

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เมื่อศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการ (SMEs) ในภาคการค้าระหว่างประเทศจากรายงานสถานการณ์ SMEs ปี 2548 และแนวโน้มปี 2549 พบว่าในปี 2548 ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 4,436,676.4 ล้านบาท โดยเป็นการส่งออกจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งสิ้น 1,371,379.3 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 11.0 เมื่อเทียบกับปี 2547 จะเห็นได้ว่า SMEs ไทยจากเดิมที่เป็นการทำธุรกิจเพียงเพื่อขายในประเทศได้เริ่มปรับเปลี่ยนไป ทั้งนี้อาจเนื่องจาก SMEs มีขีดความสามารถที่เพิ่มมากขึ้นจากในอดีต หรือเป็นการปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดในธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ส่งออกที่เป็น SMEs (ทั้งที่เป็นผู้ส่งออกอย่างเดียว และเป็นทั้งผู้ส่งออกและนำเข้าด้วย) มีจำนวนถึง 23,404 ราย (มากกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่ถึง 13 เท่า) แต่ยอดรวมของมูลค่าการส่งออกของ SMEs คิดเป็นร้อยละ 30.9 ของการส่งออกทั้งหมดเท่านั้น และส่วนใหญ่เป็นสินค้าในกลุ่ม Primary และ Labor Intensive ดังนั้นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจถึงโครงสร้าง และกลไกการส่งออกของ SMEs จะทำให้เห็นถึงแนวทางวิธีการประกอบธุรกิจของ SMEs ที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการดำเนินการดำเนินนโยบายเพื่อให้ความสนับสนุนหรือช่วยเหลือ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกต่อไป

การที่บทบาทของ SMEs ในภาคการค้าระหว่างประเทศอยู่ท่ามกลางการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะจากประเทศคู่แข่ง และความต้องการในแต่ละตลาดที่หลากหลายมากขึ้นเรื่อยๆ นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องวางจุดยืนให้ชัดเจนในตลาดการค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบทันสมัย คุณภาพดี ราคาเหมาะสม และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ข้อได้เปรียบในอดีตของไทยต่อประเทศคู่แข่ง เช่น การมีต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานที่ถูกไม่สามารถจะใช้ได้อีกต่อไป

ในการนี้ การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นเพื่อทำความเข้าใจถึงโครงสร้าง และกลไกการส่งออกของ SMEs เพื่อทราบถึงแนวทางการแก้ไขหรือปรับปรุงข้อบกพร่องหรือจุดด้อย และสร้างเสริมจุดเด่นที่มีอยู่ในด้านต่างๆ เช่น บุคลากร คุณภาพ และราคาของวัตถุดิบ การออกแบบ การผลิต การบริหารจัดการ การตลาด การใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยี และการสร้างความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรมให้เข้มแข็งเพิ่มยิ่งขึ้น ภายใต้แนวโน้มเศรษฐกิจและกติกการค้าโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและ รุนแรง รวมถึงการกำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาการประกอบธุรกิจของ SMEs ที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการดำเนินการดำเนินนโยบายเพื่อให้ความสนับสนุนหรือช่วยเหลือ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถก้าวสู่เวทีการค้าโลกและสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญๆ เช่น จีน และอินเดีย เป็นต้น โดยขอบเขตการศึกษาที่ทีมที่ปรึกษาจะมุ่งเน้นและให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ในกรอบข้อตกลงและการวิเคราะห์ในภาพรวม ซึ่งจะครอบคลุมเนื้อหาในสินค้าส่งออกในอุตสาหกรรมที่สำคัญของ SMEs ดังนี้

กลุ่มที่ 1 :- ภาคอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อการส่งออก ดังนี้

- อุตสาหกรรมอาหารทะเล / ผลิตภัณฑ์จากประมง

- อุตสาหกรรมเนื้อสัตว์ / ผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์
- อุตสาหกรรมผัก ผลไม้กระป๋องและแปรรูป
- อุตสาหกรรมข้าวและธัญพืช

กลุ่มที่ 2 : - ภาคอุตสาหกรรมยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยางในชั้นต่างๆ

กลุ่มที่ 3 : - ภาคอุตสาหกรรมสินค้ากลุ่มแฟชั่น

- อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้า
- อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

กลุ่มที่ 4 : - ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขัน โครงสร้างและกลไกการส่งออก โอกาสและข้อจำกัด รวมถึงข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

กลุ่มที่ 1: ภาคอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอาหารมีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกซึ่งมีผลต่อความเกี่ยวข้องกับประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ คือ เกษตรกร กล่าวคือ เป็นอุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ซึ่ง ประกอบด้วย ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และการประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิต โดยนำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการอุปโภค บริโภค และการยืดอายุการเก็บรักษา รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

อุตสาหกรรมอาหารที่ผลิตเพื่อการส่งออก เป็นอุตสาหกรรมที่ทางภาครัฐและผู้ประกอบการ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญด้านคุณภาพ มาตรฐานสินค้า และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศ และสากล สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหาร มีการผลิตทั้งที่เป็นการแปรรูปขั้นต้น ได้แก่ การแช่เย็นแช่แข็ง การอบแห้ง การดองด้วยน้ำส้ม ประเภทผลิตภัณฑ์ เช่น ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง ผลไม้อบแห้งและพืชผักดอง เป็นต้น การแปรรูปและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ที่การผลิตมีการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น ประเภทผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผักผลไม้กระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผลิตภัณฑ์ข้าวและธัญพืช เป็นต้น

กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง/ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป/ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป : ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารรายสำคัญของโลก จากข้อมูลสถิติการส่งออกอาหารโลกของ **World Trade Organization (WTO)** เนื่องจากว่า เราได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบที่มีเพียงพอสำหรับความต้องการของตลาด ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และต้นทุนแรงงานที่ต่ำ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยมี

การขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่ การพัฒนาทางด้านการผลิตเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การปรับเปลี่ยนกระบวนการของการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานสากล

สินค้าส่งออกที่สำคัญๆ ของประเทศไทย คือ **กุ้งแปรรูป หรือ Value Added Product** โดยเริ่มมีปริมาณสูงขึ้นจากเดิม ที่ผลิตแต่เฉพาะกุ้งสดแช่เย็นเท่านั้น (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในไทย) ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ได้พัฒนาสินค้าของตนเองให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาดระดับล่าง ที่ใช้กลยุทธ์ทางราคาในการทำตลาด โดยมีประเทศเวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญ ตลาดสินค้ามูลค่าเพิ่มจึงเป็นตลาดระดับบนที่ผู้ผลิตไทยเริ่มแข่งขันกันอย่างจริงจังเอจจิ่ง สำหรับช่องทางจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศนั้น แบ่งเป็น 3 ลักษณะ

- 1) ผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเองโดยตรง และรวมถึงการจำหน่ายผ่าน Trader
- 2) ผู้ประกอบการทำหน้าที่ผลิตเพียงอย่างเดียว โดยมี Trader เป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้
- 3) ผู้ประกอบการทำหน้าที่ผลิตและจำหน่ายเองทั้งหมด

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปของไทยและจากผลการวิจัยจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม พบว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดโอกาสในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมากที่สุดจะเกิดจากปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ เทคโนโลยีการผลิต รองลงมาได้แก่ทักษะความรู้ของพนักงานและความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณของพนักงาน สถานะภาพการเงิน ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศมากที่สุด ได้แก่ การกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barrier) ราคาของวัตถุดิบในประเทศ คู่แข่งจากต่างประเทศ ความพอเพียงของวัตถุดิบในประเทศและอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ การต่อรองของลูกค้า และการสนับสนุนของภาครัฐบาล และคุณภาพของวัตถุดิบในประเทศ และปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน

กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจผักและผลไม้: เนื่องจากผู้บริโภคในตลาดหลักและตลาดศักยภาพ รู้จักนิยมผลไม้ไทยมากขึ้น และมีการอนุญาตให้นำเข้าผลไม้เพิ่มขึ้น เช่น ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีอนุญาตให้นำเข้า มะม่วง 3 สายพันธุ์ คือน้ำดอกไม้ หนังกกลางวันและแรด อย่างไรก็ตามยังมีผู้บริโภคอีกจำนวนมากที่ไม่รู้จักผลไม้ไทย และวิธีรับประทาน เช่น วิธีปอกมังคุด ลองกอง ทูเรียน เงาะ ควรมีการสาธิต หรือเอกสารแสดงวิธีบริโภคเผยแพร่ให้ทราบต่อไป ผลจากการศึกษาพบว่าหากเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานานสืบทอดกันมาหลายรุ่นจะเน้นการส่งออกนอกประเทศเกือบทั้งหมด เนื่องจากการส่งภายในประเทศ ราคาของสินค้าต่ำกว่าและการแข่งขันสูง เพราะคนไทยนิยมผักและผลไม้ราคาถูกคุณภาพปานกลางไม่ต้องดีมาก แต่สินค้าที่ทำการส่งออกนั้นจะถูกคัดสรรอย่างดีและมีคุณภาพสูงเพราะผ่านกระบวนการที่มีคุณภาพทำให้ราคาสูง โดยสินค้าที่ส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นประเภท ข้าวโพดอ่อน หน่อไม้ฝรั่ง ผักปวยเล้ง ถั่วแระ มะพร้าว มะม่วง ทูเรียน มังคุด เป็นต้น สินค้าเหล่านี้จะถูกจัดส่งไปที่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ออสเตรเลีย สวีเดน เยอรมัน อังกฤษ ญี่ปุ่น อเมริกา และประเทศทางแถบยุโรป แต่การส่งออกไปในแต่ละประเทศต้องศึกษาวัฒนธรรม Culture และรสนิยมการรับประทานอาหารของกลุ่มเป้าหมายในประเทศเหล่านั้นว่า Culture และรสนิยมของแต่ละประเทศเป็นอย่างไร

กลุ่มอุตสาหกรรมข้าวและธัญพืช : การเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจโลกที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องจากเทคโนโลยีพื้นฐานในยุคเกษตรกรรมมาสู่ยุคอุตสาหกรรม และข้อมูลข่าวสารและในอนาคตมีแนวโน้มว่าจะเคลื่อนเข้าสู่ยุคแห่งเทคโนโลยีชีวภาพ ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม อันจะมีผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นั้นแสดงให้เห็นว่า การตลาดสินค้าอาหารและเกษตรของประเทศไทยมีความเชื่อมโยงและผูกพันกับตลาดโลกมากยิ่งขึ้น นับตั้งแต่เรื่องของการผลิตวัตถุดิบ การแปรรูปไปจนถึงการกระจายสินค้าอาหารสู่ผู้บริโภคในรูปแบบของธุรกิจการค้ารูปแบบใหม่ (Modern Trade) นอกจากนี้ตลาดสินค้าอาหารและเกษตรจะเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะ คุณภาพ และมาตรฐานเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันจากผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งเรียกว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในส่วนต่างๆ ของโลกอย่างไม่มีที่สิ้นสุดและกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ในการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นในตลาดเสรีทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ผลการศึกษาทางด้านโอกาสและข้อจำกัดในภาคอุตสาหกรรมอาหารนั้นพบว่าประเทศไทยยังมีโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและอาหารแปรรูปมากกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ เพราะประเทศคู่แข่งยังปรับตัวในกลุ่มอาหารที่มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ได้ช้ากว่าประเทศไทย เพราะติดปัญหาด้านการผลิต การตลาด ฐานะยากจน และมีประชากรในประเทศที่ต้องดูแลมาก ฯลฯ แต่ผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยมีความจำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ประเทศคู่ค้าของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว (Developed Countries) มีอำนาจซื้อสูง และต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเช่นกัน สำหรับภาพรวมของโอกาสและข้อจำกัดในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาหลักเพื่อการส่งออกซึ่งผู้ประกอบการได้วิเคราะห์ ดังนี้

โอกาส

- **กลุ่มอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์:** มีความต้องการในตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น นิวไอร์แลนด์ ฯลฯ มีความต้องการภายในประเทศขยายตัว มีฐานการผลิตที่แข็งแกร่งและได้รับความสนใจจากต่างชาติเข้าร่วมทุนและเป็นโอกาสในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและความรู้ด้านการตลาด และหากมีการดำเนินธุรกิจอย่างครบวงจร จะทำให้การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เช่น สุกร
- **กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ประมง:** ยังมีความต้องการสินค้าในตลาดทั่วโลกเพิ่มขึ้นและสามารถขยายตลาดใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ มีความสามารถในการขยายฐานการผลิตและการใช้วัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีศักยภาพในการปรับเปลี่ยนสินค้าให้เป็นมูลค่าเพิ่มได้โดยอาศัยเทคโนโลยีที่มีอยู่ และมีศักยภาพในการพัฒนาพ่อแม่พันธุ์ให้มีคุณภาพเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิต เช่น พ่อแม่พันธุ์กุ้ง เป็นต้น
- **กลุ่มอุตสาหกรรมผัก ผลไม้สดและแปรรูป:** เป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์สู่ตลาดโลก เป็นศูนย์กลางผลิตบุคลากรที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญ อัตราการบริโภคของประชากรทั้งในและต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะไม่มีข้อจำกัดในด้านสุขภาพ และยังมีศักยภาพในการผลิตที่สูงทั้งในแง่ความได้เปรียบของเทคโนโลยี ต้นทุน ที่ดิน และ แรงงาน เช่น ในกรณีของสับปะรดแปรรูป
- **กลุ่มอุตสาหกรรมข้าว ธัญพืชและผลิตภัณฑ์:** สามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวสู่ตลาดโลกได้ เป็นแหล่งข้อมูลวิชาการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวโลก มีความสามารถในการเป็นศูนย์กลางการผลิต

บุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญ แนวโน้มการบริโภคของประชากรทั้งในและต่างประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยไม่มีข้อจำกัดด้านสุขภาพ ผู้ประกอบการ (SMEs) ในอุตสาหกรรมนี้ของไทยมีโอกาสความสามารถและความได้เปรียบในด้านต่างๆ เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าและคู่แข่งชั้นในภูมิภาคเดียวกัน เพราะผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยยังมีศักยภาพการผลิตทั้งในด้านเทคโนโลยี ต้นทุน ที่ดิน และ แรงงาน ซึ่งถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีที่อุตสาหกรรมข้าว ธัญพืช และผลิตภัณฑ์ (อาทิ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว เส้นก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น) ของไทยจะสามารถขยายตลาดได้มากขึ้นแต่อย่างไรก็ดีผู้ประกอบการไทยยังคงต้องให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพและสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น เพราะตลาดอาหารในอนาคตจะเป็นตลาดที่เน้นเรื่องความปลอดภัยเป็นสำคัญ

ข้อจำกัด

- ปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาการคุกคามจากประเทศคู่แข่งในผลิตภัณฑ์อาหารที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า อาทิ มีวัตถุดิบและค่าแรงต่ำกว่าซึ่งส่งผลให้ความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ของประเทศไทยถูกระทบได้
- นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหารหลักๆ ของไทย ยังต้องเผชิญกับปัญหาการกีดกันการค้าแบบไม่ใช้ภาษีอากร (NTB's) จะมีโอกาสขยายตัวมากยิ่งขึ้น ที่จะเป็นอุปสรรคขวางกั้นโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารจากไทย เช่น ปัญหาคุณภาพมาตรฐาน (Quality and Standards) ของผลิตภัณฑ์ ปัญหาสิ่งแวดล้อม (Environment Issues) ปัญหาสิทธิมนุษยชน (Human Rights) และ ปัญหาสวัสดิภาพของสัตว์ (Animal Welfare)

สรุปข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมอาหาร

ผลจากการศึกษาพบว่าข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมักอยู่ในรูปแบบของการขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาของไทย ขาดการพัฒนาด้านเทคนิค ขาดการพัฒนาคุณภาพตลอดขบวนการตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1. วัตถุดิบ:** ผู้ประกอบการ (SMEs) ส่วนใหญ่มักขาดเสถียรภาพในด้านปริมาณ ราคา และคุณภาพของวัตถุดิบซึ่งมีปัญหาความไม่เพียงพอ ไม่สม่ำเสมอ และอาจไม่เหมาะสมกับอุตสาหกรรม ขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากต้องขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศและฤดูกาลซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งอาจต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะวัตถุดิบอาหารทะเล การส่งมอบวัตถุดิบไม่ทันเวลา รวมถึงวัตถุดิบมีราคาผันผวนสูงและมีแนวโน้มราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มักมีความได้เปรียบกว่าในเรื่องการซื้อ-ขาย มีเครดิตและได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินที่ดีกว่า

2. **บุคคลากร:** ขาดทักษะหรือขาดบุคคลากรทางด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดเชิงรุกทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ด้านเทคนิค และด้านวิจัยทางด้านต่างๆ เช่น Food Quality and Safety, Risk Management, GMP, HACCP และ Food Toxicology เป็นต้น
3. **แรงงาน:** ในภาคอุตสาหกรรมอาหารนั้น ผู้ประกอบการ (SMEs) ส่วนใหญ่มักประสบกับข้อเสียเปรียบทางด้านแรงงานเนื่องด้วยเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือเล็กนั้นย่อมได้แรงงานที่ไม่มีความเป็นมืออาชีพ ขาดวินัยในการทำงาน การลาหยุดงานในช่วงเทศกาลต่างๆ รวมถึงแรงงานมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ
4. **การผลิต:** เทคโนโลยีการแปรรูปไม่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ ขาดเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพซึ่งมีราคาแพง ขาดประสิทธิภาพการผลิตด้านเทคโนโลยี (Know How) รวมถึงขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
5. **การตลาด:** ข้อเสียเปรียบทางการค้าและการส่งออกของผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทย คือ ข้อเสียเปรียบทางยุทธศาสตร์ หรือปัญหาทางยุทธศาสตร์ (Strategic Problem) ที่ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกที่สำคัญ โดยเฉพาะมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภาษี (NTBs) โดยประเทศคู่ค้าของไทยที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่ออกมาเข้มงวดทางด้าน คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การคุ้มครองสิทธิ ขาดการยอมรับและความเชื่อมั่นจากประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ (Lacking of Confidence) โดยเฉพาะ ผู้นำเข้าสินค้าอาหารชั้นนำ 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ผู้ประกอบการไทย (SMEs) ยังไม่สามารถตามพลวัตของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก อันเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่แปรเปลี่ยนตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ ขาดการสร้าง Brand Name ให้เป็นที่รู้จัก ขาดระบบข้อมูลด้านการตลาดที่ทันสมัย ขาดกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพในการขยายตลาดภายในประเทศ และระหว่างประเทศ ขาดเครือข่ายและความเข้มแข็งในในการจัดจำหน่ายสินค้าและขาดคุณภาพในการขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ รวมถึงขาดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ
6. **การประสานความร่วมมือระหว่างรัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง:** ขาดความเชื่อมโยงและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านสุขอนามัย อุปสรรคทางเทคนิคทางการค้าและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องการค้าและอาจมีผลต่อการกีดกันทางการค้าในภาคอุตสาหกรรมอาหาร ขาดการพัฒนาแบบเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ขาดระบบการสื่อสารที่ดีที่จะช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงผู้ประกอบการ (SMEs) ส่วนใหญ่มักจะไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรม
7. **เงินทุน:** ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน
8. **กฎ ระเบียบ และนโยบายรัฐ:** มาตรการหลายมาตรการของรัฐยังมีความขัดแย้งในตัว ตัวอย่างเช่น มาตรการการปกป้องเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรซึ่งมีผลต่อการเชื่อมโยงของผู้ประกอบการ (SMEs) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าอาหารสำเร็จรูปที่ต้องรับภาระต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังขาดการสนับสนุนทางด้านพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการ (SMEs) จากภาครัฐเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและมาตรการการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีอากร (NTB's) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

กลุ่มที่ 2: ภาคอุตสาหกรรมยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยางในชั้นต่างๆ ปัจจุบันโครงสร้างการส่งออกสินค้ายางธรรมชาติก็เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากการส่งออกยางแผ่นรมควันมากที่สุดเป็นการส่งออกยางแท่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องแทนที่ แต่อย่างไรก็ดียางธรรมชาติทั้งสองประเภทถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมผลิตยางล้อรถยนต์ ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมรถยนต์มีการเติบโตค่อนข้างสูงทำให้ความต้องการยางธรรมชาติเพื่อผลิตยางล้อรถยนต์สูงตามไปด้วย

สำหรับบทบาท หน้าที่ และความสำคัญของผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในการซื้อขายและส่งออกตลอด “ห่วงโซ่อุปทาน” (Supply Chain) และ “ห่วงโซ่อุปทานโลก” (Global Supply Chain) ในอุตสาหกรรมยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยางนั้นเริ่มต้นตั้งแต่ชาวสวน/กลุ่มชาวสวน (รวมทั้งลานที่ทำหน้าที่เสมือนตัวแทนการจัดจำหน่าย หรือเรียกว่าโบรกเกอร์ Broker) โรงงานผลิตยางธรรมชาติ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ยางในชั้นต่างๆ ผู้ส่งออก (หรือผู้ประกอบการส่งออก) บริษัทตัวแทนออกของ (Shipping) บริษัทขนส่ง (Transporter) บริษัทตัวแทนเรือ (Shipping Agent) ด่านศุลกากร ตลอดจนหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะตลาดยางพาราเป็นตลาดของผู้ซื้อ เนื่องจากมีผู้ซื้อจำนวนมาก ขณะที่เกษตรกรหรือผู้ขายซึ่งมีจำนวนมากมาย และส่วนมากเป็นเจ้าของสวนยางขนาดเล็ก

ผลการศึกษาจากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและข้อมูลทุติยภูมิเพื่อประเมินถึงโอกาสและข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีธุรกิจส่งออกนั้นพบว่าผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ต้องเผชิญความท้าทายอยู่ในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ดังนี้

โอกาส

- ผลจากการศึกษาสำหรับภาคอุตสาหกรรมยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยางในชั้นต่างๆ นั้น พบว่า ตลาดต่างประเทศมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ประเทศคู่แข่งเช่น ได้แก่ มาเลเซีย ลดพื้นที่การเพาะปลูกยางพารา และอินโดนีเซียกำลังประสบปัญหาทางด้านภัยธรรมชาติและภาวะเศรษฐกิจ จึงเป็นโอกาสของประเทศไทยในการแข่งขัน กอปรกับผู้ผลิตไทยมีประสบการณ์และมีความมั่นใจสูงที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ หากได้รับการสนับสนุนด้านนโยบาย อาทิ มาตรการด้านภาษี เป็นต้น นอกจากนี้ผลการสำรวจยังพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยยังมีโอกาสเป็นไปได้อีกมากที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ที่มี Value Added โดยการมุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อการส่งออกในรูปแบบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแทนการส่งออกยางพาราธรรมชาติ

ข้อจำกัด

ผลการสำรวจพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยในภาคอุตสาหกรรมยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยางในชั้นต่างๆ นั้นต้องเผชิญกับอุปสรรคหรือข้อจำกัดในหลากหลายรูปแบบซึ่งสามารถสรุป ดังนี้

- การวางแผนด้านการตลาดมีข้อจำกัด เนื่องจากการผลิตสินค้าเกษตรต้องใช้ระยะเวลาขณะที่ความต้องการหรือสถานการณ์ด้านตลาดมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และรวดเร็วกว่า
- ผลิตผลทางอุตสาหกรรมยางมีอำนาจต่อรองด้านราคาต่ำด้วยสินค้ายางธรรมชาติ มีช่วงเวลาที่ผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกัน และส่วนใหญ่เก็บไว้ได้ไม่นาน เป็นช่องทางให้อำนาจต่อรองด้านราคาลดน้อยลง
- การวางแผนกำหนดพื้นที่โดยรวมของประเทศ เพื่อควบคุมปริมาณผลผลิตเป็นไปได้อย่างยากเนื่องจากลักษณะการถือครองที่ดินของเกษตรกร ซึ่งส่วนมากเป็นสวนยางขนาดเล็กและมีอิสระในการใช้ประโยชน์จากการถือครองที่ดิน
- การพัฒนายางพาราที่ผ่านมาทั้งทางภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพื่อเพิ่มผลผลิตโดยรวมเพื่อทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก แต่อย่างไรก็ตาม การทำสวนยางพาราและอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราในชั้นต่างๆ ต้องประสบกับปัญหาต่างๆ อาทิ ปัญหาด้านการผลิต การตลาด ปัญหาด้านอุตสาหกรรมที่ใช้ยางแผ่นรมควันของโลกเริ่มอึดตัวและลดลง
- การพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราเน้นการสนับสนุนอุตสาหกรรมใหญ่ซึ่งส่วนมากเป็นการลงทุนร่วมระหว่างประเทศ สวนทางกับการเจริญเติบโตทั้งในส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเกษตรกรซึ่งรวมถึงองค์กรชาวสวนยาง ที่จะนำไปสู่การพัฒนาในรูปอุตสาหกรรมชุมชน
- นอกจากนี้ ยังพบว่าเทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ขณะที่งานวิจัยส่งเสริมและการพัฒนาของภาครัฐยังขาดการประสานให้ไปในทิศทางเดียวกัน

สรุปข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ยางในชั้นต่างๆ

ผลจากการศึกษาพบว่าข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมักอยู่ในรูปแบบของการขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาของไทย ขาดการพัฒนาด้านเทคนิค ขาดการพัฒนาคุณภาพตลอดกระบวนการตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1. วัตถุดิบ:** เกษตรกรมักเสียเปรียบเนื่องด้วยขายวัตถุดิบได้ในราคาที่ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น เนื่องด้วย demand และ supply ไม่สัมพันธ์กัน และขั้นตอนการซื้อ-ขายมีหลายขั้นตอน ปริมาณวัตถุดิบไม่เพียงพอและไม่สม่ำเสมอ รวมถึงคุณภาพไม่คงที่
- 2. บุคลากร:** ขาดบุคลากรระดับสูงที่จะสนับสนุนคิดค้นหรือสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการผลิตส่วนใหญ่มักผลิตตาม Order จากประเทศคู่ค้า ขาดแคลนบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีการยางและด้านเครื่องจักร ขาดช่างเทคนิค วิศวกรที่มีความชำนาญและสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เป็นเพราะอุปสรรคทางด้านภาษาและความกระตือรือร้น ขาดบุคลากรทางด้านบริหาร-จัดการและการตลาด ขาดการพัฒนาทักษะบุคลากรในทุกระดับ
- 3. แรงงาน:** ขาดแคลนแรงงานกรีดยางเนื่องมาจากแรงงานหนุ่มสาวรุ่นใหม่ในท้องถิ่นและแรงงานภาคอีสานหันไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้น แรงงานกรีดยางรุ่นเก่าเดินทางไปรับจ้างกรีดยางในประเทศ

มาเลเซียซึ่งได้รับค่าแรงที่สูงกว่า ทำให้ผู้ประกอบการ (SMEs) รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่ (LEs) ของไทย ส่วนใหญ่ต้องหันมาใช้แรงงานต่างด้าวแทนซึ่งมีปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไขโดยเฉพาะในเรื่องกฎหมายการนำแรงงาน ต่างชาติเข้ามาโดยไม่ได้ใบอนุญาต

4. **การผลิต:** การผลิตและการส่งออกของยางพาราของประเทศไทยมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ การใช้ยางธรรมชาติ ในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม หรือผลิตภัณฑ์ยางที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นยังอยู่ในระดับต่ำ ขาดความรู้และข่าวสาร ข้อมูลทางด้านเทคโนโลยี การจัดการ การตลาด มาตรฐานผลิตภัณฑ์และอื่นๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เทคโนโลยีส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจาก ต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ เนื่องจากเทคโนโลยีล้าสมัย เพราะเครื่องจักรมี ราคาแพง ขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการทดสอบสินค้า นอกจากนี้ยังขาดการประสานให้การ ผลิตไปในทิศทางเดียวกัน
5. **การตลาด:** ขาดระบบข้อมูลด้านการตลาดที่ทันสมัย รวมถึงขาดระบบข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่าง ตลาดกลาง ตลาดท้องถิ่น และตลาดประมูลท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลด้านราคาและสถานการณ์ ชื่อ-ขายจึงทำให้ถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ขาดกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพสำหรับตลาด ภายในประเทศและระหว่างประเทศ รวมถึงขาดเครือข่ายและความเข้มแข็งในการจัดจำหน่ายสินค้าและขาด คุณภาพในการขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ
6. **การประสานความร่วมมือระหว่างรัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง:** ขาดการประสานงาน ระหว่างสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ (SMEs) รวมถึงขาดระบบสื่อสารที่ดีที่จะ ช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำทั้งในประเทศและต่างประเทศ
7. **เงินทุน:** ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน ดังนี้
 - **อุตสาหกรรมต้นน้ำ:** ผู้ประกอบการ (SMEs) ส่วนใหญ่ขาดเงินและทุนหมุนเวียนสำหรับการบริหาร- จัดการการซื้อวัตถุดิบ
 - **อุตสาหกรรมปลายน้ำ:** เครื่องจักรเก่าและล้าสมัย
8. **กฎ ระเบียบ และนโยบายรัฐ:** ขาดนโยบายที่ชัดเจนที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ (SMEs) ใน อุตสาหกรรมทั้งระบบและแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติ ขาดการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของ ผู้ประกอบการ (SMEs) จากทางภาครัฐเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและมาตรการการกีดกันทางการค้าที่มีใ้ ภาษีอากร (NTB's) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

กลุ่มที่ 3: ภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอ/เสื้อผ้า/อัญมณีและเครื่องประดับ แม้ว่าอุตสาหกรรมแฟชั่นที่ทำการศึกษาในรายงานฉบับนี้ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรม 2 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และอัญมณีและเครื่องประดับ แต่จะพิจารณาเพียงส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เนื่องจากมีขนาดใหญ่และมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกที่สูงกว่ามากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอีกสองประเภท สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม พบว่าผลิตภัณฑ์ **Technical Textile** มีแนวโน้มการเติบโตของตลาดค่อนข้างสูงในอนาคต และมีตลาดรองรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ผลิตภัณฑ์ **Technical Textile** ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เนื่องจาก **Technical Textile** ในประเทศไทยยังเป็นสิ่งใหม่ และยังขาดการวิจัยและพัฒนาอยู่อีกมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนาดังแต่อุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ ไปจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ ก่อนที่จะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ **Technical Textile** ประเภทต่างๆ โดยการจัดตั้งโรงงานต้นแบบที่สามารถเชื่อมโยงกับทางภาคเอกชนในเชิงธุรกิจและภาคการศึกษา กับสถาบันการศึกษาต่างๆ ในการสนับสนุนทางด้านการศึกษาและพัฒนา ทั้งยังสามารถเป็นศูนย์รวมบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรง นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกของประเทศในระยะยาวและเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นได้ การส่งออกสิ่งทอหรือเสื้อผ้าของผู้ส่งออกรายย่อยนั้น มีทั้งการผ่านทางตัวแทน หรือเอเยนต์ในประเทศ หรือตัวแทนนำเข้าของประเทศปลายทาง และการได้ลูกค้าตรงจากการทำตลาดเอง หรือผ่านการออกงานแสดงสินค้าต่างๆ เป็นต้น สำหรับกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ ช่องทางการส่งออกที่สำคัญยังคงมากจากโอกาสในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

โดยสรุป โอกาสและข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES) โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เน้นธุรกิจเพื่อการส่งออกนั้นพบว่าต้องเผชิญกับความท้าทายในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจใหม่ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปแยกเป็นภาคอุตสาหกรรมสาขา ดังนี้

ภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม :

โอกาส

- กลุ่มประเทศสมาชิก 15 ประเทศของ EU เป็นตลาดหลักตลาดหนึ่งของประเทศไทย เป็นตลาดในข้อตกลง MFA เริ่มมีการนำเข้าจากประเทศในยุโรปตะวันออกและกลุ่มประเทศในแถบเมดิเตอร์เรเนียนมากขึ้นเนื่องจากมีความได้เปรียบในแง่ภูมิศาสตร์การติดต่อสื่อสาร ปริมาณแรงงานที่มีอยู่อย่างพอเพียง
- สามารถขยายตลาดระดับบนได้ เนื่องจากมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และการสร้างสินค้า **Brand Name** การกำหนดโควต้าของบางประเทศทำให้มีตลาดที่แน่นอน
- มีช่องทางจำหน่ายที่ทำให้สินค้าส่งถึงผู้ซื้อโดยตรงได้
- ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยยังมีปัญหาทางการเมือง อาทิ จีน และอินโดนีเซีย

ข้อจำกัด

- ผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยต้องเผชิญอุปสรรคทางการค้าแบบไม่ใช่ภาษีสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเปลี่ยนกฎระเบียบของประเทศคู่ค้าที่เป็นประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และ EU ต่างออกระเบียบการนำเข้าที่เข้มงวดกับสินค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อาทิ สหภาพยุโรปออกกฎระเบียบควบคุมเคมีภัณฑ์ฉบับใหม่ (Registration, Evaluation and Authorization of Chemical Products: REACH) ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2550
- รวมถึงข้อจำกัดทางด้านโควตา และการเปิดประเทศของประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะประเทศจีนอินเดีย บังคลาเทศ และปากีสถาน ทำให้ผู้ซื้อสินค้าสิ่งทอหันไปซื้อสินค้าจากประเทศเหล่านั้น โดยเฉพาะสินค้า ในหมวดเสื้อผ้าม้าสำเร็จรูป เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการ เงินลงทุนต่ำกว่าอุตสาหกรรมสิ่งทออื่นๆ ประกอบกับการพัฒนาทางด้านเขตการค้าเสรี และความต้องการสินค้าอย่างเร่งด่วนของผู้ซื้อ ซึ่งเคยต้องการสินค้าภายใน 3 เดือน ก็ค่อยๆ ลดลงเหลือเพียง 1 เดือน เพื่อลดค่าใช้จ่ายทางการเงิน การเก็บสต็อกและความเสี่ยงทางการค้าทำให้ประเทศที่มีค่าแรงงานสูงปานกลาง เช่น ประเทศเม็กซิโก ประเทศยุโรปตอนใต้และประเทศยุโรปตะวันออกเริ่มเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมสิ่งทอมากขึ้น
- นอกจากนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทย ยังต้องเผชิญกับปัญหาการขาดวัตถุดิบเส้นใยที่มีคุณภาพ การขาดการบริหารจัดการและการตลาดที่มีคุณภาพ การขาดข้อมูลด้านการตลาด การขาดบุคคลากรที่มีทักษะทุกระดับ รวมถึงการพัฒนาและวิจัยรูปแบบสินค้ายังมีน้อย
- ในปี พ.ศ. 2543 ตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) สิ่งทอเป็นสินค้าในกลุ่ม Fast Track ที่ต้องลดภาษีศุลกากรนำเข้าให้อยู่ที่ระดับ 0-5% ซึ่งมีผลกระทบต่อประเทศในกลุ่ม AFTA มีการแข่งขันภายในกลุ่มมากขึ้น คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาถูกจากอินโดนีเซีย และเวียดนามสามารถเคลื่อนย้ายสู่ทุกประเทศในกลุ่มรวมทั้งประเทศไทยด้วย ซึ่งส่งผลให้การปรับตัวของผู้ประกอบการ (SMEs) ของประเทศไทยในสินค้านี้ระดับเดียวกันมีความจำเป็นมากขึ้น

สรุปข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

ผลจากการศึกษาพบว่าข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมักอยู่ในรูปแบบของการขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาของไทย ขาดการพัฒนาด้านเทคนิค ขาดการพัฒนาคุณภาพตลอดขบวนการตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. **วัตถุดิบ:** ขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ วัตถุดิบมีราคาสูง (ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ) ภาษีวัตถุดิบที่สำคัญ บางประเภทที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศอยู่ในอัตราที่สูง รวมถึงการส่งมอบสินค้าใช้ระยะเวลานาน

2. **บุคคลากร:** ขาดบุคคลากรระดับสูงที่จะสนับสนุนคิดค้นหรือสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการผลิตส่วนใหญ่มักผลิตตาม **Order** จากประเทศคู่ค้า ขาดช่างเทคนิค วิศวกรที่มีความชำนาญและความสามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วเพราะอุปสรรคทางด้านภาษาและความกระตือรือร้น ขาดบุคคลากรทางด้านการบริหารจัดการและการตลาด รวมถึงขาดการพัฒนาทักษะบุคคลากรในทุกระดับ
3. **แรงงาน:** แรงงานส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ **SMEs** ส่วนใหญ่มักขาดทักษะและความชำนาญ เพราะเนื่องจากขาดการศึกษา การฝึกอบรม และการฝึกฝนทางด้านสิ่งทอมาโดยตรง รวมถึงอัตราการเปลี่ยนงานมีสูงมาก
4. **การผลิต:** เทคโนโลยีและเครื่องจักรล้ำสมัยส่งผลให้มีปัญหามลภาวะทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการกำจัดและดูแลควบคุมสูง เครื่องจักรมีราคาแพง ขาดการวิจัยและพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำระบบคอมพิวเตอร์หรือระบบ **CAD/CAM** มาช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตัดเย็บเพื่อเพิ่มคุณภาพของชิ้นงานยังมีน้อย
5. **การตลาด:** ผู้ประกอบการ (**SMEs**) ของไทยส่วนใหญ่มักจะขาดกลยุทธ์และความสามารถการตลาดเชิงรุก เนื่องจากระบบฐานข้อมูลและเครือข่ายข้อมูลยังขาดความสมบูรณ์ ขาดความถูกต้องแม่นยำ ทำให้ขาดข้อมูลที่ดีในการตัดสินใจ ประกอบกับการส่งออกบางส่วนเป็นการส่งออกตามระบบโควต้ามืดตลาดแน่นอนทำให้ขาดการแข่งขันทำให้ผู้ประกอบการไม่พยายามหาตลาดใหม่ๆ ขาดความสามารถในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้า เพราะอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยมีลักษณะการผลิตเพื่อส่งให้บริษัทแม่ที่มี **World Brand Name** จึงต้องผลิตตามคำสั่ง ทำให้ขาดความสามารถและความกระตือรือร้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่รวมถึงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (**R&D**)
6. **การประสานความร่วมมือระหว่างรัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง:** การประสานงานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้องยังไม่สมบูรณ์ ในปัจจุบันผู้ประกอบการซึ่งร้อยละ 95 เป็น **SMEs** ด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังมีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ไม่สอดคล้องกัน ขาดการประสานงานระหว่างสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและผู้ประกอบการ **SMEs** รวมถึงขาดระบบการสื่อสารที่ดีที่จะช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งวัดดูดิบ
7. **เงินทุน:** ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน โดยส่วนใหญ่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (**SMEs**) มักจะประสบกับปัญหาการขาดแคลนแหล่งเงินทุน ทั้งนี้เป็นเพราะสถาบันทางการเงินส่วนใหญ่เน้นให้กู้เฉพาะอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อการส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ (**LEs**)
8. **สิ่งแวดล้อม:** ขาดแหล่งมลภาวะจากอุตสาหกรรมฟอกย้อม ซึ่งปัญหาด้านมลภาวะนับเป็นปัญหาที่สำคัญอย่างยิ่งในอนาคตทั้งนี้เนื่องจากการกีดกันทางการค้าโดยอาศัยระบบมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม (**ISO 14000**) ซึ่งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมนี้เป็นปัญหาที่ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องร่วมกันแก้ไข เนื่องจากต้นทุนในกระบวนการ

มลภาวะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งจะมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงและมักจะเป็นปัญหาอย่างมากกับผู้ประกอบการรายเล็ก

9. **กฎ ระเบียบ และนโยบายรัฐ:** ขาดการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ (SMEs) จากทางภาครัฐเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและมาตรการการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ภาคการค้า (NTB's) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ :

โอกาส

- แม้ว่าตลาด ASEAN จะไม่ใช่ตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยในปัจจุบัน แต่คาดว่าเมื่อประเทศต่างๆ ได้ลดภาษีศุลกากรในส่วนของอัญมณีและเครื่องประดับตามข้อตกลงของ AFTA (ASEAN Free Trade Area) แล้วไทยจะมีโอกาสขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศ ASEAN ได้มากขึ้น เพราะประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุดในอาเซียน ทั้งในด้านฝีมือการเจียรในเพชรและพลอย การทำตัวเรือน รวมทั้งมีประสบการณ์ในตลาดส่งออกมากกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียนด้วยกัน เพราะในปัจจุบันโครงสร้างภาษีศุลกากรในส่วนของเครื่องประดับอัญมณีของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียนยังอยู่ในระดับสูง ดังนั้นหากมีการเปิดการค้าเสรีตามข้อตกลงของ AFTA แล้วก็จะช่วยให้ประเทศไทยส่งออกสินค้าไปเจาะตลาด ASEAN ได้เพิ่มขึ้นอีกตลาดหนึ่ง เนื่องจากประเทศที่เป็นสมาชิกใน ASEAN จะมีข้อตกลงร่วมกันในการลดภาษีศุลกากรสินค้านี้ระหว่างกันตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้

ข้อจำกัด

- แนวโน้มที่เป็นอุปสรรคและข้อจำกัด (Threats) ประการสำคัญ ได้แก่ การที่อัตราค่าจ้างแรงงานของไทยมีระดับสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ อินโดนีเซีย จีน อินเดีย และเวียดนาม นอกจากนี้การขยายการค้าในขนาดนี้อาจทำให้ถูกตัดสิทธิประโยชน์ GSP ในการส่งออกไปยังตลาดของประเทศพัฒนาแล้ว ผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงจากจีนและอินเดีย ซึ่งมีความได้เปรียบด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงานและความพร้อมของวัตถุดิบหลักหลายชนิด รวมทั้งมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันอินเดียและศรีลังกาได้เร่งศึกษาและพัฒนาการเผาพลอยตามแบบไทย ต้นทุนค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่าคู่แข่งสำคัญ อาทิ จีน อินเดีย และเวียดนาม ทำให้มีการย้ายฐานการลงทุนจากไทยไปประเทศคู่แข่ง ดังกล่าวมากขึ้น
- นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยยังคงต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงอย่างมาตรการอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ภาคการค้า (Non Tariff Barriers:NTBs) เช่น ประเทศญี่ปุ่นได้ออกกฎหมาย Customs Tariff Law ห้ามการนำเข้าสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า สิทธิด้านการออกแบบ และสิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญา
- อุตสาหกรรมสนับสนุนบางประเภทของไทย อาทิ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและตัวเรือนเครื่องประดับอุตสาหกรรมชุบตัวเรือนและชิ้นส่วน อุตสาหกรรมการผลิตแม่พิมพ์ต้นแบบประสบกับปัญหาและอุปสรรคทางด้านคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการใช้ รวมถึงการผลิตได้ไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า

สรุปข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ผลจากการศึกษาพบว่าข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมักอยู่ในรูปแบบของการขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาของไทย ขาดการพัฒนาด้านเทคนิค ขาดการพัฒนาคุณภาพตลอดขบวนการตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1. วัตถุดิบ:** ขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ คุณภาพวัตถุดิบไม่ดีพอ การส่งมอบไม่ทันเวลา รวมถึงราคาของวัตถุดิบที่ต้องนำเข้ามีราคาสูง
- 2. บุคลากร:** ขาดทักษะหรือบุคลากรทางด้านการบริหาร-จัดการ ขาดทักษะหรือขาดบุคลากรทางด้านช่างฝีมือ/ช่างเทคนิคเฉพาะด้าน รวมถึงขาดทักษะหรือบุคลากรทางด้านนักการตลาดเชิงรุกทั้งสำหรับตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ
- 3. แรงงาน:** การขาดแคลนแรงงานฝีมือ อุตสาหกรรมเครื่องประดับแห่งประเทศไทยยังขาดแคลนแรงงานฝีมือในด้านการออกแบบและผลิตสินค้าในระดับสูงค่อนข้างมาก เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกฝนจึงจะเกิดความชำนาญและความประณีตในชิ้นงานนั้น รวมถึงในปัจจุบันผู้ประกอบการ (SMEs) มักประสบกับปัญหาแรงงานฝีมือไทยถูกซื้อตัวโดยบรรดาคู่แข่งทั้งจากจีน มาเลเซีย และอินเดีย เป็นต้น
- 4. การผลิต:** เทคโนโลยีไม่ทันสมัย เครื่องจักรมีราคาแพง ขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงปัญหาการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์สากล
- 5. การตลาด:** ผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยส่วนใหญ่มักจะขาดระบบข้อมูลด้านการตลาดที่ทันสมัย ขาดกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพสำหรับตลาดภายในประเทศและระหว่างประเทศ ขาดเครือข่ายและความเข้มแข็งในการจัดจำหน่ายสินค้าและขาดคุณภาพในการขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ รวมถึงขาดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ
- 6. การประสานความร่วมมือระหว่างรัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง:** ขาดการประสานงานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง ขาดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมทั้งระบบเนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนในขั้นตอนต่างๆ ยังไม่เข้มแข็ง เช่น การถักสร้อย การปั๊มโลหะ การทำทองกลวง เป็นต้น
- 7. เงินทุน:** ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน
- 8. กฎ ระเบียบ และนโยบายรัฐ:** ผู้ประกอบการ (SMEs) มีความต้องการการสนับสนุนจากทางภาครัฐในการสร้างศูนย์กลางการค้า (Trading Base) ทั้งการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตเอง และโดยเฉพาะสำหรับเป็นศูนย์กลาง

ซื้อ-ขายวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ขาดการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ (SMEs) จากทางภาครัฐเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและมาตรการการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีอากร (NTB's) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

กลุ่มที่ 4: ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ / ชิ้นส่วนยานยนต์

ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ : อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานั้น พบว่าการผลิตจะเป็นการผลิตเพื่อส่งขายในประเทศเท่านั้น เช่น ส่งขายตามร้านฮาร์ดแวร์ต่างๆ แต่ก็มีบางส่วนที่ส่งขายไปยังตลาดต่างประเทศเหมือนกัน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่ส่งออกขายยังประเทศ เนื่องจาก ข้อจำกัดของเรื่องน้ำหนักในการส่งออก รวมถึงการขายอุตสาหกรรมประเภทนี้จะต้องอาศัยการบริการหลังการขายเป็นจุดขาย เพราะหากเกิดปัญหาของสินค้าต่างๆ ทางบริษัท ไม่สะดวกที่จะต้องส่งช่างไปบริการ ณ ต่างประเทศได้ ซึ่งจากประสบการณ์เคยมีลูกค้าต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าเข้ามา โดยทางโรงงานได้เสนอเงื่อนไขที่จะจัดส่งสินค้าให้ถึงที่หมายแต่ทั้งนี้จะไม่มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้า ดังนั้นสินค้าในกลุ่มที่เหมาะสมกับการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศควรจะเป็นจำพวก อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก เป็นลักษณะที่นำไป เป็นส่วนประกอบ เพื่อทำให้เป็น **Finish Product** เช่น ชิพวงจรร แผงวงจรรอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการทำตลาดสำหรับธุรกิจการส่งออกในอุตสาหกรรมนี้ โดยส่วนใหญ่ทางผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจจะใช้วิธีออกงาน **Exhibition** กับกรมส่งเสริมการส่งออก แต่บางรายที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานานแล้ว อาจจะมีลูกค้าเดิมแนะนำลูกค้าใหม่ให้ จึงทำให้แทบไม่ต้องเจาะตลาดเองเลย นอกจากนี้ยังมีช่องทางการขายในลักษณะของการใช้ **Sales** ในการขายตรง ลงสมุดหน้าเหลือง ส่ง **Catalog** ไปที่ลูกค้า เป็นต้น หรือ อาจจะเป็น ลักษณะผ่านเอเยนต์ โดยเอเยนต์จะมีลูกค้าอยู่ที่ต่างประเทศ

โอกาส

- อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยมาตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาทั้งในด้านการลงทุน การจ้างงาน และการส่งออก โดยเป็นการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตของบริษัทชั้นนำของโลกเข้ามาตั้งฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังตลาดโลก ขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาในเชิงลึก

ข้อจำกัด

- ปัจจุบันผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยต้องประสบกับปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ทั้งต้นทุนในการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการออกแบบและการทดสอบผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนดซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ส่งออกต้องประสบกับความล่าช้าในการทำตลาดเพราะต้องเสียเวลาในการยื่นเอกสารและรอการอนุญาตจากประเทศผู้นำเข้า ซึ่งการกีดกันการค้าแบบไม่ใช่ภาษีอากร (NTB's) เช่นนี้มีแนวโน้มสูงขึ้นมาก เพราะเนื่องจากประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และ EU (ผู้นำเข้าแผงวงจรรไฟฟ้ารายใหญ่ของโลก) ต่างออกกฎและระเบียบการนำเข้าที่เข้มงวดกับสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน

- การใช้ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีสาเหตุหลายประการ เช่น ไม่มีผู้ผลิตภายในประเทศ มีผู้ผลิตในประเทศแต่ไม่มีคุณภาพตามที่ต้องการหรือมีความยุ่งยากในการซื้อ-ขายระหว่างโรงงาน (ทำให้ผู้ผลิตส่งออกทั้งหมดไปยังประเทศสิงคโปร์ผู้ที่ต้องการใช้ต้องนำเข้าจากสิงคโปร์อีกทอดหนึ่ง)
- นอกจากนี้ ยังพบว่าเงื่อนไขในการพัฒนาอุตสาหกรรมกลุ่มนี้อยู่ที่การที่จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้เพิ่มขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ได้อย่างไร โดยผู้รับช่วงการผลิตจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพ ราคาและความรวดเร็วในการส่งมอบให้เป็นที่ยอมรับ และการที่จะสามารถสร้างระบบจัดหาชิ้นส่วน และระบบการซื้อ-ขายระหว่างผู้ผลิต ที่จะสะดวกรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากน้อยเพียงใด เพราะการแข่งขันในกลุ่มนี้เป็นการแข่งขันกันในด้านความสามารถในการจัดหาชิ้นส่วน ราคา และความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าได้ทันกับความต้องการของตลาด

สรุปข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

ผลจากการศึกษาพบว่าข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมักอยู่ในรูปแบบของการขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาของไทย ขาดการพัฒนาด้านเทคนิค ขาดการพัฒนาคุณภาพตลอดกระบวนการตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. **วัตถุดิบ:** ขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศในสัดส่วนที่สูง
2. **บุคลากร:** ขาดบุคลากรทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมถึงการขาดระบบและบุคลากรในการบริหารจัดการที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน
3. **แรงงาน:** ปัญหาด้านแรงงานที่ขาดแคลนระดับปฏิบัติการ เนื่องจากการเคลื่อนย้ายของแรงงานไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น
4. **การผลิต:** ผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยมักจะ การสูญเสียปัจจัยได้เปรียบในการแข่งขัน การนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศในสัดส่วนที่สูง การขาดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีศักยภาพในการส่งออก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศมีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ต่ำ การนำเข้าเครื่องจักรการผลิตเครื่องใช้และอุปกรณ์สำเร็จรูปและซอฟต์แวร์เพื่อการใช้ในประเทศมีมูลค่าสูง การใช้สิทธิการผลิตจากต่างประเทศ ทำให้ไม่มีอิสระในการขายและดัดแปลง รวมถึงการขาดเทคโนโลยีการออกแบบและเทคโนโลยีเฉพาะผลิตภัณฑ์
5. **การตลาด:** ผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยส่วนใหญ่มักเป็นเพียงผู้รับจ้างประกอบผลิตภัณฑ์ ซึ่งขาดการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าที่ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าของตนเอง นอกจากนี้ยังขาดระบบข้อมูลทางการตลาดและกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก รวมถึงความสามารถในการเจาะตลาดใหม่ๆ

6. การประสานความร่วมมือระหว่างรัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง: ขาดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมขนาดใหญ่กับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุตสาหกรรมสนับสนุน รวมถึงการขาดระบบการสื่อสารที่ดีที่จะช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมทั้งแหล่งวัตถุดิบ
7. เงินทุน: ขาดแหล่งเงินทุนและทักษะการจัดการของผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทย
8. กฎ ระเบียบ และนโยบายรัฐ: ขาดการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ (SMEs) จากทางภาครัฐเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและมาตรการการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ภาคการ (NTB's) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ : ในขณะที่ทางภาครัฐได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ “Detroit of Asia” และการกลยุทธ์การพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย โดยใช้ระบบคลัสเตอร์มาสนับสนุนประสิทธิภาพของผู้ประกอบการไทยนั้น จะต้องพิจารณาในบริบทของการเปลี่ยนแปลงภายใต้เครือข่ายการผลิตในระดับโลก (Global Production Network) ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยจะต้องยกระดับขีดความสามารถของตนให้สูงขึ้น บทบาทของภาครัฐจะต้องปรับแต่งให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีการผลิตและการจัดการในอุตสาหกรรมยานยนต์ การพัฒนาไปสู่ผู้ผลิตชิ้นส่วนในกลุ่ม 1st Tier จะต้องใช้เวลาซึ่งควรกำหนดกลยุทธ์และแผนงานในระยะยาวที่ถูกต้องชัดเจน โดยเน้นทั้งด้านปริมาณและคุณภาพไปพร้อมๆ กัน

โอกาส

- ประเทศไทยเป็นฐานการประกอบรถยนต์ในภูมิภาคเอเชียที่มีกำลังการผลิตเพียงพอกับการขยายตัวของอุตสาหกรรม
- มีโอกาสในเรื่อง After Market / อะไหล่ทดแทนสำหรับรถยนต์เก่า
- ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นศูนย์กลางในการส่งออก
- ตลาดในภูมิภาคมีขนาดใหญ่พอที่จะรองรับการผลิตที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตที่เป็นญี่ปุ่น

ข้อจำกัด

- ผู้ประกอบการและผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ระดับที่ 1 (เป็นอะไหล่สำหรับประกอบรถยนต์ใหม่) เกือบทั้งหมดเป็นการลงทุนจากต่างประเทศซึ่งนโยบายต่าง ๆ ถูกกำหนดจากบริษัทแม่ในต่างประเทศผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศไทยได้ทุกเมื่อหากความได้เปรียบที่มีอยู่ลดน้อยลง
- มีการกีดกันทางการค้าจากประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน โดยเฉพาะเวียดนามที่ออกระเบียบเข้มงวดทั้งด้านมาตรฐานของสินค้าและการจำกัดการนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ ประเภทสำเร็จรูป (Completely Knocked Down: CKD)

- ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในเอเชีย คือ จีน และอินเดีย ซึ่งมีความได้เปรียบด้านค่าแรงและต้นทุน วัตถุดิบ ต่างพยายามดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอย่างเต็มที่
- แม้ว่านโยบายของผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำของโลกในการจัดหาชิ้นส่วนยานยนต์จากแหล่งที่มีต้นทุนต่ำจะเอื้อประโยชน์ต่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย อย่างไรก็ตามชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยอาจต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคากับชิ้นส่วนยานยนต์จากเม็กซิโก อเมริกาใต้ จีน และอินเดีย ซึ่งเป็นที่ต้องการของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เช่นกัน นอกจากนี้ แรงกดดันของผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำของโลกอาจทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รายสำคัญของโลก อาทิ **Delphi** และ **Visteon** ต้องย้ายฐานการผลิตไปยังจีนและอินเดีย รวมทั้งประเทศในยุโรปตะวันออกเพื่ออาศัยค่าจ้างแรงงานและต้นทุนวัตถุดิบที่อยู่ในระดับต่ำกว่าการย้ายฐานการผลิตดังกล่าว คาดว่าจะทำให้การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศคู่แข่งดังกล่าวของไทยมีการพัฒนามากขึ้นและสามารถแข่งขันกับชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยได้ในไม่ช้า
- จีน ประกาศระเบียบใหม่กำหนดให้สินค้าที่จำหน่ายในจีนจำนวน **132** รายการ ซึ่งรวมถึงสินค้าในกลุ่มยานยนต์ และส่วนประกอบต้องติดเครื่องหมาย **CCC Mark** เพื่อรับรองความปลอดภัยและสุขอนามัยของคน สัตว์ และสิ่งแวดล้อม
- ประเทศไทยยังไม่ได้เป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนในภูมิภาคเอเชียอย่างแท้จริง
- ประเทศไทยมีข้อจำกัดในการส่งออกเพราะต้องปฏิบัติตามกรอบกติกาการค้าโลก ทั้ง **WTO** และ **AFTA** ปัญหาของประชาคมยุโรปและประเทศอื่นๆ ในการวางมาตรการที่เป็น **Non-tariff Measures** เช่น ข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม ข้อกำหนดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งอาจต้องอาศัยทั้งเงินทุนและความสามารถในการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนโยบายการสนับสนุนช่วยจากภาครัฐ

สรุปข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

ผลจากการศึกษาพบว่าข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมักอยู่ในรูปแบบของการขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อต่อยอดภูมิปัญญาของไทย ขาดการพัฒนาด้านเทคนิค ขาดการพัฒนาคุณภาพตลอดกระบวนการตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1. วัตถุดิบ:** ราคาต้นทุนวัตถุดิบของผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญในเอเชีย คือ จีน และ อินเดีย รวมถึงขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพต้องพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศในสัดส่วนที่สูง
- 2. บุคลากร:** การพัฒนาบุคลากรทั้งด้านเทคโนโลยีวิศวกรรมและการจัดการยังไม่สามารถสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม รวมถึงบุคลากรขาดความรู้ด้านภาษาและกฎหมายทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองเสียเปรียบด้านการทำสัญญาการค้า

3. **แรงงาน:** ปัญหาด้านแรงงานที่ยังไม่ได้มาตรฐานและปริมาณไม่เพียงพอ รวมถึงการนำเข้าแรงงานต่างด้าวเพื่อมาทำงานซึ่งแรงงานไทยไม่นิยมทำ จึงทำให้หางานยากและส่งผลให้ระยะหลังแรงงานต่างด้าวนั้นได้ชักชวนเพื่อนเข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้น
4. **การผลิต:** เนื่องด้วยประเทศไทยยังไม่ได้เป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนในภูมิภาคเอเชียอย่างแท้จริงผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยมักจะขาดเทคโนโลยีที่เป็นแก่นแท้ (**Intrinsic Technology**) ของตนเอง ยังต้องพึ่งเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างจริงจัง นอกจากนี้ยังมีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ เมื่อเทียบกับ **Supplier** ทั่วโลก การใช้สิทธิการผลิตจากต่างประเทศ ทำให้ไม่มีอิสระในการขายและดัดแปลง รวมถึงการขาดเทคโนโลยีการออกแบบและเทคโนโลยีเฉพาะผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ไม่มีการออกแบบเองเนื่องจาก **Specification** ถูกกำหนดมาจากคู่ค้า
5. **การตลาด:** ผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทยส่วนใหญ่มักเป็นเพียงผู้รับจ้างประกอบชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งขาดการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าที่ใช้ชื่อเครื่องหมายการค้าของตนเอง นอกจากนี้ยังขาดระบบข้อมูลทางการตลาดและกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก รวมถึงความสามารถในการเจาะตลาดใหม่ๆ
6. **การประสานความร่วมมือระหว่างรัฐ ผู้ประกอบการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง:** ขาดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมขนาดใหญ่กับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุตสาหกรรมสนับสนุน รวมถึงการขาดระบบการสื่อสารที่ดีที่จะช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมทั้งแหล่งวัตถุดิบ
7. **เงินทุน:** ขาดแหล่งเงินทุนและทักษะการจัดการของผู้ประกอบการ (SMEs) ของไทย
8. **กฎ ระเบียบ และนโยบายรัฐ:** ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในปัจจุบันสำคัญ อาทิ ด้านการพัฒนาวัตถุดิบแรงงาน และเทคโนโลยี เช่น การพัฒนา “ระบบการรับรองความสามารถของบุคคลากรหรือทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม” รวมถึงการจัดให้มีศูนย์ฝึกอบรม **Training the Trainers** เป็นต้น ขาดการสนับสนุนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ (SMEs) จากทางภาครัฐเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและมาตรการการกีดกันทางการค้าที่มีไม่พหุภาคี (NTB's) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

โดยสรุป ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพในโครงสร้างและกลไกการส่งออกในแต่ละอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอุตสาหกรรมหลักๆ ที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้นควรมุ่งเน้นและยึดหลักการพัฒนาตามแนวความคิดในเรื่องของเศรษฐกิจใหม่ (**New Economy**) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีการกล่าวถึงกันอย่างกว้างขวางและเป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจของนานาประเทศทั่วโลกในขณะนี้ ประกอบกับข้อตกลงในเวทีองค์การการค้าโลก (**WTO**) ที่มีการเปิดเสรีโทรคมนาคมในปี พ.ศ. 2549 ดังนั้นเศรษฐกิจใหม่จึงเป็นเงื่อนไขที่เศรษฐกิจไทยต้องมีการปรับตัวอย่างรู้เท่าทัน ต้องมีการบริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมและรอบคอบ มีการจัดลำดับความสำคัญของแนวทางการพัฒนาทางด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนและก่อให้เกิดองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นการลดการพึ่งพาการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่นี้ควรมียึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวคือยึดหลักของทางสายกลาง ความ

พอประมาณอย่างมี เหตุผลโดยพิจารณาถึงขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้อยู่บนพื้นฐานของความสมดุลพอดี มีความเหมาะสม มีความยืดหยุ่น สามารถปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ ได้และใช้ความได้เปรียบที่มีอยู่ เช่น องค์ความรู้ของภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนไทยมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้มีการจัดสรรทรัพยากรของประเทศอย่างเหมาะสม ทั้งนี้กระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของทุกส่วนของสังคมทั้งภาครัฐและเอกชนควรเร่งให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจใหม่ที่จะเกิดขึ้น

เมื่อพิจารณาข้อเสนอแนะจากการศึกษาศักยภาพการแข่งขัน โอกาสและข้อจำกัด รวมถึงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจใหม่ หรือ New Economy นั้นพบว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องพัฒนาทุกอุตสาหกรรมโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมสาขาสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศดังที่ได้ทำการศึกษาในรายงานฉบับนี้ คือ ภาคอุตสาหกรรมอาหาร ภาคอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์ยางในชั้นต่างๆ ภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ดังกล่าวให้มีขีดความสามารถที่จะแข่งขันในตลาดโลกได้ (Competitiveness) กฎระเบียบของรัฐรวมทั้งสภาพแวดล้อมอื่นๆ จะต้องเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าว (Flexibility) และต้องพยายามหาหนทางแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้นให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน (Sustainability) ดังที่สรุปข้อเสนอแนะในรายงานผลการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาใช้ได้ในทุกสาขาอุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้นเพื่อให้มีความพร้อมและสอดคล้องกันในเรื่องการผลิตและการส่งออก ตลอดจนรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสินค้า มาตรฐานการผลิต