



เอกสารประกอบการสัมมนา

เรื่อง

“ยุทธศาสตร์การพัฒนาศุขอุตสาหกรรม SMEs ภาคเหนือ
และงานแสดงนวัตกรรมภูมิปัญญาไทยภาคเหนือ”

โดย

คณะกรรมการการอุตสาหกรรม สภาผู้แทนราษฎร

ระหว่างวันที่ ๑๙ - ๒๑ กันยายน ๒๕๔๖

ณ จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มงานคณะกรรมการการอุตสาหกรรม

สำนักกรรมการ ๑

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

แนวทางการช่วยเหลือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและร่างแผนแม่บทการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย(2545-2549)
สำนักงาน ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ส่วนที่ 1 : หน้าที่และบทบาทของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2543 มีหน้าที่หลักในการวางแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศภายใต้กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานฯ สำเร็จลุล่วงตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติรวมทั้งสอดคล้องกับการแก้ปัญหาของวิสาหกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน สำนักงานจึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1. วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรกลางในการผลักดันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการให้มีความมั่นคงถาวร เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

2. พันธกิจ

- 1) การบริหารดำเนินงานและการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- 2) การรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การรวบรวมข้อมูลและขึ้นทะเบียนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 3) การวางแผนส่งเสริม รวมทั้งการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 4) การผลักดันกิจกรรมทั้งโดยทางตรง คือ การอุดหนุน การให้กู้ยืม ร่วมทุน และทางอ้อม คือ การอุดหนุนให้กับองค์กรของรัฐและเอกชน
- 5) การเป็นศูนย์กลางให้บริการคำแนะนำปรึกษาในเบื้องต้น (Facility Service Center)

3. ปัญหาและอุปสรรค

1) หน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ให้บริการและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีเป็นจำนวนมากมีลักษณะต่างหน่วยงานต่างทำ ขาดแผนงานและการทำงานที่สอดคล้องและเกื้อหนุนกันอย่างเป็นระบบ

2) งบประมาณในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการ และยังขาดการดูแลในภาพรวม

3) ขาดความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ข้อมูลที่ล่าสมัย ไม่ทันต่อเหตุการณ์

4) ความเชื่อมโยงของการให้บริการแก่ SMEs ของหน่วยงานต่างๆยังไม่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน

4. แนวนโยบายของสำนักงานฯ

1) เป็นแกนกลางในการผลักดันการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะเร่งด่วน เพื่อลดปัญหาอันเกิดจากวิกฤติการณ์เศรษฐกิจที่ผ่านมาและการฟื้นฟูเศรษฐกิจ งานเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ คือ งานผลักดันขยายสินเชื่อและเงินทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม งานสร้างผู้ประกอบการใหม่ และงานพัฒนาผู้ประกอบการส่งออก และงานเข้าร่วมแก้ไขปัญหา NPL ของผู้ประกอบการ

2) ให้การสนับสนุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชน รวมทั้งความจำเป็นที่ต้องเข้าร่วมกิจการ ร่วมทุน หรือลงทุน และให้กู้ยืมแก่วิสาหกิจ เพื่อให้การส่งเสริมของรัฐสำเร็จตามแนวทางส่งเสริม

3) เป็นศูนย์ข้อมูล SMEs แห่งชาติ เพื่อประสานการจัดทำข้อมูลให้สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกัน และการให้บริการข้อมูล

4) การบริหารงบประมาณโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

5. สรุปผลการดำเนินงานตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2544 ถึงกันยายน 2545

5.1 ด้านนโยบาย การวางแผน และการรายงานผล

1) จัดทำแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549) โดยร่างแผนแม่บทการส่งเสริม SMEs ได้ดำเนินการปรับตามการสัมมนาพิจารณาใน 4 ภูมิภาครวมทั้งการจัดสัมมนาพิจารณาที่กรุงเทพฯเสร็จสิ้นแล้ว

2) จัดทำแผนยุทธศาสตร์สถาบันการเงินของรัฐ เพื่อเร่งรัดการปล่อยสินเชื่อให้ SMEs กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการ โดยล่าสุดทราบผลการปล่อยสินเชื่อจากสถาบันการเงินพาณิชย์ของรัฐที่เข้าร่วม โครงการ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงสิงหาคม 2545 โดยมีวงเงินประมาณ 33,040 ล้านบาท

3) จัดทำรายงานสถานการณ์ SMEs ของประเทศไทยปี 2544 อยู่ระหว่างการนำเสนอคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและคณะรัฐมนตรี เพื่อเผยแพร่สาธารณชนต่อไป

4) จัดทำแนวทางการพัฒนา SMEs เพื่อการส่งออก อยู่ระหว่างการเริ่มต้นโครงการ

5) จัดทำรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อวันที่ 8-9 มิถุนายน 2544 อยู่ระหว่างการดำเนินการรวบรวมและติดตาม รวมทั้งสรุปรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานรอบที่ 4-5

6) จัดทำดัชนีความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจของ SMEs (SMEs Indicators) อยู่ระหว่างการศึกษาข้อมูลเพื่อการจัดทำดัชนีความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจของ SMEs

5.2 ด้านการประสานงานองค์กร

1) ดำเนินการเจรจาเพื่อลงนาม MOU ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการในด้านการเกษตร และเกษตรแปรรูป

2) เจรจาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า (วิทยาเขตบางมด) เพื่อจัดกิจกรรมในการนำสินค้า OTOP มาพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่มและยกมาตรฐานสินค้าให้สูงขึ้น

3) ประสานงานกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการจัดตั้งเงินกองทุน 40,000 ล้านบาท เพื่อปล่อยกู้ให้กับ SMEs ที่มีปัญหา NPL

4) ประสานงานจัดกิจกรรมร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในโครงการส่งเสริมการริเริ่มนวัตกรรมเพื่อการประกอบการเชิงพาณิชย์ (SMEs for Teen' 46) และโครงการสนับสนุนการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับ SMEs

5) ประสานงานกับศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสถาบันคีนันแห่งเอเชียในการจัดทำโครงการที่เลี้ยง SMEs

5.3 ด้านศูนย์ข้อมูล

1) จัดตั้งศูนย์ข้อมูล SMEs แห่งชาติ

- ได้ดำเนินการในระยะที่ 1 คือรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ และจัดทำโครงสร้างของฐานข้อมูล SMEs แห่งชาติเสร็จเรียบร้อยแล้ว และกำลังจัดทำฐานข้อมูล

ต้นแบบ ซึ่งจะมีข้อมูลทั้งที่เป็นทะเบียนผู้ประกอบการประมาณ 1.6 ล้านรายการ และข้อมูลสนับสนุนงานวิเคราะห์เพื่อการส่งเสริม SMEs

- ได้ดำเนินการรวบรวมงานบริการทั้งในภาครัฐและเอกชนที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ประโยชน์แก่ SMEs ภายใต้ระบบสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตชื่อ www.sme.go.th

2) จัดตั้งศูนย์ประสานงานบริการบนอินเทอร์เน็ต ได้ดำเนินการนำ IT มาใช้ในการประสานงานระหว่างหน่วยงานให้บริการแก่ SMEs เช่น การรายงานผลดำเนินงานของเครือข่ายบริการด้านสินเชื่อ ผลการดำเนินงานส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ของหน่วยงานต่างๆ

3) โครงการบริการสารสนเทศเพื่อ SMEs

- โครงการ Mr. SMEs ตอบคำถามประชาชน ได้จัดตั้งระบบรับคำร้องภายใต้ชื่อ “Web Board” และ “Register Complaint” เป็นส่วนที่คอยรับเรื่องราวที่ SMEs ต้องการทราบหรือขอความช่วยเหลือจาก สสว.

- โครงการยกระดับ SMEs สู่อุรกิจบนอินเทอร์เน็ต ได้คอยให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ SMEs ที่สนใจนำ IT มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และดำเนินการจับคู่ SMEs ที่ประกอบการด้าน IT กับ SMEs ที่ต้องการนำ IT ไปช่วยในธุรกิจ โดย สสว.จะเป็นตัวกลางตรวจสอบถึงคุณภาพที่ให้บริการ

- โครงการ E-Newsletters จัดทำข่าวสารที่เป็นประโยชน์ประจำเดือนส่งถึง SMEs ด้วยระบบ e-mail

- โครงการเจาะใจ SMEs สัมภาษณ์และนำเสนอตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ไทย

5.4 ด้านการต่างประเทศ

1) การเตรียมการเป็นเจ้าภาพจัดประชุม APEC SMEs ณ จังหวัดเชียงใหม่ระหว่างวันที่ 5-8 สิงหาคม 2545

2) การเป็นเจ้าภาพ จัดสัมมนาเรื่อง “Asia-Europe Cooperation in SME” ในกรอบ ASEM

3) การเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม ASEAN SMEs ที่กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 31 กรกฎาคม ถึง 1 สิงหาคม 2545

4) การจัดประชุมทุกไตรมาสร่วมมือกับหน่วยงานให้ความช่วยเหลือของญี่ปุ่นทั้งภาครัฐและเอกชน

5) การจัดประชุมร่วมกับกระทรวงการค้าต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหา
มาตรการส่งเสริมให้สำนักงานและร้านอาหารไทยที่มีคนไทยเป็นเจ้าของทั่วโลกเป็นศูนย์เผยแพร่
ข้อมูล Brochure และข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า SME ของไทย (ตุลาคม 2545)

6) การขยายผลโครงการ SIAM ซึ่งเป็นโครงการ on-line matching ระหว่างไทยกับ
สหรัฐฯ ประสบความสำเร็จด้านส่งเสริมการค้าให้ครอบคลุมถึงประเทศคู่ค้าหลักที่ประเทศไทยจะ
แต่งตั้งทูต CEO ไปประจำ เช่น จีน ญี่ปุ่น อินเดีย เป็นต้น นอกจากนี้ ความพยายามขยายผลโครงการ
SIAM ยังรวมถึงการเจรจาเสนอ model ทางเลือกต่างๆ เพื่อให้สหรัฐฯ ล้มเลิกความตั้งใจที่จะยุติ
โครงการ SIAM ลง เนื่องจากที่ผ่านมา โครงการ SIAM ประสบความสำเร็จเฉพาะการส่งออกของ
ไทยไปสหรัฐฯ

7) ศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการผลักดัน SME คู่ต่างประเทศของนานาประเทศ
โดยเฉพาะญี่ปุ่น เยอรมัน อิตาลี ไต้หวัน เกาหลี เพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริม SME ไทยเข้าสู่ต่างประเทศ
ทั้งในด้านการค้าและการลงทุน

8) ทบทวนเจรจาขอความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและวิชาการในสาขาที่จะช่วย
สนับสนุนภารกิจหลักของ สสว. เช่น การฝึกอบรมบุคลากรด้านศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ การสร้างเครือข่าย
Franchise และการบริหารศูนย์ข้อมูล SMEs

9) จัดทำ MOU ในการเป็นพันธมิตรร่วมส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมร่วมกับ JETRO, JASMEC และ JFS ในประเทศญี่ปุ่น

5.5 ด้านการสนับสนุน SMEs

1) โครงการจัดตั้งบริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็ง (ART) ร่วมกับ ขอย. และกระทรวง
พาณิชย์ โดยเข้าร่วมทุนดำเนินกิจการ

2) โครงการ Long Stay ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3) จัดทำโครงการศูนย์สมุนไพร (Thai Herb for Health)

4) จัดทำโครงการเพื่อสร้างช่องทางการตลาดให้กับสินค้า OTOP และสินค้า SMEs
ร่วมกับบริษัท การบินไทย จำกัด

5) จัดตั้งศูนย์บริการ SMEs เพื่อให้ความช่วยเหลือ SMEs ครบวงจร ตั้งแต่ด้านการเงิน
การลงทุน การผลิต การบริหารจัดการ และการตลาด

นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการศึกษาและกำหนดแนวทางการสนับสนุน SMEs ในเรื่อง ต่าง ๆ
โดยได้ขยายโครงการเพื่อผลักดันให้เกิดผลทางปฏิบัติต่อไป ที่สำคัญประกอบด้วย การร่วมทุนกับ
SMEs เพื่อการส่งเสริมธุรกิจ Franchise และผู้ประกอบการใหม่เพื่อผลักดันเข้าตลาดหลักทรัพย์ใหม่
(MAI) โครงการศูนย์ประสานงานเพื่อการส่งออกของ SMEs เพิ่มความสามารถและศักยภาพด้าน

การตลาดของผู้ส่งออกรายเล็ก รวมทั้งสร้างผู้ส่งออก SMEs รายใหม่ งานเสริมสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ โครงการพื้นที่จำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ โดยการปรับปรุงสถานที่ต่างๆทั่วประเทศให้เป็นสถานที่ขายสินค้าของชุมชน พร้อมทั้งสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก โครงการ SMEs Design Center ร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันอิสระ องค์กรเอกชน หรือส่วนราชการที่มีความพร้อมด้านสถานที่และบุคลากรในการให้คำแนะนำปรึกษาและบริการด้าน Prototype จดลิขสิทธิ์ วิทยาศาสตร์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ และข้อมูลข่าวสาร

5.6 ด้านการประชาสัมพันธ์

1) จัดทำนิตยสาร SMEs Today และรายการวิทยุเพื่อเผยแพร่ความรู้ให้กับ SMEs รวมทั้งการจัดทำรายการโทรทัศน์ ซึ่งเริ่มออกอากาศในเดือนตุลาคม 2545

2) เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและมีกิจกรรมออก Booth งานต่างๆ 17 ครั้ง

นอกจากนี้ เป็นการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อเตรียม โครงการที่จะดำเนินการในปี 2546 รวมทั้งงานต่างๆที่ดำเนินการแล้วดังกล่าวข้างต้นในปี 2545 และจะต้องดำเนินการโดยต่อเนื่องในปี 2546

6. แผนงานในปีงบประมาณ 2546

แผนงานของ สสว. ในการดำเนินงานภายใต้งบประมาณปี 2546 ประกอบด้วย 2 แผนงาน ดังนี้

- 1) แผนการดำเนินงานภายใต้งบประมาณปี 2546
- 2) แผนการดำเนินงานภายใต้ปรับปรุง โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม

6.1 แผนการดำเนินงานภายใต้งบประมาณ ปี 2546

- 1) แผนการดำเนินงานภายใต้แผนปฏิบัติการของสำนักงานฯ
 - 1.1) แผนงานนโยบายและแผนส่งเสริม
 - 1.2) แผนการบริหารจัดการส่งเสริม
 - 1.3) งบกลางสำหรับดำเนินการตามนโยบายเร่งด่วน
 - 1.4) โครงการร่วมทุน
 - 1.5) โครงการ Thai Herb for Health
- 2) แผนงานสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีดังนี้
 - 2.1) แผนงานบริหาร
 - 2.2) แผนงานส่งเสริมกระบวนการประชาคม

- 2.3) แผนงานกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 2.4) แผนงานส่งเสริมการผลิต
- 2.5) แผนงานส่งเสริมมูลค่าเพิ่มสินค้า
- 2.6) แผนงานส่งเสริมการตลาด
- 2.7) แผนงานส่งเสริมการวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิต
- 2.8) แผนงานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 2.9) แผนงานสนับสนุนแหล่งทุน และวิเทศสัมพันธ์
- 2.10) แผนงานส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม และ โบราณสถาน
- 2.11) แผนงานประชาสัมพันธ์
- 2.12) แผนงานติดตามและประเมินผล
- 2.13) แผนงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน

6.2 แผนการดำเนินงานภายใต้งบประมาณปรับปรุงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม

- 1) แผนงานสร้างผู้ประกอบการใหม่
- 2) โครงการสนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้า
- 3) โครงการจัดตั้ง Trading Firm
- 4) โครงการร่วมลงทุน
- 5) โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ส่งออก
 - 5.1) โครงการศูนย์บ่มเพาะ SMEs เพื่อการส่งออก
 - 5.2) โครงการเพิ่มศักยภาพด้านตลาดผู้ส่งออก SMEs
 - 5.3) โครงการเสริมสร้างสมรรถนะ SMEs สู่วิถีความเป็นเลิศ
 - 5.4) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของ SMEs ด้วย IT
 - 5.5) โครงการศูนย์สมุนไพรรักษาโรค
- 6) โครงการที่เลี้ยง SMEs
- 7) โครงการฐานข้อมูล

ส่วนที่ 2 : นโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ (พ.ศ. 2545-2549)

สำนักงานฯ ได้ทำการยกร่างแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (พ.ศ. 2545-2549) เพื่อใช้เป็นแผนแม่บทของประเทศในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างๆ ทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้าและภาคบริการ โดยในขณะนี้อยู่ระหว่างการนำเสนอคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อขอความเห็นชอบจากรัฐมนตรีประกาศใช้เป็นแผนแม่บทของประเทศต่อไป

จากการทบทวนแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศฉบับปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาตามจุดมุ่งหมายของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2543 รวมทั้งนโยบายของรัฐบาล และการประมวลข้อคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในภูมิภาคสามารถนำมาผนวกรวมกันเป็นแนวนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศที่สำคัญได้ 4 ประการ ดังนี้

- 1) ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวม โดยเป็นกลไกหลักในการสนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
- 2) การเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และยกระดับสมรรถภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นการดำเนินการปรับโครงสร้างภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพคน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการบริหารจัดการ
- 3) การพัฒนาให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแกนหลักของเศรษฐกิจที่สามารถสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจชุมชน มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับสังคม และท้องถิ่น
- 4) การสร้างวัฒนธรรมหรือสังคมผู้ประกอบการให้แพร่หลาย เพื่อสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้ และขีดความสามารถในการวิเคราะห์ใช้ประโยชน์จากสังคมข่าวสารข้อมูล เพื่อเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่กลมกลืนกับกระแสเศรษฐกิจใหม่

1. การวิเคราะห์จุดอ่อน – จุดแข็ง และโอกาส – ข้อจำกัด

1.1 สถานการณ์และปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวม

1) สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ได้แก่ อิทธิพลของเทคโนโลยีด้านข่าวสารและโทรคมนาคม ความล่าช้าในการดำเนินการขององค์การการค้าโลก (WTO) ทำให้ความร่วมมือในรูปแบบภูมิภาคนิยม (Regionalism) หรือข้อตกลงแบบทวิภาคีของประเทศต่างๆ มีบทบาทมากขึ้น ระบบการค้าและการลงทุนเสรีถูกใช้ควบคุมและนำหน้าระบบการปกป้องทางการค้า (Protectionism) และปัญหาเรื่องการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) รูปแบบใหม่ๆ ก็มีความรุนแรงมากขึ้น

2) ธุรกิจต่างๆ ในยุคเศรษฐกิจใหม่ มีแนวคิดและกระบวนการทัศน์ในการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด โดย

- เกิดการแข่งขันที่ต้องใช้ความเร็ว (Speed-based Competition) เข้าแทนที่การแข่งขันในเชิงขนาด (Scale-based)

- การผลิตที่อาศัยความรู้ ทักษะ และเทคโนโลยี แทนที่การผลิตโดยอาศัยสินทรัพย์ทางกายภาพเช่นในอดีต และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และปัญญาเริ่มมีค่ามากกว่าเงินทุน

- การเข้าถึงเครือข่าย การสร้างความเชื่อมโยง มีความสำคัญมากกว่าการเป็นเจ้าของ

- ให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค มากกว่าการมุ่งผลิต

3) แนวโน้มของกิจการจะเล็กลงและเน้นเฉพาะธุรกิจที่ตนมีความเก่ง (Core Competency) ควบคู่ไปกับการเพิ่มพันธมิตร หรือการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับหุ้นส่วนและพันธมิตรในต่างประเทศ ปัจจุบันเหล่านี้เปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก้าวสู่ตลาดต่างประเทศได้ โดยเฉพาะวิสาหกิจที่ใช้ทรัพย์สินด้านปัญญา เช่น สินค้าที่เป็น Niche Product หรือสินค้าที่ใช้เทคโนโลยี

1.2 ปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2.1 การสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

ที่ไม่สามารถอาศัยข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานและทรัพยากรได้เช่นในอดีต ทำให้ในปัจจุบันธุรกิจไทยต้องเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า Nutcracker Effect คือ คิออยู่ตรงกลางระหว่างประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนกับประเทศที่เป็นผู้นำในการสร้างมูลค่าเพิ่มสูง โดยมีสภาพดังนี้

- 1) ความสามารถเชิงเทคโนโลยี ทั้งด้านความสามารถใช้และความสามารถในการคิดแปลงเทคโนโลยี ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังต่ำอยู่

- 2) ขาดความสามารถในการพัฒนางานวิจัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานที่ดีขึ้น รวมทั้งมีความสามารถในการทำนวัตกรรมต่ำ

- 3) ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (EDI : Electronic Data Exchange) ยังต่ำ

- 4) ขาดความสามารถและความชำนาญในการดำเนินกิจกรรมการตลาด

- 5) ประสิทธิภาพการผลิตมีแนวโน้มลดต่ำลง ทั้งค่าผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) และผลิตภาพแรงงาน (Labour Productivity)

- 6) ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์มีข้อจำกัดอยู่มาก เนื่องจากการขาดช่างเทคนิคที่มีความสามารถ แรงงานไทยโดยเฉลี่ยมีการศึกษาค่ำ รวมทั้งขีดความสามารถของผู้ประกอบการยังต่ำ

- 7) ความไม่พร้อมต่อการเปิดเสรีของตลาดสินค้า ตลาดบริการ ตลาดทุน และตลาดเงิน

1.2.2 ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

- 1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้ เนื่องจากระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อมที่ระดมทุนเพิ่มหรือชักนำให้เกิดการร่วมทุนได้
- 2) ไม่สามารถกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินหรือแม้ว่ากู้ยืมได้ก็มีต้นทุนที่สูง นอกจากนี้ ยังมีปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ก่อนข้างมาก

1.2.3 ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มักเป็นธุรกิจครอบครัว หรือเจ้าของคนเดียว จึงขาดความเป็นมืออาชีพและยังมีข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล ทั้งในเรื่องของความรับผิดชอบ (Accountability) ความโปร่งใส (Transparency) และความเสมอภาค (Equity) จึงเป็นผลทำให้มีความอ่อนด้อยและเสียเปรียบวิสาหกิจขนาดใหญ่

1.2.4 ระบบการบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การบริหารจัดการของภาครัฐ ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมา ยังขาดการจัดการที่เป็นระบบ ขาดการประสานงาน ไม่มีการกำหนดแผนส่งเสริมที่เป็นเอกภาพ รวมทั้ง ขาดการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงทั้งระบบเข้าด้วยกัน

1.3 จุดแข็งและโอกาสของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- 1.3.1 มีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ง่าย
- 1.3.2 มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์กรความรู้ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีการเกษตรและการบริการ และทรัพยากรภายในประเทศค่อนข้างสูง
- 1.3.3 เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ทำให้เป็นแหล่งบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่
- 1.3.4 เป็นแหล่งรองรับและฝึกฝนแรงงานไร้ฝีมือ กึ่งฝีมือ และแรงงานที่มีทักษะเฉพาะทาง
- 1.3.5 ใช้เงินลงทุนและเงินทุนดำเนินการไม่สูงนัก
- 1.3.6 สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)
- 1.3.7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องมือในการส่งเสริมสนับสนุนที่ค่อนข้างพร้อม
- 1.3.8 สภาพสังคมไทยมีความสุข ปราศจากความขัดแย้งที่รุนแรง
- 1.3.9 นโยบายของรัฐให้ความสำคัญกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น
- 1.3.10 แนวโน้มของกระบวนการทำธุรกิจเอื้อต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์ของการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

2.1 วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545-2549 คือ

“เพื่อให้ประเทศไทยมีความเป็นสังคมผู้ประกอบการมากขึ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีคุณภาพ มีความเป็นสากล มีความเข้มแข็งและมั่นคง เป็นรากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจส่วนรวม และเศรษฐกิจชุมชน”

2.2 พันธกิจและเป้าประสงค์

2.2.1 พันธกิจ แก้ไขปัญหาอุปสรรควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินในปี 2540

เป้าประสงค์ บรรเทาผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะด้านการเงินและการตลาด เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนเงินทุน การขาดสภาพคล่อง และโอกาสทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.2 พันธกิจ เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการและบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป้าประสงค์

- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ โดยการเพิ่มผลผลิต การสร้างประสิทธิภาพในการปรับปรุงการบริหารจัดการของวิสาหกิจ เสริมสร้างและพัฒนางานวิจัย (R&D)

- เสริมสร้างความสามารถประสิทธิภาพและคุณภาพชีวิตของทรัพยากรบุคคลในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.3 พันธกิจ พัฒนาส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจทั่วไป กลุ่มส่งออก กลุ่มผู้ประกอบการใหม่และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้ และวิสาหกิจชุมชน สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

เป้าประสงค์

- สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ โดยเน้นผู้ประกอบการที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ที่ต้องเสริมความรู้ทางด้านการประกอบธุรกิจ การตลาดและการจัดการด้านการเงิน

- ส่งเสริมการเชื่อมโยงของวิสาหกิจทั้งการเชื่อมโยงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับวิสาหกิจขนาดใหญ่และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยกันเอง

- ส่งเสริมการประยุกต์ใช้ระบบบรรษัทภิบาลที่เหมาะสม เพื่อสร้าง ความแข็งแกร่งและการยอมรับในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.4 พันธกิจ เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจให้เอื้อต่อการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป้าประสงค์ เสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อลดความเสียเปรียบ อุปสรรคและเพิ่ม โอกาสการค้าเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.5 พันธกิจ ส่งเสริมธุรกิจรากหญ้าให้มีบทบาทสำคัญในการกระจายรายได้และความเจริญสู่

ภูมิภาค

เป้าประสงค์ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชน ให้เป็นกลไกในการสร้างการกระจายรายได้และแก้ไขความยากจน เป็นเครื่องมือฟื้นฟูบูรณะสังคมท้องถิ่น และครอบครัว

2.2.6 พันธกิจ พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดและการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น

เป้าประสงค์ เสริมสร้างขีดความสามารถด้านการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาด

3. แนวคิดการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ พ.ศ. 2545-2549

แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแผนยุทธศาสตร์ในระดับแผนประสานงาน เพื่อใช้เป็นแผนแม่บทสำหรับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยในระยะ พ.ศ. 2545-2549 ที่หน่วยงานปฏิบัติที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปแปลงจากมาตรการลงสู่แผนปฏิบัติการ ยุทธศาสตร์ของแผนกำหนดขึ้นจากการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของตัวแปรภายในหรือตัวแปรที่ควบคุมได้ และตัวแปรภายนอกที่ระบุถึงข้อจำกัดหรืออุปสรรคและ โอกาส นอกจากนี้ยังได้นำแนวทางการพัฒนาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ 2543 รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลและการประมวลข้อคิดเห็นจากและผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนจากการทบทวนงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบไว้ด้วย

ขั้นตอนภายหลังจากการวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็ง โอกาส-ข้อจำกัด ตามลำดับคือ การกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดพันธกิจเพื่อนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ ตามวิสัยทัศน์ที่ปรารถนาและการกำหนดเป้าประสงค์ (Objective) ที่สอดคล้องกับพันธกิจในแต่ละด้าน รวมทั้งกำหนดเป้าหมายของแผน โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์แยกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ยุทธศาสตร์หลัก หมายถึง ยุทธศาสตร์ที่ต้องใช้ดำเนินการกับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่ทั่วประเทศ (Broad Based Strategies) และ ส่วนที่สอง คือ ยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Sectoral Strategies) หมายถึง ยุทธศาสตร์ที่มุ่งหมายให้นำไปใช้กับกลุ่มที่ต้องการผลักดันให้เกิดผลสำเร็จเป็นพิเศษ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการการส่งออก ยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการใหม่และยุทธศาสตร์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3.1 การกำหนดความเร่งด่วนของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์จะประกอบไปด้วยกลยุทธ์และมาตรการต่างๆ ซึ่งในแต่ละยุทธศาสตร์จะมีทั้งมาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน และมาตรการในระยะปานกลางและระยะยาว ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการประเมินสภาพความรุนแรงของปัญหาที่วิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมได้เผชิญอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งการพิจารณาจากความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ประสงค์ให้ภาครัฐดำเนินการในบางมาตรการเป็นการเร่งด่วนในลำดับแรก

3.1.1 มาตรการที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน ประกอบด้วยมาตรการทางการเงินในส่วนที่ต้องแก้ไขปัญหานี้เสีย ปัญหาการไม่ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่างๆ ปัญหาทางการตลาด และจุดอ่อน – ข้อจำกัดที่เป็นปัญหาอุปสรรคอื่นๆ สาเหตุที่ต้องดำเนินการเป็นลำดับแรกเพราะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังอยู่ในสภาพของการได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากวิกฤติการณ์ทางการเงินตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2540

3.1.2 มาตรการที่จะดำเนินการในระยะปานกลางและระยะยาว หมายถึง มาตรการที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างและการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจให้มีความสามารถแข่งขันสูงขึ้น อย่างไรก็ตามเนื่องจากการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีความเป็นบูรณาการและเอื้ออำนวยซึ่งกันและกันการดำเนินงานตามมาตรการระยะปานกลางและระยะยาวบางเรื่อง จึงต้องปฏิบัติไปพร้อมๆ กับมาตรการเร่งด่วนด้วยเช่นกัน

3.2 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545-2549

ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์หลักสำหรับวิสาหกิจทุกประเภทและทุกพื้นที่ทั่วประเทศ (Broad Based Strategies)

3.2.1 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินปี 2540 ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งด้านสภาพและฐานะทางการเงินทำให้ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนและเงินทุนในการพัฒนาธุรกิจในอนาคต นอกจากนี้การหดตัวของความต้องการในสินค้าและบริการส่งผลกระทบต่อความสามารถในการปรับตัวและการเข้าถึงตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

(1) เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนและการขาดสภาพคล่องและสร้างโอกาสให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีลักษณะหลากหลาย

(2) เพื่อสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ และสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านการตลาด

(3) เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมและลดข้อเสียเปรียบทางการค้าและทางธุรกิจ

3.2.2 ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่มีการประกอบการที่เป็นเอกเทศ ทำให้ขาดโอกาสและพลังในการประกอบธุรกิจและการเข้าถึงบริการของภาครัฐ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน และส่งเสริมการรวมกลุ่มกันเองของภาคเอกชนจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ นอกจากนี้ยังจะต้องมีการสร้างและปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้มีคุณภาพและปริมาณที่

เพียงพอ ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นในการแก้ปัญหาและอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการลดปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากกฎหมาย นโยบายและกฎระเบียบภาครัฐ

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
- (2) เพื่อสร้างและปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกในด้านการผลิต การจัดการ และการตลาดแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- (3) เพื่อแก้ไขอุปสรรคอันเกิดจากนโยบาย กฎหมายและกฎระเบียบของภาครัฐ

3.2.3 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างยั่งยืน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยยังขาดความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีและการบริหารจัดการธุรกิจ ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และระบบในการตรวจวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้า ขาดการค้นหาและพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรม ขาดบุคลากรที่มีความสามารถทางเทคโนโลยี การจัดการและการบัญชี หากต้องการให้ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดขึ้น ได้อย่างยั่งยืนต่อเนื่อง จะต้องสร้างความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายหรือเกาะกลุ่ม (Cluster) เพื่อลดต้นทุนในการจัดหาวัตถุดิบ การพัฒนาเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงแหล่งและบริการสนับสนุนต่างๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อให้มีการใช้ “ปัญญา ความรู้ และฝีมือ” เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน
- (2) เพื่อสนับสนุนให้มีความพร้อมในการปรับปรุงขีดความสามารถในการผลิต การจัดการ และการตลาดให้ได้มาตรฐานสากล
- (3) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาของบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการและแนวโน้มธุรกิจ
- (4) เพื่อส่งเสริมการเกาะกลุ่มเชื่อมโยงกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจครบวงจร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Sectoral Strategies)

3.2.4 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกสู่ระดับสากล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดความสามารถและกำลังในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ รวมทั้งขีดจำกัดด้านการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลต่างประเทศและการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ ทั้งยังต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคและการแข่งขันสูงทางด้านคุณภาพ พฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงเร็ว ข้อกีดกันทางการค้ารูปแบบใหม่ ๆ และปัญหาอุปสรรคจากกฎระเบียบของภาครัฐ การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการผลิต การบริหารและการทำตลาดให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของตลาดต่างประเทศ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อยกระดับการผลิต การจัดการ และการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มส่งออก
- (2) เพื่อส่งเสริมการสร้างโอกาสและการตลาด

3.2.5 ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่มาจากคนที่มีพื้นฐานความรู้ไม่สูงนักและเป็นการทำธุรกิจเดิมต่อจากรุ่นก่อน ทำให้มีศักยภาพในการประกอบการต่ำ จึงไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งไม่สามารถจัดการทางการเงินและการตลาดที่มีประสิทธิภาพได้ นอกจากนี้ แม้จะมีบัณฑิตจบใหม่ที่มีความรู้ทางเทคโนโลยีสูง แต่ยังคงขาดความสนใจที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากขาดความรู้และประสบการณ์พื้นฐานที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ ภาครัฐจึงต้องดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้เกิดขึ้นเป็นจำนวนที่มากขึ้น และยกระดับขีดความสามารถด้านการผลิตและการจัดการให้ทันสมัย และเป็นมืออาชีพ รวมทั้งการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้สมัยใหม่ โดยเฉพาะวิสาหกิจอัจฉริยะในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โทรคมนาคมและเทคโนโลยีทางการเกษตรและชีวภาพที่มีความสามารถทางด้านการผลิต การจัดการและการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการรุ่นใหม่เหล่านี้จะเป็นพลังขับเคลื่อนและสร้างผลดีต่อระบบเศรษฐกิจในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

- (1) เพื่อเร่งสร้างผู้ประกอบการใหม่และพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการรุ่นใหม่
- (2) เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการประกอบการของผู้ประกอบการรายใหม่ รวมทั้งจัดตั้งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นธุรกิจและการประกอบการสมัยใหม่
- (3) เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจอัจฉริยะให้ใช้ความรู้ ทักษะ และฝีมือเป็นเครื่องมือหลักในการประกอบธุรกิจ

3.2.6 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจน และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

จากการสำรวจสถานภาพวิสาหกิจไทยขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ พบว่าธุรกิจไทยกว่าร้อยละ 70 เป็นธุรกิจที่อยู่นอกระบบที่มีขนาดเล็กมาก มีแรงงานไม่เกิน 5 คน เกือบทั้งหมดต้องพึ่งพาเงินทุนของตนเองและครอบครัวในการประกอบธุรกิจ ในขณะที่การส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนของภาครัฐ เป็นไปในลักษณะการให้การช่วยเหลือมากกว่าการพัฒนาธุรกิจอย่างเป็นระบบและจริงจัง ทั้งยังขาดการประสานเชื่อมโยงนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์

(1) เพื่อยกระดับความสามารถในการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง อยู่รอด และเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

(2) เพื่อนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดและขยายผลให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์มากขึ้น

(3) เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทในการสร้างงานและสร้างรายได้ในภูมิภาคต่างๆ เพิ่มขึ้น

(4) เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจการผลิต การค้า และบริการของชุมชนให้เกื้อหนุนและอำนวยประโยชน์ซึ่งกันและกัน

เพื่อให้แผนการส่งเสริมดังกล่าวนี้เกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างแท้จริง แผนการส่งเสริมดังกล่าวนี้จึงได้กำหนดถึงแนวทางการบริหารแผนประกอบด้วยการนำแผนไปปฏิบัติใช้ซึ่งก็คือการกำหนดวิธีและขั้นตอนรวมทั้งการกำหนดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเพื่อการจัดทำแผนปฏิบัติการ ประกอบด้วยแผนงานกิจกรรมและโครงการภายใต้แผนแม่บทส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ การบริหารแผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผลแผนปฏิบัติการ

นโยบายและมาตรการสนับสนุนธุรกิจ SMEs
ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

นโยบายและมาตรการสนับสนุนธุรกิจ SME ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

นโยบายและมาตรการ

1. มาตรการด้านภาษีอากร

- ยกเว้น/ลดหย่อนภาษีอากร (เครื่องจักร ภาษีเงินได้นิติบุคคล อากรขาเข้าวัตถุดิบ) เพื่อลดต้นทุนแก่ผู้ประกอบการ

2. มาตรการด้านการตลาด

- ส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการของธุรกิจไทย โดยเฉพาะ SMEs -โครงการผู้ซื้อพบผู้ขายและตลาดกลางชิ้นส่วน
- พัฒนาฐานข้อมูลการค้าสำหรับอุตสาหกรรมสนับสนุน
- ส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- การกระจายการผลิตสู่ชุมชน และท้องถิ่น
- ผลักดันการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าทั้งระดับจังหวัด ภาค ประเทศ และในต่างประเทศ โดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

3. มาตรการด้านทรัพยากรมนุษย์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี

- เร่งรัดการพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของ SMEs
- สนับสนุนผู้เชี่ยวชาญเข้ามามีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมไทย
- กิจกรรมเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเพื่อเร่งรัดการถ่ายทอดเทคโนโลยี

4. การพัฒนาและเสริมสร้างวิสาหกิจไทย

- การพัฒนาผู้ประกอบการใหม่

5. การพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของวิสาหกิจชุมชน

- ประสานและร่วมมือกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง และองค์กรต่างประเทศ เพื่อจัดให้มีการสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นบูรณาการเดียวกัน
- เสริมสร้างและสนับสนุนการลงทุนของวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผลการดำเนินงาน

1. มาตรการด้านภาษีอากร

- การยกเว้น/ลดหย่อนภาษีอากรเพื่อลดต้นทุนแก่ผู้ประกอบการ

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2541 – ก.ย. 2545) สำนักงานฯ ได้อนุมัติให้การส่งเสริมแก่อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (ขนาดการลงทุนไม่เกิน 200 ล้านบาท) รวมทั้งสิ้น 2,583 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 68 ของจำนวนโครงการที่ได้รับอนุมัติทั้งสิ้น เงินลงทุนทั้งสิ้น 148,575 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13 ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น แยกตามประเภทอุตสาหกรรมได้ดังนี้

- อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องไฟฟ้า	571	โครงการ	เงินลงทุน	28,144	ล้านบาท
- โลหะเครื่องจักร ยานยนต์	539	โครงการ	เงินลงทุน	34,237	ล้านบาท
- เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร	399	โครงการ	เงินลงทุน	28,581	ล้านบาท
- อุตสาหกรรมเบา	377	โครงการ	เงินลงทุน	18,806	ล้านบาท
- บริการ	327	โครงการ	เงินลงทุน	14,875	ล้านบาท
- เคมี กระจกและพลาสติก	322	โครงการ	เงินลงทุน	20,762	ล้านบาท
- เหมืองแร่	48	โครงการ	เงินลงทุน	3,170	ล้านบาท

2. มาตรการด้านการตลาด

- ส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการของธุรกิจไทย โดยเฉพาะ SMEs

- โครงการผู้ซื้อพบผู้ขาย และตลาดกลางจีนส่วน

สำนักงานฯ ได้จัดให้มีโครงการผู้ซื้อพบผู้ขาย และตลาดกลางจีนส่วนเพื่อทำหน้าที่สื่อกลางการจับคู่เชื่อมโยงระหว่างบริษัทผู้ประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปซึ่งส่วนมากเป็นผู้ผลิตรายใหญ่หรือบริษัทต่างชาติ (ผู้ซื้อ) และผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งส่วนมากเป็นบริษัทไทย (ผู้ขาย) เพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม และถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต

ผลการดำเนินงานในช่วงปีงบประมาณ 2545 (ต.ค. 2544 – ก.ย. 2545) สรุปได้ดังนี้

- (1) สร้างเครือข่ายการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมระหว่างอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ก่อให้เกิดมูลค่าการซื้อขายทั้งสิ้น ประมาณ 2,609 ล้านบาท
- (2) จัดนำผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าเยี่ยมชมโรงงานประกอบผลิตภัณฑ์ (กิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย) จำนวนทั้งสิ้น 14 ครั้ง มีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วมทั้งสิ้น 630 ราย เฉลี่ยครั้งละ 45 ราย
- (3) จัดสัมมนา ณ โรงรถชักจูงให้มีการรับช่วงผลิต (ตลาดกลางชิ้นส่วน) ทั้งสิ้น 6 ครั้ง มีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วมทั้งสิ้น 1,866 ราย เฉลี่ยมีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วมครั้งละ 311 ราย

นอกจากนี้ได้สำนักงานฯ ยังได้จัดสัมมนาเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยรวมทั้งสิ้น 6 ครั้ง โดย มีผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วมทั้งสิ้น 1,200 ราย เฉลี่ยครั้งละ 200 ราย

- การพัฒนาฐานข้อมูลการค้าสำหรับอุตสาหกรรมสนับสนุน

จัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสนับสนุนของอาเซียน ซึ่งรวบรวมรายชื่อผู้สนับสนุนผลิตชิ้นส่วนในประเทศสมาชิกอาเซียนเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ www.asidnet.org เพื่อให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลาง-เล็ก ที่มีอยู่จำนวนมากและกระจัดกระจายได้สามารถเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อผ่านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ทั้งสองฝ่าย วัตถุประสงค์ที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

- เพิ่มช่องทางการตลาดชิ้นส่วนอุตสาหกรรมในภูมิภาคขึ้นเพื่อให้เกิดการซื้อขายที่สะดวก รวดเร็ว
- สนับสนุนการใช้ชิ้นส่วนในประเทศ และลดการใช้ชิ้นส่วนจากต่างประเทศ
- สร้างศักยภาพการแข่งขันของ SMEs ไทย ในการเตรียมพร้อมเข้าสู่ยุค e-Commerce และสร้างพัฒนาสู่การเป็นผู้ผลิตป้อนอุตสาหกรรมในเอเชียและทั่วโลก
- สร้างโอกาสการขยายการลงทุน และเกิดการลงทุนใหม่

ปัจจุบันฐานข้อมูลดังกล่าว (ณ วันที่ 30 กันยายน 2545) มีจำนวนทั้งสิ้น 19,270 บริษัท เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 23 โดยจำนวนบริษัททั้ง 19,270 บริษัทดังกล่าวแยกเป็น

- | | | |
|------------------------------------|--------|--------|
| - กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ | 2,218 | บริษัท |
| - อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า | 2,578 | บริษัท |
| - แม่พิมพ์แบบพิมพ์ | 730 | บริษัท |
| - ปิโตรเคมี กระจก และพลาสติก | 2,642 | บริษัท |
| - อุตสาหกรรมกลุ่มอื่นๆ | 11,102 | บริษัท |

และแยกข้อมูลเป็นรายประเทศเป็นดังนี้

- ประเทศไทย	10,543	บริษัท
- เวียดนาม	2,798	บริษัท
- ฟิลิปปินส์	1,987	บริษัท
- มาเลเซีย	1,289	บริษัท
- สิงคโปร์	760	บริษัท
- กัมพูชา	700	บริษัท
- พม่า	448	บริษัท
- อินโดนีเซีย	365	บริษัท
- ลาว	316	บริษัท
- บรูไน	64	บริษัท

กิจกรรมในปีงบประมาณ 2545

(1) จัดสำรวจและปรับปรุงข้อมูลบริษัทไทยจำนวน 5,000 บริษัท

สำนักงานฯ ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลบริษัทไทยที่อยู่ในฐานข้อมูล ASID จำนวน 5,000 บริษัท ระหว่างเดือนสิงหาคม 2544 – กันยายน 2545 เพื่อให้ข้อมูลสมาชิกมีความถูกต้อง ครบถ้วนและทันสมัยที่สุด โดยติดต่อขอข้อมูลโดยตรงจากบริษัทนำมาปรับปรุงแก้ไข

(2) สำรวจและจัดเก็บข้อมูลบริษัทไทยเพิ่มเติม จำนวน 5,000 บริษัท

จากการดำเนินการที่ผ่านมา จำนวนผู้เข้าชมข้อมูลในปี 2545 ทั้งจากในและต่างประเทศ โดยเฉลี่ยเดือนละประมาณ 80,000 หน้า สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 30,000 หน้าต่อเดือน ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยหลายรายที่เป็นสมาชิก ASID ได้รับการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งยังไม่มีข้อมูลในฐานข้อมูล ASID ได้รับประโยชน์จากฐานข้อมูลนี้ สำนักงานฯ ได้ดำเนินการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลบริษัทไทยเพิ่มเติมอีก 5,000 บริษัท เพื่อนำขึ้นเผยแพร่บนเว็บไซต์ WWW.ASIDNET.ORG ระหว่างเดือนสิงหาคม 2544 – กันยายน 2545

• ส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เพื่อส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเชิงพาณิชย์มากขึ้น สำนักงานฯ ได้เปิดให้การส่งเสริมการลงทุนในกิจการซอฟต์แวร์ และกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยได้ให้การส่งเสริมการลงทุนไปแล้ว ดังนี้

- 1) กิจการซอฟต์แวร์ 189 โครงการ มูลค่าลงทุน 2,388 ล้านบาท
- 2) กิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 7 โครงการ มูลค่าลงทุน 625 ล้านบาท

• การกระจายการผลิตสู่ชุมชนและท้องถิ่น

สำนักงานฯ ได้จัดทำโครงการนี้ขึ้นเพื่อเชื่อมโยงการลงทุนไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร เกษตรแปรรูป และกลุ่มอุตสาหกรรมเบา ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และสนับสนุนการกระจายแหล่งผลิตไปสู่ชุมชนและตามหมู่บ้าน สร้างงานในชุมชน โดยใช้แรงงานคืนถิ่นให้มีศักยภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนประสานการแก้ไขปัญหาด้านปริมาณ และคุณภาพวัตถุดิบของอุตสาหกรรมแปรรูปจากภาคเกษตร เพื่อทำให้เกษตรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สำนักงานฯ ได้ดำเนินงานตามโครงการไปแล้วดังนี้

ภาคใต้ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับสภาอุตสาหกรรมและหอการค้าจังหวัดสุราษฎร์ธานี และหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เรื่อง “กาแฟสุราษฎร์ช่วยท้องถิ่น” โดยเป็นการแนะนำให้ความรู้เกษตรกรในการขายผลิตภัณฑ์กาแฟ การตลาด เทคนิคการแปรรูปกาแฟ และการบรรจุภัณฑ์

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จัดประชุมหารือ “โอกาสการเชื่อมโยงการผลิตอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป” ที่จังหวัดนครราชสีมา และอุดรธานี โดยร่วมมือกับสภาหอการค้าจังหวัดสภาอุตสาหกรรมจังหวัด และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นยังได้นำกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดอุบลราชธานีเดินทางไปดูโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่จังหวัดหนองคาย เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งจัดกิจกรรมเยี่ยมชมการผลิตสินค้าชุมชน หมู่บ้านดงยาง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นการผลิตด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้ก็เพื่อให้ทราบถึงปัญหาด้านราคา วัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต

ภาคเหนือ จัดประชุมสัมมนาผู้ซื้อพบผู้ขาย เพื่อสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เรื่อง “การเชื่อมโยงการผลิตอย่างไรให้เกิดผล” ขึ้น ณ จังหวัดเชียงใหม่ ในวันที่ 27 -28 กันยายน 2544 โดยเป็นการสัมมนากลุ่มย่อย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเกษตรและกลุ่มสิ่งทอ

ภาคตะวันออก นำผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์พบชุมชนท้องถิ่นซึ่งผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ของจังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2544 เพื่อให้คำแนะนำและพัฒนาการผลิตแล้ว ยังเป็นช่องทางการตลาดให้ชุมชนอีกด้วย

● ผลักดันการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า ทั้งระดับจังหวัด ภาค ประเทศ และในต่างประเทศ โดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน กล่าวคือ

- 1) จัดให้มีสถานที่ถาวรเพื่อแสดง จำหน่าย และกระจายสินค้าในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ตลาดนัด
- 2) พิจารณาใช้ร้านอาหารไทยเป็นจุดส่งเสริมสินค้าและการท่องเที่ยวไทยอีกช่องทางหนึ่ง โดยเชื่อมโยงไปถึงแหล่งผลิตวัตถุดิบและสินค้าจากชุมชน
- 3) จัดระบบให้สินค้าที่นำไปศูนย์จำหน่ายในต่างประเทศ เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเชื่อถือได้ เช่น ความปลอดภัยของสินค้าอาหาร (มี GMP, HACCP)
- 4) จัดสิ่งจูงใจให้เอกชนลงทุนทำธุรกิจด้านศูนย์ค้าส่งและกระจายสินค้า (Distribution, Logistics) เพื่อประหยัดต้นทุนของ SMEs
- 5) ธุรกิจเอกชน เช่น สมาชิกรัฐสภาหอการค้า สภาอุตสาหกรรมฯ ในพื้นที่เดียวกันร่วมใจกันตกแต่งบริษัทห้างร้าน โรงงาน เพื่อให้เป็น “เมืองแสดงสินค้า” เช่น เมืองเชียงใหม่ โดยอาจมีมาตรการจูงใจ เช่น ลดหย่อนภาษี
- 6) ให้ศูนย์แสดงสินค้าในภูมิภาคมีกิจกรรมประสานผู้เชี่ยวชาญพัฒนาสินค้า และช่วยให้มีเงินทุนหมุนเวียนแก่ผู้ผลิตโดยใช้รายได้จากการขายโดยตรงแทนเงิน
- 7) สนับสนุนภาคเอกชนจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าไทยในต่างประเทศที่เป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญ เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มั่นคง ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ไทยขยายฐานและสาขาไปยังต่างประเทศ
- 8) ผลักดันให้เอกชนได้ใช้ผลประโยชน์ศูนย์กระจายสินค้า 4 มุมเมือง (ที่สร้างเสร็จมานานแล้ว)
- 9) จัดสถานที่ถาวรเพื่อสร้างกิจกรรมในแต่ละจังหวัด เช่น ตลาดนัดขายสินค้า ศูนย์กลางการแสดงผลสินค้าเพื่อส่งเสริมการค้าปลีก และการท่องเที่ยว
- 10) ให้หอการค้าไทยจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทย ร่วมกับชุมชนและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขณะนี้ได้จัดทำร่างข้อเสนอเสร็จแล้วและนำเสนอนายกรัฐมนตรีแล้วเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2545 ซึ่งนายกรัฐมนตรีได้ส่งเรื่องให้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นผู้รับผิดชอบโครงการในรายละเอียดต่อไป

3. มาตรการด้านทรัพยากรมนุษย์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี

- **เร่งรัดการพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของ SMEs**

สำนักงานฯ ได้จัดตั้ง “หน่วยพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อการส่งเสริมการลงทุน” ขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2544 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมและประสานการพัฒนาฝีมือแรงงานไทยให้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริงของผู้ประกอบการซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมไทย ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนที่จะสามารถหาแรงงานที่มีคุณภาพได้

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา สำนักงานฯ ได้ประสานความร่วมมือกับกรมอาชีวศึกษา โดยจัดกิจกรรมพบปะระหว่างกรมอาชีวศึกษากับผู้ประกอบการจำนวน 489 บริษัท ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือระหว่างกันในการพัฒนานักเรียน ช่างเทคนิค ให้ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้สำนักงานฯ ยังจัดกิจกรรมการเยี่ยมชมโรงงานและจัดบรรยายในสถานศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาในการที่จะออกไปปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ รวมทั้งประสานให้อาจารย์ นักเรียน นักศึกษาของสถาบันในสังกัดกรม อาชีวศึกษาได้เข้ารับการฝึกอบรมในโรงงานของบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเป็นต้น

นอกจากนี้สำนักงานฯ มีโครงการที่จะสนับสนุนให้มีการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แก่ SMEs โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการแข่งขัน และเตรียมความพร้อมและความเข้มแข็งของธุรกิจ SMEs

- **สนับสนุนผู้เชี่ยวชาญเข้ามามีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมไทย**

ในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญในอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ เข้ามามีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมไทยนั้น สำนักงานฯ ได้จัดทำเว็บไซต์ www.iexpertnet.com เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลผู้เชี่ยวชาญที่สนใจจะเข้ามาทำงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ โดยการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมทั้งประสานความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ต้องการข้อมูลและนักลงทุน

- **กิจกรรมเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเพื่อเร่งรัดการถ่ายทอดเทคโนโลยี**

หน่วย BUILD ของสำนักงานฯ พยายามทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานให้สถาบันต่างๆ ผู้เชี่ยวชาญ บริษัทต่างชาติ ผู้ประกอบการรายใหญ่พบปะกับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้มีการสอนกรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ซึ่งถือว่าเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้วยเช่นกัน

สำหรับมาตรการรองรับเพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรไทยในการรับเทคโนโลยี สำนักงานจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากช่างฝีมือต่างชาติ เพื่อจุดประสงค์จัดประเภทแรงงานต่างชาติอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย มาตรการการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากช่างฝีมือต่างชาติสู่แรงงานไทยอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้เงื่อนไขการส่งเสริมการลงทุนด้านถ่ายทอดเทคโนโลยีระบุบริษัทจะต้องเร่งคัดฝึกอบรมและสนับสนุนคนไทยให้สามารถปฏิบัติงานตามโครงการที่ได้รับการส่งเสริมแทนช่างฝีมือและผู้ชำนาญการซึ่งเป็นคนต่างด้าวภายในเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

4. การพัฒนาและเสริมสร้างวิสาหกิจไทย

- ส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจไทย โดยร่วมกับส่วนราชการและองค์กรเอกชนทั้งของไทยและต่างประเทศ
- ดำเนินการให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของต่างประเทศโดยตรงเพื่อการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี โดยอาศัยความร่วมมือจากองค์กรของต่างประเทศ
- ส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงระหว่างบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมรายใหญ่กับ SMEs ไทย เพื่อให้เกิดการใช้วัตถุดิบและชิ้นส่วนต่างๆ ในประเทศมากขึ้น
- การพัฒนาผู้ประกอบการใหม่จะมีมาตรการสำคัญได้แก่
 - พิจารณาเพิ่มประเภทกิจการที่จะให้การส่งเสริม
 - ช่วยหาช่องทางทำธุรกิจ โดยการจัดเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือผู้ประกอบการต่างชาติ
 - สนับสนุนให้บริษัทที่ได้รับการส่งเสริม subcontract การผลิตให้ผู้ประกอบการใหม่

5. การพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของวิสาหกิจชุมชน

- ประสานและร่วมมือกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง และองค์กรต่างประเทศ เพื่อจัดให้มีการสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นบูรณาการเดียวกันเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยการให้การสนับสนุนที่จำเป็นทางการเงิน การจัดการ และการตลาด เพื่อให้สินค้าของโครงการวิสาหกิจชุมชนไทยเกิดขึ้นได้และเป็นที่ยอมรับในตลาด
 - สำนักงานได้ประสานกับบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมเพื่อให้มีการว่าจ้างผู้รับเหมารายย่อยในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะในด้านเสื้อผ้า เครื่องประดับ และหัตถกรรม

- เสริมสร้างและสนับสนุนการลงทุนของวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
 - สำนักงานได้หารือกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อคัดเลือกอุตสาหกรรมชุมชนที่รวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพ และพร้อมที่จะพัฒนา เพื่อที่สำนักงานจะให้การส่งเสริมต่อไป ซึ่งปัจจุบันได้มีกลุ่มสหกรณ์ยื่นขอรับการส่งเสริมแล้วโดยการผลิตน้ำมันปาล์ม

หมายเหตุ มาตรการตามข้อ 4 และ 5 เป็นภาระกิจใหม่ ของสำนักงาน

ภาวะเศรษฐกิจและการเงินภาคเหนือปี 2545 และแนวโน้มปี 2546

เศรษฐกิจภาคเหนือปี 2545 ขยายตัวได้ดีต่อเนื่องจากปีก่อน ด้านการผลิต รายได้เกษตรกรจากพืชสำคัญเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากด้านราคา ขณะที่ผลผลิตรวมไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อน การผลิตภาคอุตสาหกรรมขยายตัวมากทั้งในอุตสาหกรรมผลิตเพื่อส่งออกและบริโภคภายในประเทศ ภาคบริการชะลอตัวตามการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ด้านการใช้จ่าย การอุปโภคบริโภคภาคเอกชนขยายตัวในเกณฑ์ดีตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ทั้งในและนอกภาคเกษตร อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำต่อเนื่อง และแรงสนับสนุนจากการให้สินเชื่ออุปโภคบริโภค การลงทุนภาคเอกชน โดยเฉพาะการก่อสร้างปรับตัวดีขึ้นชัดเจน การใช้จ่ายภาครัฐยังคงเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ในปี 2545 การเบิกจ่ายงบประมาณในภาคเหนือเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.8 เทียบกับร้อยละ 5.5 ปีก่อน ส่วนการส่งออกปรับตัวดีขึ้นตามความต้องการของประเทศคู่ค้าที่เพิ่มขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภาคเกษตร ผลผลิตพืชสำคัญของภาคเหนือปี 2545 ใกล้เคียงกับปีก่อน แม้ว่าผลผลิตข้าวนาปีลดลงจากปีก่อนถึงร้อยละ 6.2 แต่ผลผลิตพืชหลัก เช่น อ้อยโรงงาน ลำไยและลิ้นจี่ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 22.7 ร้อยละ 109.5 และร้อยละ 63.7 ตามลำดับ จากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยและแรงจูงใจของราคา ทำให้สามารถชดเชยความเสียหายของข้าวนาปีจากปัญหาน้ำท่วม ขณะเดียวกันราคาพืชผลหลักก็ปรับตัวสูงขึ้น ราคาปีนี้สูงขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2.4 โดยราคาข้าวเปลือกเจ้าหน้าปี 5% ข้าวโพดความชื้นไม่เกิน 14% กระเทียม ถั่วเหลือง และมันสำปะหลัง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 ร้อยละ 9.1 ร้อยละ 31.9 ร้อยละ 4.6 และร้อยละ 40.3 ตามลำดับ ส่งผลให้รายได้เกษตรกรจากการจำหน่ายพืชผลสำคัญเพิ่มขึ้นต่อเนื่องร้อยละ 2.4 เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.1 ปีก่อน

2. ภาคอุตสาหกรรม ผลผลิตอุตสาหกรรมสำคัญของภาคเหนือปี 2545 เร่งตัวจากปีก่อน ทั้งที่ผลิตเพื่อส่งออกและบริโภคในประเทศ โดยอุตสาหกรรมผลิตเพื่อส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.2 เทียบกับที่ลดลงร้อยละ 5.0 ปีก่อน เป็น 1,087 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ ตามความต้องการของต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมน้ำตาลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0 เป็น 1.38 ล้านเมตริกตัน ด้านอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศขยายตัวมากขึ้น การผลิตปูนซีเมนต์เพิ่มตามความต้องการบ้านอยู่อาศัยเป็นสำคัญ การผลิตสังกะสีเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 2.8 เป็น 105 พันเมตริกตัน สำหรับอุตสาหกรรมผลิตเบียร์รายใหญ่ซึ่งลงทุนตั้งโรงงานใหม่ที่จังหวัดกำแพงเพชรได้เริ่มการผลิตปีนี้ อย่างไรก็ตามในช่วงปลายไตรมาสที่ 4 การผลิตของบางอุตสาหกรรมเริ่มมีสัญญาณชะลอตัวตามความต้องการของตลาดที่อ่อนตัวลง เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และวัสดุก่อสร้าง

3. ภาคบริการ ภาวะการท่องเที่ยวปี 2545 ชะลอตัวจากปีก่อน โดยช่วงต้นปีถึงไตรมาส 3 การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ผลจากการก่อวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกาเมื่อปลายปีก่อน เหตุการณ์ความไม่สงบตามแนวชายแดนไทย-พม่า รวมทั้งการแข่งขันฟุตบอลโลก ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนภาคเหนือช่วง 9 เดือนปี 2545 ลดลงร้อยละ 6.7 เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.0 ปีก่อน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาว

ไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.0 ต่อเนื่องจากปีก่อน ส่งผลให้จำนวนผู้เยี่ยมเยือนภาคเหนือเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 1.7 ขณะที่ภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บจากธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารปี 2545 ลดลงร้อยละ 0.6 เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.6 ปีก่อน อย่างไรก็ตามช่วงไตรมาส 4 การท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้นจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ และช่วงวันหยุดที่ติดต่อกันทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยเพิ่มขึ้นมาก

4. การอุปโภคบริโภคภาคเอกชน ปี 2545 เร่งตัวตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ทั้งในภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำต่อเนื่อง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้น และแรงสนับสนุนจากการให้สินเชื่ออุปโภคบริโภคเป็นสำคัญ เครื่องชี้ด้านภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บได้จากธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.9 เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2 ปีก่อน ขณะที่การใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้าคงทนประเภทยานพาหนะยังได้รับแรงกระตุ้นจากเงื่อนไขการผ่อนชำระที่จูงใจ การส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการ และการแนะนำยานยนต์รุ่นใหม่ที่มีราคาประหยัด ทำให้ยอดจดทะเบียนรถยนต์และยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 46.9 และ 37.5 เทียบกับปีก่อนที่ลดลงร้อยละ 1.7 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

5. การลงทุนภาคเอกชน ปี 2545 ขยายตัวต่อเนื่องจากปีก่อน โดยเฉพาะการก่อสร้างปรับตัวขึ้นชัดเจน เป็นผลจากมาตรการกระตุ้นจากภาครัฐ การได้รับการสนับสนุนสินเชื่อจากสถาบันการเงิน รวมทั้งอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้พื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างในเขตเทศบาล และค่าธรรมเนียมขายและขายฝากที่ดิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.0 และร้อยละ 41.5 เทียบกับปีก่อนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.0 และ 22.1 ตามลำดับ โดยการก่อสร้างขยายตัวมากในจังหวัดหลักของภาค เช่น เชียงใหม่ พิษณุโลก และเชียงราย สำหรับการลงทุนเพื่อการผลิตขยายตัวในบางธุรกิจ เช่น อุตสาหกรรมอบและรักษาเมล็ดพืช คอนกรีตผสมเสร็จ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร และ SMEs บางประเภท โดยเงินลงทุนจดทะเบียนของโรงงานอุตสาหกรรมตั้งใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 99.6 เป็น 9,160 ล้านบาท สูงกว่าปีก่อนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.6 ส่วนการลงทุนผลิตเพื่อส่งออกอยู่ในภาวะซบเซา โดยเงินลงทุนของโครงการที่ได้รับอนุมัติส่งเสริมการลงทุนลดลงร้อยละ 63.5 เหลือ 3,457 ล้านบาท เนื่องจากอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ยังมีกำลังการผลิตเพียงพอ

6. การใช้จ่ายภาครัฐ การใช้จ่ายภาครัฐ ยังคงเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ในปี 2545 การเบิกจ่ายงบประมาณในภาคเหนือเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.8 เทียบกับร้อยละ 5.5 ปีก่อน เป็น 118,486 ล้านบาท โดยมีการเร่งเบิกจ่ายในช่วงต้นปีและชะลอลงในครึ่งหลังของปี เนื่องจากได้เร่งรัดเบิกจ่ายไปแล้วและส่วนหนึ่งเป็น ผลจากการปฏิรูประบบราชการทำให้การเบิกจ่ายของส่วนราชการใหม่ล่าช้าไปบ้าง ด้านการจัดเก็บรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.0 เป็น 13,023 ล้านบาท เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0 ปีก่อน สอดคล้องกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโดยรวม ประกอบกับมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี โดยการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีมูลค่าเพิ่ม เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 11.5 ร้อยละ 10.0 และร้อยละ 7.4 เป็น 2,142 ล้านบาท 4,062 ล้านบาท และ 3,616 ล้านบาท ตามลำดับ ปีนี้รายจ่ายภาครัฐในภาคเหนือสูงกว่ารายได้ที่จัดเก็บได้ 105,464 ล้านบาทสูงกว่าปีก่อนที่ขาดดุล 103,583 ล้านบาท

7. การค้าต่างประเทศ ปี 2545 เร่งตัวจากปีก่อน มูลค่าส่งออก สินค้าผ่านด่าน

ศุลกากรในภาคเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 เป็น 1,378.3 ล้านดอลลาร์ สรอ. เทียบกับที่ลดลงร้อยละ 8.6 ปีก่อน โดยการส่งออกผ่านด่านท่าอากาศยานเชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.3 เป็น 1,218.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. ตามความต้องการสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์จากยุโรปและเอเชียที่เพิ่มขึ้น ส่วนการส่งออกผ่านชายแดนเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.8 เป็น 168.4 ล้านดอลลาร์ สรอ. เพิ่มขึ้นจากการส่งออกไปจีนทางตอนใต้เป็นสำคัญ แต่การส่งออกไปพม่าลดลงเนื่องจากปัญหาการปิดด่านชายแดนช่วงเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม 2545 มูลค่านำเข้าผ่านด่านศุลกากรในภาคเหนือลดลงร้อยละ 1.5 เหลือ 955.3 ล้านดอลลาร์ สรอ. เทียบกับที่ลดลงร้อยละ 17.2 ปีก่อน ตามการนำเข้าผ่านด่านชายแดนที่ลดลงร้อยละ 39.0 เหลือ 39.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. จากความเข้มงวดนำเข้าและส่งออกสินค้าของพม่าเป็นสำคัญ ขณะที่การนำเข้าผ่านด่านท่าอากาศยานเชียงใหม่เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยร้อยละ 1.2 เป็น 915.6 ล้านดอลลาร์ สรอ. จากมูลค่าการส่งออก ที่เพิ่มขึ้นและการนำเข้าที่ลดลงส่งผลให้ดุลการค้าผ่านด่านศุลกากรในภาคเหนือปี 2545 เกินดุล 431.9 ล้านดอลลาร์ สรอ. สูงกว่าปีก่อนที่เกินดุล 271.3 ล้านดอลลาร์ สรอ.

8. ระดับราคา เงินเฟ้ออยู่ในเกณฑ์ต่ำ แม้ว่าราคาน้ำมันสูงขึ้นตามราคาในตลาดโลก และราคาผักและผลไม้สูงขึ้นจากภาวะฝนตกชุกและน้ำท่วม แต่ผลกระทบต่อราคาน้ำมันและราคาผักและผลไม้ต่อราคาโดยรวมไม่มาก ประกอบกับราคาสินค้าประเภทข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้งลดลง ทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2545 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเพียงร้อยละ 0.3 เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 ปีก่อน

9. ภาคการเงิน ปี 2545 สภาพคล่องยังสูง สัดส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากปรับตัวดีขึ้นอยู่ที่ระดับร้อยละ 64.6 เทียบกับร้อยละ 57.7 ปีก่อน ยอดคงค้างสินเชื่อของสาขาธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2545 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 9.0 เป็น 178,825 ล้านบาท เทียบกับที่ลดลงร้อยละ 7.3 ปีก่อน เนื่องจากมีการโอนสินเชื่อจากส่วนกลางกลับมาบริหารที่สาขาในภูมิภาค ประกอบกับการปล่อยสินเชื่อใหม่บางประเภท เช่น สินเชื่อพาณิชย์และที่อยู่อาศัย ด้านยอดคงค้างเงินฝากลดลงร้อยละ 2.6 เหลือ 276,645 ล้านบาท เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 ปีก่อน เนื่องจากประชาชนหันไปออมในพันธบัตรออมทรัพย์ช่วยชาติ ประกอบกับมีลูกค้าบางส่วนถอนเงินฝากไปลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

10. ภาวะการจ้างงาน จากการสำรวจภาวะการมีงานทำของประชากรในภาคเหนือเดือนพฤศจิกายน 2545 พบว่ามีกำลังแรงงานรวม 6.3 ล้านคน อัตราการว่างงานอยู่ที่ร้อยละ 2.0 ลดลงจากร้อยละ 2.1 ช่วงเดียวกันปีก่อน สอดคล้องกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโดยรวม

แนวโน้มเศรษฐกิจภาคเหนือปี 2546 การขยายตัวของเศรษฐกิจภาคเหนือปี 2546 คาดว่ามีความเป็นไปได้ที่ยังขยายตัวได้ต่อเนื่อง สอดคล้องกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโดยรวมและจากการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ของรัฐที่เอื้อต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ประกอบกับไม่มีแรงกดดันทางด้านราคา ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลดีต่อการผลิตสาขานอกภาคเกษตร โดยเฉพาะสาขาก่อสร้างและพาณิชย์กรรมจะขยายตัวตามการใช้จ่ายและการลงทุนด้านที่อยู่อาศัย ส่วนภาค อุตสาหกรรมและบริการ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมส่งออกและท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มขยายตัวจากปัจจัยสนับสนุน ด้านเศรษฐกิจโลกที่น่าจะปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อนโดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปี สำหรับภาคการเกษตรคาดว่าจะขยายตัวจากปีก่อนจากผลผลิตข้าวนาปรังที่จะเพิ่มขึ้นจากแนวโน้มปกติเป็นผลจากการปลูกข้าวนาปรังในไตรมาส 4 ปี

2545 เพื่อทดแทนข้าวนาปีที่เสียหายจากน้ำท่วม ประกอบกับปริมาณน้ำในเขื่อนมีเพียงพอต่อการปลูกพืชฤดูแล้ง อย่างไรก็ตามความไม่แน่นอนด้านต่างประเทศโดยเฉพาะในเรื่องของสงครามเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่อาจกระทบภาวะเศรษฐกิจของประเทศและภาคเหนือในระยะต่อไป

ที่มา : ส่วนวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ

3 กุมภาพันธ์ 2546

โครงสร้างเศรษฐกิจของภาคเหนือ

ลักษณะทั่วไป

ภาคเหนือประกอบด้วย 17 จังหวัด 179 อำเภอและ 15 กิ่งอำเภอ มีพื้นที่ 106 ล้านไร่ (169,600 ตร.กม.) หรือประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งประเทศ ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา มีพื้นที่ทำการเกษตรประมาณ 29.2 ล้านไร่ หรือ 1 ใน 5 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งประเทศ ณ สิ้นปี 2542 ภาคเหนือมีประชากรจำนวน 11.2 ล้านคน หรือ 1 ใน 5 ของประชากรทั้งประเทศ จังหวัดที่มีประชากรมากกว่า 1 ล้านคน คือ เชียงใหม่ เชียงราย นครสวรรค์ และ เพชรบูรณ์ รายได้เฉลี่ยต่อหัวปี 2542 จำนวน 37,905 บาท ต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยทั้งประเทศ 74,675 บาท ประมาณ เท่าตัวและต่ำกว่าทุกภาคยกเว้นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โครงสร้างเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจภาคเหนือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.1 ต่อปี ระหว่างปี 2537-2542 ต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของประเทศ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 ต่อปี เศรษฐกิจภาคเหนือขึ้นกับภาคเกษตรเป็นสำคัญ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 22.3 ของผลิตภัณฑ์ภาค รองลงมาคือภาคการค้าร้อยละ 15.5 ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 14.7 และภาคบริการร้อยละ 13.3 พืชหลักของภาค ได้แก่ ข้าว อ้อย ข้าวโพด ไม้ยาสูบ ถั่วเหลือง พืชผัก และผลไม้ ขณะที่อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ อีเล็กทรอนิกส์ น้ำตาล แปรรูปสินค้าเกษตร ปูนซีเมนต์ เซรามิกส์ และหัตถกรรม

ความสำคัญของภาคเหนือต่อเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ

ผลิตภัณฑ์ภาคเหนือ (Gross Regional Product : GRP) ตามราคาตลาดปี 2542 มีมูลค่า 425.0 พันล้านบาทหรือร้อยละ 9.2 ของผลิตภัณฑ์ในประเทศ (GDP) การผลิตบางสาขามีความสำคัญต่อประเทศ เช่น สาขาเหมืองแร่และเกษตรกรรม ผลผลิตทั้งสองสาขา คิดเป็นร้อยละ 18.2 และร้อยละ 17.7 ของผลผลิตสาขาเหมืองแร่และเกษตรกรรมของประเทศ ตามลำดับ ภาคเหนือเป็นแหล่งทรัพยากร แร่ธาตุสำคัญของประเทศ เช่น ถ่านหิน ลิกไนต์ หินปูน และดินขาวที่จังหวัดลำปาง แร่สังกะสีที่จังหวัดตาก น้ำมันดิบที่จังหวัดกำแพงเพชร เป็นต้น และเป็นแหล่งผลิตข้าวและพืชไร่ที่สำคัญ พืชผลสำคัญของภาคเหนือ เช่น ถั่วเหลือง ข้าวโพด ข้าวและอ้อยมีปริมาณผลผลิต ไม่ต่ำกว่าหนึ่งในสี่ของผลผลิตทั้งประเทศ ขณะที่พืชสำคัญอื่น เช่น ลำไย ลิ้นจี่ กระเทียม ไม้ยาสูบเวอร์จิเนียและเบอร์เลย์ หอมแดง และหอมหัวใหญ่ เกือบทั้งหมดผลิตในภาคเหนือ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งค้ำน้ำของภาคกลาง กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ลักษณะและโครงสร้างเศรษฐกิจของภาคเหนือ

จำแนกออกเป็น 2 ส่วนคือภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง

ภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย 9 จังหวัด ได้แก่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน พะเยา น่าน แพร่ ลำปางและตาก มีพื้นที่ประมาณร้อยละ 60 ของพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ภาคเหนือ

ตอนบนเป็นป่าเขา มีพื้นที่เหมาะกับการเพาะปลูก ไม่ถึงร้อยละ 15 แต่มีทรัพยากรทางด้านท่องเที่ยวและลักษณะภูมิอากาศที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักผ่อนและพำนักอาศัย เป็นครั้งคราวและถาวร ทำให้ธุรกิจบริการ เช่น ธุรกิจ โรงแรม รีสอร์ท และของที่ระลึก เป็นสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคเหนือตอนบน และเป็นแหล่งผลิตกระแสไฟฟ้าที่สำคัญ ทั้งจาก โรงไฟฟ้าพลังน้ำ และไอน้ำจากเขื่อนภูมิพล จังหวัดตาก และอำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ตลอดจนมีแร่ธาตุ เช่น แร่สังกะสี ถ่านหิน ลิกไนต์ หินปูน และดินขาวอุดมสมบูรณ์ ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมเซรามิก ปูนซีเมนต์ และ โรงงานถลุงแร่สังกะสี เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นประตูการค้าชายแดนกับประเทศพม่า ลาว และจีน(ตอนใต้)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทุกด้านของภาคและของภาคเหนือตอนบนมีส่วนร่วมการผลิต ประมาณ 1 ใน 5 ของผลิตภัณฑ์ภาค มีจำนวนสาขานาการ พาณิชยกรรมสูงสุดเป็นอันดับสามของประเทศ เงินฝากและเงินให้ สิ้นเชื่อมีส่วนสูงประมาณ 1 ใน 3 ของเงินฝากและสิ้นเชื่อทั้งภาค

ภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ และอุทัยธานี มีพื้นที่ติดต่อกับภาคกลาง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเหมาะแก่การเพาะปลูก เป็นแหล่งผลิตและค้าข้าวและพืชไร่สำคัญของประเทศ การผลิตขึ้นกับพืชผลไม่กึ่งชนิด เช่น ข้าว อ้อย และข้าวโพด และขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศ อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ในภาคเหนือตอนล่าง เป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการเกษตร เช่น อุตสาหกรรมน้ำตาล ในจังหวัดนครสวรรค์ กำแพงเพชร อุตรดิตถ์และพิษณุโลก อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ในจังหวัดพิษณุโลกและนครสวรรค์ โรงสีข้าว ในจังหวัดพิจิตร พิษณุโลก และนครสวรรค์ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานทางประวัติศาสตร์

สภาพแรงงาน

สิ้นปี 2542 ประชากรภาคเหนือมีกำลังแรงงาน ประมาณ 6.3 ล้านคน ร้อยละ 60 อยู่ในภาคการเกษตร อัตราค่าจ้างขั้นต่ำวันละ 133 บาท ยกเว้นจังหวัดเชียงใหม่ วันละ 143 บาท แรงงานของภาคเหนือบางส่วนไปทำงานที่ส่วนกลางและต่างประเทศ ได้แก่ ได้หวัน สิงคโปร์ บรูไน และอิสราเอล เป็นต้น แรงงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาทำงานทดแทนในการตัดอ้อย และมีเงินโอนจากต่างประเทศเข้ามาปีละประมาณ 3,000 ล้านบาท

ภาคการเงิน

ภาคเหนือมีสาขานาการพาณิชยกรรมเปิดบริการมากที่สุดรองจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ณ สิ้นปี 2544 มีสาขานาการพาณิชยกรรมเปิดดำเนินการ 507 สาขา หรือร้อยละ 14 ของสาขานาการพาณิชยกรรมของทั้งประเทศ เกือบร้อยละ 60 อยู่ในภาคเหนือตอนบน โดยกระจุกตัวในอำเภอเมือง ขณะที่บริเวณภาคเหนือตอนล่าง จะกระจายตัวในเขตอำเภอรอบนอก เงินฝากและเงินให้สิ้นเชื่อของธนาคารพาณิชยกรรม สิ้นเดือนธันวาคม 2544 มีจำนวน 271.7 พันล้านบาท และ 176.9 พันล้านบาท หรือร้อยละ 5.3 และร้อยละ 4.1 ของเงินฝากและสิ้นเชื่อธนาคารพาณิชยกรรมทั้งประเทศตามลำดับ

การค้าต่างประเทศ

กระทำใน 2 ลักษณะคือ การค้าระหว่างประเทศผ่านด่านศุลกากรท่าอากาศยานเชียงใหม่ และการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมูลค่ากว่าร้อยละ 90.0 เป็นการค้า ผ่านด่านท่าอากาศยานฯ ส่วนใหญ่เป็นธุรกรรมการค้าของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ส่วนการค้าชายแดนเป็นการค้ากับพม่า ลาว และจีน (ตอนใต้) โดยร้อยละ 60.0 เป็นการค้ากับพม่า สินค้าออกส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ขยางรถยนต์ และวัสดุก่อสร้าง ส่วนสินค้านำเข้า ได้แก่ โค กระบือ และไม้แปรรูป เป็นสำคัญ

อัตรายายตัวของเศรษฐกิจภาคเหนือ

หน่วย : ร้อยละ

	2537	2538	2539	2540	2541	2542	เฉลี่ย 2537 - 2542
ภาคเกษตร	1.2	2.6	8.3	-3.1	-0.3	5.4	2.3
นอกภาคเกษตร	8.8	7.4	6.6	-4.2	-7.2	0.5	2.0
รวม	7.1	6.4	7.0	-4.0	-5.8	1.6	2.1

สัดส่วนการผลิตในภาคเหนือ

หน่วย : ร้อยละ

ภาคเกษตร	51.9	21.6
นอกภาคเกษตร	48.1	78.4
เหมืองแร่	1.3	3.7
อุตสาหกรรม	5.6	13.2
ก่อสร้าง	3.4	4.8
การค้า	17.6	16.2
บริการ	6.2	17.5
อื่นๆ	14	23.0
รวม	100.0	100.0

การค้าชายแดน

การค้าชายแดนเป็นการค้าระดับท้องถิ่นที่เกิดขึ้นบริเวณชายแดนระหว่างประชาชนหรือผู้ประกอบการที่มีถิ่นที่อยู่คนละประเทศ โดยไม่จำเป็นต้องมีสัญญาการค้าระหว่างกัน สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้เงินสกุลท้องถิ่น การค้ากระทำทั้งการค้าที่ผ่านและไม่ผ่านพิธีการทางศุลกากร เนื่องจากการเคลื่อนย้ายสินค้าทำได้ง่ายและยากต่อการควบคุม

ความสำคัญของการค้าชายแดน

มูลค่าการค้าชายแดนระหว่างภาคเหนือกับประเทศเพื่อนบ้านในปี 2545 มีมูลค่า 8,973.6 ล้านบาท เมื่อรวมกับมูลค่า การค้านอกระบบซึ่งจากงานศึกษาต่างๆ พบว่ามีมากกว่าการค้าในระบบประมาณ 0.5-3 เท่า ความสำคัญของการค้าชายแดนจะมีเพิ่มขึ้น การส่งเสริมการค้าชายแดนจึงเป็นช่องทางสร้างงานและเป็นการพัฒนาภูมิภาคของทั้งไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

สภาพการค้า

ภาคเหนือทำการค้าชายแดนกับประเทศพม่า ลาวและจีนตอนใต้ เนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกับพม่าและลาวประมาณ 2,103 ก.ม. รวมทั้งสามารถค้ากับจีน (ตอนใต้) (มณฑลยูนนาน) ผ่านทางแม่น้ำโขง บริเวณอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย การค้าชายแดนภาคเหนือ-พม่า ภาคเหนือ-ลาว และภาคเหนือ-จีน (ตอนใต้) กระทำใน 2 รูปแบบคือ การค้าผ่านพิธีการทางศุลกากร (การค้าในระบบ) และการค้าไม่ผ่านพิธีการศุลกากร (การค้านอก ระบบ)

1. การค้าผ่านพิธีทางศุลกากร มูลค่าการค้ากับพม่าในปี 2545 มีสัดส่วนสูงมากคือร้อยละ 52.6 ของมูลค่าการค้าชายแดน โดยรวมของภาคเหนือ รองลงมา ได้แก่ การค้าชายแดนกับจีน (ตอนใต้) และลาว ซึ่งมีสัดส่วนลดหลั่นลงมา คือร้อยละ 35.7 และร้อยละ 11.7 ตามลำดับ โดยภาคเหนือได้ดุลการค้ากับพม่า ลาว และเริ่มได้ดุลการค้ากับจีน (ตอนใต้) ในปี 2542 เป็นต้นมา

การค้าชายแดนภาคเหนือ-พม่า กระทำผ่านด่านศุลกากรในภาคเหนือรวม 6 แห่ง ใน 4 จังหวัด คือ ดาก แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ และเชียงราย แต่ที่สำคัญมีเพียง 2 แห่ง คือด่านฯ แม่สาย จังหวัดเชียงราย และด่านฯ แม่สอด จังหวัดตาก ในปี 2545 มูลค่าผ่านด่านฯ ทั้ง 6 แห่ง รวม 4,720.1 ล้านบาท เป็นการส่งออก 3,915.7 ล้านบาท และนำเข้า 804.4 ล้านบาท สินค้าส่งออกสำคัญได้แก่ สินค้าอุปโภค บริโภค ยางรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ น้ำมัน วัสดุก่อสร้าง เครื่องยนต์และชิ้นส่วน สินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ อัญมณี สินค้าเกษตร และของป่า การค้าชายแดนกับพม่ามิใช่เป็นการค้าขายแลกเปลี่ยนเพื่อการยังชีพซึ่งกระทำในพื้นที่พรมแดนติดต่อกันเท่านั้น แต่ยังนำสินค้าสู่เมืองสำคัญของพม่าหรือส่งผ่านต่อประเทศอื่น โดยสินค้าจากอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายถูกส่งสู่เมืองตองยี และเมืองมัณฑะเลย์ รวมทั้งผ่านสู่จีน (ตอนใต้) ขณะที่สินค้าจากแม่สอด จังหวัดตากจะเข้าสู่เมืองย่างกุ้ง และบางส่วนสู่ บังกลาเทศ ส่วนสินค้านำเข้าจากพม่าก็นำมาแปรรูปเพื่อการส่งออก เช่น ผลิตภัณฑ์ไม้และอัญมณี เป็นต้น

การค้าชายแดนภาคเหนือ-ลาว กระทำผ่านด่านศุลกากร 3 แห่ง และจุดผ่อนปรน ในจังหวัดเชียงราย พะเยา น่าน และอุตรดิตถ์ แต่ที่สำคัญคือด่านฯ เชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการส่งออกสินค้าของไทยไปยัง 6 แขวง ในภาคเหนือของลาว โดยเฉพาะแขวงอุดมไซ โดยมูลค่าการค้าในปี 2545 เท่ากับ 1,053.9 ล้านบาท โดยเป็นการส่งออก 607.1 ล้านบาท และนำเข้า 446.8 ล้านบาท สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง น้ำมัน สินค้า อุปโภคบริโภค ยานพาหนะ และส่วนประกอบ สินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ ถ่านหิน ถิกไนต์ สินค้าเกษตรและของป่า

การค้าชายแดนภาคเหนือ-จีน (ตอนใต้) เป็นการค้ากับมณฑลยูนนาน เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2537 โดยใช้เส้นทางเรือในแม่น้ำโขง ผ่านด่านฯ เชียงแสน จังหวัดเชียงราย สู่มืองเชียงรุ่งหรือเมืองซือเหมา เขตปกครองตนเองสิบสองปันนา มูลค่าการค้าในปี 2541 มีเพียง 386.1 ล้านบาท เนื่องจากอยู่ในระยะเริ่มต้นและการขนส่งสินค้าโดยใช้เส้นทางในแม่น้ำโขงไม่สามารถทำได้ทุกฤดูกาล มูลค่าการค้าในปี 2545 เท่ากับ 3,199.5 ล้านบาท เป็นการส่งออก 2,737.5 ล้านบาท และนำเข้า 462 ล้านบาท สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ ยางพารา สินค้าอุปโภคบริโภค และน้ำมัน เชื้อเพลิง สินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ ผลไม้ และเฟอร์นิเจอร์ไม้

2. การค้าที่ไม่ผ่านพิธีการศุลกากร จากการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2537 พบว่าการค้าชายแดนภาคเหนือ-พม่า และภาคเหนือ-ลาว มีลักษณะเป็นการค้านอกระบบที่ไม่ผ่านพิธีการศุลกากร ประมาณว่าการค้านอกระบบกับพม่าและลาวมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 76 และ 50 ของการค้าชายแดนภาคเหนือ-พม่า และภาคเหนือ-ลาว สำหรับการค้าภาคเหนือ-จีน (ตอนใต้) ยังไม่พบรายงานการศึกษา

วิธีการชำระเงินค่าสินค้าชายแดน

การชำระเงินค่าสินค้าชายแดนสามารถ จำแนก เป็น 2 ลักษณะใหญ่คือ การชำระเงินผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย การชำระเงินด้วยเช็คหรือตราพีดของ ธนาคาร การโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร และการชำระค่าสินค้า ตาม L/C ที่เปิดเป็นเงินสกุลดอลลาร์ สรอ. และการชำระเงินที่ไม่ผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย การชำระค่าสินค้าโดยผ่านตัวแทนคู่ค้าระหว่างประเทศในตลาดมืด การชำระเป็นเงินสดด้วยเงินสกุลท้องถิ่น เช่น บาท จด จากข้อมูลการสำรวจดังกล่าวสรุปได้ว่ากว่าร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้า ยังคงนิยมชำระค่าสินค้าโดยไม่ผ่านระบบธนาคาร ทั้งนี้ส่วนหนึ่ง เป็นผลสืบเนื่องจากวิธีการค้าแบบดั้งเดิม คือความเชื่อใจกันเป็นสำคัญ โดยที่การค้าชายแดนภาคเหนือ-ลาว ประมาณการว่ามีการชำระค่าสินค้าผ่านระบบธนาคารเพียงประมาณร้อยละ 20 ส่วนใหญ่นิยมชำระค่าสินค้าโดยใช้เงินสด สกุลบาทและดอลลาร์ สรอ. สำหรับการการค้าชายแดน ภาคเหนือ-พม่า พบว่ามีการชำระเงินผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ น้อยกว่าร้อยละ 10 และที่เหลือกว่าร้อยละ 90 เป็นการชำระเงินไม่ผ่านสถาบันการเงิน

ปัญหาการค้าชายแดน

การประกอบการค้าชายแดนระหว่างภาคเหนือกับประเทศเพื่อนบ้านยังมีปัญหาและอุปสรรค เช่น ปัญหาประเทศเพื่อนบ้านปิดด่านชายแดน ปัญหาการสูญเสียตลาดสินค้าสำคัญบางประเภทให้ประเทศอื่น เช่น จีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย ปัญหาการระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการค้า การชำระเงินค่าสินค้าผ่านระบบธนาคารยังไม่เป็นที่นิยม ปัญหาระเบียบพิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการเดินทางเข้า-ออกประเทศ ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่งทางน้ำ ส่วนแนวทางการพัฒนาการค้าชายแดนควรใช้โอกาสจากกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เช่น โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (The Greater Mekong Subregional Economic Cooperation : GMS) เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาและเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมระหว่างกัน รวมทั้งบรรลุดูข้อตกลงระหว่างประเทศในการขนส่งสินค้าผ่านแดนซึ่งจะช่วยขยายตลาดสินค้าไทยให้กว้างขวางขึ้น

การค้าชายแดนของภาคเหนือ

หน่วย : ล้านบาท

ภาคเหนือ-พม่า	5,792.6	7,568.1	5,880.0	4,720.1
ส่งออก	4,883.7	6,636.5	4,069.5	3,915.7
นำเข้า	908.9	931.6	1,810.5	804.4
ดุลการค้า	3,974.8	5,704.9	2,259.0	3,111.3
ภาคเหนือ-ลาว	854.4	1,021.9	1,148.7	1,053.9
ส่งออก	437.1	562.6	621.1	607.1
นำเข้า	408.3	459.3	527.6	446.8
ดุลการค้า	28.8	103.3	93.5	160.3
ภาคเหนือ-จีนตอนใต้	868.4	1,154.2	2,772.6	3,199.5
ส่งออก	438.4	851.7	2,225.6	2,737.5
นำเข้า	430.0	302.5	547.0	462.0
ดุลการค้า	8.4	549.2	1,678.6	2,275.5
มูลค่าการค้า	7,506.4	9,744.2	9,801.3	8,973.6
ดุลการค้า	4,012.0	6,357.4	4,031.1	5,547.0
ที่มา : ด้านศุลกากรในภาคเหนือ				

