

โอกาสของ SMEs ไทย สู้ตลาดมาเลเซีย (ตอนที่ 1)

เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา สสว. ร่วมกับคณะกรรมการ AEC Prompt หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินกิจกรรม ส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ไทยออกสู่ตลาดมาเลเซีย เนื่องจากมาเลเซีย (Malaysia) เป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีชายแดนติดต่อกับประเทศไทย และมีการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจและการค้าเสรี รัฐบาลมาเลเซียได้ประกาศกรอบนโยบาย และแผนในการยกระดับประเทศ เพื่อให้เป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2020 โดยดำเนินการภายใต้โครงการหลัก 2 ด้านเพื่อปฏิรูปการบริหารจัดการประเทศ (Government Transformation Programme - GTP) และเพื่อปฏิรูปเศรษฐกิจ (Economic Transformation Programme - ETP)

สาขาธุรกิจ SMEs ของไทยที่มีศักยภาพในการทำตลาดมาเลเซีย

มาเลเซียมีนโยบายเปิดกว้างด้านการค้าการลงทุน เปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศอย่างมาก มีการให้สิ่งจูงใจ (incentives) ทางภาษีทั้งทางตรงและทางอ้อมในอุตสาหกรรมหลายประเภท เช่น ภาคการผลิต การเกษตร การท่องเที่ยว การวิจัยและพัฒนา การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม การฝึกอบรม และภาคบริการ และหากเป็นการลงทุนในธุรกิจบริการโดยใช้ประโยชน์ภายใต้ความตกลงการค้าบริการของอาเซียน (AFAS) สมาชิกอาเซียนก็จะได้แต้มต่อเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับนักลงทุนต่างชาติที่ไม่ใช่สมาชิกอาเซียน ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรริบสร้างโอกาส จากความได้เปรียบจากความเป็นสมาชิก อาเซียนและทำเลที่ตั้งซึ่งมีพรมแดนติดกัน ในการขยายโอกาสด้านการค้า การลงทุนในมาเลเซียทั้งในภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตร และภาคบริการ

อุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพเข้าไปลงทุนในมาเลเซีย

1) การแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะสินค้าฮาลาล เนื่องจากมาเลเซียเป็นตลาดฮาลาลขนาดใหญ่ เพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดมุสลิมทั่วโลก นับว่ามีลู่วางที่ดี เนื่องจากไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ขณะที่ประชากรมุสลิมทั่วโลกมี จำนวนประมาณ 1,800 ล้านคน หรือร้อยละ 25 ของประชากรโลก ซึ่งมีการบริโภคอาหารฮาลาลเป็นมูลค่ากว่า 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี ผนวกกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศมาเลเซียที่เพิ่มขึ้นทุกปี วัตถุดิบที่หลากหลาย มีคุณภาพ และความสามารถในการผลิตอาหารของไทย จึงถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปขยายตลาดอาหารฮาลาลในมาเลเซีย รวมถึงต่อยอดในการเพิ่มโอกาสด้านการเข้าถึงและเชื่อมโยงไปยังตลาดฮาลาลขนาดใหญ่อื่นๆต่อไป

ข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีการนำเข้าอาหารสุทธิ (Net Food Importer) โดยในปี 2555 มาเลเซีย มีการนำเข้าสินค้าอาหารกว่า 15,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยร้อยละ 23 ต่อปี

การส่งออกอาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม (Processed Food and Beverage)

มาเลเซียมีจำนวนผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปกว่า 3,200 รายและอุตสาหกรรมดังกล่าวคิดเป็นมูลค่าเกือบ 10% ของภาคการผลิตทั้งหมดของมาเลเซีย โดยส่งอาหารแปรรูปจำหน่ายกว่า 200 ประเทศคิดเป็นมูลค่า 4.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (ปี 2556)

ในช่วงที่ผ่านมา มาเลเซียมีมูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มไปต่างประเทศลดลง เนื่องจากประสบปัญหาข้อจำกัดทางการค้ากับประเทศคู่ค้า ทำให้มาเลเซียต้องจำหน่ายสินค้าในราคาที่ต่ำลง

อาหารแปรรูปที่ส่งออก ได้แก่ โกโก้และผลิตภัณฑ์จากโกโก้ อาหารทำจากธัญพืชและแป้ง อาหารแปรรูปที่ส่งออก ได้แก่ โกโก้และผลิตภัณฑ์จากโกโก้ (1.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) อาหารทำจากธัญพืชและแป้ง (490 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เนยเทียมและเนยขาว (400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) โดยมีประเทศที่ส่งออกลำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 16 (672 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สหรัฐอเมริกาคิดเป็นร้อยละ 9.4 (423 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 6.8 (285.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

การนำเข้าอาหารแปรรูป (Processed Food) ของประเทศมาเลเซีย

ในช่วงปี 2555 มาเลเซียนำเข้าอาหารแปรรูปจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด อาหารแปรรูปที่นำเข้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากนม น้ำตาล และของหวานทำจากน้ำตาล ผักและผลไม้แปรรูป โดยนำเข้าจากประเทศต่างๆที่สำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย บราซิล และนิวซีแลนด์

2) ภัตตาคารและร้านอาหารไทย เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ตลาดยังเปิดกว้างสำหรับนักลงทุนไทย เนื่องจากชาวมาเลเซียกว่า 20 ล้านคน ค้นเคยและชื่นชอบอาหารไทย อย่างไรก็ตามร้านอาหารไทยกระจุกตัวอยู่มากในกัวลาลัมเปอร์ เพราะเป็นศูนย์รวมเศรษฐกิจและแหล่งรวมประชากรที่มีรายได้สูง ประกอบกับพฤติกรรมของชาวมาเลเซียนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน และไม่นิยมทำอาหารรับประทานเองเนื่องจากยุ่งยาก

โดยร้านอาหารไทยที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย ปัจจุบันมีจำนวนกว่า 5,000 ร้าน ในจำนวนนี้ตั้งอยู่ในเขตกรุงกัวลาลัมเปอร์ รวมถึงในรัฐสลังงอร์รวมกันกว่า 1,000 ร้าน

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตรัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายให้ร้านอาหารที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของกิจการต้องร่วมทุนกับชาวมาเลเซีย รวมถึงต้องมีเงินทุนขั้นต่ำ 2.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แม้ นโยบายใหม่ยังไม่มีผลบังคับใช้ แต่ผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในธุรกิจนี้จำเป็นต้องติดตามอย่างใกล้ชิด

3) ธุรกิจท่องเที่ยว ถือเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจหลักที่รัฐบาลมาเลเซียให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ หากพิจารณาจากนโยบายของรัฐบาลมาเลเซียที่มุ่งเน้นการเปิดเสรีภาคบริการให้มากขึ้น และศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวของมาเลเซียที่แข็งแกร่ง จากการที่ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 ของ World Economic Forum (WEF) ได้ปรับเปลี่ยนอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของมาเลเซียจากอันดับที่ 35 ในปี 2554 เป็นอันดับที่ 34 ในปี 2556 จากการจัดอันดับทั้งหมด 140 ประเทศ ซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 2 ในอาเซียน รองจากสิงคโปร์

ปัจจัยสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวในมาเลเซีย

1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากเป็นอันดับ 1 ในอาเซียน มีจำนวน 25.03 ล้านคน ในปี 2555 และสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่า 60.6 พันล้านริงกิต (ราว 18.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ขณะที่รัฐบาลมาเลเซียตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็น 36 ล้านคน และเพิ่มรายได้เข้าประเทศเป็น 168 พันล้านริงกิต (ราว 52 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ภายในปี 2563

2. รัฐบาลมาเลเซียให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง สะท้อนได้จากความสำเร็จของการเปิดตัวแคมเปญ “Malaysia Truly Asia” ซึ่งได้กระแสตอบรับจากทั่วโลกเป็นอย่างดี และสามารถสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของมาเลเซียได้อย่างชัดเจน ขณะเดียวกันยังทำให้มาเลเซีย กลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอันดับ 1 ในภูมิภาค ทั้งนี้ รัฐบาลมาเลเซียได้กำหนดให้ปี 2557 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวมาเลเซีย หรือ Visit Malaysia (VMY) 2014 ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 4 โดยใช้สโลแกนประจำปีว่า “One Malaysia Truly Asia” ซึ่งหมายถึงความเป็นหนึ่งเดียวของความหลากหลายทางวัฒนธรรมของมาเลเซีย

3. รัฐบาลมาเลเซียตั้งเป้าหมายยกระดับการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อก้าวไปสู่ระดับ High-end ให้สำเร็จภายในปี 2563 โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มระยะเวลาท่องเที่ยวในมาเลเซียให้มากขึ้น และขยายส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปเพิ่มเติมจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์และไทย อีกทั้ง ยังเตรียมขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ที่มีศักยภาพ อาทิ นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง แอฟริกาเหนือ และกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช

โอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย

ไทยและมาเลเซียมีพรมแดนติดกัน และชาวมาเลเซียนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว คือ หาดใหญ่ สุโขทัย โกลก เบตง ภูเก็ต และกรุงเทพมหานคร ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นในช่วงวันหยุดติดต่อกันของมาเลเซีย เช่น เทศกาลตรุษจีน วันปีใหม่ วันฮารีรายอ และช่วงปิดภาคเรียน เป็นต้น รวมทั้งเข้าร่วมเทศกาลสำคัญของไทย เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง และคาดว่าในอนาคต กรุงเทพฯ จะเป็นสถานที่ที่สำคัญสำหรับ Weekend Holiday ของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

ปัจจุบัน ชาวมาเลเซียเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย สูงสุดเป็นอันดับ 2 รองจากจีน โดยมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 11 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด (ปี 2556) และจัดเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน ดังนั้น จึงนับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่มีจุดแข็งและความเชี่ยวชาญในธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวจะเข้าไปขยายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องในมาเลเซีย

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศในอาเซียนที่เดินทางมาประเทศไทยในปี 2013

International Tourist Arrivals to Thailand						
By Nationality						
January - December 2013						
Nationality	2013		2012		%Δ 2013/2012	
	Number	%Share	Number	%Share		
East Asia	15,911,375	59.94	12,525,214	56.03	27.03	
ASEAN	7,282,266	27.43	6,281,153	28.10	15.94	
Brunei	14,205	0.05	10,459	0.05	35.82	
Cambodia	481,595	1.81	423,642	1.90	13.68	
Indonesia	594,251	2.24	447,820	2.00	32.70	
Laos	976,639	3.68	975,999	4.37	0.07	
Malaysia	3,041,097	11.46	2,554,397	11.43	19.05	
Myanmar	172,383	0.65	129,385	0.58	33.23	
Philippines	321,571	1.21	289,566	1.30	11.05	
Singapore	955,468	3.60	831,215	3.72	14.95	
Vietnam	725,057	2.73	618,670	2.77	17.20	

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4) การก่อสร้าง แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 10 ของมาเลเซีย (พ.ศ. 2553-2558) รัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการร่วมทุนกับภาคเอกชนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมไว้เป็นยอดเงิน 2 หมื่นล้านริงกิต เพื่อเป็นทุนเริ่มต้นโครงการและเปิดให้ภาคเอกชนเข้าลงทุนพัฒนาต่อยอดโครงการเหล่านั้น ซึ่งปัจจุบันมีการดำเนินโครงการใหญ่ของรัฐบาลมาเลเซียหลายโครงการ ได้แก่

1. Southern Economic Corridor หรือ Iskandar Malaysia หรือโครงการพัฒนาเศรษฐกิจบริเวณแนวพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่รัฐยะโฮร์ นอกจากนี้ ยังมีโครงการพัฒนาพื้นที่ริมฝั่งอ่าว Danga Bay ในรัฐยะโฮร์ซึ่งมีชายแดนติดกับประเทศสิงคโปร์ ซึ่งคาดว่าจะทำให้เกิดการสร้างงานด้านการก่อสร้างและการบริการเป็นจำนวนมาก

2. Sarawak Corridor of Renewable Energy (SCORE) ซึ่งจะทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมหลากหลาย สาขา เช่น อุตสาหกรรมหนัก ศูนย์กลางอาหารฮาลาล อุตสาหกรรมประเภทพลังงานทางเลือกและใช้เทคโนโลยีสูง รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การสร้างถนน สนามบิน การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ผลิตกระแสไฟฟ้า การสร้างโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมในเมืองสำคัญๆ

3. โครงการการพัฒนาพื้นที่ Greater Kuala Lumpur หรือโครงการพัฒนาพื้นที่กัวลาลัมเปอร์และ กลังแวลลี เพื่อยกระดับให้เป็นเมืองที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงติดอันดับ 1 ใน 20 ของโลก ภายในปี 2020 ซึ่งรัฐบาลมาเลเซียมีการอนุมัติโครงการก่อสร้างภายใต้โครงการดังกล่าวแล้วหลายโครงการ เช่น โครงการขยายเส้นทางรถไฟ Mass Rapid Transit (MRT) รวมทั้งโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟเชื่อมประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์ (KL - Singapore Route) ในรูปแบบของ High Speed Rail Link (HSR)

4. Sabah Development Corridor (SDC) หรือแผนพัฒนาเศรษฐกิจในรัฐซาบาห์ ปัจจุบันรัฐซาบาห์มีโครงการปรับปรุงและยกระดับสนามบินในเมืองโกตากินาบาลู และสนามบินในเมืองซันตะกัน

จึงนับเป็นโอกาสให้ผู้รับเหมาก่อสร้างของไทยที่จะขยายการลงทุนในมาเลเซียไม่ว่าจะเป็นการประมูลโครงการโดยตรง หรือการรับช่วงต่อ (Sub-Contract)

5) อุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ เพื่อป้อนให้กับผู้ผลิตสินค้าในมาเลเซีย ทั้งในรูปแบบของการรับจ้างผลิตหรือจัดหาวัตถุดิบให้ อันจะนำไปสู่การดำเนินธุรกิจร่วมกันในอนาคต

6) ภาคการบริการ ความต้องการบริการด้านสุขภาพในอาเซียนมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนผู้สูงอายุ (aging population) เป็นปัจจัยผลักดันสำคัญ ซึ่งสอดคล้องธุรกิจบริการที่ไทยมีศักยภาพและความเข้มแข็ง เช่น บริการด้านสุขภาพสำหรับประชากรสูงอายุ ที่อาจขยายออกไปเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้เกษียณอายุ และธุรกิจโรงแรมที่พัฒนาไปเป็นการจัดการโรงแรมที่เป็นตราลี นค้าของไทย โดยเฉพาะ รวมถึงธุรกิจโรงพยาบาลซึ่งธุรกิจที่ประเทศสมาชิกให้ความสำคัญโดยจัดเป็น 1 ใน 4 สาขาธุรกิจบริการที่

เร่งรัดการรวมกลุ่ม (priority integration sectors) และเป็นธุรกิจที่ไทยมีความได้เปรียบทั้งในเรื่องของชื่อเสียงในระดับสากลและความสามารถในการทำกำไร นอกจากนี้ ธุรกิจบริการด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ และบริการด้านซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ตก็มีโอกาสทำกำไรได้มากในมาเลเซีย เช่นกัน

พฤษภาคม 2557

เรียบเรียงโดย สำนักประสานด้านการต่างประเทศ
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)