

2

ทำไมต้องทำ
แผนส่งเสริม SME
ฉบับที่ 4

ประเทศไทยกับ “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง”

แม้เศรษฐกิจไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา แต่ยังไม่มากพอที่จะหลุดให้ไทยหลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” เป็นผลจากการพึ่งพาธุรกิจขนาดใหญ่ การลงทุนจากต่างประเทศ และการส่งออกบนพื้นฐานของความได้เปรียบด้านทรัพยากรธรรมชาติ และทุนด้านแรงงานที่มีความสามารถและราคาถูก เห็นได้จากการที่ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economy) แสดงถึงการเป็นประเทศที่ใช้กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพเป็นจุดแข็งในการพัฒนาประเทศ

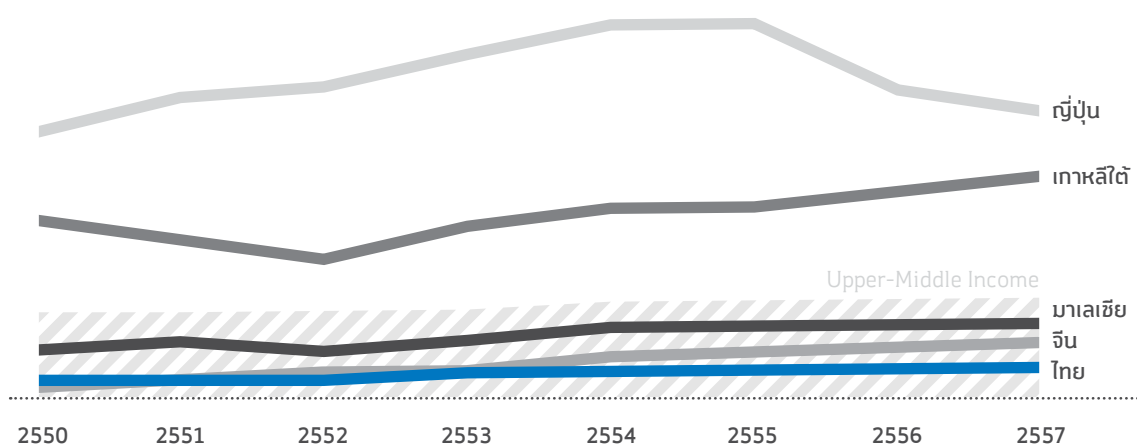
อย่างไรก็ดี ภายใต้ภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศที่ยังใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economy) และผลิตสินค้าแบบเน้นปริมาณ (Mass Production) จะต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาและการลดต้นทุนการผลิตในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถอยู่รอดในตลาด ท้ายที่สุด หากประเทศไม่สามารถหลุดจากวงจรธุรกิจแบบเดิมๆ ได้ ประเทศก็จะสูญเสียทรัพยากรในประเทศอย่างมหาศาล ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และเวลา โดยไม่ได้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คุ้มค่าคืนกลับมาจากการแข่งขันในลักษณะนี้

หนึ่งในทางออกที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้หลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถทางนวัตกรรมและการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SME ซึ่งเป็นวิสาหกิจส่วนใหญ่ของคนไทย ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และสร้างการจ้างงานที่สำคัญ ตลอดจนพยายามพัฒนาให้เกิดการใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้น เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Innovation-Driven Economy) ในที่สุด

“.. OECD ระบุว่า หากไทยคงอัตราการเติบโตในระดับเดิมต่อไป การจะก้าวขึ้นเป็นประเทศที่มีรายได้สูง ต้องใช้เวลาอีกไม่น้อยกว่า 15 ปี ..

.. หนึ่งในทางออกที่สำคัญและจำเป็น คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถทางนวัตกรรมและการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจในประเทศ โดยเฉพาะ SME ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และสร้างการจ้างงาน ตลอดจนพัฒนาให้เกิดการใช้นวัตกรรมมากขึ้น เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Innovation-Driven Economy) ในที่สุด ..”

GDP Per Capita (Current US\$)



ที่มา: The World Bank

ต่างมุมมอง ชีวิตธุรกิจ SME *

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise)	วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise)
19.2% จดทะเบียนธุรกิจกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า	จดทะเบียนธุรกิจกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 44.6%
38.1% มีพื้นฐานสมาชิกในครอบครัวที่เคยเป็นผู้ริเริ่มธุรกิจหรือมีธุรกิจส่วนตัว	มีพื้นฐานสมาชิกในครอบครัวที่เคยเป็นผู้ริเริ่มธุรกิจหรือมีธุรกิจส่วนตัว 60.0%
มีทัศนคติที่มองว่า “การเป็นผู้ประกอบการ การก่อตั้งธุรกิจใหม่ เป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพที่คนส่วนใหญ่ปรารถนา (Good Career Choice)”	มีทัศนคติที่มองว่า “ในประเทศไทย มักจะได้รับทราบเรื่องราวเกี่ยวกับความสำเร็จในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ตามสื่อต่างๆ อยู่เสมอ (Media Attention)”
ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมและมัธยมศึกษา	ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี / ปริญญาโท)
12.8% ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อขายสินค้า / บริการ	ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อขายสินค้า / บริการ 58.1%



หมายเหตุ: * ข้อมูลจากผลการวิจัย 2 ส่วนหลัก คือ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศใน 9 สาขาธุรกิจ จำนวน 36 คน/ราย และ 2) การวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 3,000 ตัวอย่างทั่วประเทศ

ที่มา: รายงาน Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ปี 2558 โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ประกอบการรายใหม่ **	ผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ***
19.0% นำเสนอสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่ และไม่เคยมีมาก่อนในตลาด	นำเสนอสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่ และไม่เคยมีมาก่อนในตลาด 13.0%
48.4% ขายสินค้าหรือบริการที่เหมือนกับ ธุรกิจอื่นในตลาด	ขายสินค้าหรือบริการที่เหมือนกับ ธุรกิจอื่นในตลาด 66.0%
8.0% พยายามหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาด ผ่านการหาลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ	พยายามหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาด ผ่านการหาลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ 6.8%
87.2% ยังคงนิยมทำธุรกิจภายในประเทศและ ไม่มีการมุ่งเน้นตลาดต่างประเทศ แต่อย่างใด	ยังคงนิยมทำธุรกิจภายในประเทศและ ไม่มีการมุ่งเน้นตลาดต่างประเทศ แต่อย่างใด 90.3%
75.8% จัดตั้งธุรกิจ เนื่องจากมองเห็นโอกาสที่ดี มากกว่าแค่เพราะจำเป็น	จัดตั้งธุรกิจ เนื่องจากมองเห็นโอกาสที่ดี มากกว่าแค่เพราะจำเป็น 58.9%
54.0% จัดตั้งธุรกิจเพื่อเพิ่มพูนรายได้ มากกว่า เพื่อการเป็นอิสระทางการเงิน (37.5%)	จัดตั้งธุรกิจเพื่อการเป็นอิสระทางการเงิน มากกว่าเพื่อเพิ่มพูนรายได้ (33.1%) 50.6%
58.0% ยังคงอยู่ในรูปแบบกิจการคนเดียว และไม่มีแนวโน้มจะจ้างงานในอนาคต (42.0%)	ยังคงอยู่ในรูปแบบกิจการคนเดียว และไม่มีแนวโน้มจะจ้างงานในอนาคต (57.6%) 63.2%
29.0% คาดหวังว่ารายได้หลักของธุรกิจ จะมาจากการขายสินค้าหรือบริการ แก่เพื่อน / ครอบครัว	คาดหวังว่ารายได้หลักของธุรกิจ จะมาจากการขายสินค้าหรือบริการ แก่เพื่อน / ครอบครัว 29.7%

หมายเหตุ: ** ผู้ประกอบการรายใหม่ หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจในระยะตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป อยู่ในช่วงระยะตั้งไข่ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้างความเป็นที่รู้จัก สร้างฐานลูกค้า และสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงธุรกิจตนเองให้ดำเนินต่อไปได้ โดยดำเนินธุรกิจมากกว่า 3 เดือน แต่ไม่เกิน 3.5 ปี (42 เดือน)

*** ผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี (42 เดือน) ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้สามารถผ่านพ้นช่วงการก่อตั้งธุรกิจใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ และสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง

ที่มา: รายงาน Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ปี 2558 โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แม้ไทยจะมีปัจจัยเอื้อต่อการทำธุรกิจ SME ที่ดี แต่ก็ยังมีอุปสรรคและความท้าทายอีกมากรออยู่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในประเทศและผู้ประกอบการ SME ด้านศักยภาพของสังคมความเป็นผู้ประกอบการ SME ของไทย (ข้อมูลจากรายงาน Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ปี 2558) พบว่า ไทยมีปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SME อย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่อง 1) การสนับสนุนทางการเงิน ที่ทั้งองค์กรภาครัฐและธนาคารพาณิชย์ให้ความสำคัญ 2) นโยบายภาครัฐที่ยกระดับให้ SME เป็นวาระแห่งชาติ พร้อมทั้งเปิดตัวนโยบายสนับสนุนต่างๆ ทั้งนโยบายด้านภาษีและการเข้าถึงบริการภาครัฐอื่นๆ และ 3) การเข้าถึงข้อมูลและเครือข่ายธุรกิจ ทั้งในเรื่องการจัดเก็บฐานข้อมูลธุรกิจและการสนับสนุนการรวมกลุ่มและการจับคู่ทางธุรกิจ

“.. SME ไทย ยังคงเน้นกลยุทธ์การแข่งขันด้านต้นทุนและราคาเป็นหลัก โดยลดต้นทุนให้ต่ำและขายให้ถูกเข้าไว้ ไม่มองการพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างมูลค่าเพิ่มผ่านนวัตกรรมและการสร้างแบรนด์ / อัตลักษณ์ที่ชัดเจนของตัวเอง ..”

นอกจากนี้ ไทยยังมีปัจจัยที่เอื้อต่อการขยายธุรกิจ SME อีกด้วย เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนทางเลือกนอกเหนือจากระบบสินเชื่อ การเปิดกว้างของโอกาสทางการตลาด ทั้งกำลังซื้อในต่างจังหวัดที่เพิ่มสูงขึ้น การค้าชายแดนที่สะดวกขึ้น และการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศต่างๆ ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลธุรกิจและการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เข้มแข็งมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคและความท้าทายอีกมาก ที่ต้องได้รับการแก้ไขและปรับปรุง เพื่อให้การพัฒนา SME ของไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็น 1) การสนับสนุนทางการเงิน ที่เงื่อนไขการอนุมัติยังขาดความยืดหยุ่น ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ได้เปรียบและมีโอกาสเข้าถึงสินเชื่อได้มากกว่า SME 2) สภาพการดำเนินธุรกิจที่วิสาหกิจขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดต้นทุน ราคา และระบบโลจิสติกส์ รวมถึงการขาดความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจของ SME เอง และ 3) การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และความไม่ต่อเนื่องของโครงการ ทั้งหมดล้วนบั่นทอนความเชื่อมั่นของ SME ต่อภาครัฐและระบบเศรษฐกิจโดยรวม เพราะ SME ไม่เห็นทางเติบโตได้มากกว่าที่เป็นอยู่จากข้อจำกัดข้างต้น

แหล่งเงินทุนเพื่อ SME แม้มียากหลาย แต่เข้าถึงยาก

ถ้าไม่มีเงินเก็บทั้งชีวิตหรือมรดกที่ครอบครัวสร้างไว้ให้ แหล่งเงินทุนหลักๆ ของ SME ในปัจจุบัน ก็คือ “การกู้ยืมนอกระบบ” อาทิ ยืมเพื่อน เพื่อนบ้าน หรือแม้กระทั่งเจ้านายและเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และ “การขอสินเชื่อ” ทั้งจากธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ

จากการสำรวจ SME ไทย ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนา ประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) พบว่าแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจส่วนใหญ่ คือ ใช้เงินออมของตนเอง ร้อยละ 59.3 รองลงมา คือ ยืมยืมจากสมาชิก ในครอบครัว สินเชื่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน และกู้ยืมจากเพื่อน ที่ร้อยละ 24.1 ร้อยละ 14.1 และร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ในส่วนของแหล่งเงินทุนในระบบ ทั้งจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ พบว่า ที่ผ่านมา SME ยังเข้าถึงได้ไม่มากนัก โดยในปี 2557 สินเชื่อค้ำของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME มีจำนวนถึง 4.4 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อ ค้ำรวม ที่ร้อยละ 32.3 - 34.5 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ ปัญหาสำคัญที่ส่งผลให้ SME ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เนื่องจากปัจจัยหลักๆ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ปัญหาจากผู้ประกอบการ SME อาทิ ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน มีหลักประกันไม่เพียงพอ ระบบบัญชีไม่เป็นมาตรฐาน หรือไม่มีประวัติกับสถาบันการเงินมาก่อน 2) ปัญหาของสถาบันการเงิน เช่น ข้อจำกัดด้านเงินทุน กฎระเบียบที่ขาดความยืดหยุ่น และ 3) ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ ระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษาด้านการเงิน ที่อยู่กระจัดกระจาย ไม่เป็นระบบ และไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME เป็นต้น

“.. ในปี 2557 สินเชื่อ ค้ำของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME มีจำนวนถึง 4.4 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อค้ำรวม ที่ร้อยละ 32.2-34.5 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ..”

โดยปัญหาเรื่อง “การขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือมีหลักทรัพย์ค้ำประกันไม่เพียงพอ” ถือเป็นปัญหาใหญ่ของ SME ถึงแม้ภาครัฐเปิดตัวโครงการหรือมาตรการต่างๆ เพื่อส่งเสริมและแก้ไขปัญหานี้มากมาย และช่วยให้การค้ำประกันสินเชื่อของไทยขยายตัวอย่างมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME ที่มีอยู่อีกจำนวนมาก

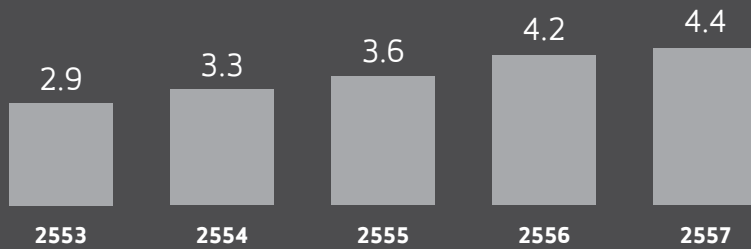
“.. OECD ระบุว่า SME ไทยต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันโดยเฉลี่ยสูงกว่าวงเงินสินเชื่อธุรกิจที่ได้รับถึง 5 เท่า ..”

รายงาน Financing SMEs and Entrepreneurs 2015

สำหรับแหล่งเงินทุนในรูปแบบอื่นๆ โดยเฉพาะรูปแบบเงินทุน (Equity Financing) อาทิ การร่วมลงทุนของภาครัฐ (Venture Capital) ซึ่งมีการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SME (SME Private Equity Trust Fund) และการระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นต้น พบว่าอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงานในประเทศไทย ยังไม่แพร่หลายในแวดวงธุรกิจ SME เท่าที่ควร

ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมให้แหล่งเงินทุนเหล่านี้ มีบทบาทมากขึ้นในการสนับสนุนการเติบโตของ SME โดยเฉพาะในระยะเริ่มต้นธุรกิจ และในกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็น Tech Startup และ Creative SME เช่น ICT ธุรกิจสร้างสรรค์ ดิจิทัล ยา และเครื่องสำอาง เป็นต้น

สินเชื่อคงค้างของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่ให้กับ SME
(ล้านล้านบาท)



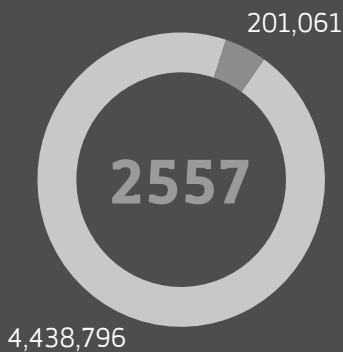
สัดส่วนสินเชื่อธุรกิจ SME
คงค้างของธนาคารพาณิชย์
ต่อสินเชื่อคงค้างรวม (ร้อยละ)



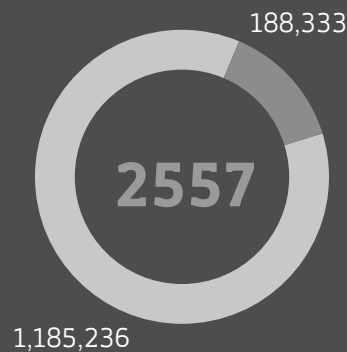
สัดส่วนมูลค่าการค้าปลีก
สินเชื่อ SME (ร้อยละ)



สัดส่วนมูลค่าสินเชื่อ SME
คงค้างของธนาคารพาณิชย์
และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ
ของรัฐ (ล้านบาท)



สัดส่วนจำนวนบัญชีสินเชื่อ
SME คงค้างของธนาคาร
พาณิชย์และสถาบันการเงิน
เฉพาะกิจของรัฐ (ราย)



● ธนาคารพาณิชย์ ● สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ

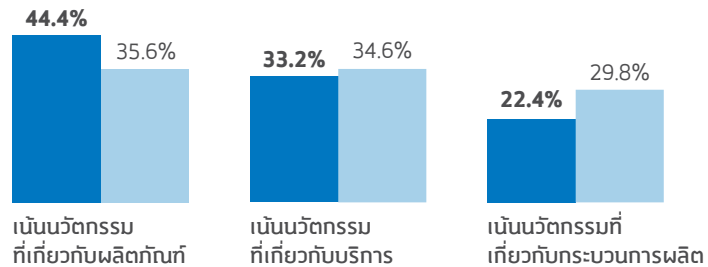
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมรายย่อย (บสย.)

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อพัฒนา GEM ด้านวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม

ข้อมูลการสำรวจประชากร ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ จำนวน 2,600 ตัวอย่าง และวิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางเท่านั้น จำนวน 400 ตัวอย่าง

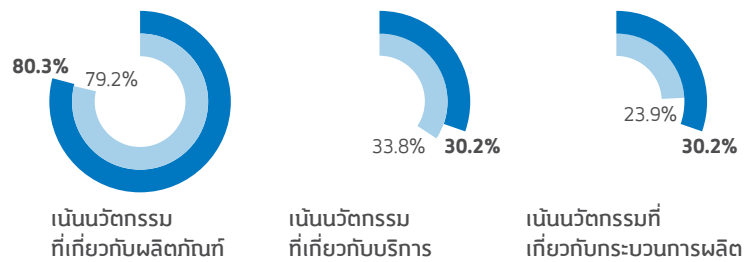
SME ไทย มุ่งเน้นที่นวัตกรรมด้านใด ?

- วิสาหกิจขนาดกลาง
- วิสาหกิจขนาดย่อม



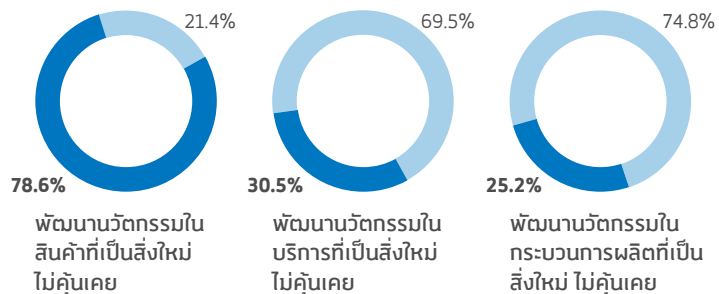
SME ไทยกลุ่มตัวอย่าง จัดสรรปันส่วนเงินลงทุน เพื่อพัฒนา นวัตกรรมของตนเองมากน้อยแค่ไหน ?

- วิสาหกิจขนาดกลาง
- วิสาหกิจขนาดย่อม



เมื่อ SME ไทย ได้เงินลงทุนแล้ว นำเงินไปพัฒนานวัตกรรมใน สินค้า/บริการ/กระบวนการผลิต ?

- ใช่! ลงทุนนวัตกรรมใหม่แน่นอน
- ลงทุนอย่างอื่นดีกว่า



พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ให้สินค้า/บริการแล้ว ผลตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างไร ?



19.0%

ไม่เคยเห็น/ใช้ บริการนวัตกรรม แบบนี้มาก่อน



40.6%

เคยเห็น/ใช้ บริการนวัตกรรม แบบนี้มาบ้าง



40.3%

เห็น/ใช้มาเยอะแล้ว ไม่เห็นจะเป็นสินค้า/ บริการใหม่เลย

ที่มา: ข้อมูลจากการสำรวจ SME ไทย ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบเพื่อการพัฒนา ประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) โดย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เรื่องสำคัญสำหรับอนาคต SME ไทย

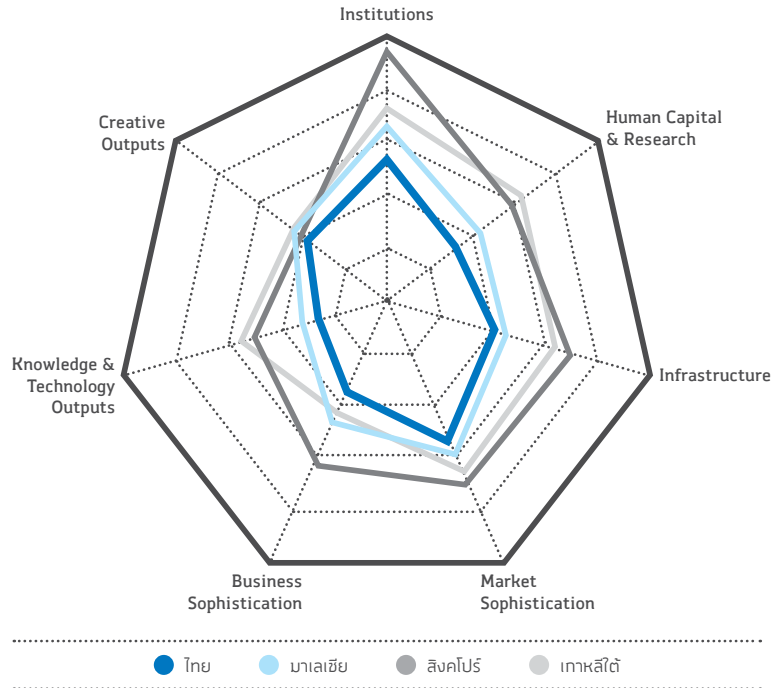
อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ SME ไทยไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ คือ ปัญหาการสร้างความมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และปัญหาการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถทำได้โดยการส่งเสริมให้ SME มีนวัตกรรม มีการใช้เทคโนโลยีและเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับที่สูงขึ้น

จากการสำรวจ SME ไทย ภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนา ประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) โดย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ร่วมกับ สสว. พบว่า SME กว่าร้อยละ 90 จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการในรูปแบบเดิมๆ ที่เคยมีอยู่แล้วในตลาด มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือ มีนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ และมี SME มากกว่าครึ่งหนึ่งที่ใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตที่เก่ากว่า 5 ปี

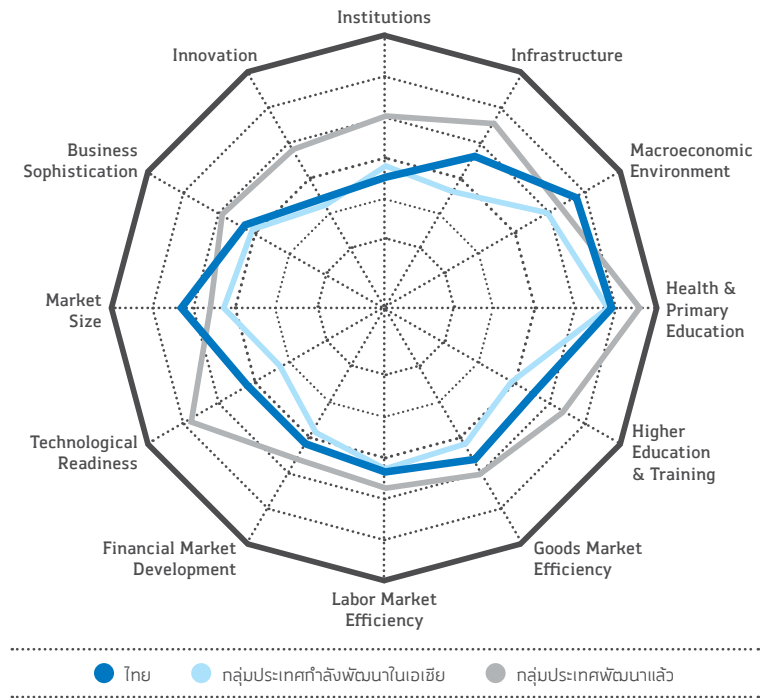
นอกจากนี้ รายงาน The Global Innovation Index 2015 ยังจัดให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 55 จากจำนวนทั้งสิ้น 141 ประเทศ ในเรื่องความพร้อมและศักยภาพด้านนวัตกรรม ยิ่งเมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชียอย่างมาเลเซีย (อันดับที่ 32) สิงคโปร์ (อันดับที่ 7) และเกาหลีใต้ (อันดับที่ 14) แล้ว ยิ่งสะท้อนให้เห็นถึงระดับการมีนวัตกรรม และการใช้เทคโนโลยีของ SME ไทย ว่าอยู่ในระดับที่ต่ำมาก

ไม่เพียงเท่านั้น จากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของนานาประเทศ ต่างยืนยันถึงจุดอ่อนในเรื่องความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของไทย โดยรายงาน The Global Competitiveness Report 2015-2016 จัดอันดับของไทยในเรื่องความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Readiness) อยู่อันดับที่ 58 และอันดับในเรื่องนวัตกรรม (Innovation) อยู่ในอันดับที่ 57 จากจำนวนทั้งหมด 140 ประเทศ ในขณะที่ รายงาน World Competitiveness Yearbook 2014 ซึ่งวัดระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ ที่มีศักยภาพทั้งสิ้น 60 ประเทศ จัดให้ไทยอยู่อันดับที่ 46 ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ และอันดับที่ 41 ในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี

The Global Innovation Index 2015



The Global Competitiveness Report 2015-2016



ดังนั้น อาจสรุปได้ว่าการเพิ่มขีดความสามารถของ SME ในประเทศไทย ยังมีอุปสรรคอยู่มาก โดยเฉพาะการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ นวัตกรรม มาใช้ในการเพิ่มผลิตภาพและมูลค่าของสินค้าและบริการ เพราะ SME ยังคงพยายามแข่งขันด้วยความได้เปรียบด้านแรงงาน วัตถุดิบ และประสิทธิภาพในการผลิตเป็นหลัก ทำให้ต้องเผชิญการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่าและมีการพัฒนาไต่หลังมาอย่างต่อเนื่อง

กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ SME ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรม ว่ามีส่วนช่วยให้ธุรกิจแข่งขันได้ในระยะยาว SME ที่มีความตระหนัก และสนใจอยู่บ้าง ก็ขาดกำลังเงินลงทุนและขาดองค์ความรู้ รวมไปถึง ปัญหาที่ภาครัฐยังไม่สามารถสร้างกลไกที่ช่วยให้งานวิจัยและพัฒนา ต่างๆ ที่หน่วยงานวิจัยภาครัฐหรือสถาบันการศึกษาจัดทำขึ้น ถูกนำไป ประยุกต์ใช้ สนับสนุน หรือต่อยอดการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ หรือแก้ไข ปัญหาให้กับ SME ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

“.. SME ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญ
ของนวัตกรรม ว่ามีส่วนช่วยให้แข่งขัน
ได้ในระยะยาว ..

.. ส่วน SME ที่สนใจอยู่บ้างก็ขาด
กำลังเงิน และขาดองค์ความรู้ ในขณะที่
ภาครัฐยังไม่สามารถสร้างกลไกที่ช่วย
ให้งานวิจัยและพัฒนาไปประยุกต์ใช้
ในเชิงพาณิชย์ได้เท่าที่ควร ..”

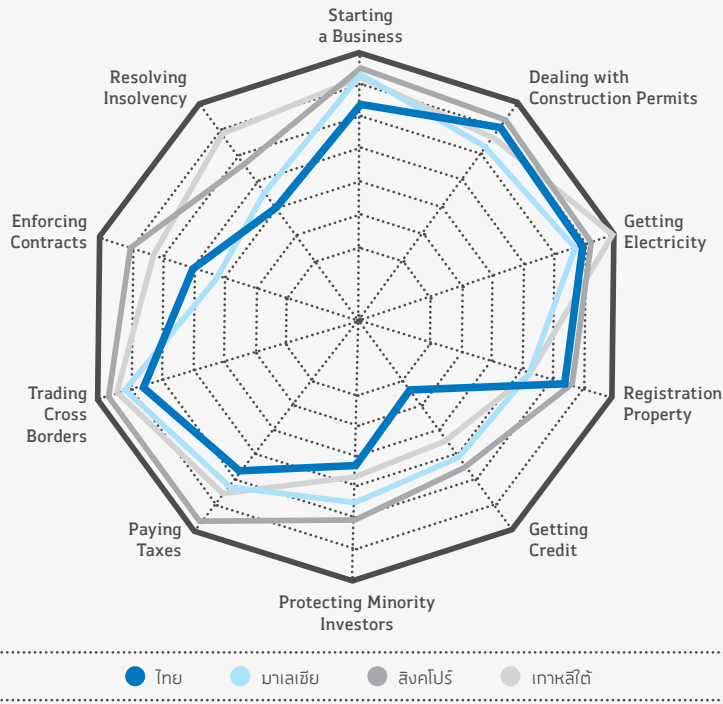
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สะท้อนอุปสรรค SME ไทย

สำหรับสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจโดยรวมนั้น ใช้ข้อมูลจากรายงานการประเมินและจัดอันดับที่องค์การระหว่างประเทศต่างๆ จัดทำไว้ เพื่อพิจารณาว่าประเทศไทยมีความพร้อมในเชิงธุรกิจมากน้อยเพียงใด มีด้านใดที่ต้องเสริมสร้างให้แข็งแกร่งมากขึ้น และด้านใดที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข โดยเปรียบเทียบระดับความก้าวหน้ากับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย ดังนี้

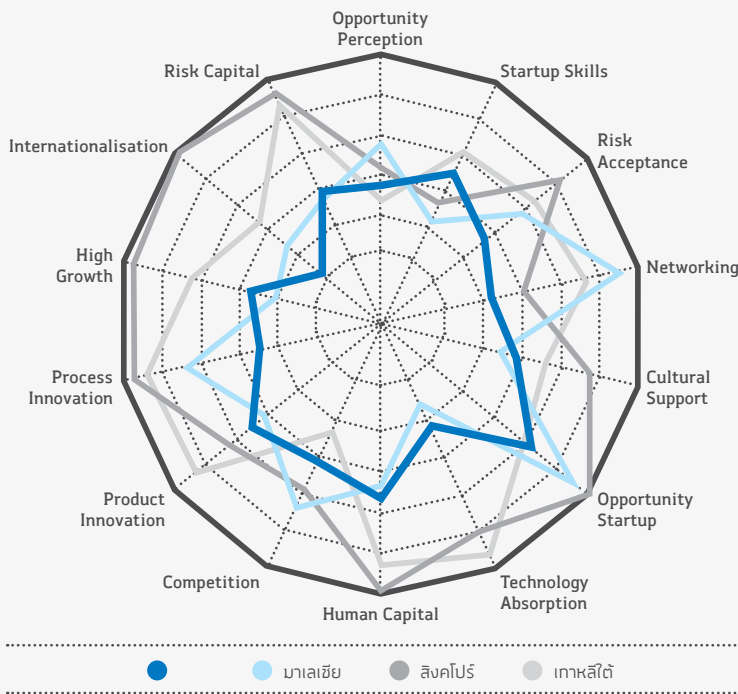
จากข้อมูล Ease of Doing Business 2015 ซึ่งประเมินสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจในแต่ละระดับการเติบโต พบว่า เมื่อประเมินระดับความสะดวกในการประกอบธุรกิจในทุกด้านแล้ว ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 26 จากจำนวนทั้งหมด 189 ประเทศ โดยมีประเด็นสำคัญที่จำเป็นต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ การเข้าถึงสินเชื่อ (ไทยอยู่ลำดับที่ 89) การจ่ายภาษี (ไทยอยู่ลำดับที่ 62) สะท้อนให้เห็นว่า SME ไทยยังคงมีภาระค่าใช้จ่ายและเวลาที่ต้องใช้มากกว่าผู้ประกอบการ SME ในประเทศอื่นๆ ในการที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบของรัฐ การทำธุรกรรมตลอดจนการเข้าถึงบริการต่างๆ

สำหรับรายงาน Global Entrepreneurship Index 2015 (GEI) ซึ่งประเมินสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจรวม 14 ด้าน ไทยถูกจัดอยู่อันดับที่ 68 จากจำนวนทั้งสิ้น 130 ประเทศ และมีคะแนนต่ำกว่ามาเลเซีย สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ เกือบทุกด้าน โดยเฉพาะเรื่อง Internationalisation และ Technology Absorption นั้น ถือว่าไทยมีคะแนนโดยเปรียบเทียบต่ำที่สุด

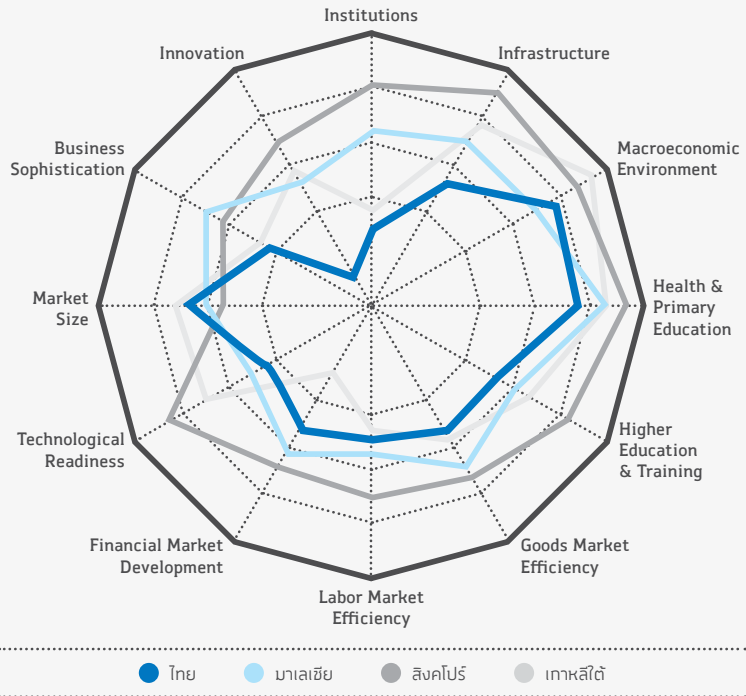
Ease of Doing Business 2015



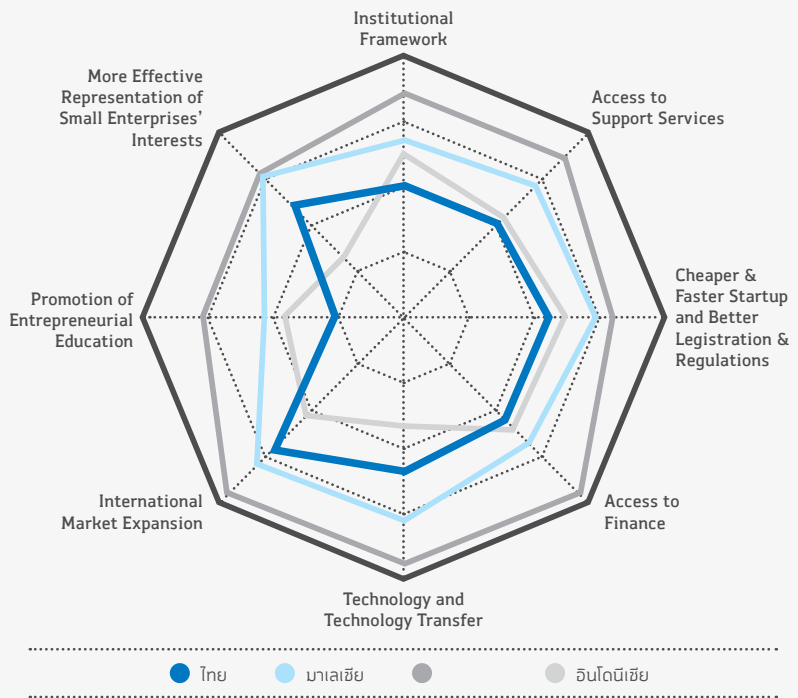
Global Entrepreneurship Index 2015



The Global Competitiveness Report 2015-2016



ASEAN SME Policy Index 2014



ในขณะที่ รายงาน The Global Competitiveness Report 2015-2016 โดย World Economic Forum ซึ่งประเมินระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ก็จัดอันดับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 32 จากจำนวนทั้งสิ้น 140 ประเทศ โดยพบว่า ไทยมีคะแนนต่ำมากในหลายๆ ด้าน อาทิ Innovation และ Technological Readiness เป็นต้น ซึ่งไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 57 และ 58 ตามลำดับ รวมถึงประสิทธิภาพในตลาดแรงงาน (Labor Market Efficiency) ซึ่งไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 67

ท้ายที่สุด รายงาน ASEAN SME Policy Index 2014 ซึ่งประเมินระดับการพัฒนาด้านนโยบายส่งเสริม SME ของ 10 ประเทศอาเซียน โดยประเมินระดับการพัฒนานโยบายที่สำคัญ 8 ด้าน (58 ตัวชี้วัด) รวมถึงการนำนโยบายไปใช้ในทางปฏิบัติ พบว่า ไทยยังมีช่องว่างในการพัฒนาเกือบทุกด้าน โดยในเรื่องการส่งเสริมความรู้ หรือการศึกษา ด้านการประกอบการ (Promotion of Entrepreneurial Education) เป็นด้านที่ประเทศไทยมีคะแนนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ และยังมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของทั้งภูมิภาคอีกด้วย

ประเมินอนาคต SME ไทย ผ่านมุมมองแบบ SWOT

จากการประเมินสถานการณ์ SME และการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า SME ไทยมีเรื่องให้ต้องขบคิด เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงอีกมากมาย ดังนี้

จุดแข็งที่ต้องเสริม (Strengths)

- มีความยืดหยุ่น คล่องตัว ปรับตัวได้ดีตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- มีความคิดสร้างสรรค์ และองค์ความรู้เฉพาะด้าน ใช้เงินทุนไม่สูง ทำให้เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย
- ผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และคล่องตัวกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

ตลาด E-Commerce ของไทยในปี 2560*

- คาดการณ์มูลค่าตลาด E-Commerce ของไทย ในปี 2560 อยู่ที่ 2,945 ล้านเหรียญสหรัฐ
- ตลาด E-Commerce ของไทย จะขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่เฉลี่ยร้อยละ 15.9 ต่อปี (2560-2564) และจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 5,307 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2564
- สินค้าประเภท “อิเล็กทรอนิกส์และมีเดีย” จะมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงกว่า 1,253 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2560
- ในปี 2560 จะมีผู้ใช้บริการตลาด E-Commerce ที่ร้อยละ 12.7 และจะขยายตัวต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่า จะมีผู้ใช้บริการตลาด E-Commerce ถึงร้อยละ 24.5 ในปี 2564
- ปัจจุบัน รายได้ของผู้ขายผ่าน E-Commerce อยู่ที่เฉลี่ย 243.36 เหรียญสหรัฐ ต่อราย



ที่มา: * www.statista.com/outlook/243/126/e-commerce/thailand#

จุดอ่อนที่ต้องกำจัด (Weaknesses)

- ❏ ขาดทักษะพื้นฐานความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) และขาดความรู้เบื้องต้นที่เพียงพอต่อการทำธุรกิจ ทำให้ประสบปัญหาในช่วงเริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย
- ❏ ขาดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เน้นการใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก ส่งผลให้ผลิตภาพแรงงานต่ำ สินค้า/บริการไม่มีมูลค่าเพิ่ม ไม่มีศักยภาพเพียงพอต่อการแข่งขันในตลาดโลก
- ❏ ขาดความสามารถในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งในการทำตลาดต่างประเทศ การเจรจาธุรกิจที่เป็นสากล ส่วนหนึ่งมาจากข้อจำกัดด้านภาษา และขาดข้อมูลการตลาดเชิงลึก
- ❏ ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว ขาดมาตรฐานการบริหารจัดการธุรกิจที่มีมาตรฐานและเป็นระบบ ทำให้การประกอบการไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการเติบโตของ SME ในระยะยาว
- ❏ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจแบบ “เจ้าของรายเดียว” ไม่มีการจ้างงาน หรือจ้างงานน้อย ทำให้เจ้าของธุรกิจไม่มีเวลาเพียงพอในการพัฒนากิจการ หรือศึกษากระบวนการแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตัวเอง
- ❏ ส่วนใหญ่ทำธุรกิจโดยลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า

โอกาสที่ต้อควา (Opportunities)

- ❏ รูปแบบการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะภาคการผลิต ที่กระบวนการทางธุรกิจมุ่งสู่การดำเนินงานในรูปแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) กันมากขึ้น มีการขยายห่วงโซ่อุปทาน ออกไปในระดับภูมิภาคและระดับโลก สร้างโอกาสให้ SME ที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ ที่สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานได้ ก็สามารถเติบโตได้
- ❏ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ มีระดับการเชื่อมโยงกันมากขึ้น ทำให้ SME มีโอกาสในการทำธุรกิจที่หลากหลายและกว้างไกลมากขึ้น
- ❏ การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน ช่วยขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กับ SME รวมถึงช่วยขยายฐานตลาดให้กว้างขึ้นด้วย
- ❏ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ต่างๆ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว เป็นช่องทางการตลาดสำหรับ SME ที่มีประสิทธิภาพ เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก
- ❏ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนา SME โดยยกให้เป็นวาระแห่งชาติ ที่ทุกหน่วยงานต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ
- ❏ แนวโน้มและกระแสใหม่ๆ ในสังคมโลก เช่น สังคมผู้สูงอายุ การขยายตัวของสังคมเมือง และคนชั้นกลาง ความตื่นตัวด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม บทบาทสตรีที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนรูปแบบการใช้ชีวิตและสังคมในยุคดิจิทัล ล้วนแล้วแต่สร้างโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจของ SME เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าได้มากขึ้น
- ❏ ธุรกิจออนไลน์ (E-Commerce) และธุรกิจบนอุปกรณ์พกพา (M-Commerce) มีบทบาทมากขึ้นต่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่ม SME เพราะถือเป็นช่องทางการตลาดที่ต้นทุนน้อยที่สุด และมีประสิทธิภาพที่สุดในโลกยุคดิจิทัล
- ❏ แนวโน้มของ “Disruptive Technologies” หรือเทคโนโลยีที่พลิกโครงสร้างธุรกิจอุตสาหกรรม สังคม และพฤติกรรมผู้บริโภค เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจ อาทิ อุปกรณ์ฟังเพลง iPod และร้านค้า App Store ของบริษัท Apple ที่ทำให้อุตสาหกรรมเพลงทั่วโลกเปลี่ยนโฉมไปโดยสิ้นเชิง เป็นต้น

อุปสรรคที่ท้าทาย (Threats)

- ❏ เศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนและการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของ ประเทศมหาอำนาจ ส่งผลต่อการส่งออกโดยรวมและของ SME โดยตรง
- ❏ การเปิดเสรีทางการค้า-การลงทุนในสินค้าและบริการต่างๆ ทำให้ ธุรกิจในประเทศเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากธุรกิจ ต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย
- ❏ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ของไทย นำไปสู่ปัญหา ทั้งเรื่องการขาดแคลนแรงงานที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น และเรื่อง ต้นทุนค่าแรงที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
- ❏ กฎระเบียบและวิธีการให้บริการของภาครัฐในบางเรื่อง ยังเป็นภาระ สำหรับ SME เนื่องจากใช้เวลามากเกินไป หรือมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป