

สนค. สนับสนุนนโยบายรัฐบาล หลังตัวเลขการส่งออก Firm Level ชี้ไทยควรส่งเสริมธุรกิจ SMEs ควบคู่กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์รองรับการเป็นฐานการผลิตระดับโลกของธุรกิจชาวต่างชาติ

สนค. เผยข้อมูลการศึกษาตัวเลขการส่งออกระดับรายธุรกิจ (Firm-Level) ของรายการสินค้า 50 อันดับแรก ที่มีสัดส่วน 89.5% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกไทย โดยเฉพาะ SMEs ยังต้องได้รับการส่งเสริมด้านการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันจากภาครัฐอีกมาก เนื่องจากตัวเลขการส่งออกสะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจ SMEs มีส่วนร่วมในภาคการส่งออกไทยค่อนข้างน้อย และเพื่อให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่ยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดไว้จะต้องผลักดันการส่งออกเพิ่มขึ้นอีก 2.8 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่การส่งเสริมธุรกิจของชาวต่างชาติ เพื่อยกระดับภาคการส่งออก ภาครัฐควรมุ่งเน้นไปที่นโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อป้อนแรงงานมีทักษะ ขั้นสูงเข้าสู่ภาคการผลิตอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่กลายเป็นปัจจัยดึงดูดการลงทุนสำคัญ และเพื่อให้ไทย ยังคงรักษาการเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของโลกไว้ได้

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยข้อมูลการส่งออกของรายการสินค้า 50 อันดับแรกของไทยที่มีสัดส่วน 89.5% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด (มูลค่า 257,198 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดย สนค. ได้วิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกไปยังรายสัญชาติและขนาดของธุรกิจ (S M L) ประกอบด้วยธุรกิจ 3 ประเภทสำคัญ ได้แก่ ธุรกิจส่งออกที่มีคนไทยถือหุ้น 100% ธุรกิจส่งออกที่เป็นธุรกิจร่วมทุน ไทย-ต่างชาติ และธุรกิจส่งออกที่มีชาวต่างชาติถือหุ้น 100% โดยจากข้อมูลในปี 2565 ที่ผ่านมา พบว่า 41.7% ของมูลค่า การส่งออกของรายการสินค้า 50 อันดับแรก เป็นการส่งออกของธุรกิจที่มีชาวต่างชาติถือหุ้น 100% และเป็นกลุ่มที่มี สัดส่วนมากที่สุด หรือมีมูลค่า 107,369 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาเป็นการส่งออกของธุรกิจร่วมทุนที่มีสัดส่วน 33.2% หรือมีมูลค่า 85,307 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการส่งออกของธุรกิจที่มีคนไทยถือหุ้น 100% ที่มีสัดส่วน 24.8% หรือมี มูลค่า 63,839 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เจาะลึกการส่งออกของธุรกิจคนไทย หากมาเจาะลึกที่การส่งออกของธุรกิจคนไทย ซึ่งในที่นี้หมายรวมทั้งธุรกิจ ที่มีคนไทยถือหุ้น 100% และธุรกิจร่วมทุนที่มีคนไทยถือหุ้นข้างมาก (ตั้งแต่ 51% ขึ้นไป) พบว่า การส่งออกในรายการ สินค้า 50 อันดับแรกที่เป็นธุรกิจของคนไทย ส่วนใหญ่ยังขับเคลื่อนโดยกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ โดยธุรกิจ SMEs ของไทย ยังมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ให้แก่ภาคการส่งออกเพียง 24% ของมูลค่าการส่งออกโดยธุรกิจของคนไทย และ คิดเป็นสัดส่วนเพียง 10% เท่านั้น ของมูลค่าการส่งออกโดยธุรกิจทุกสัญชาติ ถือว่ายังต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ต้องการผลักดันให้ธุรกิจ SMEs มีส่วนร่วมในการส่งออกไม่น้อยกว่า 20% ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ ดังนั้น จึงต้องผลักดันมูลค่าการส่งออกของธุรกิจ SMEs ให้ขึ้นไปอยู่ที่ ระดับ 5.8 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ จากปัจจุบันที่มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ สนค. มีข้อเสนอแนะว่า ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่า การส่งออก เนื่องจากเป็นภาคที่มีจำนวนผู้ส่งออกที่เป็นธุรกิจ SMEs มาก แต่กลับสร้างรายได้ให้แก่ภาคการส่งออก ค่อนข้างน้อย โดยภาครัฐควรสนับสนุนนโยบายและงบประมาณที่เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิต การค้าระหว่างประเทศ ให้แก่ธุรกิจ SMEs ไทยในพื้นที่ดังกล่าว รวมถึงเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำเงินไปลงทุนไปพัฒนาธุรกิจและสามารถ ได้รับสิทธิประโยชน์จากมาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI ที่มีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยและ ผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งจะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่ในภาคต่าง ๆ โดยเฉพาะพื้นที่ที่ประเทศประกาศเป็นระเบียบ เศรษฐกิจภาค ขณะเดียวกันให้เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการส่งออกให้มากขึ้นในภาคกลางและภาคตะวันออก เนื่องจาก ยังมีจำนวนธุรกิจส่งออกน้อย

โดยข้อมูลคิดค่า.com ของ สนค. พบว่า มีธุรกิจส่งออกของคนไทยในภาคเหนือจำนวน 1,359 ราย และเป็นธุรกิจ SMEs จำนวน 1,261 ราย มากเป็นอันดับ 2 เป็นรองเพียงกรุงเทพฯ และปริมณฑลเท่านั้น โดยจังหวัดที่มีผู้ส่งออกธุรกิจ SMEs มากเป็น 5 อันดับแรก ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ตาก ลำพูน และลำปาง ตามลำดับ และมีกลุ่มสินค้าส่งออกสำคัญ เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์ยาง ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ข้าว และเครื่องดื่ม ขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนธุรกิจส่งออกของคนไทยจำนวน 787 ราย และมีธุรกิจ SMEs จำนวน 710 ราย โดยจังหวัดที่มีผู้ส่งออกธุรกิจ SMEs มากเป็น 5 อันดับแรก ได้แก่ นครราชสีมา อุบลราชธานี ขอนแก่น หนองคาย และสุรินทร์ ตามลำดับ และมีสินค้าส่งออกสำคัญ เช่น ข้าว ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง สบู่และผลิตภัณฑ์รักษาผิว และผ้าฝ้าย

นอกจากนี้ สนค. ยังเสนอให้ผลักดันผู้ประกอบการสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาวขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้ามีคุณภาพและมาตรฐานที่สามารถนำไปขายต่อยอดในตลาดต่างประเทศได้ มาบ่มเพาะความรู้ด้านการส่งออก เพื่อให้สามารถเพิ่มรายได้จากการขยายตลาดสินค้าไปยังต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาวขึ้นไปอยู่จำนวน 9,925 ราย ขณะเดียวกัน ผลักดันการใช้ตรา Thailand Trust Mark (T-Mark) ของกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยทำให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักในตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในต่างประเทศมากขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการทำงานร่วมกันเพื่อผลักดันการส่งออก

สำหรับธุรกิจของชาวต่างชาติยังมีความสำคัญค่อนข้างมากต่อการเพิ่มรายได้การส่งออก โดยญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ เป็นประเทศผู้ลงทุนหลักและเป็นผู้ส่งออกสำคัญของสินค้า 50 อันดับแรก โดยมีเงินที่เริ่มเข้ามาลงทุนและผลิตสินค้าส่งออกเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยภายใต้รายการสินค้าดังกล่าว มีจำนวน 4 สินค้าที่ส่งออกโดยธุรกิจของชาวต่างชาติในสัดส่วนที่สูง ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทρανซิสเตอร์ และไดโอด และเครื่องซักผ้า เครื่องซักแห้งและส่วนประกอบ กล่าวคือ เกินกว่า 90% ของมูลค่าการส่งออกของแต่ละสินค้าเป็นการส่งออกของประเภทธุรกิจที่มีชาวต่างชาติถือหุ้น 100% หรือธุรกิจร่วมทุนที่ชาวต่างชาติถือหุ้นข้างมาก โดยทั้ง 4 ประเทศข้างต้นได้สร้างการจ้างงานในประเทศประมาณ 630,000 คนขึ้นไป ปัจจุบันไทยยังจำเป็นต้องพึ่งพาเงินลงทุนจากต่างประเทศสำหรับยกระดับอุตสาหกรรมส่งออกที่เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายและต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูง แต่จากรายงาน World Investment Report 2023 ของ UNCTAD พบว่า ที่ผ่านมามีไทยยังสามารถดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศได้น้อยกว่าสิงคโปร์ อินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย (มูลค่า 141.2, 22.0, 17.9 และ 16.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ขณะที่ไทยมีมูลค่า 10.0 พันล้านเหรียญสหรัฐ) โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดึงดูดเม็ดเงินลงทุนจากต่างประเทศ คือ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจากรายงานการจัดอันดับทรัพยากรมนุษย์ฉบับล่าสุดของ International Institute for Management Development (IMD) ระบุว่า การลงทุนและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และความพร้อมของบุคลากรที่มีอยู่ในประเทศ ยังอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ไทยจึงควรเร่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยระยะเร่งด่วนควรมีการ Up-skill/Re-skill แรงงานในภาคการผลิตที่มีอยู่ เพื่อสนองต่อความต้องการในภาคการผลิตปัจจุบัน และเพิ่มเติมการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษา กับภาคเอกชน เพื่อสร้างแรงงานที่มีทักษะขั้นสูงให้ตรงกับความต้องการของภาคเอกชนของอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

นายพูนพงษ์ฯ กล่าวว่า ขณะนี้กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มธุรกิจคนไทย โดยเฉพาะ SMEs ที่เป็นคนตัวเล็ก ให้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจไทยได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน สนค. ยังเห็นความสำคัญของบทบาทธุรกิจชาวต่างชาติที่ช่วยหนุนการส่งออกและยกระดับประเทศให้ผลิตสินค้าที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่เร่งเชิญชวนนักลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ซึ่งเราเองคงต้องเร่งพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ให้พร้อมต่อการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ เนื่องจากปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์จะมีบทบาทสำคัญต่อการดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งจะเป็นการดึงดูดการลงทุนเพิ่มเติมจากที่เน้นการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสำคัญ เพื่อให้ไทยยังคงรักษาการเป็นฐานการผลิตสำคัญของโลกไว้ได้

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
26 ตุลาคม 2566



ติดตามข้อมูลข่าวสารเศรษฐกิจการค้าได้ง่ายๆ
📷 แคสแกน QR Code
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

