



Insight

ปรับมุมมอง ส่องธุรกิจในยุค Connectivity



คณะผู้จัดทำ:

ดร.สุทธาทา อมรวิวัฒน์
จักรมนต์ นิตยพน
กัมปวดี หอมจำปา
วิธาน เจริญพล
จาดุรนต์ อำไพ

ธีรภัทร รัตนกิจโนวงศ์
โชติกา คุ้มมี
ปราณีตา คยาพานนท์
ดร.ศิวาสัย ชื่นระเชน
ชนิตา สุวรรณะ



EIC Online

www.scbeic.com

Economic and business intelligence
for effective decision making

สมัครสมาชิกได้ที่ www.scbeic.com

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ E-mail : eic@scb.co.th

หรือโทร : +662 544 2953

@SCB_EIC



EIC Online เว็บไซต์ที่รวบรวมข่าวสารงานวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้ท่านได้รับข้อมูลที่ทันสมัย สามารถนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์



Insight

งานวิเคราะห์เจาะลึกหัวข้อที่น่าสนใจ
โดยเสนอแนวคิดและมุมมองระยะยาว



Outlook

งานวิเคราะห์แนวโน้มตัวชี้วัดหลัก
หรือสถานการณ์สำคัญที่มีผลต่อ
เศรษฐกิจและธุรกิจ



Houseview

บทวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจไทย
รายเดือน



Flash

วิเคราะห์ประเด็นร้อนที่มีผลต่อ
เศรษฐกิจและธุรกิจของไทย



Note

บทวิเคราะห์แบบกระชับเกี่ยวกับ
สถานการณ์ธุรกิจที่น่าสนใจ

สิทธิประโยชน์ของสมาชิก

- บริการแจ้งเตือนข่าวสารและบทวิเคราะห์ใหม่ ๆ ผ่าน E-mail ของท่าน
- อ่านบทวิเคราะห์ย้อนหลังภายในเว็บไซต์ได้ทั้งหมด

เรื่องในฉบับ

■ บทสรุปของผู้บริหาร	4
■ สองโอกาสทางธุรกิจ...จากความเชื่อมโยง ด้านคมนาคมขนส่ง (Transportation connectivity)	8
■ Cross-border trade mechanism... อีกหนึ่งกลไกของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาค	24
■ ความเชื่อมโยงออนไลน์ (Virtual connectivity)... ช่องทางที่ไม่ควรมองข้ามในการเข้าถึงลูกค้าในยุคดิจิทัล	37
■ การเชื่อมโยงด้านแรงงาน (Labor connectivity) กับโอกาสการจ้างงานและการทำธุรกิจของภาคเอกชน	52
■ ความเชื่อมโยงด้านเงินทุน (Capital connectivity) สะดวกมากขึ้นสำหรับภาคธุรกิจอย่างไร	62
■ ความแตกต่างของระบบภาษี... อีกโอกาสในการปรับโครงสร้างธุรกิจ	72
■ ความเสี่ยงจากความเชื่อมโยงที่เพิ่มขึ้น... บทสรุปและโจทย์ข้อต่อไปของภาคเอกชน	78

บทสรุป ของผู้บริหาร

การเชื่อมโยงที่มีมากขึ้นทั้งในไทย และระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน นับเป็นการพลิกโฉมการทำธุรกิจที่สำคัญ และเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่แบบก้าวกระโดดที่ภาคเอกชนไม่อาจมองข้ามได้ ความตั้งใจของรัฐบาลไทยและประเทศสมาชิกอาเซียน ที่มุ่งเน้นพัฒนาโครงข่ายความเชื่อมโยงในด้านต่างๆ จะเป็นตัวเร่งสำคัญที่เอื้อให้เกิดโอกาสในการทำธุรกิจของภาคเอกชนในหลายด้าน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาคเอกชนควรตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อช่วยแสวงหาโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจของตน ภายใต้บริบททางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

การเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่ง ด้านการเคลื่อนย้ายสินค้าเสรี รวมทั้งด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม เป็นการเชื่อมโยงหลักที่จะผลักดันให้เกิดการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และพลิกโฉมปัจจัยแห่งความสำเร็จในการแข่งขัน ในขณะที่การเชื่อมโยงด้านแรงงานและตลาดทุน รวมถึงระบบภาษีและการส่งเสริมการลงทุนที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ ส่งผลให้นักธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดในการทำงาน การหาแหล่งเงินทุน และการวางโครงสร้างธุรกิจ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย

การขยายเครือข่ายด้านคมนาคมขนส่ง ซึ่งเป็นวาระสำคัญหนึ่งของรัฐบาลไทย นอกจากจะช่วยยกระดับการคมนาคมขนส่งของไทยให้เป็นศูนย์กลางการขนส่งในระดับภูมิภาคแล้ว ยังเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการขยายตัวของสังคมเมือง และโอกาสทางธุรกิจในจังหวัดที่มีเส้นทางคมนาคมตัดผ่านอีกด้วย แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งที่เน้นการขนส่งระบบราง รวมไปถึงข้อตกลงต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวก

ด้านการเดินทางและการขนส่งระหว่างประเทศ จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของไทยอย่างเห็นได้ชัด ด้านหนึ่งคือ การเชื่อมโยงการค้าการลงทุนของไทยกับตลาดขนาดใหญ่ เช่น จีน และอินเดีย รวมถึงตลาดที่กำลังเติบโต เช่น เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา เป็นต้น ในอีกด้านหนึ่งคือ ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม ที่จะเอื้อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดที่มีศักยภาพตามแนวเส้นทางคมนาคมตัดผ่าน โดย EIC มองว่าธุรกิจที่จะมีช่องทางและโอกาสในการลงทุนได้แก่ อสังหาริมทรัพย์ ค่าปลีก ท่องเที่ยว และบริการต่างๆ

การเชื่อมโยงด้านการค้าผ่านการเคลื่อนย้ายสินค้าเสรี (Free flow of goods) นับเป็นหนึ่งในหลักการสำคัญเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน รวมทั้งยังมีส่วนช่วยส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายการผลิตในภูมิภาค และขีดความสามารถของอาเซียนในการเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลก และเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานของโลก ทั้งนี้ นับตั้งแต่อาเซียนได้เริ่มเปิดเสรีทางการค้าระหว่างกันภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ในปี 1993 เป็นต้นมา อุปสรรคทางการค้าในรูปแบบต่างๆ ทั้งในรูปแบบภาษีและมิใช่ภาษีได้ถูกทยอยยกเลิกหรือลดน้อยลง เพื่อก่อให้เกิดการค้าเสรีและกระตุ้นความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างกันภายในกลุ่ม โดยความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและกลไกทางการค้าที่เอื้ออำนวย เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ทำให้เครือข่ายการผลิตภายในภูมิภาคอาเซียนมีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้ดีขึ้น





บริษัทหรือกลุ่มผู้ประกอบการใดที่สามารถสร้างเครือข่ายการผลิตระดับภูมิภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะด้านต้นทุนการผลิต ภายใต้ความกดดันของภาวะเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน การพัฒนาเครือข่ายการผลิตจะอยู่ในรูปของการเข้าไปลงทุนและการจัดจ้างผลิต (Outsource) ไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาค ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับภายในอาเซียนแล้ว ไทยมีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิตของภูมิภาค เนื่องจากมีความได้เปรียบในแง่ของทำเลที่ตั้ง ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน และศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ค่อนข้างดี โดยมีการรวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์ในหลายกลุ่มอุตสาหกรรม อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ทั้งนี้ หากเครือข่ายการผลิตภายในประเทศมีการพัฒนาเชื่อมต่อการผลิตภายในภูมิภาคด้วยแล้ว จะยิ่งทำให้ภาคการผลิตของไทยมีความเข้มแข็งและการค้าเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการพัฒนาทักษะความชำนาญเฉพาะด้านมากขึ้น รวมทั้งยังเป็นการป้องกันความเสี่ยงในกรณีที่แหล่งผลิตใดแหล่งผลิตหนึ่งในภูมิภาคเกิดสถานการณ์ที่ทำให้การผลิตต้องหยุดชะงักลงอีกด้วย

การเชื่อมโยงด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม โดยเฉพาะโลกออนไลน์ ส่งผลให้พฤติกรรมทางสังคมของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารกันทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นโอกาสในการทำการตลาดออนไลน์ รวมถึงรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ทาง E-commerce ที่ทำให้กลยุทธ์การแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด โดยพบว่าบริษัทแบรนด์ระดับโลกได้หันมาให้ความสำคัญกับการขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการขยายเข้าไปยังตลาดใหม่ๆ ในขณะที่ บริษัทขนาดกลางและเล็กใช้ประโยชน์ใน

การเข้าถึงตลาดออนไลน์ด้วยต้นทุนต่ำและความเสี่ยงที่น้อย รวมไปถึงการสร้างรูปแบบธุรกิจบนช่องทางออนไลน์ที่มีรายได้เติบโตอย่างก้าวกระโดด เช่น PayPal หรือ eBay ดังนั้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมของไทยเพื่อเสริมสร้างให้มีการเชื่อมโยงด้านโครงข่ายสื่อสารทั้งแบบมีสายและแบบไร้สายมากขึ้น และการเข้าถึงอุปกรณ์ในการสื่อสารที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ในระดับราคาที่ผู้บริโภคจ่ายได้ปานกลางถึงต่ำสามารถซื้อหาได้ จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ส่งผลให้โลกออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว **ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก จึงไม่ควรมองข้ามความสำคัญของช่องทางนี้ โดยควรเริ่มต้นพัฒนาขีดความสามารถเพื่อคว้าโอกาสที่จะเกิดขึ้น**

ในด้านการพัฒนาแรงงาน การบริหารจัดการเงินทุน และการปรับโครงสร้างธุรกิจเพื่อลดต้นทุน เพื่อเพิ่มรายได้เปรียบในการสร้างโอกาสของภาคธุรกิจจากการเชื่อมโยงในอาเซียน ประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนได้มีแผนสนับสนุนการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี ผ่านการผ่อนคลายกฎระเบียบในด้านใบอนุญาตทำงาน และการรับรองฝีมือแรงงาน เพื่อรองรับการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบต่างๆ เป็นการสร้างโอกาสให้ภาคเอกชนได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านองค์กรและการบริหารงานบุคคล เพื่อให้มีการจ้างบุคลากรที่มีคุณภาพ และดึงดูดแรงงานฝีมือต่างชาติ เพื่อช่วยสนับสนุนในการขยายและดำเนินธุรกิจท่ามกลางการแข่งขันในอนาคต อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนจำเป็นต้องคำนึงถึงความท้าทายอีกหลายประการ เพื่อส่งเสริมและเอื้อให้การเคลื่อนย้ายแรงงานเกิดขึ้นจริง เช่น การออกแบบโครงสร้างผลตอบแทนการทำงานสำหรับแรงงานต่างชาติให้มีความน่าสนใจเพียงพอ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และการหลอมรวมความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมในการทำงานเข้าด้วยกัน เป็นต้น **ซึ่งหากผู้ประกอบการมีโครงการเพื่อดึงดูดและหลอมรวมแรงงานฝีมือต่างชาติให้เข้ากับฐานแรงงานไทยที่ดี**

เชื่อได้ว่า ภาคเอกชนไทยจะสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่จากการผ่อนคลายกฎระเบียบด้านแรงงานที่ชาติสมาชิกอาเซียนต้องการ ทำให้บรรลุผล

หากมองถึงภาคเศรษฐกิจจริงที่มีการเปิดเสรีและเชื่อมโยงมากขึ้นเรื่อยๆ ความจำเป็นที่ต้องมีการเชื่อมโยงด้านเงินทุนเพื่อสนับสนุนทั้งการค้าและการลงทุนจะมีมากขึ้นตามไปด้วย **ทั้งนี้แม้ว่าการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีเต็มที่ในอาเซียนจะยังไม่เกิดขึ้นในเร็ววัน แต่ปัจจุบันธุรกิจก็มีช่องทางบริหารจัดการเงินทุนมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจและเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการลงทุน** เช่น การระดมทุนด้วยการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศซึ่งมีการเอื้ออำนวยความสะดวกมากขึ้นจากการตกลงยอมรับมาตรฐานบัญชี IFRS การออกพันธบัตรในสกุลเงินตราต่างประเทศ ซึ่งอนุญาตให้ทั้งธุรกิจไทย หน่วยงานหรือองค์กรของรัฐบาลต่างประเทศ องค์กรระหว่างประเทศ และนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ด้วยความแตกต่างของระดับการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายเงินทุนของประเทศในอาเซียน ส่งผลให้ยังมีอีกหลายด้านของการผ่อนปรนและอำนวยความสะดวกด้านการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศอาเซียนที่ยังต้องดำเนินการอีกมากและคงทยอยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริหารจัดการด้านเงินทุนมีประสิทธิภาพสูงสุด

นอกเหนือไปจากการพัฒนาด้านแรงงาน และการบริหารจัดการเงินทุนให้มีประสิทธิภาพแล้ว บริษัทควรคำนึงถึงการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจเพื่อลดต้นทุนบริษัทร่วมด้วย โดยเฉพาะในภาวะที่มีการแข่งขันสูง **โดยระบบภาษีและอัตราภาษีที่แตกต่างกันระหว่างไทยกับประเทศในอาเซียนถือเป็นแรงกดดันสำคัญที่กระตุ้นให้บริษัทต้องมีการปรับโครงสร้างธุรกิจให้มีผลกำไรสูงสุด** ทั้งนี้เพราะภาระภาษีมีผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงาน และเป็นตัวแปรกำหนดราคาสินค้าและรูปแบบการทำธุรกิจที่สำคัญ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว บริษัทมีช่องทางการปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางภาษีได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การใช้ประโยชน์จากนโยบายการลดภาษีการค้าระหว่างกันในกลุ่มประเทศอาเซียน หรือนโยบายกระตุ้นการลงทุนของแต่ละประเทศเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ นอกจากนี้แล้ว บริษัทยังสามารถปรับโครงสร้างการ

ดำเนินธุรกิจของตนเองเพื่อให้เกิดสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพิ่มเติม เช่น การตั้งบริษัทโฮลดิ้งเพื่อการลงทุน หรือการใช้ประโยชน์จาก อนุสัญญาภาษีซ้อน เป็นต้น เมื่อบริษัทสามารถปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ก็น่าจะสร้างความมั่นใจในการทำธุรกิจข้ามชาติมากขึ้น

อย่างไรก็ดี ความเชื่อมโยงในภูมิภาคที่มีมากขึ้น นอกจากจะนำมาซึ่งโอกาสเชิงธุรกิจต่างๆ ยังอาจพบปัจจัยเสี่ยงในการดำเนินงานที่มากขึ้นด้วย เนื่องจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศหนึ่ง อาจส่งผลกระทบต่อการผลิตของบริษัทในอีกประเทศหนึ่งได้ ดังที่เราได้เคยประสบมาแล้วจากหลายเหตุการณ์ในอดีต เช่น การขาดตอนของห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จากเหตุการณ์น้ำท่วมในไทยเมื่อปี 2011 เป็นต้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาคเอกชนควรคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงของธุรกิจของตนที่เกิดจากความเชื่อมโยงในภูมิภาคที่มีมากขึ้น และวางแผนรับมือเพื่อป้องกันและรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอย่างเป็นระบบ

โดยรวมแล้ว ความเชื่อมโยงในภูมิภาคที่มีมากขึ้น จะเป็นตัวผลักดันสำคัญที่สร้างโอกาสทางธุรกิจสำหรับภาคเอกชน ดังนั้น ปัจจัยด้านความเชื่อมโยงต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่ภาคเอกชนควรให้ความสำคัญ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของตน และพัฒนาศักยภาพขององค์กรไทย ให้ก้าวสู่ความเป็นองค์กรระดับภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

1 สองโอกาสทางธุรกิจ... จากความเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่ง

ความเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่ง (Transportation connectivity)

ความเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่งตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงความตกลงต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการขนส่งระหว่างประเทศ จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของไทยอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงทางถนนกับประเทศเพื่อนบ้าน ขยายต่อไปยังจีน อินเดีย สนับสนุนให้ไทยก้าวไปเป็นศูนย์กลางการขนส่งในภูมิภาค หรือการขนส่งระบบรางที่จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เป็นต้น ซึ่งความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานการขนส่ง จะเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่ช่วยผลักดันและอำนวยความสะดวกด้านการค้าภายในภูมิภาค การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิต อีกทั้งจะเป็นโอกาสของธุรกิจต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในจังหวัดที่มีศักยภาพ มีเส้นทางคมนาคมตัดผ่าน สามารถเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อขยายตลาดและการลงทุนให้กับธุรกิจ

แผนแม่บท ASEAN Connectivity สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งให้เกิดการเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal transport)¹ ซึ่งรัฐบาลได้มีแผนการขยายและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมขนส่งทั่วประเทศ ทั้งทางถนน ทางราง และทางน้ำ รองรับปริมาณการขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2015 การเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน รวมทั้งเป็นโอกาสของธุรกิจในการขยายการลงทุนไปตามหัวเมืองต่างๆ ซึ่ง EIC มองว่าการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างชัดเจนจากการเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่งนั้นมี 4 ประการด้วยกัน

ประการแรก ไทยจะก้าวไปเป็นศูนย์กลางการขนส่งในภูมิภาค ซึ่งการพัฒนาทางหลวงระหว่างประเทศที่สามารถเชื่อมต่อไปประเทศเพื่อนบ้านได้โดยรอบ จะสนับสนุนให้การขนส่งทางถนนต้องผ่านดินแดนไทยเป็นหลัก ทั้งนี้ไทยมีความได้เปรียบเรื่องการขนส่งทางบกโดยเฉพาะทางถนน เพราะตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางของภูมิภาค โดยปริมาณการขนส่งสินค้าทางถนนของไทยมีสัดส่วนสูงที่สุดถึงกว่า 80% เพราะนอกจากจะมีโครงข่ายถนนค่อนข้างครอบคลุมทั่วประเทศแล้ว ยังสามารถเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้โดยรอบ เช่น เส้นทาง North-South Economic Corridor (NSEC) เชื่อมจีนตอนใต้ ลาว เมียนมาร์ และไทย เส้นทาง East-West Economic Corridor (EWEC) เชื่อมเวียดนาม ลาว ไทย และเมียนมาร์ เส้นทาง Southern Economic Corridor (SEC) เชื่อมไทย กัมพูชา และเวียดนาม ภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง นอกจากนี้ land bridge หรือถนนที่เชื่อมต่อทะเลระหว่างฝั่งตะวันออก-ตะวันตก โดยมีไทยเป็นศูนย์กลางนั้น จะดึงดูดการขนส่งสินค้าที่ต้องอ้อมผ่านช่องแคบมะละกาไปได้บางส่วน

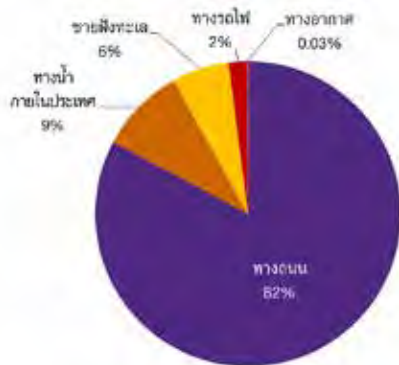
ประการที่สอง การขนส่งระบบรางในประเทศจะมีบทบาทมากขึ้น เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ และแก้ปัญหาจราจร จากแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปี 2013-2020 วงเงิน 2 ล้านล้านบาท ซึ่งได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบรางเป็นหลัก เช่น การก่อสร้างรถไฟความเร็วสูง รถไฟรางคู่ รถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยคิดเป็นสัดส่วนราว 83% ของเงินลงทุนทั้งหมด เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งทางถนนมาสู่การขนส่งทางรางที่มีต้นทุนต่ำกว่าถึงเกือบ 2 เท่า ถือเป็นการปรับเปลี่ยนระบบโลจิสติกส์ที่เพิ่มบทบาทระบบรางให้ควบคู่ไปกับถนน สร้างเป็นโครงข่ายสมบูรณ์เชื่อมต่อการค้า การลงทุนในภูมิภาค โดยรถไฟรางคู่จะสามารถเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้ และเน้นการขนส่งสินค้าเป็นหลัก ส่วนรถไฟความเร็วสูงจะใช้ขนส่งผู้โดยสาร และสินค้าที่มีมูลค่าสูงที่ต้องการความรวดเร็ว ทั้งนี้สำหรับการขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มุ่งเน้นเพื่อเพิ่มความคล่องตัว ทำให้ผู้โดยสารที่อาศัยอยู่นอกสามารถเดินทางเข้ามาใจกลางกรุงเทพฯ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ลดการกระจุกตัว และแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ ซึ่งการพัฒนาแบบดังกล่าวทั้งสามระบบนี้จะทำให้เกิดการขยายตัวของสังคมเมืองออกไปตามแนวเส้นทางลงทุนต่างๆ

¹ การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal transport) คือ การเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่ต้นทางไปถึงผู้รับปลายทาง ที่มีลักษณะการขนส่งหลายรูปแบบมาผสมผสานกัน เช่น ทางถนน ทางราง ทางน้ำ ภายใต้ผู้ให้บริการขนส่งรายเดียว โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนให้ได้มากที่สุด

1 การขนส่งสินค้าในประเทศไทยใช้การขนส่งทางถนนเป็นหลักถึง 82% ซึ่งเป็นรูปแบบการขนส่งที่มีต้นทุนสูงเมื่อเทียบกับการขนส่งทางราง และทางน้ำ

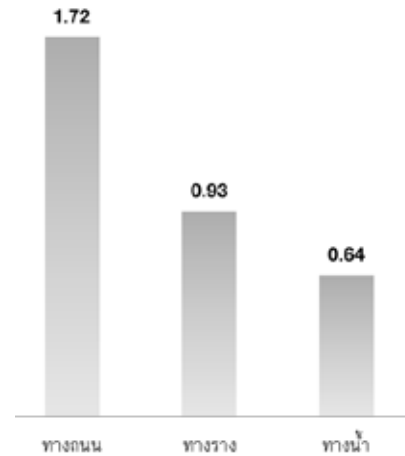
สัดส่วนการขนส่งสินค้าในประเทศไทย ปี 2012

หน่วย: %



เปรียบเทียบต้นทุนการขนส่งสินค้าทางรูปแบบต่างๆ

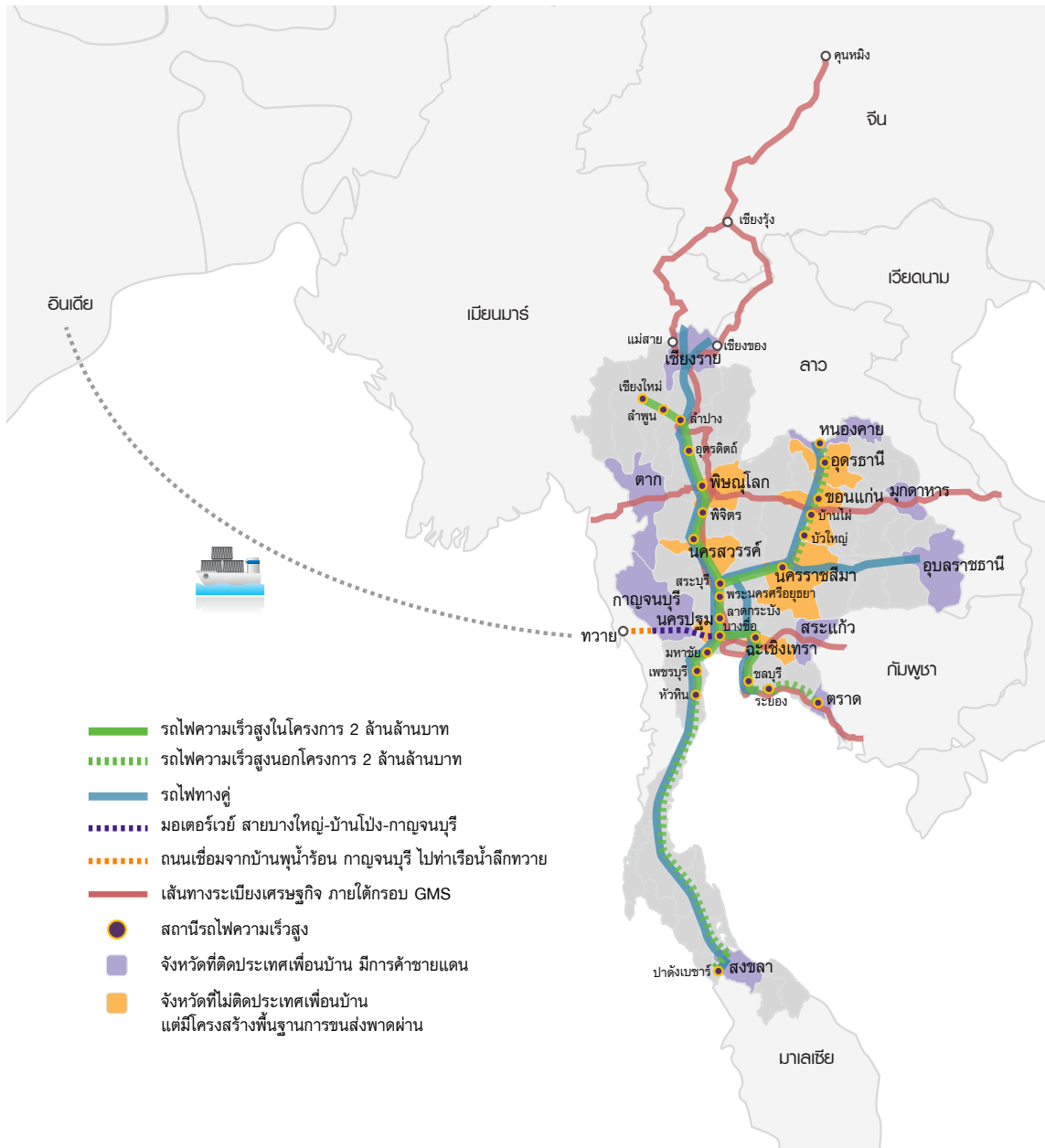
หน่วย: บาท/ตัน/กิโลเมตร



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกระทรวงคมนาคม

ประการที่สาม การเชื่อมโยงการขนส่งทำให้ไทยสามารถขยายเครือข่ายการค้า การลงทุน ไม่จำกัดเพียงแคในอาเซียน แต่จะขยายต่อไปสู่จีนและอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ ยกษ์ใหญ่ของเอเชียอย่างจีนและอินเดียซึ่งมีประชากรกว่า 1,300 และ 1,200 ล้านคน ตามลำดับ รวมกันแล้วคิดเป็น 1 ใน 3 ของประชากรโลกจะกลายเป็นประเทศผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกในอนาคต เห็นได้จากเม็ดเงินการลงทุนมีแนวโน้มย้ายจากฝั่งตะวันตกมายังซีกโลกตะวันออก รวมไปถึงเส้นทางการค้าใหม่ของโลก (new trade lane) จะพุ่งออกจากจีนไปสู่ภูมิภาคต่างๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งจีนจะเป็นศูนย์กลางการค้าและเป็นผู้ส่งออกที่สำคัญระดับโลก ดังนั้นการที่ไทยจะสามารถเชื่อมโยงการขนส่งไปสู่จีนและอินเดีย จึงเปรียบเสมือนการเปิดประตูการค้าการลงทุนของไทยและอาเซียนไปสู่ตลาดที่กว้างใหญ่ไพศาลและมีการเติบโตสูง สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงทิศทางเศรษฐกิจโลก ดังจะเห็นถึงการเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน พร้อมทั้งเชื่อมโยงการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ระหว่างกัน ผ่านโครงการสำคัญๆ อาทิ โครงการเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟสาย สิงคโปร์-คุนหมิง (Singapore-Kunming Rail Link) แผนโครงการรถไฟความเร็วสูงจากหนองคายเชื่อมลาวและจีน โครงการ NSEC เส้นทาง R3 เชื่อมจีนตอนใต้ โครงการ EWEC สามารถเชื่อมต่อจากเมียนมาร์ต่อไปยังอินเดีย โครงการทำเรือน้ำลึกทวายสามารถใช้ขนส่งสินค้าทางเรือไปยังอินเดีย นับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในอนาคต และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ

2 โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งที่สำคัญทั่วประเทศ เช่น ทางหลวงระหว่างประเทศ ทางหลวงระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) โครงการรถไฟความเร็วสูง รถไฟรางคู่ พาดผ่านจังหวัดต่างๆ เชื่อมต่อไปประเทศเพื่อนบ้าน จีน อินเดีย



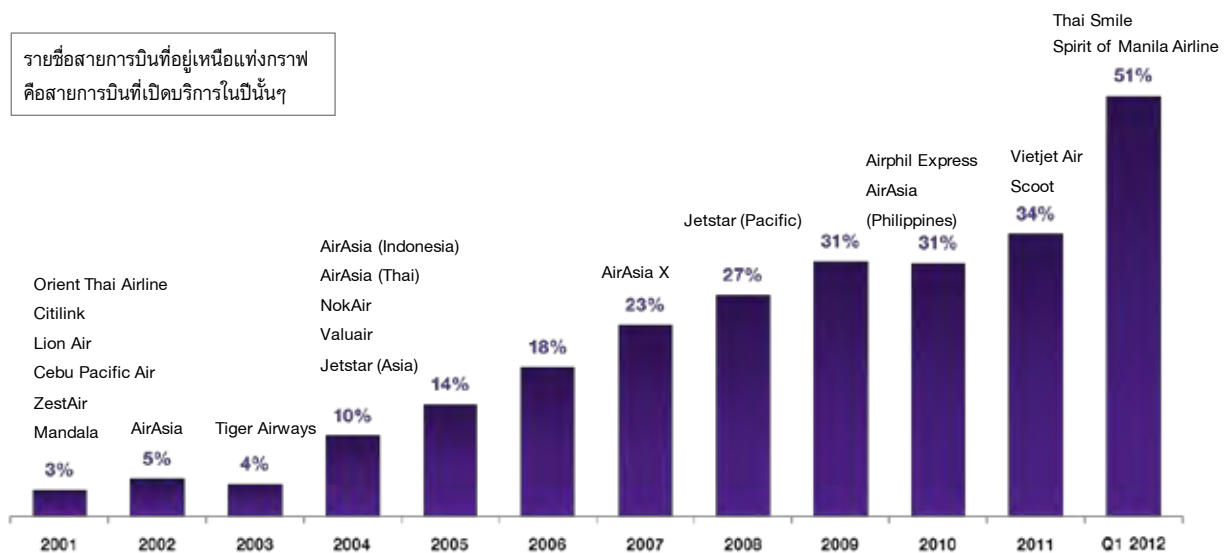
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกระทรวงคมนาคม

ประการที่สี่ การคมนาคมทางอากาศจะเติบโตจากการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากการเปิดเสรีน่านฟ้า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบิน การเปิดเสรีน่านฟ้าอาเซียนทำให้สายการบินต่างๆ สามารถให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าเหนือน่านฟ้าของประเทศอื่นโดยไม่มีข้อจำกัด เป็นปัจจัยสนับสนุนต่อการขยายตัวและเที่ยวบินของธุรกิจการบินโดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างแอร์เอเชีย โลออนแอร์ หรือเซบูแปซิฟิก ของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งส่วนแบ่งจำนวนที่นั่งของสายการบินต้นทุนต่ำมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากเพียง 5% ในปี 2002 เพิ่มขึ้นเป็น 51% ในปี 2012 นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาสนามบินในภูมิภาคให้สายการบินสามารถบินตรงระหว่างกันมากขึ้น ทำให้ความจำเป็นในการเปลี่ยนเที่ยวบินในสนามบินหลักลดลง และทำให้เกิดเส้นทางการบินใหม่เพิ่มมากขึ้น ในส่วนของไทย การพัฒนาเทคโนโลยีทั้งด้านความปลอดภัย และการจัดการคลังสินค้าแอร์คาร์โก รวมถึงการขยายสนามบินสุวรรณภูมิเฟส 2 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารจาก 45 เป็น 60 ล้านคนต่อปี และการขยายสนามบินภูเก็ต จะทำให้การขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศของไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผลักดันให้ไทยก้าวเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคในอนาคต

3 ส่วนแบ่งจำนวนที่นั่งของสายการบินต้นทุนต่ำมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ส่วนแบ่งจำนวนที่นั่งของสายการบินต้นทุนต่ำ (low-cost carriers) ใน ASEAN ปี 2001-2012

หน่วย: % ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ CAPA-Centre for Aviation with data provided by OAG a UBM Aviation Business

นอกจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งของไทยจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหลัก 4 ประการแล้ว การลงทุนก่อสร้างถนนรถไฟ รวมไปถึงการพัฒนากระบวนบริหารภูมิภาค ย่อมก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการกระจายตัวของประชากรภายในประเทศไปสู่เมืองใหม่ที่ได้รับการพัฒนาตามแนวเส้นทางการคมนาคมด้วย ส่งผลต่อเนื่องทำให้เกิดการขยายตัวของการค้าการลงทุน การจ้างงานในพื้นที่ และเกิดเป็นย่านธุรกิจแห่งใหม่ ซึ่งปัจจุบันเริ่มมีการเข้าไปจับจองที่ดินในจังหวัดที่มีแผนก่อสร้างรถไฟความเร็วสูง รวมไปถึงการเปิดโครงการใหม่ๆ และการขยายสาขาของธุรกิจต่างๆ เช่น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต โรงพยาบาล ร้านอาหาร ดังนั้นนักธุรกิจจึงควรเริ่มมองหาช่องทางลงทุน และโอกาสจับจองธุรกิจเสียแต่เนิ่นๆ

ความเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่งกับโอกาสทางธุรกิจ

ผลพลอยได้อย่างหนึ่งของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งเชื่อมโยงการคมนาคมภายในภูมิภาค คือการขยายตัวของสังคมเมืองตามแนวที่เส้นทางการคมนาคมตัดผ่าน สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือการขยายตัวของธุรกิจและก่อให้เกิดโอกาสด้านการค้าและการลงทุนมากขึ้น โดยจังหวัดที่มีศักยภาพการลงทุนมาก คือจังหวัดที่อยู่ในแนวตัดผ่านของเส้นทางการคมนาคม รวมถึงจังหวัดชายแดนที่มีการค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้าน

ทั้งนี้ กลุ่มอุตสาหกรรม การค้าและการบริการ ที่น่าสนใจลงทุน ได้แก่ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าปลีก รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภคต่างๆ อย่างไรก็ดี แม้ว่าจะมีโอกาสของการค้าการลงทุนเกิดขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานอื่นๆ ทั้งความพร้อมของจังหวัดที่มีศักยภาพ รวมทั้งคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจเดิมที่ดำเนินการอยู่แล้ว และเข้าใจถึงปัจจัยความเสี่ยงในการค้าการลงทุนประกอบด้วย

จังหวัดใดจะมีศักยภาพการขยายตัวของสังคมเมือง?

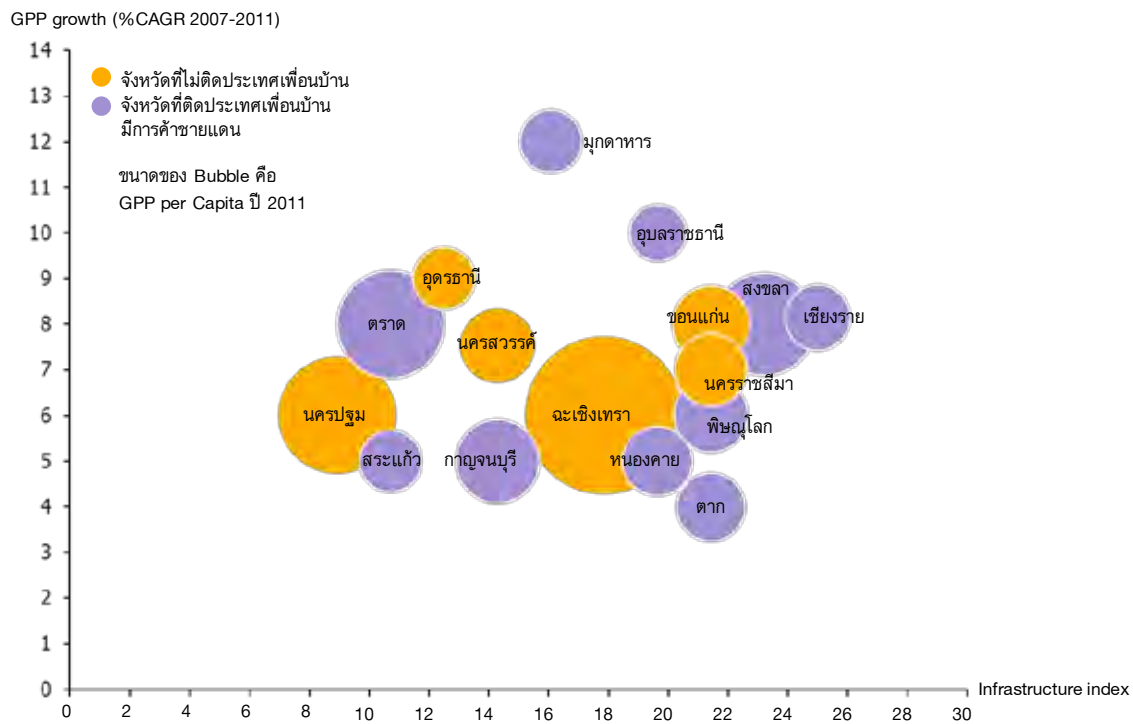
EIC ได้จัดทำเกณฑ์ชี้วัด Infrastructure Index² เพื่อวิเคราะห์จังหวัดที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงในอนาคต โดยดูจากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจรายจังหวัด (GPP) และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละจังหวัด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการขยายตัวของเมือง รวมไปถึงการค้า การท่องเที่ยว ในอนาคต ทั้งนี้ พบว่าจังหวัดที่มีศักยภาพการเติบโต น่าดึงดูดให้ผู้ประกอบการเข้าไปลงทุนแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลักคือ กลุ่มจังหวัดที่มีการค้าชายแดน และกลุ่มจังหวัดที่ไม่มีการค้าชายแดน แต่มีโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งพาดผ่าน

จังหวัดศักยภาพกลุ่มแรก ได้แก่ **หนองคาย มุกดาหาร อุบลราชธานี สระแก้ว ตราด สงขลา เชียงราย ตาก และกาญจนบุรี** เป็นจังหวัดที่มีมูลค่าการค้าชายแดนสูง และมีโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งหลักพาดผ่าน โดย **เชียงราย ตาก และกาญจนบุรี** เป็นจังหวัดที่มีแผนจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามพื้นที่ชายแดน

จังหวัดศักยภาพกลุ่มที่สอง ได้แก่ **พิษณุโลก นครสวรรค์ นครปฐม ฉะเชิงเทรา อุตรดิตถ์ ขอนแก่น และนครราชสีมา** เป็นจังหวัดที่ได้รับอานิสงส์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน หรือเป็นเมืองจุดตัดของโครงข่ายการขนส่งหลายเส้นทาง

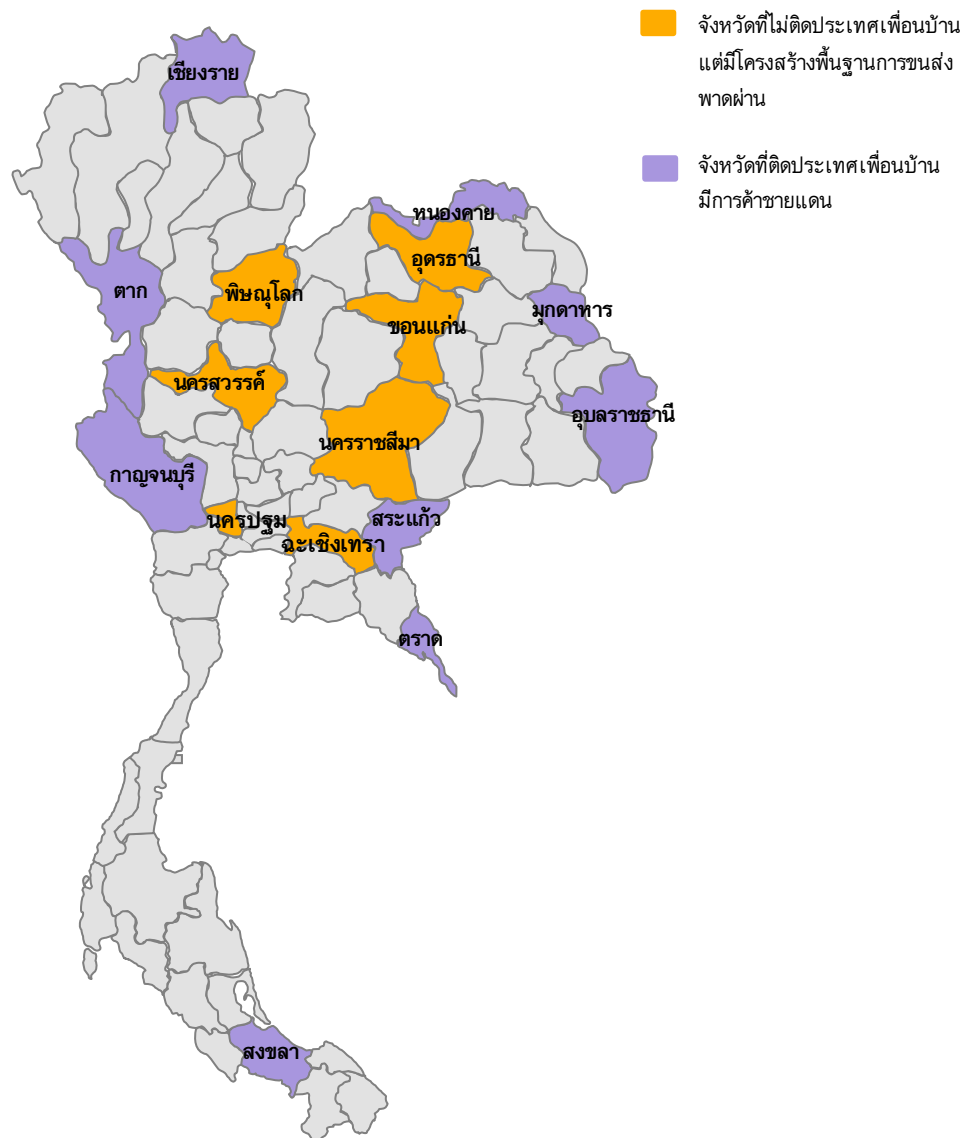
² Infrastructure index คือดัชนีที่ใช้วัดจำนวนโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในแต่ละจังหวัด เพื่อสะท้อนถึงศักยภาพการเติบโต โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ ดังนี้ 1) เป็นจังหวัดที่ตั้งของสถานีรถไฟความเร็วสูง หรือรถไฟรางคู่ 2) มีโครงข่ายถนน North-South Economic Corridor, East-West Economic Corridor, Southern Economic Corridor หรือโครงข่ายทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน 3) มีท่าอากาศยาน 4) มีท่าเรือขนส่งระหว่างประเทศ 5) มีด่านศุลกากรเพื่อการค้าชายแดน 6) มีสถานีขนส่งสินค้า หรือศูนย์เปลี่ยนถ่ายสินค้า 7) มีนิคมอุตสาหกรรม หรือมีแผนการก่อสร้างในอนาคต

4 จังหวัดที่มีศักยภาพเติบโต ดูจากปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจรายจังหวัด



หมายเหตุ: การวิเคราะห์ไม่รวมจังหวัดใหญ่ที่มีการเติบโตสูงแล้ว เช่น ชลบุรี ระยอง เชียงใหม่
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ สภาพัฒนา กระทรวงคมนาคม และกระทรวงพาณิชย์

5 จังหวัดที่มีศักยภาพเติบโต เป็นจังหวัดที่มีโครงข่ายทางถนน และทางราง เชื่อมต่อทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ หรือจังหวัดที่มีมูลค่าการค้าชายแดนสูง

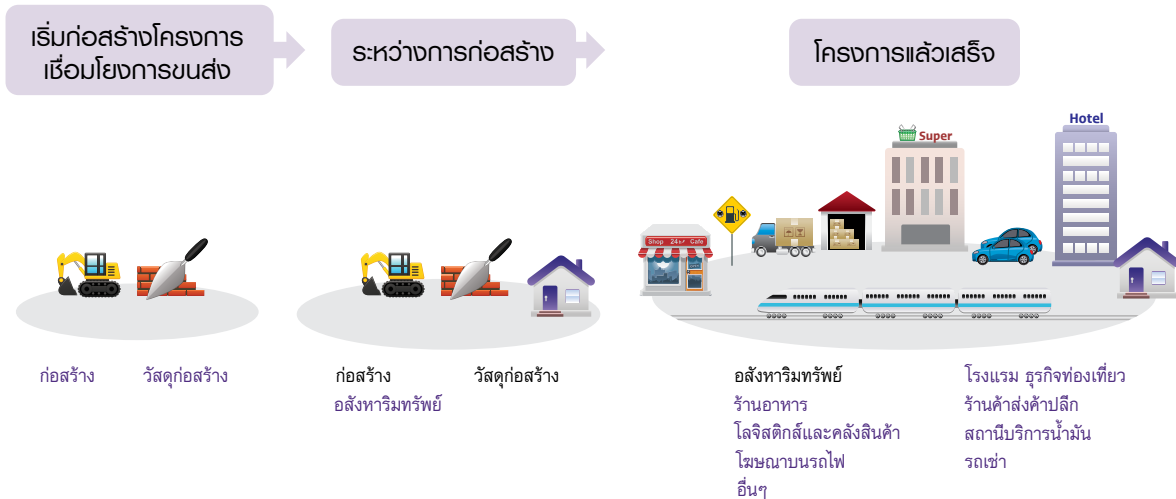


ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

โอกาสของธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นในจังหวัดศักยภาพมีอะไรบ้าง?

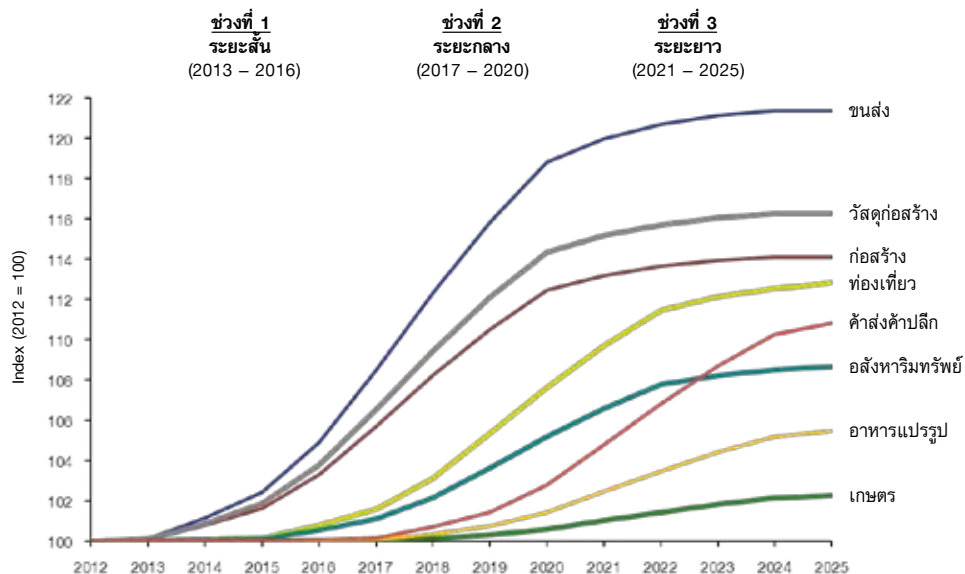
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งนั้น ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจมากมาย เริ่มตั้งแต่โอกาสธุรกิจทางตรง คือการเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาร่วมลงทุนกับรัฐบาล (Public Private Partnership: PPP) ในโครงการเชื่อมโยงการขนส่งต่างๆ โดยได้รับผลตอบแทนตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ ในส่วนของการก่อสร้างโครงการตั้งแต่ต้นจนจบ แน่นอนว่าจะเป็นโอกาสของธุรกิจก่อสร้าง โดยเฉพาะบริษัทผู้รับเหมาที่สามารถประมูลงานได้ รวมไปถึงธุรกิจวัสดุก่อสร้างที่สามารถขายสินค้าเพื่อใช้ในโครงการก่อสร้างได้เพิ่มขึ้น สำหรับโอกาสธุรกิจทางอ้อม ก็คือในช่วงระหว่างการก่อสร้างโครงการ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สามารถเลือกเข้าไปจับจองพื้นที่ศักยภาพ เพื่อขยายโครงการที่อยู่อาศัยหรืออาคารพาณิชย์ เตรียมรองรับการเติบโตในพื้นที่ และเมื่อโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานแล้วเสร็จจะเป็นโอกาสของธุรกิจบริการอื่นๆ เช่น การให้บริการทางโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า หอพัก โรงแรม ฯลฯ ที่จะเข้าไปลงทุนในจังหวัดที่มีแนวโน้มการขยายตัวของเมือง มีการย้ายถิ่นฐานของประชากรเข้ามาในพื้นที่ทั้งเพื่อการอยู่อาศัยและทำการค้า อันเนื่องมาจากการมีโครงสร้างพื้นฐานทางถนน และระบบรางตัดผ่าน ดังตัวอย่างการเปิดให้บริการรถไฟความเร็วสูงของไต้หวัน ที่วิ่งจากเหนือจรดใต้ประเทศ ทำให้เมือง Taichung ซึ่งตั้งอยู่ตอนกลางของไต้หวันมีการเติบโตอย่างรวดเร็วถึงกับพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางของเมืองบริเวณภาคกลางของประเทศ

6 โอกาสของธุรกิจต่างๆ แบ่งตามช่วงระยะเวลาการดำเนินการ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

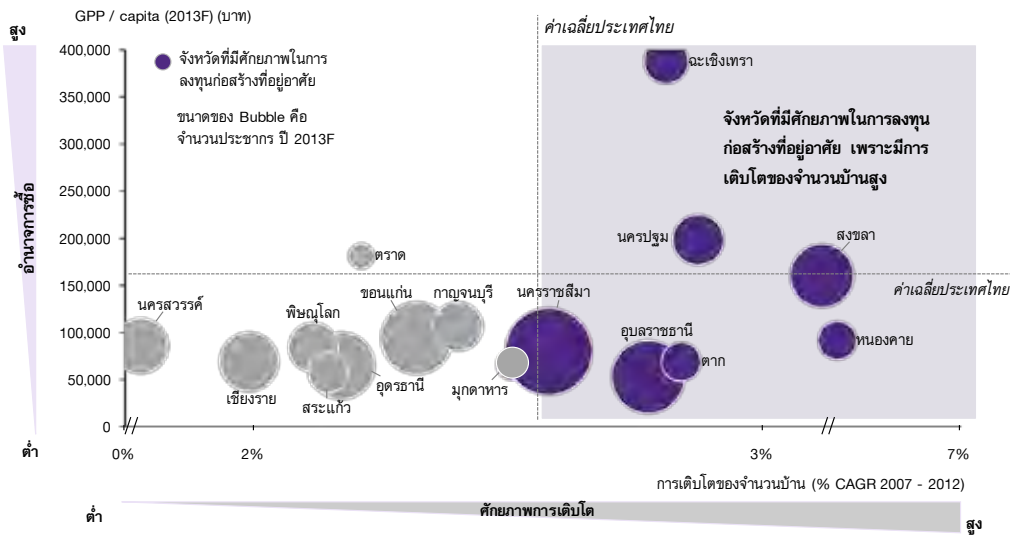
7 ประมาณการการเติบโตของธุรกิจต่างๆ ในอนาคต จากโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่ง 2 ล้านล้านบาท ซึ่งในระยะยาวธุรกิจขนส่ง ก่อสร้าง และวัสดุก่อสร้าง จะมีการเติบโตสูง



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของสภาพัฒนาฯ

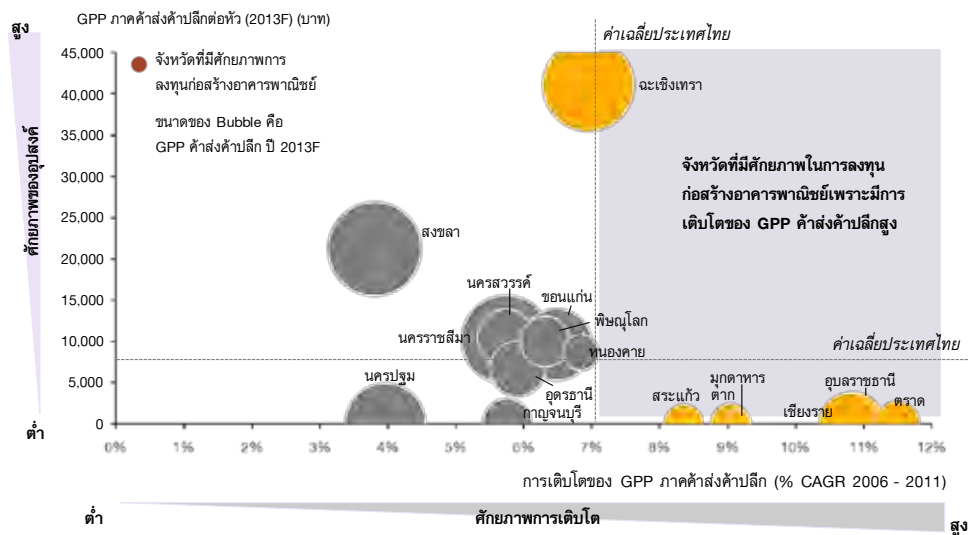
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ควรมองหาโอกาสเข้าไปลงทุนก่อสร้างเพื่อรองรับความต้องการที่อยู่อาศัยในจังหวัดที่ประชากรมีอำนาจซื้อสูง รวมถึงความต้องการอาคารพาณิชย์ในจังหวัดที่มีการเติบโตของการค้าสูง การขยายตัวของเมือง รวมถึงภาคการผลิต การค้า และบริการ อันเนื่องมาจากการก่อสร้างขยายโครงข่ายคมนาคมขนส่งไปยังภูมิภาคต่างๆ จะเป็นโอกาสให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เข้าไปพัฒนาพื้นที่ในภูมิภาค ซึ่งจากจังหวัดศักยภาพทั้งหมดที่ได้กล่าวมาในเบื้องต้น โอกาสของธุรกิจประเภทที่อยู่อาศัยจะอยู่ในจังหวัดที่มีการเติบโตของจำนวนบ้าน และประชากรในจังหวัดนั้นๆ มีอำนาจการซื้อสูง เช่น ฉะเชิงเทรา นครปฐม และสงขลา ส่วนจังหวัดที่มีการเติบโตของจำนวนบ้านสูง แต่ประชากรยังมีอำนาจซื้อต่ำ เช่น หนองคาย ตาก อุบลราชธานี นครราชสีมา ผู้ประกอบการอาจต้องปรับราคากำหนดให้สอดคล้องกับกำลังซื้อ สำหรับโอกาสของธุรกิจประเภทอาคารพาณิชย์นั้น จะอยู่ในจังหวัดที่ GPP ภาคค้าส่งค้าปลีกมีการขยายตัวสูง เช่น ฉะเชิงเทรา ตราด อุบลราชธานี เชียงราย มุกดาหาร ตาก สระแก้ว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นจังหวัดที่มีการค้าขายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องเริ่มเข้าไปสำรวจพื้นที่ตั้งแต่ตอนนี้ เพราะหากโครงการถนน หรือรถไฟแล้วเสร็จ จะทำให้ราคาที่ดินพุ่งสูงขึ้นด้วย ดังเช่นการขยายโครงข่ายรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ ทำให้อุปสงค์และอุปทานของอสังหาริมทรัพย์ที่เกาะตามแนวรถไฟฟ้าเพิ่มขึ้น ผลักดันให้ราคาที่ดินสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว โดยที่ดินตามแนวรถไฟฟ้าบีทีเอสตลอดสายมีราคาเพิ่มขึ้น 21% ต่อปี ในช่วงปี 2005-2011 เทียบกับราคาที่ดินทั่วไปเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณ 4% ต่อปี

8 ฉะเชิงเทรา นครปฐม และสงขลา เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการลงทุนของธุรกิจที่อยู่อาศัย สะท้อนจากการเติบโตของจำนวนบ้าน และอำนาจการซื้อของประชากรที่อยู่ในระดับสูง ส่วนหนองคาย ตาก อุบลราชธานี และนครราชสีมา มีศักยภาพเช่นกัน แต่ต้องปรับราคาก่อนให้สอดคล้องกับกำลังซื้อ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ CEIC

9 ฉะเชิงเทรา ตราด อุบลราชธานี เชียงราย มุกดาหาร ตาก สระแก้ว เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพการลงทุนด้านธุรกิจอาคารพาณิชย์ สะท้อนจาก GPP ภาคค้าส่งค้าปลีกที่เติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

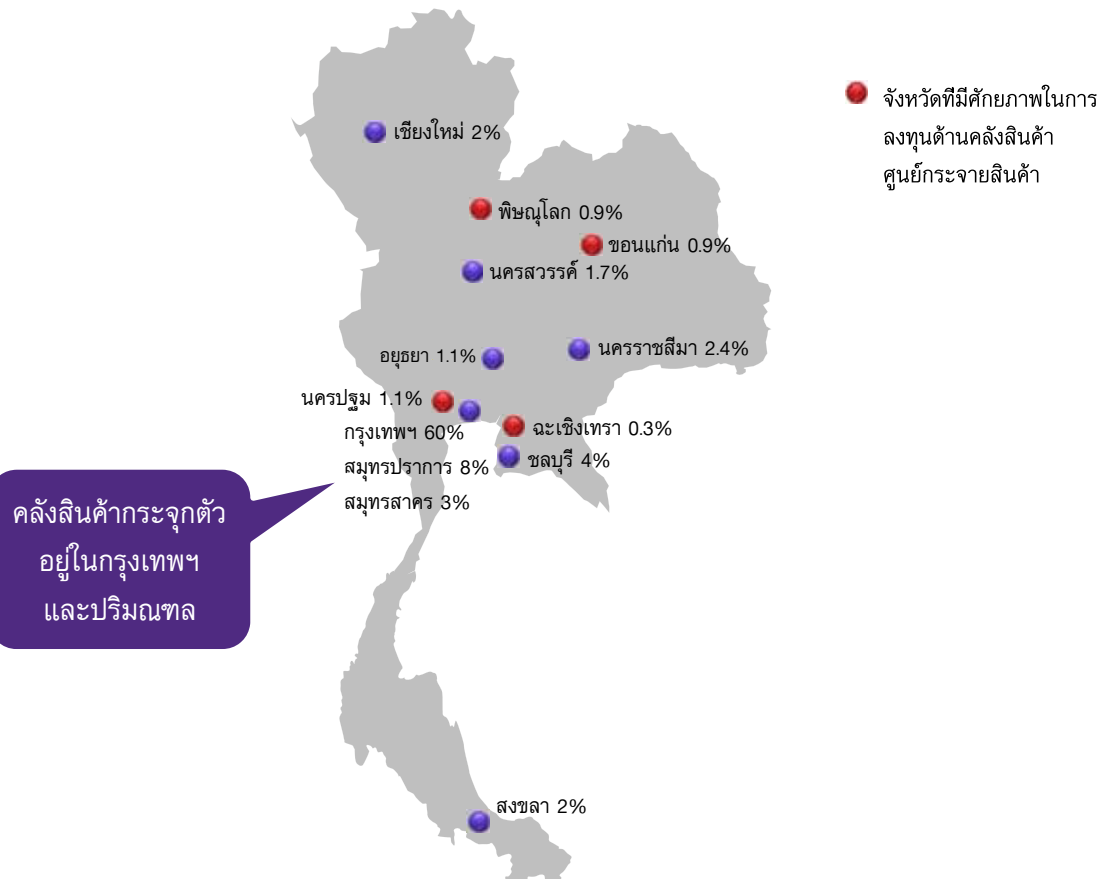


ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ CEIC

สำหรับธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์โดยเฉพาะคลังสินค้า และศูนย์กระจายสินค้า ควรเลือกไปตั้ง ณ จุดยุทธศาสตร์ ที่สามารถเชื่อมการขนส่งสินค้าไปได้หลายทาง เช่น พิษณุโลก นครปฐม ขอนแก่น ฉะเชิงเทรา การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศรวมไปถึงการเปิดเสรีการค้าอาเซียน ทำให้ปริมาณการขนส่งสินค้ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการพัฒนาทางหลวงและโครงการรถไฟเชื่อมโยงทั้งในและต่างประเทศ จะยิ่งทำให้มีการขนส่งสินค้าข้ามแดนและผ่านแดนมากขึ้นโดยเฉพาะภายหลังจากการเข้าสู่ AEC อย่างเป็นทางการในปี 2015 จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อธุรกิจขนส่งทางรถบรรทุกทั้งแบบ door to door หรือรับส่งสินค้าเชื่อมจากสถานีรถไฟไปยังจุดหมายปลายทางอื่นๆ รวมไปถึงธุรกิจคลังสินค้า และศูนย์กระจายสินค้าด้วย ทั้งนี้ ปัจจุบันที่ตั้งของคลังสินค้าส่วนใหญ่ค่อนข้างกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึง logistics park ในแถบ Eastern Seaboard ในขณะที่จังหวัดอื่นยังมีโอกาสเติบโตได้สูงมาก โดยเฉพาะจังหวัดที่มีทำเลที่ตั้งเป็นจุดยุทธศาสตร์โลจิสติกส์ สามารถขนส่งและกระจายสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆได้สะดวก เช่น **พิษณุโลก** เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ทางตอนกลางของประเทศ เนื่องจากเป็นจุดตัดของเส้นทาง NSEC และ EWEC หรือที่เรียกว่าสี่แยกอินโดจีน และยังมีสถานีรถไฟความเร็วสูงด้วย สามารถขนส่งสินค้าระหว่างจีนตอนใต้ เชื่อมไปมาเลเซีย และสิงคโปร์ ในแนวเหนือ-ใต้ และระหว่างเวียดนาม ลาว เมียนมาร์ ในแนวตะวันออก-ตะวันตก **นครปฐม** เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญสำหรับการขนส่งสินค้าระหว่างภูมิภาคทางตอนเหนือและใต้ และสินค้าระหว่างท่าเรือแหลมฉบัง และทวาย เพราะจะมีโครงการทางหลวงวงแหวนรอบนอกกรุงเทพฯ รอบที่ 3 และมอเตอร์เวย์บางใหญ่-บ้านโป่ง-กาญจนบุรี ส่วน **ขอนแก่น** อยู่ในแนวเส้นทาง EWEC และรถไฟความเร็วสูง สามารถเชื่อมสู่ลาวผ่านจังหวัดมุกดาหาร และหนองคายได้โดยง่าย ซึ่งเป็นสองจังหวัดที่มีมูลค่าการค้าชายแดนกับลาวสูงที่สุด สำหรับ **ฉะเชิงเทรา** อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ และ Eastern Seaboard มีนิคมอุตสาหกรรมที่จะก่อสร้างแล้วเสร็จอีกหลายแห่งในปีนี้ นอกจากจะเป็นทางผ่านระหว่างท่าเรือแหลมฉบังกับแหล่งวัตถุดิบในภาคอีสานแล้ว ฉะเชิงเทราจะมีสถานีรถไฟความเร็วสูง และอยู่ในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจด้านใต้ เชื่อมต่อไปกัมพูชาทางจังหวัดตราด และสระแก้ว

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศจะมีความได้เปรียบในแง่การเข้าถึงลูกค้าท้องถิ่นได้ง่ายกว่า และมีความคุ้นเคยกับเส้นทางขนส่ง แต่ก็ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับคู่แข่งที่จะมีมากขึ้นจากการเปิดเสรีด้านโลจิสติกส์ของอาเซียนในปีนี้ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนในอาเซียนสามารถเข้ามาถือศูนย์ธุรกิจโลจิสติกส์ได้ถึง 70% ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความแตกต่าง เช่น ทำคลังสินค้าป้องกันฝุ่น บริการขนส่งสินค้านำเข้าเสียง่ายโดยรถบรรทุกห้องเย็น เป็นต้น พร้อมทั้งขยายเครือข่ายหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการ

10 สัดส่วนจำนวนคลังสินค้ารายจังหวัด จะเห็นได้ว่าธุรกิจคลังสินค้านักยังกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้ประกอบการควรหาช่องทางลงทุนคลังสินค้าในจังหวัดอื่นๆ ที่เป็นจุดยุทธศาสตร์โลจิสติกส์ เช่น พิษณุโลก นครปฐม ขอนแก่น และฉะเชิงเทรา



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Business Online

ผู้ประกอบการต้องศึกษาให้ลึกลงไปอีกว่าสินค้าอะไรจะขนส่งผ่านบริเวณไหน เพื่อสร้างจุดแข็งและความแตกต่างให้กับธุรกิจ เช่น เส้นทางเชื่อมไปสู่อินโดนีเซีย มีการขยายตัวของการขนส่งสินค้านำเข้าเสี่ยงง่าย จึงเป็นโอกาสในการลงทุนระบบ Cold chain logistics เส้นทาง R3A ในแนว NSEC จากอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผ่านลาว ไปสิ้นสุดยังเมืองคุนหมิงในประเทศจีน รวมทั้งการเปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 (เชียงของ-ห้วยทราย) ในเดือนมิถุนายน 2013 จะช่วยสนับสนุนให้มีการขนส่งสินค้านำเข้าเสี่ยงง่ายอย่างผลไม้เมืองร้อนจากไทยไปจีน และผลไม้เมืองหนาวจากจีนมาสู่ไทยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ การขยายตัวของการขนส่งผลไม้สด และผลไม้แช่แข็ง เช่น ทุเรียน มะม่วง มังคุด บนเส้นทาง R3A เพิ่มสูงขึ้นมากถึง 44% หลังจากที่มีการลงนามบันทึกความเข้าใจระหว่างไทย-จีน ในปี 2011 เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนการขนส่งสินค้าประเภทผลไม้ผ่านแดนไปยังประเทศที่ 3 ซึ่งในอดีตรถบรรทุกไทยเมื่อวิ่งถึงชายแดนไทย-ลาว จะต้องเปลี่ยนถ่ายสินค้ามายังรถบรรทุกของลาวก่อน แต่ปัจจุบันผลไม้ที่ผ่านการตรวจสอบจากไทยสามารถขนส่งโดยรถบรรทุกของไทย วิ่งผ่านลาวไปยังจีนได้เลย จึงช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งสินค้า ทำให้การขนส่งเส้นทางนี้มีความสะดวกรวดเร็วกว่าการขนส่งทางน้ำ และประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการขนส่งทางอากาศ จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในการเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจโดยลงทุนในระบบ Cold chain logistics เช่น รถบรรทุกสินค้า หรือคลังสินค้าที่มีระบบควบคุมอุณหภูมิได้ ตามแนวเส้นทางขนส่งจากสวนผลไม้ในภาคตะวันออกขึ้นไปยังภาคเหนือของประเทศ หรือแนวเส้นทางจากภาคเหนือกระจายสินค้าจากจีนมาสู่ผู้บริโภคในประเทศ ซึ่งธุรกิจนี้ยังมีโอกาสเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันไทยมีการขนส่งผักผลไม้โดยระบบ Cold chain เพียง 30-40% เท่านั้น ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวอยู่ที่ 80-85% ในประเทศพัฒนาแล้ว

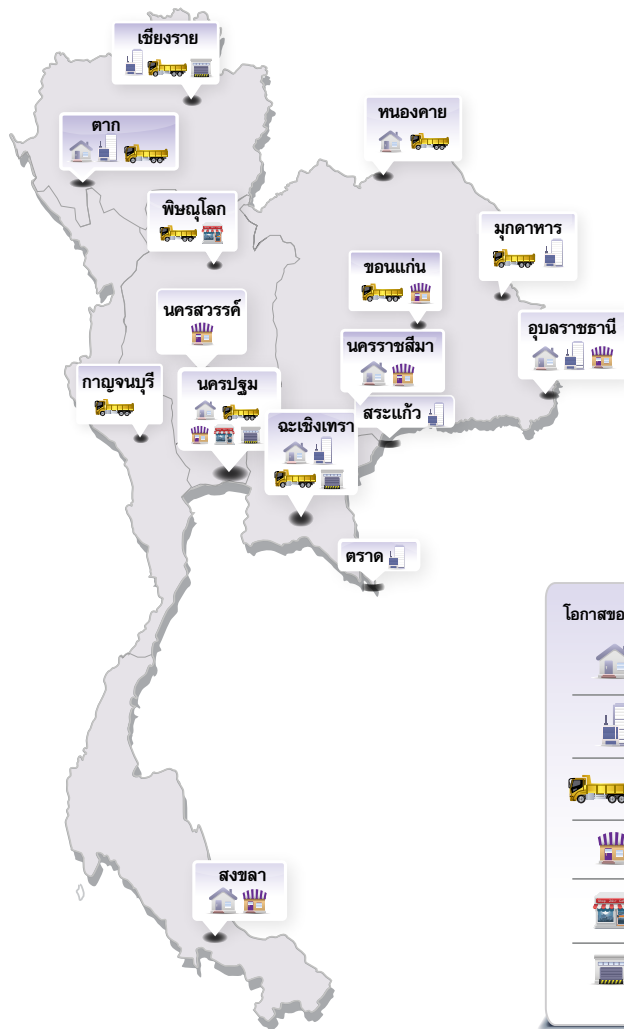
นอกจากนี้แล้ว ในแนวเส้นทาง EWEC มีการขนส่งทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งแร่ธาตุต่างๆ ออกจากเมียนมาร์ มายังไทย เชื่อมไปถึงเวียดนาม จึงเป็นโอกาสของบริษัทขนส่งเพื่อบรรทุกสินค้าเหล่านี้ รวมถึงธุรกิจโลจิสติกส์ที่จะเข้าไปลงทุนในจังหวัดตาก เมียนมาร์ยังมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ จึงส่งออกสินค้าประเภท ไม้ ลินแร่ โลหะ ทองแดง พืชน้ำมัน มายังไทย เวียดนาม เป็นหลัก โดยเส้นทาง EWEC เป็นเส้นทางขนส่งลำเลียงสินค้าเหล่านี้ รวมถึงการขนส่งน้ำมันดีเซล รถยนต์และส่วนประกอบผลไม้แช่เย็น แช่แข็ง ที่ไทยส่งออกไปลาว และเวียดนาม ผ่านทางด่านมุกดาหาร จึงเป็นโอกาสของรถบรรทุกสินค้าประเภทเทกองสินค้าเกษตร เชื้อเพลิง รถยนต์ ที่จะให้บริการขนส่งตามแนวเส้นทางนี้ สำหรับจังหวัดตาก นับเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญที่เชื่อมการขนส่งสินค้าต่อไปยังเมียนมาร์ และขยายไปในตลาดใหญ่ออย่างจีนและอินเดีย โดยพบว่าการค้าที่ด่านแม่สอด-เมียวดี มีการเติบโตถึง 28% ต่อปี ระหว่างปี 2007-2012 อีกทั้งการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษที่แม่สอด เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นหลักอย่าง สิ่งทอ ผลไม้กระป๋อง ไม้และเฟอร์นิเจอร์ จะเป็นโอกาสของธุรกิจโลจิสติกส์ที่จะเข้าไปตั้งศูนย์กระจายสินค้า และขนถ่ายสินค้าเพื่อรองรับการขยายตัวของการค้าชายแดน

สำหรับธุรกิจที่ใช้แรงงานสูง เช่น ธุรกิจเครื่องนุ่งห่ม รองเท้า มีโอกาสเติบโตบริเวณเขตเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมทางภาคตะวันตก ที่อยู่แนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้เชื่อมไปถึงท่าเรือน้ำลึกทวาย เส้นทางจากท่าเรือทวาย ข้ามพรมแดนเมียนมาร์มายังกาญจนบุรีที่บ้านพุน้ำร้อน ผ่านกรุงเทพฯ เชื่อมต่อไปถึงท่าเรือแหลมฉบัง ออกสู่กัมพูชาได้ 2 เส้นทาง ที่ด่านอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว และด่านคลองลึก จังหวัดตราด จะเป็นเส้นทางเชื่อมการขนส่งสินค้าประเภทชิ้นส่วน วัตถุดิบ เข้าไปประกอบในเมียนมาร์ และกัมพูชา ซึ่งมีแรงงานราคาถูก จึงเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานจำนวนมาก เช่น เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า รวมถึงจะเป็นโอกาสของธุรกิจขายเครื่องจักร พลาสติก และเหล็ก ที่มีการส่งสินค้าออกไปยังอินเดีย ศรีลังกา บังคลาเทศจำนวนมาก ซึ่งช่วยย่นระยะเวลาการขนส่งโดยไม่ต้องอ้อมช่องแคบมะละกา นอกจากนี้ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนที่กาญจนบุรี เพื่อประกอบอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก (Industry Export Processing Zone: IEPZ) จะทำให้กาญจนบุรีกลายเป็นเขตอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพแห่งใหม่ของไทยที่ดึงดูดการลงทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการไทยหลายราย เช่น โรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า รองเท้ากีฬา ได้เข้าไปลงทุนสร้างโรงงานบริเวณชายแดนไทย-เมียนมาร์เพื่อใช้ประโยชน์จากแรงงานราคาถูกแล้ว

สำหรับโอกาสการลงทุนในธุรกิจค้าปลีก นอกจากจะคำนึงถึงปัจจัยด้านกำลังซื้อ แนวโน้มการขยายตัวของเมืองที่มาพร้อมกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่ง จะเป็นอีกปัจจัยในการปัดหมุดเลือกทำเลให้ธุรกิจ การขยายตัวของเมืองและภาคอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ที่มีการเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่ง เช่น การขยายโครงข่ายถนน รถไฟความเร็วสูง ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจค้าปลีกตามเข้าไปเปิดร้านค้าในพื้นที่ ทั้งนี้ EIC ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดสาขาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ ความหนาแน่นของประชากร ความมั่งคั่งของประชากรในแต่ละจังหวัด ร่วมกับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีในปัจจุบันและมีแผนก่อสร้างในอนาคต พบว่า นครปฐม สามารถเข้าไปลงทุนได้ในทุกประเภทของธุรกิจค้าปลีก เพราะมีความมั่งคั่ง และความหนาแน่นของประชากรสูง แต่มีข้อจำกัดเรื่องราคาที่ดินค่อนข้างสูง พิษณุโลก เป็นจังหวัดที่น่าลงทุนเปิดห้างสรรพสินค้า เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ประชากรมีกำลังซื้อสูง นอกจากนี้ ยังเป็นจุดยุทธศาสตร์สี่แยกอินโดจีน และจะมีรถไฟความเร็วสูงผ่าน นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางสามารถหยุดแวะซื้อสินค้าได้สะดวก ดังเช่นห้างเซ็นทรัลได้เปิดให้บริการในพิษณุโลกแล้ว และมีแผนจะเปิดสาขาที่ศาลายาในปี 2014 ส่วน สงขลา ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี นครสวรรค์ มีโอกาสเข้าไปขยายสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มเติมอีก เพราะมีประชากรหนาแน่น และยังมีจำนวนสาขาอยู่ไม่มากนัก สำหรับ ฉะเชิงเทรา เชียงราย มีโอกาสเข้าไปเปิดธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้าน เพราะนอกจากประชากรจะมีกำลังซื้อสูงแล้ว ยังมีโอกาสที่จะมีการย้ายถิ่นฐานเข้าไปในพื้นที่มากขึ้น จากการขยายนิคมอุตสาหกรรมและจะมีรถไฟความเร็วสูงในฉะเชิงเทรา และการเป็นประตูการค้าที่สำคัญทางภาคเหนือของเชียงราย

สำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจอื่นๆ เช่น ท่องเที่ยว โรงแรม สถานีบริการน้ำมัน รถเช่า ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ฯลฯ จะได้รับประโยชน์จากการลงทุนตามแนวเส้นทางขนส่ง เส้นทางถนนเชื่อมประเทศเพื่อนบ้าน และรถไฟความเร็วสูงสามารถสร้างความเจริญ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพิ่มการจ้างงาน และกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่อย่างมหาศาล ยกตัวอย่างเช่นรถไฟ Shinkansen ของญี่ปุ่น สาย Kyushu ที่วิ่งจาก Hakata – Kagoshima – Chuo หลังจากเริ่มให้บริการตลอดเส้นทางในเดือนมีนาคม 2011 ทำให้มีนักท่องเที่ยวใน Kagoshima เพิ่มขึ้นถึง 24.5% จากปีก่อนหน้า ส่งผลให้มีเงินสะพัดมากถึง 460 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผู้ประกอบการจึงควรมองหาช่องทางทำธุรกิจบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ และจังหวัดที่จะมีสถานีรถไฟความเร็วสูง เพราะคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และแรงงานหลังไหลเข้ามาเป็นจำนวนมาก จึงเป็นโอกาสที่จะจับจองพื้นที่ทางธุรกิจแต่เนิ่นๆ เพื่อรองรับความต้องการเดินทางที่จะขยายตัวสูงขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรม 3-4 ดาว รองรับนักธุรกิจในจังหวัดที่มีการค้า ขยายการลงทุนโรงแรม 5 ดาว ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ของที่ระลึก ในจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยว สถานีบริการน้ำมันบนเส้นทางถนนสายหลัก ธุรกิจรถบรรทุกขนส่งระหว่างสถานีรถไฟ ท่าเรือ สนามบิน รวมไปถึง ธุรกิจโฆษณาบนรถไฟ รถเช่า ร้านอาหาร รองรับการค้าขยายตัวของเมือง การเติบโตของการบริโภคและเศรษฐกิจในพื้นที่

11 โอกาสของธุรกิจในจังหวัดต่างๆ ที่มีศักยภาพการเติบโต



โอกาสของธุรกิจในจังหวัดต่างๆ ที่มีศักยภาพการเติบโต

- ```
graph TD; A[สร้างบ้าน] --> B[อสังหาริมทรัพย์สำหรับที่อยู่อาศัย]; B --> C[อสังหาริมทรัพย์สำหรับอาคารพาณิชย์]; C --> D[โลจิสติกส์ คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า]; D --> E[ไฮเปอร์มาร์เก็ต]; E --> F[ห้างสรรพสินค้า]; F --> G[ร้านขายวัสดุอุปกรณ์สร้าง ตกแต่งบ้าน];
```

สร้างบ้าน

อสังหาริมทรัพย์สำหรับที่อยู่อาศัย

อสังหาริมทรัพย์สำหรับอาคารพาณิชย์

โลจิสติกส์ คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า

ไฮเปอร์มาร์เก็ต

ห้างสรรพสินค้า

ร้านขายวัสดุอุปกรณ์สร้าง ตกแต่งบ้าน

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

## ธุรกิจใดจะเสียประโยชน์จากการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานขนส่งโดยเฉพาะการพัฒนาระบบราง?

อย่างไรก็ตาม มีบางธุรกิจที่อาจได้รับผลกระทบ เช่น ภาคเกษตร ธุรกิจพลังงาน ธุรกิจสายการบิน ภาคเกษตรมีแนวโน้มเสียพื้นที่การเพาะปลูกไปจากการที่เกษตรกรนำที่ดินบริเวณที่มีโครงการขนส่งพาดผ่านไปขายเพราะได้ราคาสูง สำหรับโครงการ 2 ล้านล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะทำให้การขนส่งเปลี่ยนรูปแบบมาใช้ระบบราง และน้ำเพิ่มขึ้น อีกทั้งกระทรวงคมนาคมประเมินว่า ลัดส่วนการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลจะลดลงจาก 59% เป็น 40% ภายในปี 2013-2020 จะทำให้ธุรกิจค่าน้ำมันเชื้อเพลิงต้องสูญเสียรายได้ไปบางส่วน ส่วนสายการบินที่บินในประเทศมีความเสี่ยงจากปริมาณผู้โดยสารที่มีแนวโน้มลดลงอย่างมากในเส้นทางที่มีรถไฟความเร็วสูงไปถึง โดยเฉพาะเส้นทางการบินระยะใกล้ (short haul) ไม่เกิน 800 กิโลเมตร ดังตัวอย่างที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ เช่น เส้นทาง Madrid – Seville ของสเปน ระยะทาง 540 กิโลเมตร ผู้โดยสารเครื่องบินต่อรถไฟ ก่อนที่จะมีรถไฟความเร็วสูงบนเส้นทางนี้ มีสัดส่วน 71:29% และเปลี่ยนเป็น 11:89% หลังจากที่มีรถไฟความเร็วสูงเปิดให้บริการ จึงอาจต้องปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยการลดความถี่ของเที่ยวบิน หรือลดราคาค่าโดยสาร เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด

ในอนาคต ความเจริญของประเทศไทยจะไม่จำกัดอยู่ที่กรุงเทพฯ อีกต่อไปแล้ว แต่จะมีแนวโน้มขยายตัวเป็นสังคมเมืองออกไปตามต่างจังหวัดมากขึ้นภายในหนึ่งทศวรรษข้างหน้า ดังนั้น โอกาสของธุรกิจจะมีอยู่มากมายในจังหวัดศักยภาพที่มีการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการขนส่ง โครงการลงทุนขนาดใหญ่ที่จะเกิดขึ้นเร็ววันนี้ จะเป็นโอกาสทางธุรกิจให้มีการขยายตัวไปพร้อมๆ กับความเจริญของพื้นที่ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่อาจมองข้ามไปได้

## 2 Cross-border trade mechanism... อีกหนึ่ง กลไกของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาค

ความเชื่อมโยงด้านการค้าข้ามประเทศ (Cross-border trade connectivity)

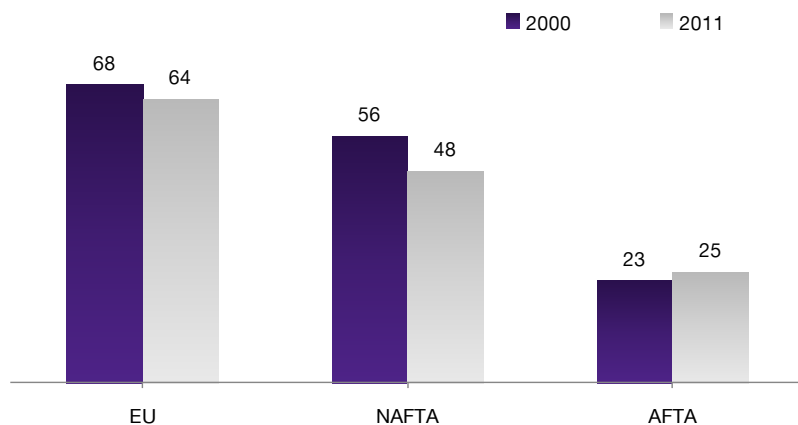
การเคลื่อนย้ายสินค้าเสรี (free flow of goods) นับเป็นหนึ่งในหลักการสำคัญในการมุ่งไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน รวมทั้งยังมีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายการผลิตภายในภูมิภาคและส่งเสริมบทบาทของอาเซียนในการเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลก หรือเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของโลก ทั้งนี้ นับตั้งแต่อาเซียนได้เริ่มเปิดเสรีทางการค้าระหว่างกันภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ในปี 1993 เป็นต้นมา อุปสรรคทางการค้าในรูปแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นภาษีและมีใช้ภาษีได้ถูกทยอยยกเลิกหรือลดลงให้เหลือน้อยที่สุดเป็นลำดับ เพื่อก่อให้เกิดการค้าเสรีและกระชับความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างกันภายในกลุ่ม

การปฏิรูปเชิงโครงสร้างด้านกลไกและมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้าจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้สิทธิประโยชน์จากเขตการค้าเสรีอาเซียนมากขึ้น ทั้งนี้ การใช้สิทธิประโยชน์จากเขตการค้าเสรีของกลุ่ม AFTA ในปัจจุบัน ยังนับว่าไม่สูงมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับเขตการค้าเสรีอื่นๆ เห็นได้จากปริมาณการค้าขายกันเองภายในกลุ่มอาเซียน หรือ intra-regional trade ที่มีสัดส่วนค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างกลุ่ม EU หรือ NAFTA ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเป็นผลจากความไม่พร้อมในด้านกฎระเบียบ กลไกและมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้า รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ อาทิ ความเชื่อมโยงของโครงข่ายเส้นทางขนส่งคมนาคม หรือระบบขนส่งสินค้าและระบบโลจิสติกส์ภายในภูมิภาคอาเซียนที่ยังคงไม่เอื้อต่อการทำการค้าระหว่างประเทศมากนัก หรือแม้แต่กฎระเบียบต่างๆ ที่ยังไม่เป็นสากล เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการปฏิรูปเชิงโครงสร้างและกฎระเบียบด้านต่างๆ ทั้งนี้ กลไกและมาตรการทางการค้าในรูปแบบสำคัญๆ ในการช่วยอำนวยความสะดวก และสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงทางการค้าภายในกลุ่มอาเซียนขยายตัวสูงขึ้น ได้แก่ (1) การบูรณาการด้านพิธีการทางศุลกากร การจัดตั้งระบบศุลกากรหน้าต่างเดียวของอาเซียน (ASEAN Single Window) รวมทั้งการพัฒนา ระบบ E-logistics (2) การส่งเสริมกว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าและการออกไปรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า หรือ Self-Certification ด้วยตนเอง และ (3) การกำหนดมาตรฐานสินค้าร่วมกันของกลุ่มอาเซียน ซึ่งรวมถึงการออกหนังสือรับรอง และปรับมาตรฐานของสินค้าต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกัน

### 12 แม้ว่าประเทศในกลุ่มอาเซียนจะมีการค้าขายที่เชื่อมโยงกันเองภายในกลุ่มเพิ่มสูงขึ้น แต่ก็นับว่าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับเขตการค้าเสรีอื่นๆ

สัดส่วนการค้าขายกันเองภายในกลุ่มประเทศต่างๆ (intra-regional trade)

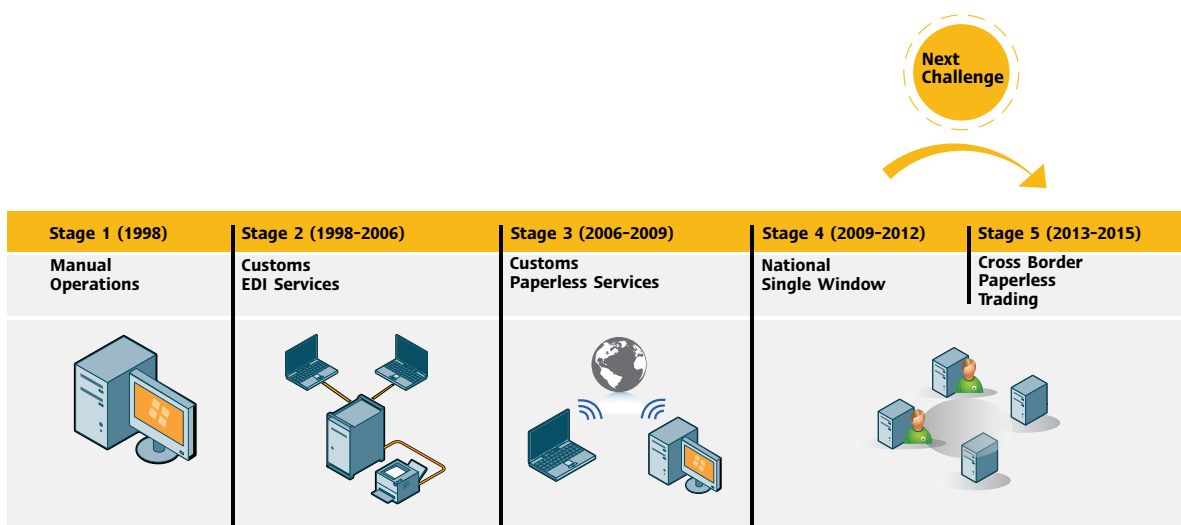
หน่วย: %



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ UNCTAD

ซึ่งหนึ่งในกลไกหลักที่ช่วยอำนวยความสะดวกและสนับสนุนให้การค้าภายในกลุ่มอาเซียนมีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น คือ การเชื่อมโยงระบบศุลกากรของอาเซียนเข้าไว้ด้วยกัน ณ จุดเดียว หรือ ASEAN Single Window (ASW) ซึ่งจะเป็นการเชื่อมต่อระบบข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการนำเข้า-ส่งออกของประเทศต่างๆ ในอาเซียน นอกจากจะช่วยให้การค้าขายระหว่างประเทศสะดวกมากขึ้นแล้ว ยังช่วยลดความซ้ำซ้อนในด้านการจัดเตรียมเอกสาร และลดขั้นตอนในการตรวจปล่อยสินค้าออกจากด่าน ซึ่งจะทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนด้วยกันมีความคล่องตัวและรวดเร็วมากขึ้น ทั้งนี้ หัวใจสำคัญของ ASW คือ การยื่นเอกสารและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเข้า-ส่งออก ณ จุดเดียว หรือ “one-stop service” ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลไกที่ส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้าการลงทุนภายในภูมิภาคและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการในกลุ่มอาเซียน ยิ่งไปกว่านั้น ASW ยังช่วยลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์รวมทั้งต้นทุนในการบริหารจัดการและเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องผ่านท่าเรือหรือท่าอากาศยาน ซึ่งมีต้นทุนสูงและต้องผ่านพิธีการทางศุลกากรที่ค่อนข้างนาน อย่างไรก็ตาม การจะผลักดันให้เกิด ASW ที่มีประสิทธิภาพได้นั้น แต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบ National Single Window (NSW) เพื่อเข้ามาเชื่อมต่อกัน

## 13 วิวัฒนาการของระบบอำนวยความสะดวกทางการค้าของประเทศไทย

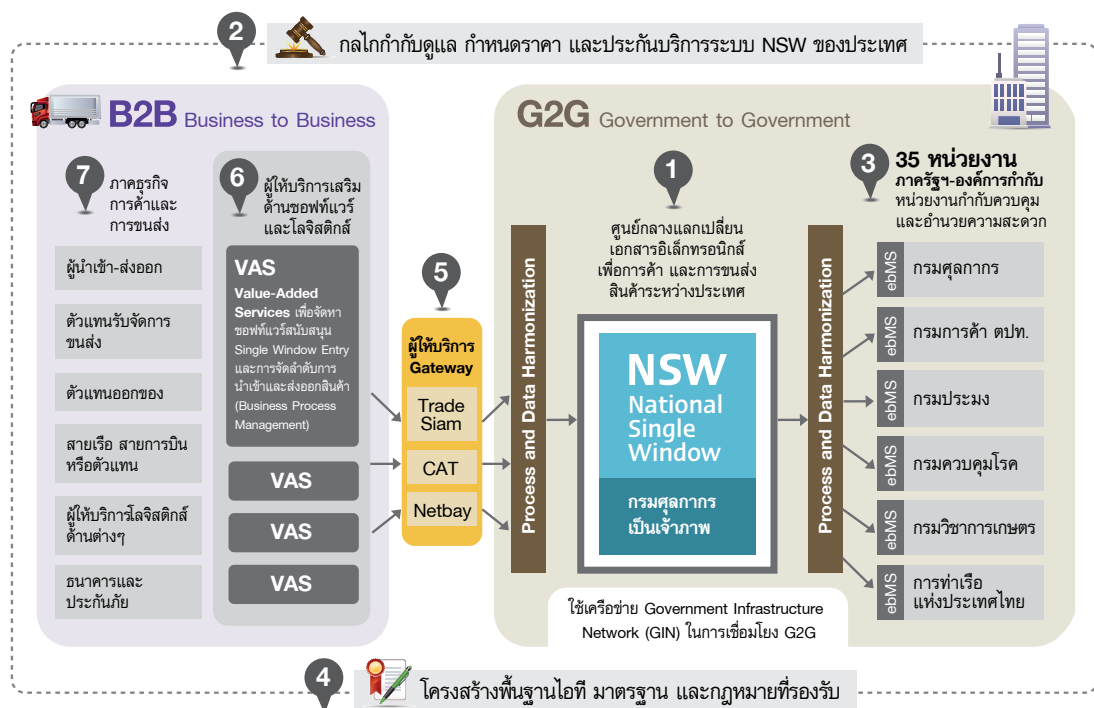


ที่มา: ข้อมูลจากกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และสภาพัฒน์ฯ

โดยพบว่า ประเทศในกลุ่มอาเซียนรวมทั้งไทย ได้เร่งดำเนินงานตามแผน **National Single Window (NSW)** เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลเข้ากับระบบ **ASW** แล้ว โดยปัจจุบันได้มีการทดลองใช้งานจริงแล้วใน 4 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย และคาดว่าจะสามารถใช้งานได้อย่างเต็มรูปแบบภายในปี 2015 (ระบบ NSW ของไทยได้เริ่มทดสอบทางเทคนิคกับประเทศอินโดนีเซียตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2012) ขณะที่บรูไนและเวียดนามกำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาระบบเพื่อเตรียมทดลองใช้งานจริงในปี 2015 ส่วนกัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นของการพัฒนาระบบ NSW โดยได้เริ่มมีการประยุกต์ใช้ระบบ E-customs อย่างจริงจังมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งในการพัฒนาจนสามารถใช้งานได้อย่างเต็มรูปแบบ

สิ่งที่ผู้ประกอบการไทยต้องเตรียมความพร้อมในการรองรับ ASW คือ การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร รวมถึงการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับบริษัทคู่ค้าในอาเซียน ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำเอกสารทางการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมาตรฐานสากลร่วมกัน หรือแม้แต่การพัฒนา application และ software ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับรูปแบบการชำระเงินแบบ E-payment ยกตัวอย่างเช่น software เพื่อรองรับการสอบถามข้อมูลสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การโอนเงินด้วยระบบอัตโนมัติผ่านระบบเครือข่าย การใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-signature) การรับ-ส่ง แลกเปลี่ยนข้อมูล และยืนยันเอกสารทางศุลกากรด้วยระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange: EDI) ในขณะที่ภาครัฐเองก็จำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนให้ระบบ NSW เป็นเครื่องมือและตัวกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทยกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศได้อย่างแท้จริง

## 14 องค์ประกอบหลักของระบบ National Single Window (NSW) ของไทย



ebMS หรือ ebXML Messaging Service คือ มาตรฐานที่ใช้ในการรับ-ส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (communication protocol) ในระบบศุลกากรไร้กระดาษและ National Single Window (NSW) ของประเทศที่มีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย

ที่มา: ข้อมูลจากกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร



**ซึ่งลิงคโปร คือ ตัวอย่างหนึ่งของความสำเร็จ และประเทศต้นแบบ (role model) ในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากระบบ NSW** และมีส่วนทำให้ลิงคโปรได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศที่มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ (Logistic Performance Index: LPI) ที่ดีที่สุดในโลกอีกด้วย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันให้เกิดระบบ “TradeNet” เพื่อรองรับการนำเข้าและส่งออก โดยระบบดังกล่าวนี้จะทำหน้าที่ออกใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ และเชื่อมระบบ E-customs เข้ากับหน่วยงานสำคัญๆ ในลิงคโปร ซึ่งนอกจากจะช่วยลดขั้นตอนในการกรอกแบบฟอร์มต่างๆ ลงแล้ว ยังสามารถพิมพ์เอกสารดังกล่าวจากระบบอินเทอร์เน็ต และใช้เป็นเอกสารฉบับจริง รวมทั้งสามารถรองรับผลการอนุมัติได้ภายใน 15 นาทีอีกด้วย ซึ่งสามารถช่วยประหยัดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ให้กับผู้ประกอบการได้มากถึงกว่าปีละ 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณเกือบ 30,000 ล้านบาท สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนาคารโลก (World Bank) ที่พบว่า หากไทยมีการพัฒนาระบบ NSW ที่มีประสิทธิภาพสูงเช่นเดียวกับลิงคโปร และสามารถใช้งานจริงได้อย่างเต็มรูปแบบภายในปี 2015 ตามที่วางเป้าหมายไว้ ก็จะช่วยย่นระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการส่งออกหรือนำเข้าให้เหลือเพียง 4-5 วันเท่านั้น จากเดิมซึ่งต้องใช้ระยะเวลามากถึง 2 สัปดาห์ รวมทั้งยังช่วยลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอนลงได้ประมาณ 129-311 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อ 1 ธุรกรรม (trade transaction) หรือมากถึง 20-40% ของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเลยทีเดียว

**นอกจากการพัฒนาและเชื่อมโยงระบบศุลกากรร่วมกันแล้ว ... Self-Certification คือ อีกหนึ่งเครื่องมือและความตกลงการค้า** สินค้าของอาเซียนที่ช่วยเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการขนถ่ายสินค้า และลดต้นทุนของผู้ส่งออกนอก จากประโยชน์ที่จะได้รับจากการเชื่อมโยงระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ร่วมกันแล้ว ผู้ส่งออกที่ได้รับสิทธิรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าและผ่านการขึ้นทะเบียนจากกรมการค้าต่างประเทศ หรือ certified exporter ยังสามารถใช้ประโยชน์จากระบบ Self-Certification เพื่อรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในใบกำกับสินค้า (invoice) หรือในเอกสารทางการค้าอื่นๆ ตามรูปแบบที่กำหนด เพื่อขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรในกลุ่มอาเซียน โดยไม่จำเป็นต้องให้หน่วยงานภาครัฐออกใบรับรองทุกครั้งตามระบบเดิม อย่างไรก็ตาม สินค้าที่จะใช้สิทธิดังกล่าว ต้องเป็นสินค้าที่มีการผลิตเป็นไปตามกฎด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin: ROO) ของอาเซียนเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันกำลังอยู่ระหว่างการจัดทำโครงการนำร่องในประเทศสมาชิกอาเซียน 4 ประเทศ ได้แก่ ลิงคโปร มาเลเซีย บรูไน และไทย และเตรียมการสำหรับนำไปใช้ในอินโดนีเซียและเวียดนามต่อไป

**ทั้งนี้ คาดว่าระบบดังกล่าวนี้จะสามารถเริ่มใช้งานได้พร้อมกันทั่วอาเซียนภายในปี 2015 ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และต้นทุนในการส่งออก รวมทั้งส่งเสริมให้การค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต** ซึ่งผู้ประกอบการไทยจึงควรหันมาศึกษาและใช้ประโยชน์จากกลไกนี้อย่างจริงจังมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพบว่ายังมีจำนวนผู้ประกอบการเข้ามาใช้ประโยชน์จากระบบ Self-Certification ไม่มากนัก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ผู้ส่งออกไทยส่วนใหญ่ยังไม่ทราบว่าสามารถทำได้ หรืออาจจะยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับ ROO ของอาเซียนดีเท่าที่ควร ยิ่งไปกว่านั้น ระบบ Self-Certification ยังต้องมีเงื่อนไขว่าประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้าจะต้องใช้ระบบนี้ด้วยกันทั้งคู่ รวมทั้งยังเป็นระบบที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจกันภายใต้สมมติฐานที่ว่าผู้ส่งออกจะแจ้งข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงเท่านั้น จึงจะทำให้ระบบดังกล่าวนี้ขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ยิ่งไปกว่านั้น การสร้างมาตรฐานสินค้านร่วมกันของกลุ่มอาเซียน คือ อีกหนึ่งแต้มต่อและใบเบิกทางที่ช่วยให้การขนส่งสินค้าทำได้สะดวกมากขึ้น** เน้นอนว่าโอกาสและแต้มต่อทางการค้าของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นย่อมมาจากความได้เปรียบในเรื่องคุณภาพสินค้า รวมไปถึงการได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในตลาดอาเซียน โดยปัจจุบันอาเซียนได้มีการปรับมาตรฐานสินค้าให้สอดคล้องกัน และการจัดทำความตกลงการยอมรับร่วม (Mutual Recognition Agreement: MRA) โดยกำหนด MRA ไว้สำหรับสินค้าอุตสาหกรรม 8 กลุ่ม ได้แก่ เครื่องสำอาง ยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ อาหาร ยา วัคซีนโรค ยาง และยาแผนโบราณ ซึ่งจะทำให้สินค้าที่ผ่านมาตรฐานดังกล่าว สามารถส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดอาเซียนได้ง่ายขึ้น รวมทั้งยังช่วยลดต้นทุนทางธุรกิจในการจัดทำรายงานผลการทดสอบสินค้าก่อนวางจำหน่ายในตลาดอาเซียน และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าสำหรับผู้บริโภคอีกด้วย

## 15 ข้อมูลเปรียบเทียบกระบวนการส่งออก-นำเข้า ระหว่างไทยและสิงคโปร์

|                                                                                                                                |                                | ไทย      |          | สิงคโปร์                                        |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------|----------|-------------------------------------------------|------------|
| กระบวนการด้านการ<br>ส่งออก                                                                                                     | ระยะเวลา<br>ดำเนินการ<br>(วัน) |          |          | ค่าใช้จ่ายใน<br>การดำเนินการ<br>(ดอลลาร์สหรัฐฯ) |            |
|                                                                                                                                |                                | ไทย      | สิงคโปร์ | ไทย                                             | สิงคโปร์   |
|  <b>การจัดเตรียมเอกสาร</b>                    | 8 → 1                          |          |          | 175 → 116                                       |            |
|  ขั้นตอนและพิธีการ<br>ทางศุลกากร              | 1                              | 1        |          | 50                                              | 50         |
|  การเคลื่อนย้ายสินค้า<br>จากท่าเรือ/Terminal | 3                              | 1        |          | 160                                             | 150        |
|  การเคลื่อนย้าย และ<br>กระจายสินค้าทางบก    | 2                              | 2        |          | 200                                             | 140        |
| <b>รวมทั้งหมด</b>                                                                                                              | <b>14</b>                      | <b>5</b> |          | <b>585</b>                                      | <b>456</b> |

|                                                                                                                             |                                | ไทย      |          | สิงคโปร์                                        |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------|----------|-------------------------------------------------|------------|
| กระบวนการด้านการ<br>นำเข้า                                                                                                  | ระยะเวลา<br>ดำเนินการ<br>(วัน) |          |          | ค่าใช้จ่ายใน<br>การดำเนินการ<br>(ดอลลาร์สหรัฐฯ) |            |
|                                                                                                                             |                                | ไทย      | สิงคโปร์ | ไทย                                             | สิงคโปร์   |
|  <b>การจัดเตรียมเอกสาร</b>               | 8 → 1                          |          |          | 125 → 99                                        |            |
|  ขั้นตอนและพิธีการ<br>ทางศุลกากร         | 2                              | 1        |          | 255                                             | 50         |
|  การเคลื่อนย้ายจาก<br>ท่าเรือ/Terminal   | 2                              | 1        |          | 160                                             | 150        |
|  การเคลื่อนย้าย และ<br>กระจายสินค้าทางบก | 1                              | 1        |          | 210                                             | 140        |
| <b>รวมทั้งหมด</b>                                                                                                           | <b>13</b>                      | <b>4</b> |          | <b>750</b>                                      | <b>439</b> |

ที่มา: ข้อมูล Trading Across Borders จากรายงาน Doing Business ปี 2012 ของธนาคารโลก

**ตัวอย่างหนึ่งของธุรกิจที่น่าสนใจตามข้อตกลง ASEAN MRA คือ การจัดตั้งศูนย์ทดสอบวิจัยพัฒนายานยนต์และชิ้นส่วน** ซึ่งเป็นข้อตกลงที่ประเทศในกลุ่มอาเซียนต้องยอมรับผลการทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์จำนวน 19 รายการร่วมกัน โดยจะมีผลบังคับใช้ภายในปี 2015 ซึ่งหากประเทศไทยมีศูนย์ทดสอบยานยนต์แบบครบวงจรเป็นของตัวเองก็จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเพื่อไปทดสอบในต่างประเทศ รวมทั้งยังช่วยผลักดันให้มีการเพิ่มจำนวนชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศมากขึ้นด้วย และส่งเสริมให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ SMEs มีความแข็งแกร่งมากขึ้นและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันรองรับการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อีกทั้งยังสอดคล้องกับเป้าหมายในการมุ่งสู่การเป็น hub ของอุตสาหกรรมยานยนต์ หรือ ดีทรอยต์แห่งเอเชีย

**นอกจากการมีมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมร่วมกันแล้ว การเร่งผลักดันมาตรฐานสินค้าเกษตรไทย เพื่อเป็นแม่แบบของกลุ่มอาเซียนคือ อีกหนึ่งโอกาสที่ต้องจับตา** เพราะไทยถือได้ว่าเป็นประเทศผู้นำและมีความพร้อมในด้านมาตรฐานสินค้าเกษตรมากที่สุดในกลุ่มอาเซียน ทั้งมาตรฐานของสินค้าพืช (ผักและผลไม้สด) ปศุสัตว์ และประมง ยกตัวอย่างเช่น การกำหนดมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของสินค้าเกษตรนั้นๆ วิธี และขั้นตอนการผลิต มาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยพืชและสัตว์ มาตรฐานด้านสารพิษตกค้าง เป็นต้น ซึ่งหากไทยสามารถผลักดันมาตรฐานเหล่านี้ให้เป็นที่ยอมรับร่วมกันภายในกลุ่มอาเซียน ก็จะมีส่วนช่วยลดอุปสรรคทางเทคนิคในการค้าผักและผลไม้จากการเปิดเขตการค้าเสรีในอาเซียนได้ระดับหนึ่ง รวมทั้งยังเอื้อประโยชน์ต่อการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยไปยังตลาดอาเซียนอีกด้วย ทั้งนี้ พบว่าปัจจุบันไทยมีมาตรฐานสินค้าเกษตรที่ได้รับการรับรองและประกาศเป็น ASEAN standard แล้ว จำนวน 29 มาตรฐาน ทั้งมาตรฐานผลไม้ (18 รายการ) และมาตรฐานผัก (11 รายการ) โดยสำหรับปี 2012-13 จะมีการพิจารณาขยายเพิ่มอีก 9 มาตรฐานสินค้าเกษตร เพื่อช่วยให้การส่งออกภายในกลุ่มอาเซียนมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ความเชื่อมโยงด้านการค้าข้ามประเทศนั้นนอกจากจะอำนวยความสะดวกด้านการค้าแล้ว ยังจะเป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดการสร้างเครือข่ายการผลิตในห่วงโซ่อุปทานระดับภูมิภาค เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของแต่ละประเทศอีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการที่เข้าใจกลไกการค้าข้ามประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปและสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว จะสามารถสร้างความได้เปรียบในเวทีการค้าโลกได้ในภาวะที่การแข่งขันเข้มข้นมากขึ้นในทุกขณะ

---

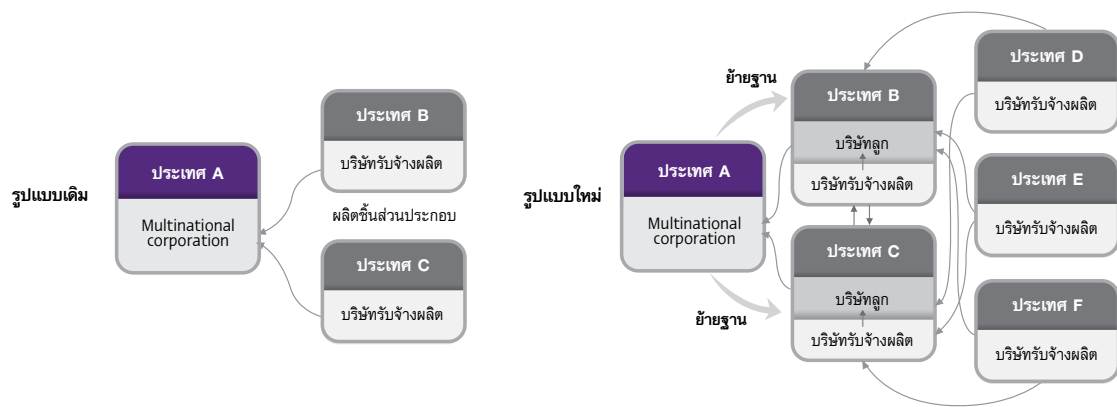
## ความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain connectivity)

ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งและกลไกทางการค้าที่เอื้ออำนวยเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตภายในภูมิภาคอาเซียนเพิ่มมากขึ้นและทำให้ประสิทธิภาพการผลิตปรับตัวดีขึ้น โดยการพัฒนาเครือข่ายการผลิตจะอยู่ในรูปของการเข้าไปลงทุนและการรับช่วงผลิต (outsourcing) ไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาค ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับภายในอาเซียนแล้ว ไทยมีศักยภาพอย่างมากที่จะเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิตของภูมิภาค เนื่องจากมีความได้เปรียบในแง่ทำเลที่ตั้ง ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน และศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมค่อนข้างดี ซึ่งหลายอุตสาหกรรมมีการรวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์ อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ยิ่งหากเครือข่ายการผลิตภายในประเทศมีการพัฒนาเชื่อมต่อการผลิตภายในภูมิภาคด้วยแล้ว จะยิ่งทำให้ภาคการผลิตของไทยมีความเข้มแข็งและการค้าเติบโตต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการพัฒนาทักษะความชำนาญเฉพาะด้านมากขึ้นและเป็นการป้องกันความเสี่ยงกรณีแหล่งผลิตใดแหล่งผลิตหนึ่งในภูมิภาคประสบกับสถานการณ์ที่ทำให้การผลิตต้องหยุดชะงักอีกด้วย

การผลิตในลักษณะของเครือข่ายการผลิตระหว่างประเทศ (international production network) เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การค้าภายในภูมิภาคเติบโตสูง โดยหากดูสัดส่วนการค้าภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออก (intra-regional trade) ต่อการส่งออกทั้งหมดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีการเติบโตสูงขึ้นต่อเนื่อง ปัจจุบันสูงถึงราว 60% ต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าสัดส่วนของการค้าสินค้าประเภทชิ้นส่วนมีมากถึง 40% เมื่อเทียบกับสัดส่วนของการค้าสินค้าขั้นปลายหรือสินค้าสำเร็จรูปที่มีสัดส่วนเพียงราว 25% สะท้อนถึงความเชื่อมโยงของเครือข่ายการผลิตใน supply chain ที่มีการผลิตชิ้นส่วนป้อนตลาดภายในภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วซึ่งมีการลงทุนโดยตรงในประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายเครือข่ายการผลิตไปในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม แนวโน้มที่เกิดขึ้นคือ ประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียจะเริ่มเป็นผู้นำในการขยายเครือข่ายการผลิตไปในภูมิภาคมากขึ้น เช่น ผู้ประกอบการจีนมีการขยายธุรกิจด้วยการสร้างบริษัทลูกในต่างประเทศ โดยเข้าไปลงทุนในภูมิภาคอาเซียนเป็นจำนวนมากและผลักดันให้เกิดการค้าภายในกลุ่มที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

แต่เครือข่ายการผลิตในปัจจุบันมีความซับซ้อนกว่าในอดีตค่อนข้างมาก โดยมีการพึ่งพาชิ้นส่วนจากผู้ผลิตในหลายประเทศ ส่งผลให้โครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) ที่จะมาสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงของการผลิตระหว่างประเทศยังมีความสำคัญ หากดูจากพัฒนาการของเครือข่ายการผลิตมาตั้งแต่ในอดีต จะพบว่า รูปแบบเดิมจะเป็นในลักษณะของการย้ายฐานการผลิตขึ้นส่วนหรือการจัดจ้างผลิตจากภายนอก โดยส่วนใหญ่จะเข้าไปลงทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำและมีการนำสินค้ากลับเข้ามาประกอบเป็นสินค้าขั้นปลายในบริษัทแม่ โดยมีเครือข่ายของการรับจ้างผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่างๆ ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด (Original Equipment Manufacturers: OEM) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน เครือข่ายการผลิตมีความซับซ้อนมากขึ้น กล่าวคือ มีการพึ่งพาชิ้นส่วนจากซัพพลายเออร์หลายราย โดยจะมีการกระจายการผลิตขึ้นส่วนไปยังแหล่งผลิตในหลายประเทศ ในขณะที่ขั้นตอนของการประกอบสินค้าขั้นปลายก็มีการย้ายฐานไปต่างประเทศด้วย โดยแหล่งผลิตที่เป็นศูนย์กลางเครือข่ายประกอบสินค้าส่วนใหญ่จะเลือกประเทศที่มีขนาดตลาดใหญ่ มีความต้องการสูงและมีต้นทุนการผลิตถูก ขณะเดียวกันแหล่งผลิตที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการผลิตจะต้องมีความพร้อมโดยเฉพาะในด้านโลจิสติกส์และการขนส่งที่จะเอื้อให้เกิดการผลิตมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนการบริหารจัดการในด้านต่างๆ อีกด้วย ซึ่งหลายประเทศในเอเชียยังน่าดึงดูดให้เข้ามาลงทุน อาทิ จีนและอาเซียนซึ่งเป็นแหล่งผลิตที่มีความพร้อมทั้งในแง่วัตถุดิบ การจ้างงานและตลาดขนาดใหญ่ที่กำลังซื้อเติบโตสูง

## 16 เครือข่ายการผลิตในปัจจุบันจะมีการกระจาย การผลิตชิ้นส่วนไปยังแหล่งผลิตในหลายประเทศ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

**จีนเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิตในเอเชียและยังมีบทบาทเป็นโรงงานผลิตของโลก (factory of the world)**

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จีนได้กลายเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการผลิตที่สำคัญของโลก เห็นได้จากตัวเลขการนำเข้าสินค้าชั้นกลางเพื่อนำมาประกอบซึ่งมีสัดส่วนมากกว่า 75% ของการนำเข้าทั้งหมด สะท้อนถึงการที่จีนเป็นศูนย์กลางในการประกอบชิ้นส่วนเพื่อการส่งออกสินค้าชั้นปลายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ตัวอย่างที่เห็นชัดคือ บริษัท Apple ตัดสินใจเข้าไปตั้งโรงงานประกอบโทรศัพท์มือถือ iPhone ในจีนเนื่องจากจีนมีเครือข่ายการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่ครอบคลุม และเป็นแหล่งรวมชิ้นส่วนประกอบสำหรับการผลิตสินค้าจำนวนมาก ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอกับความต้องการของตลาด อย่างไรก็ตาม ชีตความสามารถในการแข่งขันของจีนไม่ได้ถูกกำหนดแต่เพียงต้นทุนการผลิตของจีนเท่านั้น แต่ถูกกำหนดมาจากต้นทุนการผลิตของประเทศต่างๆ ที่ส่งออกสินค้าชั้นกลางมายังจีนด้วย ทำให้จีนเริ่มมองหาแหล่งผลิตชิ้นส่วนที่ต้นทุนถูก โดยเฉพาะในอาเซียน ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายการผลิตในภูมิภาคเอเชียมากขึ้นเป็นลำดับ

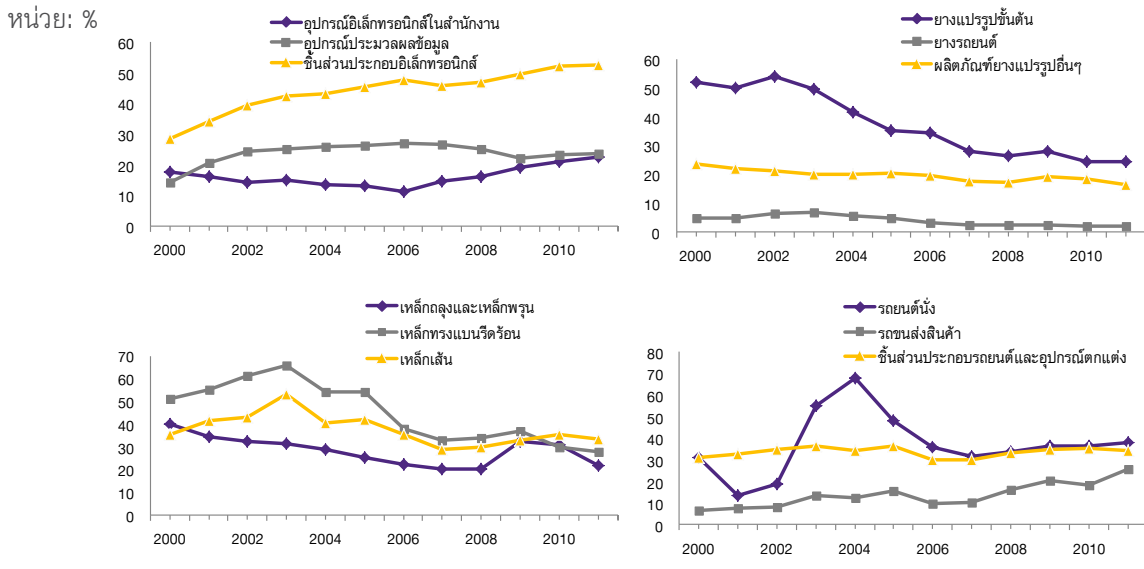
การเปิดเสรี AEC นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิตภายในอาเซียนเพื่อเชื่อมต่อกับห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาคเอเชียอีกทอดหนึ่งด้วย หากดูโครงสร้างการผลิตของประเทศในอาเซียน สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1) กลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน CLMV ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ซึ่งเน้นผลิตชิ้นส่วนที่เน้นการใช้แรงงานในการผลิต 2) มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นฐานการผลิตหลักของอุตสาหกรรมที่สำคัญ เช่น อิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ 3) สิงคโปร์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าเทคโนโลยี โดยมีมาเลเซียและไทย เข้ามาร่วมผลิตในบางส่วน ในการนี้ จะเห็นว่าไทยมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานภายในภูมิภาคเนื่องจากมีความสะดวกในการทำธุรกิจ ความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐาน และยังมีความคาบเกี่ยวทั้งในแง่การเป็นฐานการผลิตหลักและกำลังเริ่มก้าวไปสู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าเทคโนโลยีที่สูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ การเปิดเสรีภายใต้ AEC ซึ่งจะทำให้อัตราภาษีภายในกลุ่มปรับลดลง ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลางต่ำลง ยิ่งไปกว่านั้น ในแง่ของทำเลที่ตั้ง ไทยยังมีความได้เปรียบเนื่องจากอยู่บริเวณศูนย์กลางของภูมิภาคและมีเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคได้มากกว่า ทำให้ได้เปรียบในแง่ต้นทุนค่าขนส่งที่ต่ำ

รูปแบบการพัฒนาเครือข่ายการผลิตของแต่ละอุตสาหกรรมมีความต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้า ต้นทุนค่าขนส่ง และวัตถุประสงค์ของการเข้าไปลงทุน โดยทั่วไปการลงทุนขยายเครือข่ายการผลิตสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การลงทุนแนวตั้ง (vertical) กับการลงทุนแนวนอน (horizontal) โดย vertical FDI จะเป็นการลงทุนเพื่อเข้าไปผลิตชิ้นส่วนเพียงบางส่วนและมีการส่งกลับไปยังประกอบยังบริษัทแม่ ซึ่งจะเหมาะกับสินค้าที่สามารถแยกชิ้นส่วนออกมาได้ง่าย มีขนาดเล็ก และน้ำหนักเบาทำให้ต้นทุนขนส่งไม่สูงมากนัก อาทิ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่มีการย้ายฐานการผลิตชิ้นส่วนมายังประเทศในเอเชีย โดยปัจจัยสนับสนุนในการเลือกแหล่งลงทุนจะเน้นไปที่แหล่งลงทุนที่มีต้นทุนแรงงานถูก ทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ รวมไปถึงมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่ให้สิทธิประโยชน์ ขณะเดียวกัน ก็มีการ outsource การผลิตไปยังแหล่งต่างๆ ด้วย

ในทางกลับกัน horizontal FDI จะเป็นการลงทุนย้ายฐานการผลิตเกือบจะครบวงจรของห่วงโซ่อุปทาน ยกเว้นเพียงบางชิ้นส่วน เช่น ส่วนประกอบที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีสูงซึ่งบริษัทแม่ยังไม่ต้องการเผยแพร่เทคโนโลยีออกไปที่อื่น เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะเลือกย้ายฐานไปยังประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่ มีความต้องการสินค้าจำนวนมาก กำลังซื้อเติบโตดี และมีวัตถุดิบจำนวนมากเป็นต้น และสาเหตุที่ต้องย้ายฐานไปครบวงจรเนื่องจากลักษณะสินค้ามีต้นทุนค่าขนส่งสูง อาทิ อุตสาหกรรมรถยนต์ ยางแปรรูป ซึ่งถ้าดูตัวเลขการค้า ชิ้นส่วนรถยนต์และผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขึ้นต้นภายในภูมิภาคที่มีสัดส่วนลดลง ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการลงทุนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะในอาเซียน เพื่อผลิตสินค้าชั้นปลายเช่น ลูกมียาง ยางรถยนต์ และรถยนต์เพื่อสนับสนุนการเติบโตทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกอีกด้วย โดยหากเปรียบเทียบโครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์จะพบว่า ต้นทุนหลักของอุตสาหกรรมยานยนต์จะมาจากวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลางประมาณ 60%-70% ของต้นทุนรวม ขณะที่ต้นทุนแรงงานอยู่ที่ราว 10% ของต้นทุนรวม แต่สิ่งที่แตกต่างคือต้นทุนค่าขนส่ง จะพบว่าอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จะมีสัดส่วนของต้นทุนขนส่งเพียงราว 1-2% เทียบกับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีสัดส่วนราว 5% ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์เหมาะที่จะพัฒนาเครือข่ายการผลิตในลักษณะของ horizontal มากกว่า

## 17 บางอุตสาหกรรมมีการค้าสินค้าขั้นต้นและขั้นกลางเพิ่มขึ้น สะท้อนถึงศักยภาพของเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาค

สัดส่วนการค้าสินค้าภายในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก ตามประเภทอุตสาหกรรม

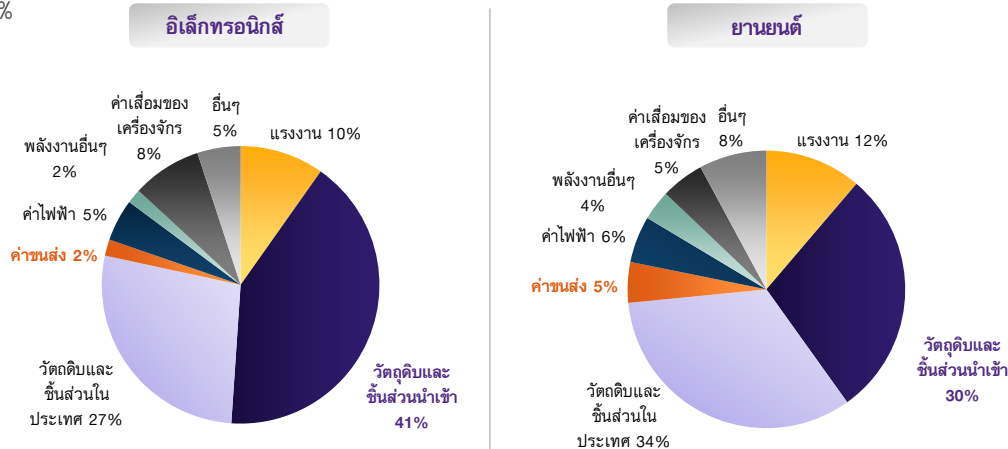


ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ UNCTAD

## 18 โครงสร้างต้นทุนค่าขนส่งของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ ที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายการผลิตในภูมิภาค

เปรียบเทียบโครงสร้างต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์

หน่วย: %

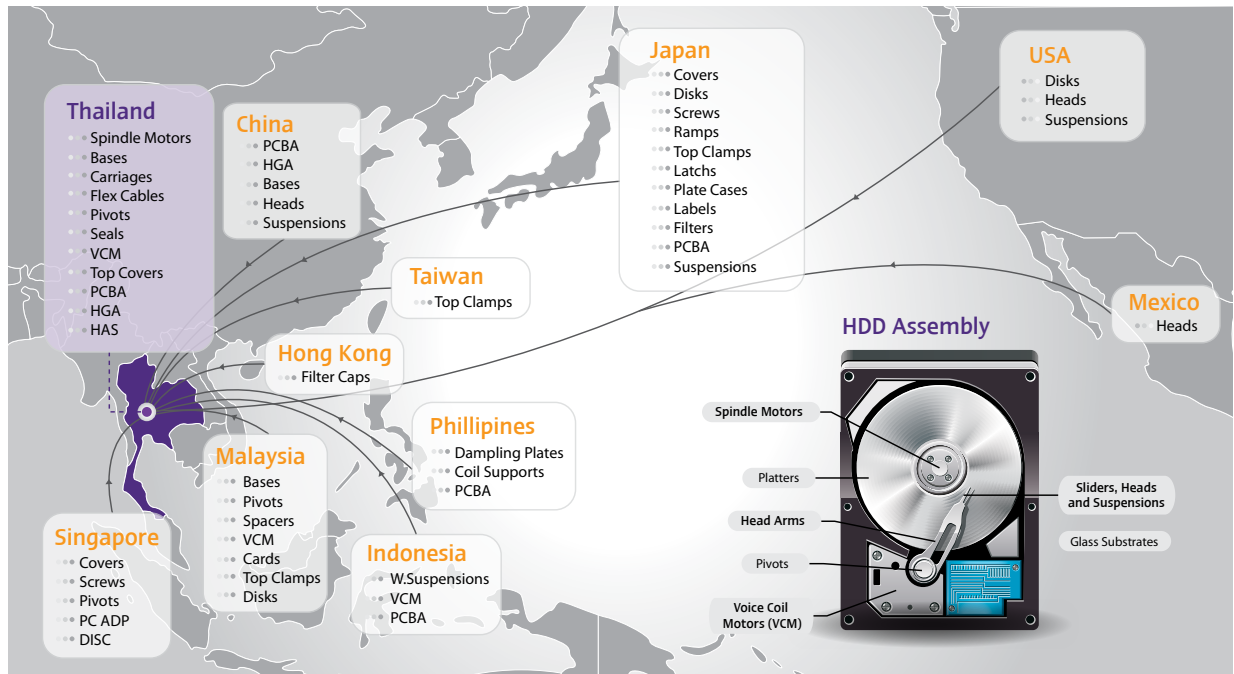


ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Apichat and Korrakot (2009), "Evaluation of the fragmentation and relocation of electronics and automotive and related industries to CLMV countries view points of Thailand"



ตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาเครือข่ายการผลิตในรูปแบบ vertical คือ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเครือข่ายการผลิตในภูมิภาคเอเชียมีการพัฒนาเชื่อมโยงกันค่อนข้างมากแล้ว และนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตของอาเซียน โดยจะพบว่าการค้าชิ้นส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจาก 28% ในปี 2000 เป็น 53% ในปี 2011 ทั้งนี้ แม้ว่าจีนจะเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ (HDD) ที่จีนกลายเป็นอันดับ 1 แซงหน้าไทยไปแล้ว แต่ไทยยังมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการผลิตในภูมิภาค เนื่องจากไทยเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์สำคัญในภูมิภาค มีห่วงโซ่อุปทานการผลิตที่เชื่อมโยงทั้งผู้ผลิตในประเทศและต่างประเทศค่อนข้างครบวงจร เนื่องจากบริษัทที่เป็นเจ้าของ brand หลักๆ ล้วนแล้วแต่มีฐานการผลิตในไทย ขณะเดียวกัน ซัพพลายเออร์ของชิ้นส่วนประกอบหลักๆ ของ HDD อาทิ มอเตอร์หมุนแผ่น (spindle motors) ข้อต่อ (pivots) มอเตอร์ขับเคลื่อนหัวอ่าน (Voice Coil Motors: VCM) มีการย้ายฐานการผลิตตามมาและสร้างเครือข่ายการผลิตไปยังบริษัทรับจ้างผลิตชิ้นส่วนต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นลักษณะ vertical disintegration คือ การผลิตแยกออกจากกันหมด ทางออกหนึ่งของการพัฒนาเครือข่ายการผลิตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่น่าสนใจคือการจับกลุ่มย่อยภายในคลัสเตอร์ (sub-cluster) เพื่อให้เกิดการพัฒนาภายในกลุ่มควบคู่กับการพัฒนาคลัสเตอร์โดยรวมอีกด้วย

## 19 เครือข่ายการผลิต HDD ของไทย มีการนำชิ้นส่วนมาจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะจากเอเชีย



ที่มา: Hiratsuka, Disuke "Vertical Intra-regional production networks in East Asia: Case of the Hard Disk Drive industry in East Asia"

**อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการควรปรับปรุงเครือข่ายโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพและยกระดับการผลิตไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น** การพัฒนาให้เกิดความเชื่อมโยงของเครือข่ายควรเน้นไปที่ระบบโลจิสติกส์และการขนส่งรวมถึงประสิทธิภาพในการบริหารระบบ คลังสินค้าในระบบ just-in-time เพื่อให้การขนส่งสินค้าภายในภูมิภาคเป็นไปอย่างสะดวก ทันเวลา เนื่องจากสินค้า อาทิเช่น สินค้าอิเล็กทรอนิกส์มีอายุสินค้าสั้นจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงเร็ว ความรวดเร็วในการนำมาประกอบเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งตามปกติ ขั้วปลายเออร์ทั้งในและต่างประเทศจะนำสินค้ามาส่งยังคลังสินค้าแบบ just-in-time หลายครั้งต่อสัปดาห์ ดังนั้น ความพร้อมของสินค้าที่อยู่ในคลังสินค้าจึงมีความสำคัญเนื่องจากสินค้าในคลังสินค้าจะต้องถูกส่งต่อไปยังโรงงานประกอบให้ทันเวลาตามที่กำหนด นอกจากนี้ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ยังควรพัฒนาไปสู่การพัฒนาการออกแบบสินค้าได้เอง (Original Design Manufacture: ODM) และสนับสนุนการผลิตชิ้นส่วนต้นน้ำเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วย ขณะเดียวกันก็อาจจะ outsource การผลิตบางส่วนที่ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีสูงมากไปยังประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV เช่น มอเตอร์ไฟฟ้าสำหรับ HDD เป็นต้น

**สำหรับอุตสาหกรรมที่เหมาะสมที่จะพัฒนาเครือข่ายการผลิตในลักษณะของ horizontal ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งผู้ประกอบการควรพัฒนาให้เกิดความเชื่อมโยงของคลัสเตอร์ในแต่ละประเทศ อาทิ การแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี รวมไปถึงบทบาทในการเป็นแหล่งผลิตสำรองที่จะช่วยลดความเสี่ยงกรณีแหล่งผลิตในไทยมีสถานการณ์ที่ทำให้การผลิตหยุดชะงัก** โดยพบว่า ประเทศที่มีศักยภาพในการขยายตลาดสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เห็นชัดคือ อินโดนีเซีย ซึ่งมีตลาดขนาดใหญ่รองรับและมีแนวโน้มเติบโตสูง การพึ่งพาชิ้นส่วนจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด อีกทั้งการผลิตรถยนต์คันหนึ่งต้องอาศัยชิ้นส่วนจากซัพพลายเออร์หลายรายเพื่อประกอบตลาด ดังนั้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จึงสามารถผลิตเพื่อป้อนให้กับรถยนต์หลากหลายแบรนด์ทั้งในและต่างประเทศได้ ดังนั้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ในไทยจึงน่าจะอาศัยโอกาสเข้าไปตั้งโรงงานในอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นเพื่อป้อนชิ้นส่วนประกอบให้กับโรงงานผลิตรถยนต์ในอินโดนีเซีย โดยจะมีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา ตลอดจน รูปแบบการบริหารจัดการระหว่าง 2 โรงงานด้วย นอกจากนี้ การกระจายการผลิตยังช่วยลดความเสี่ยงหากเกิดสถานการณ์ที่ทำให้การผลิตหยุดชะงัก ดังเช่นกรณีของเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิในญี่ปุ่นรวมถึงน้ำท่วมครั้งใหญ่ในไทย ซึ่งหากมีโรงงานผลิตชิ้นส่วนในอีกประเทศหนึ่ง ก็จะทำให้การผลิตไม่หยุดชะงักลงอีกด้วย

**ธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรควรผลักดันการพัฒนาเครือข่ายการผลิตในภูมิภาคมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในรูปแบบ vertical และ horizontal ได้แก่ ยางพารา น้ำตาล อาหารทะเล** โดยผู้ประกอบการไทยสามารถขยายฐานการผลิตไปยังประเทศ CLMV โดยอาจจะเป็นในลักษณะของการอาศัยพื้นที่เพาะปลูกและส่งวัตถุดิบมาแปรรูปในประเทศ หรืออาจจะเข้าไปผลิตแบบครบวงจร ตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการตั้งโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อส่งออกไปยังตลาดประเทศที่ 3 ต่อไป เนื่องจากประเทศเหล่านี้ยังมีพื้นที่เพาะปลูกและวัตถุดิบอุดมสมบูรณ์ ค่าแรงราคาถูก อีกทั้งยังได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ในฐานะประเทศที่ไม่จัดอยู่ในกลุ่มรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง และกลุ่มรายได้สูง ในขณะที่ไทยคาดว่าจะโดนตัดสิทธิ GSP จาก EU ในสินค้าทั้งหมดในปี 2015 เนื่องจากไทยเข้าเกณฑ์ไปอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง (upper-middle income countries) เป็นเวลา 3 ปีติดต่อกัน จากการจัดลำดับโดยธนาคารโลก โดยสินค้าเกษตรสำคัญที่ใช้สิทธิ GSP สูงและมีแนวโน้มได้รับผลกระทบอย่างมากจากการยกเลิกสิทธิดังกล่าว อาทิ อาหารทะเลแปรรูป ผลไม้กระป๋อง และถั่วมีอย่างที่ไม่ได้ใช้ในทางการแพทย์

**ยิ่งไปกว่านั้น การกระจายการผลิตไปยังประเทศอื่นในภูมิภาคจะเป็นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมและทำให้เกิด vertical specialization มากขึ้น** แม้ว่าการกระจายการผลิตไปยังต่างประเทศจะทำให้ต้นทุนในส่วนของการขนส่งและ logistic เพิ่มขึ้น แต่ในแง่ต้นทุนการผลิต จะได้ประโยชน์จากค่าจ้างแรงงานถูกโดยเฉพาะในประเทศ CLMV ซึ่งจากการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เทียบกับอุตสาหกรรมยานยนต์ จะเห็นได้ว่า โดยรวมสัดส่วนของต้นทุนแรงงานของ

---

ทั้ง 2 อุตสาหกรรมยังสูงกว่าต้นทุนค่าขนส่งค่อนข้างมาก ดังนั้น แม้ต้นทุนค่าขนส่งจะเพิ่มขึ้นแต่ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมอาจลดต้นทุนการผลิตได้จากประโยชน์ในเรื่องต้นทุนค่าแรงที่ถูกลง อีกทั้ง การเปิดเสรี AEC จะทำให้ต้นทุนทางภาษีปรับลดลงอีกด้วย นอกจากนี้ หากผู้ผลิตชิ้นส่วนแต่ละชิ้นมียอดคำสั่งซื้อมาจากหลายแหล่งรวมถึงจากอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องก็จะสามารถผลิตสินค้าจำนวนที่มากขึ้นซึ่งจะทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (economy of scale) อีกด้วย อีกทั้งยังทำให้เกิดความชำนาญในการผลิตแต่ละชิ้นส่วน รวมทั้งมีความร่วมมือและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันภายในเครือข่ายด้วยจนกลายเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนในระดับสากล

**การพัฒนาให้เกิดความเชื่อมโยงของเครือข่ายการผลิตยังเป็นปัจจัยสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศให้เติบโตอีกด้วย** เนื่องจากเครือข่ายของการผลิตส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาชิ้นส่วนประกอบที่เน้นการผลิตโดยใช้แรงงานจำนวนมากค่อนข้างมาก ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีสัดส่วนถึงราว 90% ของผู้ประกอบการทั้งหมดจะมีบทบาทสำคัญในการผลิตชิ้นส่วนเพื่อป้อนให้กับสายการผลิตหลัก ยิ่งมีการพัฒนาเครือข่ายการผลิตมากเท่าใด SMEs ก็จะมีโอกาสที่จะเติบโตขยายการผลิตไปสู่การผลิตที่ขนาดใหญ่ขึ้น และสามารถอาศัยประโยชน์จาก economy of scale ได้มากขึ้นด้วย รวมทั้ง SMEs อาจอาศัยโอกาสในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต โดยหาพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมกันพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทแม่ต้องการ

**อย่างไรก็ดี การที่ไทยจะเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตในห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาคอาเซียนได้นั้น เราจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตในห่วงโซ่อุปทาน และผลักดันไปสู่การผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น โดยพัฒนาศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม การผลิตใหม่ๆ ตลอดจน การทำการตลาดและสร้างแบรนด์ เพื่อสร้างอำนาจต่อรองของผู้ประกอบการไทย ขณะเดียวกันเราจะต้องสร้างเครื่องมือที่จะเอื้ออำนวยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศในภูมิภาคเกิดความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนการสร้างเชื่อมโยงในด้านการเคลื่อนย้ายเงินทุนเพื่อให้รองรับการเติบโตของการขยายเครือข่ายการผลิตของผู้ประกอบการในอนาคตอีกด้วย**

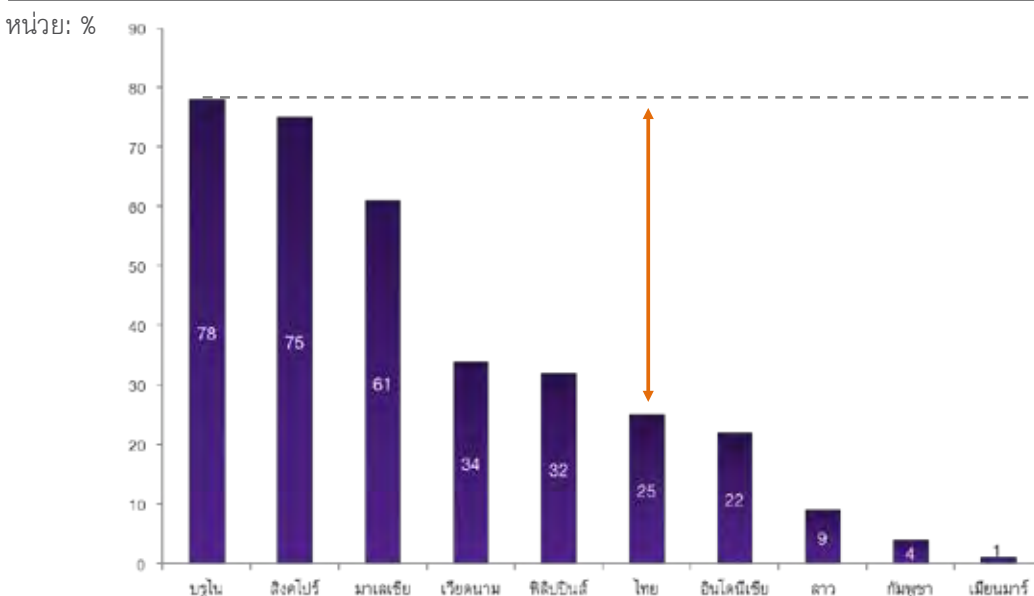
# 3 ความเชื่อมโยงออนไลน์ (Virtual connectivity) ... ช่องทางที่ไม่ควรมองข้ามในการเข้าถึงลูกค้าในยุคดิจิทัล

เทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนามากขึ้นโดยเฉพาะระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ได้ทำให้เกิดความเชื่อมโยงออนไลน์ (Virtual connectivity) ระหว่างกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และการพูดคุยผ่านเว็บบอร์ดต่างๆ และปัจจุบันได้พัฒนากลายมาเป็นการสื่อสารผ่านเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ที่ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ จากข้อดีที่การสื่อสารดังกล่าวมีทุนที่ต่ำลงอย่างต่อเนื่องแต่สามารถให้ผลลัพธ์ในการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการ และเข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกที่และทุกเวลา ทำให้ภูมิทัศน์ของการทำธุรกิจในยุคใหม่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยการเชื่อมโยงสังคมออนไลน์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการทำธุรกิจในยุคใหม่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการแต่ละรายจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้เท่าทันกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นนี้

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะมีแนวโน้มเติบโตอย่างก้าวกระโดด แต่ยังมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ต่ำ อันเป็นผลจากโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมของไทยที่ยังมีความล้าหลังอยู่ ซึ่งถ้าเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนแล้วจะพบว่าไทยยังมียุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวอีกมาก อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมดของไทยในปี 2012 อยู่ที่ 25 % ซึ่งเกิดจากปัจจัยสำคัญคือโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมของไทยยังค่อนข้างล้าหลังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างยาวนาน ในขณะที่ประเทศบรูไน สิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีความพร้อมของโครงข่ายโทรคมนาคมสูง จึงมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงกว่าไทยถึง 2 – 3 เท่าตัว ดังนั้นจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของไทยจึงยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก หากไทยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมไปในทิศทางที่เหมาะสม

## 20 ไทยมีสัดส่วนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้านอีกหลายประเทศ ซึ่งยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมากหากได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม

สัดส่วนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเทียบกับจำนวนประชากรของกลุ่มประเทศในอาเซียน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ internetworldstat.com

---

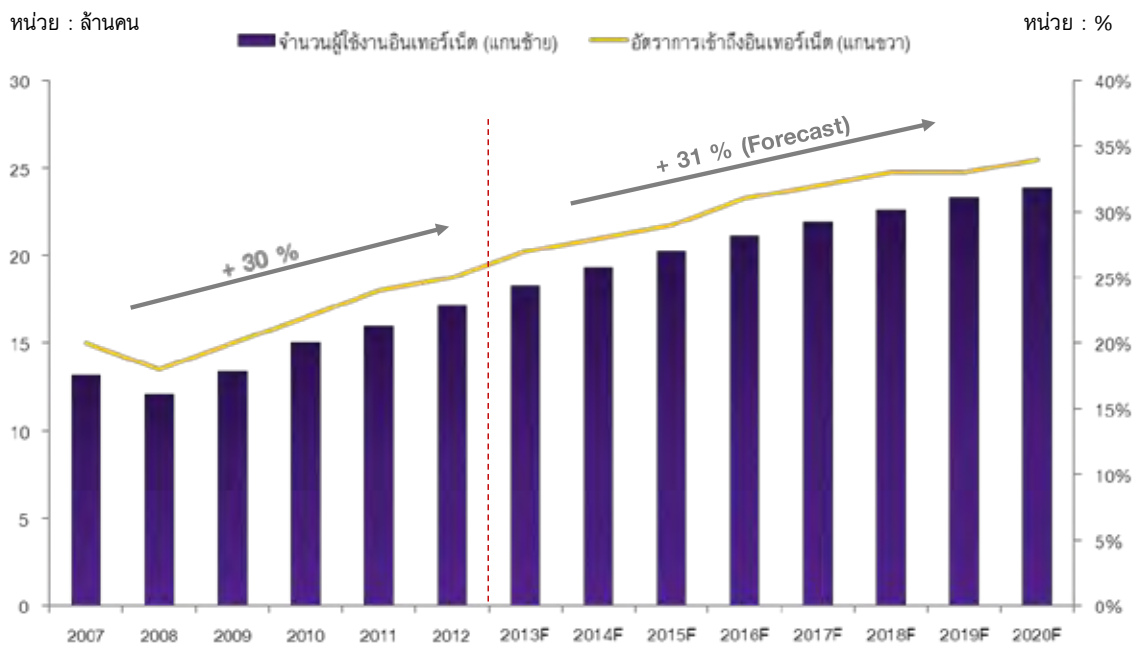
รัฐบาลโดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) จึงได้ผลักดันแนวคิด Smart Network ที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคม เพื่อช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยทางการสื่อสารให้มากขึ้น โดยใช้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจเป็นตัวเริ่มในการผลักดันการรวบรวมเครือข่ายสื่อสารทั้งแบบมีสาย (wireline) และแบบไร้สาย (wireless) ที่ใช้ในการสื่อสารให้ประสานสอดคล้องกัน โครงการ Smart Network มีวัตถุประสงค์ในการขยายโครงข่ายใยแก้วนำแสง (fiber optic) ให้ครอบคลุมประชากร 80% ภายในปี 2015 และ 95% ในปี 2020 ใช้งบประมาณรวม 80,000 ล้านบาท ภายใต้แนวทางการจัดตั้งหน่วยงานบรอดแบนด์แห่งชาติ เพื่อการรวบรวมเครือข่ายการสื่อสารและโทรคมนาคมให้เชื่อมต่อกัน และลงทุนเพื่อยกระดับขีดความสามารถของโครงข่ายให้ทันสมัยมากขึ้น นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้เอกชนลงทุนในโครงข่ายรอง ที่เชื่อมต่อเข้าถึงประชาชนโดยตรง (last mile) อีกด้วย โดยในช่วงแรกของโครงการฯ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงฯ เช่น การสื่อสารแห่งประเทศไทย (CAT) และ องค์การโทรศัพท์ (TOT) จะเป็นผู้เริ่มต้นในการผลักดัน

พร้อมกันนี้ หน่วยงานกำกับคลื่นความถี่หรือ กสทช. ยังได้มีการผลักดันให้เกิดโครงข่ายสื่อสารใหม่ๆ ยกตัวอย่างเช่น การออกใบอนุญาตให้เอกชนลงทุนด้านโครงข่าย 3G บนคลื่นความถี่ 2100 MHz ตั้งแต่ปลายเดือนตุลาคม 2012 ที่ผ่านมา ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมของไทยพัฒนามากขึ้น โดยแผนการลงทุนขยายโครงข่ายในระบบ 3G ที่คลื่นความถี่ 2100 MHz ภายใต้ข้อกำหนดของกสทช.ว่าผู้ชนะประมูลทั้งสามรายคือ AIS, DTAC และ TRUE จะต้องเร่งขยายโครงข่ายให้ครอบคลุม 98% ของพื้นที่ภายในเวลา 3 ปี ซึ่งต้องใช้เม็ดเงินรวมกว่า 120,000 ล้านบาท และจะทำให้ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมที่พัฒนามากขึ้น

ในขณะที่การพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและ Smartphone ในช่วงที่ผ่านมาได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พัฒนาการของอินเทอร์เน็ตที่มีเสถียรภาพและสามารถส่งข้อมูลปริมาณมากด้วยความเร็วสูง ก่อให้เกิดรูปแบบการใช้งานที่มีความหลากหลาย ในขณะที่การพัฒนอุปกรณ์การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบเคลื่อนที่ โดยเฉพาะ Smartphone เป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ในวงกว้างทุกที่และทุกเวลา ถือเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่จะทำให้ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเติบโตมากขึ้น ซึ่งคาดการณ์ว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 24 ล้านคนภายในปี 2020 หรือเพิ่มขึ้นกว่า 31% เมื่อเทียบกับปี 2013

## 21 ไทยมีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องและคาดการณ์ว่าภายในปี 2020 จะมีจำนวนผู้ใช้งานสูงถึง 24 ล้านคน

จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor

สิ่งที่ตามมาจากการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคือ การขยายตัวอย่างรวดเร็วของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ที่มีจุดเด่นเรื่องการใช้งานที่ง่าย ไม่มีค่าใช้จ่ายและมีความน่าสนใจสูง ทำให้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วจนมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ถูกพัฒนาขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เพื่อเป็นช่องทางเชื่อมต่อกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ด้วยจุดเด่นในการใช้งานที่ง่าย ไม่มีค่าใช้จ่ายและมีความน่าสนใจสูง ทำให้การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

## 22 ปัจจุบันมีการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ ตามประเภทการใช้งานที่แตกต่างกันออกมาอย่างมากมาย

สื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ

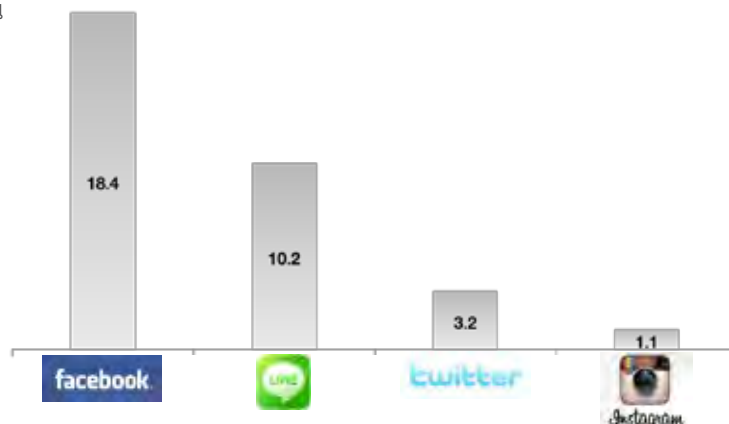


ที่มา: ข้อมูลของ fredcavazza.net

ปัจจุบันคนไทยใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook จำนวน 18.4 ล้านคน มากเป็นอันดับ 13 ของโลก และยังมีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทอื่นอีกเป็นจำนวนมากด้วยเช่นกัน

## 23 เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่ผู้ใช้ชาวไทย โดยเฉพาะ Facebook ที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดถึง 18.4 ล้านคนในปัจจุบัน การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชากรไทยในปี 2013

หน่วย : ล้านคน



ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Socialbakers.com, Zocialinc.com, Zocialrank.com, Thumbsup.in.th



ความเชื่อมโยงออนไลน์ (Virtual Connectivity) ของไทยที่นับวันจะเพิ่มสูงขึ้น อันเกิดจากจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง จะเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้รูปแบบการแข่งขันทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการไทยจึงควรหันมาใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์มากขึ้นโดยศึกษารูปแบบธุรกิจด้านออนไลน์ซึ่งมีความน่าสนใจใน 3 ประเด็นหลัก คือ การสร้างช่องทางการตลาดใหม่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) การสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ๆ จากความเชื่อมโยงออนไลน์ และการขยายตัวของช่องทางการค้าออนไลน์ (E-commerce)

ประเด็นแรกด้านช่องทางการตลาด... เครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญสำหรับธุรกิจยุคใหม่ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลาย จุดเด่นของเครือข่ายสังคมออนไลน์คือสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายเพราะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันหรือเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัท อีกทั้งยังสามารถสื่อสารออกไปในวงกว้างผ่านการบอกต่อหรือแลกเปลี่ยนข้อความในหมู่คนรู้จักของกลุ่มลูกค้าเอง โดยจากการวิจัยพบว่าผู้ใช้งาน Facebook 1 รายจะมีเพื่อนเฉลี่ยประมาณ 229 คน ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญสำหรับธุรกิจในยุคใหม่ บริษัทหลายแห่งจึงเริ่มหันมาทำการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยกลยุทธ์ที่แปลกใหม่และหลากหลาย เช่น

1. Coca-Cola ที่ออสเตรเลีย ออกแคมเปญ Share a Coke ในปี 2011 ด้วยการเปลี่ยนสกรีน logo บนขวดหรือกระป๋องจากคำว่า Coke เป็นชื่อที่คนออสเตรเลียนิยมใช้ 150 ชื่อเพื่อออกจำหน่าย เช่น Share a Coke with Katt, Share a Coke with Matt, Share a Coke with Jack, Share a Coke with Jess และ Share a Coke with Patrick เป็นต้น นอกจากนั้นยังสร้างแอปพลิเคชันบน Facebook ให้คนทั่วไปออกแบบ Logo เป็นชื่อตัวเองพร้อมทั้งสกรีนได้จริงและนำไปส่งให้ถึงบ้าน จนเกิดการแลกเปลี่ยนรูปภาพกระป๋องโค้กกันทั่วทั้งประเทศทำให้ยอดการเยี่ยมชม Facebook ของโค้กประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้น 9 เท่า และเพิ่มยอดขายได้ถึง 7%

2. Diesel ที่สเปน ออกโปรเจกต์ Diesel Cam ติดตั้งตู้ถ่ายรูปให้ลูกค้าที่ลองเสื้อผ้าได้ถ่ายรูปลง Facebook เพื่อรอดูผลตอบรับจากเพื่อน ควบคู่ไปกับการมี QR code ตามสินค้าแต่ละชิ้นให้ลูกค้าได้กดสแกนโพสรูปผลิตภัณฑ์ลง Facebook เช่นกัน

3. C&A บริษัทแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่บราซิลออกโปรเจกต์ Fashion Like โดยจัดให้มีการกด Like สินค้าที่ตัวเองชื่นชอบบนหน้า Fanpage และนำสถิติการกด Like สินค้าแต่ละชิ้นมาแสดงผลแบบเรียลไทม์บนไม้แขวนเสื้อซึ่งออกแบบพิเศษให้มีตัวเลขดิจิทัลสำหรับแสดงผล เพื่อให้ลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าในร้านได้เห็นถึงความนิยมที่มีต่อตัวสินค้านั้น

## 24 ผู้ประกอบการยังสามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้ามาช่วยในการทำธุรกิจได้หลายรูปแบบ

| วัตถุประสงค์                | ตัวอย่างในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| • ช่องทางการประชาสัมพันธ์   | อิชิตัน ใช้ Facebook เพื่อการโปรโมทแคมเปญ 60 วัน ทอง 60 ล้านบาท พร้อมการแจกของรางวัลต่างๆ เช่น ไอโฟน 5                                                                                                                                     |
| • เข้าถึงกลุ่มลูกค้า        | การท่องเที่ยวสิงคโปร์ ใช้ Facebook, Twitter, และ YouTube เพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวของประเทศ พร้อมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดควบคู่กันไป โดยจะมีการสร้างเพจเป็นภาษาต่างๆ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่สิงคโปร์ |
| • ลดต้นทุนประกอบการ         | ร้าน Panicloset ของไทย เน้นการขายเสื้อผ้าออนไลน์ผ่านหน้าเว็บไซต์ และ Facebook เพื่อลดต้นทุนในการมีหน้าร้าน โดยปัจจุบันมีลูกค้าที่เป็นแฟนเพจของร้านสูงถึง 1.1 ล้านบัญชี โดยมีบริการจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ทั่วประเทศ                        |
| • บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า  | ธนาคารไทยพาณิชย์ ใช้ Facebook, Twitter, YouTube และเว็บไซต์ Pantip เพื่อเป็นช่องทางในการรับฟังเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งนำเสนอบริการและสารคดีให้กับลูกค้า                                                       |
| • สร้างความภักดีในตราสินค้า | แสนสิริ ได้ให้บริการ Say Swop ซึ่งเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้ลูกบ้านของแสนสิริได้มาแลกเปลี่ยนสิ่งของเครื่องใช้ในบ้านระหว่างกัน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มลูกบ้านและสร้างความภักดีในตราสินค้าให้กับตัวบริษัท             |
| • วิจัยการตลาด              | ไวตามิน วอเตอร์ ที่ฮ่องกง ได้ทำวิจัยตลาดผ่าน Facebook ด้วยการผลิตเกมส์ผสมเครื่องดื่มน้ำผลไม้ให้ลูกค้าได้ลองเล่นและโหวตรสชาติที่นิยม จนนำไปสู่การออกผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาดและมียอดขายกว่า 1 แสนขวดภายใน 1 อาทิตย์                             |

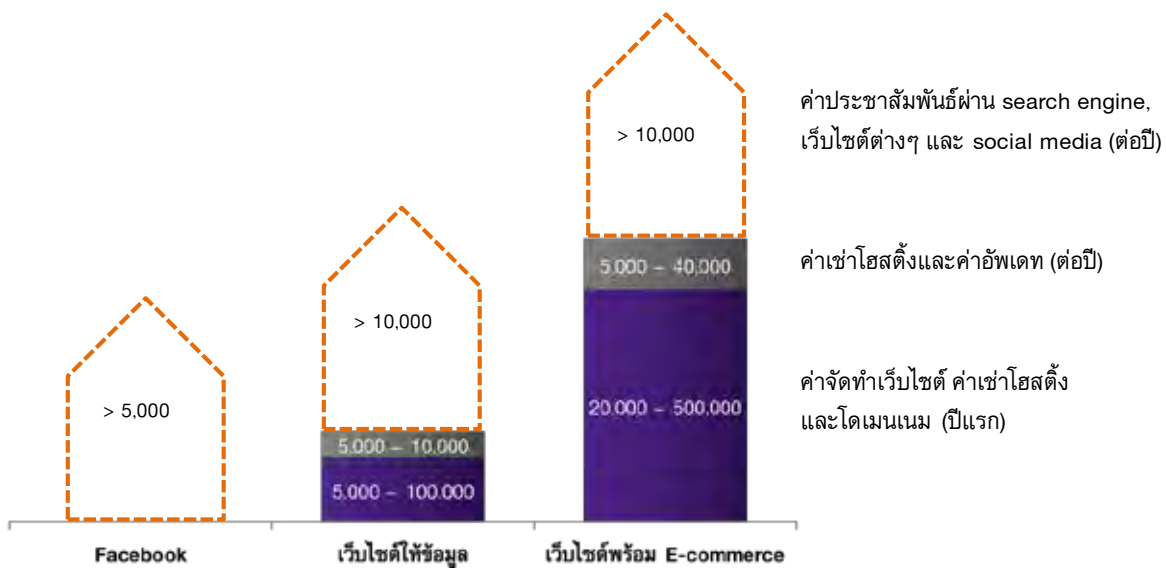
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากการรวบรวมข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

ด้วยจุดเด่นคือต้นทุนที่ต่ำเมื่อเทียบกับการสื่อสารผ่านทางช่องทางอื่น ได้ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) กลายเป็นเครื่องมือที่น่าสนใจในการสร้างช่องทางการตลาดเพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า เครือข่ายสังคมออนไลน์มีต้นทุนในการสร้างช่องทางการตลาดที่ต่ำกว่าการจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูล และเว็บไซต์พร้อม E-commerce เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถทำได้เองโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ อาทิเช่น ค่าจ้างจัดทำเว็บไซต์ ค่าเช่าโฮสติ้ง (hosting) และโดเมนเนม (domain name) โดยยกเว้นเพียงแค่ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ขึ้นกับความต้องการของผู้ประกอบการว่าต้องการทำการส่งเสริมการขายมากน้อยเพียงใด

## 25 เครือข่ายสังคมออนไลน์มีต้นทุนในการสร้างช่องทางการตลาดที่ต่ำกว่าช่องทางอื่นอยู่มาก

ต้นทุนโดยเฉลี่ยในการสร้างช่องทางการตลาดกับลูกค้าทางอินเทอร์เน็ต

หน่วย : บาท



ที่มา : การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลโดย EIC

---

**ประเด็นที่ 2 ด้านการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ๆ จากความเชื่อมโยงออนไลน์ที่เกิดขึ้น... รูปแบบธุรกิจต่างๆ ได้เกิดขึ้นเนื่องจากมีช่องทางใหม่ในการให้บริการ และติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคมากขึ้น** โดยตัวอย่างธุรกิจที่ได้ประโยชน์จากการเติบโตของความเชื่อมโยงแบบออนไลน์คือ

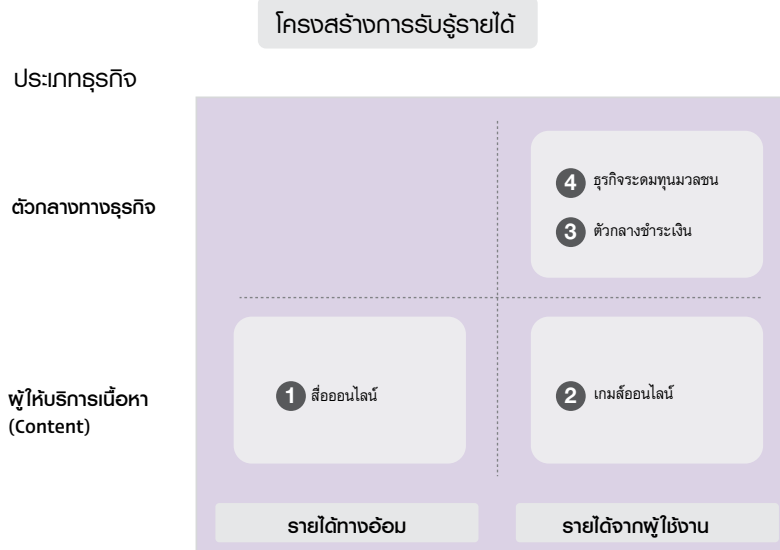
**1. การเกิดสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้จากการขายโฆษณา** แม้จะเป็นรูปแบบธุรกิจที่ดูเหมือนว่าจะเกิดขึ้นมานานพร้อมๆ กับการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต แต่ยังคงมีการเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา เนื่องจากความเชื่อมโยงออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันได้ทำให้ผู้ใช้งานสามารถรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้มากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการสื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ ทั้งรายการโทรทัศน์ออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือเว็บไซต์ให้ความรู้ แนะนำสินค้า หรือบริการต่างๆ ในการพัฒนาเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานเพื่อดึงดูดเม็ดเงินจากการขายโฆษณาที่หวังทำตลาดเฉพาะกลุ่มเหล่านั้น

**2. ธุรกิจพัฒนาโปรแกรมเกมส์ออนไลน์** เช่น บริษัท เอเซียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ของไทย และเป็นผู้ให้บริการเกมส์ออนไลน์ (online games) ในประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ และมีธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การพัฒนาเกมส์ออนไลน์ การให้บริการโฆษณาออนไลน์ และการให้บริการเติมเงินออนไลน์ โดยปัจจุบันได้เปิดให้บริการเกมส์ออนไลน์ทั้งสิ้นรวม 44 เกมส์ ใน 6 ประเทศ มีฐานผู้เล่นเกมส์ออนไลน์ประเภทลงทะเบียนมากกว่า 70 ล้านบัญชี

**3. ธุรกิจตัวกลางการชำระเงินออนไลน์** เช่น PayPal ซึ่งเป็นตัวกลางชำระและรับชำระเงินแบบออนไลน์ที่ปลอดภัยและสะดวก โดยจะตัดเงินผ่านบัตรเครดิตหรือบัญชีธนาคารของผู้ซื้อ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลทางการเงินส่วนบุคคลให้แก่เว็บไซต์เจ้าของสินค้า ปัจจุบัน PayPal ก้าวขึ้นเป็นผู้นำระดับโลกด้านการให้บริการชำระเงินออนไลน์ที่มีบัญชีผู้ใช้งานมากกว่า 153 ล้านบัญชีทั่วโลก และรองรับถึง 24 สกุลเงินทั่วโลก

**4. ธุรกิจการระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding)** ได้สร้างโอกาสให้นักลงทุนทั่วโลกได้ลงทุนในธุรกิจต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น บริษัท Uinvest ที่ใช้ความเชื่อมโยงออนไลน์ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการลงทุนระหว่างเจ้าของธุรกิจและนักลงทุน โดยระดมทุนจำนวนน้อยจากผู้ลงทุนจำนวนมากในอินเทอร์เน็ต และเมื่อธุรกิจที่บริษัทเข้าไปลงทุนเติบโตขึ้น ก็จะปันผลกลับมาถึงยังผู้ร่วมลงทุนทุกราย ในปัจจุบัน Uinvest มีการลงทุนในประเทศยูเครน และประเทศอื่นๆ ในทวีปยุโรป และเริ่มขยายการลงทุนไปยังทวีปต่าง ๆ ทั่วโลก

## 26 ความเชื่อมโยงแบบออนไลน์ ได้สร้างรูปแบบการทำธุรกิจใหม่ๆ ที่มีช่องทางการรับรู้รายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม



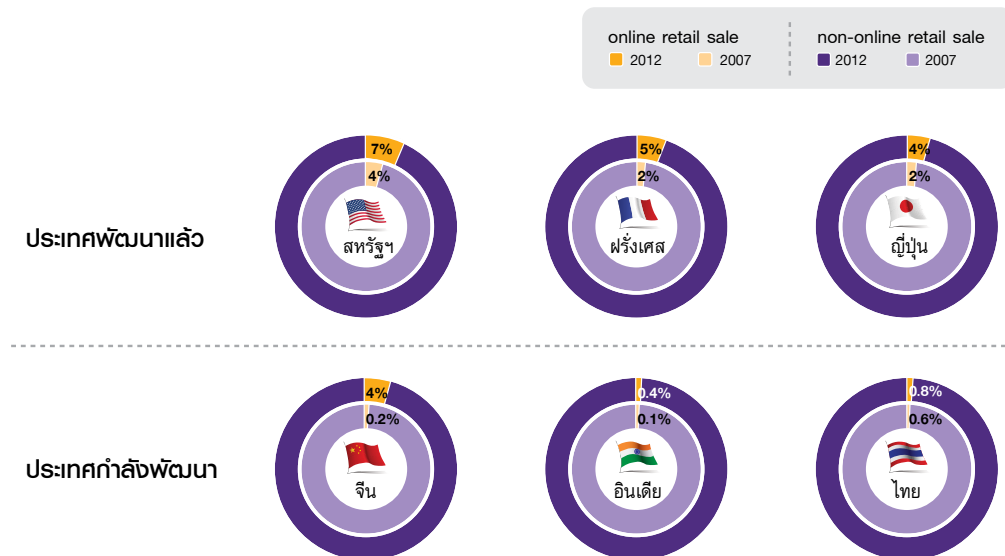
ที่มา: ข้อมูล Trading Across Borders จากรายงาน Doing Business ปี 2012 ของธนาคารโลก

**ประเด็นที่ 3 ด้านการขยายตัวของช่องทางการค้าออนไลน์ (E-commerce)<sup>3</sup>...** ความเชื่อมโยงออนไลน์ยังได้ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ โดยในมุมมองของผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์พบว่า E-commerce ช่วยเพิ่มมูลค่าและปริมาณทางการค้า เพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ และลดต้นทุนได้ เนื่องจากไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนในการมีหน้าร้าน อีกทั้งผู้ประกอบการสามารถโฆษณาขายสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ขณะเดียวกัน ก็ช่วยลดปัญหาความยุ่งยากในการต่อรองราคาสินค้า ส่วนในแง่ของผู้บริโภค E-commerce ช่วยให้ผู้ซื้อประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าและบริการต่างๆ ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้ธุรกิจค้าปลีกนับว่าได้รับอานิสงส์จาก E-commerce ค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับได้ง่ายขึ้น การขยายตลาดโดยลดปัจจัยความเสี่ยงและใช้ต้นทุนที่ต่ำลง ตลอดจนการเรียนรู้และเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในตลาดโลกนับวันจะมีบทบาทเพิ่มขึ้น และมีการเติบโตเฉลี่ยปีละ 13% ในช่วง 2006-2011 โดยพบว่า สัดส่วนรายได้ค้าปลีกออนไลน์ต่อรายได้ทั้งหมดของธุรกิจค้าปลีกเพิ่มขึ้นจากในอดีต เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีสัดส่วนรายได้ค้าปลีกออนไลน์ในปี 2007 อยู่ที่ 4% ของรายได้ค้าปลีกทั้งหมด ปรับสูงขึ้นเป็น 7% ในปี 2012 และหากพิจารณาการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในสองกลุ่มประเทศที่มีระดับการพัฒนาแตกต่างกัน จะเห็นว่าประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่มีสัดส่วนรายได้ในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ต่อรายได้ค้าปลีกทั้งหมดสูงกว่าประเทศกำลังพัฒนา อีกทั้งกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วเหล่านี้ก็พยายามขยายตลาดธุรกิจค้าปลีกของตนเองไปยังต่างประเทศโดยใช้ประโยชน์จาก E-commerce ยกตัวอย่างเช่น ห้าง Neiman Marcus หนึ่งในผู้นำด้านธุรกิจค้าปลีกระดับ luxury ของสหรัฐฯ ได้อาศัยการเข้าไปเป็นเจ้าของร่วมในเว็บไซต์แฟชั่นของจีน เพื่อประเมินความต้องการความพึงพอใจและความสามารถในการซื้อสินค้าระดับ luxury ของลูกค้าชาวจีน ซึ่งเป็นการทดลองการขยายตลาดโดยยังไม่มีเปิดห้างสรรพสินค้าจริงในจีน หรือแบรนด์ Coach ของสหรัฐฯ ที่มีร้านค้า 65 ร้านใน 28 เมืองของจีน ก็ได้ทดลองเปิดร้านค้าออนไลน์กับ Tmall.com (เว็บไซต์ E-commerce รายใหญ่ของจีน) ขายสินค้ากระเป๋ารุ่น limited edition และเมื่อได้รับผลตอบรับดี จึงได้ปรับตัวเปิดร้านค้าออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบในเวลาต่อมา

<sup>3</sup> E-commerce หรือ พาณียอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ธุรกิจที่มีการขายสินค้าและบริการให้ลูกค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือการให้ลูกค้าสั่งซื้อส่งของสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ผ่านทางเว็บไซต์ หรือ e-mail) ส่วนการชำระเงินหรือจัดส่งสินค้าจะผ่านช่องทางใดก็ได้

## 27 ในช่วงที่ผ่านมามีสัดส่วนรายได้ของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ต่อรายได้ธุรกิจค้าปลีกทั้งหมดของประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่สูงกว่าประเทศกำลังพัฒนา



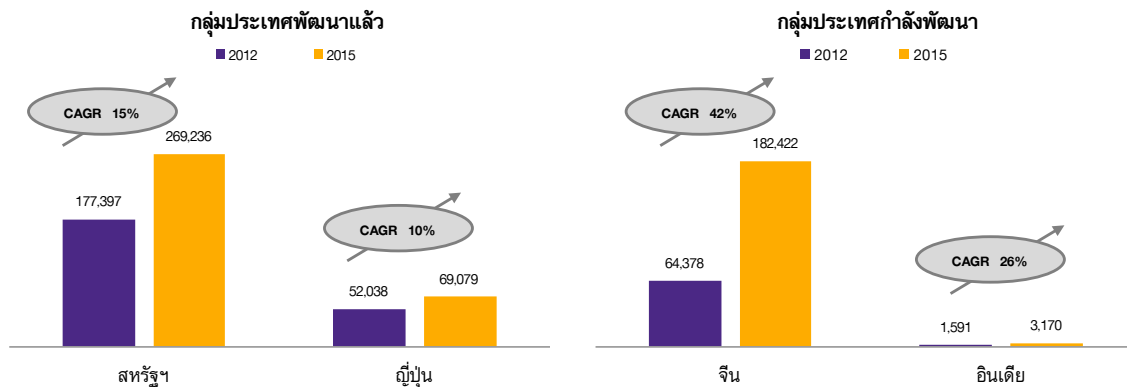
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor International

การขยายตลาดค้าปลีกออนไลน์ของประเทศกำลังพัฒนา มีแนวโน้มว่าจะขยายตัวได้ดีในอนาคต และเป็นโอกาสที่น่าจับตามอง สังเกตได้ว่าเมื่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้วอย่างยุโรปและสหรัฐฯ ประสบปัญหา เข้มงวดธุรกิจค้าปลีกอาจเบนเป้าหมายมาสู่ตลาดกำลังพัฒนาอย่างประเทศในแถบเอเชียมากขึ้น และวิธีการรุกรานที่ทำได้รวดเร็ว ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมหาศาลสร้างหน้าร้าน อีกทั้งเผชิญความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ คงหนีไม่พ้นช่องทาง E-commerce โดยจากข้อมูลการคาดการณ์ของ Euromonitor พบว่าในช่วงปี 2012-2015 ยอดขายของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐฯ และญี่ปุ่น มีโอกาสเติบโตได้ราว 15% และ 10% ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในประเทศกำลังพัฒนาอย่างจีนและอินเดีย มีแนวโน้มขยายตัวได้สูงถึง 42% และ 26% ต่อปี ตามลำดับ น่าจะยิ่งทำให้ตลาดค้าปลีกออนไลน์ของประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียซึ่งยังมีช่องว่างให้ขยายตัวได้อีกเป็นที่ดึงดูดใจของนักธุรกิจทั่วโลกที่มองเห็นโอกาสในการเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดดังกล่าวนี้

## 28 ในช่วง 1-3 ปีข้างหน้า ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะมีแนวโน้มเติบโตได้เร็วกว่ากลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว

คาดการณ์การเติบโตของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ในอนาคตของประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor International

อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจค้าปลีกออนไลน์เพื่อเจาะตลาดต่างประเทศ นับว่าเป็นเรื่องที่ทำหายน้อย เนื่องจากไม่เพียงแต่จะต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์เจ้าถิ่นที่ครองตลาดอยู่เดิมแล้ว ยังจะต้องช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากนักธุรกิจต่างชาติทั่วโลกที่มีเป้าหมายเดียวกัน ฉะนั้นการเข้าใจตลาดค้าปลีกออนไลน์ในประเทศเป้าหมายเหล่านั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่นักธุรกิจไม่อาจละเลยได้

**ปัจจุบันตลาดค้าปลีกออนไลน์ของประเทศในแถบเอเชีย โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาเป็นอย่างไร...**

**โดยภาพรวมประเทศกำลังพัฒนาในเอเชีย เช่น จีน และมาเลเซีย จัดเป็นตลาดค้าปลีกออนไลน์ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและน่าจะมีอนาคตสดใส** จากการพิจารณาสภาพตลาดค้าปลีกออนไลน์ในประเทศแถบเอเชียโดยใช้อัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชากรและความต้องการซื้อสินค้าออนไลน์<sup>4</sup> ในประเทศนั้นๆ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์เป็นเกณฑ์หลัก จะสามารถแบ่งกลุ่มตลาดค้าปลีกออนไลน์ได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

- กลุ่มที่ 1 Willing but infrastructure challenging คือกลุ่มที่แม้จะมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่สูงมากนัก แต่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น จีน เนื่องจากความน่าดึงดูดของราคาที่ค่อนข้างต่ำเป็นปัจจัยสำคัญ โดยบริษัท Taobao.com และบริษัท 360buy.com ถือเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่สองรายที่ครอบครองตลาดค้าปลีกออนไลน์ในจีนได้มากที่สุดเกินกว่า 60% จากการใช้กลยุทธ์ด้านราคา (price war) ในการปรับลดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น

<sup>4</sup> สัดส่วนระหว่างรายได้ค้าปลีกออนไลน์ต่อจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศนั้น กับรายได้ค้าปลีกทั้งหมดต่อจำนวนประชากรในประเทศนั้น



- กลุ่มที่ 2 Ready & willing คือกลุ่มที่ประชาชนส่วนใหญ่เข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ต และพอใจที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น เกาหลีใต้ เป็นประเทศพัฒนาแล้วที่มีระบบจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว รวมถึงโปรโมชั่น การใช้บัตรเครดิตเป็นปัจจัยสนับสนุนดึงดูด อีกทั้งสินค้าที่จัดส่งก็มีคุณภาพตรงตามต้องการ

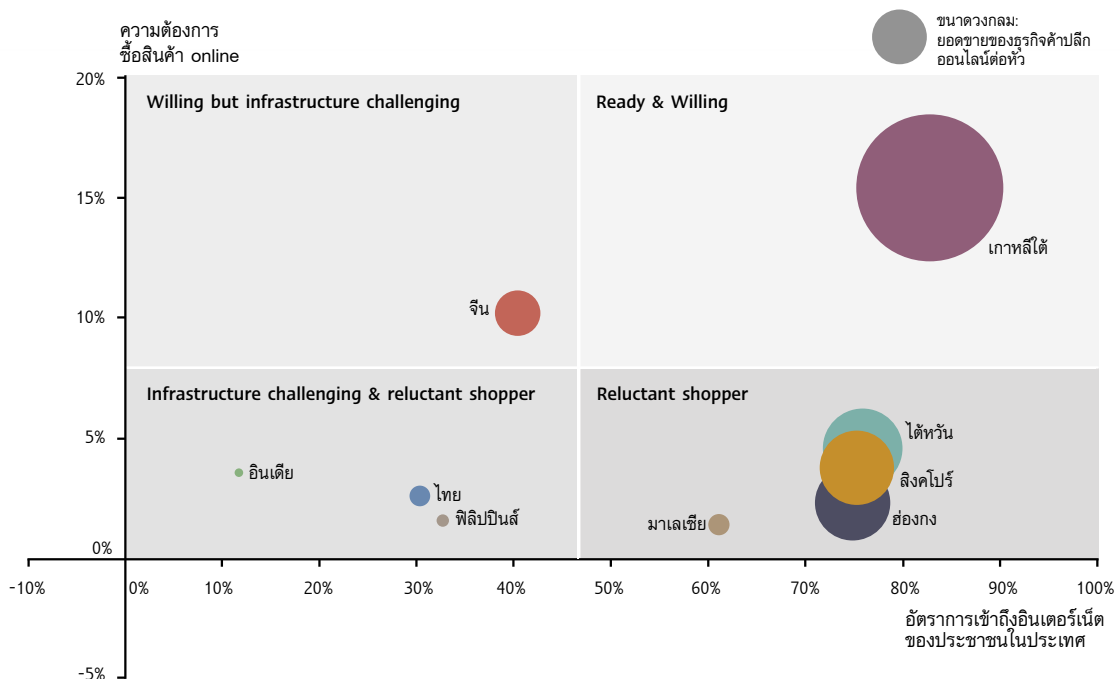
- กลุ่มที่ 3 Infrastructure challenging & reluctant shopper คือกลุ่มที่ประชาชนเพียงส่วนน้อยสามารถเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตได้ อีกทั้งยังขาดความมั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น อินเดีย ที่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตยังเป็นอุปสรรคสำคัญ ประกอบกับประชาชนไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัยในระบบการชำระเงินออนไลน์ อีกทั้งยังไม่แน่ใจในคุณภาพสินค้า

- กลุ่มที่ 4 Reluctant shopper คือกลุ่มที่ประชาชนส่วนใหญ่เข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ต แต่ประชาชนอาจยังไม่ค่อยนิยมซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น มาเลเซีย ที่ประชาชนชื่นชอบการตรวจสอบสภาพของก่อนซื้อ อีกทั้งไม่ค่อยสั่งซื้อของออนไลน์เนื่องจากความไม่มั่นใจในระบบการชำระเงินออนไลน์

อย่างไรก็ดี อุปสรรคดังกล่าวนี้สามารถหาทางปรับปรุงได้ ซึ่งน่าจะทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าออนไลน์ได้ไม่ยาก

## 29 ตลาดธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของประเทศไทยกำลังพัฒนาในแถบเอเชีย

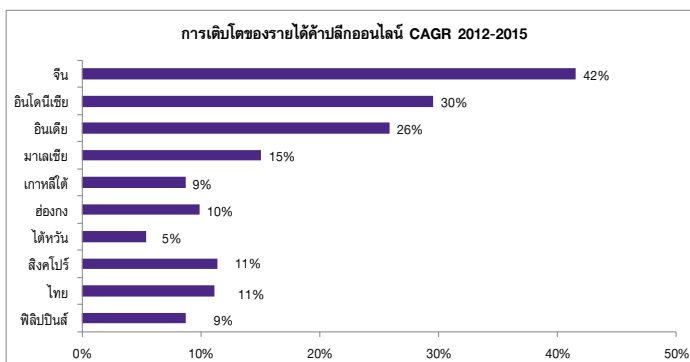
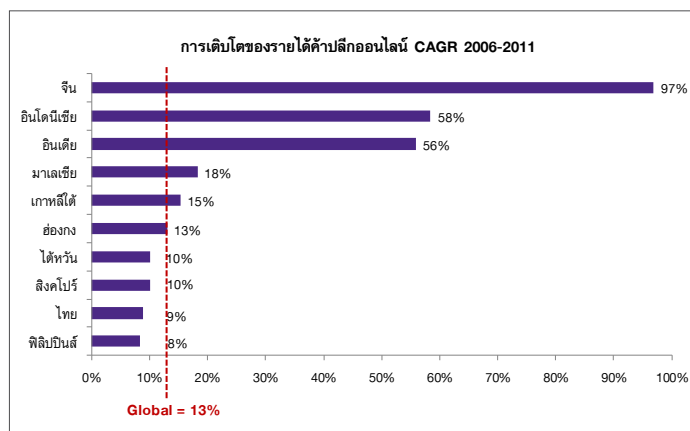
เช่น จีน มาเลเซีย ไทย และอินเดีย เป็นตลาดที่ยังมีช่องทางในการขยายตัวได้อีกค่อนข้างมาก



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor International และ Internetworldstat.com

ส่วนประเทศไทยนั้น แม้จะถูกจัดอยู่ในกลุ่ม **Infrastructure challenging & reluctant shopper** แต่หากไทยมีการปรับปรุงเพื่อปิดช่องโหว่ที่เป็นอุปสรรคได้ การค้าปลีกออนไลน์ของไทยก็น่าสนใจไม่น้อย ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของประเทศไทยมีการเติบโตต่อปีระหว่างปี 2006-2011 อยู่ที่ 9% ซึ่งต่ำกว่าการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ทั่วโลกที่สูงราว 13% โดยพบว่า ปัญหาอุปสรรคหลักในธุรกิจนี้ของไทยที่นอกเหนือจากการเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ การขาดความมั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งมีพื้นฐานจากความรู้สึกไม่ปลอดภัยต่อระบบการชำระเงิน ความกังวลเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล และคุณภาพของสินค้าที่ได้รับว่าอาจมีคุณภาพบิดเบือนไปจากข้อมูลตอนสั่งซื้อ ตลอดจนไม่มีการให้บริการหลังการขายที่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม ความพยายามผลักดันในการขยายเครือข่ายการให้บริการอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการวางแผนทางปรับปรุงและพัฒนาระบบขนส่งและโครงสร้างพื้นฐาน น่าจะช่วยให้ปิดช่องโหว่ที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ได้ดีในระดับหนึ่ง

**30** ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อปี ระหว่างปี 2012-2015 ราว 11% สูงกว่าช่วงก่อนหน้า ที่เติบโตได้ 9% ต่อปี



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor International และ A.T. Kearney

สำหรับประเด็นด้านความไม่มั่นใจในระบบการชำระเงินและคุณภาพสินค้า ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยก็ได้พยายามปรับปรุงแก้ไขบ้างแล้ว เพื่อส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ที่จะเชื่อมโยงระหว่างประเทศในระยะต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการเสนอช่องทางการชำระเงินให้แก่ลูกค้าในหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เพื่อบรรเทาความกังวลของลูกค้า เช่น การอนุญาตให้ชำระเงินเมื่อลูกค้าได้รับสินค้า (Cash On Delivery: COD) ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า และป้องกันการโดนฉ้อโกง โดยการใช้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ (trustmark) เช่นในปัจจุบันที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าเร่งสร้างความน่าเชื่อถือให้ธุรกิจ E-commerce ไทย ด้วยเครื่องหมาย DBD Verified เพื่อรับรองความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการธุรกิจ E-commerce ของไทยที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง และมีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์มาตรฐานที่กรมจัดทำขึ้นโดยอ้างอิงเกณฑ์มาตรฐานระหว่างประเทศ ATA (Asia Pacific Trustmark Alliance) อย่างไรก็ดี ในด้านของผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์เองนั้นก็ควรพัฒนากลยุทธ์อื่นๆ ควบคู่ไปด้วย เพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น การเสนอสินค้าที่หลากหลาย (product variety), บริการจัดส่งฟรี (free shipping), โปรโมชั่นหรือการแข่งขันด้านราคา และบริการหลังการขาย เป็นต้น

...ปัจจุบันแม้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหันมาใช้ประโยชน์จากเครือข่ายออนไลน์เป็นจุดเชื่อมโยงเพื่อขยายธุรกิจไปต่างประเทศมากขึ้น แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าองค์ประกอบอื่นๆ ของการค้าแบบทั่วไป (physical trade) ยังคงเป็นหัวใจสำคัญสนับสนุนโอกาสการเติบโตของธุรกิจการค้าออนไลน์นี้ เช่น ระบบ logistics ที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานจะทำให้การจัดส่งสินค้าถึงมือผู้รับตรงเวลาและไม่ชำรุดเสียหายขณะทำการขนส่ง ซึ่งช่วยสนับสนุนความมั่นใจให้ผู้บริโภคไว้วางใจสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ หรือการมีคลังเก็บสินค้า และศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศเพื่อป้องกันการขาดแคลนสินค้า ก็มีส่วนช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในต่างประเทศเช่นกัน

## 31 ความท้าทายต่างๆ ที่ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ต้องเผชิญ หากปรับปรุงได้ก็จะส่งเสริมให้ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

| อุปสรรคและความท้าทาย                                                                                      | ประเด็นปัญหา                                                                                              | แนวทางแก้ไข                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  การใช้งานอินเทอร์เน็ต | ไม่สามารถเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้                                                                  | ขยาย broadband และ mobile internet                                                                                                                                             |
|  การจัดส่งสินค้า       | ความล่าช้าในการจัดส่ง<br><br>ราคาค่าขนส่งสูง                                                              | ปรับปรุงระบบขนส่งในประเทศให้มีความเชื่อมโยงและทั่วถึง<br><br>อาจใช้การเสนอยอดซื้อขั้นต่ำที่จะจัดส่งให้โดยไม่คิดค่าบริการ หรือการกระจายคลังเก็บสินค้าย่อยเพื่อลดต้นทุนค่าขนย้าย |
|  การชำระเงิน           | ช่องทางการชำระเงินค่อนข้างจำกัด<br><br>ไม่มั่นใจเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล<br>ข้อมูลบัตรเครดิต (privacy issue) | เพิ่มช่องทางการชำระเงินให้ยืดหยุ่นหลากหลาย เช่น บัตรเครดิต, E-banking, ATM ฯลฯ<br><br>ใช้ Cash On Delivery (COD), การโอนเงินผ่านธนาคาร                                         |
|  คุณภาพสินค้า          | ได้สินค้าไม่ตรงตามที่สั่ง โดนฉ้อโกง                                                                       | ใช้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ (trustmark) เช่น DBD Verified, PCI, TRUSTe ฯลฯ                                                                                             |

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Euromonitor International , สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

สำหรับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกออนไลน์นั้น พบว่าผู้ประกอบการมีโอกาสดำเนินธุรกิจได้ในหลากหลายรูปแบบ โดยลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีการขายผ่านบริการออนไลน์และมีหน้าร้าน ประกอบกับการชำระเงินที่มีทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ น่าจะเป็นรูปแบบที่ตอบสนองผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้มากที่สุด ทั้งในด้านความสะดวกสบาย การมีโอกาสได้เห็นหรือทดลองสินค้าจริงก่อนตัดสินใจซื้อ อีกทั้งช่วยจัดปัญหาความไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลในการชำระเงินออนไลน์ ซึ่งรูปแบบธุรกิจนี้น่าจะเหมาะกับผู้ประกอบการที่เดิมมีหน้าร้านอยู่แล้วและต้องการขยายตลาดให้กว้างขึ้น เช่นที่พบบ่อยคือ ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ กลุ่มแฟชั่นเครื่องแต่งกายและเครื่องสำอาง กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ส่วนลักษณะการดำเนินธุรกิจที่ขายและชำระเงินผ่านออนไลน์เท่านั้น จัดว่าเป็นรูปแบบที่ช่วยให้ธุรกิจเกิดได้เร็วที่สุด ซึ่งรูปแบบนี้เหมาะกับผู้ประกอบการที่มีเงินทุนค่อนข้างน้อยไม่ต้องการเสี่ยงใช้เงินทุนจำนวนมากในการเริ่มทำธุรกิจ รวมถึงผู้ที่สนใจไปเปิดหน้าร้านยังต่างประเทศแล้วอาศัยช่องทางออนไลน์ในการสำรวจตลาดก่อน

## 32 รูปแบบการดำเนินธุรกิจค้าปลีกออนไลน์

แบ่งตามลักษณะการขายและรูปแบบการชำระเงิน

| ลักษณะการขาย                                                                                                       | รูปแบบการชำระเงิน                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                    | ออนไลน์                                                                                                                                                                                                                                | ออฟไลน์                                                                                                                                                                                    | ออนไลน์และออฟไลน์                                                                                                                                                                                         |
| <br>ขายผ่านออนไลน์อย่างเดียว    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ชำระเงินผ่านระบบ e-banking / ATM</li> <li>• ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต</li> <li>• ชำระเงินผ่านผู้ให้บริการกลาง เช่น PayPal</li> <li>• อื่นๆ</li> </ul>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร</li> <li>• ชำระกับพนักงานโดยตรง</li> <li>• โอนเงินทางไปรษณีย์</li> <li>• ผ่านตัวกลางทางการเงิน</li> <li>• อื่นๆ</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                           |
| <br>ขายผ่านออนไลน์และมีหน้าร้าน | <br>ช่วยให้ธุรกิจเกิดได้เร็วที่สุด เหมาะกับผู้ประกอบการที่มีเงินทุนค่อนข้างน้อยในการเริ่มทำธุรกิจ หรือผู้ที่สนใจลองตลาดก่อนเปิดหน้าร้านในต่างประเทศ |                                                                                                                                                                                            | <br>ตอบสนองผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้มากที่สุด เหมาะกับผู้ประกอบการที่เดิมมีหน้าร้านอยู่แล้วและต้องการขยายตลาดให้กว้างขึ้น |

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

ความก้าวหน้าในระบบเชื่อมโยงแบบออนไลน์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หลายประเทศให้ความสนใจในการพัฒนาการแข่งขันทางธุรกิจการค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งน่าจะส่งผลให้ E-commerce มีแนวโน้มทวีบทบาทสำคัญในธุรกิจการค้าทั้งในระดับประเทศและเชื่อมโยงระหว่างประเทศมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางจึงไม่ควรมองข้ามความสำคัญ และควรเริ่มต้นพัฒนาขีดความสามารถทางออนไลน์ หรือในด้าน E-commerce ไปพร้อมๆ กับการเตรียมรับมือกับการแข่งขันภายใต้ความเชื่อมโยงทางการค้าในภูมิภาคด้วย

# 4 การเชื่อมโยงด้านแรงงาน (Labor connectivity) กับโอกาสการจ้างงานและการทำธุรกิจของภาคเอกชน

ในส่วนของการพัฒนาด้านแรงงานนั้น ประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนได้ผลักดันให้มีการเชื่อมโยงด้านแรงงานระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมต่อทางการค้าและการลงทุนในภูมิภาค ที่มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนได้ร่วมแผนสนับสนุนการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี ผ่านการผ่อนคลายกฎระเบียบในเรื่องการขอใบอนุญาตทำงาน และการรับรองฝีมือแรงงานข้ามชาติ การผ่อนปรนและสนับสนุนดังกล่าวส่งผลให้เกิดโอกาสสำหรับภาคเอกชน ทั้งในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล และโอกาสในการทำธุรกิจที่มีมากขึ้น ดังนั้นภาคเอกชนจึงควรเตรียมพร้อมและปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อฉกฉวยโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ในขณะเดียวกันหากภาคเอกชนต้องการดึงดูดแรงงานฝีมือต่างชาติมาทำงานในองค์กร ภาคเอกชนก็จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยสำคัญในการจ้างแรงงานฝีมือต่างชาติมาประกอบด้วย อาทิเช่น การออกแบบโครงสร้างผลตอบแทนการทำงานสำหรับแรงงานต่างชาติที่มีความน่าสนใจเพียงพอ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และการหลอมรวมความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมในการทำงานเข้าด้วยกัน เป็นต้น ซึ่งหากผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการปรับตัว ก็ย่อมจะเชื่อได้ว่า ภาคเอกชนไทยจะได้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากการผ่อนคลายกฎระเบียบด้านแรงงานต่างๆ ที่ชาติสมาชิกอาเซียนต้องการทำให้บรรลุผล

การเชื่อมโยงด้านคนและแรงงาน เป็นหนึ่งในสามเสาหลักของ AEC โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจและขยายการเชื่อมโยงระดับภูมิภาคระหว่างประเทศสมาชิก โดยการเชื่อมโยงด้านแรงงานจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างประชาชน ก่อให้เกิดการสร้างชุมชนใหม่ให้เกิดขึ้นในภูมิภาค ทั้งนี้ จากการที่รัฐบาลของสมาชิกอาเซียนได้ลงนามรับรองแผนแม่บทในการเสริมสร้างการเชื่อมโยงที่เรียกว่า “แผนแม่บทสำหรับการเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน” (Master Plan on ASEAN Connectivity: MPAC) โดยในแผนแม่บทดังกล่าว ได้มีการวางกลยุทธ์สำคัญในด้านแรงงานที่ประเทศสมาชิกจะต้องดำเนินการร่วมกันอยู่ 2 พันธกรณี คือ

- การผ่อนคลายกฎระเบียบด้านวิชาเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานได้อย่างเสรี และการออกใบอนุญาตทำงานให้กับแรงงานต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยภายนอกประเทศ
- การพัฒนาข้อตกลงยอมรับร่วมในการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement หรือ MRA) เพื่อวางมาตรฐานในเรื่องฝีมือแรงงานให้เป็นที่ยอมรับร่วมกันและอำนวยความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายแรงงาน

การรับรองและพัฒนาฝีมือแรงงานระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องเกิดขึ้นก่อนการผ่อนคลายกฎระเบียบด้านวิชา โดยประเทศส่วนใหญ่ยังอยู่ในขั้นตอนการรับรองทักษะฝีมือแรงงาน ซึ่งแต่ละประเทศจะต้องกำหนดมาตรฐานของฝีมือแรงงาน (national skills framework) ให้เป็นสากล โดยการจัดทำกรอบทักษะและขีดความสามารถได้ถูกบรรจุไว้ในแผนงานของรัฐมนตรีกระทรวงแรงงานของชาติสมาชิกอาเซียน ระหว่างปี 2010-2015 ที่มุ่งเน้นไปที่การกำกับดูแล การฝึกอบรม และการรับรองฝีมือแรงงาน

การยอมรับแรงงานฝีมือที่เป็นนักวิชาชีพนั้นเป็นรากฐานในการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรี โดยได้มีการจัดทำข้อตกลงยอมรับร่วมกันในการรับรองคุณวุฒิ (MRA) ใน 8 สาขาวิชาชีพ อย่างไรก็ตามฝีมือของไทยส่วนใหญ่ อาจยังไม่ตระหนักถึงโอกาสหรือความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากข้อตกลงนี้ สาขาวิชาชีพที่กำหนดไว้ใน MRA ประกอบไปด้วย 8 สาขาวิชาชีพคือ วิชาชีพวิศวกรรม พยาบาล สถาปนิก การสำรวจ การท่องเที่ยว แพทย์ ทันตแพทย์ และการบัญชี ซึ่งโอกาสที่ MRA เปิดกว้างขึ้นสำหรับแรงงานฝีมือนี้ คือ การที่แรงงาน หรือนักวิชาชีพสามารถใช้คุณวุฒิที่ได้รับการรับรองภายในประเทศของตน เป็นเสมือนใบรับรองคุณวุฒิสำหรับประกอบวิชาชีพในประเทศอื่นๆ ในอาเซียน อย่างไรก็ตามในแง่ของการออกไปทำงานในต่างประเทศของนักวิชาชีพไทย อาจยังไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมนัก เนื่องจากนักวิชาชีพไทยยังคงไม่ตระหนักถึงประโยชน์ที่จะเกิดจาก MRA ในการหางานในต่างประเทศ ดังเห็นได้จากรายงานบทศึกษาของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยที่พบว่า ทันตแพทย์ไทยเกือบทั้งหมด วิศวกรเกือบร้อยละ 90 พยาบาลมากกว่าร้อยละ 80 แพทย์ นักบัญชี และสถาปนิกเกือบครึ่งหนึ่ง ยังไม่เข้าใจถึงโอกาสในการทำงานที่มีมากขึ้นภายหลังจากการมี MRA แล้ว

จากผลของรายงานดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยจำเป็นต้องเพิ่มการสื่อสารไปยังกลุ่มวิชาชีพที่เกี่ยวข้องต่างๆ ให้เข้าใจถึงโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากข้อตกลงดังกล่าวมากยิ่งขึ้น กอปรกับจะต้องทำความเข้าใจกับความเสี่ยงและผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น อาทิเช่น การแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดแรงงานอันเกิดจากการไหลเข้ามาของนักวิชาชีพต่างชาติ โดยเฉพาะจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เมียนมาร์ หรือ กัมพูชา เนื่องจากโอกาสด้านการจ้างงาน และผลตอบแทนต่างๆ ในประเทศไทย ให้ผลตอบแทนที่อาจจะสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ไทยได้ประโยชน์จากการจ้างแรงงานฝีมือที่หลากหลาย และสามารถดึงดูดแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านได้ แต่ในขณะเดียวกัน นักวิชาชีพชาวไทย จำเป็นจะต้องมีความพยายามในการรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของ EIC เชื่อว่า ความพยายามในการนำ MPAC มาใช้ อาจยังไม่เกิดผลเป็นรูปธรรมชัดเจนในตอนนี้ เนื่องจากเราเชื่อว่า กรอบการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือต้องมียอดประกอบที่สำคัญ 6 อย่าง คือ ทักษะและความสามารถ ทักษะคิด โอกาสทางธุรกิจ วัฒนธรรมองค์กร กฎระเบียบและกฎเกณฑ์ และสภาพแวดล้อม องค์ประกอบเหล่านี้มีอยู่ในทุกระดับ คือ ในระดับบุคคล ระดับองค์กรและระดับรัฐบาล และต้องเชื่อมโยงกันระหว่างสองด้าน คือ ด้านที่เป็นองค์ประกอบที่จับต้องได้ และองค์ประกอบที่จับต้องไม่ได้

### 33 กรอบการเคลื่อนย้ายฝีมือแรงงาน ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 6 อย่าง

|             | ด้านที่จับต้องได้                                                                                                                                                                           | ด้านที่จับต้องไม่ได้                                                                                                                 |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ระดับบุคคล  | <b>1 ทักษะ และความสามารถ</b><br>ทักษะและความสามารถในการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นผลมาจากการศึกษา และฝึกอบรมในการทำงาน                                                                             | <b>2 ทักษะคิด</b><br>ทักษะคิดในการทำงานในวัฒนธรรมที่แตกต่างกับตน                                                                     |
| ระดับองค์กร | <b>3 โอกาสทางธุรกิจ</b><br>โอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการขยายธุรกิจไปยังต่างแดน ส่งผลให้มีการจ้างงานจากแรงงานหลากหลายเชื้อชาติ รวมถึงการออกแบบโครงสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดแรงงาน | <b>4 วัฒนธรรมองค์กร</b><br>วัฒนธรรมองค์กร เพื่อช่วยในการดึงดูด และหลอมรวมแรงงานจากหลากหลายวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน                        |
| ระดับรัฐบาล | <b>5 กฎระเบียบและกฎเกณฑ์</b><br>กฎระเบียบและกฎเกณฑ์ที่กำหนดโดยภาครัฐ เพื่อกำกับการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ                                                                            | <b>6 สภาพแวดล้อม</b><br>การสร้างสภาพแวดล้อม และบรรยากาศในการทำงานที่หลอมรวมความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแรงงานจากประเทศต่างๆ เข้าด้วยกัน |

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

---

ดังนั้น ภาคเอกชนจึงมีความจำเป็นในการทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงาน แม้ว่าความพร้อมในด้านอื่นๆ เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนย้ายแรงงาน จะอยู่นอกเหนือจากการควบคุมของเอกชน และอาจยังไม่เอื้ออำนวยในการผลักดันให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือนัก แต่ภาคเอกชนยังสามารถเตรียมความพร้อมโดยการออกแบบโครงสร้างที่จำเป็นต่างๆ เพื่อดึงดูด พัฒนาและรักษาแรงงานฝีมือของตนไว้ได้ (recruit, develop and retain) ตามองค์ประกอบ 6 อย่างข้างต้น ดังนี้

### 1. ทักษะและความสามารถ

ทักษะและความสามารถของแรงงานเป็นเงื่อนไขหลักต่อการเคลื่อนย้ายแรงงาน เนื่องจากความต้องการแรงงานเพื่อทำงานในตำแหน่งที่ว่างอยู่นั้น แรงงานจำเป็นต้องมีทักษะและความเชี่ยวชาญที่จำเป็นที่เหมาะสมกับตำแหน่งนั้นๆ ทั้งนี้ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพสามารถพัฒนาได้จากการฝึกอบรมในมหาวิทยาลัย และประสบการณ์ในการทำงาน โดยนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของไทยได้รับการฝึกอบรมในสถาบันการศึกษาที่ได้มาตรฐานในระดับภูมิภาค ซึ่งเห็นได้จากการจัดลำดับมหาวิทยาลัยหลักๆ ในระดับเอเชีย จะมีมหาวิทยาลัยของไทยติดอันดับอยู่ด้วยเสมอ

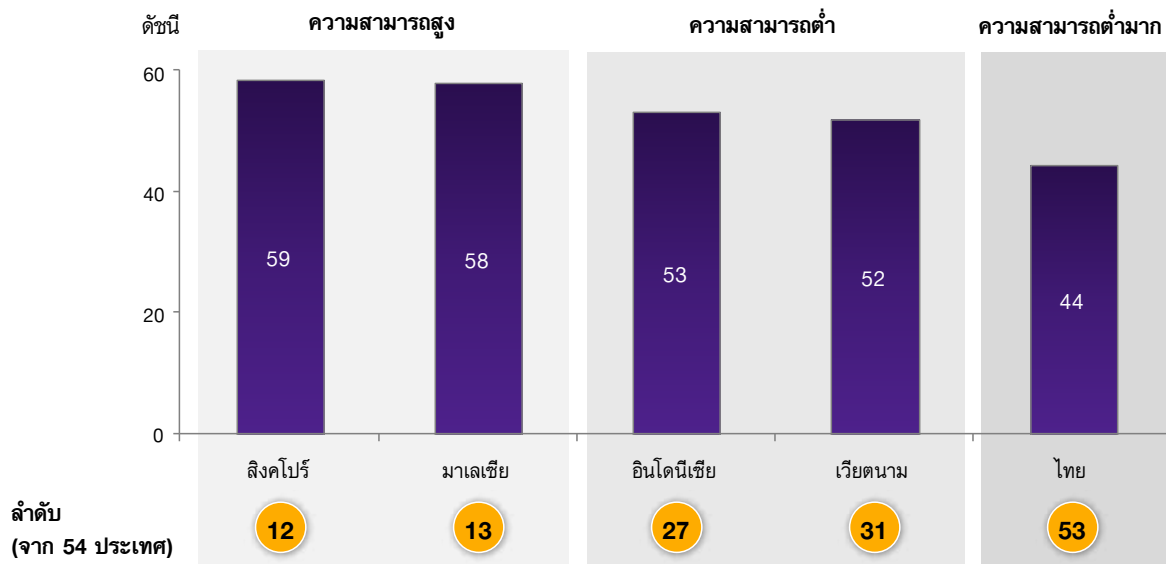
สิ่งที่ภาคเอกชนสามารถทำได้เพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของทรัพยากรบุคคล คือการระบุถึงทักษะและความเชี่ยวชาญที่จำเป็นสำหรับงานด้านต่างๆ ภายในองค์กร และเตรียมแผนการว่าจ้างแรงงาน (recruitment) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักศึกษาจบใหม่ ภาคเอกชนสามารถทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย ในการพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะและความสามารถเฉพาะที่ตรงกับความต้องการในการจ้างงานของตน โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่จำเป็น หรือทำข้อเสนอต่อสถาบันศึกษาในการให้นักศึกษามาฝึกงานที่บริษัทของตน เพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีศักยภาพตรงตามความต้องการ และเสนอจ้างนักศึกษาเหล่านั้นได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา ซึ่งจะทำให้ภาคเอกชนสามารถได้บุคลากรที่ตรงตามความต้องการทางธุรกิจของตนมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ข้อกังวลหลักสำหรับคนไทยคือ ความสามารถด้านภาษาต่างชาติ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำหรับการจ้างงานของภาคเอกชนที่มีธุรกิจต่างประเทศ และพนักงานจำเป็นต้องใช้ภาษาที่สอง หรือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เนื่องจากการศึกษาของไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับความสามารถด้านภาษาอังกฤษมากนัก และการเรียนการสอนส่วนใหญ่เป็นการสอนโดยใช้ภาษาไทยเป็นหลัก (ยกเว้นหลักสูตรนานาชาติที่มีสัดส่วนนักเรียนจำนวนไม่มากนัก) นอกจากนี้ ภาษาอังกฤษยังไม่ใช่วิชาที่จำเป็นในการใช้สื่อสารภายในประเทศไทย ดังนั้น จึงไม่ได้มีการเตรียมนักศึกษาให้พร้อมที่จะติดต่อสื่อสารด้านธุรกิจกับชาวต่างชาติในชีวิตการทำงานภายหลังจบการศึกษา



## 34 ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทย อยู่ในระดับต่ำมาก

ดัชนีความสามารถด้านภาษาอังกฤษ เปรียบเทียบระหว่างประเทศต่างๆ ในอาเซียน



ที่มา: English First's English Proficiency Index 2012

ซึ่งกรณีนี้แตกต่างไปจากประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองเพื่อการสื่อสาร ซึ่งนักเรียนจะมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ และสามารถทำงานในต่างแดนได้ทันทีเนื่องจากไม่มีอุปสรรคในด้านการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น ในประเทศฟิลิปปินส์ ในสาขาอาชีวพยาบาล มีพยาบาลจดทะเบียนที่ยังประกอบอาชีพนี้อยู่ประมาณ 200,000 คน ส่วนใหญ่ได้รับการฝึกอบรมจากสถาบันภายในประเทศที่มีมาตรฐานที่ดีในระดับสากล และประมาณร้อยละ 85 ของพยาบาลทั้งหมด เลือกที่จะทำงานในต่างประเทศ โดยสาเหตุที่พยาบาลชาวฟิลิปปินส์สามารถทำงานในต่างประเทศได้ เพราะทักษะด้านวิชาชีพพยาบาลที่มีมาตรฐานดี และความสามารถในการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้มีส่วนช่วยในการย้ายถิ่นการทำงานได้ง่ายขึ้น และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสภาวะแวดล้อมนอกประเทศของตน

---

## 2. ทักษะคน

ทัศนคติของแรงงานมีผลต่อการตัดสินใจที่จะย้ายไปทำงานในต่างแดน ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความพึงพอใจของบุคคลต่อสถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อมองค์กร และเพื่อนร่วมงาน ถือเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจว่าจะย้ายไปทำงานในต่างประเทศหรือไม่ โดยจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารในหน่วยงานทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ของไทย พบว่าสัดส่วนแรงงานไทยจำนวนมากมีความลังเลในการย้ายไปทำงานในบริษัทลูกที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ เนื่องจากมองว่าการย้ายไปทำงานในต่างประเทศไม่จำเป็นต่อความก้าวหน้าในอาชีพของตน

นายจ้างสามารถใช้แผนจูงใจลูกจ้างเพื่อกระตุ้นความสนใจในการย้ายไปทำงานในต่างประเทศได้ อาทิเช่น ในบริษัทขนาดใหญ่บางบริษัท ใช้วิธีการให้คะแนนพิเศษสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานในต่างแดน ในการพิจารณาปรับเลื่อนขั้นได้เร็วขึ้นในช่วงประเมินผลงาน หรือในบางบริษัท กำหนดให้พนักงานที่จะได้รับพิจารณาเพื่อเลื่อนขั้นเป็นผู้บริหาร จำเป็นต้องมีประสบการณ์ทำงานในต่างประเทศด้วย เป็นต้น

## 3. โอกาสทางธุรกิจ

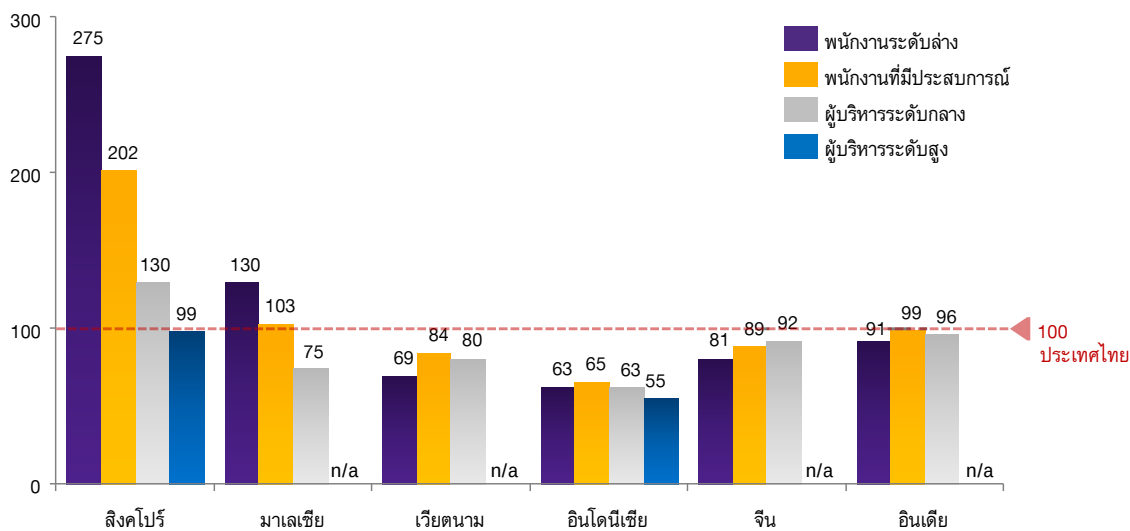
ความต้องการแรงงานเกิดจากโอกาสด้านธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายธุรกิจไปยังต่างแดน จะสามารถสร้างให้เกิดความต้องการแรงงานหลากหลายเชื้อชาติมากขึ้น บริษัทที่ขยายกิจการสู่ต่างประเทศ จะต้องการแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเพื่อปฏิบัติงานในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

โอกาสในการทำงานในระดับภูมิภาค และโอกาสในการพัฒนาศักยภาพและทักษะของแต่ละบุคคล สามารถกระตุ้นให้แรงงานสามารถย้ายถิ่นฐานได้ นอกจากนี้ การได้รับค่าตอบแทนในการทำงานในต่างประเทศที่สูงกว่ายังกระตุ้นความสนใจของแรงงานในการตัดสินใจย้ายถิ่นฐานในการทำงานได้ด้วย

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือประเทศสิงคโปร์ ซึ่งธุรกิจใหญ่ต่างๆ เปิดโอกาสให้พนักงานได้สัมผัสผลงานในระดับภูมิภาค และส่งผลให้พนักงานสามารถพัฒนาศักยภาพของตนได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่หลายแห่ง ย้ายสำนักงานภูมิภาคมาที่สิงคโปร์ อาทิ P&G ซึ่งตัดสินใจย้ายหน่วยงานผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ความงามจากสำนักงานใหญ่ในซินซินนาติ (Cincinnati) ในสหรัฐฯ มาที่สิงคโปร์ และหลายบริษัทได้ตั้งหน่วยงานภูมิภาคในสิงคโปร์เพื่อขยายโอกาสธุรกิจจากการเติบโตของอาเซียนที่มีเพิ่มสูงขึ้น เช่น Panasonic และ Mitsui Chemicals โดยพนักงานที่ทำงานในสิงคโปร์จะสามารถสัมผัสการทำงานในระดับภูมิภาค และได้รับโอกาสในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะกำหนดทิศทางของบริษัทในระดับนานาชาติ นอกจากนี้ บริษัทในสิงคโปร์ยังให้ผลตอบแทนที่ค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ (แม้ปรับด้วยกำลังซื้อและภาษีเงินได้แล้ว) ดังนั้นสิงคโปร์จึงมีศักยภาพและมีความได้เปรียบในการดึงดูดผู้ที่มีความสามารถเข้าไปทำงานในประเทศได้อย่างมาก

## 35 ประเทศสิงคโปร์มีความสามารถในการดึงดูดแรงงาน ที่เป็นผู้บริหารระดับกลางลงมา เนื่องจากจ่ายผลตอบแทนต่อปีสูงกว่าชาติอื่นๆ

ดัชนีรายได้ ซึ่งรวมทั้งเงินเดือนและผลตอบแทนระยะสั้นอื่นๆ ในปี 2012 โดยปรับด้วยกำลังซื้อและภาษีเงินได้และเปรียบเทียบระหว่างประเทศต่างๆ



ที่มา: Hay, World Bank, KPMG, การวิเคราะห์ของ EIC

ความสามารถในการดึงดูดแรงงานของประเทศสิงคโปร์ สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคล ซึ่งระบุว่า คนไทยที่มีศักยภาพและมีความต้องการในการย้ายไปทำงานในสิงคโปร์ ส่วนใหญ่มักเป็นบัณฑิตจบใหม่หรือคนที่มีประสบการณ์ทำงานเป็นผู้บริหารในระดับกลาง แต่หากทำงานมานานระดับหนึ่งจนเป็นผู้บริหารระดับสูงแล้ว ความเต็มใจที่จะย้ายประเทศที่ทำงานมักจะลดลง เนื่องจากเมื่อคำนึงถึงปัจจัยด้านผลตอบแทนแล้ว ไม่ได้มีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด และการย้ายถิ่นฐานและครอบครัวของคนไทยไปยังต่างประเทศเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก จึงทำให้การย้ายประเทศที่ทำงานไม่มีความน่าดึงดูดใจเพียงพอ

ในการแข่งขันกับบริษัทใหญ่ข้ามชาติเพื่อดึงดูดแรงงานเฉพาะทาง ในสาขาอาชีพพิเศษที่มีทรัพยากรแรงงานจำกัด เช่น งานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ นั้น บริษัทไทยจำเป็นต้องสร้างโอกาสให้พนักงานได้ใช้ศักยภาพของตนอย่างสูงสุดในสถานที่ทำงาน โดยให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น เครื่องมือที่ใช้สนับสนุนการทำงาน การลดความซับซ้อนในกระบวนการทำงาน หรือระเบียบการทำงานที่มีพิธีรื่องที่ยุ่งยากจนเกินไป (bureaucracy) นอกจากนี้ การออกแบบโครงสร้างค่าตอบแทนตามราคาตลาดสากลถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดแรงงานฝีมือเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่สำคัญของบริษัทไทยคือ การออกแบบโครงสร้างค่าตอบแทนที่สามารถดึงดูดชาวต่างชาติได้ ในขณะที่ไม่ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ที่มีความอาวุโสระดับเดียวกันในองค์กร โดยหลายบริษัทใช้วิธีการจ้างโดยใช้สัญญาว่าจ้าง (contract-based hiring) เพื่อให้สามารถจ่ายค่าตอบแทนได้สูงขึ้น และสามารถให้ค่าตอบแทนที่แตกต่างไปจากพนักงานชาวไทยได้ เนื่องจากเงื่อนไขการว่าจ้างมีความแตกต่างกันกับการจ้างพนักงานชาวไทย

---

#### 4. วัฒนธรรมองค์กร

ในด้านที่จับต้องไม่ได้นั้น วัฒนธรรมขององค์กร เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของแรงงานในการเลือกเข้าทำงานบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ซึ่งการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นสากล หรือมีความกลมกลืนเข้ากันในเชิงวัฒนธรรม เป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับบริษัทไทย โดยเฉพาะบริษัทที่มีการดำเนินการมายาวนาน และมีวัฒนธรรมองค์กรในรูปแบบไทย อาทิเช่น วัฒนธรรมองค์กรในรูปแบบกสิ วัฒนธรรมองค์กรในรูปแบบของระบบอาวุโส เป็นต้น ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรไทย เน้นในเรื่องความเหมือนและกลมกลืนกันของแรงงานในระดับงานที่เหมือนกัน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องยอมรับ และให้เกียรติกับผู้ที่มีความรู้สูงกว่า และเน้นในเรื่องความอ่อนน้อมถ่อมตน และถนอมน้ำใจซึ่งกันและกัน ซึ่งอาจจะเป็นข้อจำกัดในการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกับไทย ทำให้เกิดข้อแตกต่างในเรื่องวิธีการทำงาน และประสพอุปสรรคในการทำตัวให้กลมกลืนกับพนักงานเดิม และพนักงานชาวต่างชาติ ดังนั้นการแก้ไขวัฒนธรรมองค์กรจึงมีความสำคัญที่จะต้องหลอมรวมความหลากหลายทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน และทำให้พนักงานชาวไทยยอมรับความแตกต่างและสามารถทำงานร่วมกับพนักงานชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ผู้บริหารองค์กรต้องมีความมุ่งมั่น และให้ความสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ยอมรับต่อความแตกต่างของพนักงานจากหลากหลายวัฒนธรรม และสามารถหลอมรวมให้พนักงานในองค์กรสามารถทำงานร่วมกันเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันได้ โดยการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรนั้น ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องออกนโยบายเพื่อเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และแนวทางในการทำงานต่างๆ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงวิธีการและความรวดเร็วในการทำงาน การประสานให้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน และการสื่อสารภายในองค์กร โดยในปัจจุบันเริ่มจะเห็นความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานขององค์กรไทยหลายแห่ง เพื่อช่วยให้มีการหลอมรวมของพนักงานที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การเริ่มใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร โดยเฉพาะในการเขียน เป็นต้น ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงต่างๆ จำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร และมีการฝึกอบรมพนักงานให้เปลี่ยนพฤติกรรมและยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นด้วย

#### 5. กฎระเบียบและกฎเกณฑ์

แผนแม่บทสำหรับการเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียนเน้นการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎเกณฑ์ที่จะอำนวยความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายแรงงาน ทั้งนี้การอำนวยความสะดวกต่อการออกใบอนุญาตทำงานและการรับรองใบประกอบวิชาชีพข้ามประเทศสามารถลดอุปสรรคในการย้ายสถานที่ทำงานระหว่างประเทศในอาเซียนได้ อย่างไรก็ตาม กฎระเบียบเฉพาะในประเทศไทยยังคงจำกัดการย้ายแรงงานเข้ามาในประเทศอยู่ ตัวอย่างเช่น แรงงานต่างชาติไม่ได้รับอนุญาตให้ทำงานใน 39 สาขาอาชีพที่สงวนไว้สำหรับคนไทยเท่านั้น (เช่น เกษตรกรรม การขายสินค้าพื้นเมือง หรือหัตถกรรม) นอกจากนี้บริษัทต้องรักษาสัดส่วนพนักงานต่างชาติ 1 คน ต่อพนักงานไทย 4 คน กฎระเบียบเหล่านี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อปกป้องอาชีพสำหรับแรงงานไทย อย่างไรก็ตาม ในบางกรณีแล้ว ความเข้มงวดของกฎระเบียบต่างๆ ในประเทศไทยนี้ อาจจำกัดความสามารถของประเทศไทยในการดึงดูดแรงงานฝีมือได้

#### 6. สภาพแวดล้อม

นอกเหนือจากกฎระเบียบและกฎเกณฑ์ที่มีผลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานแล้ว รัฐบาลยังสามารถมีบทบาทสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่จะดึงดูดและหลอมรวมแรงงานฝีมือต่างชาติเข้ามาเป็นแรงงานภายในประเทศได้ โดยนโยบายที่มุ่งเน้นด้านองค์ประกอบที่จับต้องไม่ได้ สามารถช่วยลดรอยต่อในกระบวนการหลอมรวมแรงงานฝีมือต่างชาติ เช่นที่รัฐบาลสิงคโปร์ได้จัดตั้งคณะกรรมการบูรณาการแห่งชาติ (National Integration Council หรือ NIC) ขึ้นเพื่อทำงานร่วมกับภาคเอกชน ในการส่งเสริมให้เห็นถึงประโยชน์ของการทำงานที่มีการหลอมรวมแรงงานต่างชาติให้เข้ากับแรงงานในประเทศ และสร้างขีดความสามารถของภาคเอกชนในการบริหารจัดการความหลากหลายในเชิงวัฒนธรรม นอกจากจะส่งเสริมการบูรณาการด้านแรงงานแล้ว NIC ยังสนับสนุนให้ชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศสิงคโปร์ ได้มีความเข้าใจและตระหนักในค่านิยมหลักของสิงคโปร์ เพื่อให้ชาวต่างชาติสามารถอยู่อาศัยในสิงคโปร์ได้ดียิ่งขึ้น โดยกระบวนการหลอมรวมแรงงานนั้น จะทำให้ชาวต่างชาติมีความผูกพันกับประเทศมากขึ้นและช่วยรักษาแรงงานฝีมือต่างชาติไปพร้อมกัน

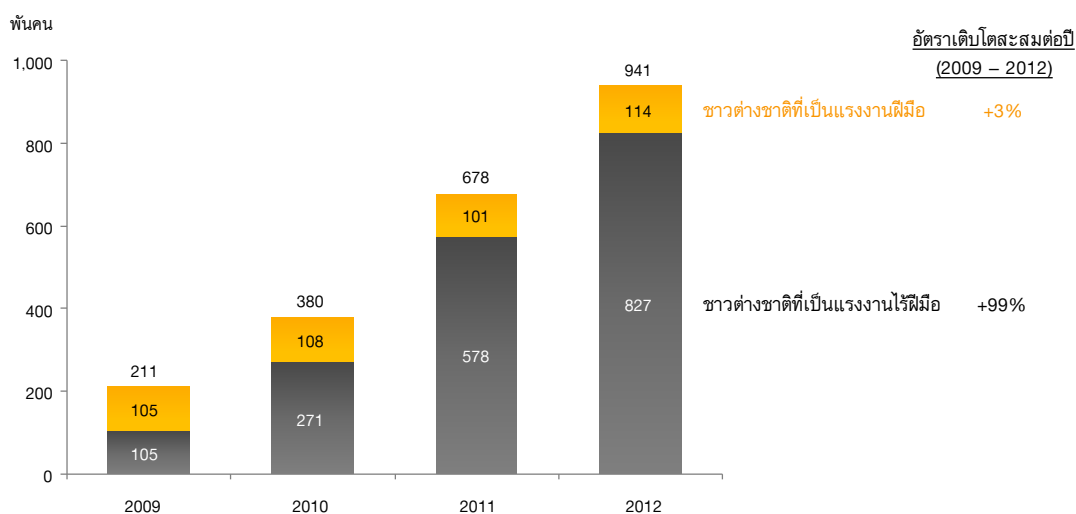
---

ถึงแม้ว่ารัฐบาลไทยจะยังไม่ได้มีนโยบายที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมในการจัดทำโครงการในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน แต่ภาคเอกชนสามารถออกแบบโครงการที่มีแนวทางคล้ายกันนี้ เพื่อส่งเสริมให้แรงงานต่างชาติสามารถทำงานในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดให้มีกิจกรรมร่วมกันระหว่างแรงงานไทยและแรงงานต่างชาติในสถานประกอบการ เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และให้ต่างฝ่ายต่างตระหนักถึงพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยกระบวนการหลอมรวมทางวัฒนธรรมระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาตินี้ จะมีส่วนเสริมให้แรงงานไทยและแรงงานต่างชาติทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

**โดยรวมแล้ว แผนในการเคลื่อนย้ายแรงงานจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อเมื่อ 6 องค์ประกอบนี้มีความสอดคล้องกัน เราเชื่อว่าการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือไม่สามารถเกิดขึ้นได้เองเพียงเพราะมีการนำกรอบ MPAC มาใช้ แต่การเปลี่ยนแปลงนโยบายอันเนื่องมาจาก MPAC จะเป็นขั้นตอนสำคัญขั้นแรกในการกระตุ้นให้ภาคเอกชนใช้ประโยชน์จากกฎระเบียบที่ผ่อนคลายลง การเชื่อมโยงด้านแรงงานผ่านข้อตกลง MPAC เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่จะเริ่มคิดหาวิธีการที่ดีที่สุดที่จะเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบภายในอาเซียน โดยภาคเอกชนสามารถดำเนินการได้หลายอย่างเพื่อกระตุ้นการเคลื่อนย้ายแรงงาน และเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือ เนื่องจากกระบวนการย้ายถิ่นฐานแรงงานไม่สามารถเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ ดังนั้นภาคเอกชนจึงจำเป็นต้องสร้างแนวทางของตนเองขึ้นมาเพื่อฉกฉวยโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการย้ายถิ่นฐานของแรงงานให้ได้ประโยชน์สูงสุด**

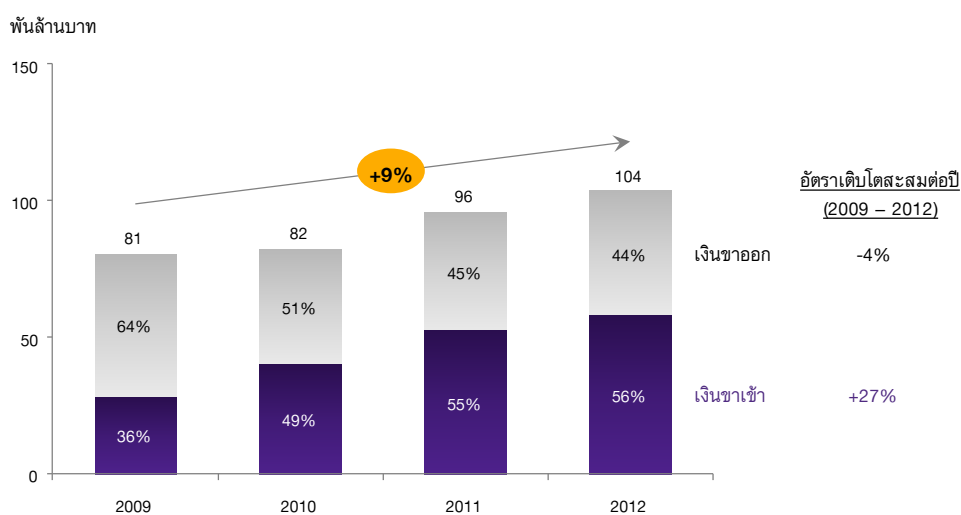
**จากการเชื่อมโยงด้านแรงงานที่เพิ่มขึ้น เราเชื่อว่าการย้ายถิ่นฐานแรงงานจะสร้างโอกาสให้ภาคเอกชนในการให้บริการและการขายสินค้า** หลายอุตสาหกรรมจะได้รับประโยชน์โดยตรงจากการย้ายถิ่นฐาน และทำให้ภาคเอกชนสามารถขยายตลาดการให้บริการและขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ไม่คำนึงถึงกรอบการเคลื่อนย้ายแรงงานผ่านการเชื่อมโยงระหว่างอาเซียน อัตราการเติบโตสะสมของชาวต่างชาติที่เป็นแรงงานฝีมือและได้รับใบอนุญาตทำงานในประเทศไทยระหว่างปี 2009-2012 มีเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี และมีชาวต่างชาติที่มีใบอนุญาตทำงานในไทยทั้งแรงงานฝีมือและแรงงานไร้ทักษะเกือบ 1 ล้านคน ณ สิ้นปี 2012 **อุตสาหกรรมที่ได้ประโยชน์มากที่สุดจากการเพิ่มขึ้นของแรงงานต่างชาติ คืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค รวมทั้งการค้าปลีกและค้าส่ง อสังหาริมทรัพย์ การให้บริการทางการเงินและการขนส่ง** ตัวอย่างเช่น การส่งเงินระหว่างประเทศของบุคคล โดยแหล่งที่มาของเงินมาจากรายได้จากการจ้างงานมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ต่อปี ส่งผลให้บริการด้านการเงินในการโอนเงินข้ามประเทศมีการขยายตัวมากขึ้น การที่จำนวนผู้โดยสารนานาชาติที่ผ่านสนามบินในประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 ต่อปี ซึ่งรวมถึงการขยายตัวของนักท่องเที่ยว และนักธุรกิจที่เดินทางมากขึ้นระหว่างประเทศ ส่งผลให้สายการบินได้รับประโยชน์จากการเดินทางที่มากขึ้น นอกจากนี้ การที่มีการเคลื่อนย้ายประชากรมากขึ้น ยังส่งผลให้มีความต้องการด้านอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัย และการขยายตัวของการค้าปลีกและค้าส่ง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นในการอุปโภคและบริโภคของประชากรที่เพิ่มขึ้น

## 36 จำนวนชาวต่างชาติที่เป็นแรงงานฝีมือและได้รับใบอนุญาตทำงาน มีเพิ่มขึ้น 3% ต่อปี แต่แรงงานต่างชาติที่มีใบอนุญาตทำงานทั้งหมด มีทั้งสิ้นเกือบ 1 ล้านคน



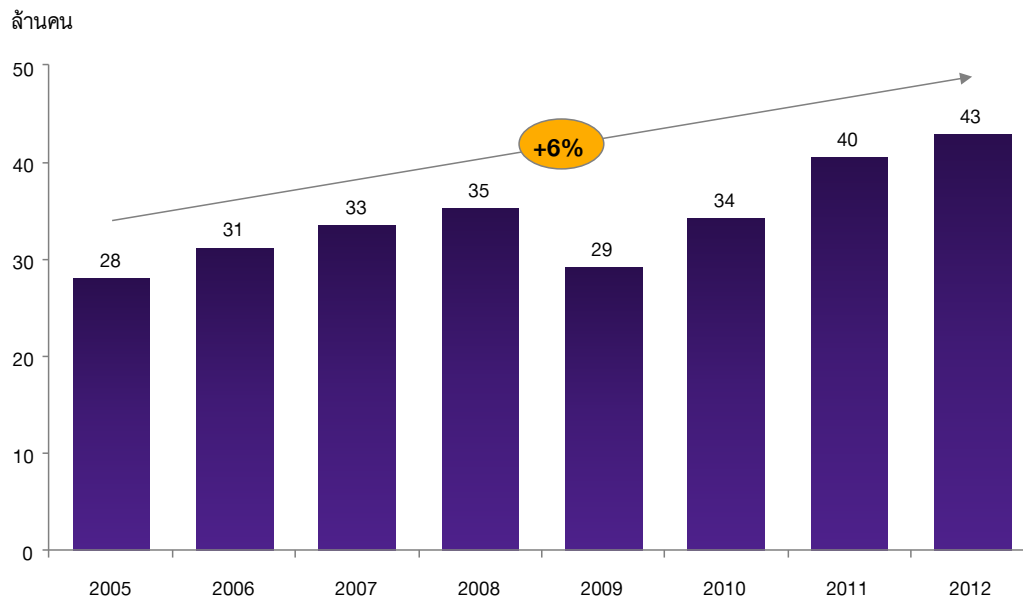
หมายเหตุ: ชาวต่างชาติที่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ คือแรงงานจากประเทศเมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา ที่ประกอบอาชีพกรรมกร และงานรับใช้ในบ้าน  
ที่มา: กรมการจัดหางาน

## 37 การโอนเงินข้ามประเทศ โดยแหล่งที่มาของเงิน จากรายได้จากการจ้างงาน มีเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 9% ต่อปี



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

## 38 จำนวนผู้โดยสารต่างประเทศที่เดินทางผ่านสนามบินนานาชาติ ในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 6% ต่อปี



ที่มา: การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย

โดยสรุปแล้ว วิธีการที่จะนำแนวคิดด้านความเชื่อมโยงด้านแรงงานมาทำให้เกิดผลในเชิงรูปธรรมมากที่สุดยังคงเป็นความท้าทายของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนสามารถเริ่มโครงการด้านทรัพยากรบุคคลต่างๆ เพื่อดึงดูดและรักษาแรงงานฝีมือที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ แผนแม่บทสำหรับการเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียนจะเป็นพื้นฐานเพื่อช่วยองค์กรเอกชนในการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือให้เกิดขึ้น นอกจากนี้ ความต้องการด้านบริการและสินค้าหลากหลายจะมีเพิ่มขึ้น และเป็นช่องทางที่ดีสำหรับภาคเอกชนเพื่อฉกฉวยโอกาสดังกล่าว ดังนั้น เมื่อเกมส์ทางธุรกิจเปลี่ยนไป ภาคเอกชนจะต้องสร้างแผนกลยุทธ์เชิงธุรกิจต่างๆ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากกฎเกณฑ์ด้านแรงงานที่กำลังจะเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน



# 5 ความเชื่อมโยงด้านเงินทุน (Capital connectivity) สะดวกมากขึ้นสำหรับภาคธุรกิจอย่างไร

ภาคเศรษฐกิจจริงที่มีการเปิดเสรีและเชื่อมโยงมากขึ้นเรื่อยๆ จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงด้านเงินทุนเพื่อสนับสนุนทั้งการค้าและการลงทุนมากขึ้นด้วย และแม้การเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีเต็มที่ในอาเซียนจะยังไม่เกิดขึ้นในเร็ววัน แต่ปัจจุบันธุรกิจก็มีช่องทางบริหารจัดการเงินทุนมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น การระดมทุนด้วยการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศซึ่งมีการเอื้ออำนวยความสะดวกมากขึ้นจากการตกลงยอมรับมาตรฐานบัญชี IFRS การออกพันธบัตรในสกุลเงินตราต่างประเทศ ซึ่งอนุญาตทั้งธุรกิจไทย หน่วยงานหรือองค์กรของรัฐบาลต่างประเทศ องค์กรระหว่างประเทศ และนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ด้วยความแตกต่างของระดับการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายเงินทุนของประเทศในอาเซียน ส่งผลให้ยังมีอีกหลายด้านการผ่อนปรนและอำนวยความสะดวกด้านการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศที่ยังต้องดำเนินการอีกมากและคงทยอยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริหารจัดการเงินทุนมีประสิทธิภาพสูงสุด

การเชื่อมโยงให้เงินทุนเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนอย่างสะดวกมีความจำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกและเอื้อให้เกิดความเป็นตลาดเดียวกันของอาเซียน แต่การเปิดเสรีในด้านดังกล่าวของแต่ละประเทศรวมถึงไทยเองนั้นจะทยอยดำเนินไปที่ละขั้นตามระดับความเสี่ยงของประเภทเงินทุน ซึ่งในระยะหลังจนถึงปัจจุบันนี้ จะเริ่มเห็นการผ่อนคลายในเรื่องของ portfolio flow เป็นหลัก ในขณะที่ด้านของเงินทุนเพื่อรองรับการนำเข้าส่งออกสินค้าและเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (foreign direct investment: FDI) นั้น หลายประเทศรวมถึงไทยแทบไม่มีข้อจำกัดแล้ว จากนั้นไปถึงอนาคตข้างหน้า การเชื่อมโยงตลาดเงินและตลาดทุนน่าจะก้าวเข้ามามีบทบาทมากกว่า

การเชื่อมโยงด้านการเงินและตลาดทุนในเวที AEC ที่ผ่านมา เป็นการเน้นให้ธุรกิจและผู้ลงทุนไทยมีทางเลือกมากขึ้นและโยกย้ายการลงทุนง่ายขึ้นเพื่อไปตลาดที่ให้ผลตอบแทนดีกว่า... ซึ่งจริงๆ แล้วในส่วนของไทยเองนั้น ได้มีการดำเนินงานตามแผนพัฒนาตลาดทุนของไทยก่อนข้อตกลงความร่วมมือในระดับ AEC จะมีความชัดเจนเสียอีก เช่น เรื่องของการเปิดเสรีในธุรกิจสถาบันตัวกลาง หรือ การเปิดเสรีใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์และธุรกิจจัดการการลงทุน ซึ่งเป็นการเพิ่มการแข่งขันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยหลังจากการเปิดเสรีส่งผลให้ค่าธรรมเนียมซื้อขายหลักทรัพย์จากเดิมที่กำหนดขั้นต่ำ 0.25% ลดลงไปเหลือเฉลี่ยราว 0.18% และยังเกิดผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ เช่น derivative warrants ซึ่งริเริ่มโดยบริษัทหลักทรัพย์ต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในไทย เป็นต้น นอกจากนี้ เรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านตลาดทุน ยังได้มีการเชื่อมโยงตลาดหลักทรัพย์ในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Exchange Linkage) ที่เอื้ออำนวยให้ผู้ลงทุนไทย โดยเฉพาะรายย่อยสามารถซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ของสิงคโปร์และมาเลเซียได้สะดวกมากขึ้นผ่านทางสถาบันตัวกลางในไทย และเอื้ออำนวยให้นักลงทุนทั่วโลกสามารถเข้าถึงตลาดทุนอาเซียนได้ทั้งหมดด้วยช่องทางเดียว (single access point) เป็นต้น

..ทั้งนี้ รวมถึงการส่งเสริมให้มีผลิตภัณฑ์ทางการเงินข้ามประเทศ (cross-border products) เช่น การส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถระดมทุนด้วยผลิตภัณฑ์ทางการเงินข้ามแดน (cross-border offering / listing) ได้ทั่วอาเซียนได้โดยใช้เอกสารชุดเดียวกัน แม้การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในต่างประเทศจะไม่ใช่ว่าเรื่องใหม่ ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์มีบริษัทต่างชาติจดทะเบียนอยู่ราว 320 บริษัทเท่ากับ 40% ของจำนวนบริษัทจดทะเบียนทั้งหมด มาเลเซียมี 7 บริษัท และฟิลิปปินส์มี 2 บริษัท แต่ความร่วมมือในระดับ AEC จะช่วยให้ดำเนินการได้ง่ายขึ้นและลดค่าใช้จ่ายลง โดยการสร้างกรอบความตกลงในการที่จะยอมรับมาตรฐาน/สินค้าของกันและกัน (mutual recognition) มากขึ้น เช่น การทำหนังสือชี้ชวนฉบับเดียว (single prospectus) การผลักดันให้ยอมรับมาตรฐานบัญชี IFRS และการอนุญาตให้ใช้สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือระดับสากล (international credit rating agency) และผู้ตรวจสอบบัญชีจากประเทศตนเอง (home country auditor) ได้ เป็นต้น แต่ก็ยังคงจะต้องมีเงื่อนไขต่างๆ อยู่บ้าง เช่น จะต้องใช้ที่ปรึกษาทางการเงินท้องถิ่นเป็นผู้ให้การรับรองข้อมูลที่เปิดเผยต่อผู้ลงทุน เป็นต้น

เช่นเดียวกับการอนุญาตให้ธุรกิจระดมเงินผ่านพันธบัตรสกุลเงินตราต่างประเทศ (FX bond) ในไทย ก็เป็นอีกก้าวของการผ่อนคลายเงินทุนเคลื่อนย้ายของไทย ซึ่งเป็นอีกเครื่องมือที่สามารถช่วยธุรกิจไทยในการบริหารเงินตราต่างประเทศและความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะธุรกิจไทยเท่านั้นที่ออกพันธบัตรดังกล่าวได้แต่ยังอนุญาตรวมถึงหน่วยงานหรือองค์กรของรัฐบาลต่างประเทศ องค์กรระหว่างประเทศ และนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศ โดยมีการอำนวยความสะดวกให้มากยิ่งขึ้นสำหรับผู้ออกหลักทรัพย์ เช่น การอนุญาตให้ใช้สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือระดับสากล การรองรับมาตรฐานบัญชีทั้ง IFRS, FAS และ USGAAP รวมถึงการให้จัดทำไฟล์ลิง (filing) เป็นภาษาอังกฤษได้ เป็นต้น

อีกตัวอย่างหนึ่งของการส่งเสริม cross-border products ที่ช่วยให้ผู้ลงทุนไทยมีทางเลือกในการลงทุนมากขึ้น คือการเอื้ออำนวยให้กองทุนต่างประเทศสามารถเข้ามาขายหน่วยลงทุนในไทยได้จากเดิมที่ไม่เคยอนุญาต แต่ก็มีเงื่อนไขที่จะต้องดำเนินการผ่านธุรกิจตัวกลางของไทย โดยหลักการนั้นต้องทำให้มีการยอมรับสินค้าของกันและกัน และทำให้ไม่ต้องผ่านกระบวนการอนุญาตซ้ำซ้อนอีก ซึ่งเป็นการดำเนินการให้คล้ายกับความเชื่อมโยงในยุโรป กล่าวคือ ในการขายหรือทำการตลาดเพื่อขายกองทุนในทุกประเทศสมาชิกของยุโรป กองทุนดังกล่าวเพียงแค่ต้องจดทะเบียนในประเทศใดประเทศหนึ่งที่เป็นสมาชิกของยุโรปภายใต้หน่วยงานกำกับดูแล (financial regulator) ของประเทศนั้นๆ ก็จะสามารถทำการตลาดและขายกองทุนดังกล่าวได้ในทุกประเทศสมาชิกของยุโรปแล้ว โดยที่เบื้องหลังของการเอื้ออำนวยความสะดวกนี้คือความร่วมมือของหน่วยงานกำกับดูแลของทุกประเทศสมาชิกที่จะต้องเป็นสมาชิกหรือเป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงานกำกับดูแลกลาง (the Committee of European Securities Regulators) อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก AEC ไม่มีหน่วยงานกลางที่มีอำนาจดังกล่าวจึงต้องอาศัยกรอบการยอมรับร่วมกัน (mutual recognition framework) ซึ่งประกอบด้วยเรื่องของการกำหนดประเภทหน่วยลงทุน (product restrictions) และมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล (disclosure standards) เช่น หน่วยลงทุนทั่วไป (plain) สามารถขายให้กับทั้งผู้ลงทุนทั่วไปและผู้ลงทุนสถาบัน แต่หน่วยลงทุนประเภท high yield ซึ่งมีความเสี่ยงสูงกว่า สามารถเสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนสถาบันเท่านั้น เป็นต้น แต่ก็มีเงื่อนไขในขั้นนี้ คือต้องดำเนินการขายผ่านธุรกิจตัวกลางในไทยเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบในเรื่องของหลักเกณฑ์และความเหมาะสมในการขาย (sale conduct/suitability)

## BOX: การใช้ประโยชน์ด้านการกระจายความเสี่ยงสำหรับการลงทุน

ประโยชน์จากการใช้ความเชื่อมโยงในการกระจายความเสี่ยงในการลงทุนอาจจะมีไม่มากนัก เพราะผลตอบแทนสินทรัพย์มักจะเคลื่อนไหวไปในทางเดียวกันทั้งภูมิภาค โดยหากดูการเคลื่อนไหวของดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ตั้งแต่กลางปี 2005 ถึงมีนาคม 2013 จะเห็นว่าโดยเฉลี่ยแล้วดัชนีราคาหลักทรัพย์ของประเทศในอาเซียนมีความสัมพันธ์กันมากกว่า 90% ซึ่งอาจจะส่งผลให้การลงทุนเพื่อกระจายความเสี่ยงมีข้อจำกัด แต่ความโดดเด่นของธุรกิจที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศอาเซียนอาจจะเป็นโอกาสให้ธุรกิจและนักลงทุนไทยได้รับผลตอบแทนสูงขึ้น ซึ่งหากดูจากการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหลักทรัพย์รายอุตสาหกรรมในช่วงเวลาเดียวกันจะพบว่าแต่ละประเทศมีจุดเด่นแตกต่างกัน โดยดัชนีราคาหลักทรัพย์ในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคในไทยและอินโดนีเซียปรับตัวดีขึ้นค่อนข้างสูง ในขณะที่ดัชนีราคากลุ่มธุรกิจด้านการเงินของฟิลิปปินส์และไทยมีการปรับตัวดีกว่า หรือในกลุ่มธุรกิจสุขภาพที่ไทยค่อนข้างมีจุดเด่นชัดเจน ซึ่งการกระจายการลงทุนไปในหลักทรัพย์ในประเทศต่างๆ ของอาเซียนอาจส่งผลให้ได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้นได้

### 39 ดัชนีราคาหลักทรัพย์ในอาเซียนมักเคลื่อนไหวไปด้วยกัน แต่ก็มีแนวโน้มแตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรมในประเทศ

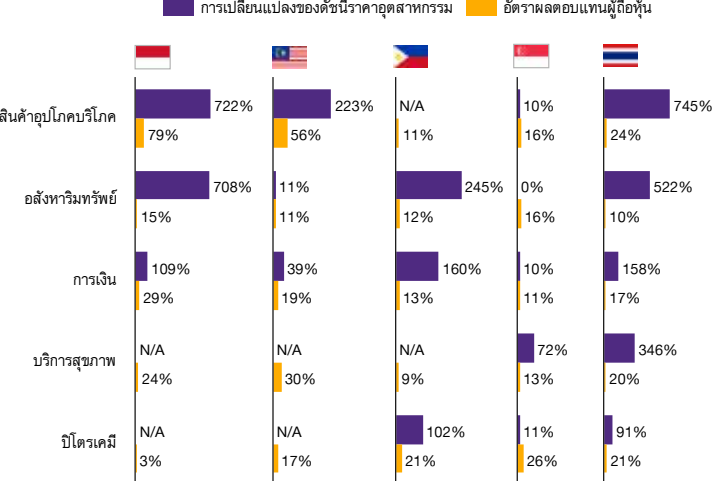
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีตลาดหลักทรัพย์\*

หน่วย: %

|             | อินโดนีเซีย | มาเลเซีย | ฟิลิปปินส์ | สิงคโปร์ | ไทย  |
|-------------|-------------|----------|------------|----------|------|
| อินโดนีเซีย | 100%        | 96%      | 95%        | 60%      | 90%  |
| มาเลเซีย    |             | 100%     | 93%        | 77%      | 87%  |
| ฟิลิปปินส์  |             |          | 100%       | 65%      | 95%  |
| สิงคโปร์    |             |          |            | 100%     | 62%  |
| ไทย         |             |          |            |          | 100% |

อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาตามอุตสาหกรรม และอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น\*\*

หน่วย: %



\* คำนวณจากข้อมูลดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์ของแต่ละประเทศอาเซียนในช่วงกรกฎาคม 2005 ถึง มีนาคม 2013

\*\* การเปลี่ยนแปลงของดัชนีอุตสาหกรรมคำนวณในช่วงปี 2005 ถึง วันที่ 22 มีนาคม 2013 และข้อมูล ROE เป็นของบริษัทที่มี market capitalization สูงสุด 3 อันดับแรก

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Bloomberg

**อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันธุรกิจยังต้องมีภาระสูงในการดำเนินการ และยังคงปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับภายในประเทศบางอย่างอยู่** เพราะในการเชื่อมโยงตลาดทุน ณ ปัจจุบัน ยังไม่ถึงขั้นทำกฎเกณฑ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ (harmonization) แต่จะอยู่ในขั้นการยอมรับกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ (mutual recognition) และการเอื้ออำนวยความสะดวกมากกว่า เช่น การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สองแห่งในอาเซียน จะยังต้องถูกกำกับโดยหน่วยงานกำกับดูแลของทั้งสองประเทศแยกออกจากกัน ซึ่งอาจจะมีมาตรฐานและข้อกำหนดแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น การยื่นเอกสาร การจัดทำเอกสารประจำเดือนประจำปี รวมไปถึงขอบเขตความรับผิดชอบของผู้บริหารในกรณีต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งแต่ละธุรกิจจะต้องมีการวางแผนและเตรียมการรองรับให้ดี เป็นต้น หรือกรณีที่ธุรกิจต่างชาติต้องการออกพันธบัตรเงินบาทในประเทศไทยยังคงต้องขออนุญาตจากสำนักงานเศรษฐกิจการคลังก่อน และจะต้องถูกพิจารณาในแง่ของสภาพคล่องในประเทศก่อนจึงจะอนุญาตให้ดำเนินการได้ หรือกรณีต้องการออก FX Bond ก็ยังต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยก่อน อย่างไรก็ตาม หากวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจจากอดีตจนถึงปัจจุบันแล้ว การเข้าไปลงทุนและระดมทุนในต่างประเทศสำหรับบริษัทขนาดใหญ่ไม่น่ามีปัญหาหรืออุปสรรคด้านการเคลื่อนย้ายเงินทุนมากนัก เพราะมีข้อได้เปรียบเรื่องของขนาด และความน่าเชื่อถือเนื่องจากมักเป็นที่รู้จักในระดับภูมิภาคอยู่แล้ว

**หากการเชื่อมโยงและเปิดเสรีด้านการเคลื่อนย้ายเงินทุนครอบคลุมถึงเรื่องของกองทุน venture capital<sup>5</sup> ด้วยน่าจะส่งผลให้ SMEs ในอาเซียนมีโอกาสเข้าถึงเงินทุนมากขึ้น** เนื่องจากกองทุนดังกล่าวจำเป็นต้องมีตลาดที่ขนาดใหญ่มากพอ เพื่อสามารถจัดสรรการลงทุนและการระดมทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถกระจายความเสี่ยงได้เพียงพอเพื่อให้สามารถขยายตัวได้ต่อไป ซึ่งหากการเชื่อมโยงและเปิดเสรีด้านการเคลื่อนย้ายเงินทุนและการรวมกลุ่มเป็น AEC มีกรอบกฎเกณฑ์ร่วมกันที่ช่วยหนุนให้กองทุน venture capital ดำเนินธุรกรรมข้ามแดนได้ง่ายขึ้น โดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นสำหรับกองทุนดังกล่าว เช่น การลดต้นทุนการดำเนินงานในการเข้าไปในแต่ละประเทศอาเซียน เป็นต้น น่าจะส่งผลดีต่อการเป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับการเข้าถึงเงินทุนหนึ่งสำหรับ SMEs ในแต่ละประเทศอาเซียน

<sup>5</sup> ธุรกิจร่วมลงทุน ("VC") เป็นธุรกิจบริหารเงินร่วมลงทุนในลักษณะกองทุนระยะยาว โดยที่กองทุน ดังกล่าวเข้าไปซื้อหุ้นในกิจการใดๆ ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง นอกเหนือจากการสนับสนุนทางการเงินแล้ว VC ยังให้คำปรึกษาทางด้านการเงิน รวมถึงการให้คำปรึกษา ช่วยชี้แนวทางในด้านต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจที่ได้รับเงินร่วมลงทุน สามารถที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งจะจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อให้ธุรกิจเงินร่วมลงทุนได้ออกรับการลงทุนผ่านการขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือขายคืนให้กับเจ้าของเดิมในราคาที่ตกลงกันไว้หรือขายหุ้นต่อให้ Strategic Partners การพิจารณาร่วมลงทุนสามารถทำได้ตั้งแต่ช่วงบริษัทมีเพียงแค่ความคิดในการดำเนินธุรกิจ (Seed) หรือช่วงเวลาเริ่มต้นธุรกิจ เพิ่งเริ่มมีรายได้หรือกำไรจากการดำเนินงาน (Start-up) หรือช่วงที่ธุรกิจเติบโต ต้องการขยายกิจการ (Growth & Expansion) จนกระทั่งถึงช่วงก่อนต้องการระดมทุนโดยการขายหุ้นให้กับประชาชน (Pre-Initial Public Offering, Pre-IPO)

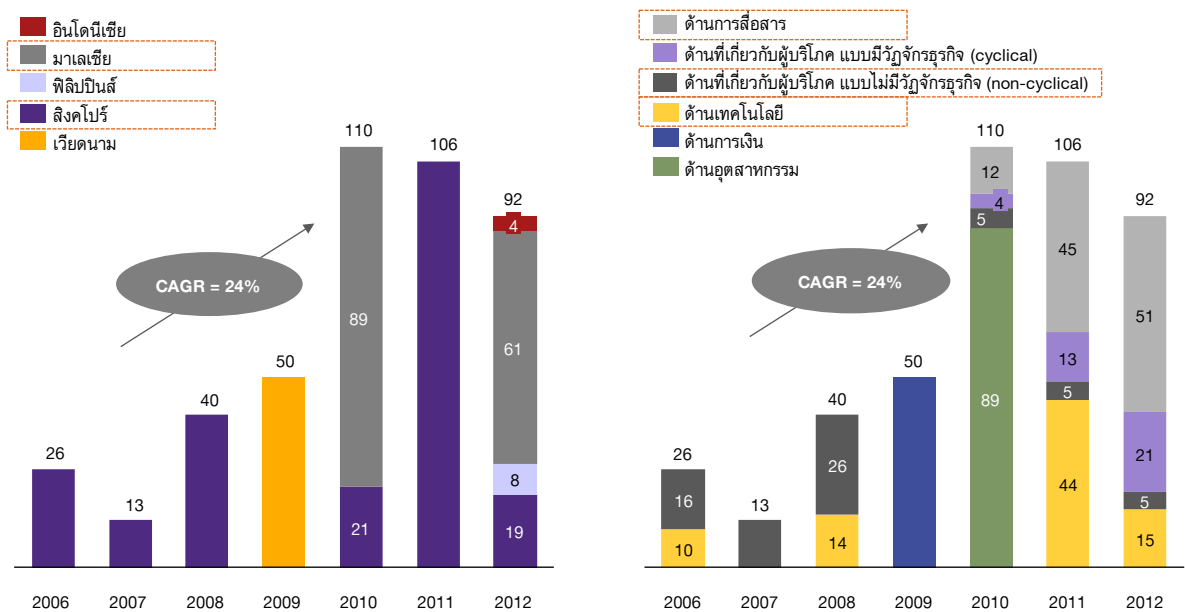
## BOX: โอกาสความร่วมมือทางด้าน venture capital ในอาเซียน

แม้มูลค่าการลงทุนของกองทุนประเภท venture capital ในภูมิภาคอาเซียนมีน้อยมากและกระจุกอยู่ในสิงคโปร์ แต่ในภาพรวมมีการเติบโตสูงเฉลี่ยปีละ 24% จากข้อมูลในปี 2011 ของกองทุน venture capital แห่งหนึ่งพบว่า มูลค่าตลาดของ venture capital ของอาเซียนคิดเป็นเพียง 4% ของภูมิภาคเอเชียทั้งหมด โดยส่วนใหญ่จะกระจุกอยู่แค่ในสิงคโปร์และมาเลเซียเป็นหลัก โดยเฉพาะสิงคโปร์ที่ตลาดด้านนี้มีการเติบโตมานานกว่า ทั้งนี้ หากมองภาพการลงทุนของกองทุน venture capital ตามอุตสาหกรรมจะพบว่าในช่วง 5 ปีก่อนหน้า การลงทุนของกองทุนจะค่อนข้างกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคและผู้บริโภค ในขณะที่ช่วงหลังมานี้มีการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นหลัก ซึ่งโดยปกติอุตสาหกรรมเหล่านี้ก็เป็นอุตสาหกรรมที่กองทุน venture capital ให้ความสนใจอยู่แล้วในฐานะธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง ทั้งนี้หากมองศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวในอาเซียนแล้วน่าจะมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นได้อีกมากตามการเติบโตของเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มาจากประชากรชนชั้นรายได้ปานกลางที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

**40** แม้จะมีสัดส่วนการลงทุนจาก VC เพียงราว 4% ของทั้งหมดในเอเชีย แต่มูลค่าการลงทุนในอาเซียนเติบโตถึง 24% ต่อปีในช่วง 2006-2012

มูลค่าการลงทุนโดยกองทุน venture capital ในภูมิภาคอาเซียนในช่วงปี 2006-2012\*

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



\* ข้อมูลจำกัดเฉพาะที่มีการรายงานมูลค่าการลงทุนในแหล่งข้อมูล Bloomberg โดยหากนับจำนวน deal ทั้งหมด (รวมที่ไม่ได้รายงานมูลค่าการลงทุน) จะพบว่าในช่วงปี 2006-2012 จะมีจำนวน deal ดังนี้ อินโดนีเซีย = 2 มาเลเซีย = 5 ฟิลิปปินส์ = 1 สิงคโปร์ = 57 ไทย = 1 และ เวียดนาม = 10

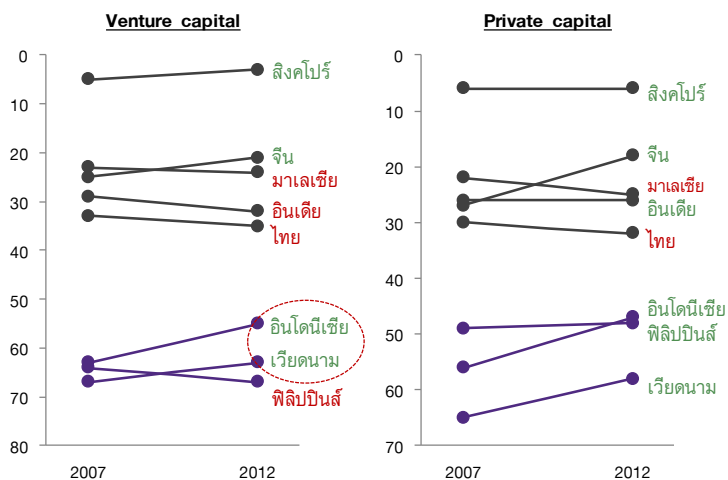
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Bloomberg

อินโดนีเซียและเวียดนาม มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นตลาดที่กองทุน venture capital ให้ความสนใจมากขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะธุรกิจทางด้านการบริการและผู้บริโภคซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจอินโดนีเซีย โดยภาพรวมแล้วประเทศในอาเซียนที่มีพัฒนาการดีกว่าโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย จะสามารถดึงดูดการลงทุนของกองทุน venture capital ได้มากกว่าเพราะมีสภาวะแวดล้อมทางด้านการลงทุนค่อนข้างดีกว่า แต่หากมองระดับการเปลี่ยนแปลงจะพบว่าอินโดนีเซียและเวียดนามกำลังเป็นที่น่าจับตามองและเป็นที่สนใจมากขึ้นเรื่อยๆ ของกองทุน venture capital โดยเฉพาะอินโดนีเซียที่มีจุดเด่นสำคัญด้านจำนวนประชากรที่กำลังมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นตามรายได้ที่ขยายตัว ซึ่งส่งผลดีต่อการเกิดใหม่ของธุรกิจประเภทที่เกี่ยวกับการบริการและบริโภคเป็นอย่างมาก รวมไปถึงสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคที่ยังค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับโลกตะวันตกซึ่งชี้ให้เห็นว่ายังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก จึงอาจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมกลุ่มนี้อยู่ในลำดับต้นๆ ที่กองทุน venture capital มองว่าน่าสนใจสำหรับการร่วมลงทุนมากที่สุด

## 41 อินโดนีเซียและเวียดนามมีความน่าดึงดูดการลงทุนของกองทุน venture capital เพิ่มขึ้นมาก

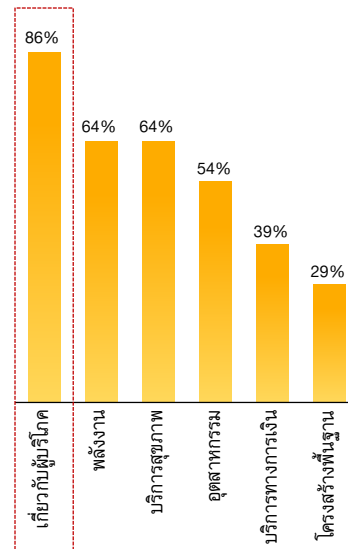
อันดับของดัชนีความน่าดึงดูดการลงทุนของกองทุน venture capital และ private equity ตามประเทศในปี 2007 และ 2012 \*

หน่วย: อันดับ



สัดส่วนของสาขาเศรษฐกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุนจากการสำรวจในปี 2011

หน่วย: %



\* จัดทำโดย IESE Business School ภายใต้การสนับสนุนของ ERNST&YOUNG

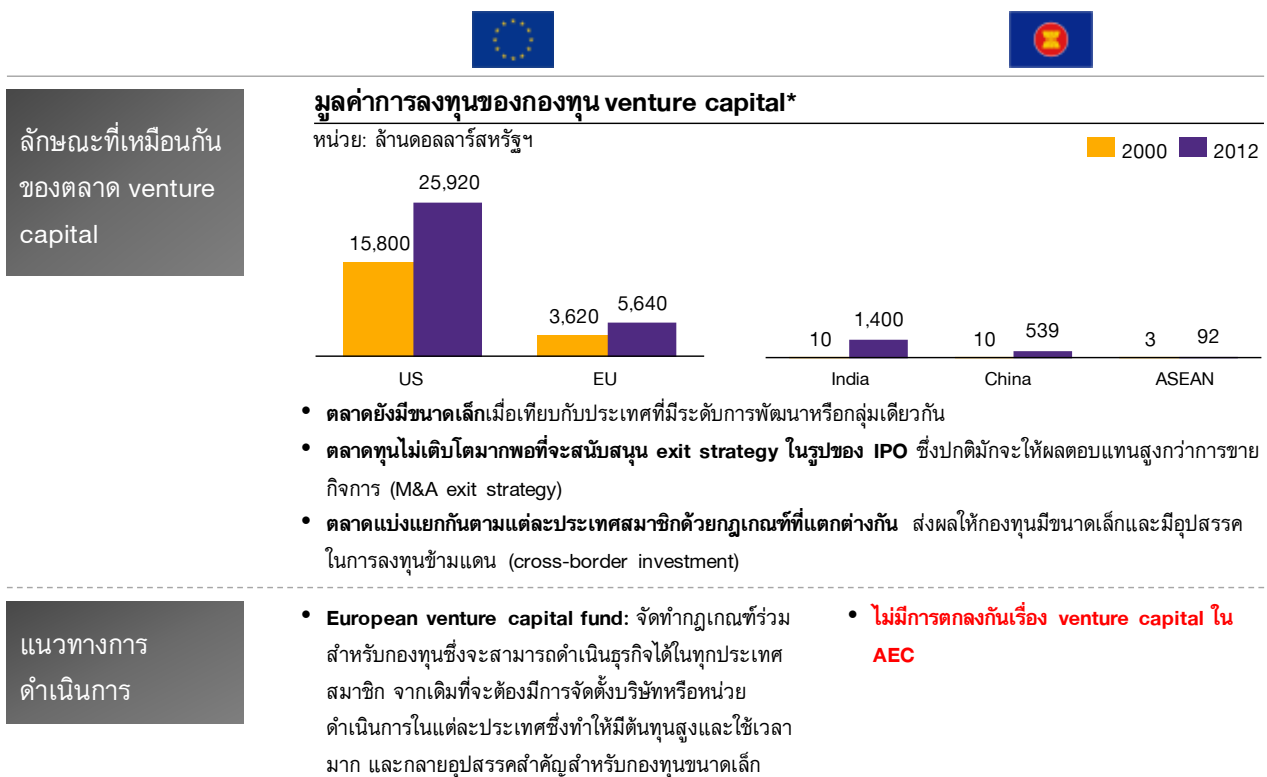
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ IESE Business School และ Singapore Venture Capital and Private Equity Association (SVCA)

อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านอุปสงค์ของกองทุนดังกล่าวในอาเซียนน่าจะยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญอยู่ดี ซึ่งเป็นเรื่องของลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันมากในแต่ละประเทศส่งผลให้การใช้แบบจำลองทางธุรกิจ (business model) ร่วมกันเป็นไปได้ยาก เพราะกองทุน venture capital ไม่ได้ให้แค่เงินทุนแต่ยังช่วยเหลือเรื่องการจัดการธุรกิจอย่างมืออาชีพด้วย ความหลากหลายของภาษา ศาสนา พื้นฐานเศรษฐกิจและการเมืองจึงทำให้แบบจำลองธุรกิจที่กองทุน venture capital ใช้ในการพัฒนาธุรกิจหนึ่งในเวียดนาม อาจจะใช้ไม่ได้กับธุรกิจประเภทเดียวกันในอินโดนีเซีย ซึ่งส่งผลให้กองทุน venture capital พัฒนาความเชี่ยวชาญสำหรับประเทศทั้งหมดในอาเซียนได้ไม่มากนัก **รวมไปถึงระดับและสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อความเป็นผู้ประกอบการในประเทศต่างๆ ของอาเซียน มีค่อนข้างน้อยส่งผลให้ธุรกิจที่เติบโตจากกองทุน venture capital แบบเต็มรูปแบบยิ่งเกิดขึ้นได้ยากในอาเซียน** เพราะหากเป็นเรื่องของการสนับสนุนเงินทุนอย่างเดียว รัฐบาลของแต่ละประเทศก็สามารถทำได้โดยง่าย แต่การพัฒนา SMEs โดยกองทุน venture capital มีความจำเป็นที่ต้องมีระบบและสภาพแวดล้อมที่ครบวงจรในประเทศ ที่เอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการกล้าที่จะเสี่ยง และกระตือรือร้นที่จะขยายธุรกิจที่มีศักยภาพออกไป ยกตัวอย่างเช่น การสร้างความร่วมมือและถ่ายทอดความรู้ระหว่างธุรกิจและสถาบันการศึกษา ทำนองเดียวกับกรณีความร่วมมือที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จของ Silicon Valley กับ Stanford University หรือเช่นเดียวกับที่อินเดียกำลังดำเนินตามรอยโดยมี the Indian Institutes of Technology หลายแห่งสนับสนุนธุรกิจเกิดใหม่ เป็นต้น ดังนั้นการขาดปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้ส่งผลให้ขาดกลุ่มลูกค้าที่มีขนาดใหญ่พอ (critical mass) และเป็นอุปสรรคในการเติบโตของกองทุน venture capital ในอาเซียน

**Venture capital ส่วนมากในอาเซียนและไทยจึงมักจะอยู่ในรูปแบบของ strategic investment ของบริษัทใหญ่ๆ ในประเทศ มากกว่า corporate venture capital ซึ่งมักมีผลประโยชน์อื่นๆ มากกว่าแค่ผลตอบแทนจากบริษัทที่ศักยภาพในการเติบโตสูง** เช่น ความต้องการมีส่วนร่วม (exposure) ในธุรกิจที่ต้องการ เป็นต้น แต่ปัญหาคือ corporate venture capital มักจะให้ความสำคัญเมื่อบริษัทเป้าหมายเติบโตมาแล้วระดับหนึ่งมากกว่า (later stage) และมีแผนธุรกิจที่มีพร้อมสรรพอยู่แล้วและขนาดตลาดที่พร้อมจะขยายตัวเพิ่มเติม เพราะสามารถหวังผลทั้งในเชิงผลตอบแทนทางการเงินและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ได้ไปพร้อมๆ กัน จึงยังส่งผลให้กลุ่ม start-up และ early-stage ขาดแคลนแหล่งเงินทุนอยู่ดี และส่งผลให้ธุรกิจที่มีแนวคิดที่ดีแต่ยังขาดแนวทางที่จะสร้างธุรกิจ (commercialize) มีข้อจำกัดในการเติบโต

ตลาด venture capital ในอาเซียนมีปัญหาเดียวกันกับในยุโรปคือยังไม่มีลักษณะเป็น integrated venture capital market ซึ่งทำให้ cross-border investment เกิดขึ้นได้ยาก กล่าวคือกฎหมาย กฎเกณฑ์ ระเบียบและระบบภาษีมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศสมาชิก ทำให้ตลาดมีการแยกส่วนกัน (fragmented) อย่างมาก และทำให้การลงทุนข้ามแดนของ venture capital เกิดขึ้นได้ยาก ที่ผ่านมามีกองทุน venture capital ต้องการลงทุนในหลายๆ ประเทศสมาชิก EU จะต้องจัดตั้ง management companies หรือ administrative entities เพิ่มขึ้นในประเทศต่างๆ เหล่านั้น ซึ่งเป็นทั้งการเพิ่มต้นทุนและระยะเวลาในการดำเนินการ และกลายเป็นอุปสรรคที่ทำให้กองทุนขนาดเล็กไม่สามารถดำเนินการได้ ผลที่เกิดขึ้นคือตลาด venture capital ของทั้งยุโรปและอาเซียนมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับประเทศในระดับการพัฒนาหรือในกลุ่มเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ทั้งยุโรปและอาเซียนเห็นตรงกันถึงความสำคัญของ SMEs มีผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจภูมิภาคในระยะยาว และ SMEs ในยุโรปและอาเซียนต่างเผชิญปัญหาเดียวกันคือเรื่องของการอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

## 42 ตลาด venture capital ในอาเซียนเผชิญปัญหาเดียวกับยุโรป ซึ่งพึ่งได้จัดทำเกณฑ์ส่วนสำหรับ European venture capital fund เมื่อไม่นานมานี้



\* ข้อมูลจำกัดเฉพาะที่มีการรายงานในแหล่งข้อมูล Bloomberg  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC



---

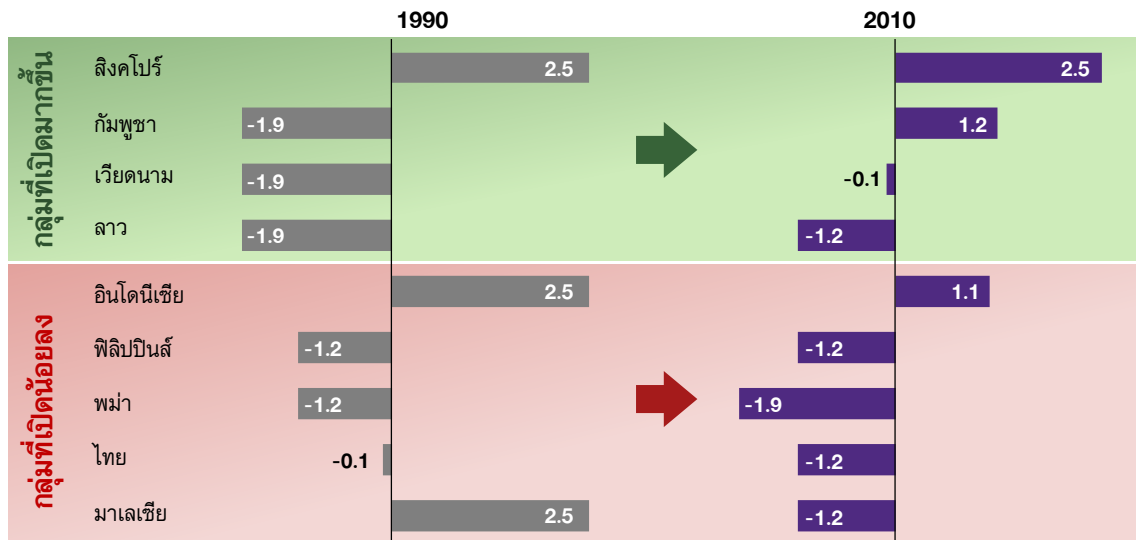
ยุโรปดำเนินการแก้ปัญหาด้านอุปทาน (supply) โดยจัดทำกฎเกณฑ์ร่วมของ European venture capital fund (EuVECA) ซึ่งจะนำมาใช้ในปี 2013 นี้ ในขณะที่อาเซียนยังไม่มีมาตรการตกลงกันในเรื่องดังกล่าว โดยหลักการของ EuVECA ก็คือกองทุนได้รับการแต่งตั้งจากความสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของ EuVECA และมีผลให้ดำเนินธุรกิจระดมทุน (ขาย) กับลงทุนได้ในทุกประเทศสมาชิกยุโรป ซึ่งเท่ากับว่าสามารถทำการตลาดได้ทั้งกับนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนรายย่อยที่มีความเข้าใจ (sophisticated investors) และลงทุนขั้นต่ำ 100,000 ยูโรพร้อมทั้งลงลายมือชื่อยอมรับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน โดยไม่ต้องคำนึงถึงกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตาม กฎเกณฑ์ดังกล่าวไม่ได้เป็นการบังคับให้ทุกกองทุน venture capital ต้องเข้าขาย แต่ผู้จัดการกองทุน (fund manager) ยังสามารถเลือกได้หากไม่ต้องการได้รับการแต่งตั้งเป็น EuVECA ซึ่งเท่ากับว่าจะต้องกลับไปเข้าสู่การดำเนินการตามกฎระเบียบ กฎหมายของประเทศสมาชิกที่กองทุนต้องการเข้าไปดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ คาดว่ากฎเกณฑ์เดียวกันสำหรับ European venture capital fund จะช่วยให้กองทุนสามารถใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการลงทุนของอุตสาหกรรมต่างๆ สำหรับการลงทุนในขอบเขตที่กว้างขึ้นจากระดับประเทศเป็นระดับภูมิภาค และน่าจะส่งผลให้ต้นทุนของกองทุนลดลง อีกทั้งยังช่วยสร้างเสริมความเชี่ยวชาญในแต่ละอุตสาหกรรมมากขึ้นไปอีก

ทั้งนี้ ทั้งหมดที่กล่าวมาจำเป็นต้องอาศัยการเปิดเสรีมากขึ้นในเรื่องของการเคลื่อนย้ายเงินทุนในอาเซียน แต่ระดับการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายเงินทุน (capital account openness) ที่ค่อนข้างต่ำในประเทศอาเซียนบอกเป็นนัยๆ ให้เห็นว่าการเปิดเสรีอาจจะต้องดำเนินการอีกมากและจำเป็นต้องเร่งรัดอย่างมากหากเป้าหมายยังคงเป็นปลายปี 2015 หรือแม้แต่ 2020 หากไม่นับรวมสิงคโปร์ จะพบว่าเมื่อเทียบกับช่วงวิกฤติต้มยำกุ้งที่ผ่านมา ประเทศในกลุ่ม ASEAN-5 กลับมามีการเปิดเสรีด้านเงินทุนน้อยลง สวนทางกับประเทศในกลุ่มอินโดจีนส่วนใหญ่โดยทั้งกัมพูชา ลาว และเวียดนามที่มีการเปิดเสรีด้านดังกล่าวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ระดับการเปิดเสรีด้านเงินทุนของประเทศต่างๆ ในอาเซียนยังคงห่างไกลจากสิงคโปร์ซึ่งถือว่าเปิดเสรีมากที่สุดในภูมิภาค โดยหากการตกลงใน AEC มุ่งหวังที่จะให้การเคลื่อนย้ายเงินทุนมีระดับการเปิดเสรีที่ใกล้เคียงกันแล้ว ประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคยังคงต้องดำเนินการอีกมากเพื่อเอื้ออำนวยการเคลื่อนย้ายเงินทุนในภูมิภาคให้มากขึ้น

## 43 ASEAN-5 ยกวันสิงคโปร์มีระดับการเปิดเสรีเคลื่อนย้ายเงินทุนน้อยลง ในขณะที่ CLMV เปิดกว้างมากขึ้น

ระดับการเปิดเสรีของการเคลื่อนย้ายเงินทุน (capital openness)\*

หน่วย: ดัชนี



\* Capital openness (KAOPEN) เป็นดัชนีที่วัดระดับความเข้มข้นของมาตรการควบคุมการเคลื่อนย้ายเงินทุน (capital control) โดยครอบคลุมตัวแปรใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) การใช้ระบบ multiple exchange rate (2) ข้อจำกัดทางด้าน current account transaction (3) ข้อจำกัดทางด้าน capital account transaction และ (4) ข้อกำหนดเกี่ยวกับ the surrender of export proceeds รายละเอียดของการจัดทำดัชนีสามารถอ่านได้จาก Chinn and Ito (2007), "A New Measure of Financial Openness"

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Chinn and Ito (2010)

แม้กระนั้น การเปิดให้เงินทุนเคลื่อนย้ายได้สะดวกมากขึ้นคงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยลดต้นทุนของเงินทุน (cost of capital) เพิ่มการลงทุน และขยายผลผลิตภายใต้ตลาดเดียวกันของอาเซียน ซึ่งจะเกิดขึ้นได้จากการปล่อยให้เงินทุนสามารถไหลจากประเทศที่มีมากเกินพอแต่ผลตอบแทนต่ำ ไปสู่ประเทศที่ขาดแคลนและให้ผลตอบแทนสูงได้ แต่คาดว่าเอกสิทธิ์ในการออกนโยบายควบคุมการไหลของเงินทุนของหน่วยงานรับผิดชอบในแต่ละประเทศจะยังคงอยู่ เพื่อป้องกันในกรณีที่เป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่ได้เห็นบทเรียนจากวิกฤติเศรษฐกิจโลกตั้งแต่ปี 2008 ที่ผ่านมา

หากมองในปัจจุบัน คาดว่าแหล่งเงินทุนสำหรับการลงทุนในประเทศต่างๆ ในอาเซียนจะขึ้นอยู่กับโครงสร้างของบริษัทด้วย เช่น บริษัทขนาดใหญ่ที่ขยายกิจการไปในแต่ละประเทศอาจจะเริ่มต้นด้วยแหล่งเงินทุนจากภายในประเทศต้นทางของบริษัทเอง บริษัทที่เข้าไปร่วมทุนอาจจะมีโอกาสระดมทุนจากประเทศปลายทางได้มากกว่า เป็นต้น ทั้งนี้หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกด้านการเคลื่อนย้ายเงินทุนรวมถึงการระดมทุนคือความน่าเชื่อถือของธุรกิจ ซึ่งการพัฒนาสู่ความเป็น ASEAN brand หรือ ASEAN company อาจจะเป็นสิ่งที่ต้องเร่งดำเนินการเพื่อสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือในระดับภูมิภาค ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องให้เกิดศักยภาพในการระดมทุนและลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นการใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงทางด้านเงินทุนภายใต้ AEC ได้อย่างเต็มที่

# 6 ความแตกต่างของระบบภาษี... อีกโอกาสในการปรับโครงสร้างธุรกิจ

การทำธุรกิจข้ามชาติกระตุ้นให้บริษัทต้องมีการปรับตัวเชิงองค์กร ซึ่งนอกเหนือไปจากประเด็นการเพิ่มศักยภาพด้านทรัพยากรบุคคล และการหาช่องทางบริหารจัดการเงินทุนแล้ว บริษัทควรมีการจัดโครงสร้างการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงการลดต้นทุนอีกด้วย โดยหนึ่งในแรงกดดันที่สำคัญคือ การที่บริษัทจะต้องเผชิญกับระบบภาษีที่แตกต่างจากไทยในการทำธุรกิจข้ามชาติ ซึ่งข้อแตกต่างดังกล่าวมักมีผลโดยตรงต่อต้นทุนการดำเนินงาน และเป็นตัวแปรกำหนดราคาสินค้าและรูปแบบการทำธุรกิจที่สำคัญ จึงกลายเป็นความจำเป็นของผู้ประกอบการที่ต้องมีการวางแผนทางภาษีควบคู่ไปกับการศึกษาศักยภาพของตลาดก่อนตัดสินใจเลือกการลงทุนในประเทศใดประเทศหนึ่ง อนึ่ง การรวมตัวกันของกลุ่มประเทศอาเซียนเพื่อลดภาษีการค้าระหว่างกันได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ส่งออกในระดับหนึ่ง ในขณะที่กฎหมายลงทุนในแต่ละประเทศในอาเซียนก็ให้เอกสิทธิ์ทางภาษีแก่นักลงทุนต่างชาติเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ยังมีแนวทางการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีแนวทางอื่น เช่น การตั้งบริษัทโฮลดิ้งเพื่อการลงทุน (investment holding company) หรือการใช้ประโยชน์จากอนุสัญญาภาษีซ้อน (Double Tax Agreement: DTA) เป็นต้น ซึ่งเมื่อบริษัทสามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างธุรกิจเพื่อลดต้นทุนภาษีลงได้อย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ก็ย่อมมีความมั่นใจมากขึ้นในผลตอบแทนจากการทำธุรกิจในอาเซียนภายใต้แรงผลักดันจากการเชื่อมโยงภายในภูมิภาค

## 44 ผู้ประกอบการไทยจะต้องเผชิญกับการภาษีที่เพิ่มขึ้น ในการทำธุรกิจในอาเซียน แต่มีโอกาสดำเนินการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีเช่นกัน

ตัวอย่างการภาษีเพิ่มเติม ณ ประเทศที่ลงทุน



แนวทางการลดหย่อน/ยกเว้นภาษี



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC

**การรวมตัวของกลุ่มประเทศอาเซียนก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการค้าระหว่างประเทศเนื่องจากสินค้าจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรหากมีถิ่นกำเนิดภายในภูมิภาค** ตามข้อตกลงด้านการค้าของอาเซียน (ASEAN Trade in Goods Agreement: ATIGA) การนำเข้าสินค้าทุกประเภท (ยกเว้นสินค้าใน sensitive list และ highly sensitive list) จากผู้ส่งออกภายในอาเซียนจะได้รับการยกเว้นภาษีอากรขาเข้าภายในปี 2015 ซึ่งถือว่าเป็นสิทธิพิเศษทางภาษีที่ให้ประโยชน์สูงสุด และสูงกว่าข้อกำหนดทางการค้าขององค์การการค้าโลก หรือ WTO โดย ATIGA ได้กำหนดเงื่อนไขว่าผู้ส่งออกต้องพิสูจน์ว่าสินค้านั้นมี “ถิ่นกำเนิด” ภายในอาเซียนไม่ต่ำกว่า 40% ของมูลค่าสินค้า ซึ่งขั้นตอนการพิสูจน์แหล่งที่มาของสินค้า เดิมต้องผ่านภาครัฐเท่านั้น แต่ปัจจุบันได้มีการจัดทำโครงการนำร่องที่เรียกว่า self-certification ขึ้น ทำให้ผู้ส่งออกสามารถรับรองถิ่นกำเนิดด้วยตนเอง การยกเว้นภาษีนำเข้าเช่นนี้ย่อมลดอุปสรรคในการทำการค้าระหว่างกลุ่มอาเซียนด้วยกัน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้านำเข้าสูงขึ้น ประกอบกับความสะดวกรวดเร็วและค่าใช้จ่ายที่ลดลงแล้ว จึงถือเป็นโอกาสดีของผู้ส่งออกไทยในการนำสินค้าส่งออกเข้าตลาดอาเซียน

**นอกจากนั้นแล้ว สิทธิพิเศษทางภาษีในการเข้าลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ก็จะช่วยลดอุปสรรคในการทำธุรกิจในอาเซียนเช่นกัน โดยในกลุ่ม CLMV นั้นพบว่า ลาว และเมียนมาร์ มีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีค่อนข้างกว้างเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ** ทั้งนี้ เพราะลาวและเมียนมาร์ต่างหวังพึ่งเงินทุนและความเชี่ยวชาญจากต่างชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างพื้นฐานและทักษะแรงงาน สำหรับเมียนมาร์นั้นแทบทุกธุรกิจจากต่างชาติสามารถเข้าขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีจากรัฐบาลได้ ถึงแม้จะมีการกำหนดว่าธุรกิจบางประเภทต้องดำเนินการผ่านการร่วมทุนกับธุรกิจท้องถิ่นหรือกับรัฐบาลเท่านั้น โดยรัฐบาลจะยกเว้นภาษีเงินได้นาน 5 ปี และลดหย่อนภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิตอีกด้วย ส่วนประเทศลาวนั้น มีการกำหนดธุรกิจจากต่างชาติที่จะได้รับสิทธิทางภาษีไว้ค่อนข้างกว้างเช่นกัน แต่จะส่งเสริมธุรกิจบางประเภทเป็นพิเศษ เช่น ธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป และธุรกิจการศึกษาและสิ่งสิ่งพิมพ์ และยังถ้าเป็นการพัฒนาธุรกิจเหล่านั้นในพื้นที่กันดารจะได้รับการยกเว้นภาษีเป็นเวลา 10 ปี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจลงทุนในตลาดใหม่ดังเช่นสองประเทศนี้ย่อมมีความเสี่ยงสูง นักลงทุนจึงควรพิจารณาแรงจูงใจทางภาษีควบคู่ไปกับการประเมินความน่าลงทุนตามศักยภาพตลาดและแรงงานด้วย

**การลงทุนในกัมพูชาและเวียดนามจะได้รับการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีเช่นเดียวกัน แต่มีการกำหนดภาคธุรกิจที่ได้หรือไม่ได้รับประโยชน์ทางภาษีไว้ชัดเจนมากขึ้น จึงอาจมองได้ว่ามีขอบเขตความน่าลงทุนในเชิงภาษีที่ต่ำกว่าสองประเทศแรก** เมื่อเทียบกับลาวและเมียนมาร์แล้ว กัมพูชาและเวียดนามได้มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศมาแล้วระดับหนึ่ง แต่ในอดีตอาจยังไม่สามารถกระตุ้นการลงทุนในธุรกิจบางประเภทหรือมีการลงทุนในธุรกิจบางประเภทมากเกินไป ทำให้ขอบเขตการให้ประโยชน์ทางภาษีจำกัดอยู่ในธุรกิจที่ยังขาดการลงทุนจากต่างชาติ โดยพบว่า เวียดนามมีขอบเขตการให้ประโยชน์ทางภาษีต่อการลงทุนจากต่างชาติในด้านคุณภาพชีวิต เช่น ภาคการศึกษา สุขภาพ กีฬา ไอทีและคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในขณะที่การลงทุนในกัมพูชาจะได้รับประโยชน์ทางภาษีก็ต่อเมื่อเป็นการลงทุนในภาคธุรกิจที่ไม่อยู่ใน “negative list” ซึ่ง negative list ดังกล่าวครอบคลุมถึง ภาคการท่องเที่ยว การพัฒนาโรงแรมระดับ 3 ดาวลงมา ธุรกิจโทรคมนาคม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สถาบันการเงิน เป็นต้น ซึ่งล้วนไม่ได้รับเอกสิทธิทางภาษี จึงถือว่าเป็นการปิดกั้นการลงทุนค่อนข้างมาก ด้วยนโยบายกระตุ้นการลงทุนที่แคบลงในเวียดนามและกัมพูชาเช่นนี้ ทำให้แรงดึงดูดนักธุรกิจต่ำลงในมุมมองด้านภาษีเมื่อเปรียบเทียบกับในกลุ่ม CLMV ด้วยกัน

## 45 ตารางเปรียบเทียบสิทธิประโยชน์จากการลงทุนโดยตรง ในกลุ่มประเทศ CLMV ภายใต้กฎหมายการลงทุน (investment law) ของประเทศนั้นๆ

|                                                              | กัมพูชา                                                                                                                                                                                                | ลาว                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | เมียนมาร์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | เวียดนาม                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Income Tax)</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>ยกเว้นภาษี 3-9 ปีแรก</li> <li>20% หลังจากนั้น</li> </ul>                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>ยกเว้นภาษี 1-10 ปีแรก</li> <li>24% หลังจากนั้น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>ยกเว้นภาษี 5 ปีแรก (ต่ออายุได้)</li> <li>25% หลังจากนั้น</li> <li>เงินได้จากการส่งออกนำมาคำนวณภาษีเพียงครึ่งหนึ่ง</li> <li>ยกเว้นภาษีเงินได้ในส่วนผลกำไรที่นำมาลงทุนซ้ำภายในปีนั้น</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>ยกเว้นภาษี 4 ปีแรก</li> <li>5% สำหรับปีที่ 5-13</li> <li>10% สำหรับปีที่ 14-15</li> <li>25% หลังจากนั้น</li> </ul>                                                              |
| <b>การเก็บภาษีนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักร (Import Duty)</b> | ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบตลอดการดำเนินธุรกิจ                                                                                                                                              | ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบตลอดการดำเนินธุรกิจ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรตลอดการดำเนินธุรกิจ และยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ 3 ปีแรก                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรตลอดการดำเนินธุรกิจ และยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบตลอดการดำเนินธุรกิจหากเป็นการนำเข้าเพื่อผลิตสินค้าส่งออก                                                                                     |
| <b>ตัวอย่างข้อกำหนดด้านภาคธุรกิจที่ได้รับประโยชน์ทางภาษี</b> | ยกเว้นธุรกิจอยู่ใน “negative list” ซึ่ง negative list ครอบคลุมถึง ภาคการท่องเที่ยว การพัฒนาโรงแรม ระดับ 3 ดาวลงมา ธุรกิจโทรคมนาคม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สถาบันการเงิน คาสโน ธุรกิจมีเดีย ยาสูบ เป็นต้น | แบ่งการส่งเสริมเป็น 3 ระดับคือ<br><b>1) ธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมระดับสูง</b> เช่น ธุรกิจโรงแรม ตั้งแต่ 4 ดาวขึ้นไป ธุรกิจสิ่งพิมพ์ การศึกษา เป็นต้น<br><b>2) ธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมระดับปานกลาง</b> เช่น การผลิตรถจักรยานยนต์ เป็นต้น<br><b>3) ธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมระดับต่ำ</b> เช่น การผลิตเครื่องดื่ม การผลิตส่วนประกอบรถยนต์ เป็นต้น<br>โดยธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมในระดับสูงจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้สูงสุดถึง 10 ปี หากเป็นการทำธุรกิจในพื้นที่กันดาร | <b>1) ธุรกิจ 11 ประเภทจะต้อง</b> ทำผ่านการร่วมทุนกับธุรกิจท้องถิ่น และต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 80% ตัวอย่างเช่น ภาคการเกษตร ประมงและปศุสัตว์ขนาดเล็ก การทำเหมืองแร่ขนาดเล็ก การขุดเจาะน้ำมันขนาดเล็ก ไม่เกิน 1,000 ฟูต และการผลิตไฟฟ้าไม่เกิน 10 เมกะวัตต์ เป็นต้น<br><b>2) ธุรกิจบางประเภทต้องทำ</b> ผ่านการร่วมทุนแต่ไม่ได้กำหนดสัดส่วนการถือหุ้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจเหมืองแร่ขนาดใหญ่ ธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน และธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงโรงแรมระดับต่ำกว่า 3 ดาว เป็นต้น | ธุรกิจบางประเภทเท่านั้นที่จะได้รับประโยชน์ทางภาษี อาทิ อุตสาหกรรมโยธา การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบน้ำ และโลจิสติกส์ การผลิตซอฟต์แวร์ การศึกษาและฝึกอบรม ธุรกิจสุขภาพ วัฒนธรรมและกีฬา การพิมพ์ เป็นต้น |

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ PricewaterhouseCoopers และ DFDL

อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบแล้ว การเข้าไปลงทุนโดยตรงในตลาดอาเซียนแทนการส่งออกสินค้าจากไทยมีแนวโน้มทำให้ภาระภาษีสูงขึ้น การลงทุนโดยตรงในอาเซียนนอกจากจะมีความเสี่ยงสูงขึ้นเมื่อเทียบกับการส่งออกสินค้าแล้ว ยังอาจเผชิญกับภาระภาษีที่สูงขึ้นด้วยหากประเทศที่เข้าไปลงทุนมีอัตราภาษีเงินได้ที่สูงกว่าไทย หรือเมื่อต้องนำผลกำไรหรือเงินปันผลส่งกลับบริษัทแม่ในไทยก็จะต้องถูกหักภาษีเช่นกัน อนึ่ง ในช่วงแรกของการเข้าลงทุนนั้น ผลกำไรที่ได้จากการลงทุนมักนำมาลงทุนซ้ำ (reinvestment) แทนการส่งกลับไทย จึงยังไม่มีผลกระทบด้านภาษีมากนัก แต่ในระยะยาว เมื่อต้องการนำเงินกำไรหรือเงินปันผลส่งกลับไทย ก็จะมีโอกาสถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายในประเทศที่ไปลงทุน และมักถือเป็นการเสียภาษีสุดท้าย (final tax) ที่ไม่สามารถขอเครดิตคืนได้เนื่องจากการจ่ายเงินให้แก่บริษัทต่างชาติ (non-resident) และในบางกรณีอาจต้องเสียภาษีเงินได้อีกครั้งในไทยด้วย ดังนั้น ด้วยภาระภาษีที่มากขึ้นจากการลงทุน นอกเหนือไปจากการเข้าขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีตามกฎหมายการลงทุนตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีอีก 2 วิธีหลักที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาประกอบการวางแผนด้านภาษีได้เช่นกัน วิธีแรกคือการจัดหน่วยภาษีด้วยการตั้งบริษัทโฮลดิ้งเพื่อการลงทุน (investment holding company) และอีกวิธีคือการใช้ประโยชน์จากอนุสัญญาภาษีซ้อน (Double Tax Agreement: DTA)

## 46 ภาระภาษีในการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ มักสูงกว่าการส่งออกสินค้าจากไทย

| ประเภทภาษี                                                                             | ภาระภาษีที่เกิดขึ้น                       |                         |                                    |                                                       | แนวทางการลดหย่อน/ยกเว้นภาษี                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                        | ธุรกิจผลิตสินค้า (manufacturing)          |                         | ธุรกิจซื้อขายไป (trading)          |                                                       |                                                                            |
|                                                                                        | ส่งออกจากไทย                              | ตั้งฐานการผลิต          | การขายผ่านผู้แทนจำหน่าย หรือ agent | การตั้งสาขา/ บริษัทลูก                                |                                                                            |
| ภาษีศุลกากร (customs duty)                                                             | ✓                                         |                         | ✓                                  | ✓                                                     | FTA, เขตเศรษฐกิจพิเศษ                                                      |
| ภาษีเงินได้จากการ/เงินปันผล (รวมถึงภาษีหัก ณ ที่จ่าย) (income tax และ withholding tax) | ✓                                         | ✓✓                      | ✓                                  | ✓✓                                                    | DTA, เขตเศรษฐกิจพิเศษ, จัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งเพื่อการลงทุนในประเทศ tax haven |
| ภาษีมูลค่าเพิ่ม (value-added tax หรือ VAT)                                             | ✓                                         | ✓                       | ✓                                  | ✓                                                     | ส่งออกสินค้าที่ผลิต (เฉพาะในการมีตั้งฐานการผลิต)                           |
| ข้อพึงระวัง                                                                            | รายได้ผันผวนตามอัตราภาษีศุลกากรและค่าเงิน | คุณภาพและทักษะของแรงงาน | ไม่สามารถให้บริการหลังการขาย       | ลงทุนสูง และมีภาระผูกพันกับบริษัทแม่ในกรณีการตั้งสาขา |                                                                            |

✓ = ชำระ ณ ประเทศต้นทาง (ประเทศไทย)    ✓ = ชำระ ณ ประเทศปลายทาง (ที่ส่งออกหรือที่เข้าไปลงทุน)

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ School of Tax

**การลงทุนผ่านบริษัทโฮลดิ้งที่จัดตั้งขึ้นในประเทศที่มีอัตราภาษีต่ำอย่างสิงคโปร์ โดยปกติแล้วจะช่วยลดภาระภาษีได้ค่อนข้างมาก...** การจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งเพื่อการลงทุนในประเทศที่สามเพื่อนำเม็ดเงินไปลงทุนในตลาดที่ต้องการอีกทอดหนึ่ง นับเป็นแนวทางการจัดหน่วยภาษี (tax entity) ที่บริษัทข้ามชาติเริ่มใช้กันแพร่หลายมากขึ้น เพื่อเป็นการลดภาระภาษี โดยมักจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งในประเทศที่มีอัตราภาษีเงินได้และภาษีหัก ณ ที่จ่ายในอัตราต่ำโดยเฉพาะภาษีกำไรส่วนเกินทุน (capital gains tax) ตัวอย่างประเทศที่เป็นศูนย์กลางการจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้ง ได้แก่ สิงคโปร์ ฮ่องกง หรือ ประเทศที่เป็น “สวรรค์ทางภาษี” (tax haven countries) เช่น บาฮามาส ลักเซมเบิร์ก หรือหมู่เกาะเคย์แมน เป็นต้น นอกจากนี้ ประเทศเหล่านี้มักจะไม่นำรายได้จากการลงทุนในประเทศอื่น (foreign-source income) มาคำนวณภาษี หรือถ้ามีก็จะใช้อัตราภาษีที่ค่อนข้างต่ำ และมักมีการทำข้อตกลงทางภาษีกับหลากหลายประเทศเพื่อลดภาระภาษีอีกด้วย ในภายหลังบริษัทโฮลดิ้งดังกล่าวสามารถจ่ายค่าตอบแทนการลงทุนให้แก่บริษัทแม่ในประเทศต้นทางในรูปแบบของเงินปันผลซึ่งก็มักจะได้รับการยกเว้นภาษี ณ ที่จ่ายด้วยเช่นกัน

**... ทว่า กฎเกณฑ์ภาษีของไทยยังเป็นอุปสรรคเพราะยังมีการคำนวณภาษีเงินได้ที่ส่งคืนประเทศอย่างซ้ำซ้อน ธุรกิจไทยจึงอาจไม่ได้รับประโยชน์ทางภาษีเท่าที่ควรจากการจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้ง** ในประเด็นการจ่ายเงินปันผลจากบริษัทโฮลดิ้งกลับเข้าไทยนั้น ยังคงต้องจับตามองการปฏิรูปกฎเกณฑ์ภาษีของไทยเนื่องจากปัจจุบันภาครัฐยังมีการนำเงินปันผลดังกล่าวมาคำนวณภาษีอีกครั้งถ้าหากเงินปันผลดังกล่าวเกิดจากเงินได้ที่เสียภาษีในอัตราต่ำกว่า 15% ในต่างประเทศ ตามพระราชกฤษฎีกา (พ.ร.ฎ.) ฉบับที่ 442<sup>6</sup> ซึ่งหากพิจารณาถึงอัตราภาษีในประเทศ tax haven สำหรับตั้งบริษัทโฮลดิ้งแล้ว จะพบว่าแทบทุกประเทศมีอัตราภาษีต่ำกว่า 15% และอาจต่ำถึง 0% อีกด้วย จึงตกอยู่ในกรณีที่ต้องเสียภาษีเงินปันผลอีกครั้งในไทย ซึ่งหากกฎเกณฑ์ดังกล่าวยังคงอยู่ ธุรกิจไทยก็จะมีต้นทุนสูงกว่าบริษัทชาติอื่นในการจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งเพราะไม่ได้รับประโยชน์ทางภาษีเท่าที่ควรจะได้ ปัจจุบันพบว่าในบางกรณีธุรกิจไทยต้องเลือกไปตั้งบริษัทโฮลดิ้งในประเทศมอริเชียส (Mauritius) ซึ่งมีอัตราภาษีเงินได้ที่ 15% (มีส่วนลด 3%) เพื่อลดภาระภาษีเงินปันผลซ้ำซ้อนในไทย แต่ต้องเผชิญกับต้นทุนการจัดตั้งบริษัทที่สูงกว่ามากกว่าประเทศอย่างเช่นสิงคโปร์ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางการจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้ง นอกจากนี้ ประเทศมอริเชียสยังมีข้อตกลงทางภาษีกับประเทศอื่นๆ น้อยกว่าสิงคโปร์อีกด้วย

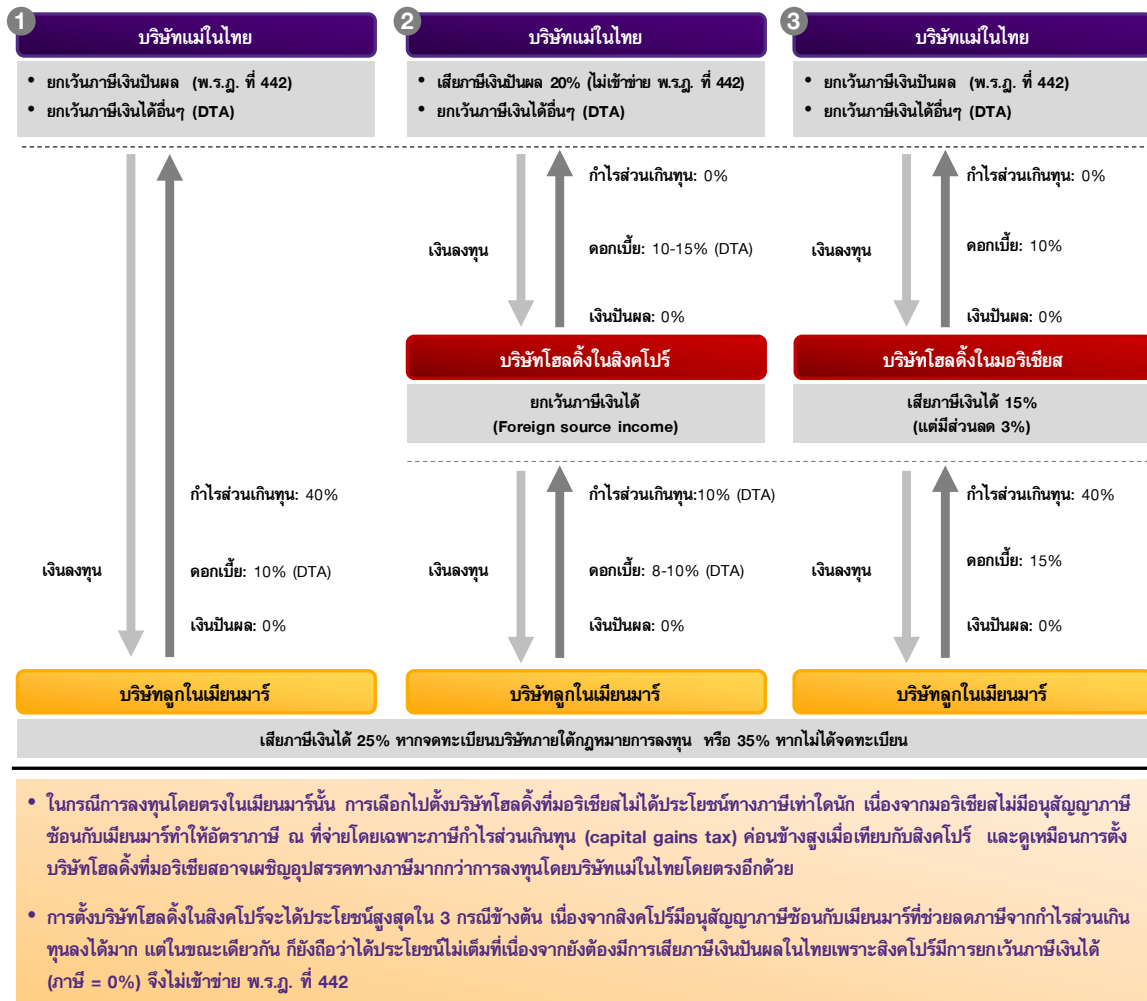
**สุดท้ายแล้ว...หากไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการตั้งบริษัทโฮลดิ้งได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย ก็ยังมีอนุสัญญาภาษีซ้อน (Double Taxation Agreement: DTA) ระหว่างไทยกับประเทศในอาเซียนที่จะช่วยลดภาระภาษีลงได้อีกระดับหนึ่ง** หากสถานการณ์ปัจจุบันในไทยยังไม่เอื้อให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์ทางภาษีจากการจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งได้เต็มที่ หรือมองว่าประโยชน์ที่ได้ไม่คุ้มค่ากับต้นทุนและเวลา อย่างน้อยที่สุด ผู้ประกอบการก็ยังได้ประโยชน์จากอนุสัญญาภาษีซ้อน (DTA) เพื่อลดการหักภาษีซ้ำซ้อนในประเทศที่เข้าลงทุนและในไทย ซึ่งหมายรวมถึง ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (withholding tax) ซึ่งจัดเป็น final tax นั้น มักจะถูกลดอัตราภาษีลงอย่างน้อยประมาณ 5-10% จากอัตราปกติ หรือการยกเว้นภาษีเงินได้ในประเทศที่เข้าลงทุนหากเป็นการประกอบการชั่วคราว หรือการนำภาษีที่ชำระในประเทศมาใช้เป็นเครดิตภาษีในไทยได้ เป็นต้น โดยขณะนี้ไทยได้ทำ DTA กับทุกประเทศในอาเซียนแล้วยกเว้น กัมพูชา และบรูไน อย่างไรก็ตาม สำหรับบรูไนนั้น รัฐสภาไทยได้ให้ความเห็นชอบแล้ว ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการเจรจาทางการทูตเพื่อบังคับใช้อนุสัญญาภาษีซ้อนนี้

<sup>6</sup> อ้างอิงจากบทความเรื่อง “ภาระภาษีบริษัทไทย อุปสรรคลงทุนต่างประเทศ” โดย ศ.พิเศษ กิตติพงศ์ อรุณพัฒน์พงศ์ ซึ่งตีพิมพ์ในวารสารการเงินธนาคาร ฉบับเดือนกรกฎาคม 2012



**47** การจัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งเพื่อการลงทุน และการใช้สิทธิประโยชน์จากอนุสัญญาภาษีซ้อน (DTA) สามารถช่วยลดภาระภาษีในการไปลงทุนต่างประเทศลงได้

ตัวอย่างลักษณะการจัดตั้งบริษัทเพื่อลงทุนในเมียนมาร์และอัตราภาษีที่เกิดขึ้น (ในกรณีที่มิใช่ธุรกิจเฉพาะในเมียนมาร์เท่านั้น)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกรมสรรพากร

ในการที่การแข่งขันมีแนวโน้มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากความเชื่อมโยงในภูมิภาค ความสามารถในการแข่งขันจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการควบคุมต้นทุนของบริษัทให้รัดกุม การวางแผนทางภาษีให้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงถือเป็นแนวทางสำคัญที่เพิ่มขีดความสามารถทางด้านการลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการ โดยการปรับรูปแบบการลงทุนหรือโครงสร้างของบริษัท ล้วนเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาพร้อมๆ กับการศึกษาศักยภาพทางการตลาด โดยในปัจจุบันเป็นที่น่าสนใจว่า หลายประเทศทั่วโลกพยายามลดภาษีเงินได้นิติบุคคลเพื่อดึงดูดการลงทุน และในทางกลับกัน จะหันไปเพิ่มอัตราภาษีทางอ้อมแทน โดยเฉพาะภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีสรรพสามิต (excise tax) ดังนั้นนักลงทุนจึงจำเป็นต้องศึกษารายละเอียดทางด้านภาษีให้ครอบคลุม รวมถึงการปรับราคาสินค้า และรูปแบบการลงทุนของตนให้เหมาะสม เพื่อสร้างความพร้อมแบกรับภาระภาษีที่จะเกิดขึ้นจากการทำธุรกิจในอาเซียน



# 7 ความเสี่ยงจากความเชื่อมโยงที่เพิ่มขึ้น... บทสรุปและโจทย์ข้อต่อไปของภาคเอกชน

ความเชื่อมโยงในภูมิภาคที่มีมากขึ้น นับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับภาคเอกชนไทยในการกระจายสินค้าและบริการภายในประเทศ ขยายเข้าสู่ตลาดใหม่ในต่างประเทศ รวมถึงการเพิ่มความสามารถในการระดมทุน หรือความสามารถในการหาแรงงานฝีมือจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเชื่อมโยงที่เพิ่มขึ้นจะก่อให้เกิดโอกาสมากมาย แต่ในขณะเดียวกันยังอาจมีปัจจัยเสี่ยงในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นภาคเอกชนไทยจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและเตรียมพร้อมในการบริหารความเสี่ยงนั้น

ความเสี่ยงที่ภาคเอกชนควรตระหนัก มีสองประเด็นหลักด้วยกัน คือความเสี่ยงจากโอกาสที่สูญเสียไปหากไม่มีการเดินรุกหน้าเพื่อฉกฉวยโอกาสที่มีมากขึ้น และความเสี่ยงที่เกิดจากการเชื่อมโยงทั้งภายในและนอกประเทศที่มีมากขึ้น โดยปัจจัยจากภายนอกประเทศจะมีความสำคัญมากขึ้นเนื่องจากความเชื่อมโยงระหว่างประเทศในรูปแบบต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทไทย ทั้งนี้ ปัจจัยความเสี่ยงที่น่ากลัวที่สุด คือความเสี่ยงจากการสูญเสียโอกาส เนื่องจากความพึงพอใจในสถานภาพปัจจุบัน (status quo) มากจนเกินไป จนไม่มีการฉกฉวยโอกาสทางธุรกิจอย่างรวดเร็วเท่าที่ควร

ภาคเอกชนอาจสูญเสียโอกาสไป เนื่องจากการไม่ปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ หรือภาวะเปลี่ยนแปลงไป เช่น การไม่ขยายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นเพื่อแสวงหาโอกาสในตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในอุตสาหกรรมที่ควรจะไปผลิตในประเทศของผู้บริโภค เพื่อเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และเพิ่มความสามารถในการผลิตให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้น รวมถึงลดต้นทุนการผลิตให้มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาอย่างเหมาะสม ตัวอย่างเช่น การผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ ที่ส่วนใหญ่โครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตมักจะพัฒนาไปตามประเทศผู้บริโภค (localize) มากขึ้น นอกจากนี้ภาคเอกชนอาจจะเสียโอกาสหากไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบศุลกากรหน้าต่างเดียวของอาเซียน (ASEAN single window) ที่ช่วยในเรื่องการค้าระหว่างประเทศ และลดอุปสรรคที่ไม่เกี่ยวกับภาษี (non-tariff barrier) ให้น้อยลง เช่น พิธีการทางศุลกากรที่ง่ายขึ้น ซึ่งความสะดวกรวดเร็วของกระบวนการทางภาครัฐต่างๆ จะช่วยให้ภาคเอกชนสามารถลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น หากผู้ประกอบการไม่สามารถฉกฉวยโอกาสที่เกิดขึ้นจากความเชื่อมโยงด้านต่างๆ เหล่านี้ อาจส่งผลให้คู่แข่งสามารถเจาะตลาดและฐานลูกค้าใหม่ได้รวดเร็วกว่า และกลายเป็นข้อได้เปรียบทางธุรกิจได้

รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น อาจทำให้ภาคเอกชนต้องปรับตัวเร็วขึ้นตามแนวโน้มของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปด้วย ตัวอย่างของการเปลี่ยนพฤติกรรมที่เห็นได้ชัด คือการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และการที่ผู้บริโภคสื่อสารและเชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ (social network) ทำให้ภาคเอกชนต้องเตรียมกลยุทธ์ต่างๆ ในด้านนี้ เพื่อเข้าถึง และทำความเข้าใจกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมทั้งหาโอกาสทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนช่องทางการติดต่อสื่อสารด้วย ซึ่งหากภาคเอกชนไม่พิจารณาโอกาสทางธุรกิจของช่องทางใหม่ๆ เหล่านี้ ก็อาจเสียโอกาสทางการค้าด้วยเช่นกัน

ความเสี่ยงที่ภาคเอกชนควรหาแผนป้องกันมารองรับ ซึ่งจะมาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่ส่งผลกระทบในทางตรงมากขึ้นกับภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากความเชื่อมโยงข้ามชาติที่มีมากขึ้น โดยความเชื่อมโยงด้านห่วงโซ่อุปทานอาจมีความเสี่ยงกรณีที่ส่วนหนึ่งส่วนใดของเครือข่ายเกิดสะดุดขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ในประเทศไทยในปลายปี 2011 ซึ่งส่งผลกระทบรุนแรงกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนในหลายๆ ส่วนของโลก เนื่องจากโรงงานผลิตไม่สามารถทำการผลิตได้ เพราะขาดชิ้นส่วนที่ผลิตจากประเทศไทย จากเหตุการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้ผลิตต้องวางกลยุทธ์ที่อาศัยการผลิตจากแหล่งสำรอง เพื่อกระจายและป้องกันความเสี่ยง โดยการกระจายแหล่งผลิตขึ้นส่วนต่างๆ ไปในหลายประเทศมากขึ้น แผนดังกล่าวจึงควรมีไว้เพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ภาคเอกชนจำเป็นต้องตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมของตน และหามาตรการป้องกันอย่างเป็นรูปธรรม โดยกระบวนการในการบริหารความเสี่ยง อาจทำได้ตามลำดับขั้นตอนต่างๆ คือ 1) ระบุปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยปัจจัยเสี่ยงรวมถึงโอกาสทางธุรกิจที่อาจเสียไป หรือความเสี่ยงด้านลบที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากความเชื่อมโยงที่มีมากขึ้นในภูมิภาค 2) วิเคราะห์และประมาณการรายได้ที่อาจเพิ่มขึ้นจากโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป และประมาณการด้านผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ 3) วางแผนกลยุทธ์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและฉกฉวยโอกาสที่อาจเกิดขึ้น หรือหามาตรการเพื่อป้องกันและบริหารความเสี่ยง 4) เรียนรู้จากอุตสาหกรรมใกล้เคียงอื่นๆ หรือจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันถึงมาตรการรับมือ และ 5) ประเมินสถานการณ์ และปรับเปลี่ยนแผนตามความเหมาะสมกับสภาพตลาด หรือปัจจัยความเชื่อมโยงต่างๆ ที่เปลี่ยนไป

ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ และการปรับใช้รูปแบบทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จะสามารถสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ แน่นอนว่าบรรยากาศการแข่งขันย่อมเปลี่ยนแปลงไปอันเป็นผลจากการเปิดเสรีในด้านต่างๆ โดยภาคเอกชนควรวางแผนรับมือกับความเปลี่ยนแปลงเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจของตน และหาโอกาสในการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ในบรรยากาศความเชื่อมโยงระหว่างชาติอาเซียนต่างๆ ที่มีมากขึ้นในโลกปัจจุบัน

## คณะผู้จัดทำ



**ดร. สุทธาภา อมรวิวัฒน์**  
**Chief Economist**  
และช่วยผู้จัดการใหญ่

ดร.สุทธาภา ร่วมงานกับธนาคารไทยพาณิชย์มาตั้งแต่ปี 2553 ปัจจุบัน ดำรงตำแหน่ง Chief Economist และผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ รับผิดชอบบริหาร ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (EIC) โดยก่อนหน้านี้ ดร.สุทธาภา ได้ดูแลสายงานในกลุ่มบริหารความเสี่ยงมาก่อน ทั้งนี้ ก่อนร่วมงานในแวดวงธนาคาร ดร.สุทธาภา มีประสบการณ์ทำงานในต่างประเทศ ทั้งภาคองค์กรระหว่างประเทศและภาคเอกชนชั้นนำ ได้แก่ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF), ไอเอ็นจีกรุ๊ป, บริษัทที่ปรึกษา Booz Allen Hamilton นอกจากนี้ ยังเคยดำรงตำแหน่งระดับผู้อำนวยการส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาคของสำนักงานเศรษฐกิจการคลังกระทรวงการคลัง อีกด้วย

ดร.สุทธาภา เป็นนักเรียนทุนพระราชทานเล่าเรียนหลวง (King's Scholarship) จบการศึกษาปริญญาตรี สาขาคณิตศาสตร์ประยุกต์จาก Harvard University และปริญญาเอก สาขาเศรษฐศาสตร์ การบริหารและนโยบายจาก Massachusetts Institute of Technology (MIT) ประเทศสหรัฐอเมริกา ดร.สุทธาภา ได้รับเลือกเป็นหนึ่งใน 20 ผู้นำรุ่นใหม่ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยคณะกรรมการขององค์กรระหว่างประเทศ Asia Society ในปี 2550



**ธีรินทร์ รัตนกุลไฉนวงศ์**  
**ผู้จัดการกลยุทธ์ธุรกิจ**  
และอุตสาหกรรม

ธีรินทร์ มีประสบการณ์ทำงานเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจมากกว่า 10 ปี กับ The Boston Consulting Group และ A.T. Kearney โดยเป็นที่ปรึกษาให้กับบริษัทชั้นนำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม เช่น ธนาคารพาณิชย์ ประกันภัย พลังงาน สินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริการ

ธีรินทร์สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับหนึ่งเหรียญทอง) สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางการบัญชีจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจจาก Kellogg School of Management, Northwestern University



**จักรมนต์ นิตipun**  
**นักวิเคราะห์อาวุโส**  
สาขา : อสังหาริมทรัพย์และวัสดุก่อสร้าง

จักรมนต์ มีประสบการณ์ทำงานเป็นที่ปรึกษากับ The Boston Consulting Group และให้คำแนะนำลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม ธนาคารพาณิชย์ โทรคมนาคมและสินค้าอุตสาหกรรม โดยทำงานในด้านการวางแผนกลยุทธ์การเพิ่มรายได้ การควบคุม กิจการ การพัฒนากระบวนการทำงาน และการปรับโครงสร้างองค์กร และการเปลี่ยนรูปแบบองค์กร นอกจากนั้น ยังเคยมีประสบการณ์ทำงานเป็นที่ปรึกษาธุรกิจกับ Deloitte Consulting และกลุ่มบริษัทในเครือ Toshiba ในประเทศไทย

จักรมนต์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ ปริญญาโท สาขาการเงิน จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจจาก Stanford graduate school of business

## คณะผู้จัดทำ



**โชติกา รุ่มมี**

นักวิเคราะห์อาวุโส

สาขา : การเกษตร อาหารและเครื่องดับ

โชติกา เริ่มงานที่ธนาคารไทยพาณิชย์ในปี 2551 โดย ก่อนหน้านั้น เคยร่วมงานกับธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นระยะเวลา 10 ปี มีประสบการณ์ทำงานด้านการวิเคราะห์เศรษฐกิจ และการเงินระดับมหภาคทั้งของไทยและต่างประเทศและด้านนโยบายการเงิน รวมทั้งมีประสบการณ์ด้านการพัฒนาธุรกิจและการบริหารโครงการกับองค์กรภาคเอกชนชั้นนำของไทย

โชติกา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยม) สาขาบริหารธุรกิจจาก มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ไชร์ และระดับปริญญาโทด้าน MBA สาขาการจัดการธุรกิจระหว่าง ประเทศ จากสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT)



**ทัชชวณ หอมจำปา**

นักวิเคราะห์อาวุโส

สาขา : ไฟฟ้า สื่อสารและโทรคมนาคม

ทัชชวณ มีประสบการณ์การทำงานในแผนก Investment Banking ที่ J.P.Morgan ประเทศสิงคโปร์ โดยให้คำปรึกษาแก่บริษัทขนาดใหญ่ในอาเซียนในด้านการระดมเงินทุนจากตลาดตราสารทุน เริ่มงานกับธนาคารไทยพาณิชย์ในปี 2553 ในหน่วยงานวิเคราะห์ความเสี่ยงสินเชื่อ โดยดูแลความเสี่ยงภาพ รวมระดับ Portfolio และระดับอุตสาหกรรมให้แก่ธนาคาร

ทัชชวณ เป็นนักเรียนทุนพระราชทานเล่าเรียนหลวง (King's Scholarship) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์ จาก Yale University และปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์และการเงิน จาก London School of Economics (LSE)



**ปราณิดา ศยามานนท์**

นักวิเคราะห์อาวุโส

สาขา : ค่าปลัก อีเล็กทรอนิกส์

ปราณิดา มีประสบการณ์ทำงานด้านการวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาคและนโยบายการเงิน รวมถึงวิเคราะห์เศรษฐกิจต่างประเทศตลอดจนงานวิเคราะห์วิจัยเกี่ยวกับภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากกว่า 10 ปี โดยก่อนหน้านั้นเคยร่วมงานกับธนาคารแห่งประเทศไทย ในส่วนของทีมวิเคราะห์นโยบายการเงินและทีมวิเคราะห์เศรษฐกิจต่างประเทศ สายนโยบายการเงิน เป็นเวลา 7 ปี

ปราณิดา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยม) สาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศจาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ จาก University of Texas at Arlington



**วิธาน เจริญพล**

นักวิเคราะห์อาวุโส

สาขา : ท่องเที่ยว บริการ และยานยนต์

วิธาน มีประสบการณ์วิจัยเชิงนโยบายและกลยุทธ์กว่า 7 ปี โดยเคยร่วมงานกับสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลังในการจัดทำแบบจำลองทางด้านการรอบและการจัดสรรงบประมาณและศึกษาวิเคราะห์นโยบายการคลังอื่นๆ อีกทั้งยังเคยร่วมงานกับฝ่ายวิจัยและข้อมูลสารสนเทศ และฝ่ายพัฒนากลยุทธ์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธาน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยม) สาขาเศรษฐศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

## คณะผู้จัดทำ



**ดร. ศิวาลัย ปันระฆวนะ**

นักวิเคราะห์อาวุโส

สาขา : ปีโตรเลียมและพลังงาน

ขนส่งและโครงสร้างพื้นฐาน

ดร.ศิวาลัย มีประสบการณ์ทำงานวิจัยและวิเคราะห์นโยบาย เศรษฐกิจ การเงิน การคลัง และโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งจาก กระทรวงการคลัง สภาพัฒน์ และกรมทางหลวง เคยเป็นคณะที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมมีความสนใจงานวิจัยเรื่องผู้ประกอบการและความเสี่ยงในตลาดเงิน

ดร.ศิวาลัย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) สาขาเศรษฐศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับทุนรัฐบาลไทยเพื่อศึกษาต่อระดับ ปริญญาโท สาขา Policy Economics, University of Illinois, Urbana-Champaign และทุน World Bank ในระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ จาก London School of Economics และจบการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขา Applied Economics and Management จาก Cornell University



**จตุรนต์ อ่ำไผ่**

นักวิเคราะห์

จตุรนต์ เคยร่วมงานกับบริษัท Advanced Datanetwork Communications ในตำแหน่ง Senior Network Engineer และผ่านการฝึกงานที่เขื่อนศรีนครินทร์ จ.กาญจนบุรี, ศูนย์ศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม วังไกลกังวล อ.หัวหิน และ กองวิศวกรรมสื่อสารการเดินอากาศ บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด

จตุรนต์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระดับปริญญาโท สาขาบริหารการบิน มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย และอยู่ระหว่างการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ชนิตา สุวรรณะ**

นักวิเคราะห์

ชนิตา มีประสบการณ์ทำงานด้านการวิเคราะห์เศรษฐกิจ ภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยก่อนหน้านี้เคยร่วมงานกับธนาคารชั้นนำ ในหน่วยงานบริหาร Portfolio และผ่านการอบรมในหลักสูตรนักลงทุนรุ่นใหม่ (New Investor Program) กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ชนิตา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) สาขา Public Administration: Public Finance ระดับปริญญาโท สาขา International Economics and Finance จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และได้รับทุนรัฐบาลญี่ปุ่น เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขา Public Policy (Economics field) ที่ National Graduate Institute for Policy Studies ณ ประเทศญี่ปุ่น

Disclaimer : The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives makes any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and each of such persons expressly disclaims any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the receipt and persons in whatever manner.

Any opinions presented herein represent the subjective views of ours and our current estimated and judgments which are based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct.

This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitutes an advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied as such. We or any of our associates may also have an interest in the companies mentioned herein.

# SCB Economic Intelligence Center (EIC)

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

E-mail : eic@scb.co.th โทร : +662 544 2953

ดร.สุทธาภา อมรวิวัฒน์  
Chief Economist และผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่  
sutapa.amornvivat@scb.co.th

## Macroeconomics

ดร.ชินวุฒิ เทชานวัตร  
chinnawut.techanuvat@scb.co.th

ดร.พรพจน์ นันทรามาศ  
phacharaphot.nuntramas@scb.co.th

ดร.อธิภัทร มุกิตาเจริญ  
athiphat.muthitacharoen@scb.co.th

เกษมสุข ทักษาดิพงษ์  
kasemsook.thaksadipong@scb.co.th

ธนกร ลิ้มวิทย์ธราดล  
tanakorn.limvittaradol@scb.co.th

โสภณ วิจิตรเมธาวณิช  
sophon.vijitmethavanich@scb.co.th

## Knowledge Management & Networking

ดร.อานันท์รัตน์ บุญนิธิวรกุล  
ผู้จัดการบริหารองค์ความรู้และเครือข่ายวิจัย  
anyarat.boonnithivorakul@scb.co.th

ณภัทร ศรีจามร  
napat.srichamorn@scb.co.th

พอร มีคุณเอี่ยม  
pha-orn.meekun-iam@scb.co.th

พิศมัย พนัสophonกุล  
phisit.panasophonkul@scb.co.th

วนิษา นาทีสุวรรณ  
wanitcha.nateesuan@scb.co.th

วิภาสรา อาภาสกุลเดบ  
vipasara.arpaskundait@scb.co.th

อัจฉรา กลิ่นปรากฏ  
atchara.glinprakod@scb.co.th

## Strategy and Advisory

ธีรินทร์ รัตนปิณฑะวงศ์  
ผู้จัดการกลยุทธ์ธุรกิจและอุตสาหกรรม  
teerin.ratanapinyowong@scb.co.th

จักรมนต์ นิติพน  
chakramon.nitibhon@scb.co.th

โชติกา ชุ่มมี  
chotika.chummee@scb.co.th

กัมปวัญ หอมจำปา  
tubkwan.homchampa@scb.co.th

นิตนารา มินทะชิน  
nitnara.mintarkhin@scb.co.th

ปราณิดา ศยามานนท์  
pranida.syamananda@scb.co.th

วิธาน เจริญพล  
vithan.charoenphon@scb.co.th

ดร.ศิวาสัย ขันธะชวนะ  
sivalai.khantachavana@scb.co.th

กวีพล พันธุ์เพ็ง  
kaweeapol.panpheng@scb.co.th

เกียรติศักดิ์ คำสี  
kaittisak.kumse@scb.co.th

จตุรนต์ อ่ำไผ่  
jaturon.umpai@scb.co.th

ชนิตา สุวรรณะ  
chanita.suwanna@scb.co.th

ณัฐชยา อารักษ์วิชานันท์  
nutchaya.arakvichanun@scb.co.th

นพสิทธิ์ จิตจรัสอำไพ  
noppasit.jitjaratumpai@scb.co.th

ลลิตา เธิียรประสิทธิ์  
lalita.thienprasiddhi@scb.co.th

วราพจน์ หงส์กัญญ์  
vorapoj.hongpinyo@scb.co.th

ศลิษา อังศรีประเสริฐ  
salisa.angsriprasert@scb.co.th

หทัยรัตน์ พัวพันศรี  
hatairat.poupunsri@scb.co.th

อลิษา แทมประเสริฐ  
alisa.tamprasirt@scb.co.th

## NOTES

## NOTES



