



บทสรุปผู้บริหาร

Executive Summary

รายงานสถานการณ์
วิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม
ปี 2556



รายงานสถานการณ์
**วิชากิจขนาดกลาง
 และขนาดย่อม
 ปี 2556**

- เจ้าของ :** สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น G, 17, 18, 23
 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
 โทรศัพท์ : 0-2278-8800 โทรสาร : 0-2273-8851, 0-2298-3062
- จำนวนพิมพ์ :** 1,000 เล่ม
- พิมพ์ครั้งแรก :** กันยายน 2556
- ที่ปรึกษา :** นายชวันันท์ สวัสดิ์-ชูโต รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ
 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- กองบรรณาธิการ :** นายชัยพร ชยานุรักษ์ รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 ดร.วิมลกานต์ โกสุมาต รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 นางสาวปณิตา ชินวัตร รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 ดร.อิสรา ภูมาศ ที่ปรึกษา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- กองบรรณาธิการ :** สำนักข้อมูลและวิจัย
 โทร. 0-2298-3049, 0-2298-3051, 0-2298-3053, 0-2298-3056, 0-2298-3057

คำนำ

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

สำหรับรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2556 สะท้อนถึงสถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย **ส่วนที่ 1 สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของ SMEs ปี 2555 และปี 2556** เพื่อรายงานบทบาทของ SMEs ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค โดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs การนำเข้าและส่งออกของ SMEs รวมถึง

การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนของ SMEs **ส่วนที่ 2 สถานการณ์เชิงโครงสร้างของ SMEs** เพื่อรายงานสถานการณ์ SMEs ที่เปลี่ยนแปลงไปในประเด็นที่สำคัญ คือ จำนวนและการจ้างงานของ SMEs ผลผลิตภาพแรงงานจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ และการจัดตั้งและยกเลิกกิจการของ SMEs ที่เป็นนิติบุคคลในปี 2555 **ส่วนที่ 3 ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับ AEC ของ SMEs ไทย** เป็นการศึกษาการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศอาเซียน+6 รวมถึงยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา **ส่วนที่ 4 ทิศทางและมาตรการส่งเสริม SMEs** เป็นการศึกษามาตรการบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บทวิเคราะห์ธุรกิจการก่อสร้างจากฐานข้อมูลเชิงลึกของ SMEs รายกลุ่มจังหวัด ปี 2553 - 2554 รวมถึงการประเมินผลแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554)

สำนักงานฯ ขอขอบคุณหน่วยงานต่างๆ ที่สนับสนุนข้อมูลในการจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานส่งเสริม และพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศต่อไป



(นายชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต)

รองผู้อำนวยการ

รักษาการแทนผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ส่วนที่ **01**

สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจ
ของ SMEs ปี 2555 และปี 2556

บทที่



ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ
ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

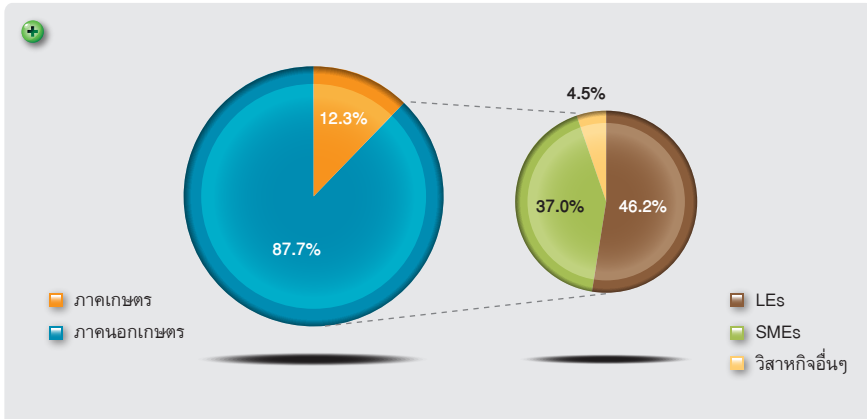
1

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2555 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 0.1 ในปีก่อนหน้านี้ แม้เศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวจากมหันตภัยน้ำท่วมใหญ่ แต่ก็ยังได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง โดยมูลค่า GDP ในปี 2555 เท่ากับ 11,375,349.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 835,903.0 ล้านบาท เป็นมูลค่า GDP ของภาคเกษตร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.3 ของมูลค่า GDP รวม หรือมีมูลค่า 1,395,743.0 ล้านบาท โดยภาคเกษตรในปี 2555 หดตัวลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับมูลค่า GDP ของภาคนอกเกษตรนั้นมีมูลค่า GDP เท่ากับ 9,979,606.0 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.7 ของมูลค่า GDP รวม ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับการขยายตัวเพิ่มขึ้นของปีก่อนหน้าที่หดตัวลงร้อยละ 0.3 ต่อปี

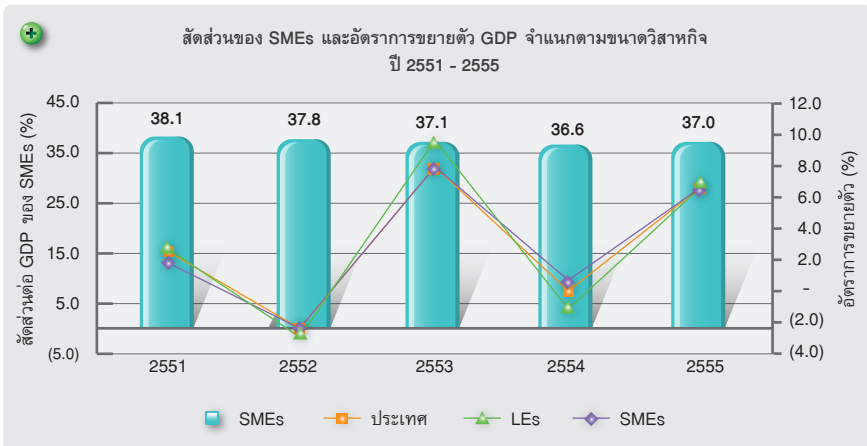
สำหรับ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในปี 2555 มีมูลค่า 4,211,262.7 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.0 ของ GDP รวมทั้งประเทศ โดยมูลค่า GDP ของ SMEs ขยายตัวร้อยละ 6.6 เพิ่มขึ้นจากขยายตัวร้อยละ 0.6 ในปีก่อนหน้านี้ เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม (SE) มีบทบาทด้านมูลค่า GDP สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง (ME) โดยมูลค่า GDP ของ SE ในปี 2555 เท่ากับ 2,824,898.2 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเท่ากับร้อยละ 6.5 และมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 24.8 ของ GDP รวม ด้านมูลค่า GDP ของ ME พบว่า ในปี 2555 มูลค่า GDP ของ ME เท่ากับ 1,386,364.5 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเท่ากับร้อยละ 6.8 และมีสัดส่วนต่อ GDP รวมคิดเป็นร้อยละ 12.2

ภาพที่ 1.1 โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปี 2555



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

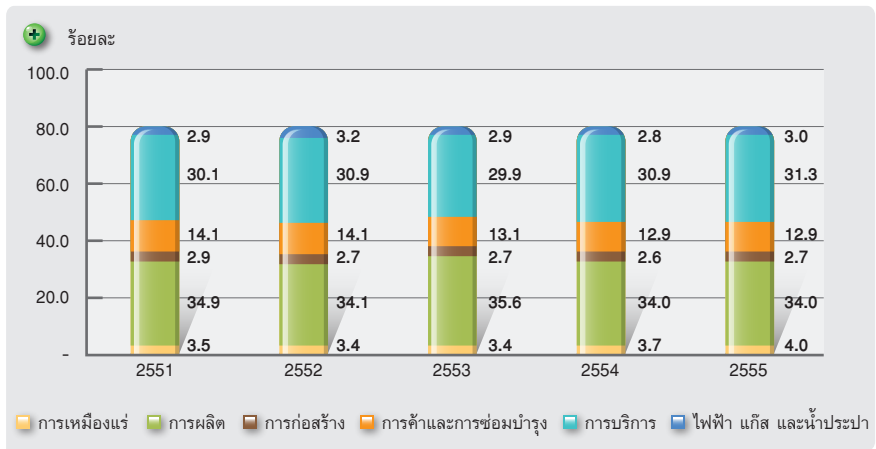
ภาพที่ 1.2 แนวโน้มสัดส่วนของ SMEs และอัตราการขยายตัวของ GDP จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ ปี 2551 - 2555



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

พิจารณา แนวโน้มของสัดส่วนมูลค่า GDP ของ SMEs ตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา พบว่า บทบาทของ SMEs ต่อมูลค่า GDP รวมของประเทศลดลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่บทบาทของวิสาหกิจขนาดใหญ่และวิสาหกิจอื่นๆ มีแนวโน้มคงที่หรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ขณะที่ภาคเกษตรมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วง 3 ปีล่าสุด เนื่องมาจากความต้องการสินค้าเกษตรในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาแนวโน้มอัตราการขยายตัวของวิสาหกิจขนาดต่างๆ พบว่า ในปี 2555 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงเป็นกลไกการเจริญเติบโต (Engine of Growth) ในระบบเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้จากอัตราการขยายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงสูงกว่าอัตราการขยายตัวของประเทศและวิสาหกิจใหญ่เป็นส่วนใหญ่

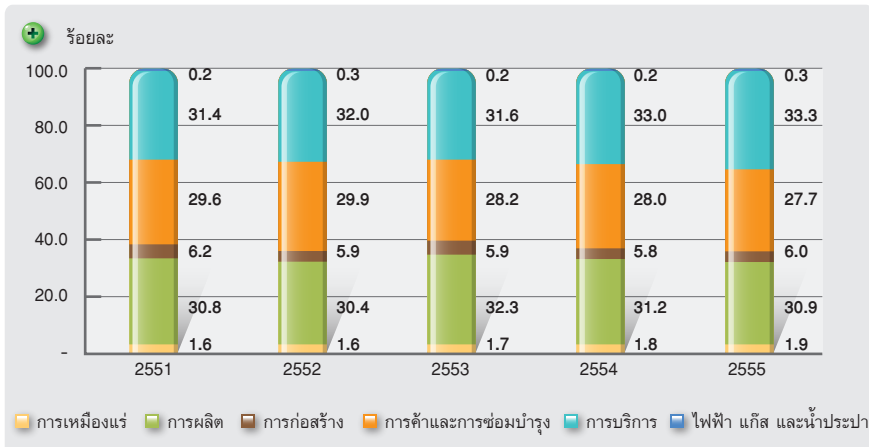
ภาพที่ 1.3 โครงสร้าง GDP ของประเทศ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปี 2551 - 2555



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงสร้าง GDP ของประเทศเมื่อจำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า ร้อยละ 12.3 เป็นมูลค่าที่เกิดจากภาคเกษตร ขณะที่อีกร้อยละ 87.7 เป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่เกิดจากภาคนอกเกษตร เมื่อพิจารณาโครงสร้าง GDP ของภาคนอกเกษตร พบว่า ภาคการผลิตเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจสูง คิดเป็นร้อยละ 34.0 ของมูลค่า GDP รวม รองลงมา ได้แก่ ภาคการบริการซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 31.3 และภาคการค้าและการซ่อมบำรุงมีบทบาทเป็นลำดับสาม มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 12.9 โดยทั้ง 3 ภาคกิจกรรมทางเศรษฐกิจมีสัดส่วนมูลค่า GDP รวมกัน คิดเป็นร้อยละ 78.2 ของมูลค่า GDP รวม

ภาพที่ 1.4 โครงสร้าง GDP ของ SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปี 2551 - 2555



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2555 ยังคงมีความเกี่ยวข้องกับภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าและการซ่อมบำรุง โดยภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุด มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 33.3 และขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 รองลงมา ได้แก่ ภาคการผลิตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.9 แต่ในปี 2554 หดตัวลดลงร้อยละ 4.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน และภาคการค้าและการซ่อมบำรุงมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 27.7 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 ซึ่งเมื่อพิจารณาโครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs (ภาพที่ 1.4) กับโครงสร้างมูลค่า GDP ของประเทศ (ภาพที่ 1.3) พบว่า โครงสร้าง GDP ของประเทศ และของ SMEs มีความแตกต่างกัน คือ GDP ของประเทศ ภาคการผลิตเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุด ในขณะที่ GDP ของ SMEs ภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุด

อย่างไรก็ตามในปี 2555 เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นจากปีก่อน โดยอุปสงค์ในประเทศทั้งการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนได้รับแรงสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ อาทิ การเพิ่มรายได้แรงงานรายวันและเงินเดือนข้าราชการ การรับจำนำข้าวเปลือก โครงการรถยนต์คันแรก โครงการบ้านหลังแรก และการทยอยปรับลดภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งมีส่วนสนับสนุนการใช้จ่ายภายในประเทศ ขณะที่การบริโภคและการลงทุนภาครัฐยังมีบทบาทในการสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ภาคการส่งออกมีการชะลอตัวลงเนื่องจากได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ประกอบกับความล่าช้าในการฟื้นตัวของภาคการผลิตอุตสาหกรรมเพื่อส่งออกในบางสาขา

บทที่

2⁺

การค้าระหว่างประเทศของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

2

การค้าระหว่างประเทศของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2555 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกโดยรวมทั้งสิ้น 7,091,162.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 5.71 โดยเป็นการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2,043,664.97 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.82 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.67

สำหรับการนำเข้าไทยมีมูลค่าการนำเข้ารวมทั้งสิ้น 7,734,503.43 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 10.86 เป็นการนำเข้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2,466,993.64 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.90 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด และมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.52

ในปี 2555 การค้าระหว่างประเทศของไทยโดยรวมขาดดุล 643,341.22 ล้านบาท แต่สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดดุลการค้า 423,328.67 ล้านบาท

ตารางที่ 2.1 มูลค่าการส่งออกและนำเข้าปี 2551 - 2555 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ (หน่วย : ล้านบาท)

	2551	2552	2553	2554	2555	สัดส่วน ต่อทั้งหมด (2555, %)	Growth 55/54 (%)
การส่งออก (มูลค่า ล้านบาท)							
SE	963,104.88	933,494.46	1,019,084.62	1,224,412.46	1,315,435.56	18.55	7.43
ME	728,040.14	630,204.96	650,097.05	746,837.47	728,229.41	10.27	- 2.49
LE	4,042,799.45	3,442,839.71	4,359,986.02	4,643,899.82	4,878,413.61	68.80	5.05
na.	119,683.99	188,057.61	84,035.97	92,700.90	169,083.63	2.38	82.40
SMEs	1,691,145.03	1,563,699.42	1,669,181.67	1,971,249.93	2,043,664.97	28.82	3.67
Total	5,853,628.47	5,194,596.73	6,113,203.67	6,707,850.65	7,091,162.21	100.00	5.71
การนำเข้า (มูลค่า ล้านบาท)							
SE	1,084,192.35	860,195.56	1,124,266.63	1,464,889.95	1,525,831.75	19.73	4.16
ME	687,309.72	523,379.96	686,160.57	918,259.13	941,161.90	12.17	2.49
LE	3,985,081.68	2,963,975.80	3,761,207.90	4,290,253.30	4,895,355.01	63.29	14.10
na.	187,424.04	254,430.47	265,728.37	303,176.57	372,154.78	4.81	22.75
SMEs	1,771,502.07	1,383,575.53	1,810,427.20	2,383,149.08	2,466,993.64	31.90	3.52
Total	5,944,007.79	4,601,981.80	5,837,363.48	6,976,578.95	7,734,503.43	100.00	10.86
ดุลการค้า (มูลค่า ล้านบาท)							
SMEs	- 80,357.04	180,123.89	- 141,245.53	- 411,899.16	- 423,328.67		
Total	- 90,379.32	592,614.94	275,840.19	- 268,728.30	- 643,341.22		

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สัดส่วนของการส่งออกต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) จากตารางที่ 2.2 จะเห็นว่าเศรษฐกิจของประเทศต้องพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก เพราะมูลค่าการส่งออกมีสัดส่วนถึงร้อยละ 62.34 ของ GDP ของประเทศในปี 2555 ขณะที่มูลค่าการส่งออกของ SMEs นั้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.53 ของ GDP SMEs อย่างไรก็ตามสัดส่วนนี้ลดลงจากร้อยละ 51.07 ในปี 2554 โดยการส่งออกของ SMEs มีสัดส่วนร้อยละ 28.82 ของการส่งออกทั้งหมดของประเทศ

ตารางที่ 2.2 สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการค้าระหว่างประเทศของไทยและ GDP

	2551	2552	2553	2554	2555
Total Export (ล้านบาท)	5,853,628.47	5,194,596.73	6,113,203.67	6,707,850.65	7,091,162.21
SMEs Export (ล้านบาท)	1,691,145.03	1,563,699.42	1,669,181.67	1,971,249.93	2,043,664.97
GDP ประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)	9,075,493.00	9,050,715.00	10,104,821.00	10,539,446.00	11,375,349.00
GDP SMEs ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)	3,457,685.34	3,417,860.66	3,747,694.11	3,859,587.63	4,211,262.71
สัดส่วนการส่งออก SMEs ต่อการส่งออกประเทศ (%)	28.89	30.10	27.30	29.39	28.82
สัดส่วนการส่งออกของประเทศ ต่อ GDP ประเทศ (%)	64.50	57.39	60.50	63.65	62.34
สัดส่วนการส่งออก SMEs ต่อ GDP SMEs (%)	48.91	45.75	44.54	51.07	48.53

ที่มา : กรมศุลกากร / สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จำนวนของวิสาหกิจที่ส่งออกของประเทศในปี 2555 พบว่ามีทั้งสิ้น 39,869 กิจการ คิดเป็น SMEs 22,095 กิจการ มีจำนวนผู้ส่งออกลดลงจากปี 2554 ทั้งสิ้น 1,834 กิจการ ขณะที่การนำเข้าในปี 2555 มีจำนวนวิสาหกิจนำเข้าทั้งสิ้น 80,426 กิจการ คิดเป็น SMEs 37,260 กิจการ มีจำนวนผู้นำเข้าลดลงจากปี 2554 ทั้งสิ้น 5,059 กิจการ

ตารางที่ 2.3 จำนวนวิสาหกิจที่ส่งออกและนำเข้า ปี 2553 - 2555 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ (หน่วย : ราย/กิจการ)

	2553	2554	2555	เพิ่มขึ้น/ลด
จำนวนวิสาหกิจส่งออก (ราย/กิจการ)				
SE	19,406	21,157	19,399	-1,758
ME	2,704	2,772	2,696	-76
LE	2,155	2,178	2,180	2
na.	12,860	11,721	15,594	3,873
SMEs	22,110	23,929	22,095	-1,834
Total	37,125	37,828	39,869	2,041
จำนวนวิสาหกิจนำเข้า (ราย/กิจการ)				
SE	33,220	38,787	33,912	-4,875
ME	3,327	3,532	3,348	-184
LE	2,560	2,655	2,552	-103
na.	30,717	28,825	40,614	11,789
SMEs	36,547	42,319	37,260	-5,059
Total	69,824	73,799	80,426	6,627

ที่มา : กรมศุลกากร
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของ SMEs ในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ในภาพรวมการส่งออกของ SMEs ใน 20 ประเทศคู่ค้าอันดับแรก ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกถึงร้อยละ 80.43 ของการส่งออกทั้งหมด มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.51 ในขณะที่ภาพรวมการส่งออกของประเทศใน 20 ประเทศคู่ค้าอันดับแรก มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.67

เมื่อพิจารณาการส่งออกเป็นรายประเทศ จะเห็นได้ว่า ตลาดหลักที่สำคัญของไทยทั้งภาพรวมและ SMEs ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 11.72, 10.23 และ 9.93 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในปี 2555 ตามลำดับ สำหรับ SMEs มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 11.08, 9.99 และ 8.16 ตามลำดับ และมีการขยายตัวดีในตลาดจีน ร้อยละ 2.25 แต่ตลาดญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกามีการส่งออกลดลงร้อยละ 1.56 และ 1.76 ตามลำดับ

ในปี 2555 ตลาดที่ SMEs สามารถขยายการส่งออกได้สูงสุด คือ ออสเตรเลีย เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.49 รองลงมา คือ ฮ่องกง การส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.25 และลาว ร้อยละ 24.39 ขณะที่ตลาดการส่งออกของ SMEs ที่มีอัตราการลดลงมากที่สุด คือ สิงคโปร์ ลดลงร้อยละ 12.25 สหราชอาณาจักร ร้อยละ 9.56 และเยอรมัน ร้อยละ 9.48

จะเห็นได้ว่าในปี 2555 ตลาดอาเซียนเป็นคู่ค้าที่สำคัญของ SMEs ไทย และมีการส่งออกเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ สำหรับตลาดหลักของ SMEs อย่างญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกามีการส่งออกลดลงเล็กน้อย แต่ในส่วนตลาด EU คือ สหราชอาณาจักร และเยอรมันมีการส่งออกลดลงพอสมควร

ภาพรวมการนำเข้าของ SMEs จาก 20 ประเทศอันดับแรก ซึ่งมีสัดส่วนการนำเข้าถึงร้อยละ 89.72 ของการนำเข้าทั้งหมด มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.71 ในขณะที่ภาพรวมการนำเข้าของประเทศจาก 20 ประเทศอันดับแรกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.22

เมื่อพิจารณาการนำเข้าเป็นรายประเทศ จะเห็นได้ว่า ตลาดนำเข้าหลักที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน และมาเลเซีย มีสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 20.03, 14.94 และ 5.30 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในปี 2555 ตามลำดับ สำหรับ SMEs มีการนำเข้าจาก จีน ญี่ปุ่น และสวิสเซอร์แลนด์ สูงสุด โดยมีสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 21.61, 16.96 และ 7.85 ตามลำดับ และมีการขยายตัวที่ร้อยละ 17.94 และ 11.52 ตามลำดับ ส่วนสวิสเซอร์แลนด์มีการนำเข้าลดลง ร้อยละ 13.14

ตารางที่ 2.4 มูลค่าการส่งออกจากประเทศต่างๆ 20 อันดับแรก ปี 2553 - 2555 (หน่วย : ล้านบาท)

ลำดับ	ประเทศปลายทาง	2553		2554		2555		สัดส่วน ต่อทั้งหมด (2555, %)		Growth 55/54 (%)	
		SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total
1	CHINA	160,450.12	678,630.39	221,559.06	791,210.75	226,536.27	830,781.80	11.08	11.72	2.25	5.00
2	JAPAN	175,238.70	641,903.56	207,311.20	719,360.22	204,082.19	725,478.63	9.99	10.23	- 1.56	0.85
3	UNITED STATES	159,554.86	638,812.91	169,682.76	656,533.28	166,700.09	703,861.82	8.16	9.93	- 1.76	7.21
4	HONG KONG	113,118.34	354,817.76	114,241.83	360,075.69	129,611.26	404,989.07	6.34	5.71	13.45	12.47
5	SWITZERLAND	70,623.20	129,269.74	96,453.76	143,141.14	117,495.97	158,131.24	5.75	2.23	21.82	10.47
6	INDONESIA	64,987.41	232,856.07	87,452.75	303,876.96	99,987.70	346,267.03	4.89	4.88	14.33	13.95
7	MALAYSIA	81,676.08	334,598.42	100,954.80	373,610.77	97,236.59	383,707.76	4.76	5.41	- 3.68	2.70
8	AUSTRALIA	76,540.53	297,087.89	57,469.61	241,047.24	75,568.53	301,816.04	3.70	4.26	31.49	25.21
9	VIETNAM	56,015.23	184,463.07	61,739.45	212,703.66	68,250.18	206,675.16	3.34	2.91	10.55	- 2.83
10	MYANMAR	39,576.18	65,631.18	54,257.75	85,879.95	55,280.85	96,526.45	2.70	1.36	1.89	12.40
11	CAMBODIA	33,995.23	74,264.43	41,541.20	81,238.91	52,445.02	116,905.32	2.57	1.65	26.25	43.90
12	LAO REPUBLIC	28,131.76	67,606.02	39,101.49	83,534.30	48,637.00	111,453.71	2.38	1.57	24.39	33.42
13	SINGAPORE	47,261.87	284,685.39	54,853.46	343,975.31	48,133.02	334,617.35	2.36	4.72	-12.25	- 2.72
14	KOREA,REPUBLIC	29,388.37	114,267.78	42,734.84	137,929.45	45,095.44	147,627.33	2.21	2.08	5.52	7.03
15	INDIA	39,288.78	139,178.28	42,685.12	156,288.72	44,535.62	169,133.32	2.18	2.39	4.34	8.22
16	UNITED KINGDOM	38,523.66	115,715.37	39,718.30	117,137.11	35,922.87	117,425.26	1.76	1.66	- 9.56	0.25
17	GERMANY	32,342.79	104,352.30	38,627.95	113,418.28	34,967.42	111,438.37	1.71	1.57	- 9.48	- 1.75
18	TAIWAN	23,381.38	101,769.79	31,449.71	116,371.44	32,786.89	105,620.42	1.60	1.49	4.25	- 9.24
19	UNITED ARAB EMIRATES	23,598.71	90,057.79	26,166.13	83,213.95	30,788.99	88,668.41	1.51	1.25	17.67	6.55
20	PHILIPPINES	34,812.83	154,906.39	29,987.15	139,842.05	29,740.58	150,137.97	1.46	2.12	- 0.82	7.36
	รวมมูลค่า 20 อันดับแรก	1,328,506.04	4,804,874.53	1,557,988.31	5,260,389.19	1,643,802.48	5,611,262.46	80.43	79.13	5.51	6.67
	สัดส่วนต่อทั้งหมด	79.59	78.60	79.04	78.42	80.43	79.13				
	Total	1,669,181.67	6,113,203.67	1,971,249.93	6,707,850.65	2,043,664.97	7,091,162.21	100.00	100.00	3.67	5.71

ที่มา : กรมศุลกากร
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 2.5 มูลค่าการนำเข้าจากประเทศต่างๆ 20 อันดับแรก ปี 2553 - 2555 (หน่วย : ล้านบาท)

ลำดับ	ประเทศที่นำเข้า	2553		2554		2555		สัดส่วน ต่อทั้งหมด (2555, %)		Growth 55/54 (%)	
		SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total
1	CHINA	345,510.32	774,816.32	452,108.11	929,217.42	533,202.92	1,153,586.23	21.61	14.91	17.94	24.15
2	JAPAN	308,925.06	1,211,346.18	375,286.77	1,287,052.69	418,505.29	1,549,227.62	16.96	20.03	11.52	20.37
3	SWITZERLAND	121,448.78	166,319.49	222,999.57	270,808.44	193,708.41	227,649.30	7.85	2.94	- 13.14	- 15.94
4	UNITED STATES	126,081.67	341,814.15	180,788.89	408,189.43	152,324.16	403,324.45	6.17	5.21	- 15.74	- 1.19
5	MALAYSIA	80,137.34	343,178.22	98,024.37	376,054.60	113,915.40	409,565.60	4.62	5.30	16.21	8.91
6	KOREA,REPUBLIC	88,369.37	258,399.59	87,727.93	280,796.94	99,488.27	280,686.77	4.03	3.63	13.41	- 0.04
7	TAIWAN	71,436.57	218,102.53	82,114.78	228,894.40	96,833.15	256,719.36	3.93	3.32	17.92	12.16
8	GERMANY	65,584.07	148,186.29	81,937.43	165,000.28	86,255.03	186,772.76	3.50	2.41	5.27	13.20
9	INDONESIA	65,108.03	181,708.66	77,558.78	225,265.45	85,144.90	252,628.05	3.45	3.27	9.78	12.15
10	SINGAPORE	54,824.18	201,788.48	62,154.98	237,430.62	73,978.88	244,727.79	3.00	3.16	19.02	3.07
11	AUSTRALIA	80,402.70	188,668.00	118,594.45	242,081.50	73,244.91	170,169.76	2.97	2.20	- 38.24	- 29.71
12	INDIA	35,704.47	72,089.74	51,017.37	92,058.24	55,147.89	99,636.15	2.24	1.29	8.10	8.23
13	SOUTH AFRICA	6,564.42	16,835.98	27,652.65	42,112.19	44,025.31	59,058.32	1.78	0.76	59.21	40.24
14	HONG KONG	35,631.54	58,110.36	51,148.24	70,822.77	35,425.20	54,031.82	1.44	0.70	- 30.74	- 23.71
15	ITALY	24,458.91	46,699.81	31,504.25	64,123.18	33,280.49	68,899.44	1.35	0.89	5.64	7.45
16	VIETNAM	16,099.67	44,641.60	23,375.43	61,899.23	31,562.66	93,299.22	1.28	1.21	35.02	50.73
17	UNITED KINGDOM	25,218.97	61,147.02	29,215.72	59,531.15	29,717.24	86,079.21	1.20	1.11	1.72	44.60
18	FRANCE	22,267.27	46,146.34	23,534.95	66,604.84	26,253.45	100,093.43	1.06	1.29	11.55	50.28
19	PHILIPPINES	19,163.71	75,981.92	17,956.75	82,108.20	16,485.40	85,197.68	0.67	1.10	- 8.19	3.76
20	BELGIUM	10,761.95	21,113.15	19,126.81	32,848.00	14,970.42	27,455.37	0.61	0.35	- 21.73	- 16.42
	รวมมูลค่า 20 อันดับแรก	1,603,699.00	4,477,093.83	2,113,828.22	5,222,899.60	2,213,469.38	5,808,808.34	89.72	75.10	4.71	11.22
	สัดส่วนต่อทั้งหมด	88.58	76.70	88.70	74.86	89.72	75.10				
	Total	1,810,427.20	5,837,363.48	2,383,149.08	6,976,578.95	2,466,993.64	7,734,503.43	100.00	100.00	3.52	10.86

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามรายการสินค้า

เมื่อพิจารณามูลค่าการค้าระหว่างประเทศในรูปของรายการสินค้าตามพิกัดศุลกากร ในปี 2555 การส่งออกของประเทศโดยรวมนั้น มีมูลค่าสูงสุดในกลุ่มพิกัดศุลกากร 84, 85 และ 87 คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 16.18, 12.61 และ 10.58 ของการส่งออกทั้งหมดของประเทศ ตามลำดับ ซึ่งสินค้าในกลุ่มพิกัด 84 คือ สินค้าประเภทเครื่องจักร เครื่องกล รวมทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ พิกัด 85 คือ สินค้าประเภทเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ และพิกัด 87 คือ ยานยนต์และส่วนประกอบ สำหรับ SMEs นั้น มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในกลุ่มพิกัด 84 , 85 และ 87 ร้อยละ 6.27, 4.44 และ 2.47 ตามลำดับ

สำหรับสินค้าในกลุ่มที่ SMEs มีการส่งออกในสัดส่วนที่สูงที่สุดคือ กลุ่มพิกัด 71 อัญมณี และเครื่องประดับ พิกัด 39 พลาสติกและของทำด้วยพลาสติก และพิกัด 40 ยางและของทำด้วยยาง ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 16.16, 8.72 และ 7.33 ตามลำดับ โดยมีขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 14.62 และ 4.67 สำหรับยางและของทำด้วยยาง มีการส่งออกลดลง ร้อยละ 13.12

ด้านการนำเข้าของประเทศโดยรวมนั้น กลุ่มสินค้าที่มีมูลค่านำเข้าสูงสุด คือ พิกัด 27 น้ำมันปิโตรเลียม และถ่านหิน มีสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 19.34 รองลงมา คือ พิกัด 85 สินค้าประเภทเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ร้อยละ 15.65 และพิกัด 84 สินค้าประเภทเครื่องจักร เครื่องกล รวมทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ร้อยละ 14.52

สำหรับสินค้าในกลุ่มที่ SMEs มีการนำเข้าในสัดส่วนที่สูง คือ กลุ่มพิกัด 71 อัญมณี และเครื่องประดับ พิกัด 84 คือ สินค้าประเภทเครื่องจักร เครื่องกล รวมทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ พิกัด 85 คือ สินค้าประเภทเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 16.07, 15.25 และ 12.61 ตามลำดับ สำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ มีการส่งออกลดลงจากปี 2554 ร้อยละ 30.45 ส่วนสินค้าเครื่องจักร คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ และอุปกรณ์ไฟฟ้ามีขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 22.46 และ 10.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.6 มูลค่าการส่งออก จำแนกตามสินค้า พิกัด 2 หลัก (หน่วย : ล้านบาท)

HS	สินค้าส่งออก	2553		2554		2555		สัดส่วน ต่อทั้งหมด (2555, %)		Growth 55/54 (%)	
		SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total
71	อัญมณีและเครื่องประดับ	273,276.40	366,818.00	288,132.04	371,239.34	330,252.36	408,040.19	16.16	5.75	14.62	9.91
39	พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก	128,599.64	292,757.90	170,213.95	365,965.03	178,166.54	368,542.53	8.72	5.20	4.67	0.70
40	ยางและของทำด้วยยาง	132,651.84	462,717.47	172,416.47	650,516.92	149,788.41	538,588.64	7.33	7.60	- 13.12	- 17.21
84	เครื่องจักร คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	97,473.78	1,063,644.34	127,146.22	1,036,703.31	128,109.64	1,147,472.92	6.27	16.18	0.76	10.68
17	น้ำตาลและขนมทำจากน้ำตาล	72,521.13	76,326.68	112,881.64	116,949.85	126,616.62	132,205.04	6.20	1.86	12.17	13.04
85	อุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ	83,831.34	915,346.52	101,090.80	908,800.11	90,704.49	894,542.54	4.44	12.61	- 10.27	- 1.57
10	ธัญพืช	84,474.06	173,193.48	88,062.19	199,244.76	76,632.36	146,049.68	3.75	2.06	- 12.98	- 26.70
73	ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	34,850.94	104,192.49	41,420.57	104,458.59	59,404.87	138,823.16	2.91	1.96	43.42	32.90
16	ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลา หรือสัตว์น้ำ	50,396.02	189,048.88	54,298.19	218,176.00	54,406.00	232,317.66	2.66	3.28	0.20	6.48
87	ยานยนต์และส่วนประกอบ	41,462.11	588,593.41	48,372.41	547,057.70	50,449.63	750,235.45	2.47	10.58	4.29	37.14
	รวมมูลค่า 10 อันดับแรก	999,537.27	4,232,639.17	1,204,034.48	4,519,111.60	1,244,530.92	4,756,817.81	60.90	67.08	3.36	5.26
	มูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น	1,669,181.67	6,113,203.67	1,971,249.93	6,707,850.65	2,043,664.97	7,091,162.21	100.00	100.00	3.67	5.71

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 2.7 มูลค่าการนำเข้า จำแนกตามสินค้า พิกัด 2 หลัก (หน่วย : ล้านบาท)

HS	สินค้านำเข้า	2553		2554		2555		สัดส่วน ต่อทั้งหมด (2555, %)		Growth 55/54 (%)	
		SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total	SMEs	Total
71	อัญมณีและเครื่องประดับ	286,767.69	337,101.08	570,162.75	629,087.75	396,560.96	429,933.33	16.07	5.56	-30.45	-31.66
84	เครื่องจักร คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	251,605.14	780,429.58	307,239.56	864,766.56	376,232.14	1,123,433.77	15.25	14.52	22.46	29.91
85	อุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ	218,659.09	1,053,912.82	280,216.49	1,071,179.22	311,025.25	1,210,402.73	12.61	15.65	10.99	13.00
39	พลาสติกและของที่ทำได้ด้วยพลาสติก	103,678.85	221,705.14	111,845.32	231,388.52	130,916.60	264,342.28	5.31	3.42	17.05	14.24
72	เหล็กและเหล็กกล้า	92,432.49	351,663.07	108,981.49	400,318.11	123,386.27	438,322.18	5.00	5.67	13.22	9.49
73	ของที่ทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	51,161.39	170,164.53	62,262.49	176,732.50	72,939.75	209,383.11	2.96	2.71	17.15	18.47
87	ยานยนต์และส่วนประกอบ	41,470.46	249,935.06	53,514.24	265,189.00	71,064.08	387,840.54	2.88	5.01	32.79	46.25
90	อุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์	43,984.05	134,365.75	55,294.22	144,215.48	69,311.25	199,969.65	2.81	2.59	25.35	38.66
29	เคมีภัณฑ์อินทรีย์	54,505.80	151,657.96	59,344.09	176,550.88	60,269.36	159,715.81	2.44	2.06	1.56	-9.54
31	ปุ๋ย	30,577.38	65,160.22	43,636.98	83,434.92	44,873.06	86,549.95	1.82	1.12	2.83	3.73
	รวมมูลค่า 10 อันดับแรก	1,174,842.33	3,516,095.20	1,652,497.62	4,042,862.95	1,656,578.73	4,509,893.36	67.15	58.31	0.25	11.55
	มูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น	1,810,427.20	5,837,363.48	2,383,149.08	6,976,578.95	2,466,993.64	7,734,503.43	100.00	100.00	3.52	10.86

ที่มา : กรมศุลกากร

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่

3⁺

ตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
ปี 2555 และปี 2556

3

ตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2555 และปี 2556

3.1 การบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption)

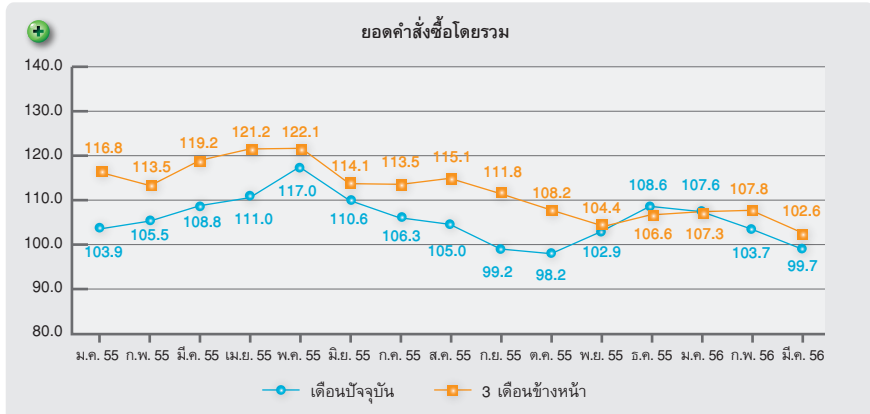
สถานการณ์ด้านการบริโภคของประเทศไทยในปี 2555 นั้น สามารถสะท้อนให้เห็นได้จากดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน โดยในปี 2555 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น - ลดลงในกรอบแคบๆ โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงที่สุดในเดือนกันยายน 2555 และหลังจากนั้นมีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2556 ในเดือนมีนาคม 2556 ขยายตัวร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน แต่ชะลอลงจากเดือนก่อน หลังจากที่เร่งขึ้นมากในช่วงก่อนหน้า โดยดัชนีการอุปโภคบริโภคเอกชนหดตัวร้อยละ 1.1 จากเดือนก่อน

ภาพรวมการบริโภคภาคเอกชนในปี 2555 ขยายตัวจากปีก่อน ตามการใช้จ่ายเพื่อฟื้นฟูความเสียหายจากอุทกภัย ประกอบกับการใช้จ่ายในหมวดยานยนต์ที่ขยายตัวในเกณฑ์สูง ส่วนหนึ่งเป็นผลของมาตรการคืนเงินภาษีรถยนต์คันแรก สำหรับในระยะต่อไปคาดว่า การบริโภคเอกชนจะดีต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากรายได้และการจ้างงานของครัวเรือนที่อยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายใช้สอย ประกอบกับได้รับแรงกระตุ้นจากมาตรการของภาครัฐ อาทิ การปรับลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลและการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำรอบที่สอง ขณะที่ภาวะการเงินที่ยังผ่อนคลายสนับสนุนการใช้จ่าย

เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบย่อยของดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนในเดือนมีนาคม 2556 ชะลอตัวลง ตามการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มและการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคที่ลดลง โดยเฉพาะในหมวดสินค้าคงทน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและเฟอร์นิเจอร์ อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายหมวดยานยนต์ขยายตัวดีตามการส่งมอบรถยนต์ตามคำสั่งซื้อค้างจอง และการเร่งทำการตลาดของผู้ประกอบการ

3.1.1 ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม

ภาพที่ 3.1 ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม ด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวม ระหว่าง มกราคม 2555 - มีนาคม 2556



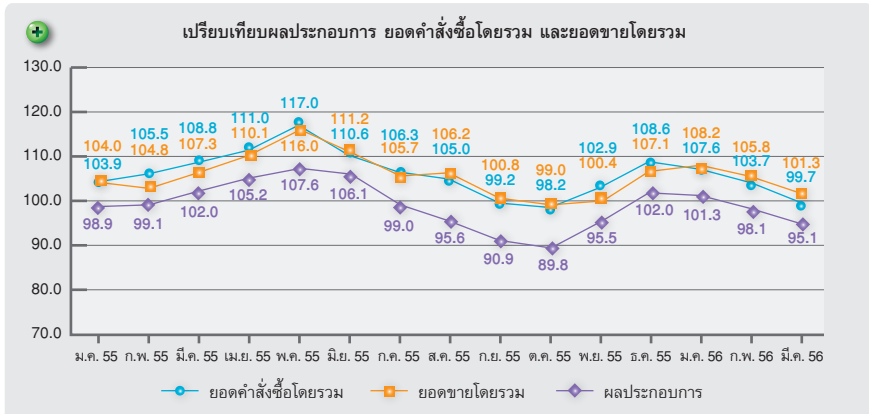
ที่มา : สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
 ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวมระหว่าง ม.ค. 2555 - มี.ค. 2556 พบว่า ความเชื่อมั่นด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แม้ว่าจะมีทิศทางการปรับตัวลดลงมาบ้าง แต่ก็ยังคงมีค่าดัชนีอยู่ในระดับสูงกว่าค่าฐานที่ 100 เป็นจำนวน 12 เดือน จาก 15 เดือนที่ผ่านมา จะมีเพียงค่าดัชนีในเดือนกันยายน 2555 ตุลาคม 2555 และมีนาคม 2556 เท่านั้นที่ค่าดัชนีอยู่ต่ำกว่าค่าฐานที่ 100

เช่นเดียวกันกับดัชนีด้านยอดขายโดยรวมที่มีระดับทิศทางการเคลื่อนไหว และแนวโน้มสอดคล้องกับดัชนียอดคำสั่งซื้อโดยรวม ซึ่งดัชนีทั้ง 2 องค์ประกอบนี้มีความใกล้เคียงกันมาก โดยในเดือน มีนาคม 2556 ดัชนีด้านยอดคำสั่งซื้อโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนก่อน โดยเป็นการปรับลดลงขององค์ประกอบด้านยอดคำสั่งซื้อในต่างประเทศ ขณะที่ดัชนีด้านยอดขายโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนเช่นกัน ซึ่งเป็นการปรับลดลงขององค์ประกอบด้านยอดขายภายในประเทศ

ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม องค์ประกอบด้านผลการประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมมีความเชื่อมั่นลดลง ซึ่งเห็นได้จากค่าดัชนีความเชื่อมั่นด้าน ผลประกอบการที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี 2555 เป็นต้นมา โดยปรับตัว ลดลงต่ำสุดในเดือนตุลาคม 2555 จากนั้นปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง 2 เดือนและกลับมาปรับตัว ลดลงอีกจนถึงเดือนมีนาคม 2556 ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวมีทิศทางสอดคล้องกับดัชนียอดคำสั่งซื้อโดยรวมและยอดขายโดยรวม แต่มีค่าอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ดังภาพที่ 3.10 โดยในเดือน กุมภาพันธ์ 2556 ถึง มีนาคม 2556 ความเชื่อมั่นด้านผลประกอบการ ยอดคำสั่งซื้อโดยรวม และยอดขายโดยรวม มีทิศทางและแนวโน้มที่สอดคล้องใกล้เคียงกัน รวมทั้งค่าความเชื่อมั่น ที่อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสะท้อนภาพความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ที่เห็นว่า ยอดคำสั่งซื้อทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศอยู่ในภาวะที่ลดลง ซึ่งเป็นผลจากความกังวล ต่อปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการประกอบการ โดยต้นทุนการผลิตที่ปรับตัวสูงขึ้น ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อเนื่องรวมทั้งการแข็งค่าของเงินบาทและราคาพลังงานที่อยู่ในระดับสูง ขณะเดียวกันผู้ประกอบการยังคงต้องวางแผนการผลิตเพื่อรองรับสถานการณ์ไฟฟ้าที่อาจ ไม่เพียงพอจากการที่ประเทศพม่าหยุดส่งก๊าซธรรมชาติให้แก่ไทย เนื่องจากหยุดซ่อมบำรุง แท่นขุดเจาะก๊าซในช่วงเดือนเมษายน ตลอดจนสถานการณ์ภัยแล้งในพื้นที่ภาคเหนือและ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่กระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร ขณะที่ปัญหาการฟื้นตัวของ เศรษฐกิจโลกเป็นความกังวลของผู้ประกอบการในช่วงนี้ด้วย

ภาพที่ 3.2 เปรียบเทียบดัชนีด้านผลประกอบการ ยอดคำสั่งซื้อโดยรวม และยอดขายโดยรวม ระหว่าง มกราคม 2555 - มีนาคม 2556

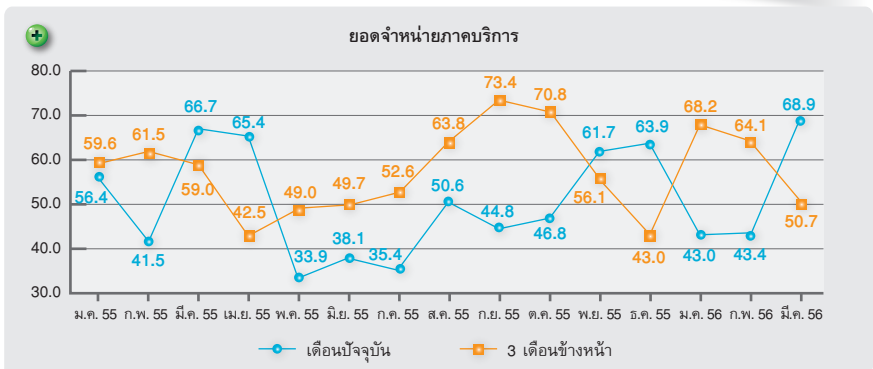
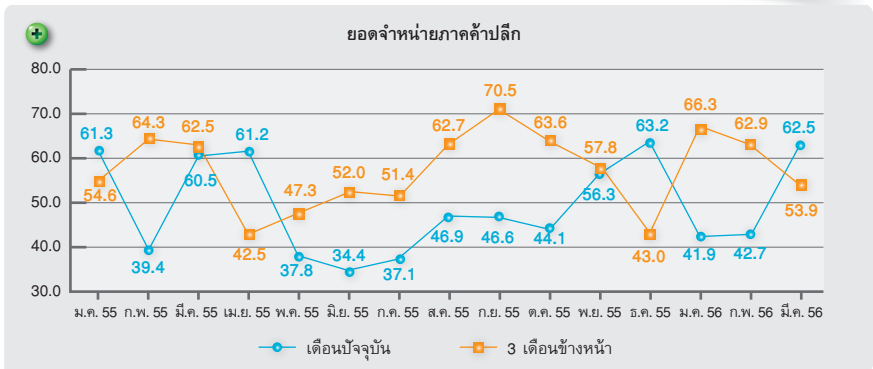
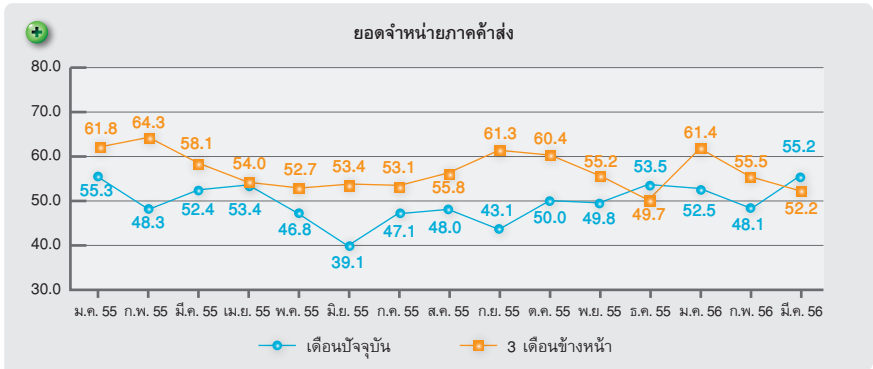


ที่มา : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.1.2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ

ภาพที่ 3.3 ดัชนีความเชื่อมั่นด้านยอดจำหน่าย ระหว่าง ม.ค. 2555 - มี.ค. 2556



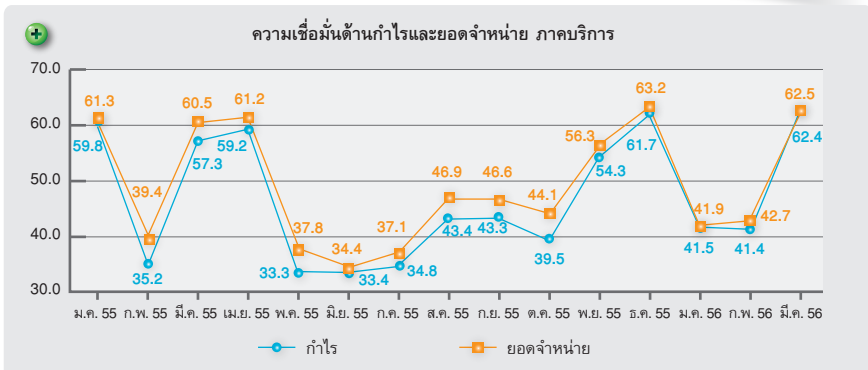
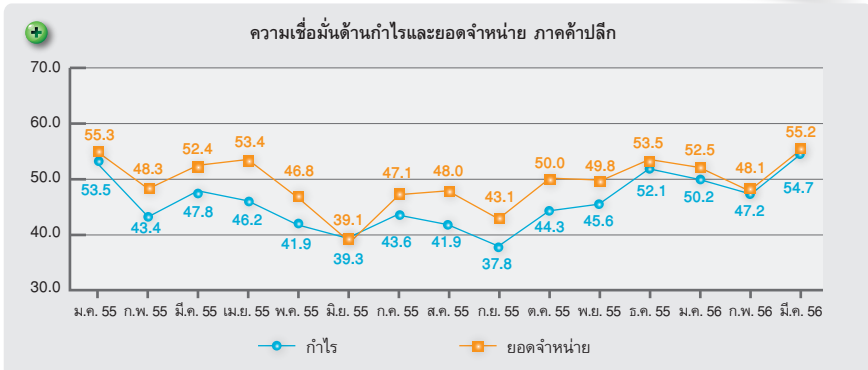
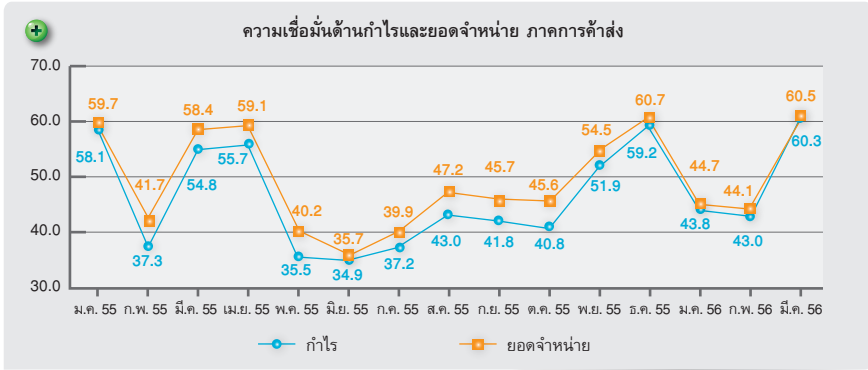
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการด้านกำไรในเดือนมกราคม 2555 - มีนาคม 2556 จะเห็นได้ว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ไม่ดีนักเนื่องจากดัชนีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 50 จะมีเพียงภาคการบริการที่มีค่าดัชนีความเชื่อมั่นส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่เกิน 50 แต่ก็ยังมีแนวโน้มและทิศทางปรับตัวดีขึ้นจากเดือนพฤษภาคม 2555 ที่มีค่าดัชนีต่ำที่สุดในรอบ 15 เดือน และปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องถึงเดือนธันวาคม 2555 ปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อด้านบวกในปี 2555 ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมยังคงมีการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสที่ 4/2555 สถานการณ์ด้านค่าครองชีพ เศรษฐกิจในภาพรวมยังคงมีสัญญาณค่อนข้างทรงตัว ปัจจัยลบต่อความเชื่อมั่นในช่วงไตรมาสที่ 4 ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านการเมืองในประเทศ สถานการณ์ด้านต้นทุนการประกอบกิจการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนในระดับสูง อย่างไรก็ตามในช่วงไตรมาสที่ 1/2556 ความเชื่อมั่นด้านกำไรปรับตัวลดลง แต่เป็นการลดลงเนื่องจากในช่วงไตรมาสที่ 4/2555 ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นสูงจากการที่ประชาชนและผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่าน้ำจะไม่ท่วมในปีนี้ ส่งผลให้ดัชนีในช่วงไตรมาสที่ 4/2555 ปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงกว่าปกติ จึงส่งผลให้ในช่วงไตรมาสที่ 1/2556 ปรับตัวลดลงทั้งที่สถานการณ์เป็นปกติ อย่างไรก็ตามในเดือนมีนาคม 2556 ดัชนีปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากจะเข้าสู่ช่วงเทศกาลสงกรานต์ซึ่งถือเป็นเทศกาลท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย โดยในปีที่รัฐบาลได้ประกาศวันหยุดเพิ่มเติมส่งผลให้เทศกาลสงกรานต์ปีนี้มีวันหยุดยาวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีการเดินทางท่องเที่ยวและเดินทางกลับภูมิลำเนามากขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ นอกจากนี้สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมยังคงมีความคึกคักต่อเนื่อง และสถานการณ์การอุปโภคบริโภคในภาพรวมยังขยายตัวต่อเนื่อง

จากภาพที่ 3.4 ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง มิถุนายน 2555 ค่าดัชนีด้านยอดขายและด้านกำไรลดลงต่ำที่สุด ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศ เศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนในระดับสูงและประชาชนยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองเกี่ยวกับความเห็นที่ยังไม่สอดคล้องกันในแผนปรองดองแห่งชาติ รวมถึงผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากพลังงานที่ราคาเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะราคาน้ำมัน จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องรับภาระต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย แต่ตั้งแต่ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2555 ดัชนีกลับมามีทิศทางและแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอีกครั้งจนถึงเดือนธันวาคม 2555 แม้ว่าในเดือนมกราคม 2556 ถึงกุมภาพันธ์ 2556 จะปรับตัวลดลงอีก แต่ในมีนาคม 2556 ดัชนีด้านยอดขายและด้านกำไรเริ่มมีทิศทางปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากการกระตุ้นจากรัฐบาล

ด้านการบริโภคและโครงสร้างรายได้ประชาชน จากนโยบายปรับเพิ่มค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บาท ต่อวัน การปรับเงินเดือนข้าราชการปริญญาตรีแรกเข้าเดือนละ 15,000 บาท และนโยบายรับจํานำ สิ้นค้าเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้เกษตรกร เป็นต้น

ภาพที่ 3.4 เปรียบเทียบดัชนีความเชื่อมั่นด้านกำไรและยอดจำหน่าย ระหว่าง ม.ค. 2555 - มี.ค. 2556



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.2 การลงทุนภาคเอกชน

การรายงานสถานการณ์การลงทุนในส่วนนี้ เป็นการนำปัจจัยชี้วัดมหัพภาคหรือตัวชี้วัดที่รวมกัน เพื่อสะท้อนภาพการลงทุนของประเทศในปี 2555 และแนวโน้มปี 2556 โดยปัจจัยดังกล่าว ประกอบไปด้วย

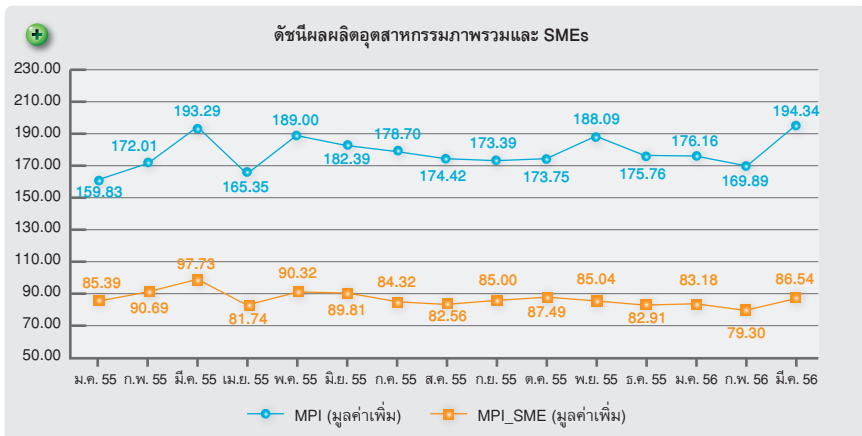
ในเดือนมกราคม 2555 ดัชนีการลงทุนภาคเอกชนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.43 จากเดือนก่อน และเมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 0.12 โดยการลงทุนภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของเครื่องชี้การลงทุนทุกหมวด เว้นแต่ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในประเทศมีอัตราการขยายตัวลดลง ร้อยละ 29.16 และปริมาณการจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ในประเทศ มีอัตราการขยายตัวลดลงเช่นกัน ร้อยละ 13.86 จากระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภาวะน้ำท่วมในปลายปี 2544 ต่อเนื่องต้นปี 2555 และในช่วงเดือน ม.ค. - มี.ค. 2556 ดัชนีการลงทุนภาคเอกชนมีการปรับเพิ่มขึ้นในทิศทางที่ลดลงจากระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากในช่วงระยะเวลาดังกล่าวค่าเงินบาทมีอัตราการปรับตัวแข็งค่าเพิ่มขึ้น ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลที่ประกาศปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำทั่วประเทศเป็น 300 บาทต่อวัน จึงทำให้นักลงทุนได้ชะลอการลงทุน

โดยภาพรวมปี 2555 ดัชนีการลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 15.22 จากปีก่อน โดยการปรับตัวดีขึ้นของดัชนีการลงทุนภาคเอกชนเกิดจากการขยายตัวทั้งหมดการนำเข้าสินค้าราคาทุนหมวดปริมาณการจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ในประเทศ และหมวดปริมาณการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในประเทศ โดยเฉพาะหมวดการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในประเทศ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 54.44 จากปีก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายของรัฐบาลในโครงการรถยนต์คันแรก รองลงมาคือการนำเข้าสินค้าราคาทุน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.31 เนื่องจากได้รับผลประโยชน์จากค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น

3.2.1 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม สะท้อนถึงระดับการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ใช้วัดแนวโน้มของผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม โดยดัชนีอุตสาหกรรมจะเพิ่มขึ้นเมื่อเศรษฐกิจมีการขยายตัว และลดลงเมื่อเศรษฐกิจชะลอตัว จากภาพที่ 3.5 แสดงถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม) ในภาพรวมของประเทศ และในส่วนของ SMEs ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไม่มากนัก โดยเฉพาะในระดับภาพรวมของประเทศ โดยตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 เป็นต้นมา มีอัตราการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นโดยดัชนีได้ปรับตัวขึ้นไปสูงสุดในเดือน มีนาคม ที่ระดับ 193.29 และได้ปรับตัวลดลงเล็กน้อยในช่วงปลายปี 2555 ต่อต้นปี 2556 ก่อนที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในเดือน มี.ค. 56 ที่ระดับ 194.34 เนื่องจากประเทศได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกโดยรวมที่ชะลอตัวลง และค่าเงินบาทของประเทศไทยได้ปรับตัวแข็งค่าขึ้นในช่วงไตรมาส 1/2556 จึงส่งผลกระทบต่อ การส่งออก อีกทั้งภาคเอกชนภายในประเทศด้านการใช้จ่ายมีการชะลอตัวลงเนื่องจากค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น

ภาพที่ 3.5 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมภาพรวมและ SMEs (มูลค่าเพิ่ม)

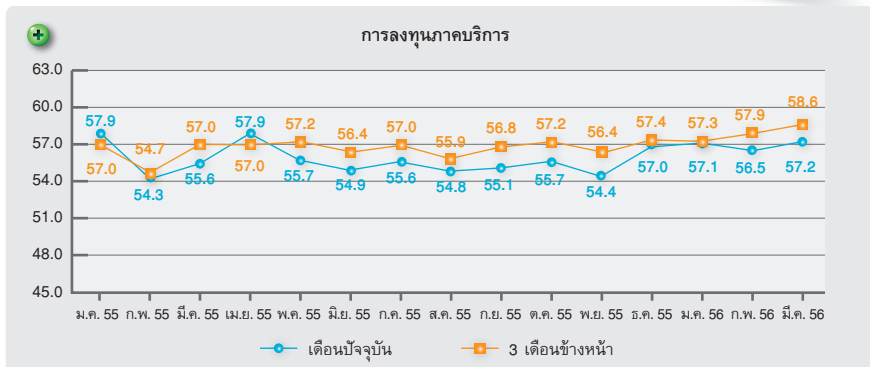
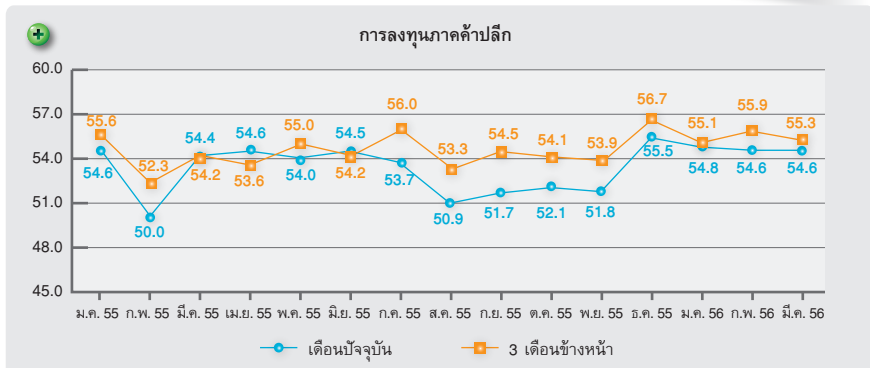
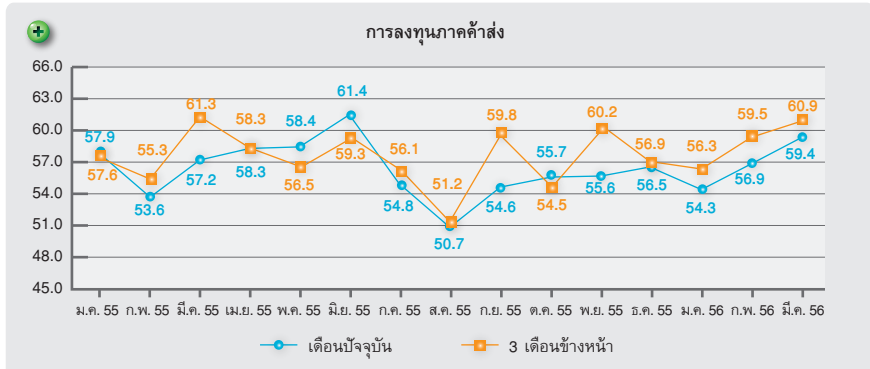


ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อัตราการใช้กำลังผลิตของประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงกว่าระดับร้อยละ 60 ตั้งแต่เดือน
กุมภาพันธ์ 2555 โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตของประเทศได้ปรับขึ้นสูงที่สุดถึงร้อยละ 69.18
ในเดือนพฤษภาคม 2555 และได้ปรับตัวลดลงไปที่ระดับร้อยละ 63.51 ในเดือนธันวาคม 2555
จากนั้นได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นจนถึงเดือนมีนาคม 2556 อยู่ที่ระดับร้อยละ 70.35 แต่อย่างไรก็ตาม
พิจารณาอัตราการใช้กำลังการผลิตของ SMEs จะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าภาพรวมของประเทศ
พอสมควร โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 42.62 - 51.07
ซึ่งมีทิศทางเดียวกับภาพรวมของประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมหลักที่ไทยเป็นฐานการผลิต
เพื่อการส่งออก เช่น ยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอ รวมทั้งเป็น
ปัจจัยหนุนให้อัตราการใช้กำลังการผลิตขยายตัว นอกจากนี้ยังเป็นไปตามทิศทางการขยายตัว
ของเศรษฐกิจโลก และเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของภาคอุตสาหกรรมไทย
เมื่อภาวะเศรษฐกิจโลกฟื้นตัว ไทยสามารถรับคำสั่งซื้อได้จากทั่วโลกและสามารถผลิตและ
ส่งมอบสินค้าได้ทันต่อเวลา จึงเป็นที่มั่นใจของประเทศคู่ค้า

ภาพที่ 3.6 ดัชนีความเชื่อมั่นด้านการลงทุนระหว่าง ม.ค. 2555 - มี.ค. 2556



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความเชื่อมั่นด้านการจ้างงาน เป็นดัชนีชี้แนวโน้มการลงทุนอีกตัวหนึ่งที่จะชี้ให้เห็นถึงภาวะเศรษฐกิจและทิศทางการเติบโตของประเทศ โดยที่ผ่านมาในช่วงปี 2554 ประเทศได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติน้ำท่วมทั่วประเทศ ทำให้แรงงานจำนวนมากโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมต้องเป็นผู้ว่างงาน ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 ในเดือนเมษายน รัฐบาลได้ประกาศปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน ใน 7 จังหวัด จึงทำให้แรงงานบางส่วนกลับเข้าสู่ระบบการจ้างงานอีกครั้ง โดยดัชนีการจ้างงานภาคค้าปลีกและบริการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอยู่ที่ระดับ 51.9 และ 54.0 ตามลำดับ และภาคการขนส่งได้ปรับตัวลงเล็กน้อยจากเดือนก่อนอยู่ที่ระดับ 53.6

เมื่อพิจารณาจากระดับความเชื่อมั่นด้านการจ้างงานของผู้ประกอบการในภาคการค้าและบริการในช่วงต้นปี 2556 จะเห็นว่ามีการปรับตัวลงมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นปีที่รัฐบาลประกาศปรับอัตราค่าแรงงานขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน และปรับเงินเดือนผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี 15,000 บาทต่อเดือน ทั่วประเทศ จึงส่งผลทำให้ต้นทุนแรงงานเพิ่มสูงขึ้นผู้ประกอบการจึงได้ชะลอการจ้างงานลง โดยดัชนีการจ้างงานภาคการค้าและบริการในเดือนมีนาคม ปรับตัวลดลงอยู่ที่ระดับ 51.4 และ 51.6 ตามลำดับ ดัชนีการจ้างงานภาคการค้าส่งปรับตัวเพิ่มขึ้นอยู่ที่ระดับ 54.8

แต่อย่างไรก็ตามแรงงานไทยต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ AEC (Asean Economics Community) ซึ่งเป็นการเปิดเสรีทางการค้าที่จะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีฝีมืออย่างเสรีในระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างแน่นอน

3.3 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI)

การเพิ่มขึ้นขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยเฉพาะสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging-market economies) จำเป็นที่จะต้องอาศัยการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment = FDI) ช่วยผลักดันกิจกรรมต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจให้ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว แม้ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยและกำลังตกต่ำ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของไทย (FDI) กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจฟื้นกลับคืนสู่การเจริญเติบโตอีกครั้ง โดยจะทำให้มีเงินทุนไหลเข้าประเทศเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ตลาดเงินภายใน

ประเทศและกัการที่ประสบบัญหาทางด้านการเงิน การขยายกัการหรือการลงทุนใหม่ ๆ ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น นอกจากนั้น การลงทุนจากต่างชาติจะก่อให้เกิดการถ่ายโอนเทคโนโลยี ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานเป็นสินค้าคุณภาพที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

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

3.3.1 มูลค่าเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิ ปี 2553 - ปี 2555

จากสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิในประเทศไทยในปี 2555 มีมูลค่ารวม 267,546.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 30,361.00 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.80 โดยประเทศที่มีมูลค่าเงินลงทุนโดยตรงสุทธิสูงสุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ญี่ปุ่น มูลค่า 107,559.80 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.20 ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมด แต่มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี 2554 ร้อยละ 20.37 รองลงมา คือ สหราชอาณาจักร ที่มีเงินลงทุนเพิ่มขึ้น 18,762.13 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.16 ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมด มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 326.05 และสหรัฐอเมริกา มีเงินลงทุนเพิ่มขึ้น 9,106.84 ล้านบาท จึงส่งผลให้ขยับลงมาเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.53 ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมด มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 66.37

ตารางที่ 3.1 เปรียบเทียบเงินลงทุนโดยตรงสุทธิจากต่างประเทศในไทย
ปี 2553 - ปี 2555 จำแนกตามแหล่งที่มา

ลำดับ ที่	2553		2554		2555			อัตราการ ขยายตัว (%) Y-O-Y
	ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วนมูลค่า เงินลงทุน ทั้งหมด (%)	
1	ญี่ปุ่น	106,606.27	ญี่ปุ่น	135,082.43	ญี่ปุ่น	107,559.80	40.20	-20.37
2	สหรัฐอเมริกา	32,752.30	เคย์แมน ไอส์แลนด์	14,652.79	สหราชอาณาจักร	24,516.42	9.16	326.05
3	สิงคโปร์	28,766.40	สวีตเซอร์แลนด์	14,413.85	สหรัฐอเมริกา	22,827.47	8.53	66.37
4	จีน	22,698.62	สหรัฐอเมริกา	13,720.63	ฮ่องกง	16,543.62	6.18	21.78
5	เนเธอร์แลนด์	14,932.47	ฮ่องกง	13,584.42	ฝรั่งเศส	13,275.67	4.96	58.07
6	มาเลเซีย	10,269.85	เดนมาร์ก	10,253.37	เนเธอร์แลนด์	12,969.80	4.85	-18.20
7	เคย์แมน ไอส์แลนด์	8,528.22	จีน	9,866.73	เคย์แมน ไอส์แลนด์	10,668.48	3.99	-27.19
8	ฝรั่งเศส	7,559.40	ฝรั่งเศส	8,398.53	จีน	10,433.18	3.90	5.74
9	มอริเชียส	7,161.11	สิงคโปร์	6,931.66	เดนมาร์ก	9,852.79	3.68	-3.91
10	ลักเซมเบิร์ก	6,105.42	มอริเชียส	6,106.57	สวีตเซอร์แลนด์	9,786.40	3.66	-32.10
11	อื่นๆ	44,441.98	อื่นๆ	4,174.26	อื่นๆ	29,112.61	10.88	154.08
	รวม	289,822.04	รวม	237,185.24	รวม	267,546.24	100.00	12.80

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย ณ 30 เมษายน 2556

ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อพิจารณามูลค่าเงินลงทุนโดยตรงสุทธิเป็นรายสาขา พบว่า สาขาที่มีมูลค่าเงินลงทุนสูงที่สุดยังคงเป็นภาคการผลิต โดยคิดเป็นมูลค่า 164,768.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 61.95 ของมูลค่าเงินลงทุนโดยตรงสุทธิทั้งหมด และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 25.58 รองลงมาได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ มูลค่า 24,082.99 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.00 และมีอัตราการขยายตัวลดลงจากปีก่อนร้อยละ 28.87 และกิจกรรมทางการเงินและประกันภัย คิดเป็นมูลค่า 24,049.14 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.99 มีอัตราการขยายตัวลดลง เท่ากับร้อยละ 41.09 ทั้งนี้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่มีมูลค่าเงินลงทุนสูงสุด ได้แก่ สาขาการผลิตคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตเคมีภัณฑ์ การผลิตยางและพลาสติก การผลิตยานยนต์ รถพ่วงและรถเกี่ยวพ่วง ตามลำดับ



ส่วนที่ **02**

สถานการณ์เชิงโครงสร้างของ SMEs

บทที่

4⁺

จำนวนและการจ้างงาน
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2555

4

จำนวนและการจ้างงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2555

4.1 จำนวนวิสาหกิจ

จำนวนวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,781,945 ราย จำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2,739,142 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.5 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ โดยเป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดเล็กมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 2,724,902 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.9 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 99.5 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ โดยมีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มภาคการขนส่ง ขยายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ฯ มากที่สุด จำนวน 1,193,038 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ รองลงมาอยู่ในภาคบริการ 1,035,089 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.8 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ และอยู่ในภาคการผลิต จำนวน 511,015 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ

เมื่อพิจารณาจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามจังหวัด พบว่า กรุงเทพมหานคร มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 541,257 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รองลงมาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 93,235 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.4 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 85,842 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนจังหวัดที่มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมน้อยที่สุดคือ จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวน 5,518 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4.1 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามรายจังหวัด และขนาดของวิสาหกิจ

จังหวัด	SE	ME	SMEs	LE	N/A	Total
กรุงเทพมหานคร	536,307	4,950	541,257	3,264	379	544,900
สมุทรปราการ	73,264	843	74,107	475	203	74,785
นนทบุรี	54,917	309	55,226	145	223	55,594
ปทุมธานี	59,461	401	59,862	229	212	60,303
พระนครศรีอยุธยา	34,926	256	35,182	172	158	35,512
อ่างทอง	10,689	25	10,714	8	160	10,882
ลพบุรี	23,497	63	23,560	17	348	23,925
สิงห์บุรี	9,214	25	9,239	11	96	9,346
ชัยนาท	9,760	34	9,794	7	147	9,948
สระบุรี	19,564	105	19,669	55	260	19,984
ชลบุรี	85,056	786	85,842	462	188	86,492
ระยอง	32,084	338	32,422	262	271	32,955
จันทบุรี	14,376	37	14,413	22	223	14,658
ตราด	8,288	26	8,314	12	105	8,431
ฉะเชิงเทรา	20,176	212	20,388	141	165	20,694
ปราจีนบุรี	14,914	85	14,999	72	105	15,176
นครนายก	7,408	28	7,436	2	176	7,614
สระแก้ว	20,629	33	20,662	10	191	20,863
นครราชสีมา	76,311	207	76,518	105	905	77,528
บุรีรัมย์	39,571	112	39,683	73	994	40,750
สุรินทร์	51,598	98	51,696	30	863	52,589
ศรีสะเกษ	37,118	125	37,243	115	1,181	38,539
อุบลราชธานี	52,802	181	52,983	111	1,388	54,482
ยโสธร	19,150	49	19,199	18	466	19,683
ชัยภูมิ	30,914	71	30,985	16	672	31,673
อำนาจเจริญ	11,261	44	11,305	11	742	12,058
บึงกาฬ	8,076	29	8,105	4	189	8,298
หนองบัวลำภู	14,933	45	14,978	7	685	15,670
ขอนแก่น	75,778	184	75,962	68	1,214	77,244
อุดรธานี	38,561	137	38,698	41	1,006	39,745
เลย	15,934	40	15,974	14	747	16,735
หนองคาย	16,183	34	16,217	13	216	16,446
มหาสารคาม	39,261	142	39,403	101	976	40,480
ร้อยเอ็ด	51,319	201	51,520	70	1,544	53,134
กาฬสินธุ์	38,225	66	38,291	18	855	39,164
สกลนคร	25,525	65	25,590	16	1,017	26,623
นครพนม	20,551	55	20,606	8	580	21,194
มุกดาหาร	12,788	44	12,832	16	413	13,261
เชียงใหม่	92,931	304	93,235	118	1,585	94,938
ลำพูน	25,565	81	25,646	39	649	26,334
ลำปาง	29,329	59	29,388	21	451	29,860

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามรายจังหวัด และขนาดของวิสาหกิจ

+	จังหวัด	SE	ME	SMEs	LE	N/A	Total
	อุดรดิตต์	14,677	45	14,722	13	630	15,365
	แพร่	35,184	58	35,242	4	827	36,073
	น่าน	24,546	52	24,598	7	551	25,156
	พะเยา	21,303	80	21,383	9	484	21,876
	เชียงราย	46,811	137	46,948	36	1,039	48,023
	แม่ฮ่องสอน	6,728	13	6,741	4	153	6,898
	นครสวรรค์	31,477	106	31,583	36	350	31,969
	อุทัยธานี	8,543	13	8,556	4	314	8,874
	กำแพงเพชร	20,814	65	20,879	31	260	21,170
	ตาก	16,572	60	16,632	13	565	17,210
	สุโขทัย	16,679	40	16,719	5	288	17,012
	พิษณุโลก	30,488	93	30,581	24	487	31,092
	พิจิตร	13,973	39	14,012	9	166	14,187
	เพชรบูรณ์	29,385	50	29,435	10	962	30,407
	ราชบุรี	26,821	111	26,932	41	187	27,160
	กาญจนบุรี	29,065	74	29,139	18	343	29,500
	สุพรรณบุรี	21,799	76	21,875	23	292	22,190
	นครปฐม	39,927	288	40,215	104	89	40,408
	สมุทรสาคร	28,669	442	29,111	195	63	29,369
	สมุทรสงคราม	5,491	27	5,518	12	104	5,634
	เพชรบุรี	16,393	62	16,455	34	102	16,591
	ประจวบคีรีขันธ์	21,722	113	21,835	36	280	22,151
	นครศรีธรรมราช	53,013	102	53,115	26	730	53,871
	กระบี่	17,116	87	17,203	36	219	17,458
	พังงา	12,323	67	12,390	18	195	12,603
	ภูเก็ต	36,250	287	36,537	157	183	36,877
	สุราษฎร์ธานี	54,482	184	54,666	88	308	55,062
	ระนอง	8,111	36	8,147	7	112	8,266
	ชุมพร	16,960	49	17,009	20	248	17,277
	สงขลา	48,999	215	49,214	104	322	49,640
	สตูล	12,400	39	12,439	14	202	12,655
	ตรัง	27,456	66	27,522	17	308	27,847
	พัทลุง	24,513	32	24,545	4	262	24,811
	ปัตตานี	17,356	38	17,394	7	251	17,652
	ยะลา	10,563	29	10,592	5	151	10,748
	นราธิวาส	20,074	36	20,110	21	233	20,364
	ไม่ระบุจังหวัด	5		5		4	9
	รวมทั้งสิ้น	2,724,902	14,240	2,739,142	7,591	35,212	2,781,945

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
 ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4.2 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ISIC	SE	ME	SMEs	LE	N/A	Total
A เกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้	20,065	665	20,730	62	6	20,798
B การประมง	1,351	39	1,390	3		1,393
C การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	2,280	103	2,383	30		2,413
D การผลิตอุตสาหกรรม	479,836	4,998	484,834	2,576	8	487,418
E การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	1,589	89	1,678	154		1,832
F การก่อสร้าง	113,761	471	114,232	128		114,360
G การขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์	1,189,897	3,141	1,193,038	2,650		1,195,688
H โรงแรมและภัตตาคาร	303,514	1,405	304,919	576		305,495
I การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า	96,449	650	97,099	311		97,410
J การเป็นตัวกลางทางการเงิน	9,882	294	10,176	153	5	10,334
K กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์	263,256	1,871	265,127	659	1	265,787
L การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมบังคับ	202		202			202
M การศึกษา	2,204	74	2,278	27		2,305
N งานด้านสุขภาพและสังคมสงเคราะห์	3,610	142	3,752	118		3,870
O กิจกรรมด้านการบริการชุมชน สังคม และการบริการส่วนบุคคลอื่นๆ	236,846	298	237,144	144		237,288
P ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	0	0	0	0	0	0
Q องค์การระหว่างประเทศและองค์การต่างประเทศ ไม่สามารถระบุได้	160		160			160
รวมทั้งสิ้น	2,724,902	14,240	2,739,142	7,591	35,212	2,781,945

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อพิจารณาจำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีจำนวนวิสาหกิจสูงสุด คือ กิจกรรมการขายส่ง ขายปลีกและซ่อมแซมยานยนต์ มีวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 1,195,688 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม 1,193,038 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ รองลงมาเป็นกิจกรรมการผลิตอุตสาหกรรม มีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 487,418 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 484,834 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ ส่วนกิจกรรมโรงแรมและภัตตาคาร มีจำนวนทั้งสิ้น 305,495 ราย ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 304,919 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ

4.2 การจ้างงานของ SMEs

การจ้างงานในวิสาหกิจของไทยนั้น ในปี 2555 มีการจ้างงานในกิจการทุกขนาด รวมทั้งสิ้น 14,662,812 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ (LE) 2,251,547 คน และเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 11,783,143 คน หรือร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด โดยที่วิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) จะมีสัดส่วนต่อวิสาหกิจรวมสูงที่สุด ถึงร้อยละ 71.8 และยังมีสัดส่วนต่อ SMEs สูงที่สุด ร้อยละ 89.4 โดยมีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มภาคบริการมากที่สุด จำนวน 4,021,275 คน คิดเป็นร้อยละ 88.4 ของวิสาหกิจภาคบริการทั่วประเทศ รองลงมาอยู่ในภาคการขนส่ง ขยายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ จำนวน 3,908,916 คน คิดเป็นร้อยละ 89.3 ของวิสาหกิจรวมภาคการขนส่ง ขยายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ ทั่วประเทศ และอยู่ในภาคการผลิต จำนวน 3,852,952 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 ของวิสาหกิจภาคการผลิตทั่วประเทศ

สำหรับจำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามจังหวัด พบว่ากรุงเทพมหานคร มีจำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 2,849,580 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รองลงมาอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวน 502,311 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจังหวัดชลบุรี มีจำนวน 370,281 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามลำดับ ส่วนจังหวัดที่มีการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมน้อยที่สุดคือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีจำนวน 22,350 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4.3 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามรายจังหวัดและขนาดของวิสาหกิจ

+	จังหวัด	SE	ME	SMEs	LE	N/A	Total
	กรุงเทพมหานคร	2,408,783	440,797	2,849,580	1,118,339	1,770	3,969,689
	สมุทรปราการ	385,254	117,057	502,311	178,331	2,108	682,750
	นนทบุรี	191,816	21,483	213,299	54,126	1,910	269,335
	ปทุมธานี	232,598	43,842	276,440	140,295	2,380	419,115
	พระนครศรีอยุธยา	147,540	36,133	183,673	116,928	2,113	302,714
	อ่างทอง	42,910	1,450	44,360	1,241	2,507	48,108
	ลพบุรี	84,819	2,993	87,812	2,984	4,414	95,210
	สิงห์บุรี	34,190	1,732	35,922	1181	1489	38,592
	ชัยนาท	36,808	2,464	39,272	388	2,483	42,143
	สระบุรี	92,925	8,849	101,774	10,865	4,273	116,912
	ชลบุรี	310,155	60,126	370,281	114,741	2,017	487,039
	ระยอง	121,417	30,976	152,393	60,839	3,895	217,127
	จันทบุรี	64,684	5,333	70,017	1,605	3,831	75,453
	ตราด	29,513	2,565	32,078	617	1,455	34,150
	ฉะเชิงเทรา	87,323	19,764	107,087	26,216	2,579	135,882
	ปราจีนบุรี	58,751	8,294	67,045	25,716	1,533	94,294
	นครนายก	30,615	1,758	32,373	1918	2,959	37,250
	สระแก้ว	67,114	5,122	72,236	637	2,775	75,648
	นครราชสีมา	255,959	19,934	275,893	30,965	18,312	325,170
	บุรีรัมย์	132,941	5,666	138,607	3,936	18,026	160,569
	สุรินทร์	145,326	4,642	149,968	1,930	18,208	170,106
	ศรีสะเกษ	137,032	6,972	144,004	8,353	21,292	173,649
	อุบลราชธานี	197,718	12,088	209,806	14,480	26,490	250,776
	ยโสธร	71,164	3,460	74,624	1324	8,606	84,554
	ชัยภูมิ	104,846	4,920	109,766	1443	12,382	123,591
	อำนาจเจริญ	47,623	3,737	51,360	872	16,676	68,908
	บึงกาฬ	24,235	2122	26,357	569	5,141	32,067
	หนองบัวลำภู	56,682	3,526	60,208	1064	12,530	73,802
	ขอนแก่น	256,919	15,181	272,100	16,310	25,488	313,898
	อุดรธานี	153,373	8,520	161,893	5,944	18,037	185,874
	เลย	60,534	2,397	62,931	1013	10870	74,814
	หนองคาย	59,261	2,841	62,102	504	4,737	67,343
	มหาสารคาม	144,334	12,357	156,691	20,642	17,026	194,359
	ร้อยเอ็ด	198,853	13,754	212,607	4,277	36,699	253,583
	กาฬสินธุ์	119,633	5,380	125,013	2,336	15,064	142,413
	สกลนคร	85,667	4,250	89,917	1611	21386	112,914
	นครพนม	68,022	3,879	71,901	591	12,479	84,971
	มุกดาหาร	45,201	2,866	48,067	979	8,573	57,619
	เชียงใหม่	321,164	22,333	343,497	20,229	24,598	388,324
	ลำพูน	87,770	8,789	96,559	29,263	9,638	135,460
	ลำปาง	110,829	8,588	119,417	3,062	5,598	128,077

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามรายจังหวัดและขนาดของวิสาหกิจ

+	จังหวัด	SE	ME	SMEs	LE	N/A	Total
	อุดรดิตถ์	51,302	2,630	53,932	2,084	9,300	65,316
	แพร่	113,728	3,742	117,470	576	9,897	127,943
	พษน	65,194	3,894	69,088	562	10,103	79,753
	พะเยา	72,480	4,798	77,278	737	8,695	86,710
	เชียงราย	155,751	8,516	164,267	2,314	15,878	182,459
	แม่ฮ่องสอน	21,446	904	22,350	239	1,733	24,322
	นครสวรรค์	123,788	7,595	131,383	3,645	6,787	141,815
	อุทัยธานี	31,300	513	31,813	532	4,175	36,520
	กำแพงเพชร	73,451	1,965	75,416	1,467	5,238	82,121
	ตาก	64,494	6,099	70,593	1,943	10,588	83,124
	สุโขทัย	58,587	3,548	62,135	138	4,372	66,645
	พิษณุโลก	101,810	4,822	106,632	2,547	9,114	118,293
	พิจิตร	50,089	1,992	52,081	778	3,012	55,871
	เพชรบูรณ์	101,951	4,475	106,426	902	15,904	123,232
	ราชบุรี	113,991	10,202	124,193	6,649	3,503	134,345
	กาญจนบุรี	106,979	6,665	113,644	3,886	5,179	122,709
	สุพรรณบุรี	92,991	2,682	95,673	1,709	4,701	102,083
	นครปฐม	190,316	33,059	223,375	31,109	1,374	255,858
	สมุทรสาคร	176,450	55,763	232,213	69,085	692	301,990
	สมุทรสงคราม	28,901	1,849	30,750	1,041	1,975	33,766
	เพชรบุรี	64,973	6,253	71,226	4,882	1,767	77,875
	ประจวบคีรีขันธ์	75,566	8,849	84,415	8,347	6,578	99,340
	นครศรีธรรมราช	179,416	7,015	186,431	2,029	13,842	202,302
	กระบี่	69,933	5,859	75,792	2,995	4,248	83,035
	พังงา	43,816	3,028	46,844	901	4,371	52,116
	ภูเก็ต	116,105	15,222	131,327	15,263	2,360	148,950
	สุราษฎร์ธานี	175,787	10,485	186,272	3,588	7,155	197,015
	ระนอง	31,230	2,335	33,565	1,296	2,072	36,933
	ชุมพร	57,151	2,072	59,223	3,879	7,471	70,573
	สงขลา	202,869	16,369	219,238	36,797	5,386	261,421
	สตูล	42,772	1,953	44,725	2144	3,246	50,115
	ตรัง	102,758	7,108	109,866	3,239	5,648	118,753
	พัทลุง	84,739	2,531	87,270	238	6,486	93,994
	ปัตตานี	63,890	3,895	67,785	3305	3,481	74,571
	ยะลา	43,537	1,646	45,183	434	2,642	48,259
	นราธิวาส	69,862	2,161	72,023	1,603	4,798	78,424
	ไม่ระบุจังหวัด	5		5		4	9
	รวมทั้งสิ้น	10,531,709	1,251,434	11,783,143	2,251,547	628,122	14,662,812

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4.4 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ISIC	SE	ME	SMEs	LE	N/A	Total
A เกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้	276,699	48,846	325,545	26,462	1,815	353,822
B การประมง	19,313	3,257	22,570	761		23,331
C การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	43,226	7,096	50,322	6,326		56,648
D การผลิตอุตสาหกรรม	2,767,008	663,513	3,430,521	1,190,961	2,265	4,623,747
E การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	18,990	5,004	23,994	35,059		59,053
F การก่อสร้าง	405,558	45,324	450,882	75,849		526,731
G การขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์	3,755,513	153,403	3,908,916	466,361		4,375,277
H โรงแรมและภัตตาคาร	1,034,641	73,662	1,108,303	74,136		1,182,439
I การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า	395,440	56,439	451,879	71,557		523,436
J การเป็นตัวกลางทางการเงิน	88,796	30,715	119,511	94,759	1,513	215,783
K กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์	1,012,430	92,083	1,104,513	122,823	201	1,227,537
L การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ	589		589			589
M การศึกษา	14,720	5,033	19,753	7,351		27,104
N งานด้านสุขภาพและสังคมสงเคราะห์	28,046	20,015	48,061	43,369		91,430
O กิจกรรมด้านการบริการชุมชน สังคม และการบริการส่วนบุคคลอื่นๆ	669,155	47,044	716,199	35,773		751,972
Q อีกระหว่างประเทศและอีกร่างต่างประเทศ ไม่สามารถระบุได้	1,585		1,585			1,585
รวมทั้งสิ้น	10,531,709	1,251,434	11,783,143	2,251,547	628,122	14,662,812

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดวิสาหกิจและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในปี 2555 พบว่า กิจกรรมการผลิตอุตสาหกรรม ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 4,623,747 คน โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 3,430,521 คน รองลงมาเป็น กิจกรรมการขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ มีจำนวนการจ้างงานมากที่สุด ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 4,375,277 คน โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 3,908,916 คน ส่วนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีจำนวนการจ้างงานน้อยที่สุดคือ กิจกรรมการบริหารราชการและการป้องกันประเทศ รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,585 คน โดยเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) ทั้งหมด

4.3 ผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity) จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

4.3.1 ภาคการผลิต

จากภาพรวมผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของภาคการผลิต ปี 2555 พบว่า สาขาที่มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยสูงสุด คือ สาขาปิโตรเลียมและเชื้อเพลิง มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 8,526,230.9 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 164,104.4 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 19,247 คน เมื่อพิจารณาผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SMEs ในภาคการผลิต ปี 2555 พบว่า สาขาที่มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยสูงสุด คือ สาขาปิโตรเลียมและเชื้อเพลิง มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 9,537,598.4 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 70,759.4 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 7,419 คน สำหรับสาขาที่มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SMEs น้อยที่สุด คือ สาขาไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 52,268.3 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 12,203.5 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 233,477 คน (ดังตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (Labour Productivity Average) ในภาคการผลิต
จำแนกตามสาขาอุตสาหกรรม (ISIC 2 หลัก) และขนาดวิสาหกิจ ปี 2555

ISIC	สาขาอุตสาหกรรม	ขนาดย่อม (SE)			ขนาดกลาง (ME)			SMEs			ขนาดใหญ่ (LE)			รวม		
		แรงงาน GDP มูลค่า (คน) (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	แรงงาน GDP มูลค่า (คน) (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	แรงงาน GDP มูลค่า (คน) (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	แรงงาน GDP มูลค่า (คน) (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	แรงงาน GDP มูลค่า (คน) (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	แรงงาน GDP มูลค่า (คน) (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	แรงงาน GDP มูลค่า (คน) (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	
15	อาหารและเครื่องดื่ม	494,253	94,116.6	190,421.9	114,464	127,232.3	1,111,548.4	608,717	221,348.9	363,631.8	253,312	444,922.8	1,756,422.2	863,342	666,271.7	771,735.5
16	ยาสูบ	9,052	237.7	26,261.2	399	455.9	1,142,558.5	9,451	693.6	73,388.8	1,518	66,163.9	43,586,208.4	10,969	66,857.5	6,095,128.2
17	สิ่งทอ สิ่งถัก	240,884	19,986.2	82,970.0	54,325	45,638.0	840,091.3	295,209	65,624.1	222,297.1	72,376	144,215.1	1,992,582.2	367,585	209,839.2	570,859.1
18	เครื่องแต่งกาย	324,142	36,833.3	113,633.1	57,946	65,593.3	1,131,972.8	382,088	102,426.6	268,070.6	54,844	193,394.7	3,526,268.6	436,932	295,821.2	677,041.8
19	ฟอกและตกแต่งหนังสือ	62,402	22,263.8	356,780.7	18,732	36,132.6	1,928,921.5	81,134	58,396.4	719,752.3	19,953	63,988.2	3,206,944.6	101,087	122,384.6	1,210,685.4
20	ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	210,006	4,896.9	23,317.7	23,471	7,306.6	311,303.1	233,477	12,203.5	52,268.3	13,523	4,986.7	368,760.0	247,000	17,190.2	69,595.9
21	กระดาษและผลิตภัณฑ์	33,588	7,954.2	236,816.1	17,057	8,323.2	487,965.1	50,645	16,277.4	321,401.9	22,888	53,093.1	2,319,693.2	73,533	69,370.5	943,393.3
22	การพิมพ์โฆษณา	81,553	16,900.0	207,226.9	10,711	8,307.0	775,554.1	92,264	25,206.9	273,204.5	18,714	6,353.8	339,520.2	110,978	31,560.7	284,387.2
23	ปิโตรเลียมและเชื้อเพลิง	4,755	63,911.8	13,440,965.2	2,664	6,847.7	2,570,440.3	7,419	70,759.4	9,537,598.4	11,828	93,344.9	7,891,860.2	19,247	164,104.4	8,526,230.9
24	เคมี	133,890	30,976.9	231,361.1	47,278	128,852.0	2,725,410.6	181,168	159,828.9	882,213.7	47,814	83,855.1	1,753,776.2	229,608	243,684.0	1,061,304.3
25	ยางและพลาสติก	137,840	21,808.0	158,212.2	71,855	50,536.4	703,310.4	209,695	72,344.3	344,997.9	92,481	90,862.6	982,500.4	302,176	163,207.0	540,105.6
26	ผลิตภัณฑ์จากแร่โลหะ	130,260	25,888.7	198,746.5	25,288	20,800.6	822,547.5	155,548	46,689.3	300,160.1	43,210	124,055.2	2,870,982.8	198,758	170,744.5	859,057.1
27	โลหะขั้นมูลฐาน	46,212	6,768.9	146,474.4	20,016	21,517.2	1,075,001.2	66,228	28,286.1	427,101.8	29,415	19,171.2	651,750.7	95,643	47,457.3	496,192.5
28	โลหะประดิษฐ์	304,898	26,186.6	85,886.4	43,085	25,362.3	588,657.1	347,983	51,548.9	148,136.2	50,846	63,856.2	1,255,875.4	399,155	115,405.1	289,123.6
29	เครื่องจักรและอุปกรณ์	75,944	56,198.8	744,413.8	23,492	24,762.4	1,054,079.4	98,986	80,961.2	817,905.6	45,440	96,700.7	2,128,095.9	144,426	177,661.9	1,230,124.0
30	เครื่องจักรสำนักงาน	3,619	4,375.9	1,209,145.7	2,008	7,116.8	3,544,212.2	5,627	11,492.7	2,042,416.3	25,041	186,098.1	7,431,736.9	30,668	197,590.8	6,442,898.1
31	เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า	39,922	13,602.8	340,734.9	15,421	23,311.5	1,511,673.1	55,343	36,914.3	667,009.9	35,149	28,914.8	822,635.6	90,492	65,829.2	727,458.2
32	โทรทัศน์และการสื่อสาร	33,051	9,995.3	302,420.9	17,143	17,428.2	1,016,639.2	50,194	27,423.6	546,351.3	161,460	216,212.2	1,339,106.7	211,654	243,635.7	1,151,103.8
33	เครื่องมือที่ใช้ทางการแพทย์	7,410	4,347.8	586,748.8	3,150	3,830.8	1,216,124.9	10,560	8,178.6	774,488.8	22,171	33,272.5	1,500,722.0	32,731	41,451.1	1,266,417.4
34	รถพ่วงและรถกึ่งพ่วง	43,639	3,432.2	78,649.5	25,768	7,476.1	290,132.7	69,407	10,908.3	157,164.6	108,886	388,756.8	3,570,310.7	178,293	399,665.2	2,241,620.1
35	อุปกรณ์การขนส่ง	19,149	7,224.4	377,273.0	6,056	16,965.1	2,801,365.5	25,205	24,189.5	959,709.2	21,761	35,514.6	1,632,029.6	46,966	59,704.1	1,271,218.9
36	เครื่องเรือนที่มีได้จัดไว้ในประเภทอื่น	324,243	48,645.9	150,029.2	62,457	120,337.1	1,926,719.5	386,700	168,983.1	436,987.5	38,095	126,616.0	3,323,690.2	424,795	295,599.0	695,862.8

4.3.2 ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง

จากภาพรวมผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของภาคการค้าและการซ่อมบำรุง ปี 2555 พบว่า สาขาภาคค้าส่งและค้าปลีก มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 354,025.8 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 1,346,693.1 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 3,803,941 คน ส่วนสาขาการซ่อมบำรุง มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 201,474.9 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 115,109.9 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 571,336 คน สำหรับผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SMEs ในภาคการค้าและการซ่อมบำรุง ปี 2555 พบว่า สาขาภาคค้าส่งและค้าปลีก มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 314,872.0 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 1,053,146.6 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 3,344,682 คน ส่วนสาขาการซ่อมบำรุง มีผลิตภาพแรงงานของ SMEs เฉลี่ย 200,829.0 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 113,314.6 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 564,234 คน (ดังตารางที่ 4.6)

4.3.2 ภาคบริการ

จากภาพรวมผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของภาคการบริการ ปี 2555 พบว่า สาขาที่มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยสูงสุด คือ สาขาการศึกษา มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 18,601,977.6 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 504,188 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 27,104 คน เมื่อพิจารณาผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SMEs ในภาคการบริการ ปี 2555 พบว่า สาขาที่มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยสูงสุด คือ สาขาการศึกษา (เอกชน) มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 2,250,483.5 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 44,453.8 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 19,753 คน สำหรับสาขาที่มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยของ SMEs น้อยที่สุด คือ สาขาบริการอื่นๆ มีผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย 156,299.7 บาท/คน/ปี ซึ่งมีมูลค่า GDP เท่ากับ 111,941.7 ล้านบาท และมีจำนวนการจ้างงานรวม 716,199 คน (ดังตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.6 ผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (Labour Productivity Average) ในภาคการค้าและการซ่อมบำรุง
จำแนกตามสาขาการค้า (ISIC 2 หลัก) และขนาดวิสาหกิจ ปี 2555

สาขาการค้า	ขนาดย่อม (SE)			ขนาดกลาง (ME)			SMEs			ขนาดใหญ่ (LE)			รวม		
	การจ้างงาน (คน)	GDP มูลค่า (ล้านบาท)	ผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	GDP มูลค่า (ล้านบาท)	ผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	GDP มูลค่า (ล้านบาท)	ผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	GDP มูลค่า (ล้านบาท)	ผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	GDP มูลค่า (ล้านบาท)	ผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)
ภาคค้าส่งและค้าปลีก	3,201,193	889,788.3	277,955.2	143,489	163,358.4	1,138,473.1	3,344,682	1,053,146.6	314,872.0	459,259	293,546.5	639,174.1	3,803,941	1,346,693.1	354,025.8
การซ่อมบำรุง	554,320	105,046.1	189,504.4	9,914	8,268.5	834,022.6	564,234	113,314.6	200,829.0	7,102	1,795.3	252,789.8	571,336	115,109.9	201,474.9

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4.7 ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ย (Labour Productivity Average) ในภาคบริการ จำแนกตามสาขาการค้า (ISIC 2 หลัก) และขนาดวิสาหกิจ ปี 2555

สาขาการบริการ	ขนาดย่อม (SE)			ขนาดกลาง (ME)			SMEs			ขนาดใหญ่ (LE)			รวม		
	การจ้างงาน (คน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)	การจ้างงาน (คน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ผลผลิตภาพ แรงงานเฉลี่ย (บาท/คน/ปี)
โรงแรมและภัตตาคาร	1,034,641	501,365.65	484,579.3	73,662	49,592.21	673,240.1	1,108,303	550,957.9	497,118.4	74,136	41,699.14	562,468.2	1,182,439	592,657.0	501,215.7
ขนส่งและสื่อสาร	395,440	162,844.01	411,804.6	56,439	128,253.45	2,272,426.0	451,879	291,097.5	644,193.4	71,557	490,396.54	6,853,229.5	523,436	781,494.0	1,493,007.7
ตัวกลางทางการเงิน	88,796	89,119.40	1,003,642.1	30,715	32,308.03	1,051,864.9	119,511	121,427.4	1,016,035.6	94,759	407,621.57	4,301,666.0	215,783	529,049.0	2,451,764.0
อสังหาริมทรัพย์	1,012,430	206,118.23	203,587.6	92,083	39,102.81	424,647.4	1,104,513	245,221.0	222,017.3	122,823	8,938.96	72,779.2	1,227,537	254,160.0	207,048.7
การศึกษา	14,720	32,626.04	2,216,442.9	5,033	11,827.76	2,350,042.1	19,753	44,453.8	2,250,483.5	7,351	459,734.20	62,540,361.7	27,104	504,188.0	18,601,977.6
บริการสาธารณสุข	28,046	13,294.69	474,031.7	20,015	11,866.68	592,889.2	48,061	25,161.4	523,529.9	43,369	190,630.63	4,395,550.5	91,430	215,792.0	2,360,188.1
บริการอื่นๆ	669,155	79,197.00	118,353.7	47,044	32,744.75	696,045.2	716,199	111,941.7	156,299.8	35,773	44,753.25	1,251,034.3	751,972	156,695.0	208,378.8

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

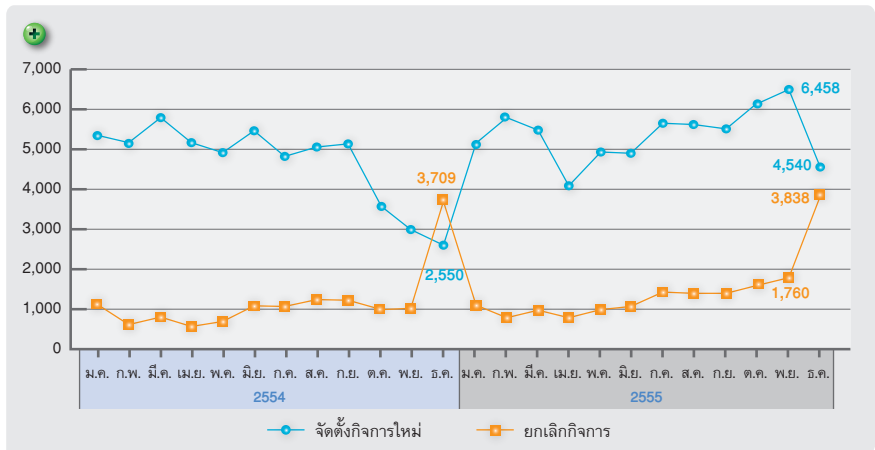
4.4 การจัดตั้ง และสิ้นสภาพ

จำนวนกิจการจัดตั้งใหม่ในปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 63,845 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 8,446 ราย ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 15.2 ในส่วนการยกเลิกกิจการ ปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 16,936 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 2,858 ราย ขยายตัวจากปี 2554 ร้อยละ 20.3

สำหรับนิติบุคคลที่จัดตั้งกิจการใหม่ จำแนกตามหมวดธุรกิจสูงสุด 5 อันดับ ในปี 2555 พบว่า นิติบุคคลที่จัดตั้งกิจการใหม่สูงสุดคือ หมวดบริการนันทนาการ มีจำนวน 7,136 ราย ซึ่งมีทุนจดทะเบียนมูลค่า 3,087 ล้านบาท รองลงมาคือ หมวดก่อสร้างอาคารทั่วไป จำนวน 5,446 ราย มีทุนจดทะเบียนมูลค่า 14,449 ล้านบาท และหมวดอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 3,289 ราย มีทุนจดทะเบียน มูลค่า 54,923 ล้านบาท ตามลำดับ

สำหรับนิติบุคคลที่จดทะเบียนยกเลิก จำแนกตามหมวดธุรกิจสูงสุด 5 อันดับ ในปี 2555 ได้แก่ หมวดก่อสร้างอาคารทั่วไป มีจำนวน 1,333 ราย ซึ่งมีทุนจดทะเบียนมูลค่า 2,554 ล้านบาท รองลงมาคือ หมวดบริการนันทนาการ จำนวน 743 ราย มีทุนจดทะเบียนมูลค่า 369 ล้านบาท และหมวดอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 435 ราย มีทุนจดทะเบียน มูลค่า 4,925 ล้านบาท ตามลำดับ

ภาพที่ 4.1 การจัดตั้งและยกเลิกกิจการนิติบุคคล



ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ส่วนที่ **03**

ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับ AEC ของ SMEs ไทย

บทที่



การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
ในประเทศอาเซียน+6

5

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในประเทศอาเซียน+6

การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยได้ประโยชน์จากการเป็นตลาดขนาดใหญ่กว่า 600 ล้านคน การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ แรงงานฝีมือ และการลงทุนอย่างเสรี และการใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศอาเซียน และคู่เจรจาอื่นๆ อาทิ กลุ่มประเทศ +3 (จีน เกาหลี และญี่ปุ่น) และกลุ่มประเทศ +6 (จีน เกาหลี ญี่ปุ่น อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า อุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในการออกสู่ตลาดต่างประเทศที่สำคัญนอกเหนือจากการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Access to finance) แล้ว การเข้าถึงข้อมูล (Access to Information) ได้เป็นอุปสรรคในการขวางกั้นผู้ประกอบการ SMEs ในการออกสู่ตลาดต่างประเทศที่สำคัญด้วยเช่นกัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึง ข้อมูลพื้นฐานของประเทศต่างๆ และข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในสาขาต่างๆ ด้วย โดยจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ยังคงมีความต้องการข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภครายสาขา เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น เพื่อเร่งเข้าไปจับจองส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศอาเซียน +6 ดังจะเห็นได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกรณีศึกษาที่เป็นเลิศของประเทศที่พัฒนาแล้วอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในด้านการผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและตลาด อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลี ฝรั่งเศส และอิตาลี เป็นต้น โดยพบว่าประเทศเหล่านั้นได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับตลาดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศเป้าหมายต่างๆ อย่างละเอียด เป็นอย่างตีมาเป็นเวลานานแล้ว ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการในประเทศของตน โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่มีเงินทุนและทรัพยากรบุคคลไม่เพียงพอในการวิจัยตลาด และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยตนเอง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศอาเซียน+6 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยการดำเนินการศึกษาคั้งนี้ คณะที่ปรึกษาได้คัดเลือกด้วยการประเมินศักยภาพกลุ่มอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการ SMEs ที่มีความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดอาเซียน+6 จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาอาหาร สาขาสีทอและเครื่องนุ่งห่ม และสาขาอัญมณีและเครื่องประดับ และเลือกพื้นที่ศึกษาที่มีโอกาสทางธุรกิจในระดับสูงในการส่งเสริมการตลาดและการขายสินค้าไทยในตลาดผู้บริโภคเขตเมืองหลวงหรือเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ได้แก่ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย เมืองเชียงใหม่ และเมืองเทียนสิน ประเทศจีน

สำหรับการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นตัวแทนผู้บริโภคที่สำคัญ คณะที่ปรึกษาพิจารณาคัดกรองโดยการเลือกประชากรที่เป็นผู้มีรายได้ค่อนข้างสูง มีอำนาจซื้อที่เพียงพอในการบริโภคสินค้าคุณภาพนำเข้าจากต่างประเทศ โดยวิธีการวิเคราะห์สถานภาพทางด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคด้วยการจัดชนชั้นทางสังคมที่เรียกว่า SES: Social Economic Status ที่มีการจัดแบ่งกลุ่มประชากรด้วยฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องอื่นๆ อาทิ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา รวมถึงทัศนคติและรสนิยมส่วนบุคคล เป็นต้น และได้ใช้การศึกษาด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Guide line) เป็นเครื่องมือในการค้นหาความจริงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ เลือกใช้สินค้าที่คัดสรรแล้วว่าตอบสนองความต้องการในการบริโภคหรือใช้สอยในชีวิตประจำวันของตนเอง โดยเฉพาะสินค้าที่มีประวัติการซื้อซ้ำจะสามารถสะท้อนความพึงพอใจและความต้องการในการบริโภคได้เป็นอย่างดี รวมทั้งยังค้นหาปัจจัยทางด้านค่านิยมของสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ความศรัทธาในการเลือกบริโภคอีกด้วยปัจจัยหนึ่ง ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ประเทศมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจากการมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศจากอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง อาทิ อุตสาหกรรมปิโตรเคมีคอล อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น รวมถึงการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อชาวต่างประเทศอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกำลังซื้อสูงจากประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งจากผลของการพัฒนาทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมที่มีมูลค่าสูง ทุกๆ ด้านของมาเลเซียดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ดัชนีการเติบโตทางเศรษฐกิจของมาเลเซียมีค่าไม่ต่างจากประเทศไทยมากนักเพียง 1.3 เท่า แต่เนื่องด้วยประชากรมีจำนวนน้อยกว่าเพียงราว 28 ล้านคนจึงทำให้ประชากรชาวมาเลเซียทุกคนมีงานทำ มี

รายได้ในระดับดีกว่าคนไทยโดยเฉลี่ย 1.5 เท่า ณ ระดับรายได้ที่เท่ากัน หรือหากพิจารณาจากกำลังซื้อที่แท้จริง (Purchasing Power) ของชาวมาเลเซียเท่ากับ 40,250 บาท ต่อคนต่อเดือน ในขณะที่คนไทยมีกำลังซื้อที่แท้จริงอยู่ที่ 21,500 บาทต่อคน ต่อเดือน สิ่งเหล่านี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าตลาดผู้บริโภคของมาเลเซียเป็นตลาดของผู้ซื้อ สินค้าที่มีคุณภาพจึงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคชาวมาเลเซียให้ความสำคัญในลำดับแรก และเมื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเชิงลึกพบว่า ลักษณะการกระจายตัวของผู้บริโภคชาวจีนที่มีฐานะและส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการธุรกิจหรือนักบริหารมืออาชีพในองค์กรใหญ่ มักอาศัยอยู่ในตัวเมืองกัวลาลัมเปอร์ ในย่านที่เป็นที่นิยมของกลุ่มชนชั้นกลางค่อนข้างสูงและคนรวย รวมถึงนิยมพักอาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมราคาแพง การบริโภคสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารโดยพื้นฐานจะเลือกอาหารจีนเป็นอันดับแรก และเป็นอาหารจีนที่ไม่นิยมบริโภคเนื้อสัตว์ใหญ่ประเภทเนื้อโค กระบือ เพราะเป็นชาวจีนที่นับถือองค์เจ้าแม่กวนอิม แต่เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อในระดับสูงจึงให้ความสนใจบริโภคอาหารชาติอื่นๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ อาหารชาติตะวันตก อาหารญี่ปุ่น อาหารเกาหลี และอาหารไทย ที่มีให้บริการตามห้างสรรพสินค้า รวมถึงความสะดวกในการซื้อเครื่องปรุงอาหารต่างชาติมาปรุงเองที่บ้านเช่นกัน

สำหรับสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้า อัญมณีและเครื่องประดับ ชาวจีนในมาเลเซียนิยมบริโภคสินค้าคุณภาพดี โดยเฉพาะสินค้า Brand Name ของประเทศตะวันตก เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี มากกว่าสินค้าที่ผลิตเองในท้องถิ่น นอกจากนี้สินค้าเสื้อผ้าเครื่องประดับของไทยก็เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมเช่นกัน เพราะผู้บริโภคในมาเลเซียมีทัศนคติต่อสินค้าไทยว่า เป็นสินค้ามีคุณภาพที่มีราคาย่อมเยา สำหรับรสนิยมของชาวจีนในมาเลเซียจะนิยมซื้อเครื่องแต่งกายที่มีสีสันไม่ฉูดฉาด สีที่นิยมคือสีขาว ดำ น้ำเงิน และสีพาสเทล (เช่น สีชมพูอ่อน ฟ้ายอ่อน ฯลฯ) รวมทั้งไม่ยกเว้นการสวมใส่สีดำไปงานแต่งงาน เหมือนชาวจีนในประเทศไทย และไม่นิยมแต่งกายแนวเปิดเผยเข้กซี้่มาก สำหรับอัญมณีและเครื่องประดับนิยมเครื่องอัญมณีประเภทเพชรบนตัวเรือนสีขาว แพลตินั่ม หรือทองคำขาว สำหรับสตรี ส่วนสุขภาพบุรุษนอกจากนิยมนาฬิกาคุณภาพแบรนด์เนมที่มีชื่อเสียงแล้ว ยังนิยมสวมเครื่องประดับประเภทแหวนทองคำประดับพลอยสี (แดงทับทิม) หรือเพชร รวมทั้งยังพบว่าชาวมาเลเซียบางกลุ่มนิยมพระเครื่องของไทย และกำลังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจเช่นกัน

ส่วนชาวมุสลิมในมาเลเซียนั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรที่นิยมประกอบอาชีพรับราชการหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน ชาวมุสลิมในกัวลาลัมเปอร์นิยมพำนักอาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยวในเขตชานเมืองกรุงกัวลาลัมเปอร์ โดยเฉพาะมีความนิยมอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีมัสยิด

อยู่ใกล้บ้านเพื่อความสะดวกในการไปประกอบพิธีทางศาสนา (ละหมาด) ชาวมุสลิมในมาเลเซีย เป็นชุมชนชาวมุสลิมที่มีความเคร่งครัดในหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม เนื่องจากศาสนาอิสลามได้รับการยกขึ้นเป็นศาสนาแห่งรัฐและให้ความสำคัญกับอาหารที่ผ่านกระบวนการ “ฮาลาล” ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่ปรุงเองในบ้านหรือ อาหารที่ให้บริการตามร้านอาหารทั่วไป จำเป็นต้องยึดถือหลักฮาลาล จึงจะได้รับการเลือกเพื่อการบริโภค สำหรับพฤติกรรมด้านแฟชั่น เครื่องแต่งกายชาวมุสลิมในประเทศมาเลเซียทั้งหญิงและชาย มีการนำหลักข้อบังคับการ แต่งกายของศาสนาอิสลามที่เรียกว่า “ออรัด” (Aurat) มาปฏิบัติอย่างค่อนข้างเคร่งครัด เช่น ห้ามนารูปสัตรีใหญ่มาดกแต่งร่างกายทั้งเสื้อผ้าและเครื่องประดับ สำหรับเสื้อผ้าบุรุษและสตรี หรือผู้ชายห้ามสวมใส่เสื้อผ้าผู้หญิง สตรีชาวมุสลิมต้องแต่งกายด้วยอาภรณ์ที่ปกปิดตาม หลักคำสอนของศาสนา เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจผลิตสินค้าสำหรับตลาดมุสลิมใน มาเลเซีย จะต้องศึกษากฎข้อบังคับของ “ออรัด” ให้เข้าใจอย่างลึกจึงจะชนะใจผู้บริโภคใน มาเลเซียได้ นอกจากนี้การเลือกสีสันของเสื้อผ้าจะพบว่าชาวมุสลิมในมาเลเซียนิยมเลือก แต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีสันไม่ฉูดฉาด เน้นสีเข้มขรึมประเภท เทา ดำ น้ำตาล แดงเข้ม เป็นต้น และไม่นิยมแต่งกายด้วยเสื้อผ้าอาภรณ์สีเหลือง เนื่องจากถือว่าเป็นสีของกษัตริย์ หรือสีดาเป็น สีที่เป็นมงคลดังเช่นสีแดงของชาวจีน เป็นต้น

ในการศึกษาโอกาสของสินค้าไทยในประเทศมาเลเซียพบว่าสินค้าไทยในทัศนะของคน มาเลเซียอยู่ในภาพลักษณ์ที่ดี จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะให้ความสำคัญกับการผลิต เพื่อการตอบสนองตลาดมาเลเซียและยังสามารถทำราคาได้อีก เพียงแต่ต้องให้ความสำคัญต่อ คุณภาพที่เหมาะสมกับราคาทั้งสินค้าอาหาร แฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องประดับ เนื่องจากชาว มาเลเซียมีพฤติกรรมของความซื่อสัตย์จากพื้นฐานคำสอนของศาสนาอิสลามสำหรับชาวมุสลิม หากผู้บริโภคมีความประทับใจในคุณภาพ และความสม่าเสมอของคุณภาพ (ซื้อเมื่อใดก็ได้ รสชาติหรือคุณภาพเท่าเดิม) ราคาจะเป็นเรื่องรอง และจะเป็นผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อสินค้า

ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศที่มีประชากรขนาดใหญ่ราว 250 ล้านคน นับว่าเป็นประเทศ ที่มีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 4 ของโลก และมีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ถึงร้อยละ 86.1 ของประชากรทั้งหมด แต่จากการศึกษาเชิงลึกพบว่า ในประเทศอินโดนีเซีย แม้จะมีคนท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก แต่ก็มีประชากรชาวจีนเป็นประชากรอยู่ด้วยซึ่งแม้ชาวจีน จะไม่ใช่ประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศ แต่ก็เป็กลุ่มที่กุมอำนาจทางเศรษฐกิจของประเทศ ไว้เกือบทั้งหมดด้วยการเป็นเจ้าของธุรกิจกิจการขนาดใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ

และเป็นผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจในระดับร่ำรวย ส่วนประชากรชาวมุสลิมส่วนใหญ่นิยมประกอบอาชีพรับราชการและเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน ที่มีกำลังซื้อในระดับรองลงมาจากชาวจีนในอินโดนีเซีย ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้วกำลังซื้อของคนส่วนใหญ่ในประเทศอินโดนีเซียมีราว 9,000 บาทต่อคนต่อเดือน นับว่าต่ำกว่าประเทศไทยที่มีกำลังซื้อราว 21,500 บาทต่อคนต่อเดือน โดยกำลังซื้อของคนส่วนใหญ่ที่ต่ำกว่าประเทศไทยนั้น สะท้อนข้อเท็จจริงว่าสินค้าชิ้นหนึ่งของไทยอาจไม่สามารถนำไปจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซียได้ในระดับราคาที่เหมาะสมสำหรับการบริโภคของคนส่วนใหญ่ (Mass Market) แต่อย่างไรก็ดีโอกาสของสินค้าไทยที่มีแนวโน้มจะทำตลาดได้ควรเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการการบริโภคของตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ในกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะทางเศรษฐกิจร่ำรวย และอาศัยอยู่ในเมืองหลวงและเมืองใหญ่ๆ ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศอินโดนีเซียครั้งนี้ได้คัดเลือกกรุงจาการ์ตาเป็นพื้นที่ศึกษาผู้บริโภคเนื่องจากเป็นเมืองหลวงและเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศอินโดนีเซียที่กำลังมีดัชนีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างค่อนข้างรวดเร็ว เพราะเป็นที่หมายตาของนักลงทุนที่ต้องการหาแหล่งแรงงานราคาถูกเข้าไปประกอบการกิจการอุตสาหกรรมการผลิตและการให้บริการโดยเฉพาะนักลงทุนชาวญี่ปุ่น และชาวเกาหลี ส่งผลให้ประชากรที่มีการศึกษาดีมีงานทำเพิ่มขึ้น และกำลังเติบโตไปเป็นกลุ่มผู้บริโภคขนาดใหญ่ในอนาคตอันใกล้ และการศึกษาครั้งนี้คณะที่ปรึกษาให้ความสำคัญต่อการศึกษาพฤติกรรมคนท้องถิ่นที่เป็นชาวมุสลิม (Muslim) และคนท้องถิ่นที่นับถือศาสนาอื่น (Non-Muslim) เช่นเดียวกับประเทศมาเลเซีย

ผลจากการศึกษาชาวจีนในอินโดนีเซียที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคที่มีฐานะและมีกำลังซื้อสูงในประเทศอินโดนีเซียที่กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของกิจการและเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนขนาดใหญ่พบว่า ชาวจีนในอินโดนีเซียนิยมรับประทานอาหารจีนเป็นทางเลือกที่ 1 โดยนิยมปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้าน รวมทั้งยังนิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้านตามห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ราคาของอาหารไม่ใช่ข้อจำกัดในการตัดสินใจ หากเชื่อมั่นว่าเป็นอาหารคุณภาพสดใหม่ผ่านการปรุงที่ประณีตให้ความสำคัญกับสุขภาพของผู้บริโภค โดยเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์นักธุรกิจครอบครัวชาวจีนนิยมไปจับจ่ายใช้สอยตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และใช้ชีวิตอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรูระดับ 5 ดาว เป็นระยะเวลานานๆ ต่อวัน และนิยมบริโภคสินค้า Brand Name ชื่อตั้งจากประเทศตะวันตก สังเกตได้จากร้านค้าแบรนด์เนมชื่อดังจะมีขนาดใหญ่ มีลูกค้าแวะเวียนไปจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้ากันอย่างเห็นได้ชัดเจน

ในด้านทัศนคติของผู้บริโภคชาวจีนในอินโดนีเซียต่ออาหารไทย พบว่าชาวจีนในอินโดนีเซียยังไม่ค่อยรู้จัก และตอบรับอาหารไทยเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับอาหารญี่ปุ่นหรืออาหารเกาหลี อย่างไรก็ตามร้านอาหารไทยยังสามารถพบได้ตามห้างสรรพสินค้าที่จัดบริเวณไว้สำหรับร้านอาหารนานาชาติ แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายและได้รับความนิยม แม้จะพบเครื่องปรุงอาหารไทยในห้างสรรพสินค้าแต่ก็เป็นสินค้าที่มีไว้สำหรับการบริโภคของคนไทยหรือชาวต่างชาติในอินโดนีเซียที่รู้จักอาหารไทยเท่านั้น

สำหรับรสนิยมการบริโภคสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้าของชาวจีนในอินโดนีเซีย ชาวจีนในอินโดนีเซียมีรสนิยมเช่นเดียวกับชาวจีนในมาเลเซียหรือมีความคล้ายคลึงกับชาวจีนในฮ่องกง และได้วันที่ชอบแต่งกายด้วยสีขาว ดำ น้ำเงิน และสีพาสเทล (สีอ่อนๆ ประเภทชมพูอ่อน ฟ้ายอ่อน เป็นหลัก) และรวมถึงนิยมสินค้าแบรนด์เนมจากประเทศตะวันตกมากกว่า หรือรวมสินค้าแบรนด์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพ และมีทัศนคติต่อสินค้าเสื้อผ้าของไทยว่าไม่แตกต่างจากสินค้าแบรนด์ท้องถิ่นของอินโดนีเซียเอง เมื่อเทียบกับในระดับราคาเท่ากันแล้วสินค้าของอินโดนีเซียมีคุณภาพดีกว่าในราคาที่เท่ากัน (อินโดนีเซียเป็นประเทศแหล่งผลิตเสื้อผ้าส่งออกสู่ตลาดโลกใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศผู้ผลิตเสื้อผ้าส่งออก) ส่วนรสนิยมการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของชาวจีนในอินโดนีเซีย มีความชอบและนิยมเครื่องประดับที่ทำจากโลหะสีขาวประเภทแพลตตินั่ม ประดับด้วยเพชรหรือพลอย มากกว่าทองคำ เนื่องจากการสวมทองคำเป็นสิ่งที่ไม่ปลอดภัยต่อการสวมใส่ในเมืองจาการ์ตา เพราะมีคดีปล้นจี้ ซึ่งทรัพย์สินในอัตราที่สูงแต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคชาวจีนในอินโดนีเซียมีทัศนคติที่ต่อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยมองว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีฝีมือปราณีตเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในประเทศอินโดนีเซียเอง

ชาวมุสลิมในอินโดนีเซียเมื่อเทียบกับชาวมุสลิมในประเทศมาเลเซียมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะความเคร่งครัดในหลักข้อห้ามของศาสนาอิสลามทั้งในเรื่องของการบริโภคสินค้าอาหาร “ฮาลาล” ชาวมุสลิมในอินโดนีเซียไม่ได้ให้ความสนใจว่าสินค้านั้นๆ จะมีตรารับรอง ฮาลาลหรือไม่ หากพึงพอใจที่จะบริโภค รวมทั้งการแต่งกายก็ได้เคร่งครัดในข้อห้ามของ “ออร์ต” มากนักโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่นิยมแต่งกายด้วยเสื้อผ้าแบบตะวันตกแบบสากลนิยมทั่วไปก็มีให้เห็นได้ง่ายโดยเฉพาะปัจจุบันกระแสการซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) กำลังเป็นที่นิยมแพร่หลายทั้งเสื้อผ้าและเครื่องประดับเพียงแต่ในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมที่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่มักนิยมแต่งกายด้วยเสื้อผ้าพื้นเมืองแบบชาวมุสลิมท้องถิ่นและรวมถึงมีความนิยมแฟชั่นมุสลิมสมัยใหม่ (Modern Muslim)

ตามแบบแฟชั่นมุสลิมตะวันตกเช่นแฟชั่นของประเทศตุรกี ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มแฟชั่นมุสลิมสตรีชั้นสูงด้วย สำหรับสีสันของแฟชั่นมุสลิมในอินโดนีเซียมีความเป็นอิสระมากกว่าประเทศมาเลเซีย เพราะคนอินโดนีเซียจะเปิดใจกับการเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้ามุสลิมสีสันสดใส มีการตกแต่งประดับประดา หรือให้ความสำคัญกับการจัดแต่งเสื้อผ้าให้มีความงามที่หลากหลาย ดังจะเห็นได้จากในตลาดคนิตยสารแฟชั่นเราสามารถพบหนังสือแนะนำการแต่งกายแบบมุสลิมหลากหลายแบบและสีสันและพบว่า เป็นนิตยสารที่มีการแข่งขันสูงประเภทหนึ่งในแผงหนังสือด้วยทีเดียว

โดยสรุป หากผู้ประกอบการต้องการทำการตลาดในประเทศอินโดนีเซีย ควรมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) สำหรับชาวจีนและชาวมุสลิมชั้นสูง เพียงแต่สินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มสำหรับชาวจีนอาจต้องเจอกับการแข่งขันที่เข้มข้นจากสินค้าแบรนด์เนมจากประเทศตะวันตกและแบรนด์ท้องถิ่นจนสู้ราคาและต้นทุนไม่ได้ แต่ในตลาดแฟชั่นมุสลิมชั้นสูงยังมีโอกาสสำหรับสินค้าจากประเทศไทยที่มีคุณภาพและการออกแบบอย่างมีศิลปะยังเป็นโอกาสที่จะเกิดและเติบโตได้ในประเทศอินโดนีเซีย สำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยก็ยังมีโอกาสสำหรับผู้บริโภคในอินโดนีเซียเนื่องจากผู้บริโภคให้การตอบรับสินค้าจากประเทศไทยว่าเป็นสินค้าคุณภาพ ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่ซื้อได้ เพียงแต่ผู้ประกอบการต้องเน้นการสร้างแบรนด์และการทำตลาดให้เข้มข้นจึงจะครองใจผู้บริโภคได้ในที่สุด

เมืองเซี่ยงไฮ้และเมืองเทียนจิน ประเทศจีน เป็นเมืองที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 1 และ 2 ของประเทศจีน ประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่อันดับต้นของโลกที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในอัตราตัวเลขเกือบ 2 หลักทุกๆ ปี และด้วยผลลัพธ์ของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจีนที่มุ่งเน้นการผลิตภาคอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกป้อนให้กับ การบริโภคของตลาดโลกขนาดใหญ่ ทำให้ประชากรชาวจีนกลายมาเป็นกลุ่มชนชั้นที่มีรายได้ในระดับรายได้ดีหลังจากการหักภาษีแล้วอยู่ในระดับสูง ชาวจีนรุ่นใหม่ในปัจจุบันจึงมีเงินจับจ่ายใช้สอยอย่างไม่ลำบากดังเช่นสมัยก่อน และจากการจัดทำข้อมูลทางสถิติของธนาคารโลกในปี ค.ศ. 2011 พบว่าประเทศจีนมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่กว่าประเทศไทยถึง 18.8 เท่า สะท้อนถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของจีนมีมูลค่ามากกว่าประเทศไทยหลายเท่า ดังนั้นเจ้าของและผู้ประกอบการชาวจีนจึงเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในระดับร่ำรวยเมื่อเทียบกับคนไทย อีกทั้งเมื่อเทียบสัดส่วนของประชากรคนรวยและประชากรทั้งหมดของคนจีนที่มีจำนวนกว่าราว 1,300 ล้านคนแล้ว คนรวยในเมืองจีนก็ยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อที่สำคัญอย่างยิ่ง

นัยสำคัญ สอดคล้องกับการศึกษาของคณะที่ปรึกษาที่ไปศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในเมืองเซี่ยงไฮ้และเมืองเทียนสิน พบว่าตลาดเป็นของผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อเลือกบริโภคสินค้าได้ตามความพอใจ ชาวจีนทั้ง 2 เมืองเป็นผู้มีกำลังซื้อสูงมากพิจารณาได้จากความนิยมในการนำเงินรายได้ที่เหลือจากการหักค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการ การใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันแล้ว ชาวจีนในเมืองทั้ง 2 ยังมีเม็ดเงินเหลือเพียงพอที่จะไปลงทุนในการซื้อสินทรัพย์ประเภทอสังหาริมทรัพย์และหุ้นในตลาดทั้งภายในประเทศจีน หรือนอกประเทศจีนเป็นจำนวนมาก

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของชาวจีนใน 2 เมืองดังกล่าวพบว่า สินค้าแบรนด์เนมจากประเทศตะวันตก คือสินค้าที่อยู่ในใจของคนมีฐานะในประเทศจีน เนื่องจากมีกำลังซื้อพอที่จะบริโภคสินค้าหรูหราแพง เพราะมีทัศนคติว่าราคามาพร้อมคุณภาพและการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตน ประกอบกับข้อจำกัดในด้านที่อยู่อาศัยที่มีขนาดเล็กเพราะความแออัดของประชากรเมื่อเทียบกับพื้นที่ที่สามารถอยู่อาศัยได้ของชาวจีนแล้ว ข้อจำกัดเหล่านี้เป็นตัวกำหนดให้ชาวจีนส่วนใหญ่ต้องอาศัยในบ้านลักษณะคอนโดมิเนียมมากกว่าบ้านเดี่ยว จึงมีพื้นที่ในการจัดเก็บสัมภาระได้น้อย ชาวจีนจึงเลือกที่จะซื้อสินค้าน้อยชิ้นที่มีราคาแพง แต่มีคุณภาพและครบเครื่องด้วยความสวยงามและมีภาพลักษณ์ส่งเสริมสถานะของตนเอง จนเป็นที่รู้จักว่ากิจการสินค้าแบรนด์เนมของชาติตะวันตกขายดีในเมืองปักกิ่ง และเซี่ยงไฮ้

ในด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพบว่า ชาวจีนเลือกที่จะบริโภคอาหารจีนโดยปกติเป็นพื้นฐาน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในยุคปัจจุบันอาหารจากต่างประเทศได้เข้าไปมีบทบาทในการบริโภคของชาวจีน รวมถึงอาหารไทยได้รับความนิยมในฐานะเป็นทางเลือกที่ 3 สำหรับชาวจีน นอกจากนั้นในการศึกษายังพบว่าชาวจีนยังมีความนิยมปรุงอาหารเองที่บ้าน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นเก่าเพราะเชื่อว่าอาหารจีนที่ปรุงเองที่บ้านจะเป็นอาหารที่ส่งเสริมการรักษาสุขภาพมากที่สุด ดังนั้นจึงมีพฤติกรรมในการจับจ่ายสำรองอาหารสดแช่แข็งไว้ในตู้เย็น บางครัวเรือนมีตู้ทำความเย็นเพื่อการสำรองอาหารสดแช่แข็งไว้โดยเฉพาะ ส่วนความนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านนั้นชาวจีนยังคงมีวัฒนธรรมการเลี้ยงอาหารแขกผู้มาเยือนหรือคู่ค้าทางธุรกิจตามร้านอาหารหรูที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความสำเร็จของการสร้างฐานะทางธุรกิจและการตอบแทนความสัมพันธ์ทางการค้าที่ติดต่อกัน

อย่างไรก็ดี การเจริญเติบโตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนจีนทำให้เกิดกลุ่มคนทำงานในองค์กรใหญ่เหมือนประเทศอื่นๆ ทั่วไป คนรุ่นใหม่ดังกล่าวจึงเป็นคนชั้นกลางที่เกิดใหม่ มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำ ซึ่งก็มีอัตราเงินเดือนและรายได้ที่สูงตามการเติบโตของธุรกิจ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีความรู้สูง คนกลุ่มนี้ก็นับได้ว่าเป็นผู้บริโภคที่

มีกำลังซื้อเช่นกันเพียงแต่วิถีชีวิตที่ต้องอยู่ในสำนักงาน หรือความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ทำให้มีวิถีการใช้ชีวิตหลังเลิกงานในร้านอาหารเพื่อการสังสรรค์กับเพื่อนฝูงหรือการรับประทานอาหารนอกบ้านก่อนกลับบ้าน รวมทั้งยังนิยมสำรองอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุงหรือพร้อมรับประทานไว้ในตู้เย็นหรือในครัวเรือนอีกด้วย ดังนั้นกระแสของคอนซูเมอร์ใหม่เหล่านี้จึงเป็นตัวผลักดันให้เกิดการผลิตสินค้าอาหารสำเร็จรูปบรรจุในหีบห่อวางขายตามห้างสรรพสินค้า ดังที่เห็นได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ยังได้มีการวิจัยว่าอาหารไทยเป็นทางเลือกที่ 3 ของชาวจีน และมีอัตราความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากในเมืองเซี่ยงไฮ้ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยจำนวน 95 ร้านแต่เป็นร้านที่มีเจ้าของเป็นคนไทยเพียง 5 ร้านเท่านั้น นอกนั้นเป็นกิจการของคนจีนจากประเทศไต้หวัน ฮองกง และคนเซี่ยงไฮ้เอง โดยผู้ประกอบการอาจใช้ร้านอาหารเป็นช่องทางในการนำเสนอแนะนำผลิตภัณฑ์อาหารหรือขนมสำเร็จรูปของไทยที่มีศักยภาพอีกช่องทางหนึ่งเมื่อผู้บริโภคได้มีประสบการณ์ในการรับประทานจากร้านอาหารแล้วมักจะซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปด้วย

สำหรับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องประดับของชาวจีนในเมืองเซี่ยงไฮ้และเมืองเทียนจิน นับว่าไม่ยากที่จะทำความเข้าใจ เพราะผู้บริโภคมีความนิยมและติดตามกระแสแฟชั่นเหมือนในยุโรป รวมถึงความนิยมในสีสันทันก็เป็นไปตามฤดูกาลที่นักออกแบบเป็นผู้กำหนด ถ้าผู้ประกอบการเสื้อผ้าเครื่องประดับรายใดสนใจตลาดประเทศจีนควรทำความเข้าใจกระแสแฟชั่นของตะวันตกเป็นกรณีศึกษา รวมทั้งต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่เทียบเท่ากับสินค้าแบรนด์เนมจากตะวันตกหรือเทียบเท่าผลิตภัณฑ์แฟชั่นชั้นสูงของจีนทีเดียวจึงจะประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น ชาวจีนต้องการมีที่ปรึกษาในการแนะนำการผสมผสาน รูปแบบ สีสันทันของเสื้อผ้า เครื่องประดับ รองเท้า กระเป๋า ในขณะที่พิจารณาซื้อและเมื่อได้รับการแนะนำเป็นที่พอใจแล้ว เขาจะซื้อทั้งหมดรวม เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า กรณีดังกล่าวเป็นข้อแนะนำสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะไปทำตลาดในประเทศจีนควรตระหนักถึงวิธีการขายดังกล่าวเพราะเป็นพฤติกรรมที่จำเป็นต้องให้ความสนใจ เนื่องจากแตกต่างจากพฤติกรรมของประเทศไทย ที่ผู้บริโภคชอบการผสมผสานสินค้าด้วยตัวเอง (Mix and Match)

โดยสรุปอุตสาหกรรมที่มีอนาคตในการทำตลาดในประเทศจีนของผู้ประกอบการไทย คือ อุตสาหกรรมอาหารทั้งร้านอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารไทย แต่สำหรับสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้า ถือได้ว่าเป็นตลาดที่แข่งขันยากหากสินค้าไทยไม่สามารถผลิตได้มีคุณภาพและรูปแบบ เทียบเท่าสินค้าท้องถิ่นหรือสินค้าแบรนด์เนมจากประเทศตะวันตก แต่สำหรับสินค้าประเภท เครื่องประดับยังมีโอกาสถ้าสามารถทำตลาดเฉพาะกลุ่มและเป็นสินค้าคุณภาพ ที่ผลิตจำนวน น้อยขึ้นเน้นที่รูปแบบและรูปลักษณ์ของสินค้าที่ผู้สวมใส่รู้สึกได้ว่าเขาแตกต่างจากคนอื่นอย่าง มีรสนิยมและเห็นได้ชัดในสังคม

บทที่

6⁺

ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา

6

ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา

ในประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) กระจายอยู่ในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งในภาคอุตสาหกรรมการผลิต การค้า และบริการ เป็นจำนวนมาก และคิดเป็นสัดส่วนที่สำคัญ โดยที่วิสาหกิจขนาดย่อม มีจำนวนคิดเป็นสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 90 และเมื่อรวมกับวิสาหกิจขนาดกลาง แล้วพบว่าวิสาหกิจเกือบทั้งหมดในภาคเศรษฐกิจจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ด้วยจำนวนที่มากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ทำให้ SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งปริมาณการจ้างงานและการผลิต

เนื่องจากสภาพและปัญหาของอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ ซึ่งแบ่งย่อยลงไปเป็นกลุ่มกิจกรรมต่างๆ มีลักษณะแตกต่างกัน และอาจมีความต้องการมาตรการและการส่งเสริมที่แตกต่างกัน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพและปัญหาของกลุ่มกิจกรรมในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ที่ได้จากการศึกษาจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตาม พระราชบัญญัติ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแกนกลางในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีภารกิจสำคัญในการเสนอแนะนโยบายและแผน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปีงบประมาณ 2555 สสว. ได้จัดทำโครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา เพื่อศึกษาศักยภาพ ชี้วัดความสามารถ และสถานการณ์ปัจจุบันของ SMEs ในอุตสาหกรรมเป้าหมายจำนวน 5 สาขา ได้แก่ สาขาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม สาขาอัญมณีและเครื่องประดับ สาขาอาหาร สาขาบริการก่อสร้าง และสาขาบริการท่องเที่ยว เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา สรุปได้ดังนี้

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีศักยภาพในการรองรับการเป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียนที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และกำหนดพันธกิจในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มด้านกระบวนการผลิตและการพัฒนาด้านการตลาดบนพื้นฐานของการสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงและระบบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ โดยมี 5 ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริม คือ

- 1) การพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพการค้าในธุรกิจของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เพื่อยกระดับศักยภาพด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
- 2) การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เพื่อพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
- 3) การพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
- 4) การสนับสนุนและพัฒนาตลาดสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพช่องทางการตลาด และเทคนิคการตลาดที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ และ
- 5) การพัฒนาและเสริมสร้างด้านแรงงานและบุคลากร เพื่อพัฒนาศักยภาพแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก และมีพันธกิจในการสนับสนุนด้านการยกระดับมาตรฐานการผลิตและพัฒนาปัจจัยการผลิต ตลอดจนกระบวนการด้านการขนส่งและตลาดให้กับผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมี 5 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

- 1) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบเพื่อดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการจัดหาและการขนส่งของวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) การพัฒนาแรงงานฝีมือ การออกแบบ และพัฒนามาตรฐานกระบวนการและผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาศักยภาพแรงงานด้านฝีมือการผลิตและการออกแบบ ทั้งทางด้านคุณภาพและปริมาณให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับภายใต้หลักการ “สร้าง-พัฒนา-รักษา”
- 3) การพัฒนาและขยายตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในระดับสากล เพื่อสนับสนุนการพัฒนาตลาดอัญมณีให้ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่า
- 4) การปรับปรุงและพัฒนากลไกของรัฐเพื่อเพิ่มศักยภาพให้ผู้ประกอบการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือและกลไกของภาครัฐในการช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย

และ 5) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุน เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีไทย

อุตสาหกรรมอาหาร กำหนดวิสัยทัศน์ให้ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหาร ให้มีมาตรฐาน ระดับสากล และสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมีพันธกิจที่ต้องการยกระดับมาตรฐานการผลิตและตลาดให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริม ได้แก่ 1) ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานในการผลิตให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยการสนับสนุนการพัฒนาสถานประกอบการให้ได้รับมาตรฐานในการผลิต ส่งเสริมและให้ความรู้ในการนำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) มาใช้ในกลุ่มสินค้าที่สำคัญ รวมถึงเฝ้าระวัง ตรวจสอบการนำเข้าสินค้าตามมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค 2) สนับสนุนการเพิ่มมูลค่า และผลิตภาพในการผลิตอาหารแปรรูป โดยส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหาร และสนับสนุนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหาร และเพิ่มศักยภาพในด้านการตลาด โดยการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบคุณค่า คุณภาพของอาหารไทย การสร้างตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับ รวมถึงพัฒนาช่องทางและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ 4) พัฒนาปัจจัยเอื้อและสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ โดยการปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน สนับสนุนให้มีศูนย์บริการครบวงจรเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยผลักดันให้เกิดการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจระหว่างภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

อุตสาหกรรมบริการก่อสร้าง จากการประมวลข้อมูลของอุตสาหกรรมและสถานการณ์ปัจจุบันของ SMEs ในอุตสาหกรรมบริการก่อสร้าง ได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมก่อสร้างให้มีศักยภาพและความเป็นมืออาชีพเทียบเท่ามาตรฐานสากล สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยการยกระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมก่อสร้างให้มีศักยภาพ มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายตลอดห่วงโซ่อุปทาน การขยายโอกาสทางการตลาด และสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ โดยมี 4 ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริม ได้แก่

1) การยกระดับขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของ SME สาขาก่อสร้าง โดยการส่งเสริมและพัฒนาในยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพ และผลิตภาพในการดำเนินธุรกิจ การเพิ่มศักยภาพให้แก่แรงงานทุกระดับ และการส่งเสริมการใช้และพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาในธุรกิจก่อสร้าง 2) การสร้างเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมก่อสร้างให้มีความเข้มแข็ง โดยการส่งเสริมและพัฒนา ในยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมก่อสร้างและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสนในการรับช่วงในงานก่อสร้าง (Sub-contractor) 3) การขยายโอกาสในตลาดก่อสร้างต่างประเทศอย่างเป็นระบบ เพื่อเตรียมความพร้อมและสนับสนุนให้ SME สาขาก่อสร้างที่มีศักยภาพเพียงพอไปรับงานในต่างประเทศ โดยการส่งเสริมและพัฒนาในยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพให้กับ SME ในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ การสร้างระบบและเตรียมความพร้อมด้านข้อมูลของตลาดต่างประเทศ และการบูรณาการระหว่างภาครัฐ เพื่อสนับสนุนให้ SME เข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้ และ 4) การสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจก่อสร้าง โดยการส่งเสริมและพัฒนาในยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ SME เข้าถึงแหล่งเงินทุน การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการ และการพัฒนาการใช้แรงงานต่างด้าวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว มุ่งที่จะส่งเสริมความเข้มแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยกำหนดพันธกิจในการเสริมสร้างการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนปัจจัยเกื้อหนุนที่เหมาะสมต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมี 4 ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม ได้แก่ 1) การส่งเสริมการใช้ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่ประเทศไทยมี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวด้วยแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมและกิจกรรมที่หลากหลาย ให้ตอบสนองตลาดเฉพาะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย 2) การส่งเสริมความเชื่อมโยงและการมีส่วนร่วมในพื้นที่ มุ่งเน้นการพัฒนาความเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานและประชาชนในพื้นที่ 3) การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ

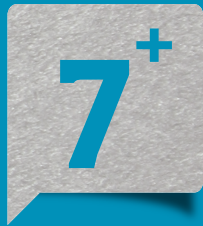
ขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งผู้ประกอบการและแรงงาน เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากโอกาสที่เกิดขึ้น และ 4) การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มุ่งเน้นการแก้ไข ปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมเพื่อส่งเสริมจุดแข็งที่มีอยู่ รวมถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว



ส่วนที่ **04**

ทิศทางและมาตรการส่งเสริม SMEs

บทที่



มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการ
ปรับอัตราค่าจ้างขึ้นต่ำและ
เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตรา ค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

7.1 ภาพรวมผลกระทบต่อ SMEs

ตามที่กระทรวงแรงงานได้ปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเฉลี่ยร้อยละ 39.46 ทั่วประเทศ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2555 ทำให้ค่าจ้างขั้นต่ำเพิ่มเป็น 300 บาท/วัน ใน 7 จังหวัดนำร่อง ซึ่งมีความพร้อมมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (กทม.) สมุทรสาคร ปทุมธานี นครปฐม นนทบุรี สมุทรปราการ และภูเก็ต ส่วนจังหวัดที่เหลืออีก 70 จังหวัด มีการปรับขึ้นค่าแรงต่ำสุดจากวันละ 159-196 บาท เป็น 222-273 บาท และคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2555 ให้ปรับขึ้นเป็นวันละ 300 บาท เท่ากันทั่วประเทศ ในวันที่ 1 มกราคม 2556 ซึ่งจะมีผลให้ อีก 70 จังหวัดทั่วประเทศมีการปรับขึ้นค่าแรงขึ้นเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 23.22 (ต่ำสุดคือ จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 9.89 และสูงสุด คือ จังหวัดพะเยา ร้อยละ 35.14) ซึ่งปัจจุบันยังคงอยู่ระหว่างการประเมินผลกระทบของมาตรการ คาดว่าจะเห็นผลชัดเจนในครึ่งปีหลังของปี 2556

ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2554 มีจำนวนสถานประกอบการรวมทั้งสิ้น 2,652,854 กิจการ (จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลจำนวน 599,389 กิจการ ไม่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลจำนวน 2,053,465 กิจการ) โดยมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2,646,549 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 99.76 ของกิจการทั้งหมด

ทั้งนี้จากการประมวลข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า ในแต่ละสาขาธุรกิจมีการจ้างงาน และจำนวนวิสาหกิจที่อาจได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าแรง 300 บาท ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)	สัดส่วน (%)	จำนวนแรงงาน (คน)	สัดส่วน (%)	GDP_SMEs (ล้านบาท)	สัดส่วนต่อ GDP_SMEs รวม (%)
ภาคการผลิต	472,195	17.84	3,251,834	29.57	1,205,025.3	31.2
ภาคการค้าปลีกค้าส่ง	1,176,330	44.45	3,822,415	34.76	1,080,757.1	28.0
ภาคบริการ	997,664	37.70	3,920,118	35.65	1,272,138.2	33.0

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า สัดส่วนจำนวนวิสาหกิจของ SMEs ในภาคการค้าปลีกค้าส่งจะสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.45 ส่วนสัดส่วนการจ้างงานของ SMEs ในภาคบริการจะสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.65 ขณะที่ภาคบริการยังมีการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ในสัดส่วนที่สูงที่สุดคือ ร้อยละ 33.0 โดยร้อยละ 91.4 ของสถานประกอบการ SMEs มีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน และร้อยละ 96.0 มีการจ้างงานไม่เกิน 10 คน (การนับจดสำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม ปี 2555, สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

เมื่อพิจารณาแยกตามสาขาธุรกิจแล้ว กลุ่มธุรกิจที่มีการใช้แรงงานเข้มข้นและใช้แรงงานทั่วไปเป็นพื้นฐานการดำเนินงานสำคัญ จะเป็นกลุ่มที่อาจได้รับผลจากมาตรการดังกล่าว ทำให้ต้นทุนด้านแรงงานปรับตัวสูงขึ้น โดยเมื่อพิจารณาตามกลุ่มธุรกิจแล้วจะมีกลุ่มที่น่าจะได้รับผลกระทบดังนี้

ธุรกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)	จำนวนวิสาหกิจ (กิจการ)	มูลค่า GDP (ล้านบาท)
ภาคการผลิต			
1. กลุ่มธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	632,759	137,014	155,691.2
2. กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	495,625	110,249	205,069.3
3. กลุ่มธุรกิจการผลิตเครื่องเรือน (รวมเฟอร์นิเจอร์และอัญมณีเครื่องประดับ)	378,893	37,224	156,555.1
4. กลุ่มธุรกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะประดิษฐ์ ยกเว้นเครื่องจักรและอุปกรณ์ * (กลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์)	309,254	34,268	47,757.7
5. กลุ่มธุรกิจผลิตไม้ ผลิตภัณฑ์จากไม้ และไม้ก๊อกลูกไม้ เครื่องเรือน	222,153	62,253	11,305.9
6. กลุ่มธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์ยางและผลิตภัณฑ์พลาสติก	198,854	7,765	67,023.7
รวมภาคการผลิต	2,237,538	388,773	643,402.9
ภาคการค้าปลีกและค้าส่ง			
1. กลุ่มธุรกิจการขายปลีก	2,134,663	801,739	975,768.1
2. กลุ่มธุรกิจการบำรุงรักษาการซ่อมแซมยานยนต์ และจักรยานยนต์ การขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์	847,748	186,751	104,988.9
รวมภาคการค้าปลีกและค้าส่ง	2,982,411	988,490	1,080,757.0
ภาคบริการ			
1. กลุ่มธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร และบาร์	887,357	261,795	482,122.6
2. กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักชั่วคราว	247,831	40,521	48,212.6
3. กลุ่มธุรกิจการก่อสร้าง	447,798	106,887	222,892.8
4. กลุ่มธุรกิจการขนส่ง	367,434	79,230	266,821.3
รวมภาคบริการ	1,950,420	488,433	971,837
รวมทั้งสิ้น	7,170,369	1,865,696	2,695,996.6

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ขณะที่เมื่อพิจารณาตามพื้นที่แล้ว พบพื้นที่ที่น่าจะได้รับผลกระทบสูงเป็นเขตที่พื้นที่ที่มีการปรับขึ้นค่าแรงมากกว่าร้อยละ 20 และมีการจ้างงานในสถานประกอบการ SMEs รวมของแต่ละจังหวัดมากกว่า 100,000 คนขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ ดังนี้

รายละเอียด	จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ
จังหวัดที่มีการเพิ่มค่าแรงงานมากกว่าร้อยละ 30 และมีการจ้างงานเกิน 100,000 คน	มหาสารคาม สุรินทร์ ศรีสะเกษ ลำปาง และแพร่
จังหวัดที่มีการเพิ่มค่าแรงงานมากกว่าร้อยละ 20 - 30 และมีการจ้างงานเกิน 100,000 คน	นครศรีธรรมราช ตรัง สุราษฎร์ธานี สงขลา อุตรธานี กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ อุบลราชธานี เชียงราย และนครสวรรค์
จังหวัดที่มีการเพิ่มค่าแรงงานมากกว่าร้อยละ 30 แต่มีการจ้างงานไม่เกิน 100,000 คน	พะเยา น่าน ตาก แม่ฮ่องสอน พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ พิจิตร หนองบัวลำภู นครพนม และชัยภูมิ

7.2 ประโยชน์ของการขึ้นค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ

1) เป็นการเพิ่มรายได้ของผู้ใช้แรงงานให้มีความสอดคล้องกับค่าครองชีพในปัจจุบันมากขึ้น จากข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายที่จำเป็นของแรงงานเพื่อพัฒนาฝีมือ (แรงงานทั่วไปแรกเข้าทำงาน) ในภาคอุตสาหกรรมทั่วประเทศ ใน 21 ประเภทอุตสาหกรรม (ครั้งที่ 1) ในช่วงเดือน เมษายน-มิถุนายน 2554 จำนวน 36,098 ตัวอย่าง พบว่า ลูกจ้างมีค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการครองชีพเฉลี่ยสูงขึ้นร้อยละ 13.7 สภาพเช่นนี้มีส่วนทำให้แรงงานต้องทำงานล่วงเวลาอย่างน้อยวันละ 2-4 ชั่วโมง เพื่อให้ได้เงินเพิ่ม ทำให้ไม่มีเวลาในการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาทักษะและศักยภาพให้ได้ค่าจ้างสูงขึ้น ซึ่งการที่แรงงานมีรายได้ไม่พอใช้จ่ายอาจทำให้เกิดปัญหาสังคม ปัญหาครอบครัวตามมา

2) การเพิ่มรายได้แรงงานมีผลทำให้อุปสงค์โดยรวมของประเทศขยายตัวสูงขึ้น หากแรงงานเหล่านี้มีรายได้เพิ่ม ก็มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพิ่ม โดยทั่วไปผู้มีรายได้น้อยมีแนวโน้มใช้จ่ายเพิ่มมากกว่าผู้มีรายได้สูงเมื่อมีรายได้เพิ่ม (จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าค่าใช้จ่ายของครัวเรือนโดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 80 ของรายได้) ดังนั้น เมื่อแรงงานมีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้มีการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจต่างๆ มีโอกาสขายสินค้าและบริการได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัวต่อเนื่อง เป็นลูกโซ่

3) เป็นการผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องเพิ่มประสิทธิภาพแรงงานและประสิทธิภาพการผลิต-การจัดการ การขึ้นค่าจ้างจะไม่ใช่ประเด็นปัญหาหากประสิทธิภาพแรงงานเพิ่มขึ้นตามไปด้วยอย่างทันกาล จากการศึกษาเรื่อง ผลผลิตภาพการผลิตของ SMEs หรือ TFP ของ สสว. พบว่าการเพิ่มคุณภาพของปัจจัยแรงงานทุกๆ ร้อยละ 1 จะทำให้ผลผลิตภาพการผลิตของ SMEs เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.66 ขณะที่เพิ่มคุณภาพทุนร้อยละ 1 เช่นกัน จะทำให้ TFP เพิ่มขึ้นเพียง 0.34 แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มคุณภาพแรงงานจะส่งผลดีต่อการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตโดยรวมของ SMEs มากกว่า ภาครัฐจึงต้องเร่งส่งเสริมเรื่องการปรับปรุงคุณภาพแรงงานอย่างจริงจัง ผลักดันให้ธุรกิจให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตภาพหรือประสิทธิภาพแรงงานมากขึ้น จะทำให้แรงงานทำงานได้ดียิ่งขึ้น ช่วยลดความสูญเสีย ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักร หรือเพิ่มผลผลิต รวมทั้งมูลค่าผลผลิตได้ด้วย ทั้งนี้ จึงจำเป็นต้องมีมาตรการหรือโครงการเพิ่มประสิทธิภาพแรงงานก่อนหรือคู่ขนานไปกับการปรับเพิ่มค่าจ้างด้วย

4) ลดปัญหาการถูกกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (non-tariff barriers : NTBs) เนื่องจากการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก หากมีค่าจ้างแรงงานสูงขึ้นหรือมีค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการแรงงานสูงขึ้น อาจส่งผลให้แรงงานมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ทำให้ช่วยลดโอกาสในการใช้เป็นข้ออ้างในการกีดกันทางการค้าในประเด็นด้านแรงงานจากประเทศผู้นำเข้า

7.3 ผลกระทบของการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 300 บาท/วัน

1) **ต้นทุนธุรกิจเพิ่ม** จากการศึกษาโครงการจัดทำตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตของ SMEs (SME I/O Table) พบว่า โครงสร้างต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านแรงงานและเงินเดือนของ SMEs เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 11.8 ของต้นทุนปัจจัยการผลิตทั้งหมด ดังนั้น หากค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านแรงงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.11

2) ภาวะเงินเฟ้อและค่าครองชีพที่สูงขึ้น การขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำสูงกว่าสภาพเป็นจริงของระบบเศรษฐกิจเกินไปนั้น ก่อให้เกิดเงินเฟ้อ (Cost push Inflation) ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ผู้ประกอบการจะผลักภาระต้นทุนเหล่านี้ให้แก่ผู้บริโภคเพื่อรักษาระดับกำไร นอกจากนั้นมาตรการดังกล่าวนี้มีผลกระทบทางจิตวิทยา พ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบการมักปรับขึ้นราคาสินค้าล่วงหน้าทุกครั้งที่มีข่าวว่าจะมีการปรับเพิ่มเงินเดือนหรือค่าจ้าง กลุ่มประชาชนที่ไม่ได้อยู่ในข่ายได้รับประโยชน์จากมาตรการเหล่านี้ต้องพลอยได้รับผลกระทบจากราคาที่สูงไปด้วย

3) ผลักดันให้ผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะประเภทอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น จำเป็นต้องปรับลดแรงงานที่มีความจำเป็นน้อยลง และหันไปใช้แรงงานต่างด้าว ที่ไม่ได้จดทะเบียนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าจ้างขั้นต่ำตามกฎหมาย

7.3.1 มาตรการลดผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ

มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) มาตรการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ และ 2) โครงการ/มาตรการและการดำเนินงานเพื่อให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ

1.1 มาตรการด้านแรงงาน มี 4 มาตรการย่อย ดังนี้

- 1.1.1 มาตรการให้กู้ยืมเงินกองทุนพัฒนาฝีมือแรงงานในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.1 เพื่อใช้ในการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
- 1.1.2 มาตรการจัดคลินิกพัฒนาฝีมือแรงงานเคลื่อนที่ไปยังสถานประกอบการต่างๆ
- 1.1.3 ศูนย์สนับสนุนผู้ประกอบการให้พร้อมจ่ายอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ

- 1.1.4 การเตรียมจัดงาน EVENT : ให้ความช่วยเหลือ SMEs โดยการ
จัดประชุม SMEs เรื่องการลดการสูญเสียและเพิ่มผลผลิต ณ
ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ
- 1.2 มาตรการด้านการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ มี 5 มาตรการย่อย ดังนี้**
- 1.2.1 การลดอัตราเงินสมทบกองทุนประกันสังคม
- 1.2.2 การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลกรณีการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อ
เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- 1.2.3 การหักค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรได้ร้อยละ 100 ในปีแรก
- 1.2.4 การนำส่วนต่างของค่าจ้างที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำใน
ปี 2555-2556 เป็นอัตราค่าจ้างขั้นต่ำวันละ 300 บาท มาหักเป็น
ค่าใช้จ่ายก่อนชำระภาษี
- 1.2.5 การลดค่าธรรมเนียมห้องพักที่เรียกเก็บจากผู้ประกอบการโรงแรม/
ที่พักแรม
- 1.3 มาตรการด้านภาษี มี 2 มาตรการย่อย ดังนี้**
- 1.3.1 การลดภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 1.3.2 การนำค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานตามพระราชบัญญัติ
ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 มาหักลดหย่อนภาษี
- 1.4 มาตรการด้านสินเชื่อ มี 4 มาตรการย่อย ดังนี้**
- 1.4.1 โครงการสินเชื่อเพื่อพัฒนาผลผลิตภาพการผลิต (Productivity
Improvement Loan)
- 1.4.2 โครงการค้ำประกันสินเชื่อในลักษณะ Portfolio Guarantee Scheme
(PGS) ระยะที่ 5
- 1.4.3 โครงการค้ำประกันสินเชื่อในลักษณะ Portfolio Guarantee Scheme
สำหรับผู้ประกอบการใหม่ (PGS New/Start-up)
- 1.4.4 สินเชื่อเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในกิจการ
เสริมสร้างสภาพคล่องสถานประกอบการ และเพิ่มผลผลิตแรงงาน
- 1.5 มาตรการด้านการเงิน มีมาตรการย่อย ดังนี้**
- 1.5.1 การปรับเพิ่มอัตราค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม สัมมนาของส่วน
ราชการ

1.6 มาตรการด้านอื่นๆ มีมาตรการย่อย ดังนี้

1.6.1 การจัดการวามสินค้าราคาถูกไปจำหน่ายให้ลูกค้าในสถานประกอบการ

2. โครงการ/มาตรการและการดำเนินงานเพื่อให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของกระทรวงอุตสาหกรรม 2) การดำเนินงานภายใต้คณะกรรมการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 มาตรการบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของกระทรวงอุตสาหกรรม

กระทรวงอุตสาหกรรมและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ร่วมกันดำเนินมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ลดต้นทุน และเพิ่มรายได้

โดยเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2556 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบให้กระทรวงอุตสาหกรรมดำเนินการตามมาตรการบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เฉพาะมาตรการที่กระทรวงอุตสาหกรรมสามารถดำเนินการได้เอง ได้แก่

- 2.1.1 โครงการคลินิกอุตสาหกรรมเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ
- 2.1.2 โครงการอัดฉีดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับ SMEs เพื่อลดผลกระทบและรักษาการจ้างงาน (โครงการสนับสนุนดอกเบี้ยแก่ SMEs เพื่อลดผลกระทบจากการปรับค่าจ้างแรงงานในอัตรา 300 บาทต่อวัน)
- 2.1.3 มาตรการด้านการส่งเสริมการลงทุน

2.1.4 การยกเว้นค่าบริการในการต่อใบอนุญาตและออกหนังสือรับรองสิทธิประโยชน์ทางภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ SMEs ในนิคมอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ มีโครงการ/มาตรการที่ต้องให้คณะกรรมการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พิจารณาก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาตามขั้นตอนต่อไป ได้แก่

2.1.5 โครงการเงินร่วมลงทุนเพื่อพัฒนาเครื่องจักร (Venture Capital)

2.1.6 การยกเว้นค่าธรรมเนียมและค่าบริการรายปี ให้กับ SMEs

2.1.7 โครงการสนับสนุนการปรับปรุง/ฟื้นฟูสภาพเครื่องจักร การใช้พลังงานทดแทนและการประหยัดพลังงานแก่ SMEs (Machine Fund for SMEs)

2.2 การดำเนินงานภายใต้คณะกรรมการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นายกรัฐมนตรีได้ลงนามในคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 36/2556 ลงวันที่ 29 มกราคม 2556 แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ต่อมา รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายนิวัฒน์ธำรง บุญทรงไพศาล) ในฐานะประธานกรรมการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ จำนวน 2 ชุด และคณะทำงาน จำนวน 1 ชุด ดังนี้

(1) คณะอนุกรรมการรวบรวมและจัดทำระบบทะเบียนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับความเดือดร้อนและต้องการรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ทำหน้าที่กำหนดช่องทางการรับแจ้งข้อมูล ประมวลผลและจัดระเบียบข้อมูลผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความผันผวนทางเศรษฐกิจ โดยได้เปิดศูนย์เฉพาะกิจเพื่อรับเรื่องจาก SMEs ที่ได้รับผลกระทบและต้องการขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ

(2) คณะอนุกรรมการวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำหน้าที่วิเคราะห์และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาให้แก่ SMEs ที่ลงทะเบียนขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ สำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหาให้แก่ SMEs นั้น คณะอนุกรรมการวิเคราะห์ปัญหาฯ จะดำเนินการแก้ไขปัญหารายกิจการ

(3) คณะทำงานกลั่นกรองเรื่องและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เสนอขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ทำหน้าที่กลั่นกรองและวิเคราะห์สภาพปัญหา/เสนอ แนวทางแก้ไขปัญหาให้แก่ SMEs ที่ลงทะเบียนขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐผ่านช่องทาง ต่างๆ เพื่อนำเสนอคณะกรรมการวิเคราะห์ปัญหา พิจารณา

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ดำเนินการ จัดตั้งคณะทำงานสนับสนุนนโยบายและภารกิจทำให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อร่วมสนับสนุนภารกิจต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการ พิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และคณะ อนุกรรมการวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม และในการประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2556 ได้ มอบหมายให้คณะกรรมการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม บูรณาการดำเนินการแก้ไขปัญหาและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ SMEs ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้แล้วเสร็จในลักษณะ One Stop Service รวมทั้งให้การสนับสนุน ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการตลาดและการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นและลดต้นทุนการขนส่งด้วย หลังจากนั้นให้ส่งมอบ ภารกิจของคณะกรรมการฯ ให้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รับผิดชอบ ดำเนินการต่อไป

บทที่

8⁺

บทวิเคราะห์ธุรกิจการก่อสร้าง
จากฐานข้อมูลเชิงลึกของ SMEs
รายกลุ่มจังหวัด ปี 2553 - 2554

8

บทวิเคราะห์ธุรกิจการก่อสร้างจากฐานข้อมูลเชิงลึก ของ SMEs รายกลุ่มจังหวัด ปี 2553 - 2554

จากฐานข้อมูลเชิงลึกของ SMEs รายกลุ่มจังหวัด ปี 2553 - 2554 เป็นข้อมูลพื้นฐานหรือข้อมูลเชิงโครงสร้าง โดยอาศัยฐานข้อมูลส่วนใหญ่จากการสำมะโนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และฐานข้อมูลการจดทะเบียนของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า รวมทั้งจากการสำรวจข้อมูลเชิงลึกของ SMEs รายกลุ่มจังหวัดทั้ง 18 กลุ่ม รวม 55 จังหวัด ฐานข้อมูลนี้สามารถใช้ในการจำแนกกลุ่มผู้ประกอบการ วิเคราะห์จำนวน การกระจายตัวในแต่ละกลุ่ม การจ้างงานและความสามารถในการประกอบกิจการของ SMEs ในแต่ละกลุ่ม ปัญหาอุปสรรคหรือความต้องการในแต่ละด้านได้

ในบทวิเคราะห์นี้ได้คัดเลือกกลุ่มธุรกิจการก่อสร้างในการศึกษา โดยพิจารณาจากสถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลใหม่ ปี 2554 - 2555 โดยธุรกิจการก่อสร้างมีการจดทะเบียนนิติบุคคลสูงเป็นลำดับที่ 3 รองจาก 1. การขายส่ง และการค้า และ 2. บริการนันทนาการอื่นๆ และคัดเลือกจังหวัดที่จะศึกษา โดยพิจารณาจากขนาดเศรษฐกิจของจังหวัดในแต่ละภูมิภาค รวมกรุงเทพฯ และปริมณฑล และเป็นพื้นที่ดำเนินโครงการจัดทำฐานข้อมูลเชิงลึกของ SMEs รายกลุ่มจังหวัด ปี 2553 - 2554 รวม 10 จังหวัด ดังนี้ 1. กรุงเทพฯ 2. ปทุมธานี 3. พระนครศรีอยุธยา 4. สมุทรปราการ 5. เชียงใหม่ 6. ระยอง 7. ภูเก็ต 8. นครราชสีมา 9. ชลบุรี 10. สุราษฎร์ธานี

1. การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของธุรกิจการก่อสร้าง

1.1 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

ธุรกิจการก่อสร้างขนาดเล็ก จะมีระยะเวลาการดำเนินกิจการ 7-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.58 รองลงมา คือ 4 - 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.61 โดยธุรกิจที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์จะมีระยะเวลาดำเนินกิจการ 7 - 10 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจที่จดนิติบุคคลเป็นบริษัทจำกัด สำหรับธุรกิจการก่อสร้างขนาดกลางมีระยะเวลาดำเนินกิจการ

20 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนมากที่สุด ถึงร้อยละ 37.41 โดยเป็นธุรกิจประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด มากถึงร้อยละ 47.06 รองลงมาคือ ธุรกิจประเภทบริษัทจำกัด

1.2 จำนวนคนทำงานเฉลี่ยของสถานประกอบการ

ธุรกิจที่มีขนาดกลางที่จดทะเบียนนิติบุคคลเป็นบริษัทจำกัด มีจำนวนคนทำงานเฉลี่ยสูงสุด 119.28 คน โดยเป็นลูกจ้างประจำเฉลี่ย 116.03 คน รองลงมา คือ ธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีจำนวนคนทำงานเฉลี่ย 78.07 คน เป็นลูกจ้างประจำเฉลี่ย 46.65 คน สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก จดทะเบียนนิติบุคคลเป็นบริษัทจำกัด มีจำนวนคนทำงานเฉลี่ยสูงสุดถึง 30.02 คน โดยเป็นลูกจ้างประจำเฉลี่ย 20.03 คน รองลงมา คือ ธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีจำนวนคนทำงานเฉลี่ย 14.30 คน เป็นลูกจ้างประจำเฉลี่ย 10.01 คน สำหรับธุรกิจที่มีการจ้างลูกจ้างชั่วคราวเฉลี่ยสูงสุด คือ ธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลเป็นบริษัทจำกัด ทั้งที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็ก

1.3 จำนวนอายุการทำงานเฉลี่ยของลูกจ้าง

ธุรกิจที่มีขนาดกลางจะมีอายุการทำงานเฉลี่ยของลูกจ้างสูงกว่าธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ซึ่งจะมีอายุการทำงานเฉลี่ยของลูกจ้าง 7.81 ปี โดยห้างหุ้นส่วนจำกัดจะมีอายุการทำงานเฉลี่ยของลูกจ้างสูงกว่าบริษัทจำกัด ส่วนธุรกิจขนาดเล็กมีอายุการทำงานเฉลี่ยของลูกจ้าง 3.94 ปี บริษัทจำกัดมีอายุการทำงานเฉลี่ยของลูกจ้างสูงสุด คือ 5.88 ปี รองลงมา คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด 5.75 ปี

1.4 ระดับการศึกษาของลูกจ้าง

ธุรกิจที่มีขนาดเล็กทั้งที่เป็นนิติบุคคล และไม่ใช่นิติบุคคลจ้างลูกจ้างในระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น-ปลาย ปวส., ปวช., อนุปริญญามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.22 รองลงมาเป็นการจ้างระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 32.91 ในขณะที่ธุรกิจที่มีขนาดกลางจ้างลูกจ้างที่มีระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.99 รองลงมาเป็นการจ้างลูกจ้างในระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น-ปลาย ปวส., ปวช., อนุปริญญา ร้อยละ 37.82

1.5 การเชื่อมโยงในขั้นตอนธุรกิจ ของผู้ประกอบการ กับธุรกิจอื่นๆ

ธุรกิจการก่อสร้างมีการเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจการก่อสร้างด้วยกันเองทั้งในธุรกิจที่มีขนาดเล็ก และขนาดกลางในด้านรับมาเกินกว่าร้อยละ 70.00 ยกเว้นแต่ในกิจการเจ้าของคนเดียวจะมีการเชื่อมโยงเพียงร้อยละ 20.00 และในด้านการส่งต่อกับธุรกิจการก่อสร้างด้วยกันเองร้อยละ 10.00 - 20.00 รองลงมาจะเป็นการเชื่อมโยงกับธุรกิจร้านค้าส่ง/ค้า

2. การวิเคราะห์ผลกระทบในการประกอบธุรกิจ

2.1 การเตรียมพร้อมธุรกิจเข้าสู่การแข่งขันภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยส่วนใหญ่ทั้งธุรกิจที่มีขนาดเล็กและขนาดกลางเลือกที่จะไม่ตอบในข้อนี้ เนื่องจากคิดว่าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระหว่างธุรกิจกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงทำให้ยังไม่มีเตรียมความพร้อมธุรกิจ มีเพียงธุรกิจที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดทั้งขนาดเล็กที่มีการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 33.96 รองลงมา คือ ธุรกิจที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดทั้งขนาดกลาง และธุรกิจที่มีเป็นบริษัทจำกัดขนาดเล็ก โดยคิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 23.33 ตามลำดับ

2.2 สัดส่วนผลกระทบจากนโยบายรัฐบาล

นโยบายของรัฐบาลโดยส่วนใหญ่ไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการก่อสร้าง มีเพียงนโยบายด้านเศรษฐกิจและการเงิน นโยบายด้านการเมืองและความมั่นคง และนโยบายด้านสังคมและคุณภาพชีวิตที่ส่งผลกระทบด้านบวกแก่ธุรกิจ สำหรับนโยบายด้านเศรษฐกิจและการเงินจะส่งผลกระทบทางบวกกับบริษัทจำกัดทั้งที่มีขนาดเล็ก และขนาดกลางประมาณร้อยละ 50.00 ในขณะที่นโยบายด้านแรงงานและสวัสดิการส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เป็นบริษัทจำกัดทั้งที่มีขนาดเล็ก และขนาดกลางประมาณร้อยละ 50.00 - 60.00

3. การวิเคราะห์ด้านการดำเนินงานธุรกิจ

3.1 ต้นทุนทั้งหมดต่อเดือนเฉลี่ย ปี 2552 - 2553

ในปี 2552 ต้นทุนการผลิตทั้งหมดต่อเดือนเฉลี่ยของธุรกิจที่มีขนาดเล็ก อยู่ที่ประมาณ 1 ล้านบาทต่อเดือน ในขณะที่ต้นทุนการผลิตทั้งหมดต่อเดือนเฉลี่ยของธุรกิจที่มีขนาดกลางอยู่ที่ประมาณ 10 ล้านบาทต่อเดือน ต่อมาในปี 2553 ธุรกิจที่มีขนาดเล็กมีต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 16 ของต้นทุนการผลิตในปี 2552 และธุรกิจที่มีขนาดกลางมีต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 ของต้นทุนการผลิตในปี 2552 โดยทั้งสองธุรกิจจะมีสัดส่วนของต้นทุนการผลิตกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกัน คือ ต้นทุนการผลิตจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 86 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 14 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ยกเว้นเพียง ธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์จะมีต้นทุนในการดำเนินงานสูงกว่าประเภทธุรกิจอื่น คือ อยู่ที่ร้อยละ 25 - 26 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด เช่นเดียวกับ

ธุรกิจขนาดกลางที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีต้นทุนในการดำเนินงานสูงกว่าประเภทธุรกิจอื่น คือ อยู่ที่ร้อยละ 30 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

3.2 ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยปี 2552 - 2553

ธุรกิจที่มีขนาดเล็กและขนาดกลางมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยที่มีสัดส่วนคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ต้นทุนการผลิตเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบและองค์ประกอบมีสัดส่วนร้อยละ 61 - 62 ของต้นทุนการผลิตเฉลี่ยทั้งหมด ส่วนค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้างแรงงานจะอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 35 ของต้นทุนการผลิตเฉลี่ยทั้งหมด ในขณะที่ต้นทุนค่าเช่าเพลิงและสาธารณูปโภคคิดเป็นต้นทุนเพียงร้อยละ 1 - 5 ของต้นทุนการผลิตเฉลี่ยทั้งหมด

ในปี 2553 พบความแตกต่างกันในสัดส่วนต้นทุนการผลิตเฉลี่ยระหว่างธุรกิจที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง กล่าวคือ ธุรกิจที่มีขนาดเล็กมีต้นทุนเฉลี่ยในการซื้อวัตถุดิบและองค์ประกอบร้อยละ 62.75 โดยธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าคนเดียวจะมีสัดส่วนต้นทุนเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ ร้อยละ 72.58 ในขณะที่ธุรกิจประเภทอื่นมีค่าใช้จ่ายด้านค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าธุรกิจที่เป็นกิจการเจ้าคนเดียว ส่วนธุรกิจขนาดกลางทั้งที่เป็นบริษัทจำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัดมีสัดส่วนของต้นทุนการผลิตเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากนัก โดยที่ต้นทุนเฉลี่ยในการซื้อวัตถุดิบและองค์ประกอบอยู่ที่ระหว่างร้อยละ 68 - 71 และค่าใช้จ่ายด้านค่าจ้างแรงงานอยู่ที่ระหว่างร้อยละ 23-25

3.3 รายได้เฉลี่ย ของสถานประกอบการ จำแนกตามขนาด รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย

รายได้เฉลี่ยของธุรกิจการก่อสร้างขึ้นอยู่กับขนาดและรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจอย่างเห็นได้ชัด โดยที่ธุรกิจที่มีขนาดเล็กที่จดทะเบียนนิติบุคคลเป็นบริษัทจำกัดจะมีรายได้เฉลี่ยน้อยประมาณ 2 ล้านบาท ห้างหุ้นส่วนจำกัดประมาณ 1 ล้านบาท ส่วนธุรกิจที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์กับกิจการเจ้าของคนเดียวรายได้เฉลี่ยจะอยู่ที่หลักแสน

ส่วนธุรกิจที่มีขนาดกลางและเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัดรายได้เฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 10 ล้านบาทขึ้นไป และห้างหุ้นส่วนจำกัดจะอยู่ประมาณ 4 ล้านบาท

3.4 เงินทุนหมุนเวียน จากแหล่งที่มา และ จำนวนเงินเฉลี่ย ของสถานประกอบการ จำแนกตามขนาด รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย

ในปี 2552 - 2553 ธุรกิจที่มีขนาดเล็กเป็นบริษัทจำกัดมีเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยปีละ 1 ล้านบาท ในขณะที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 700,000 บาท โดยธุรกิจที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์และกิจการเจ้าของคนเดียวมีเงินทุนหมุนเวียน

เฉลี่ยปีละ 100,000 บาท และธุรกิจที่มีขนาดกลางที่มีเป็นบริษัทจำกัดมีเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยปีละ 3 ล้านบาท ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1 ล้านบาท

ในปี 2552 - 2553 สัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจการก่อสร้าง พบว่า ร้อยละ 80 - 90 ของเงินทุนทั้งหมดเป็นทุนของตัวเอง โดยห้างหุ้นส่วนจำกัด ทั้งที่เป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง จะเป็นทุนของตัวเองถึงร้อยละ 90 ของเงินทุนทั้งหมด ธุรกิจขนาดกลางที่เป็นบริษัทจำกัดมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินในสัดส่วนร้อยละ 17.33 รองลงมาคือธุรกิจขนาดเล็กที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวร้อยละ 15.61 มีการใช้เงินทุนจากสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิต และการกู้เงินนอกระบบเพียงเล็กน้อย

3.5 สัดส่วน กำไรขั้นต้นเฉลี่ย ของสถานประกอบการ จำแนกตามขนาด รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย

ในปี 2553 ธุรกิจการก่อสร้างที่มีกำไรขั้นต้นเฉลี่ยเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ ธุรกิจที่ไม่มีทะเบียนพาณิชย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.42 รองลงมาคือ ธุรกิจที่มีขนาดกลางเป็นบริษัท จำกัดมีกำไรเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.78 โดยธุรกิจขนาดเล็กเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดมีกำไรเฉลี่ย เพิ่มขึ้นน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 9.78

บทที่

9⁺

การประเมินผลแผนการส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554)

9

การประเมินผลแผนการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554)

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกิจการที่เน้นการใช้
ฐานความรู้และมีพลวัตสูง เพื่อให้เป็นกลไกหลักในการสนับสนุนการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ
และสังคม และเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ โดยแบ่งการสนับสนุนใน 2 ระดับ ได้แก่
ระดับสาขาธุรกิจ และระดับผู้ประกอบการ ซึ่งแบ่งออกเป็นผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการ
เดิม ที่มีลักษณะ ปัญหา และความต้องการแตกต่างกันออกไปตามระยะการเติบโตของธุรกิจ
คือ ชั้นเริ่มต้นธุรกิจ (Start-up) ที่หมายถึงธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินงานไม่เกิน 2 ปี
ชั้นเติบโตแล้ว (Growth) ชั้นของการอยู่ตัว (Maturity) และชั้นการปรับเปลี่ยนธุรกิจ (Turnaround)
ทั้งในมิติของภาพรวมทั้งประเทศและมิติของพื้นที่เป็นรายจังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อให้
สอดคล้องกับนโยบายการกระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ภูมิภาค

จากกรอบแนวคิดดังกล่าว นำมาสู่การกำหนดทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมให้สอดคล้องกัน ซึ่งประกอบด้วย การปรับโครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม การสร้างสังคมผู้ประกอบการ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วย
ประสิทธิภาพและนวัตกรรม การสร้างความสมดุลในการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงสังคม
และการรักษาสิ่งแวดล้อม การนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักการที่สำคัญในการ
ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจไทยให้มีการเติบโต
สามารถพัฒนาได้เป็น 2 แนวทางสำคัญ คือ การเติบโตในเชิงคุณภาพ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ
ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา การสร้างสรรค์นวัตกรรมและการเพิ่มผลผลิตภาพโดยรวม โดยพัฒนา
ควบคู่ไปกับการเติบโตในเชิงขนาด โดยเริ่มจากวิสาหกิจขนาดจิ๋ว ขนาดย่อม ขนาดกลาง และ
ขยายตัวไปเป็นขนาดใหญ่ในที่สุด ซึ่งก็ยังคงต้องให้ความสำคัญกับทักษะฝีมือ องค์กรความรู้
เทคโนโลยี และนวัตกรรม

จากสิ่งทีกัล่าวมาข้างต้น วิสัยทัศน์ของการส่งเสริมจึงถูกกำหนดขึ้นในมิติการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย เพื่อให้สามารถเติบโตอย่างสมดุลต่อเนื่อง และยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยฐานความรู้ และความสามารถในเชิงทักษะฝีมือ (Knowledge - Skill Based) ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถมีบทบาทเป็นกลไกหลักขับเคลื่อนสู่การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ทั้งนี้ สามารถสรุปผลการประเมินผลแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554) โดยสังเขปดังนี้

1. การประเมินผลสัมฤทธิ์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามเป้าหมายรวมของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554)

1.1 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (GDP SMEs)

พบว่า เมื่อสิ้นแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่มีขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นปี 2554 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 36.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดคือร้อยละ 42 และเมื่อพิจารณาแต่ละภาคธุรกิจพบว่าอัตราการขยายตัวของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ ล้วนมีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดในทำนองเดียวกัน

1.2 การส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปีของการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในช่วงปี 2550 - 2554 คิดเป็นร้อยละ 7.3 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของการส่งออกของประเทศซึ่งอยู่ในอัตราร้อยละ 6.7 แต่เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาเป้าหมาย พบข้อสังเกตว่ามีสาขาธุรกิจสำคัญกว่า 8 สาขาธุรกิจ ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงแต่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของการส่งออกต่ำกว่าร้อยละ 7.3 ได้แก่ ธุรกิจประเภทเครื่องจักร คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ธุรกิจประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ธุรกิจประเภทของทำด้วยเหล็กและเหล็กกล้า ธุรกิจประเภทปลา สัตว์น้ำ จำพวก

คลังสินค้า เชื้อ ธุรกิจประเภทเครื่องแต่งกาย ถักแบบนิตย ธุรกิจประเภทของปรุงแต่งทำจากพืช ผัก ผลไม้ ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ และธุรกิจประเภทเครื่องแต่งกายที่ไม่ได้ถักแบบนิตย

1.3 ผลิตภาพการผลิตโดยรวม (Total Factor Productivity) และผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แม้ว่าอัตราการขยายตัวของผลิตภาพการผลิตโดยรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเท่ากับร้อยละ 3.73 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 3 แต่เมื่อพิจารณาในรายสาขาธุรกิจเป้าหมาย กลับพบว่าอัตราการขยายตัวของผลิตภาพการผลิตโดยรวมของ SMEs ส่วนใหญ่ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด มีเพียง 3 สาขาเท่านั้นที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจประเภทสินค้าแฟชั่น กลุ่มธุรกิจประเภทพลาสติก และกลุ่มธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ส่วนผลิตภาพแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น พบว่ามีอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.69 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 3

2. การประเมินผลสัมฤทธิ์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามรายยุทธศาสตร์ของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 - 2554)

2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ

ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ภาพรวม พบว่าจำนวน SMEs ใหม่เกิดขึ้นและจำนวน SMEs ที่ได้รับการพัฒนาในแต่ละปี รวมถึงสัดส่วนของผู้ประกอบการ SMEs ที่สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศต่างไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าผู้ประกอบการ SMEs รายเดิมยังให้ความสำคัญกับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ และยังสามารถทำให้อัตราการเติบโตเฉลี่ยของการส่งออกของ SMEs ตามสาขาเป้าหมายสูงกว่าภาพรวมการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต

ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ภาพรวม พบว่าถึงแม้ว่าอัตราการขยายตัวของ GDP SMEs ภาคการผลิตจะสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับ GDP ภาคการผลิตของประเทศ แต่อัตราการขยายตัวของผลิตภาพการผลิตโดยรวมของ SMEs ภาคการผลิตในสาขาเป้าหมายรวมทั้งอัตราการขยายตัวของผลิตภาพแรงงานของ SMEs ภาคการผลิตส่วนใหญ่ยังต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด โดยอาจเป็นสาเหตุจากการที่ผู้ประกอบการ SMEs ยังขาดการพัฒนา

ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและไม่มีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันได้ อย่างไรก็ตาม พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ภาคการผลิต ยังคงให้ความสำคัญกับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการและการสร้างเครือข่ายภาคการผลิต

2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบในภาคการค้า

ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ภาพรวม พบว่าอัตราการขยายตัวของ GDP SMEs ในภาคการค้าสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับ GDP ภาคการค้าของประเทศ นอกจากนี้ ในด้านการได้รับผลกระทบด้านลบจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ มีการลดลงมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ และผู้ประกอบการ SMEs ในภาคการค้ามีการประยุกต์ใช้ E-Commerce ในการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่สูง อย่างไรก็ตาม สัดส่วนผู้ประกอบการ SMEs ที่นำ ICT มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจยังมีไม่มากนัก และยังคงขาดการสร้างเครือข่ายภาคการค้าอีกด้วย

2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมภาคบริการในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม

ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ภาพรวม พบว่าอัตราการขยายตัวของ GDP SMEs ในภาคบริการยังต่ำกว่าการขยายตัวใน GDP ภาคบริการของประเทศ ประกอบกับจำนวนบุคลากร SMEs ในภาคบริการยังได้รับการพัฒนาศักยภาพไม่เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึงการสร้างเครือข่ายภาคบริการและการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ก็ยังมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม ยังมีกิจการ SMEs จำนวนไม่น้อยที่ได้รับการส่งเสริมและมีการนำ ICT มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และให้ความสำคัญกับการรับรองมาตรฐานการบริการ

2.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคและท้องถิ่น

ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ภาพรวม พบว่าจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ในภูมิภาคและท้องถิ่นยังไม่ได้รับการสนับสนุนเพื่อพัฒนาศักยภาพมากเท่าที่ควร แต่ทั้งนี้ พบว่ามีการพัฒนาด้านการสร้างเครือข่ายและความเข้มแข็งของชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีสัดส่วนของผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเป้าหมาย

2.6 ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ภาพรวม พบว่าภาครัฐมีการแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจของ SMEs รวมทั้งมีผู้ประกอบการ SMEs จำนวนไม่น้อยที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ยังให้ความสำคัญ

เข้ารับคำปรึกษาด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม ในด้านสัดส่วนของผู้ประกอบการ SMEs ที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและได้รับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ หรือได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากภาครัฐและเอกชนยังมีจำนวนไม่มากตามที่ตั้งเป้าหมายไว้