



บทที่ 6

แนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs
ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย
(SMEs High Growth Sectors)



บทที่ 6

แนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย (SMEs High Growth Sectors)

ภายใต้แผนงานเสริมสร้างศักยภาพของ SMEs ไทย ให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการเตรียมความพร้อมในการแข่งขันที่จะมีมากขึ้นในอนาคตอันใกล้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย (SMEs High Growth Sectors) เพื่อหาตัวชี้วัดในการกำหนดกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูง วิเคราะห์หาโอกาสและศักยภาพในการเติบโต ศึกษาประเด็นปัญหา อุปสรรค ของธุรกิจ SMEs ที่เป็น High Growth Sector ในไทย รวมทั้งแนวทางและนโยบายภาครัฐที่เหมาะสมในการสนับสนุน ส่งเสริม กลุ่ม SMEs ดังกล่าว ให้เติบโตและเป็นหัวเรือในการนำกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ เชื่อมโยงเข้าสู่ตลาดสากลได้อย่างรวดเร็ว

ผลงานวิจัยในต่างประเทศ พบว่า การส่งเสริมวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High Growth Entrepreneurs) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะการสร้างงานใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ/ค่าตอบแทนสูงแก่ภาคแรงงานและเป็นตัวเร่งการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ อาทิ Kirchoff (1994) พบว่า ร้อยละ 4 ของวิสาหกิจที่ก่อตั้งในช่วงปี 1977-1978 มีอัตราการเติบโตของการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 74 ในช่วงระยะเวลา 6 ปีหลังก่อตั้ง (Kirchoff, 1994) ในขณะที่ Storey (1994) พบว่า ร้อยละ 4 ของวิสาหกิจที่เริ่มตั้งธุรกิจในประเทศอังกฤษ สามารถสร้างงานได้มากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนงานทั้งหมด สำหรับในประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาของ Birch et al. (1997) พบว่า ในช่วงปี 1992 และ 1996 ร้อยละ 3 ของวิสาหกิจที่เติบโตเร็วที่สุดหรือที่เรียกว่า “ธุรกิจกลุ่มกวางแกแซล” สามารถสร้างงานได้มากกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนงานใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับรายงาน Global Entrepreneurship Monitor หรือ GEM (Autio, 2005) ที่แสดงให้เห็นว่า เพียงร้อยละ 10 ของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่มีเป้าหมายขยายระดับการจ้างงานให้ถึง 19 คนหรือมากกว่าในช่วง 5 ปี สามารถสร้างงานได้มากกว่าร้อยละ 70 ในภาพรวม



ภาพที่ 6.1 High-Growth entrepreneurs have a disproportionate impact

- ✓ Kirchoff (1994) : 4% of firms formed in 1977-78 created 74% of the cohort employment growth 6 years later
- ✓ Storey (1994) : 4% of survivors responsible for 50% of jobs created 10 years later
- ✓ Birch et al (1997) : 3% gazelles generated over 70% of new jobs in the U.S. between 1992-96
- ✓ Auto (2007): only 10% of start-up attempts aim to grow to a size of 19 employees or more in 5 years' time, yet these are responsible for over 70% of expected aggregate impact

ที่มา : Autio, E. Professor QinetiQ-EPSRC Chair in Technology Transfer and Entrepreneurship, London Business School, Imperial College.

จากความสำคัญของวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงดังกล่าวข้างต้น ทำให้ในหลายประเทศทั่วโลก ได้มีนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High-Growth SMEs) ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แผนพัฒนาอุตสาหกรรมและแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้ จากงานวิจัยเรื่อง High-Growth SME Support Initiatives in Nine Countries : Analysis, Categorization, and Recommendations (Autio E., et al., 2007) พบว่า การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เติบโตสูง จะต้องเป็นนโยบายเฉพาะด้าน (High Growth SMEs Policy) นอกเหนือไปจากนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไป (SMEs Policy) อันเป็นตัวเร่ง (Acceleration Factor) การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังตาราง



ตารางที่ 6.1 ความแตกต่างระหว่างนโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป (SMEs Policy) กับ SMEs ที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs Policy)

ประเด็นที่	นโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป	นโยบายส่งเสริม SMEs ที่มีการเติบโตสูง
เป้าประสงค์เชิงนโยบาย (Policy Goals)		
1. เกี่ยวกับผู้ประกอบการ	- ส่งเสริมให้มีจำนวนผู้ประกอบการมากขึ้น	- ส่งเสริมให้ผู้ที่มีความเหมาะสมเข้ามาเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น
2. เกี่ยวกับองค์กร	- ส่งเสริมให้มีจำนวนองค์กรมากขึ้น	- ส่งเสริมให้เมืองค์กรมีการเติบโตมากขึ้น
3. เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเชิงธุรกิจ	- ส่งเสริมให้มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของ SMEs	- ส่งเสริมให้มีความเหมาะสมกับการเติบโตของ SMEs
การสนับสนุนทรัพยากร (Resource Provision)		
1. แหล่งที่มาของทรัพยากรด้านการเงิน	- การสนับสนุนโดยภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ - เงินทุน (Grant) เงินอุดหนุน (Subsidy) และเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan)	- การสนับสนุนร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน - เงินกู้เพื่อการวิจัยพัฒนา (R&D Loan) เงินทุนเพื่อนวัตกรรม (Innovation Grants) การร่วมลงทุน (Business Angel Finance & Venture Finance) และการนำบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (IPOs)
2. การจัดบริการ	- ให้บริการที่เป็นมาตรฐานและบริการที่ไม่ซับซ้อน เพื่อการจัดตั้งกิจการวางแผน และดำเนินการ	- ให้บริการจากประสบการณ์ในการร่วมลงทุน (Business Experience Advice) การวางแผนยุทธศาสตร์ การขยายกิจการไปต่างประเทศ การส่งเสริมการเติบโตขององค์กร

ที่มา : Erkko Autio, Mathias Kronlund and Anne Kovalainen (2007)

ประเด็นที่	นโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป	นโยบายส่งเสริม SMEs ที่มีการเติบโตสูง
การสนับสนุนทรัพยากร (Resource Provision)		
3. หลักการการแบ่งปันทรัพยากรเพื่อสนับสนุน SMEs	- เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันในการเข้าถึงทรัพยากร (กระจายทรัพยากร)	- เลือกผู้ประกอบการที่แสดงศักยภาพการเติบโต (กำหนดเป้าหมายการใช้ทรัพยากรในกลุ่มที่มีศักยภาพ)
ขอบเขตของกฎระเบียบ (Regulatory Emphasize)		
1. ด้านวัฏจักรของธุรกิจ (Life Cycle)	- การจัดอุปสรรคสำหรับการเริ่มต้นกิจการ	- การจัดอุปสรรคสำหรับการเติบโตของวิสาหกิจ
2. ด้านอุปสรรคของการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Bottleneck)	- การลดต้นทุนของการปฏิบัติตามกฎระเบียบของวิสาหกิจขนาดย่อม	- การลดต้นทุนของการปฏิบัติตามกฎระเบียบของวิสาหกิจที่มีการเติบโต
3. ระเบียบด้านการคลัง (Fiscal Regulation)	- ลดภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม	- รองรับการเติบโตของวิสาหกิจลดภาระการเพิ่มสัดส่วนผู้ถือหุ้น
4. ทักษะคติต่อความล้มเหลว (Attitude toward failure)	- หลีกเลี่ยงความล้มเหลว และการล้มละลายของวิสาหกิจ	- ยอมรับถึงโอกาสความล้มเหลว และล้มละลายของวิสาหกิจ แต่มีมาตรการลดผลกระทบของความล้มเหลวดังกล่าว
5. ความเชื่อมโยงกับนโยบายด้านอื่นๆ (Links to other policy domains)	- นโยบายอุตสาหกรรม สังคม และแรงงาน	- นโยบายอุตสาหกรรม นวัตกรรมและแรงงาน

ที่มา : Erkko Autio, Mathias Kronlund and Anne Kovalainen (2007)

การศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการทบทวนนโยบายการส่งเสริม SMEs ของกลุ่มประเทศตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ ทั้งในภูมิภาคยุโรป อเมริกา และเอเชีย รวม 13 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกง เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ฟินแลนด์ ฮังการี อิตาลี เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา รวมทั้งนโยบายของประเทศไทย พบว่า การส่งเสริมวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง จะเป็นตัวเร่งการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่จะต้องเป็นนโยบายเฉพาะด้านนอกเหนือจากนโยบายส่งเสริม SMEs ทั่วไป

ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงสำหรับประเทศไทย เบื้องต้นจะพิจารณาจาก 2 ประเด็นหลัก คือ ธุรกิจที่มีรายได้หลักสูงขึ้นต่อเนื่อง (Income Growth) มีค่าเป็นบวก และต้องมีกำไรสุทธิ (Profit Growth) เฉลี่ยมากกว่า 0 และสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูง

จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจต่างๆ ดังกล่าว สามารถแบ่งกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงของประเทศ ตามลำดับขั้นตอนการเติบโตของ SMEs รวมถึงแนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงในแต่ละระดับการเติบโตได้ ดังนี้

ระดับที่ 1 Survival Level ธุรกิจในกลุ่มนี้มีโอกาสเติบโตตามความนิยมของกระแสโลก แต่ในประเทศไทยการพัฒนาขึ้นอยู่กับอยู่ในระยะเริ่มต้น ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจด้านพลังงานทดแทน กลุ่มเกษตรกรรมโดยเฉพาะพืชเพื่อผลิตพลังงานทดแทนเชิงพาณิชย์ กลุ่มขนส่งและโลจิสติกส์ กลุ่มบริการด้านการศึกษา กลุ่มธุรกิจ IT/ICT รวมถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ขณะที่กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง การพัฒนาเริ่มเข้าสู่ระดับ Sufficiency Level เพราะมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก และตลาดภูมิภาค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขณะที่ SMEs เป็นเพียงผู้รับเหมาช่วง

แนวทางการส่งเสริม ภาครัฐจะต้องมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้สามารถแข่งขันได้ เช่น ระบบคมนาคมความเร็วสูง ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การพัฒนาโครงสร้างด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) ของชาติ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี (Technology Platform) รวมถึงการกำหนดและพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการในระดับสากล เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น เป็นการขยายตลาดให้มีความใหญ่ขึ้นต่อไป

ในส่วน SMEs ที่ต้องพึ่งพิงกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง ภาครัฐและหน่วยที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่ และ SMEs เพื่อขยายตลาดไปสู่ระดับภูมิภาคและระดับโลก ด้วยการพัฒนาคลัสเตอร์และห่วงโซ่อุปทานของประเทศไทย ให้ครอบคลุมในระดับนานาชาติ

ระดับที่ 2 Sufficiency Level เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศ ตลาดโลก และตลาดภูมิภาค โดยขึ้นกับความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตเป็นสำคัญ ยังไม่มีการพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าที่สูงขึ้น ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพ กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน และกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว

แนวทางการส่งเสริม ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสถาบันการเงิน ควรเข้ามาร่วมช่วยยกระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจดังกล่าวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง โดยพัฒนานวัตกรรมของโมเดลธุรกิจ (Business Model Innovation) เพื่อแสวงหาโอกาสและสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการส่งเสริมพัฒนาทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ต่อภาคธุรกิจดังกล่าว ด้วยนโยบายการส่งเสริมการอุดหนุนของรัฐต่อการร่วมทุน (Subsidized Business Angel/ VC) บริการจับคู่ธุรกิจ มาตรการด้านภาษี การอุดหนุนการวิจัยพัฒนา (R&D Imbursement) การฝึกอบรมพัฒนา การจัดระบบพี่เลี้ยง สนับสนุนการต่อยอดงานวิจัยเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ/วิสาหกิจร่วม เป็นต้น

ระดับที่ 3 Sustainability Level เป็นกลุ่มธุรกิจที่สามารถแข่งขันทั้งตลาดในประเทศ ตลาดโลก และตลาดภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน และเป็นไปตามทิศทางกระแสโลกที่มุ่งเข้าสู่การเป็น Green Economy และ Bio Economy ซึ่งธุรกิจ SMEs จะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

การผลักดันกลุ่มธุรกิจ High Growth SMEs ให้สามารถเข้าสู่ระดับ Sustainability ทุกภาคส่วน รวมทั้งผู้ประกอบการ SMEs จะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มกระแสโลก โดยเฉพาะการสร้างแบรนด์ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ และตระหนักถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามแนวทางของ Green Economy และ Bio Economy

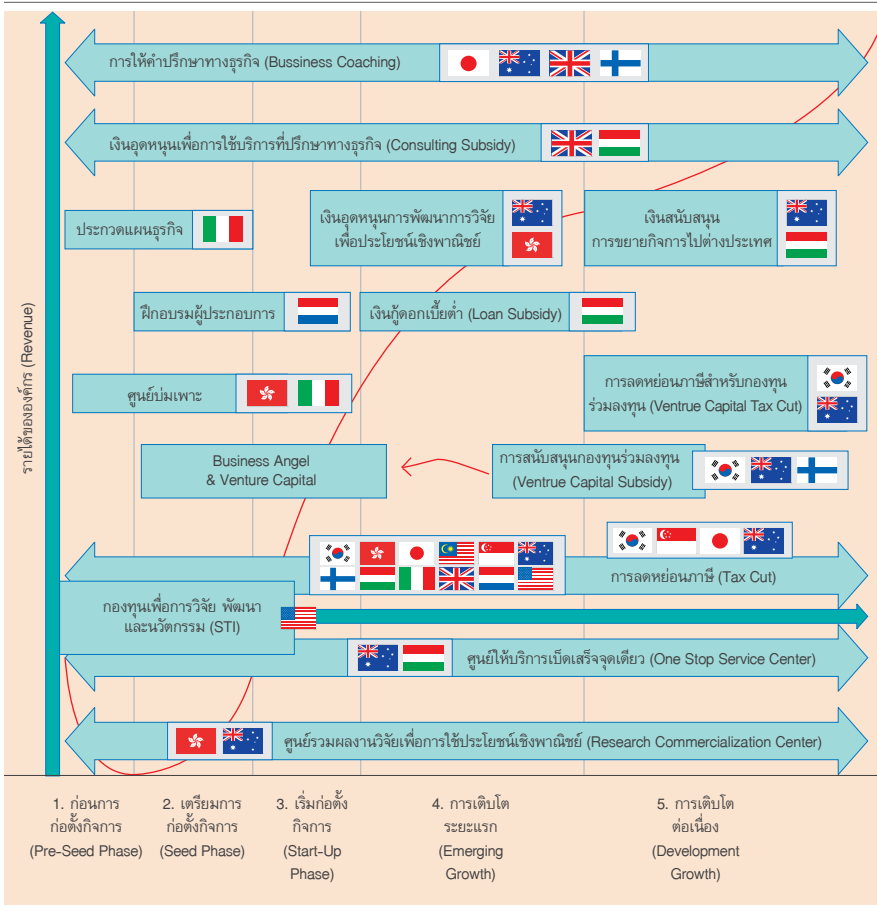
แนวทางการส่งเสริม ประกอบด้วย การดำเนินนโยบายระดับมหภาคและการดำเนินการรายสาขา ดังนี้

- การดำเนินการส่งเสริมในระดับมหภาค ประกอบด้วย การกำหนดนโยบายที่บูรณาการมุ่งเน้นส่งเสริมการเติบโตของ SMEs การพัฒนาสภาพแวดล้อมด้านตลาดทุน-ตลาดเงินภายในประเทศ การลดภาระภาษีที่ส่งผลต่อการเติบโตของ SMEs และการร่วมทุน การลดภาระของกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโต การพัฒนาทรัพยากรบุคคลไปสู่สังคมแห่งความรู้ และส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงานคุณภาพ การพัฒนา ส่งเสริม การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการวิจัยและพัฒนา
- การส่งเสริมรายสาขา ควรต้องพัฒนานโยบายทั้งในด้านการพัฒนาอุปทาน (Supply-Side Policy) และการส่งเสริมอุปสงค์ (Demand-Side Policy) ควบคู่กัน ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของกลุ่มธุรกิจทั้ง 11 กลุ่ม ทั้งนี้ด้านการพัฒนาอุปทาน ควรดำเนินการให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นในการเติบโตได้สะดวก เท่าเทียม และดำเนินนโยบายร่วมกับการส่งเสริมด้านอุปสงค์ โดยส่งเสริมอุปสงค์ให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นและพัฒนาคุณภาพของอุปสงค์ให้มีความต้องการสินค้า-บริการและพาณิชย์การ พัฒนาให้เกิดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ รองรับสินค้า-บริการและการค้าเชิงนวัตกรรม

อย่างไรก็ดี ในการส่งเสริมกลุ่ม SMEs ที่มีการเติบโตสูงทั้ง 3 กลุ่ม หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานมากขึ้น เพื่อสนับสนุน ช่วยเหลือ SMEs ให้ครอบคลุมทุกระดับการเติบโต และเป็นผู้นำการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือเป็นสาขาทางเศรษฐกิจที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการขยายตัวของอัตราการเติบโตของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ทำให้ภาครัฐของหลายประเทศมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ให้มีศักยภาพในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยจากการทบทวนนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มประเทศตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice Countries) ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคยุโรป อเมริกา และเอเชีย รวมทั้งสิ้น 13 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกง เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ฟินแลนด์ อังกฤษ อิตาลี เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา มีการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในหลายแนวทาง สามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

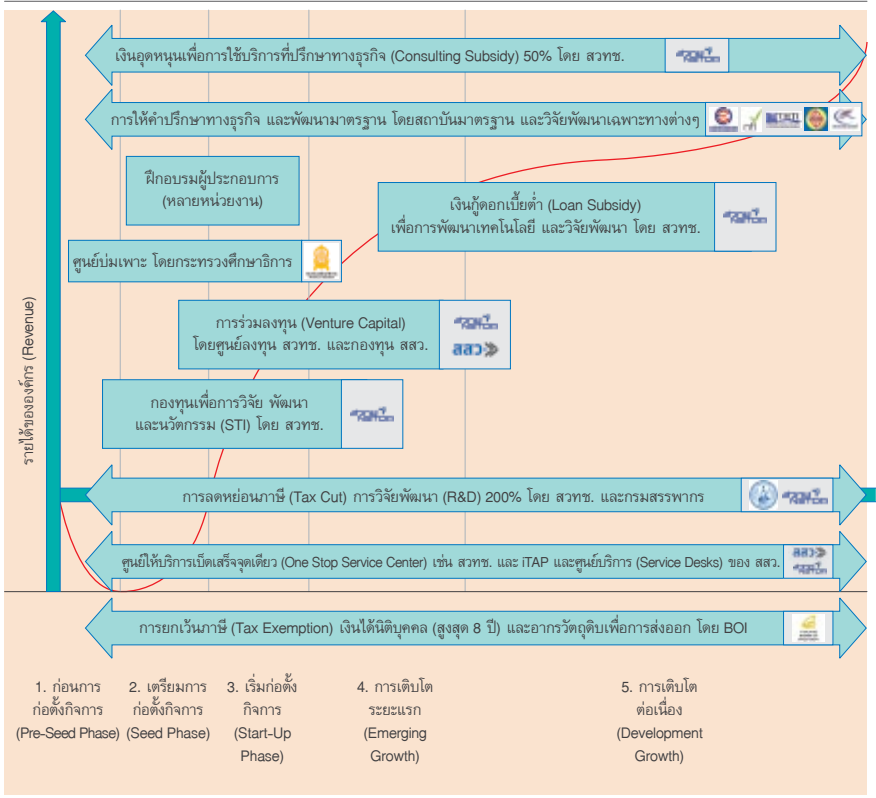
ภาพที่ 6.2 การเปรียบเทียบการสนับสนุน High-Growth SMEs ในประเทศต่างๆ ตามวัฏจักรการเติบโต



กรณีประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน SMEs มากถึงร้อยละ 99 ของวิสาหกิจทั้งหมด ก็มีการสนับสนุนในหลายแนวทางที่ใกล้เคียงกับกรณีของประเทศในกลุ่มตัวอย่าง Best Practice ยกเว้น การประกวดแผนธุรกิจ (สำหรับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง) กองทุนอุดหนุนการร่วมลงทุน (Venture Capital Subsidy) และเงินสนับสนุนการขยายกิจการไปต่างประเทศ (Internationalization Fund) เท่านั้นที่ยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยรายละเอียดของการเปรียบเทียบรูปแบบการสนับสนุนประเภทต่างๆ ของประเทศไทย เป็นดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6.3 ตัวอย่างของหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการเติบโตสูงในประเทศไทย



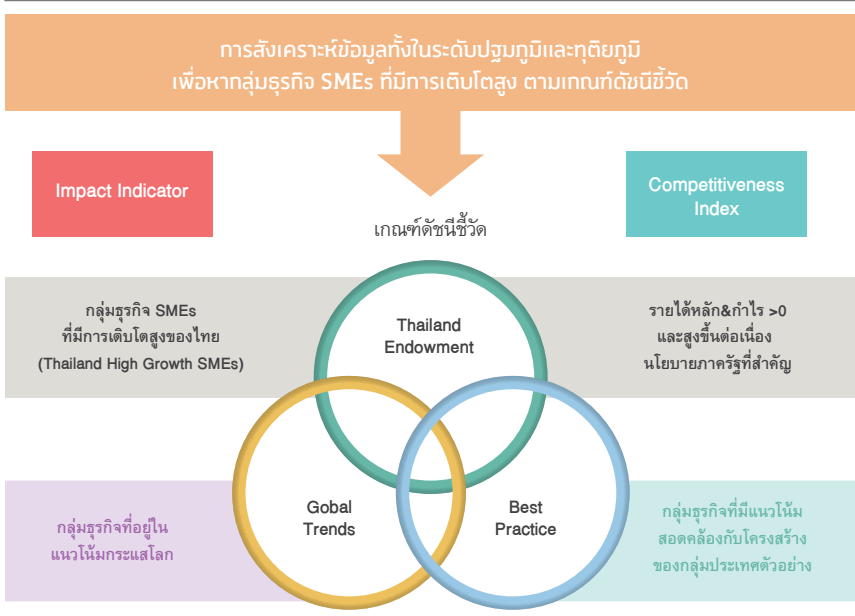
อนึ่ง การดำเนินนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงดังกล่าว จำเป็นจะต้องทราบถึงกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงและมีศักยภาพการแข่งขันทั้งในระดับโลกและภูมิภาค เพื่อจะได้วางนโยบายและแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม

โดยการศึกษาครั้งนี้ ได้พัฒนาเกณฑ์ชี้วัด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูง (SMEs High Growth Sectors) ของประเทศไทยและวิเคราะห์ถึงโอกาสและศักยภาพการแข่งขันของ SMEs High Growth Sectors รวมถึงประเด็นปัญหา/อุปสรรคของกลุ่มธุรกิจดังกล่าว พร้อมหาแนวทางและนโยบายที่เหมาะสมในการสนับสนุน SMEs High Growth Sectors ให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดและยั่งยืน

การกำหนดเกณฑ์ดัชนีชี้วัด SMEs High Growth Sector ของประเทศไทย

SMEs High Growth Sector ควรเป็นไปในทิศทางเดียวกับบริบทด้านเศรษฐกิจสังคมของโลก และของประเทศตัวอย่างที่เป็น Best Practice โดยจะต้องมีสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมที่สูง มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และมีอัตราการเติบโตทางธุรกิจที่โดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด รวมทั้ง ต้องสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของชาติ ที่รองรับสถานการณ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ภาพที่ 6.4 เกณฑ์ชี้วัดการสังเคราะห์ข้อมูลถึงในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิ



ผลการสังเคราะห์ข้อมูลตามเกณฑ์ดัชนีชี้วัด

1. กลุ่มธุรกิจที่อยู่ในแนวโน้มกระแสโลก (Global Mega Trend SMEs)

พิจารณาด้านอุปสงค์ของโลก พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุของประชากรโลกที่มีแนวโน้มประชากรเป็นผู้สูงอายุมากขึ้น สำหรับด้านอุปทาน พิจารณา ด้านปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะปัจจัยแรงงาน จากงานวิจัยของ C. Brett Lockard and Michael Wolf (2012) มีการคาดการณ์ระดับการจ้างงานในอนาคตว่ามีแนวโน้มทำงานอยู่ในภาคบริการมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

นอกจากนี้ การพัฒนาเทคโนโลยี ช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านต่างๆ ช่วยลดต้นทุนการผลิต โลจิสติกส์ เพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพการผลิต (Productivity) ในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยแนวโน้มทางด้านนวัตกรรมสมัยใหม่ มีแนวโน้มที่สอดคล้องกับแนวคิดสีเขียว นวัตกรรมที่ห่วงใยโลกและสิ่งแวดล้อม (Smart is the New Green) นวัตกรรมเพื่อความเป็นศูนย์ หมายถึง การคิดค้นอะไรใหม่ๆ ภายใต้แนวคิดของการตัดลดสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือไม่ต้องการให้น้อยลงเรื่อยๆ จนเหลือศูนย์ หรือไม่มีเลย (Innovating to Zero) รวมถึง แนวโน้มการให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ในเชิงลึกมากขึ้น (Health, Wellness and Wellbeing)

TREND

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในระดับโลก
(Global Mega Trends)

อยู่ในภาคบริการ มีการจ้างงานสูงขึ้น
อย่างต่อเนื่องและเติบโตอย่างโดดเด่น
ในอนาคตนวัตกรรมและเทคโนโลยี
มีบทบาทสำคัญ

2. กลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูงของกลุ่มประเทศตัวอย่าง (Best Practice)

จากข้อมูลมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจำแนกตาม โครงสร้างของการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมสากล (International Standard Industrial Classification : ISIC Code) พบว่า ประเทศเกิดใหม่ จะมีโครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจกระจุกตัวอยู่ในภาคอุตสาหกรรม และ

ภาคบริการ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้ง 2 ภาค ในขณะที่ ประเทศพัฒนาแล้ว มีโครงสร้างด้านเศรษฐกิจ กระจุกตัวอยู่ในภาคบริการ และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก เกือบถึงกึ่งหนึ่งของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วน ลดลงอย่างเห็นได้ชัด

ในขณะเดียวกัน ผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี/นวัตกรรม ของกลุ่มประเทศตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การบริโภคของประชากรและกลุ่มอุปสงค์ของตลาด โดยเข้าสู่โครงสร้างของสังคมผู้สูงอายุ เช่นเดียวกับโครงสร้างประชากรในระดับโลก ซึ่งก่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจที่อยู่ในภาคบริการ สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ตารางที่ 6.2 กลุ่มธุรกิจ High Growth ที่ภาครัฐของกลุ่มประเทศตัวอย่าง Best Practice ให้การส่งเสริม

กลุ่มธุรกิจ	US	Germany	Netherland	UK	Italy	Hungary	Finland	Australia	Singapore	Malaysia	Japan	Hong Kong	South Korea	รวม
ท่องเที่ยว										✓	✓		✓	4
อาหาร			✓	✓							✓	✓		4
ยา/สมุนไพร												✓		1
พลังงาน	✓			✓	✓	✓	✓			✓	✓			7
ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์									✓			✓	✓	3
โลจิสติกส์			✓						✓	✓				3
บริการสุขภาพ		✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9
บันเทิง													✓	1
MICE													✓	1
ยานยนต์											✓			1
อัญมณี												✓		1
สิ่งทอ											✓			1
เครื่องจักร			✓		✓								✓	3
เกษตรกรรม	✓		✓	✓	✓		✓	✓		✓				7
ก่อสร้าง			✓									✓	✓	3
อุตฯ สร้างสรรค์			✓	✓			✓			✓			✓	5
ค้าปลีก									✓	✓				2
ICT		✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	9

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนนโยบายของกลุ่มประเทศตัวอย่าง Best Practice สามารถระบุถึงกลุ่มธุรกิจที่ภาครัฐของแต่ละประเทศให้ความสำคัญและส่งเสริม ดังตารางข้างต้น พบว่ากลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของกลุ่มประเทศตัวอย่าง Best Practice ภายใต้อำนาจการส่งเสริมและสนับสนุน ได้แก่

Policy & TREND	นโยบายกลุ่มประเทศตัวอย่าง Best Practice
	บริการสุขภาพ ธุรกิจ ICT Software / โทรคมนาคม กลุ่มเกษตรกรรม และเหมืองแร่ ธุรกิจสาขาพลังงาน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การท่องเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
	นวัตกรรม เทคโนโลยีสีเขียว ชีวภาพ และสิ่งแวดล้อม

3. กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย (Thailand High Growth SMEs)

กรณีของประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรไปในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกและกลุ่มประเทศตัวอย่าง (Best Practice) กล่าวคือ มีแนวโน้มไปสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เมื่อพิจารณาในระดับจุลภาค โดยใช้ข้อมูลงบการเงินของผู้ประกอบการ SMEs จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปี 2552 - 2554 จำแนกตามประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (Thailand Standard Industrial Classification : TSIC) พบว่า ธุรกิจของ SMEs ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กมากกว่าขนาดกลาง โดยธุรกิจขนาดเล็กมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 95.30 ของจำนวนธุรกิจ SMEs ทั้งหมด และภายใต้ข้อจำกัดของข้อมูลดังกล่าวและนิยามกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตสูง การพิจารณากลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วย 2 หลักเกณฑ์ คือ

- 1) รายได้หลัก ได้แก่ High Growth SMEs ที่มีรายได้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Income Growth มีค่าเป็นบวก) และ
- 2) กำไรสุทธิ ได้แก่ High Growth SMEs จะต้องมีการกำไรสุทธิเฉลี่ยมากกว่า 0 และสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Profit Growth มีค่าเป็นบวก)

โดยกลุ่มธุรกิจที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาเป็น High Growth SMEs เป็นดังนี้



ตารางที่ 6.3 กลุ่มธุรกิจที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาเป็น High Growth SMEs
จำแนกตามรายได้หลักเฉลี่ย และกำไรเฉลี่ย

หมวด TSIC 2-Digit	รายได้หลักเฉลี่ย		กำไรเฉลี่ย		จำนวนธุรกิจ		
	ล้านบาท	Growth (ร้อยละ)	ล้านบาท	Growth (ร้อยละ)	SE	ME	SMEs
ภาคเกษตรกรรม ป่าไม้และประมง							
A - 1 เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และบริการที่เกี่ยวข้อง	56,990.44	8.75	741.86	22.76	1,750	131	1,881
ภาคอุตสาหกรรมการผลิต							
D - 15 การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม	441,684.90	10.55	4,266.95	9.75	5,406	551	5,957
D - 28 การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจาก โลหะประดิษฐ์ ยกเว้น เครื่องจักรและอุปกรณ์	142,925.33	26.92	1,316.62	5.72	4,042	337	4,379
D - 29 การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	126,100.98	13.30	1,836.26	21.23	2,988	252	3,240
D - 20 การผลิตไม้ ผลิตภัณฑ์จากไม้ และไม้ก๊อก ยกเว้นเครื่องเรือน รวมทั้งการผลิตสิ่งของจากฟาง และวัสดุัดักอื่นๆ	49,412.60	35.50	393.56	14.43	1,100	135	1,235
ภาคก่อสร้าง							
F - 45 การก่อสร้าง	487,943.16	23.61	10,388.26	4.31	35,472	661	36,133
ภาคบริการ							
K - 73 การวิจัยและพัฒนา	6,467.96	28.01	214.76	66.63	211	26	237
N - 85 การบริการด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	26,074.40	105.88	70.5	1,781.01	1,470	109	1,579

ที่มา: จากการประมวลผล

จากผลการวิเคราะห์ นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่กลุ่มธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนหรือส่งเสริมจากนโยบายของภาครัฐของไทย และความคิดเห็นของภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับกลุ่ม High Growth SMEs ของไทย (จากการสัมภาษณ์เชิงลึก) ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ ดังนี้

- **นโยบายภาครัฐ**

นโยบายภาครัฐ ถือเป็นเกณฑ์ชี้วัดที่สำคัญเกณฑ์หนึ่งในการคัดเลือกธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูง เนื่องจากนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐจะเป็นตัวเร่งที่ก่อให้เกิดการเติบโตของภาคธุรกิจ และนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจไปในทิศทางเดียวกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถสรุปกลุ่มธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนหรือส่งเสริมจากแผนพัฒนาฯ และยุทธศาสตร์ต่างๆ จากภาครัฐค่อนข้างมาก คือ กลุ่มธุรกิจอาหารและพลังงาน รองลงมาคือ กลุ่มธุรกิจบริการสุขภาพ กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งและโลจิสติกส์ กลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าและสิ่งทอ รวมไปถึงกลุ่มธุรกิจบันเทิง ภาพยนตร์ เกมส์ กลุ่มธุรกิจการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ (MICE) อุตสาหกรรมยางและพลาสติก อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ และกลุ่มธุรกิจสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ดังตารางที่ 5.4



ตารางที่ 6.4 กลุ่มธุรกิจของประเทศไทยที่มีนโยบายภาครัฐสนับสนุน

กลุ่มธุรกิจ	National Plan	Country Strategy	Aec Strategy	Investment Promotion	Industry Plan	Techno & Innovation	SMEs Plan	รวม
ท่องเที่ยว		✓		✓			✓	3
กระดาษ				✓				1
อาหาร	✓	✓		✓	✓	✓	✓	6
ยา/สมุนไพร		✓		✓		✓		3
พลังงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓		6
ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	✓	✓		✓	✓	✓		5
โลจิสติกส์		✓	✓	✓		✓		4
บริการสุขภาพ	✓	✓	✓	✓		✓		5
บันเทิง	✓	✓	✓					3
MICE	✓	✓	✓					3
พลาสติก/ยาง					✓	✓	✓	3
ยานยนต์				✓	✓	✓		3
อัญมณี					✓	✓	✓	3
สิ่งทอ				✓	✓	✓	✓	4
เครื่องจักร					✓			1
เหล็ก				✓	✓			2
เฟอร์นิเจอร์							✓	1
ICT							✓	1

■ แผนการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย (SMEs High Growth Sectors)

- **ความคิดเห็นภาครัฐและเอกชนไทย**

จากข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงไทย ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มและความสนใจในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสุขภาพ การท่องเที่ยว อาหาร และเครื่องดื่ม ยานยนต์และชิ้นส่วน การขนส่งและโลจิสติกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม ดังตารางที่ 6.5



ตารางที่ 6.5 ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีต่อกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่เติบโตสูงของประเทศไทย

กลุ่มธุรกิจ	ชื่อหน่วยงานผู้ให้สัมภาษณ์								รวม
	สสว.	สวทช.	BOI	สภาอุตสาหกรรม	หอการค้า	KBANK	KTB	SCB	
ท่องเที่ยว	✓			✓	✓		✓		4
อาหาร		✓		✓	✓				3
ยา/สมุนไพร					✓	✓			2
พลังงาน	✓					✓		✓	3
โลจิสติกส์					✓		✓	✓	3
บริการสุขภาพ	✓	✓			✓	✓	✓	✓	6
บันเทิง	✓					✓			2
ยานยนต์	✓					✓	✓	✓	4
อัญมณี						✓			1
สิ่งทอ						✓			1
ก่อสร้าง	✓					✓		✓	3
ค้าปลีก								✓	1
ICT	✓		✓				✓	✓	4

• **กลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย**

การศึกษาผลกระทบของการเติบโตของกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย (Impact Indicator) โดยใช้กรอบแนวคิดมูลค่าเพิ่ม (Marginal Value) ซึ่งเป็นวิธีทางคณิตศาสตร์ (Mathematical Economics) เพื่อคำนวณหาอัตราการเปลี่ยนแปลงของ GDP ของประเทศต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของ GDP ของ SMEs

ตารางที่ 6.6 ค่า Impact Indicator ของ SMEs ที่มีต่อ GDP ของประเทศ: จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

Impact Indicator by TSIC		0.71	
ภาคการผลิต		ภาคบริการ	
C เหมืองแร่	0.48	H โรงแรมและภัตตาคาร	0.13
D การผลิต	0.41	I ขนส่งและสื่อสาร	0.79
E ไฟฟ้าและน้ำประปา	1.60	J ตัวกลางทางการเงิน	0.47
F ก่อสร้าง	0.58	K อสังหาริมทรัพย์	0.83
		M การศึกษา	0.54
		N บริการสาธารณสุข	1.19
ภาคการค้า			
G การค้าและการซ่อมบำรุง	2.10		

ที่มา: จากการประมวลผลของที่ปรึกษาฯ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า Impact Indicator ของกลุ่มธุรกิจ SMEs มีค่าเท่ากับ 0.71 หมายความว่า ถ้า GDP ของ SMEs เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลทำให้ GDP ของประเทศเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.71 ในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในเชิงลึก **ภาคการผลิต** กลุ่มธุรกิจไฟฟ้าและน้ำประปา เป็นกลุ่มที่มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในภาคนี้มากที่สุด มีค่า impact indicator มีค่ามากกว่าหนึ่ง (1.60) รองลงมา คือ กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง (0.58) **ภาคการค้า** (การค้าและการซ่อมบำรุง) มีค่า Impact Indicator สูงที่สุดถึง 2.10 ส่วนใน **ภาคบริการ** กลุ่มธุรกิจบริการสาธารณสุข มีค่า impact indicator สูงที่สุด คือ 1.19 แสดงให้เห็นว่า ถ้า SMEs ของกลุ่มธุรกิจบริการสาธารณสุข/สุขภาพ เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลต่อการเติบโตของ GDP ประเทศร้อยละ 1.19 ในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจ SMEs ในภาคบริการที่มีผลต่อการขยายตัวของ GDP ประเทศ ได้แก่ อสังหาริมทรัพย์ (0.83) ขนส่งและสื่อสาร (0.79) และการศึกษา (0.54) ตามลำดับ

กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีศักยภาพเติบโตสูงของประเทศไทย

จากการสังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น กลุ่มธุรกิจ SMEs ของประเทศไทยที่มีการเติบโตที่โดดเด่น ทั้งด้านการเติบโตของรายได้ธุรกิจและอัตรากำไร และอยู่ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของประเทศไทยในปัจจุบัน และอยู่ในความสนใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย พบว่า มีจำนวน 11 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้



ภาพที่ 6.5 สาขาธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs Sectors)

Potential	High Growth SMEs Sectors
	<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง • กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ • กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน • กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม • การบริการด้านการศึกษา • กลุ่มธุรกิจด้านพลังงาน • ภาคเกษตรกรรม
	<ul style="list-style-type: none"> • การขนส่งและโลจิสติกส์ • กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว • การบริการด้านสุขภาพ • กลุ่มธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูลถึงโอกาสที่กลุ่มธุรกิจจะเติบโตเป็นผู้นำในตลาดภูมิภาคและตลาดโลก และประเด็นปัญหา/อุปสรรคของ SMEs ที่เป็น High Growth Sector ในประเทศไทย

การวิเคราะห์กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีศักยภาพที่จะเติบโตเป็นกลุ่มธุรกิจที่เติบโตอย่างโดดเด่นของไทย (Thailand Potential High Growth SMEs) ทั้ง 11 กลุ่มธุรกิจข้างต้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจดังกล่าว ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ถึงแนวทางการเติบโตของ SMEs (Stage of Development) อยู่ภายใต้กรอบแนวคิดระดับการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน และส่วนที่สาม เป็นการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มธุรกิจ High Growth SMEs ของไทย เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย

การวิเคราะห์กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพเติบโตอย่างโดดเด่นของไทย (Thailand Potential High Growth SMEs)

การวิเคราะห์กลุ่มธุรกิจทั้งด้านศักยภาพการแข่งขัน ปัญหา และอุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อ การเติบโตของกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีโอกาสเติบโตสูงของประเทศไทย (จำนวน 11 กลุ่มธุรกิจ) อยู่บนพื้นฐานแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ พิจารณาถึงความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ถึงความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยประยุกต์แนวคิด Diamond Model ที่อธิบายถึงความได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิต และ ศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกและตลาดภูมิภาคด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ ปรากฏ หรือดัชนี RCA (Revealed Comparative Advantage Index : RCA Index) การพิจารณา ถึงตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพโดดเด่นของประเทศไทย ด้วยค่าดัชนี RCA ที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง และสูงกว่าค่าดัชนี RCA โดยเฉลี่ยของตลาดโลก รวมถึงการนำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อน จุดแข็งของแต่ละกลุ่มธุรกิจที่ศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีทั้งข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้ประกอบการ ผู้บริหารจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและ เอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงาน พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคาร กสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงไทย และสมาคมไทยผู้ประกอบการ เงินร่วม ลงทุน (Thai Venture Capital Association) ส่วนข้อมูลทุติยภูมิทั้งในระดับมหภาคและระดับ จุลภาค ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ อาทิ รายงานการประชุม ผลการเสวนาผู้ประกอบการ ของหอการค้าไทย ของสถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ข้อมูลสถิติจาก ภาครัฐและองค์กรระหว่างประเทศ เช่น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ (สศช.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ธนาคารโลก (World Bank) สหประชาชาติ (United Nation: UN) Global Trade Atlas ดลอดจนบทความ และงาน วิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง

กลุ่มธุรกิจก่อสร้างถือเป็นกลุ่มธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยผ่านกลไกการอัดฉีดเงินงบประมาณของภาครัฐจากการก่อสร้าง ถนน และที่อยู่อาศัย เพื่อนำไปสู่การสร้างงานกระจายรายได้ รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลักของประเทศ นอกจากนี้แล้วยังเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้าง เหล็ก และเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

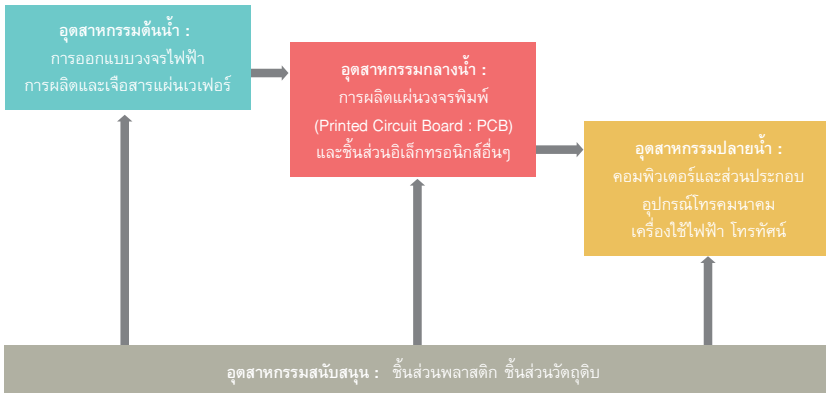
จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พบว่า ภาคธุรกิจก่อสร้างและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) โดยกิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก มีจำนวนกิจการที่จดทะเบียนในกลุ่มธุรกิจก่อสร้างประมาณ 80,000-100,000 ราย โดยกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้จะเป็นผู้รับเหมาช่วงย่อยๆ จากผู้รับเหมารายใหญ่ (main contractor) จึงถือได้ว่า กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs มีความเชื่อมโยงและมีบทบาทสำคัญต่อศักยภาพการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศของกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ในภาคธุรกิจก่อสร้างอย่างมีนัยสำคัญ

พิจารณาด้านศักยภาพการแข่งขันและโอกาสของกลุ่มธุรกิจก่อสร้างไทย จากผลการศึกษาของกระทรวงอุตสาหกรรม (อุษิณ วิโรจนเตชะ, 2554 แสดงให้เห็นถึง ทิศทางที่สดใสของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย เนื่องจากมีศักยภาพการแข่งขันสูงกว่าประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น โดยอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การแปรรูปวัตถุดิบในการผลิตวัสดุ ก่อสร้างที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบ สถาปัตยกรรม การติดตั้งระบบควบคุมสมัยใหม่ และการให้คำปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้ง อุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นที่ยอมรับในมาตรฐานการออกแบบและการผลิต นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ของคนไทยยังสามารถเข้าไปลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศที่มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (เมืองดูไบ) อินเดีย จีน (นครเซี่ยงไฮ้) รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ พม่า ลาว และ เวียดนาม ด้วยเหตุนี้จึงสามารถกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ยังมีโอกาสอีกมากในการเพิ่มส่วนแบ่งด้านอสังหาริมทรัพย์ในตลาดโลก ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือกัน ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนของไทยในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้างให้เป็นที่พึ่งทางเดียวกัน และบรรลุเป้าหมายในการสร้างศักยภาพการแข่งขันให้แก่กลุ่มธุรกิจก่อสร้างอย่างยั่งยืน

2. กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

ด้วยการผลิตของกลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ประมาณร้อยละ 90 เป็นการผลิตเพื่อส่งออก จึงทำให้กลุ่มธุรกิจนี้มีบทบาทสำคัญต่อภาคการค้าระหว่างประเทศเป็นอย่างยิ่ง จากมูลค่าการส่งออกของชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคทั้งด้านการลงทุน การจ้างงาน ในภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้เมื่อพิจารณา กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งประกอบด้วย อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ สามารถอธิบายได้ ดังภาพ

 ภาพที่ 6.6 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์



ที่มา : กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกระทรวงอุตสาหกรรม



ตารางที่ 6.7 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA Index) ของชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของไทย ในตลาดต่างประเทศ เจลีย์ปี 2548 - 2555

		Tan		1.15	
อิหร่าน	4.26	แอลจีเรีย	1.81	เอสโตเนีย	1.37
ปานามา	3.22	เดนมาร์ก	1.73	โปรตุเกส	1.35
สโลวาเกีย	2.97	ฮังการี	1.66	ฝรั่งเศส	1.31
ยูเครน	2.58	แคนาดา	1.64	เยอรมัน	1.30
เบลเยียม	2.50	ฟินแลนด์	1.63	รัสเซีย	1.25
เนเธอร์แลนด์	2.44	สวีเดน	1.60	ไต้หวัน	1.20
อุรุกวัย	2.40	อาร์เจนตินา	1.57	บราซิล	1.18
บัลแกเรีย	2.35	เกาหลีใต้	1.55	อียิปต์	1.17
โมร็อกโค	2.29	สหรัฐอเมริกา	1.55	สหราชอาณาจักร	1.16
โปแลนด์	2.18	เม็กซิโก	1.52	แอฟริกาใต้	1.13
สาธารณรัฐเช็ก	2.14	อินเดีย	1.52	สเปน	1.03
ญี่ปุ่น	1.88	ลักเซมเบิร์ก	1.51	ฟิลิปปินส์	1.03
ไอร์แลนด์	1.83	โรมาเนีย	1.37	ออสเตรเลีย	1.02

ที่มา: จากการประมวลผล

จากความสำเร็จเปรียบโดยเปรียบเทียบทางด้านต้นทุนการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทำให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 7 แสดงถึงตลาดต่างประเทศที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในกลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (ดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1) พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันการส่งออกในตลาดโลก (ค่าดัชนี RCA = 1.15) และเมื่อพิจารณาในแต่ละตลาดภูมิภาค ตลาดที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในระดับที่สูงกว่าตลาดโลก ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลาง (อิหร่าน) ตลาดอเมริกาเหนือ-ใต้ (แคนาดา ปานามา อูรุกวัย อาร์เจนตินา) ตลาดเอเชีย (ญี่ปุ่น) และตลาดยุโรป อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในเชิงลึกตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของกลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจนี้ยังเป็นกลุ่ม SMEs ที่รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer : OEM) ในรูปแบบเป็นธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ที่ป้อนให้โรงงานประกอบเครื่องปรับอากาศ คอมพิวเตอร์ หรือตัวแทนจำหน่ายของสินค้าแต่ละตราสินค้านั้นๆ โดยความสำเร็จของไทยเกิดขึ้นจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ดังนั้น หากเมื่อใดสถานการณ์โครงสร้างการผลิตมีการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะต้นทุนการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่สูงขึ้น ก็จะทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่นที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าได้ จึงอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันการส่งออกชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในระยะยาว ฉะนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันการส่งออกอย่างยั่งยืนทั้งในตลาดโลกและตลาดภูมิภาค ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้มีการพัฒนารูปแบบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ให้มีเอกลักษณ์หรือตราสินค้าที่เป็นของตัวเอง เช่น การออกแบบเพื่อการใช้งานแต่ละประเภท และตามความต้องการเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น

อนึ่ง เมื่อเทคโนโลยีและวิทยาการทางวิทยาศาสตร์ก้าวหน้าขึ้น ตลาดภาคอุตสาหกรรมก็เติบโตขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ โดยการคิดค้นเครื่องอำนวยความสะดวกประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ตามลำดับ ซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวล้วนจำเป็นต้องใช้พลังงานไฟฟ้าที่มาจากกระบวนการผลิตกระแสไฟฟ้าที่มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้เป็นเชื้อเพลิง ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรที่สามารถทดแทนได้หรือไม่ก็ตาม ด้วยเหตุนี้ ประเทศกลุ่มสหภาพยุโรปซึ่งเป็นกลุ่มประเทศการค้าที่มีความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน จึงประกาศนโยบายสินค้าครบวงจร (Integrated Product Policy : IPP) ที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ที่ใช้พลังงาน ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงการกำจัดซาก ส่งผลทำให้เกิดกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานขึ้นมารองรับนโยบายดังกล่าวมากมาย

เช่นระเบียบว่าด้วยการจัดการเศษเหลือทิ้งของอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Waste Electrical and Electronic Equipment : WEEE) ระเบียบว่าด้วยการกำหนดและควบคุมสารต้องห้ามในผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Restriction of the Use of Certain Hazardous Substance in Electrical and Electronic Equipment : RoHs) และระเบียบว่าด้วยผลิตภัณฑ์ที่ใช้พลังงาน (Energy-using Products Directive : EuP) เป็นต้น ซึ่งกฎระเบียบต่างๆ เหล่านี้ถือเป็นมาตรการทางการค้าที่มีใช่อกนศุลกากร (Non-Tariff Barrier Measure) และถือเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก ดังนั้นผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการผลิต SMEs ควรต้องทำการปรับตัวตามกระแสโลกที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เพื่อให้การส่งออกชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีความสามารถการแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

3. กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน

กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วนถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศในอันดับต้นๆ สืบเนื่องมาจากนโยบายการส่งเสริมการลงทุนในกลุ่มธุรกิจนี้ จึงก่อให้เกิดการจ้างงาน และการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนในภูมิภาคอาเซียน ส่งผลทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันในกลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วนทั้งในตลาดโลกและตลาดภูมิภาค และถ้าพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA Index) ในตารางที่ 6.8 จะเห็นได้ว่าตลาดต่างประเทศที่มีค่าดัชนี RCA มากกว่าหนึ่งและสูงกว่าค่าเฉลี่ยในตลาดโลก ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดเกิดใหม่ ทั้งในภูมิภาคยุโรป อเมริกากลาง ตะวันออกกลาง และอาเซียน



**ตารางที่ 6.8 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA Index) ของยานยนต์
และชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยในตลาดต่างประเทศ เฉลี่ยปี 2548 - 2555**

		ไทย		2.65	
เอล ซัลวาดอร์	17.57	ชิลี	4.70	โปรตุเกส	1.87
นิคารากัว	11.71	มาเลเซีย	3.40	นอร์เวย์	1.68
ฮอนดูรัส	10.91	อียิปต์	3.39	รัสเซีย	1.66
กัวเตมาลา	10.45	ไซปรัส	3.08	เคนยา	1.66
คอสตาริกา	9.15	ปานามา	3.03	เซเนกัล	1.49
ปารากวัย	7.65	ออสเตรเลีย	2.81	สโลวีเนีย	1.43
โมร็อกโค	6.45	ไอซ์แลนด์	2.66	สิงคโปร์	1.41
อินเดีย	6.13	นิวซีแลนด์	2.53	สหราชอาณาจักร	1.33
เอกวาดอร์	6.09	ตุรกี	2.40	คาซัคสถาน	1.28
โบลิเวีย	5.87	แอลจีเรีย	2.38	ลัตเวีย	1.24
อินโดนีเซีย	5.53	แอฟริกาใต้	2.33	มอลตา	1.17
ฟิลิปปินส์	5.52	อุรุกวัย	2.25	โรมาเนีย	1.06
เปรู	5.30	มอริเชียส	2.10	สวีเดน	1.06
กรีซ	5.25	บราซิล	2.07	ไต้หวัน	1.04
เวเนซุเอลา	5.00	ยูเครน	2.03	ศรีลังกา	1.03
โคลัมเบีย	4.78	ญี่ปุ่น	1.89		

ที่มา : จากการประมวลผล

 ตารางที่ 6.9 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

เกิดขึ้นในไทย และต่างประเทศ		เกิดขึ้นในไทย			เกิดขึ้นในไทยและต่างประเทศ		
อุตสาหกรรมต้นน้ำ		อุตสาหกรรมกลางน้ำ			อุตสาหกรรมปลายน้ำ		
การวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์	การผลิตชิ้นส่วนขั้นพื้นฐาน	การผลิตส่วนย่อยหรือระบบย่อย	การผลิตชิ้นส่วนระบบหลักเพื่อป้อนโรงงานประกอบรถยนต์	การประกอบรถยนต์	การกระจายสินค้าในประเทศและการส่งออก	การค้าปลีก	บริการหลังการขาย
บริษัทผู้ประกอบรถยนต์	การผลิตในระดับ Third-tier	การผลิตในระดับ Second-tier	การผลิตในระดับ First-tier	บริษัทผู้ประกอบรถยนต์	บริษัทผู้ประกอบรถยนต์/ตัวแทนจำหน่าย	บริษัทผู้ประกอบรถยนต์/ตัวแทนจำหน่าย	ศูนย์บริการ/ผู้ซ่อม
	<u>กิจกรรมสนับสนุน</u> - วัตถุดิบพื้นฐาน เช่น เหล็ก กระจก ยาง พลาสติก เครื่องหนัง ปีโตรเคมี - เครื่องมือเครื่องจักร - โลจิสติกส์	<u>กิจกรรมสนับสนุน</u> - เครื่องมือเครื่องจักร - โลจิสติกส์	<u>กิจกรรมสนับสนุน</u> - เครื่องมือเครื่องจักร - โลจิสติกส์	<u>กิจกรรมสนับสนุน</u> - เครื่องมือเครื่องจักร - โลจิสติกส์	<u>กิจกรรมสนับสนุน</u> - การส่งออก - การประกันภัย - โลจิสติกส์	<u>กิจกรรมสนับสนุน</u> - สถาบันการเงิน - อู่ปรุภัณฑ์รถยนต์ - อะไหล่และชิ้นส่วน - ซ่อมบำรุง	<u>กิจกรรมสนับสนุน</u> - ประกันภัย - สถาบันการเงิน - อู่ปรุภัณฑ์รถยนต์ - อะไหล่และชิ้นส่วน - ซ่อมบำรุง

ที่มา : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และ บริษัท ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย) จำกัด

จากตารางห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจนี้ยังเป็นกลุ่ม SMEs ที่รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer : OEM) ในรูปแบบเป็นกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ป้อนให้โรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง และเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนที่จำหน่ายในตลาดอะไหล่ทดแทนหรือผู้ผลิตที่สนับสนุนด้านการผลิต จึงถือได้ว่าผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจนี้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตให้กับบริษัทผู้ประกอบรถยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายของแต่ละยี่ห้อต่างๆ หากเมื่อใดสถานการณ์ความได้เปรียบทางด้านโครงสร้างการผลิตโดยเฉพาะต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ก็จะทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่นที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า จึงอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ฉะนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันการส่งออกอย่างยั่งยืน ทั้งในตลาดโลกและตลาดภูมิภาค ทางภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้มีการพัฒนารูปแบบชิ้นส่วนยานยนต์ที่เป็นของตัวเอง เช่น การออกแบบเพื่อการใช้งานแต่ละประเภทและตามความต้องการเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น

4. กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

สืบเนื่องมาจาก โครงสร้างเศรษฐกิจเดิมของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงจากภาคการเกษตรสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการ ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ผ่านมาที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมภาคเกษตร โดยส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นอุตสาหกรรมภาคเกษตร ส่งผลให้ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการผลิตทดแทนการนำเข้าสู่การผลิตเพื่อการส่งออก ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า ภาคธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) และมีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบัน ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความสามารถในการส่งออกในกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มทั้งในตลาดโลกและตลาดภูมิภาค ดังจะเห็นได้จากตารางแสดงถึงตลาดต่างประเทศที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม (ดัชนี RCA มีค่ามากกว่า 1) โดยประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจนี้ในตลาดโลก (ค่าดัชนี RCA = 7.26) และตลาดต่างประเทศที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออก ได้แก่ ตลาดยุโรป ตลาดตะวันออกกลาง และ ตลาดอเมริกาใต้ ซึ่งมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA Index) สูงกว่าตลาดโลกโดยเฉลี่ย แสดงให้เห็นถึงตลาดที่มีศักยภาพของกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทย



ตารางที่ 6.10 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA Index) ของสินค้าอาหาร และเครื่องดื่มของไทยในตลาดต่างประเทศ เฉลี่ยปี 2548 - 2555

		โถง		7.26	
เซอร์เบีย	62.43	บัลแกเรีย	6.16	ไอร์แลนด์	2.83
แอลจีเรีย	44.73	แอฟริกาใต้	5.70	อินโดนีเซีย	2.71
อียิปต์	40.94	ฟินแลนด์	5.61	ฮอนดูรัส	2.65
อิหร่าน	34.64	เกาหลีใต้	5.61	โปรตุเกส	2.58
โครเอเชีย	28.56	อิตาลี	5.55	สาธารณรัฐเช็ก	2.47
โรมาเนีย	26.83	เยอรมนี	5.24	ฟิลิปปินส์	2.31
สโลวีเนีย	13.78	สวีเดน	5.18	มาเลเซีย	2.17
แคนาดา	11.75	นิการากัว	5.16	เดนมาร์ก	2.05
อาร์เจนตินา	11.18	ญี่ปุ่น	4.92	ออสเตรเลีย	1.90
ชิลี	11.08	เนเธอร์แลนด์	4.84	อินเดีย	1.89
ยูเครน	10.37	ไต้หวัน	4.64	ฮังการี	1.85
ไอซ์แลนด์	9.65	สเปน	4.52	มอริเชียส	1.78
มอลตา	9.61	คอสตาริกา	4.48	คาซัคสถาน	1.77
โปแลนด์	9.61	ฝรั่งเศส	4.39	ปารากวัย	1.68
โมร็อกโค	8.97	ลิทัวเนีย	4.39	เบลเยียม	1.63
อาร์เซอร์ไบจาน	8.51	กรีซ	4.14	อาเซอร์ไบจาน	1.58
นอร์เวย์	8.26	ตุรกี	3.93	สิงคโปร์	1.44
อุรุกวัย	7.93	ศรีลังกา	3.76	บราซิล	1.36
สหราชอาณาจักร	7.34	เม็กซิโก	3.73	ปานามา	1.32
เอสโตเนีย	7.30	ลัตเวีย	3.19	เปรู	1.21
สหรัฐอเมริกา	6.67	ออสเตรเลีย	3.17	ฮ่องกง	1.21
รัสเซีย	6.63	นิวซีแลนด์	3.13	สวิสเซอร์แลนด์	1.17
กัวเตมาลา	6.62	สโลวาเกีย	2.98	เวเนซุเอลา	1.08
ไซปรัส	6.36	เคนยา	2.86	จีน	1.08

ที่มา: จากการประมวลผล

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การส่งออกอาหารของประเทศมีการเติบโตและสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทยควรต้องพัฒนานวัตกรรมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ตั้งแต่การพัฒนาวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พร้อมทั้งในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และต้องมีการปรับตัวจากการผลิตและการส่งออกในรูปของสินค้าอาหารทั่วไปสู่การผลิตและส่งออกสินค้าอาหารที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้สามารถตอบสนององกระแสดemandความต้องการของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นเรื่องสุขภาพและโภชนาการเป็นหลัก อันสืบเนื่องมาจากโครงสร้างประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ฉะนั้นเพื่อให้กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกในตลาดโลกและตลาดภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน ภาครัฐโดยเฉพาะสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ควรพัฒนานวัตกรรมในผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพในระดับสากล โดยยึดหลักการพัฒนาผู้ประกอบการในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจนวัตกรรม (Innovation Cluster) ที่มีการเชื่อมโยงแบบโครงข่ายระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานวิจัยทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรม และแรงงานระหว่างกัน ก่อให้เกิดระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ที่ทำให้การผลิตและสร้างรายได้มากขึ้น อันจะส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5. กลุ่มธุรกิจการบริการด้านศึกษา

กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและประเทศไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ประชากร และเทคโนโลยี นวัตกรรม มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือ การขยายตัวของเศรษฐกิจโลกยังคงรักษาระดับเดิมไว้ได้ เนื่องมาจากการเพิ่มบทบาทของเศรษฐกิจหลักใหม่ๆ เช่น กลุ่มประเทศ ASEAN จีน อินเดีย รัสเซีย และ บราซิล รวมถึง ผลกระทบการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งถือเป็นโอกาสในด้านความร่วมมือและเป็นฐานการผลิตในภูมิภาค ด้านประชากรพบว่า การเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนประชากรในวัยแรงงานลดลงสืบเนื่องมาจากอัตราการเกิดลดลง ในขณะเดียวกัน กลุ่มประชากรผู้สูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นซึ่งถือเป็นภาระที่พึงพิงทางเศรษฐกิจของประเทศ ในด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม เกิดการเปลี่ยนแปลงภายใต้แนวคิด Green Economy และ Bio-Economy

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงข้างต้นนี้ ได้ส่งผลให้ธุรกิจการศึกษาเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน เพราะภาคธุรกิจนี้ต้องพัฒนาคนหรือทุนมนุษย์ให้มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก โดยเฉพาะภาคการผลิตและบริหารจัดการที่มีการปรับตัวในการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการผลิต รวมถึงการบริหารจัดการในทิศทางที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสืบเนื่องมาจากแรงกดดันของต้นทุนด้านแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น และแนวโน้มการแข่งขันในตลาดโลกที่เน้นเรื่องคุณภาพขึ้นเรื่อยๆ มากกว่าการแข่งขันด้านราคาดังเช่นในอดีต

อนึ่ง การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนทำให้ต่างประเทศสนใจเข้ามาลงทุนยังประเทศที่มีแรงงานมากกว่าและค่าแรงถูกกว่าประเทศไทย ฉะนั้นกลุ่มธุรกิจการศึกษาของไทยจึงต้องปรับตัวเพื่อผลิตบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบจากโอกาสจากการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน โดยการทำการเชื่อมโยงด้านข้อมูลในหน่วยงานภาครัฐระหว่างผู้ผลิตกำลังคน ผู้พัฒนากำลังคน กับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม เช่น กระทรวงศึกษาธิการ เชื่อมโยงกับกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงแรงงาน เป็นต้น สำหรับภาคเอกชน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ควรเชื่อมโยงกับเครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการต่างๆ เพื่อส่งสัญญาณไปให้ผู้ผลิตและพัฒนากำลังคนให้ตรงกับความต้องการ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพการแข่งขันระหว่างประเทศในกลุ่มธุรกิจการศึกษา World Economic Forum (WEF) ได้นำเสนอข้อมูลเผยแพร่ผลการจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันนานาชาติ (Global Competitiveness Index : GCI) ฉบับล่าสุด ปี 2556 ผลการจัดอันดับภาพรวม พบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 37 จาก 148 ประเทศ ซึ่งดีขึ้นจากปี 2555 ที่อยู่อันดับที่ 38 จาก 144 ประเทศ โดยผลการวิเคราะห์อันดับภาพรวมประเทศในกลุ่มอาเซียน ในช่วงระหว่างปี 2549-2556 พบว่า อันดับรวมของกัมพูชาสูงขึ้นมา 23 อันดับ อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์สูงขึ้น 19 อันดับ มาเลเซียและไทยอันดับถดถอย 4 และ 5 อันดับ ตามลำดับ โดยในการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันนั้น WEF พิจารณาจาก 3 หมวด

- **ปัจจัยพื้นฐาน** ประกอบด้วย สถาบันด้านเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจมหภาค สุขภาพและการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปัจจัยเหล่านี้เป็นพื้นฐานของการพัฒนาประเทศ ซึ่งในหมวดนี้ไทยได้อันดับที่ 49
- **ปัจจัยยกระดับประสิทธิภาพ** หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่จะช่วยให้กิจการก้าวหน้า อันรวมถึงการศึกษาขั้นสูงและการฝึกอบรม ขนาดของตลาด ประสิทธิภาพของตลาดสินค้า ตลาดแรงงาน ตลาดการเงิน ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ในหมวดนี้ไทยได้อันดับที่ 40
- **ปัจจัยนวัตกรรมและศักยภาพทางธุรกิจ** หมายถึง ส่วนที่จะขับเคลื่อนให้ธุรกิจมีความก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปอีก หมวดนี้ไทยได้อันดับที่ 52

6. กลุ่มธุรกิจพลังงาน

พลังงานถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศ การขยายตัวทางเศรษฐกิจนำไปสู่การขยายตัวของความต้องการใช้พลังงานที่เพิ่มขึ้น การบริหารจัดการระหว่างความต้องการใช้พลังงาน (Energy Demand) และ การจัดหาพลังงาน (Energy Supply) ย่อมเป็นกระบวนการสำคัญ ในการสร้างสมดุลพลังงานของประเทศ อย่างไรก็ตามที่ผ่านมการผลิตพลังงานของไทย ไม่เพียงพอ กับความต้องการใช้ภายในประเทศ ต้องมีการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศกว่าร้อยละ 40 ของการใช้พลังงานทั้งหมด ไทยจึงประสบกับความผันผวนของราคาพลังงานมาโดยตลอด นำไปสู่การพัฒนาพลังงานทดแทน เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานของประเทศในอนาคต โดยกลุ่มธุรกิจพลังงานทดแทนที่ได้รับการพัฒนาในประเทศไทยที่สำคัญ มีดังนี้

- **พลังงานลมและแสงอาทิตย์:** มีต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูง แต่ได้รับแรงจูงใจจากภาครัฐ โดยการอุดหนุนในรูปของราคาซื้อไฟฟ้าตามต้นทุนจริง (Feed-in-Tariff) ในสัญญาซื้อขายไฟฟ้าที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับพลังงานทดแทนชนิดอื่น อย่างไรก็ตาม ปัญหาคือ การผลิตยังไม่มีความเสถียร เพราะไม่สามารถคาดการณ์ปริมาณแสงอาทิตย์ และลม ที่จะนำมาผลิตได้แน่นอน
- **พลังงานชีวมวลและก๊าซชีวภาพ** ได้รับความนิยมในระดับชุมชนค่อนข้างมาก เนื่องจากสามารถหาวัตถุดิบในการผลิตได้ง่าย โดยเฉพาะชุมชนการเกษตรโดยใช้แกลบขานอ้อย การปลูกไม้โตเร็วเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตพลังงานชีวมวล รวมถึงขยะจากก๊าซชีวภาพที่มีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนและยังมีความพร้อมในด้านเทคโนโลยีอีกด้วย

- **เอทานอลและไบโอดีเซล** เป็นการผสมน้ำมันทดแทนเข้าไปในน้ำมันเชื้อเพลิงฟอสซิล ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน ทั้งในกลุ่มน้ำมันเบนซิน เช่น แก๊สโซฮอล์ E10-E85 และกลุ่มน้ำมันดีเซล หรือที่เรียกกันว่าไบโอดีเซล โดยเอทานอลได้จากผลผลิตทางธรรมชาติไม่ว่าอ้อย มันสำปะหลัง การสกัดจากกากน้ำตาลหรือโมลาส เป็นต้น ส่วนไบโอดีเซลก็สามารถผลิตได้จากผลปาล์ม สบู่ดำ

จากพลังงานทดแทนที่กล่าวมาข้างต้น พลังงานเอทานอลและไบโอดีเซล มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นในอนาคต ทั้งในด้านการต้องการใช้ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต และปริมาณกำลังการผลิตที่สามารถรองรับการเติบโตที่สูงขึ้นได้ โดยในปัจจุบัน มีปริมาณการใช้เอทานอลเพื่อผลิตพลังงานทดแทนประมาณ 1 ล้านลิตรต่อวัน ในขณะที่กำลังการผลิตเต็มที่สูงถึง 5 ล้านลิตรต่อวัน

ในปัจจุบัน กลุ่มธุรกิจพลังงานทดแทน ยังคงอยู่ในระดับต้นของการพัฒนาในประเทศ ในขั้นตอนของการวิจัยและพัฒนา การผลิตและใช้ในชุมชน ยังไม่ประสบความสำเร็จในเชิงพาณิชย์มากนัก ยกเว้น พลังงานทดแทนจาก เอทานอลและไบโอดีเซล ที่มีการประกาศแนวนโยบายในระดับประเทศแล้ว

ทั้งนี้ จากผลการเสวนาเรื่อง ยุทธศาสตร์พืชพลังงานและพลังงานทดแทน โดยสถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (สถาบันยุทธศาสตร์การค้า, 2551) ได้สรุปปัญหาสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน คือ นโยบายจากภาครัฐที่ไม่ชัดเจน และไม่มี ความสอดคล้องกัน เช่น การประกาศใช้นโยบาย E10 E20 เพื่อกระตุ้นและผลักดันให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ แทนน้ำมันเบนซิน แต่ไม่ได้มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง ทำให้ผู้ประกอบการไม่มั่นใจในการลงทุน และไม่สามารถวางแผนการผลิตที่แน่นอนได้ ในขณะเดียวกัน ภาครัฐไม่ได้ยกเลิกการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน ซ้ำยังมีการอุดหนุนน้ำมันเบนซิน ผ่านกองทุนอุดหนุนน้ำมันเชื้อเพลิงอยู่ ส่งผลให้ความต้องการน้ำมันเอทานอลของผู้บริโภคไม่ได้มีการปรับตัวสูงขึ้นตามที่คาดหวังไว้ในนโยบาย นอกจากนี้ เหตุผลอีกประการที่ความต้องการการบริโภคพลังงานทดแทนของไทยยังอยู่ในระดับต่ำแม้ว่าจะมีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องและยาวนาน คือ การขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของพลังงานทดแทนที่ลึกซึ้ง ส่งผลถึงความมั่นใจในการเลือกใช้พลังงานทางเลือกเหล่านี้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มธุรกิจพลังงานทดแทน มีโอกาสที่จะเติบโตมากขึ้นในอนาคต กระจกแสดความสนใจในเรื่องความมั่นคงพลังงานอยู่ในทุกภาคส่วน ทั้งในระดับประเทศ และในระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจากราคาพลังงานที่ผันผวน และการประกาศหยุดส่งก๊าซธรรมชาติจากประเทศพม่าให้ไทยชั่วคราว ระหว่างวันที่ 5-15 เมษายน พ.ศ. 2556 ทำให้ไทยต้องหันมาเน้นเรื่องการพัฒนาพลังงานทดแทนอย่างจริงจังมากขึ้น โดยการพัฒนาในขั้นแรก ภาครัฐจะต้องมีส่วนสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางนโยบายด้านการพัฒนาพลังงานทดแทน เพื่อให้ทิศทางของนโยบายด้านพลังงานระดับประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกภาคส่วนเศรษฐกิจ มีแผนงานระยะสั้น ระยะยาวที่ชัดเจน รวมถึงการสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ซึ่งแนวทางดังกล่าว นอกจากจะช่วยสร้างอุปสงค์ด้านพลังงานทดแทนให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ยังส่งผลให้ภาคเอกชนมั่นใจในการลงทุนในกลุ่มธุรกิจนี้ และสามารถเตรียมตัวรับมือกับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยกระตุ้นให้การพัฒนาพลังงานทดแทนในเชิงพาณิชย์มีความก้าวหน้าขึ้นอีกด้วย

การพัฒนา กลุ่มธุรกิจพลังงานทดแทนอย่างเป็นระบบในทุกภาคส่วน นอกจากจะช่วยย้ให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นได้ในราคาถูกลง สร้างรายได้ให้กับธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และเกษตรกรที่ผลิตพืชพลังงาน รวมทั้งช่วยลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานสู่เมือง ยังจะช่วยส่งให้ไทยพัฒนาไปสู่การเป็นสังคมที่มีการปล่อยคาร์บอนในระดับต่ำ (Low Carbon Society) ลดปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม อันเป็นแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Economy) รวมถึงการสร้าง ความมั่นคงทางด้านพลังงานให้กับประเทศ อันจะช่วยให้ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันด้านพลังงานให้สมกับภาพลักษณ์ “ศูนย์กลางพลังงานทดแทนแห่งอาเซียน” อย่างแท้จริง

7. ภาคเกษตรกรรม

ภาคเกษตรกรรมเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพเกษตรกรรม และตั้งอยู่ในเขตภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูกพืชหลายชนิด ดังนั้นการพัฒนากิจการต่างๆ ในด้านนี้ให้มีผลผลิตและประสิทธิภาพสูง จะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับประเทศและมีผลสะท้อนถึงรายได้ของประชาชนในประเทศอีกด้วย

ภาคเกษตรกรรมที่ได้รับความสนใจในเวทีโลกในช่วงระยะที่ผ่านมาคือ การนำพืชเกษตรมาใช้ผลิตพลังงานทดแทน ทั้งนี้ เป็นผลมาจากสถานการณ์ด้านการใช้พลังงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ในขณะที่แหล่งพลังงานธรรมชาติลดลงเรื่อยๆ ทำให้ราคาพลังงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งพลังงาน

เชื้อเพลิงประเภทฟอสซิล เช่น น้ำมันเบนซิน เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งประเทศไทยได้รับผลกระทบทางด้านนี้ค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นประเทศผู้นำเข้าพลังงานจากต่างชาติ ทำให้ในปัจจุบันการนำพลังงานทดแทนมาใช้จึงเป็นสิ่งที่เป็นและต้องเร่งดำเนินการในการพัฒนา โดยภาครัฐได้ให้ความสนใจและมีนโยบายส่งเสริมการเพาะปลูกพืชพลังงาน เพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตพลังงานทดแทน และลดการพึ่งพิงการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาถึงการทำเกษตรกรรม โดยการเพาะปลูกพืชในเชิงพาณิชย์ การเพาะปลูกพืชเพื่อผลิตเป็นพลังงานซึ่งมีมูลค่าทางการตลาดที่สูงกว่า จะช่วยสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการได้มากกว่าเมื่อเทียบกับการเพาะปลูกพืชเพื่อนำมาผลิตเป็นอาหาร โดยผลผลิตมันสำปะหลัง อ้อย และข้าวโพด สามารถนำไปเป็นส่วนผสมในการผลิตก๊าซโซฮอล์ ในขณะที่ปาล์มน้ำมัน สามารถนำมาผลิตเป็นไบโอดีเซลได้ ซึ่งที่ผ่านมา ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจและผลักดันให้มีการเพาะปลูกพืชพลังงานมากขึ้น เช่น การประกาศ และการณรงค์ให้ใช้ก๊าซโซฮอล์ E10 E20 หรือ ไบโอดีเซล ทำให้เกษตรกรหันไปเพาะปลูกพืชพลังงานมากขึ้น

จากผลการเสวนาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลไทย จัดโดยสถาบันยุทธศาสตร์การค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (สถาบันยุทธศาสตร์การค้า, 2550) ได้ระบุถึงปัญหาความขัดแย้งกันระหว่างการนำพืชไปผลิตเป็นอาหารและการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบผลิตพลังงาน เพราะพืชที่เดิมเคยนำมาผลิตเป็นอาหาร (อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพด) สามารถใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตพลังงานทดแทนได้เช่นกัน ดังนั้น ทิศทางการพัฒนาที่มุ่งเน้นการเพาะปลูกพืชเพื่อมาใช้เป็นวัตถุดิบพลังงานเพียงอย่างเดียว อาจส่งผลถึงโครงสร้างการเพาะปลูกของภาคเกษตรกรรมเกิดการขยายพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกพืชพลังงานมากขึ้น หรือการนำผลผลิตทางการเกษตรไปใช้ในการผลิตพลังงานทดแทน แทนที่จะนำไปผลิตอาหาร อาจส่งผลถึงความมั่นคงทางอาหารของไทย และกระทบต่อการเป็นผู้ผลิตอาหาร หรือภาพพจน์การเป็นครัวไทยสู่ครัวโลกในอนาคตได้

ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันความขัดแย้งระหว่างพืชพลังงานและพืชอาหาร ภาครัฐควรวางแผนนโยบายที่เหมาะสม ไม่มุ่งเน้นไปทางด้านใดด้านหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ต้องตระหนักถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การสร้างความสมดุลระหว่างการเพาะปลูกพืชเพื่อผลิตเป็นพลังงาน และผลิตเป็นอาหาร ถือเป็นปัจจัยสำคัญ เช่น การแบ่งเขตการเพาะปลูกตามสภาพความเหมาะสมทางภูมิประเทศ เพื่อเป็นการกระจายการเพาะปลูก เป็นต้น ซึ่งการสร้างสมดุลดังกล่าว นอกจากจะส่งผลให้ไทยมีความมั่นคงทางอาหารอย่างที่เคยเป็นมาในอดีตแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงานให้กับประเทศไปพร้อมๆ กัน

8. การขนส่งและโลจิสติกส์

นิยามของคำว่า โลจิสติกส์ (Logistics) ค่อนข้างหลากหลาย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ใช้คำจำกัดความของ Council of Logistics Management ซึ่งได้รับการยอมรับมากที่สุดในระดับสากล ดังนี้ การบริหารจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินการ และการควบคุมการทำงานขององค์กร รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลและธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจายสินค้า วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และการบริการ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

จากนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่า โลจิสติกส์ ซึ่งรวมถึงภาคขนส่ง ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมและการค้า เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และสร้างความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขันได้ การพัฒนากลุ่มธุรกิจด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการยกระดับขีดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ไทย



ตารางที่ 6.11 สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP ระหว่างปี 2546 - 2555

สัดส่วน	2546	2547	2548	2549	2550	2551r	2552r	2553r	2554p	2555e
ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	7.4	7.1	7.9	8.2	7.8	8.2	7.1	7.3	7.3	7.1
ทางท่อ	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ทางราง	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ทางถนน	4.8	4.4	5.1	5.4	5.0	5.2	4.5	4.5	4.6	4.6
ทางน้ำ	1.4	1.5	1.6	1.6	1.6	1.6	1.5	1.6	1.5	1.3
ทางอากาศ	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.3	0.4	0.4	0.4
บริการเกี่ยวเนื่องกับการขนส่ง	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.5	0.6	0.6	0.6
บริการไปรษณีย์และการสื่อสาร	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง	7.2	7.2	7.6	8.0	7.8	7.4	6.6	6.5	6.1	5.9
ต้นทุนการบริหารจัดการ	1.5	1.4	1.6	1.6	1.6	1.6	1.4	1.4	1.3	1.3
ต้นทุนโลจิสติกส์รวม	16.1	15.8	17.1	17.8	17.1	17.1	15.1	15.2	14.7	14.3

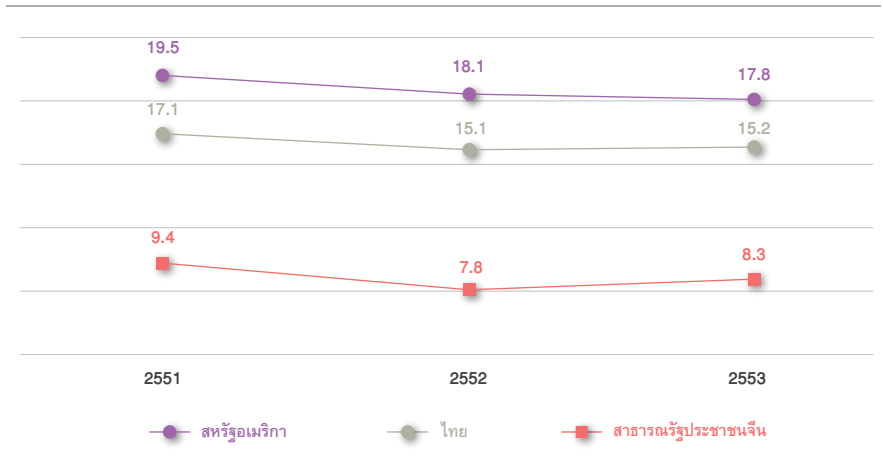
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หมายเหตุ : r หมายถึง ข้อมูลปรับปรุงย้อนหลัง p หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น e หมายถึง ข้อมูลประมาณการ

เมื่อพิจารณาถึงต้นทุนของภาคธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย ข้อมูลจาก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระหว่างปี 2546 - 2555 พบว่า สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP ของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 16.1 ในปี 2546 เหลือร้อยละ 14.3 ในปี 2555 โดยต้นทุนส่วนใหญ่ กระจุกตัวอยู่ในต้นทุนค่าขนส่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งทางถนน รองลงมาคือ การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ในขณะที่ต้นทุนการบริหารจัดการมีสัดส่วนน้อยมาก ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว อย่างเช่น สหรัฐอเมริกา สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP ของไทยก็ยังอยู่ในระดับสูงอยู่



ภาพที่ 6.7 เปรียบเทียบต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทย สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน ในช่วงปี 2551 - 2553



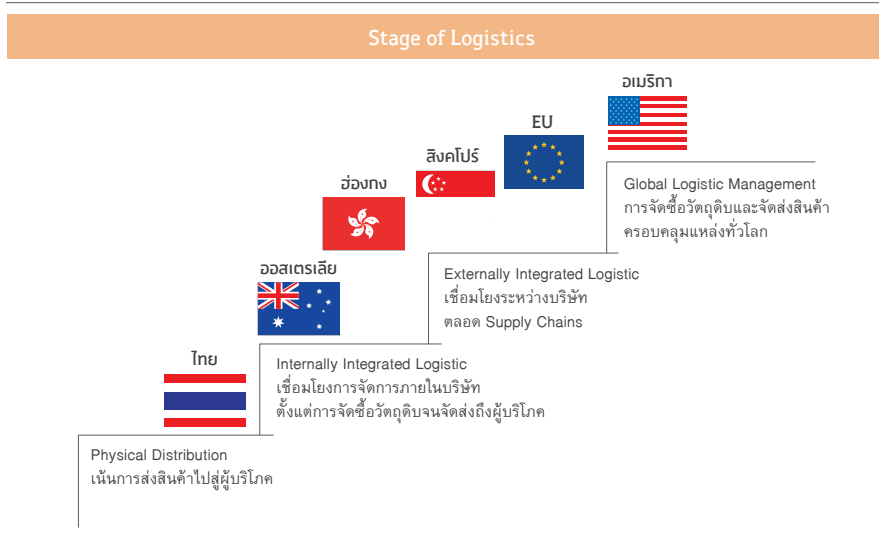
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์ของไทย มีโอกาสและแนวโน้มที่เติบโตขึ้นอย่างมากในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในระดับภูมิภาคอาเซียน โดยกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ ถือเป็นธุรกิจภาคบริการ สาขาแรกที่เข้าสู่ AEC อย่างจริงจัง โดยเปิดให้ต่างชาติเข้ามาแข่งขันและเพิ่มสัดส่วนการลงทุนได้ถึงร้อยละ 70 นับตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นไป ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านภูมิประเทศที่ถือเป็นศูนย์กลางของอาเซียน มีเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตัดผ่านหลายเส้นทาง และมีความพร้อมทางด้านขนส่งทางบกค่อนข้างมาก

อย่างไรก็ตาม มาตรฐานการให้บริการของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยยังคงเป็นปัญหาหลักเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในระดับ SMEs ยังขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญและเงินทุนจำกัด ทำให้การให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับการขนส่งพื้นฐาน (Transport Base Logistics Service) ไม่ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการ ที่ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าแบบครบวงจร นอกจากนี้ โครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ ที่เน้นการขนส่งทางรถ ซึ่งมีต้นทุนสูงและสร้างมลภาวะค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับระบบขนส่งประเภทอื่น ทำให้การพัฒนาด้านโลจิสติกส์ในด้านอื่นๆ เป็นไปได้ค่อนข้างช้า โดยงานวิจัยเรื่อง The Impact of Logistics Costs on the Economic Development (Liu Xianghui, 2012) ได้จัดระดับการพัฒนาโลจิสติกส์ของไทย เป็นเพียงการเน้นการขนส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภค ในขณะที่ประเทศที่มีความก้าวหน้าจะมีการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงการจัดส่งสินค้าที่ครอบคลุมไปในระดับนานาชาติ



ภาพที่ 6.8 ระดับการพัฒนาการขนส่งและโลจิสติกส์ของแต่ละประเทศ



ที่มา : Liu Xianghui, 2012

เมื่อเปรียบเทียบความสามารถด้านการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ระหว่างประเทศสมาชิกแถบเอเชียด้วยกัน พบว่า ดัชนีความสามารถด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index : LPI) ของไทย อยู่ที่อันดับ 38 จากทั้งหมด 155 ประเทศ เป็นรอง สิงคโปร์ ฮ่องกง จีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย โดยคะแนนของประเทศไทยที่ถือว่าค่อนข้างต่ำ ได้แก่ ด้านพิธีการศุลกากร สมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน ตามลำดับ



**ตารางที่ 6.12 ดัชนีความสามารถด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index : LPI)
ของประเทศในภูมิภาคเอเชีย**

รายการ	สิงคโปร์	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย	ไทย	อินเดีย	ฟิลิปปินส์	เวียดนาม
LPI Score	4.13	4.12	3.93	3.49	3.18	3.08	3.02	3.0
LPI Rank	1	2	8	29	38	46	52	53
1. พืชการศุลกากร	4.1	3.97	3.72	3.28	2.96	2.77	2.62	2.65
2. โครงสร้างพื้นฐาน	4.15	4.12	4.11	3.43	3.98	2.87	2.80	2.68
3. การเตรียมการขนส่งระหว่างประเทศ	3.99	4.18	3.61	3.4	3.21	2.98	2.97	3.14
4. สมรรถนะผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ทั้งภาครัฐและธุรกิจ	4.07	4.08	3.97	3.45	2.98	3.14	3.14	2.68
5. ระบบการติดตามและตรวจสอบสินค้า	4.07	4.09	4.03	3.54	3.18	3.09	3.3	3.16
6. ความตรงต่อเวลาของการบริการ	4.39	4.28	4.21	3.86	3.63	3.58	3.30	3.64

ที่มา : สำนักโลจิสติกส์ทางการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

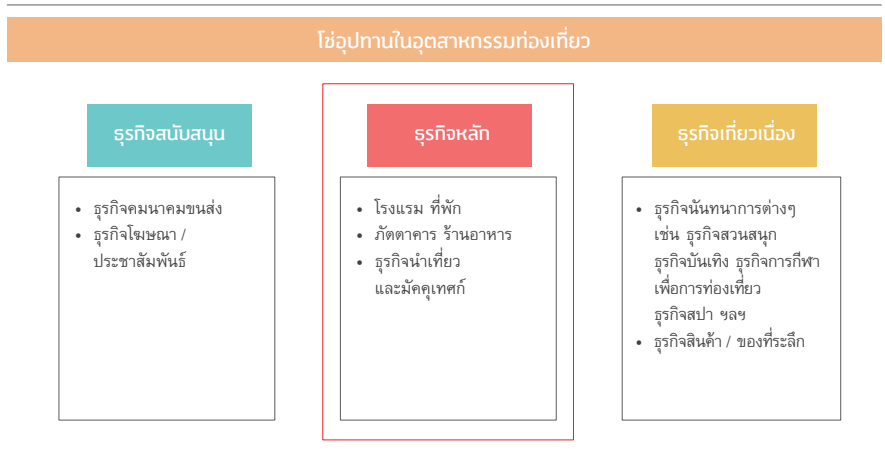
ดังนั้น เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ให้สามารถเข้าสู่ AEC และแข่งขันในตลาดโลกได้ ผู้ประกอบการเองต้องปรับตัว อาจใช้วิธีการรวมตัวกลุ่มเชื่อมโยงระหว่างห่วงโซ่คุณค่าด้วยกัน เพื่อสร้างมาตรฐานและให้บริการแบบครบวงจร (Integrated Logistics Service Provider) ในขณะเดียวกัน รัฐบาลมีบทบาทที่สำคัญในการผลักดันและช่วยลดต้นทุนในการขนส่งและโลจิสติกส์แบบองค์รวม โดยการวางโครงสร้างพื้นฐานให้มีการกระจายตัวไปยังการขนส่งประเภทอื่นๆ การเชื่อมโยงการขนส่งประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน การปรับปรุงกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ พิธีการทางศุลกากร ตลอดจนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับธุรกิจโลจิสติกส์ เช่น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์กระจายสินค้า เป็นต้น

9. กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว

ด้วยทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่มุ่งเน้นเพื่อยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเข้าสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาซึ่งมีโครงสร้างเศรษฐกิจส่วนใหญ่อยู่ในภาคบริการ กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวจึงถือเป็นกลุ่มธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ด้วยเป็นภาคธุรกิจที่ทำรายได้เข้าประเทศมากเป็นอันดับต้นๆ และมีความเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจหลายประเภท สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ดังนี้



ภาพที่ 6.9 ห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

จากความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งด้านภูมิศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติ และบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว รวมถึงค่าครองชีพที่ต่ำกว่าประเทศอื่นในทวีปยุโรป อเมริกา และ เอเชียตะวันออก ส่งผลทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ประกอบกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลก ก่อให้เกิดประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นประเทศในกลุ่มอาเซียน และ กลุ่ม BRICS จึงส่งผลทำให้เกิดกระแสดความนิยมการท่องเที่ยวในทวีปเอเชียมากขึ้น เกิดการขยายตัวทางธุรกิจการท่องเที่ยวที่เติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้านรายได้จากการท่องเที่ยว จากข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในช่วงระหว่างปี 2550 - 2555 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2555 รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นประมาณเกือบ 2 เท่าของปี 2550 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันทั้งในตลาดโลกและทุกตลาดภูมิภาค พิจารณาจากค่าดัชนี Tourism Index ที่มากกว่าหนึ่ง ภายใต้กรอบแนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดอาเซียนมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ตลาดเอเชียเหนือ ตลาดเอเชีย ตลาดยุโรป และตลาดตะวันออกกลาง ตามลำดับ



ภาพที่ 6.10 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (Tourism Index)

การท่องเที่ยว Tourism Index		โลก 1.93	
อาเซียน		โอเชียเนีย	
กัมพูชา	18.54	ออสเตรเลีย	5.27
สิงคโปร์	4.36	นิวซีแลนด์	2.39
ฟิลิปปินส์	4.17		
มาเลเซีย	4.02		
อินโดนีเซีย	2.72		
ยุโรป			
นอร์เวย์	2.00	เกาหลี	3.92
รัสเซีย	1.33	ญี่ปุ่น	3.29
สวีเดน	1.26	อินเดีย	3.24
ฟินแลนด์	1.07	ศรีลังกา	2.14
เดนมาร์ก	1.04	เนปาล	1.62
		บังกลาเทศ	1.43
		อิสราเอล	1.41
		จีน	1.21
		คูเวต	1.04

ที่มา : จากการประมวลผล

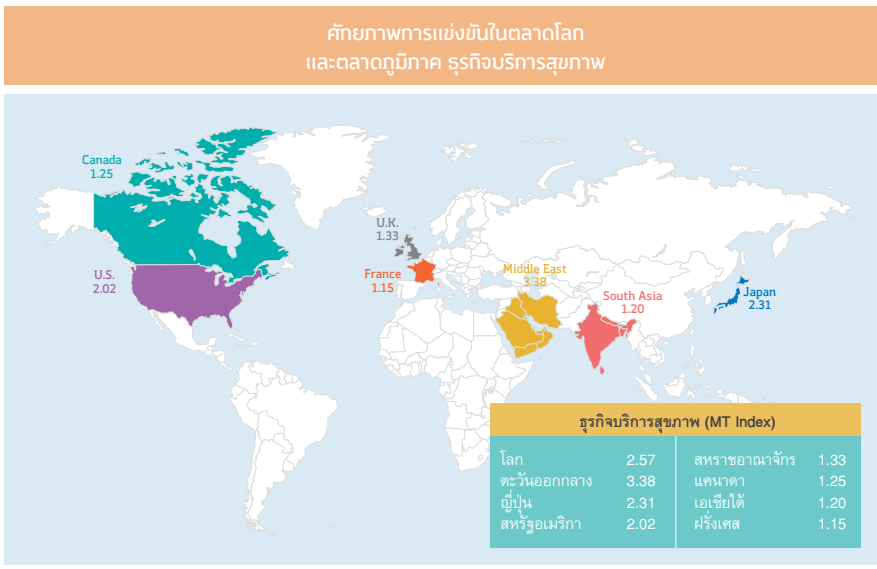
10. กลุ่มธุรกิจบริการสุขภาพ

ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางการแพทย์ ล้วนมีผลสำคัญทำให้โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย กำลังเข้าสู่ยุคของสังคมผู้สูงอายุ ด้วยสัดส่วนของผู้สูงอายุมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทำให้กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีทิศทางที่จะเติบโตขึ้นไปด้วย ธุรกิจสำคัญธุรกิจหนึ่งคือ ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ซึ่งไม่ได้หมายความเพียงถึงการบริการรักษาพยาบาลเท่านั้น แต่ยังรวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ เช่น ธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย เป็นต้น

การบริการเชิงสุขภาพประเทศไทย มีจุดแข็งในเรื่องของอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าในประเทศพัฒนาแล้วค่อนข้างมาก แต่มีคุณภาพได้มาตรฐานและได้รับการยอมรับและนิยมจากชาวต่างชาติ โดยเฉพาะสถานพยาบาลเอกชนที่มีชื่อเสียงของไทย รวมถึงความมี Service Mind ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของภาคบริการ จากจุดแข็งดังกล่าวทำให้ไทยได้ประกาศนโยบายและสนับสนุนการพัฒนาประเทศให้พัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) อย่างต่อเนื่อง มีชาวต่างชาติให้ความสนใจใช้บริการทั้งในระดับสถานพยาบาล สปอ หรือแพทย์แผนไทย ซึ่งสร้างรายได้แก่ธุรกิจบริการสุขภาพและสาขาที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจเกี่ยวเนื่องด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ไทยยังมีสถานที่ที่เหมาะสมมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้พักฟื้นและผู้ติดตาม ทำให้ไทยได้รับความสนใจในเชิงของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) ค่อนข้างมาก ซึ่งการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจการบริการเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวดังกล่าว จะช่วยต่อยอดการเติบโตและสร้างมูลค่าของกลุ่มธุรกิจบริการสุขภาพได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากการคำนวณความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจบริการสุขภาพ ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism Index: MT Index) พบว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก โดยกลุ่มประเทศตะวันออกกลางถือเป็นตลาดหลักที่สำคัญและไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดนี้สูงที่สุด รองลงมาคือ ตลาดญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา กลุ่มประเทศแถบเอเชียใต้ และฝรั่งเศส ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเชิงลึกแล้ว บริการทางการแพทย์ของไทย ยังเป็นลักษณะทั่วไป (Generic) ซึ่งมีมูลค่าต่ำ และอาศัยความได้เปรียบจากอัตราโรงพยาบาลที่ถูกกว่าประเทศอื่น ซึ่งอาจส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนี้ในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มจากเทคโนโลยีขั้นสูง และช่องทางการทำการตลาดที่ไทยยังทำได้ไม่เต็มที่ เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างเช่น สิงคโปร์ เป็นต้น

ภาพที่ 6.11 ตลาดที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



ที่มา : จากการประมวลผล

11. กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์/ กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือไอที และกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารหรือไอซีที

กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Industry) เป็นกระแสใหม่ที่ทั่วโลกและไทยให้ความสนใจในช่วงระยะหลังนี้ อันสืบเนื่องมาจากแนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการ ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ การใช้องค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงพื้นฐานทางวัฒนธรรมมานำเสนอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อยอดจากการผลิตสินค้าและบริการที่อาศัยความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติของประเทศเพียงอย่างเดียว

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ว่าเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจดังต่อไปนี้

- **มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage)** ได้แก่ งานฝีมือ (Crafts) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural & Heritage Tourism) การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) และอาหารไทย (Thai Food)
- **ศิลปะ (Arts)** ได้แก่ ศิลปะการแสดง (Performing Arts) และทัศนศิลป์ (Visual Arts)
- **สื่อ (Media)** ได้แก่ การพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing) การกระจายเสียง (Broadcasting) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film & Video) และดนตรี (Music)
- **งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)** ได้แก่ งานออกแบบ (Design) แฟชั่น (Fashion) งานโฆษณา (Advertising) สถาปัตยกรรม (Architecture) และซอฟต์แวร์ (Software)

ประเทศไทยได้รับการยอมรับในด้านจุดเด่นทางด้านเอกลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีฝีมือในการผลิตและออกแบบสื่อสร้างสรรค์ต่างๆ แต่การพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตงานสร้างสรรค์ต่างๆ ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น เนื่องจากธุรกิจนี้ต้องอาศัยการสร้างสรรค การคิดค้น การออกแบบ สิ่งใหม่ๆ แต่การพัฒนาที่ผ่านมาจะดำเนินธุรกิจแบบการรับจ้างการผลิต การเป็น Outsourcing ให้กับบริษัทขนาดใหญ่จากต่างชาติ เนื่องจากขาดการสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน ทั้งเงินทุนด้านการผลิต และการวิจัยและพัฒนา นอกจากนี้ ปัญหาด้านการละเมิดลิขสิทธิ์ ยังส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจในการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านธุรกิจเพลง ภาพยนตร์และสื่อต่างๆ เพราะการละเมิดลิขสิทธิ์ส่งผลกระทบต่อรายได้ที่จะได้รับของผู้ลงทุน อันนำไปสู่การลดระดับการผลิต หรือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิต เพื่อให้ยากต่อการละเมิด ซึ่งทำให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ รัฐบาลจะต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ที่จะต้องมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง รวมไปถึงการรักษามรดกทางวัฒนธรรม ที่จำเป็นต้องอาศัยการวางแผนจากภาครัฐอย่างเป็นกระบวนการ และเป็นรูปธรรม

กลุ่มธุรกิจด้านเทคโนโลยี ถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนา กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น ธุรกิจซอฟต์แวร์ การผลิตสื่อ การออกแบบ ที่ต้องใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาและสร้างมูลค่า โดยกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ 2 กลุ่ม ได้แก่ **กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ไอที (Information Technology : IT) และกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ไอซีที (Information and Communication Technology: ICT)** ซึ่งก่อให้เกิดการคิดค้นพัฒนาเทคโนโลยี ที่ทำให้การเก็บรวบรวม การจัดการ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประมวลผล รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารระหว่างกันมีความสะดวกสบาย แม่นยำ และรวดเร็วมากขึ้น กลุ่มธุรกิจดังกล่าว จึงมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน และเกี่ยวข้องกับคนทุกระดับ สามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ในแง่ของการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดระยะเวลา และต้นทุนการผลิตได้ และถือเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ

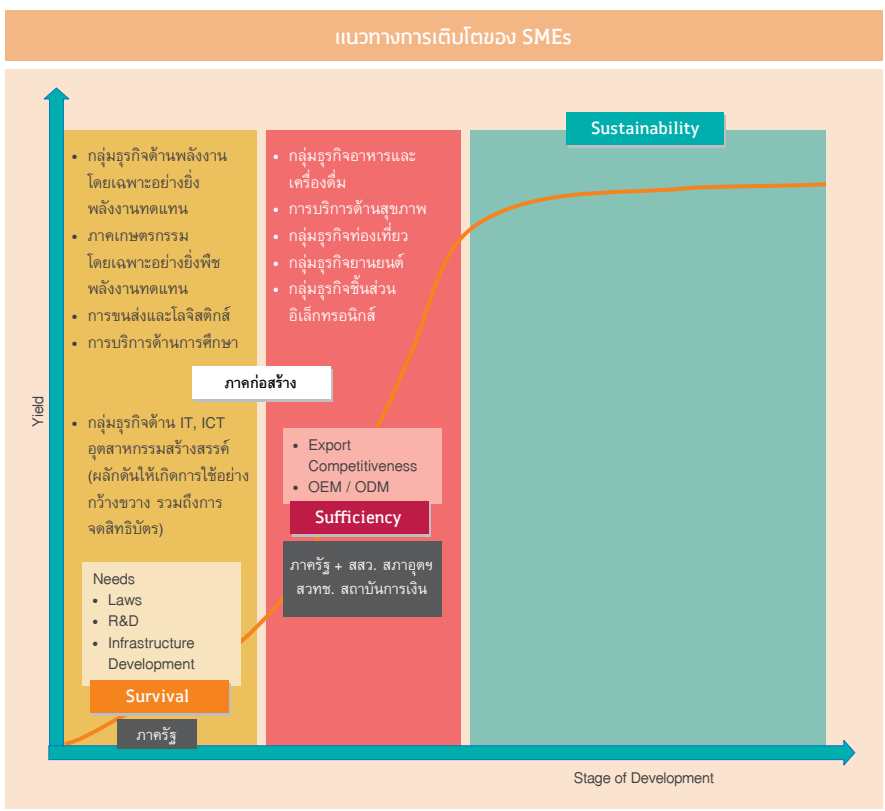
ประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่มีระบบไอทีและไอซีทีที่ค่อนข้างดีมาก ในขณะที่กลุ่มธุรกิจด้านไอทีและไอซีทีของไทยยังอยู่ในระดับต้นของการพัฒนา ด้วยยังขาดด้านการวางโครงสร้างพื้นฐานและไม่กระจายตัวอย่างทั่วถึง ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจด้านนี้ โดยเฉพาะธุรกิจรายเล็กที่เงินทุนไม่มากนัก ไม่สามารถลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานเองได้ จึงต้องอาศัยการวางโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐ นอกจากนี้การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ และการจดสิทธิบัตรหรือลิขสิทธิ์ที่คิดค้นของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ โดยจากข้อมูลการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของไทยประจำปี 2012-2013 โดย World Economic Forum (WEF) การยื่นจดสิทธิบัตรต่อประชากรของไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 27 มีสถิติการยื่นจดสิทธิบัตรเพียง 0.64 รายการต่อประชากร 1 ล้านคนเท่านั้น ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สวีเดน มีสถิติการยื่นจดสิทธิบัตรสูงถึง 311 รายการเป็นต้น ทำให้การพัฒนาธุรกิจยังเป็นในรูปแบบของการนำเทคโนโลยีมาใช้ มากกว่าที่จะคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมใหม่ อันจะช่วยสร้างมูลค่า ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะต้องได้รับการแก้ไขจากภาครัฐผ่านการบังคับใช้กฎหมายและผลักดันให้เกิดการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์กันอย่างกว้างขวาง

แนวทางการเติบโตของ SMEs (Stage of Development)

จากผลการวิเคราะห์ด้านความสามารถการแข่งขัน ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มธุรกิจ สามารถแบ่งกลุ่มธุรกิจทั้ง 11 กลุ่ม ตามระดับขั้นตอนการเติบโตของ SMEs ได้ดังนี้



ภาพที่ 6.12 แนวทางการเติบโตของ SMEs



ระดับที่ 1 Survival Level

การเติบโตของธุรกิจในระดับนี้ เป็นธุรกิจที่มีโอกาสในการเติบโตตามความนิยมกระแสโลก แต่ในประเทศไทยกลุ่มธุรกิจนี้ยังอยู่ในระดับการพัฒนาในระยะเริ่มต้น ยังไม่สามารถมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันในระดับโลกและภูมิภาคได้ ได้แก่

- กลุ่มธุรกิจด้านพลังงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านพลังงานทดแทน
- ภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเพาะปลูกพืชเพื่อผลิตพลังงานทดแทนเชิงพาณิชย์
- การขนส่งและโลจิสติกส์
- การบริการด้านการศึกษา
- กลุ่มธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สำหรับกลุ่มธุรกิจก่อสร้าง มีระดับการพัฒนาที่เริ่มเข้าสู่ระดับ Sufficiency Level เพราะมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกและตลาดภูมิภาค แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ในขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มธุรกิจนี้เป็นเพียงผู้รับเหมา หรือผู้รับช่วงต่อจากผู้ประกอบการรายใหญ่อีกที

ระดับที่ 2 Sufficiency Level

กลุ่มธุรกิจในระดับการพัฒนานี้ มีศักยภาพแข่งขันในประเทศ ในตลาดโลก และตลาดภูมิภาคได้ แต่ความสามารถในการแข่งขันดังกล่าว ยังขึ้นอยู่กับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางด้านต้นทุนการผลิตเป็นสำคัญ และยังไม่มีการพัฒนาต่อยอดธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าที่สูงขึ้น ได้แก่

- กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน
- กลุ่มธุรกิจการบริการด้านสุขภาพ
- กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์
- กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว

ระดับที่ 3 Sustainability Level

กลุ่มธุรกิจในระดับการพัฒนานี้ จะต้องสามารถแข่งขันในประเทศ ในตลาดโลก และตลาดภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน และเป็นไปตามทิศทางการกระแสโลก ที่มุ่งเข้าสู่การเป็น Green Economy และ Bio Economy ซึ่งธุรกิจ SMEs จะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอนาคต



ตารางที่ 6.13 การวิเคราะห์ SWOT และแนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ High Growth SMEs ของไทย

การวิเคราะห์ SWOT และแนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ High Growth SMEs ของไทย

การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มธุรกิจ High Growth SMEs ของไทย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มธุรกิจในระดับ Sufficiency มีศักยภาพ การแข่งขันทั้งในตลาดโลก และตลาดภูมิภาค • กลุ่มธุรกิจบางประเภทเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ เช่น อาหารไทย บริการด้านสุขภาพ และการท่องเที่ยว เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> • นโยบายรัฐยังไม่ชัดเจน และไม่มีสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน • ไม่มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง • ผู้ประกอบการใน Sufficiency Level ส่วนใหญ่ยังเป็นลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) มีบางส่วนที่สามารถออกแบบสินค้าได้ (ODM) แต่ส่วนมากยังไม่มี Brand เป็นของตนเอง • ปัญหาค่าเช่าถึงแหล่งเงินทุน • ความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิต จึงทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากผู้จ้างผลิตสามารถย้ายฐานการผลิตได้โดยง่าย • ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และ SMEs เพื่อให้เกิดการพัฒนาทั้งอุตสาหกรรมให้เติบโตไปด้วยกันทั้งระบบ

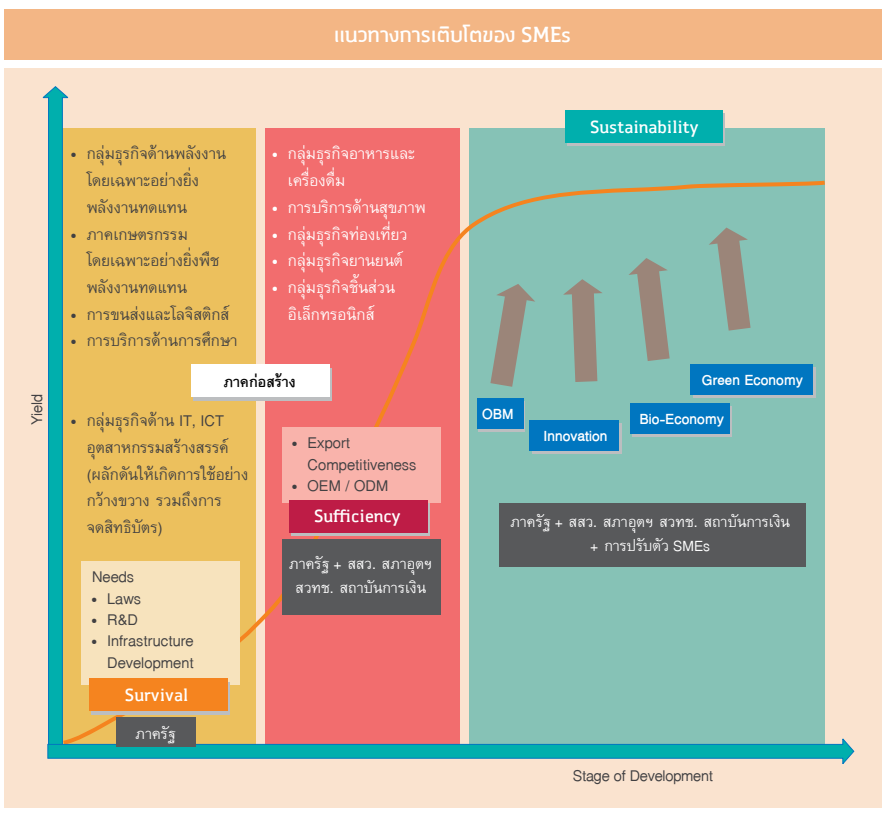
โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มธุรกิจที่อยู่ในความสนใจของกระแสโลก จึงมีแนวโน้มเติบโตสูงได้ในอนาคต • การใช้ประโยชน์จากการรวมกลุ่มประเทศ AEC โดยไทยได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์การเป็นศูนย์กลางของอาเซียน • การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจโดยอาศัยพื้นฐานความได้เปรียบเดิมที่มีอยู่ ถือเป็น การสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจให้สูงขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> • กระแสโลกในเรื่องของ Green Economy และ Bio Economy ทำให้ประเทศคู่ค้าสามารถใช้เป็นมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers: NTBs) ได้ โดยเฉพาะตลาดหลักของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น

แนวทางการส่งเสริมธุรกิจ High Growth SMEs ของไทย

จากกลุ่มธุรกิจ SMEs มีระดับการพัฒนาที่แตกต่างกัน แนวทางการส่งเสริมธุรกิจ High Growth SMEs ของไทยจึงต้องมีความสอดคล้องและเหมาะสมสำหรับธุรกิจ SMEs ในแต่ละขั้นของการพัฒนา Survival Sufficiency และ Sustainability ดังนี้



ภาพที่ 6.13 แนวทางการเติบโตของ ธุรกิจ High Growth SMEs ของไทย



- กลุ่มธุรกิจในระดับ **Survival** - ภาครัฐจะต้องมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อวางรากฐานให้กับกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ให้สามารถแข่งขันได้ รวมถึงการปรับปรุงในด้านกฎหมาย และการบังคับใช้ให้มีความชัดเจนและสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ

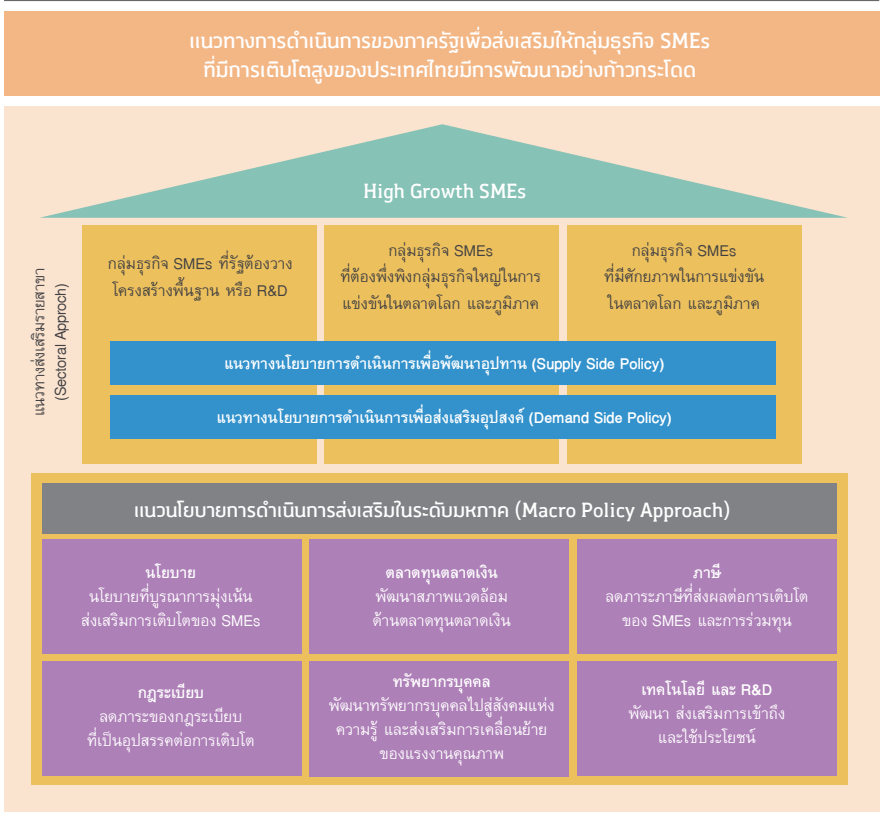
- กลุ่มธุรกิจในระดับ **Sufficiency** ภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในหน่วยงานภาคการผลิต การค้า การลงทุน และการเงิน จะต้องมีบทบาทในการช่วยยกระดับศักยภาพของกลุ่มธุรกิจให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง

- การผลักดันกลุ่มธุรกิจ **High Growth SMEs** สามารถเข้าสู่ระดับ **Sustainability** ที่สามารถแข่งขันในเวทีโลกได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน ทุกภาคส่วนจะต้องเข้ามาจับบทบาทร่วมกัน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (หน่วยงานการผลิต การค้า การลงทุน และการเงิน) รวมไปถึงผู้ประกอบการ SMEs เองจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มกระแสโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการสร้าง Brand เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันที่แท้จริง (Real Competitiveness) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ และการตระหนักถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามแนวทาง Bio Economy และ Green Economy อันจะช่วยบรรเทาผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้าประเภท Non-Tariff Barriers ที่อาจเกิดขึ้นได้

การวางนโยบายส่งเสริมธุรกิจ High Growth SMEs ตามแนวทางและระดับการพัฒนาจะช่วย
ให้กลุ่มธุรกิจ SMEs ดังกล่าว สามารถ อยู่รอด พอเพียง และยั่งยืน ได้ในอนาคต ถือเป็นมิติใหม่
ของการพัฒนากลุ่ม SMEs ที่มีความสามารถเติบโตสูงของประเทศไทย โดยกลุ่ม High Growth
SMEs เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นตัวเร่งทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ก้าวเข้าเป็นประเทศตลาด
เกิดใหม่ (Emerging Market) ที่ยกระดับการพัฒนาจากประเทศกำลังพัฒนาเข้าสู่การเป็นประเทศ
ที่พัฒนาแล้ว ตามเป้าหมายของนโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศไทย



ภาพที่ 6.14 แนวทางการดำเนินการของภาครัฐเพื่อส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย



แนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 6 แนวทางการดำเนินนโยบายในระดับมหภาค (Macro Policy Approach) และ 3 แนวทางการดำเนินการรายสาขาธุรกิจ ดังนี้

แนวนโยบายการดำเนินการส่งเสริมในระดับมหภาค (Macro Policy Approach)

1. การกำหนดนโยบายที่บูรณาการมุ่งเน้นส่งเสริมการเติบโตของ SMEs เนื่องจากภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้ SMEs สามารถเติบโตสูงนั้น แบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบออกไปอยู่ในหลายหน่วยงาน อาทิเช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง ทั้งยังเกี่ยวข้องกับกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในบางด้าน นอกจากนี้หน่วยงาน และองค์กรอิสระ รวมถึงองค์กรตัวแทนภาคเอกชน เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์ รวมถึงสถาบันการเงินต่างๆ ยังมีความเกี่ยวข้องในการร่วมให้การส่งเสริมให้ SMEs สามารถเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องเป็นผู้นำในการกำหนดนโยบายการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าของ SMEs ให้ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำในเชิงบูรณาการ ซึ่งนอกจากควรต้องบูรณาการระหว่างหน่วยงานรัฐด้วยกันแล้ว ยังต้องบูรณาการให้ภาคส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้ามามีส่วนในการส่งเสริม SMEs ได้อย่างเป็นระบบ

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการสร้างให้เกิดนโยบายที่บูรณาการนั้น คือ การให้ความสำคัญในระดับนโยบายของประเทศ ในการกำหนดการส่งเสริมการเติบโตของ SMEs ให้มีความสำคัญในระดับชาติ อย่างเช่น ในกรณีของประเทศมาเลเซีย ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมกลุ่ม SMEs ที่มีการเติบโตสูงไว้ให้เป็นหนึ่งใน 4 ยุทธศาสตร์ภายใต้แผนแม่บทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ค.ศ. 2012 - 2020 (SME Master Plan 2012 - 2020) หรือในเกาหลีใต้ซึ่งกำหนดการส่งเสริมกลุ่ม SMEs ที่มีการเติบโตสูงภายใต้แผนโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ค.ศ. 2008 - 2012 (Science and Technology Basic Plan 2008 - 2012) เป็นต้น

2. การพัฒนาสภาพแวดล้อมด้านตลาดทุนตลาดเงินภายในประเทศไทย ให้เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของ SMEs มากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัญหาความไม่สมบูรณ์ของระบบการเงินในประเทศไทย ซึ่งไม่สามารถให้บริการรองรับการเติบโตในระยะแรกของ SMEs ได้ (Primary Financial Market Imperfection) โดยมีตัวอย่างจากมูลค่าการร่วมลงทุนทั้งจากภาครัฐ และเอกชน ซึ่งมีมูลค่าค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเปรียบเทียบกับประเทศตัวอย่างกรณีศึกษา ทำให้ SMEs ประสบกับปัญหาในการเข้าถึงเงินทุนในการเติบโต ทำให้ต้องพึ่งพาสินเชื่อในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นภาระ และอุปสรรคอันทำให้ SMEs ไม่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว จึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐต้องวางกรอบนโยบายให้ตลาดเงิน และตลาดทุนในระยะแรกของ การเติบโตมีความคล่องตัว และมีปริมาณการลงทุนเพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยกลไกเชิงภาษี และการอุดหนุนต่อกองทุน ซึ่งประเทศกรณีศึกษาบางประเทศเช่น เกาหลีใต้ เคยใช้อย่างประสบความสำเร็จมาแล้ว

3. การลดภาระภาษีที่ส่งผลต่อการเติบโตของ SMEs และการร่วมทุน ภาครัฐควรมีการพิจารณาปรับลดภาระภาษีบางประการเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของ SMEs อาทิเช่น อัตราภาษีศุลกากรที่มีความเหลื่อมล้ำในแต่ละระดับของห่วงโซ่อุปทาน และต้นทุนทางภาษีซึ่งแฝงอยู่ในโครงสร้างทางเศรษฐกิจ รวมถึงอุปสรรคในการขอการลดหย่อนทางภาษี ซึ่งมีกระบวนการค่อนข้างลำบาก และเป็นอุปสรรคต่อ SMEs มากกว่าบริษัทใหญ่ เนื่องจาก SMEs มีบุคลากรเฉพาะทางในการดำเนินการด้านเอกสารน้อยกว่า ทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการลดหย่อนภาษีเหล่านี้ได้ นอกจากนี้ ภาระทางภาษีที่มีต่อการร่วมลงทุน (Venture Capital) ควรมีการปรับลดลงให้เท่าเทียมกับมาตรฐานสากล รวมถึงมีการลดหย่อนภาษีเช่นเดียวกับที่พบในกองทุนรวม เพื่อส่งเสริมให้มีการลงทุนในธุรกิจระยะแรกมากขึ้นโดยเงินทุนภายในประเทศ

4. การลดภาระของกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโต หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชนในการกำหนดกฎระเบียบในการกำกับดูแลตามปรัชญาการกำกับเท่าที่จำเป็น (Regulatory Forbearance) เนื่องจาก SMEs ได้รับผลกระทบจากการกำกับดูแลในระดับที่สูงกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ จากข้อจำกัดทั้งในเชิงบุคลากร และองค์กร ดังนั้นภาระการกำกับของรัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการกำกับเชิงนโยบายและโครงสร้าง จากนั้นให้อำนาจแก่องค์กรตัวแทนภาคเอกชนซึ่งมาจากการรวมกลุ่มของวิสาหกิจในกลุ่มธุรกิจดังกล่าวในการกำกับดูแลซึ่งกันและกันมากขึ้น

5. การพัฒนาทรัพยากรบุคคลไปสู่สังคมแห่งความรู้ และส่งเสริมการเคลื่อนย้ายของแรงงาน

คุณภาพ เนื่องจากวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงมักเป็นกลุ่มธุรกิจที่ต้องการแรงงานมีทักษะ และแรงงานที่มีความรู้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของประเทศให้มีความรู้เฉพาะทางในระดับสูงมากยิ่งขึ้น และควรปรับลดกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อเอื้ออำนวยให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีทักษะ และแรงงานคุณภาพให้เข้ามาทำงานในประเทศได้สะดวกยิ่งขึ้น

6. การพัฒนาส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และการวิจัยพัฒนา (R&D)

เนื่องจาก SMEs ในประเทศไทยยังมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในระดับที่ค่อนข้างน้อย จึงควรมีการพัฒนาส่งเสริมการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการวิจัยพัฒนา (R&D) ทั้งการเข้าถึงผลงานวิจัยพัฒนาของชาติให้รวมอยู่ในฐานข้อมูล หรือศูนย์เดียวกัน เช่น ศูนย์รวมรวมผลงานวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Research Commercialization Center) ของประเทศ ออสเตรเลีย และเขตปกครองพิเศษฮ่องกง การเพิ่มปริมาณการวิจัยพัฒนาในประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี การลดเงื่อนไขในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากผลการวิจัยพัฒนา ซึ่งคิดค้นโดยภาครัฐ การปรับลดเงื่อนไข และขั้นตอนในการขอลดหย่อนภาษี และการส่งเสริมการร่วมลงทุนทั้งจากภาครัฐ และเอกชนในกลุ่ม SMEs ที่ใช้ประโยชน์จากการวิจัยพัฒนา นอกจากนี้ยังควรมีการดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการกับมหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่างๆ เพื่อให้การวิจัยพัฒนาตรงกับความต้องการเชิงธุรกิจและมีการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากผลการวิจัยมากขึ้น

แนวทางส่งเสริมรายสาขา (Sectoral Approach)

แนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริม SMEs ที่มีการเติบโตสูง (High-Growth SMEs) ควรต้องคำนึงถึงความแตกต่างของกลุ่มธุรกิจ SMEs ทั้ง 11 กลุ่ม โดยภาครัฐควรพัฒนานโยบายทั้งนโยบายการดำเนินการเพื่อพัฒนาอุปทาน (Supply - Side Policy) และนโยบายการดำเนินการเพื่อส่งเสริมอุปสงค์ (Demand - Side Policy) ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มธุรกิจประเภทดังกล่าว

นโยบายเพื่อพัฒนาอุปทาน (Supply - Side Policy) เป็นมาตรการที่สร้างให้กลุ่มธุรกิจ SMEs มีทรัพยากร และศักยภาพที่จำเป็นในการประสบความสำเร็จ ทั้งทางด้านทรัพยากรบุคคล วัตถุดิบ ความรู้ การเงิน และระบบสาธารณูปโภค เป็นต้น ในขณะที่นโยบายเพื่อส่งเสริมอุปสงค์

(Demand - Side Policy) เป็นนโยบายที่ส่งเสริมให้กลุ่ม SMEs มีสิ่งจูงใจในระดับที่เพียงพอต่อความพยายามพัฒนาไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งรวมถึงนโยบายเพื่อปรับโครงสร้างของตลาดให้มีประสิทธิภาพ หรือปรับโครงสร้างของตลาดให้สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับภาค SMEs เพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น นโยบายด้านการแข่งขัน และนโยบายด้านระบบภาษี เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริม SMEs แต่เดิม มักพึ่งพาการพัฒนาอุปทานเพื่อสร้างให้องค์กรภาค SMEs มีการปรับตัว และพัฒนาธุรกิจ ในขณะที่ทางด้านอุปสงค์กลับมีความพยายามจำกัดปริมาณของอุปสงค์ (Regulate Quantity of Demand) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโครงสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศผ่านเครื่องมือด้านการเงิน และภาษี (Monetary and Fiscal Instruments) ซึ่งอาจทำให้ SMEs ขาดแรงจูงใจในการเติบโต จึงมีความจำเป็นในการปรับแนวนโยบายให้สองด้านเพื่อพัฒนาทั้งทางด้านอุปทาน และอุปสงค์ควบคู่กัน โดยการพัฒนาทางด้านอุปทานควรมีการดำเนินการให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นในการเติบโตได้สะดวกขึ้นในระดับต้นทุนที่ไม่เป็นภาระของการเติบโต และการแก้ไขโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงทรัพยากรในระดับที่เท่าเทียมกันมากขึ้น โดยการดำเนินนโยบายควรร่วมกับนโยบายด้านการส่งเสริมอุปสงค์ ทั้งเชิงปริมาณของอุปสงค์ให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น และพัฒนาคุณภาพของอุปสงค์ให้มีความต้องการสินค้า บริการ และพาณิชย์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มที่มีนวัตกรรมอันสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ผ่านนโยบายด้านการส่งเสริมอุปสงค์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาให้เกิดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ (Lead Market) เพื่อรองรับสินค้า บริการ และการค้าใหม่ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ซึ่งโดยปกติตลาดใหม่มักมีลักษณะกระจายตัว (Fragmented) และผู้ซื้อไม่สามารถร่วมมือกันในการจัดซื้อ หรือสร้างมาตรฐานในการจัดซื้อได้เนื่องจากขาดความรู้ที่เพียงพอต่อเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐต้องเข้ามาแทรกแซงเพื่อสร้างให้เกิดตลาดที่มีประสิทธิภาพรองรับสินค้า บริการ และการค้าเชิงนวัตกรรม หรือที่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยการสร้างให้เกิดมาตรฐาน หรือใช้กลไกการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพื่อกระตุ้นอุปสงค์ รวมถึงจัดระเบียบโครงสร้างของตลาดให้เหมาะสม อันเป็นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาค SMEs ให้สูงขึ้นต่อไป

โดยมีรายละเอียดของนโยบายพัฒนาอุปทาน (Supply - Side Policy) และส่งเสริมอุปสงค์ (Demand - Side Policy) ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 6.14 แนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทยรายสาขา

กลุ่มธุรกิจ	กลยุทธ์ในการส่งเสริม	นโยบายพัฒนาอุปทาน (Supply Side Policy)	นโยบายส่งเสริมอุปสงค์ (Demand Side Policy)
1. กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่รัฐต้องวางโครงสร้างพื้นฐาน หรือ R&D	ส่งเสริม SMEs ผ่านการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน หรือ โครงสร้าง R&D ของชาติ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กองทุนร่วมลงทุนภาครัฐ (Public Venture) 2. การอุดหนุนของรัฐต่อการร่วมทุน (Subsidized Business Angel/ VC) 3. การรับประกันสินเชื่อ และลดภาวะความสูญเสีย (Loss Underwriting) 4. มาตรการภาษีเพื่อจูงใจนักลงทุน 5. เงินสนับสนุนความร่วมมือด้านการวิจัยพัฒนา 6. การสนับสนุนภาคเอกชนในการวิจัยพัฒนา (Contract Research) ในโครงการรัฐ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การกำหนดมาตรฐานระดับสากล เพื่อกระตุ้นการพัฒนาของ SMEs 2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยี (Technology Platform) 3. การจัดซื้อจัดจ้างโดยภาครัฐ
2. กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่ต้องพึ่งพิงกลุ่มธุรกิจใหญ่ในการแข่งขันในตลาดโลก และภูมิภาค	ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่ และ SMEs เพื่อขยายตลาดไปสู่ระดับภูมิภาค และระดับโลก	<ol style="list-style-type: none"> 1. การอุดหนุนของรัฐต่อการร่วมทุน (Subsidized Business Angel/ VC) 2. มาตรการภาษีเพื่อจูงใจนักลงทุน 3. การสนับสนุนการต่อยอดการวิจัยเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ 4. ระบบติดตามการพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Watch) 5. ศูนย์ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ/สิทธิบัตร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาคลัสเตอร์ และห่วงโซ่อุปทานโดยมี SMEs เข้าร่วม 2. ส่งเสริมอุปสงค์ภาคธุรกิจ
3. กลุ่มธุรกิจที่ SMEs ที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก และภูมิภาค	ส่งเสริมนวัตกรรมของโมเดลธุรกิจในกลุ่ม SMEs (Business Model Innovation) เพื่อแสวงหาโอกาส และสร้างมูลค่าเพิ่ม	<ol style="list-style-type: none"> 1. การอุดหนุนของรัฐต่อการร่วมทุน (Subsidized Business Angel/ VC) 2. บริการจับคู่เงินลงทุน 3. มาตรการภาษีเพื่อจูงใจนักลงทุน 4. การอุดหนุนการวิจัยพัฒนา (R&D Imbursement) 5. การฝึกอบรมพัฒนา/ระบบที่เลี้ยงให้ผู้ประกอบการ 6. การสนับสนุนการต่อยอดการวิจัยเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ 7. พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ/วิสัยทัศน์ร่วม (Common Vision) 8. สถานประกอบการร่วม (Co-location)/อุทยานวิทยาศาสตร์/ศูนย์บ่มเพาะ/การใช้อุปกรณ์ร่วมกัน 9. ระบบติดตามการพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Watch) 10. ศูนย์ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ/สิทธิบัตร 11. ระบบเปรียบเทียบตัวชี้วัด (Benchmark System) ของอุตสาหกรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมอุปสงค์ภาคผู้บริโภค และภาคธุรกิจ ทั้งในประเทศ ภูมิภาค และระดับโลก

ทั้งนี้การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงในเชิงมหภาค และเชิงนโยบาย อีกทั้งเป็นการศึกษาเปรียบเทียบกรณีที่เป็นตัวอย่างในการศึกษาจากต่างประเทศเพื่อมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมกับประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาครั้งนี้ควรมีการพัฒนาต่อยอดเพื่อการส่งเสริมกลุ่ม SMEs ที่มีการเติบโตสูงทั้งที่พบในปัจจุบัน และกลุ่มอื่นๆ ที่อาจพบในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการส่งเสริมในรายสาขา เพื่อเสริมสร้างให้ SMEs เหล่านี้สามารถพัฒนาเติบโต และเป็นผู้นำการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยให้เติบโตต่อเนื่องอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป