

ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Competitive Capacity and Readiness of Thai Small and Mediums Enterprises for Entering the ASEAN Economic Community

ดร.ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ*

บทคัดย่อ

การบูรณาการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ.2558 เป็นแรงผลักดันอันสำคัญในการเปิดโอกาสให้การค้าและการลงทุนของสมาชิกในกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นไปอย่างเสรีเพิ่มมากขึ้น บทความวิชาการนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะทำการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันและการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทย ทั้งนี้ เนื่องจาก วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ แต่มีข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจหลายประการ และอาจจะได้รับผลกระทบทางลบจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ บทความนี้จึงได้การนำเสนอข้อมูลความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในระดับอาเซียนและในประเทศไทย แนวความคิดการรวมกลุ่มในระดับภูมิภาคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ความสำคัญของอาเซียนกับการพัฒนาความร่วมมือไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แผนงานและการเชื่อมโยงในด้านต่าง ๆ ในระดับภูมิภาคของอาเซียน ตลอดจนผลกระทบของอาเซียนทั้งที่เป็นอุปสรรคและโอกาสของธุรกิจไทย การเตรียมความพร้อมของธุรกิจไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผลจากการทบทวนวรรณกรรมได้นำไปสู่การนำเสนอหลายประการ ประกอบด้วยข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประโยชน์จากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ข้อเสนอแนะการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ตลอดจนแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยโดยเฉพาะการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการศึกษาในครั้งนี้ จะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ตระหนักถึงความสำคัญและเร่งระดับการเตรียมความพร้อมของการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้น โดยการตรวจสอบความพร้อมขององค์กรและความพร้อมของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งที่ควรเร่งพัฒนาและสนับสนุนให้ดียิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อที่ผู้ประกอบการจะได้มีแนวทางในการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น การเตรียมความพร้อมเหล่านี้เป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้เพิ่มขึ้นทั้งภายในประเทศพร้อมกับการเพิ่มศักยภาพขององค์กรในการเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและสามารถอยู่รอดได้อย่างมั่นคงและเติบโตเมื่ออาเซียนมีการบูรณาการทางเศรษฐกิจอย่างสมบูรณ์ในอนาคตที่กำลังจะมาถึงอีกไม่นานนี้

คำสำคัญ: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ศักยภาพในการแข่งขัน, การเตรียมความพร้อมขององค์กร, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

The regional economic integration of fully collaboration of the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015 is a major propeller that opens great opportunities for freer trades and investment among the ASEAN country members. During this remaining short period of time, small and medium-sized enterprises (SMEs), which are vital to the economy of the country because they are a major source of employment whereas there are limitations in doing the business for several reasons, may have been negatively affected by the AEC rather than large enterprises. This academic article therefore is chiefly aimed at reviewing the literatures and researches related to the potential and readiness to enter the ASEAN Economic Community of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Thailand. The paper has presented the importance of small and medium-sized enterprises both in ASEAN and Thailand, the concept of regional economic integration, the importance of ASEAN and the necessity of developing the cooperation within ASEAN towards an ASEAN Economic Community, the master plan of ASEAN connectivity, the impact of ASEAN as an opportunity and threats for Thailand, the preparation of Thai businesses for entering the ASEAN community. More importantly, as a result of the study, this paper proposed significant recommendations on how entrepreneurs will be able to effectively draw advantages from the AEC, provided the ways that SMEs should prepare for in order to be ready for higher competition in the region, as well as the ways to enhance the capacity and potentials of SEMs of Thailand by the public sector for effectively entering the ASEAN community. Before full development of AEC, SME's entrepreneurs, despite of a lot of limitations on doing business, need to accelerate acquisition of knowledge related to various aspects of the AEC and to prepare for the arriving opportunities and increasing competitiveness. Entrepreneurs should continuously appraise their organizational and product readiness in order to know what weaknesses and strengths there are to be improved. Opportunities and threats should also be analyzed to understand external conditions affected to their business. Preparation for readiness increases opportunities to strengthen competitive capacity both in domestic businesses and ASEAN markets, very effectively leading towards becoming a successful part of fully development of ASEAN economic community in the very near future.

Keywords: Small and Medium Enterprises, Competitive capacity, Organizational readiness, ASEAN Economic Community

unbā

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprises, SMEs) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจและสังคม และถือเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟู และเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ โดยเป็นแหล่งที่สำคัญในการสร้างรายได้ และการจ้างงานให้กับประเทศ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาความยากจนโดยการกระจายรายได้ไปสู่ภาคชนบทที่มีความเจริญที่ต่ำกว่าได้อีกด้วย สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนก็เช่นเดียวกัน จำนวน SMEs ในอาเซียนคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 96 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด และมีการจ้างงานกว่าร้อยละ 50 ถึง 85 ของการจ้างงานทั้งหมดภายในแต่ละประเทศสมาชิก นอกจากนี้ พบว่า SMEs มีสัดส่วนสำคัญ (Contribution) ใน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ระหว่างร้อยละ 30 ถึง 53 และประเทศอาเซียนมีการส่งออกที่มีจากภาค SMEs ระหว่างร้อยละ 19 ถึง 31 (ASEAN, 2015a) ดังนั้น SMEs ในอาเซียนนอกจากจะมีความสำคัญต่อการสร้างงานและสร้างรายได้แล้ว ยังนับเป็นเสาหลักเศรษฐกิจที่สำคัญของอาเซียน การพัฒนา SME จึงเป็นที่จำเป็นเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และบรรลุวัตถุประสงค์ของเติบโตทางเศรษฐกิจของอาเซียนที่ยั่งยืน

อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์และระบอบทุนนิยมเป็นแรงกดดันที่สำคัญที่ทำให้การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและพัฒนาก้าวหน้ามากกว่าในอดีตมากนัก ทั้งนี้ความก้าวหน้าของการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล ชุมชน หน่วยธุรกิจ และรัฐบาลต่าง ๆ ทั่วทั้งโลก นอกจากนี้ ยังเกิดความร่วมมือกันของประเทศต่าง ๆ ในการลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศให้หมดไป สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันอันสำคัญที่ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศมีการเติบโตอย่างรวดเร็วจนเกิดเป็นการค้าไร้พรมแดนขึ้น และเกิดเป็นปรากฏการณ์ของกระแสโลกาภิวัตน์ที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนี้ ซึ่งได้กลายมาเป็นสิ่งที่ทุกประเทศในโลกต้องเผชิญและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้อีกต่อไป เนื่องจากประเทศต่าง ๆ ได้มีความตกลงกันที่จะทำการค้าและการลงทุนระหว่างกัน

เพราะเล็งเห็นว่าธุรกิจระหว่างประเทศจะนำมาซึ่งผลประโยชน์แก่ประชาชนในประเทศให้มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและนำมาซึ่งความมั่งคั่งให้แก่ประเทศของตนได้

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ส่งผลให้การแข่งขันของประเทศต่าง ๆ เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปเหล่านี้ ทำให้ประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ต้องเพิ่มระดับความร่วมมือกันเพื่อผลประโยชน์ด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ การค้า และการต่อต้านภัยคุกคามต่าง ๆ รวมถึงเป็นการสร้างโอกาสและอำนาจต่อรอง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจดังจะเห็นได้จากการลงนามของผู้นำอาเซียนในปฏิญญาเซบูว่าด้วยการเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ภายในปีพ.ศ. 2558 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเร่งรัดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจภายในอาเซียนให้เปิดเสรีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกทั้งด้านการค้าสินค้า บริหาร การลงทุน เงินทุน และแรงงาน รวมถึงความร่วมมือด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน อันจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการครองชีพและความกินดีอยู่ดีของประชาชนภายในประเทศ อีกทั้งเพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้น้อยลง โดยคาดว่าแนวทางดังกล่าวจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางด้านเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก (ASEAN, 2015b)

การรวมตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียนจะส่งผลให้มีความเชื่อมโยงระหว่างกันในกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเอื้อให้ประเทศสมาชิกในอาเซียนได้รับประโยชน์ทั้งในด้านการค้าและการลงทุน จากขอบเขตการตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นจากการรวมเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน และการลดอุปสรรคการกีดกันทางการค้า โดยเฉพาะมาตรการที่มีใช้ภาษี โดยการกำหนดให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงานที่มีทักษะโดยเสรีระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกัน ในขณะเดียวกันก็ได้เกิดเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากคู่แข่งในกลุ่มที่เคยมีศักยภาพต่ำกว่าจะได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้าและการลงทุน ซึ่งหมายถึงกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ (CLMV) ที่ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ที่เดิมในอดีตผู้ประกอบการในประเทศเหล่านี้มีศักยภาพในการแข่งขัน

ต่ำกว่า อันเป็นผลมาจากการสนับสนุนจากภาครัฐที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ และการปิดประเทศทำให้นักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจไม่มากนัก

การเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จึงทำให้สภาพแวดล้อมในการแข่งขันแบบเดิมเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยภาพรวมของสิ่งที่เกิดขึ้น คือ คู่แข่งของกิจการจะไม่จำกัดอยู่เพียงแต่ภายในประเทศเท่านั้น แต่จะกลายเป็นผู้ประกอบการในอาเซียนอีก 9 ประเทศ รวมถึงขอบเขตการตลาดและฐานข้อมูลผู้บริโภคซึ่งจะเพิ่มจำนวนเป็นกว่า 600 ล้านคน หากพิจารณาในด้านการผลิต ผู้ประกอบการจะสามารถขยายฐานการผลิตไปสู่ประเทศอื่นๆ ในอาเซียนได้ และในทำนองเดียวกัน ก็จะมีคู่แข่งจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาตั้งฐานการผลิตในบ้านเราเช่นกัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวเหล่านี้ ดูเหมือนจะเป็นโอกาสในการขอบเขตการค้าเงินธุรกิจอันมหาศาลและสร้างการเติบโตให้แก่กิจการ แต่ในทางตรงกันข้ามก็อาจสามารถเป็นภัยคุกคามแก่กิจการได้เช่นกันหากวิสาหกิจไทยไม่มีการเตรียมพร้อมและพัฒนาองค์กรที่ดี

ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่วิสาหกิจรายใหญ่ซึ่งมีความพร้อมและมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเป็นส่วนสำคัญของระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากเป็นกลไกหลักที่สนับสนุนการขับเคลื่อนกิจกรรมและการเติบโตทาง เศรษฐกิจ รวมถึงเป็นแหล่งจ้างงานและการส่งออกที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจเหล่านี้ ผลงานวิจัยของนักวิชาการและสถาบันวิจัยส่วนหนึ่งระบุว่า SMEs มีแนวโน้มที่จะให้น้ำหนักความสำคัญ กับตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันเองมากขึ้นในอนาคต และมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ เมื่อเทียบกับประเทศนอกกลุ่มแม้จะอยู่ในภูมิภาคเอเชียเหมือนกัน (เช่น จีน) อย่างไรก็ตาม SMEs ของอาเซียนในภาพรวม ยังคงเผชิญกับประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไขและพัฒนาโดยเร่งด่วน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์ ในปี 2558 ที่กำลังจะมาถึงในปลายปีนี้ อันจะส่งผลให้ตลาดของกลุ่มประเทศอาเซียนรวมกันเป็นตลาดเดียว (Single market) ซึ่งจะทำให้บริบทการดำเนินงานของ SMEs ในประเทศอาเซียนมีการเปลี่ยนแปลงไป บทความวิชาการฉบับนี้ จึงมุ่งเน้นที่จะทบทวนวรรณกรรม

ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค (Regional economic integration) การพัฒนาความร่วมมือของประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและความท้าทายต่อผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ตลอดจนนำเสนอข้อเสนอแนะทั้งในส่วนของการดำเนินงานของภาครัฐและผู้ประกอบการไทยในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการพัฒนาความมั่นคงและยั่งยืนของประเทศได้สืบต่อไป

ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายมาก (Heterogeneous group) และสามารถพบ SMEs ในกิจกรรมทางธุรกิจที่กว้างขวาง ตั้งแต่กิจการเจ้าของคนเดียวที่ทำการค้าหรือผลิตสินค้าเกษตรภายในหมู่บ้าน กิจการของกลุ่มคนไม่มากนักที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering) หรือเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Software) เพื่อตลาดในต่างประเทศ หรือกิจการขนาดกลางที่ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์ (Automotive parts) เพื่อจัดจำหน่ายทั้งในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ขอบเขตการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ก็มีหลายระดับในตลาดต่างๆ ตั้งแต่ระดับท้องถิ่น ชนบท ในเขตเมือง ตลาดภายในประเทศ ภูมิภาค หรือธุรกิจระหว่างระหว่างประเทศ ซึ่งกิจการในแต่ละประเภทและขอบเขตการทำธุรกิจของผู้ประกอบที่เป็น SMEs ดังกล่าว จึงมีความแตกต่างกันในด้านทักษะ เงินทุน ความซับซ้อนของการทำธุรกิจ การเติบโต ตลอดจนรูปแบบการทำธุรกิจอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ (OECD, 1997)

สำหรับความหมายของ SMEs อย่างเป็นทางการนั้น Organisation of Economic Co-operation and Development ได้ให้คำจำกัดความว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกิจการที่อิสระและไม่ได้เป็นสาขาหรือบริษัทย่อยที่มีการจ้างแรงงานจำนวนน้อย วิสาหกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปจะมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ในขณะที่

วิสาหกิจขนาดเล็ก (Micro-enterprises) จะมีการจ้างแรงงานเพียงไม่เกิน 10 คน” อย่างไรก็ตาม ประเทศต่างๆ อาจมีการจำแนกและมีหลักเกณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป ตัวอย่างเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป จะให้คำจำกัดความของ SMEs ว่าเป็นกิจการที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 500 คน และน้อยกว่า 250 คน ตามลำดับ (Cavusgil et al., 2014) สำหรับในกลุ่มประเทศอาเซียนนั้น จากการรวบรวมจากแหล่งข้อมูลที่เป็นทางการของแต่ละประเทศโดย Yuri Sato (2014) พบว่ามีการให้คำนิยามของ SMEs แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ สมาชิกเช่นกัน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นลักษณะที่สำคัญได้หลายประการคือ: ประการที่หนึ่งโดยทั่วไป สมาชิกในกลุ่มอาเซียนจะใช้เกณฑ์เกี่ยวกับจำนวนพนักงานในกิจการเป็นเกณฑ์หลัก (Common criterion) ซึ่ง SMEs ในประเทศอาเซียนจะมีจำนวนพนักงานผันแปรระหว่าง 100-300 คน โดยมีเพียง 4 ประเทศ (บรูไน อินโดนีเซีย ลาว และพม่า) ที่ใช้เกณฑ์จำนวนคนงานที่น้อยกว่า 100 คนซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานของ OECD; ประการที่สอง สมาชิกอาเซียนส่วนใหญ่ (ยกเว้นบรูไนและกัมพูชา) จะใช้หลักเกณฑ์อื่นๆ เข้ามาเสริมในการจำแนก ซึ่งในการเกณฑ์เหล่านี้ อาจทำให้การจัดประเภทของ SMEs ต้องมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งจากค่าเงินท้องถิ่นในแต่ละประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ และ ประการที่สาม ในบางประเทศ (เช่น เวียดนาม) ได้มีการจำแนก SMEs ย่อยลงไปอีกเป็นกิจการที่มีขนาดเล็กมาก หรือที่เรียกว่า “Micro enterprises” ซึ่งโดยส่วนใหญ่กิจการประเภทนี้จะหมายถึงกิจการที่มีจำนวนคนงานน้อยมาก บางครั้งไม่เกิน 5 คน และไม่ได้มีการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ แต่กิจการเหล่านี้กลับเป็นกิจการส่วนใหญ่ที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนา SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียน

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของนานาประเทศในมิติต่าง ๆ อาทิ การเป็นแหล่งของการจ้างงาน การสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ประชาชนในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะการส่งออกพบว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและปัจจัยเกื้อหนุนต่าง ๆ จากการค้าเสรี ทำให้ SMEs เริ่มมีบทบาทสำคัญในธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น OECD (1997) ได้ประมาณว่า ปริมาณการส่งออกของประเทศในทวีปเอเชีย

กว่า 1 ใน 3 มาจากธุรกิจ SMEs ในขณะที่กว่า 1 ใน 4 ของปริมาณการส่งออกในยุโรปและอเมริกาเหนือก็มาจากกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้น ในบางประเทศ (อาทิ อิตาลี เกาหลีใต้ จีน) SMEs ต่างก็มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้เป็นอย่างมาก กล่าวคือผู้ประกอบการ SMEs มีสัดส่วนการส่งออกกว่าร้อยละ 50 ของการส่งออกของประเทศและสำหรับ SMEs ในกลุ่มอาเซียน พบว่า SMEs มีจำนวนมากตั้งแต่ร้อยละ 97-99 ของจำนวนวิสาหกิจรวมในแต่ละประเทศ มีการจ้างงานตั้งแต่ร้อยละ 53 ในประเทศมาเลเซีย จนถึงร้อยละ 97 ในประเทศอินโดนีเซีย และมีส่วนสำคัญต่อ GDP ของประเทศตั้งแต่ร้อยละ 30 ในประเทศมาเลเซีย จนถึงร้อยละ 58 ในประเทศอินโดนีเซีย (Yuri Sato, 2014)

คำนิยามและความสำคัญของ SMEs ในประเทศไทย

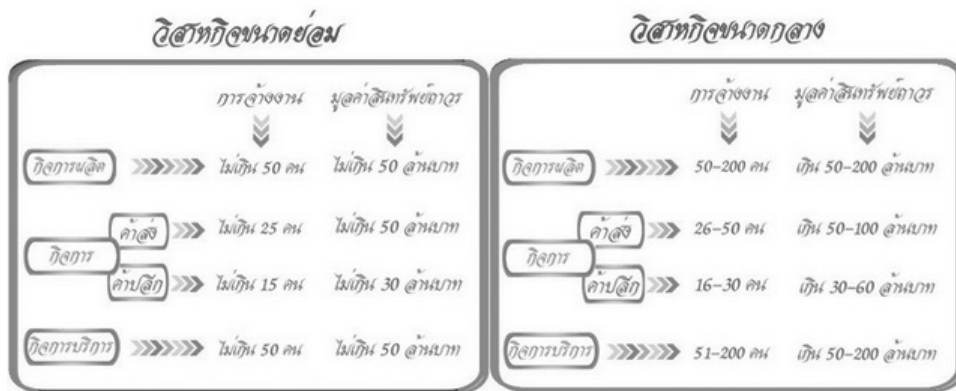
สำหรับประเทศไทย ได้ออกกฎกระทรวงที่กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 ที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยกำหนดให้วิสาหกิจที่แสดงในภาพที่ 1 เข้าข่ายเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งความหมายของแต่ละกิจการ มีดังนี้

กิจการผลิตสินค้า หมายความว่า ครอบคลุมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกลหรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

กิจการบริการ หมายความว่า ครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและที่พัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

กิจการค้าส่งและค้าปลีก หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีก หมายถึง การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้มีความหมายรวมถึง การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

เข้ามาทำงานทำในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัวของโรงงานกิจการวิสาหกิจในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศอย่างยั่งยืน (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) และจากการรายงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2558a) ในปี พ.ศ. 2556 พบว่า SMEs ในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 2,763,997 ราย (กว่าร้อยละ 99.52 เป็นวิสาหกิจ



ภาพ 1 นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(2558)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยเป็นวิสาหกิจที่มีความเหมาะสมและมีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ และยังช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานที่เข้ามาใหม่เป็นการป้องกันการอพยพของแรงงาน

ขนาดเล็ก) อัตราการขยายตัวร้อยละ 1.22 เมื่อเทียบกับจำนวนในปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.16 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ มีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในกลุ่มภาคการขนส่ง ขยายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์มากที่สุด รองลงมาอยู่ในภาคบริการ และภาคการผลิต (ตารางที่ 1)

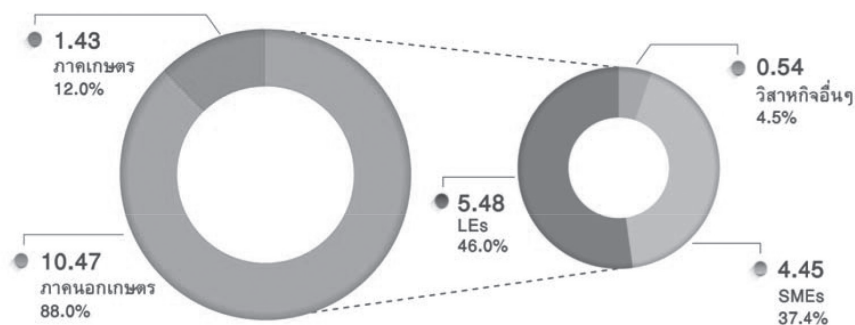
ตาราง 1 จำนวนวิสาหกิจรวม จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ ปี พ.ศ. 2555 - ปี พ.ศ. 2556

ขนาดวิสาหกิจ	ปี 2555			ปี 2556		
	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)	สัดส่วนต่อวิสาหกิจรวม	สัดส่วนต่อ SMEs	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)	สัดส่วนต่อวิสาหกิจรวม	สัดส่วนต่อ SMEs
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	2,730,591	97.20	100.00	2,763,997	97.16	100.00
วิสาหกิจขนาดเล็ก (SE)	2,717,649	96.74	99.53	2,750,750	96.70	99.52
วิสาหกิจขนาดกลาง (ME)	12,942	0.46	0.47	13,247	0.47	0.48
วิสาหกิจขนาดใหญ่ (LE)	7,127	0.25	-	7,349	0.26	-
ไม่สามารถระบุขนาดได้	71,396	2.54	-	73,411	2.58	-
รวมทั้งสิ้น	2,809,114	100.00	-	2,844,757	100.00	-

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2558)

สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2556 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมูลค่า 4,454,939 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.4 ของ GDP รวมทั้งประเทศ โดยมูลค่า GDP ของ SMEs ขยายตัวร้อยละ 3.8 ชะลอตัวลงจากการขยายตัวร้อยละ 6.6 ในปี ก่อนหน้าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 1,761,818 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.50 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ (ภาพที่ 2) สำหรับภาพรวมการจ้างงานในวิสาหกิจของไทยนั้น พบว่า ในปี 2013 มีการจ้างงานในกิจการทุกขนาดรวมทั้งสิ้น 14,098,563 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ (LE) 2,682,323 คน และเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 11,414,702 คน

หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.96 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด โดยที่วิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) จะมีสัดส่วนการจ้างงานรวมสูงที่สุดถึงร้อยละ 73.79 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า SMEs ในประเทศไทยมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ คือ ช่วยการสร้างงานสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างเงินตราต่างประเทศ ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศโดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่และภาคการผลิตอื่น ๆ (เช่น ภาคเกษตรกรรม) และเป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)



ภาพ 2 โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศปี พ.ศ. 2556

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2558)

มาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในของไทย

ประเทศไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 51 ของโลก มีเนื้อที่ 513,115 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรมากเป็นอันดับที่ 20 ของโลก คือ ประมาณ 67 ล้านคน กับทั้งยังเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ โดยมีรายได้หลักจากภาคอุตสาหกรรมและการบริการ ไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นอันมากซึ่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเช่นเดียวกับการส่งออกอันมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและด้วย GDP ของประเทศ ซึ่งมีมูลค่าราว 334,026 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เศรษฐกิจของประเทศไทยนับว่าใหญ่เป็นอันดับที่ 32 ของโลก นอกจากนี้ ประเทศไทยยังตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ และเป็นประตูสู่ใจกลางเอเชีย ศูนย์กลางที่สำคัญของตลาดเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตสูงสุดในปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงประเทศจีน อินเดีย และประเทศสมาชิกในสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) และเข้าถึงอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นตลาดที่เติบโตใหม่ที่มีศักยภาพทางธุรกิจสูง นอกจากนี้ ประเทศไทยนับเป็นประเทศสมาชิกก่อตั้งแห่งอาเซียน และมีบทบาทอย่างยิ่งในการก่อตั้งและพัฒนาเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) AFTA เริ่มมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2553 ครอบคลุม 6 ประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม (ASEAN-6) (ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไน) ด้วยเหตุนี้จึงมีการลดอากรขาเข้าเป็นศูนย์ ประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม) จะเข้าร่วมปฏิบัติตามในปี 2558 (BOI, 2013)

เมื่อวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมและศักยภาพของวิสาหกิจไทย พบว่า จุดแข็งของ SMEs ไทยคือ การมีทักษะด้านงานศิลป์ มีจิตใจในการให้บริการ และหากสามารถนำภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ในสินค้าและบริการได้ จะเสริมให้สินค้าไทยมีความโดดเด่นมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจของไทยที่ผ่านมาเผชิญกับปัญหาอุปสรรคในเรื่องความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนในระดับที่ต่ำ ส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าใช้น้อย ขาดการวิจัยและพัฒนา นอกจากนี้ SMEs ไทยยังมีจุดอ่อนในด้านอื่น ๆ เช่น การบริหารงานที่ยังเป็นแบบดั้งเดิม การสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม และวิสาหกิจจำนวนมากที่ยังขาดการสื่อสารกับหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากมีการจัดตั้งกิจการหรือองค์กรที่มีรูปแบบอย่าง

ไม่เป็นทางการ การตระหนักถึงจุดอ่อนดังกล่าว ทำให้หน่วยงานภาครัฐของไทยหลายหน่วยงานพยายามส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ทั้งการเงิน การตลาด การบริหาร และการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ รวมถึงการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐให้มีความกระชับและคล่องตัวมากขึ้น (OSMEP, 2011)

ความสำคัญของ SMEs ทำให้หน่วยงานภาครัฐของนานาประเทศรวมถึงประเทศไทย ต่างกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแก้ไขจุดอ่อน รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนการส่งเสริมเฉพาะด้าน เช่นเดียวกับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น คือให้ความสำคัญกับการผลักดันให้วิสาหกิจกลุ่มนี้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย คือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) การดำเนินงานของ สสว. ส่วนใหญ่ คือการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs สสว. จึงได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555- 2559) ซึ่งในการจัดทำแผนพัฒนานี้ได้มีการพิจารณาถึงความเชื่อมโยงสอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2012-2016) แผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงต่าง ๆ รวมถึงแผนพัฒนาในระดับจังหวัด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558a)

แนวคิดการรวมกลุ่มในระดับภูมิภาคและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวคิดที่ว่าด้วยการรวมกลุ่มในระดับภูมิภาคและประโยชน์จากการรวมกลุ่ม

การบูรณาการทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค (Regional economic integration) หมายถึง กระบวนการที่ประเทศต่าง ๆ ที่มีอาณาเขตใกล้เคียงกันได้พัฒนาความร่วมมือกันขึ้นเพื่อลดหรือเลิกอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนระหว่างกันเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า แรงงาน เงินทุน เทคโนโลยีเป็นไปอย่างเสรี และมีการเรียกกลุ่มของประเทศสมาชิกที่รวมตัวกันในภูมิภาคนั้นว่าเป็น เขตการค้าในภูมิภาค (Regional trading bloc) (Wild & Wild, 2012)

เป้าหมายที่สำคัญของการบูรณาการทางเศรษฐกิจไม่เพียงแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มการค้าและการลงทุนระหว่างกันให้เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ประเทศสมาชิกยังต้องการให้ประชาชนในประเทศของตนมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเพื่อให้การบูรณาการทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นได้เร็วว่าการบรรลุดอกผลของเจรจาในองค์การการค้าโลก ประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มเศรษฐกิจระดับภูมิภาคขึ้นมามากมาย ซึ่งการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายระดับ (ภาพที่ 4) ดังนี้

1) *ความร่วมมือจัดตั้งเขตการค้าเสรี (Free Trade Area / Agreement: FTA)* หมายถึง การร่วมมือกันของประเทศสมาชิกในภูมิภาค เพื่อขจัดอุปสรรคทางการค้า ยกเลิกภาษีทางการค้าระหว่างกัน มีการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยเสรีระหว่างประเทศสมาชิก โดยประเทศสมาชิกยังจัดเก็บภาษีศุลกากรกับประเทศนอกกลุ่มได้ตามนโยบายของตนเอง

2) *สหภาพศุลกากร (Custom Union)* หมายถึง ประเทศสมาชิกนอกจากจะยกเลิกภาษีทางการค้าลดอุปสรรคระหว่างกันแล้วยังใช้ระบบภาษีศุลกากรกับประเทศนอกกลุ่มในอัตราเดียวกัน

3) *ตลาดร่วม (Common Market)* หมายถึง การขยายความร่วมมือด้านการค้าถึงขนาดที่เปิดโอกาสให้ทุนแรงงาน การประกอบการเคลื่อนไหวอย่างเสรีภายในกลุ่ม

4) *สหภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Union)* เป็นการรวมกลุ่มที่พัฒนาเข้มข้นขึ้นมาจากตลาดร่วม และเป็นการรวมตัวกันของประเทศต่าง ๆ ในทางเศรษฐกิจที่ก้าวหน้ามากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากการขยายกรอบความร่วมมือไปถึงการใช้นโยบายสังคม เศรษฐกิจ การเงิน และการคลังร่วมกัน

5) *สหภาพการเมือง (Political Union)* ถือเป็นระดับสุดท้ายของการบูรณาการทางเศรษฐกิจ หมายถึง ประเทศสมาชิกมีการใช้นโยบายการเมืองและความมั่นคงอันเดียวกัน ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีประเทศใดอย่างเป็นทางการของการรวมกลุ่มในระดับสหภาพการเมืองของโลก

การบูรณาการทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประเทศต่าง ๆ ก่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจระหว่างประเทศและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อันนำมาซึ่งมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นรัฐบาลมีรายได้จากการเก็บภาษีที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนเป็นการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่ม

สมาชิก สำหรับประโยชน์ของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่มีต่อภาคธุรกิจสามารถจำแนกได้ออกเป็น 4 ลักษณะ (Cavusgil, et al., 2014) ได้แก่

1) *การขยายขอบเขตขนาดของตลาด (Expand market size)* การที่ประเทศสมาชิกต้องมีการยกเลิกอุปสรรคต่าง ๆ ที่เป็นข้อจำกัดทางการค้าและการลงทุนในกลุ่ม นอกจากจะเป็นการขยายขอบเขตของตลาดให้กว้างขึ้นจากเดิมที่องค์กรธุรกิจจะทำการค้าเพียงภายในประเทศแล้วยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการค้าระหว่างกันเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการลดอุปสรรคทางการค้าทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีโอกาสและทางเลือกในสินค้าหรือบริการจากประเทศในกลุ่มสมาชิกที่หลากหลายด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าเดิม นอกจากนี้ การที่สินค้านำเข้าจากประเทศที่เป็นสมาชิกมีราคาถูกลงยังช่วยทำให้อำนาจซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มสมาชิกเพิ่มสูงขึ้นด้วย

2) *ช่วยสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพและการประหยัดต่อขนาด (Achieve scale economies and enhanced productivity)* การที่ตลาดมีการขยายขอบเขตออกไป เป็นการสร้างโอกาสให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถขยายการดำเนินงานทั้งด้านการผลิตและการตลาดอันนำมาซึ่งประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้น ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตสินค้าจากประเทศไทยสามารถเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นเมื่อจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้นจากการมีตลาดผู้บริโภคที่ใหญ่ขึ้นกว่าเดิมเกือบ 10 เท่าอันเป็นผลมาจากข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) หรือการรวมกลุ่มกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศอาจได้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด หรือได้ประโยชน์จากการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพในราคาที่ถูกลงจากแหล่งภายนอกในกลุ่มสมาชิกโดยไม่มีข้อจำกัดด้านภาษี หรือได้ประโยชน์จากการที่ปัจจัยการผลิตอื่นๆ ที่มีการเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีอันนำมาซึ่งประสิทธิภาพการผลิตที่เพิ่มขึ้น และส่งผลให้สินค้าหรือบริการมีราคาลดลงได้ในที่สุด

3) *เป็นการดึงดูดการลงทุนจากประเทศนอกกลุ่ม (Attract direct investment from outside the bloc)* ธุรกิจระหว่างประเทศจากนอกกลุ่มจะมีความสนใจที่จะลงทุนในประเทศที่มีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการสร้างโรงงานในประเทศเหล่านี้จะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากการเป็นสมาชิกของกลุ่มด้วย

4) เสริมอำนาจต่อรองด้านเศรษฐกิจ การเมืองและความมั่นคง (*Acquire stronger economic, defensive and political posture*) เป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่งของการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคก็คือ การสร้างพลังอำนาจต่อรองทางต่อประเทศนอกกลุ่มในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และความมั่นคง

เมื่อเปรียบเทียบการขั้นตอนการบูรณาการทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคระหว่างอาเซียนกับยุโรป จะพบว่าการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นข้ามขั้นตอนของการเป็นสหภาพศุลกากร แม้จะเริ่มต้นจากความร่วมมือจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนก่อนแล้วค่อยพัฒนาเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยจุดมุ่งหมายหลักของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การนำอาเซียนไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) ซึ่งหมายถึงการทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีใน 5 สาขา คือสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุน ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าการเปิดเสรีดังกล่าว ย่อมมีทั้งผู้ที่ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์มากน้อยแตกต่างกันตามศักยภาพของผู้ประกอบการในแต่ละประเทศ (อนุสรณ์ ธรรมใจ และยศ อมรกิจวิทย์, 2555)

ความสำคัญของอาเซียนกับการพัฒนาสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

อาเซียนประกอบด้วยประชากรประมาณ 617 ล้านคน หรือคิดเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจาก จีน และอินเดีย มีพื้นที่โดยรวม 4.43 ล้านตารางกิโลเมตร อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติทั้งบนบกและทางทะเล ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ประมาณ 2.18 ล้านล้านดอลลาร์ (ASEAN, 2015a) นับเป็นภูมิภาคที่มีขนาดเศรษฐกิจเป็นอันดับ 9 ของโลก และหากพิจารณาตามอำนาจการซื้อ (Purchasing Power Parity) อาเซียนจะมีขนาดเป็นอันดับที่ 5 ของโลก

รองจาก สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และอินเดีย อาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง มีรายได้ต่อหัวเฉลี่ย 3,416 เหรียญต่อปี มีมูลค่าการค้ารวมประมาณ 2.2 ล้านล้านเหรียญ และเติบโตด้วยอัตรากว่า 30% ต่อปี ซึ่งเป็นการค้าขายกันเองถึงหนึ่งในสี่ (25.6%) สำหรับในด้านการผลิต อาเซียนยังเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของโลก อาทิ ยางพารา (70% ของโลก) หรือ การประกอบฮาร์ดดิสก์คิดเป็น 2 ใน 3 ของโลก (Kasikorn Research Center, 2012)

แม้ว่าการจัดตั้งอาเซียนในตอนเริ่มแรกนั้น เป็นการเน้นความร่วมมือทางการเมืองเพื่อให้เกิดเสถียรภาพและความมั่นคงในภูมิภาคเป็นหลัก ทว่าอาเซียนมิได้จำกัดบทบาทเพียงแต่ประเด็นการสร้างเสถียรภาพด้านการเมืองเท่านั้น แต่กลับขยายขอบเขตความร่วมมือกันทางด้านเศรษฐกิจจนอาเซียนกลายเป็นกลุ่มที่มีบทบาทที่สำคัญทางเศรษฐกิจทั้งในระดับภูมิภาคและในระดับโลก สำหรับข้อมูลพื้นฐาน และตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ แสดงไว้ในตารางที่ 2

ตาราง 2 ข้อมูลพื้นฐาน การค้าและการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศของกลุ่มอาเซียน

ประเทศ	พื้นที่รวม	ประชากรรวม	ผลิตภัณฑ์มวลรวม	ปริมาณการค้าระหว่างประเทศ			การลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ (จากภายนอก)	
			ภายในประเทศ ณ ราคา ปัจจุบัน	ส่งออก	นำเข้า	ปริมาณรวม		
	กม ²	พัน (คน)	ล้านดอลลาร์ สหรัฐ	ล้าน ดอลลาร์ สหรัฐ	ล้านดอลลาร์ สหรัฐ	ล้านดอลลาร์ สหรัฐ	ล้าน ดอลลาร์ สหรัฐ	ล้าน ดอลลาร์ สหรัฐ
	2556	2556	2556	2554	2554	2556	2553	2554
บรูไน	5,765	423	16,360	7,168	2,399	9,568	239	176
กัมพูชา	181,035	14,525	12,766	4,985	3,900	8,886	815	530
อินโดนีเซีย	1,860,360	245,425	846,821	116,510	96,829	213,339	9,318	4,876
สปป. ลาว	236,800	6,514	6,385	1,237	1,725	2,962	227	318
มาเลเซีย	330,252	29,518	287,923	156,890	123,330	280,221	7,318	1,381
เมียนมา	676,577	60,976	52,841	6,341	3,849	10,191	975	578
ฟิลิปปินส์	300,000	97,594	224,337	38,334	45,533	83,868	1,544	1,948
สิงคโปร์	710	5,312	259,858	269,832	245,784	515,617	10,912	16,256
ประเทศไทย	513,120	67,911	348,811	152,497	133,769	286,266	8,570	5,956
เวียดนาม	331,051	88,773	123,267	56,691	69,230	125,921	9,579	7,600
อาเซียน (รวม)	4,435,670	617,615	2,178,148	810,489	726,354	1,536,843	49,499	39,623

ที่มา : ASEAN Secretariat (2014), ASEAN Statistics (2013) <http://www.asean.org>

การพัฒนาความร่วมมือของสมาชิกอาเซียนสู่ประชาคมอาเซียน

แม้ว่าอาเซียนได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางด้านการเมืองเศรษฐกิจและสังคม ส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมือง และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม แต่เมื่อกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลให้การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศมีแนวโน้มแข่งขันกันรุนแรงขึ้น ทำให้อาเซียนต้องหันมามุ่งเน้นกระชับและขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามก็ยังคงไว้ซึ่งวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในภูมิภาค (2) รักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในภูมิภาค และ (3) เป็นเวทีแก้ไขปัญหาคัดแย้งภายในภูมิภาค

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา การดำเนินงานความร่วมมือด้านเศรษฐกิจของอาเซียนมีความคืบหน้ามาตามลำดับ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA)

ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 การเจรจาเพื่อเปิดตลาดการค้าบริการและการลงทุนในภูมิภาคจนถึงปัจจุบัน ผู้นำอาเซียนได้มุ่งให้ความสำคัญกับการดำเนินการเพื่อนำไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ภายในปี 2015 ซึ่งเร็วกว่ากำหนดการเดิมที่ผู้นำอาเซียนได้เคยประกาศแสดงเจตนารมณ์ไว้ตามแถลงการณ์บาหลีถึง 5 ปี ทั้งนี้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community, AEC) นั้นถือเป็นเพียงหนึ่งในสามเสาหลักของประชาคมอาเซียน โดยอีกสองเสาหลัก คือ ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community) และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community) และได้มีการจัดทำกฎบัตรอาเซียน (ASEAN Charter) เพื่อการดำเนินงานไปสู่ประชาคมอาเซียน ในการที่จะรวมตัวเป็น “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ภายในปี 2558 นั้น กลุ่มประเทศอาเซียนได้จัดทำแผนงานในเชิงบูรณาการในด้านเศรษฐกิจต่าง ๆ หรือพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ด้าน (ภาพที่

3) (ASEAN, 2013b) ดังนี้

1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single market and single production base) โดยจะให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น (Free flows of goods, services, investment, and skilled labors, and free flow of capital) อันจะทำให้ผู้บริโภครวมกันเลือกสรรสินค้าและบริการได้อย่างหลากหลายภายในภูมิภาค และสามารถเดินทางในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างสะดวกและเสรีมากยิ่งขึ้น รวมทั้งให้มีการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาที่สำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรม โดยได้กำหนดเวลาที่จะลดหรือยกเลิกอุปสรรคระหว่างกันเป็นระยะ ทั้งนี้ กำหนดให้ลดภาษีสินค้าเป็น 0% และลดหรือเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี การเปิดเสรีการลงทุน และเปิดเสรีตลาดภาคบริการทั้งหมด ภายในปี 2558

2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน (Competitive economic region) ภายใต้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะมีการให้ความสำคัญกับประเด็นด้านนโยบายต่างๆ ที่จะช่วยส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เช่น นโยบายการแข่งขันอย่าง

เป็นธรรม การคุ้มครองผู้บริโภค การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อาทิเช่น การเงิน การขนส่ง เทคโนโลยีสารสนเทศ และพลังงาน

3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค (Equitable economic development) อาเซียนจะสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่างๆ อาทิ ขอรืเริ่มเพื่อการรวมตัวของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration, IAI) เพื่อลดช่องว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิก

4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (Integration into global economy) โดยมุ่งเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาคเพื่อให้อาเซียนมีนโยบายร่วมกันอย่างชัดเจน เช่น การจัดทำเขตการค้าเสรีของอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ในด้านการผลิต และการจำหน่ายภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก



ภาพ 3 วัตถุประสงค์ที่สำคัญของรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอาเซียน

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2555)

ทั้งนี้ตามแผนปฏิบัติการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ได้กำหนดพันธกรณีต่าง ๆ ให้ประเทศสมาชิกได้ดำเนินการตามกรอบระยะเวลาประกอบด้วย (ก) การเปิดเสรีการค้าสินค้า (ตามกรอบ ASEAN Free Trade Area: AFTA) (ข) การเปิดเสรีการค้าบริการ (ตามกรอบ ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS) (ค) การเปิดเสรีการลงทุน (ภายใต้ ASEAN Comprehensive Investment Agreement: ACIA) (ง) การเปิดเสรีด้านเงินทุนเคลื่อนย้าย และ (จ) การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี (ASEAN, 2013b)

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้อาเซียนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ด้านดังกล่าวข้างต้นภายในปี 2558 นั้น อาเซียนได้มีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องและทยอยบังคับใช้เป็นระยะ ตัวอย่างเช่น การลดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าระหว่างกันได้มีผลบังคับใช้แล้วตั้งแต่ปี 2554 หรือการขยายเขตแดนสัดส่วนการลงทุนเป็นร้อยละ 70 สำหรับธุรกิจบริการในสาขาแรงจูงใจได้มีการดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2008 และในที่สุดธุรกิจบริการส่วนใหญ่จะมีการขยายเขตแดนการถือหุ้นในสัดส่วนดังกล่าวภายในปี 2558 (EconNews, 2011) หรือข้อตกลงยอมรับร่วมสาขาวิชาชีพ (Mutual Recognition Agreement: MRA) ที่ได้มีการทยอยลงนามในสาขาต่าง ๆ ตั้งแต่ปี 2005 จนถึงปัจจุบันได้มีการลงนามในข้อตกลงดังกล่าวไปแล้วกว่า 8 สาขาวิชาชีพ ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล วิศวกรรม สถาปัตยกรรม บริการบัญชี วิชาชีพด้านการสำรวจ และ บริการการท่องเที่ยว (ITD, 2012) ซึ่งการทยอยเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกับการเปิดเสรีด้านการลงทุน การเคลื่อนย้ายเงินทุน และแรงงานระหว่างประเทศในอาเซียน

อาเซียนกับการเชื่อมโยงในภูมิภาค (ASEAN Connectivity)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเพื่อเสริมสร้างความเป็นปึกแผ่นของอาเซียน ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาอาเซียนสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 อย่างเป็นทางการ ในเดือนตุลาคม 2552 ที่ประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 15 ที่ประเทศไทย ได้มีการนำเสนอแนวคิดในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในอาเซียน (ASEAN Connectivity) ขึ้น จากการประชุมในครั้งนั้นประเทศสมาชิกอาเซียนได้มีการออกแถลงการณ์ร่วมกันว่า ด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในอาเซียน และได้จัดตั้งคณะทำงานระดับสูงว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในอาเซียน (High Level Task Force on ASEAN Connectivity – HLTF-AC) เพื่อจัดทำแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในอาเซียน (Master Plan on ASEAN Connectivity – MPAC) เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมสุดยอดอาเซียนต่อไป

แผนแม่บทที่จัดทำขึ้นนั้น มุ่งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในอาเซียนเพื่อเป็นกรอบความร่วมมือในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกัน โดยความเชื่อมโยงดังกล่าวจะเริ่มจากการเน้นความเชื่อมโยงภายในอาเซียนก่อน โดยมีเจตนารมณ์ที่จะเร่งรัดการเชื่อมโยงประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศให้เป็นหนึ่งเดียวทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านกฎระเบียบ และด้านประชาชน โดยมีเป้าหมายสูงสุดเพื่อการสนับสนุนการสร้างประชาคมอาเซียนอย่างแท้จริงภายในปี 2558 ซึ่งความเชื่อมโยงดังกล่าว (ดังแสดงในภาพที่ 4) จะพัฒนาต่อไปจนสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน กับภูมิภาคอื่น ๆ อาทิ เอเชียตะวันออกและเอเชียใต้ต่อไป



ภาพ 4 แผนแม่บทของการเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Connectivity)

ที่มา : ดัดแปลงจาก ASEAN Secretariat (2014)

แผนการเชื่อมโยงอาเซียน อาจแบ่งได้เป็น 3 ส่วนสำคัญ (ASEAN, 2015c) ดังนี้

1) การสร้างโครงข่ายเชื่อมโยงอาเซียนทางกายภาพ (Physical Connectivity) แยกย่อย ออกเป็น โครงข่ายด้านคมนาคม (transportation) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT infrastructure) และ โครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงาน (energy infrastructure) โดยมีการจัดตั้งคณะทำงาน สาขาต่าง ๆ ของอาเซียน (ASEAN Sectoral Bodies) เพื่อเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการดำเนินการแผนต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จ

2) การเชื่อมโยงทางกฎเกณฑ์เชิงสถาบัน (Institutional Connectivity) การเชื่อมโยงลักษณะนี้จะครอบคลุม ข้อตกลง พิธีการ ในระดับนานาชาติหรือระดับภูมิภาค เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการภายใต้ข้อตกลงหรือ ข้อบังคับต่าง ๆ อาทิเช่นในเรื่องการข้ามแดนให้สะดวก รวดเร็ว โปร่งใส ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และการลงทุนทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ในขณะเดียวกันก็ป้องกันและแก้ไขปัญหา ที่จะเกิดจากอาชญากรรมข้ามชาติ แรงงานผิดกฎหมาย การค้ามนุษย์

และปัญหาสังคมต่าง ๆ ที่อาจจะมาจากการเปิดการเชื่อมโยงกันของภูมิภาค

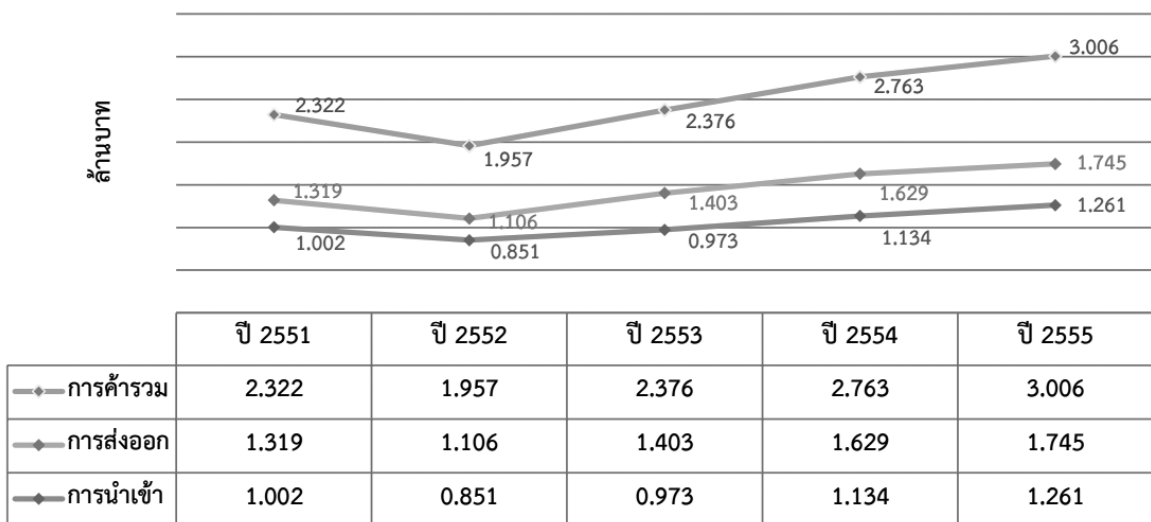
3) การเชื่อมโยงระหว่างประชากรอาเซียน (People-to-people Connectivity) ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงในหมวดนี้ที่สำคัญคือ การเชื่อมโยงทางการศึกษาและวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวภายในอาเซียน หากอาเซียนจะร่วมมือกันในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจ หรือสร้างความมั่นคงให้กับภูมิภาคมากขึ้น แต่หากขาดการพัฒนาคน หรือประชาชนของภูมิภาคอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว การพัฒนาทางด้านอื่น ๆ ก็ดูเหมือนจะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนได้ยาก ซึ่งอาจส่งผลต่อการรวมกลุ่มของอาเซียนด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการส่งเสริมและกระตุ้นให้ประชาชนของอาเซียนเข้าใจถึงสังคมและวัฒนธรรมของกันและกัน รวมทั้งสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกันภายใต้ประชาคมอาเซียนให้มากขึ้น

ผลกระทบของอาเซียนกับการเตรียมความพร้อมของวิสาหกิจไทย

ผลกระทบต่อประเทศไทยจากการเข้าเป็นประชาคมอาเซียน

ตลอดระยะเวลา 40 กว่าปีที่ผ่านมามีประเทศไทยได้ประโยชน์หลายประการจากการเข้าเป็นสมาชิกในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะในด้านการเสริมสร้างความมั่นคงซึ่งช่วยเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยปัจจุบันอาเซียนนับเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของไทย และนับตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา ประเทศในกลุ่มอาเซียนได้มีการเจรจายกเลิกภาษีนำเข้าสินค้าจำนวนหลายพันรายการระหว่างกันภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ส่งผลให้การค้าของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียน

เพิ่มขึ้นเป็น 74,696.43 และ 91,222.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มกว่าร้อยละ 38.6 และ 22.1 ในปี 2553 และ 2554 ตามลำดับ การค้าระหว่าง ไทย-อาเซียน ในปี 2555 มีมูลค่า 3,006,076 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นจากปี 2554 8.80%) มีการส่งออกมูลค่า 1,744,998.12 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 7.13%) มีการนำเข้ามูลค่า 1,261,078 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 11.20%) (ภาพที่ 5) (สำนักพัฒนาการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์, 2556) จะเห็นได้ว่า นอกจากอาเซียนจะเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของไทยแล้ว อาเซียนยังเป็นตัวช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการลงทุนระหว่างประเทศและช่วยเกื้อหนุนด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย



ภาพ 5 มูลค่าการค้าระหว่าง ไทย - ASEAN ปี 2551 – 2555

ที่มา: สำนักพัฒนาการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ (2556)

แม้ว่าการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก เนื่องจากส่งเสริมให้เกิดการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกที่ลึกซึ้งและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการค้าสินค้า การค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงาน รวมถึงความร่วมมือด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน เพื่อลดอุปสรรคให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งจะนำไปสู่

การพัฒนามาตรฐานการครองชีพและความกินดีอยู่ดีของประชาชนภายในประเทศ และลดช่องว่างการเหลื่อมล้ำทางสังคมให้น้อยลง อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกในกลุ่มแล้ว ผลกระทบของประเทศไทยในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยนำเครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ (Chareonwongsak, 2013) สามารถแสดงสรุปประเด็นที่สำคัญในภาพรวมได้ตามตารางที่ 3

ตาราง 3 การวิเคราะห์ SWOT ของประเทศไทยเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จุดแข็ง (Strengths) • ประเทศไทยตั้งอยู่ตรงกลางภูมิภาคและมีพรมแดนติดประเทศเพื่อนบ้านมากที่สุด ทำให้ได้เปรียบในเรื่องศูนย์กลางต่าง ๆ เช่น การคมนาคมทางบก ทางอากาศ การค้า การลงทุน หรือศูนย์แสดงสินค้า • ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน • ตลาดมีขนาดใหญ่ และมีคนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อ • ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับอาเซียนสูง • ประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในระดับโลกสูง • ประเทศไทยมีจุดเด่นเรื่องการท่องเที่ยวและการบริการที่ดี และราคาไม่สูงมาก ประกอบกับคนไทยมีความเป็นมิตร	จุดอ่อน (Weaknesses) • ขาดความเข้าใจและความตระหนักเกี่ยวกับ ประชาคมอาเซียน รู้จักเพื่อนบ้านน้อยมาก ขาดความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ • ปัญหาเรื่องเสถียรภาพทางการเมือง ความแตกแยกด้านความคิดเห็นทางการเมืองภายในประเทศ และยังมีปัญหาความไม่สงบเรียบร้อยในจังหวัดชายแดนใต้ • ประชาชนชาวไทยยังด้อยความสามารถด้านภาษาอังกฤษ ที่เป็นภาษากลางในการสื่อสารเมื่อประชาคมอาเซียนเริ่มดำเนินการ • ประเทศไทยยังคงมีปัญหาเรื่องละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่รุนแรงและไม่จริงจัง • ประเทศไทยมีความไม่สะดวกบางด้านในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ต้นทุนบางด้านในการทำธุรกิจสูงขึ้น
โอกาส (Opportunities) • การเข้าถึงตลาดเดียวที่มีขนาดใหญ่ • การเข้าถึงปัจจัยการผลิต แรงงานราคาถูก และทรัพยากร • การได้รับเงินลงทุนและการลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น • การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาค • เข้าถึงแรงงานที่มีทักษะ	ภัยคุกคาม (Threats) • การแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้านรุนแรง • การใช้มาตรการปกป้องเศรษฐกิจภายใน • ปัญหาขาดแคลนแรงงานทักษะ และยังต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านค่าแรงที่ต่ำกว่าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การผลิตที่ใช้แรงงานเป็นหลัก เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ อาจจะถูกย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่าผลกระทบทางอ้อมจากการเปิดเสรีการค้าและการลงทุนผู้ประกอบการต้องปรับตัว

การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นับเป็นการบูรณาการทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญกับประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจาก (1) อาเซียนเป็นกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่มีความใกล้ชิดไทยมากที่สุด ประเทศสมาชิกอาเซียนหลายประเทศเป็นเพื่อนบ้าน มีพรมแดนติดกัน มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึง มีสินค้าและบริการที่สามารถเสริมซึ่งกันและกันได้ หรือมีสินค้าบริการที่คล้ายคลึงกันซึ่งหากสามารถร่วมมือกัน ก็จะสามารถสร้างความแข็งแกร่งในด้านอำนาจการต่อรอง อันจะนำมาซึ่งการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจการค้าที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง (2) การรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้เกิดตลาดในภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่ โดยสามารถนำจุดแข็งของแต่ละประเทศมาเสริมกับจุดแข็งของประเทศไทยเพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดในการผลิตส่งออก และบริการ ซึ่งจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรีมากขึ้น นอกจากนี้ การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยให้ประเทศสมาชิกมีความเป็นปึกแผ่นและช่วยสร้างอำนาจการต่อรองในเวทีต่าง ๆ มากขึ้น (3) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวในด้านการค้าและการลงทุนของไทย เนื่องจากการผลักดันมาตรการต่าง ๆ เพื่อเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะก่อให้เกิดการยกเลิกหรือลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นอุปสรรคด้านภาษีหรือมาตรการทางการค้าอื่น ๆ ที่มีใช้อยู่ เนื่องจากประเทศสมาชิกจะแสวงหาความร่วมมือเพื่อลด/ขจัดอุปสรรคต่าง ๆ เหล่านั้น รวมถึงอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุนระหว่างกัน และ (4) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ผู้ประกอบการไทยได้เริ่มปรับตัวและเตรียมความพร้อมพร้อมกับสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเร่งปรับตัวและใช้โอกาสที่เกิดจากการลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะสาขาที่ไทยมีความพร้อมและมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจความคิดเห็นผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ของไทยซึ่งเป็นภาคอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาค ที่ดำเนินการโดยสถาบันอาหาร ในปี 2012 เกี่ยวกับประเด็นความ

พร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า แม้ว่าการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC ของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมอาหารจะมีสูงถึงร้อยละ 86.7 แต่การใช้สิทธิประโยชน์จากการมาตรการของ AEC ที่ผ่านมายังถือว่าน้อยเพียงร้อยละ 34.6 นอกจากนี้ แม้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมองว่า AEC จะส่งผลบวกต่อธุรกิจมากกว่าด้านลบ แต่ความพร้อมในการรับมือในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกลับมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 37.0 การสำรวจดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ที่เป็นรูปธรรมในการรับมือกับการเป็นประชาคมอาเซียน ซึ่งสาเหตุหลักมาจากการมีข้อมูลไม่เพียงพอ ตลอดจนความยุ่งยากในการใช้สิทธิประโยชน์จากมาตรการของอาเซียน ในขณะที่ ผลการศึกษาของ Siriphat-trasophon (2014) พบว่า ผู้ประกอบการด้านอาหารแปรรูปของไทยมีระดับความสามารถในการทำธุรกิจระหว่างประเทศอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารของไทยยังมีความได้เปรียบหลายประการเมื่อเทียบประเทศคู่แข่งในระดับภูมิภาค ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำธุรกิจระหว่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นสินค้าด้านการเกษตรและประมงที่ยังมีอยู่อุดมสมบูรณ์ในภูมิภาค ดังนั้น ฐานการผลิตสินค้าด้านอาหารแปรรูปยังจะคงอยู่กับประเทศไทยต่อไป

แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการสร้างรายได้และการจ้างงาน ดังจะเห็นได้จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554) ระบุว่า ในปี 2553 ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้นประมาณ 2.9 ล้านราย โดยร้อยละ 99.8 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 78 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 37.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศและมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 28.4 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศ อย่างไรก็ตาม สำหรับการศึกษเกี่ยวกับศักยภาพและระดับความพร้อม

ในการเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศของ SMEs ในประเทศไทย กลับพบว่า ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ไทยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 ยังมีระดับความพร้อมขององค์กรเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับต่ำ (Saiyasophon, 2012) การที่ผู้ประกอบการ SMEs ไทยยังมีระดับความพร้อมไม่มากนักในการแข่งขันของธุรกิจระหว่างประเทศที่กำลังทวีความรุนแรงขึ้นอยู่ในขณะนั้น เป็นเรื่องที่น่ากังวลเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากการศึกษาดังกล่าว พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อมซึ่งมีระดับความพร้อมอยู่ในระดับสูงมีเพียงร้อยละ 0.50 เท่านั้น (Siriphatrasophon และ Saiyasophon, 2013)

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ภายในปี 2558 ด้วยเป้าหมายหลักเพื่อการรวมตัวกันเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน จะส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุนและแรงงานวิชาชีพ ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน และสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศสมาชิกสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างหลากหลาย และสามารถเดินทางในกลุ่มประเทศสมาชิกได้อย่างเสรีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นให้กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนมีความสามารถในการแข่งขันสูง (Highly Competitive Economic Region) ในเวทีโลกโดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โทรคมนาคม การเงินการธนาคาร และการคุ้มครองสิทธิทางปัญญา อีกทั้งให้กลุ่มประเทศสมาชิกมีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกันหรือลดช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิก โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) และ โครงการริเริ่มเพื่อการรวมตัวกันของกลุ่มสมาชิก (Initiative for ASEAN Integration) ตลอดจนสนับสนุนให้กลุ่มสมาชิกอาเซียนสามารถเชื่อมโยงกับประเทศนอกภูมิภาค โดยจัดทำเขตการค้าเสรีระหว่างอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่างๆ

การพัฒนาความร่วมมือของอาเซียนดังกล่าว ย่อม

นำมาซึ่งผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศสมาชิก และในฐานะที่ประเทศไทยเป็นสมาชิกที่ร่วมก่อตั้งอาเซียนมาตั้งแต่ปี 2510 ผู้ประกอบการไทยจึงย่อมได้รับผลกระทบดังกล่าวไปด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่มีขนาดใหญ่จะได้รับโอกาสจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างมาก ทั้งด้านการขยายขอบเขตการตลาดและการเลือกฐานการผลิตที่ทำให้ประสิทธิภาพการผลิตสูงขึ้น อันเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ ผลกระทบที่จะเกิดต่อธุรกิจ SMEs จะมีในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากการเปิดเสรีด้านการค้าและการลงทุนของอาเซียนย่อมนำมาซึ่งการแข่งขันจากประเทศสมาชิก โดยเฉพาะในประเทศไทยที่เริ่มสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับการผลิตสินค้าหรือบริการที่ใช้แรงงานเป็นหลัก จากนโยบายการปรับค่าจ้างขึ้นต่ำ อย่างไรก็ตาม SMEs ไทย ยังมีโอกาสที่จะแสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจในอาเซียนได้เช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการหาช่องว่างทางการตลาดเฉพาะ (Niche market) การใช้ความเร็วในการเข้าสู่ตลาดจากความคล่องตัวในการทำธุรกิจขนาดเล็ก การใช้เทคโนโลยีและการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การเลียนแบบและพัฒนา (copy and development) การแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจจากแน่วพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจ (Economic corridors development) ภายใต้แผนแม่บทความเชื่อมโยงของอาเซียน (ASEAN Connectivity) การค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ฯลฯ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ควรทำการวิเคราะห์ความพร้อมของธุรกิจตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อค้นหาว่ายังมีปัจจัยด้านใดที่ตนยังขาดทักษะหรือเป็นจุดอ่อนของธุรกิจ จากนั้นจึงควรเร่งปรับปรุงพัฒนาโดยเร็วเพื่อที่จะช่วยเพิ่มระดับความพร้อมในการเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับภาครัฐ ย่อมมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ และยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ SMEs โดยการพัฒนาความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน โดยการจัดหาความรู้ในเรื่องการดำเนินธุรกิจในอาเซียน ที่เป็นข้อมูลเชิงลึกทั้งในด้านการค้าและการลงทุน รวมถึงความรู้ในเรื่องของภาษีศุลกากร การนำสินค้าและการบริการเข้าไปขายในตลาดอาเซียน อัตราแลกเปลี่ยน กฎหมายในการทำธุรกิจระหว่าง

ประเทศคู่ค้าและตลาดอาเซียน ความเสี่ยงของการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และทราบถึงข้อมูลในด้านการลงทุน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎหมาย เทคโนโลยี ของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน นอกจากนี้ ภาครัฐยังต้องมีบทบาทสำคัญในการกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ของประเทศโดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง การพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจที่เอื้ออำนวย แก้ไขปัญหาทุจริต คอร์รัปชัน การพัฒนาระบบป้องกันเศรษฐกิจของประเทศ (อาทิ การพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคจากสินค้านำเข้าที่ไม่ได้มาตรฐาน การสร้างมาตรการกีดกันทางการค้าเพื่อปกป้องผู้ประกอบการในประเทศ) ซึ่งการผลักดันมาตรการต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เมื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีระดับความพร้อมในการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียนในระดับสูง ก็จะเป็นการช่วยเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับประเทศไทยในประชาคมอาเซียนได้เป็นอย่างดีต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางการใช้ประโยชน์จากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับแนวทางการใช้ประโยชน์จากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการนั้น สามารถแยกการพิจารณาที่ละประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (นลินทิพย์, 2554) ดังต่อไปนี้

1) ในการที่อาเซียนจะเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันได้นั้น ประเทศสมาชิกจะต้องดำเนินการลดอากรขาเข้าสำหรับสินค้าที่นำเข้าจากประเทศในกลุ่ม ลดอุปสรรคในการเข้ามาประกอบกิจการภาคบริการลดข้อจำกัดเกี่ยวกับการไหลเวียนของเงินทุน ตลอดจนสร้างมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การลดหรือยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี การปรับมาตรฐานของสินค้า การกำหนดแบบฟอร์มต่าง ๆ โดยเฉพาะการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าร่วมกัน (Self-certification) ที่กำลังจะนำมาใช้ในอนาคตอันใกล้ ในกรณีดังกล่าวนี้ ผู้ประกอบการอาจแสวงหาโอกาสของการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันของอาเซียนได้หลายประการ ตัวอย่างเช่น

- หากผู้ประกอบการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่ต้องนำเข้าวัตถุดิบ ควรศึกษาว่าจะสามารถนำเข้าวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากประเทศในกลุ่มอาเซียนแทนที่จะนำเข้าจากประเทศนอกกลุ่มที่ต้องเสียภาษีนำเข้าและอยู่ห่างไกลได้หรือไม่ เนื่องจากภายใต้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้ สินค้าที่นำเข้าจากประเทศสมาชิกอาเซียนจะมีราคาถูกกว่าสินค้าจากประเทศที่มีใช้สมาชิก อันเป็นผลมาจากการไม่ถูกเก็บภาษีอากรนำเข้า นอกจากนี้ การนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศสมาชิกอาเซียนควรมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ลดลงจากการมีที่ตั้งภูมิศาสตร์อยู่ใกล้เคียงกัน

- ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องจ้างผู้ผลิตสินค้าให้ภายในประเทศ อาจทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการที่จะแสวงหาพันธมิตรในกลุ่มอาเซียนที่มีความสามารถผลิตสินค้าป้อนให้แทน หรือในบางกรณี การย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ยังมีค่าแรงงานที่ถูกกว่าและมีทักษะเพียงพอ ซึ่งเมื่อรวมกับต้นทุนการผลิตกับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขนส่งแล้ว อาจทำให้ต้นทุนการผลิตโดยรวมถูกกว่าการผลิตสินค้านั้นต่อไปภายในประเทศ

- ในกรณีที่ผู้ประกอบการเป็นผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย การสำรวจและศึกษาตลาดอาเซียนอย่างละเอียดอาจทำให้พบสินค้าแปลกใหม่ที่มีคุณภาพดีและราคาถูกได้ เนื่องจากวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของประชาชนในอาเซียนไม่เหมือนกัน บางประเทศอาจผลิตสินค้าบางอย่างที่แปลกใหม่และผู้ประกอบการอาจเห็นช่องทางในการประยุกต์ใช้สินค้าเหล่านั้นให้เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในประเทศได้แล้ว ก็จะทำให้เพิ่มโอกาสในด้านการตลาดของธุรกิจได้เพิ่มมากขึ้น

ในทางตรงกันข้าม หากผู้ประกอบการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่สามารถทดแทนได้ด้วยสินค้าที่นำเข้าจากประเทศอาเซียนที่มีราคาถูกแล้ว ผู้ประกอบการต้องเตรียมตัวตั้งรับให้ดี อย่างไรก็ตาม แม้ว่าราคาของผลิตภัณฑ์จะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคก็ตาม แต่คุณภาพการให้บริการและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตัวธุรกิจเองก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้เช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาสินค้าและ/หรือบริการของตน โดยการนำเสนอสินค้าที่มีการพัฒนาให้ใช้งานได้ดีกว่าเดิม หรือลองปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตลงได้

2) เนื่องจากอาเซียนพยายามสร้างสิ่งแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ ที่เป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมในกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อมิให้มีการผูกขาดหรือรวมตัวกันเพื่อกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรมจนเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค มีการสร้างกระบวนการป้องกันและแก้ไขปัญหาสำหรับผู้บริโภคในกลุ่มอาเซียน มีการใช้มาตรการอันเป็นการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนสนับสนุนให้มีการส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ดังนั้น การดำเนินการของอาเซียนในส่วนนี้จะจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนส่งเสริมนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้ นอกจากนี้ การเกิดขึ้นของช่องทางการค้าใหม่ๆ เช่น E-marketplace อาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ต้องพยายามคิดค้นสินค้าใหม่ ๆ เพื่อพยายามเข้าสู่ช่องว่างของตลาดในภาวะที่ต้นทุนการดำเนินธุรกิจไม่สูงมากนักได้เช่นกัน

3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคของการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะเน้นการลดช่องว่างในการพัฒนาระหว่างประเทศสมาชิก และมีการส่งเสริมการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น ในการลดช่องว่างการพัฒนาส่วนใหญ่จะเป็นบทบาทของภาครัฐในการที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศที่มีการพัฒนาต่ำกว่าสมาชิกเดิมของอาเซียน ซึ่งประเทศเป้าหมายในการพัฒนาดังกล่าวได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) การดำเนินการของอาเซียนในส่วนนี้ น่าจะเกิดผลดีต่อธุรกิจจากประเทศไทยมากที่สุด เนื่องจากนอกจากประเทศในกลุ่มนี้จะมีภูมิประเทศที่ติดต่อกับหรือใกล้ชิดกับประเทศไทยแล้ว ยังสามารถใช้เป็นแหล่งของแรงงานที่มีต้นทุนต่ำกว่าซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการบางรายที่ต้องการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเหล่านี้ได้นอกจากนี้ ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ ยังมีความคุ้นเคยกับสินค้าไทย แม้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตอาจจะแตกต่างกันบ้าง แต่สภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศไม่ค่อยแตกต่างจากประเทศไทยมากนัก ทำให้การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยไม่ยากนัก สิ่งสำคัญก็คือการศึกษาทำความเข้าใจและเคารพในเรื่องวัฒนธรรมที่แตกต่างกันโดยเฉพาะด้านภาษาที่ใช้ การเรียนรู้และเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคในกลุ่มนี้ให้เพียงพอ นอกจากนี้

การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังเปิดโอกาสให้มีการเข้าไปประกอบกิจการในกลุ่มประเทศสมาชิกได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

4) ประการสุดท้าย อาเซียนต้องบูรณาการตัวเองเข้ากับเศรษฐกิจโลกผ่านการทำข้อตกลงการค้าเสรีในรูปแบบต่าง ๆ กับประเทศคู่เจรจาที่สำคัญ อาทิ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ซึ่งแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างกันกับอาเซียนในหลายด้าน ซึ่งการใช้ประโยชน์จากการจากบูรณาการของอาเซียนนั้น จะขึ้นกับวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ ในการที่จะศึกษาและหาโอกาสที่มักจะมากับการเปลี่ยนแปลงเสมอ ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการอาจเห็นโอกาสทางธุรกิจและเข้าร่วมทุนกับพันธมิตรในกลุ่มอาเซียนด้วยกันในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และทำตลาดร่วมกันในประเทศคู่สัญญาใหม่ ๆ ของอาเซียน นอกจากนี้ ประเทศที่เศรษฐกิจพัฒนาแล้วกำลังให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม การมีความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยธรรมธุรกิจ ผู้ประกอบการอาจนำประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้มาเป็นโอกาสในการเป็นพันธมิตรกับองค์กรธุรกิจที่มาจากประเทศพัฒนาแล้วเหล่านี้ เพื่อร่วมมือกันในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีกิจกรรมเพื่อเป็นการตอบแทนสู่สังคมและชุมชนอย่างแท้จริง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศในอาเซียนได้ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ไทย

สำหรับธุรกิจ SMEs แล้ว การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนน่าจะส่งผลกระทบต่อการอยู่รอดของผู้ประกอบการมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2555) ได้สำรวจความเห็นของนักธุรกิจจากต่างประเทศที่ทำธุรกิจอยู่ในประเทศไทย เกี่ยวกับแนวทางการเตรียมตัวของผู้ประกอบการ SMEs ไทย เพื่อให้พร้อมสำหรับการที่ประเทศไทยจะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์หลายประการ ได้แก่

1) การเลือกประเทศในอาเซียนที่จะทำตลาด - เนื่องจาก SMEs ไม่ได้มีทรัพยากรและบุคลากรมากเท่ากับบริษัทใหญ่ การทำตลาดในต่างประเทศพร้อมกันทีเดียวหลายแห่ง จะทำให้ไม่สามารถทุ่มเทความสนใจไปกับตลาดใดตลาดหนึ่งได้เต็มที่ ประกอบกับ SMEs ส่วนใหญ่ไม่ได้มี

ประสบการณ์ด้านการค้าขายระหว่างประเทศด้วยตนเองมากนัก ในระยะเริ่มต้นจึงควรเลือกตลาดเป้าหมายที่สอดคล้องกับสินค้าหลักที่มีอยู่จะเหมาะสมกว่า

2) การซื้อสินค้าจากประเทศเป้าหมายมาทดลองใช้ - การได้ทดลองใช้สินค้าในประเทศเป้าหมายที่เป็นประเภทเดียวกันกับสินค้าที่จะนำไปขาย จะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจถึงจุดเด่นและจุดด้อยของสินค้าเหล่านั้น และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงสินค้าของเราให้มีความแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด นอกจากนี้ สินค้าเหล่านี้ยังเป็นแนวทางที่ทำให้เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศนั้นด้วย

3) การทำความเข้าใจกับกฎระเบียบของประเทศเป้าหมาย - แม้ว่าอาเซียนจะเป็นเขตการค้าเสรีของกลุ่มประเทศสมาชิก แต่ก็ยังมีความแตกต่างในกฎระเบียบของแต่ละประเทศ หากผู้ประกอบการไม่ทำความเข้าใจให้ดีก่อน อาจทำให้ขั้นตอนการทำตลาดมีค่าใช้จ่ายสูง และใช้เวลานานกว่าที่คาดไว้ เวลาที่เนิ่นนานขึ้น หมายถึงโอกาสที่มากขึ้นของคู่แข่งด้วยเช่นกัน

4) การฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษในองค์กร - การพัฒนาทักษะด้านภาษา เมื่อนำไปใช้คู่กับการหาอาจารย์มาสอนเสริมภาษาอังกฤษที่จำเป็นต่อการทำงานให้กับบุคลากร นอกจากจะทำให้ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรดีขึ้นมาได้พอสมควรแล้ว ยังนับเป็นการสร้างบรรยากาศความเป็นมืออาชีพในองค์กร ช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้นตามไปด้วย

5) การแสวงหาบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาของประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายได้ - การจะติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าหรือตัวแทนในตลาดเป้าหมาย แม้ว่าจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักก็ตาม แต่การมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่นได้ดีในระดับหนึ่ง จะช่วยให้การเจรจาต่อรอง และการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวยังมีผลต่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

6) การศึกษาจากสื่อโทรทัศน์/ภาพยนตร์ของประเทศ ที่เป็นตลาดเป้าหมาย - สื่อมีผลต่ออิทธิพลทางความคิดของ คนในประเทศ และข้อมูลที่สะท้อนออกมาจากสื่อไม่ว่าเป็นแนวทางการโฆษณา ประเภทของรายการที่จัดลักษณะของละคร หรือภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้น ล้วนแล้วแต่เป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานทางด้านการตลาด ที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ทางการ

ตลาดในระยะเริ่มต้นได้ และยังทำให้เราเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ ได้ลึกซึ้งกว่าการศึกษาจากผลวิจัยเพียงอย่างเดียว

7) การเดินทางไปสำรวจประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย - เมื่อมีข้อมูลพื้นฐานของประเทศเป้าหมายพร้อมแล้ว สิ่งที่เราควรกระทำก่อนจะส่งสินค้าไปจำหน่ายคือ การเดินทางไปยังประเทศดังกล่าว เพื่อสัมผัสสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่แท้จริง หาโอกาสพูดคุยกับคนที่คาดว่าจะเป็นผู้มีมิตรทางธุรกิจ หรือผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้มีลูกค้าเป้าหมาย ที่สำคัญ เจ้าของกิจการควรจะได้มีโอกาสเดินทางไปสำรวจด้วยตนเอง ไม่ควรส่งคนอื่นไปแทน เพราะสุดท้ายแล้วสำหรับธุรกิจ SMEs เจ้าของก็ยังเป็นคนที่มีอำนาจในการตัดสินใจมากที่สุด

8) การสร้างความคุ้นเคยกับสื่อในประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย - สื่อแต่ละประเภท สามารถเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดในประเทศนั้นได้ ข้อมูลบางอย่างที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร แม้จะไม่เข้าใจทั้งหมด แต่ได้เห็นภาพ ก็อาจจะช่วยให้ได้แนวคิดใหม่ ๆ ในการทำตลาดแล้ว

9) การใช้การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) - สื่ออินเทอร์เน็ตช่วยให้มีช่องทางเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงผ่านสื่อสังคมออนไลน์แบบต่างๆ ซึ่งมีจำนวนมากในปัจจุบัน รวมถึง E-marketplace กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่สามารถเข้าสมัครใช้บริการได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

10) การทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมในการทำธุรกิจของประเทศเป้าหมาย - แต่ละประเทศมีวัฒนธรรมในการทำธุรกิจที่ต่างกัน จำเป็นต้องทำความเข้าใจให้ลึกซึ้ง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้น นอกจากนี้ การเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอย่างดี ยังเป็นการแสดงถึงความจริงใจและการใส่ใจกับการทำธุรกิจในประเทศนั้น และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับว่าที่พันธมิตรของเรา ช่วยให้การตกลงร่วมมือกันประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของ SMEs ไทยเพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่า การเป็นประชาคมเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่อด้านที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจขนาดใหญ่มากกว่า ทั้งนี้ เนื่องจาก กิจกรรมที่มีขนาดใหญ่มีความ

ได้เปรียบหลายประการ ประการแรก กิจกรรมขนาดใหญ่จะมีทรัพยากรด้านการเงินที่แข็งแกร่งและมีศักยภาพในการลงทุน ประการที่สอง ปริมาณยอดขายของกิจกรรมขนาดใหญ่จะมีปริมาณมากกว่า ทำให้ขอบเขตของการตลาดที่กว้างขวาง และประการสุดท้าย กิจกรรมขนาดใหญ่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ตลอดจนสรรหาพนักงานที่มีความสามารถมาร่วมงานได้ง่ายกว่า นอกจากนี้ ขนาดของธุรกิจจะสัมพันธ์กับสมรรถนะของทรัพยากรขององค์กร (Firm's resource capabilities) และขนาดของธุรกิจยังเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งในการกำหนดระดับความสามารถในการแข่งขันขององค์กรอีกด้วย ทั้งนี้ ในด้านทฤษฎียังกล่าวได้ถึงความได้เปรียบของขนาดของกิจการอีกด้วย กล่าวคือ กิจกรรมที่มีขนาดใหญ่จะมีความได้เปรียบในด้านการบริหารจัดการ การเงิน การวิจัยและพัฒนา ตลอดจนด้านการตลาด

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ยังสามารถแสวงหาโอกาสทางธุรกิจจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ โดยประเด็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่ SMEs ต้องผลักดันดำเนินการ มีทั้งหมด 4 มิติ (ITD, 2013) ได้แก่

1) การเข้าถึงแหล่งทุน (Access to Finance) – เป็นปัญหาสำคัญที่สุดในทุกประเทศ เนื่องจาก SMEs ส่วนใหญ่มีทรัพยากรและเงินทุนหมุนเวียนจำกัด ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันที่เพียงพอ มีพัฒนาการที่เชื่องช้า และมักถูกสถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อมองว่ามีความเสี่ยงสูง โดยเฉพาะวิสาหกิจที่เพิ่งเริ่มต้นกิจการ (Start-up) ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนสินเชื่อให้แก่วิสาหกิจเหล่านี้ จะต้องคำนึงถึงการจัดสรรสินเชื่อ (Credit Rationing) อย่างเป็นธรรมและทั่วถึง รวมถึงการยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจให้สามารถวางแผนและบริหารจัดการทรัพยากร ภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือและลดอุปสรรคของวิสาหกิจ ในการเข้าถึงแหล่งทุนต่างๆ ได้

2) ความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovative Capability) - SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียนเกือบทั้งหมด (ยกเว้นสิงคโปร์) ยังด้อยสมรรถนะในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังจะเห็นได้จากความสามารถในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใน เชิงพาณิชย์ และศักยภาพด้านการวิจัย

และพัฒนาแล้วนี่ยังอยู่ในระดับต่ำ ส่วนหนึ่งของปัญหานี้เชื่อมโยงมาจากการขาดแคลนเงินทุนดังที่กล่าวมาแล้ว

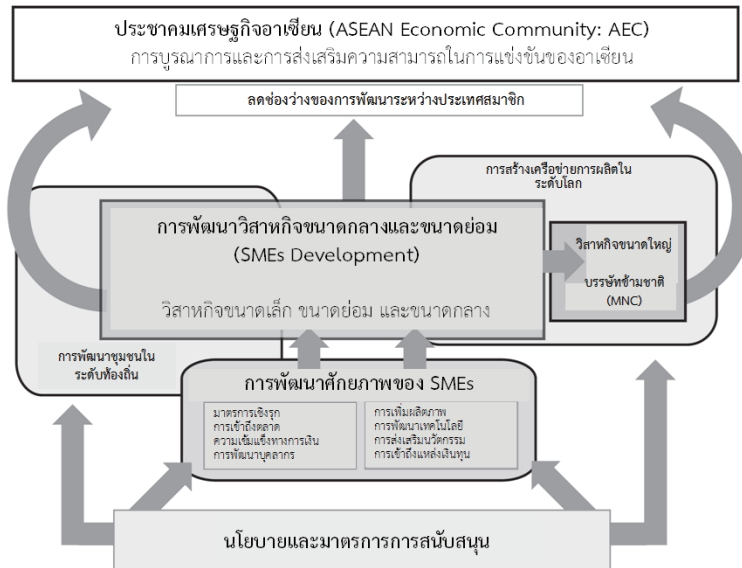
3) ทักษะแรงงาน (Labor Skills) - เนื่องจาก SMEs ยังคงขาดแคลน แรงงานทักษะขั้นสูงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลผลิตภาพแรงงานโดยเฉลี่ย (Average Labor Productivity) ยังอยู่ในระดับต่ำโดยเฉพาะทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การใช้ภาษา ต่างประเทศ และทักษะทางวิชาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจอย่างแท้จริง

4) การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ (Internationalization) – SMEs จำนวนมากยังต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนโยบายที่ไม่เอื้ออำนวย ทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังขาดจิตวิญญาณของการเป็นเจ้าของกิจการ (Entrepreneurial ship) และทักษะด้านการบริหารจัดการ ยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างครบถ้วน การแสวงหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Business Partners) และการเข้าร่วมในเครือข่ายการผลิตของภูมิภาค (Regional Production Networks) ยังคงดำเนินการได้อย่างจำกัด รวมถึงยังมีปัญหาด้านการดำเนินงานให้ได้มาตรฐาน และการขอเอกสารรับรองคุณภาพที่เกี่ยวข้องตามกฎระเบียบหรือข้อกำหนดระหว่างประเทศ

ประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นถือเป็นปัญหาสำคัญของ SMEs ที่มีความสำคัญลำดับต้น ๆ และจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาโดยเร่งด่วน แม้ว่ายังจะมีประเด็นปัญหาในมิติอื่นๆ ด้วย เช่น การเข้าถึงปัจจัยการผลิต การบริหารจัดการ ต้นทุน การแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาด กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นต้น) สำหรับประเทศไทย SMEs อาจมีข้อจำกัดในการทำธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มเติมในอีกหลายเรื่อง เช่น ข้อจำกัดด้านภาษาที่ไม่สามารถสื่อสารกับคู่ค้าในต่างประเทศ การไม่สามารถรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าได้สม่ำเสมอ และปัญหาด้านการบริหารความเสี่ยงของค่าเงินโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กของไทยมีการป้องกันความเสี่ยงจากค่าเงินเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจึงต้องตระหนักถึงประเด็นปัญหาเหล่านี้ และร่วมมือกันอย่างจริงจังในการผลักดันแนวนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของ SMEs อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ เพื่อการเตรียมความพร้อมและเพิ่ม

ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย
ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างมั่นคงและยั่งยืนได้นั้น
ผู้เขียนขอเสนอขอบเขตของการดำเนินการพัฒนา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยดังภาพที่ 6 ต่อ
ไปนี้



ภาพ 6 การเตรียมความพร้อมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

กล่าวโดยสรุปการเป็นประชาคมอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้นในปลายปี พ.ศ. 2558 ย่อมนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างมากและอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศในภูมิภาคและในระดับโลกหลายด้าน การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ จะเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการในภูมิภาคที่ต้องมีการเตรียมความพร้อมทั้งเชิงรุกและเชิงรับกับสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะ SMEs ซึ่งมีข้อจำกัดในการทำธุรกิจหลายประการ จำเป็นต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของอาเซียนที่จะมีต่อกิจการของตนเอง ศึกษานโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน และปรับเปลี่ยนทัศนคติเพื่อแสวงหา

โอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพและความสามารถของกิจการของตน แล้วจึงค่อย ๆ ปรับตัวไปเพื่อให้เกิดผลดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดต่อไปเนื่องจากความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะการสร้างรายได้และเป็นแหล่งการจ้างงานจำนวนมาก ดังนั้น การเตรียมความพร้อมและการเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจเหล่านี้ให้มีความเข้มแข็งและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะนำมาซึ่งความมั่นคงถาวรและยั่งยืนของเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยได้ตลอดไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2555). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. เอกสารประกอบการสัมมนาเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (มิถุนายน 2555).
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2555). คู่มือการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของ SMEs. สืบค้นจาก <http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/คำแนะนำในการใช้คู่มือ.pdf>
- นลินทิพย์ หอมวิเศษวงศา. (2554). อาเซียนสู่ AEC เตรียมตัวอย่างไรให้แข่งได้. *World Trade Review*, 34-37.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). ความสำคัญของ SMEs ต่อระบบเศรษฐกิจ. สืบค้นจาก <http://www.ismed.or.th/นิยาม-smes>
- สำนักพัฒนาการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์. (2556). ภาวะการค้าระหว่าง ไทย – อาเซียน ปี 2556. สืบค้นจาก http://www2.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7075
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558a). นิยาม SMEs. สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/Pages/Define.aspx>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558b). รายงานสถานการณ์ SMEs ปี 2557. สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2557>
- อนุสรณ์ ธรรมใจ และยศ อมรกิจวิทย์. (2555). ผลกระทบของประชาคมอาเซียนต่อธุรกิจอุตสาหกรรมไทย. คณะเศรษฐศาสตร์ และศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจเพื่อการปฏิรูป มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ASEAN. (2015a). Small and Medium Enterprises: SME Developments in ASEAN. Retrieved from <http://www.asean.org/communities/asean-economic-community/category/small-and-medium-enterprises>
- ASEAN. (2015b). About ASEAN. Retrieved from <http://www.asean.org/asean/about-asean>
- ASEAN. (2015c). Secretary-General of ASEAN Le Luong Minh. Retrieved from <http://www.asean.org/asean/secretariat/secretary-general-of-asean/item/secretary-general-of-asean-le-luong-minh>
- ASEAN Secretariat. (2014). Master Plan on ASEAN Connectivity. Retrieved from <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wOTADmhtjYEJ:www.asean.org/resources/publications/asean-publications/item/master-plan-on-asean-connectivity-2+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=th>
- Cavusgil, S.T., Knight, G., & Riesenberger, J. (2014). *International Business: The New Realities* (3rd ed.), New Jersey: Pearson Education Inc.
- Chareonwongsak, K. (2013). AEC and the Preparation of Thai Entrepreneurs [PowerPoint slides]. Paper presented at the College of Graduate Study in Management, KhonKaen University at Bangkok, Thailand (18 November 2013).
- EconNews. (2012). What is the ASEAN Economic Community? *EconNews*, Vol.21 No.523, pp.19-21.
- International Institute for Trade and Development, (ITD). (2012). New Rising Opportunities in ASEAN Market: New Professional Challenges. Retrieved from <http://www.itd.or.th/research-report/298-ar>
- International Institute for Trade and Development, (ITD), (2013). The Development of ASEAN SMEs. Retrieved from <http://www.itd.or.th/research-article/436-ar>
- Kasikorn Research Center. (2012). AEC Data KASIKORNRESEARCH. Retrieved from <https://www.kasikornre>

- search.com/EN/K-EconAnalysis/Pages/Search.aspx?cid=345 (accessed 9 November 2012).
- The Office of SMEs Promotion (OSMEP).(2011). Comparative Study on Policies and Measures for Preparing the SEMs Entering The ASEAN Economic Community. Retrieved from <http://www.sme.go.th>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).(1997). Globalization and Small and Medium Enterprises (SMEs).Organization for Economic Co-operation and Development, Paris.
- Siriphatrasophon, S. (2012).International Business Management. Bangkok: Pearson Education (Indochina).
- Siriphatrasophon, S. (2014).Enhancing the ability of international Thai food processing firms to prepare for the ASEAN Economic Community (AEC). Proceedings of The Clute Institute International Academic Conference, January 1 - 4, 2014 in Orlando, Florida (USA).
- Siriphatrasophon, S. and Saiyasopon, K. (2013).Firm readiness to internationalization of Thai SMEs towards the ASEAN Economic Community. Proceeding of The IBSM - International conference on Business, Management and Accounting, October 2-4, 2013 in Chiang Mai, Thailand.
- Thailand Board of Investment (BOI).(2013). Why Thailand. Retrieved from <http://www.boi.go.th>
- Yuri Sato. (2014). Development of Small and Medium Enterprises in the ASEAN Economies. Retrieved from http://www.jcie.org/japan/j/pdf/pub/publst/1451/9_sato.pdf
- Wild J.J. and Wild K.L. (2012), International Business: The Challenges of Globalization, (6th ed.). Pearson Prentice Hall, New Jersey.