานการพัฒนาและปรับปรุงส่วนของการผลิตให้ทันสมัย แผนงานยกระดับมาตรฐานกิจการและผลิตภัณฑ์ให้เป็นระดับสากล (ISO, QS หรืออื่นๆ) แผนงานเพิ่มความสามารถทางการวางแผนและการจัดการทางเทคโนโลยี แผนงานเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงินและการลงทุน และแผนงานเพิ่มสมรรถนะและการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาดในและต่างประเทศ

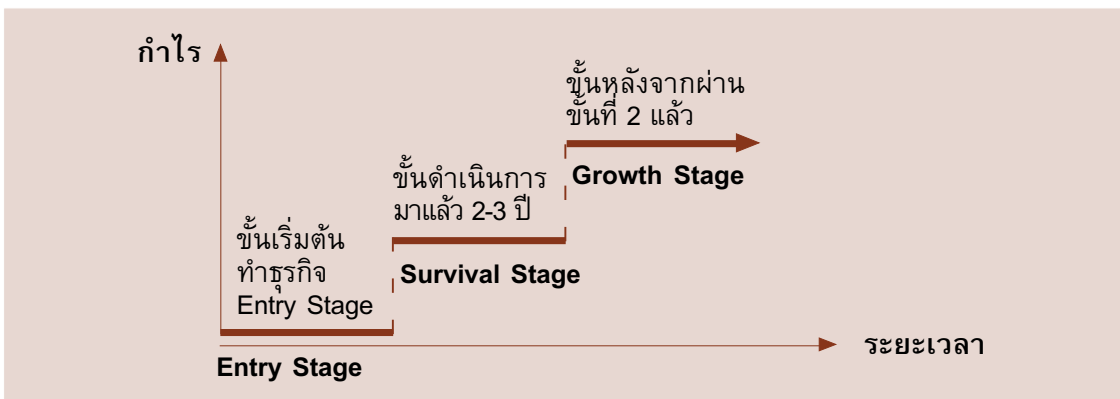
(4) โครงการชุบชีวิตธุรกิจไทย (Invigorating Thai Business : ITB) ซึ่งเป็นโครงการขนาดใหญ่เพื่อช่วยเหลือ SMEs อย่างน้อย 3,700 กิจการ เพื่อให้บริการที่ปรึกษาแก่ SMEs ทั่วประเทศ

นอกจากนี้ยังมีการดำเนินงานในส่วนของการพัฒนาที่ปรึกษาให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการและมีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมีโครงการที่สำคัญในด้านนี้ ได้แก่ โครงการพัฒนาระบบวินิจฉัยสถานประกอบการ (Shindan) โครงการการจัดการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและการให้คำปรึกษาแนะนำ (SIMC) และโครงการพัฒนาที่ปรึกษาธุรกิจ SMEs ตามแนวทาง APEC - IBIZ เป็นต้น

5.2.3 ลักษณะความต้องการบริการที่ปรึกษาแนะนำของ SMEs

(1) จากการวิจัยเชิงสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีต่อบริการของรัฐในประเทศไทย (Inte Pouw : 1995) โดยสอบถามข้อมูลความต้องการการบริการจากรัฐทางด้านข้อมูล (Information) บริการปรึกษาแนะนำ (Consultancy Services) และการฝึกอบรม (Training) โดยจำแนก SMEs ตามขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจตามแผนภาพที่ 5.3

ภาพที่ 5.3 แสดงช่วงของวัฏจักรธุรกิจ



สรุปปัญหาของ SMEs ในแต่ละช่วงของวัฏจักรธุรกิจได้ดังนี้

- ช่วงเริ่มต้นทำธุรกิจ (Entry Stage) ปัญหาสำคัญของ SMEs ที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต รองลงมา คือ ปัญหาด้านสถานที่ตั้งโรงงาน และปัญหาด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ ตามลำดับ
- ช่วงของการอยู่รอด (Survival Stage) ปัญหาที่สำคัญซึ่ง SMEs ต้องการความช่วยเหลือ คือ ปัญหาด้านการควบคุมคุณภาพและการตลาด เพราะเมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น ผู้ประกอบการต้องการหาตลาดให้เพียงพอเพื่อรองรับกำลังการผลิตในระดับต้นทุนต่อหน่วยต่ำที่สุด ผู้ประกอบการจึงต้องแสวงหาช่องทางการตลาด (Distribution Channels) และต้องควบคุมคุณภาพสินค้าเพื่อรักษาความได้เปรียบ
- ช่วงของขั้นเติบโต (Growth Stage) ปัญหาของ SMEs คือ ปัญหาด้านบุคลากรและต้นทุน ซึ่งสะท้อนว่ามีการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องแข่งขันในตลาดที่ใหญ่ขึ้นและต้องแสวงหาส่วนแบ่งของกำไร ผู้ประกอบการจะเผชิญปัญหากับ

องค์กรที่ขยายตัวขึ้นทำให้มีปัญหาเรื่องการสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพและการรักษาบุคลากรที่มีความรู้

(2) จากข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการด้านการให้บริการปรึกษาแนะนำ ตั้งแต่ปี 2542-2546 พบว่า SMEs มีปัญหาซึ่งต้องการบริการปรึกษาแนะนำเพื่อปรับปรุงและยกระดับคล้ายๆ กัน ในแง่ของประเด็นปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดการ โดยมีลำดับความสำคัญของปัญหา คือ ในช่วงภาวะวิกฤติ ปัญหาสำคัญลำดับต้น คือ ด้านการผลิต การเงินและการตลาด สำหรับช่วงที่เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว ปัญหาสำคัญลำดับต้น คือ ปัญหาการจัดการบุคลากรและการผลิต (ตารางที่ 5.2)

ตารางที่ 5.2 ลำดับความสำคัญของปัญหาที่ SMEs ประสบ จากโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพในระยะต่าง ๆ

โครงการ	ปัญหาสำคัญ 3 ลำดับแรกของ SMEs		
	สำคัญอันดับ 1	สำคัญอันดับ 2	สำคัญอันดับ 3
1. โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ SMEs ระยะที่ 1 (2542-2543)	การผลิต	การเงิน	การตลาด
2. โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ SMEs ระยะที่ 2 (2543-2544)	การผลิต	การจัดการ	บุคลากร
3. โครงการชูชีพวิสาหกิจไทย (ITB) ระยะที่ 1 (2545-2546)	การจัดการ	บุคลากร	การผลิต

ที่มา : โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ SMEs ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

5.2.4 การประเมินผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการดำเนินโครงการด้านการจัดที่ปรึกษาเข้าไปให้คำแนะนำแก่ SMEs

(1) โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมระยะที่ 1

• มีโรงงานเข้าร่วมโครงการ 499 ราย โดยมีสาขาอุตสาหกรรมที่สำคัญ อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร (110 ราย) อุตสาหกรรมโลหะการ (86 ราย) อุตสาหกรรมพลาสติก (53 ราย) และอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (52 ราย)

● **ผลประโยชน์ทางตรง (Direct Benefit)** ของโครงการที่เกิดขึ้นกับสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยการประเมินจากการลดลงของสภาพปัญหาในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม บนสมมุติฐานว่า การลดลงของสภาพปัญหาจะทำให้อัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ซึ่งจากการประเมินของที่ปรึกษาจากภายนอก สรุปว่าโครงการมีส่วนช่วยให้ SMEs มียอดขายเฉลี่ยต่อรายเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ 4.5 ล้านบาท ถึง 18.8 ล้านบาท ขึ้นกับประเภทของอุตสาหกรรม

● **ผลประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit)** นอกจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีผลให้เกิดการจ้างงานในแต่ละอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น โดยรวมแล้วใน 10 กลุ่มอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมโครงการมีการจ้างงานรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 46,879 คน และประเมินได้ว่า ก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นประมาณ 10,000 - 15,000 คน ซึ่งนำไปสู่การจับจ่ายใช้สอยในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ตารางที่ 5.3 สรุปผลประโยชน์ทางตรงในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมตามโครงการ

ประเภทอุตสาหกรรม	สภาพปัญหาลดลง (%)	อัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น (%)	ยอดขาย (ล้านบาท)		ยอดขายเพิ่มขึ้น (ล้านบาท)
			ก่อน	หลัง	
1. สิ่งทอเสื้อผ้า	50.3	39.5	35	48.8	13.8
2. อาหาร	48.7	35.5	50	66.8	16.8
3. พลาสติก	46.5	23.7	50	61.9	11.9
4. โลหะการ	49.5	27.0	50	63.5	13.5
5. อัญมณี	50.0	24.2	20	24.8	4.8
6. หัตถอุตสาหกรรม	43.1	27.5	20	25.4	5.4
7. เครื่องเรือน	48.4	29.8	35	45.5	10.5
8. เซรามิก	33.0	22.4	20	24.5	4.5
9. เครื่องหนัง	45.2	31.1	50	65.5	15.5
10. อื่นๆ	70.9	46.9	40	58.8	18.8
เฉลี่ย	48.6	30.8			

ที่มา : โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจ SMEs ระยะที่ 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

(2) โครงการชุปชีวิตธุรกิจไทย (ITB) ระยะที่ 1

- เป็นโครงการที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ 2,000 ล้านบาท จากงบประมาณศูนย์เศรษฐกิจของรัฐบาล เพื่อช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2,600 กิจการ เป็นโครงการในลักษณะเดียวกับโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพดังกล่าวข้างต้น วิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการเป็นภาคการผลิตร้อยละ 77.1 ของกิจการทั้งหมด

- ต้นทุนของโครงการ ต้นทุนทางตรงเป็นค่าใช้จ่ายจากการดำเนินโครงการเป็นเงินทั้งสิ้น 1,337,523,138.94 บาท เฉลี่ย 593,764 บาท ต่อกิจการ และต้นทุนทางอ้อมคำนวณจากค่าเสียเวลาของผู้ประกอบการ จากจำนวนวันเข้าร่วมกิจการ และค่าแรงที่ต้องจ่ายคนงาน ต้นทุนทางอ้อมเท่ากับ 3,507 บาท ต่อวัน ต่อกิจการ ต่อคน เป็นต้นทุนทางอ้อมรวมของโครงการประมาณ 7,946,862 บาท

- ผลประโยชน์ทางตรง (Direct Benefits) จากการประเมินผลพบว่าผู้ประกอบการ ร้อยละ 36.38 มียอดขายเพิ่มขึ้น โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.81 ต่อราย คำนวณเป็นจำนวนเงินได้ 3.71 ล้านบาท ต่อกิจการ ต่อปี ขณะเดียวกันผู้ประกอบการมีต้นทุนเฉลี่ยลดลงร้อยละ 5.6 ต่อราย คำนวณเป็นจำนวนเงินได้ 1.89 ล้านบาท ต่อกิจการ ต่อปี

- ผลประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefits) ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยมีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นประมาณ 2.8 คน ต่อกิจการ โดยกิจการที่มีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นสุทธิคิดเป็นร้อยละ 11.3 ของกิจการทั้งหมด รวมจำนวนการจ้างงานเพิ่มขึ้นทั้งหมด 717 คน ผู้ประกอบการสามารถลดการเสียเวลาดีเป็นมูลค่าได้ 112,224 บาท ต่อกิจการ ต่อปี

- เมื่อรวมผลประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมแล้ว ผลประโยชน์รวมของโครงการมีทั้งสิ้น 5.7 ล้านบาท ต่อกิจการ ต่อปี และเมื่อนำผลประโยชน์และต้นทุนที่คำนวณเป็นตัวเงินมาเปรียบเทียบ สรุปได้ว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่คุ้มค่าต่อการลงทุนอย่างมากนับตั้งแต่ปีแรกของการดำเนินการ โดยการประเมินผลโครงการอยู่ในระดับที่น่าพอใจ จากดัชนี Benefit / Cost ของโครงการมีค่าสูงกว่า 1 ซึ่งเป็น การวัดผลเมื่อสิ้นสุดโครงการเท่านั้น

- การประเมินความพึงพอใจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง วิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการได้รับผลดี

ที่เกิดขึ้นทางตรง เช่น ต้นทุนลดลง ยอดขายลดลง ปริมาณการผลิตและแรงงานที่เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้น และเกิดผลดีทางอ้อม เช่น ความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินกิจการของ ผู้ประกอบการ ทักษะคติของผู้ประกอบการที่ดีขึ้น การกระจายรายได้และการขยายการลงทุน ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจและสังคมสามารถปรับตัวดีขึ้นในระยะยาว และต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs โดยวิธีการให้บริการปรึกษาแนะนำให้บรรลุผลสำเร็จตามนโยบายที่รัฐบาลกำหนดไว้ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและประสานกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และที่ปรึกษา ในด้านต่างๆ อาทิ

- ผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปรับปรุง มีความเชื่อถือในตัวที่ปรึกษา พร้อมทั้งจะได้รับความรู้และวิสัยทัศน์จากผู้เชี่ยวชาญภายนอก ซึ่งต้องทำงานร่วมกันเป็นระยะเวลาอันสั้น
- ที่ปรึกษาและทีมงานต้องมีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ ความรู้ และประสบการณ์สู่องค์กรที่ให้บริการปรึกษาแนะนำ
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้เข้าร่วมโครงการ และดำเนินการจนจบโครงการไปแล้ว จำเป็นต้องมีการหาความรู้เพิ่มเติมและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ส่วนภาครัฐเองก็มีหน้าที่ในการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดวิสัยทัศน์และความรู้เพื่อนำมาพัฒนาองค์กรต่อไป

5.3 โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

(New Entrepreneur Creation: NEC)³

โครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” เป็นโครงการหนึ่งภายใต้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในปีงบประมาณ 2545 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้รับงบประมาณ 174.5 ล้านบาท และในปี 2546 ได้รับจัดสรรงบประมาณต่อเนื่องอีก 123.2 ล้านบาท เพื่อส่งเสริมผลักดันให้เกิดการสร้างผู้ประกอบการใหม่ รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบเศรษฐกิจไทยภายใต้ระบบการค้าเสรี ในการดำเนินงานในปี 2546 นั้น

³ ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้เป็นแกนกลางในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ได้แก่ สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน สมาคมและองค์กรอิสระ รวม 27 หน่วยงาน ดำเนินงานในทุกภูมิภาคของประเทศรวม 43 จังหวัด ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2546 ได้ก่อให้เกิดผู้ประกอบการใหม่จำนวน 921 ราย มีมูลค่าการลงทุนรวมทั้งสิ้น 2,563 ล้านบาท และเกิดการจ้างงานในทุกภูมิภาค รวม 4,709 คน

5.3.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ

เพื่อสนับสนุนบัณฑิตใหม่ ผู้ว่างงาน ผู้ถูกเลิกจ้าง พนักงานลูกจ้างที่มีศักยภาพ และผู้เพิ่งเริ่มต้นประกอบอาชีพอิสระช่วงแรก (2-3 ปี) ในการสร้างโอกาสประกอบอาชีพด้วยตนเอง และเป็นผู้ประกอบการที่เข้มแข็งสามารถอยู่รอดได้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างแหล่งการจ้างงานเพิ่มขึ้น

5.3.2 การดำเนินกิจกรรมและบริการต่าง ๆ ของโครงการฯ

(1) การฝึกอบรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้จัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันการศึกษาทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค สถาบันการเงิน สมาคม และองค์กรอิสระ รวม 27 หน่วยงาน เพื่อดำเนินการจัดฝึกอบรมทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งสิ้น 90 รุ่น มีผู้เข้าอบรม 3,591 คน โดยดำเนินงานครอบคลุมเขตพื้นที่ทุกภูมิภาค รวม 43 จังหวัด ประกอบด้วย

- หลักสูตรระยะสั้น (ฝึกอบรม 72 ชั่วโมง) สำหรับผู้ที่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ด้านธุรกิจมาบ้างแล้ว ประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์โอกาสการลงทุนทางธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารการผลิต การบริหารองค์กรและบุคลากร การบริหารทางการเงิน ระบบบัญชี การจัดทำโครงการลงทุนและแผนธุรกิจ และการนำเสนอแผนธุรกิจต่อสถาบันการเงิน ตัวอย่างหลักสูตร เช่น หลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” “สร้างผู้ประกอบการใหม่ รูปแบบ CEFE” “ทายาทธุรกิจ” “การสร้างผู้ประกอบการธุรกิจ แฟรนไชส์”

- หลักสูตรระยะยาว (ฝึกอบรม 138 ชั่วโมง และให้คำปรึกษาแนะนำการจัดตั้งธุรกิจ 60 ชั่วโมง) สำหรับผู้ที่ไม่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ด้านธุรกิจ โดยเน้นการเตรียมความพร้อมในการประกอบธุรกิจ การให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์โอกาสการลงทุนทางธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารการผลิต การบริหารองค์กรและบุคลากร การบริหารทางการเงิน ระบบบัญชี การจัดทำโครงการลงทุนและแผนธุรกิจ และการนำเสนอแผนธุรกิจ ต่อสถาบันการเงิน ตัวอย่างหลักสูตร เช่น หลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” “เสริมสร้างผู้ประกอบการธุรกิจด้วยระบบแฟรนไชส์” เป็นต้น

(2) บริการบ่มเพาะธุรกิจหรืออนุบาลการลงทุน (Business Incubation)

การดำเนินกิจกรรม “บ่มเพาะธุรกิจ” หรือ อนุบาลการลงทุน (Business Incubation) นั้น เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการใหม่ให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้จริง และดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่กำหนดในแผนธุรกิจ โดยได้ตั้งเป้าหมายผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 100 ราย ซึ่งมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจริงถึง 128 ราย หน่วยงานที่ดำเนินการบ่มเพาะ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และเขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งประเทศไทย เป็นต้น การดำเนินการมี 2 ลักษณะ คือ

- In - Wall Incubation เป็นการบ่มเพาะซึ่งมีการจัดพื้นที่สำนักงานหรือพื้นที่การผลิตไว้ให้ และมีการจัดหาทีมที่ปรึกษาตลอดจนมี “พี่เลี้ยง” (Mentor) ทำหน้าที่ประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้เข้ารับการบ่มเพาะตามความเหมาะสม คัดเลือกหน่วยงานที่มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น ความชำนาญพิเศษ พื้นที่ใช้สอย เครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องปฏิบัติการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ารับการบ่มเพาะ

- Out - Wall Incubation มีความแตกต่างกับ In - Wall Incubation เฉพาะสถานที่ทำการบ่มเพาะใช้สถานที่ของผู้ประกอบการเอง โดยการดำเนินการบ่มเพาะจะเป็นลักษณะเดียวกัน

(3) ตลาดนัดการเงินและการลงทุนเพื่อวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

เพื่อเป็นเวทีนัดพบเพื่อเชื่อมโยงและเจรจาระหว่างผู้ที่มีแผนธุรกิจแล้ว และต้องการผู้ร่วมลงทุนหรือให้กู้เงิน บุคคลผู้เป็นเจ้าของนวัตกรรมที่ต้องการขาย เทคโนโลยี หรือหาผู้ลงทุน สถาบัน เจ้าของนวัตกรรมที่ต้องการผลักดันผลงาน ค้นคว้าพัฒนาสู่การผลิตเชิงพาณิชย์กับแหล่งเงินทุนต่างๆ เช่น สถาบันการเงิน กองทุนร่วมลงทุน กองทุนสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น สำหรับการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดการเงินและการลงทุนเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน ปี 2546 มีการจัดกิจกรรมจำนวน 3 ครั้ง ผู้เข้าร่วมกิจกรรม 1,023 ราย

(4) การเปิดตัวธุรกิจ สินค้าและบริการ

เป็นการจัดกิจกรรมเปิดตัวธุรกิจ สินค้า และบริการ เพื่อให้ผู้ประกอบการใหม่ที่ผ่านการอบรมบ่มเพาะหรือปรึกษาแนะนำแล้ว และเริ่มผลิตสินค้าหรือบริการ ได้มีโอกาสเปิดตัวธุรกิจ สินค้า หรือบริการ โดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ร่วมกิจกรรม ผู้ผลิตพบผู้ซื้อและเจรจาทริภาค เพื่อเพิ่มช่องทางการค้าทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้ประกอบการได้เป็นที่รู้จัก และพร้อมเผยแพร่สู่สาธารณชน

(5) การจัดตั้งบริษัทจำลองในสถานศึกษา

เพื่อจัดอบรมแผนธุรกิจให้กับนักศึกษาปีสุดท้าย ซึ่งเป็นการสร้างโอกาส และสร้างแรงกระตุ้นในการเป็นผู้ประกอบการภายหลังจบการศึกษา รวมทั้ง เสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในเรื่องการวางแผนและเขียนแผนธุรกิจ พร้อมทั้งจัดให้มีการประกวดแผนธุรกิจของกลุ่มนักศึกษาโดยแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ระดับภาคและระดับประเทศ โดยในปี 2546 มีนักศึกษาที่เข้ารับการอบรม แผนธุรกิจรวม 9 กลุ่มจังหวัดทั่วประเทศ จาก 58 สถาบัน รวมจำนวนทั้งสิ้น 2,415 คน และได้ส่งแผนธุรกิจเข้าประกวดและได้รับการคัดเลือกให้ได้รับรางวัล ในระดับกลุ่มจังหวัด กลุ่มละ 5 แผน รวม 45 แผน ซึ่งแผนธุรกิจที่ได้รับรางวัลที่ 1 ได้นำมาประกวดแข่งขันในระดับประเทศต่อไป

5.4 การสนับสนุนทางการเงินแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม⁴

5.4.1 การให้สินเชื่อแก่ SMEs โดยสถาบันการเงินของรัฐ

การให้สินเชื่อแก่ SMEs โดยสถาบันการเงินของรัฐ จำนวน 8 แห่ง มีเป้าหมายการให้สินเชื่อแก่ SMEs ตลอดปี 2546 เป็นจำนวนเงิน 109,250 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2546 สถาบันการเงินของรัฐต่างๆ สามารถให้สินเชื่อแก่ SMEs เป็นจำนวนเงิน 151,531 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 138.7 ของเป้าหมาย โดยมีจำนวน SMEs ที่ได้รับสินเชื่อ 263,116 ราย โดยมีรายละเอียดการให้สินเชื่อ ดังนี้

ตารางที่ 5.4 การให้สินเชื่อแก่ SMEs ของสถาบันการเงินในปี 2546

สถาบันการเงิน	เป้าหมายการให้สินเชื่อปี 2546 (ล้านบาท)	ผลการให้สินเชื่อ (ม.ค. - ธ.ค. 46)		
		จำนวน (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละของทั้งปี
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	30,000	6,197	27,372	91.24
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	29,000	3,117	52,115	179.70
บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT)	15,000	1,724	17,855	119.04
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	12,000	4,855	20,850	173.75
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)	9,500	180,751	10,370	109.16
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	5,000	595	9,081	181.62
ธนาคารออมสิน	5,000	65,288	4,724	94.48
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	3,750	589	9,164	244.37
รวม	109,250	263,116	151,531	138.70

หมายเหตุ : รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

⁴ รวบรวมโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(1) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แห่งประเทศไทย (ธพว.)

มีโครงการสนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ SMEs ในหลายประเภท ดังนี้

(1.1) สินเชื่อทั่วไป เพื่อช่วยเหลือในการจัดตั้ง การขยาย และการปรับปรุง
กิจการ และยกระดับมาตรฐานการจัดการของกิจการ

(1.2) สินเชื่อเครดิตการค้า

(1.3) สินเชื่อโครงการ/นโยบาย มีรายละเอียด ดังนี้

- เสริมจักรบส่งออก เป็นสินเชื่อเพื่อช่วยสร้างผู้ส่งออกรายใหม่ และเสริมสร้างสภาพคล่องผู้ส่งออกรายเดิมที่มีศักยภาพแต่ขาดหลักประกัน หรือมีประวัติ
และมีความสามารถและคำสั่งซื้อจากลูกค้าในมือ ให้มีเงินทุนในการปรับปรุงหรือ
ขยายกิจการให้ดำเนินต่อไปได้

- สินเชื่อค้ำปลีก - คำส่ง เป็นสินเชื่อเพื่อช่วยกิจการ SMEs ค้ำปลีก และ
คำสั่งที่มีศักยภาพ แต่ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนในการจัดซื้อสินค้าเพื่อจำหน่าย
ปรับเปลี่ยน ย้ายที่ตั้งกิจการ ขยายกิจการ หรือปรับปรุงรูปแบบดำเนินงาน

- สินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยว (ทั่วไป) เป็นบริการทางการเงินทั้งด้านการให้สินเชื่อ
และร่วมลงทุนแก่ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับ
การท่องเที่ยว เพื่อนำไปปรับปรุงธุรกิจด้วยการเติมความเป็นเอกลักษณ์ไทยใน
ท้องถิ่น ในอันที่จะทำให้เกิดศักยภาพในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
ดึงดูดใจให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก และสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้

- สินเชื่อ Fast Track เป็นสินเชื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสในการรับ
สินเชื่อโดยไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันและมีขั้นตอนการอนุมัติที่รวดเร็วกว่าปกติ
มีวงเงินตั้งแต่ 5 หมื่น - 5 แสนบาท ต่อราย ระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี โดยมีเป้าหมาย
เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจรากหญ้าและเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ตามนโยบาย
ภาครัฐ

- สินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยว เป็นสินเชื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสภาพคล่อง
แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากสงครามอิรัก - สหรัฐ และ
การระบาดของโรคซาร์ส มีวงเงินตั้งแต่ 3 แสน-5 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายเฉพาะ

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มสมาคมท่องเที่ยว 5 สมาคม ที่มีข้อตกลงกับธนาคาร

- บัตรดาวชนบท เป็นสินเชื่อเพื่อสนับสนุน SMEs ที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และกองทุนหมู่บ้าน ให้มีเงินลงทุนและเงินหมุนเวียนเพื่อก่อตั้ง ขยาย หรือปรับปรุงกิจการ

- Quick Factoring เป็นบริการเงินด่วนเพื่อเสริมสภาพคล่องทางการเงินแก่ธุรกิจ SMEs โดยใช้เอกสารการแจ้งหนี้ของลูกหนี้การค้าที่ผ่านกระบวนการวางบิลเรียบร้อยแล้วรอเรียกเก็บเงิน ซึ่งไม่ต้องรอครบกำหนดเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้การค้า ได้แก่ ใบแจ้งหนี้ (Invoice) สัญญาจ้าง ใบส่งของ ใบตรวจรับงาน และเอกสารประกอบอื่น เป็นต้น มาติดต่อขอเปลี่ยนเป็นเงินสดเพื่อนำกลับไปใช้หมุนเวียนทำธุรกิจต่อไป โดยไม่จำเป็นต้องใช้หลักประกันประเภทอสังหาริมทรัพย์ค้ำประกัน

- Food Safety Fund สนับสนุนเงินทุนแก่ SMEs ภาคอุตสาหกรรมอาหาร ให้สามารถดำเนินการปรับปรุงโรงงานเข้าสู่มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) เพื่อยกระดับอาหารที่ผลิตให้สามารถส่งขายได้ทั่วโลก โดยไม่ถูกกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้า

- สินเชื่อแฟรนไชส์ เป็นสินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในรูปธุรกิจแฟรนไชส์ ทั้งผู้ให้สิทธิ (Franchisor) และผู้รับสิทธิ (Franchisee) ให้มีเงินลงทุนเพื่อการเริ่มก่อตั้งกิจการ ขยาย และปรับปรุงธุรกิจ

ตารางที่ 5.5 การให้สินเชื่อ SMEs ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ในปี 2546

ประเภทสินเชื่อ	ผลการให้สินเชื่อ (ม.ค. - ธ.ค. 46)		
	จำนวน (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละของสินเชื่อรวม
1. สินเชื่อทั่วไป	957	10,674	39.00
2. สินเชื่อเครดิตการค้า	701	11,495	42.00
3. สินเชื่อโครงการ/นโยบาย	4,539	5,203	19.00
รวม	6,197	27,372	100.00

ที่มา : ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

(2) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

กำหนดเป้าหมายการให้สินเชื่อแก่ SMEs ปี 2546 เป็นจำนวนเงิน 29,000 ล้านบาท และให้สินเชื่อแก่ SMEs เป็นจำนวนเงิน 52,115 ล้านบาท จำนวนผู้รับสินเชื่อ 3,117 ราย แบ่งเป็นสินเชื่อโครงการต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 5.6 การให้สินเชื่อ SMEs ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในปี 2546

โครงการสินเชื่อ	ผลการให้สินเชื่อ (ม.ค. - ธ.ค. 46)		
	จำนวน (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ ของสินเชื่อรวม
ผู้ประกอบการชุมชน	22	167.00	0.32
ผู้ประกอบการส่งออก	21	2,638.50	5.06
ผู้ประกอบการทั่วไป	2,433	47,093.40	90.36
ผู้ประกอบการขนาดเล็ก	641	2,216.10	4.26
รวม	3,117	52,115.00	100.00

ที่มา : ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

จากตารางผลการให้สินเชื่อแก่ SMEs ของธนาคารกรุงไทย ธนาคารได้ให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการทั่วไปมากที่สุด จำนวน 2,433 ราย เป็นจำนวนเงิน 47,093.40 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 90.36 ของผลการให้สินเชื่อแก่ SMEs ทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ประกอบการส่งออก ผู้ประกอบการขนาดเล็ก และผู้ประกอบการชุมชน ตามลำดับ

(3) ธนาคารออมสิน

มีเป้าหมายการให้สินเชื่อแก่ SMEs ปี 2546 เป็นจำนวนเงิน 5,000 ล้านบาท และสามารถให้สินเชื่อแก่ SMEs ได้ จำนวน 4,723.41 ล้านบาท จำนวน SMEs 65,288 ราย มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.7 การให้สินเชื่อ SMEs ของธนาคารออมสิน ในปี 2546

ลักษณะของวิสาหกิจ		วิสาหกิจขนาดกลาง		วิสาหกิจขนาดย่อม		รวมจำนวน SMEs	
		จำนวน (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวน (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวน (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
ภาค	อุตสาหกรรม	9	31.76	167	159.21	176	190.97
การผลิต	เกษตรกรรม	4	3.00	1,291	355.84	1,295	358.84
ภาคการบริการ		125	260.75	1,231	1,405.88	1,356	1,666.63
ภาคการค้าส่ง		12	25.79	130	138.40	142	164.19
ภาคการค้าปลีก		6	7.48	62,313	2,335.30	62,319	2,342.78
รวม		156	328.78	65,132	4,394.63	65,288	4,723.41

ที่มา : ธนาคารออมสิน

จากตาราง จะเห็นได้ว่า ธนาคารออมสินมีผลการให้สินเชื่อแก่ SMEs ในภาคการค้าปลีกมากที่สุดถึง 62,319 ราย เป็นจำนวนเงิน 2,342.78 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 49.60 ของผลการให้สินเชื่อแก่ SMEs ทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าส่ง ตามลำดับ

ปัญหาอุปสรรคการให้สินเชื่อแก่ SMEs ของสถาบันการเงิน

- 1) มีการแข่งขันสูงระหว่างสถาบันการเงินในการให้สินเชื่อแก่ SMEs ที่มีศักยภาพดี
- 2) ผู้ประกอบการ SMEs มีหลักทรัพย์สำหรับค้ำประกันไม่เพียงพอ ถึงแม้จะมีหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ซึ่งให้บริการค้ำประกันสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ SMEs ที่ขาดหลักประกันก็ตาม แต่ยังมีข้อจำกัดหลายด้านที่ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ได้รับการอนุมัติการค้ำประกันจาก บสย.
- 3) ผู้ประกอบการ SMEs บางรายขาดความรู้และประสบการณ์ในเชิงธุรกิจ ทำให้สถาบันการเงินมีความเสี่ยงในการให้สินเชื่อ
- 4) ผู้ประกอบการ SMEs ขาดความโปร่งใสด้านการบริหารและด้านข้อมูลทางการเงิน

- 5) ผู้ประกอบการ SMEs บางรายยังเป็น NPL กับสถาบันการเงินอื่นที่ยังไม่ได้ทำการปรับปรุงโครงสร้างหนี้กับสถาบันการเงินนั้นๆ ทำให้ธนาคารไม่อาจพิจารณาให้สินเชื่อได้
- 6) วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการ SMEs ไม่ได้ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
- 7) ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ให้ความร่วมมือในการให้เอกสารประกอบการพิจารณาการให้สินเชื่อ

5.4.2 การร่วมทุนกับ SMEs

(1) กองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs (SME VC)

จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2542 เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่ SMEs ในรูปแบบของการร่วมลงทุน (Equity Participation) โดยเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาว เสริมสร้างการบริหารจัดการที่ดีภายในองค์กร (Good Corporate Governance) เช่น ระบบการเงิน ระบบการบริหาร สร้างรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจไทย โดยสนับสนุน SMEs ในภาคเศรษฐกิจที่สำคัญและมีศักยภาพสูงในเชิงพาณิชย์ ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของตลาดทุน (Capital Market) ซึ่งจะมีส่วนช่วยพัฒนาระบบการเงินไทยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

(1.1) สถานภาพของกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs

เป็นกองทุนประเภทปิด (Closed-end equity fund) ประเภทไม่รับซื้อคืนหน่วยลงทุน ในวงเงิน 1,000 ล้านบาท มีอายุกองทุน 10 ปี

(1.2) วัตถุประสงค์ของกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs

เพื่อเข้าร่วมลงทุนกับ SMEs กลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง SMEs กลุ่มเป้าหมายมีคุณสมบัติ ดังนี้

(1.2.1) เป็น SMEs ที่เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาและมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ เพื่อก่อให้เกิดความเข้มแข็งในโครงสร้างอุตสาหกรรมและภาคเศรษฐกิจหลักของ

ประเทศ โดยเป็น SMEs ที่มีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้

- มีการใช้เทคโนโลยีที่ยังขาดแคลนในประเทศ และเป็นเทคโนโลยีที่สามารถนำไปก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการประเภทอื่นได้
- มีนวัตกรรมในตัวสินค้าหรือบริการหรือในกระบวนการผลิตหรือกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น
- มีมูลค่าเพิ่มสูง หรือสูงกว่าสัดส่วนมูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยของธุรกิจประเภทเดียวกัน
- มีการสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ
- เป็นการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ
- ก่อให้เกิดการสร้างงานส่วนภูมิภาคและชนบทโดยไม่สร้างปัญหามลภาวะ
- ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงสายธุรกิจระหว่างต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะในส่วนที่ยังมีช่องว่างในประเทศ
- ก่อให้เกิดการแก้ไขปัญหามลภาวะ หรือเสริมสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- มีคุณลักษณะอื่น ๆ ที่คณะกรรมการเห็นชอบว่าสอดคล้องกับยุทธศาสตร์

(1.2.2) เป็น SMEs ทั่วไปที่มีศักยภาพสูงในเชิงพาณิชย์ แต่ไม่เข้าข่าย SMEs ที่ไม่พึงเข้าร่วมลงทุน

(1.3) ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs (SME VC)

ผลการดำเนินการของกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs ตั้งแต่เริ่มดำเนินการในเดือนกรกฎาคม 2543 ถึงเดือนธันวาคม 2546 ได้ร่วมลงทุนไปแล้วทั้งสิ้น 37 โครงการ เป็นจำนวนเงินร่วมทุน 364.81 ล้านบาท (ตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.8 ผลการดำเนินการกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนใน SMEs (SME VC) ในปี 2546

ผลการดำเนินงาน	แผน	ผล
จำนวนโครงการที่กองทุนเข้าร่วมลงทุน (ราย)	38	37
จำนวนเงินที่กองทุนเข้าร่วมลงทุน (ล้านบาท)	425.31	364.81

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(1.4) ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมลงทุน

(1.4.1) ปัญหาที่เกิดจากความเข้าใจของ SMEs เกี่ยวกับการร่วมลงทุน SMEs มีความเข้าใจเกี่ยวกับการร่วมลงทุนน้อย และยึดติดกับการกักเงินจากสถาบันการเงินมากกว่า โดยเห็นว่าการร่วมลงทุนกับผู้อื่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการบริหารงานเป็นเรื่องที่ยุ้งยากกว่าการกักเงิน โดยเฉพาะ SMEs ที่มีผลประกอบการที่ดี หรือมีผลกำไรสูง

(1.4.2) ปัญหาที่เกิดจากศักยภาพของโครงการและข้อกำหนดของกองทุน ซึ่งเป็นสาเหตุของการไม่สามารถเข้าร่วมลงทุนได้

- เกิดจากโครงการไม่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ ถึงแม้จะตรงกับคุณสมบัติตามยุทธศาสตร์ของการพัฒนา เช่น ธุรกิจมีผลกำไรต่ำ ตลาดมีการแข่งขันสูง SMEs ไม่มีความสามารถในการแข่งขัน ผู้บริหารไม่มีความรู้จริงในธุรกิจที่ตนทำ
- สัดส่วนการเข้าร่วมลงทุนและขนาดโครงการไม่เข้ากรอบนโยบายการลงทุน เพราะกองทุนมีนโยบายการลงทุนในสัดส่วนขั้นต่ำ 10% และสูงสุดไม่เกิน 50% ของทุนจดทะเบียน และลงทุนได้ไม่เกิน 25 ล้านบาท

(1.4.3) ปัญหาจาก SMEs

- ขาดความรู้และประสบการณ์ เพราะส่วนใหญ่ขยายธุรกิจมาจากธุรกิจครอบครัว
- ขาดลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- ขาดหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ และความไม่ซื่อสัตย์

(1.4.4) ปัญหาด้านกฎหมาย

- SMEs ที่เป็นบริษัทจำกัดไม่สามารถออกหุ้นกู้แปลงสภาพได้
- กองทุนไม่สามารถซื้อหุ้นในราคาต่ำกว่ามูลค่าที่ตราไว้ (Par Value)

(2) กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของธุรกิจไทย ภายใต้กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตามมติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี วันที่ 22 กรกฎาคม 2546 อนุมัติจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของธุรกิจไทย โดยการเข้าร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้วงเงินเบื้องต้น 5,000 ล้านบาท ซึ่งมีกรอบแนวทาง หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการร่วมลงทุน ดังนี้

(2.1) วัตถุประสงค์ (Objective)

(2.1.1) เป็นแหล่งระดมเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีศักยภาพการดำเนินธุรกิจ หรือ SMEs ที่อยู่ในข่ายการสนับสนุน และส่งเสริมตามยุทธศาสตร์แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเร่งด่วน เพื่อยกระดับขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของธุรกิจไทย

(2.1.2) สนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs โดยการเพิ่มทุน เพื่อให้สัดส่วนของหนี้สินต่อทุนของ SMEs อยู่ในอัตราที่เหมาะสม รวมทั้งสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านระบบบัญชี และอื่นๆ รวมถึงการจดทะเบียนสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) จนสามารถพัฒนาตนเองเข้าไประดมเงินทุน (Equity Financing) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

(2.1.3) สนับสนุน ส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม เข้าสู่ระบบอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งภาครัฐจะได้รับประโยชน์จากภาษีอากร และอื่น ๆ

(2.1.4) ช่วยสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาตลาดทุน (Capital Market) ของประเทศ ให้เกิดความเข้มแข็ง และเป็นกำลังสำคัญต่อการพัฒนาระบบการเงินของประเทศ

(2.1.5) กระตุ้นให้เกิดแนวคิดริเริ่มการจัดทำแผนงานและโครงการพัฒนาของภาคเอกชน โดยมีภาครัฐเข้าเป็นผู้ร่วมลงทุนที่ต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

(2.1.6) สนับสนุนสถาบัน หรือโครงการที่พัฒนา SMEs ให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2.2) เป้าหมายการร่วมลงทุน

เข้าร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประมาณ 400 รายต่อปี โดยมีกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย (Target Group) ดังนี้

- กลุ่มธุรกิจด้านการออกแบบและแฟชั่น (Fashion & Design Based)
- กลุ่มธุรกิจด้าน Software และ IT
- กลุ่มธุรกิจอาหารและสมุนไพร (Food & Herbs)
- กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์ (Automotive)
- กลุ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยว (Tourism)
- กลุ่มธุรกิจที่มุ่งสู่การส่งออก (Export Oriented)
- กลุ่มธุรกิจที่สนับสนุนการดำเนินงาน (Supporting Industry) ของกลุ่มธุรกิจข้างต้น
- กลุ่มโครงการสนับสนุนหรือเชื่อมโยง SMEs ตามนโยบายของรัฐบาล

(2.3) คุณลักษณะของกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย (Characteristic)

- เป็นวิสาหกิจที่เน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation)
- มีการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ๆ (Creativity)
- เน้นการพัฒนาทักษะ ความชำนาญ (Skill Base)
- มีผลตอบแทนในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economy Return)

(2.4) หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการร่วมลงทุน

เพื่อให้การอำนวยความสะดวกร่วมลงทุนในวิสาหกิจใดๆ เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับใช้ในกระบวนการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการที่เสนอขอรับการร่วมลงทุนทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) และเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยสามารถแบ่งประเด็นการศึกษาได้ดังนี้

• สถานภาพตามกฎหมายของวิสาหกิจ

วิสาหกิจที่กองทุนร่วมลงทุนจะพิจารณาเข้าร่วมลงทุน ต้องเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตามประกาศกฎกระทรวงอุตสาหกรรม และมีสถานะเป็นนิติบุคคลสัญชาติไทย ณ วันที่ยื่นขอรับการสนับสนุนเงินร่วมลงทุน มีการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ หรือเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมตัวจัดตั้งเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย รวมทั้งโครงการหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ตามแผนยุทธศาสตร์ SMEs ของประเทศ

• สถานภาพของวิสาหกิจ

- **ด้านการดำเนินงาน** เป็นการพิจารณาปัจจัยด้านเงื่อนไขระยะเวลาที่กิจการนั้นๆ ก่อตั้งมาเป็นเวลายาวนานเท่าใด หรืออยู่ในภาวะใดของอุตสาหกรรม (Industry Life Cycle) แนวโน้มของวิสาหกิจ และแนวโน้มของอุตสาหกรรมที่วิสาหกิจนั้นดำเนินการอยู่ (Industry Attractiveness)

- **ด้านการเงิน (Financial Statement)** ผลการดำเนินงานหรือฐานะของกิจการ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง เวลาใด เพื่อประเมินสถานภาพของวิสาหกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และวิเคราะห์โอกาสความเป็นไปได้ของโครงการที่จะเข้าร่วมลงทุน

• สถานภาพทางการเงิน

เมื่อเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ทางการเงิน เป็นการคาดการณ์ ผลการดำเนินงานของกิจการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (Financial Projection) ตามหลักการวิเคราะห์ด้านการเงินที่จำเป็น ภายใต้กรอบระยะเวลา ประมาณ 5 - 10 ปีข้างหน้า หรือตามความเหมาะสม โดยจะพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ ๆ ดังนี้

- อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) คำนวณกับการลงทุน
- สัดส่วนของหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม หรืออยู่ในระดับใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมนั้น ๆ

• สัดส่วนการเข้าร่วมลงทุน

จำนวนหุ้นหรือหุ้นบุริมสิทธิ์ ที่กองทุนเข้าถือครองในวิสาหกิจใด ๆ กำหนดให้มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 10 - 80 ของเงินทุนจดทะเบียน (ภายหลังการเข้าร่วมลงทุน) หรือจำนวนเท่าใด ขึ้นอยู่กับมติเห็นชอบของคณะกรรมการร่วมลงทุน โดยที่คณะกรรมการร่วมลงทุน อาจพิจารณาให้ผู้ประกอบการนำทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่ได้ดำเนินการจดทะเบียนลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตรถูกต้องตามกฎหมาย มาคำนวณเข้ามาเป็นส่วนของทุน (Equity) ได้

• ระยะเวลาการร่วมลงทุน

ระยะเวลาการร่วมลงทุน หรือ การถือครองหุ้น ของกองทุนมีระยะเวลาประมาณ 3 - 5 ปี หรือตามแต่คณะกรรมการร่วมลงทุนเห็นสมควร

• การถอนตัว (Exit) จากการร่วมลงทุน

สามารถดำเนินการได้ ดังนี้

- ผู้ประกอบการนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
- ผู้ประกอบการเดิมซื้อหุ้นคืนจากกองทุนร่วมลงทุน
- จำหน่ายหุ้นของกองทุนร่วมลงทุนให้กับนักลงทุนรายใหม่
- วิธีการอื่นใด ตามแต่คณะกรรมการร่วมลงทุนเห็นสมควร

5.4.3 การค้ำประกันสินเชื่อสำหรับ SMEs

ประเทศไทยมีสถาบันที่ทำหน้าที่ด้านการค้ำประกันสินเชื่อสำหรับ SMEs แห่งเดียว คือ บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ซึ่งเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐภายใต้การดูแลของกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นตาม “พระราชบัญญัติบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม พ.ศ.2534” เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2534 มีทุนจดทะเบียน 4,400 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยอุตสาหกรรมขนาดย่อมให้ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินจำนวนมากขึ้น ช่วยให้สถาบันการเงินมีความมั่นใจในการให้สินเชื่อแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมมากยิ่งขึ้น เร่งการกระจายสินเชื่อไปยังอุตสาหกรรมขนาดย่อมทั่วประเทศได้เร็วขึ้น และช่วยให้การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีรูปแบบการค้ำประกันต่างๆ ดังนี้

(1) การค้ำประกันโครงการปกติ

เป็นการค้ำประกันเต็มส่วนที่ขาดหลักประกัน และไม่เกินครึ่งหนึ่งของสินเชื่อรวมวงเงินค้ำประกันสูงสุดไม่เกิน 40 ล้านบาท

(2) การค้ำประกันโครงการความร่วมมือ (MOU)

เป็นการค้ำประกันให้กับสถาบันการเงินที่ทำข้อตกลงร่วมกับ บสย. และไม่เกินครึ่งหนึ่งของสินเชื่อรวม วงเงินค้ำประกันสูงสุดไม่เกิน 3 ล้านบาท มีรายละเอียด ความร่วมมือกับสถาบันการเงิน ดังนี้

(2.1) ความร่วมมือเกื้อกูลกันในการดำเนินธุรกิจระหว่าง บสย. กับ ธนาคารออมสิน

- ธนาคารออมสินจะพิจารณาเร่งปล่อยสินเชื่อแก่ SMEs และ บสย. จะร่วมมือพิจารณาให้การค้ำประกันสินเชื่อที่ขาดหลักประกัน
- ในกรณีที่ลูกค้าสินเชื่อรายใดไม่อยู่ในข่ายที่ธนาคารออมสินจะสนับสนุนได้ ธนาคารออมสินยินดีให้ บสย. ดำเนินการส่งต่อให้สถาบันการเงินอื่นพิจารณาให้สินเชื่อ โดยมี บสย. ค้ำประกันต่อไป

- ธนาคารออมสินและ บสย. จะร่วมมือกันในด้านการพัฒนาธุรกิจ เป็น ศูนย์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานของกันและกันให้แก่ SMEs ในพื้นที่ รวมถึง การแลกเปลี่ยนวิทยากรและการฝึกอบรม

(2.2) โครงการความร่วมมือระหว่าง บสย. กับสถาบันการเงินในการจัดสรร วงเงินค้ำประกันให้แก่ผู้กู้ การพิจารณาอนุมัติค้ำประกันจะอิงตามคำอนุมัติสินเชื่อ ของแต่ละสถาบันที่จัดทำบันทึกข้อตกลงกับ บสย. และ บสย. จะออกหนังสือ ค้ำประกันให้ภายใน 2 วัน ทำให้สามารถลดเอกสารประกอบคำขออนุมัติจาก ธนาคารลงร้อยละ 50 โดย บสย. จะค้ำประกันในวงเงินไม่เกิน 10 ล้านบาทต่อราย หรือไม่เกินครึ่งหนึ่งของวงเงินสินเชื่อรวม โดยมีสถาบันการเงินที่ร่วมมือกับ บสย. ดังนี้

- ธนาคารกสิกรไทย
- ธนาคารกรุงเทพ
- ธนาคารกรุงไทย
- ธนาคารไทยพาณิชย์
- ธนาคารดีบีเอส ไทยท努
- บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
- ธนาคารเอเซีย

(2.3) โครงการสนับสนุนเงินให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ SMEs ที่เป็น NPL ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) การสนับสนุน SMEs ที่เป็น NPL โดยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการเพื่อส่งเสริมการปรับปรุง โครงสร้างหนี้ของ ธปท. ซึ่งได้จัดทำโครงการนำร่องโดยคัดเลือก และจัดส่งลูกหนี้ SMEs ที่เป็น NPL แต่ยังมีศักยภาพในการดำเนินกิจการต่อไปได้ และได้เข้า กระบวนการปรับโครงสร้างหนี้ให้ บสย. พิจารณาค้ำประกันสินเชื่อใหม่ให้

(3) การค้ำประกันโครงการ Risk Participation

เป็นโครงการค้ำประกันสินเชื่อโดยการรับความเสี่ยงร่วมกับสถาบันการเงินที่ตกลงร่วมกัน โดย บสย. ค้ำประกันไม่ต่ำกว่าส่วนที่ขาดหลักประกันของสินเชื่อใหม่ โดยไม่เกินครึ่งหนึ่งของสินเชื่อรวม ทั้งนี้ บสย. รับผิดชอบในสัดส่วน 50% ของส่วนสูญเสียนใน 3 ปีแรก ในกรณีที่สถาบันการเงินจัดส่งลูกหนี้ที่มีประวัติการชำระหนี้ดีเป็นระยะเวลา 3 ปี บสย. จะปรับสัดส่วนความรับผิดชอบเพิ่มอีกปีละ 10% เป็น 60% ในปีที่ 4, 70% ในปีที่ 5 และสูงสุดไม่เกิน 80% ในปีที่ 6 มีรายละเอียด ดังนี้

(3.1) ความร่วมมือระหว่าง บสย. กับสถาบันการเงินภายใต้ระบบการให้สินเชื่อโดยมี บสย. ค้ำประกันในลักษณะรับความเสี่ยงร่วมกัน โดย บสย. กับ ธพว. ได้ร่วมลงนามข้อตกลงความร่วมมือในลักษณะร่วมรับความเสี่ยงร่วมกัน เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2546 ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ บสย. ขยายการประกันสินเชื่อด้วยการปรับระบบการค้ำประกันจากวิธีการเดิมที่ให้การค้ำประกันเป็นรายๆ เป็นการค้ำประกันสินเชื่อทั้งรายสาขาการผลิต หรือประเภทที่ตกลงร่วมกันตามสัดส่วนการค้ำประกันที่ตกลงกันในลักษณะร่วมรับความเสี่ยงหรือรับความเสี่ยงร่วมกัน เพื่อเป็นการรับประกันความเสี่ยงต่อจากสถาบันการเงินที่จะให้สินเชื่อใหม่ตามรายสาขาการผลิต หรือประเภทที่ตกลงร่วมกันแก่ SMEs

(3.2) โครงการสินเชื่อ Fast Track ของ ธพว. บสย. ได้ร่วมตอบสนองนโยบายของรัฐบาลโดยเข้าร่วมค้ำประกันสินเชื่อแก่ SMEs ที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเสริมสร้างผู้ประกอบการของหน่วยงานภาครัฐที่เป็นพันธมิตรที่ทำข้อตกลงไว้กับ ธพว. โดยมี บสย. ค้ำประกันในลักษณะรับความเสี่ยงร่วมกัน (Risk Participation) และจะให้การค้ำประกันสินเชื่อในสัดส่วนการค้ำประกันสูงสุดไม่เกินร้อยละ 50 ของวงเงินสินเชื่อรวมและสูงสุดไม่เกินรายละ 250,000 บาท โดยมีอัตราค่าธรรมเนียมการค้ำประกันเท่ากับร้อยละ 1.75 ของวงเงินที่ บสย. ค้ำประกัน

(4) รายงานสรุปผลการค้าประกันของ บสย. ประจำปี 2546
 ผลการค้าประกันของ บสย. ในปี 2546 ที่ผ่านมา แสดงในตารางที่ 5.9

**ตารางที่ 5.9 การให้การค้าประกันสินเชื่อของบริษัทประกันสินเชื่อ
 อุตสาหกรรมขนาดย่อม ในปี 2546**

รายละเอียด	จำนวน (ราย)	วงเงินค้าประกัน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. โครงการที่ได้รับการอนุมัติ			
- โครงการปกติ	137	1,133.953	26.02
- โครงการจัดสรรวงเงิน	983	3,060.996	70.24
- โครงการ NPL	12	53.371	1.22
- โครงการ Risk Participation	848	109.747	2.52
รวม	1,980	4,358.067	100.0
2. ภาระค้าประกัน ณ 31 ธันวาคม 2546	4,104	10,025,808,000	

ที่มา : บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม

ส่วนที่ 4

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ในเวทีต่างประเทศ

บทที่ 6

สรุปผลการประชุม APEC SME Ministerial Meeting ครั้งที่ 10

6.1 ความนำ

การประชุม APEC ในสาขา SMEs จัดเป็นเวที (Forum) หนึ่งที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะหลังวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศแถบเอเชียเมื่อปี 2540 SMEs ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีจำนวนมาก กระจายอยู่ทั่วประเทศเป็นแหล่งสร้างรายได้และการเติบโตเป็นเป้าหมายสำคัญของประเทศต่างๆ ในการผลักดันให้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคม รัฐมนตรีเอเปคและผู้แทนของเขตเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ออสเตรเลีย บรูไน ดารุสซาลาม คาแนดา ซิลี จีน ฮองกง (ฮ่องกงไชน่า) อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี มาเลเซีย เม็กซิโก นิวซีแลนด์ เปรู ฟิลิปปินส์ รัสเซีย สิงคโปร์ ใต้หวัน (ไชนีสไทเป) ไทย อเมริกา และเวียดนาม ได้ประชุมร่วมในระดับรัฐมนตรีเอเปค SMEs ครั้งที่ 10 ณ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย ระหว่างวันที่ 7-8 สิงหาคม 2546

หัวข้อหลักของการประชุม คือ “การสร้างความเข้มแข็งให้สังคมผู้ประกอบการในเอเปค” (Strengthening the APEC Entrepreneurial Society) เพื่อให้เขตเศรษฐกิจต่างๆ ได้ร่วมกันเสนอมาตรการในการสร้างผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในกลุ่มเศรษฐกิจกำลังพัฒนาซึ่งมีอัตราผู้ประกอบการต่อประชากรเพียง 1:120 เมื่อเทียบกับอัตรา 1:20 ในประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยมีหัวข้อย่อยในการประชุม คือ

- 1) การพัฒนาผู้ประกอบการ
- 2) การส่งเสริมธุรกิจ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย
- 3) การเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการ และขจัดปัญหาอุปสรรคของ SMEs ที่เป็นผู้ส่งออก

ในการนี้ รัฐมนตรีเอเปคได้ให้การรับรอง

- แผนปฏิบัติการในการสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) ในภูมิภาค APEC
- ความร่วมมือระหว่างเวทีเอเปค SMEs และเวทีเอเปคอื่นๆ (ได้แก่ เวทีเอเปคการค้า และ เวทีเอเปคมาตรฐานอุตสาหกรรม) ที่จะมีต่อไป
- การยอมรับความสำคัญของวิสาหกิจรายย่อย โดยจะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องผนวกไว้ในโครงการส่งเสริมที่จำเป็นเร่งด่วน ภายใต้คณะทำงาน (SME Working Group) ของเอเปค

6.2 เนื้อหาของข้อสรุปการประชุม

6.2.1 การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ เอเปค และ การพัฒนาผู้ประกอบการ

1. การสร้างสังคมผู้ประกอบการเป็นแกนหลักของการเติบโตของเขตเศรษฐกิจเอเปค เนื่องจากเป็นแหล่งในการสร้างผลผลิต บริการและการสร้างงานใหม่ ซึ่งอาจเห็นได้จากการมีธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันความเป็นพลวัตของสังคมผู้ประกอบการมีบทบาทเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาของ SME และวิสาหกิจรายย่อยเช่นกัน

2. ความหมายของผู้ประกอบการ นอกจากจะเป็นเพียงผู้ที่มีกิจการเป็นของตัวเอง ควรรวมไปถึงการเป็นผู้ที่มองเห็นความเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงเป็นโอกาส มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำธุรกิจ

3. เห็นชอบให้กระบวนการสร้างหุ้นส่วนระหว่างภาครัฐและเอกชนในการแก้ไขปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการใน APEC ซึ่งมีผู้ต้องการเริ่มธุรกิจใหม่ 240 ล้านคนในแต่ละปี แต่ยังมีขาดผู้ประกอบการที่มีทักษะและประสบการณ์ที่เพียงพอ

4. ระบบบ่มเพาะธุรกิจเป็นมาตรการที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะกรณีตัวอย่างของไต้หวัน ซึ่งได้จัด APEC Incubator Forum เมื่อต้นปี 2545 ประเทศสมาชิกควรใช้ผลลัพธ์ ของโครงการต่างๆ ใน APEC เพื่อช่วยพัฒนาระบบบ่มเพาะธุรกิจของตนเอง และสนับสนุนความพยายามของไต้หวันในการจัด Second APEC Incubator Forum ในปีต่อไป

5. สนับสนุนการจัด APEC SME Business Network Promotion Forum ที่ ญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการกระตุ้นเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจ และการสร้างโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ในภูมิภาค APEC

6. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครือข่ายระหว่าง ผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดเล็กและรายย่อย (MSME) กับองค์กรที่ให้การสนับสนุน ธนาคารสำหรับ MSME และองค์กรเกี่ยวข้องกับ MSME

6.2.2 ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการและสังคมผู้ประกอบการ

การสนับสนุนในระดับนโยบาย

7. ผู้ประกอบการเป็นผลที่เกิดจากการมีปัจจัยสิ่งแวดล้อมเกื้อหนุน ดังนั้นนโยบายมีส่วนสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยนโยบายที่สำคัญและควรได้รับการดูแลจากภาครัฐ คือ นโยบายด้านภาษี กฎหมายด้านแรงงาน นโยบายการแข่งขัน และการจดทะเบียนผู้ประกอบการ ซึ่งสมาชิกเอเปคควรร่วมมือกันเร่งรัดลดอุปสรรคต่างๆ ทางด้านนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ และการมีระเบียบที่ไม่เป็นการซ้ำเติมธุรกิจที่ล้มเหลว

8. นโยบายทางด้านภาษีมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาธุรกิจเริ่มต้นใหม่ ซึ่งนโยบายที่ไม่เหมาะสมจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการลงทุน ดังนั้นนโยบายที่เหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

การศึกษา และการฝึกอบรม

9. วัฒนธรรม (Culture) เป็นปัจจัยกำหนดจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อพิจารณาทัศนคติของผู้ประกอบการในกลุ่มเอเปค ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างสูง ผู้กำหนดนโยบายจะต้องมีบทบาทหลักในการดูแลการให้การศึกษากับฝึกอบรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา SMEs โดยเฉพาะการศึกษามีส่วนสำคัญในการพัฒนา SMEs

10. ผู้ประกอบการ ต้องการทั้ง “โอกาสทางธุรกิจ” และ “ความสามารถในการประกอบธุรกิจ” เพื่อที่จะประสบความสำเร็จ การศึกษา และการฝึกอบรมสามารถทำให้ผู้ประกอบการมีทั้งโอกาสและความสามารถที่จะประสบความสำเร็จ จึงควรมุ่งเน้นในเรื่องการให้ความรู้ความเข้าใจทางเศรษฐกิจ และโอกาสธุรกิจ และการพัฒนาทักษะ

บทบาทของนวัตกรรม

11. นวัตกรรมมีบทบาทที่สำคัญในการส่งเสริมการเกิดใหม่ของธุรกิจที่มี อัตราการเจริญเติบโตสูง และมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับระดับขีดความสามารถในการ แข่งขันของ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย และเนื่องจากระบบเศรษฐกิจต่างๆ มีแผนงานในการกระตุ้นให้เกิดการทำ R&D ของภาคธุรกิจเอกชน จึงมีความเป็นไปได้ในการริเริ่มโครงการทางด้านการพัฒนานวัตกรรมในภูมิภาค APEC ถ้าระบบเศรษฐกิจต่างๆ ปรับนิยามของ R&D ให้ครอบคลุมไปในประเภทธุรกิจ การออกแบบ และการบริการ

6.2.3 แนวทางด้านทุน (Capital Formation Initiatives)

12. สนับสนุนให้มีการเรียนรู้ร่วมกันในการสร้างตลาดทุนที่มีศักยภาพ และความเข้าใจของกิจการร่วมทุน ควรมีการแสวงหาทุนที่เหมาะสมกับ SMEs รวมทั้งการหาแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศ สำหรับการร่วมทุน (Venture Capital) และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยนโยบายการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน

13. เน้นถึงความจำเป็นในการพัฒนาตลาดทุนเพื่อส่งเสริมให้คนลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ และขยายธุรกิจมากขึ้น

- ในการสร้างตลาดทุน ประเทศต้องมีนโยบายที่สร้างความเชื่อมั่น ความโปร่งใส การแข่งขัน และการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้น

- ภาวะแวดล้อมดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ โดยการลดข้อบັงคับที่เป็นอุปสรรค การเพิ่มความโปร่งใสในการใช้มาตรฐาน ข้อบັงคับ และการทำธุรกรรมทางการเงิน และให้นักลงทุนและธุรกิจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้

14. ประเทศในกลุ่ม APEC สามารถส่งเสริมการร่วมลงทุน โดยให้การช่วยเหลือด้านภาษี ลดข้อบังคับภาครัฐ และให้โครงการลงทุนภาครัฐ - เอกชน บังคับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา สนับสนุนความรับผิดชอบในองค์กร และการลดการคอร์รัปชัน

15. ส่งเสริมการให้เงินสนับสนุน หรือส่งเสริมการจัดเวทีสัมมนาเกี่ยวกับการลงทุนและการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ เพื่อจุดประสงค์ด้านการให้ข้อมูลและการศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง Angle Clubs Venture Capital Conference และ Dinner Clubs เพื่อเป็น Angle Networks ต่อไป

16. ส่งเสริมให้ประเทศสมาชิกขยายการสนับสนุนเวทีสัมมนาเกี่ยวกับการลงทุนในภูมิภาค และสนับสนุนการประชุมหรือกิจกรรมเพื่อพัฒนาเครือข่ายในภูมิภาค ที่ซึ่งตลาดการร่วมทุนได้พัฒนาแล้วระดับหนึ่ง

- เพื่อสนับสนุนให้บริษัทร่วมทุนสามารถสร้างหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางยุทธศาสตร์ระหว่างกัน ในการฝึกอบรมและรับผู้จัดการทางธุรกิจที่สามารถเตรียมและวิเคราะห์แผนธุรกิจได้ และสร้างภาวะแวดล้อมของผู้ประกอบการในระดับท้องถิ่น

- หากประเทศสมาชิกจะสร้างกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการร่วมทุน รัฐมนตรีเห็นว่าควรอยู่ในรูปของหุ้นส่วนภาครัฐและเอกชน

6.2.4 การเงินสำหรับวิสาหกิจรายย่อยและการพัฒนาธุรกิจ และบริการ

17. การสนับสนุนทางการเงินสำหรับธุรกิจรายย่อยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นเครื่องมือในการลดการขาดแคลนทางการเงิน ซึ่งเป็นสิ่งที่วิสาหกิจรายย่อยในเอเปคเผชิญอยู่ การสนับสนุนทางการเงินของวิสาหกิจรายย่อยจะช่วยกระตุ้นการก่อให้เกิดรายได้ช่วยเหลือ ผู้ประกอบการในการสร้างรายได้ และช่วยเหลือให้วิสาหกิจรายย่อยสามารถพัฒนาตัวเองไปเป็นธุรกิจขนาดเล็กได้ต่อไป นอกจากนี้ ที่ประชุมยังสนับสนุนการพัฒนาภาคการเงินของวิสาหกิจรายย่อย โดยเตรียมความช่วยเหลือทางด้าน Micro Loan และบริการทางการเงินต่างๆ ซึ่งมีความยืดหยุ่นให้กับวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

18. การเชื่อมโยงระหว่างการเงินเข้ากับการพัฒนาธุรกิจเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการยกระดับพฤติกรรมในการเป็นผู้ประกอบการ ความเชื่อมโยงจะช่วยเพิ่มโอกาสของผู้ประกอบการในการที่จะดำเนินธุรกิจที่มีความสำเร็จ และเช่นเดียวกันสามารถที่จะเป็นลูกค้าที่ดีของระบบการเงินต่อไปได้

19. Micro Finance Institution (MFIs) มีบทบาทที่สำคัญในภาคการบริการทางการเงินเช่นเดียวกัน ในการที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพของ MFIs ในภูมิภาคเอเปคควรจะต้องมีความร่วมมือระหว่างเขตเศรษฐกิจในเอเปค ในการเพิ่มความเข้มแข็งให้กับ MFIs ซึ่งประกอบไปด้วย การแลกเปลี่ยนแนวทางความเป็นเลิศระหว่าง MFIs ต่างๆ ในภูมิภาคเอเปค

6.2.5 การเพิ่มศักยภาพและการลดอุปสรรคสำหรับ SMEs ที่เป็นผู้ส่งออก

20. การที่ SMEs จะมีบทบาทสำคัญในภาคการค้าในภูมิภาคเอเปค และการเพิ่มการพัฒนาทางเศรษฐกิจจะสามารถบรรลุผลได้ได้ผ่านการกระตุ้นให้ SMEs มีส่วนร่วมในตลาดส่งออก การลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อ SMEs และวิสาหกิจรายย่อยในการที่จะเข้ามาสู่ตลาดระหว่างประเทศ มีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการและเศรษฐกิจของประเทศ

21. กระตุ้นให้เขตเศรษฐกิจต่างๆ ให้ความช่วยเหลือ SMEs และผู้ประกอบการที่ต้องการจะขยายกิจการของตนเอง หรือเปิดกิจการใหม่ๆ ยังต่างประเทศ โดยการให้คำแนะนำปรึกษาและความช่วยเหลือทางการเงิน

แผนการสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพและการลดข้อจำกัด ที่เป็นอุปสรรคต่อ SMEs ที่เป็นผู้ส่งออกในอนาคต

22. ความสำเร็จในการกระตุ้นให้เกิดการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย การสร้างบรรยากาศที่ดีที่ผู้ประกอบการสามารถที่จะรายงานข้อมูลต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตต่อสาธารณะได้อย่างเป็นทางการ ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานทางเทคนิคและวิธีการที่จะนำไปใช้ร่วมกับมาตรฐานอื่นๆ กฎระเบียบและกฎหมายเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก นอกจากนี้ รัฐมนตรียังได้รับรองข้อเสนอของ USA ในการกระตุ้นให้เกิดความโปร่งใสและการร่วมกันใช้

ข้อมูลในเรื่องมาตรฐานและกฎระเบียบ โดยการจัดให้มี U.S. Standard Training Program for APEC SME Government Officials ณ กรุงวอชิงตัน ดี ซี ในปี 2004 ซึ่งรัฐมนตรีมีความยินดีที่จะรายงานผลของการประชุมครั้งนี้ต่อการประชุม APEC SME Ministerial Meeting ที่กรุงซานติเอโก ต่อไป

23. รัฐมนตรียังได้รับข้อเสนอ Brunei Darussalam ในการเป็นเจ้าภาพการประชุมเชิงปฏิบัติการในเรื่อง Reducing SMEs' Compliance Cost ในปี 2005

24. รัฐมนตรีรับรองข้อเสนอของออสเตรเลีย ในเรื่องการวิจัยเพื่อที่จะประเมินวิธีการตรวจสอบและระบุข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคของ SMEs ในกิจกรรมการส่งออก กระตุ้นให้เขตเศรษฐกิจสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการวิจัยนี้

6.2.6 แผนปฏิบัติการวิสาหกิจรายย่อยของเอเปค

25. ที่ประชุมตระหนักว่า ในปัจจุบันวิสาหกิจรายย่อยในเอเปคเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ความรู้และข้อมูลข่าวสาร
- สภาพแวดล้อมทางนโยบาย
- การเข้าถึงตลาด
- การเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- ทักษะพื้นฐาน และเทคนิคในการบริหาร
- การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะ ICT
- การมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง

26. ที่ประชุมได้รับรองแนวทางของแผนปฏิบัติการสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและรับรองแผนการทำงานประจำปีในเรื่องวิสาหกิจรายย่อย

- Indonesian Best Practices in Commercial Micro-Finance
- The Indonesian Project in Micro Finance , The Korean Project on Enabling a Micro-Enterprise Information Technology Environment
- งานวิจัยและการอภิปรายนโยบายในประเด็นเกี่ยวกับสถาบันการเงินในระดับประเทศ
- การนัดหมายสำหรับการประชุมครั้งต่อไป

บทที่ 7

เขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA)

7.1 ข้อตกลงเขตการค้าเสรีของไทย กับประเทศต่าง ๆ

เขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมาย เพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันให้เหลือน้อยที่สุดหรือเป็นศูนย์ และใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม การทำเขตการค้าเสรี ในอดีตมุ่งเน้นด้านการเปิดเสรีด้านสินค้า โดยการลดภาษีและอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีเป็นหลัก แต่เขตการค้าเสรีในระยะหลังๆ ได้รวมไปถึงการเปิดเสรีด้านบริการ และการลงทุนด้วย

เหตุผลของการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ของประเทศต่าง ๆ

- การเปิดการเจรจาการค้ารอบใหม่ของ WTO เป็นไปอย่างล่าช้าทำให้หลายประเทศหันมาทำเขตการค้าเสรีเพิ่มขึ้น
- จากการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของจีน ซึ่งจีนเป็นประเทศใหญ่ มีทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานจำนวนมาก มีตลาดภายในขนาดใหญ่ มีการผลิต การบริโภค และการส่งออกที่มีศักยภาพสูง แต่ละประเทศจึงต้องเร่งปรับนโยบายและยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน
- การทำเขตการค้าเสรีให้สิทธิพิเศษทางการค้าและการลงทุนแก่ประเทศที่เข้าร่วม
- การทำเขตการค้าเสรีเป็นวิธีหนึ่งในการสร้างพันธมิตรด้านเศรษฐกิจและการเมือง ตลอดจนใช้เป็นฐานในการขยายการค้าและการลงทุนไปยังประเทศที่อยู่ห่างไกลอีกด้วย

ประโยชน์ที่คาดว่าประเทศไทยจะได้รับ คือ

- มีการขยายการค้าและการลงทุนเพิ่มขึ้น
- ใช้เป็น Gate Way ไปสู่ประเทศใกล้เคียง
- เป็นการลดอุปสรรคด้านการค้าและการลงทุน ทั้งที่เป็นภาษีและมิใช่ภาษี
- สร้างพันธมิตรเพื่อร่วมมือกันด้านเศรษฐกิจ

ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการจัดทำเขตการค้าเสรี ได้แก่ ผู้ผลิต ซึ่งจะได้ประโยชน์จากการนำเข้าวัตถุดิบราคาถูก และทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง ผู้ส่งออกจะสามารถขยายตลาดและส่งออกได้มากขึ้น เนื่องจาก การลดภาษีและการลดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี, ผู้นำเข้า ซึ่งสามารถนำเข้าสินค้าจากแหล่งอื่นเพิ่มขึ้น และลดต้นทุนการนำเข้า และผู้บริโภคที่สามารถบริโภคสินค้าราคาถูกและหลากหลายมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ผลิตบางกลุ่มอุตสาหกรรมอาจได้รับผลกระทบในทางลบจากการทำเขตการค้าเสรี จึงจำเป็นต้องเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

ปัจจุบัน ไทยได้ดำเนินการเจรจาเพื่อจัดทำเขตการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ ทั้งในระดับทวิภาคีและภูมิภาค ซึ่งขณะนี้ มีทั้งประเทศที่ได้เจรจาและจัดทำกรอบความตกลงไปแล้ว ประเทศที่กำลังดำเนินการเจรจา และประเทศที่กำลังเริ่มหารือเบื้องต้น ในเกือบทุกภูมิภาคทั่วโลก รวมหลายประเทศ ได้แก่

ภูมิภาคเอเชีย ประกอบด้วย

- กรอบความร่วมมืออาเซียน - จีน ได้มีการลงนามกรอบความตกลงไปแล้ว โดยจะมีการลดภาษีสินค้ากลุ่มแรกภายใต้ Early Harvest Programme ในพิกัด 01 - 08 ได้แก่ สัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ อาหารทะเล นมและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จากพืชและสัตว์ ผักและผลไม้ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 และภาษีจะลดลงเหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2549

- ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย - จีน ได้มีการลงนามในความตกลงเร่งลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ ระหว่างไทย - จีน เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2546 สาระสำคัญของความตกลงครอบคลุมเรื่องการลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ทุกรายการ ตามพิกัดศุลกากรตอนที่ 07 - 08 (116 รายการ ตามพิกัดศุลกากร 6 หลัก) ให้เหลือ ร้อยละ 0 ภายในวันที่ 1 ตุลาคม 2546

- การเจรจาเขตการค้าเสรีไทย - อินเดีย มีการลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2546 ซึ่งมีสาระสำคัญ คือ การค้าสินค้า การเจรจาจะเริ่มต้นเดือนมกราคม 2547 ให้เสร็จภายในเดือนมีนาคม 2548 และภาษีจะลดเหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2553 การค้าบริการและการลงทุน ให้เปิด

เสรีในสาขาที่มีความพร้อมก่อน เริ่มเจรจาต้นเดือนมกราคม 2547 ให้เสร็จภายในเดือนมกราคม 2549 การลดภาษีสินค้าบางส่วนทันที (Early Harvest Scheme) จำนวน 84 รายการ ซึ่งจะลดภาษีแบบสัดส่วน โดยทยอยลดภาษีลงแต่ละปีในอัตรา ร้อยละ 50, 75 และ 100 ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2547 จนถึง 1 มีนาคม 2549

- การเจรจาเขตการค้าเสรี ไทย - ญี่ปุ่น อยู่ระหว่างการเจรจาทำความตกลง
- การเจรจาเขตการค้าเสรี ไทย - BIMST - EC ประกอบด้วยสมาชิก 7 ประเทศ ได้แก่ บังกลาเทศ ศรีลังกา อินเดีย ไทย พม่า เนปาล และภูฐาน ได้เริ่มมีการหารือเบื้องต้น
- ความตกลงว่าด้วยการเป็นพันธมิตรทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดระหว่างไทย - บาหลีเรน โดยมีการกำหนดกรอบการตกลงดังกล่าวไปแล้ว และได้มีการลดภาษีสินค้าในเบื้องต้น (Early Harvest) จำนวน 626 รายการ โดยมีอัตราภาษีอยู่ที่ ร้อยละ 0 และร้อยละ 3 และมีผลใช้บังคับ ตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2545 เป็นต้นไป

อเมริกาเหนือ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา โดยเริ่มต้นหารือระหว่างนายกรัฐมนตรีไทยและประธานาธิบดีสหรัฐฯ เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2546 ที่กรุงเทพฯ ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงที่จะทำ FTA ระหว่างกันโดยจะเริ่มเจรจาในช่วงกลางปี 2547 และเม็กซิโก ซึ่งได้เริ่มมีการหารือบ้างแล้ว

อเมริกาใต้ ได้ลงนามกับประเทศเปรูในกรอบความตกลงว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นระหว่างไทยและเปรู ระหว่างการประชุม APEC เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2546 ที่ประเทศไทย ส่วนบราซิลอยู่ในขั้นเริ่มหารือเบื้องต้น

โอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ โดยการเจรจาทำข้อตกลง การค้าเสรี ไทย - ออสเตรเลีย ได้เริ่มขึ้นตั้งแต่มีการประกาศร่วมกันระหว่าง นายกรัฐมนตรีของไทยและออสเตรเลีย เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2545 คณะเจรจาของทั้ง 2 ประเทศ ได้เริ่มเจรจาเมื่อเดือน สิงหาคม 2545 และได้จัดทำข้อตกลงเสร็จสิ้นแล้ว โดยข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลียมีการลงนามไป เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2547 และมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2548

แอฟริกา ตกลงกับ แอฟริกาใต้ในขั้นหารือเบื้องต้น

ยุโรป อยู่ในขั้นหารือเบื้องต้นกับสหภาพยุโรป

7.1.1 เขตการค้าเสรีไทย - จีน (Thai - China Free Trade Area)

(1) สาระสำคัญ

(1.1) การเจรจาจัดตั้งเขตการค้าเสรี ไทย - จีน เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2002 โดยแบ่งออกเป็น 2 กรอบ คือ 1) กรอบระดับภูมิภาค ซึ่งจะอยู่ภายใต้ขอบเขตของเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน 2) กรอบทวิภาคี เขตการค้าเสรีไทย - จีน ซึ่งจะดำเนินการภายใต้กรอบการค้าเสรี อาเซียน - จีน โดยจะมีผลการเปิดเสรีที่เร็วกว่ากรอบอาเซียน - จีน

(1.2) ไทย และจีน ได้ร่วมลงนามในความตกลงเร่งลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทย - จีน เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2546 ณ กรุงปักกิ่ง โดยมีสาระสำคัญของความตกลงคือ

- ลดภาษีสินค้าผักและผลไม้เหลือร้อยละ 0 ทันทีภายในวันที่ 1 ตุลาคม 2546
- สินค้าที่จะลดภาษีครอบคลุมสินค้าผักและผลไม้ทุกรายการภายใต้พิกัด 07 - 08 รวมทั้งสิ้น 116 รายการ
- กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้ากำหนดให้ใช้หลัก Wholly Obtained คือต้องเป็นที่สินค้าที่เพาะปลูก และที่เก็บเกี่ยวในประเทศ

(2) ความคืบหน้า

(2.1) ผลสรุปการค้าผักและผลไม้ (07 - 08) ไทย - จีน ในช่วงระยะ 5 เดือน (ต.ค. 46 - ก.พ. 47)

- มูลค่าการค้าสินค้าผักและผลไม้ที่มีการลดภาษีภายใต้กรอบของ FTA ในระยะ 5 เดือนภายหลังการทำ FTA พบว่า มูลค่าการค้ามีทั้งสิ้น 6,758.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 73.4 โดยสินค้าผัก เพิ่มขึ้นร้อยละ 42.4 และผลไม้เพิ่มขึ้นร้อยละ 164.7 ตามลำดับ

- ดุลการค้า ไทยมีดุลการค้าเกิน 1,529.9 ล้านบาท โดยเป็นระดับที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน โดยลดลงถึงร้อยละ 20.5 ซึ่งเป็นผลจากการขาดดุลการค้าในกลุ่มผลไม้

- การดำเนินงานในระยะต่อไปจะมีการเจรจาขยายขอบเขตสินค้าผักและผลไม้เพื่อเปิดการค้าเสรีเพิ่มขึ้น

(2.2) ข้อจำกัดและอุปสรรคที่ยังคงมีอยู่ภายหลังจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ได้แก่ 1) มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีมีอีกจำนวนมาก เช่น การตรวจสอบสารปนเปื้อนหรือสารตกค้างในผักผลไม้ของจีนใช้เวลาและซ้ำซ้อนกับไทย 2) กฎระเบียบต่างๆ ได้แก่ ขั้นตอนในการนำเข้า ผู้นำเข้าต้องมีใบอนุญาตทุกครั้งหรือประเทศจีนจะรับเฉพาะผลไม้จากสวนที่มีการจดทะเบียน ผู้นำเข้าต้องเป็นบริษัทของคนจีนเท่านั้น 3) การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มอีกร้อยละ 13 4) กฎเกณฑ์ของแต่ละมณฑลมีความแตกต่างกัน 5) ระบบสาธารณสุขไม่เพียงพอและไม่ดี เช่น ถนนไม่ดี ผลไม้ช้ำ ปัญหาการขนส่งทางเรือในแม่น้ำโขง โดยข้อจำกัดและอุปสรรคเหล่านี้ได้เริ่มมีการเจรจาแก้ไขและหาทางออกร่วมกันในเรื่องข้อติดขัดและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการค้าภายใต้กรอบ FTA ที่เริ่มตั้งแต่ ตุลาคม 2546 เป็นต้นมา

(3) ผลกระทบจากการทำการค้าเสรีไทย - จีน

(3.1) ด้านสินค้า

ผลกระทบด้านบวก

- สินค้าเกษตร ได้แก่ ผลไม้ ประเภท ทูเรียน มะม่วง เงาะ มังคุด ขยายตลาดได้มากเนื่องจากมีความต้องการสูง, ข้าว เพิ่มขึ้นตามที่จีนเพิ่มโควตาการนำเข้า และลดภาษีนำเข้านอกโควตาด้วย, มันสำปะหลัง เนื่องจากจีนผลิตไม่พอใช้และนำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 1 และยางพาราเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศจีน
- คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เป็นเพราะประเทศไทยสามารถนำเข้าชิ้นส่วนและส่วนประกอบได้ในราคาที่ถูกลง รวมทั้งผู้ผลิตไทยมีจุดเด่นด้านการส่งมอบ และการควบคุมคุณภาพ
- สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ไทยสามารถนำเข้าวัตถุดิบและส่วนประกอบต่างๆ ได้ในราคาที่ต่ำลง
- เครื่องหนัง ประเทศไทยอาจได้รับผลบวกถ้าสามารถเปลี่ยนไปผลิตสินค้าในระดับบนได้มากขึ้น

ผลกระทบด้านลบ

- สินค้าเกษตรบางชนิด ได้แก่ กระเทียม มีการแข่งขันด้านราคาสูง เนื่องจากกระเทียมจากประเทศจีนขายในราคาที่ถูกลงมาก, ผักสดเมืองหนาว ประเภท บร็อกโคลี่ คะน่ำ ถั่วลันเตา จะได้เปรียบตลาดทางภาคเหนือเนื่องจากมีราคาถูกมากกว่า

- ผลกระทบจากยาง จีนมีต้นทุนด้านยางพาราลดลงทำให้การผลิตผลิตภัณฑ์จากยางมีต้นทุนต่ำลงด้วย ซึ่งสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตไทยมากขึ้น

- คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ประเทศไทยเสียเปรียบจีนด้านค่าแรง

- เครื่องใช้ไฟฟ้า ในทำนองเดียวกันประเทศไทยเสียเปรียบจีนด้านค่าแรง

- สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ประเทศจีนได้เปรียบด้านวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานที่ถูกลง นอกจากนั้นปริมาณการผลิตของจีนมีจำนวนมากกว่าความต้องการในประเทศอีกด้วย

- เครื่องหนัง จีนมีการผลิตครบวงจรตั้งแต่ปศุสัตว์จนถึงผลิตภัณฑ์และมีค่าแรงที่ถูกลงมาก จีนผลิตเครื่องหนังระดับกลางถึงระดับล่างเช่นเดียวกับไทย

(3.2) ด้านบริการ

ผลกระทบด้านบวก ความร่วมมือทางเทคโนโลยีสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศ ช่วยให้การมีโครงการพัฒนาทรัพยากรบุคคล พัฒนาระบบฐานข้อมูล

ผลกระทบด้านลบ การท่องเที่ยว เป็นแหล่งรายได้ของจีน ซึ่งรัฐบาลจีนเร่งพัฒนาระบบสาธารณูปโภค และระบบขนส่ง และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก

(3.3) ด้านการลงทุน

ผลกระทบด้านบวก คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ มีโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะร่วมลงทุนกับผู้ผลิตในจีน

ผลกระทบด้านลบ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีแนวโน้มการลงทุนในจีนมากขึ้น โดยเฉพาะในยี่ห้อระดับนานาชาติมีการย้ายฐานการผลิตไปจีนเพิ่มมากขึ้น

7.1.2 ความร่วมมือหุ้นส่วนเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดระหว่างไทย - ญี่ปุ่น (Japan - Thailand Closer Economic Partnership : JTEP)

(1) สาระสำคัญ

ไทยและญี่ปุ่น ได้เห็นชอบให้มีการตั้งคณะทำงานหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย - ญี่ปุ่น เมื่อเดือนเมษายน 2545 ซึ่งดำเนินงานครอบคลุมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจทุกด้าน โดยให้มีการเปิดเสรีทั้งด้านสินค้า บริการ และการลงทุน รวมทั้งความร่วมมือในสาขาต่างๆ เช่น การเกษตร ป่าไม้ และประมง มาตรฐานการยอมรับร่วมกัน การท่องเที่ยว การบริการทางการเงิน การศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี พลังงานและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(2) ความคืบหน้า

คณะทำงานหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย - ญี่ปุ่น ได้เริ่มการเจรจาครั้งแรกเมื่อวันที่ 16 - 17 กุมภาพันธ์ 2547 ณ กรุงเทพฯ สรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้

(2.1) การค้าสินค้า ไทยเสนอการลดภาษีโดยแบ่งสินค้าเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรก ได้แก่ Early Harvest โดยจะลดภาษีเป็นร้อยละ 0 ทันทีที่ความตกลงมีผลบังคับใช้ กลุ่มที่สอง Normal List โดยไทยจะลดภาษีเป็นร้อยละ 0 ในปี พ.ศ. 2548 - 2555 และญี่ปุ่นจะลดภาษีเป็น ร้อยละ 0 ในปี พ.ศ. 2548 - 2550 และกลุ่มสุดท้าย Sensitive List โดยกรอบระยะเวลาในการลดภาษีและอัตราภาษีสุดท้ายของสินค้าในกลุ่มนี้จะขึ้นอยู่กับผลการเจรจา กรอบการลดภาษีดังกล่าวจะครอบคลุมสินค้าทุกประเภท

(2.2) แหล่งกำเนิดสินค้า ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบเงื่อนไขการพิจารณาแหล่งกำเนิดสินค้าใน 3 หลักการ ได้แก่ Wholly Obtained, Change in Tariff Classification (CTC) แต่ยังมีความแตกต่าง คือ ญี่ปุ่นเสนอให้ใช้ HS 4 หลัก ส่วนไทยเสนอให้ใช้ 6 หลัก และ Value-added Rule ซึ่งแตกต่างกับที่ญี่ปุ่นเสนอให้ใช้ สัดส่วนร้อยละ 60 ภายใต้โครงการ GSP และ Japan - Singapore Economic Partnership Agreement ส่วนไทยเสนอให้ใช้สัดส่วนร้อยละ 40 ตามอาเซียน และ CER - FTA ไทย - ออสเตรเลีย

(2.3) การค้าบริการ การหารือแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ Basic Principles และ Market Access โดยในส่วนแรกญี่ปุ่นได้เสนอเรื่องการได้รับสิทธิเท่าเทียมกันระหว่างประเทศคู่ค้า (MFN) และ Negative List Approach รวมทั้งเสนอให้มีข้อบทเรื่องความโปร่งใสของกฎระเบียบภายใน ส่วนไทยเสนอให้มีข้อบทเรื่องการใช้มาตรการปกป้องฉุกเฉิน Market Access ทั้งสองฝ่ายตกลงจะจัดทำ Consolidated Request เพื่อยื่นอย่างเป็นทางการต่อไป และให้การเจรจาด้านการเปิดตลาดและการเจรจา ข้อบท (Text) ดำเนินการไปพร้อมกัน

(2.4) ความร่วมมือด้านอื่นๆ ญี่ปุ่นต้องการให้ไทยมีความร่วมมือที่เข้มข้นมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายการแข่งขัน การค้าผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ และการส่งเสริมการค้าและการลงทุน

(3) ผลกระทบจากการทำเขตการค้าเสรีไทย - ญี่ปุ่น

การเจรจายังเป็นประเด็นกว้าง ยังไม่มีข้อตกลงในรายละเอียด การวิเคราะห์ผลกระทบพิจารณาจากภาพกว้างระหว่างการค้าไทย - ญี่ปุ่น เป็นพื้นฐาน

(3.1) ด้านสินค้า

ผลกระทบด้านบวก

- มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลจะขยายเพิ่มขึ้น
- ผลจากการนำเข้าสินค้าทุนในราคาที่ถูกลงและภาชนะนำเข้าลดลงเหลือร้อยละ 0 ทำให้ต้นทุนผลิตและราคาขายสินค้าไทยต่ำลงและมูลค่าส่งออกจะขยายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะหมวดเครื่องตีและยาสูบ สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย เครื่องหนัง อุปกรณ์ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์จากไม้ เหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์โลหะและโลหะอื่นๆ

ผลกระทบด้านลบ

- ไทยจะเสียเปรียบดุลการค้ากับญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น
- การผลิตสินค้าที่ใช้ทุนเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะหมวดเคมีภัณฑ์ ยางและพลาสติก จะลดลงเนื่องจากการปรับภาษีเหลือ ร้อยละ 0 ทำให้มีการนำเข้าจากญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น

7.1.3 กรอบความตกลงการร่วมมือทางการค้าไทย - สหรัฐอเมริกา (Framework Agreement on Establishing Free Trade Area between United States of America - Thailand)

(1) สาระสำคัญ

กรอบเจรจาที่สหรัฐอเมริกา จะนำมาใช้กับไทย มีความคล้ายคลึงกับข้อตกลงที่ทำไว้กับซีลีและออสเตรเลีย สำหรับภาคเกษตรและอุตสาหกรรม และคล้ายกับสิงคโปร์สำหรับภาคบริการ โดยเน้นครอบคลุมทุกสินค้า ในแต่ละสาขา (Comprehensive Agreement)

(1.1) ด้านสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มต้องการให้ไทยยกเลิกกำแพงการค้าทุกประเภท โดยเฉพาะสินค้าเกษตร ซึ่งไทยยังมีอัตราภาษีนำเข้าสูงถึงเฉลี่ยร้อยละ 24 เทียบกับสหรัฐอเมริกา ที่มีอัตราเพียงประมาณร้อยละ 7 และสหรัฐอเมริกาคาดหวังที่ต้องการให้ไทยยกเลิกการกีดกันสินค้า GMO ด้วย ขณะที่ท่าทีของสหรัฐอเมริกา ยังคงต้องการให้ไทยยอมรับการแทรกแซงตลาดในรูปแบบที่สหรัฐฯ ใช้อยู่ โดยเฉพาะการอุดหนุนภาคเกษตรที่สูงมากของสหรัฐอเมริกา

(1.2) ผลกระทบด้านบวก ได้แก่ ตลาดสหรัฐฯ มีขนาดใหญ่ ทำให้ช่องทางการส่งออกของไทยกว้างขึ้นมาก โดยเฉพาะกลุ่มสิ่งทอ เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์หนัง ผลิตภัณฑ์ไม้ ซึ่งสหรัฐฯ ยังมีอัตราภาษีสูงถึงร้อยละ 10 - 15

(1.3) ส่วนผลด้านลบ ได้แก่ สินค้าเกษตรของไทย อาจได้รับผลกระทบจากการเข้าแทรกแซงตลาดของสินค้าเกษตรจากสหรัฐฯ

(1.4) ด้านบริการและการลงทุน สหรัฐฯ ต้องการได้รับสิทธิพิเศษด้านการลงทุนต่อจากสนธิสัญญา Treaty of Amity and Economic Relations ซึ่งไทยให้สิทธินักลงทุนสหรัฐฯ เท่าเทียมนักลงทุนในประเทศ แต่สัญญาจะหมดอายุในปี 2548 โดยสหรัฐฯ อาจจะร้องขอเพิ่มไปถึงหมวดสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรคมนาคม

(1.5) ด้านทรัพย์สินทางปัญญา สหรัฐฯ อาจเรียกร้องให้ไทยเพิ่มการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญามากกว่าที่ WTO กำหนด ในรูปของ Trips plus อาทิ การขยายการคุ้มครองลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ จาก 50 ปี เป็น 70 ปี หรือสิทธิบัตรยา จาก 20 ปี เป็น 25 ปี ตามกรอบที่ทำไว้กับสิงคโปร์ และซีลี เป็นต้น

(2) ความคืบหน้า

(2.1) ประเด็นการเจรจาการค้าเสรีไทย - สหรัฐฯ เริ่มชัดเจนขึ้น หลังการมาเยือนของประธานาธิบดีสหรัฐฯ เพื่อร่วมประชุม APEC เดือนตุลาคม 2546 ซึ่งในขั้นตอนทางปฏิบัติของฝ่ายสหรัฐฯ สำนักตัวแทนการค้า (USTR) ของสหรัฐฯ ต้องแจ้งความจำนงต่อสภาคองเกรส อย่างน้อย 90 วัน ก่อนดำเนินการเจรจากับคู่ค้าอย่างเป็นทางการ

(2.2) กรณีของไทย USTR ได้แจ้งความจำนงที่จะทำ FTA กับไทย และเสนอต่อสภาคองเกรส เมื่อ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2547 โดยมี กำหนดการเจรจากับฝ่ายไทยในช่วงกลางปี 2547

(2.3) สหรัฐฯ ได้ทำข้อตกลง FTA กับประเทศคู่ค้าสำคัญอื่นๆ สำเร็จแล้ว 8 ประเทศ ได้แก่ แคนาดา เม็กซิโก อิสราเอล บาร์เรน จอร์แดน สิงคโปร์ ชิลี และออสเตรเลีย โดยสหรัฐฯ มีเป้าหมายการทำ FTA ให้ครอบคลุมถึง 50 ประเทศในโลก รวมทั้งประเทศในอาเซียนยกเว้น พม่า เวียดนามและกัมพูชา

(3) ผลกระทบจากการทำเขตการค้าเสรีไทย - สหรัฐอเมริกา

(3.1) ด้านสินค้า

ผลกระทบด้านบวก

- ไทยสามารถส่งสินค้าไปขายสหรัฐฯ ในอัตราภาษีศุลกากรที่ต่ำที่สุด และไม่มีโควตาอีกต่อไป
- สินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น ได้แก่ สิ่งทอ เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์หนัง ผลิตภัณฑ์ไม้ ได้รับประโยชน์ด้าน Trade Effect จากการลดภาษีและเป็นสินค้าที่ไทยได้เปรียบด้านต้นทุน
- สินค้าที่ใช้ทุนเข้มข้น เช่น ยานยนต์และชิ้นส่วน อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องจักร ได้รับประโยชน์ Cost Effect (ต้นทุนต่ำลง)
- ไทยได้เปรียบเชิงศักยภาพในตลาดสหรัฐฯ จากสินค้าประเภท เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ เครื่องรับโทรทัศน์ อาหารทะเลกระป๋อง กุ้งสดแช่แข็ง
- อุตสาหกรรมอาหารของไทยจะได้รับผลดี จากการลดทอนกฎหมายต่อต้านการก่อกองร้ายด้านอาหาร (กฎหมายดังกล่าวทำให้ต้นทุนการส่งออกอาหาร

ไปสหรัฐฯ สูงขึ้น 30 เท่า)

- ไทยสามารถลดปัญหาจากมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับสินค้ากุ้งแช่แข็งจากไทย

ผลกระทบด้านลบ

- ไทยอาจได้รับแรงกดดันจากสินค้าเกษตรของสหรัฐฯ หากสหรัฐฯ ไม่ยกเลิกการอุดหนุนสินค้าเกษตรอย่างจริงจัง

- เนื่องจากการแบ่งงานกันทำมีแนวโน้มที่ไทยเป็นเพียงผู้ผลิตเกษตรขั้นต้นและสินค้าเทคโนโลยีต่ำ ขณะที่สหรัฐฯ เน้นสินค้ามีมูลค่าเพิ่มสูง อาจทำให้ไทยเสียเปรียบใน Term of Trade

- สหรัฐฯ เป็นเจ้าตลาดเมล็ดพันธุ์ GMO กว่าร้อยละ 90 ของโลก อาจเข้าผูกขาดตลาดธัญพืชสำคัญของไทย เช่น ข้าว ข้าวโพด ฝ้าย ถั่วเหลือง

- สินค้าพื้นฐาน เช่น เหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์โลหะ สินแร่ อาจมีความต้องการเพิ่มสูงขึ้นจากความต้องการของอุตสาหกรรมยานยนต์และอุปกรณ์ไฟฟ้า

- สินค้าประเภท รถยนต์นั่งจากสหรัฐฯ บูห์รี่ และวัตถุดิบหลายชนิดสามารถเข้ามาแย่งตลาดในประเทศไทยได้มากขึ้นกว่าเดิม

- เนื้อไก่สหรัฐฯ มีโอกาสเข้ามาแย่งตลาดในประเทศไทยได้ เนื่องจากมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่ามาก

(3.2) ด้านบริการ

ผลกระทบด้านบวก ภาคธุรกิจบริการของไทยจะมีการปรับประสิทธิภาพอย่างรวดเร็วจากการแข่งขันกับธุรกิจร่วมทุนกับสหรัฐฯ

ผลกระทบด้านลบ ธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางและขนาดเล็ก ธุรกิจประกันภัย บริการขายตรง แฟรนไชส์ต่างๆ รวมทั้งตลาดเงินและตลาดทุน อาจถูกกลืนจากบริษัทร่วมทุนสหรัฐฯ มากขึ้น

สหรัฐฯ จะได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรีท่องเที่ยวเกี่ยวกับไทยอย่างเต็มที่ เพราะบริษัทนำเที่ยวของไทยเป็นธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งไม่สามารถแข่งขันกับบรรษัทข้ามชาติของสหรัฐฯ ได้

(3.3) ด้านการลงทุน

ผลกระทบด้านบวก การลงทุนในภาคการผลิตของสหรัฐฯ จะกระจุกตัวในหมวดสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น Electronic Chip, Medical Equipment และ

อุตสาหกรรมการผลิตยาและเคมีภัณฑ์ ซึ่งเป็น Knowledge Intensive ทำให้ไทยได้รับการถ่ายทอดทางเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น

ผลกระทบด้านลบ การเข้ามาลงทุนได้โดยเสรีของสหรัฐฯ จะเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมการลงทุนและกำหนดแนวทางพัฒนาผู้ผลิตภายในของไทยเอง

7.1.4 ความร่วมมือสองฝ่ายระหว่างไทย - สิงคโปร์

(Singapore - Thailand Enhanced Economic Relationship)

(1) สาระสำคัญ

ความร่วมมือระหว่างไทย และสิงคโปร์ได้เริ่มต้นในปี 2540 โดยนายกรัฐมนตรีของไทยและสิงคโปร์ได้เห็นชอบกรอบวิสัยทัศน์เรื่อง Singapore - Thailand Enhanced Partnership (STEP) ซึ่งเป็นเสมือนกรอบในการพัฒนาความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ระหว่าง 2 ประเทศในระยะยาว ต่อมาสิงคโปร์ได้เสนอกฎกรอบภายใต้ STEP เพื่อกำกับการขับเคลื่อนความร่วมมือทวิภาคีด้านเศรษฐกิจ โดยเสนอให้เรียกว่า STEER (Singapore - Thailand Enhanced Economic Relationship) เพื่อเกื้อหนุนให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศมีความใกล้ชิดมากขึ้นเสมือนคู่แฝดด้านเศรษฐกิจที่จะก้าวไปด้วยกัน โดยนำจุดแข็งของแต่ละประเทศมาใช้ในการกำหนดกรอบความร่วมมือระหว่างกันตามแนวทางที่ผู้นำประเทศเห็นพ้องภายใต้รูปแบบหนึ่งเศรษฐกิจสองประเทศ (One Economy, Two Countries)

(2) ความคืบหน้า

(2.1) ด้านสินค้า

- ได้มีการลงนามใน MOU เรื่อง Heat Processed Pork Products
- ไทยเสนอให้สิงคโปร์สนับสนุนทางด้านการตลาดแก่สินค้า OTOP ทั้งในตลาดสิงคโปร์และตลาดโลก

- ร่วมกันพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านศุลกากร และแลกเปลี่ยน ICT Best Practices

(2.2) ด้านการลงทุน

- ได้ลงนามใน MOU ในการพัฒนาศักยภาพของ SMEs

(2.3) ด้านบริการ

- ให้ความร่วมมือกันในการฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์
- ได้ลงนามใน MOU ด้านธุรกิจสปาด้วยกัน

(2.4) ด้านการท่องเที่ยว

- ได้มีการลงนาม MOU ด้านการท่องเที่ยวเพื่อร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน

(2.5) ด้านการบิน และขนส่ง

- ไทยได้ทำข้อตกลงเปิดเสรีคาร์โกกับสิงคโปร์ เพื่อส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวของทั้ง 2 ประเทศเมื่อ 25 ก.พ. 2547

(2.6) ด้านการเงิน

- ได้ลงนามใน MOU เพื่อพัฒนาตลาดหลักทรัพย์ร่วมกัน

(3) ผลกระทบจากการทำเขตการค้าเสรีไทย - สิงคโปร์

(3.1) ด้านสินค้า

- ได้มีการลงนามใน MOU เรื่อง Heat Processed Pork Product ส่งผลให้ไทยสามารถส่งออกไปยังตลาดสิงคโปร์ได้มากขึ้น
- การตลาด สินค้า OTOP ทั้งในตลาดสิงคโปร์และตลาดโลกขยายตัวสูงขึ้น

(3.2) ด้านบริการ

- ได้มีการลงนามใน MOU ในหลายประเด็นด้วยกัน ได้แก่ การดำเนินธุรกิจสปา, การฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์ การทำวิจัย และการสัมมนา, การส่งเสริมการท่องเที่ยว, การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง SET และ Singapore Exchange
- ดำเนินการทำข้อตกลงเปิดเสรีคาร์โกกับสิงคโปร์เพื่อส่งเสริม การขยายตัวของเศรษฐกิจในการส่งออกและนำเข้าของสองประเทศ

(3.3) ด้านการลงทุน

- การลงนามใน MOU เพื่อหาแนวทางความช่วยเหลือ SMEs ในการหาหุ้นส่วนทางธุรกิจและสร้างกรอบการพัฒนาศักยภาพของ SMEs ที่จะเข้าไปลงทุนทำธุรกิจในอีกประเทศส่งผลให้เกิดการขยายการลงทุน

7.1.5 การเจรจาจัดทำความตกลงว่าด้วยความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นระหว่างไทย - ออสเตรเลีย

(Australia - Thailand Closer Economic Relations Agreement : CET - FTA)

(1) สาระสำคัญ

เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2545 นายกรัฐมนตรีของไทยและออสเตรเลียได้ประกาศให้เริ่มเจรจาเพื่อจัดทำความตกลง Closer Economic Relations (CER) โดยมีขอบเขตกว้างกว่าการจัดทำ FTA ซึ่งนอกเหนือจะเป็นการเปิดเสรีด้านการค้าบริการและการลงทุน แล้วยังรวมถึงความร่วมมือทางเศรษฐกิจในสาขาต่างๆ และคาดว่าจะมีการลงนามความตกลงเขตการค้าเสรีทวีภาคระหว่างไทย - ออสเตรเลียที่ประเทศออสเตรเลีย และจะเริ่มลดภาษีตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548

(2) ความคืบหน้า

(2.1) ด้านสินค้า ออสเตรเลียตกลงจะลดภาษีเหลือ ร้อยละ 0 ทันที ในจำนวนร้อยละ 83 ของรายการสินค้าทั้งหมด ส่วนที่เหลือจะลด ร้อยละ 0 ภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2552) ขณะที่ไทยจะลดภาษีเหลือ ร้อยละ 0 ทันทีในจำนวน ร้อยละ 49 ส่วนที่เหลือจะลดภายใน 20 ปี (พ.ศ.2567) โดยมีเงื่อนไข คือ

ประเทศไทยจะทยอยลดภาษีในสินค้าที่มีความอ่อนไหว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม อุ่น ไรน์ ส้ม สิ่งทอ และเสื้อผ้า มันฝรั่งปรุงแต่ง เหล็ก สิ่งพิมพ์ โดยจะลดภาษีเหลือ ร้อยละ 0 ภายใน 10 ปี นับจากปี 2548

สินค้าที่มีความอ่อนไหวมาก ซึ่งได้แก่ เนื้อวัว นม ชา กาแฟ ข้าวโพด ไทยจะลดเหลือ ร้อยละ 0 ภายใน 15 ปี นับจากปี 2548

สินค้าที่มีความอ่อนไหวเป็นพิเศษ ได้แก่ นมผง จะลดเหลือ ร้อยละ 0 ภายในปี 20 ปี นับจากปี 2548 ซึ่งในระหว่างนั้นไทยสามารถกำหนดโควตานำเข้านมผงมาใช้ได้ โดยแต่ละปีสามารถอนุมัติเพิ่มโควตานำเข้าได้ไม่เกินปีละ ร้อยละ 10 จากปริมาณโควตาเดิม

(2.2) ด้านบริการและลงทุน

ไทยจะเปิดให้นักลงทุนจากออสเตรเลียเข้ามาจัดตั้งบริษัทหรือถือหุ้นได้

เกินร้อยละ 60 ในธุรกิจ 5 กลุ่ม ได้แก่ โรงแรม คอนเวนชัน ศูนย์นิทรรศการแสดงสินค้า (Exhibition) อุทยานสัตว์น้ำ ท่าเทียบเรือท่องเที่ยว (Marina)

ผ่อนคลายเงื่อนไขการให้บุคลากรไทยเข้าไปทำงานด้านบริการในออสเตรเลีย โดยทำข้อตกลงอนุญาตให้ทางออสเตรเลียจ้างงานคนไทยและคู่สมรสในอาชีพพ่อครัวที่ผ่านมาตรฐานการฝึกอบรมที่มีใบรับรองทำงานตามโครงการครัวไทยสู่โลกได้

ส่วนไทยเปิดให้ออสเตรเลียใช้เอเปค บิสซิเนส แทรเวล วีซ่า ขอทำงานในไทยได้โดยไม่ต้องขอใบแรงงานต่างด้าว (Work Permit) ประกอบการทำงาน

(2.3) มาตรการสุขอนามัย (SPS Measures) ได้จัดตั้งกลไกสำหรับดำเนินการแก้ไขปัญหาโดยกำหนดแผนงาน และกรอบระยะเวลาที่แน่นอน เพื่อให้สินค้าเกษตรของไทย สามารถเข้าตลาดออสเตรเลียได้ในวันที่ความตกลงฯ มีผลบังคับใช้

(2.4) กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (ROOs) มีการกำหนดสินค้าที่ถือว่าเป็นสินค้าที่ผลิตในไทยหรือออสเตรเลีย เพื่อจะได้รับประโยชน์จากการลดภาษี โดยใช้หลักการแปรสภาพอย่างเพียงพอ การเปลี่ยนพิกัด (CTC) หรือการกำหนดมูลค่าวัตถุดิบที่ใช้ในประเทศ (RVC)

(3) ผลกระทบจากการทำเขตการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลีย ด้านสินค้า

ผลกระทบด้านบวก

- ไทยจะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีเครื่องแต่งกายซึ่งทำให้ไทยสามารถแข่งกับคู่แข่งรายอื่น เช่น จีนได้มากขึ้น
- การแก้ไขข้อขัดแย้งด้านมาตรการสุขอนามัย ซึ่งไทยผลักดันให้มีการแก้ไขและนำไปสู่การส่งออกสินค้าเกษตรได้เพิ่มมากขึ้น
- ไทยสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ขนาดเล็กจากญี่ปุ่นได้

ผลกระทบด้านลบ

- ผลกระทบด้านลบ เช่น เนยแข็ง ลดภาษีเหลือ ร้อยละ 0 ภายใน 15 ปี จะปิดกั้นการเข้าสู่ตลาดของเกษตรกรไทยเนื่องจากการนำเข้ามากขึ้น และนมผงไขมันต่ำได้โควตาพิเศษส่งเข้าไทย
- ฟาร์มปศุสัตว์ เช่น เนื้อวัว จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเลี้ยงวัวของ

ไทย รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

- อุตสาหกรรมรถยนต์ ขนาดใหญ่สูงกว่า 3 ลิตร ลดภาษีจากร้อยละ 80 เหลือร้อยละ 30 ทันที และร้อยละ 0 ในปี 2010 อาจส่งผลให้ผู้บริโภคในประเทศหันไปซื้อรถยนต์ที่นำเข้าจากออสเตรเลีย

7.1.6 กรอบความตกลงว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจใกล้ชิดไทย - เปรู (Agreement on Closer Economic Partnership between the Republic of Peru and the Kingdom of Thailand)

(1) สาระสำคัญ

ไทยและเปรูได้ลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้น เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2546 ซึ่งจะเริ่มเจรจาตั้งแต่ต้นปี 2547 และคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2548 ทั้งนี้เขตการค้าเสรีไทย - เปรู จะมีผลสมบูรณ์ภายในปี 2558 สรุปสาระสำคัญครอบคลุม 3 ด้านหลักๆ ด้วยกันได้แก่ ด้านสินค้า บริการ การลงทุน และการขนส่ง ดังนี้

(1.1) การค้าสินค้า การลดภาษีจะครอบคลุมสินค้าทุกรายการ และจะลดเหลือร้อยละ 0 ภายใน ปี 2558 ยกเว้นสินค้าที่มีความอ่อนไหวจะพิจารณาเป็นรายการไป ซึ่งฝ่ายไทยเสนอว่าควรมีให้น้อยที่สุด

(1.2) การค้าบริการ ทั้งสองฝ่ายเห็นว่าควรเน้นด้านความร่วมมือและการอำนวยความสะดวกเพื่อให้มีการขยายการค้าบริการ เช่น การขนส่ง และการท่องเที่ยว เป็นต้น

(1.3) การลงทุน ขอบเขตการเจรจาว่าจะส่งเสริมการลงทุนระหว่างกัน ทั้งในด้านการร่วมมือและอำนวยความสะดวก

(2) ความคืบหน้า

เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2547 ได้มีการประชุมคณะเจรจาความตกลงฯ ไทย - เปรู ครั้งที่ 1 โดยมีสาระสำคัญโดยสรุปดังนี้

(2.1) กำหนดกรอบเจรจาสำหรับการเปิดเสรีด้านสินค้า โดยจะมีการเจรจาเปิดเสรีในทุกสินค้าและจะปรับลดภาษีในปี 2558 โดยสินค้าที่มีความอ่อนไหวพิเศษ

จะมีการพิจารณาเรื่องการลดภาษีเป็นรายการๆ ไป

(2.2) ตั้ง ad - hoc working group 3 กลุ่ม เพื่อเจรจาในรายละเอียด สำหรับการค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือต่างๆ ที่เห็นว่ามีมีความคาบเกี่ยวกัน การร่วมกันพิจารณาในเรื่อง Market Access SPS TBT และ Services and Investment

(2.3) ตั้ง ad - hoc working group อีกกลุ่ม เพื่อหารือเรื่องที่จะเจรจากันต่อไป

(3) สถานการณ์การค้าไทยและเปรูในปัจจุบัน

การค้าระหว่างไทยกับเปรูมีไม่มากนัก และยังมีอุปสรรคโดยมูลค่าการค้าในปี 2546 อยู่ในระดับ 55.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยขาดดุลการค้ากับเปรูมาโดยตลอดในช่วงปี 2542 - ปัจจุบัน และในปี 2546 ไทยขาดดุลการค้ากับเปรู 16.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(3.1) การส่งออก ในปี 2546 ไทยส่งออกไปเปรู มูลค่า 19.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 13.8 โดยสินค้าส่งออกสำคัญ 10 อันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 17 ของการส่งออกของไทยไปยังเปรู

(3.2) การนำเข้า ในปี 2546 ไทยนำเข้าจากเปรู มูลค่า 36.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 12.4 โดยการนำเข้าสินค้าจากเปรูยังมีความผันผวนอยู่มาก โดยสินค้านำเข้าสำคัญ 10 อันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 98.9 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ที่สำคัญ ได้แก่ สินแร่อื่นๆ และเศษโลหะ ไขมัน และน้ำมัน

(4) ผลกระทบเขตการค้าเสรีไทย-เปรู

(4.1) ด้านสินค้า

ผลกระทบด้านบวก

- รถยนต์ : การส่งออกจะขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่อาจจะมีต้นทุนด้านการขนส่งเนื่องจากเปรูมีระยะทางไกลและต้องผ่านประเทศที่ 3

- อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ : จะมีต้นทุนที่ถูกลงจากต้นทุนปลาป่นลดลง และต้นทุนด้านหัวเหลืองและข้าวโพดที่นำเข้าจากเปรูถูกลงด้วย

- เครื่องใช้ไฟฟ้า : ขยายตัวเพิ่มขึ้น สินค้าที่แปรูนำเข้าในระดับสูง ได้แก่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เตอบไมโครเวฟ ซึ่งไทยเป็นฐานการผลิตใหญ่มีการผลิตสินค้าคุณภาพ
- สินแร่โลหะ เศษโลหะ เช่น เงิน ทองแดง ทองคำ เหล็ก ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตจะมีต้นทุนต่ำลง

ผลกระทบด้านลบ

- อัตราภาษีสินค้านำเข้าประเภทปลาป่นของไทย ลดลงจากร้อยละ 15 เหลือร้อยละ 0 ทำให้จะถูกแข่งขันด้วยปลาป่นจากเปรู

(4.2) ด้านบริการ

ผลกระทบด้านบวก

- ด้านการขนส่ง : ไทย - เปรู เตรียมจัดตั้งศูนย์กลางการบินระหว่างประเทศ โดยมีการเพิ่มสายการบินไปลงที่เปรูเพิ่มมากขึ้น
- ด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม : โดยเปรูจะเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว การก่อสร้าง ซึ่งจะทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และการบินขยายตัว

(4.3) ด้านการลงทุน

- ยังไม่ชัดเจนเนื่องจากการลงทุนระหว่างไทย - เปรูอยู่ในระดับต่ำ

7.1.7 กรอบความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย - อินเดีย

(Framework Agreement on Establishing Free Trade Area between the Republic of India - Thailand)

(1) สาระสำคัญ

เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2546 ได้มีการลงนามกรอบความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไทย - อินเดีย มีสาระสำคัญ 2 ประการคือ

(1.1) การเปิดเสรี การค้าสินค้า บริการ และการลงทุน (Free Trade Area) : ลดภาษีสินค้าทุกรายการเหลือร้อยละ 0 ลดและยกเลิกข้อกีดกันที่มีใช้ภายในปี 2553 กำหนดมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน เช่น การปรับระเบียบพิธีการศุลกากรให้สอดคล้องกัน และการจัดทำกรอบมาตรฐานร่วม (Mutual Recognition Arrangement : MRA)

(1.2) การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Economic Co-operation) : เน้นสาขาที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การท่องเที่ยว การสาธารณสุข การเงินและการธนาคาร และการก่อสร้าง

(2) ความคืบหน้า

(2.1) สินค้าในรายการเร่งลดภาษี (Early Harvest Scheme : EHS) ได้มีมติเลื่อนระยะเวลาการลดภาษีสินค้า EHS จำนวน 84 รายการ จากมีนาคม 2547 เป็นกรกฎาคม 2547 เนื่องจากทั้งสองฝ่ายยังไม่สามารถตกลงกันได้ในเรื่อง กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า อินเดียเห็นว่าสินค้าบางประเภทควรใช้วัตถุดิบในประเทศร้อยละ 100 โดยเฉพาะสิ่งทอและเสื้อผ้า

(2.2) ด้านบริการและการลงทุน (การเปิดเขตการบินเชิงพาณิชย์เสรี) อินเดียแสดงความสนใจข้อตกลงเปิดเสรีคาร์โก้ (ที่ไทยทำกับสิงคโปร์) แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีข้อตกลงหรือเซ็นสัญญาใดๆ ระหว่างไทย - อินเดีย สำหรับบริการและการลงทุนด้านอื่นๆ นั้น คณะกรรมการเจรจาการค้าไทย - อินเดียมีแผนจะเจรจาในรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินการเปิดเสรีการค้า การค้าบริการ และการลงทุน โดยกำหนดให้สรุปผลการเจรจาเปิดเสรีภายในไตรมาสแรกของปี 2548

(2.3) มาตรการรองรับ/ช่วยเหลือ อุตสาหกรรมในประเทศ รัฐบาลไทยควรพิจารณาหากลยุทธ์การแข่งขันหรือมาตรการรองรับหากการเปิดเขตการค้าเสรีไทย - อินเดียก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อภาคอุตสาหกรรมไทย

(3) ผลกระทบจากการทำเขตการค้าเสรีไทย - อินเดีย

(3.1) ด้านสินค้า

ผลกระทบด้านบวก

- ส่งเสริมการค้า การลงทุนระหว่างกันให้สูงขึ้น
- เป็นช่องทางสำคัญในการขยายตลาดไปสู่ประเทศอื่น ในภูมิภาคเอเชียใต้
- สินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก และได้รับประโยชน์จากการลดภาษีนำเข้า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ ยานยนต์

ผลกระทบด้านลบ

- สินค้าที่อินเดียมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่า ต้นทุนต่ำกว่า เช่น อัญมณี เหล็ก แร่โลหะเคมีภัณฑ์ สินค้าเกษตร เวชกรรม และเภสัชกรรม
- สินค้าที่อินเดียเริ่มมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นเนื่องจากต้นทุนภาษีต่ำลง เช่น เครื่องหนัง สิ่งทอ

(3.2) ด้านบริการ

ผลกระทบด้านบวก

- การเปิดเขตการบินเสรีเชิงพาณิชย์ระหว่างกัน
- การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การลงทุนที่อินเดียมีความก้าวหน้า เช่น ซอฟต์แวร์

7.1.8 กรอบความตกลงว่าด้วยการเป็นพันธมิตรทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดระหว่างไทย - บาห์เรน

(Framework Agreement on Bahrain-Thailand Closer Economic Partnership - CEP)

(1) สาระสำคัญ

ครอบคลุมความสัมพันธ์ของเศรษฐกิจทุกด้าน สาระสำคัญของ “กรอบความตกลงฯ” ประกอบด้วย

(1.1) การเปิดเสรี การค้าสินค้า บริการ และการลงทุน (Free Trade Area)

(1.2) การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Economic Co-operation) เช่น พลังงาน การเงินการธนาคาร การประกันภัย การประมง และการยอมรับในมาตรฐานสินค้าระหว่างกัน เป็นต้น

(1.3) แนวทางการเจรจามุ่งให้มีผลในการลดภาษีศุลกากรให้เสร็จก่อน จึงจะมีการเจรจายละเอียดในเรื่องอื่นต่อ ได้แก่ ลดภาษีสินค้าส่วนที่เหลือ มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการเปิดเสรีบริการและการลงทุน

(1.4) รายการสินค้า Early Harvest 626 รายการ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ภายใน 1 มกราคม 2548 คาดว่าอุตสาหกรรมการผลิตส่วนใหญ่ของไทยจะได้รับผลกระทบทางบวก

(1.5) กลุ่มสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกและมีแนวโน้มขยายตัวส่งออกไปยังบาหลีเรนสูง ได้แก่ เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องจักรกล รถยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์พลาสติก สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์รองเท้า เครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ

(1.6) กลุ่มสินค้า/วัตถุดิบที่ไทยต้องนำเข้าอยู่แล้ว การลดภาษีทำให้ต้นทุนลดลง ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป และก๊าซธรรมชาติ

(1.7) ด้านบริการและการลงทุน การเปิดเสรีการค้าและบริการในสาขาต่างๆ ยังอยู่ระหว่างการเจรจา โดยในเบื้องต้น ฝ่ายบาหลีเรนให้ความสนใจ ด้านการเงิน บริการ สาธารณสุข เทคโนโลยีสารสนเทศ การขนส่งและโทรคมนาคม ส่วนฝ่ายไทยให้ความสนใจ ด้านธุรกิจบริการ การก่อสร้าง การศึกษา บริการสาธารณสุข การท่องเที่ยวและนันทนาการ

(2) ความคืบหน้า

ด้านบริการและการลงทุน (การร่วมทุนในสถาบันการเงิน) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2547 บาหลีเรนแสดงความสนใจร่วมลงทุนกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (ก่อตั้งขึ้นเมื่อกลางปี 2546) แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีข้อตกลงหรือความคืบหน้าใดๆ ในการร่วมทุนดังกล่าว

(3) ผลกระทบจากการทำเขตการค้าเสรีไทย - บาหลีเรน ด้านสินค้า

ผลกระทบด้านบวก

- สินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกและได้รับประโยชน์จากการลดภาษีนำเข้า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ยานยนต์
- กลุ่มสินค้า และวัตถุดิบที่ไทยต้องนำเข้าอยู่แล้ว เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ จะมีราคาถูกลง

7.1.9 กรอบความตกลงการร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน - อินเดีย (Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between the Association of Southeast Asian Nation and Republic of India)

(1) สาระสำคัญ

(1.1) กรอบความตกลงฯ ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน - อินเดีย มีสาระสำคัญคล้ายคลึงกับกรอบความตกลงร่วมมือระดับทวีปาคี คือ 1) การเปิดเสรีการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน (Free Trade Area) 2) การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Economic Co-operation)

(1.2) แนวทางการเจรจา และระยะเวลาของการเจรจา

- สินค้าในรายการเร่งลดภาษี (Early Harvest Package : EHP) กำหนดเจรจา ตุลาคม 2546
- ระยะเวลาการเปิดเสรีสินค้า : กำหนดเจรจา มกราคม 2547 - มิถุนายน 2548
- ระยะเวลาการเปิดเสรีการค้าบริการและการลงทุน กำหนดเจรจา ปี 2548 - 2550
- วิธีการลดภาษีและกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า กำหนดเจรจา กรกฎาคม 2547

(1.3) การประชุมเมื่อตุลาคม 2546 ทั้งสองฝ่ายลงนามใน “กรอบความตกลงฯ” ผลการประชุมเบื้องต้น มีดังนี้

- กำหนดรายการสินค้า EHP : จำนวน 105 รายการ ประกอบด้วย สินค้าเกษตร ได้แก่ ปลา โกงโก้ สับปะรด สินแร่ เคมีภัณฑ์ เครื่องยนต์ เครื่องจักร เตาปฏิกรณ์นิวเคลียร์ ไม้และกระดาษ
- กำหนดระยะเวลาการลดภาษี : ภายในปี 2547 และทยอยลดเหลือร้อยละ 0 ภายใน ปี 2549
- กำหนดให้เขตการค้าเสรีมีผลบังคับใช้ : ภายในปี 2550 สำหรับประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ และปี 2553 สำหรับประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ 4 ประเทศ

(1.4) ผลกระทบการค้าอาเซียน - อินเดีย ในปี 2543 อาเซียนส่งสินค้าไป

อินเดียมูลค่า 6,182.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.9) สินค้าส่งออก ร้อยละ 65 ประกอบด้วย เตาปฏิกรณ์นิวเคลียร์และบอยเลอร์ น้ำมันพืช น้ำมันดิบ เครื่องใช้ไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ และพลาสติก ขณะที่มูลค่านำเข้า 2,978.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น ร้อยละ 43) สินค้านำเข้าหลัก คือ เตาปฏิกรณ์นิวเคลียร์ และ บอยเลอร์ รองลงไปคือ อัญมณีและเครื่องประดับ อะลูมิเนียม เหล็กและเหล็กกล้า และฝ้าย อาเซียนมีแนวโน้มได้ดุลการค้าจากอินเดียสูงขึ้น โดยปี 2543 เอเชียได้เปรียบดุลการค้ากับอินเดีย 3,204.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(2) ความคืบหน้า

กรอบความตกลงการร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน - อินเดีย ผลการประชุม ครึ่งล่าสุดเมื่อ ตุลาคม 2546 ได้กำหนดรายการสินค้าในรายการเร่งลดภาษี (Early Harvest Package : EHP) จำนวน 105 รายการ ขั้นตอนต่อไป คือ กำหนดระยะเวลา การเปิดเสรี อย่างไรก็ตามเดิมเคยกำหนดไว้ว่าจะเจรจาเมื่อ มกราคม 2547 - มิถุนายน 2548 แต่ ณ มีนาคม 2547 ยังไม่มีการเจรจา

7.1.10 เขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN - China Free Trade Area)

(1) สาระสำคัญ

ผู้นำอาเซียน-จีน ต่างเห็นชอบต่อกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างกัน โดยเสนอให้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน ภายในระยะเวลา 10 ปี โดยการเจรจาความตกลงในเรื่องการลดหรือยกเลิกภาษี และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะเริ่ม ในปี 2546 และให้เสร็จสิ้นประมาณ 30 มิถุนายน 2547 โดยในส่วนของ การค้าสินค้า มีข้อตกลงการค้าเสรีระบุให้มีการรวมเรื่องการให้สิทธิประโยชน์ระหว่างกันในด้านที่ มีความพร้อมก่อนการเปิดเสรีการค้า ในสินค้าและบริการพิกัด 01 - 08 โดยเริ่มเมื่อ 1 มกราคม 2547 และให้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน สำหรับสินค้าให้ เสร็จสิ้นภายในปี 2553 สำหรับอาเซียนเดิม 6 ประเทศ และ ปี 2558 สำหรับประเทศ สมาชิกใหม่อาเซียน การค้าบริการและการลงทุน การเจรจาเริ่มปี 2546 และจะให้ ดำเนินการให้เสร็จโดยเร็ว โดยให้มีการพิจารณาถึงสาขาที่มีความอ่อนไหวง่ายของ ทั้ง 2 ฝ่ายด้วย

(2) ความคืบหน้า

(2.1) การเจรจาด้านการค้าสินค้า

การลดภาษีสินค้าพิกัด 01 - 08 ดำเนินการลดภาษีภายใต้กรอบ Early Harvest Program ซึ่งเป็นการเร่งเปิดเสรีในสินค้าเกษตรภายใต้พิกัด 01 - 08 และสินค้าเฉพาะ (Specific products) ภายใน 3 ปี (2547-2549) โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2547

การลดภาษีสินค้าพิกัด 09 - 97 ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนมีความคืบหน้าดังนี้

- Normal Track กำหนดให้สินค้าที่มีอัตราภาษีมากกว่าร้อยละ 20 ต้องลดให้เหลือร้อยละ 20 ในปี 2548 และเหลือร้อยละ 0 ในปี 2553 โดยสินค้าบางรายการสามารถขอยืดหยุ่นไปจนถึงปี 2555

- Sensitive Track ในส่วนนี้กำลังอยู่ในระหว่างการเจรจารูปแบบที่จะลดภาษีระหว่างกัน

(2.2) การเจรจาด้านการบริการ

ให้เป็นการเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไปในสาขาที่ประเทศสมาชิกมีความพร้อม ซึ่งต้องมีการเปิดตลาดมากกว่าที่ได้ตกลงกันใน WTO ซึ่งความตกลงการค้าบริการนี้ควรครอบคลุมทุกสาขา และมีการจัดทำข้อผูกพันการเปิดตลาดเพื่อให้สมาชิกสามารถใช้มาตรการปกป้องฉุกเฉินได้ โดยมีเป้าหมายให้การร่างความตกลงเสร็จสิ้นในปี 2547

(2.3) การเจรจาด้านการลงทุน

ยังอยู่ในระหว่างพิจารณาจัดทำร่างความตกลงด้านการลงทุน ซึ่งจะครอบคลุมในด้านการส่งเสริมการลงทุน การคุ้มครองการลงทุน และการเปิดเสรีด้านการลงทุน

7.2 ข้อสรุปการเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลีย และผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อ 30 พฤษภาคม 2545 นายกรัฐมนตรีของไทยและออสเตรเลียได้ประกาศให้เริ่มเจรจาทำความตกลง Closer Economic Relations (CER) โดยจะมีการลงนามความตกลงเขตการค้าเสรีเมื่อ 5 กรกฎาคม 2547 และให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 ความตกลงฉบับนี้ เป็นความตกลงที่มีขอบเขตกว้างขวาง (Comprehensive Agreement) ครอบคลุมในเรื่องการเปิดเสรีด้านการค้าสินค้า บริการและการลงทุน และรวมถึงความร่วมมือทางเศรษฐกิจในสาขาต่างๆ

ดังนั้นส่วนนี้จะกล่าวถึง ภาพรวมการค้าระหว่างไทยและออสเตรเลีย และฉายภาพบทบาทของ SMEs ในการทำการค้ากับออสเตรเลีย การรายงานประเด็นสำคัญของข้อตกลง รวมทั้งผลกระทบทั้งด้านบวกและลบที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ SMEs ไทย

7.2.1 การค้าระหว่างไทยและออสเตรเลีย ระหว่างปี 2544 - 2546

ตารางที่ 7.1 : การค้าระหว่างประเทศของไทยกับ ออสเตรเลีย ระหว่างปี 2544 - 2546

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วนต่อการค้าไทย-โลก (ร้อยละ)		
	2544	2545	2546	2544	2545	2546	2544	2545	2546
มูลค่าการค้า	120,570	134,916	155,322	7.8	11.9	15.1	2.1	2.4	2.4
การส่งออก	60,369	70,420	89,744	-7.3	16.7	27.4	2.1	2.4	2.7
การนำเข้า	60,201	64,496	65,578	28.7	7.1	1.7	2.2	2.3	2.1
ดุลการค้า	168	5,924	24,166				0.1	4.0	12.3

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กรมการค้าระหว่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางที่ 7.2 : โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทยไปออสเตรเลีย ระหว่างปี 2544 - 2546

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2544	2545	2546	2544	2545	2546	2544	2545	2546
รวมทั้งสิ้น	60,369	70,420	89,744	7.3	16.7	27.4	100	100	100
1.เกษตรกรรม	3,647	3,506	4,030	5.6	-3.9	15.0	6.0	5.0	4.5
2.อุตสาหกรรม การเกษตร	6,979	7,237	8,512	13.1	3.7	17.6	11.6	10.3	9.5
3.อุตสาหกรรม	44,929	52,238	71,589	9.5	16.3	37.0	74.4	74.2	79.8
4.แร่และ เชื้อเพลิง	4,296	6,952	5,068	-15.4	61.8	-27.1	7.1	9.8	5.6
5.อื่น ๆ	516	485	542	64.1	-6.1	11.8	0.9	0.7	0.6

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กรมการค้าต่างประเทศ
โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางที่ 7.3 : โครงสร้างสินค้านำเข้าของไทยจากออสเตรเลีย ระหว่างปี 2544 - 2546

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2544	2545	2546	2544	2545	2546	2544	2545	2546
สินค้านำเข้า ทั้งสิ้น	60,201	64,496	65,578	28.7	7.1	1.7	100	100	100
1.เชื้อเพลิง	3,430	2,738	3,582	1.0	20.1	30.8	5.7	4.3	5.4
2.ทุน	5,397	4,398	6,205	50.8	-18.5	41.1	9.0	6.8	9.4
3.วัตถุดิบและ กึ่งสำเร็จรูป	39,214	46,517	44,768	30.7	18.6	- 3.8	65.2	72.1	68.3
4.อุปโภคบริโภค	11,276	10,546	10,547	24.8	- 6.5	0.0	18.7	16.4	16.1
5.ยานพาหนะฯ	796	206	301	- 16.9	-74.1	46.0	1.3	0.3	0.5
6.สินค้าอื่น ๆ	86	88	172	15.8	2.1	95.7	0.1	0.1	0.3

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กรมการค้าต่างประเทศ
โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

การค้าระหว่างไทยกับออสเตรเลีย ขยายตัวต่อเนื่องในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยเมื่อพิจารณามูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศในช่วงปี 2544 - 2546 พบว่า มูลค่าดังกล่าวอยู่ที่ 120,570 ล้านบาท 134,916 ล้านบาท และ 155,322 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปี 2546 มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับออสเตรเลีย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ของมูลค่าการค้าของไทยกับโลก และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้า คิดเป็นร้อยละ 15.1 (ตารางที่ 7.1)

ด้านการส่งออก ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกสินค้าของไทยอันดับที่ 11 โดยมีมูลค่าส่งออกเท่ากับ 89,744 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.7 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในปี 2546 เท่ากับร้อยละ 27.4 โดยสามารถจำแนกตามภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้เป็น สินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 71,589 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 79.8 ของมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย และอัตราการขยายตัวอยู่ที่ระดับร้อยละ 37.0 และ สินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตรซึ่งมีมูลค่ารวมกันเท่ากับ 12,543 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14 ของมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย และมีอัตราการขยายตัวเท่ากับร้อยละ 16.8 ในปี 2546 โดยสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย ได้แก่ รถยนต์ และส่วนประกอบ, อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป, เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ, เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และ อัญมณีและเครื่องประดับ (ตารางที่ 7.2)

ด้านการนำเข้า ในปี 2546 ไทยนำเข้าสินค้าจากออสเตรเลียเป็นอันดับที่ 12 มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 65,578 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.1 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ และมีอัตราการขยายตัวเท่ากับร้อยละ 1.7 ในปี 2546 โดยสามารถจำแนกตามภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 44,768 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 68.3 และมีอัตราการหดตัวคิดเป็นร้อยละ 3.8 สินค้าอุปโภคและบริโภค มีมูลค่านำเข้าเท่ากับ 10,547 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.1 โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 0.0 และ สินค้าทุน มีมูลค่าการนำเข้า 6,205 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.4 โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 41.1 โดยหมวดสินค้านำเข้าที่สำคัญ คือ สินแร่และโลหะอื่นๆ,

เครื่องเพชรพลอย อัญมณี, เส้นใยในการทอ, เหล็กและเหล็กกล้า เป็นต้น (ตารางที่ 7.3)

7.2.2 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการค้าระหว่างไทย ออสเตรเลีย

ส่วนนี้เป็นการรายงานบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการค้าระหว่างไทยกับออสเตรเลีย โดยการพิจารณาสัดส่วนการส่งออกที่เกิดจาก SMEs ในรายการสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลียสูงสุด เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพความสำคัญรวมถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับ SMEs ในภาคการผลิตและการส่งออก

ตารางที่ 7.4 : สินค้าส่งออกสำคัญที่ส่งออกไปยังออสเตรเลีย 6 อันดับแรก ในปี 2546

ลำดับ	HS Code	ประเภท	2546		
			ทั้งประเทศ	SMEs	สัดส่วน
1	87.03,87.04	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	25,598	10,314	40.3
2	84.15	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	6,262	440	7.0
3	39.01	ผลิตภัณฑ์พลาสติก	5,176	788	15.2
4	16.04,16.05	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	4,447	1,294	29.1
5	72,73	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	3,522	2,038	57.9
6	71	อัญมณีและเครื่องประดับ	3,469	3,079	88.8
รวม 6 ผลิตภัณฑ์แรก			48,474	17,953	37.0
การส่งออกทั้งหมด			89,744	45,477	50.7

ที่มา : กรมศุลกากร, กรมการค้าต่างประเทศ

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การส่งออกสินค้าของไทยไปออสเตรเลียในปี 2546 มีมูลค่าทั้งสิ้น 89,744 ล้านบาท (ตารางที่ 7.4) โดยเป็นมูลค่าการส่งออกของ SMEs เท่ากับ 45,477 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 50.7 โดยเมื่อพิจารณาสินค้าส่งออกสำคัญ 6 อันดับแรกที่มีมูลค่าส่งออกไปยังออสเตรเลียสูงสุด พบว่า สินค้ารถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบมีมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย คิดเป็นมูลค่า 25,598 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.5 ของมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย โดยจากมูลค่าการส่งออกทั้งหมดคิดเป็นสัดส่วนที่เกิดจาก SMEs เท่ากับร้อยละ 40.3 (10,314 ล้านบาท)

เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นลำดับสอง โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 6,262 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.0 ของมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย โดยจากมูลค่าการส่งออกทั้งหมดคิดเป็นสัดส่วนที่เกิดจาก SMEs ร้อยละ 7.0 (440 ล้านบาท)

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกของพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังออสเตรเลีย มีมูลค่าเท่ากับ 5,176 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.8 ของมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย โดยเป็นสัดส่วนของ SMEs ร้อยละ 15.2 (788 ล้านบาท)

อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีมูลค่าการส่งออก 4,447 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดไปยังออสเตรเลีย โดยจากมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป คิดเป็นสัดส่วนที่เกิดจาก SMEs เท่ากับร้อยละ 29.1 (1,249 ล้านบาท)

เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3,522 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.9 ของมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจาก SMEs คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 57.9 (2,038 ล้านบาท)

อัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าทั้งสิ้น 3,469 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.8 ของมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลีย โดยมูลค่าที่เกิดจาก SMEs คิดเป็นสัดส่วน

สูงถึงร้อยละ 88.8 (3,079 ล้านบาท)

สามารถกล่าวได้ว่าในสินค้า 6 ลำดับแรกที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลียสูงสุด นั้น SMEs มีบทบาทในการส่งออกประมาณ ร้อยละ 37 โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และ เหล็กและเหล็กกล้า ที่ SMEs มีบทบาทสูงกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้าทั้ง 2 ชนิด นอกจากนี้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลียสูงสุด SMEs มีบทบาทสูงถึงร้อยละ 40.3 และเมื่อมองในภาพรวมทั้งหมด พบว่า SMEs มีบทบาทในการส่งออกสินค้าต่างๆ ไปยังออสเตรเลียมากกว่าร้อยละ 50 ดังนั้น ผลจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทย - ออสเตรเลียจะส่งผลกระทบต่อในวงกว้างถึงผู้ประกอบการ SMEs ไทยอย่างชัดเจน

7.2.3 ประเด็นที่สำคัญของความตกลงเขตการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลีย

(1) ด้านสินค้า

- **ออสเตรเลีย** จะลดภาษีเหลือ ร้อยละ 0 สำหรับสินค้าประมาณ 5,000 รายการ ทันทีที่มีผลบังคับใช้ 1 มกราคม 2548 คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 83.3 ของการส่งออกรวม สินค้าดังกล่าว ได้แก่ ผัก, ผลไม้, สับปะรดกระป๋อง, อาหารสำเร็จรูป, อัญมณีและเครื่องประดับ¹, รถยนต์ และรถจักรยานยนต์ หลังจากนั้นภายใน 5 ปี (พ.ศ.2553) จะทยอยลดภาษีสินค้าอีก ร้อยละ 12.8 ในสินค้าต่างๆ ได้แก่ ท่อน้ำประปา, สิ่งทอ, รองเท้า, ชิ้นส่วนยานยนต์, เหล็ก, เคมีภัณฑ์ และ พลาสติก และอีก 5 ปีที่เหลือ (พ.ศ.2558) ภาษีจะเป็นร้อยละ 0 ในสินค้าหมวดเครื่องนุ่งห่ม

- **ไทย** จะลดภาษีเหลือ ร้อยละ 0 ในวันที่ 1 ม.ค. 2548 คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 49.5 หลังจากนั้นภายใน 5 ปี (พ.ศ.2553) จะลดภาษีอีก ร้อยละ 43.8 ครอบคลุมสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมที่ไม่อ่อนไหว ส่วนสินค้าที่อยู่ในบัญชีอ่อนไหว ได้แก่ สินค้า สิ่งพิมพ์ เหล็ก จะลดภาษีเป็น ร้อยละ 0 ภายใน 10 ปี (พ.ศ.2558) และสินค้าเกษตรอ่อนไหว เช่น สินค้าเนื้อวัว, เนื้อหมู, นม, เนย, ชา, กาแฟ จะลดภาษีเป็น ร้อยละ 0 ภายใน 10-15 ปี (พ.ศ. 2563)

¹ สินค้าที่ขีดเส้นใต้ หมายถึง สินค้าสำคัญของไทยที่ส่งออกไปยังออสเตรเลีย

(2) สินค้าที่ใช้มาตรการปกป้องพิเศษ (Special Safeguard: SSG)

- ออสเตรเลีย ได้แก่ ทุ่นกระป๋อง, สับปะรดกระป๋อง ซึ่งใช้มาตรการนี้ถึงปี 2551

- ไทย มีสินค้าทั้งสิ้น 23 สินค้า ได้แก่ เนื้อวัวและเนื้อหมู, เครื่องในวัวและเครื่องในหมู, นมและครีม หางนม เนย ไขมันนม เนยแข็ง บัตเตอร์มิลค์ น้ำผึ้งธรรมชาติ สัมแมนดาริน องุ่นสด มันฝรั่งแปรรูป ซึ่งหากนำเข้าเกินโควต้า ไทยสามารถเก็บภาษีนำเข้าเพิ่มเติมได้

(3) ด้านการบริการและการลงทุน

- ออสเตรเลีย เปิดตลาดให้ผู้ลงทุนเข้าไปตั้งธุรกิจในออสเตรเลียได้เกือบทุกธุรกิจ ยกเว้น หนังสือพิมพ์, การกระจายเสียง, การบินระหว่างประเทศ และท่าอากาศยาน โดยออสเตรเลียเปิดตลาดในธุรกิจอื่นๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากที่เปิดในองค์การการค้าโลก (WTO) คือ การซ่อมรถยนต์, บริการโทรศัพท์มือถือและดาวเทียม, สถาบันสอนภาษาไทย/ออสเตรเลีย สถาบันสอนทำอาหารไทย, สถาบันสอนนวดไทย, เหมืองแร่ และอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า

- ไทย เปิดตลาดให้คนออสเตรเลียลงทุนทางตรงไม่เกิน ร้อยละ 50 ในธุรกิจทุกประเภทที่ไม่อยู่ในบัญชี 1 และ 2 ของ พรบ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว นอกจากนี้ไทยเปิดตลาดบางธุรกิจให้ออสเตรเลียมากกว่าสมาชิกอื่นๆ ใน WTO โดยคนออสเตรเลียถือหุ้นได้ไม่เกิน ร้อยละ 60 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ และใช้เงินลงทุนสูง ได้แก่ ที่ปรึกษาด้านการจัดการทั่วไป, หอประชุมขนาดใหญ่, ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ, บริการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน, สถาบันอุดมศึกษาที่เน้นด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีนาโน, โรงแรมและภัตตาคาร, สวนสนุก และอุทยานสัตว์น้ำและที่จอดเรือท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ในสาขาบริการสื่อสารมีการแบ่งย่อยออกไปตามลักษณะการถือหุ้นของนักลงทุนออสเตรเลีย โดยแบ่งเป็น 1. บริการที่ให้ออสเตรเลียถือหุ้นไม่เกิน ร้อยละ 50 ได้แก่ บริการขาย/เช่า อุปกรณ์โทรคมนาคม และที่ปรึกษา 2. บริการที่ให้ออสเตรเลียถือหุ้นไม่เกิน ร้อยละ 40 ได้แก่ Domestic Very Small Aperture Terminal และที่ปรึกษา 3. บริการที่ให้ออสเตรเลียถือหุ้นไม่เกิน ร้อยละ 25 ได้แก่ Database Access Services

(4) การอนุญาตให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศ

- **ออสเตรเลีย** ยกเลิกเงื่อนไขที่ต้องทดสอบตลาดแรงงานในประเทศ (Labour Market Testing) นอกจากนี้ยังได้อนุญาตให้คนไทยทำงานในตำแหน่งผู้บริหาร ผู้จัดการ และผู้เชี่ยวชาญในออสเตรเลียภายใต้เงื่อนไข ดังนี้ ผู้เข้ามาติดต่อธุรกิจ (Business Visitor) เข้าไปทำงานได้ไม่เกิน 3 เดือน, ผู้ขายบริการ (Service Seller) เข้าไปทำงานได้ไม่เกิน 6 เดือน ต่ออายุรวมเวลาไม่เกิน 12 เดือน, ผู้โอนย้ายภายในกิจการ (Intra Corporate Transferee) เข้าไปทำงานได้ไม่เกิน 4 ปี ต่ออายุรวมเวลาไม่เกิน 10 ปี, ผู้ให้บริการตามสัญญา (Contractual Service Supplier) เข้าไปทำงานได้ไม่เกิน 3 ปี ยกเว้นผู้เชี่ยวชาญที่เป็นพ่อครัวไทยที่มีประกาศนียบัตรจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เข้าไปทำงานได้ไม่เกิน 4 ปี และ ผู้บริหารและผู้จัดการของธุรกิจที่บริษัทแม่ตั้งอยู่ในไทย เข้าไปทำงานได้ไม่เกิน 4 ปี

- **ไทย** เปิดตลาดให้คนออสเตรเลียเข้ามาทำงานในตำแหน่งผู้บริหาร ผู้จัดการ และผู้เชี่ยวชาญในไทยได้ ยกเว้น 39 อาชีพที่ห้ามคนต่างชาติทำ โดยมีเงื่อนไขดังนี้ ผู้โอนย้ายภายในกิจการเข้ามาทำงานได้ไม่เกิน 1 ปี ต่ออายุไม่เกิน 5 ปี, ผู้ให้บริการตามสัญญาเข้ามาทำงานได้ไม่เกิน 1 ปี ต่ออายุไม่เกิน 3 ปี, ผู้เข้ามาติดต่อธุรกิจเข้ามาทำงานได้ไม่เกิน 90 วัน และมีระยะเวลารวมไม่เกิน 1 ปี, คู่สมรสและผู้ติดตามของผู้โอนย้ายภายในกิจการและผู้ให้บริการตามสัญญา สามารถทำงานในตำแหน่งผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้เชี่ยวชาญในระยะเวลาเดียวกับที่กำหนดไว้ในสัญญาจ้างของผู้โอนย้าย

(5) แหล่งกำเนิดสินค้า

ประกอบด้วย 2 กฎ คือ กฎการเปลี่ยนพิกัด และ กฎสัดส่วนมูลค่าวัตถุดิบภายในประเทศไทย/ออสเตรเลีย (Regional Value Content: RVC) โดยกฎการเปลี่ยนพิกัดจะมีกำหนดไว้สำหรับทุกรายการสินค้า ในขณะที่ RVC จะกำหนดไว้บางสินค้า

(6) ความร่วมมือด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้า

มีความคล่องตัวมากขึ้น ในเรื่องของ พิธีการด้านศุลกากร พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ทรัพย์สินทางปัญญา และนโยบายการแข่งขัน

(7) การแก้ไขมาตรการด้านสุขอนามัยพืชและสัตว์

ไทยและออสเตรเลียได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านมาตรการสุขอนามัยขึ้นมา และได้มีการระบุ Priority products สำหรับสินค้าไทยที่ระบุ คือ มังคุด, ลำไย, ลิ้นจี่, ทุเรียน, สับปะรด, มะม่วง, เนื้อไก่, กุ้ง, ปลาสวยงาม โดยกำหนดให้เห็นผลภายใน 2 ปี

(7.2.4) ผลกระทบจากการทำเขตการค้าเสรีไทย - ออสเตรเลีย

ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(1) ภาคเศรษฐกิจที่ไทยจะได้รับประโยชน์

(1.1) ภาคอุตสาหกรรม

สินค้าที่ไทยคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการทำเขตการค้าเสรี คือ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ, เสื้อผ้าสำเร็จรูป, เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศ และเครื่องรับโทรทัศน์, เม็ดพลาสติก และท่อปกป้อง ซึ่งในปี 2546 SMEs มีมูลค่ารวม 13,622 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 35.4 จากมูลค่ารวมทั้งประเทศ (ตารางที่ 7.5)

ตารางที่ 7.5 : รายการสินค้าที่ไทยจะได้ประโยชน์จากการทำ FTA กับออสเตรเลีย

ลำดับ	HS Code	ประเภท	2546		
			ทั้งประเทศ	SMEs	สัดส่วน
1	8703,8704	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	25,598	10,317	40.3
2	62-63	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	741	434	58.5
3	8415,8528	เครื่องใช้ไฟฟ้า (เครื่องปรับอากาศ และเครื่องรับโทรทัศน์)	7,270	788	10.8
4	3901	เม็ดพลาสติก	2,097	789	37.6
5	1604	ท่อปกป้อง	2,760	1,294	46.9
รวมมูลค่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไทยจะได้ประโยชน์			38,468	13,622	35.3

ที่มา : กรมศุลกากร, กรมการค้าต่างประเทศ

ประมวล : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รถยนต์ปิกอัพและรถยนต์ขนาดเล็ก

ภาพรวมของอุตสาหกรรม

ไทยมีศักยภาพในการผลิตรถยนต์ขนาดเล็ก เป็นฐานการผลิตที่สำคัญในภูมิภาคและมีการส่งออกหมวดรถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ถึงประมาณร้อยละ 25 ของการส่งออกของไทยไปออสเตรเลีย

ไทยผลิตรถกระบะ 1 คันได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 ของการผลิตรวมโดยออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 1 ของไทยในปี 2546 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25 ของมูลค่าการส่งออกรถยนต์ของไทยไปทั่วโลก รองลงมาคือ รถยนต์นั่ง (ร้อยละ 30) โดยที่ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 4 ของไทย ในปี 2546 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11 ของมูลค่าการส่งออกรถยนต์ของไทยไปทั่วโลก และรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ (ร้อยละ 10) ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถปิกอัพมีมูลค่า 10,317 ล้านบาท หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.3 ของการส่งออกไปยังออสเตรเลีย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ไทยมีโอกาสส่งออกได้เพิ่มขึ้นจากการที่ภาวการณ์ดิ่งลงเป็น ร้อยละ 0 ทั้งนี้ จากร้อยละ 4 - 15 จะทำให้ราคาารถนำเข้าจากไทยต่ำลงสอดคล้องกับบริบทการบริโภคของตลาดรถยนต์ของออสเตรเลียที่เน้นในเรื่องราคาสูงกว่าภาพลักษณ์ของสินค้า นอกจากนี้ไทยมีแนวโน้มดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์จากบริษัทข้ามชาติมากขึ้น ส่งผลให้ SMEs ในอุตสาหกรรมรถยนต์ ซึ่งส่วนมากผลิตอุปกรณ์และชิ้นส่วนป้อนให้กับโรงงานประกอบรถยนต์ได้รับประโยชน์ทางอ้อมด้วย

เสื้อผ้าสำเร็จรูป

ภาพรวมของอุตสาหกรรม

ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 16 ของไทยในปี 2546 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.5 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ของไทยไปทั่วโลก อย่างไรก็ตาม จีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เนื่องจากมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 50 - 80 ของการนำเข้าของออสเตรเลีย ในขณะที่ไทยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 5 - 20 อย่างไรก็ตามไทยได้เปรียบ

ในเรื่องของ ผู้ประกอบการมีความสามารถในการตอบสนองการสั่งซื้อได้รวดเร็ว ตรงเวลา สินค้ามีคุณภาพ และเชี่ยวชาญด้านเสื้อผ้าฤดูร้อน

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ในเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีมูลค่า 434 ล้านบาท หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.5 ของการส่งออกไปยังออสเตรเลีย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยัง ออสเตรเลียมีขนาดที่ไม่ใหญ่นัก แต่กว่าร้อยละ 58 เป็นมูลค่าที่เกิดจากการส่งออก ของ SMEs การที่ออสเตรเลียจะลดภาษีจากร้อยละ 25 เป็น ร้อยละ 12.5 ในปี 2548 เป็นร้อยละ 5 ในปี 2553 และร้อยละ 0 ในปี 2558 นับได้ว่าเป็นผลกระทบในด้าน บวกต่อผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่จะสามารถส่งสินค้าออกไปขายได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ดีตามอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มยังเป็นอุตสาหกรรมที่ออสเตรเลีย ยังคงปกป้องผู้ประกอบการภายในของตนอยู่ ประกอบกับเจ้าตลาดเดิมอย่างจีนยังคงมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต ดังนั้นอาจทำให้ผู้ประกอบการไทยได้ ประโยชน์ไม่มากนักในกรณีที่จีนสามารถลดต้นทุนการผลิตลงได้ต่ำกว่าเดิม หรือใน กรณีที่ออสเตรเลียและจีนเริ่มเจรจาการค้าเสรีระหว่างกัน

เครื่องใช้ไฟฟ้า

ภาพรวมของอุตสาหกรรม

เครื่องปรับอากาศ (พิกัด 8415)

อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศมียอดส่งออกสูงที่สุดในหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า ในปี 2546 สำหรับออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 2 มีมูลค่าประมาณ 6,500 ล้านบาท

เครื่องรับโทรทัศน์ (พิกัด 8528)

อุตสาหกรรมนี้ไทยมีการนำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วนประมาณร้อยละ 70 สำหรับ ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 9 ของไทยในปี 2546 มีมูลค่าประมาณ 700 ล้านบาท

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ในเครื่องปรับอากาศ และเครื่องรับ โทรทัศน์ มีมูลค่า 788 ล้านบาท หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.8 ของการส่งออก ไปยังออสเตรเลีย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

คาดว่าจะการส่งออกเครื่องปรับอากาศจะมีมูลค่าสูงขึ้น ประมาณร้อยละ 4.1 และเครื่องรับโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 และการลดภาษีทำให้ไทยสามารถแข่งขันกับประเทศแถบเอเชียได้ในสินค้าระดับเดียวกัน ซึ่งจะส่งผลบวกให้กับ SMEs ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วน และส่วนประกอบของเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ชนิด

เม็ดพลาสติก

ภาพรวมอุตสาหกรรม

ไทยเป็นผู้ผลิตเม็ดพลาสติกที่สำคัญของโลก โดยร้อยละ 95 เป็นโรงงานขนาดเล็กและกลาง มีสัดส่วนผลผลิตประมาณร้อยละ 60 โดยที่ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 7 ในปี 2546 มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของการส่งออกของไทย

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ในเม็ดพลาสติก มีมูลค่า 789 ล้านบาท หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.6 ของการส่งออกพลาสติกไปยังออสเตรเลียของทั้งประเทศ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ปริมาณการส่งออกจะเพิ่มขึ้น เพราะออสเตรเลียจะคงภาษีร้อยละ 5 อีก 3 ปี และเหลือร้อยละ 0 ในปี 2551 ซึ่งทำให้ไทยได้เปรียบคู่แข่งอย่างจีนและมาเลเซีย ตลอดจนแนวโน้มการใช้เม็ดพลาสติกในอุตสาหกรรมของออสเตรเลียเพิ่มขึ้น

ปลาทูนากะป๋อง

ภาพรวมอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมประมงไทยไม่สามารถจับปลาทูน่าได้เพียงพอ จึงต้องนำเข้าวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก ประมาณร้อยละ 80 เพื่อแปรรูป โดยไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่เป็นอันดับสอง รองจากสหรัฐอเมริกา โดยที่ออสเตรเลียเป็นตลาดส่งออกอันดับสามของไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ในปี 2546

ในปี 2546 มูลค่าการส่งออกของ SMEs ในปลาทูนากะป๋อง มีมูลค่า 1,294 ล้านบาท หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.9 ของการส่งออกไปยังออสเตรเลีย

ปัจจุบันออสเตรเลียนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับหนึ่งอยู่แล้ว ประมาณร้อยละ 90 ดังนั้นคาดว่าเมื่อออสเตรเลีย ลดภาษีจากร้อยละ 5 เหลือ ร้อยละ 2.5 ในปีแรกและคงไว้อีก 3 ปี แล้วลดเหลือร้อยละ 0 ในปี 2550 คาดว่าไทยสามารถครองตลาดออสเตรเลียได้ทั้งหมด

(1.2) ภาคการบริการและการลงทุน

ภาพรวมของของการบริการและการลงทุน

แม้ว่าออสเตรเลียจะเป็นประเทศที่มีนโยบายเปิดเสรีทางการลงทุนและการค้าบริการอยู่แล้วก็ตาม แต่ก็ไม่มีหลักประกันใดๆ ที่จะใช้นโยบายอย่างนี้ตลอดไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของการอนุญาตให้คนต่างชาติเข้าไปทำงานชั่วคราวในออสเตรเลีย จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย ออสเตรเลียให้หลักประกันว่าคนไทยจะสามารถเข้าไปลงทุนในธุรกิจออสเตรเลียได้เกือบทุกประเภท ยกเว้นในธุรกิจประเภทที่เกี่ยวกับความมั่นคง เช่น หนังสือพิมพ์ การกระจายเสียง การขนส่งทางอากาศ เป็นต้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ธุรกิจไทยที่มีศักยภาพและจะได้รับประโยชน์ ได้แก่ ภัตตาคาร การซ่อมรถยนต์ ตกแต่งภูมิทัศน์ โรงแรม สถาบันสอนภาษาไทย ทำอาหารไทย นวดแผนไทย และการผลิตสินค้าทุกประเภท โดยนอกจากจะเข้าไปลงทุนได้แล้ว ออสเตรเลียยังผ่อนคลายนโยบายกีดกันในเรื่องการเข้าไปทำงานของคนไทยให้สะดวกขึ้น โดยเลิกเงื่อนไขที่จะต้องประกาศหาคนทำงานในออสเตรเลียก่อน ถ้าไม่มีจึงจะจ้างคนไทยเข้าไปทำงาน อนุญาตให้ผู้ติดตาม (คู่สมรสและบุตร) ของผู้บริหาร และผู้จัดการ ผู้เชี่ยวชาญเข้าไปทำงานได้ด้วย และยังยอมรับพ่อครัวไทยที่มีประกาศนียบัตรของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สามารถเข้าไปทำงานได้โดยไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาชั้นอาชีวะอย่างที่เคยกำหนดไว้

(2) สินค้าที่ไทยจะเสียประโยชน์

นมและผลิตภัณฑ์จากนม

ภาพรวมของอุตสาหกรรม

นมและผลิตภัณฑ์นมเป็นสินค้าที่ออสเตรเลียมีศักยภาพในการผลิตสูง และ

มีการส่งออกมาก โดยออสเตรเลียเป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญของไทยเป็นอันดับสอง รองจากนิวซีแลนด์ โดยไทยมีการนำเข้าจากออสเตรเลียคิดเป็นมูลค่ากว่า 1,833 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.3 ของมูลค่าการนำเข้ารวมและผลิตภัณฑ์นมของไทย ในปี 2546 (10,593 ล้านบาท) ในขณะที่อุตสาหกรรมนมและผลิตภัณฑ์นมของไทย มีขนาดเล็กมาก โดยเมื่อพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมของผู้ประกอบการไทยไปทั่วโลกในปี 2546 พบว่ามีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นเพียง 3,734 ล้านบาท เมื่อพิจารณาจากสถิติการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมของไทยไปยัง ออสเตรเลีย พบว่า ออสเตรเลียเป็นตลาดลำดับที่ 33 ของไทย มีมูลค่าการส่งออก เพียง 0.4 ล้านบาทหรือคิดเป็นเพียงร้อยละ 0.01 เท่านั้น โดยในปัจจุบันมีกลุ่มสหกรณ์ โคนมที่ดำเนินธุรกิจกระจายอยู่ทั่วประเทศกว่า 30,485 สหกรณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มโคนม ขององค์กร ส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) กว่า 5,000 ราย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การลดภาษีแม้จะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการเลี้ยงโคนมขณะเดียวกัน ก็จะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค และอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ราคาสินค้าดังกล่าวจะถูก ลงด้วย นอกจากนี้ ในภาวะที่มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจะทำให้เกษตรกร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีความตื่นตัวในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพ การผลิต เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีและต้นทุนต่ำ โดยในการรองรับและผ่อนคลา ยปัญหาที่เกิดขึ้นจากการลดภาษี (เป็นร้อยละ 0 ภายใน 15 - 20 ปี) มีการกำหนด มาตรการปกป้องพิเศษเพื่อปกป้องความเสียหายจากการเข้ามาของสินค้าจาก ออสเตรเลียจนเกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายใน ในปริมาณนำเข้าที่สูงเกิน ปริมาณที่กำหนดส่วนที่เกินก็จะไม่ได้รับประโยชน์จากอัตราภาษีที่ลดนั้น

ที่มาของข้อมูล :

1. เอกสารการสัมมนา เรื่อง “แนวโน้มเศรษฐกิจ ปี 2547 - 50 และความสามารถในการแข่งขัน ของไทย” วันที่ 20 เมษายน พ.ศ.2547 จัดโดย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2. เอกสารการสัมมนา เรื่อง “ผลการเจรจา FTA ไทย-ออสเตรเลีย: โอกาสและการปรับตัว” วันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2547 จัดโดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
3. เว็บไซต์ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (www.dtn.moc.go.th)
4. เว็บไซต์ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (www.dft.moc.go.th)

ส่วนที่ 5

การประเมินผลกระทบมาตรการ/
โครงการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
ของภาครัฐ

บทที่ 8

รายงานผลการสำรวจเพื่อประเมินผลกระทบของ มาตรการและโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของภาครัฐ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นกิจการที่มีจำนวนสถานประกอบการมากที่สุด มีการกระจายอยู่ทั้งในภาคการผลิต การค้า และภาคบริการ ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ SMEs จึงเป็นกลไกที่สำคัญในการสร้างความเติบโตและมีส่วนในการช่วยการกระจายรายได้ของประเทศ รัฐบาลจึงได้มีนโยบายอย่างชัดเจนในการส่งเสริม SMEs โดยมีมาตรการ แผนงาน และโครงการต่างๆ เป็นจำนวนมาก เพื่อให้การดำเนินงานตามมาตรการและโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐที่ผ่านมาก่อเกิดประโยชน์สูงสุด จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประเมินผลความสำเร็จของการส่งเสริม โดยครอบคลุมกลุ่ม SMEs ในสาขาและในภูมิภาคต่างๆ รวมทั้งการประเมินความสอดคล้องกับความต้องการและประโยชน์ที่ SMEs ได้รับจากการใช้บริการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ศึกษาผลกระทบจากมาตรการและโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ เพื่อนำผลที่ได้จัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับนำไปแก้ไขปัญหา ปรับปรุง และพัฒนากระบวนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งในระดับการวางนโยบายและระดับปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลเพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีขอบเขตของการศึกษาครอบคลุมถึงการรับรู้ของผู้ประกอบการ SMEs ในประเด็นที่เกี่ยวกับมาตรการและโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐและเอกชนที่เข้าร่วมดำเนินการ ตลอดจนวิเคราะห์และประเมินผลของการเข้าร่วมโครงการ หรือการรับความช่วยเหลือของภาครัฐผ่านมาตรการต่างๆ ว่าเป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการ และสามารถช่วยแก้ปัญหา รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันได้มากน้อยเพียงใด เพื่อใช้สำหรับเป็นข้อมูลในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ที่เกิด

ผลสัมฤทธิ์ต่อการสร้างความเข้มแข็งของ SMEs อย่างแท้จริง ต่อไป

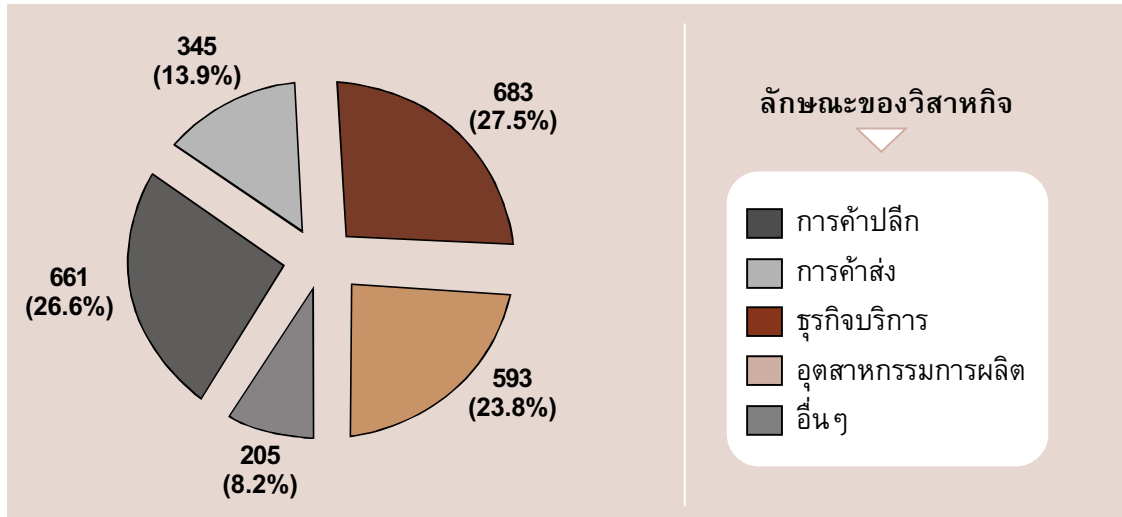
ขั้นตอนและวิธีการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดกลุ่มผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งกลุ่มผู้รับบริการ คือผู้ประกอบการ SMEs เพื่อพิจารณากรอบการศึกษา การออกแบบสำรวจ การสุ่มตัวอย่าง โดยวิธี Simple Random Sampling ตามสัดส่วนของตัวอย่างในจังหวัดเป้าหมายที่คัดเลือกโดยจัดส่งแบบสอบถามภาพรวม จำนวน 2,600 แบบ และใช้วิธีการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการโดยการสัมภาษณ์, การส่งแบบสอบถามแล้วตอบกลับทางไปรษณีย์และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ รวม 2,714 ตัวอย่าง ซึ่งในจำนวนนี้มีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาเชิงลึกเป็นการเฉพาะในกลุ่ม SMEs ซึ่งเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ รวม 8 โครงการ เช่น โครงการชุปชีวิตธุรกิจไทย โครงการฝึกอบรมต่างๆ จำนวน 600 ตัวอย่าง

8.1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

8.1.1 ประเภทธุรกิจหลักของกิจการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้ศึกษาเพื่อการประเมินผลกระทบมาตรการและโครงการครั้งนี้ มีจำนวน 2,487 ราย ประกอบด้วย อุตสาหกรรมการผลิต ธุรกิจค้าส่ง ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจบริการ และธุรกิจประเภทอื่นๆ เช่น พาณิชยกรรม อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ประกันภัย ปั่นน้ำมัน โรงพิมพ์ รับซื้อของเก่า ธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นต้น โดยมีธุรกิจบริการมากที่สุดเป็นจำนวน 683 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก จำนวน 661 กิจการ (ร้อยละ 26.6) อุตสาหกรรมการผลิต จำนวน 593 กิจการ (ร้อยละ 23.8) ธุรกิจค้าส่ง 345 กิจการ (ร้อยละ 13.9) และธุรกิจอื่นๆ 205 กิจการ (ร้อยละ 8.2) ตามลำดับ (ภาพที่ 8.1.1)

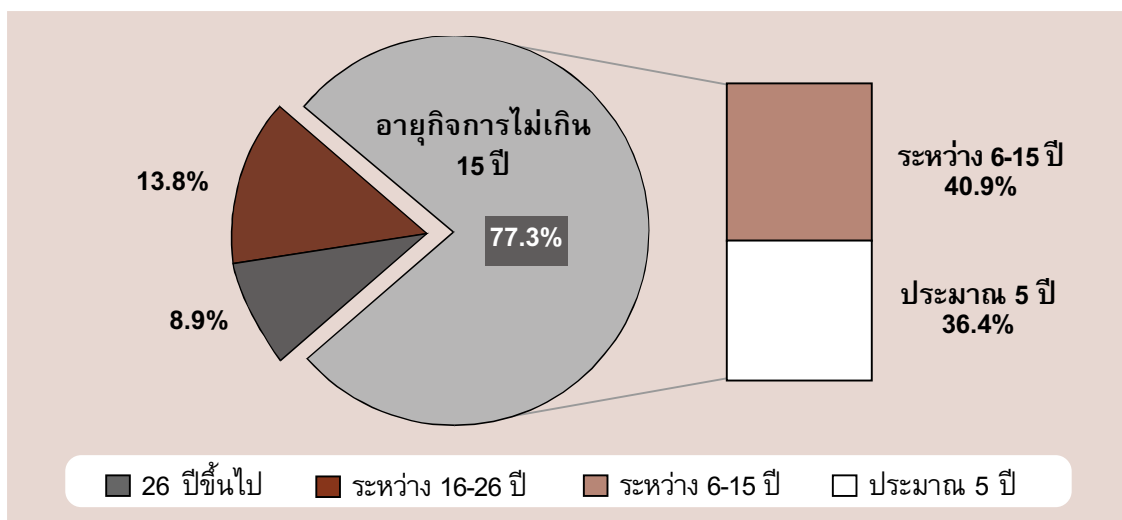
ภาพที่ 8.1.1 แสดงจำนวนและสัดส่วนของประเภทธุรกิจหลักในการประกอบการจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจ



8.1.2 อายุของกิจการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.3) มีอายุกิจการไม่เกิน 15 ปี (จนถึงปี 2546) โดยมีวิสาหกิจที่มีอายุกิจการมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 15 ปี ร้อยละ 40.9 และวิสาหกิจที่มีอายุประมาณ 5 ปี ร้อยละ 36.4 ตามลำดับ (ตามภาพที่ 8.1.2)

ภาพที่ 8.1.2 แสดงอายุของกิจการ

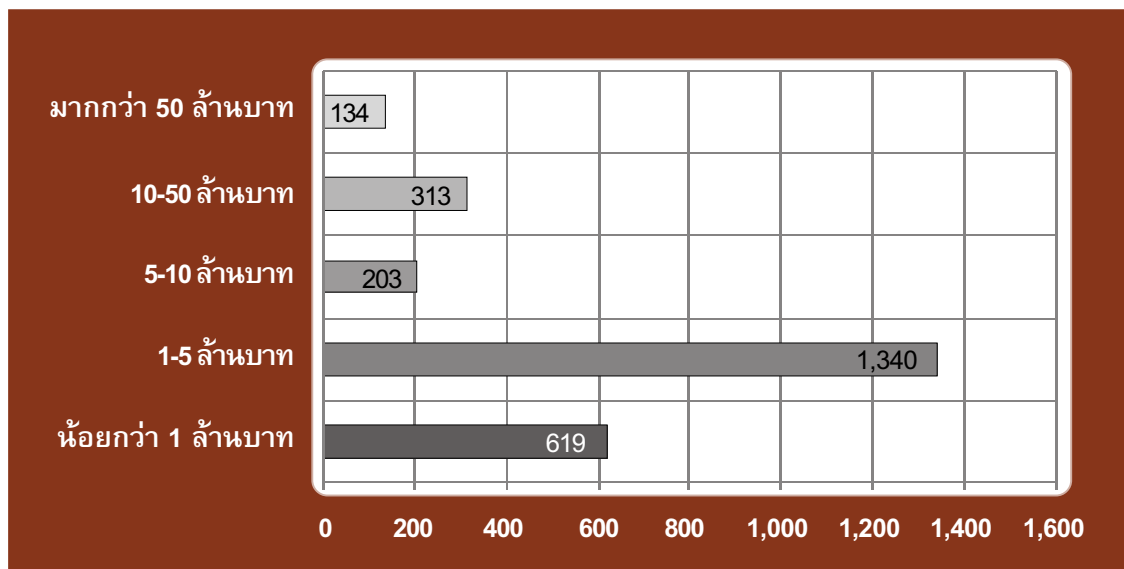


8.1.3 ทุนจดทะเบียนของกิจการ

จากภาพที่ 8.1.3 แสดงให้เห็นว่า SMEs มีจำนวนทุนจดทะเบียน ณ ปีที่สำรวจ พ.ศ. 2546 อยู่ระหว่าง 1-5 ล้านบาท เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 1,340 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาได้แก่ ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 619 กิจการ (ร้อยละ 23.7) และทุนจดทะเบียนระหว่าง 10 - 50 ล้านบาท จำนวน 313 กิจการ (ร้อยละ 12.0) มากกว่า 5 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท จำนวน 203 กิจการ (ร้อยละ 7.8) ตามลำดับ โดยกิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท ขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 134 กิจการ (ร้อยละ 5.1)

ภาพที่ 8.1.3 แสดงจำนวนสถานประกอบการ จำแนกตามทุนจดทะเบียน

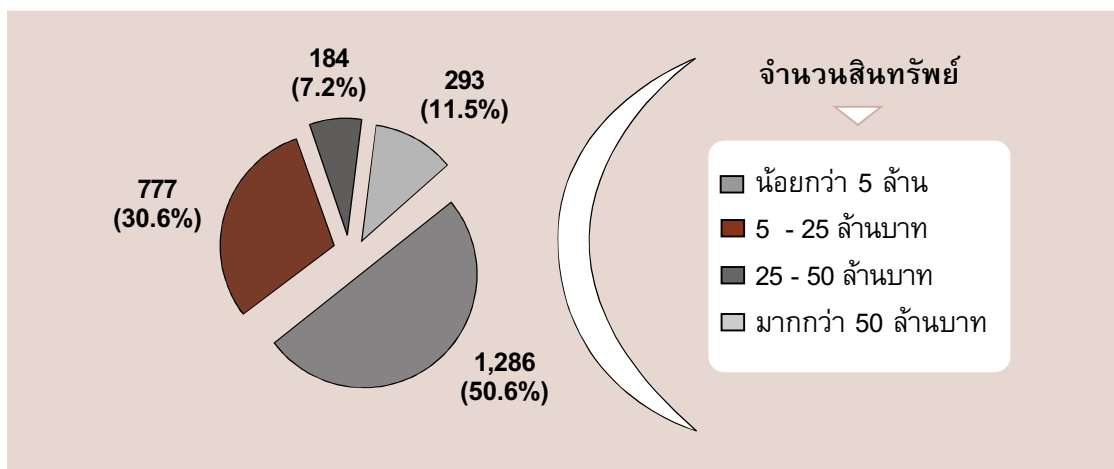
หน่วย : ราย



8.1.4 จำนวนสินทรัพย์แสดงตามมูลค่าทางบัญชีของ SMEs

จำนวนสินทรัพย์ของ SMEs กลุ่มเป้าหมายแสดงตามมูลค่าทางบัญชี ส่วนใหญ่มีมูลค่าน้อยกว่า 5 ล้านบาท จำนวน 1,286 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 5 - 25 ล้านบาท จำนวน 777 กิจการ (ร้อยละ 30.6) มากกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 293 กิจการ (ร้อยละ 11.5) และ SMEs ที่มีจำนวนสินทรัพย์อยู่ระหว่าง 25 - 50 ล้านบาท เป็นอันดับสุดท้าย จำนวน 184 ราย (ร้อยละ 7.2) ตามลำดับ (ภาพที่ 8.1.4)

ภาพที่ 8.1.4 แสดงจำนวนและสัดส่วนของ SMEs จำแนกตามสินทรัพย์ตามมูลค่าทางบัญชี

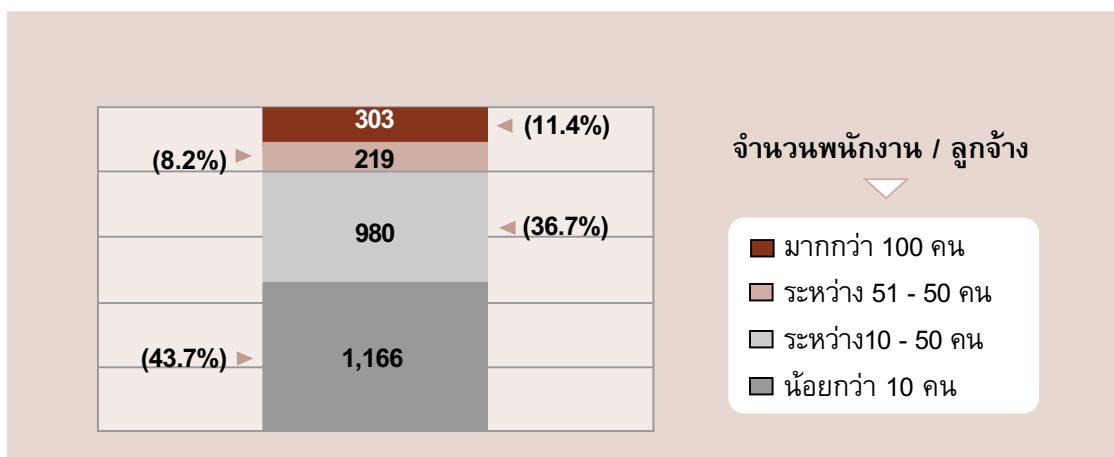


8.1.5 จำนวนพนักงานและลูกจ้างของกิจการ

จากการสำรวจจำนวนพนักงานและลูกจ้างของ SMEs ปรากฏว่ากิจการ SMEs ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.7) มีจำนวนพนักงานและลูกจ้าง น้อยกว่า 10 คน รองลงมา คือ กิจการที่มีจำนวนพนักงานและลูกจ้าง อยู่ระหว่าง 10 - 50 คน จำนวน 980 กิจการ หรือ ร้อยละ 36.7 และกิจการที่มีพนักงานและลูกจ้าง มากกว่า 100 คน จำนวน 303 กิจการ (ร้อยละ 11.4) ตามลำดับ โดยกิจการที่มีพนักงานและลูกจ้างอยู่ระหว่าง 51 - 100 คน มีจำนวนน้อยที่สุด 219 กิจการ (ร้อยละ 8.2) (ภาพที่ 8.1.5)

ภาพที่ 8.1.5 แสดงจำนวนพนักงานและลูกจ้างของ SMEs

ภาพที่ 8.1.5 แสดงจำนวนและสัดส่วนของพนักงานและลูกจ้างของ SMEs

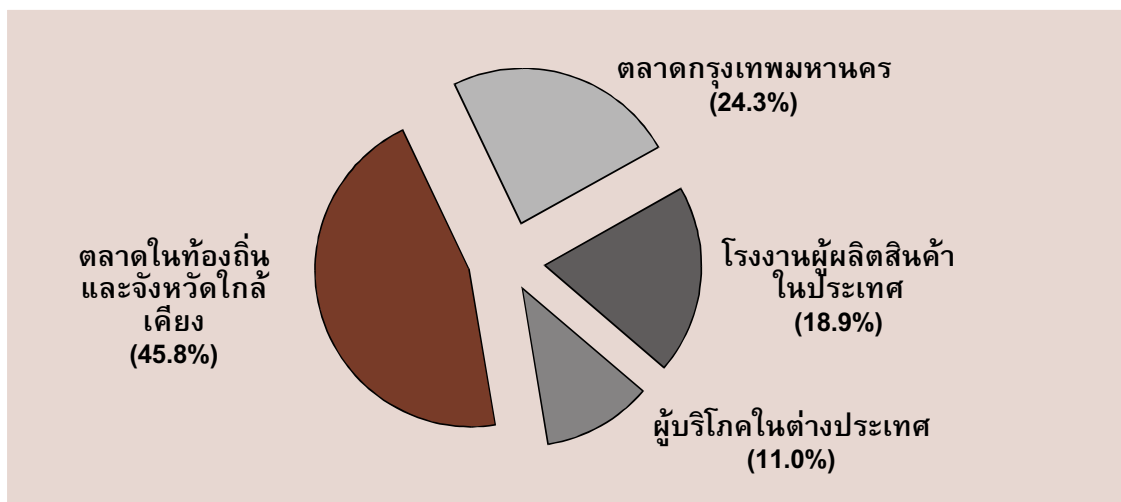


8.2 สถานะการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

8.2.1 ตลาดหลักของ SMEs

จากผลการสำรวจพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดภายในประเทศ โดยมีกิจการซึ่งมีตลาดหลักอยู่ในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง จำนวน 1,099 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาได้แก่ตลาดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 582 กิจการ (ร้อยละ 24.3) โดย SMEs ที่มีตลาดเป็นโรงงานหรือผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศมีจำนวน 454 กิจการ (ร้อยละ 18.9) และ SMEs ที่มีตลาดในต่างประเทศ จำนวน 265 กิจการ (ร้อยละ 11.0) ตามลำดับ (ภาพ 8.2.1)

ภาพที่ 8.2.1 แสดงสัดส่วนของตลาดกลุ่มเป้าหมายของ SMEs

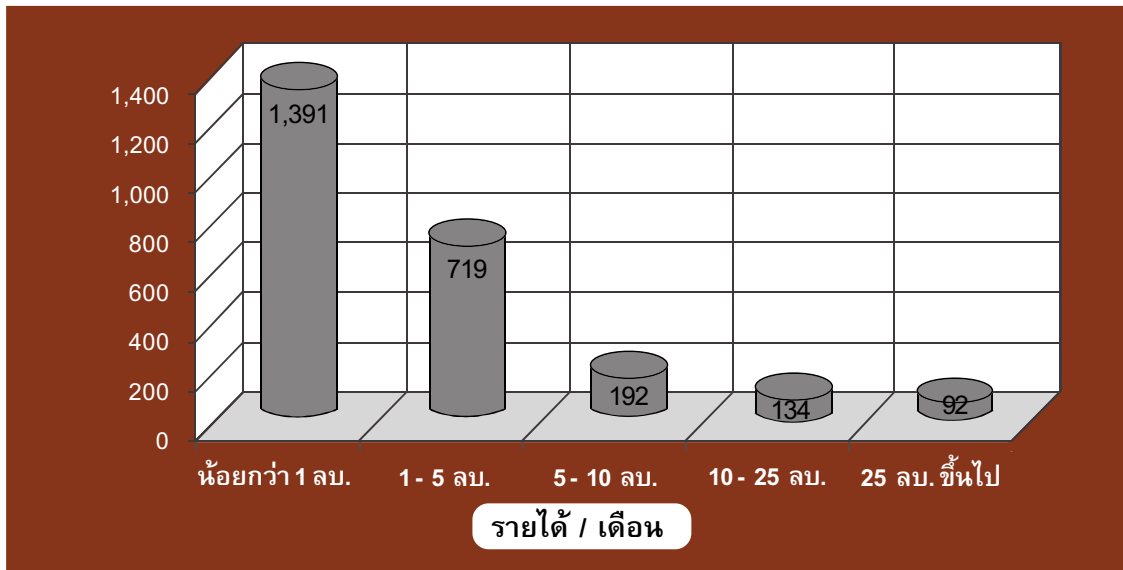


8.2.2 รายรับของ SMEs จากการขายสินค้าและบริการ

จากการสำรวจ SMEs ส่วนใหญ่ จำนวน 1,391 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 55 มีรายรับจากการขายสินค้าและบริการเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ รายรับอยู่ระหว่าง 1 - 5 ล้านบาท จำนวน 719 กิจการ (ร้อยละ 28) ระหว่าง 5 - 10 ล้านบาท จำนวน 192 ราย (ร้อยละ 8) ระหว่าง 10 - 25 ล้านบาท จำนวน 134 กิจการ (ร้อยละ 5) และมีรายรับมากกว่า 25 ล้านบาท จำนวน 92 กิจการ (ร้อยละ 4) ตามลำดับ (ภาพที่ 8.2.2)

ภาพที่ 8.2.2 แสดงรายรับของ SMEs ที่ได้จากการขายสินค้าและบริการ

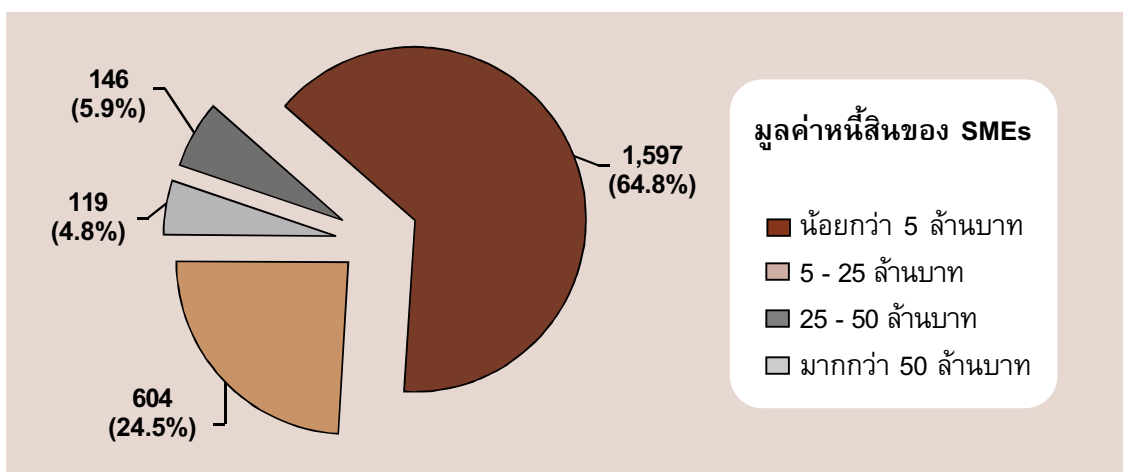
หน่วย : ราย



8.2.3 จำนวนหนี้สินของ SMEs

หนี้สินของ SMEs ในการศึกษาครั้งนี้ หมายความว่ารวมถึง หนี้สินทุกประเภท ที่ SMEs เป็นหนี้ ซึ่งจากภาพที่ 8.2.3 แสดงให้เห็นว่า SMEs ส่วนมาก จำนวน 1,597 กิจการ (ร้อยละ 64.8) มีหนี้สินน้อยกว่า 5 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ กิจการที่มีหนี้สินระหว่าง 5 - 25 ล้านบาท จำนวน 604 กิจการ (ร้อยละ 24.5) กิจการที่มีหนี้สินมากกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 146 กิจการ (ร้อยละ 5.9) และมีกิจการที่มีหนี้สินอยู่ระหว่าง 25 - 50 ล้านบาท จำนวน 119 กิจการ (ร้อยละ 4.8) ตามลำดับ

ภาพที่ 8.2.3 แสดงจำนวนและสัดส่วนของ SMEs จำแนกตามมูลค่าหนี้สิน



8.2.4 สถานะของกิจการในช่วงปี 2542 - 2545 เปรียบเทียบกับ ผลประกอบการของกิจการในปี 2546

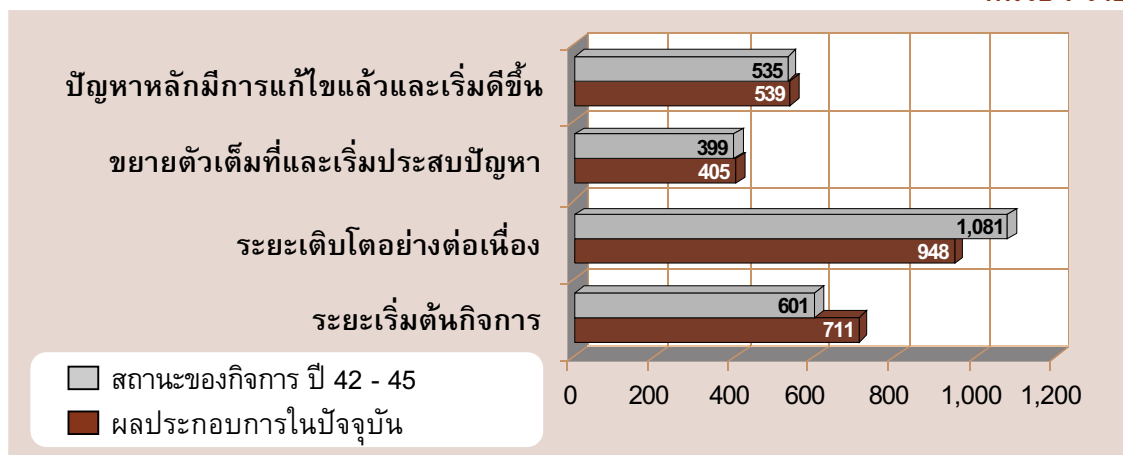
ผู้ประกอบการ SMEs ได้ประเมินสถานะทางธุรกิจของกิจการตนเองในช่วงปี 2542 - 2545 โดยผู้ประกอบการจำนวน 948 กิจการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 เห็นว่า ในช่วงปี 2542 - 2545 สถานะกิจการของตนเองอยู่ในระยะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมี SMEs จำนวน 711 กิจการ หรือร้อยละ 27 เห็นว่ากิจการของตนยังอยู่ในระยะเริ่มต้น และ SMEs จำนวน 539 กิจการ (ร้อยละ 21) เห็นว่าปัญหาหลักของกิจการได้รับการแก้ไขแล้วและเริ่มมีผลประกอบการดีขึ้น สำหรับกลุ่มที่เห็นว่าการขยายตัวเต็มที่แล้วและกำลังเริ่มประสบปัญหา มีจำนวน 405 กิจการ (ร้อยละ 16)

เมื่อเปรียบเทียบกับผลประกอบการของกิจการในปี 2546 ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่เห็นว่า กิจการของตนเองอยู่ในช่วงระยะเติบโตอย่างต่อเนื่อง จำนวน 1,081 กิจการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 รองลงมาได้แก่ ระยะเริ่มต้นกิจการ จำนวน 601 กิจการ (ร้อยละ 23) กำลังอยู่ในที่ช่วงปัญหาหลักของกิจการซึ่งได้รับการแก้ไขแล้วผลประกอบการเริ่มดีขึ้น จำนวน 535 กิจการ (ร้อยละ 20) และกิจการขยายตัวเต็มที่และกำลังเริ่มประสบปัญหา จำนวน 399 กิจการ (ร้อยละ 15) ตามลำดับ

โดยสรุปแล้ว สถานะของธุรกิจ SMEs ในช่วงปี 2542 - 2545 เปรียบเทียบกับข้อมูลในปี 2546 มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในภาพ 8.2.4

ภาพที่ 8.2.4 แสดงสถานะของกิจการ SMEs ในช่วงปี 2542 - 2545 เปรียบเทียบกับผลประกอบการของกิจการในปี 2546

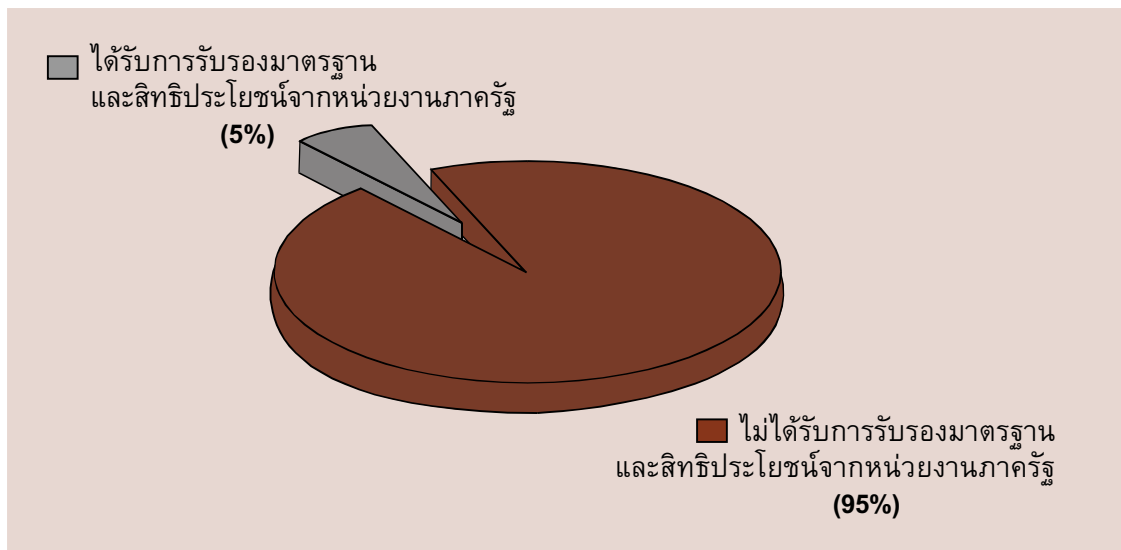
หน่วย : ราย



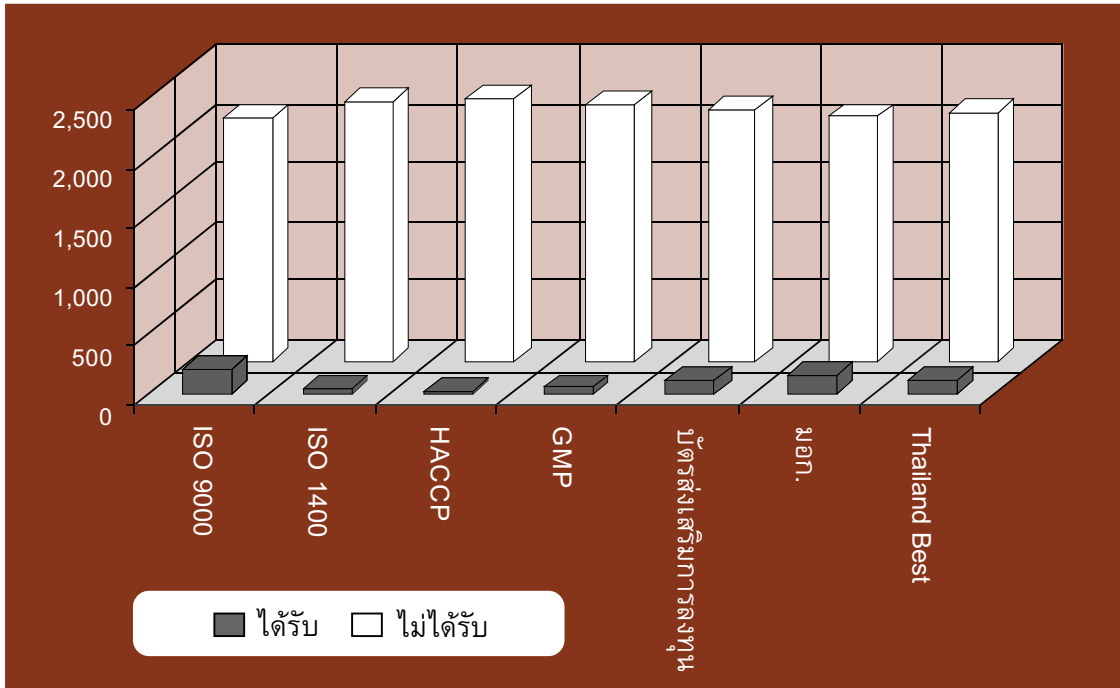
8.2.5 การได้รับการรับรองและได้รับสิทธิประโยชน์จากหน่วยงาน ภาครัฐด้านต่าง ๆ ของ SMEs

จากการสำรวจการได้รับการรับรองและสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานภาครัฐของ SMEs ในการรับรองมาตรฐานและสิทธิประโยชน์ 6 ด้าน ได้แก่ ISO 9000 ISO 14000 HACCP GMP บัตรส่งเสริมการลงทุน มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) และตราสินค้า Thailand Best พบว่า SMEs ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95) ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานและสิทธิประโยชน์ด้านต่าง ๆ โดยเมื่อพิจารณาเฉพาะในส่วนของผู้ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานและสิทธิประโยชน์นั้น พบว่า SMEs ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9000 มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 216 กิจการ รองลงมาได้แก่ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จำนวน 178 กิจการ ได้รับตราสินค้า Thailand Best จำนวน 133 กิจการ โดยมาตรฐาน HACCP ซึ่งเป็นมาตรฐานทางด้านอุตสาหกรรมอาหารมี SMEs ที่สำรวจได้รับการรับรองน้อยที่สุด จำนวน 36 ราย ดังแสดงในภาพที่ 8.2.5 (1) และ 8.2.5 (2)

ภาพที่ 8.2.5 (1) แสดงจำนวนของ SMEs ที่ได้รับและไม่ได้รับการรับรอง
มาตรฐานและสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานภาครัฐ



ภาพที่ 8.2.5 (2) เปรียบเทียบการได้รับและไม่ได้รับการรับรอง มาตรฐานและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ



8.2.6 การเป็นสมาชิกสมาคม ชมรมการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือชมรมวิชาชีพ ของ SMEs

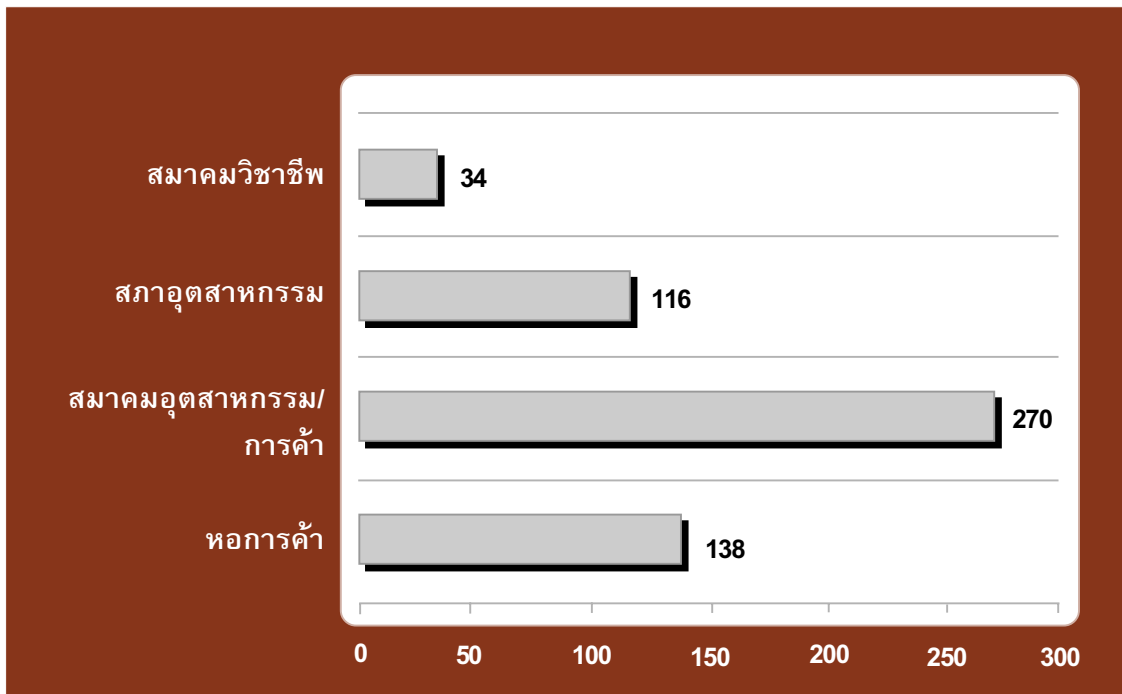
จากการสำรวจพบว่า SMEs ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรม ธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ แต่เมื่อพิจารณาในส่วน of SMEs ที่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคม ชมรมการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือชมรมวิชาชีพต่างๆ พบว่า มี SMEs เป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมและการค้า มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 270 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมาได้แก่ สมาชิกหอการค้า จำนวน 138 กิจการ (ร้อยละ 24.7), สมาอุตสาหกรรม จำนวน 116 กิจการ (ร้อยละ 20.8) และสมาคมวิชาชีพต่างๆ จำนวน 34 กิจการ (ร้อยละ 6.1) ตามลำดับ โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมอื่นๆ อาทิเช่น สมาคมพ่อค้าไม้, สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย, สมาคมอะไหล่เก่า เป็นต้น จำนวนประมาณ 315 กิจการ แสดงตามภาพที่ 8.2.6 (1) และ 8.2.6 (2)

ภาพที่ 8.2.6 (1) การเป็นสมาชิกชมรม / สมาคมของ SMEs



ภาพที่ 8.2.6 (2) แสดงจำนวน SMEs ที่เข้าเป็นสมาชิกสมาคม ชมรมการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรมหรือชมรมวิชาชีพ

หน่วย : ราย

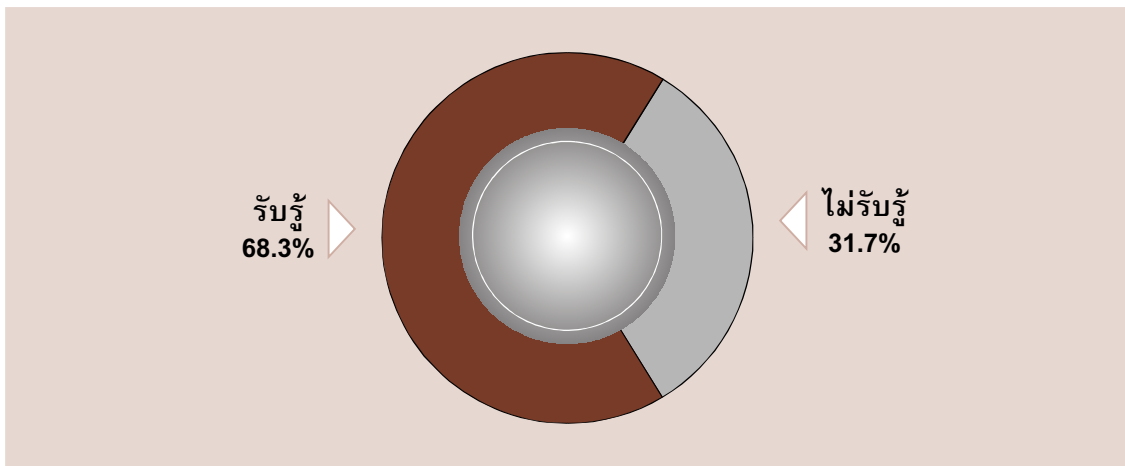


8.3 การรับรู้ รับทราบโครงการหรือบริการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ

8.3.1 การรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

จากการสำรวจ พบว่า มีผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 31.7 ขาดการรับรู้ รับทราบ มาตรการหรือโครงการ ส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการ หรือโครงการทางการเงิน การตลาด การอบรม ปริญญาแนะนำ ฯลฯ มีผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 68.3 ที่รับรู้ รับทราบมาตรการ / โครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ตามภาพที่ 8.3.1 (1)

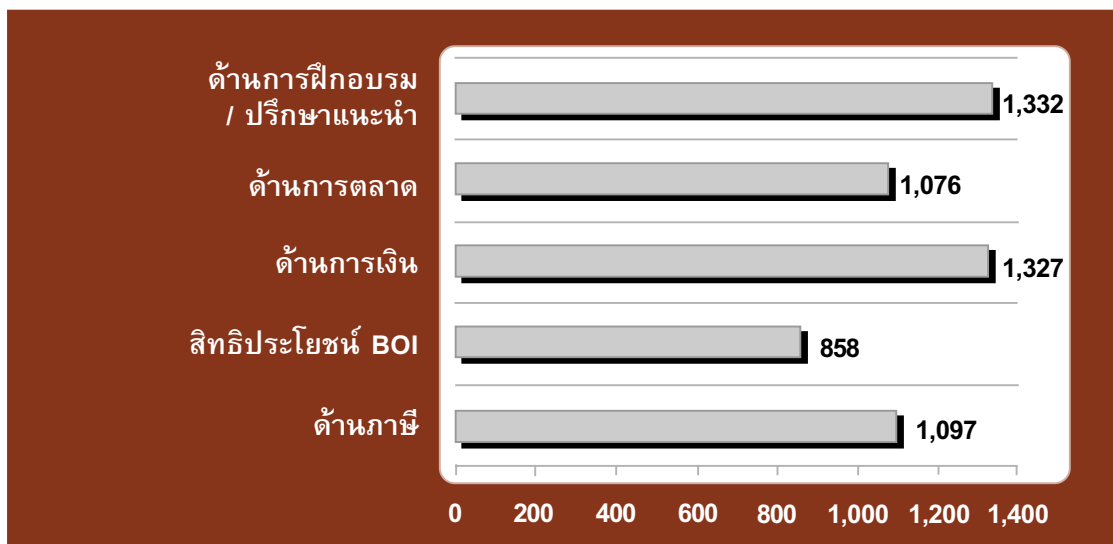
ภาพที่ 8.3.1 (1) แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ



โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของมาตรการส่งเสริม SMEs ด้านต่างๆ พบว่า SMEs ส่วนใหญ่รับรู้และรับทราบมาตรการ หรือโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐในด้านการฝึกอบรมและการให้บริการปรึกษาแนะนำมากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสำรวจ จำนวน 1,332 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 23.4 รองลงมาได้แก่ มาตรการทางการเงิน จำนวน 1,327 กิจการ (ร้อยละ 23.3) มาตรการด้านภาษี จำนวน 1,097 กิจการ (ร้อยละ 19.3) ตามลำดับ โดยมาตรการด้านสิทธิประโยชน์ของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีผู้ประกอบการรับรู้และรับทราบน้อยที่สุด จำนวน 858 กิจการ (ร้อยละ 15.1) ดังแสดงในภาพที่ 8.3.1 (2)

**ภาพที่ 8.3.1 (2) แสดงจำนวนการรับรู้และรับทราบของ SMEs
จำแนกตามมาตรการ โครงการหรือบริการ
เพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐในด้านต่าง ๆ**

หน่วย : ราย

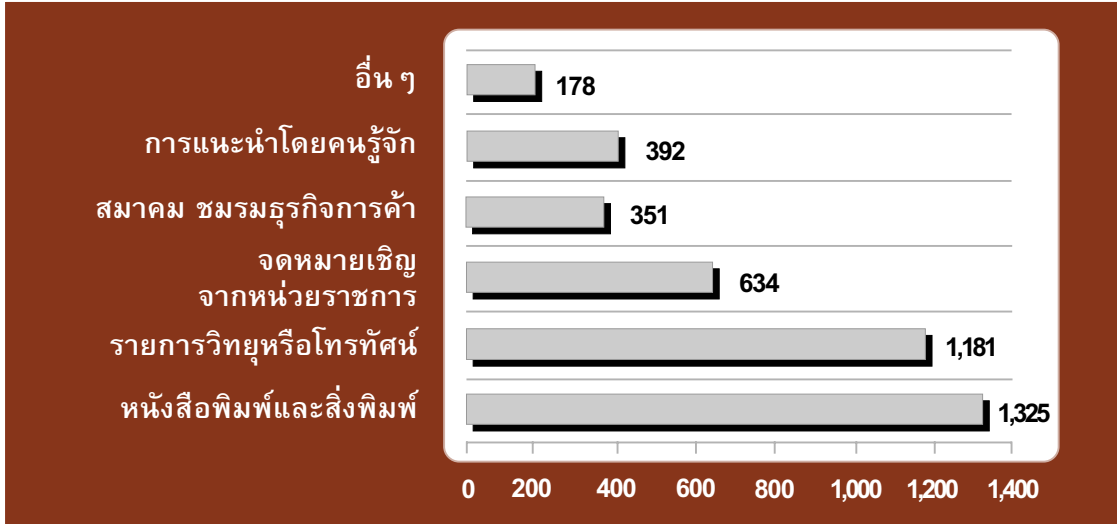


8.3.2 ช่องทางการรับรู้มาตรการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

จากการสำรวจ ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ รับทราบข่าวสารโครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐผ่านทางหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด จำนวน 1,325 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาได้แก่ รายการวิทยุหรือโทรทัศน์ จำนวน 1,181 กิจการ (ร้อยละ 29) จดหมายเชิญจากหน่วยงานราชการ จำนวน 634 กิจการ (ร้อยละ 16) การแนะนำโดยคนรู้จัก 392 กิจการ (ร้อยละ 10) รับทราบข่าวสารผ่านทางสมาคม ชมรมธุรกิจการค้า จำนวน 351 กิจการ (ร้อยละ 9) และช่องทางอื่นๆ อีกจำนวน 178 กิจการ (ร้อยละ 4) ตามลำดับ (ภาพที่ 8.3.2)

ภาพที่ 8.3.2 แสดงจำนวน SMEs ที่ได้รับข่าวสารการส่งเสริม SMEs ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

หน่วย : ราย

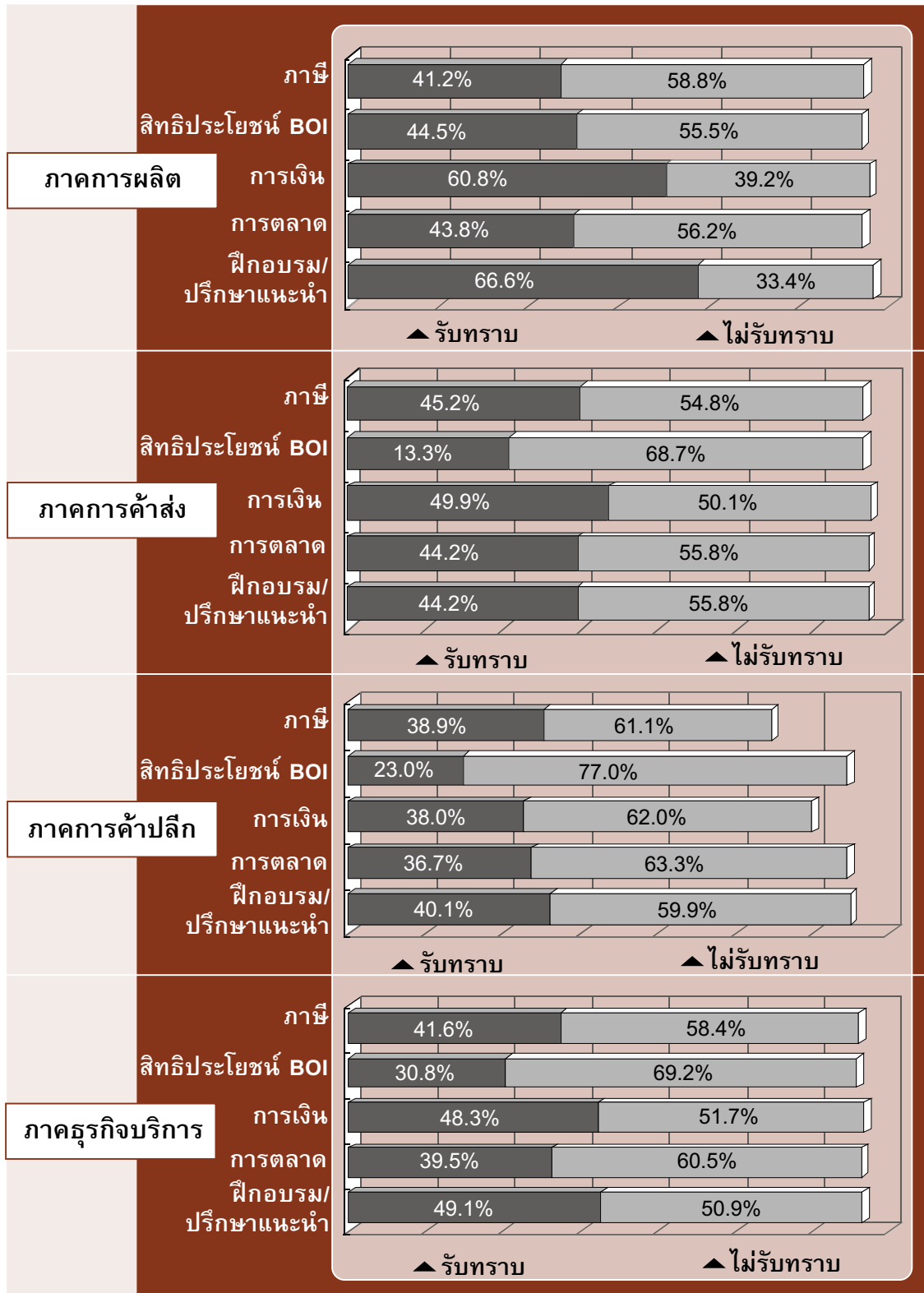


8.3.3 การรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะของวิสาหกิจ

เมื่อพิจารณาการรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ (ภาคอุตสาหกรรมการผลิต, ภาคการค้าปลีก - ค้าส่ง และภาคธุรกิจบริการ) พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิต การค้าปลีกและภาคธุรกิจบริการ รับทราบมาตรการส่งเสริม SMEs ในด้านฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำมากที่สุด (ร้อยละ 66.6, 40.1 และ 49.1) โดยในส่วนของ SMEs ภาคการค้าส่ง รับทราบมาตรการทางด้านการเงินมากที่สุด (ร้อยละ 49.9) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการรับทราบมาตรการในอันดับรองลงมา พบว่า SMEs ในภาคการผลิตและภาคอุตสาหกรรมบริการ รับทราบมาตรการทางด้านการเงิน เป็นอันดับรองลงมา (ร้อยละ 60.8 และ 48.3) และ SMEs ภาคการค้า ทั้งในส่วนของการค้าส่งและค้าปลีก รับทราบมาตรการทางด้านภาษี (ร้อยละ 45.2 และ 38.9) เป็นอันดับสอง

ทั้งนี้ SMEs ภาคการผลิต รับทราบมาตรการทางภาษีน้อยที่สุด (ร้อยละ 41.2) โดย SMEs ภาคการค้าส่ง - ค้าปลีก และภาคธุรกิจบริการ รับทราบมาตรการด้านสิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) น้อยที่สุด (ร้อยละ 31.3, 23.0 และ 30.8) (ตามภาพที่ 8.3.3)

ภาพที่ 8.3.3 แสดงสัดส่วนของการรับทราบ มาตรการ โครงการหรือ บริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ



8.3.4 การรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะตลาดของกิจการ

จากการวิเคราะห์การรับรู้รับทราบมาตรการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ โดยจำแนกตามลักษณะตลาดของกิจการ ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ พบว่า SMEs ที่มีตลาดท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งตลาดในกรุงเทพมหานคร รับทราบมาตรการทางการเงินมากที่สุด (ร้อยละ 47.1 และ 50.3) รองลงมาได้แก่ มาตรการทางด้านการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ (ร้อยละ 45.7 และ 49.7) โดยในส่วนของ SMEs ที่มีตลาดที่เป็นโรงงาน หรือผู้ผลิตสินค้าในประเทศ รวมทั้ง SMEs ที่มีตลาดในต่างประเทศ รับทราบมาตรการทางด้านการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำมากที่สุด (ร้อยละ 51.6 และ 63.1) รองลงมาได้แก่ มาตรการทางการเงิน (ร้อยละ 50.0 และ 57.3) โดยมาตรการทางด้านสิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) SMEs ที่มีตลาดท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งตลาดในกรุงเทพมหานคร รับทราบน้อยที่สุด (ร้อยละ 26.8 และ 29.1) ในขณะที่ SMEs ที่มีตลาดที่เป็นโรงงานหรือผู้ผลิตสินค้าในประเทศ รวมทั้ง SMEs ที่มีตลาดในต่างประเทศรับทราบมาตรการด้านภาษีน้อยสุด (ร้อยละ 39.5 และ 42.1) (ตามตารางที่ 8.3.1)

ตารางที่ 8.3.1 แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะตลาดของกิจการ

ภาษี		สิทธิประโยชน์ BOI		การเงิน		ฝึกอบรม / ปรึกษาแนะนำ	
ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ
SMEs ที่มีตลาดในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง							
44.8%	55.2%	26.8%	73.2%	47.1%	52.9%	45.7%	54.3%
SMEs ที่มีตลาดในกรุงเทพมหานคร							
36.5%	63.5%	29.1%	70.9%	50.3%	49.7%	49.7%	50.3%
SMEs ที่มีตลาดเป็นโรงงาน / ผู้ผลิตสินค้าในประเทศ							
39.5%	60.5%	42.6%	57.4%	50.0%	50.0%	51.6%	48.4%
SMEs ที่มีตลาดในต่างประเทศ							
42.1%	57.9%	45.1%	54.9%	57.3%	42.7%	63.1%	36.9%

8.3.5 การรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามจำนวนหนี้สินของกิจการ SMEs

จากตารางที่ 8.3.2 แสดงให้เห็นว่า SMEs ที่มีหนี้สิน (หมายความรวมถึงหนี้สินทุกประเภท) น้อยกว่า 5 ล้านบาท รับทราบมาตรการทางการเงินมากเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 47.0) รองลงมาได้แก่ โครงการและบริการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ (ร้อยละ 46.8) โดยในส่วนของ SMEs ที่มีหนี้สินอยู่ในช่วง ตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป รับทราบโครงการและบริการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ มากที่สุด (ร้อยละ 53.9, 62.7 และ 64.3) รองลงมาได้แก่ มาตรการทางการเงิน (ร้อยละ 53.3, 60.7 และ 63.9) ทั้งนี้ SMEs ที่มีหนี้สินไม่เกิน 5 ล้านบาท รับทราบมาตรการด้านสิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) น้อยที่สุด (ร้อยละ 27.7, 37.5 และ 46.2) โดย SMEs ที่มีหนี้สินมากกว่า 5 ล้านบาทขึ้นไป รับทราบมาตรการทางการเงินมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม โดยสรุปแล้ว SMEs ที่มีมูลค่าหนี้สินน้อยกว่า 5 ล้านบาท ส่วนใหญ่มีสัดส่วนการรับทราบมาตรการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ น้อยกว่าร้อยละ 50 แต่ในส่วนของ SMEs ที่มีมูลค่าหนี้สินตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป มีสัดส่วนการรับทราบมาตรการส่งเสริม SMEs ในด้านสิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI), การเงิน, การตลาด รวมทั้งการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ มากกว่าร้อยละ 50

ตารางที่ 8.3.2 แสดงสัดส่วนของการรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการ หรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามมูลค่าหนี้สินของ SMEs

สิทธิประโยชน์ BOI		การเงิน		การตลาด		ฝึกอบรม / ปรึกษา แนะนำ	
ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ
มูลค่าหนี้สิน น้อยกว่า 5 ล้านบาท							
27.7%	72.3%	47.0%	53.0%	39.4%	60.0%	46.8%	53.2%
มูลค่าหนี้สิน ระหว่าง 5 - 25 ล้านบาท							
37.5%	62.5%	53.3%	46.7%	42.6%	57.4%	53.9%	46.1%
มูลค่าหนี้สิน ระหว่าง 25 - 50 ล้านบาท							
46.2%	53.8%	60.7%	39.3%	51.3%	48.7%	62.7%	37.3%
มากกว่า 50 ล้านบาท							
56.0%	44.0%	63.9%	36.1%	41.4%	58.6%	64.3%	35.7%

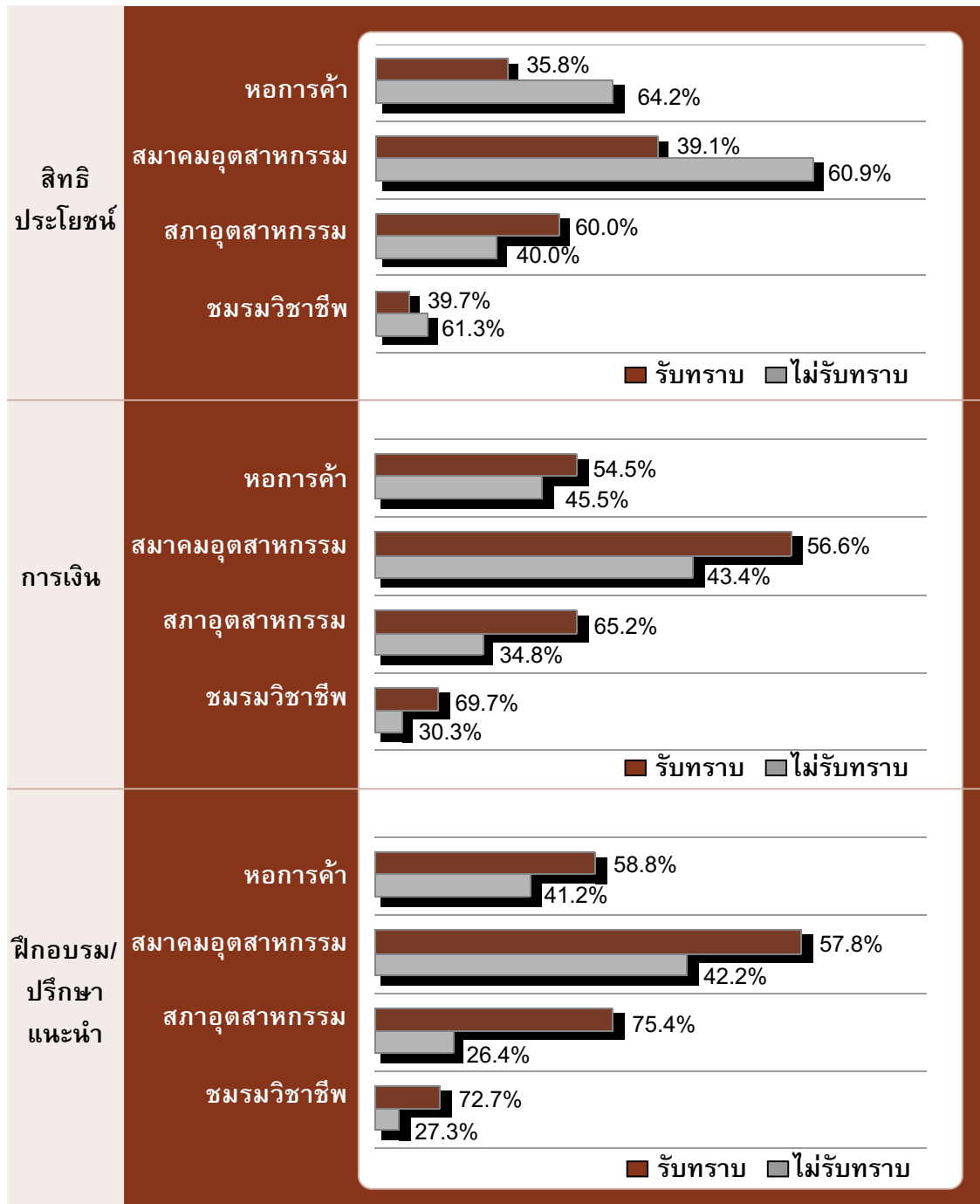
8.3.6 การรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ของ SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์กรเอกชน

จากผลการสำรวจ พบว่า SMEs ที่เป็นสมาชิกขององค์กรเอกชนประเภทต่าง ๆ เป็นกลุ่มที่มีโอกาสได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐมากกว่า SMEs ทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์กรใดๆ

เมื่อพิจารณาตามประเภทของมาตรการหรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ พบว่า บริการทางด้านฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำของภาครัฐ เป็นบริการที่ SMEs รู้จักมากที่สุด โดยเฉพาะ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และชมรมวิชาชีพต่างๆ (ร้อยละ 75.4 และ 72.7 ตามลำดับ) สำหรับมาตรการทางการเงิน SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์กรต่างๆ ทุกแห่งรับรู้ในระดับที่สูงกว่าร้อยละ 50 ทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม สิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นมาตรการที่ SMEs รู้จักน้อยที่สุด แต่ SMEs ซึ่งเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยก็ยังรับทราบในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 60 ดังแสดงในภาพที่ 8.3.4

ภาพที่ 8.3.4 แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับทราบของ SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์กรเอกชน ต่าง ๆ จำแนกตามมาตรการ โครงการ หรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ



8.3.7 การรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามสถานะของกิจการ ในช่วงระหว่างปี 2542 - 2545 และปัจจุบัน

จากการวิเคราะห์การรับรู้รับทราบมาตรการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ในเรื่องต่างๆ โดยเปรียบเทียบกับสถานะทางธุรกิจของ SMEs ในช่วงปี 2542 - 2545 กับ ผลประกอบการของกิจการในปัจจุบัน แบ่งตามสถานะความเป็นอยู่ของธุรกิจ 4 ระยะ (SMEs Life Cycle) พบว่า SMEs ที่อยู่ในระยะเริ่มต้นกิจการและยังไม่ได้ผลตอบแทนอย่างเต็มที่ ทั้งในช่วงปี 2542 - 2545 และปัจจุบัน ส่วนใหญ่รับทราบ มาตรการทางด้านการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ รองลงมา คือ มาตรการทางด้านการเงิน เช่นเดียวกับ SMEs ที่อยู่ในระยะกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง และ SMEs ซึ่งประสบปัญหาและสามารถแก้ไขได้แล้วโดยมีผลประกอบการที่ดีขึ้น ในขณะที่ SMEs ซึ่งอยู่ในระยะขยายตัวเต็มที่และเริ่มประสบปัญหา รับทราบมาตรการทางด้านการเงินมากที่สุด และมาตรการทางด้านการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำเป็นอันดับรองลงมา (ตามตารางที่ 8.3.3)

ตารางที่ 8.3.3 แสดงสัดส่วนการรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการหรือ บริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐจำแนกตาม สถานะของกิจการในช่วงระหว่างปี 2542 - 2545 และปัจจุบัน

สถานะความเป็นอยู่ของ ธุรกิจ	สถานะของกิจการ ช่วงปี 2542 - 2545				ผลประกอบการของกิจการในปัจจุบัน			
	มาตรการด้านการ ฝึกอบรม / ปรึกษา แนะนำ		มาตรการด้าน การเงิน		มาตรการด้านการ ฝึกอบรม / ปรึกษา แนะนำ		มาตรการด้าน การเงิน	
	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ	ทราบ	ไม่ทราบ
ระยะเริ่มต้นกิจการยังไม่ได้ ผลตอบแทนอย่างเต็มที่	49.2%	50.8%	47.8%	52.2%	47.6%	52.4%	46.4%	53.6%
ระยะกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง	51.1%	48.9%	50.9%	49.1%	51.4%	48.6%	51.3%	48.7%
ระยะขยายตัวอย่างเต็มที่ และเริ่มประสบปัญหา	46.4%	53.6%	49.1%	50.9%	46.9%	53.1%	52.2%	47.8%
ระยะปัญหาหลักแก้ไขแล้ว และผลประกอบการ เริ่มจะดีขึ้น	55.0%	45.0%	53.9%	46.1%	54.2%	45.8%	51.3%	48.7%

8.4 ปัจจัยจูงใจและความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการใช้บริการส่งเสริมจากภาครัฐ

8.4.1 บริการที่ SMEs ต้องการจากภาครัฐเพื่อช่วยแก้ปัญหาของธุรกิจ

จากการสำรวจระดับความสำคัญของบริการเพื่อช่วยแก้ปัญหาและส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ที่ตรงต่อความต้องการของ SMEs พบว่า กลุ่มบริการจากภาครัฐที่มีความสำคัญลำดับสูง 5 อันดับแรก ประกอบด้วย บริการด้านข้อมูลข่าวสารธุรกิจ, บริการให้คำปรึกษาแนะนำและการสนับสนุนการจัดหาแหล่งทุน, การจัดหาตลาด วางแผนการตลาดและตราสินค้า รวมทั้ง การวิจัยและพัฒนาเพื่อลดต้นทุนการผลิต สำหรับบริการกลุ่มที่สำคัญในระดับรองลงมา ประกอบด้วย การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการผลิต การแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบการทำธุรกิจ, การอบรมบุคลากรของ SMEs, การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดทำระบบมาตรฐานโรงงานและการจัดการ (ตารางที่ 8.4.1)

ตารางที่ 8.4.1 แสดงระดับความสำคัญของบริการที่ SMEs
ต้องการจากภาครัฐ

ความสำคัญของบริการที่ SMEs ต้องการจากรัฐ	ระดับความสำคัญ
<ul style="list-style-type: none"> ● บริการข้อมูลข่าวสารธุรกิจ ● บริการให้คำแนะนำปรึกษา ● สนับสนุนเงินทุน จัดหาแหล่งเงินทุน ● จัดหาตลาดวางแผนการตลาดและตราสินค้า ● วิจัยและพัฒนาลดต้นทุนการผลิต ● พัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีการผลิต ● การแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบการทำธุรกิจ ● อบรมบุคลากรของสำนักงาน เช่น บัญชี บุคคล 	<p>สำคัญมาก</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ● จัดทำระบบมาตรฐานโรงงาน การจัดการ ● จัดหาวัตถุดิบและแหล่งสำรองวัตถุดิบ ● บริการทดสอบเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ ● การประสานงานหาผู้ร่วมลงทุน 	<p>สำคัญปานกลาง</p>

8.4.2 ลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ของการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

เมื่อพิจารณาถึงลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ของ SMEs ในการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของรัฐ ตามลักษณะของธุรกิจ พบว่า SMEs ภาคการค้าส่ง, ค้าปลีก และ ธุรกิจบริการ เห็นว่า การสร้างหรือขยายตลาดของบริษัทเป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญมากเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 58.3, 54.5 และ 53.8) ในขณะที่ SMEs ภาคอุตสาหกรรมการผลิต เห็นว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต / ลดต้นทุน เป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญมากที่สุดในการเข้ารับบริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของรัฐ (ร้อยละ 62.6) โดยเมื่อพิจารณาความสำคัญลำดับที่ 2 รองลงมา SMEs ภาคการผลิต ให้ความสำคัญในการสร้างหรือขยายตลาดของบริษัท (ร้อยละ 53.3) SMEs ภาคการค้าส่ง ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนหรือหาแหล่งเงินทุน (ร้อยละ 42.9) SMEs ภาคการค้าปลีก ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบมาตรฐานในบริษัท (ร้อยละ 51.2) และ SMEs ภาคธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน (ร้อยละ 46.2) ตามตารางที่ 8.4.2

ตารางที่ 8.4.2 แสดงลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ของการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

หน่วย : ร้อยละ

ความสำคัญของวัตถุประสงค์การให้บริการ														
การสนับสนุนหรือหาแหล่งเงินทุน			สร้างหรือขยายตลาดของบริษัท			เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต / ลดต้นทุน			การพัฒนาและวิจัยสินค้า			การพัฒนาระบบมาตรฐานในบริษัท		
น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก
ภาคอุตสาหกรรมการผลิต														
27.3	34.9	37.7	20.9	25.8	53.3	11.2	26.2	62.6	24.7	37.5	37.8	14.7	33.6	51.7
ภาคการค้าส่ง														
18.6	38.6	42.9	13.9	27.8	58.3	18.6	42.9	38.6	23.2	34.8	42.0	21.7	43.5	34.8
ภาคการค้าปลีก														
14.0	46.5	39.5	10.2	35.2	54.5	12.9	44.7	42.4	22.1	45.3	32.6	14.3	34.5	51.2
ภาคธุรกิจบริการ														
22.1	32.1	45.8	15.4	30.8	53.8	18.5	35.4	46.2	28.9	38.3	32.8	16.4	40.6	43.0

8.4.3 ลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ของการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs จำแนกตามลักษณะตลาดของ SMEs

เมื่อพิจารณาถึงลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของรัฐจำแนกตามลักษณะตลาดของ SMEs พบว่า SMEs ที่มีตลาดในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งตลาดในกรุงเทพมหานครและตลาดในต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการสร้างหรือขยายตลาดของบริษัท มากเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 53.7 58.2 และ 59.6) โดย SMEs ที่มีตลาดเป็นโรงงานหรือผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนมากเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 66.9)

และเมื่อพิจารณา ลำดับรองลงมา พบว่า SMEs ที่มีตลาดในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้ง SMEs ที่มีตลาดในต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน เป็นลำดับที่ 2 (ร้อยละ 53.0 และ 52.5) โดย SMEs ที่มีตลาดในกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและวิจัยสินค้า (ร้อยละ 36.2) และ SMEs ที่มีตลาดเป็นโรงงานหรือผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการ (ร้อยละ 53.9) (ตารางที่ 8.4.3)

ตารางที่ 8.4.3 แสดงลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ก่อนการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามตลาดของกิจการ

หน่วย : ร้อยละ

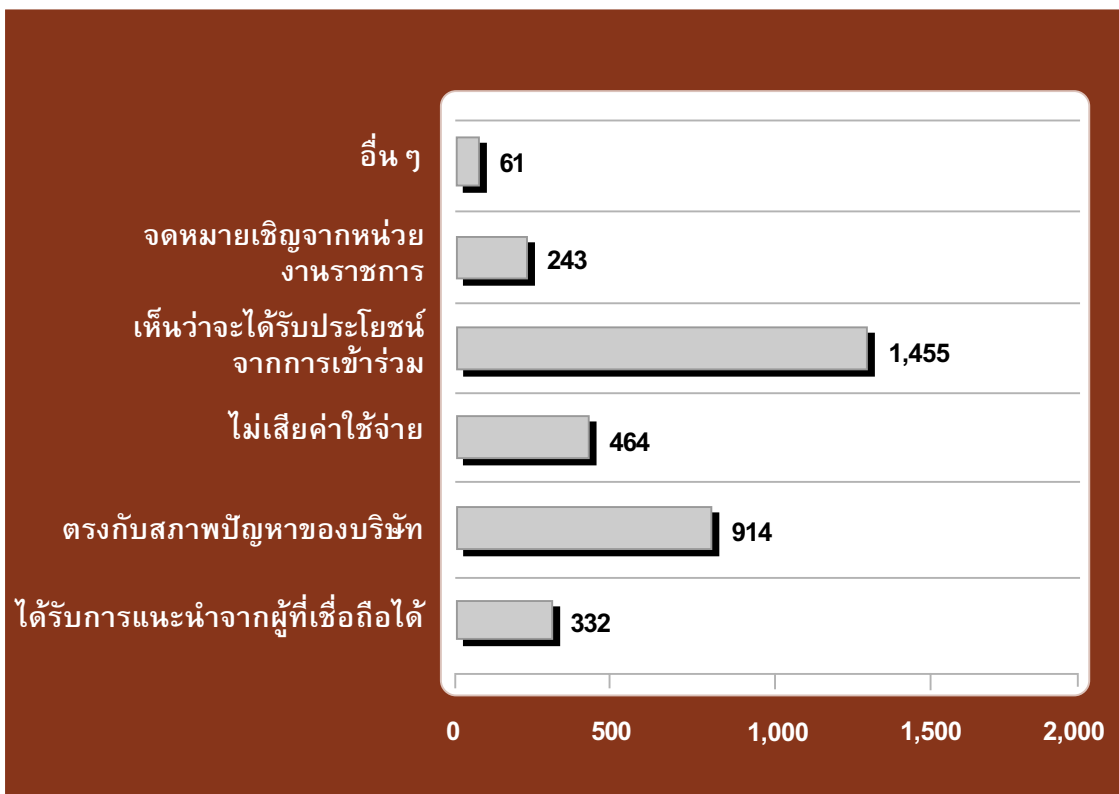
ความสำคัญของวัตถุประสงค์การใช้บริการ														
การสนับสนุนหรือหาแหล่งเงินทุน			แก้ไขปัญหาการบริหารจัดการ			สร้างหรือขยายตลาดของบริษัท			เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต / ลดต้นทุน			การพัฒนาและวิจัยสินค้า		
น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก	น้อย	ปานกลาง	มาก
ตลาดในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง														
23.0	36.4	40.6	11.8	41.9	46.2	19.1	27.1	53.7	16.2	30.8	53.0	24.9	40.5	34.6
ตลาดในกรุงเทพมหานคร														
23.0	30.9	46.1	18.3	42.5	39.2	16.3	25.5	58.2	20.6	32.9	46.5	28.2	35.6	36.2
โรงงาน / ผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ														
21.7	38.2	40.1	8.4	37.7	53.9	16.9	29.9	53.2	9.6	23.6	66.9	24.7	42.2	33.1
ผู้ประกอบการในต่างประเทศ														
26.3	38.4	35.4	12.2	38.8	49.0	15.2	25.3	59.6	9.1	38.4	52.2	23.2	29.3	47.5

8.4.4 ปัจจัยสำคัญที่จูงใจให้ SMEs ใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญที่จูงใจให้ SMEs ใช้บริการหรือการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ พบว่า มีผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 1,455 ราย หรือร้อยละ 42 เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ SMEs จะได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ เป็นปัจจัยที่สำคัญสูงสุดที่จูงใจให้ใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการ ลำดับรองลงมา ได้แก่ บริการและโครงการส่งเสริม SMEs มีความเหมาะสมและตรงกับสภาพปัญหาของบริษัท อย่างไรก็ดี ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการนั้น มีผู้ประกอบการร้อยละ 13 ที่เห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเช่นเดียวกับการ ได้รับการแนะนำจากผู้ที่เกี่ยวข้องได้ หรือการได้รับจดหมายเชิญจากหน่วยงานราชการ เป็นเหตุจูงใจที่มีความสำคัญในลำดับหลังๆ (ภาพที่ 8.4.1)

ภาพที่ 8.4.1 แสดงปัจจัยสำคัญ ที่มีผลจูงใจให้ SMEs ใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

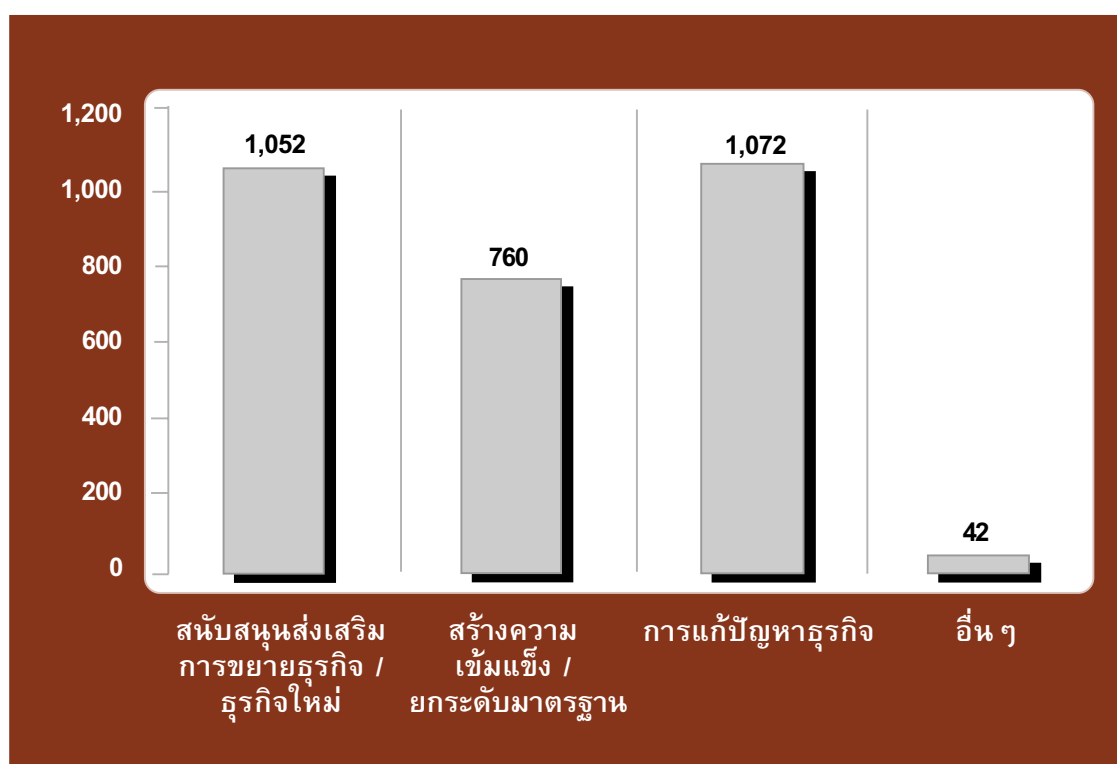
หน่วย : ราย



8.4.5 ความสอดคล้องของบริการจากภาครัฐกับความต้องการของ SMEs

จากผลการสำรวจ พบว่า บริการของภาครัฐที่สอดคล้องกับความต้องการของ SMEs มากที่สุด คือบริการในด้านการแก้ไขปัญหาธุรกิจด้านการตลาด การลดต้นทุนการผลิตและการแก้ปัญหาการขาดสภาพคล่อง จำนวน 1,072 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 37 โดยบริการเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการขยายธุรกิจหรือการสร้างธุรกิจใหม่ สอดคล้องกับความต้องการของ SMEs ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 1,052 (ร้อยละ 36) สำหรับบริการเพื่อการสร้างความเข้มแข็งหรือยกระดับมาตรฐานสินค้า มาตรฐานโรงงาน และการจัดการคุณภาพ มีความสอดคล้องในลำดับรองลงมา จำนวน 760 กิจการ (ร้อยละ 26) ดังแสดงในภาพที่ 8.4.2

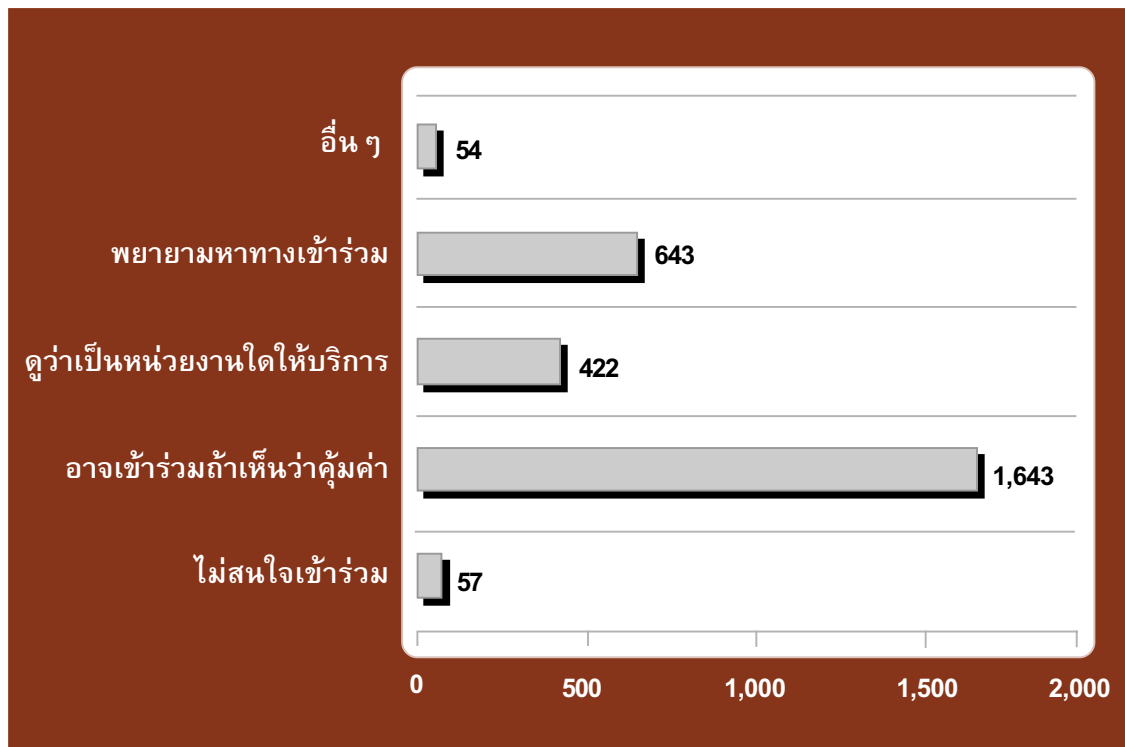
ภาพที่ 8.4.2 แสดงวัตถุประสงค์การให้บริการส่งเสริม SMEs จากภาครัฐ ที่สอดคล้องต่อความต้องการของ SMEs



8.4.6 การตัดสินใจของ SMEs ในการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ เมื่อโครงการดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการ

เมื่อมีการสอบถามถึงการตัดสินใจในการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ในอนาคตข้างหน้า เมื่อบริการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ดังกล่าวมีความสอดคล้องและตรงต่อความต้องการ ปรากฏว่า SMEs ส่วนใหญ่เห็นว่าอาจเข้าร่วมโครงการ ถ้ามีความคุ้มค่า จำนวน 1,643 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาได้แก่ พยายามหาทางเข้าร่วมโครงการ จำนวน 643 ราย (ร้อยละ 22.8) และดูว่าเป็นหน่วยงานใดที่ให้บริการ 422 ราย (ร้อยละ 15) ทั้งนี้มี SMEs เพียงส่วนน้อยที่ตอบว่าไม่สนใจเข้าร่วมโครงการหรือรับบริการ ส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ถึงแม้ว่าโครงการหรือบริการดังกล่าวจะสอดคล้องกับความต้องการก็ตาม จำนวน 57 ราย (ร้อยละ 2) (ภาพที่ 8.4.3)

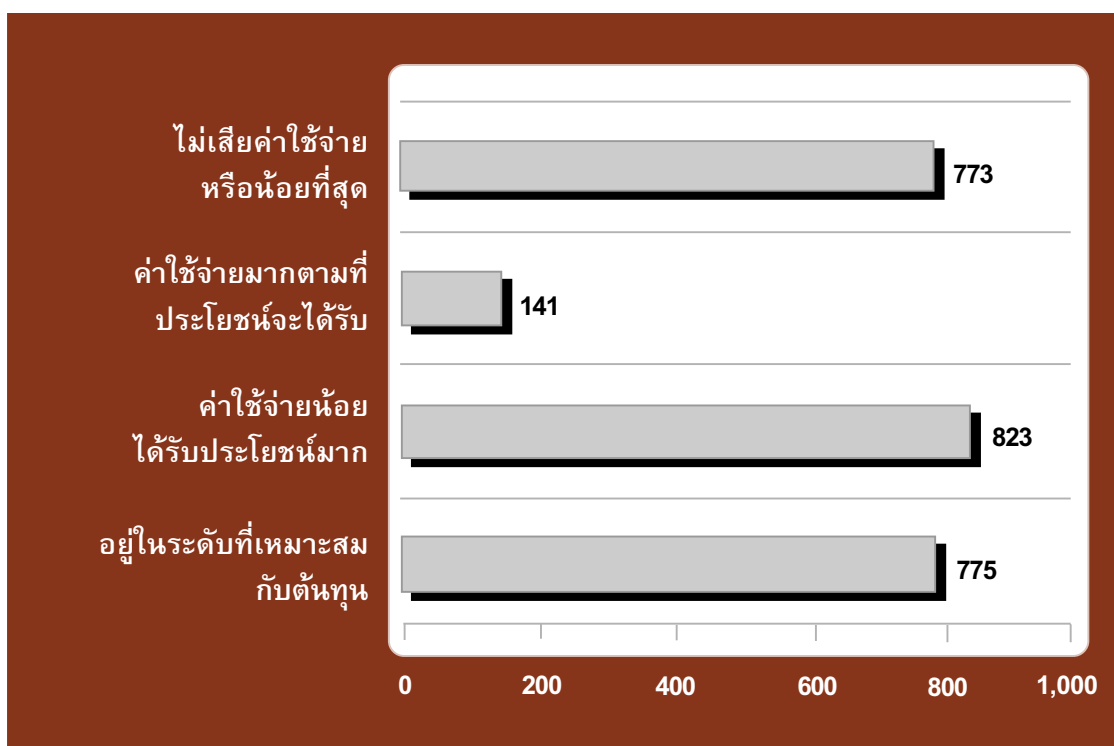
ภาพที่ 8.4.3 แสดงความเห็นในการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ในอนาคตเมื่อมีความสอดคล้องกับความต้องการของ SMEs



8.4.7 ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

การเข้าร่วมโครงการหรือรับบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ซึ่ง SMEs ต้องมีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมในบางโครงการหรือรับบริการ โดย SMEs ส่วนใหญ่ จำนวน 823 กิจการ (ร้อยละ 32.8) เห็นว่า การเข้าร่วมโครงการหรือรับบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ควรมีค่าใช้จ่ายน้อย และได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการหรือบริการมา รองลงมา SMEs จำนวน 775 กิจการ (ร้อยละ 30.9) เห็นว่าค่าใช้จ่ายควรอยู่ในระดับที่เหมาะสมกับต้นทุนและไม่ควรเสียค่าใช้จ่ายเลยหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด จำนวน 773 (ร้อยละ 30.8) ตามลำดับ (ภาพที่ 8.4.4)

ภาพที่ 8.4.4 แสดงจำนวน SMEs ที่มีความเห็นในประเด็นของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

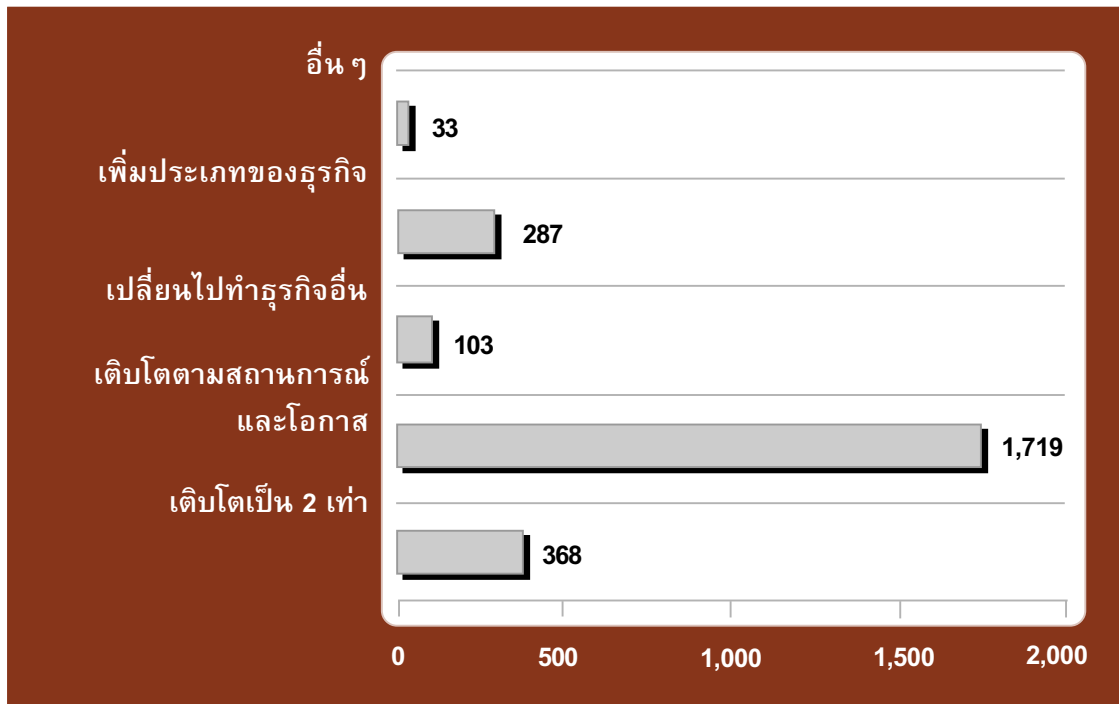


8.4.8 แนวโน้มธุรกิจ SMEs ในระยะ 3 ปีข้างหน้า

จากภาพที่ 8.4.5 แสดงถึง SMEs คาดการณ์แนวโน้มของธุรกิจในระยะ 3 ปีข้างหน้า เห็นว่า ธุรกิจจะสามารถเติบโตตามสถานการณ์และโอกาส มากที่สุดเป็นอันดับ 1 จำนวน 1,719 ราย คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจสามารถเติบโตเป็น 2 เท่า จำนวน 368 ราย (ร้อยละ 15), ธุรกิจสามารถที่จะเพิ่มประเภทธุรกิจ จำนวน 287 ราย (ร้อยละ 11) และเห็นว่าจะมีการเปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่น จำนวน 103 ราย (ร้อยละ 4)

ภาพที่ 8.4.5 แสดงการคาดการณ์แนวโน้มธุรกิจของ SMEs ในระยะ 3 ปีข้างหน้า

หน่วย : ราย



โดยเมื่อพิจารณาจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ พบว่า SMEs ทุกประเภท (ภาคอุตสาหกรรมการผลิต, การค้าส่ง - ค้าปลีก และธุรกิจบริการ) คาดการณ์ว่าในระยะ 3 ปี ข้างหน้า ธุรกิจจะเติบโตตามสถานการณ์และโอกาสมากที่สุด (ร้อยละ 65.7, 74.2, 71.6, และ 67.5) รองลงมาได้แก่ SMEs ภาคอุตสาหกรรมการผลิต และธุรกิจบริการ เห็นว่า แนวโน้มธุรกิจ ในระยะ 3 ปี ข้างหน้า กิจการจะเติบโตเป็น 2 เท่า (ร้อยละ 20.4 และ 15.6) โดยในส่วนของ SMEs ภาคการค้าส่ง

เห็นว่า กิจการจะเติบโตเป็น 2 เท่า และเพิ่มประเภทธุรกิจในส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 10.9) ในขณะที่ SMEs ภาคการค้าปลีก เห็นว่า ในระยะ 3 ปี ข้างหน้า กิจการจะเพิ่มประเภทธุรกิจมากขึ้น (ร้อยละ 12.4) ดังแสดงในตารางที่ 8.4.4 (1)

ตารางที่ 8.4.4 (1) แสดงการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ SMEs ใน 3 ปีข้างหน้า จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

ลักษณะของวิสาหกิจ	แนวโน้มของธุรกิจในระยะ 3 ปีข้างหน้า			
	เติบโตเป็น 2 เท่า	เติบโตตามสถานการณ์และโอกาส	เปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่น	เพิ่มประเภทของธุรกิจ
อุตสาหกรรมการผลิต	20.4%	65.7%	3.4%	10.5%
การค้าส่ง	10.9%	74.2%	4.0%	10.9%
การค้าปลีก	9.2%	71.6%	6.8%	12.4%
ธุรกิจบริการ	15.6%	67.5%	3.0%	13.9%

อย่างไรก็ดี เมื่อวิเคราะห์ตามลักษณะตลาดของกิจการ พบว่า SMEs ที่มีตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนใหญ่คาดการณ์แนวโน้มธุรกิจ ของตนเองในระยะ 3 ปี ข้างหน้าว่าจะสามารถเติบโตตามสถานการณ์และโอกาส (ร้อยละ 60.1 - 71.8) และมีเพียงส่วนน้อยที่คาดการณ์ว่า ธุรกิจจะเติบโตเป็น 2 เท่า หรือสามารถเพิ่มประเภทของธุรกิจมากขึ้น แสดงตามตารางที่ 8.4.4 (2)

ตารางที่ 8.4.4 (2) แสดงการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ SMEs ใน 3 ปีข้างหน้า จำแนกตามลักษณะตลาดของกิจการ

ลักษณะของวิสาหกิจ	แนวโน้มของธุรกิจในระยะ 3 ปีข้างหน้า			
	เติบโตเป็น 2 เท่า	เติบโตตามสถานการณ์และโอกาส	เปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่น	เพิ่มประเภทของธุรกิจ
ตลาดในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง	11.6%	71.8%	4.6%	12.0%
ตลาดกรุงเทพมหานคร	14.8%	70.3%	4.0%	11.0%
โรงงาน / ผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ	18.4%	68.1%	2.8%	10.6%
ผู้บริโภคนต่างประเทศ	15.8%	67.9%	5.6%	10.7%

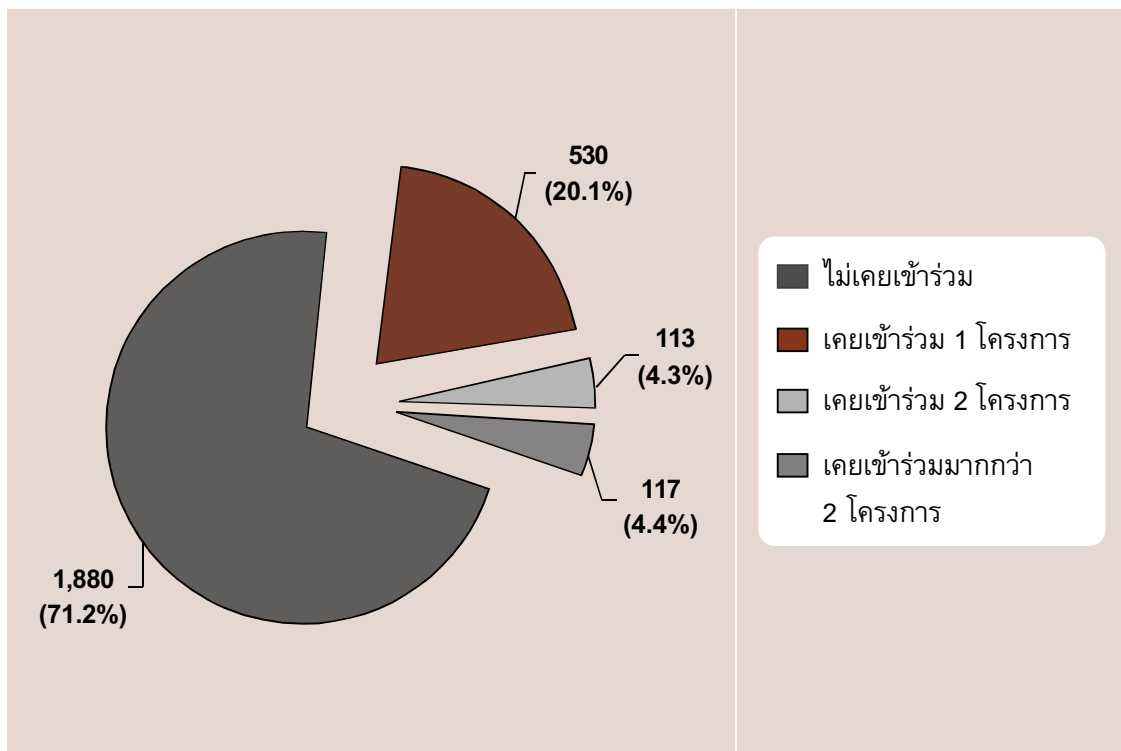
8.5 การใช้บริการ การได้รับประโยชน์หรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ

8.5.1 จำนวนในการใช้บริการหรือได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

จากการสำรวจจำนวนการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการ รวมทั้งการได้รับประโยชน์จากการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ พบว่า ตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา มี SMEs ส่วนใหญ่ จำนวน 1,880 กิจการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.2 ไม่เคยใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐเลย รองลงมาได้แก่ SMEs ที่เคยเข้าร่วม 1 โครงการ จำนวน 530 กิจการ (ร้อยละ 20.1) โดยมี SMEs ที่เคยเข้าร่วมโครงการ จำนวน 2 โครงการน้อยที่สุด จำนวน 113 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 4.3 และมี SMEs ที่เคยเข้าร่วมโครงการมากกว่า 2 โครงการ จำนวน 117 กิจการ (ร้อยละ 4.4) ดังแสดงในภาพที่ 8.5.1 (1)

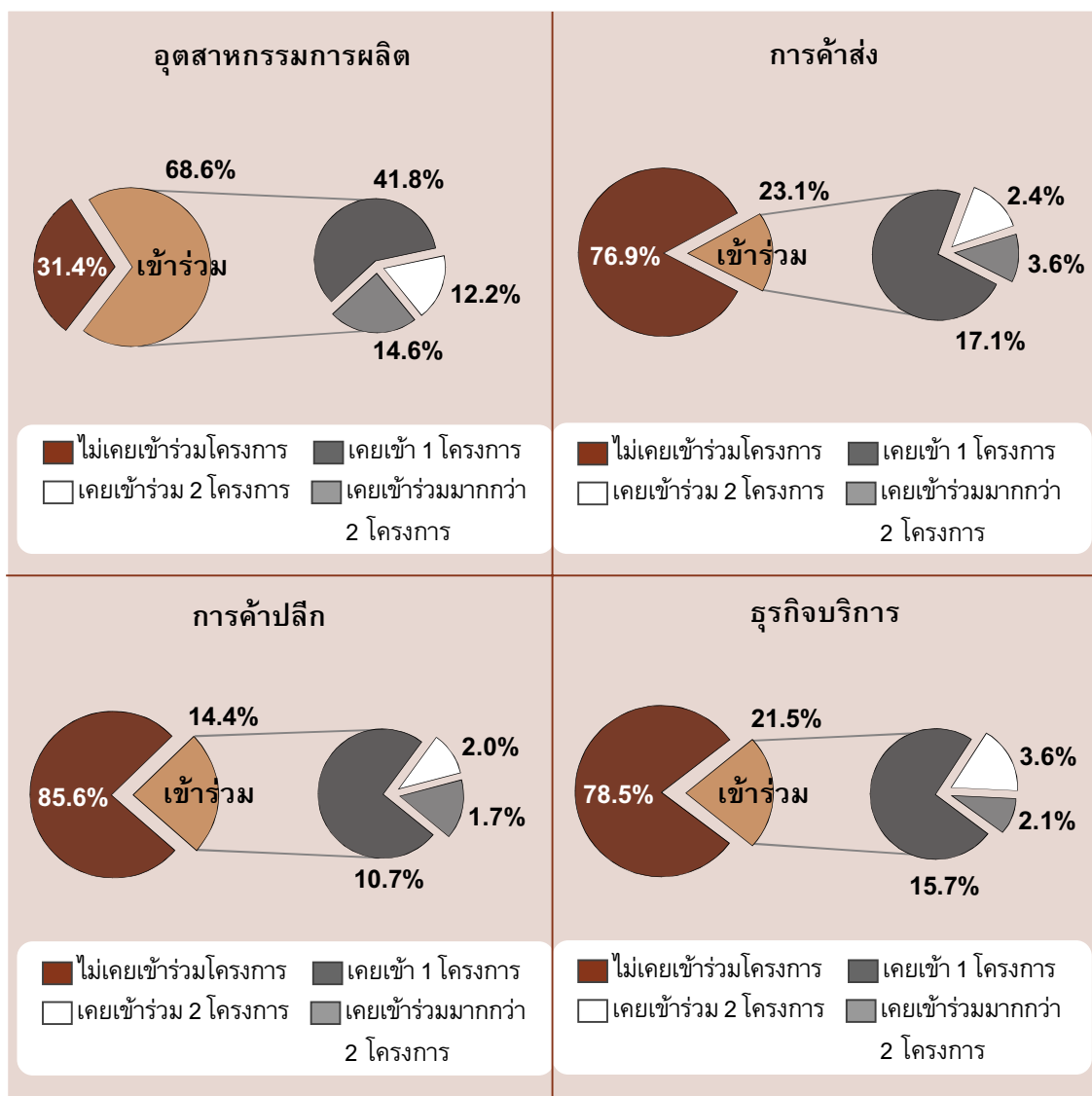
ภาพที่ 8.5.1 (1) แสดงจำนวนและสัดส่วนของ SMEs ที่ใช้บริการหรือได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

หน่วย : ราย



อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะของธุรกิจ พบว่า SMEs ภาคการค้าส่ง, การค้าปลีก และธุรกิจบริการ ที่มีอายุกิจการมากกว่า 27 ปี (จดทะเบียนธุรกิจกับกรมทะเบียนการค้า ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2520) ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ สำหรับ SMEs ที่เคยใช้บริการจากโครงการ ส่วนใหญ่เคยใช้บริการเพียง 1 โครงการ ในขณะที่ SMEs ในภาคการผลิต เคยเข้าร่วมบริการหรือโครงการของรัฐในสัดส่วนที่สูงกว่าหรือร้อยละ 68.6 ดังแสดงในภาพที่ 8.5.1 (2)

ภาพที่ 8.5.1 (2) แสดงสัดส่วนจำนวนการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ



เช่นเดียวกับ SMEs ที่มีอายุกิจการน้อยกว่า 27 ปี (จดทะเบียนธุรกิจกับกรมทะเบียนการค้า ปี พ.ศ. 2520 จนถึงปัจจุบัน) ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมหรือใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ โดยเมื่อพิจารณากลุ่ม SMEs ที่เคยใช้บริการจากโครงการ พบว่า SMEs ส่วนใหญ่เคยใช้บริการจากโครงการ เพียงโครงการเดียว รองลงมาได้แก่ SMEs ที่เคยใช้บริการจากโครงการ 2 โครงการ โดย SMEs ที่เคยใช้บริการจากโครงการ มากกว่า 2 โครงการ มีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แสดงตามตารางที่ 8.5.1 (1)

ตารางที่ 8.5.1 (1) แสดงจำนวนการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของ SMEs ที่จดทะเบียนธุรกิจกับกรมทะเบียนการค้า ในช่วงก่อนปี 2520 จนถึงปี 2546

ปีที่กิจการดำเนินการ จดทะเบียนธุรกิจกับ กรมทะเบียนการค้า	ความถี่ในการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs			
	ไม่เคยเข้าร่วม	เคยเข้าร่วม 1 โครงการ	เคยเข้าร่วม 2 โครงการ	เคยเข้าร่วม มากกว่า 2 โครงการ
ก่อนปี พ.ศ. 2520	74.2%	14.2%	5.8%	5.8%
ระหว่างปี พ.ศ. 2520 - 2530	77.0%	15.7%	4.2%	3.1%
ระหว่างปี พ.ศ. 2531 - 2540	73.1%	17.5%	4.2%	5.2%
ตั้งแต่ปี 2541 จนถึงปัจจุบัน	68.9%	23.8%	3.6%	3.6%

โดยเมื่อพิจารณาถึงการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ ของ SMEs ที่เป็นสมาชิก สมาคม ชมรมการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรม หรือชมรมวิชาชีพ ต่างๆ พบว่า SMEs ที่เป็นสมาชิกสมาคม ชมรมการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรม หรือชมรมวิชาชีพต่างๆ เคยใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของรัฐ ในสัดส่วนที่มากกว่า SMEs ซึ่งไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมเล็กน้อย โดย SMEs ที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมเคยใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs มากที่สุด (ร้อยละ 62.3) รองลงมาได้แก่ SMEs ที่เป็นสมาชิกชมรมวิชาชีพ (ร้อยละ 39.4) โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการจากโครงการของรัฐเพียง 1 โครงการ ในขณะที่ SMEs ที่เคยใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของรัฐ มากกว่า 2 โครงการขึ้นไปมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แสดงตามตารางที่ 8.5.1 (2)

ตารางที่ 8.5.1 (2) แสดงสัดส่วนจำนวนการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตาม SMEs ที่เป็นสมาชิกสมาคม ชมรมการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรม หรือชมรมวิชาชีพต่าง ๆ

สมาชิกหอการค้า				
	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ		
		38.8%		
เป็นสมาชิก	61.2%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		23.1%	5.2%	10.5%
		27.7%		
ไม่เป็นสมาชิก	72.3%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		19.4%	4.2%	4.1%
สมาชิกสมาคมอุตสาหกรรม				
	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ		
		34.2%		
เป็นสมาชิก	65.8%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		20.7%	6.0%	7.5%
		27.6%		
ไม่เป็นสมาชิก	72.4%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		19.4%	4.1%	4.1%
สมาชิกสภาอุตสาหกรรม				
	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ		
		62.3%		
เป็นสมาชิก	37.7%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		28.1%	16.7%	17.5%
		26.7%		
ไม่เป็นสมาชิก	73.3%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		19.2%	3.7%	3.8%

สมาชิกชมรมวิชาชีพ				
	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ		
		39.4%		
เป็นสมาชิก	60.6%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		27.3%	6.1%	6.1%
		27.6%		
ไม่เป็นสมาชิก	71.9%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		19.5%	4.3%	4.4%

และเมื่อวิเคราะห์จำนวนการให้บริการโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ ของ SMEs จำแนกตามสถานะธุรกิจของกิจการในช่วงปี 2542 - 2545 พบว่า SMEs ในกลุ่มที่สามารถแก้ไขปัญหาหลักและเริ่มมีผลประกอบการดีขึ้น ใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐมากที่สุด (ร้อยละ 33.5) แต่ส่วนใหญ่เคยใช้บริการเพียง 1 โครงการ รองลงมาได้แก่กลุ่ม SMEs ที่เริ่มต้นดำเนินกิจการและยังไม่ได้รับผล ตอบแทนอย่างเต็มที่ (ร้อยละ 32.2) ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการเพียง 1 โครงการ เช่นเดียวกัน สำหรับ SMEs ในกลุ่มที่มีการขยายตัวอย่างเต็มที่และเริ่มประสบปัญหา ใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ น้อยที่สุด (ร้อยละ 22.2) แสดงตามตารางที่ 8.5.1 (3)

ตารางที่ 8.5.1 (3) แสดงจำนวนในการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

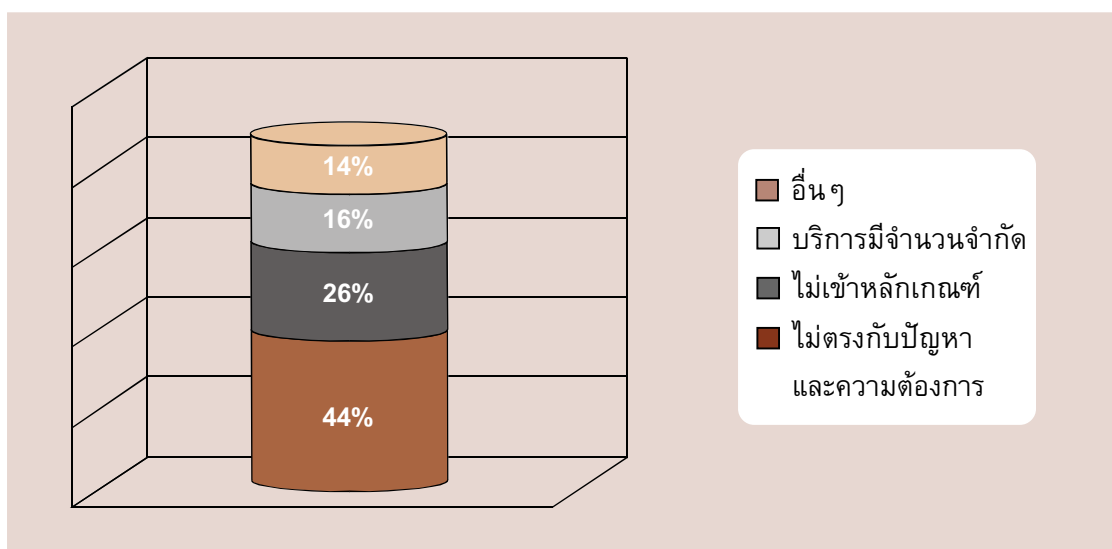
เริ่มต้นดำเนินกิจการและยังไม่ได้รับผลตอบแทนอย่างเต็มที่				
	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ		
		32.2%		
67.8%		1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		24.2%	4.3%	3.6%
กำลังอยู่ในช่วงเติบโตอย่างต่อเนื่อง				
	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ		
		25.0%		
75.0%		1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
		16.8%	3.8%	4.4%

ขยายตัวอย่างเต็มที่และเริ่มประสบปัญหา			
ไม่เคยใช้บริการ		เคยใช้บริการ	
		22.2%	
77.8%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
	15.6%	3.3%	3.3%
ปัญหาหลักเริ่มมีการแก้ไขและเริ่มดีขึ้น			
ไม่เคยใช้บริการ		เคยใช้บริการ	
		35.5%	
66.5%	1 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการขึ้นไป
	20.8%	6.1%	6.6%

8.5.2 สาเหตุของการไม่ได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

จากการสำรวจพบว่า มี SMEs ที่ทราบข่าวโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ แต่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการดังกล่าว โดยมีเหตุผลที่สำคัญ คือโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ไม่ตรงกับปัญหาและความต้องการ จำนวน 948 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาได้แก่ SMEs มีคุณสมบัติที่ไม่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ จำนวน 560 กิจการ (ร้อยละ 26) บริการของรัฐมีจำนวนจำกัด จำนวน 356 กิจการ (ร้อยละ 16) และสาเหตุในด้านอื่นๆ อาทิเช่น ไม่มีเวลาว่าง, ขั้นตอนซับซ้อนยุ่งยาก เป็นต้น จำนวน 308 กิจการ (ร้อยละ 14) ตามลำดับ (ภาพที่ 8.5.2)

ภาพที่ 8.5.2 แสดงสาเหตุที่ SMEs ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ



8.5.3 ประเภทหรือลักษณะของบริการที่ SMEs ได้รับและใช้ประโยชน์

จากการสำรวจพบว่า SMEs ที่ใช้บริการต่างๆ ของภาครัฐ ส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากบริการด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด จำนวน 289 กิจการ (ร้อยละ 20.8) รองลงมาได้แก่ การรับคำปรึกษาแนะนำเฉพาะด้าน จำนวน 266 กิจการ (ร้อยละ 19.2) และการรับบริการปรึกษาแนะนำปัญหาทั่วไป จำนวน 235 กิจการ (ร้อยละ 16.9) ตามลำดับ สำหรับบริการด้านวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนั้นมี SMEs ที่ใช้บริการค่อนข้างน้อยเพียง จำนวน 53 กิจการ หรือร้อยละ 3.8 (ตารางที่ 8.5.2)

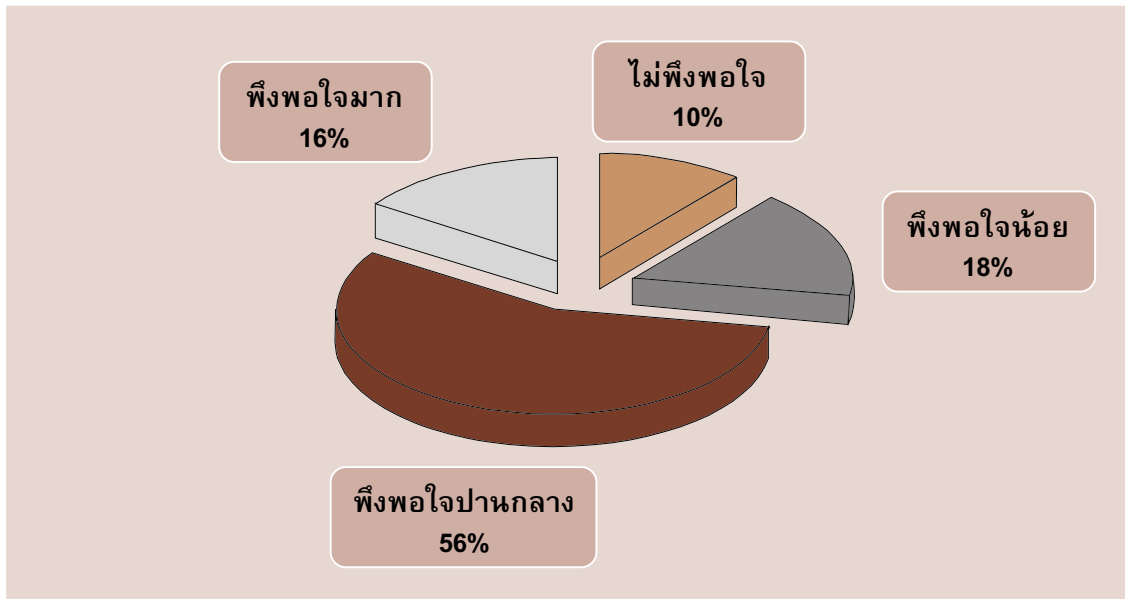
ตารางที่ 8.5.2 แสดงประเภทหรือลักษณะของบริการที่ SMEs ได้รับและใช้ประโยชน์

ประเภทการบริการที่ SMEs ได้รับ	จำนวน SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ	ร้อยละ
• บริการข้อมูลข่าวสาร	289	20.8
• การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร	217	15.6
• การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ช่างเทคนิค	83	6
• การปรึกษาแนะนำปัญหาทั่วไป	235	16.9
• คำปรึกษาแนะนำเฉพาะด้าน	266	19.2
• ร่วมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี	53	3.8
• ร่วมกิจกรรมการตลาด เช่น การออกร้าน	139	10
• เงินทุนสนับสนุนการดำเนินงาน	81	5.8
• อื่นๆ	26	1.9

8.5.4 ความพึงพอใจต่อการบริการจากหน่วยงานภาครัฐ

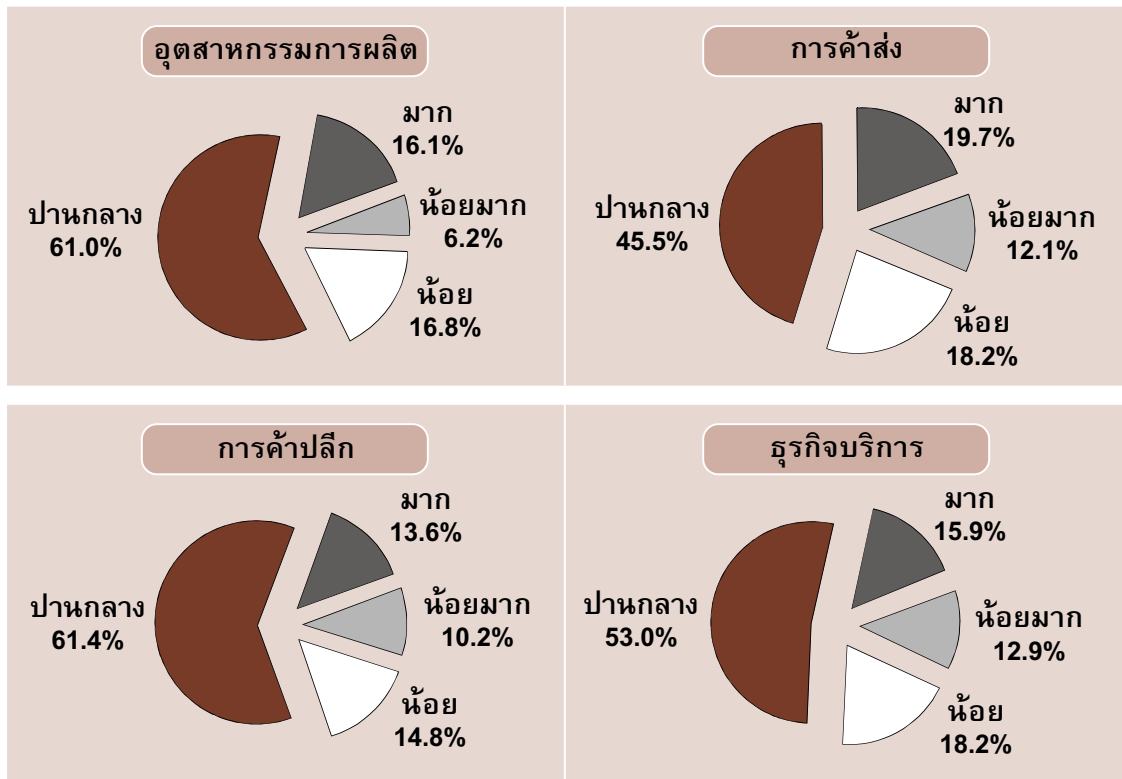
จากภาพที่ 8.5.3 (1) แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56) มีความพึงพอใจต่อการบริการจากหน่วยงานภาครัฐในระดับปานกลาง มีเพียงร้อยละ 16 ที่มีความพึงพอใจ ในบริการจากภาครัฐมาก ในขณะที่มีผู้ประกอบการ SMEs ที่ไม่พึงพอใจต่อการบริการของภาครัฐ ร้อยละ 10 และผู้มีความพึงพอใจน้อยร้อยละ 18 ตามลำดับ

ภาพที่ 8.5.3 (1) แสดงความพึงพอใจของ SMEs ต่อการบริการจากหน่วยงาน



เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อบริการส่งเสริม SMEs จำแนกตามลักษณะของวิสาหกิจ พบว่า SMEs ทุกประเภท (ภาคอุตสาหกรรมการผลิต, คำสั่ง - คำปลีก และธุรกิจบริการ) ที่ใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 61.0, 45.5, 61.4 และ 53.0) ตามภาพที่ 8.5.3 (2)

ภาพที่ 8.5.3 (2) แสดงสัดส่วนของระดับความพึงพอใจในการบริการที่ SMEs ได้รับจากภาครัฐ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ



8.5.5 ปัญหาและอุปสรรคของ SMEs ในการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

จากผลการสำรวจปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ด้านต่างๆ พบว่า (ตามตารางที่ 8.5.3)

- **ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร** ปัญหาสำคัญในการรับบริการ คือ เนื้อหาข้อมูลไม่มีความทันสมัย ไม่เพียงพอที่จะสามารถใช้ประโยชน์ได้ และการเข้าถึงข้อมูลไม่สะดวกหรือมีค่าใช้จ่ายสูง ตามลำดับ
- **ด้านการฝึกอบรม** ปัญหาและอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ ระยะเวลาในการจัดฝึกอบรมไม่เหมาะสมและสาระสำคัญของหลักสูตรไม่สอดคล้องกับความต้องการ
- **ด้านการสนับสนุนทางการเงิน** มีปัญหา อุปสรรค ในด้านการไม่รู้วิธีเข้าถึงแหล่งเงินทุน และสินเชื่อที่ได้รับไม่เพียงพอเนื่องจากขาดหลักประกัน
- **ด้านบริการให้คำปรึกษาแนะนำ** SMEs เห็นว่าปัญหา อุปสรรคที่สำคัญ

คือ ระยะเวลาที่น้อยเกินไปและขาดความต่อเนื่องในการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการกับที่ปรึกษา

- ด้านบริการสนับสนุนและส่งเสริมตลาด โดย SMEs เห็นว่า การบริการของภาครัฐมีน้อยเกินไปและรู้สึกว่าการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการไม่มีความยุติธรรม

ตารางที่ 8.5.3 ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ของ SMEs ในการใช้บริการจากโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

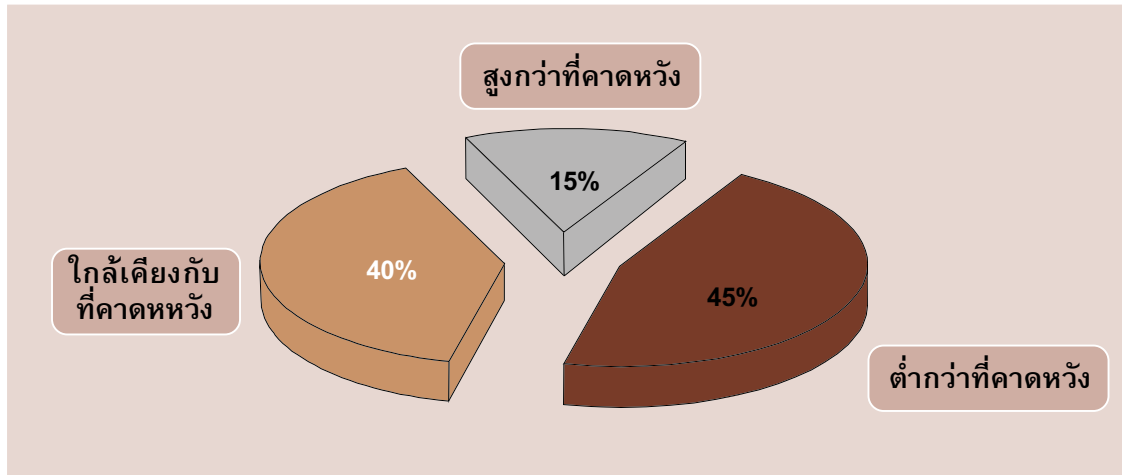
ประเภทของบริการ	ปัญหา / อุปสรรคที่สำคัญ	
	1	2
ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร	เนื้อหาข้อมูลไม่ทันสมัย / ไม่เพียงพอต่อการใช้ประโยชน์	การเข้าถึงข้อมูลไม่สะดวก / มีค่าใช้จ่ายสูง
ด้านการฝึกอบรม	ระยะเวลาจัดอบรมไม่เหมาะสม	สาระสำคัญของหลักสูตรไม่สอดคล้องกับความต้องการ
ด้านการสนับสนุนทางการเงิน	ไม่รู้วิธีเข้าถึงแหล่งเงินทุน	สินเชื่อที่ได้รับไม่เพียงพอ เกิดจากหลักประกันไม่เพียงพอ
ด้านบริการให้คำปรึกษาแนะนำ	ระยะเวลาน้อยเกินไป	การประสานงานระหว่างกิจการกับที่ปรึกษาขาดความต่อเนื่อง
ด้านสนับสนุนและส่งเสริมตลาด	บริการของภาครัฐยังมีน้อย และรู้สึกว่าการคัดเลือกไม่มีความยุติธรรม	ไม่ได้ผลหรือไม่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

8.5.6 ประโยชน์ที่กิจการได้รับจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

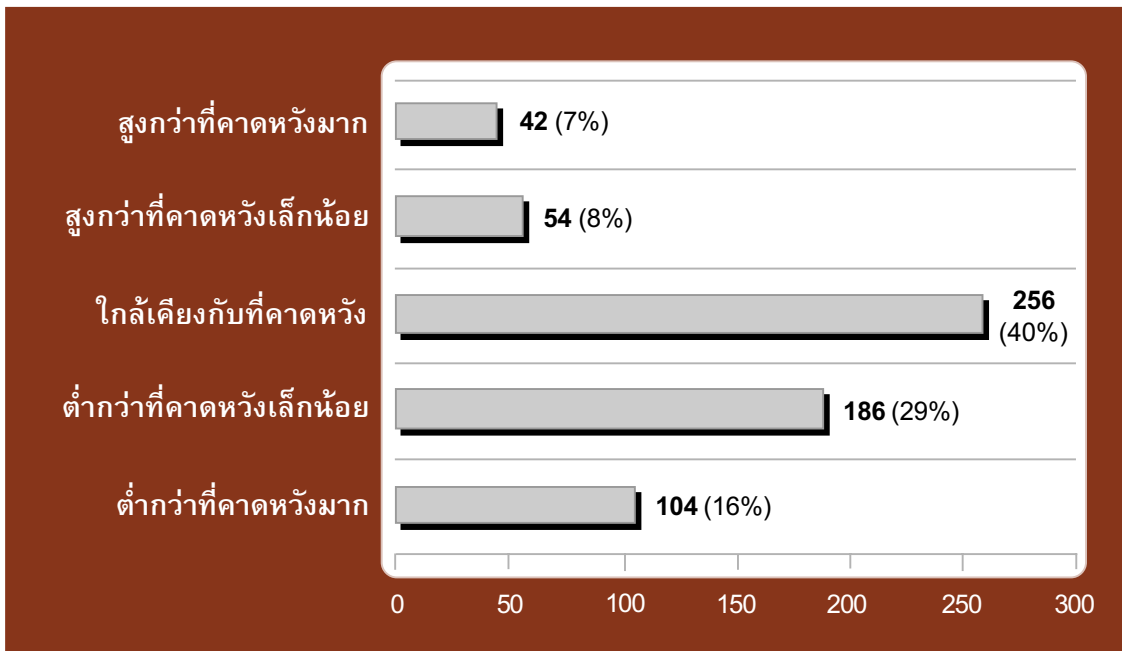
ผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ประมาณร้อยละ 40 ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการ ในระดับที่ใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ

โดยมีผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 290 ราย หรือร้อยละ 45 เห็นว่า กิจการได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการ ต่ำกว่าที่คาดหวัง โดยร้อยละ 29 เห็นว่าได้รับประโยชน์ต่ำกว่าความคาดหวังเล็กน้อยและร้อยละ 16 เห็นว่า ได้รับประโยชน์ต่ำกว่าที่คาดหวังมาก มีผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 96 ราย หรือร้อยละ 15 ที่เห็นว่ากิจการได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ดังแสดงในภาพที่ 8.5.4 (1) และ 8.5.4 (2)

ภาพที่ 8.5.4 (1) แสดงความคาดหวังของผู้ประกอบการ
ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ



ภาพที่ 8.5.4 (2) แสดงระดับความคาดหวังของผู้ประกอบการ
ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ



8.5.7 ความต้องการของ SMEs ในการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ และประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

จากผลการสำรวจในตารางที่ 8.5.4 (1) แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการได้รับบริการหรือความช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่อง การสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดรวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและต้องการลด ต้นทุนการผลิต ในลำดับความสำคัญสูง การสนับสนุนด้านเงินทุน, การแก้ปัญหา ด้านบริหารจัดการ, การวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการ รวมทั้ง การสร้างและพัฒนาระบบมาตรฐานในกิจการ มีความสำคัญในลำดับปานกลาง เมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับภายหลังการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐแล้ว กลับพบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่า จากการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ กิจการได้รับประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังกล่าว ข้างต้นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงประโยชน์ที่ SMEs ได้รับจากการใช้บริการของภาครัฐ ในแต่ละเรื่องพบว่า บริการด้านสร้างและพัฒนาระบบมาตรฐานและการแก้ปัญหา การบริหารจัดการ เป็นบริการที่ SMEs ได้ประโยชน์ในลำดับสูงกว่าบริการด้านอื่น ในขณะที่บริการด้านการสนับสนุนหรือหาแหล่งเงินทุน และบริการด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า เป็นบริการที่ SMEs ที่เข้าร่วมโครงการหรือใช้บริการส่วนมาก เห็นว่าได้รับประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ค่อนข้างน้อย แสดงตามตารางที่ 8.5.4 (2)

ตารางที่ 8.5.4 (1) แสดงลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ ก่อนการเข้าร่วมโครงการหรือบริการ ของ SMEs

วัตถุประสงค์ / ประโยชน์ที่ได้รับ จากการเข้าร่วมโครงการ	ลำดับความสำคัญ	
	ก่อนเข้าร่วม	หลังเข้าร่วม
<ul style="list-style-type: none"> • การสร้างและขยายโอกาสทางการตลาด • การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต / ลดต้นทุนการผลิต 	สำคัญมาก	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
<ul style="list-style-type: none"> • การสนับสนุนด้านเงินทุน / หาแหล่งเงินทุน • การแก้ไขปัญหาด้านการบริหารจัดการ • การวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการ • การสร้างและพัฒนาระบบมาตรฐานในกิจการ 	สำคัญปานกลาง	

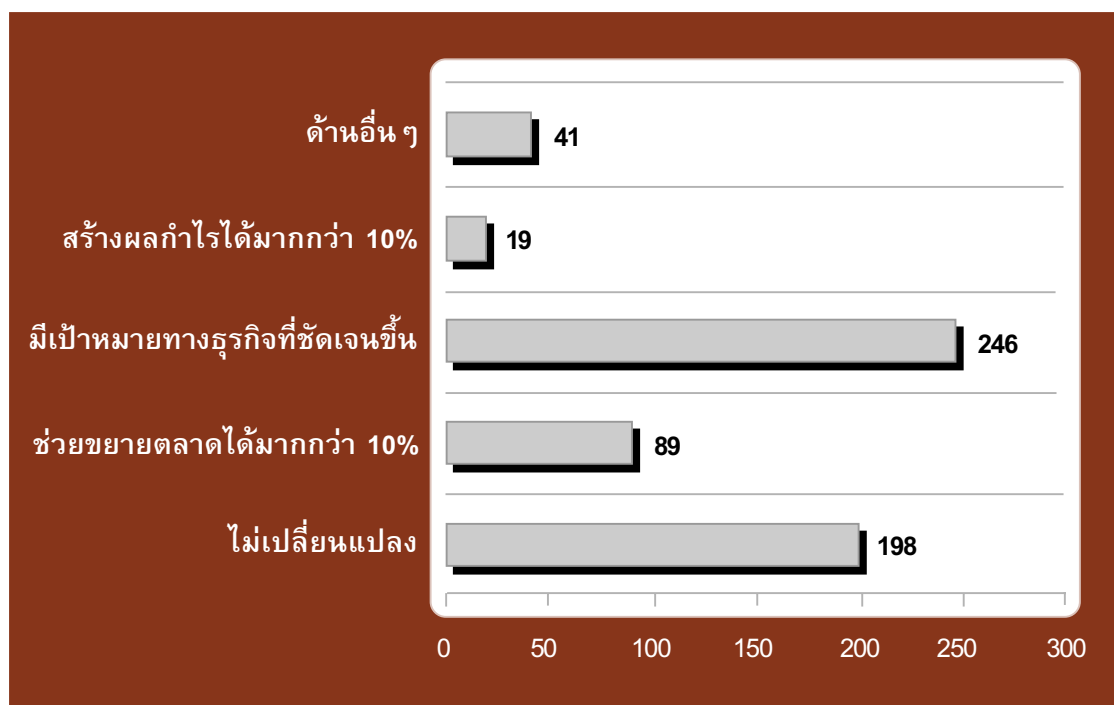
ตารางที่ 8.5.4 (2) แสดงระดับประโยชน์ที่ได้รับภายหลังจากการใช้บริการ ของภาครัฐ

ประเภทของบริการ	จำนวน ผู้ใช้บริการ	ระดับประโยชน์ที่ได้รับ		
		น้อย	ปานกลาง	มาก
1. การสนับสนุนหรือหาแหล่งเงินทุน	598 (100 %)	272 (45.5%)	211 (25.3%)	115 (19.2%)
2. การแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการ	612 (100 %)	112 (18.3%)	344 (56.2%)	156 (25.5%)
3. การสร้างหรือขยายตลาดของบริษัท	602 (100 %)	200 (33.2%)	286 (47.5%)	116 (19.3%)
4. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต / ลดต้นทุน	611 (100 %)	147 (24.1%)	322 (52.7%)	142 (23.2%)
5. การวิจัยและพัฒนาสินค้า	585 (100 %)	258 (44.1%)	241 (41.2%)	88 (15.0%)
6. การสร้างและพัฒนาระบบมาตรฐานในบริษัท	545 (100 %)	152 (25.5%)	290 (48.7%)	153 (25.7%)

8.5.8 การปรับตัวของกิจการภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

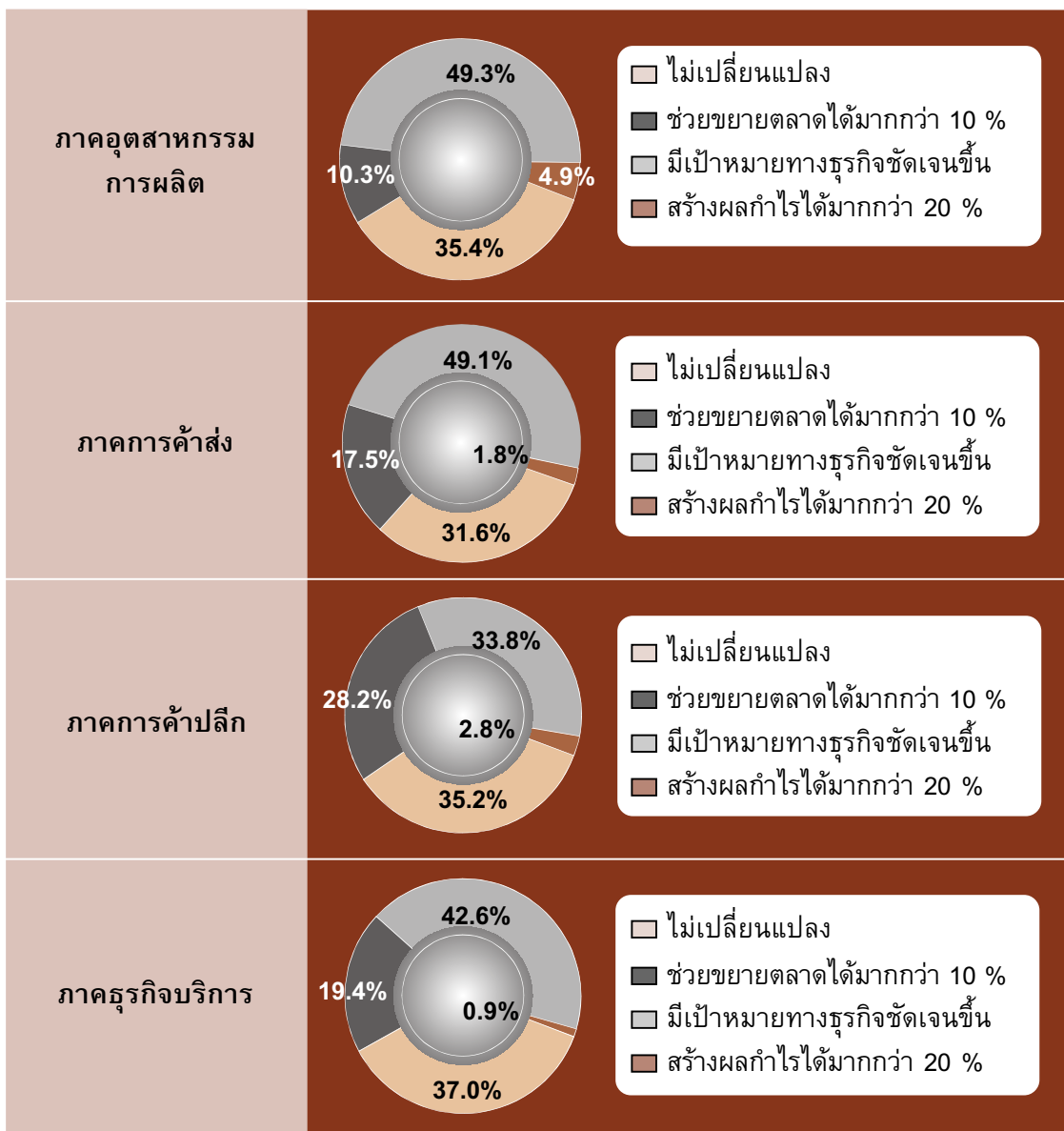
จากภาพที่ 8.5.5 (1) แสดงให้เห็นถึงสถานะของกิจการ SMEs ภายหลังจากการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ โดย SMEs ส่วนใหญ่จำนวน 246 กิจการ หรือร้อยละ 42 เห็นว่า ธุรกิจของตนมีเป้าหมายทางธุรกิจชัดเจนขึ้น ในขณะที่ SMEs จำนวน 198 กิจการ (ร้อยละ 33) เห็นว่า สถานะของกิจการไม่มีการเปลี่ยนแปลง สำหรับ SMEs ที่ตอบว่า กิจการมีผลประกอบการดีขึ้นสามารถขยายตลาดได้มากขึ้น 10 % มีจำนวน 89 กิจการ (ร้อยละ 15) และ SMEs ที่สามารถสร้างผลกำไรได้มากกว่า 10% ภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการมีจำนวนเพียง 19 กิจการ เท่านั้น (ร้อยละ 3)

ภาพที่ 8.5.5 (1) แสดงสถานะของกิจการภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการหรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ



เมื่อพิจารณาลงลึกใน SMEs แต่ละประเภท พบว่า ภายหลังจากการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ โดยในส่วนของ SMEs ภาคอุตสาหกรรมการผลิต, การค้าส่ง และธุรกิจบริการ ส่วนใหญ่เห็นว่ากิจการมีเป้าหมายในทางธุรกิจที่ชัดเจนขึ้น (ร้อยละ 49.3, 49.1 และ 42.6 ตามลำดับ) ในขณะที่ SMEs ในภาคการค้าปลีก ส่วนใหญ่เห็นว่า สถานะของกิจการยังไม่มี การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ 35.2) แสดงตามภาพที่ 8.5.5 (2)

ภาพที่ 8.5.5 (2) แสดงสถานะของกิจการภายหลังจากการเข้าร่วมโครงการหรือ บริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ



สรุปภาพรวม

การรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการ หรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

เมื่อวิเคราะห์ถึงการรับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการ หรือบริการเพื่อการส่งเสริม SMEs พบว่า SMEs ส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.3 รับรู้ รับทราบ มาตรการ โครงการ หรือบริการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ โดยผ่านทางหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด สำหรับมาตรการทางด้านการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ รวมทั้งมาตรการทางการเงิน เป็นมาตรการที่ SMEs รับรู้และรับทราบมากที่สุด ในขณะที่มาตรการด้านสิทธิประโยชน์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) SMEs รับรู้ รับทราบ น้อยที่สุด ทั้งนี้มีข้อสังเกตที่สำคัญ คือ SMEs ที่เป็นสมาชิกขององค์กรเอกชนประเภทต่างๆ จะเป็นกลุ่มที่มีโอกาสรับรู้ รับทราบ มาตรการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐมากกว่า SMEs ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์กรใดๆ โดยเฉพาะ SMEs ที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่มีสัดส่วนการรับรู้ รับทราบ มาตรการส่งเสริม SMEs ด้านต่างๆ ในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 50

การเข้าถึงบริการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ

การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ภายหลังจากการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ เป็นปัจจัยสำคัญสูงสุดที่มีผลจูงใจให้ SMEs เข้าใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการ โดยกลุ่มบริการหรือโครงการที่ SMEs ต้องการ 5 อันดับแรก ประกอบด้วย

- 1) บริการด้านข้อมูลข่าวสารธุรกิจ
- 2) บริการให้คำปรึกษาแนะนำ
- 3) การสนับสนุนเงินทุน และการจัดหาแหล่งเงินทุน
- 4) การจัดหาตลาด วางแผนการตลาด และตราสินค้า
- 5) การวิจัยและพัฒนาเพื่อลดต้นทุนการผลิต

อย่างไรก็ตาม SMEs ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า เมื่อบริการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐมีความสอดคล้องกับความต้องการ SMEs อาจใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการ ถ้าเห็นว่ามีคุณค่า รวมทั้งการรับบริการควรมีค่าใช้จ่ายน้อย และได้รับประโยชน์ค่อนข้างมาก

การใช้ประโยชน์จากบริการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ

ในส่วนของการใช้ประโยชน์จากบริการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ภาครัฐ โดย SMEs ส่วนใหญ่ ไม่เคยใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ซึ่งเมื่อพิจารณากลุ่ม SMEs ที่เคยใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการ พบว่า SMEs ส่วนใหญ่เคยใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการ เพียง 1 โครงการ และมีเพียง SMEs ภาคการผลิต เท่านั้น ที่มีสัดส่วนในการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการมากกว่า ร้อยละ 50 ซึ่งมากกว่า SMEs ประเภทอื่นๆ ที่มีสัดส่วนการเข้าใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการน้อยกว่าร้อยละ 50 ทั้งนี้ สาเหตุของการไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้ คือ บริการหรือโครงการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ ไม่ตรงกับปัญหาและความต้องการของ SMEs

เมื่อพิจารณาถึงประเภทหรือลักษณะของบริการที่ SMEs ได้รับประโยชน์ พบว่า SMEs ส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากบริการด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การรับบริการคำปรึกษาแนะนำเฉพาะด้านและการรับบริการปรึกษาแนะนำทั่วไป ซึ่ง SMEs ส่วนใหญ่รู้สึกพอใจต่อการบริการจากหน่วยงานภาครัฐในระดับปานกลาง และได้รับประโยชน์ใกล้เคียงกับที่ผู้ประกอบการความคาดหวัง สอดรับกับความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ ที่เห็นว่า กิจการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการในด้านต่างๆ เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเมื่อพิจารณาถึงประโยชน์ที่ SMEs ได้รับในแต่ละด้าน พบว่า บริการด้านการสร้างและพัฒนาระบบมาตรฐานและการแก้ปัญหาการบริหารจัดการ เป็นบริการที่ SMEs ได้รับประโยชน์ในลำดับที่สูงกว่าบริการด้านอื่นๆ สำหรับบริการด้านการสนับสนุนหรือหาแหล่งเงินทุนและบริการด้านการวิจัยและพัฒนา เป็นบริการที่ SMEs ส่วนมากเห็นว่า

ได้รับประโยชน์ค่อนข้างน้อย

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจาก SMEs ใช้บริการหรือเข้าร่วมโครงการ SMEs ส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ โดยมีเป้าหมายทางธุรกิจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 6
แนวใหม่ปี 2547

บทที่ 9

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2547

9.1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจของประเทศปี 2547

ในครั้งแรกของปี 2547 เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 6.4 จากการขยายตัวร้อยละ 6.6 ในไตรมาสแรก และ 6.3 ในไตรมาสที่ 2 ภาคเกษตรมีผลผลิตน้อยกว่าระยะเดียวกันของปีที่ผ่านมา ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวในอัตราชะลอลง อย่างไรก็ตาม ราคาสินค้าเกษตรที่อยู่ในระดับสูงยังช่วยให้รายได้ของเกษตรกรขยายตัวดี ในภาคการเงินธนาคารพาณิชย์ปล่อยสินเชื่อเพิ่มขึ้นแต่การบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชนยังขยายตัวในอัตราชะลอลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ราคาสินค้าเกษตรและราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 3.0 ในเดือนมิถุนายนและร้อยละ 3.1 ในเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม เนื่องจากราคาทั้งในหมวดอาหารและมีใช้อาหารเพิ่มขึ้นมาก อย่างไรก็ตาม เสถียรภาพด้านอื่นๆ เช่น ดุลบัญชีเดินสะพัด ทุนสำรองระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนและหนี้สาธารณะยังมีความมั่นคง

ไตรมาสที่ 1 ของปี 2547

ในไตรมาสแรก ปี 2547 เศรษฐกิจขยายตัวร้อยละ 6.5 ชะลอตัวลงจากการขยายตัวร้อยละ 7.8 ในไตรมาสสุดท้ายปี 2546 เนื่องจากผลกระทบจากปัญหาระยะสั้นประกอบด้วย ปัญหาการระบาดของไข้หวัดนกที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกไก่ และปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เริ่มกระทบความเชื่อมั่นของประชาชนและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าว รวมทั้งต้นทุนพลังงานที่เริ่มปรับตัวสูงขึ้นในช่วงปลายไตรมาส การชะลอตัวของเศรษฐกิจในไตรมาสแรกของปี 2547 สะท้อนการปรับตัวของภาวะการใช้จ่าย

ครัวเรือนและปริมาณการส่งออกเข้าสู่ระดับที่สมดุลมากขึ้นภายหลังจากที่ได้ขยายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ปริมาณการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นมากตามภาวะการผลิตและการลงทุน ปริมาณการจำหน่ายรวมของประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.1 ขยายตัวช้าลงกว่าปี 2546 ซึ่งปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5

ปัจจัยหลักของการขยายตัวของเศรษฐกิจในไตรมาสนี้ เป็นการขยายตัวที่สนับสนุนโดยอุปสงค์ภายในประเทศเป็นสำคัญ โดยที่การใช้จ่ายครัวเรือน ณ ราคาคงที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 การลงทุนภาคเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.7 การใช้จ่ายรัฐบาลและการลงทุนภาครัฐเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 และร้อยละ 11.0 ตามลำดับ ในขณะที่ภาคการค้าต่างประเทศปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 สูงกว่าปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 5.7

ด้านการจ้างงาน การจ้างงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 ใกล้เคียงกับการเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2546 โดยเฉพาะการจ้างงานภาคเกษตรที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 เทียบกับการเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 ในช่วงเดียวกันของปี 2546 ขณะที่การจ้างงานภาคเกษตรลดลงร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 ในช่วงเดียวกันของปี 2546 ด้านจำนวนผู้ประกันตน ณ สิ้นเดือนมีนาคมมีจำนวนทั้งสิ้น 7.56 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.0 จากสิ้นเดือนมีนาคม 2546 เพิ่มขึ้นมากในอุตสาหกรรมยานยนต์ การคมนาคมขนส่ง การผลิตโลหะขั้นพื้นฐาน เป็นต้น

สถานะทางการเงินของประเทศในไตรมาสที่ 1 ปี 2547 สภาพคล่องทางการเงินยังอยู่ในระดับสูง แม้ว่าสินเชื่อบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปลายปี 2546 โดยสัดส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก ณ สิ้นเดือนเมษายน 2547 อยู่ที่ระดับร้อยละ 92.4 ต่ำกว่าร้อยละ 97.3 ณ สิ้นเดือนเมษายน 2546 สะท้อนถึงสภาพคล่องในระบบธนาคารพาณิชย์อยู่ในระดับสูง เงินฝากในระบบธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 ในขณะที่ยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 สะท้อนให้เห็นถึงสภาพคล่องที่อยู่ในระดับสูงแม้ว่าเศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาคธุรกิจเอกชนใช้ผลกำไรสุทธิของบริษัทในการลงทุนและเป็นทุนดำเนินการด้านสัดส่วนของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ลดลงจาก 15.7 เป็น 12.0 อัตราแลกเปลี่ยนอยู่ในช่วง 39.0-40.9 โดยอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยเท่ากับ 39.5 บาท

ต่อดอลลาร์สหรัฐ แข็งค่าขึ้นร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมปี 2546

สถานะทางการคลังของประเทศในไตรมาสที่ 1 ปี 2547 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีงบประมาณ 2547 (ม.ค.-มี.ค.) รัฐบาลมีรายได้ 286,829.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปี 2546 ร้อยละ 16.0 เนื่องจากการจัดเก็บภาษีเพิ่มมากขึ้นทั้งจากฐานการบริโภคและฐานรายได้ ด้านรายจ่ายมีจำนวน 269,173.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เมื่อรวมรายจ่ายในการซื้อสินทรัพย์ทางการเงินเพื่อวัตถุประสงค์ตามนโยบายสาธารณะจำนวน 4,124.1 ล้านบาท เป็นผลให้รัฐบาลมีดุลการคลังเกินดุลจำนวนทั้งสิ้น 13,531.7 ล้านบาท เมื่อพิจารณาหนี้คงค้างสาธารณะมีจำนวน 2,850,238 ล้านบาท เป็นร้อยละ 44.03 ของ GDP ทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ที่ระดับ 42.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนเมษายน คิดเป็น 3.6 เท่าของหนี้ต่างประเทศระยะสั้น

ไตรมาสที่ 2 ของปี 2547

ในไตรมาสที่สอง เศรษฐกิจขยายตัวร้อยละ 6.3 ชะลอตัวลงจากการขยายตัวร้อยละ 6.6 ในไตรมาสแรกปีนี้และ 7.8 ในไตรมาสสุดท้ายปี 2546 ในไตรมาสที่สอง อุปสงค์ภายในประเทศชะลอตัวลงอย่างชัดเจน ในขณะที่การสะสมสต็อกมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทางด้านยอดขายในไตรมาสที่ 2 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 ช้าลงกว่าการขยายตัวร้อยละ 5.0 ในไตรมาสแรก และค่อนข้างช้าลงมากเมื่อเทียบกับร้อยละ 5.7 และ 7.0 ในสองไตรมาสสุดท้ายของปี 2546 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวสูง

ปัจจัยหลักของการขยายตัวของเศรษฐกิจในไตรมาสนี้ เป็นผลมาจากอุปสงค์ภายในประเทศยังคงเป็นแรงสนับสนุนที่สำคัญ โดยการใช้จ่ายครัวเรือน ณ ราคาคงที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 ชะลอลงจากร้อยละ 6.1 ในไตรมาสแรก เนื่องจากราคาสินค้าปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะการปรับเพดานราคาขายปลีกน้ำมันเบนซิน 91 และ 95 ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้บริโภค การลงทุนรวม ขยายตัวร้อยละ 12.1 ต่ำกว่าร้อยละ 16.2 ในไตรมาสที่ 1 การขยายตัวยังคงมาจากการลงทุนของภาคเอกชนที่ขยายตัวได้ร้อยละ 16.2 แต่ก็ชะลอตัวลงจากร้อยละ 17.8 ในไตรมาสที่ 1 เช่นกัน ส่วนการลงทุนภาครัฐเป็นการเพิ่มขึ้นของการลงทุนของรัฐวิสาหกิจ โดยการลงทุน

ในการก่อสร้างของภาครัฐลดลง ภาคการค้าต่างประเทศ ปริมาณการนำเข้าสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.6 เร่งตัวมากขึ้นกว่าการขยายตัวร้อยละ 12.9 ในไตรมาสแรก ส่วนปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.1 เร่งตัวขึ้นจากไตรมาสแรกเช่นเดียวกัน

ด้านการจ้างงาน จำนวนผู้มีงานทำ ณ สิ้นไตรมาสที่สองเพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นไตรมาสที่สองปี 2546 ร้อยละ 4.7 โดยที่ผู้มีงานทำทั้งในภาคเกษตร ภาคนอกเกษตรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงไตรมาสที่สองมีผู้ว่างงานจำนวน 0.813 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ของกำลังแรงงานรวม ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับ 0.829 ล้านคน ในไตรมาสแรก

สถานะทางการเงินของประเทศ ยอดคงค้างสินเชื่อภาคเอกชน ณ สิ้นไตรมาสที่สองเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากร้อยละ 4.4 ณ สิ้นไตรมาสแรก สินเชื่อธนาคารพาณิชย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 ณ สิ้นไตรมาสที่สองนี้ ขณะที่สัดส่วนของสินเชื่อต่อเงินฝาก ณ สิ้นเดือน มิถุนายน 2547 อยู่ที่ระดับร้อยละ 94.1 ด้านสัดส่วนของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ยังทรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงร้อยละ 12.0 จนถึงสิ้นไตรมาสที่สอง แต่เป็นอัตราที่ลดลงจากร้อยละ 15.7 ณ สิ้นไตรมาสที่สองปีที่แล้ว สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนในไตรมาสที่สองอ่อนค่าลงตลอดช่วงไตรมาสที่สองโดยเคลื่อนไหวอยู่ในช่วงระหว่าง 39.04-40.94 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ โดยมีค่าเฉลี่ยของไตรมาสเท่ากับ 40.22 บาทต่อดอลลาร์อ่อนค่ากว่าในไตรมาสแรกร้อยละ 2.6

สถานะทางการคลัง โดยในไตรมาสที่ 3 ของปีงบประมาณ 2547 ดุลการคลังรวมเกินดุล 84,650 ล้านบาท ขณะที่หนี้สาธารณะคงค้างมีจำนวน 2,932,228 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.30 ของ GDP โดยจำแนกเป็นหนี้ที่รัฐบาลกู้โดยตรงร้อยละ 25.54 ของ GDP หนี้ของรัฐวิสาหกิจที่ไม่เป็นสถาบันการเงินร้อยละ 13.4 และหนี้สินของกองทุนฟื้นฟูร้อยละ 6.36 ของ GDP ด้านทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ที่ระดับ 43.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือน มิถุนายน 2547 คิดเป็น 3.7 เท่าของหนี้ต่างประเทศระยะสั้น

9.2 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

9.2.1 โครงสร้างการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs

ตารางที่ 9.1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2547
ณ ราคาตลาด จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546				2547		
	ทั้งปี	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
มูลค่า (ล้านบาท)							
GDP	5,939,062	1,465,490	1,437,256	2,902,746	1,598,560	1,605,734	3,204,294
ภาคเกษตร	579,460	142,144	132,261	274,405	151,236	143,155	294,391
ภาคนอกเกษตร	5,359,602	1,323,346	1,304,995	2,628,341	1,447,324	1,462,579	2,909,903
- วิสาหกิจ ขนาดใหญ่	2,449,551	599,051	598,101	1,197,152	664,147	668,114	1,332,262
- SMEs	2,263,574	566,388	549,074	1,115,462	614,196	609,145	1,223,341
• วิสาหกิจ ขนาดกลาง	1,053,357	263,682	256,777	520,459	286,866	282,556	569,422
• วิสาหกิจ ขนาดย่อม	1,210,217	302,705	292,297	595,002	327,331	326,589	653,919
- วิสาหกิจอื่นๆ	646,477	157,907	157,820	315,727	168,981	185,320	354,300
สัดส่วน (ร้อยละ)							
GDP	100	100	100	100	100	100	100
ภาคเกษตร	9.8	9.7	9.2	9.5	9.5	8.9	9.2
ภาคนอกเกษตร	90.2	90.3	90.8	90.5	90.5	91.1	90.8
- วิสาหกิจ ขนาดใหญ่	41.2	40.9	41.6	41.2	41.5	41.6	41.6
- SMEs	38.1	38.6	38.2	38.4	38.4	37.9	38.2
• วิสาหกิจ ขนาดกลาง	17.7	18.0	17.9	17.9	17.9	17.6	17.8
• วิสาหกิจ ขนาดย่อม	20.4	20.7	20.3	20.5	20.5	20.3	20.4
- วิสาหกิจอื่นๆ	10.9	10.8	11.0	10.9	10.6	11.5	11.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 9.2 อัตราการขยายตัวที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เทียบกับระยะเดียวกันของปีที่แล้ว (y-o-y) ตามขนาดวิสาหกิจ

หน่วย : ร้อยละ

	2547		
	Q1	Q2	H1
GDP	6.6	6.3	6.4
ภาคเกษตร	-2.6	-7.5	-4.8
ภาคนอกเกษตร	7.7	7.7	7.7
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	8.6	8.3	8.5
- SMEs	7.1	7.9	7.5
• วิสาหกิจขนาดย่อม	6.8	8.6	7.7
• วิสาหกิจขนาดกลาง	7.3	7.1	7.2
- วิสาหกิจอื่นๆ	5.2	4.1	4.6

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1) ภาพรวม

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในครึ่งปีแรกของปี 2547 เท่ากับ 3,204,294 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เท่ากับ 301,548 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวที่แท้จริงร้อยละ 6.4 โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากภาคเกษตร และภาคนอกเกษตร เท่ากับ 294,391 ล้านบาท (สัดส่วนร้อยละ 9.2) และ 2,909,903 ล้านบาท (สัดส่วนร้อยละ 90.8) คิดเป็นอัตราการเจริญเติบโตที่แท้จริงร้อยละ -4.8 และ 7.7 ตามลำดับ

2) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ตามขนาดวิสาหกิจ

เมื่อพิจารณาตามขนาดของวิสาหกิจ พบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์ภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2547 เท่ากับ 1,332,262 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 135,110 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงครึ่งแรกของปี 2546 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่แท้จริงร้อยละ 8.5 โดยมีสัดส่วนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เท่ากับร้อยละ 41.6 สูงกว่าสัดส่วนเดียวกันของปีที่แล้วซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 41.2 ด้านมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจอื่นๆ ซึ่งได้แก่ บริการภาครัฐ

ต่าง ๆ มีมูลค่าเท่ากับ 354,300 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 38,573 ล้านบาทเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2546 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่แท้จริงร้อยละ 4.6

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศช่วงครึ่งแรกของปี 2547 เท่ากับ 1,223,341 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 107,879 ล้านบาทจากช่วงเดียวกันของปี 2546 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่แท้จริงร้อยละ 7.5 โดยมีสัดส่วนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเท่ากับร้อยละ 38.2 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละ 38.4 ในช่วงเดียวกันของปี 2546

เมื่อทำการพิจารณาในรายละเอียด พบว่า จากมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs ทั้งหมด เป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางเท่ากับ 569,422 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.5 ของมูลค่า GDP ของ SMEs มีสัดส่วนลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละ 46.7 ในช่วงเดียวกันของปี 2546 อย่างไรก็ตามในเชิงมูลค่าปรับตัวเพิ่มขึ้น 48,963 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่แท้จริงร้อยละ 7.2

สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เท่ากับ 653,919 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 58,917 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่แท้จริงร้อยละ 7.7 โดยมูลค่าของวิสาหกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนร้อยละ 53.5 ของมูลค่า GDP ของ SMEs และคิดเป็นร้อยละ 20.4 ของมูลค่า GDP ในช่วงครึ่งแรกของปี 2547 มีสัดส่วนลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละ 20.5 ในช่วงเดียวกันของปี 2546

สามารถสรุปได้ว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดใหญ่, ขนาดกลาง และขนาดย่อม ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2546 โดยมีอัตราการขยายตัวที่แท้จริงเท่ากับร้อยละ 8.5, 7.2 และ 7.7 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามในเชิงสัดส่วนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศนั้นมีเพียงวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่มีสัดส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นจากปี 2546

สำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถกล่าวได้ว่า โครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 46.5 และ 53.5 ตามลำดับ ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวเปลี่ยนไปเล็กน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละ 46.7 และ 53.3 ในช่วงเดียวกันของปี 2546 ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่วิสาหกิจขนาดย่อมมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น

9.2.2 โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs

จำแนกตามกิจกรรมเศรษฐกิจ

ตารางที่ 9.3 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs ปี 2546-2547
ณ ราคาตลาด ตามกิจกรรมเศรษฐกิจ

	2546				2547		
	ทั้งปี	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
มูลค่า (ล้านบาท)							
GDP	5,939,062	1,465,490	1,437,256	2,902,746	1,598,560	1,605,734	3,204,294
ภาคเกษตร	579,460	142,144	132,261	274,405	151,236	143,155	294,391
ภาคนอกเกษตร	5,359,602	1,323,346	1,304,995	2,628,341	1,447,324	1,462,579	2,909,903
- วิสาหกิจ ขนาดใหญ่	2,449,551	599,051	598,101	1,197,152	664,147	668,114	1,332,262
- SMEs	2,263,574	566,388	549,074	1,115,462	614,196	609,145	1,223,341
• การเหมืองแร่	76,410	18,383	18,408	36,791	19,828	20,309	40,137
• การผลิต	604,239	149,211	147,690	296,901	166,338	165,162	331,500
• การก่อสร้าง	127,549	27,624	31,796	59,420	33,295	34,227	67,522
• การค้าส่งและ ค้าปลีก	772,683	202,760	191,802	394,562	213,791	201,623	415,414
• การบริการ	644,368	159,656	149,138	308,794	170,846	176,861	347,707
• ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	38,325	8,754	10,240	18,994	10,098	10,963	21,061
- วิสาหกิจอื่นๆ	646,477	157,907	157,820	315,727	168,981	185,320	354,300

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

	2546				2547		
	ทั้งปี	Q1	Q2	H1	Q1	Q2	H1
สัดส่วน (ร้อยละ)							
GDP	100	100	100	100	100	100	100
ภาคเกษตร	9.8	9.7	9.2	9.5	9.5	8.9	9.2
ภาคนอกเกษตร	90.2	90.3	90.8	90.5	90.5	91.1	90.8
- วิสาหกิจ ขนาดใหญ่	41.2	40.9	41.6	41.2	41.5	41.6	41.6
- SMEs	38.1	38.6	38.2	38.4	38.4	37.9	38.2
• การเหมืองแร่	1.3	1.3	1.3	1.3	1.2	1.3	1.3
• การผลิต	10.2	10.2	10.3	10.2	10.4	10.3	10.3
• การก่อสร้าง	2.2	1.9	2.2	2.0	2.1	2.1	2.1
• การค้าส่งและ ค้าปลีก	13.0	13.8	13.3	13.6	13.4	12.6	13.0
• การบริการ	10.8	10.9	10.4	10.6	10.7	11.0	10.9
• ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	0.6	0.6	0.7	0.7	0.6	0.7	0.7
- วิสาหกิจอื่นๆ	10.9	10.8	11.0	10.9	10.6	11.5	11.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 9.4 โครงสร้าง GDP ของ SMEs ตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ช่วงครึ่งปีแรก

	2546	2547
การเหมืองแร่	3.3	3.3
การผลิต	26.6	27.1
การก่อสร้าง	5.3	5.5
การค้าส่งและค้าปลีก	35.4	34.0
การบริการ	27.7	28.4
ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	1.7	1.7
รวม	100.0	100.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 9.5 อัตราการขยายตัวที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศเทียบกับระยะเดียวกันของปีที่แล้ว (y-o-y) ตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจของ SMEs

หน่วย : ร้อยละ

	2547		
	Q1	Q2	H1
การเหมืองแร่	5.6	5.7	5.6
การผลิต	10.3	7.5	8.9
การก่อสร้าง	13.4	4.6	8.7
การค้าส่งและค้าปลีก	3.6	3.1	3.4
การบริการ	-3.4	16.7	6.2
ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	3.2	5.4	4.4

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในช่วงครึ่งแรกของปี 2547 ยังคงมีโครงสร้างไม่เปลี่ยนแปลงในเชิงบทบาท กล่าวคือ ภาคการค้าส่งและค้าปลีก มีบทบาทสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ภาคการบริการ, ภาคการผลิต, การก่อสร้าง, การเหมืองแร่ และ ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียดของแต่ละกิจกรรมเศรษฐกิจในเชิงสัดส่วนของแต่ละกิจกรรมเศรษฐกิจต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเอง พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยที่ภาคการค้าส่งและค้าปลีก มีสัดส่วนที่ลดลงจากร้อยละ 35.4 ในปี 2546 เป็น 34.0 ในปี 2547 ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวของภาคการบริการ และภาคการผลิต ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 27.7 และ 28.4 ในปี 2546 เป็น 28.4 และ 27.1 ในปี 2547 ตามลำดับ เช่นเดียวกับกิจกรรมเศรษฐกิจอื่นๆ ที่สัดส่วนคงที่ หรือเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในภาคการก่อสร้าง

เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวที่แท้จริงของกิจกรรมเศรษฐกิจต่างๆ ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2547 เทียบกับปีที่แล้ว พบว่า ภาคการผลิตมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด ร้อยละ 8.9 หรือคิดเป็นมูลค่า ณ ราคาตลาดเท่ากับ 34,599 ล้านบาท (15,741 ล้านบาท ณ ราคาคงที่, GDP Deflator เท่ากับ 2.2) รองลงมา ได้แก่ การก่อสร้างที่มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 8.7 หรือเพิ่มขึ้น 8,102 ล้านบาท (2,401 ล้านบาท ณ ราคาคงที่, GDP Deflator เท่ากับ 3.4), ภาคการบริการมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 6.2 หรือมีมูลค่า ณ ราคาตลาดเพิ่มขึ้น 38,913 ล้านบาท (8,939 ล้านบาท ณ ราคาคงที่, GDP Deflator เท่ากับ 4.4) ในขณะที่ภาคการค้าส่งและค้าปลีกมีอัตราการขยายตัวน้อยที่สุด ร้อยละ 3.4 หรือมูลค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 20,852 ล้านบาท (7,134 ล้านบาท ณ ราคาคงที่, GDP Deflator เท่ากับ 2.9)

สามารถสรุปได้ว่า โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่มีการเปลี่ยนแปลงในเชิงบทบาทและความสำคัญ อย่างไรก็ตามในเชิงสัดส่วนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการเปลี่ยนแปลง โดยที่ภาคการค้าส่งและค้าปลีกมีสัดส่วนลดลง แต่อย่างไรก็ตามยังคงเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุด ในขณะที่ภาคการบริการ และการผลิต ซึ่งมีความสำคัญรองลงมา มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในเชิงสัดส่วน โดยเฉพาะภาคการผลิตที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดโดยมีอัตราการขยายตัวที่แท้จริงร้อยละ 8.9 บนพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงปีต่อปี

9.3 การส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี พ.ศ. 2547 การลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยในช่วง 4 เดือนแรกมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการออกบัตรส่งเสริมการลงทุน 232 ราย เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนถึงร้อยละ 43.2 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม 98 และ 134 ราย ซึ่งเพิ่มขึ้นในระดับร้อยละ 30.7 และ 54 ตามลำดับ

ลักษณะการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในช่วง 4 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2547 เป็นโครงการที่ถือหุ้นโดยคนไทยทั้งหมดในสัดส่วนร้อยละ 31 และเป็นโครงการที่ถือหุ้นโดยคนต่างชาติทั้งหมดและโครงการร่วมทุนในสัดส่วนร้อยละ 35 และ 34 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามขนาดของวิสาหกิจพบว่า นักลงทุนต่างชาติได้เข้ามาลงทุนในวิสาหกิจขนาดย่อมมากขึ้น โดยโครงการที่ถือหุ้นโดยคนต่างชาติทั้งหมดได้เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 62.1 ในขณะที่โครงการลงทุนของคนไทยและโครงการร่วมทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 53.8 และ 46.9 ตามลำดับ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า โครงการลงทุนโดยนักลงทุนไทยเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 52.4 ในขณะที่โครงการลงทุนโดยต่างชาติ และโครงการร่วมทุนได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.9 และ 18.5 ตามลำดับ

ในการพิจารณาขนาดของโครงการโดยใช้มูลค่าการลงทุนและการจ้างงานเฉลี่ยต่อโครงการ พบว่า ในปี พ.ศ. 2547 มีแนวโน้มของโครงการลงทุนที่มีขนาดใหญ่ขึ้น จากเงินลงทุนและการจ้างงานเฉลี่ยต่อโครงการที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 129.7 และ 1.7 โดยมีมูลค่าการลงทุนเฉลี่ยโครงการละ 300 ล้านบาท และการจ้างงานเฉลี่ยโครงการละ 59 คน และเมื่อพิจารณาแยกตามวิสาหกิจพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางมีขนาดเงินลงทุนเฉลี่ย 555 ล้านบาท/โครงการ เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 176.6 หรือ 1.7 เท่า ในขณะที่การจ้างงานเฉลี่ย 108 คนต่อโครงการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.5 ในขณะที่การลงทุนของวิสาหกิจขนาดเล็ก มีขนาดการลงทุนเฉลี่ย 113 ล้านบาท/โครงการ เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 61.4 การจ้างงานเฉลี่ยลดลงร้อยละ 11.5 จาก 26 เป็น 23 คน/โครงการ การเพิ่มขึ้นของเงินลงทุนต่อโครงการในระดับที่สูงกว่าการขยายตัวของการจ้างงาน

เฉลี่ยต่อโครงการมาก ได้สะท้อนถึง SMEs ของไทยที่จะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีเข้มข้นมากขึ้น

โดยภาพรวมแล้ว ในช่วง 4 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2547 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีเงินลงทุนรวม 69,488 ล้านบาท และการจ้างงานรวม 13,726 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 229 และ 45.7 ตามลำดับ วิสาหกิจขนาดกลางมีเงินลงทุนรวม 54,384 ล้านบาท และการจ้างงานรวม 10,611 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 261.5 และ 47.4) วิสาหกิจขนาดเล็กมีเงินลงทุนรวม 15,104 ล้านบาท และมีการจ้างงานรวม 3,115 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 148.6 และ 40.3) โดยประเภทผลิตภัณฑ์ในวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีการลงทุนเพิ่มขึ้นมากกว่าหนึ่งเท่าตัว ได้แก่ อุตสาหกรรมเบา เกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตร หมวดโลหะเครื่องจักร และอุปกรณ์ และหมวดอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องไฟฟ้า สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางที่การขยายตัวการลงทุนมากกว่าหนึ่งเท่าตัว ได้แก่ เกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตร และหมวดเหมืองแร่ เซรามิก และโลหะพื้นฐาน โดยผลิตภัณฑ์กระดาษและเครื่องใช้พลาสติกมีการลงทุนลดลงทั้งในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 9.6 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ปี 2546-2547 (4 เดือนแรก)

การออกบัตร ส่งเสริมการลงทุน	วิสาหกิจขนาดย่อม (S)			วิสาหกิจขนาดกลาง (M)			SMEs		
	2546	2547	+ / - (%)	2546	2547	+ / - (%)	2546	2547	+ / - (%)
จำนวนโครงการ (ราย)	87	134	54.0%	75	98	30.7%	162	232	43.2%
- คนไทยถือหุ้น 100% (ราย)	26	40	53.8%	21	32	52.4%	47	72	53.2%
- ต่างชาติถือหุ้น 100% (ราย)	29	47	62.1%	27	34	25.9%	56	81	44.6%
- ร่วมทุนไทยและ ต่างชาติ (ราย)	32	47	46.9%	27	32	18.5%	59	79	33.9%
เงินลงทุน (ล้านบาท)	6,075	15,104	148.6%	15,045	54,384	261.5%	21,120	69,488	229.0%
การจ้างงาน (คน)	2,221	3,115	40.3%	7,200	10,611	47.4%	9,421	13,726	45.7%
เงินลงทุน (ล้านบาท/โครงการ)	70	113	61.4%	201	555	176.6%	130	300	129.7%
การจ้างงาน (คน/โครงการ)	26	23	-11.5%	96	108	12.5%	58	59	1.7%

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

**ตารางที่ 9.7 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม แยกตามผลิตภัณฑ์ ปี 2546-2547 (4 เดือนแรก)**

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวน (ราย)			เงินลงทุน (ล้านบาท)			การจ้างงาน (คน)		
	S	M	SMEs	S	M	SMEs	S	M	SMEs
ปี พ.ศ. 2547 (มกราคม-เมษายน)									
1. เกษตรกรรม และผลิตภัณฑ์เกษตร	20	20	40	2,048	7,554	9,602	674	2,235	2,909
2. เหมืองแร่ เซรามิก และโลหะพื้นฐาน	4	2	6	560	3,238	3,798	146	215	361
3. อุตสาหกรรมเบา	9	9	18	382	2,414	2,796	97	1,133	1,230
4. ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์	44	20	64	3,822	6,340	10,162	1,103	2,316	3,419
5. อิเลคทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า	14	18	32	500	2,937	3,437	319	1,841	2,160
6. ผลิตภัณฑ์กระดาษ และเครื่องใช้พลาสติก	10	16	26	1,446	11,015	12,461	195	1,514	1,709
7. บริการและสาธารณูปโภค	33	13	46	6,346	20,886	27,232	581	1,357	1,938
รวม	134	98	232	15,104	54,384	69,488	3,115	10,611	13,726
อัตราการขยายตัวปี 2547 (4 เดือน, %)									
1. เกษตรกรรม และผลิตภัณฑ์เกษตร	150.0%	122.2%	135.3%	524.4%	622.2%	598.8%	232.0%	163.3%	176.5%
2. เหมืองแร่ เซรามิก และโลหะพื้นฐาน	33.3%	-	100.0%	11.6%	-	656.6%	75.9%	-	344.9%
3. อุตสาหกรรมเบา	200.0%	0.0%	50.0%	438.0%	156.0%	175.7%	11.8%	-0.2%	-1.2%
4. ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์	109.5%	25.0%	73.0%	317.7%	133.6%	180.0%	93.2%	87.7%	89.4%
5. อิเลคทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า	100.0%	50.0%	68.4%	431.9%	756.3%	686.5%	200.9%	92.4%	103.2%
6. ผลิตภัณฑ์กระดาษ และเครื่องใช้พลาสติก	-37.5%	-15.8%	-25.7%	7.7%	37.4%	33.1%	-60.4%	-24.9%	-31.9%
7. บริการและสาธารณูปโภค	13.8%	30.0%	17.9%	124.8%	954.8%	467.0%	-11.4%	34.5%	16.4%
รวม	54.0%	30.7%	43.2%	148.6%	261.5%	229.0%	40.3%	47.4%	45.7%

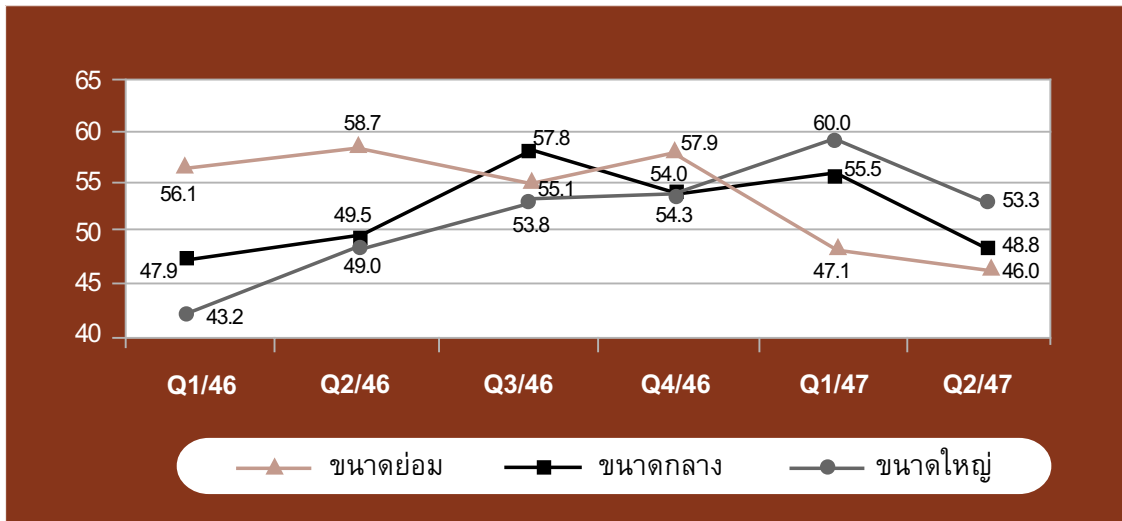
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

9.4 ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการประกอบธุรกิจ

9.4.1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม

ภาพที่ 9.1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม
ไตรมาส 1-2 ปี 2547



ที่มา : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 9.8 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมปี 2546-2547
(2 ไตรมาสแรกของปี 2547)

ขนาดของอุตสาหกรรม	ปี 2546				ปี 2547	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
ขนาดย่อม	56.1	58.7	55.1	57.9	47.1	46.0
ขนาดกลาง	47.9	49.5	57.8	54.0	55.5	48.8
ขนาดใหญ่	43.2	49.0	53.8	54.3	60.0	53.3

ที่มา : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

เพื่อให้การรายงานความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ สะท้อนภาพครอบคลุมทุกกิจกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงรวบรวมดัชนี 2 ชุด เข้าไว้ในรายงานสถานการณ์ฉบับนี้ ได้แก่ รายงานดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตรายเดือน และรายงานดัชนีความเชื่อมั่นภาคการค้าและบริการรายไตรมาส

อย่างไรก็ตาม รายงานดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิต ซึ่งดำเนินการโดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เป็นดัชนีที่รายงานเป็นรายเดือน และมีช่วงความเชื่อมั่น 0 ถึง 200 ดังนั้นเพื่อให้ดัชนีทั้ง 2 ชุดมีความสอดคล้องและอยู่บนพื้นฐานการรายงานเดียวกัน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงดำเนินการปรับดัชนีภาคอุตสาหกรรมรายเดือนเป็นรายไตรมาส โดยถือเอาความเชื่อมั่นเดือนสุดท้ายของไตรมาส เป็นตัวแทนของไตรมาสนั้นๆ พร้อมทั้งการปรับช่วงความเชื่อมั่นจากเดิม 0 ถึง 200 เป็น 0 ถึง 100 โดยการอ่านค่าดัชนี หากดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับ 50 แสดงถึงผู้ประกอบการมีความเห็นต่อภาวะการณที่ประกอบกิจการไม่เปลี่ยนแปลง หรือคงที่ ในขณะที่ระดับที่สูงกว่า 50 แสดงถึงความเห็นของผู้ประกอบการว่าภาวะการณในการประกอบกิจการดีขึ้น และในทางตรงกันข้ามระดับที่ต่ำกว่า 50 แสดงถึงความเห็นของผู้ประกอบการที่เห็นว่ากิจการแย่ลงหรือไม่ดี สอดคล้องตรงกับดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ

ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2547 จากการสำรวจความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในช่วงปลายไตรมาสได้แสดงว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีความเชื่อมั่นต่อการประกอบกิจการของตนอยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าดัชนีความเชื่อมั่นที่ต่ำกว่า 50 ขณะที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดใหญ่มีความเชื่อมั่นในการประกอบกิจการดีขึ้นจากดัชนีความเชื่อมั่นที่เกิน 50

เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่แล้ว พบว่าความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการขนาดย่อมในไตรมาสที่ 1 ปี 2547 ลดลงค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2546 ตรงข้ามกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ระดับความเชื่อมั่นในไตรมาสนี้ อยู่ในระดับที่สูงกว่า

ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2547 เมื่อมองในภาพรวมพบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทั้ง 3 ขนาด ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่แล้ว โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางมีความเชื่อมั่นที่ต่ำกว่า 50 สะท้อนถึงการขาดความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจ ขณะที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ยังคงมีความเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจดีอยู่ ถึงแม้ว่าค่าดัชนีปรับตัวลดลงค่อนข้างมากจาก 60.0 ในไตรมาสที่ 1 เป็น 53.3 ในไตรมาสที่ 2

เมื่อเปรียบเทียบในช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่แล้วพบว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมมีความเชื่อมั่นที่ลดลงอย่างชัดเจน ส่วนผู้ประกอบการขนาดกลางมีความเชื่อมั่นไม่แตกต่างจากไตรมาสที่ 2 ของปี 2546 ขณะที่ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ปรับตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

สามารถสรุปได้ว่า ในช่วงครึ่งแรกของปี 2547 ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมีแนวโน้มลดลงทั้งสิ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่ระดับความเชื่อมั่นต่ำกว่า 50 ทั้ง 2 ไตรมาส ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่ถึงแม้แนวโน้มความเชื่อมั่นลดลง แต่ระดับความเชื่อมั่นยังสูงกว่า 50 ทั้ง 2 ไตรมาส อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทั้ง 3 ขนาด คือ ระดับราคาน้ำมันที่ยังคงอยู่ในระดับสูงและมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นอีก แม้รัฐบาลจะมีการตรึงราคาน้ำมันดีเซลอยู่ก็ตาม ผู้ประกอบการทั้ง 3 ขนาดมองว่าปัจจัยดังกล่าวยังคงเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินกิจการ

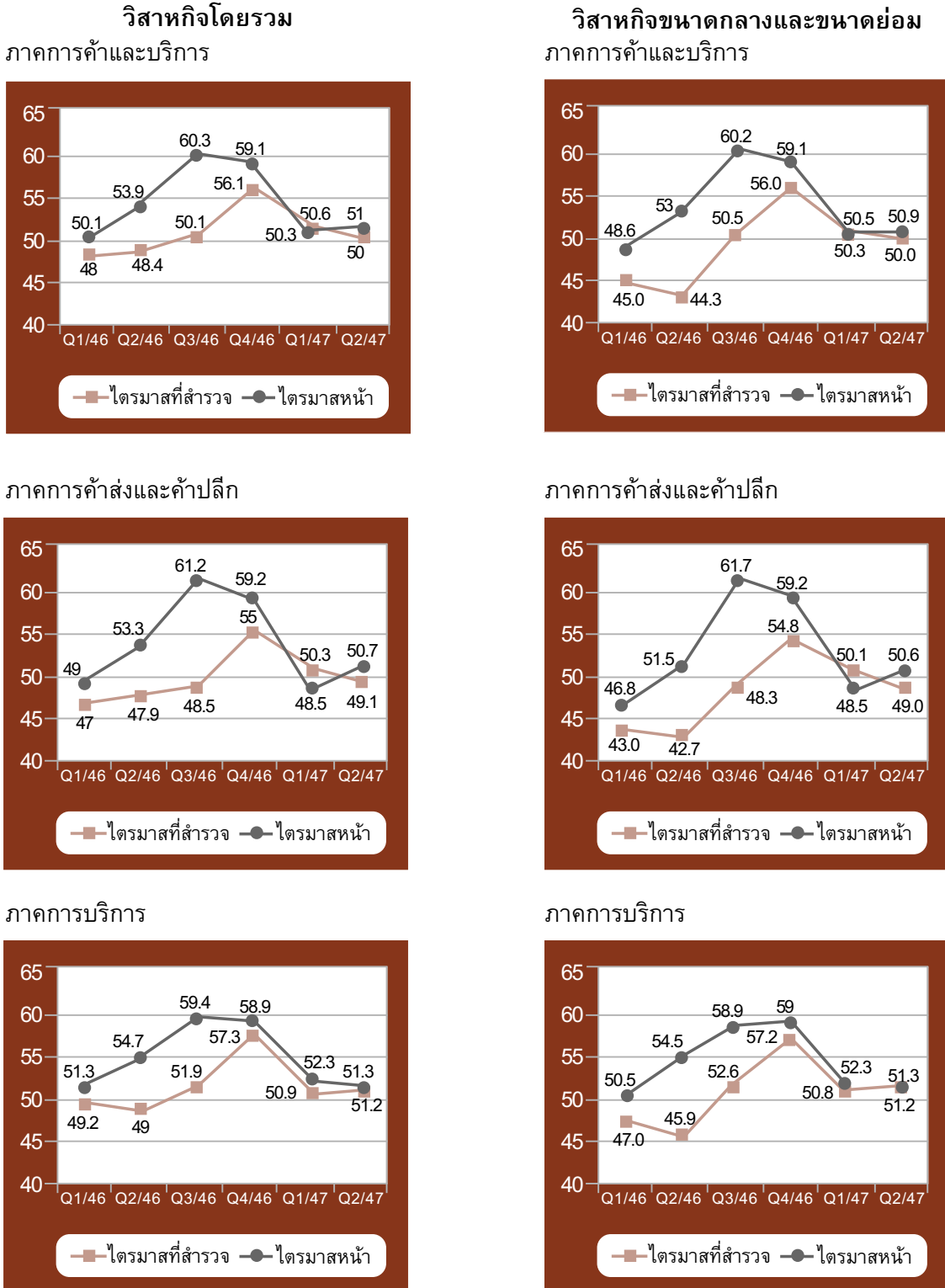
9.4.2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ ไตรมาสที่ 1-2 ปี 2547

1) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อการประกอบธุรกิจ

ในครั้งแรกของปี 2547 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการอยู่ในระดับค่อนข้างคงที่ โดยอยู่ในระดับ 50 อย่างไรก็ตามดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการรวม ในไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี 2547 อยู่ในระดับ 50.6 และ 50.0 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งความเชื่อมั่นที่ลดลงของผู้ประกอบการเป็นผลมาจากสถานการณ์ความรุนแรงทางภาคใต้ การระบาคใช้หวัดนก และน้ำมันราคาแพง สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไตรมาสที่ 1 อยู่ในระดับ 50.5 และปรับตัวลงในไตรมาสที่ 2 ในระดับ 50.0 อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ดัชนีความเชื่อมั่นในครึ่งปีแรกของปี 2547 อยู่ในระดับที่สูงกว่าปีก่อน

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในไตรมาสที่ 1 และ 2 อยู่ในระดับ 50.1 และ 49.0 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคค้าส่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าผู้ประกอบการค้าปลีก สำหรับภาคบริการดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการในไตรมาสที่ 1 และ 2 ค่าอยู่ในระดับ 50.8 และ 51.2 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ดัชนีความเชื่อมั่นในครึ่งแรกของปี 2547 ทั้งภาคการค้าและบริการอยู่ในระดับที่สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนอย่างชัดเจน ซึ่งแสดงถึงความเชื่อมั่นของการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีมากกว่าปีก่อน

ภาพที่ 9.2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อการประกอบธุรกิจ ไตรมาส 1-2 ปี 2547



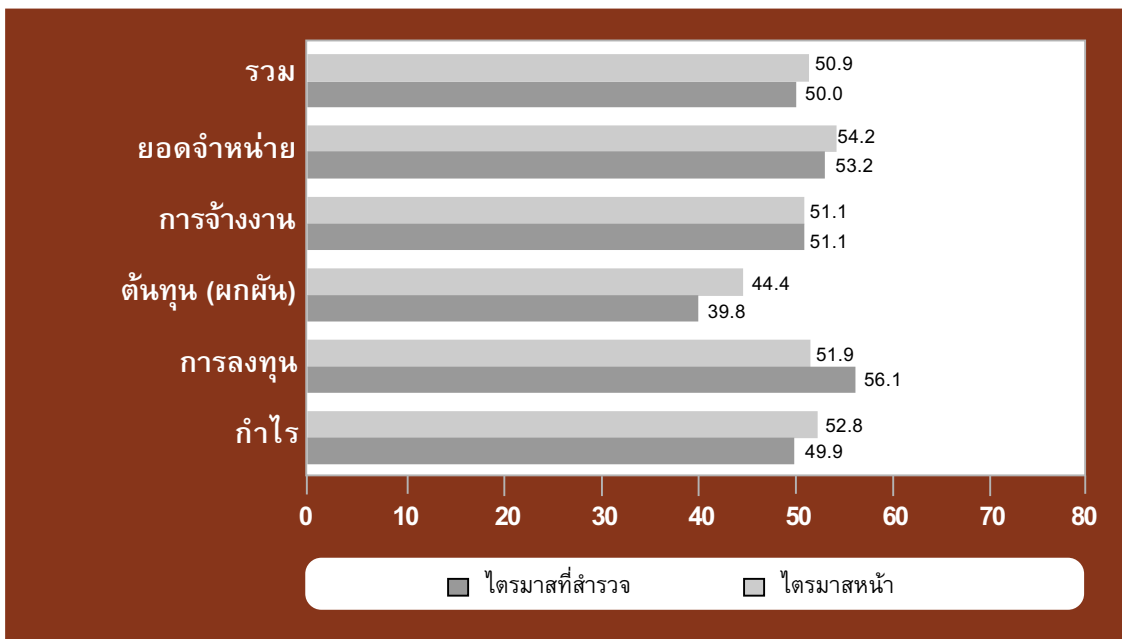
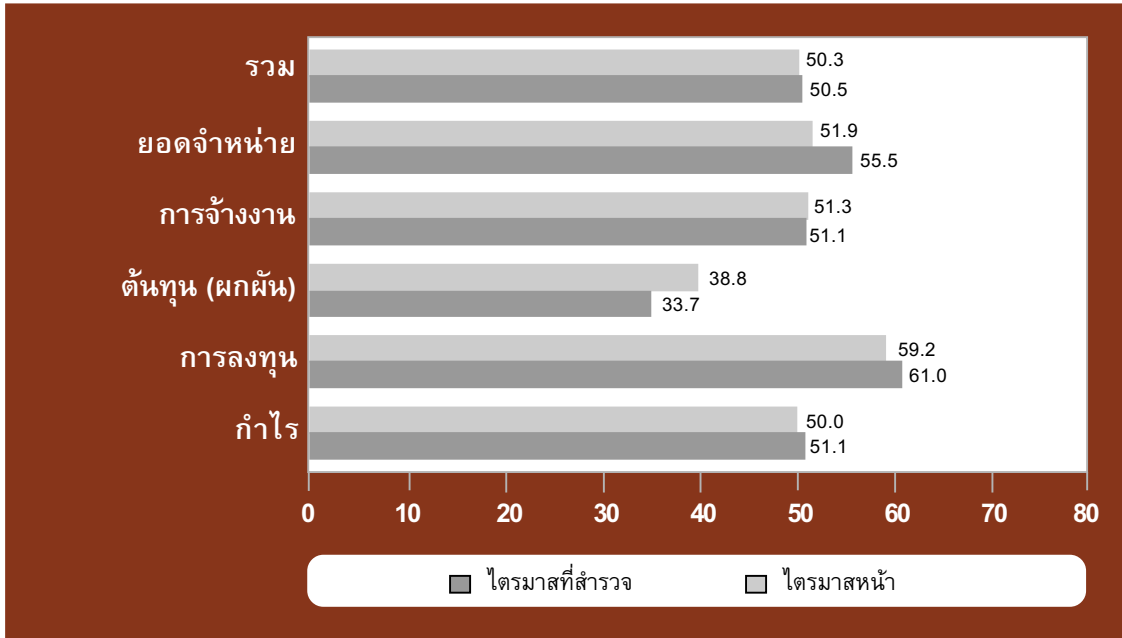
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs แยกตามองค์ประกอบ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นจำแนกตามองค์ประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าและบริการในไตรมาสที่ 2 เปรียบเทียบกับในไตรมาสที่ 1 ปี 2547 พบว่าดัชนีองค์ประกอบในไตรมาสที่ 2 ส่วนใหญ่ปรับตัวลดลง ทั้งดัชนีด้านกำไร การลงทุน และยอดจำหน่าย โดยดัชนีอยู่ที่ระดับ 49.9, 56.1 และ 53.2 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับในไตรมาสที่ 1 ที่ดัชนีองค์ประกอบแต่ละปัจจัยอยู่ที่ระดับ 51.1, 61.0 และ 55.5 ยกเว้นดัชนีด้านต้นทุนที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 33.7 ในไตรมาสที่ 1 เป็น 39.8 ในไตรมาสที่ 2

จากค่าดัชนีองค์ประกอบทั้ง 5 ปัจจัย พบว่า ดัชนีองค์ประกอบด้านต้นทุนในไตรมาสที่ 1 และ 2 ยังคงมีระดับต่ำกว่า 50 อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในไตรมาสที่ 2 ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นด้านต้นทุนการประกอบธุรกิจดีขึ้นบ้างก็ตาม แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านต้นทุนยังคงเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ขณะที่ดัชนีด้านกำไรในไตรมาสที่ 2 อยู่ที่ระดับ 49.9 ต่ำกว่า 50 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการเริ่มขาดความเชื่อมั่นในผลประกอบการของตน

ภาพที่ 9.3 ดัชนีความเชื่อมั่น SMEs แยกตามองค์ประกอบ ไตรมาส 1-2 ปี 2547



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการรายธุรกิจต่อการประกอบธุรกิจของตน

ในปี 2547 ไตรมาสที่ 1 และ 2 ความมั่นใจของผู้ประกอบการทุกสาขาธุรกิจปรับตัวลดลง ยกเว้นภาคการบริการ สาขาก่อสร้างและการท่องเที่ยว ที่ความเชื่อมั่นได้ดีขึ้นในไตรมาสที่ 2 สาขาธุรกิจที่มีระดับความเชื่อมั่นต่ำกว่า 50 ได้แก่ ภาคค้าส่ง หมวดสินค้าอุปโภค/บริโภค ร้านค้าปลีก ภาคบริการในสาขา ภัตตาคาร บริการสุขภาพ และอสังหาริมทรัพย์ ในขณะที่ธุรกิจสาขาอื่นๆ ยังอยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นต่อการประกอบธุรกิจ แม้ว่าจะมีความเชื่อมั่นลดลงก็ตาม

ตารางที่ 9.9 ดัชนีความเชื่อมั่น TSSI ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการประกอบธุรกิจ ตามลักษณะธุรกิจ

ดัชนี	ดัชนีไตรมาสล่าสุด				ดัชนีคาดการณ์ไตรมาสถัดไป			
	ไตรมาสที่ 3/46	ไตรมาสที่ 4/46	ไตรมาสที่ 1/47	ไตรมาสที่ 2/47	ไตรมาสที่ 3/46	ไตรมาสที่ 4/46	ไตรมาสที่ 1/47	ไตรมาสที่ 2/47
1. ภาคการค้าส่ง								
1.1 อุปกรณ์ก่อสร้าง	48.4	59.1	53.7	52.2	65.0	61.4	46.5	50.1
1.2 สินค้าอุปโภค/บริโภค	48.1	54.7	49.9	48.5	62.7	60.1	49.9	52.0
1.3 สินค้าเกษตร	47.4	55.7	50.9	54.3	63.5	59.7	47.8	49.5
2. ภาคการค้าปลีก								
2.1 ร้านค้าปลีก (ดั้งเดิม)	48.2	53.7	49.5	47.2	59.9	58.6	47.7	49.6
2.2 ร้านค้าปลีก (ใหม่)	47.8	54.6	48.2	49.3	60.5	59.3	49.4	50.7
2.3 รถยนต์/จักรยานยนต์	50.7	56.5	53.9	52.5	59.8	58.1	48.8	51.3
3. ภาคบริการ								
3.1 ภัตตาคาร	53.6	58.5	47.9	46.2	60.7	58.3	51.1	50.4
3.2 โรงแรม	53.1	59.9	52.2	51.6	58.9	59.7	53.3	54.2
3.3 การขนส่ง	52.7	61.4	55.4	53.7	60.6	57.5	52.2	51.2
3.4 สันทนาการ วัฒนธรรม กีฬา	50.5	53.4	50.1	53.0	57.7	60.1	51.6	50.6
3.5 การท่องเที่ยว	54.4	66.4	51.5	57.7	66.4	63.2	54.0	49.0
3.6 บริการสุขภาพ	50.4	55.2	50.5	49.5	56.6	57.5	52.6	53.1
3.7 อสังหาริมทรัพย์	51.9	52.1	48.2	48.4	54.2	53.2	50.1	50.8
3.8 การก่อสร้าง	49.1	61.6	52.2	55.7	59.7	61.5	53.4	51.2

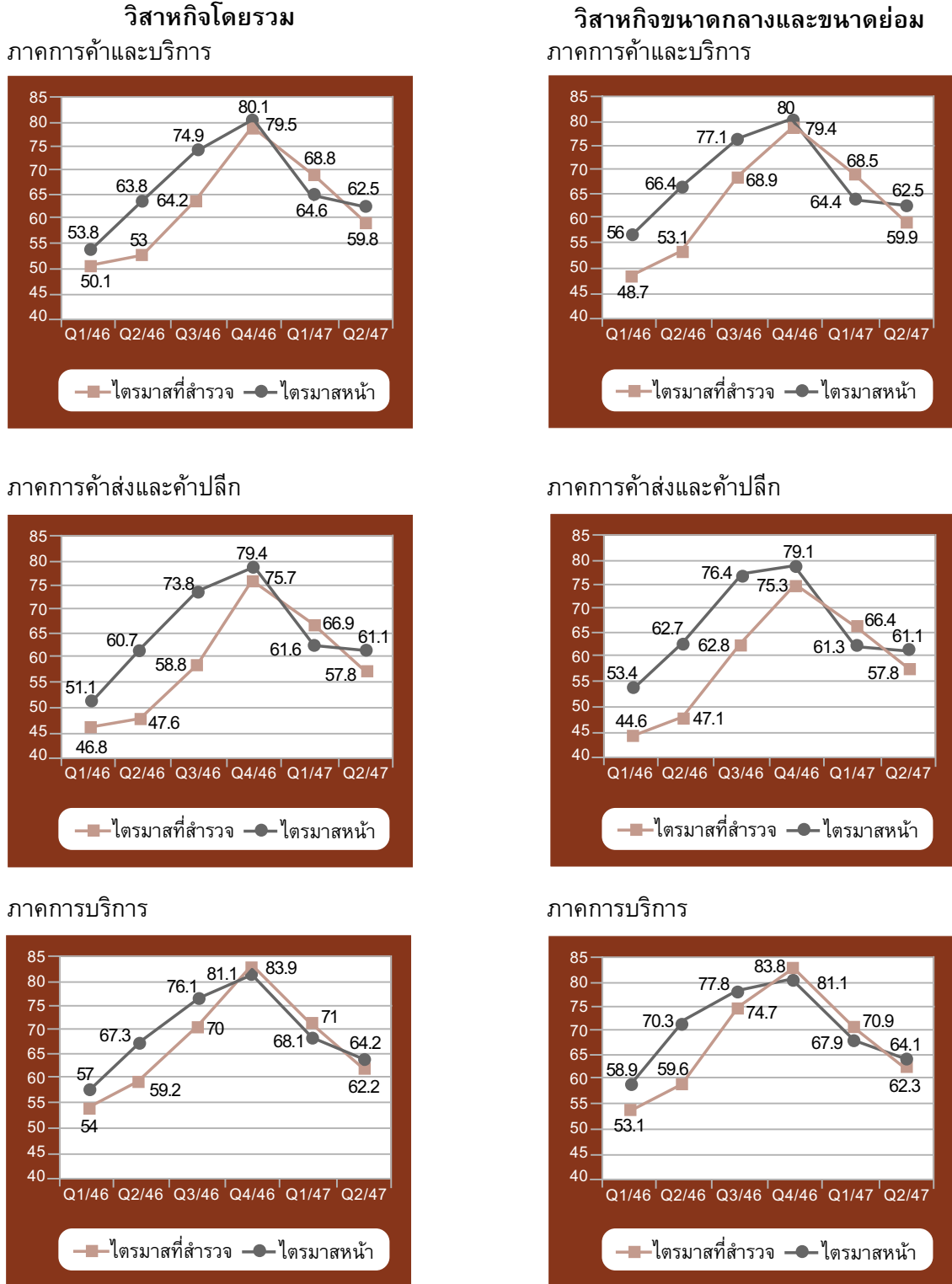
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ

ในครั้งแรกของปี 2547 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในภาคการค้าและบริการต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในระดับที่ดี โดยอยู่ในช่วงระดับ 59.8-68.8 อย่างไรก็ตามความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจโดยรวมในไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี 2547 ได้ปรับตัวลดลง โดยอยู่ที่ 68.8 และ 59.8 ตามลำดับ ในส่วนความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศในไตรมาสที่ 1 และ 2 มีแนวโน้มลดลงเช่นกัน โดยค่าดัชนีอยู่ที่ระดับ 68.5 และ 59.9 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่าความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศในช่วงครั้งแรกของปี 2547 สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนค่อนข้างมาก

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศในไตรมาสที่ 1 และ 2 มีแนวโน้มลดลง โดยค่าดัชนีอยู่ที่ระดับ 66.4 และ 57.8 ตามลำดับ สำหรับความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการบริการต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศในไตรมาสที่ 1 และ 2 มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน โดยค่าดัชนีอยู่ที่ระดับ 70.9 และ 62.3 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามยังอยู่ในระดับที่สูงกว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในภาคการค้า และเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่า ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2547 สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาค่อนข้างมากทั้งภาคการค้าและบริการ

ภาพที่ 9.4 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการต่อภาวะเศรษฐกิจ ของประเทศ ไตรมาส 1-2 ปี 2547



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

21 อาคาร ทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น 17, 19 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2278-8800 โทรสาร 0-2273-8850, 0-2273-8888

Website : www.sme.go.th