

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

สถานการณ์และปัญหาของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวม

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีด้านข่าวสารและโทรคมนาคม (Information and Communications Technology--ICT) อิทธิพลของ ICT ทำให้โลกมีพลวัตสูงมาก การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้นได้รวดเร็ว วงจรชีวิตของสินค้าและบริการจะสั้น ซึ่งเป็นได้ทั้งโอกาสและวิกฤต ถ้าปรับตัวไม่ทันปล่อยให้โอกาสผ่านไปก็อาจกลายเป็นวิกฤตได้ สภาพแวดล้อมภายนอกหลายประการจะมีผลกระทบอย่างสำคัญต่อการก้าวเข้าสู่การค้าในระดับนานาชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย อาทิ ความล่าช้าในการดำเนินการขององค์การการค้าโลก (WTO) ทำให้ความร่วมมือในรูปแบบภูมิภาคนิยม เช่น NAFTA, AFTA, EU และความร่วมมือหรือข้อตกลงแบบทวิภาคีของประเทศต่าง ๆ มีบทบาทมากขึ้น ข้อตกลงทางการผลิต การค้า และการเมืองเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันในระดับสูงซึ่งมีผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศของไทย และนับวันจะเป็นประเด็นสำคัญมากขึ้น ระบบการค้าและการลงทุนเสรีถูกใช้ควบคุม และนำหน้าระบบการปกป้องทางการค้าซึ่งต้องการกลยุทธ์ ทั้งในระดับประเทศต่อประเทศ กลุ่มประเทศ องค์การและเวทีต่าง ๆ รวมถึงการสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกฎระเบียบ และการเจรจาระหว่างประเทศ ปัญหาเรื่องการค้ากีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีรูปแบบใหม่ ๆ มีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องสร้างความพร้อมในระบบการหาข้อมูลในเชิงยุทธศาสตร์และมีแนวโน้มที่จะมีผู้มีบทบาทใหม่ในเศรษฐกิจโลกเพิ่มขึ้น เช่น บริษัทข้ามชาติ องค์กรเอกชน

นอกจากนี้กระแสธรรมชาติได้ส่งผลกระทบต่อการค้าและการผลิตของไทยอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอุตสาหกรรมการผลิตของไทยถูกกำหนดและกดดันด้วยข้อกำหนดต่าง ๆ ด้านคุณภาพ ต้นทุน การส่งมอบ และมาตรฐานระดับโลก สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นทางเลือกสำหรับผู้ผลิตสินค้าแต่เป็นเส้นทางที่ต้องเดินตามข้อบังคับของลูกค้า และถึงแม้ว่าจะดำเนินการได้ครบตามข้อกำหนดต่าง ๆ ก็ยังไม่เพียงพอสำหรับการแข่งขันธุรกิจต่าง ๆ ในยุคเศรษฐกิจใหม่มีแนวคิดและกระบวนทัศน์ในการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดโดย

1. เกิดการแข่งขันที่ต้องใช้ความเร็ว (speed-based competition) เข้าแทนที่การแข่งขันในเชิงขนาด (scale-based competition)
2. การผลิตที่อาศัยความรู้ ทักษะ และเทคโนโลยี แทนที่การผลิตโดยอาศัยสินทรัพย์ทางกายภาพเช่นในอดีต
3. การเข้าถึงเครือข่าย การสร้างความเชื่อมโยง มีความสำคัญมากกว่าการเป็นเจ้าของ
4. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และทรัพยากรทางปัญญา มีค่าและความสำคัญกว่าการเติบโตด้วยทุน (capital)
5. ให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค (consumption base) มากกว่าการผลิต (production base)

การปรับโครงสร้างการผลิตและการค้าในระดับสากลที่กำลังดำเนินอยู่อย่างกว้างขวางเกิดจากกลยุทธ์มุ่งสร้างความชำนาญเฉพาะด้านของกิจการ การใช้กลยุทธ์ในการขยายการจัดซื้อจากภายนอก แทนการผลิตเองและการเติบโตของเครือข่ายธุรกิจ การตลาดที่มุ่งการเข้าถึงรสนิยมของผู้บริโภคในเชิงปัจเจกชนมากขึ้น เป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจทุกขนาดต้องปรับโครงสร้างของกิจการให้เหมาะสมมากขึ้น แนวโน้มของกิจการจะเล็กลงและเน้นเฉพาะธุรกิจที่ตนมีความเก่ง (core competency) ควบคู่ไปกับการเพิ่มพันธมิตร หรือการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับหุ้นส่วนและพันธมิตรในต่างประเทศ ปัจจัยเหล่านี้เป็นแนวโน้มที่เปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถก้าวสู่ตลาดต่างประเทศได้ โดยเฉพาะวิสาหกิจที่มีทรัพย์สินทางปัญญาเป็นฐาน เช่น สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะตลาด (niche product) สินค้าที่ใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถก้าวเป็น

ผู้ผลิตที่มีความชำนาญเฉพาะทำการผลิตเพื่อจำหน่ายในเครือข่ายธุรกิจในระดับโลกระดับความเป็นสากลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะแตกต่างกันออกไป ตามสาขาของอุตสาหกรรมและกลุ่มกิจการ ในขณะที่ธุรกิจขนาดเล็บบางส่วนยังพอใจในการผลิตเพื่อขายในตลาดในประเทศ แต่จะมีธุรกิจอีกกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีฐานความรู้และความชำนาญเฉพาะด้าน ได้มีโอกาสก้าวเข้าสู่เครือข่ายการค้าโลก ในทศวรรษ 1990 มีธุรกิจขนาดใหญ่ในระดับนานาชาติถึง 2,400 ราย ที่มีเครือข่ายการทำธุรกิจกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วโลก โดยส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ บริการคอมพิวเตอร์และธุรกิจบริการต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อใช้ความชำนาญเฉพาะด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นช่องทางในการเข้าถึงตลาดในระดับภูมิภาค และความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น

นโยบายการจัดซื้อของบริษัทข้ามชาติเป็นอีกแรงหนึ่งที่ตั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้าสู่การค้าไร้พรมแดน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ผลักดันให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนทั่วโลกต้องก้าวเข้าสู่เครือข่ายการค้าระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกันปัจจัยด้านเทคโนโลยีเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถเข้าสู่การค้านานาชาติได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้อาศัยการสื่อสารถึงกันที่ง่ายขึ้น เครื่องมือการสื่อสารแบบใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ช่วยลดต้นทุนในการติดต่อและสร้างเครือข่าย รวมถึงความสะดวกสบายในการเข้าถึงธุรกิจที่มีศักยภาพที่จะเป็นพันธมิตร อย่างไรก็ตามการอุปสรรคทางภูมิศาสตร์อย่างสิ้นเชิง ในขณะเดียวกันก็เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการเผยแพร่สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะตลาด ทั้งทางผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีสู่ตลาดสากล และเป็นช่องทางให้เกิดความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกิจการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภูมิภาคต่างกันความซับซ้อนทางเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องการความร่วมมือระหว่างสาขาอุตสาหกรรมที่ต่างสาขากันมากขึ้น แม้แต่กิจการขนาดใหญ่ก็ไม่สามารถมีความเชี่ยวชาญได้ในทุกสาขาความสำเร็จในนวัตกรรมต่าง ๆ ต้องการเรียนรู้ร่วมกันผ่านเครือข่ายความร่วมมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดเล็กที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะหรือเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีพื้นฐานด้านเทคโนโลยี ในขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้สินค้าต่าง ๆ มีวงจรชีวิตสั้นลงเอื้อต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีขีดความสามารถในการสร้าง

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตลาดเฉพาะ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วได้ดีกว่ากิจการขนาดใหญ่

บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

ตาราง 20

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2546 ณ ราคาตลาด จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

รายการ	2544	2545	2546
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ล้านบาท)			
GDP	5,133,836	541,854	5,939,062
ภาคเกษตร	468,456	510,877	579,460
ภาคนอกเกษตร	4,665,380	4,940,977	5,359,602
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2,070,598	2,213,656	2,449,551
- SMEs	2,020,128	2,155,316	2,263,574
- วิสาหกิจอื่น ๆ	574,654	612,005	646,477
สัดส่วน (ร้อยละ)			
GDP	100	100	100
ภาคเกษตร	9.1	9.4	9.8
ภาคนอกเกษตร	90.9	90.6	90.2
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	40.3	40.6	41.2
- SMEs	39.4	38.8	38.1
- วิสาหกิจอื่น ๆ	11.2	11.2	10.9

ที่มา: จาก “รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2546 และแนวโน้มปี พ.ศ. 2547,” (หน้า 37), โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปี พ.ศ. 2546 อยู่ที่ 5,939,062 ล้านบาท เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีมูลค่า 5,451,854 ล้านบาท โดย GDP นอกภาคเกษตรในปี พ.ศ. 2546 อยู่ที่ 5,359,502 ล้านบาท เทียบกับปี พ.ศ. 2545 ที่มีมูลค่า 4,940,977 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนต่อ GDP แล้ว นอกภาคเกษตรมีสัดส่วนต่อ GDP ทั้งประเทศ ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 90.6 ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 90.2 ในปี พ.ศ. 2546 ในขณะที่ภาคการเกษตรปรับตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 9.4 ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 9.8 ในปี พ.ศ. 2546 โดยมี GDP อยู่ที่ 579,460 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 510,877 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545

มูลค่า GDP ของ SMEs ในปี พ.ศ. 2546 อยู่ที่ 2,263,574 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วซึ่งมีมูลค่า 2,115,316 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบเป็นสัดส่วนต่อ GDP แล้ว สัดส่วน SMEs ต่อ GDP ทั้งประเทศ มีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 38.8 ในปี พ.ศ. 2545 เป็นร้อยละ 38.1 ในปี พ.ศ. 2546

ตาราง 21

อัตราการขยายตัวของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2546

รายการ	2544	2545	2546
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	2.1	5.4	6.7
ภาคเกษตร	3.5	3.0	6.8
ภาคนอกเกษตร	2.0	5.7	6.7
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2.0	6.7	8.2
- SMEs	1.7	4.5	5.5
วิสาหกิจขนาดกลาง	1.9	4.5	6.1
วิสาหกิจขนาดย่อม	1.6	4.5	5.0
- วิสาหกิจอื่น ๆ	2.8	5.1	3.9

ที่มา: จาก “รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2546 และแนวโน้มปี พ.ศ. 2547,” (หน้า 39), โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2546 อยู่ที่ร้อยละ 6.7 ปรับตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 5.4 ในปี พ.ศ. 2545 ทั้งนี้เป็นผลต่อเนื่องจากการขยายตัวของภาคการเกษตรตามภาวะราคาสินค้าเกษตรมีแนวโน้มดีขึ้น จูงใจให้ขยายการผลิตสูงขึ้น โดย GDP ที่แท้จริงในภาคเกษตรปี พ.ศ. 2546 ปรับตัวสูงขึ้นในอัตราร้อยละ 6.8 ขณะที่อัตราการขยายตัวของ GDP นอกภาคเกษตรปี พ.ศ. 2545 ซึ่งขยายตัวร้อยละ 5.7 ทั้งนี้เป็นผลมาจากอุปสงค์ภายในประเทศ และอุปสงค์ของภูมิภาคที่มีความต้องการสินค้ามากขึ้น

เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวมูลค่า GDP นอกภาคเกษตร จำแนกขนาดกิจการ ในปี พ.ศ. 2546 พบว่า อัตราการขยายตัวของมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดใหญ่ มีการขยายตัวสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 8.2 ขณะที่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ SMEs ปี พ.ศ. 2546 อยู่ที่ร้อยละ 5.5 ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับร้อยละ 4.5 ในปี พ.ศ. 2545

เมื่อแยกพิจารณามูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางปี พ.ศ. 2546 อยู่ที่ร้อยละ 6.1 ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับร้อยละ 4.5 ในปี พ.ศ. 2545 และอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดย่อมในปี พ.ศ. 2546 อยู่ที่ 5.0 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งขยายตัวร้อยละ 4.5

ตาราง 22

ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และอัตราการขยายตัว ปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2546

รายการ	2544	2545	2546
ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (พ.ศ. 2531 = 100)			
GDP	167.1	168.3	171.8
ภาคเกษตร	146.1	154.6	164.2
ภาคนอกเกษตร	169.5	169.9	172.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	148.5	148.8	152.1
- SMEs	189.7	190.1	192.7
- วิสาหกิจอื่น ๆ	196.1	198.8	202.1

ตาราง 22 (ต่อ)

รายการ	2544	2545	2546
สัดส่วน (ร้อยละ)			
GDP	2.1	0.8	2.1
ภาคเกษตร	1.9	5.9	6.2
ภาคนอกเกษตร	2.1	0.2	1.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2.5	0.2	2.2
- SMEs	2.0	0.2	1.4
- วิสาหกิจอื่น ๆ	1.2	1.4	1.7

ที่มา: จาก “รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2546 และแนวโน้ม ปี พ.ศ. 2547,” (หน้า 40), โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี พ.ศ. 2546 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 เทียบกับร้อยละ 0.8 ในปีที่แล้ว โดยดัชนีราคาภาคการเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 เทียบกับร้อยละ 5.9 ในปี พ.ศ. 2545 ส่วนดัชนีราคานอกภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 เทียบกับร้อยละ 0.2 ในปี พ.ศ. 2545

เมื่อพิจารณาดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจพบว่า ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับวิสาหกิจอื่น ๆ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 202 เมื่อเทียบกับร้อยละ 0.2 ในปี พ.ศ. 2545 ขณะที่ดัชนีราคาผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจกลางและขนาดย่อมในปี พ.ศ. 2546 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับร้อยละ 0.2 ในปี พ.ศ. 2545

ตาราง 23

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2546 ณ ราคาตลาด จำแนก
ตามกิจกรรมตามเศรษฐกิจ

รายการ	2544	2545	2546
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ล้านบาท)			
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคเกษตร	468,456	510,877	579,460
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs	2,020,128	2,115,316	2,263,574
- การเหมืองแร่	61,928	66,960	76,410
- การผลิต	495,964	534,534	604,239
- การก่อสร้าง	113,093	120,835	127,549
- การค้าปลีกและค้าส่ง	725,271	734,680	772,683
- การบริการ	590,345	623,117	644,368
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	33,527	35,190	38,325
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่และอื่น ๆ	2,645,252	2,825,661	3,096,028
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	5,133,836	5,451,854	5,939,062
สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ร้อยละ)			
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคเกษตร	9.1	9.4	9.8
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs	39.4	38.8	38.1
- การเหมืองแร่	1.2	1.2	1.3
- การผลิต	9.7	9.8	10.2
- การก่อสร้าง	2.2	2.2	2.2
- การค้าปลีกและค้าส่ง	14.1	13.6	13.0
- การบริการ	11.5	11.4	10.8
- ไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา	0.7	0.6	0.6
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดใหญ่และอื่น ๆ	51.5	51.8	52.1
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	100.0	100.0	100.0

ที่มา: จาก “รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2546 และ
แนวโน้ม ปี พ.ศ. 2547,” (หน้า 42), โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม, 2547, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ภาคต่อ SMEs ฐาน

ขนาดกลางและขนาดย่อม, 2545) ผลของการร่วมเป็นสมาชิกการค้าในระหว่างปี ๑ จะ
จะได้รับการร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
เป็นสัดส่วนที่ถึง 90.3% ของมูลค่าการค้ารวมของไทย และประเทศไทย
การค้ากับประเทศสมาชิก WTO เป็นมูลค่ากว่า 2.5 ล้านล้านบาทในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งคิด
สมาชิก WTO ครอบคลุมถึง 97% ของการค้าโลก โดยประเทศไทย
การค้าโลกและต่อประเทศไทย เช่น โดยจะเห็นได้ว่ามีการค้าระหว่างประเทศ
ประเทศไทยสามารถแข่งขันได้โดยอิงจากบทบาทสำคัญของการบริการต่าง ๆ ทั้งต่อ
การค้า การบริการและระบบการที่ไม่ใช่การค้าระหว่างประเทศสมาชิก
การที่สามารถคงไว้ซึ่งการร่วมเป็นสมาชิกการค้าโลก โดยสามารถบริการลูกค้าทาง

**ข้อวิพากษ์จากขนาดกลางและขนาดย่อม
ผลกระทบจากข้อตกลงระหว่างประเทศ**

13.0 ต่อ GDP ทั้งหมด

การค้าส่งและค้าปลีก โดยมูลค่า GDP ปี พ.ศ. 2546 เท่ากับ 772,683 ล้านบาท หรือร้อยละ
สาขาเศรษฐกิจที่วิพากษ์จากขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ร้อยละ
ขนาดรวมภายในประเทศทั้งหมด
ขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่า 2,115,316 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.8 ของผลิตภัณฑ์
คิดเป็นร้อยละ 38.1 ในปีพ.ศ. 2545 ซึ่งผลิตภัณฑ์รวมในประเทศของวิสาหกิจ
(GDP) เท่ากับ 2,263,574 ล้านบาท เทียบกับ GDP รวมของประเทศ 5,939,062 ล้านบาท
การผลักดันสู่การให้บริการใหม่ระบบเศรษฐกิจเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ
ในปี พ.ศ. 2546 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกประเภททั่วประเทศได้ทำ

1. ทำให้บรรยากาศการค้าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เนื่องจากมีกฎเกณฑ์การค้าที่เข้มแข็งขึ้น ประเทศสมาชิกจะต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ทำให้ประเทศที่มีพลังทางเศรษฐกิจมหาศาลดำเนินมาตรการที่มีผลเป็นการบิดเบือนการค้า หรือดำเนินนโยบายทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้น้อยลง

2. เศรษฐกิจโลกขยายตัวขึ้น ระเบียบเศรษฐกิจการค้าภายใต้กรอบการค้า นอกจากจะเป็นพันธกรณี หรือ ข้อผูกพันที่สมาชิกจะต้องถือปฏิบัติแล้ว ยังเป็นการให้สิทธิประโยชน์ระหว่างกันด้วย เนื่องจากผลประโยชน์ที่ประเทศหนึ่งจะได้รับจะเกิดขึ้นเมื่อประเทศอื่น ๆ ปฏิบัติตามพันธกรณีในภาพรวมผลการเจรจาจึงทำให้เศรษฐกิจโลกขยายตัวขึ้น

3. ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ประโยชน์มากขึ้น SMEs ไทยได้ประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่น คือ การลดภาษีจะทำให้ราคาสินค้าต่ำลงเป็นการลดภาวะเงินเฟ้อ และเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค และในฐานะผู้ผลิตการลดภาษีจะช่วยให้อัตราต้นทุนลดลง ช่วยลดต้นทุนการส่งออกของไทยทำให้ฐานะการแข่งขันดีขึ้น และเป็นการบังคับให้ผู้อุตสาหกรรมภายในประเทศต้องปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ไม่เป็นภาระของสังคมส่งผลให้เศรษฐกิจปรับตัวเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

4. การค้ามีความเป็นธรรมมากขึ้น กฎเกณฑ์ของกรอบการค้าระหว่างประเทศที่มีการปรับปรุงให้เข้มแข็งขึ้นทั้งในด้านการนำเข้า การส่งออก สุขอนามัย มาตรฐานสินค้า แหล่งกำเนิดสินค้า การทุ่มตลาด การอุดหนุน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ฯลฯ ทำให้การค้าโลกอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งจะมีผลดีต่อการยกระดับรายได้ การลงทุนและการจ้างงานของ SMEs

5. กลไกการค้าถูกต้องและเป็นธรรม ไทยสามารถใช้กลไกทบทวนนโยบายการค้าของประเทศสมาชิกในการตรวจสอบว่าประเทศสมาชิกได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าในทางที่ถูกต้องตามพันธกรณี หรือไม่ ซึ่งหากไม่ถูกต้อง ก็สามารถร้องเรียนให้เกิดการดำเนินให้ถูกต้องได้

6. การค้าและการลงทุนขยายตัว ระยะเวลา 5 ปี กว่าที่ผ่านมาหลังจากที่ไทยเข้าเป็นสมาชิก WTO และสนับสนุน แนวทางการค้าเสรี ทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 1,406.3 พันล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 2,777.7 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2543 และ

ดุลการค้าเปลี่ยนจากที่เคยขาดดุลการค้าถึง 357.3 พันล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 เป็นได้เปรียบดุลการค้าถึง 283.6 พันล้านบาท ในปี พ.ศ. 2544 นอกจากนี้มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 4,919 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 5,863 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2543 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2545)

ผลกระทบกลับกันในส่วนที่ประเทศไทยจะได้รับจากการที่ประเทศไทยไม่ได้เข้าเป็นสมาชิกข้อตกลงทางการค้ากลุ่มอื่นก็จะทำให้ประเทศไทยถูกกีดกันได้

ดังนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีจำนวนกว่า 99% ของวิสาหกิจทั้งหมดในประเทศ ควรที่จะตระหนักถึงผลของการเจรจาการค้าในแต่ละด้าน เพื่อให้พร้อมในการปรับตัวให้ทันกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่กำลังมีบทบาทอย่างมากในระบบเศรษฐกิจโลก นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถใช้ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการรับรู้ในประเด็นทางด้านผลประโยชน์ที่จะได้รับจากผลการเจรจา และเตรียมความพร้อมในประเด็นที่ไทยจะตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบได้ด้วยเช่นกัน

ปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมามีข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานและทรัพยากรมากกว่าความเข้มแข็งทางเทคโนโลยี ธุรกิจอุตสาหกรรมหลายประเภทเติบโตจากการนำเข้าโรงงานเครื่องจักรอุปกรณ์ ความรู้ในการผลิตและการจัดการจากต่างประเทศ รวมถึงการเติบโตครั้งใหญ่ของภาคอุตสาหกรรมที่เกิดจากการย้ายฐานการผลิตของญี่ปุ่นและประเทศอุตสาหกรรมใหม่เพื่อหาความได้เปรียบจากแรงงานราคาถูก ในขณะที่เดียวกันภาคอุตสาหกรรมไทยก็ยังไม่สามารถก้าวสู่การแข่งขันกับประเทศผู้นำในการผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงได้ หากการเปรียบเทียบสถานะของอุตสาหกรรมไทยกับประเทศอื่น ในด้านระดับเทคโนโลยี การออกแบบ ดันทุนในการผลิตและการสร้างความหลากหลายของสินค้าและบริการพบว่าอุตสาหกรรมหลาย

ประเภทของไทยต้องเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า แรกกดดันสองทาง (Nut-crackers Effect) คือ ติดอยู่ตรงกลางระหว่าง ประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนราคาถูก เช่น จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย กับประเทศที่เป็นผู้นำในการสร้างความแตกต่างของมูลค่าเพิ่มสูง แรงงานมีทักษะ มีผลิตภาพสูง มีสินค้าที่มีคุณภาพดี เช่น ประเทศอิตาลี ญี่ปุ่น หรือ ไต้หวัน จากการทบทวนงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปจากสถานะภาพของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเด็นขีดความสามารถในการแข่งขันด้านต่าง ๆ ที่สำคัญได้ดังนี้

1. ความสามารถเชิงเทคโนโลยี

1.1 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการดำเนินการ วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเพียงส่วนน้อยที่นำคอมพิวเตอร์มาช่วยใน การออกแบบ (Computer-Aided Design--CAD) ในการผลิต (Computer-Aided Manufacturing--CAM) และช่วย ในการวิเคราะห์ระบบ (Computer-Aided Engineering--CAE) โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ มีการนำ CAE เข้ามาใช้งานมากที่สุด แต่ยังคงมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับจำนวนทั้งหมดในอุตสาหกรรมดังกล่าว

1.2 ความสามารถในการดัดแปลงเทคโนโลยี วิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมมากกว่าครึ่งหนึ่งรายงานว่า รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักรที่ออกใหม่และเทคโนโลยี การผลิตที่ทันสมัยที่สุดในอุตสาหกรรมของตน และแหล่งข้อมูลหลักที่ทำให้เกิดการนำ เทคโนโลยีมาใช้ได้มาจากความสามารถในการออกแบบเทคโนโลยีเองภายในบริษัท ข้อมูลและคำแนะนำจากลูกค้า สิ่งพิมพ์/นิตยสาร ผู้ขายอุปกรณ์ ผู้ผลิตวัตถุดิบและ ส่วนประกอบ และงานนิทรรศการตามลำดับ

2. ความสามารถในการทำนวัตกรรม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่ ยังมีความสามารถในการ ดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดยิ่งขึ้น หรือการ ดัดแปลงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจบางส่วนมีความสามารถในการดัดแปลงผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตดีขึ้น หรือสูงขึ้นให้แตกต่างไปจากเดิม เช่นสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์มีประ โยชน์ในหน้าที่ใหม่

ซึ่งไม่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์เดิมเป็นต้น แต่วิสาหกิจที่สำรวจทั้งหมดยังคงขาดความสามารถในการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่

2.1 ในอดีตที่ผ่านมานโยบายเศรษฐกิจของประเทศมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก โดยใช้ปัจจัยแรงงานและทรัพยากรเป็นหลัก มิได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของคนไทย หรือสร้างเงื่อนไขให้การส่งเสริมการลงทุนนำไปสู่การถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศสู่คนไทยเท่าที่ควร

2.2 ระบบการศึกษาและวิธีการเรียนการสอนของประเทศไทยยังมุ่งเน้นการสอนแบบท่องจำมากกว่ากระตุ้นให้นักเรียน หรือนักศึกษา คิดในเชิงวิเคราะห์ให้นักเรียนจำนวนมากขาดทักษะในการ ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยไม่สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงานไม่ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างรวดเร็วทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนานวัตกรรม

2.3 ระบบและกิจกรรมการวิจัยและพัฒนาในประเทศไทยส่วนใหญ่นำดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ ส่วนกิจกรรมวิจัยและพัฒนาในมหาวิทยาลัยยังไม่ค่อยมีการเชื่อมโยงกับภาคเอกชน และถึงแม้ภาครัฐจะมีมาตรการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาให้แก่บริษัทเอกชนและนักวิจัยในหลายรูปแบบ ทั้งมาตรการด้านภาษี ด้านการเงิน หรือการส่งเสริมการลงทุน แต่ก็ยังไม่ส่งผลให้เห็นอย่างชัดเจนนัก ภาคเอกชนยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมวิจัยและพัฒนาน้อยมาก นอกจากนี้การขาดแคลนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา ก็เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพให้มีปริมาณมากขึ้น

2.4 บริษัทไทยยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ แต่บริษัทต่างประเศมักจะถ่ายทอดเฉพาะความรู้ด้านการจัดการหรือความรู้ในการผลิตขั้นพื้นฐานให้แก่คนไทย

3. ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ทำการผลิตชิ้นส่วนตามการเขียนแบบของลูกค้าได้ทำสินค้าตัวอย่างได้ สามารถออกแบบได้จากภาพหรือแค็ตตาล็อก และสามารถเขียนแบบตามคุณลักษณะที่ลูกค้ากำหนดได้ แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ในขั้นที่

สูงขึ้น เช่น การทำสินค้าต้นแบบ (prototype part) มีวิสาหกิจจำนวนต่ำกว่าครึ่งหนึ่งที่มี
ความสามารถทำได้ในขณะเดียวกันการใช้บริการการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือ
กระบวนการผลิตจากภายนอกเพิ่มเติมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ยังมีน้อยและจำกัดอยู่ในวงจำกัด ขณะเดียวกันวิสาหกิจจำนวนมากไม่ได้มีหน่วยงานวิจัย
และพัฒนา (R&D) เป็นของตนเอง จึงทำให้ขาดความสามารถในการพัฒนางานวิจัยเพื่อ
ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานที่ดีขึ้น

4. ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการทำ
ธุรกิจแต่ไม่ได้ใช้ Computer เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และไม่ได้ใช้
ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange--EDI) และยังไม่
มีแผนจะใช้ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทำธุรกิจ ส่วนใหญ่
จะใช้โปรแกรมการควบคุมการจัดการทั่วไปเป็นหลัก เช่น โปรแกรมระบบบัญชีและ
การเงิน แต่ยังไม่ใช้โปรแกรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบจัดการด้านการผลิตและการขาย
ผลิตภัณฑ์โดยตรงค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป
มีแผนที่จะใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ และมีหลายรายที่มีแผนการใช้
อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลทางธุรกิจ การหาตลาดใหม่ การหาผู้ขายและการลง
โฆษณาสินค้า การที่ SMEs ไทยไม่ได้มีการพัฒนาหรือนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร
เท่าใดนักสืบเนื่องมาจากปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ภายในองค์กรเป็นไปอย่างล่าช้าอีกทั้ง
พนักงานส่วนใหญ่ยังคงมีความคุ้นเคยกับวิธีการทำงานแบบเดิม ทำให้มักเกิดกระแส
ต่อต้านในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้

4.2 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเข้าถึงข้อมูล
ข่าวสารน้อย ส่วนมากมักจะใช้ข้อมูลแวดล้อมภายในที่ใกล้ตัวจากลูกค้าและผู้ป้อน
วัตถุดิบเป็นหลัก ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความสนใจต่อข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่สะท้อน
ให้เห็นภาพรวมของระบบในด้านต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมขนาดกลาง
และขนาดย่อมจำนวนมาก ยังคงล้าหลังทางด้านข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี อีกทั้งไม่รู้

ว่าแนวโน้มของธุรกิจในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างไรหรือ ควรวางกลยุทธ์การดำเนินงานของตนเองอย่างไร

4.3 ปัญหาการขาดความรู้และความเข้าใจในเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิเช่น ความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบัน ผู้ประกอบการรวมทั้งบุคคลทั่วไปยังไม่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ดีพอ อีกทั้งจะเห็นได้ว่า ข้อมูลข่าวสาร ที่อยู่ในเว็บไซต์ส่วนใหญ่ยังไม่มีระบบการจัดการที่ดี ทำให้ข้อมูลกระจัดกระจายและ ค้นหาได้ยากทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการไม่มีระบบขั้นตอนที่ชัดเจนในการค้นหา

4.4 ปัญหาด้านการสร้างเชื่อมั่นของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การที่ ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าและบริการไม่ได้ทำการค้าโดยพบปะกันโดยตรงเช่นเดียวกับการค้า ทั่วไป และยังไม่สามารถระบุตำแหน่งที่ตั้งของแต่ละฝ่ายอย่างถูกต้องได้โดยง่ายนั้นทำ ให้เกิดโอกาสในการโกงกันเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การซื้อสินค้าทาง อิเล็กทรอนิกส์ยังมีปัญหาที่ไม่ได้เห็นสินค้าโดยตรง ทำให้อาจไม่ได้สินค้าที่ต้องการ อย่างแท้จริง รวมทั้งการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ยังอาจทำให้เกิดปัญหาที่ข้อมูลส่วนตัวของ ผู้บริโภคถูกนำไปใช้ทางที่ไม่เหมาะสม เช่น การพยายามขายสินค้าอื่น ๆ ในลักษณะที่ อาจเป็นการรบกวนผู้บริโภคเป็นต้น ปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของ ผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ปริมาณธุรกรรมโดยผ่านช่องทาง การค้าอิเล็กทรอนิกส์ยังมีไม่มากนัก

4.5 ขาดทิศทางการพัฒนานานเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจนและ เป็นระบบเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

4.6 ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายรองรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ถึงแม้ว่าจะมีการร่างกฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมาย เกี่ยวกับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายเกี่ยวกับการโอนเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์ ขึ้นแล้วก็ตาม แต่เนื่องจากการเปลี่ยนรัฐบาลทำให้กฎหมายดังกล่าวอยู่ในระหว่าง การพิจารณาของคณะกรรมการวิสามัญ ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ผู้ บริโภคยังไม่ มีความเชื่อมั่นอย่างเต็มที่ในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต

4.7 คุณภาพของระบบโครงสร้างพื้นฐานทางด้านสื่อสารยังไม่ได้ มาตรฐานนอกจากนี้ยังมีต้นทุนค่าใช้จ่ายบริการค่อนข้างสูง

5. ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาด

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะใช้วิธีการทำตลาดเองหรือมีบริษัทในเครือทำตลาดให้มีเพียงส่วนน้อยที่จ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาดโดยตรง และส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานการตลาดที่มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดเป็นอย่างดี ขาดการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญเป็นลายลักษณ์อักษร และยังไม่มีการกำหนดแผนการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละตัวรวมทั้งยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสำรวจความพอใจของลูกค้าอย่างเป็นทางการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากกว่าครึ่งหนึ่งทำการผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้จ้างผลิตและมีความสามารถในการขายสินค้าสู่ผู้บริโภคปลายทางน้อย ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งหรือตัวแทนการค้ามากกว่า

5.1 ปัจจัยภายใน

5.1.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดการผลิตสินค้าที่มุ่งเน้นความต้องการของตลาด ขาดการค้นคว้า วิจัย สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และออกแบบอย่างมืออาชีพ ขาดความรู้ในด้านการตลาด ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ รวมถึงด้านบรรจุภัณฑ์ที่ดี จึงนำไปสู่การตลาดไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

5.1.2 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการขนาดย่อม ทั้งนี้ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากการขาดความรู้ในด้านการตลาดดังกล่าวมาแล้ว ขาดการวิจัยตลาด มีบุคลากรน้อย และไม่มีบุคลากรสำหรับทำกิจกรรมด้านการตลาดโดยเฉพาะ

5.1.3 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีปัญหาในด้านการขาดความรู้ความชำนาญในการติดต่อหาช่องทางตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะช่องทางในด้านการส่งออกสินค้า ทำให้การประกอบกิจการของผู้ประกอบการ SMEs จึงเป็นเพียงเพื่อสนองความต้องการของตลาดหรือลูกค้าในท้องถิ่นเป็นส่วนมาก

5.1.4 การคมนาคมขนส่งที่ต้องอาศัยคนกลางหลายทอด ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุน ให้กับสินค้า ทำให้ลดขีดความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าอื่น ส่งผลให้บางกรณีต้องเสียโอกาสในการขยายตลาดและพัฒนาสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดส่งออกให้ดียิ่งขึ้น

5.2 ปัจจัยภายนอก

5.2.1 การเปิดเสรีทางการค้า ทำให้การแข่งขันที่ความรุนแรงเพิ่มขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยังไม่แข็งแกร่งพอ ในด้านเงินทุน คุณภาพบุคลากร และการบริหารจัดการ เสียเปรียบ ผู้ประกอบการรายใหญ่ รวมถึงผู้ประกอบการจากต่างประเทศซึ่งมีความได้เปรียบในปัจจัยดังกล่าวเกือบทุกด้าน

5.2.2 การกีดกันทางการค้าโดยใช้มาตรการด้านภาษีของประเทศพัฒนาได้เปลี่ยนไปสู่มาตรการที่มีไม่มาตรการทางภาษี (Non-tariff barriers) มากขึ้น ซึ่งการกำหนดระเบียบมาตรฐานของประเทศผู้นำเข้าเหล่านี้นับวันจะทวีความเข้มงวดมากขึ้น รวมทั้งมีรายละเอียดที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศทำให้การผลิตสินค้าเพื่อให้สามารถส่งออกได้มีความซับซ้อน และส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นยากที่ผู้ประกอบการ SMEs จะปรับตัวได้ทัน

5.2.3 ค่าจ้างแรงงานไทยปรับตัวสูงขึ้น และสูงกว่าประเทศคู่แข่งชั้นนำบางรายในสินค้านับระดับเดียวกัน ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาลดลง

6. ประสิทธิภาพการผลิต

ประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวโน้มลดต่ำลงค่าผลิตภาพการผลิตรวม (total factor productivity) และผลิตภาพแรงงาน (labor productivity) มีแนวโน้มลดลงจากการศึกษาของผู้เชี่ยวชาญประเทศญี่ปุ่น (JICA) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผลจากการที่มีประสิทธิภาพค่อนข้างต่ำดังกล่าวนี้ หลังจากเกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ. 2540 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรง โดยประมาณร้อยละ 79 มีการผลิตลดลง และยังพบว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นดังกล่าว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับผลกระทบที่รุนแรงกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่

7. ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์

ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีข้อจำกัดอยู่มาก จนเป็นปัญหารากฐานสำคัญที่ส่งผลกระทบในระยะยาวต่อภาควิสาหกิจทั้งระบบ ปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากได้แก่ การขาดช่างเทคนิคที่มีความสามารถ แรงงานไทยโดยเฉลี่ยมีการศึกษาดำ ยังไม่มีการพัฒนาช่างเทคนิคที่ตรงกับความต้องการ

ในการสร้างสินค้าประเภทใหม่ ปัญหาการขาดวิสัยทัศน์ของช่างเทคนิคที่จะทำหน้าที่ ออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งปัญหาของการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ให้เกิดขึ้น โดยต่อเนื่องความไม่พร้อมต่อการเปิดเสรีของตลาดสินค้า ตลาดทุน และตลาดเงิน

เนื่องจากมีข้อด้อยในหลาย ๆ เรื่อง ทำให้ประสบกับปัญหาสำคัญ คือ การแข่งขันจากต่างประเทศ โดยภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงในปัจจุบัน คือ ภาคการค้าปลีกที่ไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ได้เนื่องจาก วิสาหกิจขนาดใหญ่ดังกล่าวมีข้อได้เปรียบในเรื่องเงินทุนและการบริหารจัดการที่ดีกว่า

ความจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้ เนื่องจากระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อมที่ระดมทุนเพิ่มหรือชักนำให้เกิดการร่วมทุนได้ ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีความประสงค์ที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจเองโดยทั้งหมด

2. การกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินมีปัญหาที่ไม่สามารถเข้าถึงได้เนื่องจากการขาดมาตรฐานด้านการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังไม่มีการจัดทำบัญชีธุรกิจที่ได้มาตรฐาน ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสดำเนินการด้านสินเชื่อได้รับสินเชื่อไม่เพียงพอ รวมทั้งปัญหาที่ต้นทุนการกู้ยืมสูง มีค่าการวิเคราะห์ต้นทุนเทียบต่อยอดสินเชื่อที่สูงกว่าสินเชื่อขนาดใหญ่ และต้นทุนอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่สูงกว่าเนื่องจากมีอัตราเสี่ยงสูงกว่า นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ค่อนข้างมากภายหลังเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ด้านการเงินเมื่อกลางปี พ.ศ. 2540 ซึ่งที่ผ่านมายังมีได้รับการจัดการแก้ไขให้ถูกลงไปมาก

ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาลทั้งในเรื่องของความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และความเสมอภาคจึงเป็นผลทำให้มีความอ่อนด้อยและเสียเปรียบวิสาหกิจขนาดใหญ่ การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน

ไม่น้อยเป็นธุรกิจครอบครัวมีผลให้การตัดสินใจทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ ดำเนินการ โดยเจ้าของธุรกิจเพียงบุคคลเดียวหรือกลุ่มเดียว มีการใช้ข้อมูลที่เป็นระบบในการบริหารจัดการค่อนข้างจำกัด ขาดระบบงานที่ชัดเจนรวมทั้งยังขาดแนวคิดในการสร้างจิตสำนึกของบุคลากรในองค์กรที่จะนำแนวคิดด้านธรรมาภิบาลมาใช้

ระบบการบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การบริหารจัดการของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมายังขาดการจัดการที่เป็นระบบ แม้ว่าในแต่ละเรื่องจะมีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ เช่น ภาคราชการผลิตมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักรวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ภาคราชการค้ามีกระทรวงพาณิชย์ ส่วนภาคบริการมีหน่วยงานหลายแห่งร่วมรับผิดชอบ อุปสรรคสำคัญ คือ ยังขาดการประสานงาน ยังไม่มีการกำหนดแผนส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งระบบ แผนปฏิบัติการที่ดำเนินการอยู่ขณะนี้เป็นการดำเนินงานที่เป็นอิสระของแต่ละหน่วยงาน ยังไม่มีการปรับแผนให้สอดคล้องกันทั้งในเรื่องเป้าหมายและขั้นตอนการปฏิบัติงาน ขาดการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงทั้งระบบด้วยกัน

ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป (local SME)

สภาพโดยรวมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปในด้านการผลิต กลุ่มวิสาหกิจทั่วไปยังมีรูปแบบการผลิตเป็นจำนวนมาก (mass production) เพื่อลดต้นทุนทางด้านการผลิต นอกจากนั้นยังเป็นการผลิตแบบรับช่วงการผลิตทำให้ส่งผลเชื่อมโยงไปถึงทางด้านการตลาดที่ไม่สามารถรับรู้ความต้องการของตลาดที่แท้จริงในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากการผลิตแบบรับช่วงการผลิตนั้นเป็นการผลิตตามคำสั่งเป็นหลัก ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจทั่วไปจึงขาดการพัฒนาทางด้านการคิด

สร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถสร้างฐานความรู้ด้าน
รสนิยมที่แท้จริงของผู้บริโภคได้

1. ปัญหาทางการเงิน เป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการส่วนมากประสบอยู่ คือ
ขาดหลักทรัพย์ ในการค้ำประกันสินเชื่อ ขาดเงินทุนในการเริ่มกิจการใหม่และขยายธุรกิจ
ทั้งนี้ปัญหาเหล่านี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการขาดการบริหารจัดการที่ดี ขาดการจัดทำ
ระบบบัญชีที่ดี ขาดความโปร่งใสในการทำงาน ทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ ขาดความ
เชื่อถือในการปล่อยสินเชื่อ เป็นเหตุให้วิสาหกิจต้องพึ่งพาเงินกู้ยืมในระบบ และต้องจ่าย
ดอกเบี้ยในอัตราสูง จึงเป็นข้อจำกัดของการปรับปรุงกิจการหรือการเพิ่มประสิทธิภาพ
การลงทุน รวมไปถึงการก่อให้เกิดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ที่ยังเป็น
อุปสรรคสำคัญของการเข้าถึงเงินกู้ในระบบธนาคารในปัจจุบัน

2. ปัญหาด้านตัวผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการ
ประกอบธุรกิจทั้งทางด้านการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบ
ผลิตภัณฑ์และขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาที่ดี ขาดคุณสมบัติของความเป็นผู้ประกอบการ
เช่น ความกล้าเสี่ยง กระตือรือร้น รักการเรียนรู้ ทะเยอทะยาน รักความท้าทาย มีความ
เป็นผู้นำ การควบคุมตนเอง เป็นต้น

3. ปัญหาด้านเทคโนโลยี ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีให้สูงขึ้น ส่วนใหญ่ยังใช้
เทคโนโลยีดั้งเดิม ไม่ซับซ้อน เนื่องจากลงทุนต่ำ จึงทำให้การผลิตของวิสาหกิจมีประสิทธิภาพ
การผลิตต่ำ เสียเปรียบคู่แข่งกัน ทั้งนี้เพราะการใช้เครื่องจักรเก่า มีเทคโนโลยีที่ล้าสมัย
ทำให้กระบวนการผลิตมีปัญหาและส่งผลกระทบต่อเนื่องไปถึงความสามารถในการแข่งขันด้าน
การตลาดลดลง

4. ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของรัฐ กลุ่มวิสาหกิจทั่วไปจำนวนมากเป็นการ
จัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น เป็นโรงงานห้องแถว ไม่มีการจดทะเบียน
โรงงาน ดังนั้นกิจการหรือโรงงานเหล่านี้ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้การบริการ
ของรัฐ หรือแม้แต่กิจการจดทะเบียนถูกต้อง ก็มักไม่ค่อยจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน
ของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพแวดล้อม
และขาดข้อมูลด้านการเข้าถึงการบริการของรัฐ เช่น ไม่รู้แหล่งที่ตั้ง ขาดความรู้เรื่อง
กฎระเบียบราชการ รวมทั้งมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อระบบราชการ

5. ปัญหาทางด้านการตลาด กลุ่มวิสาหกิจทั่วไปประสบปัญหาทางด้านการตลาดที่สำคัญ คือ ขาดความรู้ในการพัฒนาช่องทางการตลาด เนื่องจากวิสาหกิจทั่วไปใช้ช่องทางการตลาดแบบเดิม ๆ ทำให้ยากต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ปัจจุบันมีความซับซ้อนและหลากหลายยิ่งขึ้น ทำให้วิสาหกิจทั่วไปสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งยังเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ทำให้ไม่ทันกับยุคสมัยการเปิดเสรีทางการค้า

6. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัญหาสำคัญ ดังนี้

6.1 ปัญหาการขาดการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน ทำให้มาตรฐานของสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด

6.2 ปัญหาการขาดการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ ๆ ทำให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปไม่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

7. ปัญหาด้านปัจจัยการผลิต ประกอบด้วยปัญหาสำคัญ ดังนี้

7.1 ปัญหาด้านวัตถุดิบ โดยกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปมีการใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ ขาดการพัฒนาวัตถุดิบ รวมทั้งไม่รู้แหล่งของวัตถุดิบ มีผลทำให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปไม่มีคุณภาพและมีต้นทุนในการผลิตที่สูง

7.2 ปัญหาด้านแรงงาน วิสาหกิจมีการใช้แรงงานที่มีพื้นฐานการศึกษาน้อย มีการโยกย้ายสูง ทำให้การพัฒนาแรงงานไม่มีความต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและประสิทธิภาพการผลิต

กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อม (exporter)

1. สภาวะการณ์ของผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อม

การแข่งขันด้านการส่งออกในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนรูปแบบจากการรับจ้างการผลิตไปสู่การผลิตเพื่อสนองความต้องการโดยตรงของผู้บริโภค ดังนั้นรูปแบบการผลิตแบบเก่าที่เน้นหนักในทาง ด้านการผลิตเป็นจำนวนมากเพื่อลดต้นทุนการผลิตจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปสู่การผลิตที่มุ่งเน้นในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคโดยตรง

นอกจากนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการส่งออกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันก็คือ การรักษาระดับคุณภาพมาตรฐานในการผลิตให้ทุกชิ้นผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพมาตรฐานเท่าเทียมกัน เนื่องจากสินค้าไทยมีปัญหาอย่างมากในการรักษาระดับคุณภาพและมาตรฐาน ดังนั้นบ่อยครั้งจึงมักจะถูกยกเลิกใบสั่งสินค้า โดยเฉพาะหมวดอุตสาหกรรมอาหาร เช่น กุ้งแช่แข็ง ไก่แช่แข็ง และหมวดสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

2. ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก

2.1 ขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดความสามารถในการกำหนดวิสัยทัศน์ของการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมของการแข่งขันรูปแบบใหม่ ขาดความรู้และทักษะในการประกอบการ อาทิเช่น ความสามารถด้านภาษาที่ใช้ในการติดต่อกับลูกค้าในต่างประเทศ ความรู้ด้านข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำการค้าต่างประเทศ ความสามารถในการบริหารการเงินสมัยใหม่ เป็นต้น

2.2 ขีดความสามารถทางเทคโนโลยี ขีดความสามารถทางเทคโนโลยีนับเป็นปัญหาที่สำคัญที่ส่งผลถึงความสามารถในการพัฒนาสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจ ปัญหาที่สำคัญทางด้านเทคโนโลยีคือการขาดความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอันเนื่องมาจากปัญหาทางด้านลิขสิทธิ์รวมถึง การขาดการถ่ายโอนความรู้ทางด้านเทคโนโลยีจากเจ้าของเทคโนโลยีมาสู่องค์กรทำให้ไม่มีการพัฒนาทางด้านความรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

2.3 ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผู้ประกอบการส่งออกจำนวนมากที่มีคำสั่งซื้อจากลูกค้าในต่างประเทศแล้ว แต่ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนสำหรับการผลิตได้ เนื่องจากสถาบันการเงินเพิ่มความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อให้แก่หน่วยธุรกิจมากขึ้น ปัญหาการเป็นลูกค้าที่มีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และความไม่เชื่อมั่นในสถานะภาพของผู้ซื้อในต่างประเทศ ทำให้ผู้ส่งออกรายเล็กไม่ได้รับสินเชื่อตามความต้องการ

2.4 การไม่สามารถเข้าถึงบริการด้านต่าง ๆ จากภาครัฐและอุปสรรคที่เกิดจากกฎระเบียบของรัฐ ผู้ประกอบการส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมมักเข้าไม่ถึงบริการ

จากภาครัฐ เนื่องมาจากสาเหตุจากการขาดข้อมูลที่จะรับรู้ว่ามีรัฐให้บริการที่ใดและสามารถติดต่อเข้ารับบริการได้อย่างไร หรือปัญหาจากข้อจำกัดในการให้บริการ โดยเฉพาะบริการด้านกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศที่เป็นผู้ส่งออกที่มีศักยภาพสูง ทำให้ผู้ส่งออกรายย่อยที่มีความพร้อมน้อยไม่ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรม

2.5 ปัญหาด้านขีดความสามารถการตลาด ผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกตามคำสั่งซื้อ จึงขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้สินค้าโดยตรง ทำให้ขาดความสามารถที่จะพัฒนาแบบและคุณภาพของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เองส่งผลให้ข้อจำกัด ที่จะขยายช่องทางเข้าสู่ตลาดใหม่หรือเชื่อมโยงธุรกิจเข้าสู่เครือข่ายการตลาดระดับนานาชาติ

กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ (new entrepreneur)

1. สถานภาพของผู้ประกอบการใหม่ (new entrepreneur) และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่

ผู้ประกอบการใหม่ (new entrepreneur) โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีทักษะพรสวรรค์และนวัตกรรม จะเป็นตัวจักรสำคัญในการเพิ่มความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศไทยมีผู้ประกอบการทั้งสิ้นทั้งที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน ประมาณ 1.6 ล้านราย หรือประมาณ 1: 40 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับระบบเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งจะมีอัตราส่วนของผู้ประกอบการต่อประชากรประมาณ 1 : 20 จึงจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่ในแต่ละปีให้สูงขึ้นกว่าเดิม โดยในปี พ.ศ. 2544 มีจำนวนผู้ประกอบการใหม่ที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจกับกรมทะเบียนการค้ากระทรวงพาณิชย์ 19,675 ราย เทียบกับ 16,549 ราย ในปี พ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.9

ดังนั้นเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีทักษะ พรสวรรค์และนวัตกรรม รวมทั้งการปรับเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจจากเศรษฐกิจที่พึ่งพิงสินทรัพย์ทางกายภาพไปสู่เศรษฐกิจที่อาศัยความรู้ ทักษะและเทคโนโลยี แนวคิดด้านเศรษฐกิจบนฐานความรู้ใหม่ (new economy) จึงได้รับความสนใจในการเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของ

ประเทศ โดยที่แนวคิดเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้ใหม่ คือ เศรษฐกิจของสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ โดยมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology--ICT) รวมถึงเทคโนโลยีชีวภาพและพันธุวิศวกรรมศาสตร์เป็นแรงขับเคลื่อนก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ ในระบบเศรษฐกิจและสังคมอันเป็นผลต่อการดำรงอยู่ของประเทศต่าง ๆ ในโลกที่แตกต่างจากอดีตอย่างมาก ซึ่งจากแนวคิดอันนี้เองที่มีผลต่อเนื่องไปถึงการเกิดเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยอาศัยจุดแข็งและความเด่นของประเทศไทยในหลายด้าน เช่น

- 1) โครงสร้างพื้นฐานด้านทางหลวงดีเยี่ยมอันดับที่ 14 ของโลก
- 2) เป็นฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อันดับ 2 ของโลก
- 3) เป็นผู้ส่งออกอุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับที่ 14 ของโลก
- 4) ประเทศไทยส่งออกอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับที่ 12 ของโลก
- 5) ประเทศไทยส่งออกอุปกรณ์สำนักงานและวัสดุสำนักงานเป็นอันดับที่ 15 ของโลก
- 6) ประเทศไทยมีการสูญเสียกำลังสมองด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมต่ำเป็นอันดับที่ 17 ของโลก
- 7) ประเทศไทยมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการจัดตั้งบริษัทดี อันดับที่ 19 ของโลก
- 8) ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เร็วเป็นอันดับที่ 15 ของโลก

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมต่างๆ เอื้อให้ผู้ประกอบการ ICT ที่อยู่ในเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้ใหม่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้มากขึ้น กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2542 ขนาดของกลุ่มอุตสาหกรรม ICT ในประเทศคิดเป็นมูลค่าประมาณ 30,000 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1 ของ GDP คาดประมาณการมูลค่าของกลุ่มอุตสาหกรรม ICT ใน 5 ปี ข้างหน้าเท่ากับ 90,000-100,000 ล้านบาท และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงถึงร้อยละ 90 ในขณะที่มีการ

ส่งออกไปไม่ถึงร้อยละ 5 อันเนื่องมาจากความต้องการภายในประเทศยังคงอยู่ในระดับสูง และอยู่ใกล้ฐานลูกค้า สามารถที่จะมีการเจริญเติบโตได้โดยไม่มีพรมแดน

2. ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการใหม่

2.1 ขาดประสบการณ์ในการประกอบกิจการ มักประสบปัญหาการดำเนินงานธุรกิจจริงที่ไม่เป็นไปตามแผนธุรกิจที่ตั้งไว้ หรือเกิดปัญหาการลงทุนสูงเกินไปจนประสบปัญหาด้านกระแสเงินสดและบริหารการเงิน

2.2 ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน ผู้ประกอบการใหม่ส่วนใหญ่จะประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ เนื่องจากเพิ่งเริ่มกิจการยังไม่มีผลการประกอบการในอดีตที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สถาบันการเงิน ทำให้สถาบันการเงินไม่กล้าเสี่ยงที่จะให้สินเชื่อหรือต้องการหลักประกันในอัตราสูง

2.3 ปัญหาทางด้านการตลาด ผู้ประกอบการใหม่ประสบปัญหาด้านการเข้าถึงช่องทางและเครือข่ายการตลาด ขาดกลยุทธ์และแผนการตลาดที่เหมาะสม รวมทั้งบางรายยังขาดความสามารถในการบริหารการตลาดด้วยทำให้ต้องสูญเสียคำสั่งซื้อไปได้ง่าย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (community enterprises)

1. จำนวนและผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

ประเทศไทยมีจำนวนครัวเรือนที่ประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนประมาณ 1,186,000 ครัวเรือน มีแหล่งที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณร้อยละ 45 อยู่ในภาคเหนือและภาคใต้ร้อยละ 20 และ 22 ตามลำดับ และอยู่ในภาคกลางประมาณร้อยละ 12 อุตสาหกรรมในครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นการประกอบอาชีพผลิตสิ่งทอ สิ่งถัก เครื่องแต่งกายและหนังสัตว์ ประมาณร้อยละ 38.1 นอกจากนี้จะเป็นการผลิตเคมีภัณฑ์ยางและพลาสติก ไม้ และผลิตภัณฑ์จากไม้อาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ และการผลิตอื่น ๆ

2. ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2.1 ปัญหาด้านขีดความสามารถของผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในรูปแบบเดิม ๆ ที่เคยดำเนินการมาในอดีตขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาการที่ทันสมัย และยังขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด

2.2 ข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ในการบริหารจัดการที่ดี ไม่สามารถคิดต้นทุนที่ถูกต้องหรือบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดกลยุทธ์และความรู้ในการตั้งราคาขายสินค้าที่สอดคล้องกับต้นทุนและสภาพการณ์ในตลาด ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะการขายโดยขาดทุนหรือการขายไม่ออกขาดการจัดทำระบบบัญชีพื้นฐานที่ดีของธุรกิจ

2.3 ปัญหาทางด้านเทคโนโลยี โดยทั่วไปวิสาหกิจชุมชนใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบดั้งเดิม ไม่ซับซ้อนและเป็นเทคโนโลยีที่เกิดจากภูมิปัญญาที่อยู่ในท้องถิ่นสืบเนื่องมายาวนาน มีข้อได้เปรียบ คือ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมีต้นทุนต่ำแต่ขณะเดียวกันก็มีจุดอ่อนที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงประสิทธิภาพการผลิตและมาตรฐานในตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นปัญหาที่ไม่สามารถผลิตได้ในจำนวนมากตามคำสั่งซื้อผู้ประกอบการชุมชนบาง ส่วนยังขาดความรู้ในการดูแลรักษาเครื่องมือ เครื่องจักร และวัตถุดิบ และขาดแนวคิดในการพัฒนายกระดับเทคโนโลยี

2.4 ปัญหาทางการเงิน วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขาดแคลนเงินทุนในการลงทุน และการดำเนินการและขาดสินเชื่อเพื่อการบริหารงานในระยะเวลาที่ให้เครดิตแก่ลูกค้าต้องใช้เงินทุนนอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

2.5 ปัญหาทางการตลาด เป็นปัญหาหลักของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากส่วนใหญ่ทำการผลิตบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ ขาดความเข้าใจในกระแสความนิยม หรือ พฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาด ทำให้แบบผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของตลาดการทำวิจัยและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดมีน้อยมากในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัดด้านสถานที่จำหน่ายสินค้า

2.6 ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทพื้นบ้านและของที่ระลึก มีผลิตภัณฑ์บางส่วนที่มีรูปแบบซ้ำ ๆ กันไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และไม่สามารถตอบสนองต่อรสนิยมและความต้องการของตลาดได้นอกจาก นี้ยังมีปัญหาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นไม่ทันสมัยและมีเป็นที่ดึงดูดใจของท้องตลาด

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป็นที่คาดหวังกันว่า SMEs จะเป็นแกนสำคัญในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจไทย แต่ SMEs ที่จะทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอย่างยั่งยืนนั้นต้องเป็น SMEs ยุคใหม่ที่มีวิธีการทำงานเปลี่ยนไปจากเดิม โดยผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ของการปรับตัวที่สำคัญ 3 ประการ คือ มีความโปร่งใส มีแผนธุรกิจที่ชัดเจนอยู่เสมอ และอย่าออกนอกความถนัด

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs กำลังได้รับความสำคัญอย่างสูงจากทุกฝ่ายในสังคมไทยขณะนี้โดยคาดว่าจะเป็กลุ่มธุรกิจที่ช่วยเพิ่มพลังให้ระบบเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอีกครั้งหนึ่ง แม้ทุกฝ่ายจะยอมรับความสำคัญของ SMEs ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ แต่การที่จะให้ SMEs เป็นแกนหลักของการพัฒนาประเทศในอนาคตได้นั้นวิธีการคิดและการทำธุรกิจของ SMEs จะต้องมึลักษณะที่แตกต่างจาก SMEs ที่เรารู้จักในปัจจุบัน โดยต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มิฉะนั้นแล้วประเทศไทยก็ไม่สามารถทำให้ SMEs เป็นแกนหลักของการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

ในช่วงก่อนที่ประเทศไทยจะประสบวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ หากมีใครสักคนกล่าวเตือนระวังแนวทางการพัฒนาที่ประเทศไทยดำเนินการอยู่ในขณะนั้นว่าเป็นแนวทางการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนและอาจสร้างปัญหาให้กับระบบเศรษฐกิจโดยรวมก็คงไม่มีใครเชื่อและไม่มีใครเข้าใจว่าการพัฒนาของเราในอดีตที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วจนทำให้ภาคธุรกิจมีกำไรอย่างถล่มทลาย จะเรียกว่าไม่ยั่งยืนได้อย่างไร ในขณะนั้นทุกคนต่างก็เชื่อว่าธุรกิจของเขาที่สามารถมีกำไรที่เพิ่มขึ้นนั้นจะสามารถมีกำไรต่อไปอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี ผลจากวิกฤตทางเศรษฐกิจในขณะนี้แสดงให้เห็นแล้วว่าการเติบโตของธุรกิจที่ว้าวุ่นนั้นได้สิ้นสุดลงอย่างกะทันหันและส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงไม่เพียงแต่ในประเทศไทยของเราเท่านั้นแต่ยังส่งผลให้เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจขยายตัวออกไปในหลายประเทศทั่วโลกอีกด้วย

วิกฤตทางเศรษฐกิจได้ให้บทเรียนที่สำคัญคือทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างคำว่า “ยั่งยืน” และคำว่า “เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว” ว่าเป็นคนละความหมายกัน ธุรกิจที่เติบโตเร็วกับธุรกิจที่ยั่งยืนนั้นมีความหมายแตกต่างกัน ธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว แม้จะ

หมายถึงกำไรที่งดงามแต่อาจจะเกิดขึ้นเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งแล้วก็จะบั่นลงลงเหลือไว้แต่ความสูญเสียของผู้ที่เกี่ยวข้อง ส่วน “ธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างยั่งยืน” หมายถึงผลสำเร็จที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องติดต่อกันโดยสามารถจะรอดพ้นภาวะวิกฤตไปได้อย่างมั่นคง ดังนั้นความหมายของการว่ายั่งยืนจึงเป็นเรื่องของระยะเวลาซึ่งการจะมีผลสำเร็จทางธุรกิจในลักษณะยั่งยืนที่ได้นั้น หมายถึง ผู้ประกอบการต้องคิดถึงผลที่เกิดขึ้นระยะยาวหรือมองการณ์ไกลอยู่เสมอซึ่งเป็นหน้าที่ของเราทุกคนที่ต้องแสวงหาคำตอบร่วมกันว่าทำอย่างไรจึงจะเกิดการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืนซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะธรรมชาติของมนุษย์ก็มักจะให้ความสนใจในเรื่องของระยะสั้นมากกว่าระยะยาว ดังนั้น ใจทย์ของเราจึงอยู่ที่ว่าทำอย่างไรเราจึงมีส่วนของการพัฒนาธุรกิจที่เหมาะสมระหว่างระยะสั้นและระยะยาวซึ่งถ้าทราบใดที่เราไม่สามารถตอบคำถามนี้ได้โอกาสที่ประเทศไทยจะประสบวิกฤตทางเศรษฐกิจที่รุนแรงรอบใหม่เนื่องจากธุรกิจของเราไม่ยั่งยืนก็มีความเป็นไปได้สูง

ถ้าหากยอมรับกันว่าความหมายของคำว่า “ยั่งยืน” คือการมองการณ์ไกลหรือคิดถึงระยะยาวก็อาจมีผู้สงสัยว่าแล้วเกี่ยวข้องกับอะไรกับ SMEs ซึ่งถ้าพิจารณาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ได้แผ่ขยายไปเกือบทั่วโลกในขณะนี้มันปรากฏว่ามีอยู่อย่างน้อย 2 ประเทศที่อาจกล่าวได้ว่ารอดตัวจากวิกฤตครั้งนี้คือ ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไต้หวัน ซึ่งถ้าเรามาพิจารณาโครงสร้างธุรกิจของทั้ง 2 ประเทศนี้จะพบว่า SMEs ในประเทศทั้ง 2 นี้มีบทบาทความสำคัญอย่างมาก กล่าวคือ

1. สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่เศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและกลายเป็นที่พึ่งของประเทศต่างๆทั่วโลกในขณะนี้ มีโครงสร้างมีโครงสร้างเศรษฐกิจประกอบด้วยผลผลิตที่มาจาก SMEs ถึงร้อยละ 45 ในขณะที่การคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มาจาก SMEs มีสัดส่วนถึงร้อยละ 30 ส่วนในด้านของการจ้างงานมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 53

2. ไต้หวัน ซึ่งเป็นประเทศเดียวในเอเชียที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตทางเศรษฐกิจน้อยที่สุด ปรากฏว่าในประเทศไต้หวัน SMEs มีบทบาทอย่างมาก โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 78 ของการจ้างงานของภาคธุรกิจทั้งหมดร้อยละ 35 ของยอดขายสินค้าโดยรวม และร้อยละ 50 ของการส่งออก

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างของประเทศที่ไม่ต้องประสบวิกฤตทางเศรษฐกิจซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ทุกฝ่ายเห็นพ้องกันว่าพัฒนาที่ผ่านมาของเราที่เน้นโครงการลงทุนขนาดใหญ่ไม่ใช่การพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น แนวทางการพัฒนาในระยะต่อไปของเรานั้นจึงควรที่จะอาศัย SMEs เป็นพลังในการพัฒนาให้มากขึ้นอย่างไรก็ดี หากพิจารณา SMEs ในประเทศเราในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าทางด้านจำนวนนั้นประเทศไทยขณะนี้ก็มี SMEs จำนวนมากอยู่แล้ว แต่หากถามว่า SMEs ในประเทศไทยมีลักษณะเดียวกับ SMEs ของประเทศสหรัฐอเมริกาหรือไต้หวัน คือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจหรือไม่ก็ต้องตอบว่าไม่เหมือนเพราะถ้าหากว่า SMEs ในประเทศเราเข้มแข็งเหมือนกับ 2 ประเทศนั้นแล้วประเทศเราก็คงต้องไม่ประสบวิกฤตอย่างหนัก เช่นทุกวันนี้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่พวกเราจะต้องมาคิดกันใหม่ว่าลักษณะที่ถูกต้องของ SMEs ต่อไปในอนาคตควรปรับเปลี่ยนอย่างไรและควรมีหลักสำคัญๆ ในการปรับตัวอย่างไร

การปรับตัววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การปรับตัวของ SMEs เป็นเรื่องที่สำคัญมากและจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจกับทุกคนว่าสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจครั้งนี้สิ้นสุดลงจะไม่มีทางกลับมาเหมือนกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในช่วงก่อนวิกฤตซึ่งก็น่าเป็นห่วงว่าขณะนี้คนส่วนใหญ่ยังปลอบใจตัวเองว่าวิกฤตที่เกิดขึ้นนี้เป็นเรื่องชั่วคราวเปรียบเสมือนกับการที่กำลังนั่งดูหนังแล้วหนังถูกตัดไปชั่วระยะเวลาหนึ่งและเมื่อหนังกลับมาฉายใหม่ก็จะมาฉายต่อเป็นเรื่องเดียวกับที่ดูค้างไว้แต่ความจริงที่จะต้องเข้าใจร่วมกันก็คือหนังที่จะกลับมาฉายใหม่จะเป็นคนละเรื่องกับที่เคยดูไว้เดิม ดังนั้นเมื่อเข้าใจเช่นนี้แล้วเราก็จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป “การปรับตัวที่ว่านี้คือ การเปลี่ยนแปลงวิธีการคิด วิธีการทำงาน” เพราะเราต้องเข้าสู่สิ่งแวดล้อมใหม่ ดังนั้น ไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เท่านั้นที่จะต้องปรับตัว ข้าราชการ รัฐบาล หรือธนาคารพาณิชย์เองก็ต้องปรับตัว ภาระในการปรับตัวจึงเกิดขึ้นกับทุกฟันเฟืองของระบบเศรษฐกิจ

ธุรกิจ SMEs ที่จะเติบโตต่อไปจึงไม่ใช่ SMEs ที่มีการทำธุรกิจอย่างในอดีตแต่ต้องเป็น SMEs ยุคใหม่ที่ต้องเปลี่ยนวิธีคิด ถ้าเรายังไม่ปรับตัวโดยหลายคนคิดว่าเคยทำธุรกิจในลักษณะนี้มาตั้งแต่สมัยพ่อแม่ปู่ย่าตายายแล้วทำไมจะต้องปรับเปลี่ยน คำตอบก็คือว่าทำธุรกิจในวิธีการเดิมไม่ได้อีกต่อไปเพราะสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจได้เปลี่ยนไปแล้วและการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ทุกฝ่ายจำเป็นต้องมีการปรับตัวก็เนื่องมาจาก

1. การแข่งขัน แนวโน้มต่อไปข้างหน้า การแข่งขันจะไม่มีวันลดความรุนแรงลงไม่ว่าจะในธุรกิจใดนอกจากนี้การแข่งขันจะไม่จำกัดอยู่ภายในพื้นที่ เช่น ภายในจังหวัดเดียวกันหรือจากคนไทยด้วยกันเองแต่ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ การแข่งขันที่จะเกิดขึ้นจะมาจากทุกสารทิศทั่วโลกนอกจากการแข่งขันจะไม่มีวันเบาบางลงแล้ว กติกาการแข่งขันการค้าระหว่างประเทศยังจะเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วซึ่งถ้าผู้ประกอบการไม่เข้าใจกติกาการแข่งขันแล้วก็จะไม่มีวันประสบความสำเร็จในธุรกิจ เช่น ถ้าท่านยังคงละเมิดลิขสิทธิ์ทางการค้าธุรกิจของท่านก็จะไม่มีวันเติบโตได้เนื่องจากจะต้องทำการค้าแบบแคบ ๆ ไม่สามารถเปิดตลาดให้กว้างจนเข้าสู่ตลาดสากลได้หรือถ้าท่านทำผิดกติกาสากลก็จะไม่มีวันขายสินค้าออกไปสู่ตลาดโลกได้ และอาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของประเทศด้วย ดังนั้น การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ท่านต้องปรับตัว

2. การเปลี่ยนของผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการในยุคใหม่ ผู้บริโภคเหล่านี้จะไม่สามารถเอาใจได้ง่ายเหมือนสมัยก่อนหรือเป็นผู้บริโภคที่เราสามารถนำเสนอสินค้าแบบไหนให้ก็ได้อีกต่อไป แต่เป็นผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก สาเหตุที่ผู้บริโภคเปลี่ยนไปในขณะนี้ก็เพราะเขามีความเดือดร้อนเช่นเดียวกับคนทั้งหลาย กล่าวคือ รายได้ที่ลดลงทำให้เขาต้องคิดให้รอบคอบมากขึ้นก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ส่วนในระยะยาวต่อไปนั้น ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจว่าผู้บริโภคจะคิดเก่งขึ้น ฉลาดรอบรู้มากขึ้นตามลำดับเนื่องจากระบบข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัยทุกวันนี้ข้อมูลอะไรที่ผู้ประกอบการรู้ รัฐบาลรู้ ข้าราชการรู้ ผู้บริโภคก็รู้ ทำให้เขาสามารถวินิจฉัยได้ว่า สินค้าจากผู้ผลิตรายใดจาก

ประเทศไหนที่ดี คຸ້ມค่า กับเงินที่ต้องจ่าย ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในอนาคตต่อไป จึงขึ้นอยู่กับคำวินิจฉัยของผู้บริ โภค ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรัฐบาลหรือสถาบันการเงิน

ยุทธศาสตร์ในการปรับตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ประกอบการ SMEs ยุคใหม่ จำเป็นต้องมีการปรับตัวใน 3 ด้านสำคัญได้แก่

1. มีความโปร่งใส หมายถึง ความเปิดเผยตรงไปตรงมาบนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นความจริงเพราะ โลกทุกวันนี้กว้างขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจะพัฒนาไปไม่ได้ถ้าทำตัวให้แคบลง เช่น ทำกิจการที่มีแต่ความลับล้วนๆ ไม่สามารถหรือไม่ต้องการพูดจากับใคร ใครจะติดต่อขอพบก็ยาก ระบบบัญชีที่จะใช้เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ผลประกอบการ ก็มีหลายเล่มทำให้วิเคราะห์ตนเองไม่ได้นอกจากนั้นความไม่โปร่งใสเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถนำเอาความรู้สมัยใหม่มาใช้ หรือ ได้ประโยชน์จากความคิดวิธีการใหม่ ๆ จากผู้เชี่ยวชาญแขนงต่าง ๆ เนื่องจาก ต้องการที่จะปกปิดข้อมูลความจริง ดังนั้นสิ่งเหล่านี้จึงเป็นความคับแคบด้วยเหตุนี้การทำตัวให้มีความ โปร่งใส จึงถือเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่สุดในการปรับตัวของผู้ประกอบการซึ่งก็เป็นเรื่องที่น่าสนใจกันว่าผู้ประกอบการ อาจทำได้ไม่ถนัดนักแต่สิ่งนี้ก็มีความจำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจในโลกยุคใหม่เพราะจะเป็นประโยชน์ทำให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้แม่นยำจากพื้นฐานตัวเลขที่เป็นจริงและสามารถเชื่อมต่อกับผู้อื่นได้ สร้างเครือข่ายได้เชื่อ โยงผนึกกำลังได้ สะดวกขึ้น

2. มีแผนธุรกิจที่ชัดเจนและมีการปรับปรุงตลอดเวลา โดยเน้นเป้าหมายแผนไป ที่การเพิ่มคุณค่าซึ่งหมายถึงสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าในยุคที่สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งเกิดขึ้นทั้งจากการแข่งขันและจากตัวผู้บริโภค นั้น จุดสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ คือการมี “แผนธุรกิจที่ดี” โดยเป็นแผนธุรกิจที่มีผู้บริ โภคเป็นนาย ท่านจะต้องมีความคิดว่าจะทำตลาดอย่างไรจะได้ ส่วนทางการตลาดมาได้อย่างไร ท่านจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้เพราะเบื้องหลังของแผนธุรกิจ คือความคิดมีผู้ประกอบการหลายคน que เริ่มจากการไม่มีอะไรเลย นอกจากความคิดแผนธุรกิจที่มีลักษณะเด่นจะมีความชัดเจนอย่างน้อยใน 2 เรื่องสำคัญดังนี้

เรื่องแรก การปรับคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นเรื่อยๆทั้งนี้ จะสังเกตได้ว่าท่ามกลางภาวะธุรกิจที่ซบเซายอดขายตกในขณะนี้ธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพจะประสบปัญหาน้อยกว่า เพราะลูกค้าจะเลือกสนับสนุนผู้ประกอบการที่เสนอคุณภาพ เช่น ผู้บริโภคจะพิจารณาได้ว่าของที่ราคาถูกแต่คุณภาพไม่ดีจะทำให้เขาไม่ได้ประโยชน์เท่าที่ควร เขาก็จะไม่ซื้อสินค้านั้นแต่เขาจะเลือกสนับสนุนผู้ประกอบการที่เขาเชื่อว่าคุ้มค่ากับการสนับสนุนของเขา

เรื่องที่สอง การกำหนดคุณค่าเพิ่มขึ้นให้กับผู้บริโภคแม้ว่าผู้ประกอบการจะคิดว่าตนเองผลิตสินค้าที่ดีแล้วแต่ถ้าหากผู้บริโภคไม่เห็นคุณค่าในสิ่งที่ผลิตขึ้นมาก็เท่ากับว่าผู้ประกอบการทำนั่นนั้นสอบตกอย่างไรก็ดี การที่คนเราจะสามารถให้คุณค่าแก่กันและกันก็ต่อเมื่อรู้จักกัน เข้าใจกัน การรู้จักผู้บริโภค คือกุญแจที่จะเข้าไปถึงผู้บริโภคและการที่สามารถรู้ถึงความต้องการของตลาดก็คือการสร้างคุณค่าให้กับสินค้ามีนวัตกรรม คือ ทำในสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคได้อะไรเพิ่มขึ้นซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่แต่อาจจะเป็นการบริการที่ลึกซึ้งหรือเป็นเรื่องของการเอาใจที่ดี การที่เราเข้าใจผู้บริโภคถือเป็น Value ที่ให้กับผู้บริโภคในแผนธุรกิจที่จัดทำขึ้นนั้น เราจะต้องพิจารณาว่าคุณภาพของเราด้านไหนที่ต้องปรับใหม่และจะต้องปรับอย่างไร และจะต้องทำอย่างไร จึงจะสามารถให้คุณค่ากับผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้น ๆ

การเน้นแผนธุรกิจจะเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติจากเดิมที่ผู้ประกอบการหลายคนมุ่งให้ความสำคัญกับแผนการเงิน ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่สอดคล้องกับยุคสมัยใหม่ และจะไม่มีวันประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจที่ยั่งยืนผู้ประกอบการประสบความสำเร็จหลายรายในขณะนี้คือ ผู้ที่มีแผนธุรกิจที่ดีและสามารถนำไปปฏิบัติให้เกิดผล

แผนธุรกิจจึงเปรียบเสมือนหัวใจของการประกอบการที่ทำให้สินค้าและบริการมีคุณภาพ และให้ผลตอบแทนกับผู้บริโภคมากขึ้นการที่ธุรกิจจำนวนมากต้องล้มเหลวเป็นเพราะมีการใช้แผนการเงินไปนำแผนธุรกิจ ซึ่งในทางที่ถูกต้องแล้วหัวใจสำคัญที่สุดคือแผนธุรกิจส่วนแผนการเงินจะเป็นองค์ประกอบตามมา กล่าวคือ แผนการเงินต้องตามแผนธุรกิจ

3. อย่าออกนอกความถนัด ผู้ประกอบการจะต้องระลึกความเสมอว่าท่านคือผู้ประกอบการไม่ใช่นักลงทุน คำว่าผู้ประกอบการทำงานเต็มเวลาในกิจการนั้น ๆ หลาย

ท่านอาจรู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการหนึ่งเดือนต้องทำงานหนัก ในขณะที่เป็นนักลงทุนง่าย ได้กำไรเร็วกว่าซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงก่อนวิกฤตที่ผู้ประกอบการหลายรายเมื่อได้กำไรจากธุรกิจหลักของตนเองก็นำเงินไปลงทุนเมื่อไม่พอก็ไปกู้ยืมเงินมา การลงทุนเพิ่มขึ้นนี้มีมากมายที่ไม่ได้เป็นการลงทุนในธุรกิจหลักของตนหรือควบคู่ไปกับการลงทุนด้านอื่นๆ เช่น เล่นหุ้นบ้าง ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ โดยลืมคิดไปว่าในทุกสนามแข่งขันมีทีมประจำอยู่แล้วซึ่งในที่สุดแล้วเมื่อท่านออกนอกความถนัดท่านอาจสูญเสียทั้งธุรกิจหลักและเงินที่ท่านเอาไปลงทุน