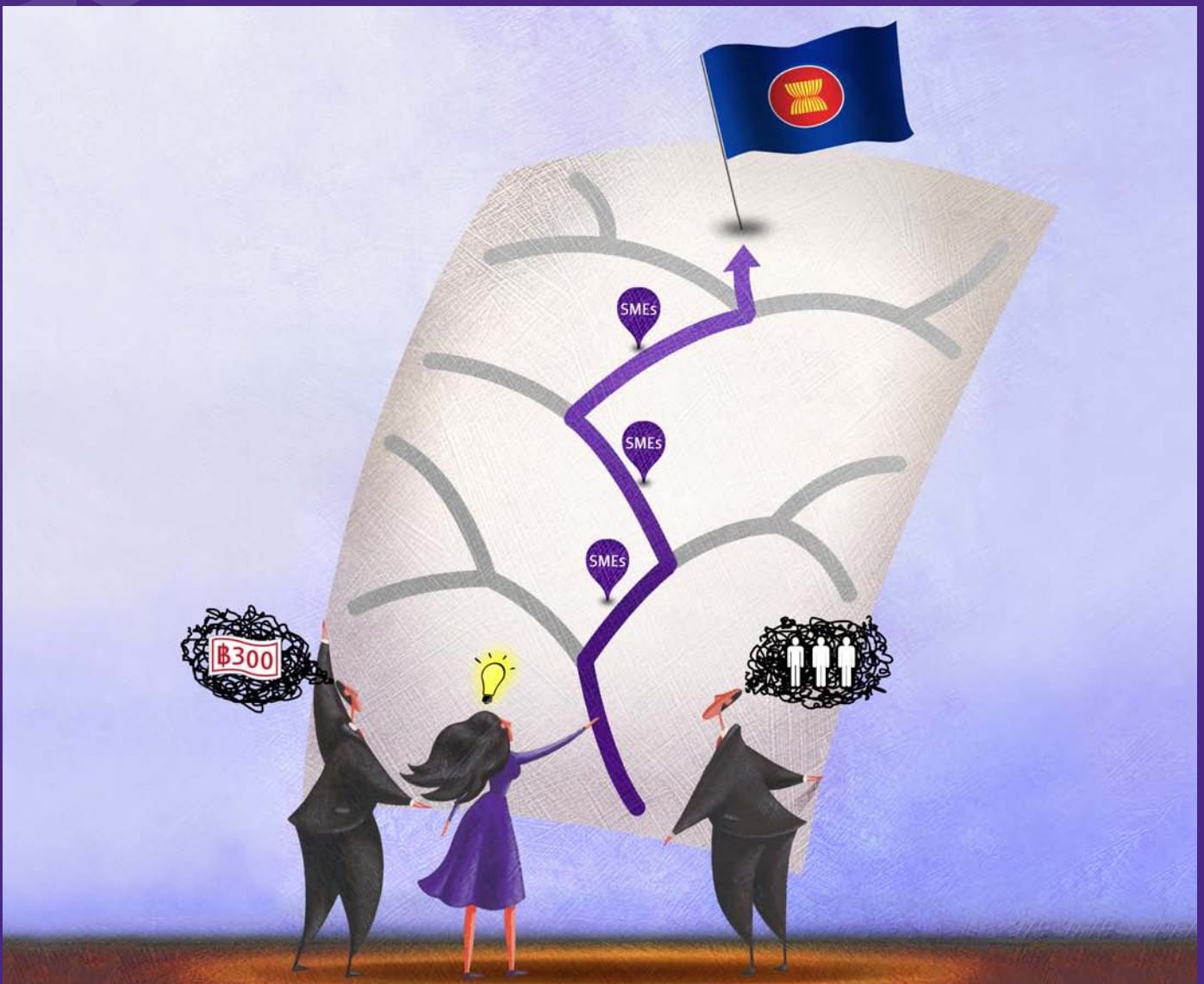




# Insight

## เส้นทางสู่ AEC...SMEs ทุกรับอย่างไร



### ผู้ร่วมจัดทำ:

ดร. สุทธาทา อมรวิวัฒน์  
ปราณีตา ศยามานนท์  
กัญชวดี หอมจำปา  
ดร. ศิวาสัย ชันระฆงะ  
เกียรติศักดิ์ คำสี  
ณัฐชยา อารักษ์วิธานันท์

ธีรินทร์ รัตนภิญโญวงศ์  
โชติกา ชุ่มมี  
จิราณ เจริญพล  
อมรรัตน์ กฤษโสภา  
กวีพล พันธุ์เพ็ง  
ลลิตา เรียงประสิทธิ์



SCB EIC

# EIC Online

[www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)

Economic and business intelligence  
for effective decision making

สมัครสมาชิกได้ที่ [www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)  
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ E-mail : [eic@scb.co.th](mailto:eic@scb.co.th)  
หรือโทร : +662 544 2953



EIC Online เว็บไซต์ที่รวบรวมข่าวสารงานวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับเศรษฐกิจระดับมหภาค และผลกระทบในภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้ท่านได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สามารถนำไปใช้วางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์



## Insight

งานวิเคราะห์เจาะลึกหัวข้อที่น่าสนใจ โดยเสนอแนวคิดและมุมมองระยะยาว



## Outlook

รวมงานวิเคราะห์แนวโน้มตัวชี้วัดหลัก หรือสถานการณ์สำคัญที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและธุรกิจ



## Note

บทวิเคราะห์แบบกระชับ เกี่ยวกับสถานการณ์ธุรกิจที่น่าสนใจ



## Flash

Update และวิเคราะห์ประเด็นร้อนที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและธุรกิจของไทย



## Houseview

บทวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจไทย รายเดือน

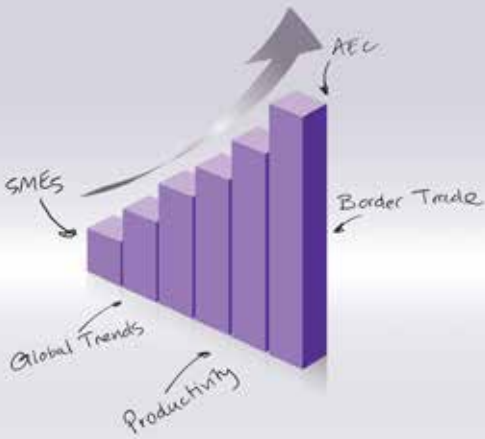
### สิทธิประโยชน์ของสมาชิก

- บริการแจ้งเตือนข่าวสารและบทวิเคราะห์ใหม่ ๆ ผ่าน E-mail ของท่าน
- อ่านบทวิเคราะห์ย้อนหลังภายในเว็บไซต์ได้ทั้งหมด

# เส้นทางสู่ AEC... SMEs รุกรับอย่างไร?

■ Executive summary .....	4 - 7
■ ปัจจัยแวดล้อมที่กระทบ SMEs .....	8 - 10
■ เจาะลึกการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำและการส่งผ่านภาระต้นทุน .....	11 - 17
■ ผลิตภาพแรงงาน...โจทย์ใหญ่ SMEs ไทย .....	18 - 25
■ SMEs มองอนาคตอย่างไร และเตรียมตัวอะไรแล้วบ้าง .....	26 - 39
■ ค่าขายแดน...โอกาสที่ SMEs ไม่ควรมองข้าม .....	40 - 50
■ โลกเปลี่ยน...โอกาสเปลี่ยน SMEs ไทยจะคว้าโอกาส จาก global trend ได้อย่างไร? .....	51 - 55
■ SMEs ปักหมุดธุรกิจที่ไหนดี? .....	56 - 70
■ บทสรุปของ SMEs .....	71 - 73

# เส้นทางสู่ AEC... SMEs ระบุได้อย่างไร?



ภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน คำถามสำคัญคือ “SMEs ไทยมีความแข็งแกร่งและมีความพร้อมในการเผชิญกับความท้าทายต่างๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด และจะแสวงหาประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างไร?”

**ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญกับความท้าทายมากขึ้น** ไม่ว่าจะเป็นการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมภายในประเทศที่ส่งผลกระทบต่อตรงผ่านต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ SMEs ในภาคบริการหรือภาคการผลิตที่มีการใช้แรงงานในสัดส่วนที่สูง (labor-intensive industry) ปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่กำลังทวีความรุนแรงมากขึ้น การย้ายไปทำอาชีพอิสระ รวมถึงมีการหมุนเวียนของแรงงาน (turnover rate) ในระดับสูงจากการที่แรงงานมีฝีมือเคลื่อนย้ายไปสู่อุตสาหกรรมการผลิตขนาดใหญ่ หรือแม้แต่ผลกระทบจากการรวมกลุ่มกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะมีผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อ SMEs เพราะนอกจากโอกาสทางการค้าการลงทุนที่เปิดกว้างมากขึ้นแล้ว AEC ยังหมายถึงความท้าทายต่างๆ ที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

เมื่อเจาะลึกผลกระทบของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำพบว่า นอกจากผลกระทบทางตรง (direct effect) จากต้นทุนค่าแรงที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีผลกระทบทางอ้อม (indirect effect) จากการส่งผ่านภาระต้นทุนที่สูงขึ้น ไปยังธุรกิจต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทานด้วย ธุรกิจที่ใช้แรงงานไม่มีทักษะเป็นสัดส่วนสูงหรือมีค่าจ้างแรงงานเป็นต้นทุนหลักย่อมได้รับผลกระทบทางตรงจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำมากเป็นพิเศษ เช่น ภาคการเกษตร และภาคบริการประเภทการก่อสร้าง เป็นต้น ในขณะที่ธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานที่ค่อนข้างยาวและสลับซับซ้อน ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มและยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นต้น มีแนวโน้มได้รับผลกระทบทางอ้อมมากกว่า เนื่องจากต้องเผชิญกับการส่งผ่านภาระต้นทุนที่สูงขึ้นในรูปแบบของการขึ้นราคาสินค้าและบริการตลอดทั้งสายห่วงโซ่อุปทานผลกระทบต่อกำไรขาดทุนของผู้ประกอบการจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำจึงต้องคำนึงถึงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมเข้าด้วยกันเพื่อประเมินความรุนแรงของนโยบาย 300 บาท ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนโดยรวมสูงขึ้นถึง 8% หากผู้ประกอบการผลักภาระต้นทุนที่สูงขึ้นไปได้ 100% หรือในกรณีที่ความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนต่ำกว่า 100% ผลกระทบต่อต้นทุนอาจลดลงเหลือ 3% แต่อาจทำให้ผลตอบแทนของผู้ประกอบการลดลง 4% เพราะต้องแบกรับภาระต้นทุนที่ส่งผ่านไปไม่หมด

นอกจากปัญหาการขึ้นค่าจ้างแรงงานแล้ว ปัญหาการขาดแคลนแรงงานก็มีผลกระทบโดยตรงต่อความอยู่รอดของธุรกิจ SMEs เช่นกัน ในอีก 10-15 ปี หากจำนวนแรงงานไทยเริ่มลดลงตามที่มีการคาดการณ์ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานจะทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในภาคการผลิตที่เริ่มเห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนแล้ว เนื่องจากแรงงาน





ไทยหันไปทำอาชีพอิสระมากขึ้น ประกอบกับความไม่สอดคล้องกันของอุปสงค์และอุปทานด้านทักษะและประสบการณ์ของแรงงานไทยกับระดับที่ผู้ประกอบการต้องการ (skill mismatch) ดังนั้น เมื่อแรงงานจะเริ่มหายากขึ้น ธุรกิจ SMEs จึงต้องหันมาให้ความสนใจกับการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน (labor productivity) มากขึ้น

**ธุรกิจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นค่าแรงทั้งทางตรงและทางอ้อม ควรเร่งปรับตัวเพื่อเพิ่มผลิตภาพแรงงานก่อนภาคธุรกิจอื่น** อาทิ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ทดแทนการพึ่งพาแรงงาน นอกจากนี้ ควรพิจารณาต่อยอดธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการไปพร้อมกับการพัฒนาศักยภาพแรงงานผ่านการฝึกอบรมเสริมสร้างทักษะเพื่อบรรเทาผลกระทบของนโยบายขึ้นค่าแรงขั้นต่ำและเตรียมพร้อมธุรกิจสู่สภาวะขาดแคลนแรงงานในอนาคตอันใกล้

**SCB EIC ได้สำรวจความเห็นของ SMEs เกี่ยวกับแนวโน้มธุรกิจและการเตรียมพร้อมรับมือกับปัจจัยแวดล้อมต่างๆ พบว่า โดยรวม SMEs มองธุรกิจ** ใน 1-2 ปีข้างหน้าค่อนข้างสดใส แม้ต้องเผชิญกับความท้าทายต่างๆ โดยเฉพาะ นโยบายการปรับค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน ซึ่ง SMEs ประเมินว่าจะทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 12% ซึ่งสูงกว่าผลกระทบต่อภาพรวมอุตสาหกรรมดังที่ EIC ได้ประเมินโดยเฉลี่ยที่ 8% ในเบื้องต้น ทั้งนี้ ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการใช้แรงงานเป็นสัดส่วนที่มาก และผลกระทบไปสู่ผู้บริโภคได้น้อย นอกจากนี้ SMEs ยังประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะธุรกิจที่ใช้แรงงานมีทักษะ เพราะไม่สามารถดึงแรงงานต่างด้าวเข้ามาทดแทนได้ อย่างไรก็ตาม SMEs ส่วนใหญ่ได้เริ่มมีการนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น เพื่อลดต้นทุนแรงงานในระยะยาว

**ส่วนด้าน AEC นั้น SMEs ส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจเรื่อง AEC ค่อนข้างน้อย และมองในแง่ที่ว่า AEC จะไม่มีผลกระทบ หรือมีผลเชิงบวกต่อธุรกิจ** โดยธุรกิจภาคการเกษตร และภาคการผลิตเห็นโอกาสส่งออกสินค้าไปขายในอาเซียน ส่วนธุรกิจค้าส่งค้าปลีก และภาคบริการเห็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ SMEs กังวลมากที่สุดคือ คู่แข่งในอาเซียนที่จะเข้ามาแข่งขันมากขึ้น ซึ่ง SMEs ส่วนใหญ่ได้มีการปรับตัวแล้ว เช่น หาแหล่งวัตถุดิบราคาถูกในอาเซียน และพัฒนาปรับปรุงระบบต่างๆ ในองค์กร เตรียมพร้อมรับมือกับการเข้าสู่ AEC

**นอกจากการเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายในด้านต่างๆ แล้ว SMEs ต้องมองโอกาสในการขยายการค้าการลงทุนจากหลากหลายรูปแบบ อาทิ การค้าชายแดน การดำเนินธุรกิจตาม global trend และการขยายการลงทุนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน**

**การค้าชายแดน (border trade) คือ อีกหนึ่งโอกาสทางธุรกิจใกล้ตัวสำหรับผู้ประกอบการ SMEs** ไม่ควรมองข้าม โดยพบว่าลู่ทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้ยังคงสดใสและมีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ และสินค้าในกลุ่มวัสดุก่อสร้างที่มีการขยายตัวอย่างโดดเด่นในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ การค้าผ่านแดนก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะการส่งสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างจีน ซึ่งเป็นตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีขนาดใหญ่ และมีกำลังซื้อเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งหากในอนาคต การเชื่อมโยงกันของระบบขนส่งคมนาคมต่างๆ มีความสะดวกมากขึ้นก็จะยิ่งเพิ่มโอกาสทางการค้ากับจีนให้เติบโตสูงขึ้นตามไปด้วย ยิ่งไปกว่านั้น การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดนไทยก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าทางการค้าและการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs

ในประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในแง่การป้องกันวัตถุดิบ สินค้าและบริการ หรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับการเติบโตในเขตเศรษฐกิจพิเศษเหล่านี้

**แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในโลกยุคปัจจุบัน (global trend) นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย และเปิดกว้างมากขึ้นสำหรับ SMEs** ไม่ว่าจะเป็นโอกาสที่เกิดจากการพัฒนาของนวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยต่างๆ เช่น อิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือทางการตลาดและพื้นที่ทางธุรกิจที่ช่วยให้ SMEs สามารถแข่งขันได้มากขึ้น รวมทั้งโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในกลุ่ม emerging markets ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) เช่นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ที่นำมาซึ่งโอกาสสำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจสีเขียว หรือแม้แต่โอกาสที่เกิดจากโครงสร้างของประชากรที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคสังคมผู้สูงอายุ... เหล่านี้คือโอกาสทางธุรกิจก่อนโตและลู่ทางธุรกิจที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs

**นอกจากการค้าชายแดนและการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ จาก global trend แล้ว SMEs น่าจะอาศัยโอกาสจากการเปิดเสรี AEC ในการขยายการค้าและการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน** ซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs ไทยอีกทางหนึ่ง โอกาสการค้าการลงทุนของ SMEs ไทยน่าจะอยู่ในกลุ่ม CLMV เป็นหลัก **โดยธุรกิจที่จะเป็นโอกาสในการเข้าไปเจาะตลาด ได้แก่ ธุรกิจการค้า** โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกี่ยวกับบ้าน วัสดุก่อสร้าง รวมถึงธุรกิจบริการก่อสร้าง การซ่อมบำรุง ยานยนต์ **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจที่เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับสายการผลิตเพื่อการส่งออก** แต่ในการพิจารณาแหล่งลงทุนผู้ประกอบการควรศึกษาว่าธุรกิจของตนต้องการสร้างข้อได้เปรียบด้านใด เพื่อที่จะพิจารณาเลือกประเทศที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

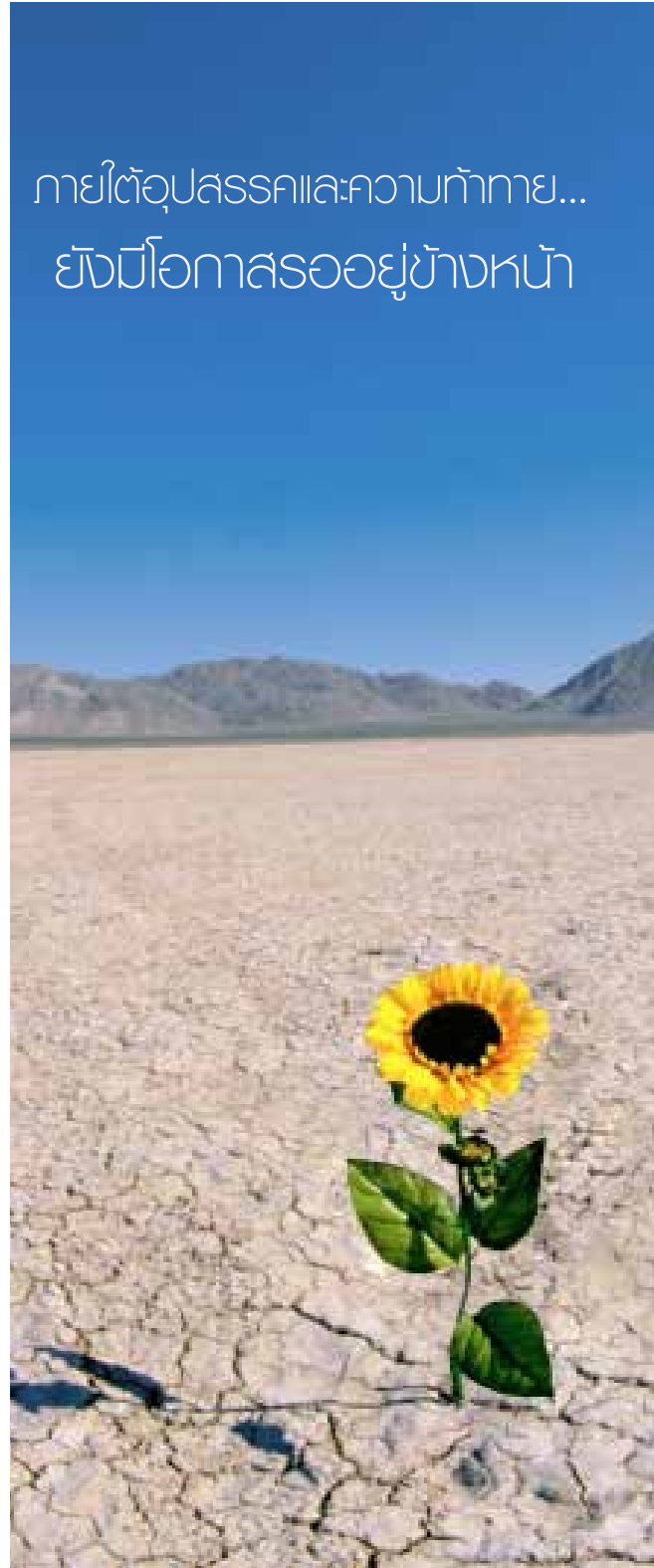
ตลอดจนหาพันธมิตรทางธุรกิจ และเลือกประเภทธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของประเทศนั้นๆ ซึ่งหากผู้ประกอบการเลือกลงทุนในธุรกิจที่ภาครัฐให้การสนับสนุนแล้ว จะช่วยลดอุปสรรคและทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนเพิ่มขึ้นอีกด้วย

คงถึงเวลาแล้วที่ SMEs ไทยต้องเปลี่ยนผลกระทบทางลบจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ต้นทุนค่าแรงให้กลายเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาก้าวไปอีกระดับ ซึ่งความจริงแล้ว ก็มีช่องทางที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการขยายตัวของ SMEs อยู่มาก ทั้งจากการค้าขายแดนที่ขยายตัวสูง การจับกระแสตลาดใหม่ๆ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงโอกาสจากเวที AEC ทั้งนี้ เพราะการผลักรูปแบบเดิมๆ คงไม่สามารถทำได้ง่าย ท่ามกลางการแข่งขันที่สูงขึ้นในระดับภูมิภาคและระดับโลก สินค้าที่ลูกค้าเคยต้องการอาจจะมีช่องทางหาได้มากขึ้นจากแหล่งอื่นๆ ระดับราคาสินค้าจึงมีแนวโน้มลดลงมากกว่าจะเพิ่มขึ้น นอกเสียจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาเพื่อที่จะยกระดับราคา ในขณะที่เดียวกัน ก็คงถึงเวลาที่ SMEs ต้องออกจากตลาดเดิม ๆ ในประเทศโดยหาช่องทางขยายรายได้ทางอื่นเพิ่มเติมเพื่อชดเชยอัตรากำไรที่ลดลงจากต้นทุนที่สูงขึ้น

บทวิเคราะห์ฉบับนี้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในการร่วมจัดงานสัมมนาและ Focus group เพื่อพบปะหารือแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ตลอดจนการตอบแบบสำรวจของผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทย ทำให้เกิดความเข้าใจถึงภาพรวมและศักยภาพของธุรกิจเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับการแข่งขันในอนาคต นอกจากนี้ สำหรับผลการศึกษาเกี่ยวกับการค้าขายแดน ส่วนหนึ่งได้มาจากการนิศึกษาซึ่งจัดทำโดยผู้เข้าร่วมโครงการ “พัฒนาทักษะเจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่” (SCB Yong Entrepreneur Program – YEP) รุ่นที่ 12

SCB EIC ขอขอบพระคุณในความร่วมมือเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ภายใต้อุปสรรคและความท้าทาย...  
ยังมีโอกาสรออยู่ข้างหน้า



# 1 ปัจจัยแวดล้อม ที่กระทบ SMEs

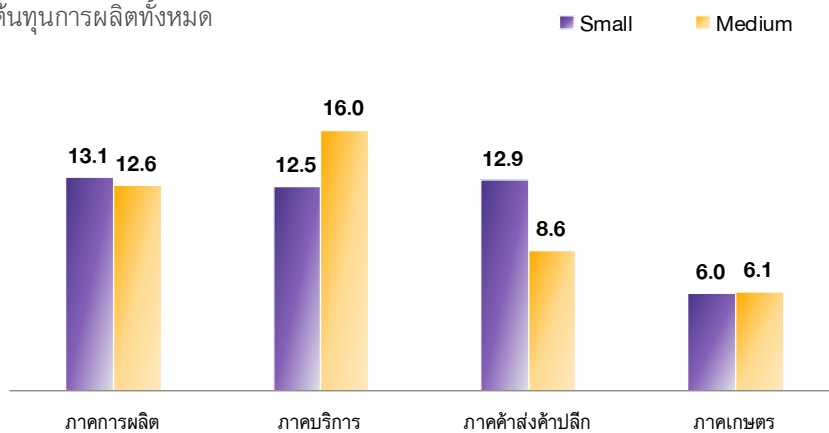
ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (business environment) นับได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น การปรับตัวของภาคธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจึงถือเป็นความท้าทายสำหรับทุกองค์กรรวมทั้งกลุ่ม SMEs เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ลดอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และช่วยในการกำหนดนโยบายตลอดจนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมต่อไป

นโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน คือปัจจัยแวดล้อมหลักภายในประเทศที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการ SMEs ผ่านต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในภาคการผลิตที่มีการใช้แรงงานในสัดส่วนที่สูง (labor-intensive industry) เช่น ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ฟอกย้อม พิมพ์ลายผ้า อัญมณี เครื่องหนัง หรือแม้แต่ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มธุรกิจบริการที่จำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก เช่น โรงแรม ร้านอาหาร รับเหมาก่อสร้าง และธุรกิจรับจ้างขนส่งทางบก เป็นต้น ซึ่งพบว่าผลกระทบดังกล่าวจะยิ่งรุนแรงมากขึ้นสำหรับผู้ประกอบการที่มีขนาดเล็ก ซึ่งปรับตัวได้ยากกว่า ยกเว้นในภาคบริการที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรม อสังหาริมทรัพย์ และรับเหมาก่อสร้าง ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางได้รับผลกระทบสูงกว่า ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะสัดส่วนการจ้างแรงงานที่ค่อนข้างสูงเพื่อเน้นคุณภาพของการบริการมากกว่า

## 1 การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการในภาคบริการมากที่สุด เนื่องจากมีสัดส่วนการใช้แรงงานสูงกว่าภาคอื่นๆ

สัดส่วนการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการขนาดต่างๆ จากการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน

หน่วย: % ต่อต้นทุนการผลิตทั้งหมด



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ

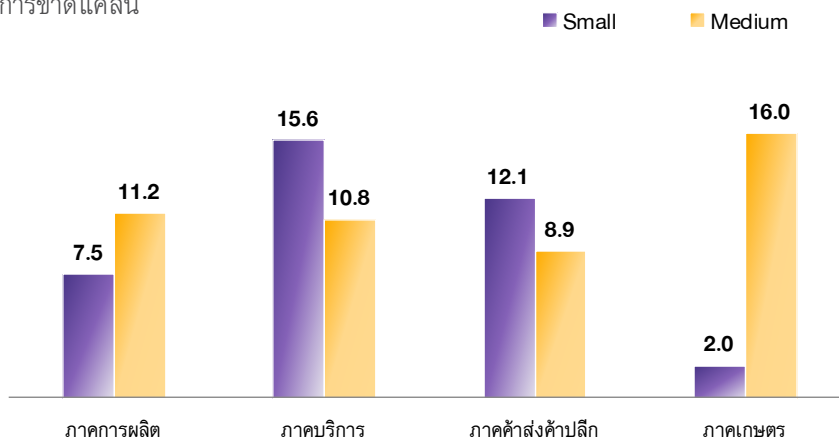


นอกจากนี้ ปัจจุบันแรงงานไทยยังเลือกที่จะออกไปทำอาชีพอิสระกันมากขึ้น ทั้งจากแรงจูงใจในเรื่องความเป็นอิสระในการทำงานและรายได้ที่สูงกว่าการทำงานในระบบ รวมทั้งยังมีทัศนคติที่เลือกงานมากขึ้นอีกด้วย ส่งผลให้ปัญหาขาดแคลนแรงงานและอัตราการหมุนเวียนของแรงงาน (turnover rate) อยู่ในระดับสูง เนื่องจากแรงงานที่มีฝีมือและมีทักษะความชำนาญสูงมักจะย้ายไปสู่ธุรกิจและอุตสาหกรรมการผลิตที่มีขนาดใหญ่กว่า ด้วยเหตุผลในเรื่องของผลตอบแทนและโอกาสที่ดีกว่าในแง่ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ต้องมีต้นทุนและค่าเสียโอกาสที่เกิดจากความไม่ต่อเนื่องของการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลงในช่วงการฝึกอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงานใหม่ เพื่อให้สามารถทำงานได้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทกำหนด ทั้งนี้ ผลที่ได้จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ขนาดกลางในภาคเกษตรที่ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานค่อนข้างรุนแรงกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งคาดว่าส่วนหนึ่งน่าจะเป็นผลกระทบจากทัศนคติในการเลือกเข้าไปทำงานในภาคธุรกิจอื่นที่ทำงานสบายกว่าและใช้แรงงานน้อยกว่า

## 2 ภาคบริการจะประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉลี่ยสูงที่สุด

ความรุนแรงของปัญหาขาดแคลนแรงงาน แบ่งตามรายธุรกิจ

หน่วย: % ของการขาดแคลน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ

ขณะที่ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลกระทบต่อ SMEs ไทย คือ การเปิดเสรีทางการค้าและการรวมกลุ่มกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและด้านลบต่อ SMEs อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากโอกาสทางการค้าและการลงทุนในตลาดอาเซียนที่เปิดกว้างขึ้นแล้ว AEC ยังหมายถึงการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นด้วย เนื่องจากอาจทำให้มีบริษัทขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันและแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดกับสินค้าในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่ม SMEs มากขึ้น ซึ่งเป็นแรงกดดันให้ผู้ประกอบการในประเทศต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นในอีกไม่ถึง 3 ปีข้างหน้า

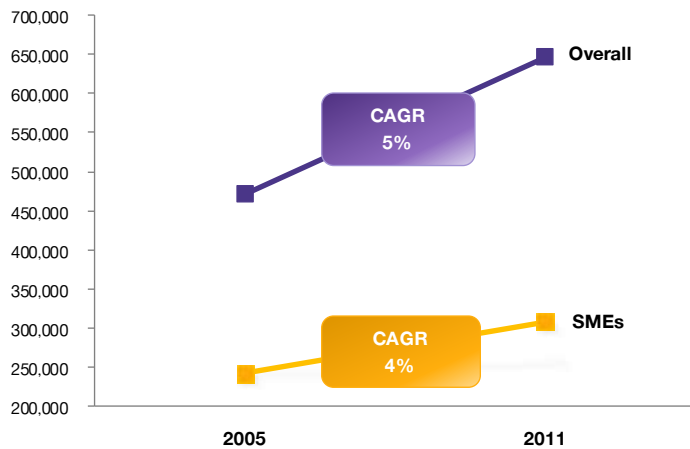
ในขณะเดียวกัน ความเข้มข้นของมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช่มิใช่ (non-tariff barriers) โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัยนั้น นับวันจะยิ่งมีบทบาทและทวีความสำคัญมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นมาตรการตรวจสอบสินค้าย้อนหลัง (ทุกชั้นส่วนที่ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์จะต้องถูกตรวจสอบย้อนหลังไปถึงแหล่งผลิตและแหล่งวัตถุดิบได้) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มสินค้าเกษตร ขณะที่คาดว่าธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่จะได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เนื่องจากกระบวนการผลิตที่อาจยังไม่ได้มาตรฐานมากเท่าที่ควร และไม่สามารถตรวจสอบต้นทางของวัตถุดิบได้ ซึ่งท้ายที่สุดอาจจะถูกตัดออกจาก supply chain ของบริษัทขนาดใหญ่ได้ ทั้งนี้ ปัจจุบันประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่อย่าง จีนและเกาหลีใต้ รวมถึงอีกหลายประเทศในเอเชีย ต่างก็ออกมาตรการด้านต่างๆ เพื่อรับมือกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัยที่มีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้นจากประเทศคู่ค้าในตลาดโลก

ในขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งจากในและต่างประเทศ SMEs กลับยังมีข้อจำกัดในด้านเทคโนโลยีการผลิตและความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมที่ต่ำกว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่อีกด้วย เนื่องจาก SMEs โดยทั่วไปมักใช้เทคนิคการผลิตที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน กอปรกับผู้ประกอบการหรือพนักงานส่วนใหญ่ยังอาจขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย จึงทำให้มีผลิตภาพแรงงานในภาคการผลิตที่ต่ำกว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่ รวมทั้งยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล ดังนั้น โอกาสทางธุรกิจสำหรับ SMEs จึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวเพื่อรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมๆ กับการชูจุดเด่นในเรื่องความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ อันเนื่องมาจากฝีมือและความชำนาญเฉพาะด้านจากการผลิตสินค้าในปริมาณที่ไม่มาก (craftsmanship) ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะเด่นของ SMEs ไทย

### 3 ผลิตภาพแรงงาน (labor productivity) ในภาคการผลิตของ SMEs ไทย มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมของทั้งอุตสาหกรรม

ผลิตภาพแรงงานในภาคการผลิต

หน่วย: บาทต่อแรงงาน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

ทั้งนี้ ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายในหลากหลายมิติที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน ผู้ประกอบการ SMEs จึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวอย่างทันท่วงที เพื่อให้สามารถเผชิญและตอบสนองกับความท้าทายดังกล่าวได้อย่างเหมาะสมและทันเหตุการณ์ รวมทั้งต้องแสวงหาโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมเหล่านั้น ทั้งจาก global trend ต่างๆ และโอกาสทางการค้าการลงทุนใหม่ๆ ที่เกิดจากการค้าชายแดนหรือการลงทุนในประเทศอาเซียน

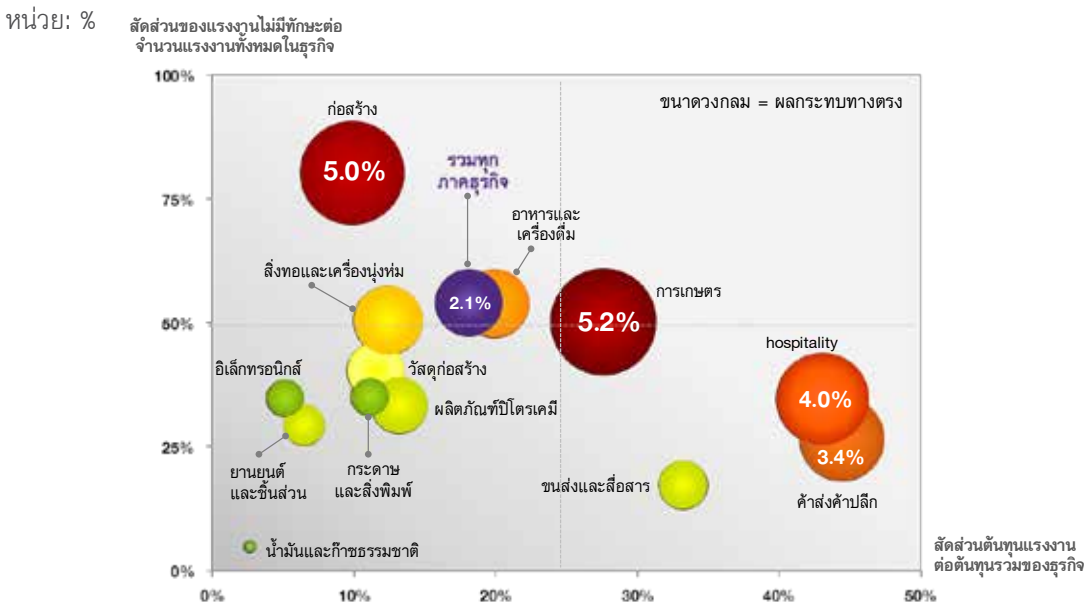
# 2 จะเลิกการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ และการส่งผ่านภาระต้นทุน

นโยบายการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ประกอบการ SMEs และธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ นอกจากจะมีผลกระทบทางตรง (direct effect) ต่อต้นทุนบริษัทแล้วนั้น ยังมีผลกระทบทางอ้อม (indirect effect) จากการส่งผ่านภาระต้นทุน (cost pass-through) ที่สูงขึ้นไปยังธุรกิจต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ SMEs หรือธุรกิจขนาดใหญ่ ก็จะได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำไม่มากก็น้อย โดยแต่ละภาคธุรกิจของประเทศจะได้รับผลกระทบแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสัดส่วนของแรงงานไม่มีทักษะ ต้นทุนค่าแรงต่อต้นทุนทั้งหมด และความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนของภาคธุรกิจ

การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำมีผลกระทบทางตรง (direct effect) ต่อต้นทุนของผู้ประกอบการโดยเฉลี่ย 2% รวมทุกภาคธุรกิจโดยภาคธุรกิจที่มีแรงงานไม่มีทักษะเป็นสัดส่วนสูง หรือมีค่าแรงเป็นต้นทุนหลัก อันได้แก่ ภาคการเกษตร ภาคบริการประเภทการก่อสร้างและประเภทโรงแรม-โรงพยาบาล-บันเทิง (hospitality) และภาคค้าส่งค้าปลีก มีโอกาสที่กำไรขาดทุนจะได้รับผลกระทบทางตรงก่อนภาคธุรกิจอื่นในช่วงแรก จากการวิเคราะห์ของ SCB EIC พบว่า ภาคการเกษตรได้รับผลกระทบทางตรงจากการขึ้นค่าแรงสูงที่สุด เพราะจัดว่าเป็นภาคการผลิตที่ใช้แรงงานไม่มีทักษะมากกว่าครึ่งและยังมีสัดส่วนค่าแรงเกือบ 30% ของต้นทุนผู้ประกอบการ ในขณะที่ภาคการก่อสร้างซึ่งได้รับผลกระทบรองลงมานั้น ใช้แรงงานไม่มีทักษะมากถึง 80% ของจำนวนแรงงานทั้งหมด ถึงแม้ว่าต้นทุนของค่าแรงคิดเป็นเพียง 10% ของต้นทุนทั้งหมดของผู้ประกอบการ ในทางกลับกัน ภาคบริการประเภท hospitality และภาคค้าส่งค้าปลีก มีสัดส่วนแรงงานไม่มีทักษะเพียง 30% แต่ต้นทุนของค่าแรงสูงถึง 40% จึงทำให้ผลกระทบของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำอยู่ในระดับสูงเช่นกัน

## 4 ผลกระทบทางตรง (direct effect) ของการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำจะสูงมากขึ้นในภาคธุรกิจที่มีอัตราส่วนของแรงงานไม่มีทักษะต่อจำนวนแรงงานทั้งหมดสูง หรือมีสัดส่วนต้นทุนแรงงานต่อต้นทุนรวมสูง

ผลกระทบทางตรง (direct effect) ของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำทั้ง 2 รอบ แยกตามรายธุรกิจ



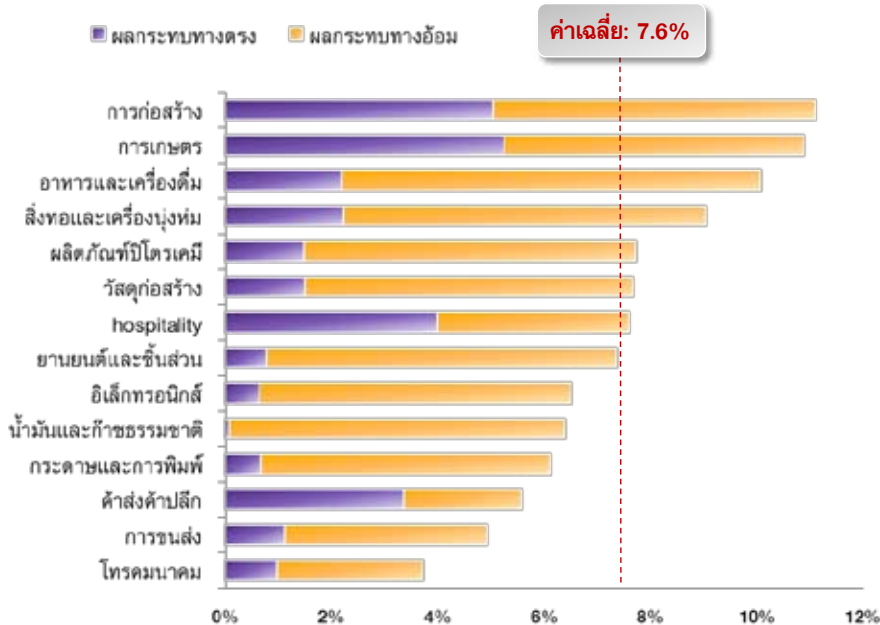
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาส 1/2010 (Labor Force Survey 1Q/2010) และตาราง Input-Output table ปี 2005 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (NSO)

หากนำผลกระทบทางอ้อม (indirect effect) เข้ามาพิจารณาด้วยแล้วนั้น ในระยะยาว ธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ที่ค่อนข้างยาวและสลับซับซ้อนจะได้รับผลกระทบโดยรวมเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการส่งผ่านภาวะต้นทุนทางอ้อมจากธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แม้ผลกระทบทางตรงอาจไม่สูงนัก ในระยะยาว เนื่องจากธุรกิจจะสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้นด้วยการส่งผ่านภาวะต้นทุนไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องในห่วงโซ่อุปทานในรูปแบบของการขึ้นราคาสินค้าและวัตถุดิบได้ ดังนั้น การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำจะก่อให้เกิดผลกระทบทางอ้อมต่อต้นทุนธุรกิจโดยรวมจากราคาวัตถุดิบและค่าขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้น เมื่อพิจารณากรณีที่ทุกภาคธุรกิจสามารถส่งผ่านภาวะต้นทุนทางอ้อมไปยังธุรกิจต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทานได้ 100% ของต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จะพบว่า ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มได้รับผลกระทบทางอ้อมสูงที่สุด เนื่องจากมีห่วงโซ่อุปทานค่อนข้างยาวและสลับซับซ้อน และที่เห็นภาพชัดเจน เช่นเดียวกันคือ ธุรกิจน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ยานยนต์และชิ้นส่วน สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และ อิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้รับผลกระทบทางอ้อมค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผลกระทบทางตรงซึ่งไม่สูงมากนัก ซึ่งพบว่า ผลกระทบโดยรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำจะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 8% ในกรณีที่ธุรกิจสามารถส่งผ่านภาวะต้นทุนไปยังธุรกิจต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทานได้ 100% ในทุกภาคธุรกิจ

## 5 ในกรณีการส่งผ่านภาวะต้นทุนได้ทั้ง 100% ในทุกภาคธุรกิจนั้น ต้นทุนของผู้ประกอบการอาจเพิ่มสูงขึ้นถึง 8% ในระยะยาว อันเนื่องมาจากผลกระทบทางอ้อมของการปรับภาวะต้นทุนภายในห่วงโซ่อุปทาน

ผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำทั้ง 2 รอบ  
 ในกรณีอัตราการส่งผ่านภาวะต้นทุน = 100%

หน่วย: %



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาส 1/2010 (Labor Force Survey 1Q/2010) และตาราง Input-Output table ปี 2005 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (NSO)

แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนของผู้ประกอบการในแต่ละธุรกิจนั้น แตกต่างกันอย่างออกไป และเป็นไปได้สูงที่แต่ละธุรกิจไม่อาจผลักภาระต้นทุนไปได้ถึง 100% ของต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จากผลงานวิจัยของธนาคารแห่งประเทศไทยด้านพลวัตเงินเพื่อได้ชี้ให้เห็นว่า การส่งผ่านภาระต้นทุนของผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคในระยะยาวโดยใช้ตัวอย่างผลกระทบของการอ่อนค่าของอัตราแลกเปลี่ยนอันกระทบต่อต้นทุนนำเข้าวัตถุดิบของผู้ผลิตนั้น พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วสัดส่วนของต้นทุนที่ผู้ผลิตสามารถส่งผ่านไปยังผู้บริโภคได้ในระยะยาว (long-run cost pass-through) มีค่าประมาณ 25-35% เท่านั้น นอกจากนี้แล้ว เราเชื่อว่าแต่ละภาคธุรกิจก็มีความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอำนาจในการต่อรองของผู้ประกอบการแต่ละราย โดยเฉพาะในภาวะที่มีการแข่งขันสูงขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ และอีกปัจจัยหนึ่งคือด้านอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องว่ามีแนวโน้มเติบโตได้ดีเพียงใด และด้วยปัจจัยที่สำคัญสองประการนี้ เราจึงแบ่งกลุ่มธุรกิจเป็น 5 กลุ่มตามลำดับความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุน นอกจากนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบโดยรวมของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่แตกต่างออกไปในกรณีที่มีการส่งผ่านภาระต้นทุนทำได้ไม่ถึง 100% เราจึงได้ตั้งสมมติฐานขึ้นมา 2 กรณีเพื่อใช้วัดผลกระทบทางอ้อมให้ใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น โดยมีผลงานวิจัยของธนาคารแห่งประเทศไทยข้างต้นเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 1. กรณีพื้นฐาน (base case)

อัตราการส่งผ่านภาระต้นทุนมี 5 ระดับ ตั้งแต่ 10% ถึง 50% แล้วแต่ความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนของแต่ละภาคธุรกิจ โดยค่าเฉลี่ยของอัตราการส่งผ่านอยู่ที่ 30% ใกล้เคียงกับผลงานวิจัยของธนาคารแห่งประเทศไทย

#### 2. กรณีอัตราส่งผ่านสูง (high pass-through case)

อัตราการส่งผ่านภาระต้นทุนมี 5 ระดับ ตั้งแต่ 30% ถึง 70% แล้วแต่ความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนของแต่ละภาคธุรกิจ โดยค่าเฉลี่ยของอัตราการส่งผ่านอยู่ที่ 50% หรือมากกว่าผลงานวิจัยของธนาคารแห่งประเทศไทยอยู่ 20% เนื่องจากค่าประมาณการของธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของการอ่อนค่าของเงินบาท ในขณะที่การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำนั้นเป็นผลกระทบที่ใกล้ตัวมากกว่า ซึ่งหากเกิดขึ้นในระยะเวลาอันสั้นเช่นนี้ อาจเปรียบเสมือนการสั่นสะเทือนของระบบ (systemic shock) ที่อาจก่อให้เกิดภาวะวิตกอันส่งผลกระทบต่อผู้มีการผลักภาระต้นทุนไปยังธุรกิจในช่วงใกล้เคียงกันสูงขึ้นกว่าปกติพร้อมกันทั้งระบบ

## 6 ความสามารถในการส่งผ่านต้นทุนของแต่ละภาคธุรกิจมีความแตกต่างกันออกไปตามปัจจัยด้านอำนาจในการต่อรองและแนวโน้มของอุปสงค์

ตารางแสดงระดับของความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุน แยกตามภาคธุรกิจ

ภาคธุรกิจ	ความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุน	1 กรณีพื้นฐาน	2 กรณีอัตราส่งผ่านสูง	อำนาจในการต่อรอง		แนวโน้มของอุปสงค์	
				ระดับ	เหตุผล	ระดับ	เหตุผล
กระดาษและการพิมพ์	ปานกลาง	20%	40%	ต่ำ	ธุรกิจต้นน้ำ	กลาง	การลดการใช้กระดาษ
การเกษตร	ปานกลาง	20%	40%	ต่ำ	ธุรกิจต้นน้ำ	กลาง	อุปสงค์มีแนวโน้มต่ำกว่าอุปทาน
ค้าส่งค้าปลีก	สูง	50%	70%	สูง	ธุรกิจปลายน้ำ	สูง	สินค้าจำเป็น
ภาคบริการ-hospitality	ปานกลาง	20%	40%	ต่ำ	ภาวะการแข่งขันสูง	กลาง	อุปสงค์มีแนวโน้มต่ำกว่าอุปทาน
น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ	ปานกลาง	30%	50%	ต่ำ	สินค้าราคาควบคุม	สูง	สินค้าจำเป็น
ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี	ต่ำ	10%	30%	ต่ำ	ธุรกิจต้นน้ำ	ต่ำ	แนวโน้มการส่งออกหดตัว
ภาคบริการ-การก่อสร้าง	ปานกลาง	30%	50%	ต่ำ	เป็นไปตามพันธะสัญญา	สูง	การลงทุนของภาครัฐ-เอกชน
ภาคบริการ-การขนส่ง	ปานกลาง	30%	50%	ต่ำ	ภาวะการแข่งขันสูง	สูง	การเชื่อมต่อ-ความเป็นสังคมเมือง
ภาคบริการ-โทรคมนาคม	ปานกลาง	30%	50%	ต่ำ	ภาวะการแข่งขันสูง	สูง	การเปลี่ยนระบบโครงข่าย 3G
ยานยนต์และชิ้นส่วน	ปานกลาง	30%	50%	ต่ำ	เป็นไปตามพันธะสัญญา	สูง	นโยบายภาครัฐกระตุ้นการบริโภค
วัสดุก่อสร้าง	ปานกลาง	30%	50%	ต่ำ	สินค้าราคาควบคุม	สูง	การเติบโตของการก่อสร้าง
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	ปานกลาง	30%	50%	ต่ำ	ธุรกิจต้นน้ำ	สูง	สินค้าจำเป็น
อาหารและเครื่องดื่ม	ปานกลาง+	40%	60%	กลาง	สินค้าราคาควบคุมบางชนิด	สูง	สินค้าจำเป็น
อิเล็กทรอนิกส์	ปานกลาง-	20%	40%	กลาง	ธุรกิจกลางน้ำ	ต่ำ	แนวโน้มการส่งออกหดตัว

ตารางแสดงอัตราก่อส่งผ่านภาระต้นทุนตามสมมติฐาน

ระดับ	สมมติฐานของการส่งผ่านภาระต้นทุน	
	1 กรณีพื้นฐาน	2 กรณีอัตราส่งผ่านสูง
สูง	50%	70%
ปานกลาง+	40%	60%
ปานกลาง	30%	50%
ปานกลาง-	20%	40%
ต่ำ	10%	30%

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

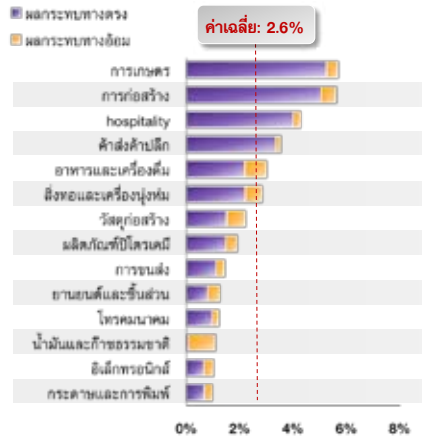
เมื่อความสามารถในการขึ้นราคาสินค้าและวัตถุดิบมีได้ไม่ถึง 100% ผู้ประกอบการในขั้นถัดไปของห่วงโซ่อุปทานจึงได้รับผลกระทบทางอ้อมลดลง โดยในกรณีดังกล่าว ผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อภาคธุรกิจรวมกันเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3% ซึ่งลดลงจากในกรณีที่ส่งผ่านภาระต้นทุนได้ 100% อยู่ค่อนข้างมาก หากมองเฉพาะผลกระทบทางอ้อมจากการส่งผ่านภาระต้นทุนนั้นแล้ว จะพบว่าธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานที่ยาวและซับซ้อนยังคงได้รับผลกระทบทางอ้อมมากกว่าธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานสั้นกว่า โดยเฉพาะธุรกิจน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่กลายเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบทางอ้อมสูงที่สุด อันเนื่องมาจากความสลับซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทาน จึงมีโอกาสสูงขึ้นที่ผู้ประกอบการจะประสบปัญหาการผลักภาระต้นทุนไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ในขณะที่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม วัสดุก่อสร้าง และสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ยังคงได้รับผลกระทบทางอ้อมสูงรองลงมา ส่วนธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานสั้นกว่า เช่น ธุรกิจโทรคมนาคม ได้รับผลกระทบทางอ้อมค่อนข้างต่ำเช่นเดิม ธุรกิจที่มีต้นทุนหลักมาจากค่าแรงอยู่แล้ว เช่น ภาคค้าส่งค้าปลีก และ hospitality นั้น จะไม่ได้รับผลกระทบทางอ้อมมากเท่าใดนัก นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบผลกระทบโดยรวมในกรณีพื้นฐานกับกรณีอัตราส่งผ่านสูง จะพบว่า เมื่ออัตรา pass-through เฉลี่ยสูงขึ้น 20% จากกรณีพื้นฐานเป็นกรณีอัตราส่งผ่านสูง จะทำให้ผลกระทบต่อต้นทุนโดยรวมเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น 23% ซึ่งรุนแรงมากกว่าอัตราการส่งผ่านที่เพิ่มขึ้นเพียง 20% จึงอาจหมายความว่า ต้นทุนผู้ประกอบการโดยรวมมีความอ่อนไหวสูงต่อความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนของภาคธุรกิจ

จากมุมมองผู้บริโภค ผลกระทบของระดับการส่งผ่านภาระต้นทุนที่แตกต่างกันในแต่ละภาคธุรกิจนี้เอง จะทำให้เห็นการปรับขึ้นราคาสินค้าที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่มธุรกิจ เนื่องจากความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนจากการขึ้นค่าแรงขึ้นต่ำที่แตกต่างกันในแต่ละภาคธุรกิจ ผู้บริโภคน่าจะเริ่มเห็นถึงการปรับขึ้นราคาที่แตกต่างกันไปในสินค้าที่ต้องจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันชัดเจนขึ้น ยกตัวอย่างเช่น สินค้าประเภทอาหารสดที่ขายในตลาดสดอาจมีการปรับขึ้นราคาได้เพียงเล็กน้อย ในขณะที่ราคาอาหารสำเร็จรูปที่ขายในร้านสะดวกซื้อจะปรับตัวขึ้นอย่างชัดเจนมากกว่า ส่วนภาคบริการประเภท hospitality จะเห็นผลกระทบต่อราคาค่าบริการไม่มากนัก เนื่องจากมีการแข่งขันสูงในสภาวะที่ความต้องการมีได้สูงมากนักโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม

## 7 ผลกระทบของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำต่อต้นทุนของผู้ประกอบการมีภาพรวมที่ดีขึ้นในทั้งสองกรณี ที่การส่งผ่านภาระต้นทุนต่ำกว่า 100%

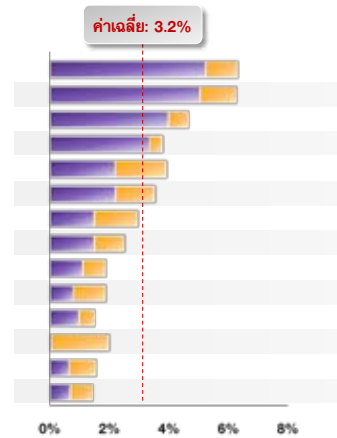
ผลกระทบทางตรงและทางอ้อมในกรณีพื้นฐาน

หน่วย: %



ผลกระทบทางตรงและทางอ้อมในกรณีอัตราส่งผ่านสูง

หน่วย: %

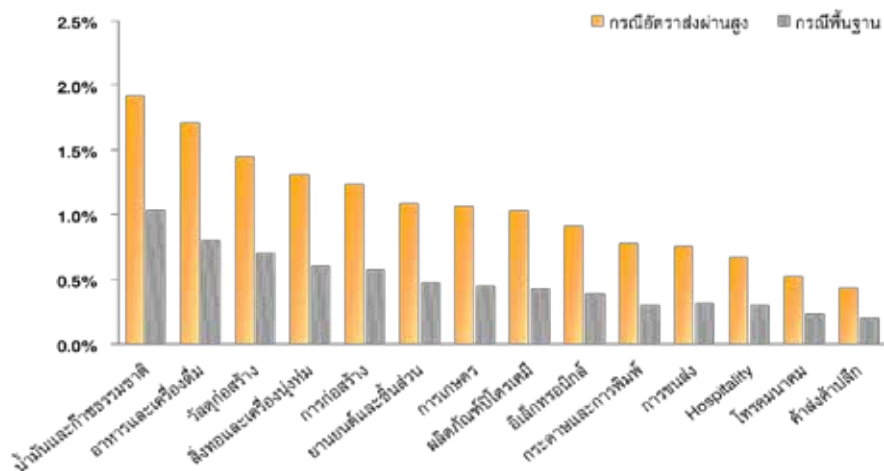


ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาส 1/2010 (Labor Force Survey 1Q/2010) และตาราง Input-Output table ปี 2005 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (NSO)

## 8 ผลกระทบทางอ้อม (indirect effect) ต่อต้นทุนผู้ประกอบการจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ สูงขึ้นในกลุ่มธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานยาวและมีความซับซ้อน

ผลกระทบทางอ้อม (indirect effect) ต่อต้นทุนของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำในทั้งสองกรณี

หน่วย: %



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาส 1/2010 (Labor Force Survey 1Q/2010) และตาราง Input-Output table ปี 2005 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (NSO)

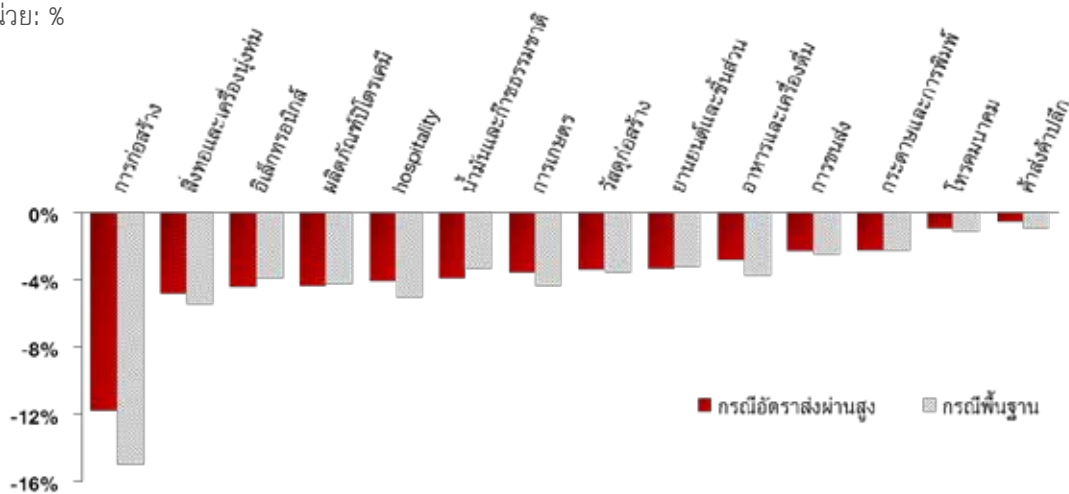


ในมุมมองผู้ประกอบการนั้น ถึงแม้ว่าต้นทุนจะสูงขึ้นไม่มากนักในกรณีที่ธุรกิจต้นทุนไม่สามารถขึ้นราคาสินค้าและบริการได้ 100% แต่ต้องไม่ลืมว่าผลตอบแทนผู้ประกอบการเองนั้นจะลดน้อยลงไปด้วย เพราะตนเองก็ไม่สามารถส่งผ่านภาระต้นทุนไปให้ธุรกิจปลายทางได้ทั้งหมดเช่นเดียวกัน โดยในทั้ง 2 กรณีสมมติฐานที่ผู้ประกอบการส่งผ่านภาระต้นทุนไปได้ต่ำกว่า 100% นั้น SCB EIC ได้คาดการณ์จากข้อมูล Input-Output table ของปี 2005 พบว่า ผลตอบแทนโดยรวมของระบบ (ไม่รวมผลตอบแทนนอกเหนือการผลิต) ที่ลดลงจากความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนที่ต่ำลง คิดเป็นประมาณ 2.3-2.4 แสนล้านบาท หรือคิดเป็น 3.3-3.4% ของ GDP ปี 2005 และทำให้ส่วนต่างของรายได้จากการผลิตกับต้นทุนการผลิต (margin) ลดลงเฉลี่ย 4% ซึ่งจัดว่าเป็นผลกระทบที่ค่อนข้างสูงต่อเศรษฐกิจและผลประกอบการ โดยหากแยกผลกระทบรายภาคธุรกิจแล้วพบว่า ภาคก่อสร้าง ภาคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ภาคบริการประเภท hospitality ภาคการเกษตร ภาคผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี และภาคอิเล็กทรอนิกส์ เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบต่อ margin สูงที่สุด อันเนื่องมาจากผลกระทบของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำต่อต้นทุนที่มีอยู่สูงมากเมื่อเทียบกับความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนตามสมมติฐาน

## 9 ผลตอบแทนการผลิตของผู้ประกอบการมีแนวโน้มลดลงเมื่อความสามารถในการส่งผ่านภาระต้นทุนลดลง เนื่องจากไม่สามารถขึ้นราคาสินค้าและบริการได้เต็มที่

ส่วนต่างผลตอบแทนการผลิตและต้นทุนการผลิต (margin) ที่ลดลง  
ในกรณีที่การส่งผ่านภาระต้นทุนทำได้ต่ำกว่า 100%

หน่วย: %



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาส 1/2010 (Labor Force Survey 1Q/2010) และตาราง Input-Output table ปี 2005 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (NSO)

# 3 พลิกภาพแรงงาน... โจทย์ใหญ่ SMEs ไทย

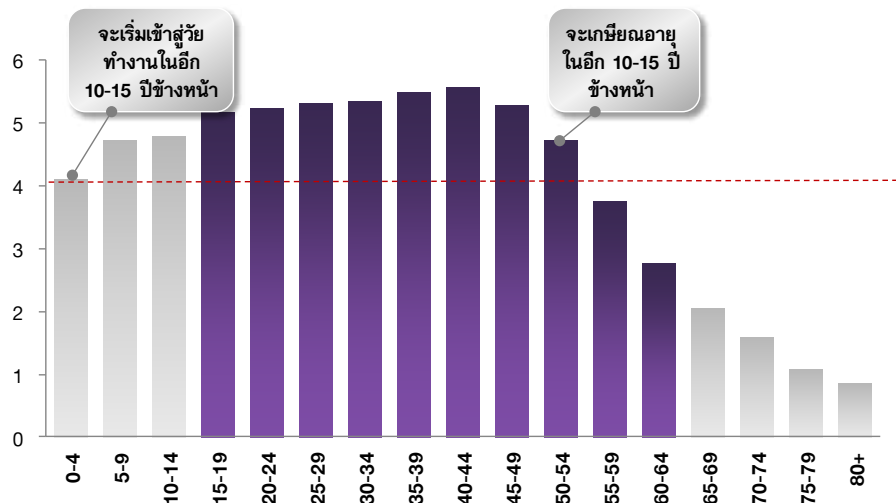
ด้วยลักษณะธุรกิจของ SMEs ที่ค่อนข้างเน้นแรงงานเป็นสัดส่วนสูงในการประกอบกิจการ ปัจจัยด้านแรงงานจึงมีผลกระทบโดยตรงต่อความอยู่รอดของธุรกิจ แต่นอกเหนือจากปัญหาค่าแรงขั้นต่ำที่กำลังปรับตัวสูงขึ้นแล้ว ปัญหาการขาดแคลนแรงงานก็กำลังกลายเป็นจุดสนใจด้วยเช่นกัน ซึ่งในภาวะที่แรงงานอาจเกิดการขาดแคลนได้ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าเช่นนี้ หากธุรกิจ SMEs จะสามารถขยายธุรกิจต่อไปได้นั้น ก็จำต้องหันมาใช้วิธีเพิ่มผลิตภาพแรงงาน (labor productivity) อย่างยั่งยืน

ในอีก 10-15 ปีข้างหน้า แรงงานไทยซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความมั่นคงของเศรษฐกิจไทยมาตลอดนั้น กำลังจะเริ่มลดจำนวนลง การที่เศรษฐกิจของประเทศจะเติบโตต่อไปได้นั้น จึงต้องหันมาพึ่งพาการโยกย้ายแรงงานไปสู่ภาคธุรกิจที่สร้างมูลค่าต่อแรงงานมากขึ้น และก็ต้องพึ่งพาการเพิ่มผลิตภาพแรงงานให้สูงขึ้น การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปี 2005 จนถึงปี 2011 นั้น กว่าครึ่งหนึ่งเกิดจากการขยายตัวของตลาดแรงงานที่ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีมูลค่าโดยรวมสูงขึ้น แต่ในอีก 10-15 ปีข้างหน้า จำนวนแรงงานไทยจะเริ่มหดตัวลง เนื่องจากแรงงานที่จะเกษียณอายุในอีก 10-15 ปีข้างหน้าจะมีจำนวนสูงกว่าประชากรที่จะเข้าสู่วัยทำงานในเวลาเดียวกัน ซึ่งจากแนวโน้มของตลาดแรงงานของไทยที่จะหดตัวลงเช่นนี้ การสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจของไทยต่อไปในอนาคตจึงต้องหันมาเน้นการเสริมสร้างผลิตภาพแรงงานโดยรวม โดยอาจเกิดขึ้นจากการโยกย้ายแรงงานจากภาคธุรกิจที่มีผลิตภาพแรงงานต่ำไปยังภาคธุรกิจที่มีผลิตภาพแรงงานสูง หรืออาจเกิดขึ้นได้จากการเพิ่มมูลค่าผลผลิตต่อแรงงานในทุกๆ ภาคธุรกิจให้สูงขึ้น

## 10 ในอีก 10-15 ปีข้างหน้า แรงงานไทยจะเริ่มลดจำนวนลง เนื่องจากแรงงานที่จะเกษียณอายุมีจำนวนมากกว่าแรงงานที่จะเข้าสู่วัยทำงาน

โครงสร้างประชากรของไทยปี 2011

หน่วย: ล้านคน

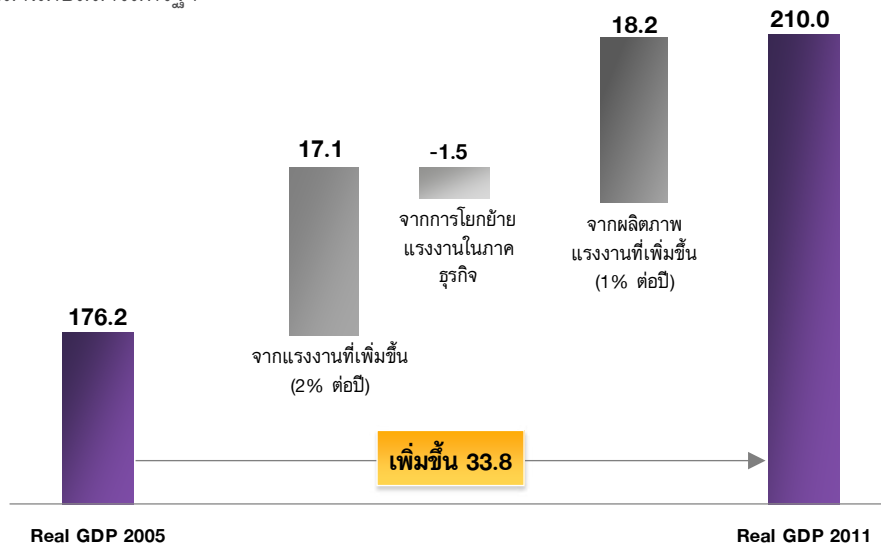


ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ NESDB และ APO Productivity Database 2012

# 11 เมื่อแรงงานไทยมีแนวโน้มลดจำนวนลง การเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยจึงต้องหันมาพึ่งพาการโยกย้ายแรงงานจากธุรกิจที่มีผลิตภาพต่ำไปสูง และการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพแรงงานในแต่ละภาคธุรกิจ

แหล่งที่มาของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยช่วงปี 2005-2011

หน่วย: พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



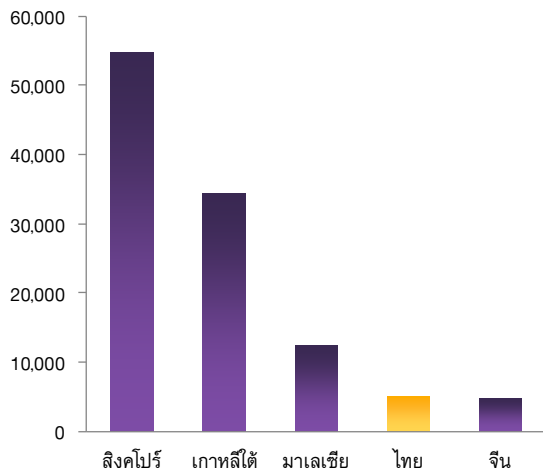
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ World Bank

แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แรงงานไทยกลับมีการเติบโตของผลิตภาพค่อนข้างต่ำ ในขณะที่ระดับของผลิตภาพแรงงานปัจจุบันก็ยังคงต่ำเช่นกัน โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับคู่แข่งทางเศรษฐกิจที่ซบเซาเดียวกันมาตลอดอย่างมาเลเซีย แรงงานไทยมีผลิตภาพแรงงานอยู่ที่ประมาณ 4,900 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนในปี 2011 (ณ ราคาปี 2000) โดยในช่วงปี (2005-2011) ไทยสามารถเพิ่มผลิตภาพแรงงานได้เพียง 1.4% ต่อปี ซึ่งนับว่าต่ำลงจากช่วงปี 2000-2005 ที่เติบโตได้ถึงปีละ 3.8% และยังเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญอย่างมาเลเซียแล้ว ยิ่งย้ำให้เห็นถึงข้อเสียเปรียบของไทย เพราะถึงแม้มาเลเซียจะมีการเติบโตของผลิตภาพแรงงานอยู่ที่ 1.4% เท่ากับไทยในช่วงปี 2005-2011 ก็ตาม แต่มาเลเซียมีผลิตภาพแรงงานอยู่ที่ระดับสูงแล้ว คือประมาณ 12,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนในปี 2011 (ณ ราคาปี 2000) นอกจากนี้ หากยกตัวอย่างประเทศกำลังพัฒนาที่มีผลิตภาพแรงงานในระดับใกล้เคียงกับไทย เช่น จีน จะพบว่า จีนมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของผลิตภาพแรงงานอยู่สูงถึงกว่า 10% ซึ่งถ้าเป็นเช่นนั้นแล้ว ดูเหมือนไทยอาจจะต้องติดกับดักรายได้ระดับกลาง (middle-income trap) อยู่อีกนานพอสมควร และจะต้องถูกจีนแซงหน้า และมาเลเซียทิ้งห่างในไม่ช้า หากยังไม่สามารถเพิ่มผลิตภาพแรงงานให้สูงขึ้นกว่านี้

## 12 **ผลิตภาพของแรงงานไทยเสียเปรียบมาเลเซียค่อนข้างมาก** และมีแนวโน้มที่จะถูกจีนแซงหน้า

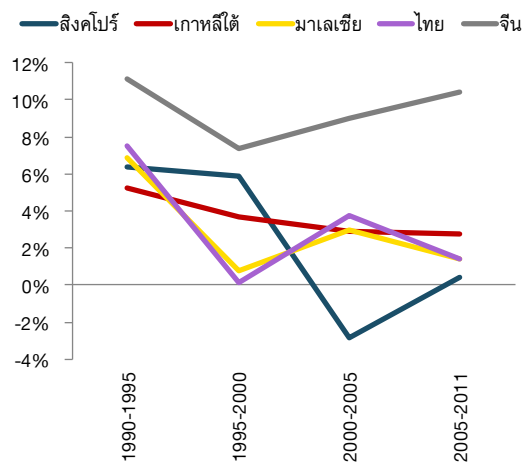
ผลิตภาพแรงงานไทย (ปี 2011)

หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคน ณ ราคาปี 2000



อัตราเติบโตของผลิตภาพแรงงานไทย

หน่วย: %CAGR



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ IMF และ World Bank

**การดึงแรงงานเข้าสู่ภาคธุรกิจที่มีผลิตภาพแรงงานสูงเป็นวิธีการเพิ่มผลิตภาพแรงงานวิธีหนึ่ง** ภาคการผลิตของไทยเป็นภาคธุรกิจที่มีผลิตภาพแรงงานสูงถึงกว่า 12,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคน ในปี 2011 (ณ ราคาปี 2000) ในขณะที่ภาคการเกษตรและภาคบริการมีผลิตภาพแรงงานอยู่ที่ระดับประมาณ 1,700 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคน และ 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคน ตามลำดับ แต่เนื่องจากสัดส่วนของแรงงานของไทยกลับไปกระจุกตัวอยู่ในภาคธุรกิจที่มีผลิตภาพแรงงานต่ำกว่า คือมีสัดส่วนแรงงานทั้งระบบอยู่ในภาคการเกษตรกว่า 40% และภาคบริการและอื่นๆ อีก 46% ในขณะที่แรงงานในภาคการผลิตมีเพียง 14% เท่านั้น ดังนั้น ค่าเฉลี่ยผลิตภาพแรงงานจึงถูกกดดึงลงมาต่ำที่ประมาณ 4,900 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคน จึงเห็นได้ชัดว่า หากต้องการผลักดันเศรษฐกิจประเทศให้เติบโตหลุดพ้น middle-income trap ได้นั้น แนวทางสำคัญแนวทางหนึ่งคือการผลักดันให้เกิดการโยกย้ายแรงงานจากภาคการเกษตรและภาคการบริการและอื่นๆ เข้าสู่ภาคการผลิตที่มีผลิตภาพแรงงานสูงกว่า ให้มากขึ้นกว่าสถานการณ์ที่เป็นอยู่ปัจจุบัน

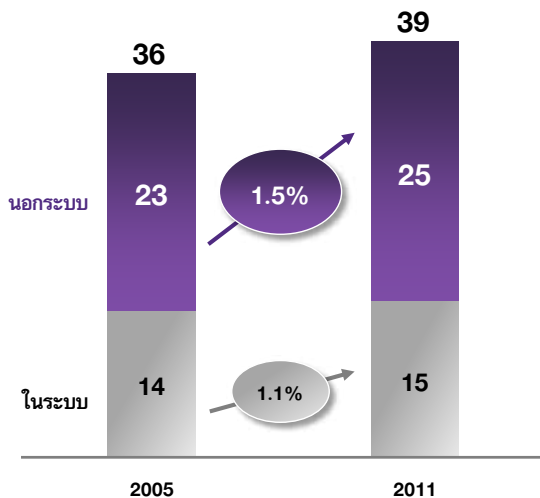
## BOX: แรงงานไทยหายไปไหน?

การดึงแรงงานสู่ภาคการผลิตก็ต้องพิจารณาถึงปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานด้วย เพราะปัจจุบัน ผู้ประกอบการไทยในภาคการผลิตประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานอย่างมีนัยสำคัญ จากการวิเคราะห์โดย SCB EIC พบว่า แรงงานไทยนอกเหนือจากการกระจุกตัวในภาคการเกษตรและภาคบริการแล้ว ยังมีการเลือกออกไปทำอาชีพอิสระมากขึ้น นอกเหนือไปจากการทำงานในระบบ เช่น ในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการซ้ำเติมปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และตอกย้ำให้เห็นความสำคัญของการสร้างแรงจูงใจในการดึงแรงงานเข้ามาทำงานที่มากกว่าเรื่องของค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ความเป็นอิสระและโอกาสทำรายได้ที่ยังมีอยู่มาก จากบริการขนส่งสาธารณะส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการอาชีพรับจ้างสาธารณะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นผลมาจากคุณภาพของบริการขนส่งมวลชนที่ยังไม่ตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยปัจจุบันมีจำนวนแท็กซี่จดทะเบียนกว่า 103,000 คัน ซึ่งถ้ารวมมอเตอร์ไซค์และสามล้อเครื่องรับจ้างด้วยแล้ว จะมีแรงงานอยู่ในทั้ง 3 กลุ่มนี้เฉพาะในกรุงเทพฯ ราว 260,000 คน ซึ่งนอกเหนือจากข้อจูงใจในเรื่องของความเป็นอิสระแล้ว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มผู้ขับรถแท็กซี่และมอเตอร์ไซค์รับจ้างยังอยู่ในระดับที่สูงกว่าลูกจ้างในโรงงานที่รับค่าแรงขั้นต่ำ อย่างไรก็ตาม ระดับรายได้ดังกล่าวยังไม่รวมเรื่องของสวัสดิการ และค่าล่วงเวลาที่ถือว่ายังเป็นข้อได้เปรียบของแรงงานในระบบ

### 13 ปัญหาขาดแคลนแรงงานในภาคการผลิตส่วนหนึ่งเกิดจากการขยายตัวที่สูงกว่าของแรงงานนอกระบบ

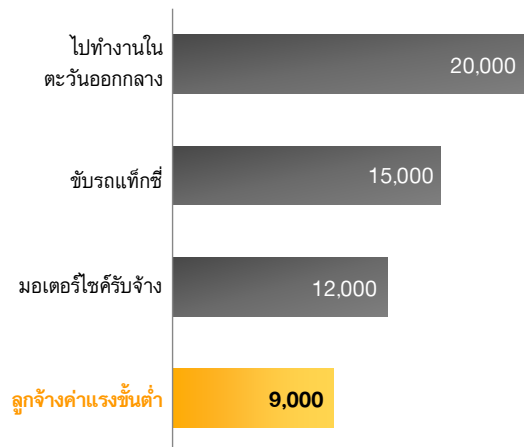
อัตราการเติบโตของแรงงานในระบบและนอกระบบ

หน่วย: ล้านคน, %CAGR



เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของแรงงาน

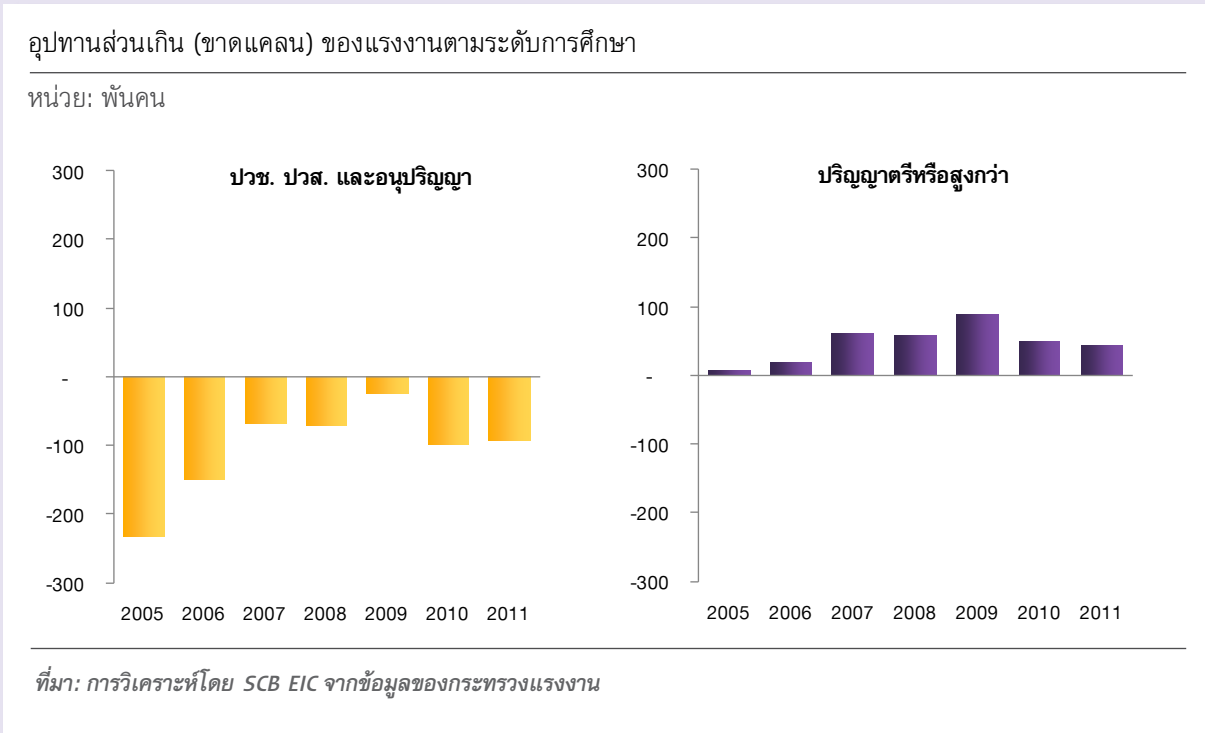
หน่วย: บาทต่อเดือน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

นอกเหนือจากนั้นแล้ว การขาดแคลนแรงงานยังมีสาเหตุมาจากความไม่สอดคล้องระหว่างอุปสงค์และอุปทานด้านทักษะและประสบการณ์ของแรงงานไทย (skill mismatch) หลายธุรกิจไทยโดยเฉพาะภาคการผลิตต้องเผชิญกับปัญหาขาดแคลนแรงงานทั้งมีทักษะ โดยเฉพาะแรงงานที่จบการศึกษาระดับอาชีวศึกษาที่ยังไม่พอเพียงกับความต้องการ ในขณะที่แรงงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีจำนวนเกินกว่าความต้องการ ทั้งนี้ แรงงานที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาก็มีทักษะไม่ตรงกับความต้องการของภาคการผลิตอีกด้วย เพราะไม่ได้รับการฝึกวิชาชีพ ในขณะเดียวกัน หลักสูตรการเรียนการสอนก็ยังขาดการประยุกต์ให้สอดคล้องกับสิ่งที่อุตสาหกรรมหรือภาคธุรกิจต้องการ จากผลงานวิจัยของ World Bank พบว่าแรงงานไทยที่จบระดับอุดมศึกษาว่า 30% ต้องไปทำงานในระดับงานที่ต่ำกว่าความรู้ความสามารถและไม่ตรงกับหลักสูตรที่เรียน ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีไทยจำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าวเพื่อเติมเต็มอุปสงค์แรงงานในภาคการผลิต แต่การพึ่งพาแรงงานต่างด้าวในระยะยาวนั้นไม่ใช่การแก้ปัญหาที่ยั่งยืน เพราะแรงจูงใจในการย้ายกลับไปทำงานในประเทศบ้านเกิดของแรงงานต่างด้าวมักเพิ่มขึ้นในช่วงจังหวะของการเดินหน้าสู่ AEC

## 14 Skill mismatch เกิดจากความต้องการแรงงานที่จบการศึกษาระดับอาชีวศึกษามีมากกว่าจำนวนแรงงานที่มีอยู่ ในขณะที่แรงงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีจำนวนเกินกว่าความต้องการ ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานในไทย



การจะแก้ปัญหาทั้งในเรื่องแรงงานหันมาประกอบอาชีพอิสระ และในเรื่องของ skill mismatch นั้น คงต้องอาศัยความร่วมมือ ผลักดันจากหลายฝ่ายเป็นองค์รวม ทั้งภาคการศึกษาที่จะต้องมีการเพิ่มการฝึกทักษะมากขึ้น และปรับเปลี่ยนแนวคิดค่านิยมตั้งแต่ต้นทาง ในขณะที่เดียวกัน ภาคเอกชนก็ต้องสร้างแรงจูงใจให้แก่แรงงานไปพร้อมกัน เพื่อเป็นการเพิ่มผลิตภาพของแรงงานไทยและความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิต ควรมีการพัฒนาคุณภาพของการศึกษา และปรับหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคการผลิต พร้อมๆ กับการเปลี่ยนค่านิยมของคนไทยให้เล็งเห็นประโยชน์ของอาชีพศึกษามากขึ้น ในส่วนภาคเอกชนก็ต้องแสดงให้เห็นถึงความพร้อมทางด้านสวัสดิการนอกเหนือจากค่าจ้างแรงงาน เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการอาชีพอิสระให้หันกลับเข้ามาทำงานในภาคการผลิต นอกจากนี้ ภาคเอกชนควรเริ่มต้นตัวและผลักดันให้เกิดการลงทุนพัฒนาทักษะแรงงานตั้งแต่เนิ่นๆ เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น โครงการทุนการศึกษา 1 โรงเรียน 1 โรงงาน ที่เริ่มเห็นมากขึ้นในภาคการผลิตยานยนต์ เป็นตัวอย่างของแนวคิดริเริ่มที่ดี โดยโครงการนี้จะมอบทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่อยากฝึกงานในโรงงานไปพร้อมๆ กับการเรียนช่วงวันเสาร์อาทิตย์ภายในระยะเวลา 3-7 ปีเพื่อให้ได้วุฒิ ปวช. ปวส. หรือปริญญาตรี และมีงานรองรับทันทีหลังจากจบการศึกษาเป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการด้านแรงงานและรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคตให้ตรงจุด

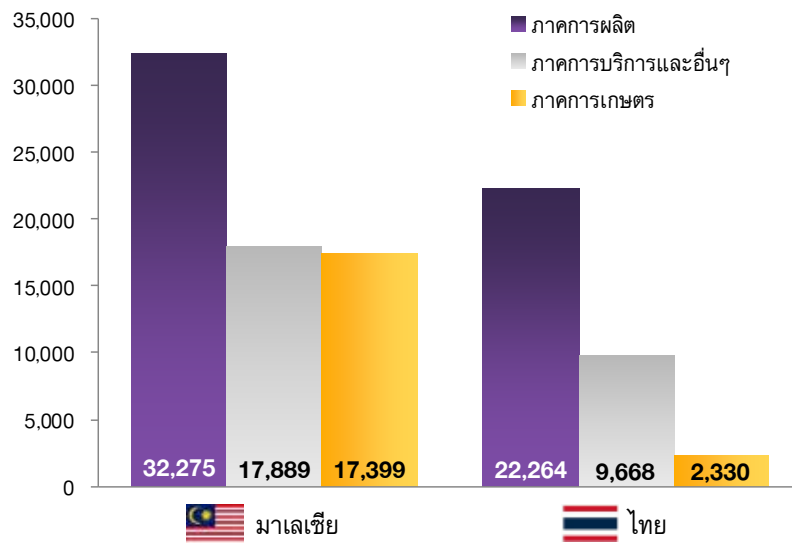
อย่างไรก็ตาม สำหรับไทยซึ่งเป็นประเทศเกษตรกรรมนั้น ควรต้องให้ความสนใจกับการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรมากขึ้นด้วย ซึ่งการต่อยอดจากการเกษตรดั้งเดิมมาเป็นอุตสาหกรรมเกษตรเป็นวิธีการเพิ่มผลิตภาพแรงงานเช่นกัน เนื่องจากไทยมีผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลักจึงต้องผลักดันให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการแปรรูปผลผลิตทางเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น กว่า 90% ของผลผลิตยางพาราถูกส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบขั้นต้น เช่น น้ำยางข้น ยางแท่ง และยางแผ่นรมควัน ในขณะที่ความจริงแล้ว น้ำยางพาราสามารถนำมาผลิตเป็นสินค้าขั้นกลางและขั้นปลายที่มีมูลค่าสูงขึ้นได้หลากหลายประเภท อาทิ ยางล้อรถยนต์ ถุงมือยางทางการแพทย์และในภาคอุตสาหกรรม และยางวิศวกรรมอื่นๆ ส่วนไม้ยางพารานั้น ก็สามารถนำมาผลิตเฟอร์นิเจอร์ และหัตถอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตของแรงงานได้เช่นเดียวกัน

อีกวิธีหนึ่งในการเพิ่มผลิตภาพแรงงานรวมของประเทศคือ การส่งเสริมให้แต่ละภาคธุรกิจมีการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและใช้โอกาสในการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำในการพัฒนาแรงงานให้มีคุณภาพสูงขึ้นอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่จะต้องเร่งปรับตัวก่อนใคร การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำจะทำให้ธุรกิจ SMEs ส่วนหนึ่งต้องปรับลดจำนวนแรงงานเพื่อลดภาระต้นทุนที่สูงขึ้น ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจยังสามารถขยายตัวอยู่ได้ ภาคธุรกิจต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจึงต้องหาวิธีการปรับตัวเพื่อเพิ่มผลิตภาพแรงงานอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะธุรกิจที่ได้รับผลกระทบทางตรงจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำมากกว่าภาคธุรกิจอื่นอันได้แก่ ภาคธุรกิจที่มีสัดส่วนแรงงานไม่มีทักษะสูง หรือมีค่าแรงเป็นต้นทุนหลัก เช่น ภาคเกษตร ภาคบริการประเภทการท่องเที่ยว hospitality และภาคค้าส่งค้าปลีก เช่นเดียวกับภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบทางอ้อมของการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จากการส่งผ่านภาระต้นทุนไปในห่วงโซ่อุปทานที่ค่อนข้างยาวและซับซ้อน จะต้องเร่งปรับตัวเพิ่มผลิตภาพแรงงานเช่นกัน เช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ยานยนต์และชิ้นส่วน สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และ อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น แต่นอกเหนือจากภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบดังกล่าวที่ต้องเร่งปรับตัวแล้ว ภาคธุรกิจอื่นๆ ก็มีบางส่วนช่วยให้ผลิตภาพแรงงานโดยรวมของประเทศสูงขึ้นได้เช่นเดียวกัน เพราะหากเปรียบเทียบกับมาเลเซียแล้ว พบว่า ผลิตภาพแรงงานของไทยในทุกภาคธุรกิจยังต่ำกว่ามาเลเซียค่อนข้างชัดเจน ส่วนหนึ่งเป็นเพราะมาเลเซียสามารถสร้างมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น โดยเฉพาะในภาคการเกษตรและภาคบริการ

## 15 หากเปรียบเทียบกับผลิตภาพในภาคการผลิตแล้ว ผลิตภาพของแรงงานไทยในภาคการเกษตรและภาคบริการยังจัดว่าอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

ผลิตภาพแรงงานไทยและมาเลเซียรายภาคธุรกิจจริงปี 2010

หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคน (nominal price ปี 2010)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูล CEIC

ในภาวะที่แรงงานไทยมีแนวโน้มขาดแคลน การเพิ่มผลิตภาพแรงงานจึงกลายเป็นเรื่องที่ต้องหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ที่ยังมีการพึ่งพาแรงงานอยู่ในสัดส่วนสูง ต้องเร่งปรับตัวเพื่อเพิ่มผลิตภาพแรงงานให้ทันท่วงที เช่นการริเริ่มนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้มากขึ้นเพื่อลดการพึ่งพาแรงงานที่เกินความจำเป็น รวมถึงการต่อยอดทางธุรกิจพร้อมไปกับการเร่งพัฒนาศักยภาพแรงงานผ่านการฝึกอบรมเสริมสร้างทักษะ เพื่อให้แรงงานสามารถผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมูลค่าสูงขึ้น อนึ่ง หาก SMEs สามารถเพิ่มผลิตภาพแรงงานให้สูงขึ้นได้เป็นผลสำเร็จ การปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำของรัฐบาลก็จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ เพราะผู้ประกอบการจะสามารถให้ค่าตอบแทนแรงงานได้สูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำอันเป็นไปตามศักยภาพของแรงงานที่สูงขึ้นนั่นเอง



## BOX: ตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อรองรับนโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน

เป็นที่ทราบกันดีว่า นโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวันของรัฐบาลนั้น ส่งผลกระทบต่อภาระต้นทุนการดำเนินงานรวมของผู้ประกอบการ SMEs อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะ SMEs ที่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านแรงงานต่อต้นทุนสูง ซึ่งจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น ผู้ประกอบการบางรายได้เริ่มทยอยปรับตัวเพื่อรับมือกับปัญหาดังกล่าวแล้ว จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ นอกเหนือจากแนวทางการปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงานแล้ว ยังมีแนวทางอื่นๆ ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว ดังนี้

- **ความพยายามลดต้นทุนการผลิตด้านอื่นๆ เพื่อชดเชยกับค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น** เช่นในกรณีของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในภาคอีสาน พบว่าได้มีการปรับเปลี่ยนมาทำการสีข้าวในช่วงเวลากลางคืนมากขึ้น เพื่อใช้สิทธิในการจ่ายค่าไฟต่อหน่วยที่ถูกลงกว่าช่วงเวลาปกติในตอนกลางวัน
- **การพัฒนาศักยภาพของแรงงานให้มีผลิตภาพ (productivity) สูงขึ้น ควบคู่ไปกับการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน** เพื่อช่วยลดแรงกดดันด้านต้นทุนของผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาคุณภาพแรงงาน เทคโนโลยี และการบริหารจัดการที่ดี
- **การจ้าง outsource มากขึ้น** เช่นในกรณีของผู้ผลิตเครื่องดื่มยี่ห้อหนึ่ง ซึ่งมีการจ้างแรงงาน outsource ที่ทำหน้าที่ขับรถส่งของมากขึ้น ซึ่งตอบรับกับความต้องการของคนขับรถส่งของที่ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจมากกว่าการเป็นลูกจ้างในบริษัท ประกอบกับการเป็นเจ้าของรถเองจะทำให้มีความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้นด้วย
- **การสร้างมูลค่าเพิ่ม (value-added) ให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างแบรนด์สินค้าเป็นของตัวเอง** ยกตัวอย่างในกรณีของผู้ประกอบการหอยเป่าฮือ ที่มีการลงทุนทำวิจัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจนสามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากหอยเป่าฮือมาสกัดเย็นผสมคอลลาเจน ซึ่งนวัตกรรมที่คิดค้นมาได้นี้นอกจากจะทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ที่สูงขึ้นและแน่นอนมากกว่าแล้ว ยังช่วยลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาหอยเป่าฮือได้เป็นอย่างดีอีกด้วย หรือในกรณีของผู้ผลิตขนมของฝากตามจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งเมื่อมีการสร้างแบรนด์สินค้าของตัวเอง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับการผลิตขนมในลักษณะขายส่ง (white labeling) เหมือนในอดีต
- **การปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจและขยายไลน์สินค้า** เช่นในกรณีของผู้ประกอบการสิ่งทอซึ่งหันไปเน้นผลิตสินค้าส่งต่อให้กับอุตสาหกรรมดาวรุ่งที่กำลังมีแนวโน้มเติบโตดี เช่น ผลิตผ้าสำหรับหุ้มเข็มขัดนิรภัยหรือผ้าหุ้มเบาะรถยนต์ รวมทั้งการผลิตสิ่งทอและเสื้อผ้าคุณภาพสูงส่งออกไปขายยังตลาดต่างประเทศ

นอกจากนี้ จากการระดมสมองโดยการพูดคุยกับผู้ประกอบการ ทำให้เราได้รับทราบแนวคิดต่างๆ ที่น่าสนใจ ประกอบด้วย

- **แนวคิดในการรวมกลุ่มระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันกับสถาบันการศึกษา** เพื่อปรับหลักสูตรการเรียนการสอนให้สามารถผลิตแรงงานได้ตรงตามทักษะ ความรู้ความสามารถที่ผู้ประกอบการต้องการ เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน หรือแม้แต่โครงการรับนักเรียนเหล่านี้เข้ามาฝึกงานกับบริษัท และรับเข้าทำงานจริงเมื่อสำเร็จการศึกษา เป็นต้น
- **การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมที่อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน** เพื่อสั่งซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบในปริมาณมากๆ เพื่อใช้ประโยชน์จาก quantity discount ซึ่งจะช่วยให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงมาก หรือในกรณีของการส่งต่อลูกค้าของโรงแรมไปยังโรงแรมอื่นๆ ที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม ในกรณีที่ห้องพักรวมของโรงแรมเต็ม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โรงแรมสมาชิกจะต้องมีการสร้างจุดขายที่แตกต่างกันออกไป (differentiation and uniqueness) เพื่อไม่ให้เกิดการแย่งลูกค้า รวมทั้งต้องรักษาระดับมาตรฐานและคุณภาพ เช่น ความสะอาดของห้องพัก มาตรฐานการให้บริการ ให้ทัดเทียมกันอีกด้วย ซึ่งการรวมกลุ่มในลักษณะนี้สามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจบริการประเภทอื่นๆ อาทิ ร้านอาหารและโรงพยาบาล ได้เช่นกัน

อนึ่ง ผู้ประกอบการยังสามารถศึกษากรณีตัวอย่างจากต่างประเทศที่ต้องปรับตัวกับค่าจ้างแรงงานที่สูงได้ด้วย ตัวอย่างหนึ่งที่น่าสนใจคือ การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศญี่ปุ่น ที่มีการปรับ layout ในร้านอาหารใหม่ เพื่อให้พนักงานบริการในร้านสามารถเดินเสิร์ฟอาหารได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยพบว่าช่วยให้สามารถลดจำนวนพนักงานในร้านลงได้เหลือเพียง 3 คนเท่านั้น และทำให้ลดต้นทุนด้านแรงงานลงได้มาก

# 4 SMEs มองอนาคตอย่างไร และเตรียมตัวอะไรแล้วบ้าง

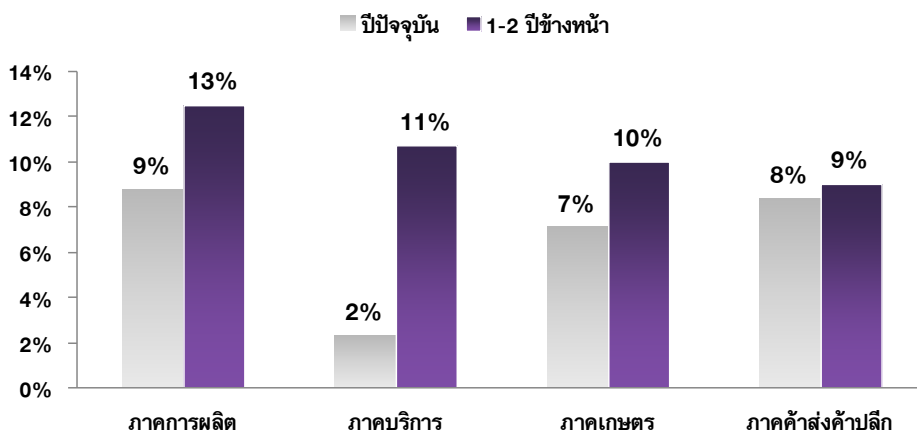
การดำเนินธุรกิจ SMEs ในปัจจุบัน ต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในระยะยาวมากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะการปรับตัวเพื่อรับมือกับการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน การมองหาโอกาสและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันที่จะมีมากขึ้นจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ธนาคารไทยพาณิชย์ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของ SMEs ต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น รวมถึงวิธีการและความคืบหน้าในการปรับตัวของ SMEs ในธุรกิจหลากหลายประเภท เพื่อให้ SMEs ได้จุดประกายแนวคิดสำหรับการวางแผนระยะยาวของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

SMEs โดยรวม<sup>1</sup> ยังมองแนวโน้มธุรกิจ ใน 1-2 ปีข้างหน้าสดใส แม้ว่าธุรกิจจะต้องเผชิญกับความท้าทายภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจยุโรป หรือการเพิ่มขึ้นของต้นทุน โดยเฉพาะจากการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน ทั้งนี้ ภาคการผลิตมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถเติบโตได้มากถึง 13% และคาดว่าจะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นใน 1-2 ปีข้างหน้า ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่ธุรกิจส่วนใหญ่ได้เตรียมพร้อมรับมือกับปัจจัยภายในและภายนอกแล้วในระดับหนึ่ง สำหรับ SMEs ภาคบริการเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองมากที่สุด เพราะ SMEs มองว่าธุรกิจจะมีการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะธุรกิจขนส่ง โลจิสติกส์ และธุรกิจรับตกแต่งภายใน ส่วน SMEs ในธุรกิจค้าส่งค้าปลีก แม้ว่าส่วนใหญ่ได้เริ่มวางแผนการลงทุนที่จะเข้าไปค้าขายยังต่างประเทศเพื่อขยายตลาดในอนาคต แต่โดยรวมกลับเห็นว่าธุรกิจมีแนวโน้มการเติบโตประมาณ 9% ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำที่สุด และมีการเติบโตน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจประเภทอื่น ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความกังวลถึงผลกระทบจาก AEC ที่จะทำให้คู่แข่งในอาเซียนเข้ามาแข่งขันเพิ่มขึ้น

## 16 จากความเห็นของ SMEs ภาคการผลิตมีแนวโน้มการเติบโตสูงที่สุดใน 1-2 ปีข้างหน้า ส่วนภาคบริการมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด

การเติบโตของยอดขายธุรกิจในปัจจุบัน และใน 1-2 ปีข้างหน้า แยกตามรายธุรกิจ

หน่วย: %



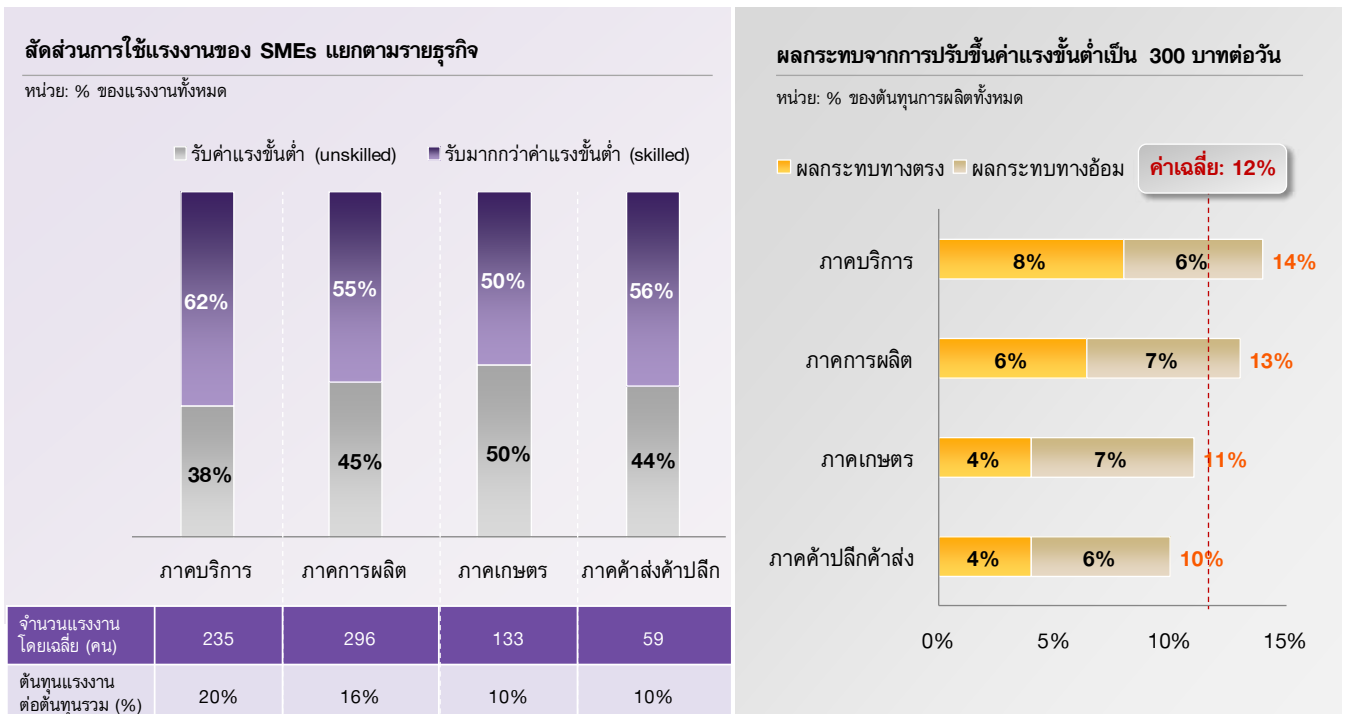
คำถามในแบบสำรวจ: ท่านคิดว่าการเติบโตของธุรกิจของท่านในปัจจุบัน (เทียบกับปีก่อน) มีการเติบโตมากน้อยเพียงใด ท่านคิดว่าแนวโน้มยอดขายของธุรกิจท่านใน 1-2 ปีข้างหน้า จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากน้อยเพียงใด  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

<sup>1</sup> จากผลการสำรวจ SMEs ในทุกภูมิภาคของประเทศ จำนวน 37 จังหวัด โดยมีผู้ตอบแบบสำรวจทั้งสิ้นรวม 308 ราย ประกอบด้วย ธุรกิจในการผลิต ภาคบริการ ภาคเกษตร และภาคค้าส่งค้าปลีก

SCB EIC ทำการสำรวจผู้ประกอบการ SMEs โดยวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อ SMEs ใน 2 ด้านหลักๆ คือ การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน และการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งผลการสำรวจค่อนข้างสอดคล้องกับสิ่งที่ได้คาดหมายไว้ในเบื้องต้น

ด้านผลกระทบจากการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน พบว่า SMEs ประเมินต้นทุนรวมทั้งทางตรงและทางอ้อม คาดว่าเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยราว 12% โดยภาคบริการจะได้รับผลกระทบทางตรงมากที่สุด เนื่องจากมีสัดส่วนต้นทุนแรงงานต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด และไม่สามารถนำเครื่องจักรมาใช้ทดแทนได้มากเหมือนธุรกิจอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ผลกำไรไปยังผู้บริโภคได้น้อย เพราะผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองสูง การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวันนั้น นอกจากจะมีผลกระทบทางตรงที่ทำให้ต้นทุนค่าแรงเพิ่มขึ้นแล้ว ยังทำให้ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนค่าขนส่ง เพิ่มสูงขึ้นเป็นทอดๆ ตามห่วงโซ่การผลิต ซึ่งเป็นผลกระทบทางอ้อม (indirect effect) ต่อธุรกิจ ซึ่งแต่ละธุรกิจได้คาดการณ์ผลกระทบทางอ้อมใกล้เคียงกันเฉลี่ยที่ประมาณ 6-7% ทั้งนี้ ผลกระทบโดยรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมของ SMEs อยู่ที่ระดับ 12% แต่เมื่อเปรียบเทียบกับการวิเคราะห์ผลกระทบดังกล่าว ของภาคธุรกิจ ทั้ง SMEs และรายใหญ่พบว่า มีต้นทุนเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเพียง 8% (จากบทที่ 2 เจาะลึกการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำและการส่งผ่านภาระต้นทุน) ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่ SMEs มีอำนาจต่อรองที่น้อยกว่า และเน้นการใช้แรงงานมากกว่าเทคโนโลยี จึงเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวม

## 17 SMEs ในภาคบริการได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท มากที่สุด เพราะมีสัดส่วนต้นทุนแรงงานต่อต้นทุนรวมสูงที่สุด



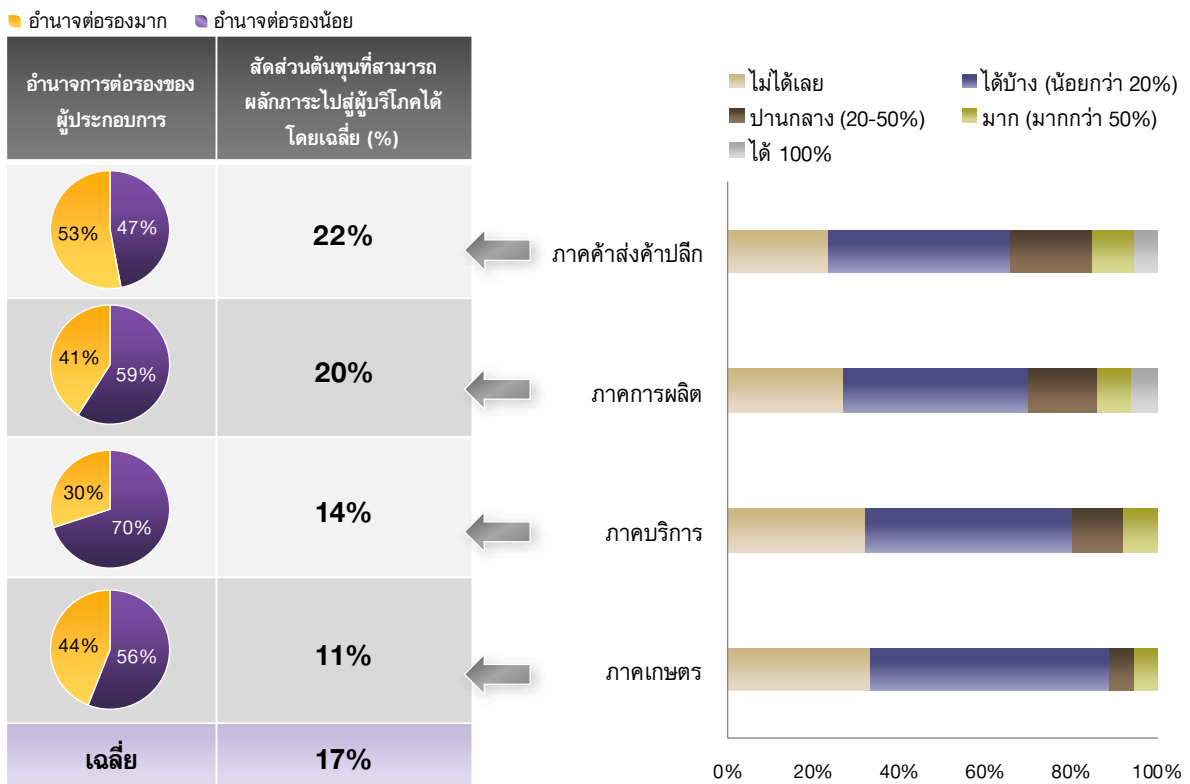
คำถามในแบบสำรวจ: ธุรกิจของท่านมีสัดส่วนของแรงงานที่ได้รับค่าแรงขั้นต่ำ และแรงงานที่ได้มากกว่าค่าแรงขั้นต่ำอย่างไร การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวัน จะทำให้ต้นทุนการผลิตของท่านสูงขึ้นกี่ % ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

ในแง่ของการผลักภาระต้นทุนไปสู่ผู้บริโภค SMEs สามารถผลักภาระต้นทุนได้โดยเฉลี่ย 17% โดยธุรกิจค้าส่งค้าปลีกสามารถผลักภาระต้นทุนได้มากที่สุดถึง 22% ในขณะที่ภาคบริการและภาคเกษตรสามารถผลักภาระต้นทุนได้เพียง 14% และ 11% ตามลำดับ เนื่องจาก SMEs ส่วนใหญ่ในภาคบริการจะมีอำนาจต่อรองน้อยกว่าผู้ซื้อ ในขณะที่ภาคการเกษตร นอกจากอำนาจการต่อรองแล้ว ราคาสินค้าอาจมีการถูกกำหนดโดยปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานรวมอยู่ด้วย ทั้งนี้ แม้แต่ภาคบริการและภาคเกษตรในกลุ่มธุรกิจที่มีอำนาจต่อรองมากก็ตาม ก็ยังสามารถส่งผ่านภาระต้นทุนไปสู่ผู้บริโภคได้ไม่มากนัก เฉลี่ยอยู่ที่ 16% เมื่อเทียบกับธุรกิจค้าส่งค้าปลีก และภาคการผลิตที่ผู้ขายมีอำนาจการต่อรองสูงกว่าผู้ซื้อ สามารถผลักภาระต้นทุนได้สูงถึง 27% และ 24% ตามลำดับ

## 18 ธุรกิจ SMEs ในภาคค้าส่งค้าปลีก สามารถผลักภาระต้นทุนไปสู่ผู้บริโภคได้มากที่สุด ในขณะที่ภาคเกษตรผลักภาระต้นทุนได้น้อยที่สุด

การผลักภาระต้นทุนของ SMEs แยกตามรายธุรกิจ

หน่วย: % SMEs



คำถามในแบบสำรวจ: ธุรกิจของท่านสามารถผลักภาระต้นทุนไปสู่ผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

# 19 SMEs ในภาคบริการ และภาคเกษตร สามารถพลิกภาวะต้นทุนได้น้อย ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองมากหรือน้อยก็ตาม

ระดับการพลิกภาวะต้นทุนไปสู่ผู้บริโภค แยกตามอำนาจต่อรองของผู้ประกอบการ และรายธุรกิจ

หน่วย: %



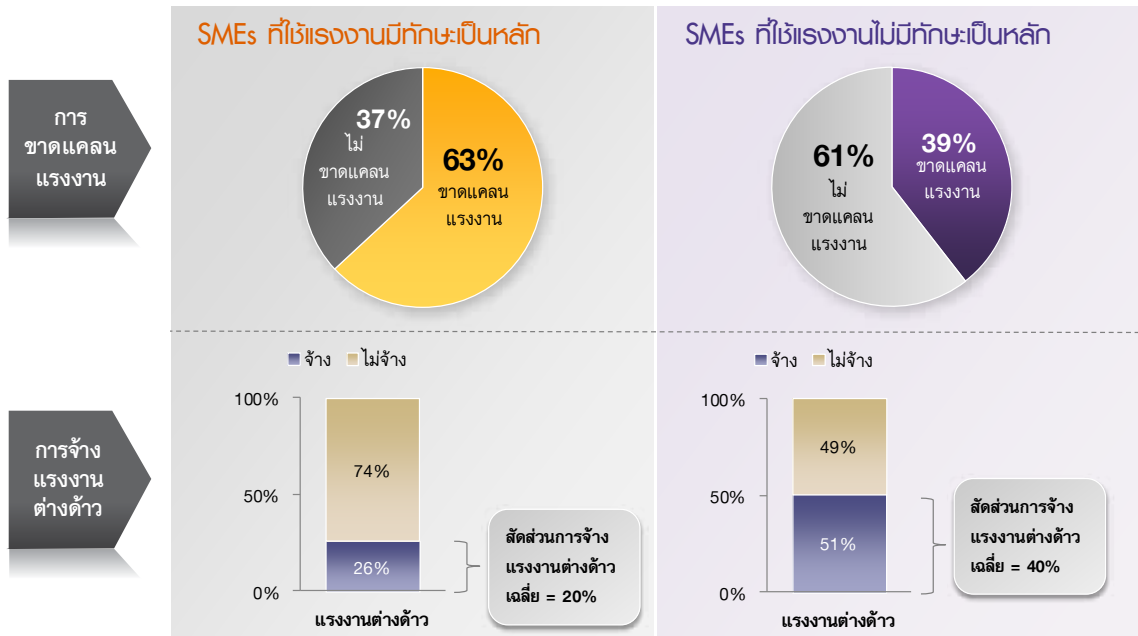
คำถามในแบบสำรวจ: ธุรกิจของท่านสามารถพลิกภาวะต้นทุนไปสู่ผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด  
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการในธุรกิจของท่าน มีมากน้อยเพียงใด  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

นอกจากผลกระทบต่อต้นทุนแล้ว พบว่า SMEs ยังต้องเผชิญกับการขาดแคลนแรงงานด้วย โดย SMEs ที่ใช้แรงงานมีทักษะเป็นหลัก เป็นธุรกิจที่ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน มากกว่ากลุ่ม SMEs ที่เน้นแรงงานไม่มีทักษะ เนื่องจาก SMEs กลุ่มหลังสามารถดึงแรงงานต่างด้าวเข้ามาทดแทนได้ ทั้งนี้ SMEs ที่ใช้แรงงานมีทักษะ ส่วนใหญ่จะอยู่ในธุรกิจบริการ ที่ต้องใช้พนักงานที่มีทักษะ ความรู้ และความสามารถด้านภาษา เช่น พนักงานในโรงพยาบาล คนขับรถบรรทุกในธุรกิจบริการขนส่ง จึงอาจทำให้ไม่สามารถใช้แรงงานต่างด้าวได้มากนัก ทั้งนี้ สถานการณ์การขาดแคลนแรงงานน่าจะมีความตึงเครียดเพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดย SMEs คาดว่าจะมีความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้าเฉลี่ย 8% แต่เมื่อเทียบกับข้อมูลของกระทรวงแรงงานแล้ว จำนวนแรงงานที่จะเข้ามาในตลาดแรงงานไทย จะเพิ่มขึ้นอีกเพียง 3% และธุรกิจที่คาดว่าจะมีผลกระทบมากที่สุด คือภาคการผลิต เพราะมีความต้องการจ้างงานในอนาคตสูงที่สุดถึง 8.4%

## 20 SMEs ที่ใช้แรงงานมีทักษะเป็นหลัก มีสัดส่วนการจ้างแรงงานต่างด้าวน้อย และประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน มากกว่ากลุ่ม SMEs ที่เน้นแรงงานไม่มีทักษะ

การขาดแคลนแรงงาน และการจ้างแรงงานต่างด้าวของ SMEs

หน่วย: % SMEs



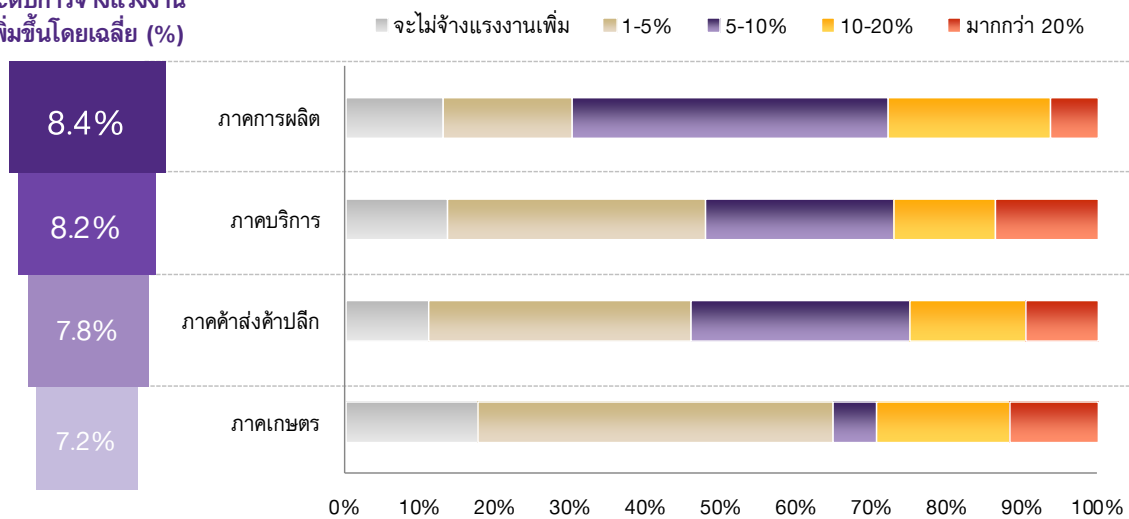
คำถามในแบบสำรวจ: ธุรกิจของท่านประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานใช้หรือไม่  
 ธุรกิจของท่านมีการจ้างแรงงานต่างด้าวใช้หรือไม่ ถ้าใช่ คิดเป็นสัดส่วนเท่าใดต่อจำนวนการจ้างงานทั้งหมด  
 ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

## 21 SMEs ภาคการผลิตมีแนวโน้ม จะเพิ่มอัตราการจ้างงานในอนาคตมากที่สุด

การจ้างแรงงานที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า แยกตามรายธุรกิจ

หน่วย: % SMEs

ระดับการจ้างแรงงาน  
เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย (%)



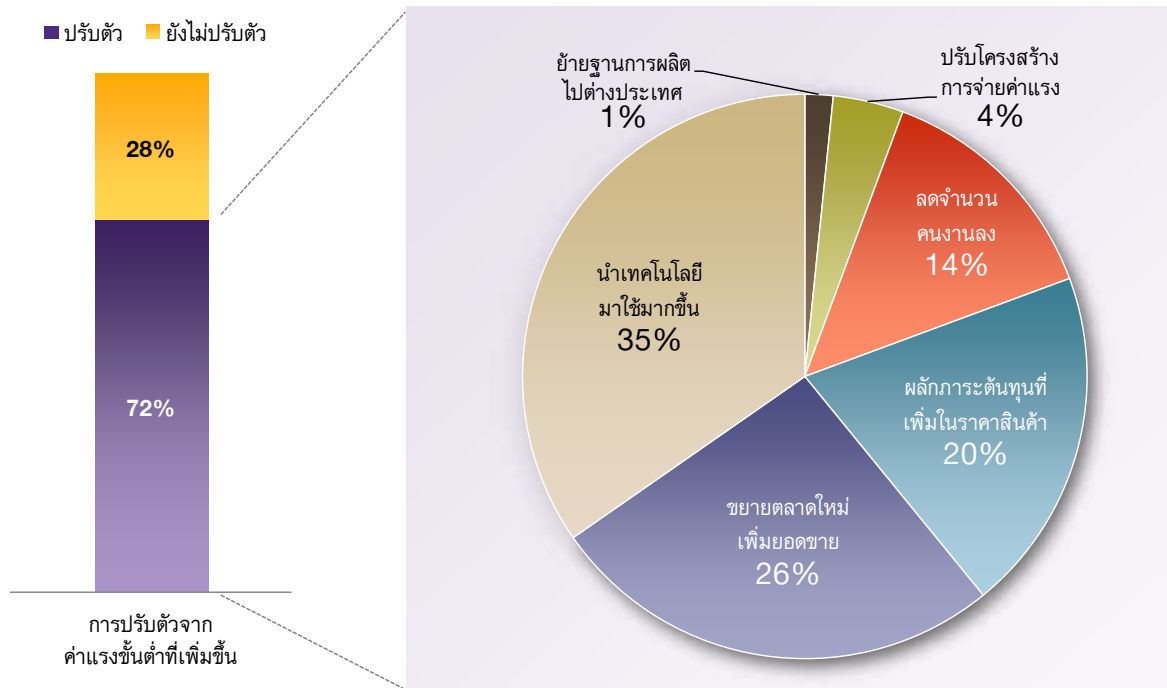
คำถามในแบบสำรวจ: ท่านคิดว่าจะมีการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นอีกกี่ % ในอีก 3 ปีข้างหน้า  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

ในด้านการปรับตัวของธุรกิจด้านแรงงาน SMEs ส่วนใหญ่ได้เริ่มปรับตัวแล้ว เมื่อเปรียบเทียบวิธีการปรับตัว SMEs มีการนำเทคโนโลยี เครื่องจักร เข้ามาใช้แทนแรงงานมากขึ้น คิดเป็นสัดส่วนมากที่สุดถึง 35% ส่วนการย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศ พบว่าเป็นทางเลือกสุดท้าย โดยปัจจุบันมีผู้ดำเนินการเพียง 1% SMEs ที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็น SMEs ในภาคการผลิตที่นำเครื่องจักรมาใช้ทดแทนแรงงาน ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนด้านแรงงานได้ในระยะยาว นอกจากนี้ SMEs ในภาคการผลิต และค้าส่งค้าปลีก ได้มีการขยายตลาดใหม่เพื่อเพิ่มยอดขาย ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการปรับตัวที่มีความสำคัญ ที่จะทำให้ธุรกิจสามารถขยายการผลิตเพื่อทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง หรือเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) สำหรับการย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศนั้น SMEs ส่วนใหญ่คิดว่าทำได้ยาก เพราะการไปลงทุนในต่างประเทศมีต้นทุนสูง และมีกฎระเบียบที่ยู่ยากซับซ้อน จึงมีผู้ดำเนินการน้อยที่สุด นอกจากนี้ ยังมีวิธีการปรับตัวอื่นๆ อีกที่ SMEs ได้นำมาใช้ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูงขึ้น และลดต้นทุนในส่วนอื่น

## 22 SMEs ส่วนใหญ่มีการปรับตัวจากการเพิ่มขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำ โดยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้นแทนการใช้แรงงาน

การปรับตัวของ SMEs จากค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มขึ้นเป็น 300 บาทต่อวัน

หน่วย: % SMEs



คำถามในแบบสำรวจ: ท่านมีการปรับตัวกับค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มขึ้นเป็น 300 บาทต่อวัน หรือไม่ ถ้าใช่ ท่านมีวิธีการปรับตัวอย่างไร ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

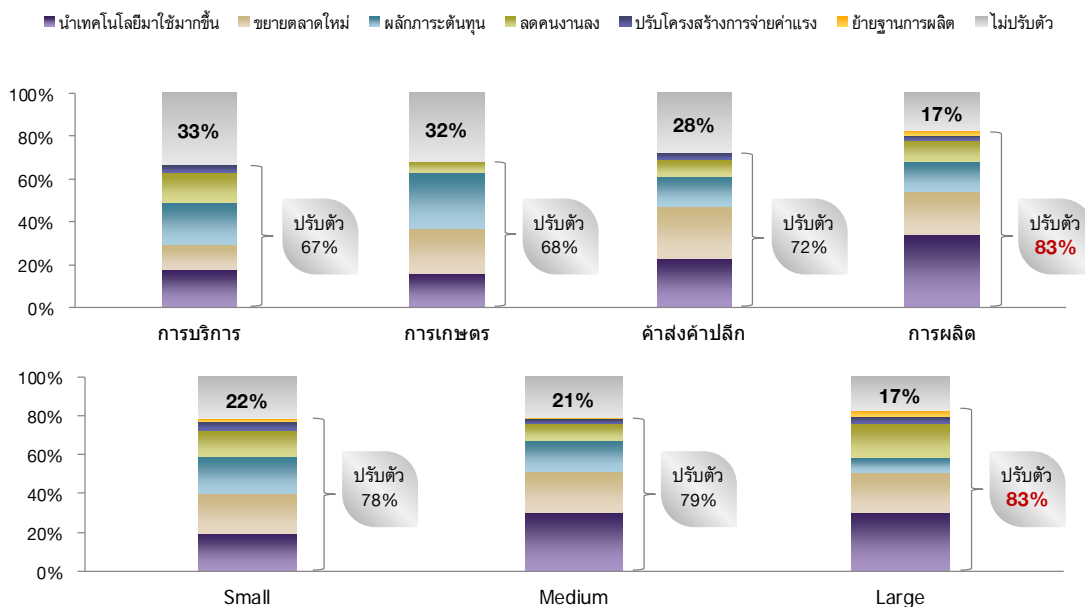


หากเจาะลึกลงไปถึงการปรับตัวต่อการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำระหว่าง SMEs ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ พบว่า SMEs ขนาดใหญ่มีการปรับตัวมากกว่า SMEs ขนาดเล็ก ในภาพรวม SMEs ทุกขนาดมีวิธีการปรับตัวที่คล้ายคลึงกัน แต่ SMEs ขนาดใหญ่ และขนาดกลาง จะเน้นการปรับตัวโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจได้มากกว่า SMEs ขนาดเล็ก ในขณะที่ SMEs ขนาดเล็กส่วนใหญ่ต้องพยายามผลักภาระต้นทุน หรือยอมรับต้นทุนที่เพิ่มขึ้น และกำไรที่น้อยลง

## 23 SMEs ภาคการผลิตมีการปรับตัวต่อการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำมากกว่าธุรกิจภาคอื่นๆ และ SMEs ขนาดใหญ่ มีการปรับตัวมากกว่า SMEs ขนาดเล็ก

การปรับตัวจากนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน แยกตามประเภทธุรกิจ และขนาดธุรกิจ

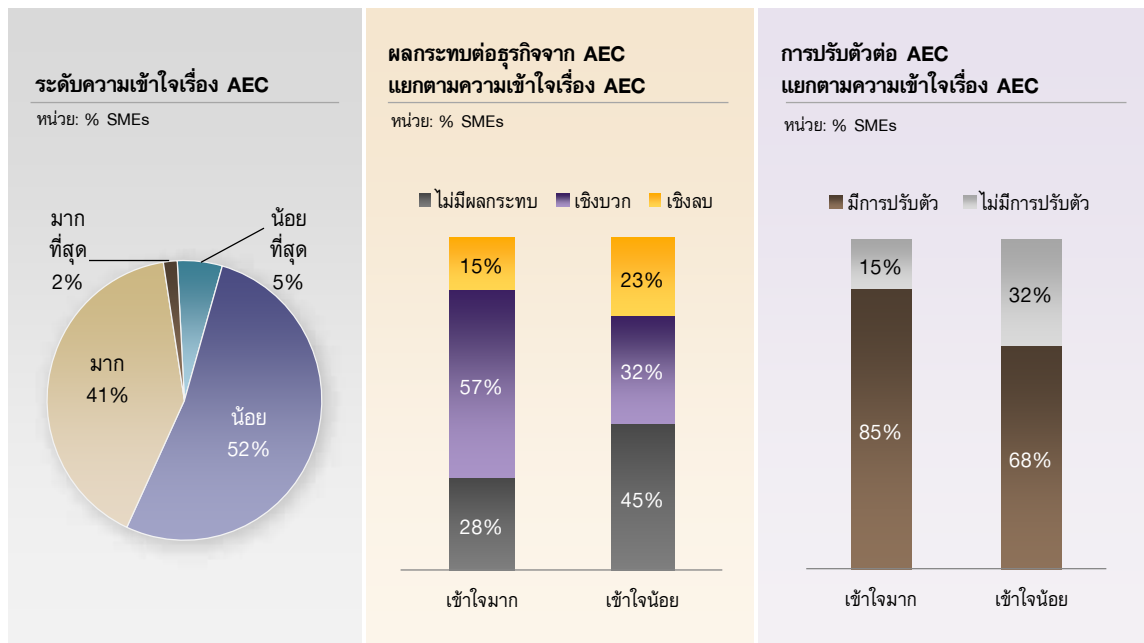
หน่วย: % SMEs



คำถามในแบบสำรวจ: ท่านมีการปรับตัวกับค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มขึ้นเป็น 300 บาทต่อวัน หรือไม่ ถ้าใช่ ท่านมีวิธีการปรับตัวอย่างไร  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

สำหรับประเด็นด้าน AEC นั้น พบว่า SMEs เกือบ 60% ยังมีความเข้าใจเรื่อง AEC น้อย ซึ่งความเข้าใจใน AEC ที่มากน้อยต่างกัน มีผลอย่างมากต่อการประเมินผลกระทบ และการปรับตัวของภาคธุรกิจ SMEs ที่มีความเข้าใจเรื่อง AEC มาก 57% มองในแง่ดีว่า AEC จะมีผลเชิงบวกต่อธุรกิจ และกว่า 85% ก็ได้มีการปรับตัวแล้ว ส่วน SMEs ที่มีความเข้าใจเรื่อง AEC น้อย 45% มอง AEC ว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ดังนั้น จึงมีผู้ปรับตัวน้อยกว่ากลุ่ม SMEs ที่เข้าใจเรื่อง AEC มาก นอกจากนี้ SMEs ที่เข้าใจใน AEC น้อย จะเห็นแค่โอกาสในการหาแหล่งแรงงานและวัตถุดิบจากต่างประเทศ ในขณะที่ SMEs ที่เข้าใจใน AEC มาก จะเริ่มเห็นโอกาสในเชิงรุกเพื่อเจาะตลาดอาเซียนด้วย

## 24 SMEs ส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจเรื่อง AEC ค่อนข้างน้อย ความเข้าใจที่ต่างกันทำให้มีการประเมินผลกระทบและการปรับตัวต่อ AEC ต่างกันด้วย



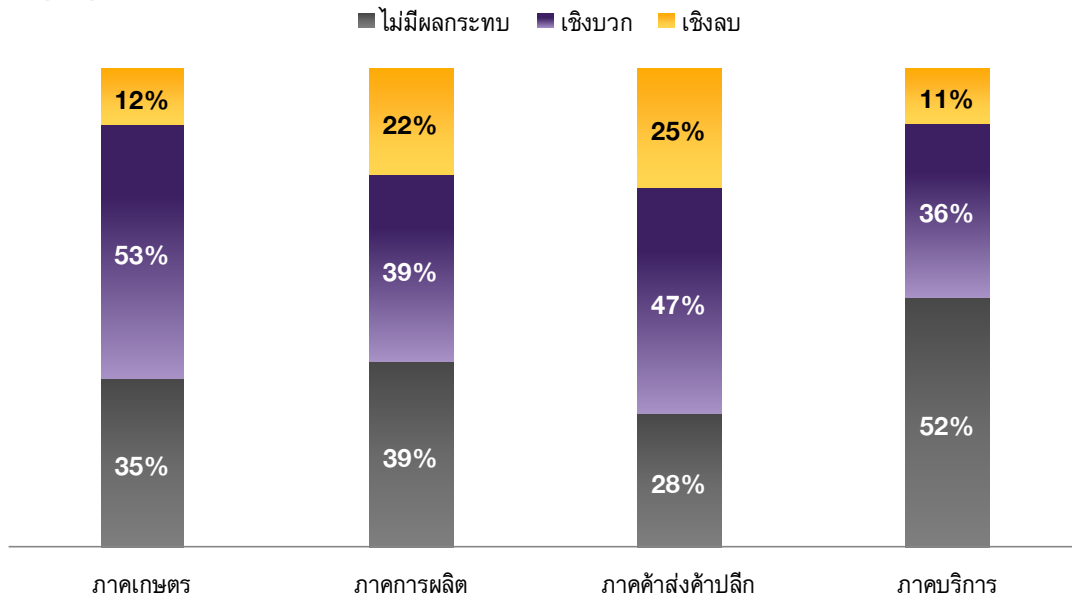
คำถามในแบบสำรวจ: ท่านเข้าใจเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มากน้อยเพียงใด การเปิดเสรีภายใต้ AEC ส่งผลต่อธุรกิจโดยรวมของท่านอย่างไร ธุรกิจของท่านมีการปรับตัวต่อ AEC อย่างไร  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

หากเจาะลึกในแง่ผลกระทบจาก AEC นั้น SMEs โดยรวมมอง AEC ในเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ แต่เมื่อเปรียบเทียบรายธุรกิจพบว่า ภาคเกษตรมอง AEC ในเชิงบวกมากที่สุดถึง 53% เนื่องจากเห็นความเป็นไปได้ในการส่งออกสินค้าไปขายในอาเซียนได้เพิ่มขึ้น ในขณะที่ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก มองเห็นผลกระทบในเชิงลบมากที่สุด โดย SMEs ถึง 1 ใน 4 มีความกังวลโดยเฉพาะผลกระทบจากปัจจัยต่างประเทศ ทั้งการเข้ามาของคู่แข่งต่างประเทศ และการที่ลูกค้าหันไปซื้อสินค้าจากต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งความกังวลนี้น่าจะเป็นผลทำให้ภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีกมองแนวโน้มการเติบโตใน 1-2 ปีข้างหน้าต่ำกว่าภาคธุรกิจอื่นด้วย สำหรับภาคบริการกว่า 52% คาดว่าจะไม่มีผลกระทบมากนัก และมองว่า AEC จะเป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ทั้งนี้ SMEs ในภาคบริการควรมีการติดตามความเคลื่อนไหวของนักลงทุนจากต่างประเทศ เพราะ AEC จะมีการเปิดเสรีภาคบริการที่ให้นักลงทุนอาเซียนสามารถเข้ามาลงทุนและซื้อหุ้นเพิ่มขึ้นจาก 49% เป็น 70% สุดท้ายในภาคการผลิตนั้น มีความกังวลถึงผลกระทบจากการเข้ามาแข่งขันของคู่แข่งในอาเซียนเช่นกัน แต่ก็มองเห็นโอกาสในการส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศ รวมถึงการหาแรงงานจากต่างประเทศมาช่วยสนับสนุนการขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น

## 25 SMEs แต่ละธุรกิจมองผลกระทบจาก AEC แตกต่างกัน ส่วนใหญ่มองในแง่ดีว่ามีพลเชิงบวก หรือไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจ

ผลกระทบจาก AEC ต่อภาคธุรกิจโดยรวม

หน่วย: % SMEs

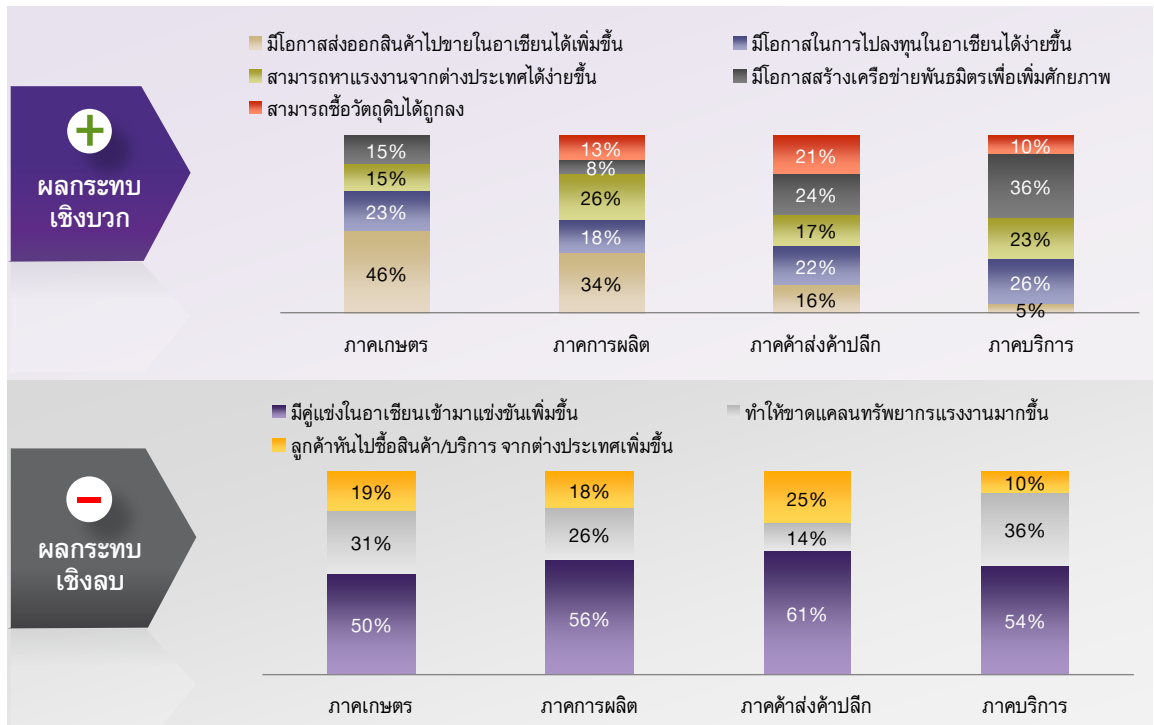


คำถามในแบบสำรวจ: การเปิดเสรีภายใต้ AEC ส่งผลต่อธุรกิจโดยรวมของท่านอย่างไร  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

## 26 AEC ส่งผลกระทบต่อธุรกิจแตกต่างกันไป แต่ปัจจัยที่ SMEs กังวลมากที่สุด คือ เรื่องคู่แข่งในอาเซียนที่จะเข้ามาแข่งขันเพิ่มมากขึ้น จากการเปิด AEC

ผลกระทบเชิงบวกและลบจาก AEC ต่อธุรกิจโดยรวม แยกตามประเภทธุรกิจ

หน่วย: % SMEs



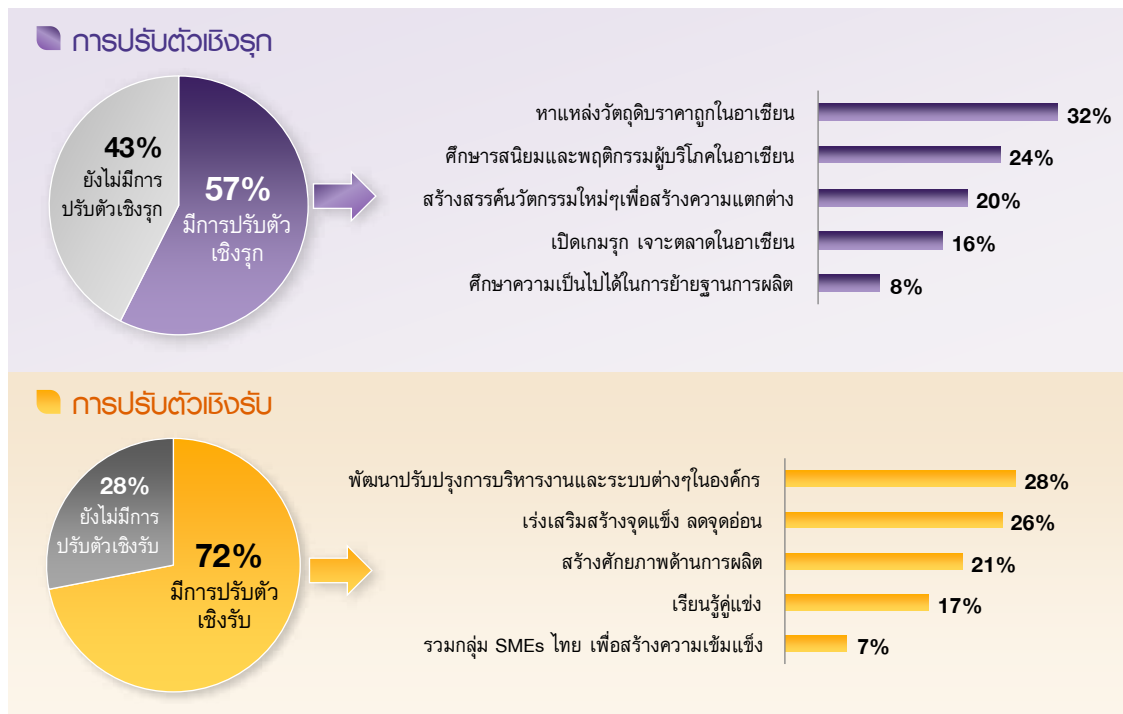
คำถามในแบบสำรวจ: ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในเชิงบวก และเชิงลบ จาก AEC ที่สำคัญที่สุดคืออะไร  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

แม้ว่า SMEs โดยรวมมองว่า AEC จะมีผลกระทบเชิงบวกต่อธุรกิจมากกว่า แต่กลับมีการปรับตัวที่เน้นเชิงรับมากกว่าเชิงรุก หรือ 72% ต่อ 57% วิธีที่นิยมมากที่สุดใน การปรับตัวเชิงรับ คือการพัฒนาปรับปรุงการบริหารงานและระบบต่างๆ ในองค์กร ในขณะที่การปรับตัวเชิงรุก เน้นการเสาะหาแหล่งวัตถุดิบราคาถูกในอาเซียน ทั้งนี้ SMEs ในแต่ละภาคธุรกิจมีวิธีการปรับตัวที่แตกต่างกัน เช่น ภาคเกษตร เน้นสร้างจุดแข็ง และลดจุดอ่อน ภาคบริการ เริ่มศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในอาเซียน สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง ส่วนภาคการผลิต เสาะหาแหล่งวัตถุดิบราคาถูก และเสริมสร้างศักยภาพด้านการผลิต ในขณะที่ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก มุ่งพัฒนาปรับปรุงระบบต่างๆ ในองค์กร นอกจากนี้ ธุรกิจขนาดเล็กจะเน้นศึกษารสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคในอาเซียน เพื่อเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการ ส่วนธุรกิจ SMEs ขนาดใหญ่ที่มีเงินทุนหนา เน้นการเจาะตลาดในอาเซียน ทั้งนี้ SMEs ไทยไม่ควรหยุดอยู่แค่การตั้งรับ แต่ควรมองไปถึงโอกาสข้างหน้าจาก AEC และหาวิธีการเตรียมรุก เพื่อตักตวงผลประโยชน์จาก AEC ให้มากยิ่งขึ้น

## 27 SMEs ส่วนใหญ่เริ่มมีการปรับตัวเชิงรับ เช่น พัฒนาปรับปรุงการบริหารงานในองค์กร สร้างจุดแข็ง และลดจุดอ่อน เพื่อเตรียมพร้อมรับ AEC ในปี 2015

การปรับตัวเชิงรุก และเชิงรับของ SMEs ต่อ AEC

หน่วย: % SMEs



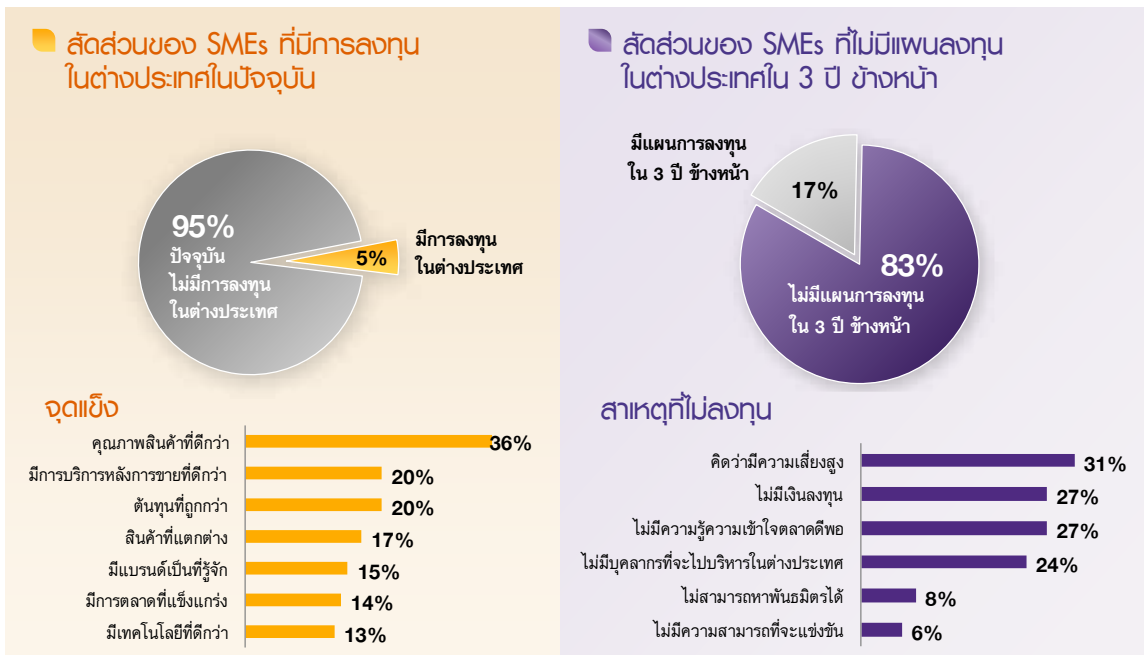
คำถามในแบบสำรวจ: ธุรกิจของท่านมีการปรับตัวเชิงรุก และเชิงรับ ต่อ AEC หรือไม่ ถ้าใช่ ท่านมีวิธีการปรับตัวเชิงรุก และเชิงรับอย่างไร  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

ทั้งนี้ หนึ่งในโอกาสสำคัญของ AEC คือ การค้าการลงทุนกับต่างประเทศ แต่กลับพบว่ามี SMEs เพียงจำนวนน้อยที่มีการลงทุนในต่างประเทศแล้ว หรือมีแผนจะไปลงทุนยังต่างประเทศในอนาคต จาก SMEs ทั้งหมดที่ทำการสำรวจ มี SMEs เพียง 5% เท่านั้นที่มีการลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาคการผลิต และประเทศหลักที่เข้าไปลงทุน ได้แก่ พม่า และลาว จุดแข็งที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน คือการเน้นสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า ต้นทุนถูกกว่า และมีบริการหลังการขายที่ดีกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้ จากจำนวน SMEs ที่ยังไม่มีการลงทุนในต่างประเทศ พบว่าประมาณ 17% มีแผนที่จะไปลงทุนในอีก 3 ปีข้างหน้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจค้าส่งค้าปลีก สินค้าวัสดุก่อสร้าง และสินค้าอุปโภคบริโภค โดยประเทศที่ได้รับความสนใจจาก SMEs ในการเข้าไปลงทุน ได้แก่ กลุ่ม CLMV และจีน ส่วนสาเหตุหลักที่ SMEs อื่นไม่สนใจไปลงทุนยังต่างประเทศ เพราะคิดว่ามีความเสี่ยงสูง ไม่มีความรู้ความเข้าใจในตลาดที่ดีพอ รวมทั้งไม่มีเงินลงทุน

## 28 มี SMEs เพียงส่วนน้อยที่มีการลงทุนในต่างประเทศ โดยใช้จุดแข็ง คือสินค้ามีคุณภาพดีกว่า ในขณะที่ SMEs ส่วนใหญ่ไม่อยากไปลงทุนในต่างประเทศ เพราะเห็นว่ามีความเสี่ยงสูง

จุดแข็งของ SMEs ที่มีการลงทุนในต่างประเทศ และสาเหตุที่ SMEs ไม่มีแผนไปลงทุนในต่างประเทศ

หน่วย: % SMEs



คำถามในแบบสำรวจ: ปัจจุบันธุรกิจของท่านมีการลงทุนในต่างประเทศหรือไม่ หากมีการลงทุนในต่างประเทศ บริษัทของท่านมีจุดแข็งใดที่จะทำให้การลงทุนในต่างประเทศประสบความสำเร็จ หากยังไม่มีการลงทุนในต่างประเทศ ธุรกิจของท่านมีแผนที่จะไปลงทุนในต่างประเทศ ในอีก 3 ปีข้างหน้าหรือไม่ เหตุใดท่านจึงไม่สนใจไปลงทุนในต่างประเทศ

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

SMEs ที่มีการส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วน 26% ของ SMEs ทั้งหมดที่ตอบแบบสำรวจ ซึ่งมีจำนวนมากกว่าการไปลงทุนในต่างประเทศ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นภาคการผลิต โดยตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ กลุ่มอาเซียน ญี่ปุ่น จีน และสหรัฐฯ ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งออกของ SMEs เนื่องจากตลาดในประเทศเริ่มอิ่มตัว ต้องการเพิ่มยอดขาย และเห็นความต้องการของสินค้าในต่างประเทศชัดเจน ซึ่ง SMEs ส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนสินค้าให้เข้ากับตลาดต่างประเทศไม่มากนัก ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าใช้ช่องทางหลัก 2 ช่องทางเท่าๆ กัน คือ มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้ 44% และมีสำนักงานขายเองโดยตรง 42%

สำหรับการค้าขายแดนนั้น จาก SMEs ทั้งหมดที่ตอบแบบสำรวจ พบว่ามี SMEs ประมาณ 12% ที่ทำการค้าตามแนวชายแดนในปัจจุบัน ซึ่งลาวและพม่า เป็นประเทศคู่ค้าหลัก โดยมีปัจจัยผลักดันที่สำคัญ คือเพื่อขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน แต่อุปสรรคที่ SMEs ส่วนใหญ่เผชิญอยู่ในปัจจุบันคือ กฎระเบียบทางการค้า และพิธีการศุลกากรที่ยุ่งยากซับซ้อน ในส่วนของกลุ่มที่ยังไม่มีการค้าขายแดนนั้น ประมาณ 11% มีแผนที่จะทำการค้าตามแนวชายแดนในอีก 3 ปีข้างหน้า ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งไปยังด่านแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งเป็นด่านที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงมากที่สุดจากการที่พม่าดำเนินนโยบายเศรษฐกิจแบบเสรีมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ SMEs ส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าความต้องการสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น ความมีเสถียรภาพทางการเมือง และความสงบตามแนวชายแดน เป็นปัจจัยหลักที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจตามแนวชายแดนเติบโตสูงขึ้น

อันที่จริง SMEs ยังมีโอกาสด้านการค้าและการลงทุนในต่างประเทศอีกมาก แต่จากปัจจัยต่างๆ ที่เข้ามารุมเร้าธุรกิจ อาทิ นโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ และสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังชะลอตัว ทำให้ SMEs หันไปมุ่งนโยบายเชิงรับมากกว่า ซึ่ง ณ เวลานี้ ถือได้ว่าเป็นจุดเปลี่ยนของการเติบโตของ SMEs ว่าจะรุ่งหรือร่วง ดังนั้น ผู้ประกอบการจะนิ่งนอนใจไม่ได้ ควรเร่งปรับตัวและมองหาโอกาสทางธุรกิจแล้วตั้งแต่วันนี้

# 5 คำชายแดน.. โอกาสที่ SMEs ไม่ควรมองข้าม

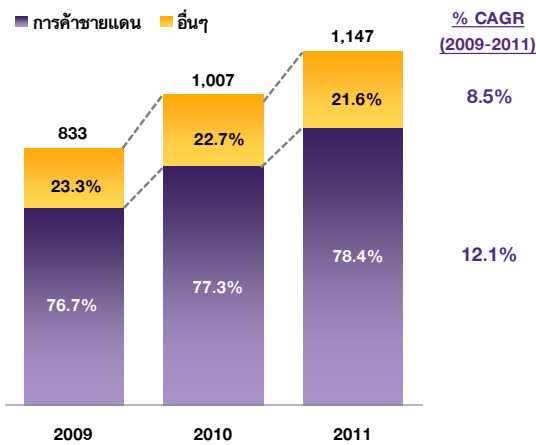
ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการค้าชายแดนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้มีการปรับเปลี่ยนมาดำเนินนโยบายเศรษฐกิจและการค้าเสรีมากขึ้น รวมไปถึงพัฒนาการของกรอบความร่วมมือและความตกลงทางการค้าในรูปแบบต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มอนุภูมิภาค ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยส่งเสริมให้มูลค่าการค้าระหว่างกันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประโยชน์ที่เกิดจากการค้าชายแดนนั้นไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณชายแดนเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความใกล้ชิดและความร่วมมือระหว่างกันในด้านต่างๆ มากขึ้นอีกด้วย

มากถึงราว 80% ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอยู่ในรูปการค้าชายแดน (border trade) โดยล่าสุดพบว่า การค้าชายแดนมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึงเกือบ 20%YOY ทั้งนี้ แม้ว่าการค้าชายแดนจะมีสัดส่วนเพียงแค่ราว 3-5% ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดของไทย แต่หากพิจารณาเฉพาะมูลค่าการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกับไทยทั้ง 4 ประเทศ คือ กัมพูชา ลาว พม่า (CLM) และมาเลเซียแล้วพบว่า มากถึงราว 80% ของธุรกรรมทางการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดอยู่ในรูปของ border trade ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันซึ่งมีมูลค่าไม่สูงมากนัก เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรบางชนิด และสินค้าที่หาได้จากธรรมชาติ เป็นต้น โดยพบว่าปัจจุบันไทยมีจุดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศข้างต้น ทั้งในส่วนของจุดผ่านแดนถาวร จุดผ่านแดนชั่วคราว และจุดผ่อนปรนทางการค้า รวมแล้วกว่า 70 จุด ซึ่งกระจายตัวอยู่ในกว่า 30 จังหวัดทั่วประเทศ

## 29 มูลค่าการค้าชายแดนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการค้ากับมาเลเซียมีสัดส่วนสูงสุด

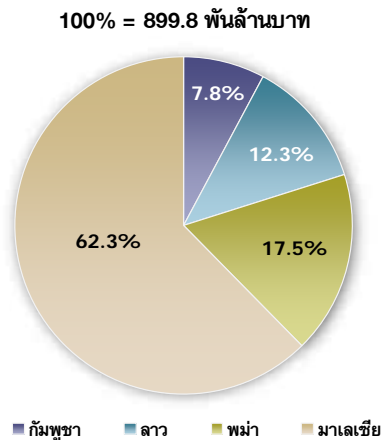
มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน\*

หน่วย: พันล้านบาท



สัดส่วนมูลค่าการค้าชายแดนปี 2011 (รายประเทศ)

หน่วย: %



\* กัมพูชา ลาว พม่า และมาเลเซีย  
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



โดยพบว่าในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด “มาเลเซีย” คือประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่สุดของไทย โดยมีสัดส่วนการค้ามากถึงกว่า 2 ใน 3 ของมูลค่าการค้าชายแดนรวม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นเพราะมาเลเซียเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด และมีการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจและการค้าที่เสรีมากกว่าประเทศอื่นๆ โดยพบว่า การค้าชายแดนเกือบทั้งหมดคือ มากถึงราว 98% เป็นการค้าผ่านด่านศุลกากรสะเตาะและปาดังเบซาร์ ในจังหวัดสงขลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งด่านสะเตาะหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “ด่านนอก” ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่มีความน่าสนใจมากที่สุดแห่งหนึ่งของภาคใต้ รวมทั้งยังเป็นที่ตั้งของสถานประกอบการธุรกิจหลากหลายประเภท โดยเฉพาะสถานบันเทิงต่างๆ ทำให้ในแต่ละวันมีชาวมาเลเซียเดินทางเข้า-ออกด่านแห่งนี้จำนวนมาก วันละหลายพันถึงหลักหมื่นคน ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลไทยกำลังเตรียมพัฒนาด่านศุลกากรสะเตาะแห่งใหม่และปรับปรุงด่านสะเตาะเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาให้เป็นด่านต้นแบบในการให้บริการด้านเศรษฐกิจการค้าชายแดนอย่างเต็มรูปแบบซึ่งมีความทันสมัย รองรับการค้าผ่านด่านศุลกากรอาเซียนซึ่งจะมีปริมาณการค้าที่เพิ่มสูงขึ้นมาก

### 30 จุดการค้าชายแดนสำคัญระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

**แต่หากเปรียบเทียบเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLM พบว่า “พม่า” เป็นตลาดค้าชายแดนที่มีลู่วางสไลด์และมีศักยภาพในการเติบโตสูงสุด** โดยพบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การค้าชายแดนระหว่างไทยกับพม่ามีมูลค่าเฉลี่ยมากถึงกว่าปีละแสนล้านบาท ซึ่งนับว่ามากที่สุดในกลุ่ม CLM ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ที่มีพรมแดนติดต่อกันยาวถึงกว่า 2,400 กิโลเมตร ที่ช่วยเอื้อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประชาชนตามแนวชายแดนทั้ง 2 ประเทศได้ค่อนข้างสะดวก สำหรับการชั่งตวงวัด การค้าสินค้าอุปโภคบริโภคที่สำคัญที่สุดคือ ด้านแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งมีปริมาณการค้าราว 50% ของมูลค่าการค้าชายแดนทั้งหมด โดยในช่วงครึ่งปีแรกที่ผ่านมา การค้าชายแดนผ่านด่านศุลกากรแม่สอด-เมียวดี มีมูลค่าสูงถึงเกือบ 20,000 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นถึงราว 90%YOY ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตด้านเศรษฐกิจของพม่าที่เริ่มส่งสัญญาณชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะนโยบายของรัฐบาลพม่าที่ต้องการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจแบบเสรีและเปิดรับกับโลกภายนอกมากขึ้น

**การเปลี่ยนแปลงในพม่า นับเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายสำหรับไทยในการขยายช่องทางการค้าไปยังตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีประชากรใกล้เคียงกับไทย** โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวันจากไทยเป็นที่ต้องการและได้รับความนิยมอย่างมาก เช่น อาหาร เสื้อผ้า ยารักษาโรค เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคชาวพม่ามีความเชื่อมั่นในตราสัญลักษณ์และคุณภาพของสินค้าไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว กอปรกับปัจจุบันพม่ายังไม่สามารถผลิตสินค้าเหล่านี้ได้มากเพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ รวมทั้งสินค้าในกลุ่มวัสดุก่อสร้างซึ่งมีการขยายตัวอย่างโดดเด่นนับตั้งแต่ช่วงต้นปีที่ผ่านมา จากอันติสถ์ของการเปิดประเทศและเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณสุขภายในประเทศของพม่า ซึ่งน่าจะช่วยเกื้อหนุนให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจในพม่ามีความคึกคักมากขึ้น หรือแม้แต่ความต้องการสินค้าฟุ่มเฟือยและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในชีวิต เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ภายในบ้าน อาหารสำเร็จรูป รวมทั้งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวยงามและการดูแลสุขภาพที่มีแนวโน้มเติบโตดี ตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและกำลังซื้อของชาวพม่าที่สูงขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสทองสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายช่องทางการค้าชายแดนเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความต้องการในตลาดพม่าที่กำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน

## 31 สินค้าไทยส่งออกไปยังกลุ่ม CLM ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ขณะที่สินค้าส่งออกไปยังมาเลเซียราว 60% คือ สินค้าเกษตรแปรรูปขั้นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งยางพาราและผลิตภัณฑ์

	สินค้าส่งออกสำคัญ	สินค้านำเข้าสำคัญ
 <b>กัมพูชา</b>	น้ำตาลทราย, เครื่องยนต์, เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์, เครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่, ยางยานพาหนะ	ผักและของปรุงแต่งจากผัก, เหล็ก, อลูมิเนียมและผลิตภัณฑ์
 <b>ลาว</b>	น้ำมันดีเซล, รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ, เครื่องคอมพิวเตอร์, น้ำมันเบนซิน	ทองแดงและผลิตภัณฑ์, ไม้แปรรูป, เสื้อผ้าสำเร็จรูป, ผักและของปรุงแต่งจากผัก
 <b>พม่า</b>	น้ำมันดีเซล, เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์, น้ำมันเบนซิน, เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	ก๊าซธรรมชาติ (96.0%) สัตว์น้ำ (1.5%)
 <b>มาเลเซีย</b>	ยางพารา, ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ, เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	เครื่องจักรไฟฟ้าที่ใช้ในการสื่อสารและโทรคมนาคม, ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

นอกจากนี้ จุดผ่านแดนชั่วคราวบ้านพุน้ำร้อน-ทวาย และด่านระนอง-เกาะสอง ก็เป็นอีกเส้นทางการค้าที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง เพราะในอนาคตพื้นที่ชายแดนบริเวณนี้จะมีบทบาทและความสำคัญทางเศรษฐกิจมากขึ้นทุกขณะในฐานะประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจที่สำคัญระหว่างไทยกับพม่าและประเทศอื่นๆ ในอ่าวเบงกอล โดยเฉพาะช่องทางบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ซึ่งถือเป็นจุดผ่านแดนที่น่าสนใจที่สุดในขณะนี้ เนื่องจากมีชายแดนที่อยู่ใกล้ท่าเรือน้ำลึกทวายมากที่สุด นอกจากนี้ ปัจจุบันรัฐบาลไทยยังกำลังอยู่ระหว่างการผลักดันให้กาญจนบุรีเป็นศูนย์กลางภาคตะวันตกและพื้นที่นำร่องเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดชายแดนแห่งแรกของไทย เพื่อเชื่อมโยงกับโครงการก่อสร้างนิคมอุตสาหกรรมและท่าเรือน้ำลึกทวายในประเทศพม่ารองรับการเปิดเสรี AEC และการเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ในอาเซียน เช่นเดียวกับด่านศุลกากรระนองที่กำลังจะกลายเป็นจังหวัดเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตสำคัญของภูมิภาค เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์สูงสุดจากท่าเรือระนองในการเป็นศูนย์กลางการขนถ่ายสินค้าส่งออก-นำเข้าในอ่าวเบงกอล ซึ่งในที่สุดจะทำให้ทั้งกาญจนบุรีและระนองกลายเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญในการติดต่อค้าขายและการลงทุนภายในภูมิภาคนี้ รวมทั้งจะมีผลให้มูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทย-พม่ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมากในอนาคต

ในขณะเดียวกัน โอกาสทางการค้าชายแดนกับลาวยังมีช่องว่างให้เติบโตได้อีกมาก ทั้งนี้ แม้ว่าปัจจุบันการค้าชายแดนระหว่างไทย-ลาว จะยังมีมูลค่าไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ แต่หากดูจากแนวโน้มการเติบโตจะพบว่า ลาวเป็นตลาดเพื่อนบ้านที่มีความน่าสนใจและยังมีโอกาสทางการค้าชายแดนอีกมาก สะท้อนได้จากมูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทยกับลาวในปีที่ผ่านมาซึ่งขยายตัวสูงถึงกว่า 27%YOY ซึ่งนับเป็นอัตราการเติบโตที่สูงที่สุดในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด ยิ่งไปกว่านั้น ไทยยังถือเป็นประเทศคู่ค้าอันดับ 1 ของลาวและมีส่วนแบ่งตลาดมากถึง 45% เพราะชาวลาวส่วนใหญ่นิยมใช้สินค้าไทยและมีการรับรู้ต่อตราสินค้า (brand recognition) ของไทยค่อนข้างสูง เนื่องจากมองว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี โดยพบว่าราว 60% เป็นการค้าผ่านด่านศุลกากรจังหวัดหนองคาย ซึ่งถือเป็นด่านที่มีความเชื่อมโยงและเข้าถึงพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของลาวคือ นครหลวงเวียงจันทน์โดยตรง

**ปัจจุบันมีผู้ประกอบการ SMEs ไทยหลายรายที่เริ่มเข้าไปบุกตลาดและขยายธุรกิจในตลาดแล้ว** เพื่อตอบสนองกับวิถีชีวิตและการใช้จ่ายของคนลาวที่กำลังเริ่มเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยและมีความเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน การซื้ออาหารสำเร็จรูปแทนอาหารสด สินค้าแฟชั่น รวมทั้งอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งคงปฏิเสธไม่ได้ว่าส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อไทย ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ จึงทำให้ชาวลาวยุคใหม่มีความนิยมในการบริโภคสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกับคนไทย และช่วยให้ผู้ประกอบการไทยทำการตลาดในตลาดได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันสินค้าซึ่งน่าจะเป็นที่ต้องการของตลาดลาวมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตตามระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและกำลังซื้อของคนลาวที่เพิ่มสูงขึ้นคือ สินค้าฟุ่มเฟือยประเภทรถยนต์ บูรี และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ จึงถือเป็นอีกหนึ่งโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการหาช่องทางการค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าส่งออกในตลาดลาวต่อไป

**นอกจากโอกาสในการบุกตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคแล้ว ภาคบริการเองก็มีโอกาสสูงในแง่ของการลงทุนในประเทศลาวเช่นเดียวกัน** ตัวอย่างหนึ่งที่เราเห็นได้ชัดเจนคือ การเปิดสถานบริการด้านความงามและการดูแลสุขภาพผิวพรรณอย่างวูฒิ-คักคักคลินิก ซึ่งได้เข้าไปเปิดสาขาแรกในลาวเมื่อช่วงต้นปีที่ผ่านมาและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มลูกค้าระดับกลางในลาวที่กำลังมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นจนทำให้ปัจจุบันวูฒิ-คักคักคลินิกมีสาขาในลาวรวมทั้งสิ้น 3 แห่งแล้วคือที่ เวียงจันทน์ ปากเซ และหลวงพระบาง สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจที่มีโอกาสประสบความสำเร็จสูงในลาวนั้นจะต้องมีแบรนด์ที่ชัดเจน รวมทั้งมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (business model) และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมด้วย ซึ่งหากผู้ประกอบการไทยมองเห็นโอกาสและช่องทางในการทำธุรกิจเหล่านี้ก็สามารถประสบความสำเร็จในลาวได้ไม่ยาก

**เช่นเดียวกับการค้าชายแดนระหว่างไทย-กัมพูชาที่มีแนวโน้มเติบโต โดยได้รับปัจจัยหนุนจากความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศที่เริ่มคลี่คลายดีขึ้นเป็นลำดับ** หลังจากที่มีการถอนทหารทั้งสองฝ่ายออกจากพื้นที่พิพาทบริเวณปราสาทเขาพระวิหาร ซึ่งคาดว่าจะช่วยหนุนภาวะการค้าตามแนวชายแดนไทย-กัมพูชา ให้ขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ปัจจุบันรัฐบาลทั้ง 2 ประเทศได้ตั้งเป้าเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างกันให้มากขึ้นเฉลี่ย 30% ต่อปีในช่วงระหว่างปี 2012 - 2015 โดยพบว่า ช่องทางการค้าที่สำคัญที่สุดและมีสัดส่วนของมูลค่าการค้าชายแดนสูงสุดคือ “ตลาดโรงเกลือ” ที่อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้วที่เชื่อมต่อกับด่านบอยเปต จังหวัดบันเตียเมียนเจย ซึ่งถือเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของกัมพูชา ทั้งนี้ นอกจากตลาดโรงเกลือจะเป็นจุดการค้าสำคัญและเป็นแหล่งรวบรวมสินค้านานาชนิดทั้งจากไทยและกัมพูชาแล้ว ยังเป็นแหล่งเพิ่มพูนรายได้และสร้างงานให้กับคนในท้องถิ่น รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสระแก้วอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น รัฐบาลทั้งสองประเทศยังมีการขยายกรอบความร่วมมือและเร่งพัฒนาโครงการคมนาคมระหว่างประเทศให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งความเป็นไปได้ในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจบริเวณแนวชายแดนไทย-กัมพูชา เพื่อส่งเสริมการค้าชายแดนระหว่างกัน ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มโอกาสและความน่าสนใจให้แก่ผู้ประกอบการที่สนใจทำธุรกิจค้าชายแดนในบริเวณนี้

**อย่างไรก็ดี สิ่งที่ต้องคำนึงถึงควบคู่กันไปด้วยคือ ข้อจำกัดและอุปสรรคต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน** ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและความไม่สงบตามแนวชายแดนซึ่งอาจนำไปสู่การปิดจุดผ่านแดนบ่อยครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย หรือแม้แต่ปัญหาความแออัดของด่านสะเดา (จังหวัดสงขลา) ซึ่งทำให้การคมนาคมและขนส่งสินค้าในปัจจุบันมีความล่าช้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย รวมไปถึงอุปสรรคที่เกิดจากความยุ่งยากซับซ้อนของกฎระเบียบและขั้นตอนการชำระเงิน ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีของกัมพูชา ซึ่งพบว่ากฎระเบียบทางการค้ามีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งและแตกต่างกันไปตามพื้นที่ในส่วนภูมิภาคต่างๆ นอกจากนี้สินค้าที่จะนำเข้ามายังกัมพูชาและเอกสารประกอบการนำเข้าต่างๆ ต้องผ่านการตรวจสอบโดยบริษัท SGS (ผู้แทนกรมศุลกากร) ที่กระทรวงพาณิชย์กัมพูชาตั้งขึ้นมา เพราะหากไม่ผ่านการตรวจสอบก็จะไม่สามารถส่งสินค้าไปขายในตลาดกัมพูชาได้ หรือในส่วนของ

ประเทศลาวซึ่งพบว่า การเก็บค่าธรรมเนียมบริเวณด่านการค้าชายแดนแต่ละแขวงมีอัตราที่แตกต่างกัน รวมทั้งยังมีช่องทางการขนส่งสินค้าที่แออัดและไม่สะดวกมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่บริเวณด่านศุลกากรจังหวัดหนองคาย เช่นเดียวกับการค้าชายแดนไทย-พม่า ที่พบว่าปัญหาสำคัญในปัจจุบันคือ มาตรการจำกัดการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ เพื่อควบคุมการหมุนเวียนของเงินตราต่างประเทศและแก้ไขปัญหาการค้าชายแดนหรือแม้แต่ปัญหาการสู้รบของชนกลุ่มน้อยตามแนวชายแดนทำให้ต้องมีการปิดด่านการค้าชายแดนที่ติดต่อกับไทย ซึ่งเหล่านี้ถือเป็นความเสี่ยงและความท้าทายที่ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญและเตรียมพร้อมรับมือ

**นอกจากปัญหาและความไม่พร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและกฎระเบียบต่างๆ แล้ว อุปสรรคด้านการเงินและรูปแบบการชำระค่าสินค้าก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาอย่างรอบคอบ** เช่นในกรณีของการค้ากับกัมพูชาที่การค้าระหว่างกันไม่มีการทำสัญญาซื้อ-ขายซึ่งถือเป็นความเสี่ยงโดยตรงสำหรับผู้ประกอบการ หรือในส่วนของการค้ากับพม่าและลาวซึ่งพบว่า การชำระเงินค่าสินค้าบริเวณชายแดนส่วนใหญ่คือ รว 80% เป็นการชำระค่าสินค้าโดยไม่ผ่านระบบธนาคารพาณิชย์ โดยอาศัยวิธีการค้าแบบดั้งเดิมที่อาศัยความเชื่อใจกันระหว่างคู่ค้าเป็นสำคัญ นอกจากนี้ สำหรับประเทศลาวพบว่ายังมีข้อจำกัดในการนำเงินสดข้ามเขตแดนได้ไม่เกิน 500,000 บาทต่อครั้งอีกด้วย ซึ่งถือเป็นอุปสรรคทางการค้าที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทย ขณะที่ในกรณีของพม่าจะมีการกำหนดให้เปิด L/C นำเข้าสินค้าโดยต้องใช้เงินที่ได้จากการส่งออกเท่านั้น เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจุบันระบบการเงินของพม่ายังนับว่าค่อนข้างล่าช้ากว่าประเทศอื่น แต่อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมาพม่าก็ได้เริ่มมีการพัฒนาระบบการเงินการธนาคารให้มีความทันสมัยมากขึ้น รวมถึงแนวคิดในการร่วมมือกับธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อสร้างอัตราแลกเปลี่ยนโดยตรง (direct quote) ระหว่างเงินบาทและเงินจ๊าต ซึ่งน่าจะช่วยให้การค้าชายแดนระหว่างไทยกับพม่ามีความสะดวกมากยิ่งขึ้นในอนาคต

**สำหรับรูปแบบการค้าตามบริเวณแนวชายแดนนั้นพบว่า มีทั้งในส่วนที่เป็นการค้าขายผ่านบริษัทตัวแทนในต่างประเทศ รวมไปถึงการค้าซื้อ-ขายโดยตรงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเองโดยไม่ผ่านนายหน้า** ยกตัวอย่างเช่น ตลาดนัดโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ ซึ่งนับได้ว่าเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อ-ขายสินค้าที่สำคัญที่สุดระหว่างผู้บริโภคชาวไทยกับกัมพูชา สำหรับในกรณีการค้าชายแดนกับพม่าพบว่า ปัจจุบันพ่อค้าชาวพม่าได้เริ่มเข้ามาเปิดบริษัทตัวแทนในไทยเพื่อรับสินค้าเข้าไปขายในตลาดพม่าเองมากขึ้น ซึ่งทำให้บทบาทของพ่อค้าคนกลางชาวไทยเริ่มมีความสำคัญลดลงจากในอดีตค่อนข้างมาก ขณะที่การค้าขายกับลาวนั้นพบว่าปัจจุบันผู้ส่งออกไทยส่วนใหญ่มีการจัดระบบช่องทางการจัดจำหน่ายโดยอาศัยผู้นำเข้ารายใหญ่ๆ ของลาวเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังผู้ค้าส่งค้าปลีกตามตลาดต่างๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นการช่วยลดต้นทุนสินค้าและความเสี่ยงจากการเสียหายของสินค้าแล้ว ยังช่วยให้สามารถกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดลาวได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

**ไทยควรใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้ในการขยายธุรกิจและรุกตลาดที่กำลังเติบโต** โดยควรเริ่มมองหาโอกาสและช่องทางตั้งแต่วันนี้ ก่อนที่คู่แข่งจากชาติอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาติตะวันตกจะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งเค้กในประเทศเหล่านี้ ซึ่งเราเชื่อว่าการรวมกลุ่ม AEC ที่กำลังจะเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในอีกไม่ถึง 3 ปีข้างหน้าจะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีส่วนช่วยลดอุปสรรคทางการค้าและส่งเสริมให้เกิดการกระชับความร่วมมือด้านต่างๆ ระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นอย่างแน่นอน และนั่นย่อมหมายถึงโอกาสทางธุรกิจใกล้ตัวที่ผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้าม

**นอกเหนือไปจากมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นจากการค้าชายแดนแล้ว การค้าผ่านแดนก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางและโอกาสที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs** ทั้งนี้ ปัจจุบันไทยมีการค้าผ่านแดนกับ 3 ประเทศคือ จีนตอนใต้ เวียดนาม และสิงคโปร์ โดยพบว่าในช่วง 6 เดือนแรกปีนี้ มูลค่าการค้าผ่านแดนระหว่างไทยกับทั้ง 3 ประเทศดังกล่าวมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 47,499 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันปีก่อนราว 3% โดยไทยเป็นฝ่ายขาดดุลการค้า ขณะที่สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ สำหรับสินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ เทปแม่เหล็กและจานแม่เหล็กสำหรับคอมพิวเตอร์ แผงวงจรไฟฟ้า ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ และเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรม

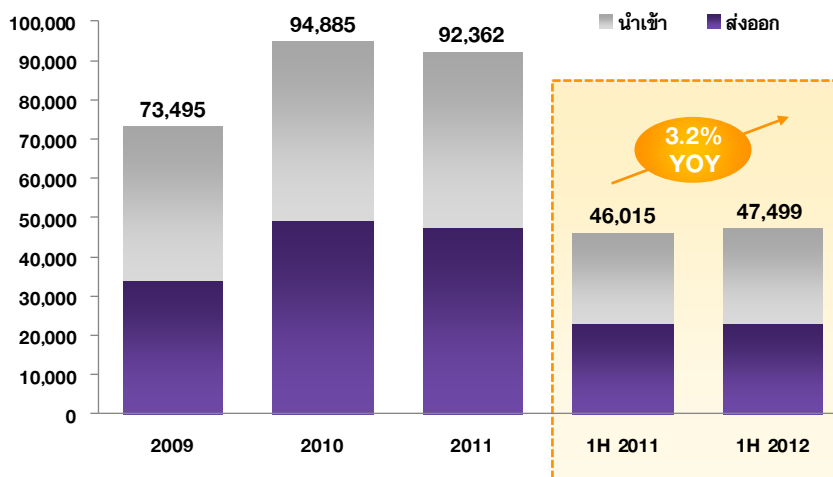
**สำหรับข้อจำกัดสำคัญของการค้าผ่านแดนในปัจจุบันคือ ปัญหาการเชื่อมโยงกันของระบบขนส่งคมนาคมภายในกลุ่มประเทศอาเซียน** ไม่ว่าจะเป็นสภาพเส้นทางคมนาคมที่ยังไม่มีความพร้อมในหลายประเทศ รวมทั้งปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคที่ยังมีความไม่สะดวกสบายอีกมาก ยกตัวอย่างเช่น ถนนสายหลักส่วนใหญ่ในเวียดนามที่ยังมีเพียง 2 ช่องจราจรเท่านั้น รวมทั้งยังเป็นเส้นทางที่ตัดผ่านเขตชุมชนอีกด้วย ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีส่วนสำคัญที่ทำให้การขนส่งสินค้าผ่านไปยังจีนตอนใต้ทำได้ค่อนข้างล่าช้าในปัจจุบัน ซึ่งหากในอนาคต เส้นทางคมนาคมเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น ก็จะส่งผลให้โอกาสทางการค้าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะโอกาสด้านการค้าผ่านแดนไปยังจีน ซึ่งยังคงมีความต้องการบริโภคสินค้าประเภทอาหารจากไทยอยู่อีกมาก นอกจากนี้ ไทยยังอาจใช้ประโยชน์จากเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมไทย (บริเวณจังหวัดเชียงราย) ลาว และมณฑลยูนนานของจีนเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเส้นทางที่มีศักยภาพสูงสำหรับการค้าผ่านแดน รวมทั้งยังสามารถรองรับการขนส่งสินค้าและการคมนาคมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมากในอนาคตอีกด้วย

**ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากความร่วมมือในการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความตกลง AEC เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้ามากขึ้น** ไม่ว่าจะเป็นการสร้างพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในประเทศเพื่อนบ้านที่มีการค้าผ่านแดนหรือการเร่งรัดการจัดทำความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าข้ามแดนและความตกลงอาเซียนว่าด้วยการขนส่งสินค้าต่อเนื่อง ซึ่งเหล่านี้จะช่วยให้การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในอาเซียนทำได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และนั่นย่อมหมายถึงโอกาสทางการค้าที่มากขึ้นจากการพัฒนาและเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์และระบบขนส่งคมนาคมภายในภูมิภาคอาเซียน ตัวอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นและเริ่มเห็นผลชัดเจนเป็นรูปธรรมแล้วคือ การลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างไทยและจีนเมื่อเดือนเมษายน 2011 เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการขนส่งสินค้าผ่านแดนสำหรับผลไม้ไทยที่ส่งออกผ่านประเทศที่ 3 เข้าไปยังจีน ซึ่งนอกจากจะช่วยย่นระยะเวลาในการขนส่งสินค้าเน่าเสียง่าย (perishable goods) และลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์แล้ว ยังเป็นการช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่สินค้าผลไม้ของไทยในตลาดจีนอีกด้วย

## 32 มูลค่าการค้าผ่านแดนในช่วง 6 เดือนแรกปีนี้เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันปีก่อนราว 3%

มูลค่าการค้าผ่านแดนระหว่างไทย จีนตอนใต้ เวียดนาม และสิงคโปร์

หน่วย: ล้านบาท



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

หรือแม้แต่การต่อยอดทางธุรกิจ และแสวงหาโอกาสด้านการค้าการลงทุนที่เกิดจากการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (special economic zone) ตามบริเวณพื้นที่ชายแดน ซึ่งได้เริ่มทยอยเปิดมากขึ้นทั้งในฝั่งไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มมูลค่าทางการค้าและโอกาสด้านการลงทุนเพื่อเปิดประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ยกตัวอย่างเช่น **การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดที่จังหวัดตาก** ซึ่งมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าแฟชั่น อุตสาหกรรมผักและผลไม้กระป๋อง และอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs สามารถใช้โอกาสนี้ในการขยายตลาดและฐานลูกค้าเข้าไปยังพม่าและผ่านต่อไปยังจีนได้ หรือ**การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษท่าเรือสิห努วิลล์** เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ซึ่งพบว่ามีนักลงทุนจากญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสหภาพยุโรปให้ความสนใจเข้าไปลงทุนจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ไทยสามารถใช้โอกาสนี้ในการต่อยอดทางธุรกิจเพิ่มเติม ทั้งในแง่การป้อนวัตถุดิบหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิ หอพักคนงาน เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์สำหรับนักธุรกิจต่างชาติ (expat) สถานีบริการน้ำมัน หรือร้านค้าสะดวกซื้อ เป็นต้น เพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโตของความต้องการสินค้าและบริการต่างๆ ของบุคลากรที่จะเข้าไปทำงานในเขตอุตสาหกรรมเหล่านี้ที่กำลังจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

## 33 เขตเศรษฐกิจพิเศษสำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน

### กัมพูชา



#### เขตเศรษฐกิจพิเศษเกาะกง

พื้นที่กว่า 2,100 ไร่ โดยรัฐบาลกัมพูชาตั้งเป้าพัฒนาเขตเศรษฐกิจนี้ให้เป็นพื้นที่อุตสาหกรรม รวมทั้งศูนย์กลางการท่องเที่ยวและพลังงานไฟฟ้า โดยปัจจุบันมีนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มทุนจากประเทศจีนและญี่ปุ่น

#### เขตเศรษฐกิจพิเศษออยเปโตอีนียง

ตั้งเป้าพัฒนาให้เป็นเมืองคู่แฝด (sister cities) ของ จ.สระแก้ว ตามแผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ACMECS โดยในเฟสแรกจะมีการพัฒนาพื้นที่เป็นสถานีขนถ่ายสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าระหว่างทั้ง 2 ประเทศ

### ลาว

#### เขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวัน-เซโน

เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษแห่งแรกของลาว โดยพัฒนาเป็นเขตอุตสาหกรรมผลิตเพื่อส่งออก (export processing zone) ที่ตั้งของอุตสาหกรรมสนับสนุน (supporting industries) และธุรกิจบริการแบบบวงจร



### พม่า

#### เขตเศรษฐกิจพิเศษกวางย

พื้นที่ 6,000 ไร่ เพื่อพัฒนาเป็นเขตอุตสาหกรรมหนัก อุตสาหกรรมเบา และอุตสาหกรรมต้นน้ำ รวมทั้งโครงการก่อสร้างท่าเรือน้ำลึก เพื่อเชื่อมโยงกับภูมิภาคฝั่งตะวันตก

#### เขตเศรษฐกิจพิเศษเมียวดี

พื้นที่ 1,600 ไร่ เพื่อขยายการค้าการลงทุนรองรับ AEC และเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้า/ตรวจสอบสินค้า/อาคารขนถ่ายสินค้าขนาดใหญ่ และนิคมอุตสาหกรรม

### เวียดนาม

#### เขตเศรษฐกิจพิเศษลาวบาว

ตั้งเป้าดึงดูดเม็ดเงินลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อพัฒนาเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม โดยรัฐบาลเวียดนามจะลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานให้และให้นักลงทุนต่างชาติเป็นเจ้าของได้ 100% รวมทั้งให้สิทธิพิเศษอื่นๆ อีกมาก



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC



## 34 สินค้าส่งออกหลักของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

10 อันดับแรก รายการส่งออก ของไทย	2011	2011	ม.ค.-ส.ค.	ม.ค.-ส.ค.	กับพม่า
	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YOY)	2012 มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	2012 อัตราการขยายตัว (%YOY)	
1 น้ำตาลทราย	5,075.2	5.2	2,453.9	-28.1	
2 ยางยานพาหนะ	2,531.3	20.7	1,945.9	18.3	
3 เครื่องสำอาง เครื่องหอม และสบู	2,500.1	56.1	1,960.9	32.9	
4 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	2,375.7	8.0	2,232.9	21.7	
5 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	2,310.6	43.7	2,053.7	38.5	
6 ผ้าผืนและด้าย	2,073.8	-10.4	1,289.8	-5.3	
7 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,936.5	-0.6	1,534.2	13.8	
8 เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ อื่น ๆ	1,767.4	60.5	1,080.0	27.3	
9 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	1,716.1	1.7	1,681.3	49.3	
10 รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	1,658.3	-2.1	1,781.5	48.3	
อื่น ๆ	35,120.3	16.9	30,150.4	29.8	
<b>รวม</b>	<b>59,065.3</b>	<b>15.6</b>	<b>48,164.5</b>	<b>23.6</b>	

10 อันดับแรก รายการส่งออก ของไทย	2011	2011	ม.ค.-ส.ค.	ม.ค.-ส.ค.	ลาว
	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YOY)	2012 มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	2012 อัตราการขยายตัว (%YOY)	
1 น้ำมันดีเซล	13,916.7	40.1	11,879.9	27.6	
2 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	7,792.8	19.3	7,824.2	64.5	
3 น้ำมันเบนซิน	4,932.1	36.0	3,597.7	9.3	
4 เครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างและส่วนประกอบ	3,411.1	-14.8	2,901.3	64.1	
5 เหล็กและเหล็กกล้า	3,029.1	12.4	2,830.4	43.9	
6 ยานพาหนะอื่น ๆ และส่วนประกอบ	2,518.6	60.8	1,448.2	-8.0	
7 ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า	2,261.9	19.7	1,878.8	31.0	
8 ไม้	1,960.0	326.3	1,325.7	16.3	
9 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,850.6	121.4	5,353.8	474.6	
10 ผ้าผืนและด้าย	1,804.9	-20.1	908.7	-25.4	
อื่น ๆ	37,646.9	24.2	33,694.0	39.6	
<b>รวม</b>	<b>81,124.8</b>	<b>26.5</b>	<b>73,642.7</b>	<b>42.9</b>	

## 35 สินค้าส่งออกหลักของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

อันดับแรก สินค้าส่งออก ของไทย	2011	2011	ม.ค.-ส.ค.	ม.ค.-ส.ค.	พม่า
	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YOY)	2012 มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	2012 อัตราการขยายตัว (%YOY)	
1 น้ำมันดีเซล	7,360.1	10.4	4,793.1	-6.7	
2 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	3,631.3	51.1	2,595.0	16.7	
3 น้ำมันเบนซิน	3,312.6	39.3	3,333.9	64.0	
4 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	3,232.6	47.0	3,190.8	53.5	
5 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,926.2	33.7	936.3	-59.7	
6 ผ้าผืนและด้าย	2,696.7	21.8	1,919.6	14.1	
7 เหล็กและเหล็กกล้า	1,836.5	-5.0	1,294.8	2.8	
8 ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า	1,719.3	78.8	865.7	-39.7	
9 น้ำมันปาล์ม	1,646.8	-9.4	1,286.2	34.9	
10 เครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู	1,521.4	19.1	1,218.7	21.1	
อื่น ๆ	30,715.7	14.6	24,184.8	18.4	
<b>รวม</b>	<b>60,599.3</b>	<b>19.2</b>	<b>45,618.9</b>	<b>12.5</b>	

อันดับแรก สินค้าส่งออก ของไทย	2011	2011	ม.ค.-ส.ค.	ม.ค.-ส.ค.	มาเลเซีย
	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YOY)	2012 มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)	2012 อัตราการขยายตัว (%YOY)	
1 ยางพารา	207,324.4	45.7	98,811.9	-30.3	
2 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	29,780.0	-21.1	13,853.9	-25.9	
3 ผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	25,908.2	5.7	17,027.4	-3.9	
4 ไม้แปรรูป	12,387.1	38.0	8,557.7	16.1	
5 มอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า	8,104.1	-9.8	4,864.2	-15.1	
6 กุ้งมือยาง	6,118.0	13.9	4,323.5	7.6	
7 แผงวงจรไฟฟ้า	6,069.5	5.5	3,123.9	-33.2	
8 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	4,948.2	-30.4	4,203.4	19.7	
9 เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่น ๆ	3,992.7	-12.7	1,220.0	-58.3	
10 ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า	3,710.0	-22.0	2,578.6	2.0	
อื่น ๆ	71,022.0	1.0	50,706.0	4.7	
<b>รวม</b>	<b>379,364.2</b>	<b>18.4</b>	<b>209,270.4</b>	<b>-18.7</b>	

# 6 โลกเปลี่ยน...โอกาสเปลี่ยน SMEs ไทยจะคว้าโอกาส จาก global trend ได้อย่างไร?

นอกจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) จะนำมาซึ่งความท้าทายในการดำเนินธุรกิจแล้ว ยังหมายถึงโอกาสก่อนโตสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่เล็งเห็นช่องทางและศักยภาพในการตอบสนองต่อแนวโน้มดังกล่าวอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นโอกาสทางการตลาดที่เกิดจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย หรือโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรและ lifestyle ของผู้บริโภค เหล่านี้ถือเป็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ SMEs ต้องให้ความสำคัญและจะมีผลกระทบต่อ business model ในอนาคต

แนวโน้มที่สำคัญอย่างแรกคือ โอกาสที่เกิดจากวิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน ... ซึ่งเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ธุรกิจและเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยให้ SMEs สามารถแข่งขันได้อย่างทัดเทียมกับบริษัทขนาดใหญ่ ทั้งนี้ ปัจจุบันเราได้เห็นการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีต่างๆ โดยเฉพาะ social network ยอดฮิตอย่าง Facebook และ Twitter ในเชิงธุรกิจกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น ทั้งในแง่ของการอัปเดตข้อมูลข่าวสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ รวมไปถึงการขายฐานลูกค้าใหม่ๆ และเพิ่มยอดขาย สะท้อนได้จากยอดรายได้โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่กำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มช่องทางสื่อสารทางการตลาดกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของสื่อ digital media อย่างแท้จริง ซึ่งหาก SMEs ไทยรู้จักใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้ ก็จะช่วยประหยัดงบประมาณและทรัพยากรด้านอื่นๆ ลง และช่วยให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย

**ตัวอย่างหนึ่งที่เราได้เห็นค่อนข้างชัดเจนคือ ธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ผ่านทาง Facebook ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน** โดยพบว่าปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้บริการ Facebook ในไทยมากถึงกว่า 11 ล้านคน ซึ่งนับว่ามากเป็นอันดับที่ 16 ของโลก (ข้อมูล ณ กันยายน 2012) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวไทยจำนวนมากกำลังก้าวเข้าสู่ยุค “digital lifestyle” และโลกออนไลน์ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ไปแล้ว ทั้งนี้ แม้ว่าการทำธุรกิจในโลกออนไลน์อาจจะยังไม่ใช่ตลาดหลักในปัจจุบัน แต่ก็ไม่ใช่ตลาดที่จะสามารถมองข้ามได้อีกต่อไป โดยพบว่าหนึ่งในธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมากในไทยคือ ธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันจะเริ่มมีการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้สูงมากขึ้นแล้วก็ตาม แต่เชื่ออย่างคงมีช่องว่างให้เติบโตได้อีกมากในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่มีราคาไม่สูงมากนัก เพราะนอกจากช่องทางนี้จะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมากโดยไม่จำกัดสถานที่และเวลาแล้ว ผู้ประกอบการยังไม่ต้องมีต้นทุนในการเปิดร้านหรือเช่าร้าน รวมทั้งต้นทุนในการสต็อกสินค้าเพื่อโชว์ที่หน้าร้านอีกด้วย ขณะที่โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ก็ยิ่งนับว่าถูกกว่าการโฆษณาผ่านช่องทางปกติค่อนข้างมาก ตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนถึงความนิยมและความสำเร็จของช่องทางขายเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้ประกอบการ SMEs คือ จำนวนกด “like” โดยพบว่า SMEs ไทยรายหนึ่งที่ขายเสื้อผ้าผ่านทาง Facebook มียอดกด like จาก fan page สูงถึงกว่า 1 ล้าน like แล้ว เทียบกับเสื้อผ้าแบรนด์เนมชื่อดังอีกรายที่มียอดกด like เพียง 6 พันกว่ารายเท่านั้น!

**หรือแม้แต่การใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาและเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมกันอย่างแพร่หลายมากขึ้นของผู้บริโภคชาวจีนรุ่นใหม่** ทั้งนี้ จากรายงานการวิจัยทางการตลาดของ บริษัท TNS International ที่สำรวจกลุ่มคนชั้นกลางที่มีอายุระหว่าง 20-45 ปี จำนวน 1,200 คน ระบุว่า กลุ่มสำรวจถึงร้อยละ 30 มีความถี่ในการค้นหาข้อมูลสินค้าแบรนด์เนมบนอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยให้เหตุผลว่า การเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีความถูกกว่า มีความสะดวกในการเปรียบเทียบสินค้า รวมทั้งยังช่วยประหยัดเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับทางเลือกซื้อสินค้าทางช่องทางปกติอีกด้วย นอกจากนี้ จากข้อมูลของสถาบัน iResearch ยังพบอีกว่า ยอดขายสินค้าแบรนด์เนมบนเว็บไซต์ในประเทศจีนในปีที่ผ่านมา มีมูลค่าสูงถึง 10,730 ล้านหยวน (51,611

ล้านบาท) หรือมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 70% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยคาดว่าในอนาคตอีก 4-5 ปี อัตราการเติบโตดังกล่าวอาจเพิ่มขึ้นถึงปีละ 30% ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายสินค้าแบรนด์เนมบนโลกออนไลน์อย่างเดียวยุ่งถึง 37,240 ล้านบาท (184,710 ล้านบาท) เลยทีเดียว สะท้อนให้เห็นว่าช่องทางการตลาดในลักษณะนี้เป็นสิ่งที่ SMEs ควรนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายและรายได้ให้เติบโตได้อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับสินค้าแบรนด์เนม

## 36 ยอดขายสินค้าแบรนด์เนมผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศจีน มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นจากปัจจุบันถึงราว 3 เท่าตัวภายในปี 2015

ยอดขายสินค้าแบรนด์เนมผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศจีน

หน่วย: ล้านบาท



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูล “คอลัมน์สองแดนมังกร” จากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

รวมถึงกระแสตื่นตัวในเรื่องปัญหาโลกร้อนและธุรกิจสีเขียว (going green) ก็เป็นอีกประเด็นร้อนที่มีผลต่อโอกาสทางการค้า และรูปแบบการดำเนินธุรกิจของ SMEs ทั่วโลก รวมทั้งในไทย ปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ eco-products มากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs น่าจะหันมาให้ความสำคัญกับเรื่อง eco-design โดยการจับตลาดสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือผลิตภัณฑ์สีเขียวมากขึ้น รวมทั้งการผลิตสินค้าจากวัสดุ recycle เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดกลุ่มนี้

“eco-shop” อีกหนึ่งทางเลือกสำหรับ SMEs ที่ต้องการจับกระแสรักษ์โลก โดยคอนเซ็ปต์หลักของสินค้าที่วางขายในร้านนี้คือ จะต้องมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่แค่สินค้าที่ทำมาจากเศษวัสดุเหลือใช้ (recycle) เท่านั้น แต่ยังหมายถึง การรักษาสีเขียวตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็นการใช้พลังงานให้คุ้มค่าที่สุดในการขนส่ง การเลือกใช้วัสดุและวัตถุดิบที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งการใช้กระบวนการผลิตที่เบียดเบียนทรัพยากรโลกให้น้อยที่สุด ซึ่งนอกจากโมเดลธุรกิจนี้

ลักษณะนี้จะช่วยสร้างความแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ ในท้องตลาดแล้ว ยังได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ในสังคมที่หันมาใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอีกด้วย **รวมทั้งการผลิตสินค้าประเภท tableware จากแกลบและโปรตีนที่สกัดจากธรรมชาติ** ซึ่งนอกจากผู้ประกอบการ SMEs ไทยรายนี้จะประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีสูงจากการจำหน่ายภายในประเทศ เนื่องจากการชูโอเดียที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใครเพื่อเป็นจุดขายของร้าน รวมทั้งสามารถยังตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกที่มองหาสินค้ากรีนได้เป็นอย่างดี จึงทำให้มีคำสั่งซื้อจากโรงแรม ร้านอาหาร และห้างสรรพสินค้าทั่วโลกเข้ามาอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

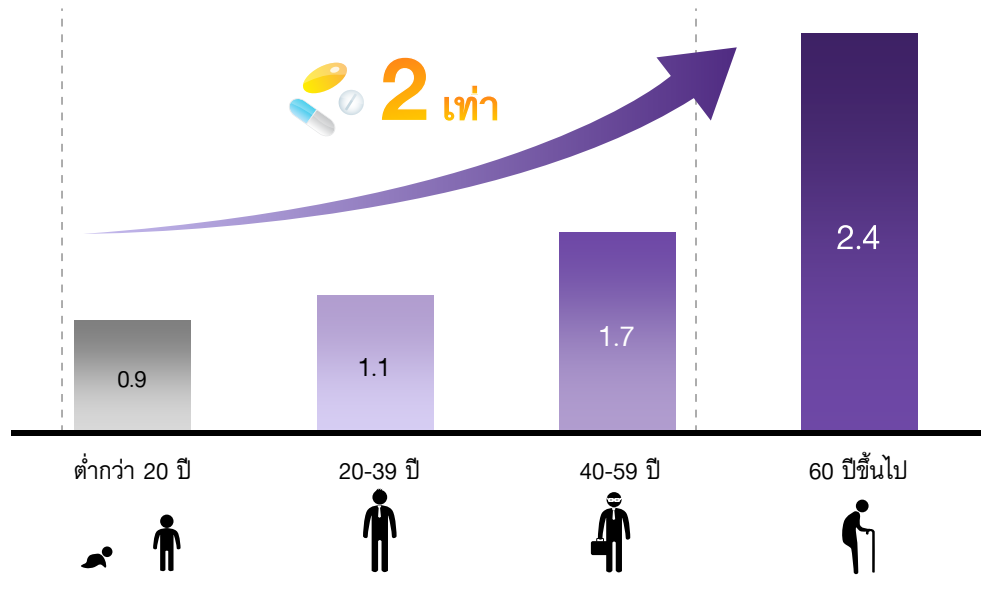
**เช่นเดียวกับความต้องการสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์และมีความเฉพาะเจาะจงสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) ที่มากขึ้น** คงปฏิเสธไม่ได้ว่าการทำตลาดเฉพาะกลุ่ม หรือ niche marketing เป็นหนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ เพราะนอกจากจะสามารถตอบสนองความต้องการและ lifestyle ของลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อมากขึ้นได้ดีแล้ว ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการได้มากขึ้นอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น การเปิดสถานออกกำลังกายสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นสุขภาพบุรุษหรือสุขภาพสตรีโดยเฉพาะร้านโยคะสำหรับคุณแม่ หรือโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งกำลังเป็นแนวโน้มธุรกิจ SMEs ที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในขณะนี้

**แนวโน้มที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่งคือ โอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ จากโครงสร้างประชากรที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป (demographic change) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โอกาสในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มชนชั้นกลางทั่วโลกที่กำลังเติบโต โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคในกลุ่ม Emerging markets เช่น จีนและอินเดียซึ่งมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงมาก** ทั้งนี้ แม้ว่าปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศเหล่านี้จะยังมีรายได้ที่ไม่สูงนัก แต่ด้วยแนวโน้มเศรษฐกิจที่มีโอกาสเติบโตสูงในอนาคต ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้กำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านระดับรายได้และเริ่มมีความต้องการบริโภคสินค้าและบริการฟุ่มเฟือยหรือสินค้าในระดับบนมากขึ้น โดยพบว่าสินค้าส่งออกของ SMEs ไทยที่มีโอกาสเจาะตลาดในประเทศเหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงสินค้าอื่นๆ ตามกระแสนิยมในยุคไอทีและสินค้าเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ งานวิจัยของสมาคมตราสินค้าจีน (China Brand Association) พบว่า ปัจจุบันชาวจีนนิยมบริโภคขนมขบเคี้ยวและของทานเล่น (snack food) กันมากขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ยกตัวอย่างเช่น ตลาดไอศกรีมในจีนซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าสูงถึงกว่า 3,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ และมีอัตราการเติบโตสูงถึงราว 20% ต่อปี จึงไม่ต้องสงสัยเลยว่านี่คือโอกาสทางธุรกิจจำนวนมากสำหรับ SMEs ไทยที่ต้องการขยายโอกาสทางธุรกิจในตลาดแห่งนี้ หรือแม้แต่ในตลาดอีกหลายประเทศที่ยังคงเปิดกว้างอยู่อีกมาก เช่น ตลาดกลุ่ม BRICS (บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน และแอฟริกาใต้) หรือตลาดตะวันออกกลาง เป็นต้น

## 37 กลุ่มผู้สูงอายุมีส่วนการใช้จ่ายในเรื่องวิตามินและยาบำรุงต่างๆ ต่อยอดค่าใช้จ่ายทั้งหมดในหมวดสินค้าปลีกสูงกว่าคนในวัยอื่นถึงราว 2 เท่าตัว

สัดส่วนการใช้จ่ายวิตามินและยาบำรุงต่อสินค้าปลีกทั้งหมด

หน่วย: %



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจเศรษฐกิจและสังคมครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2009

เช่นเดียวกับการก้าวเข้าสู่ยุคสังคมผู้สูงอายุ (aging society) ปัจจุบันวิวัฒนาการทางการแพทย์ที่เจริญก้าวหน้าส่งผลให้อัตราการตายของประชากรโลกลดลง ขณะที่อัตราการเกิดของหลายประเทศทั่วโลกรวมทั้งไทยก็ลดลงด้วย ทำให้ลักษณะทางโครงสร้างประชากรกำลังเปลี่ยนไปสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น และผู้บริโภคในกลุ่มนี้กำลังจะกลายเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สุดในตลาดโลก สะท้อนได้จากสินค้าและบริการหลากหลายประเภทที่เกิดขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้โดยเฉพาะ

โดยพบว่าธุรกิจ SMEs ที่กำลังมีแนวโน้มเติบโตและเริ่มได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในไทยขณะนี้ คือ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ หรือ elderly care business ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเนอร์สซึ่งโฮมสำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจให้บริการรับ-ส่งเฉพาะผู้สูงอายุที่ไม่สามารถดูแลตนเองได้ การเปิดศูนย์ธรรมชาติบำบัดสำหรับผู้สูงวัยที่ต้องการใช้บริการการแพทย์ทางเลือก หรือแม้แต่การรุกตลาดผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับผู้สูงอายุ เช่น ฟันปลอมและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดฟันปลอม รถเข็นไฟฟ้าสำหรับผู้พิการหรือผู้สูงอายุ รวมทั้งตลาดยารักษาโรค อาหารเสริมและวิตามินบำรุงร่างกายต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น ซึ่งพบว่าปัจจุบันธุรกิจประเภทนี้ในไทยยังมีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรผู้สูงอายุ และยังไม่มีการทำการตลาดอย่างจริงจังมากนัก จึงนับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางธุรกิจที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทย

หรือแม้แต่โอกาสที่เกิดจากความตื่นตัวในเรื่องการดูแลสุขภาพของผู้บริโภค (health-conscious consumers) ซึ่งพบว่าปัจจุบัน ผู้บริโภคทั่วโลกรวมทั้งในไทยต่างหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพตัวเองกันมากขึ้น และนิยมผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมองว่ามีความปลอดภัยและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ทั้งนี้ พบว่ามูลค่าตลาดอาหารเกษตรอินทรีย์โลกในปี 2007 คิดเป็นมูลค่าตลาดสูงถึงราว 1.4 ล้านล้านบาท โดยคาดการณ์ว่าในปี 2012 มูลค่าตลาดจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 2.2 ล้านล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นราว 54% ซึ่งถือเป็นแนวโน้มตลาดที่ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ควรมองข้าม นอกจากนี้ สินค้าเพื่อสุขภาพอาจไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สูงแต่จะเน้นที่คุณค่าและอนามัยของสินค้า ดังนั้น จึงถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่จะเข้ามาคว้าโอกาสจากแนวโน้มความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าออร์แกนิกส์ของโลกที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้มาตรฐานสากล มีความปลอดภัยในการบริโภคสูง และไม่มีสารพิษตกค้าง

ตัวอย่างหนึ่งที่น่าสนใจคือ “แนวคิดการปลูกชาแบบออร์แกนิกส์” หรือ เกษตรอินทรีย์ 100% ของผู้ประกอบการไร่ชารายหนึ่งในจังหวัด เชียงราย ซึ่งได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ “Organic Thailand” ตั้งแต่ปี 2003 และกำลังจะได้รับมาตรฐานออร์แกนิกส์ของสหรัฐฯ (USDA) โดยพบว่า การทำไร่ชาดังกล่าวมีการทำโรงปุ๋ยหมักเองโดยใช้มูลสัตว์ และมีการใช้สมุนไพรต่างๆ เช่น สะเดาเพื่อไล่แมลง ซึ่งแม้ว่าในระยะแรกต้นทุนการทำไร่ชาแบบออร์แกนิกส์นี้จะสูงกว่าการทำไร่ชาทั่วไป แต่ในระยะยาวแล้วพบว่าสินค้าออร์แกนิกส์มีโอกาสในการสร้างรายได้และผลกำไรที่ดีกว่ามาก จากราคาขายที่สูงกว่าในฐานะสินค้าพรีเมียม รวมทั้งโอกาสในการรองรับฐาน ผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ยังมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภท “ผักอัดเม็ด” ของ SMEs ไทยรายหนึ่ง เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ กลุ่มคนรักสุขภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตผักสดในประเทศ ซึ่งพบว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์ดังกล่าวประสบความสำเร็จอย่างงาม และในอนาคตอันใกล้นี้ บริษัทมีแผนที่จะส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศโดยจะเริ่มจากประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น พม่า อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ แล้วจึงขยายต่อไปยังผู้บริโภคในตลาดแถบตะวันออกกลางซึ่งแสดงความสนใจผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ค่อนข้างมาก เนื่องจากในบางประเทศหาซื้อผักสดมารับประทานได้ยากมาก **รวมทั้งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ fish oil เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ** เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถบริโภคได้ทุกช่วงอายุ ตั้งแต่วัยเรียน วัยทำงาน ไปจนถึงผู้สูงอายุ โดยพบว่า SMEs ไทยรายหนึ่งที่หันมาบุกธุรกิจอาหารเสริมประเภทนี้มีรายได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา รวมทั้งยังตั้งเป้าเติบโตเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 100% ภายในอีก 5 ปีข้างหน้าอีกด้วย

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น global trends ต่างๆ เหล่านี้ นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่มีความหลากหลายและเปิดกว้างมากขึ้นสำหรับ SMEs ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยต้องเริ่มหันมาให้ความสนใจและปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากกระแสการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

# 7 SMEs ปักหมุดธุรกิจที่ไหนดี?

แม้ SMEs ไทยยังต้องปรับตัวจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และเร่งพัฒนาผลิตภาพแรงงานอีกมาก แต่เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านโดยเฉพาะกลุ่ม CLMV แล้ว SMEs ไทยยังมีความเข้มแข็งกว่ามาก ดังนั้น อีกทางเลือกในการปรับตัว คือ การอาศัยโอกาสจากการเปิดเสรี AEC ในการขยายการค้าและการลงทุนไปยังประเทศเพื่อนบ้านซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้เพิ่มขึ้น

SMEs มีบทบาทต่อเศรษฐกิจอาเซียนและเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยเฉพาะไทยและมาเลเซียซึ่งมีศักยภาพในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นมาก โดยผู้ประกอบการในประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เป็น SMEs ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือราว 98% ของผู้ประกอบการทั้งหมดและคิดเป็นสัดส่วนต่อการจ้างงานที่ประมาณ 85% ของการจ้างงานทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ศักยภาพในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ยังมีความแตกต่างกันอยู่มาก โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดเล็กของไทยเติบโตสูงกว่าอินโดนีเซียและกลุ่ม CLMV ค่อนข้างมาก โดยเพิ่มขึ้นถึงราว 30% ต่อปี แต่ยังคงต่ำกว่ามาเลเซียที่เติบโตถึง 45% ต่อปี และถ้าดูจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางจะพบว่า มาเลเซียมีการขยายตัวโดดเด่นกว่าประเทศอื่น โดยเพิ่มขึ้นถึง 28% ต่อปี การเพิ่มจำนวนของวิสาหกิจขนาดเล็กและศักยภาพของการพัฒนาเป็นวิสาหกิจขนาดกลางของผู้ประกอบการในมาเลเซีย ส่วนหนึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการสนับสนุนของภาครัฐอย่างจริงจัง โดยเฉพาะในด้านเงินทุน ซึ่งล่าสุดมาเลเซียมีการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ SMEs เข้าสู่ AEC โดยจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นแหล่งเงินสำหรับการเพิ่มสภาพคล่องประมาณ 30,000 ล้านบาท และ 5,000 ล้านบาทสำหรับการส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ๆ

## 38 สัดส่วนของ SMEs ต่อวิสาหกิจและการจ้างงานรวมของประเทศอาเซียนโดยรวมใกล้เคียงกัน แต่การเพิ่มจำนวนของผู้ประกอบการรายใหม่ยังมีความแตกต่างกันอยู่มาก

บทบาทของ SMEs*	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	เวียดนาม	ลาว	กัมพูชา
<b>สัดส่วน (%) ต่อ</b>						
■ จำนวนวิสาหกิจทั้งหมด	99.7	97.3	99.9	97.0	95.7	99
■ การจ้างงาน	84	59	97	85	83	88
■ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม	37	32	58	39	N/A	76
<b>การเติบโตของจำนวน SMEs(%CAGR 2000-2007)</b>						
■ วิสาหกิจขนาดย่อมและเล็ก	28.5	44.7	3.3	21.3	N/A	-1.1
■ วิสาหกิจขนาดกลาง	11.9	28.2	3.0	8.3	N/A	-1.7

\* ในการเปรียบเทียบข้อมูล SMEs ของประเทศใน ASEAN มีข้อจำกัดในการตีความเนื่องจากนิยาม SMEs ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน  
 ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA), สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), IMF, Department of Statistics Malaysia, General Statistics Office of Vietnam และ National Institute of Statistics of Cambodia



**SMEs ของไทยถือว่ามีความแข็งแกร่ง แต่ก็ยังต้องเร่งพัฒนาศักยภาพ** หากดูการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs ไทยเทียบกับมาเลเซีย จะพบว่ามูลค่าผลผลิตของ SMEs ไทยยังเติบโตน้อยกว่าของมาเลเซีย โดยในช่วงปี 2007-2011 มูลค่าผลผลิตที่แท้จริงของ SMEs มาเลเซียขยายตัวสูงราว 6% ต่อปี เทียบกับของไทยที่ขยายตัว 2% ต่อปี ขณะที่ศักยภาพในการผลิตของไทยยังไม่พัฒนาเทียบเท่ากับมาเลเซีย โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี อีกทั้ง มาเลเซียมีการพัฒนาทักษะแรงงานอย่างต่อเนื่อง หากเทียบผลิตภาพแรงงานของมาเลเซียกับไทย จะพบว่ามาเลเซียสูงกว่าไทยถึงราว 2.6 เท่า ดังนั้น **SMEs ไทยจึงควรต้องเร่งปรับตัวพัฒนาศักยภาพการผลิตและทักษะแรงงานอย่างจริงจังเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน** โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทั้งจากราคาวัตถุดิบและค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น **แต่อีกทางเลือกหนึ่งของการปรับตัว คือ SMEs น่าจะอาศัยโอกาสจากการเปิดเสรี AEC ในการขยายการค้าและการลงทุนไปในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs ไทยอีกทางหนึ่ง** แต่ประเภทของธุรกิจที่น่าสนใจจะขึ้นกับสภาพตลาดและข้อจำกัดของแต่ละประเทศ

**โอกาสการค้าการลงทุนของ SMEs ไทยน่าจะอยู่ในอินโดนีเซียและกลุ่ม CLMV เป็นหลัก** จากการพิจารณาเครื่องชี้วัดความน่าสนใจในการดำเนินธุรกิจในอาเซียน พบว่า แม้มาเลเซียจะมีความน่าสนใจในแง่ความสะดวกในการเริ่มทำธุรกิจ แต่การจะเข้าไปทำธุรกิจในมาเลเซียสำหรับ SMEs อาจแข่งขันได้ยากเนื่องจากมาเลเซียมีต้นทุนค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีคู่แข่งจำนวนมากทั้งจากต่างชาติและ SMEs ของมาเลเซียเองซึ่งมีความเข้มแข็งทั้งในแง่เงินทุนและการใช้เทคโนโลยีและทักษะแรงงานที่สูงกว่า ดังนั้น โอกาสการค้าการลงทุนของ SMEs ไทยจึงน่าจะเน้นไปที่กลุ่ม CLMV และอินโดนีเซียเป็นหลัก ทั้งนี้ จากการเปรียบเทียบเครื่องชี้วัดความน่าสนใจลงทุนเบื้องต้น พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- **ขนาดตลาดและความสะดวกในการทำธุรกิจ** อินโดนีเซียและเวียดนามมีความได้เปรียบจากขนาดตลาดที่ใหญ่ ประชากรจำนวนมาก อีกทั้งยังมีความสะดวกในการเริ่มทำธุรกิจจากขั้นตอนและระยะเวลาที่น้อยกว่ากลุ่ม CLMV อื่นๆ
- **ต้นทุนสาธารณูปโภคพื้นฐาน** ค่าใช้จ่ายด้านไฟฟ้าและน้ำประปาของเวียดนามอยู่ในอัตราไม่สูงนัก แต่บางประเทศ เช่น กัมพูชามีค่าไฟฟ้าค่อนข้างสูง และบางประเทศคิดค่าสาธารณูปโภคสำหรับ non-residential คนละอัตรากับ residential อาทิ ค่าน้ำประปาของลาว นอกจากนี้ อีกประเด็นที่เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับกัมพูชาและพม่าคือ ต้นทุนแฝงที่มาจากความไม่พร้อมของระบบสาธารณูปโภค เช่น ปัญหาการขาดแคลนไฟฟ้าซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะในภาคการผลิตที่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการเตรียมรับมือเพื่อรองรับความเสี่ยงกรณีไฟฟ้าดับ
- **ต้นทุนค่าจ้างแรงงาน** การลงทุนในธุรกิจที่เน้นค่าจ้างแรงงานถูกน่าจะเหมาะกับกัมพูชาและพม่าเป็นหลัก โดยเวียดนามซึ่งเคยดึงดูดการลงทุนในแง่ค่าแรงถูก ไม่ค่อยดึงดูดเช่นในอดีตแล้ว เนื่องจากปัญหาขาดแคลนแรงงานทำให้ทางการเวียดนามต้องปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ ล่าสุดในปี 2012 มีการปรับขึ้นราว 25-30% ส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานของเวียดนามสูงกว่าพม่าและกัมพูชาถึงประมาณ 1.5 เท่า ขณะที่ลาวมีการปรับขึ้นค่าแรงแบบก้าวกระโดดถึง 80% เมื่อต้นปี 2012 แต่แม้ลาวปรับขึ้นแล้ว ค่าแรงของลาวยังต่ำกว่าไทยถึง 3 เท่า
- **ต้นทุนส่งออก-นำเข้า** อินโดนีเซียและเวียดนามยังมีความได้เปรียบประเทศอื่นๆ เนื่องจากอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้า ทำให้มีต้นทุนส่งออก-นำเข้าที่ถูกกว่าค่อนข้างมาก

## 39 กลุ่ม CLMV มีขนาดตลาดที่ค่อนข้างใหญ่และต้นทุนค่าจ้างแรงงานยังต่ำกว่าไทยอยู่มาก

เครื่องชี้วัดความน่าสนใจในการดำเนินธุรกิจ	 ไทย	 มาเลเซีย	 อินโดนีเซีย	 เวียดนาม	 ลาว	 กัมพูชา	 พม่า
■ <b>ขนาดตลาด</b> (ประชากรปี 2011) (ล้านคน)	69.5	28.8	242.3 🇮🇩	87.8	6.2	14.3	48.3
■ <b>การเริ่มทำธุรกิจ</b>							
• จำนวนขั้นตอนในการเริ่มทำธุรกิจ	5	4 🇲🇾	8	9	7	9	N/A
• ระยะเวลา (วัน)	29	6 🇲🇾	45	44	93	85	90
■ <b>ค่าใช้จ่ายพื้นฐาน</b>							
• ค่าไฟฟ้า (USD/kWh)*	0.08	0.07	0.06	0.05 🇻🇳	0.07	0.21	0.06
• ค่าน้ำประปา (USD/m <sup>3</sup> )**	0.5	0.44	0.36	0.3	0.6	0.4	1.05
■ <b>อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ</b> (USD/เดือน)	254	297	167	96	75	61 🇰🇷	65
■ <b>ต้นทุนส่งออก</b> (USD/container)	625	450 🇲🇾	644	580	1,880	732	N/A
■ <b>ต้นทุนนำเข้า</b> (USD/container)	750	435 🇲🇾	660	670	2,035	872	N/A

\* ค่าเฉลี่ยของอัตราค่าไฟฟ้าสำหรับภาคการผลิตในธุรกิจขนาดเล็ก-กลาง

\*\* ค่าน้ำประปาบางประเทศคือ อินโดนีเซีย ลาว และมาเลเซียเป็นอัตราต่อ m<sup>3</sup> ต่อเดือนและยังไม่รวม minimum charge เช่น ลาว คิดค่าน้ำประปาสำหรับ non-residential company ในอัตรา 4.8 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อ 10 m<sup>3</sup> แรก และ 0.6 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อ m<sup>3</sup> สำหรับหน่วยถัดไป

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ CEIC, World Bank, ASEAN Centre for Energy และ ASEAN Secretariat

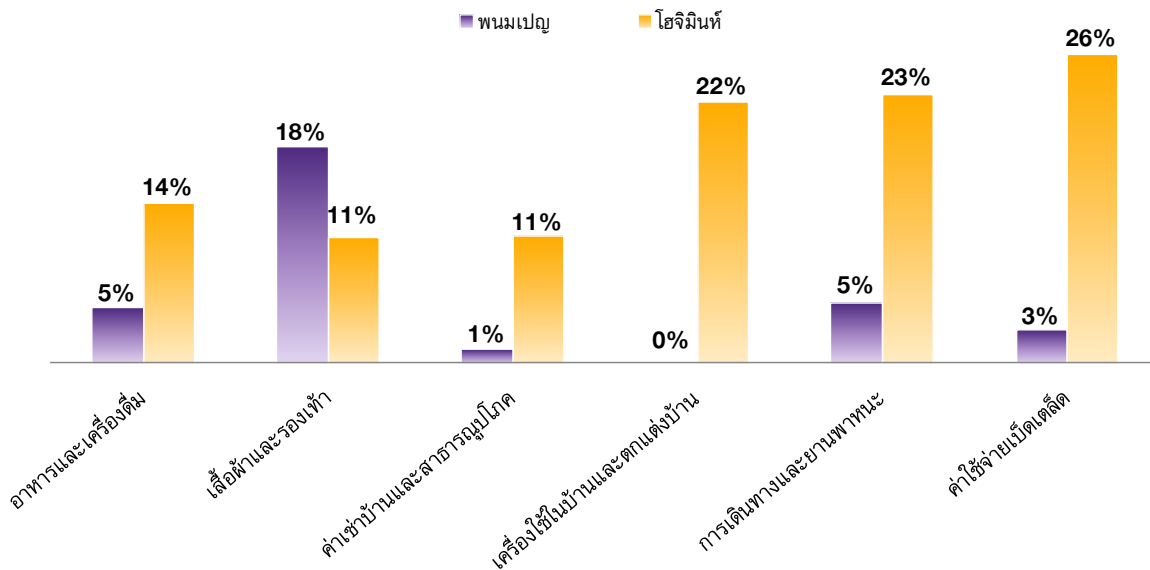
นอกจากปัจจัยต่างๆ ข้างต้น ผู้ประกอบการควรพิจารณาปัจจัยอื่นๆ เช่น ระบบภาษี กฎระเบียบการค้าการลงทุนของแต่ละประเทศ ซึ่งจะเป็นข้อจำกัดการค้าการลงทุนสำหรับธุรกิจบางประเภท เช่น อินโดนีเซียมีกฎระเบียบปกป้องผู้ประกอบการ SMEs ในบางสาขา อาทิ การห้ามต่างชาติประกอบกิจการค้าปลีกขนาดเล็ก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรศึกษารูปแบบการลงทุนที่แต่ละประเทศอนุญาต สำหรับนักลงทุนต่างชาติ รวมถึงต้นทุนด้านอื่นๆ เช่น ค่าเช่าที่ดินที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องสำหรับเวียดนามและพม่า โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เช่น โฮจิมินห์ ฮานอย ย่างกุ้ง และมัณฑะเลย์ การเข้าไปลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตของ SMEs จึงน่าจะเข้าไปลงทุนในเขตเมืองรอบนอกหรือนิคมอุตสาหกรรมซึ่งยังมีค่าเช่าไม่สูงมากนัก โดยนิคมอุตสาหกรรมของพม่ามีราคาเช่าใกล้เคียงกับนิคมแหลมฉบังของไทย ดังนั้น ในการตัดสินใจบุกตลาดการค้าการลงทุนในต่างประเทศ ผู้ประกอบการควรศึกษาว่าธุรกิจของตนต้องการสร้างข้อได้เปรียบด้านใด เพื่อที่จะพิจารณาเลือกประเทศที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

การเติบโตของการใช้จ่ายภาคครัวเรือนในกลุ่ม CLMV จะเป็นโอกาสสำหรับ SMEs ธุรกิจการค้า โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกี่ยวกับบ้านและวัสดุก่อสร้าง รวมถึงธุรกิจบริการก่อสร้าง การซ่อมบำรุงรถยนต์ รถจักรยานยนต์ หากวิเคราะห์จากโครงสร้างการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนรายหมวดสินค้าในกัมพูชาและเวียดนามพบว่า ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทั้งสินค้าประเภทอาหารและสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องใช้ ผู้บริโภคในโฮจิมินห์มีการใช้จ่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด อาทิ สินค้าอุปโภคบริโภคส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นมากถึง 26% ต่อปีในช่วงปี 2000-2010 ขณะที่ปริมาณการใช้รถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้การใช้จ่ายในหมวดเดินทางและยานพาหนะเติบโตสูง โดยเฉพาะบริการซ่อม บำรุงรักษา รวมถึงความต้องการอะไหล่รถยนต์ รถจักรยานยนต์ นอกจากนี้ ความต้องการที่อยู่อาศัยที่เติบโตสูง โดยพื้นที่การก่อสร้างบ้านที่ขยายตัวถึง 20% ต่อปีในช่วงปี 2005-2010 ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนความต้องการวัสดุก่อสร้าง สินค้าเกี่ยวกับบ้านและตกแต่งบ้าน รวมไปถึงบริการด้านการก่อสร้างและออกแบบที่อยู่อาศัย การเติบโตของการบริโภคภาคครัวเรือนในกลุ่ม CLMV จะเป็นโอกาสสำหรับ SMEs ไทยในการทำธุรกิจการค้าและบริการ อาทิ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคหรือวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็ก อยู่ซ่อมรถ คาร์แคร์ ร้านอาหาร เนื่องจากสินค้าและบริการของไทยเป็นที่รู้จักและมีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่คุณภาพสินค้าและได้รับความนิยมในประเทศเหล่านี้อยู่แล้ว

## 40 การขยายตัวของการใช้จ่ายภาคครัวเรือนจะสนับสนุน SMEs ในภาคการค้าและบริการให้เติบโตต่อเนื่อง

การขยายตัวของการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนรายหมวดสินค้า  
ในกรุงพนมเปญ (กัมพูชา) และโฮจิมินห์ (เวียดนาม)

หน่วย: % CAGR\*



\* ข้อมูลของพนมเปญเป็นข้อมูลปี 2009-2011 และโฮจิมินห์เป็นข้อมูลปี 2000-2010

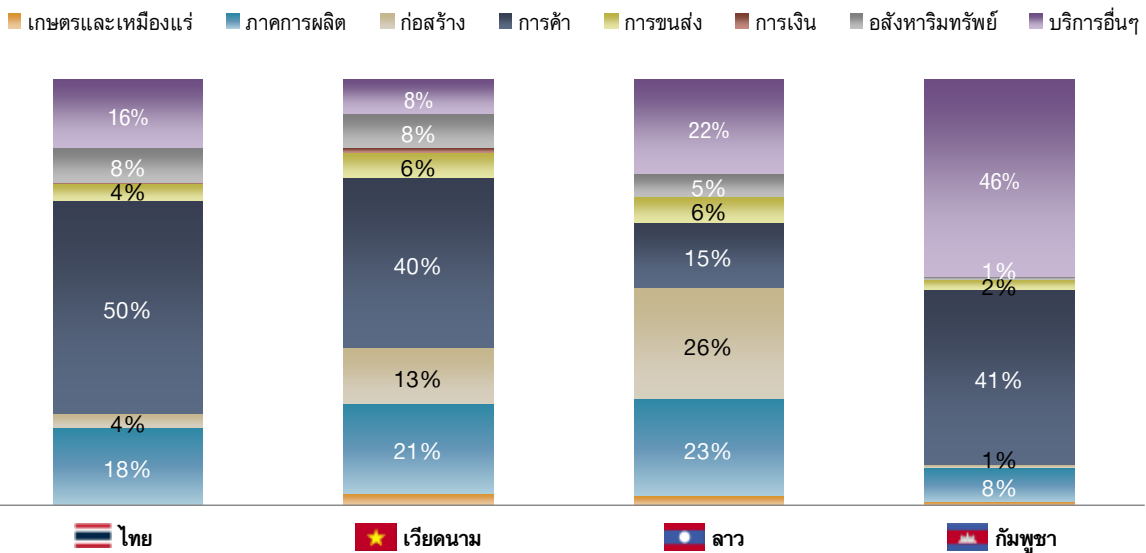
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ National Institute of Statistics Cambodia และ Ho Chi Minh City Statistical Office

แต่โมเดลในการเข้าไปเจาะตลาดการค้าและบริการความต้องการพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในประเทศและจาก SMEs ของประเทศที่เราจะเข้าไปทำธุรกิจ โดยผู้ประกอบการ SMEs ประเภทธุรกิจการค้าควรจับมือกับผู้ผลิตหลายรายเพื่อให้เกิดความหลากหลายของสินค้าและอาจมีการรวมกลุ่มกันไปหา partner ที่เป็นคนท้องถิ่น ซึ่งโมเดลในการเจาะตลาดรูปแบบนี้น่าจะเหมาะกับผู้ประกอบการที่อยู่ในระยะเริ่มต้นของการขยายตลาดและยังไม่มีประสบการณ์ เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ในภาคการค้าของประเทศเหล่านี้มีจำนวนมากมาย ทำให้การแข่งขันสูง ทั้งนี้ ถ้าดูโครงสร้างการกระจายตัวของ SMEs ไทยเทียบกับกลุ่ม CLMV จะพบว่า ผู้ประกอบส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภาคการค้าสูงถึงราว 40-50% ของ SMEs ทั้งหมด การรวมตัวของ SMEs ไทยในการเข้าไปขยายตลาด นอกจากจะช่วยให้อำนาจต่อรองสูงขึ้นแล้ว ยังช่วยให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการบริหารจัดการ และเมื่อสินค้าเริ่มติดตลาดแล้ว ผู้ประกอบการอาจจะค่อยขยายธุรกิจไปสู่การลงทุนในรูปแบบอื่นๆ เช่น การตั้งสำนักงานตัวแทนการค้าการลงทุน การขายแฟรนไชส์ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น ตลอดจนการหาผู้ร่วมทุน (joint venture) แต่การจะเข้าไปแข่งขันจะต้องศึกษากฎระเบียบ ความต้องการของตลาด ตลอดจนศึกษาคู่แข่งอย่างรอบคอบทั้งนักลงทุนต่างชาติและผู้ประกอบการท้องถิ่นซึ่งครองตลาดอยู่แล้ว

## 4.1 SMEs ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภาคการค้าสูง

สัดส่วนของจำนวน SMEs ตามสาขาการผลิต

หน่วย: % ของ SMEs ทั้งหมด



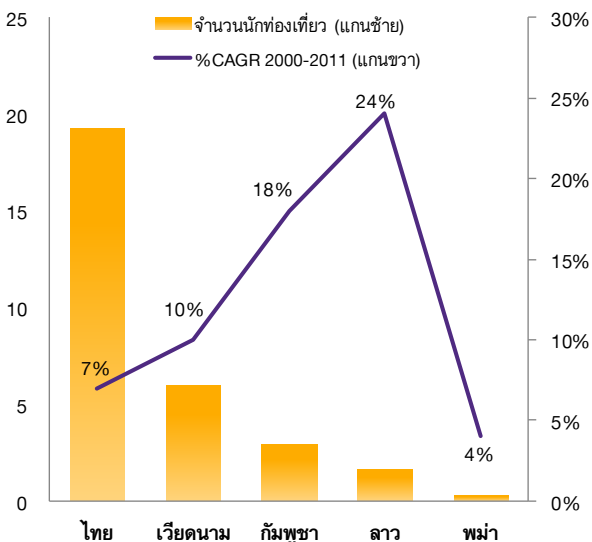
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA), สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), General Statistics Office Of Vietnam และ National Institute of Statistics of Cambodia

ธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โรงแรม และร้านอาหารใน CLMV ที่เติบโตสูง เป็นโอกาสสำหรับ SMEs ในการเข้าไปเจาะตลาด แม้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังกลุ่ม CLMV ยังน้อยกว่าไทย แต่จะเห็นตัวเลขนักท่องเที่ยวเติบโตสูง โดยเฉพาะกัมพูชา และลาวที่เติบโตมากถึง 18% และ 24% ต่อปีในช่วงปี 2000-2011 ขณะที่พม่า แม้ตัวเลขยังน้อยอยู่ แต่หลังการเปิดประเทศของพม่า ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหลั่งไหลเข้าไปในพม่าเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ล่าสุดในไตรมาส 1 ปี 2012 ขยายตัวสูงถึง 30%YOY และคาดว่าทั้งปี 2012 จะขยายตัว 100% หรือเพิ่มเป็น 1.5 ล้านคน เนื่องจากพม่ายังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและน่าสนใจ สำหรับจำนวนที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวของกลุ่ม CLMV ยังมีไม่มากนัก โดยหากดูสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อที่พักของกลุ่ม CLMV จะพบว่ายังมีจำนวนที่พักค่อนข้างน้อย อัตราส่วนอยู่ที่ 1 แห่งต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 1,500 คน เมื่อเทียบกับไทยที่อยู่ที่ 1 แห่งต่อ 250 คน ทั้งนี้ อัตราส่วนดังกล่าวเป็นอัตราส่วนที่รวมโรงแรมและที่พักประเภทอื่นๆ เช่น เกสต์เฮาส์ หากคิดอัตราส่วนแต่เฉพาะโรงแรมจะพบว่า กัมพูชาและลาวมีอัตราส่วนอยู่ที่ 1 แห่งต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 5,000 คน สะท้อนถึงอุปทานโรงแรมที่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอีกมาก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังใช้จ่ายเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกัมพูชาและลาวที่เพิ่มขึ้น 18% และ 39% ต่อปีตามลำดับในช่วงปี 2000-2010 สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจโรงแรมซึ่งไทยมีความได้เปรียบ รวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจของที่ระลึก

## 42 ธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่ม CLMV มีศักยภาพเติบโตสูง

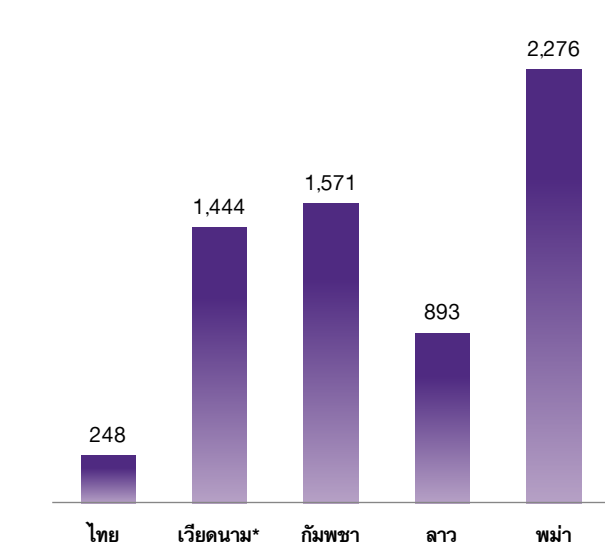
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

หน่วย: ล้านคน



สัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อที่พัก

หน่วย: คนต่อแห่ง



หมายเหตุ: สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อที่พักคือที่พักที่รวมโรงแรมและเกสต์เฮาส์

\* ข้อมูลเวียดนามคำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวและที่พักในเมืองโฮจิมินห์และฮานอย

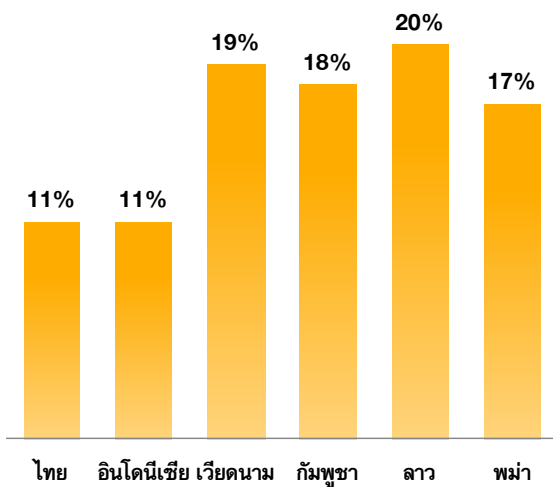
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ CEIC

**SMEs ในภาคการผลิตที่มีความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับสายการผลิต (value chain) เพื่อการส่งออกมีความน่าสนใจ** ศักยภาพในการส่งออกของกลุ่ม CLMV มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมาจะเห็นตัวเลขการส่งออกที่เติบโตสูงราว 20% ต่อปี ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ของไทยในการขยายการค้าการลงทุนไปในกลุ่ม CLMV ทั้งนี้ ในการพิจารณา ศักยภาพในการผลิตเพื่อส่งออก อาจดูจากความสามารถในการเชื่อมโยงกับภาคการส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม CLMV เป็นตัวชี้วัดตัวหนึ่ง ซึ่งจะพบว่า แม้สัดส่วนการส่งออกโดยตรงของ SMEs ของประเทศกลุ่ม CLMV ยังต่ำกว่าไทยอยู่ค่อนข้างมาก แต่กลุ่ม CLMV มีการผลิตที่เชื่อมโยงกับการส่งออกทางอ้อมมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางในเวียดนามและลาว แสดงถึงความสามารถของผู้ประกอบการ SMEs ในการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (production network) มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะของ subcontract ให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่และบริษัทข้ามชาติ (MNCs) ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนต่อเนื่อง ทำให้เกิดเป็นคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมส่งออกหลักมากขึ้น

### 43 SMEs ที่เน้นการส่งออกหรือมีความเชื่อมโยงกับธุรกิจส่งออกนำเข้าไปลงทุน

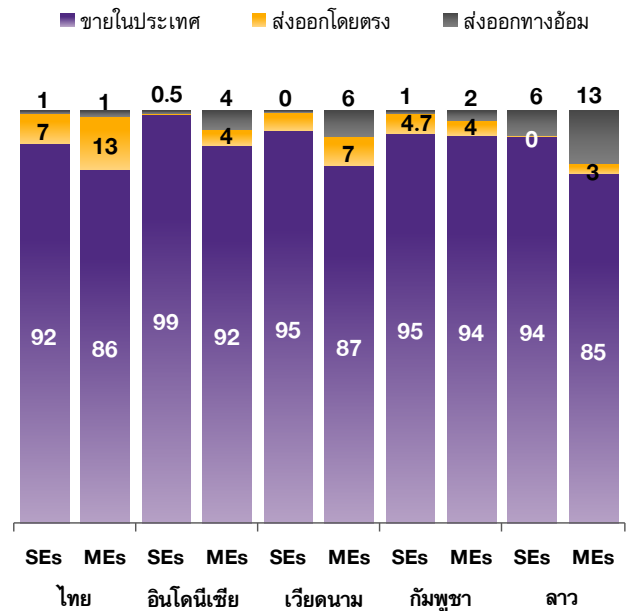
การขยายตัวของการส่งออก

หน่วย: % (CAGR) 2000-2011



สัดส่วนการส่งออกแบ่งตามขนาดของธุรกิจ

หน่วย: % ของยอดขายรวม



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ CEIC และ Enterprise Survey ของ International Finance Corporation

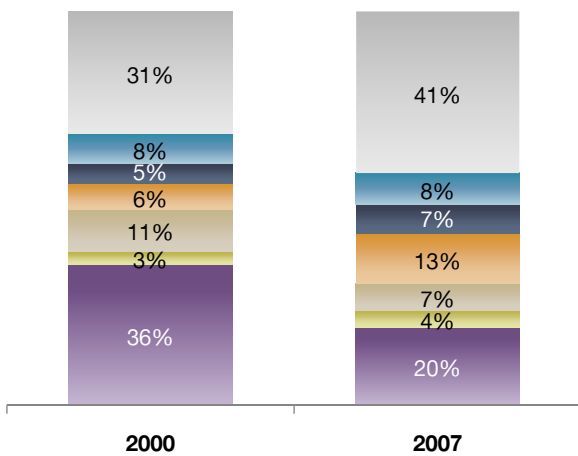
**อุตสาหกรรมไฮเทคในเวียดนามมีแนวโน้มเติบโตสูงจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง** การปรับขึ้นค่าแรงในเวียดนามส่งผลให้อุตสาหกรรมที่เน้นแรงงานไม่ค่อยน่าดึงดูดเช่นในอดีตเนื่องจากขีดความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง นักลงทุนต่างชาติจึงสนใจมาลงทุนในอุตสาหกรรมไฮเทคมากขึ้น ตัวอย่างเช่น พื้นที่ตอนใต้ของเวียดนามซึ่งเป็นภูมิภาคที่ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศสูงสุด จากข้อมูลเมื่อกลางปี 2012 พบว่า 85% ของโครงการลงทุนจดทะเบียนในจังหวัดดองโนซึ่งเป็นเขตอุตสาหกรรมประเภทไฮเทคที่สำคัญ ทั้งนี้ ถ้าดูสัดส่วนของ SMEs ในอุตสาหกรรมต่างๆ ของเวียดนาม จะพบว่าสัดส่วนของผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเน้นการใช้แรงงานมีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด ขณะที่อุตสาหกรรมอื่นๆ เพิ่มขึ้น อาทิ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นถึงราว 30% ต่อปี ผู้ประกอบการ SMEs ไทยอาจอาศัยโอกาสนี้ในการหาพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของของ joint venture กับ SMEs ของเวียดนามหรือผู้ผลิตรายใหญ่ของไทย โดยเข้าไปผลิตในแหล่งนิคมอุตสาหกรรมซึ่งมีคลัสเตอร์ของผู้ผลิตที่มีเครือข่ายผลิตสินค้าเพื่อป้อนให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยเฉพาะบริษัทข้ามชาติที่มีแนวโน้มเข้าไปลงทุนอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งเวียดนามมีการสร้างนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคมารองรับการเติบโตด้วยเห็นได้จากสัดส่วนของนิคมอุตสาหกรรมไฮเทคที่เพิ่มขึ้นจาก 1% เมื่อปี 2000 มาเป็น 8% ของนิคมอุตสาหกรรมทั้งหมดในปี 2010

## 44 อุตสาหกรรมไฮเทค มีแนวโน้มเติบโตสูงในเวียดนาม

สัดส่วนของวิสาหกิจ SMEs ในภาคอุตสาหกรรมของเวียดนาม

หน่วย: %

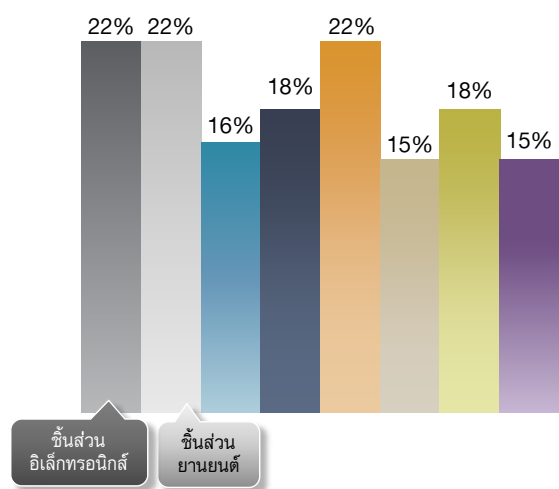
- อาหาร เครื่องดื่ม
- สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม
- เฟอร์นิเจอร์
- ผลิตภัณฑ์ไม้



การขยายตัวของผลผลิตอุตสาหกรรมของเวียดนาม

หน่วย: %CAGR (2000-2010)

- ผลิตภัณฑ์โลหะ
- ผลิตภัณฑ์โลหะ
- อื่นๆ ( อาทิ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และยานยนต์)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ CEIC และ General Statistics Office Of Vietnam

โอกาสการค้าการลงทุนของ SMEs จากการเปิดเสรี AEC ยังมีอีกมาก แต่ภายใต้โอกาสยังมีอุปสรรคสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยต้องให้ความสำคัญก่อนที่จะตัดสินใจเข้าไปทำธุรกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน จากการศึกษาผลสำรวจผู้ประกอบการ SMEs ของกลุ่ม CLMV ที่จัดทำโดย Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA) และ Business Environment and Enterprise Performance Survey ของ World Bank พบว่า ปัญหาและอุปสรรคหลักๆ ที่ผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศเหล่านี้เผชิญค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกับไทย คือ การขาดแคลนแรงงานมีทักษะ ปัญหาขีดความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยี การขาดทักษะในการบริหารจัดการ ความไม่แน่นอนในเรื่องกฎระเบียบการลงทุน ตลอดจนปัญหาในการทำการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถของผู้ประกอบการ SMEs ของไทยกับของกลุ่ม CLMV แล้ว ผู้ประกอบการไทยยังมีความเข้มแข็งกว่ามาก ทั้งคุณภาพสินค้า ทักษะในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การปรับตัวจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนทักษะในการบริหารจัดการที่เหนือกว่า ซึ่งหากผู้ประกอบการ SMEs ไทยประเมินโอกาสและความเสี่ยงในการทำการค้าและการลงทุนอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว ก็น่าจะขยายการค้าการลงทุนไปในกลุ่ม CLMV ซึ่งยังมีจุดเด่นในแง่ของทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ค่าจ้างแรงงานแม้เริ่มปรับสูงขึ้นแต่ยังถูกกว่าไทย อีกทั้งเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศอีกเป็นจำนวนมาก

ในการเลือกพิจารณาแหล่งลงทุน นอกจากการวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดและปัจจัยด้านต้นทุนแล้ว **ปัจจัยสู่ความสำเร็จอีกประการหนึ่งคือ การเลือกประเภทธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของประเทศนั้นๆ** อาทิ กัมพูชาส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร สิ่งทอ เครื่องจักรและอุปกรณ์ และท่องเที่ยว ลาวส่งเสริมการผลิตภาคเกษตร อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก การก่อสร้าง และการท่องเที่ยว เวียดนามส่งเสริมการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีและแรงงานมีฝีมือ รวมถึงการลงทุนด้านก่อสร้างและการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งหากผู้ประกอบการเลือกลงทุนในธุรกิจที่ภาครัฐให้การสนับสนุนแล้ว จะช่วยลดอุปสรรคและทำให้มีโอกาสได้รับสิทธิประโยชน์และผลตอบแทนจากการลงทุนเพิ่มขึ้นอีกด้วย



# กรณีศึกษา: ธุรกิจก่อสร้างหิรัญทรัพย์ และการก่อสร้างของผู้ประกอบการไทยในกัมพูชา

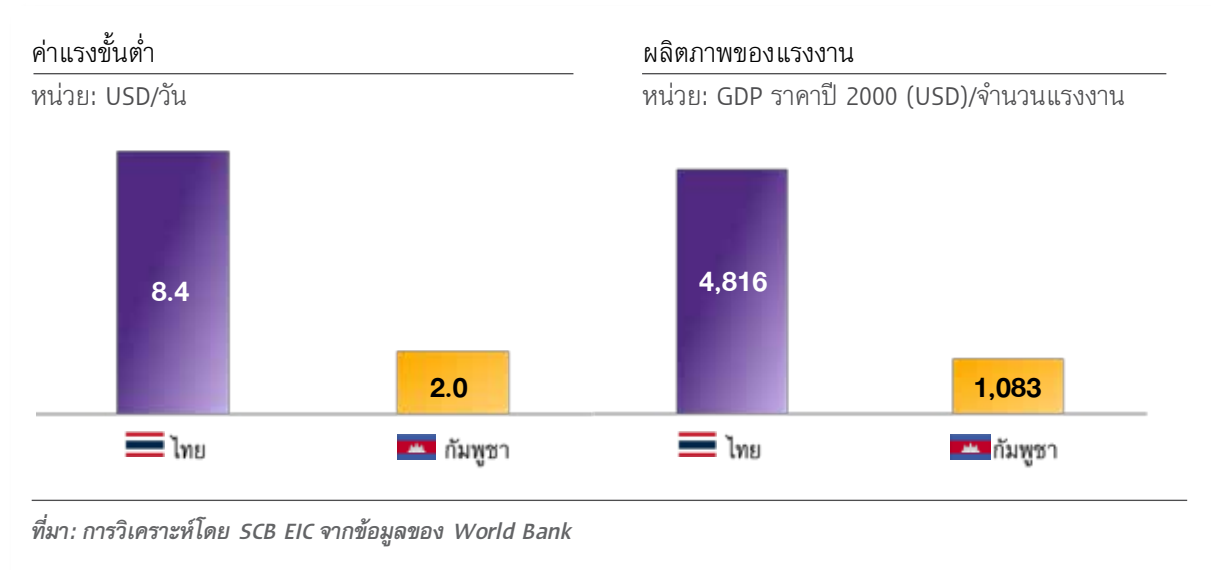
จากการวิเคราะห์ภาพรวมด้านโอกาสในการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในตลาดกลุ่ม CLMV พบว่าธุรกิจบริการก่อสร้างมีการเติบโตสูงและเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทย แต่ยังมีปัจจัยเสี่ยงที่ผู้ประกอบการควรต้องพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน

ธุรกิจก่อสร้างหิรัญทรัพย์และการก่อสร้างก็เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากความชำนาญและประสบการณ์ที่มากกว่าประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ ในกลุ่ม CLMV ซึ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาธุรกิจก่อสร้างหิรัญทรัพย์และการก่อสร้างที่อยู่อาศัยมีการเติบโตที่ดีจากความต้องการที่สูงขึ้น โดยเฉพาะกัมพูชาที่กำลังอยู่ระหว่างการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ ถนน สะพาน ทางรถไฟ ท่าเรือ นิคมอุตสาหกรรม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกสู่ความเป็นเมืองทำให้ธุรกิจก่อสร้างหิรัญทรัพย์และการก่อสร้างเป็นที่ต้องการ จึงเริ่มมีผู้ประกอบการก่อสร้างหิรัญทรัพย์และการก่อสร้างของไทยเข้าไปลงทุนยังกัมพูชามากขึ้น

โอกาสสำหรับ SMEs ในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจก่อสร้างหิรัญทรัพย์ และการก่อสร้างที่กัมพูชาอยู่ที่ตลาดธุรกิจรับเหมาก่อสร้างแบบรับเหมาช่วง (subcontract) เนื่องจาก ฝีมือและมาตรฐานในการทำงานเป็นที่ยอมรับ อย่างไรก็ตาม การรับงานรับเหมาแบบเช่าช่วงในต่างประเทศจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆ อาทิ วัฒนธรรม กฎหมาย สาธารณูปโภค วิธีการดำเนินธุรกิจ และความเสี่ยงอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะ มาตรฐานของต้นทุนที่แท้จริงซึ่งหมายรวมถึงต้นทุนทางตรง และต้นทุนแฝงที่มักทำให้การประกอบธุรกิจ ในกัมพูชาไม่ประสบความสำเร็จดังที่ตั้งเป้าหมายไว้

สิ่งที่ผู้ประกอบการพึงระวังคือ มาตรฐานด้านต้นทุนแรงงาน และค่าจ้างขั้นต่ำ แม้กัมพูชาจะมีค่าจ้างรายวันต่ำกว่าไทยถึง 4 เท่าตัว แต่แรงงานกัมพูชาส่วนใหญ่มีปัญหาด้านผลิตภาพแรงงานซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนแรงงานโดยรวมไม่ได้ลดลง ในความเข้าใจของคนส่วนใหญ่ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่อยู่อาศัยในประเทศไทยถือเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานมาก (labor-intensive industry) และมีต้นทุนแรงงานกว่า 40% ของต้นทุนทั้งหมดนั้นน่าจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลก่อสร้างบ้านด้วยต้นทุนแรงงานที่ต่ำลงในกัมพูชาเนื่องจากมีค่าแรงขั้นต่ำของแรงงานในภาคก่อสร้างอยู่ที่ 2.0 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อวัน ต่ำกว่าค่าแรงขั้นต่ำของไทยที่ 8.5 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อวันกว่า 4 เท่าตัว น่าจะส่งผลให้ต้นทุนการก่อสร้างบ้านในขนาดเดียวกันกับที่ก่อสร้างในไทยต่ำลง แต่ในความเป็นจริงแล้วแรงงานในกัมพูชาส่วนใหญ่ยังคงมีผลิตภาพแรงงาน (productivity) ที่ต่ำกว่าแรงงานไทยถึง 4 เท่าตัว ซึ่งหมายความว่าด้วยจำนวนแรงงานที่เท่ากัน การดำเนินการสร้างบ้านในกัมพูชาจะใช้เวลามากกว่าที่ไทยถึง 4 เท่า และอาจส่งผลทำให้ต้นทุนแรงงานโดยรวมไม่ได้ต่ำกว่าการผลิตในไทย นอกจากนี้ ในกัมพูชาเองยังขาดแคลนแรงงานช่างเฉพาะด้าน อาทิ ช่างไม้ ช่างไฟฟ้าและช่างประปาที่มีความจำเป็นต่อการก่อสร้างอีกมาก

## 45 แม้ค่าแรงขั้นต่ำของกัมพูชาจะต่ำกว่าไทย 4 เท่าตัว แต่ผลิตภาพแรงงานก็ดีกว่าของไทย 4 เท่าตัวเช่นกัน



**ปัญหาด้านผลิตภาพแรงงานยังส่งผลต่อต้นทุนด้านอื่นนอกเหนือจากต้นทุนการผลิต** โดยเฉพาะต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเวลาส่งมอบงานที่ล่าช้าลง หากผู้รับเหมาไทยมีการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์จะทำให้มีต้นทุนดอกเบี้ยที่เกิดจากระยะเวลาการกู้ยืมที่ยาวนานขึ้น ปัญหาผลิตภาพแรงงานของกัมพูชาไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้น ผู้รับเหมาก่อสร้างจึงควรตระหนักถึงภาระต้นทุนโดยรวมที่อาจสูงขึ้น และอาจไม่ได้รับผลผลิตแบบที่ต้องการในเวลาอันเหมาะสม อีกทั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาวิธีในการสื่อสารกับแรงงานซึ่งใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อลดทอนการผิดพลาดในขั้นตอนการทำงานลง

**นอกจากนี้ ยังมีต้นทุนแฝงด้านอื่นที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานและอาจส่งผลต่อต้นทุนรวมของการก่อสร้างบ้านเพิ่มเติม** โดยแบ่งออกเป็น

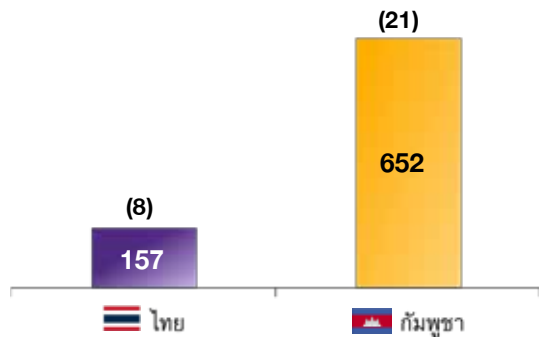
- 1. ต้นทุนแฝงที่กระทบต่อปัจจัยการผลิต<sup>1</sup>** อันได้แก่ ความไม่พร้อมของสาธารณูปโภค และระบบขนส่งของกัมพูชาส่งผลให้ราคาขายวัสดุก่อสร้างซึ่งโดยส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศรวมทั้งไทยมีราคาที่สูงเพราะมีต้นทุนค่าขนส่งอีกทั้งระบบภาษีมูลค่าเพิ่มเข้าก็ยังไม่ได้แบ่งแยกประเภทสินค้าโดยวัสดุก่อสร้างที่นำเข้าจะต้องเสียภาษีร้อยละ 10 ในทันทีโดยไม่สามารถขอคืนได้ในภายหลังได้
- 2. ต้นทุนแฝงที่กระทบต่อกระบวนการทำงาน** ขั้นตอนและกระบวนการที่ยุ่งยาก และซับซ้อนในการขออนุมัติการก่อสร้างของกัมพูชาเองก็เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการก่อสร้าง ยกตัวอย่าง จากรายงาน Doing Business (2012) ของธนาคารโลกพบว่าขั้นตอนการขออนุมัติก่อสร้าง<sup>2</sup> ในกัมพูชามีถึง 21 ขั้นตอน และใช้เวลากว่า 652 วันเมื่อเทียบกับไทยที่มีเพียง 8 ขั้นตอนใช้เวลาทั้งสิ้น 152 วัน ซึ่งกระบวนการที่ยุ่งยากและยาวนานนี้เป็นแรงจูงใจให้เกิดการติดสินบนเจ้าพนักงานเพื่อเร่งขั้นตอนการทำงานให้เร็วขึ้นซึ่งถือเป็นต้นทุนแฝงที่ทำให้ต้นทุนการดำเนินโครงการเพิ่มสูงขึ้น

<sup>1</sup> หมายถึง สภาพการณ์หรือสิ่งแวดล้อมภายในประเทศที่ก่อให้เกิดข้อจำกัดจนกระทบต่อปัจจัยการผลิต ซึ่งในที่นี้รวมถึงความพร้อมด้านสาธารณูปโภค อาทิ ถนนหนทางที่เชื่อมต่อไฮดรอสแตติก การเข้าถึงบริการด้านไฟฟ้า และประปา เป็นต้น

<sup>2</sup> ธนาคารโลกใช้การขออนุญาตก่อสร้างอาคารคลังสินค้าเป็นตัวแทนเพื่อเปรียบเทียบขั้นตอน และ ต้นทุนการขออนุญาตก่อสร้างของกัมพูชาเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยขั้นตอนที่ทำให้เสียเวลาค่อนข้างมากคือ การขออนุมัติก่อสร้างกับหน่วยงานท้องถิ่นซึ่งกินเวลากว่า 365 วัน และการขอดัดตั้งวางระบบประปาและไฟฟ้าที่กินเวลาถึง 42 วัน

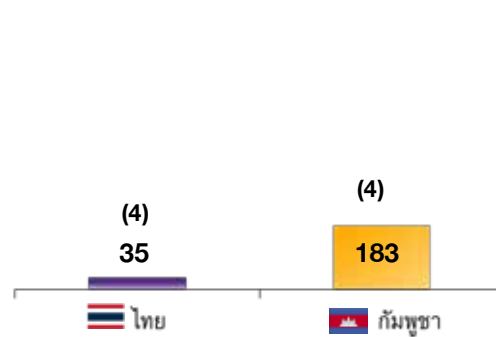
## 46 ต้นทุนแฝงที่เกิดกับพม่ามาจากกระบวนการขออนุมัติที่ซับซ้อน และต้องใช้เวลานาน

จำนวนวันที่ใช้ในการขออนุญาตก่อสร้าง  
หน่วย: วัน



(x) คือ จำนวนขั้นตอนที่ต้องใช้ในการขออนุญาตก่อสร้าง

จำนวนวันของการติดตั้งไฟฟ้าในกัมพูชา  
หน่วย: วัน



(x) คือ จำนวนขั้นตอนที่ต้องใช้ในการขออนุญาต

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ World Bank

นอกจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับการผลิตแล้ว ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม และการเมืองก็เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยควรคำนึงถึงในการเข้าไปลงทุน เช่น ทักษะคนที่หาตรงต่อผู้ประกอบการไทยเนื่องจากสัมพันธภาพระหว่างประเทศ ปัญหาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร กฎหมายลิขสิทธิ์และการบังคับใช้ ระบบภาษีและบัญชีที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงวิธีปฏิบัติในด้านการชำระเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ประเทศกัมพูชาถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างมาก เนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจในรอบ 5 ปีที่ผ่านมาเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 6.5% มีการดึงดูดเม็ดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ แนวโน้มในเชิงบวกที่มีต่อการปฏิรูปเศรษฐกิจของรัฐบาลกัมพูชา น่าจะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีศักยภาพทางด้านตลาดที่กำลังเติบโตเช่นนี้ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาโอกาสเข้าไปลงทุนโดยพิจารณาบริบทโดยรวมที่ส่งผลต่อต้นทุนที่แท้จริงมากกว่าด้านแรงงานราคาถูก

# BOX: จำลองสถานการณ์เปรียบเทียบต้นทุนรวมของการก่อสร้างบ้านมาตรฐาน<sup>1</sup> 1 หลัง

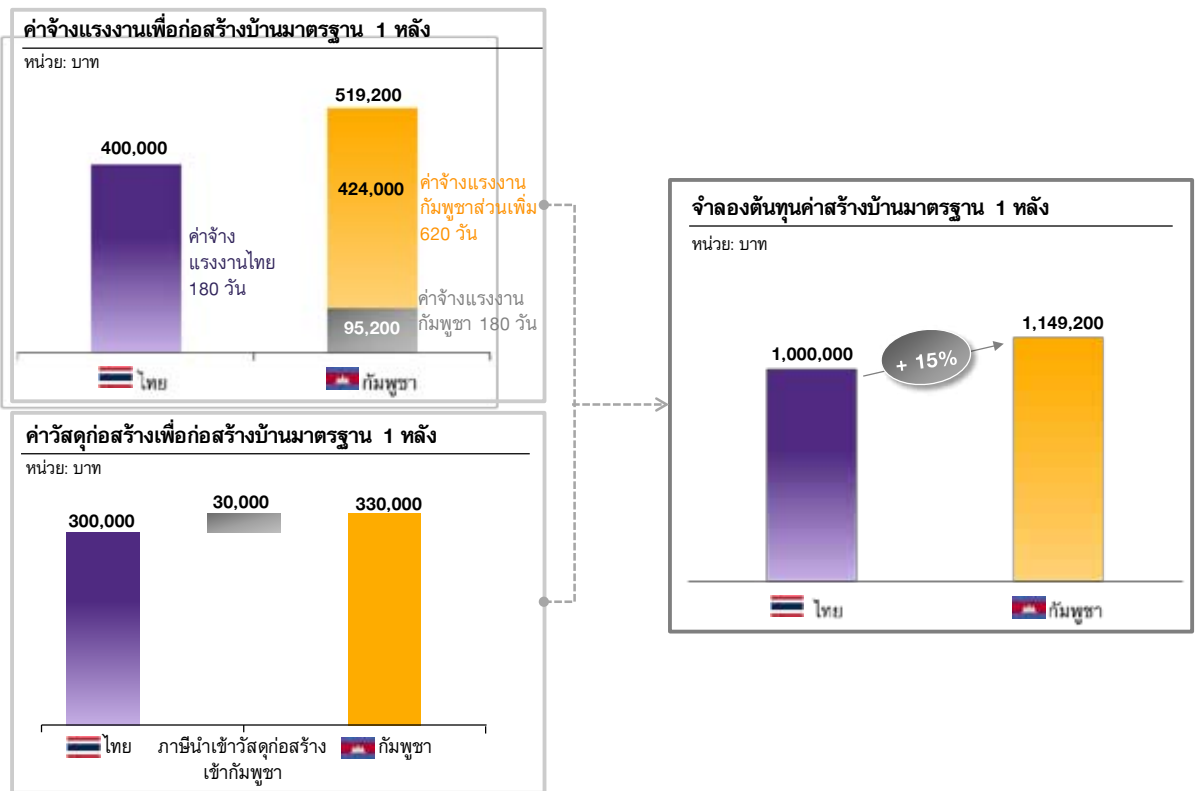
โครงสร้างต้นทุนการผลิตบ้านมาตรฐานของไทย  
ใช้เวลาก่อสร้าง 180 วัน ประกอบไปด้วย

- (1) ค่าจ้างแรงงาน 40%
- (2) ค่าวัสดุก่อสร้าง 30%
- (3) ค่าดำเนินการอื่นๆ 30%

สมมติค่าก่อสร้างบ้านมาตรฐานในไทยมีต้นทุนหลังละ 1,000,000 บาท  
จะเป็นส่วนของค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุก่อสร้าง และค่าดำเนินการอื่นๆ  
400,000 300,000 และ 300,000 บาทตามลำดับ

หากดำเนินการสร้างบ้านมาตรฐานคุณภาพเดียวกันที่กัมพูชาโดยใช้แรงงานกัมพูชาทั้งหมดผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างบ้านอาจต้องเผชิญกับต้นทุนที่สูงกว่าการสร้างบ้านในไทยถึง 15% โดยกว่า 80% ของต้นทุนส่วนเพิ่มมาจากต้นทุนค่าจ้างแรงงาน

## 47 ต้นทุนค่าก่อสร้างบ้านในกัมพูชาอาจสูงกว่าไทยแม้ว่าค่าจ้างแรงงานจะต่ำกว่า



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

<sup>1</sup> บ้านมาตรฐานหมายถึงแบบบ้านที่ทางศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ใช้ในการคำนวณต้นทุนค่าก่อสร้างบ้าน โดยใช้แบบบ้านของกรมโยธิการเป็นบ้าน 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 169 ตารางเมตร ในขนาดที่ดิน 64 ตารางวา โดยไม่รวมราคาที่ดินและใช้เวลาในการก่อสร้าง 180 วัน

ด้วยระยะเวลาการก่อสร้างบ้านมาตรฐาน 1 หลังจำนวน 180 วันในไทยผู้รับเหมาจะมีต้นทุนค่าจ้างแรงงานจำนวน 400,000 บาท ในขณะที่จ้างแรงงานในกัมพูชาด้วยระยะเวลาเท่ากันจะมีค่าจ้างแรงงานเพียง 95,200 บาท เนื่องจากค่าจ้างแรงงานในกัมพูชาจะต่ำกว่าไทยมากกว่า 4 เท่าตัวอย่างไรก็ตาม ด้วยผลผลิตภาพแรงงานที่ต่ำกว่าแรงงานไทยถึง 4 เท่าตัวเช่นกัน อาจทำให้การก่อสร้างบ้านแบบเดียวกันต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นถึง 800 วัน<sup>2</sup> ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนค่าจ้างแรงงานทั้งหมดมากกว่าไทย และด้วยความล่าช้าของโครงการผู้ประกอบการที่มีต้นทุนทางการเงินจากการกู้ยืมควรพิจารณาถึงต้นทุนทางการเงินจากดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายอีกทางหนึ่งด้วย

อีกทั้ง กัมพูชายังไม่สามารถผลิตวัสดุสำคัญที่ใช้ในการก่อสร้าง อาทิ เหล็ก คอนกรีต และซีเมนต์ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ในขณะที่ระบบภาษีอากรขาเข้าของสินค้าจากต่างประเทศจะถูกเรียกเก็บร้อยละ 10 ในทุกประเภทสินค้าจะไม่สามารถยื่นคำขอคืนภาษีได้ส่งผลทำให้ต้นทุนวัตถุดิบแพงขึ้นทันที

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับต้นทุนดำเนินการอื่นๆ ที่สูงเนื่องจากความไม่พร้อมด้านสาธารณูปโภค อาทิ ค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้าและอื่น ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการก่อสร้างโดยรวมอาจสูงกว่าการก่อสร้างในประเทศไทยก็เป็นได้

<sup>2</sup> เนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูลรายอุตสาหกรรมของกัมพูชาทำให้ในการคำนวณนี้ใช้ตัวเลขผลผลิตภาพที่คำนวณจากผลผลิตภาพโดยรวม มิได้เป็นผลผลิตภาพรายอุตสาหกรรมก่อสร้างโดยเปรียบเทียบที่อาจมีความแตกต่างกันมากหรือน้อยกว่า 4 เท่าตัวก็เป็นได้

# BOX: มาตรการผ่อนคลายเงินทุนเคลื่อนย้าย ของธนาคารแห่งประเทศไทย

มาตรการด้านเงินทุนเคลื่อนย้ายเป็นหนึ่งในมาตรการที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องทำความเข้าใจก่อนการไปลงทุนต่างประเทศ ซึ่งล่าสุดธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ออกมาตรการผ่อนคลายด้านการลงทุนในต่างประเทศ ในช่วงปี 2012-2013 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ สนับสนุนการกระจายความเสี่ยงในการลงทุน รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดเสรี AEC ที่กำลังจะมาถึง

## 48 มาตรการผ่อนคลายเงินทุนเคลื่อนย้ายน่าจะช่วยเปิดทางให้ SMEs ไปลงทุนต่างประเทศได้สะดวกมากขึ้น

	มาตรการใหม่	มาตรการเดิม
การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ	ผ่อนคลายให้บุคคลธรรมดา รวมถึง SMEs สามารถลงทุนโดยตรงในต่างประเทศได้ไม่จำกัดวงเงิน	บุคคลธรรมดาลงทุนได้ไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี และนิติบุคคลสามารถลงทุนโดยตรงในต่างประเทศได้เสรี ไม่จำกัดจำนวนตั้งแต่ปี 2010
การลงทุนในหลักทรัพย์ในต่างประเทศ	เพิ่มประเภทผู้ลงทุนสถาบันประเภทที่ 9 คือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และไม่จำกัดวงเงินผู้ลงทุนต่อราย และเพิ่มประเภทตราสารที่ผู้ลงทุนประเภทสถาบันสามารถลงทุนได้ โดยให้รวมถึงตราสารสกุลเงินตราต่างประเทศที่ออกและเสนอขายในไทย	อนุญาตให้ผู้ลงทุนสถาบันเพียง 8 ประเภท อาทิ กองทุนของรัฐ บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทประกันชีวิต บริษัทขนาดใหญ่ และกำหนดวงเงินยอดคงค้างการลงทุนสูงสุดไม่เกิน 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี
บัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ	อนุญาตให้บุคคลในประเทศฝากเงินตราต่างประเทศกับสถาบันการเงินในประเทศแบบมีภาระผูกพันได้ไม่จำกัดวงเงินและระยะเวลา	กำหนดวงเงินและระยะเวลาในการฝากเงินตราต่างประเทศในบัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศในไทย (บุคคลธรรมดา 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี และบริษัท 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี)
การบริหารความเสี่ยง	อนุญาตให้บุคคลในประเทศที่ได้ทำธุรกรรมป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน สำหรับเงินลงทุนในต่างประเทศ สามารถยกเลิกการป้องกันความเสี่ยง (unwind hedging) ได้เสรี	ในการยกเลิกการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนจากการลงทุนได้ตามกรณีที่กำหนดเท่านั้น โดยต้องขออนุญาตจาก ธปท.เป็นรายกรณีไป
อื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผ่อนคลายคุณสมบัติและขยายวงเงินในการประกอบธุรกิจ money changer/ money transfer agent เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการให้บริการแลกเปลี่ยนและโอนเงินตราต่างประเทศ</li> <li>ผ่อนคลายการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับเงินบาทของผู้มีถิ่นที่อยู่ต่างประเทศ (nonresident NR) เช่น ขยายวงเงินที่สถาบันการเงินในประเทศปล่อยสภาพคล่อง/กู้ยืมเงินบาทกับ NR แบบไม่มีการค้าการลงทุน (underlying) รองรับเป็น 500 ล้านบาทต่อกลุ่ม NR ต่อสถาบันการเงิน และอนุญาตให้สถาบันการเงินในประเทศปล่อยกู้เงินบาท (direct loan) ให้แก่ NR เพื่อการค้าการลงทุนในประเทศได้</li> </ul>	

ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย

มาตรการผ่อนคลายเงินทุนดังกล่าวคาดว่าจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำเงินออกนอกประเทศได้สะดวกมากขึ้น ทำให้มีความยืดหยุ่นในการบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน และเป็นการสร้างโอกาสในการขยายตลาดและฐานการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

# 8 บทสรุป ของ SMEs

SMEs จะเป็นกลุ่มหลักที่ต้องเผชิญกับความท้าทายที่จะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด ทั้งนี้ในระยะกลางถึงระยะยาว การขึ้นค่าแรงอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อโครงสร้างธุรกิจไทยอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยภาระค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นจากทั้งการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำโดยตรงและผลทางอ้อมที่เกิดจากการส่งผ่านภาระต้นทุน หรือเกิดจากการที่จำเป็นต้องขึ้นค่าแรงให้แก่แรงงานในระดับอื่นๆ เป็นขั้นบันไดต่อไปเหล่านี้ อาจจะทำให้ขึ้นส่งผลกระทบต่อ SMEs ประสบปัญหาขาดทุนจนต้องปิดกิจการ โดยเฉพาะ SMEs ที่เป็นกลุ่มรับจ้างผลิตซึ่งพึ่งแรงงานเป็นหลัก นอกจากนี้ ธุรกิจ SMEs มีแนวทางปรับตัวได้ไม่มากนัก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการย้ายฐานการผลิตหรือธุรกิจไปยังต่างประเทศเพื่อขยายตลาดและเพิ่มยอดขายมาชดเชย หรือการยกระดับไปสู่การใช้เครื่องมือเครื่องจักรมากขึ้นนั้น สำหรับ SMEs ค่อนข้างทำได้ยาก ซึ่งสุดท้ายอาจนำไปสู่การรวมตัวระหว่างกิจการในห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น

สำหรับธุรกิจ SMEs ที่มีอัตรากำไรไม่สูงนักและใช้แรงงานค่อนข้างเยอะเพราะอาจจะมีเงินลงทุนไม่มากพอที่จะใช้เครื่องจักรเครื่องมือในสัดส่วนมากนัก การปรับตัวให้ทันกับการขึ้นค่าแรงขั้นต้นนั้น จึงส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของ SMEs โดยธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตจะใช้แรงงานมีสัดส่วนถึงราว 40% ซึ่งทั้งหมดมักจะเป็นแรงงานไม่มีทักษะโดยทำหน้าที่รับวัตถุดิบมาประกอบเป็นชิ้นส่วนต่างๆ เพื่อส่งต่อไปยังผู้ผลิตขั้นสูงกว่าในห่วงโซ่อุปทานต่อไป ปัจจัยแรงงานราคาถูกจึงเป็นปัจจัยสำคัญและถือเป็นข้อได้เปรียบสำหรับ SMEs ของไทยมาโดยตลอด การปรับขึ้นอัตราค่าแรงขั้นต่ำจึงส่งผลกระทบต่อ SMEs มาก เพราะค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ของ SMEs ก็มักจะเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ยากอยู่แล้ว โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน เช่น ค่าน้ำมันและค่าไฟฟ้า เป็นต้น รวมไปถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ SMEs ไม่ได้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากมีขนาดของธุรกิจที่เล็ก ดังนั้น เมื่อต้องเผชิญการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านแรงงานก็ย่อมส่งผลกระทบต่อ SMEs ส่วนหนึ่งประสบภาวะขาดทุนจากการดำเนินธุรกิจหากไม่สามารถปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วทั้ง

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ SMEs มีความสำคัญในฐานะที่เป็นผู้ผลิตต้นน้ำในหลายอุตสาหกรรมจึงมีแนวโน้มถูกควมรวมกิจการโดยอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ไปมากกว่าการปล่อยให้ปิดกิจการไป โดยเฉพาะการผลิตชิ้นส่วนขนาดเล็ก ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญส่งต่อให้กับอุตสาหกรรมการผลิตขนาดใหญ่ หากไม่มีกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ก็จะกระทบต่อทั้งห่วงโซ่อุปทานได้ หาก SMEs ประสบปัญหาด้านการเงินจนไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในขั้นต่อไปของห่วงโซ่อุปทานต้องเข้ามาช่วยเหลือหรือต้องเข้ามาดำเนินการผลิตเองเพื่อให้ทั้งห่วงโซ่อุปทานการผลิตจนถึงสินค้าขั้นปลายดำเนินการต่อไปได้ โดยเฉพาะสำหรับภาคการผลิตสินค้าที่ต้องอาศัยห่วงโซ่อุปทานที่เหนียวแน่น ยกตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ที่ต้องใช้ชิ้นส่วนจำนวนมากนั้น จำเป็นต้องวางแผนการผลิตและจัดหาผู้ผลิต (supplier) ไว้ล่วงหน้าสำหรับทุกชิ้นส่วน ความอยู่รอดของ SMEs ที่ผลิตชิ้นส่วนเล็กๆ ในฐานะอุตสาหกรรมต้นน้ำจึงมีความสำคัญที่อาจจะส่งผลให้การผลิตรถยนต์ชะงักได้ จึงคาดว่าอุตสาหกรรมขั้นถัดไปอาจจะเริ่มเข้ามาดำเนินการโดยควมรวมกิจการเข้ามาได้ โดยเฉพาะกรณีที่ชิ้นส่วนขั้นต้นดังกล่าวยังจำเป็นต้องใช้จากในประเทศ เป็นต้น

หรืออีกกรณีหนึ่งคือต้องเพิ่มขนาดของ SMEs ให้ใหญ่ขึ้น ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในรูปแบบของการถูกควมรวมจากกิจการรายใหญ่กว่า ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดและการยกระดับไปสู่การใช้เทคโนโลยี เครื่องมือเครื่องจักรในกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานมากขึ้น ซึ่งในกรณีนี้ อาจรวมถึงการเพิ่มปริมาณยอดขายในภาวะที่อัตรากำไรบางลงจากค่าใช้จ่ายด้านค่าแรงที่สูงขึ้น อีกทั้งการที่ธุรกิจมีขนาดใหญ่ขึ้นเป็นการเพิ่มศักยภาพการลงทุนในเครื่องมือเครื่องจักรที่มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มผลิตภาพของแรงงาน (labor productivity) ได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม อีกกรณีหนึ่งที่อาจจะเกิดขึ้นได้คือกิจการที่ธุรกิจที่มีขนาดเล็กมากอาจจะต้องปิดกิจการและเสียตลาดให้กับธุรกิจรายที่ใหญ่กว่าไปหมดซึ่งไม่ได้มีแค่เฉพาะธุรกิจไทยเท่านั้น แต่ยังมีแนวโน้มต้องเผชิญกับกลุ่มทุนจากต่างชาติที่จะเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเข้าสู่ AEC ที่จะเปิดโอกาสการลงทุนมากเป็นพิเศษให้กับนักลงทุนจากประเทศในอาเซียนด้วยกัน

นอกจากนี้ เมื่อปัจจัยค่าแรงไม่มีความแตกต่างกันแล้ว ก็ยังเกิดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม จากเดิมที่ธุรกิจพยายามขยายโรงงานผลิตไปยังแหล่งที่แรงงานถูกกว่า โดยปกติแล้วอุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องใช้แรงงานมากโดยเฉพาะแรงงานไม่มีทักษะ จะมีแนวโน้มขยายฐานการผลิตไปสู่แหล่งที่มีแรงงานถูก ทำนองเดียวกับการไปตั้งโรงงานในแหล่งที่มีวัตถุดิบที่จำเป็นในการผลิต แม้จะต้องเสียเปรียบในเรื่องค่าขนส่งและปัญหาโครงสร้างพื้นฐานอยู่บ้าง การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำให้เท่ากันทั่วประเทศจึงส่งผลกระทบต่อการกระจายตัวของโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งคาดว่าจะเห็นการขยายตัวของโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่เดิมๆ หรือตามหัวเมืองต่างๆ มากขึ้น

**อีกทั้งอำนาจต่อรองจะกลายเป็นของแรงงานโดยเฉพาะแรงงานไม่มีทักษะซึ่งอยู่ในภาวะขาดแคลนสูงและมีแนวโน้มจะเลือกไปทำงานในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีสภาพการทำงานดีกว่า** โรงงานที่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มักเรียกกันว่า 4D คือ Dirty (งานสกปรก), Dangerous (งานอันตราย), Difficult (งานยาก) และ Demeaning (งานไร้เกียรติ) ก็ยังหาแรงงานยากขึ้นไปอีกจากที่แรงงานมีการขาดแคลนทั้งระบบอยู่แล้ว เช่น อุตสาหกรรมฟอกย้อม ซึ่งโรงงานจะมีปัญหาเรื่องฝุ่นและเสียง เป็นต้น ส่งผลให้แรงงานส่วนใหญ่หันไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมประเภทอื่นที่มีมลภาวะน้อยกว่า เช่น โรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

**ปัญหาขาดแคลนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจึงมีแนวโน้มจะยิ่งรุนแรงขึ้น เพราะจะยิ่งเกิดการแย่งชิงแรงงานในพื้นที่ใกล้เคียงกัน** อุตสาหกรรมการผลิตเผชิญปัญหาขาดแคลนแรงงานไม่มีทักษะมาระยะหนึ่งอยู่แล้วซึ่งเป็นสาเหตุจากแรงงานกลุ่มดังกล่าวย้ายกลับไปทำงานในภาคเกษตรมากขึ้น (ไม่นับรวมการย้ายกลับตามฤดูกาลเก็บเกี่ยว) โดยแรงจูงใจหลักมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของราคาสินค้าเกษตร หนึ่งในตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือราคาที่เพิ่มขึ้นและพื้นที่เพาะปลูกที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วของยางพารา ประกอบกับความได้เปรียบเสียเปรียบในเรื่องของสภาพการทำงานในโรงงานที่บางอุตสาหกรรมอาจจะได้เปรียบกว่า จึงคาดการณ์ได้ว่าทุกอุตสาหกรรมจะพยายามหาแรงจูงใจที่แตกต่างและหลากหลายมากขึ้นเพื่อดึงดูดแรงงาน ซึ่งที่ผ่านมา ก็เห็นแรงจูงใจในรูปแบบของค่าจ้างที่สูงกว่า การเพิ่มสวัสดิการ ค่าล่วงเวลา เป็นต้น แต่การขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำก็ส่งผลให้การสร้างแรงจูงใจในเรื่องผลตอบแทนให้แตกต่างกันนั้น ทำได้ยากมากขึ้น การปรับปรุงสภาพการทำงานอาจจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการใช้ดึงดูดแรงงานในภาวะที่ขาดแคลนอยู่ในปัจจุบันนี้

**เมื่อ SMEs มีการปรับตัวอย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลต่อการเพิ่มผลิตภาพแรงงานของไทยในอนาคต และเป็นปัจจัยผลักดันให้ไทยหลุดพ้นจาก middle-income trap อย่างไรก็ดีตาม การที่จะให้ SMEs เพิ่มผลิตภาพแรงงานอย่างรวดเร็วกว่า 75% ตามการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำสองรอบภายในปีเดียวนั้นคงเป็นไปได้ยาก ในระยะสั้น ภาครัฐจึงควรให้ความช่วยเหลือระดับประคอง SMEs ในการปรับตัว** ความช่วยเหลือภาครัฐอาจเกิดขึ้นได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งในด้านการพัฒนาขีดความสามารถของแรงงาน เช่น การให้เงินทุนสนับสนุนการพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อเพิ่มผลิตภาพและให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน รวมถึงการสนับสนุนเงินทุนเพิ่มโอกาสให้แรงงานไทยเรียนภาษาต่างชาติมากขึ้นเพื่อพร้อมรับการเข้า AEC หรือการให้ความช่วยเหลือในด้านการสนับสนุนการปรับโครงสร้าง SMEs เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสทางรายได้ เช่น การจัดทำโครงการ business matching ระหว่าง SMEs และการเป็นที่ปรึกษาด้านการเพิ่มผลผลิต หรือการให้ความช่วยเหลือในรูปแบบมาตรการเยียวยาในระยะสั้น ซึ่งผู้ประกอบการมีความเห็นว่าน่าจะช่วยเหลือได้ในเบื้องต้น เช่น มาตรการด้านการนำต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการขึ้นค่าแรงมาหักลดภาษี หรือการลดสัดส่วนเงินสนับสนุนกองทุนประกันสังคมที่ผู้ประกอบการต้องรับภาระ หรือการริเริ่มโครงการฟื้นฟูผู้ประกอบการ (rehabilitation program) ที่คล้ายคลึงกับโครงการในประเทศสหรัฐฯ ที่มีการคุ้มครองธุรกิจขนาดเล็ก และส่งเสริมการทำสัญญาธุรกิจกับรัฐบาล เป็นต้น



---

เมื่อการปรับตัวต่อต้นทุนแรงงานกลายเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้แล้ว การขยายรายได้ดูจะเป็นอีกทางออกที่ต้องพยายามปรับเปลี่ยนโดยเฉพาะการอาศัยช่องทางที่มีศักยภาพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการค้าชายแดน ซึ่งมีอัตราการขยายตัวสูงราว 12% ต่อปี ทั้งๆ ที่การค้าระหว่างประเทศอื่นๆ เติบโตได้เพียง 8% ต่อปี การจับกระแสการตลาดและการบริโภคต่างๆ เช่น การทำการตลาดด้วยช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้นทุนดำเนินการต่ำแต่เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นวงกว้าง การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม กระแสการดูแลสุขภาพและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น **รวมไปถึงการบุกตลาดในเวที AEC** ที่การค้าระหว่างกันจะสะดวกสบายมากขึ้นทั้งในเรื่องของภาษีและกระบวนการต่างๆ โดยเฉพาะการค้ากับกลุ่ม CLMV ที่มีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ประชากรค่อนข้างสูง ทั้งนี้ บางส่วนก็คงต้องอาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐในการสนับสนุน SMEs เช่น การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในเวที AEC เป็นต้น

**SMEs คงไม่สามารถรอแต่ความช่วยเหลือเพียงอย่างเดียว แนวคิดการปรับตัวในเชิงรับคงไม่พ้นการพยายามลดต้นทุนในด้านต่างๆ แต่ทั้งนี้ SMEs ควรต้องปรับตัวเชิงรุกไปพร้อมๆ กัน** การปรับตัวเชิงรุกของ SMEs สามารถเลือกเน้นที่จะสร้างความเข้มแข็งและแบรนด์ของสินค้าหรือบริการ หรืออาจพยายามรวมกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นคลัสเตอร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและอำนาจต่อรอง นอกจากนี้ การมองหา partner หรือลูกค้าในอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตเพื่อขยายธุรกิจไปพร้อมกัน หรือการเปลี่ยน business model เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ก็เป็นแนวทางในการปรับตัวที่เหมาะสมในภาวะที่ปัญหาแรงงานและต้นทุนกลายเป็นปัญหาสำคัญที่ยากจะหลีกเลี่ยงได้

## คณะผู้จัดทำ



**ดร. สุทธากา อมรวิวัฒน์**  
**Chief Economist**  
และผู้อำนวยการใหญ่

ดร. สุทธากา ร่วมงานกับธนาคารไทยพาณิชย์มาตั้งแต่ปี 2553 ปัจจุบัน ดำรงตำแหน่ง Chief Economist และผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ รับผิดชอบบริหาร ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC) โดยก่อนหน้านั้น ดร. สุทธากา ได้ดูแลสายงานในกลุ่มบริหารความเสี่ยงมาก่อน ทั้งนี้ ก่อนร่วมงานในแวดวงธนาคาร ดร. สุทธากา มีประสบการณ์ทำงานในต่างประเทศ ทั้งภาคองค์กรระหว่างประเทศและภาคเอกชนชั้นนำ ได้แก่ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF), ธนาคาร ING, บริษัทที่ปรึกษา Booz, Allen, Hamilton นอกจากนี้ ยังเคยดำรงตำแหน่งระดับผู้อำนวยการส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาคของสำนักงานเศรษฐกิจการคลังกระทรวงการคลัง อีกด้วย

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



**ธีรินทร์ รัตนกุลไฉวงค์**  
ผู้จัดการกลยุทธ์กลุ่มธุรกิจ

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

ธีรินทร์สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับหนึ่งเหรียญทอง) สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางการบัญชี จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ จาก Kellogg School of Management, Northwestern University



**ปราณิดา ศยามานนท์**  
นักวิเคราะห์อาวุโส  
สาขา : ค่าปลัก อีลิกทรอนิกส์

ปราณิดามีประสบการณ์ทำงานด้านการวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาคและนโยบายการเงินรวมถึงวิเคราะห์เศรษฐกิจต่างประเทศตลอดจนงานวิเคราะห์วิจัยเกี่ยวกับภาวะธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากกว่า 10 ปี โดยก่อนหน้านี้นี้เคยร่วมงานกับธนาคาร แห่งประเทศไทย ในส่วนของทีมวิเคราะห์นโยบายการเงินและทีมวิเคราะห์เศรษฐกิจต่างประเทศ สายนโยบายการเงิน เป็นเวลา 7 ปี

ปราณิดา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยม) สาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่าง ประเทศ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ จาก University of Texas at Arlington

# คณะผู้จัดทำ



**โชติกา ชุ่มมี**  
นักวิเคราะห์อาวุโส  
สาขา : การเกษตร อาหารและเครื่องดื่ม

โชติกา เริ่มงานที่ธนาคารไทยพาณิชย์ในปี 2551 โดยก่อนหน้านั้นเคยร่วมงานกับธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นระยะเวลา 10 ปี มีประสบการณ์ทำงานด้านการวิเคราะห์เศรษฐกิจ และการเงินระดับมหภาคทั้งของไทยและต่างประเทศและด้านนโยบายการเงิน รวมทั้งมีประสบการณ์ด้านการพัฒนาธุรกิจ และการบริหารโครงการกับองค์กรภาคเอกชนชั้นนำของไทย

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



**ทัชชวณ หอมจำปา**  
นักวิเคราะห์อาวุโส  
สาขา : ไฟฟ้า สื่อสารและโทรคมนาคม

ทัชชวณ มีประสบการณ์การทำงานในแผนก Investment Banking ที่ J.P.Morgan ประเทศสิงคโปร์ โดยให้คำปรึกษา แก่บริษัทขนาดใหญ่ในอาเซียนในด้าน การระดมเงินทุนจาก ตลาดตราสารทุน เริ่มงานกับธนาคารไทยพาณิชย์ในปี 2553 ในหน่วยงานวิเคราะห์ความเสี่ยงสินเชื่อ โดยดูแลความเสี่ยงภาพ รวมระดับ Portfolio และระดับอุตสาหกรรมให้แก่ธนาคาร

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



**วิธาน เจริญพล**  
นักวิเคราะห์อาวุโส  
สาขา : ท่องเที่ยว บริการ และยานยนต์

วิธาน มีประสบการณ์วิจัยเชิงนโยบายและกลยุทธ์กว่า 7 ปี โดยเคยร่วมงานกับสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ในการจัดทำแบบจำลองทางด้านรอบและการจัดสรรงบประมาณและศึกษาวิเคราะห์นโยบายการคลังอื่น ๆ อีกทั้งยังเคยร่วมงานกับฝ่ายวิจัยและข้อมูลสารสนเทศ และฝ่าย พัฒนากลยุทธ์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธานจบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยม) สาขาเศรษฐศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



**ดร. ศิวาลัย ปันระชนะ**  
นักวิเคราะห์อาวุโส  
สาขา : ปีโตรเลียมและพลังงาน  
ขนส่งและโครงสร้างพื้นฐาน

ดร. ศิวาลัย มีประสบการณ์ทำงานวิจัยและวิเคราะห์นโยบาย เศรษฐกิจ การเงิน การคลัง และโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งจาก กระทรวงการคลัง สภาพัฒน์ และกรมทางหลวง เคยเป็นคณะที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม มีความสนใจงานวิจัยเรื่อง ผู้ประกอบการและความเสี่ยงในตลาดเงิน

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



**อมรรัตน์ กรติโสภณ**  
นักวิเคราะห์อาวุโส  
สาขา : อสังหาริมทรัพย์

อมรรัตน์ ร่วมงานกับธนาคารไทยพาณิชย์ครั้งแรกในกลุ่ม งานบริหารความเสี่ยง ก่อนหน้านั้นมีประสบการณ์งานวิจัยเชิงนโยบาย และกลยุทธ์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเริ่มงานวิจัยกับภาครัฐที่สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลังและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หลังจากนั้นเข้าทำงานในภาคเอกชนตลาดทุน โดยรับผิดชอบหน้าที่ผู้จัดการสายงานพัฒนาการลงทุนที่บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงศรีอยุธยา

อมรรัตน์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยม) และปริญญาโทสาขา เศรษฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

## คณะผู้จัดทำ



**กวีพล พันธุ์พิง**

นักวิเคราะห์

สาขา : ยานยนต์ อาหารและเครื่องดื่ม

กวีพล มีประสบการณ์วิจัยเชิงนโยบาย โดยเคยร่วมงานกับ มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ในฐานะนักวิจัยในการจัดทำแบบจำลองทางเศรษฐกิจ เพื่อใช้ในการศึกษาวิเคราะห์นโยบายการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งยังมีประสบการณ์การทำงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงิน

กวีพล จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยม) สาขาเศรษฐศาสตร์ปริมาณวิเคราะห์ (หลักสูตรภาษาอังกฤษ) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยระหว่างที่ศึกษาอยู่ที่จุฬาฯ กวีพล เคยเป็นนักเรียนแลกเปลี่ยนที่ประเทศฝรั่งเศส และเคยไปเรียนภาคฤดูร้อนทางด้านเศรษฐมิติ และการลงทุน ที่ University of California, Berkeley ประเทศสหรัฐอเมริกา



**เกียรติศักดิ์ คำสี**

นักวิเคราะห์

สาขา : การเกษตร อาหารและเครื่องดื่ม

เกียรติศักดิ์ มีประสบการณ์ทำงาน เป็นผู้ช่วยวิจัยให้แก่นักวิจัย จากสถาบันพัฒนาเศรษฐกิจ (IDE-JATRO)

เกียรติศักดิ์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์ (เกียรตินิยม) จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



**ลลิตา เรียงประสิทธิ์**

นักวิเคราะห์

สาขา : วัสดุก่อสร้าง ก่อเกี่ยว

ลลิตา มีประสบการณ์ทำงานเป็น Consumer Research Executive ให้กับ Nielsen และผ่านการฝึกงานที่ธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ลลิตา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) สาขาเศรษฐศาสตร์ หลักสูตรนานาชาติ (EBA) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และระดับปริญญาโท สาขา Applied Economics จาก University of Michigan



**นัฐชยา อรัศวีชานันท์**

นักวิเคราะห์

สาขา : ค่าปลัก อิเล็กทรอนิกส์

นัฐชยา มีประสบการณ์ทำงานเป็น Audit Assistant ให้กับ PricewaterhouseCoopers (PWC)

นัฐชยา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) สาขาบัญชี จากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี หลักสูตรนานาชาติ (BBA) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

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

## ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

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

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

### Macroeconomics

เกษมสุข ทักษาดิพงษ์  
kasemsook.thaksadipong@scb.co.th

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

ธนกร ลิ้มวิทย์ธราดล  
tanakorn.limvittaradol@scb.co.th

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

โสภณ วิจิตรเมธวานิชย์  
sophon.vijitmethavanich@scb.co.th

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

### Knowledge Management & Networking

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

นภัทร ศรีจามร  
napat.srichamorn@scb.co.th

วนิษา นาทีสุวรรณ  
wanitcha.nateesuwan@scb.co.th

วิภาสรา อาภาสกุลเดบ  
vipasara.arpaskundait@scb.co.th

อัจฉรา กลิ่นปรากฏ  
atchara.glinprakod@scb.co.th

### Sectorial Research

ธีรินทร์ รัตนกัญญ์วงษ์  
ผู้จัดการกลยุทธ์กลุ่มธุรกิจ  
teerin.ratanapinyowong@scb.co.th

กวีพล พันธุ์เพ็ง  
kaweepl.panpheng@scb.co.th

เกียรติศักดิ์ คำสี  
kaittisak.kumse@scb.co.th

จักรมนต์ นิติพน  
chakramon.nitibhon@scb.co.th

จตุรนต์ อ่ำไผ่  
jaturon.umpai@scb.co.th

ชนิตา สุวรรณ:  
chanita.suwanna@scb.co.th

โชติกา ชุ่มมี  
chotika.chummee@scb.co.th

ณัฐชยา อารักษ์วิชานันท์  
nutchaya.arakvichanun@scb.co.th

กัมขวัณ หอมจำปา  
tubkwan.homchampa@scb.co.th

ปราณิดา ศยามานนท์  
pranida.syamananda@scb.co.th

ลลิตา ธียรสปริสดี  
lalita.thienprasiddhi@scb.co.th

วิธาน เจริญพล  
vithan.charoenphon@scb.co.th

ดร. ศิวาสัย ชันระฆอน:  
sivalai.khantachavana@scb.co.th

อมรรัตน์ กริตโสภณ  
amornrat.kritsophon@scb.co.th

อลิษา แท้มประเสริฐ  
alisa.tamprasirt@scb.co.th





