



**โอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ในภาคใต้**

**The opportunities and potential border trade for small
and medium enterprises in the southern**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวณี จุฬิรัชนีกร

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มีนาคม 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยโอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ทำการศึกษาในประเด็น คุณลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านความต้องการของสินค้าหรือบริการ พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนผู้ประกอบการSMEs บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ บทบาทของภาครัฐ ในพื้นที่ชายแดนของจังหวัดสงขลาและจังหวัดระนอง และจัดทำยุทธศาสตร์การค้าชายแดนของผู้ประกอบการSMEsในภาคใต้ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่มดังนี้ 1) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 120 ตัวอย่าง 2) กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า จำนวน 240 ตัวอย่าง 3) กลุ่มผู้จัดหาหรือจัดซื้อ จำนวน 24 ตัวอย่าง 4) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6ตัวอย่าง โดยการสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวแบบสอบถามที่กำหนด แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยเชิงพรรณนาและเชิงเหตุผล

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลุ่มที่มีฐานะไม่สูง มียอดรายได้ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน มีประสบการณ์ในธุรกิจเกิน 5 ปี ส่วนมากเป็นผู้หญิง การศึกษาไม่สูง อยู่ที่ระดับมัธยมศึกษา เป็นชาวไทยมุสลิมในพื้นที่ชายแดนสงขลา ชาวไทยพุทธในพื้นที่ระนอง ส่วนกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง เป็นคนในท้องถิ่น มีบ้างที่เป็นคนต่างถิ่น และนักท่องเที่ยวซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสและศักยภาพการค้าชายชายแดนมากขึ้น กลุ่มคนกลางหรือกลุ่มนายหน้าเป็นผู้ชาย มีประสบการณ์และสูงวัยอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนหน่วยงานภาครัฐเป็นด่านศุลกากร หน่วยงานเทศบาลตำบล หน่วยงานตรวจสอบพื้นที่ชายแดน สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชายแดน

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4กลุ่มในพื้นที่ชายแดนสงขลาและระนอง พบว่า โอกาสและศักยภาพการค้าชายชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ชายแดนสงขลามีความเป็นไปได้สูง ตามปัจจัยต่อไปนี้ 1) สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจพิจารณาในเงื่อนไข (1) ทรัพยากรทางกายภาพ ในด้านภูมิประเทศมีพรมแดนที่ติดต่อกับมาเลเซีย ซึ่งมีกำลังซื้อที่สูงกว่าไทย ประกอบกับสามารถเชื่อมโยงกับท่าเรือปีนังซึ่งเป็นท่าเรือใหญ่ของภูมิภาคและมีรถไฟเชื่อมกับเมืองบัทเตอร์เวิร์ท (2) โครงสร้างพื้นฐาน มีความพร้อม ด้านระบบขนส่งซึ่งใช้วิธีขนส่งโดยรถยนต์บรรทุกพร้อมด้านการสื่อสาร โทรศัพท์ การไฟฟ้า ประปา รวมทั้งช่วงเวลาเปิดปิดด่านบริเวณชายแดนไทย ไม่มีผลกระทบต่อการค้าชายแดน ลักษณะของสถานที่ทำการค้าเป็นตึกแถวปลูกสร้างอย่างถาวร ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนทั้งฝั่งไทยและมาเลเซีย (3) ทรัพยากรด้านความรู้ ได้รับการสนับสนุนฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน (4) ทรัพยากรมนุษย์ เป็นแรงงานในท้องถิ่น (5) แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการSMEs ส่วนมากใช้เงินลงทุนของตนเอง 2) ด้าน

ความต้องการของสินค้าหรือบริการตามจุดการค้าชายแดนพิจารณาในเงื่อนไข (1) ตลาด เกิดอุปสงค์อย่างต่อเนื่องเพราะมีการค้าขายกันตลอดเวลาโดยไม่มีความหยุด ขนาดของตลาดจะขยายเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรในชุมชนเนื่องจากลูกค้าเป็นคนในพื้นที่ (2) ความต้องการของผู้ซื้อหรือลูกค้าเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปในท้องตลาด คุณภาพของสินค้าสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ แต่สินค้าบริโภคส่วนใหญ่ยังขาดเครื่องหมายฮาลาล (3) การตอบสนองของธุรกิจ สินค้าที่จัดจำหน่ายเป็นการผลิตจากภายนอกท้องถิ่น โดยมีคนกลางเป็นผู้จัดหาสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรง 3) พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พิจารณาในเงื่อนไข(1)อุตสาหกรรมต้นน้ำของระบบการค้าชายแดน คือ โรงงานผู้ผลิตสินค้าซึ่งอยู่นอกพื้นที่ทั้งในไทยและจากมาเลเซีย (2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ ได้แก่ธุรกิจคนกลางหรือนายหน้า ซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจSMEs (3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ คือกลุ่มผู้ประกอบการSMEs ซึ่งดำเนินการธุรกิจประเภทซื้อมา-ขายไป รายได้อาจแปรผันตามจำนวนลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ 4)บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจพิจารณาในเงื่อนไข (1)เป้าหมายและยุทธศาสตร์ของการค้าชายแดน คือการร่วมมือกับคนกลางในการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยได้มาตรฐานและราคาไม่สูง มีระบบการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการเลือกทำเลที่ใกล้และสะดวกสำหรับลูกค้า ร้านค้าต้องมีสินค้าครบทุกประเภท (2)การแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในบริเวณชายแดน เป็นการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ประกอบการSMEs ที่ค่อนข้างหนาแน่น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาซึ่งไม่ค่อยแน่นอนเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามค่าเงินริงกิตของมาเลเซีย และการแข่งขันด้านทำเลที่ใกล้และสะดวก (3)บริบทการแข่งขันกับมาเลเซีย การค้าชายแดนไทยเสียเปรียบด้านภาษาในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ แต่ก็มีข้อได้เปรียบด้านราคาสินค้าถูกกว่า และมีสินค้าหลากหลายมากกว่า

ปัญหาและอุปสรรคการค้าชายแดนไทย-มาเลเซียคืออุตสาหกรรมต่อเนื่องที่รองรับการผลิตระดับต้นน้ำมีน้อยและขาดการรวมกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงในด้านการผลิต การแปรรูปและการตลาด มีการลักลอบขนสินค้าข้ามแดนผิดกฎหมาย มีการกีดกันทางการค้า

สำหรับโอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ชายแดนจังหวัดระนองมีความเป็นไปได้สูงเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้ 1)สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ พิจารณาในเงื่อนไข (1)ทรัพยากรทางกายภาพ ในด้านภูมิประเทศจุดการค้าชายแดนจังหวัดระนองเป็นจุดการค้าพรมแดนทางทะเล ติดกับเกาะสองของพม่าซึ่งรัฐบาลใหม่ได้มีการลงทุนขยายเส้นทางคมนาคมและเปิดช่องทางการเข้า-ออกประเทศ การพัฒนาสนามบิน รวมทั้งโครงการพัฒนาต่างๆ (2)โครงสร้างพื้นฐาน มีความพร้อมด้านระบบขนส่ง คือสะดวก

ในการขนส่งทางเรือ รวมทั้งรองรับการขยายตัวของการค้าชายแดนไทย-พม่าที่เพิ่มมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อวิถีชีวิตของผู้นคนในชุมชนทั้งฝั่งไทยและพม่า อย่างเช่น สินค้าอุปโภค-บริโภคพลาสติก รวมถึงสินค้าวัสดุก่อสร้าง (3) ทรัพยากรด้านความรู้ ได้รับการสนับสนุนฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน (4) ทรัพยากรมนุษย์ เป็นแรงงานในท้องถิ่นและแรงงานต่างชาติ (5) แหล่งเงินทุนผู้ประกอบการ SMEs ส่วนมากใช้เงินลงทุนของตนเอง

2) ด้านความต้องการของสินค้าหรือบริการตามจุดการค้าชายแดนไทยพม่า พิจารณาในเงื่อนไข (1) ตลาดจะเกิดอุปสงค์อย่างต่อเนื่อง จากการขยายตัวของเศรษฐกิจของพม่า และผลจากการที่พม่าเปิดประเทศ (2) ความต้องการของผู้ซื้อหรือลูกค้าเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปในท้องตลาด โดยเฉพาะวัสดุก่อสร้าง ตามความต้องการของผู้ซื้อ เนื่องจากชาวพม่ามองว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง รูปลักษณ์สวยงามและทันสมัย ราคาต่ำกว่าท้องตลาด (3) การตอบสนองของธุรกิจ สินค้าที่จัดจำหน่ายในบริเวณชายแดนเป็นการผลิตจากภายนอกท้องถิ่น โดยมีคนกลางเป็นผู้จัดหาสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรง

3) พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พิจารณาในเงื่อนไข (1) อุตสาหกรรมต้นน้ำของระบบการค้าชายแดนคือ โรงงานผู้ผลิตซึ่งอยู่นอกพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการด้านการผลิตสนใจที่จะเข้าไปลงทุนในพม่าเพราะความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เป็นจำนวนมากเพื่อใช้เป็นฐานวัตถุดิบในการผลิต ทำให้ต้นทุนต่ำกว่าผลิตในไทย (2) อุตสาหกรรมกลางน้ำได้แก่ธุรกิจคนกลางหรือนายหน้า จากที่สินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างเหล็กปูนซิเมนต์ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในพื้นที่ชายแดน ทำให้มีบริษัทผู้จัดจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างเตรียมที่จะเข้ามาเปิดสาขาในจังหวัดระนอง

3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ คือกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งดำเนินธุรกิจประเภทซื้อมา-ขายไป 4) บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ พิจารณาในเงื่อนไข (1) เป้าหมายและยุทธศาสตร์ของการค้าชายแดนที่ผู้ประกอบการ SMEs คือการร่วมมือกับคนกลางในการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัยได้มาตรฐานและราคาไม่สูง มีระบบการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการเลือกทำเลที่ใกล้และสะดวกสำหรับลูกค้า ร้านค้ามีสินค้าครบทุกประเภท ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น (2) การแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในบริเวณชายแดน ด้านระนอง เป็นการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ที่หนาแน่น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา และการแข่งขันด้านทำเลที่ใกล้ และสะดวก (3) บริบทในการแข่งขันกับต่างประเทศได้แก่จีน ทำให้การค้าชายแดนไทยเสียเปรียบด้านราคาสินค้าที่สูงกว่าของจีน แต่ก็มีข้อได้เปรียบด้านคุณภาพของสินค้าที่ดีกว่า และมีสินค้าหลากหลายมากกว่า

ปัญหาและอุปสรรคการค้าชายแดนไทยระนอง-เกาะสองพม่า ธนาคารพาณิชย์ในพม่าเป็นระบบผูกขาดโดยรัฐ กฎระเบียบการค้าของพม่าไม่มีความแน่นอนมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย มาตรการกีดกันทาง

การค้าของพม่า โดยห้ามนำเข้าและห้ามส่งออกสำหรับสินค้าบางชนิด การค้าชายแดนยังไม่ผ่านระบบธนาคารทำให้ต้องมีการจ่ายชำระโดยใช้เงินสดเท่านั้น

ดังนั้นยุทธศาสตร์การค้าชายแดนของผู้ประกอบการ SMEs ในภาคใต้ ทางภาครัฐควรพัฒนา การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบทั้งทางบกและทางทะเล เพื่อให้กลายเป็นศูนย์กลางติดกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs ไปลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกับพม่า ในด้านการแปรรูปสินค้าด้านเกษตรเนื่องจากมีวัตถุดิบและแรงงานซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่ำ การเพิ่มปริมาณการค้าชายแดนโดยกำหนดตัวเลขการค้าร่วมกับรัฐบาลประเทศเพื่อนบ้าน ผลักดันเส้นทางเดินรถไฟให้เชื่อมโยงเพื่อนบ้านซึ่งรัฐบาลต้องมีส่วนร่วม ต้องจรรยาภิให้พ่อค้าชายแดนทำธุรกิจอย่างถูกต้อง สนับสนุนการเปิดด่านนำเข้า-ส่งออก 24 ชั่วโมง การสร้างกำลังซื้อ ประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกเข้าออกบริเวณชายแดน ของประชาชน ให้มีงานแสดงสินค้าในประเทศเพื่อนบ้าน ขยายวงเงินการค้าชายแดน การอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย รัฐบาลควรอนุญาตให้รถบรรทุกของประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาขนถ่ายสินค้าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รัฐบาลต้องเจรจากับประเทศเพื่อนบ้าน ขอให้ทุกหน่วยงานปรับปรุงกฎระเบียบให้บูรณาการกัน

ข้อเสนอแนะการค้าชายแดนสงขลาสำหรับผู้ประกอบการ SME ควรจัดหาสินค้าบริโภคที่รับรองเครื่องหมายฮาลาลให้มากขึ้น เลือกทำเลที่ใกล้และสะดวกสำหรับลูกค้าและร้านค้าต้องมีสินค้าครบทุกประเภทเพื่อความสะดวกได้เปรียบด้านการแข่งขันซึ่งไม่ต้องแข่งขันกันทางด้านราคา การฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ และมาลาญให้ลูกจ้างแรงงาน เพื่อสามารถสื่อสารกันได้กับลูกค้ามาเลเซีย ควรปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพราะสินค้าเริ่มเปลี่ยนจากสินค้าขั้นพื้นฐานเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนมากขึ้น มีช่องทางการซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์ (e-commerce) เพื่อบุกตลาดประเทศเพื่อนบ้านได้ในอนาคต เปลี่ยนตัวเองให้เป็นผู้ทำตลาดมากกว่าเป็นเพียงผู้ส่งต่อสินค้า

ข้อเสนอแนะการค้าชายแดนระนองสำหรับผู้ประกอบการ SME ควรฝึกทักษะภาษาไทยให้ลูกจ้างแรงงานต่างชาติ เพื่อสามารถสื่อสารกันได้กับลูกค้าที่เป็นคนในพื้นที่ ควรไปลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศพม่า โดยเฉพาะด้านการแปรรูปสินค้าเกษตร เนื่องจากมีวัตถุดิบและแรงงานซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่ำ เตรียมพร้อมรับการขยายตัวของตลาดพม่าที่กำลังเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งด้านวิชาการบริหารจัดการ การตลาด ด้านเทคโนโลยีต่างๆ ต้องบริหารต้นทุนสินค้าที่จัดจำหน่ายให้มีต้นทุนต่ำ เนื่องจากการค้าชายแดนพม่าไทยเสียเปรียบด้านราคาสินค้าที่สูงกว่าของจีน ควรให้ความสำคัญด้านทำเลที่ใกล้ และสะดวก รวมทั้งจัดหาสินค้าให้ครบทุกประเภทในร้านค้า

Abstract

The opportunities and potential border trade for small and medium enterprises in the southern. The study on issues are Factor Condition, Demand Condition, Supporting and Related industries, Firm Strategy and Rivalry, The Role of Government in the border area of Songkhla and Ranong. A strategic border trade of the SMEs in the Southern. The samples collected from four groups. 1)small and medium-sized enterprises of the 120 samples. 2) Buyers or customers of 240 samples. 3) the supplier of 24 samples. 4)The government agencies involved were 6 samples. The inquiries and in-depth interviews based on questionnaires. The data were analyzed by descriptive and synthesis and logic.

The sample is as follows: The SMEs are not as high With revenues of up to 50,000 baht per month. They have experience in business for over 5 years and the most are women, education at secondary level, muslims in the border area of Songkhla and Buddhists in Ranong. Buyers or clients, mostly women, as the local people are a native people, and tourists. This increases the chances and potential border trading much more. The intermediary or broker as men have experience and 36 years of age. Government is customs, Municipal authorities, Agencies monitoring the border area, Border Area Revenue Office.

The results of the study 4 groups in Songkhla and Ranong border areas. It was found that the opportunities and potential of border trading for small and medium enterprises in the Songkhla border area were high. By the following factors: 1)Factor Condition, considered in (1) Physical resources The terrain has borders with Malaysia. It has higher purchasing power than Thailand. It can also be linked to Penang Port, a major port of the region, and a train linking to the city of Butterworth. (2) Infrastructure is equipped with a transport system that is transported by truck. The communication, telephone, electricity, water supply, including the opening of the border at the Thai border. No impact on border trade. The nature of the place of business is a permanent building. The products are essential to the lifestyle of people in both Thai and Malaysian communities.(3) knowledge resources get regular training support from the public and private sectors. (4) Human resources Local laborers make no

shortage of labor. (5) Source of funds of SMEs Mostly use their own investments. 2) Demand Condition, considered in (1) The market is constantly in demand because it is traded all the time without a holiday. The size of the market will expand with the population in the community as customers are local. (2) The needs of buyers or customers are general consumer goods in the market, purchased from stores with all types of products. The quality of the products traded clean, safe and standard. Meet the needs of buyers. But most of the products are still missing halal.(3) The business response The product is produced from the outside. An intermediary is a supplier from the manufacturer. 3) Supporting and Related industries, considered in (1) The upstream industry of the border trade system. There are factories outside of Thailand and Malaysia. (2). Intermediary industry, ie, intermediary business or brokerage. It is the face that supply products that meet the needs of SMEs entrepreneurs. (3) Downstream industries It is a group of SMEs. The business of buying and selling. Revenues may vary according to the number of customers in the area and visitors to the area. 4) Firm Strategy and Rivalry, considered in (1) Targets and Strategies of Border Trade for SMEs It is cooperation with middleman to supply quality products. Standard and low price. The transportation system is fast. Including a convenient and convenient location for customers. Shop must have all types of products. (2) Competition that occurs within the borders. Competition between SMEs Quite dense In particular, price competition, which is unstable, has fluctuated in line with Malaysia's ringgit. And the competition in the near and convenient. (3) Competition context with Malaysia Thai border trade disadvantage in communication with foreigners. It has the advantage of cheaper price and more products.

Problems and obstacles in Thai-Malaysian border trade are the continuing industries that support the low level upstream production and the lack of integration in the manufacturing sector.

For the opportunities and potential of border trade for small and medium enterprises in the Ranong border area, there is a high likelihood. Considering the following factors: 1) Factor Condition,

considered in (1) Physical resources In terms of terrain, Ranong's border trade point is a border trade point. The two governments of Burma, the new government has invested in expanding communications and opening channels. Airport development Including development projects. (2) Infrastructure Ready to transport. It is convenient to transport by boat. It also supports the expansion of the Thai-Myanmar border trade. Ranong is currently open permanent border. Ranong - Two islands along the border added a total of 4 points. The products are essential to the lifestyle of the Thai and Burmese people such as consumer goods, medicines, plastic products. Including construction materials. (3) Knowledge resources Get regular training support. From the public and private sectors. (4) Human resources Local and foreign workers. (5) Funding sources; SME entrepreneurs Mostly use their own investments. 2) Demand Condition, considered in (1) The market is constantly in demand because it is traded all the time without a holiday. The size of the market will expand with the population in the community as customers are local. (2) The requirements of the buyer or customer; It is a general consumer goods in the market, especially construction materials according to the needs of the buyer. The Burmese view that Thai products are of high quality. Looks beautiful and modern. Price lower than the market. (3) Business response Products sold in the border area are produced from outside the local area. An intermediary is a supplier from the manufacturer. 3) Supporting and Related industries, considered in (1) The upstream industry of the border trade system is a factory outside the area. The manufacturers are interested in investing in Myanmar because of the abundance of natural resources available to use as raw material for production. Lower cost than Thai production. (2) Intermediary industry, ie, intermediary business or brokerage, where cement-based construction material has increased in the border area. There are companies that distribute construction materials ready to open in Ranong. (3) Downstream industries It is a group of SMEs. The business to buy - to sell. 4) Firm Strategy and Rivalry, considered in (1) Targets and Strategies of Border Trade for SMEs It is cooperation with middleman to supply quality products. Standard and low price. The transportation system is fast. Including a convenient and convenient location for customers. Shop has all kinds of products. This will give them more competitive advantage. (2) Competition in the border area of

Ranong is a competitive one among the densely populated SMEs, especially in price competition and near-convenient competition. (3) Context in international competition: China Make border trade more disadvantageous in price of goods than China. It has the advantage of better quality and more variety of products.

Problems and obstacles in Thai-Myanmar border trade. Commercial banks in Myanmar are systematically monopolized by the state. Burma's trade rules are uncertain, often changing. Trade barriers to trade in Myanmar are prohibited. Import and export prohibited for some products. Border trade is not available through the banking system, so payments are only made using cash.

Border Trade Strategies of SMEs in the South. The government should develop various types of transportation, both land and sea. To become a center of logic with neighboring countries. Encourage entrepreneurs SMEs to invest in production bases in neighboring countries, especially Myanmar. In terms of processing agricultural products due to raw materials and labor, which will result in lower costs. Increasing border trade by setting trade figures with neighboring governments. Push the route to link the neighbors where the government must participate. To campaign for border traders to do business properly. Support the opening of the import - export 24 hours. Buying power It includes facilitating access to the borders of the people for trade fairs in neighboring countries. Border trade limit The government should allow trucks in neighboring countries to transport goods in the Special Economic Zone. The government has to negotiate with neighboring countries, asking all regulators to integrate.

Songkhla Border Trade Recommendations for SME Entrepreneurs: It should supply more halal products, choose a location near and convenient for customers. Merchants must have all types of products for competitive advantage, without competing for price. English language skills training And Malay to labor To communicate with Malaysian customers. Should adjust because the product starts to

change from a basic product to a more sophisticated product. E-commerce channels to penetrate neighboring countries in the future. Turn yourself into a marketer rather than just a freight forwarder.

Ranong border trade advice for SME entrepreneurs: Thai language skills should be provided to foreign workers. To communicate with customers in the area. Should invest in a production base in Myanmar. Especially for agricultural processing. Due to raw materials and labor, which will result in lower costs. Prepare for a thriving Burmese market. Through regular training in the field of technology management, marketing technology. Cost of goods sold is low at the expense of the Burmese border trade, which is more disadvantageous for China. Should focus on the near and convenient location, as well as supply all kinds of products in stores.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดีเนื่องด้วยการให้ความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากความไว้วางใจในการให้งบประมาณสนับสนุน ทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชสงขลานครินทร์ โดยมุ่งหวังว่าผลการวิจัยครั้งนี้ จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อประเทศชาติได้

ขอขอบคุณด้านบุคลากรสะเดา ปลัดเทศบาลตำบลสำนักขาม นายด้านสุลภาภรณ์ระนอง และผู้ประกอบการค้าขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า กลุ่มคนกลางหรือนายหน้าในตลาดด้านนอก ตลาดป่าดงเบงช่า และตลาดท่าเรือระนองทุกท่าน ที่ให้โอกาส คณะผู้วิจัยเข้าไปพูดคุย สังเกตสภาพการทำงาน และให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถาม จนทำให้ได้ข้อมูลวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสะท้อนภาพการค้าและการบริการที่บริเวณชายแดนไทย รวมทั้งปัญหาของการประกอบการที่ผ่านมา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้อง ขอขอบคุณอีกหลายท่านที่มีได้เอื้อนาม ณ ที่นี้ งานนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจากทุกท่าน ทุกภาคส่วนที่กล่าวมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในน้ำใจไมตรีของทุกท่าน

สุดท้ายนี้ คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสมควร หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับ และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขในโอกาสต่อไป

เสาวณี จุฬารัตน์กร

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ญ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	21
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	21
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
การประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์	24
บทที่ 4 ผลการวิจัย	25
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	104
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก ก	127
ภาคผนวก ข	130

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1.1	สินค้าที่ไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ CLM ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าในกลุ่มอุปโภคและบริโภค	3
1.2	การค้าชายแดนและด่านศุลกากรที่สำคัญในภาคใต้ ปี2554	4
4.1.1	แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่	25
4.1.2	แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อ แยกตามพื้นที่	31
4.1.3	แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคนกลาง	35
4.2.1	แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs	39
4.2.2	แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ	51
4.2.3	แสดงร้อยละของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจตามความคิดเห็นของคนกลาง	55
4.2.6.1	สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านสะเดา	59
4.2.6.2	สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านปาดังเบซาร์	60
4.2.6.3	สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านระนอง	61
4.3.1	แสดงร้อยละของความต้องการของสินค้าหรือบริการจุดการค้าชายแดนตามความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs	62
4.3.2	แสดงร้อยละของความต้องการสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ	66

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.3.3	70
แสดงร้อยละของลักษณะความต้องการสินค้าหรือบริการ จุดการค้าชายแดน ตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง	
4.4.1	72
แสดงร้อยละของพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ตามความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs	
4.4.2	75
แสดงร้อยละของพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ	
4.4.3	76
แสดงร้อยละของพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง	
4.5.1	78
แสดงร้อยละของบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs	
4.5.1.(1)	83
สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านบริบททางการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจแยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านสะเดา	
4.5.1.(2)	84
สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านบริบททางการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจแยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านปาดังเบซาร์	
4.5.1.(3)	85
สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านบริบททางการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจแยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านระนอง	
4.5.2	86
แสดงร้อยละของบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ	
4.5.3	88
แสดงร้อยละของบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตาม ความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.6.1	แสดงร้อยละของภาครัฐบาลตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs 90
4.6.2	แสดงร้อยละของความคิดเห็นให้หน่วยงานของรัฐตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ 96
4.6.3	แสดงร้อยละการส่งเสริมและสนับสนุน ของหน่วยงานภาครัฐ ตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง 99
5.1.2	สรุปลักษณะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน 105
5.1.3	สรุปความต้องการของสินค้าหรือบริการตามจุดการค้าชายแดน 107
5.1.4	สรุปพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน 108
5.1.5	สรุปบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ 109

สารบัญรูป

รูปภาพที่		หน้า
1.1	มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอยู่ในรูปการค้าชายแดน	2
1.2	สัดส่วนมูลค่าการค้าชายแดนปี 2011	2
2.1	ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ	10
2.2	ปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ	15

บทที่ 1

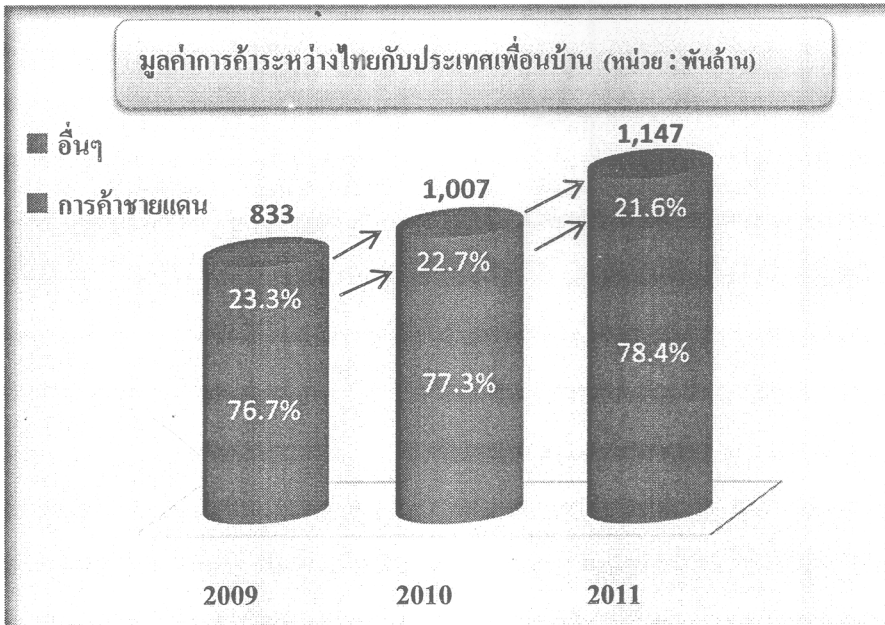
บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การค้าชายแดนเป็นรูปแบบหนึ่งของการค้าระหว่างประเทศ ที่เริ่มมาจากการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีวิต ของประชาชนที่อาศัยอยู่ตามแนวพรมแดนของประเทศ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูง และไม่มีการส่งมอบเอกสารหรือหลักฐานทางการค้า แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศไทยและประเทศต่างๆในภูมิภาคมีการร่วมมือกันในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมหลายโครงการ เช่น โครงการหกเหลี่ยมเศรษฐกิจ (Greater Mekong Sub-region : GMS) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Economic Cooperation strategy : ECS) ทำให้มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในภูมิภาคในหลายด้าน ที่สำคัญได้แก่ โครงการข่ายเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงประเทศต่างๆในภูมิภาค ตามแนวตะวันออก - ตะวันตก และแนวเหนือ - ใต้ ส่งผลทำให้การค้าชายแดนมีบทบาทสำคัญที่มีส่วนร่วมการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดเพื่อนบ้าน ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการค้าชายแดนของไทยและเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศ มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้ มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจการค้าเสรีมากขึ้น รวมไปถึงพัฒนาการของกรอบความร่วมมือและการตกลงทางการค้าในรูปแบบต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มอนุภูมิภาค ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยส่งเสริมให้มูลค่าการค้าระหว่างกันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประโยชน์ที่เกิดจากการค้าชายแดนนั้น ไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณชายแดนเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความใกล้ชิดและความร่วมมือระหว่างกันในด้านต่างๆมากขึ้นด้วย ประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอยู่ในรูปการค้าชายแดน (Border Trade) (กรมการค้าระหว่างประเทศ, 2555, รูปที่ 1) โดยพบว่าในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา การค้าชายแดนของไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยมากถึงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้แม้ว่าการค้าชายแดนจะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 3-5 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดของไทย แต่หากพิจารณาเฉพาะมูลค่าการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกับไทยทั้ง 4 ประเทศคือ กัมพูชา ลาว พม่า (CLM) และมาเลเซีย แล้วพบว่ามากถึงร้อยละ 80 ของธุรกรรมทางการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดอยู่ในรูปของการค้าชายแดน(กรมการค้าระหว่างประเทศ, 2555, รูปที่ 2) ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งมีมูลค่าไม่สูงมากนัก เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรบางชนิด และสินค้าที่หาได้จากธรรมชาติ เป็นต้น

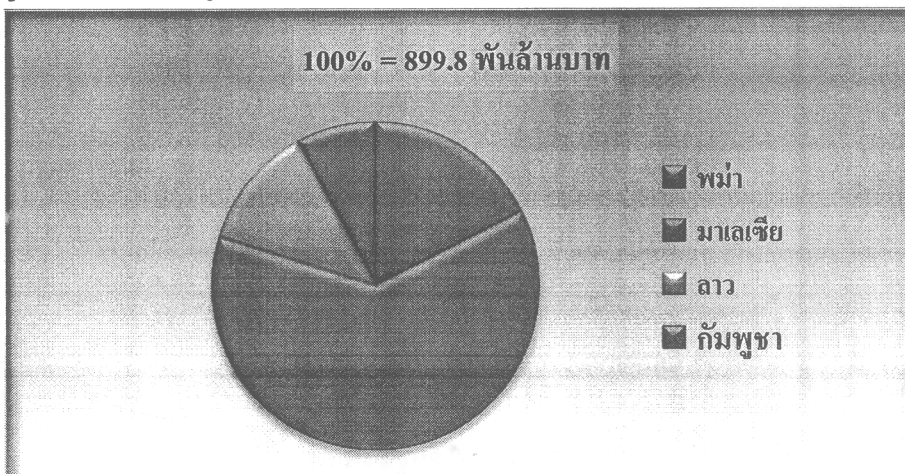
โดยพบว่าปัจจุบันไทยมีจุดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศ คือ มาเลเซีย พม่า ลาว และกัมพูชา ทั้งในส่วนของจุดผ่านแดนถาวร จุดผ่านแดนชั่วคราว และจุดผ่อนปรนทางการค้า รวมแล้วกว่า 70 จุด ซึ่งกระจายตัวอยู่ใน 30 จังหวัดทั่วประเทศไทย (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ,2555, ตารางที่ 1.1)

รูปที่ 1.1 มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอยู่ในรูปการค้าชายแดน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกรมการค้าระหว่างประเทศ 2555

รูปที่ 1.2 สัดส่วนมูลค่าการค้าชายแดนปี 2011 (รายประเทศ) หน่วย : ร้อยละ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกรมการค้าระหว่างประเทศ 2555

ตารางที่ 1.1 สินค้าที่ไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ CLM ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าในกลุ่มอุปโภคและบริโภค

	สินค้าส่งออกสำคัญ	สินค้านำเข้าสำคัญ
(1) กัมพูชา	น้ำตาลทราย เครื่องยนต์ เครื่องคัมที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ ยางยานพาหนะ	ผักและของปรุงแต่งจากผัก เหล็กอลูมิเนียมและผลิตภัณฑ์
(2) ลาว	น้ำมันดีเซล เครื่องยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่อง คอมพิวเตอร์ น้ำมันเบนซิน	ทองแดงและผลิตภัณฑ์ ไม้แปรรูป เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผักและของปรุงแต่งจากผัก
(3) พม่า	น้ำมันดีเซล เครื่องคัมที่มีแอลกอฮอล์ น้ำมันเบนซิน เครื่องคัมที่ไม่มีแอลกอฮอล์	ก๊าซธรรมชาติ (96.0%) สัตว์น้ำ (1.5%)
(4) มาเลเซีย	ยางพารา ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	เครื่องจักรไฟฟ้าที่ใช้ในการ สื่อสารและโทรคมนาคม ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์

ที่มา: ข้อมูลจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ 2555

โดยพบว่าในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมดมาเลเซีย คือประเทศคู่ค้าที่สำคัญที่สุดของไทย โดยมีสัดส่วนการค้ามากถึง 2 ใน 3 ของมูลค่าการค้าชายแดนรวม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นเพราะมาเลเซียเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด และมีการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจและการค้าที่เสรีมากกว่าประเทศอื่นๆ โดยพบว่าการค้าชายแดน

เกือบทั้งหมดคือมากถึงร้อยละ 98 เป็นการค้าผ่านด่านศุลกากรสะเดาและปาดังเบซาร์ในจังหวัด สงขลา(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ,2555) โดยเฉพาะอย่างยิ่งด่านสะเดา หรือที่เรียกกันว่า “ด่านนอก” ซึ่งปัจจุบัน ได้กลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่มีความน่าสนใจมากที่สุดแห่งหนึ่งของภาคใต้ รวมทั้งเป็นที่ตั้งของสถานประกอบการธุรกิจหลากหลายประเภท โดยเฉพาะสถานบันเทิงเรียมย์ต่างๆ ทำให้ในแต่ละวันมีชาวมลายูเดินทางเข้า-ออก ผ่านด่านแห่งนี้จำนวนมากถึงวันละหลายพันถึง หลักหมื่นคน ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลกำลังเตรียมพัฒนาด่านศุลกากรสะเดาแห่งใหม่ และปรับปรุง ด่านสะเดาเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาให้เป็นด่านต้นแบบในการให้บริการด้านเศรษฐกิจการค้าชายแดน อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งมีความทันสมัยรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งจะมีปริมาณ การค้าเพิ่มสูงขึ้นมา

ตารางที่ 1.2 การค้าชายแดนและด่านศุลกากรที่สำคัญในภาคใต้ ปี 2554

ด่านศุลกากร	มูลค่าการค้าชายแดน (ล้านบาท)	อัตราการเปรียบกับ ปี 2553
ระนอง	25,334	เพิ่มขึ้นร้อยละ 57.15
ปาดังเบซาร์	241,810	เพิ่มขึ้นร้อยละ 68
สะเดา	307,220	เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.7

ที่มา: สัมมนาวิชาการประจำปี 2555 สกว. เรื่องการจัดการชายแดนในบริเวณที่เปลี่ยนแปลง 18 ส.ค.

2555

นอกจากนี้ยังมีด่านระนอง- เกาะสอง ก็เป็นอีกเส้นทางการค้าที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง เพราะ ในอนาคตพื้นที่บริเวณนี้จะมีบทบาทและความสำคัญทางเศรษฐกิจมากขึ้นทุกขณะ ในฐานะประตู เชื่อมโยงเศรษฐกิจที่สำคัญระหว่างไทยกับพม่าและประเทศอื่นๆ ในอ่าวเบงกอล โดยเฉพาะช่องทาง ด่านศุลกากรระนองที่กำลังจะกลายเป็นจังหวัดเศรษฐกิจพิเศษเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตสำคัญของ ภูมิภาค เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์สูงสุดจากท่าเรือระนองในการเป็นศูนย์กลางการขนถ่ายสินค้า ส่งออก-นำเข้าในอ่าวเบงกอล ซึ่งในที่สุดจะทำให้ระนองกลายเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญในการ ติดต่อกับชายแดนภายในภูมิภาคนี้ รวมทั้งจะมีผลให้มูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทย-พม่ามี แนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

ซึ่งพบว่าเม็ดเงินจากสินค้าส่งออกที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่มาจากการส่งออกไปยังประเทศ เพื่อนบ้าน ผ่านช่องทางการค้าตามแนวชายแดน ดังนั้นจึงเห็นว่าการที่เสริมสร้างศักยภาพให้กับ SMEs ในพื้นที่ชายแดนจึงเป็นเรื่องสำคัญและสอดคล้องกับแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือการส่งเสริมศักยภาพของ SMEs ไทย ให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ในกลยุทธ์ที่ 4.2 คือเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 ของแผนการส่งเสริมฯ นี้ มีตัวชี้วัดยุทธศาสตร์คือ 1. การเพิ่มจำนวน SMEs ที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ภายใต้การค้าเสรี AEC และ 2. การเพิ่มจำนวน SMEs ที่ได้รับการส่งเสริมโอกาสธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนส่งเสริมฯ ของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จากผลการศึกษายุทธศาสตร์การค้าชายแดน ตามแผนนโยบายรัฐบาลแผนที่ 1 ในประเด็นยุทธศาสตร์ข้อ 4 ยุทธศาสตร์การค้าชายแดน คือการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดนในทุกด้าน รวมถึงการกำหนดทิศทางในการผลักดันกิจกรรมในการเสริมสร้างศักยภาพให้กับ SMEs ในพื้นที่ชายแดน ประกอบกับ SMEs ยังประสบกับข้อจำกัดหลายด้าน โดยเฉพาะ เรื่องเงิน ความรู้ ความเข้าใจ และไม่ทันต่อกระแสโลกาภิวัตน์ที่นานาชาติมีการเชื่อมโยงถึงกัน รวมทั้งการค้าระหว่างประเทศขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ภาวะการแข่งขันจึงรุนแรงตามขึ้นไปด้วย ดังนั้นการศึกษานี้เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพให้แก่ภาคการผลิตและการส่งออกของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่จุดการค้าชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสงขลา และจังหวัดระนอง เป็นหลัก

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาโอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เป้าหมาย (จุดการค้าชายแดนสงขลาและระนอง) ในประเด็นต่อไปนี้
 - คุณลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนของจังหวัดสงขลาและจังหวัดระนอง
 - ด้านความต้องการของสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนของสงขลาและระนอง
 - พัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการ SMEs ในชายแดน
 - บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ
 - บทบาทของภาครัฐ
- 2) เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การค้าชายแดนของผู้ประกอบการ SMEs ในภาคใต้

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ด้านเนื้อหา:** ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักคือ ภาพรวมโอกาส และศักยภาพการค้าชายแดนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และยุทธศาสตร์ทางธุรกิจของSMEs
2. **ด้านพื้นที่:** กำหนดพื้นที่ในการศึกษา คือจุดการค้าชายแดนของด่านสะเดา และ ปาดังเบซาร์ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นจุดการค้าชายแดนมาเลเซีย และด่านระนองซึ่งเป็นจุดการค้าชายแดนกับพม่า
3. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา**
ประชากรในการศึกษา กำหนดไว้ 4 กลุ่ม ดังนี้
 - 1) กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในพื้นที่ชายแดนในประเทศไทย เนื่องจาก ต้องการส่งเสริมผู้ประกอบการคนไทยเท่านั้น นอกจากนี้จำนวนของผู้ประกอบการ SMEs ที่ชายแดนในแต่ละด่านจะไม่สามารถกำหนดได้แน่ชัด อันเนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ส่วนมากไม่ค่อยจดทะเบียนการค้า ดังนั้นจำนวนตัวอย่างจึงต้องอาศัย non-probability ในการกำหนดตัวอย่างโดยวิธีเฉพาะเจาะจง(Purposive sampling) ณ จุดการค้าชายแดน จำนวน 120 ตัวอย่าง แบ่งเป็น

ด่านสะเดา	จำนวน 50 ตัวอย่าง
ด่านปาดังเบซาร์	จำนวน 40 ตัวอย่าง
ด่านระนอง	จำนวน 30 ตัวอย่าง
 - 2) กลุ่มผู้ซื้อ หรือลูกค้า จำนวน 240 ตัวอย่าง แบ่งเป็น

ด่านสะเดา	จำนวน 100 ตัวอย่าง
ด่านปาดังเบซาร์	จำนวน 80 ตัวอย่าง
ด่านระนอง	จำนวน 60 ตัวอย่าง
 - 3) กลุ่มผู้จัดหา หรือจัดซื้อ จำนวน 14 ตัวอย่าง แบ่งเป็น

ด่านสะเดา	จำนวน 10 ตัวอย่าง
ด่านปาดังเบซาร์	จำนวน 8 ตัวอย่าง
ด่านระนอง	จำนวน 6 ตัวอย่าง
 - 4) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สุลกากร และหน่วยงานในพื้นที่เช่น อบต. เจ้าหน้าที่สรรพากร เป็นต้น

นิยามศัพท์

การค้าชายแดน หมายถึง การค้าที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ ของประชาชนหรือผู้ประกอบการที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด อำเภอ หรือหมู่บ้านที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประชาชนที่อยู่อาศัยตามบริเวณชายแดนของทั้งสองฝ่าย โดยมีมูลค่าครั้งละไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรบางชนิด และสินค้าที่หาได้จากธรรมชาติ ได้แก่ ของป่า ซากสัตว์ เป็นต้น เป็นการค้าที่มีกรรมวิธีไม่ยุ่งยาก และมีความสะดวกรวดเร็ว การค้าชายแดนมีทั้งที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยผ่านด่านศุลกากร หรือการค้าสินค้าที่ผิดกฎหมาย การค้าชายแดนจะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันอื่นๆ และยังสามารถทำการค้าผ่านแดนไปยังประเทศใกล้เคียง อาทิ เวียดนาม อินเดีย จีนตอนใต้ บังกลาเทศ และสิงคโปร์

การค้าผ่านแดน หมายถึงการค้าที่ผ่านเข้าและออกด้านชายแดนโดยสินค้าจะขนส่งผ่านแดนจากประเทศต้นทางผ่านประเทศเพื่อนบ้าน ไปยังประเทศที่สามที่มีชายแดนติดกัน

ธุรกิจ SMEs หรือ ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระ มีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ผู้ประกอบการSMEs ชายแดนมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น
- 2) เพิ่มมูลค่าการค้าชายแดนของประเทศจากผู้ประกอบการSMEs เพิ่มมากขึ้น
- 3) สร้างความมั่นคง และอัตราผลตอบแทนรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการSMEs เพิ่มมากขึ้น
- 4) สร้างความสัมพันธ์และเชื่อมโยงการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน
- 5) กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในภาครัฐอย่างเช่น ศุลกากร หรือ หน่วยงานอื่นๆสามารถวางแผนและช่วยเหลือผู้ประกอบการSMEs ด้านการค้าชายแดนอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้าชายแดน เป็นรูปแบบหนึ่งของการค้าระหว่างประเทศ ที่เริ่มมาจากการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนชนที่อาศัยตามแนวพรมแดนของประเทศ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูง ไม่มีการส่งมอบเอกสารหรือหลักฐานทางการค้า

รูปแบบการค้าชายแดน ในทางปฏิบัติแบ่งการค้าชายแดนเป็น 2 ลักษณะคือ

1. การค้าผ่านระเบียบพิธีการศุลกากร เป็นการค้าที่ดำเนินการ/ ปฏิบัติตามขั้นตอนข้อกำหนดของโครงการ

2. การค้าไม่ผ่านระเบียบพิธีการศุลกากร จะมีทั้งการค้าที่ถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมาย ขึ้นอยู่กับเจตนาและปัจจัยต่างๆ หากเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในวงเงินและพื้นที่ทางการกำหนด เช่น การภายในบริเวณจุดผ่อนปรนในเรื่องระเบียบพิธีการทางการค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน นับเป็นการค้าที่ถูกกฎหมาย แต่หากเป็นการค้าที่มีเจตนาเลี่ยงการทำพิธีการศุลกากรหรือเลี่ยงภาษี หรือลักลอบทำการค้า นับเป็นการค้าที่ไม่ถูกกฎหมาย

จุดค้าชายแดนไทย

ปัจจุบันประเทศไทยมีจุดการค้าชายแดนกระจายรอบพรมแดนไทย ประกอบด้วยจุดการค้าผ่อนปรนและจุดการค้าถาวร ลักษณะที่แตกต่างกันของจุดการค้าทั้ง 2 ประเภท คือจุดการค้าผ่อนปรน เป็นจุดการค้าที่ทางการโดยผู้ว่าราชการจังหวัดมีอำนาจในการพิจารณาอนุมัติเปิดหรือปิดจุดการค้า ส่วนใหญ่มักเป็นจุดการค้าที่ชุมชนชายแดนใช้เป็นที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ามาตั้งแต่อดีต ในปัจจุบันจุดผ่อนปรนหลายแห่งยกระดับเป็นจุดการค้าถาวร ซึ่งเปรียบเหมือน International Border การเปิด/ปิด จุดการค้าถาวรต้องผ่านการเห็นชอบจากรัฐบาลทั้ง 2 ประเทศ

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

Michael E. Porter (1998) ได้สร้างแบบจำลอง Diamond Model ในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยหรือตัวบ่งชี้ (determinants) ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญรวม 4 กลุ่มตัวแปร ดังนี้

1. เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศโดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมี ความหมายอย่างกว้างประกอบด้วย แรงงาน(Labor) ที่ดิน(Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้ เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่างๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึงปริมาณแรงงาน คุณภาพและทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้าน ทรัพยากรมนุษย์

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และคุณภาพของทรัพยากร รวมถึงต้นทุนหรือมูลค่าของทรัพยากร ทรัพยากร กายภาพในที่นี้จะหมายถึง ที่ดิน น้ำ แร่ธรรมชาติ (Mineral) และพลังงานธรรมชาติ (Power Sources) อื่นๆ นอกจากลักษณะคุณภาพของทรัพยากรกายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง (Location) และขนาด (Geographic Size) ก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่า ที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางการขนส่ง (Transportation Cost) และจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

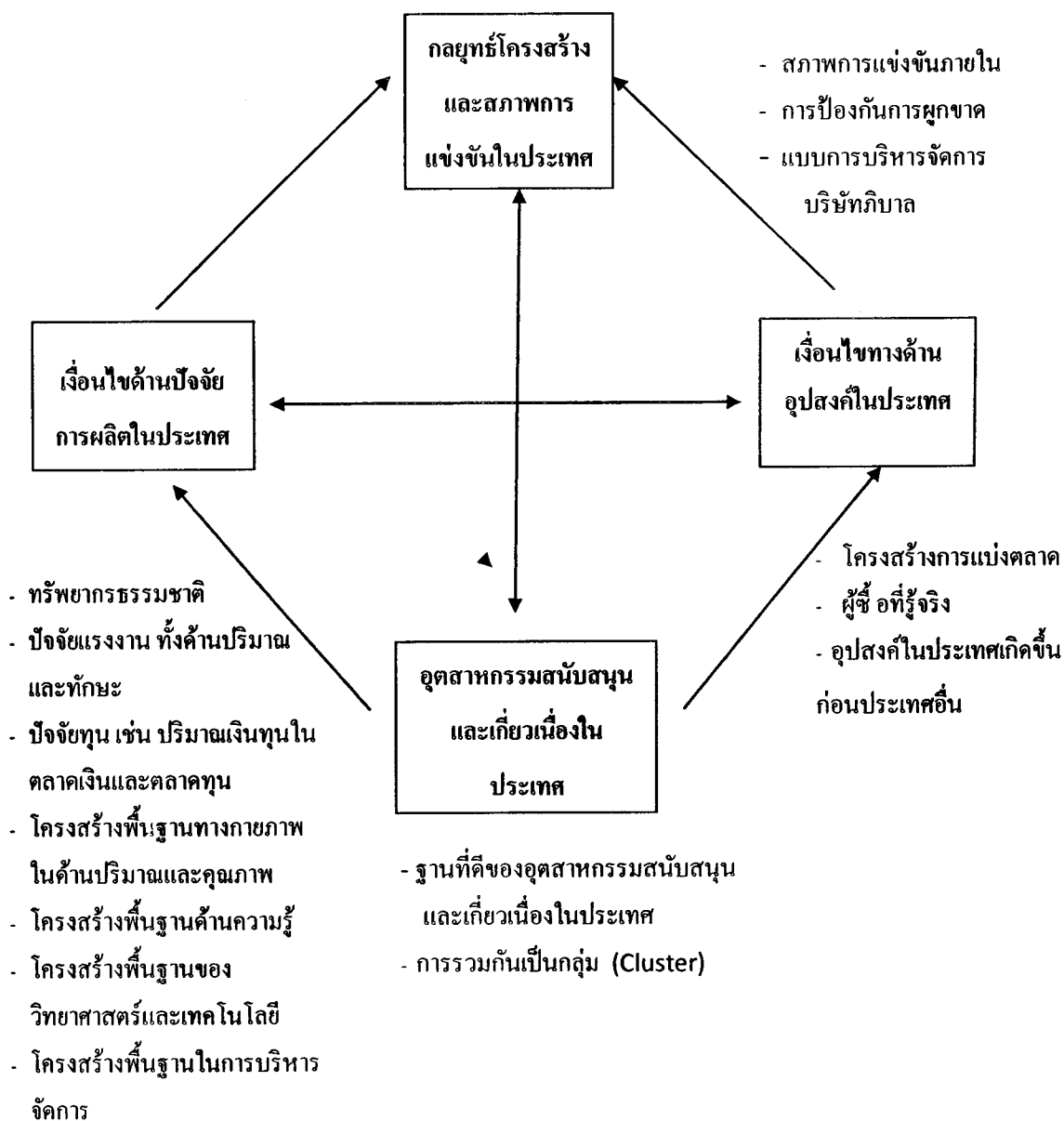
1.3 ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง ทรัพยากร ที่เกิดจากการสร้างสรรค์พัฒนาและฝึกอบรม จะพบมากในปัจจัยด้านแรงงานที่มีทักษะ เฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดย ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางด้านนี้มาก มีนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน ประเทศนั้นจะมีศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้

1.4 ทรัพยากรทางด้านเงินทุน (Capital Resources) หมายถึง จำนวนและ ต้นทุนในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุน ประเทศใดก็ตามที่มีแหล่งเงินทุนในประเทศที่มี ต้นทุนต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำและความมั่นคงของแหล่งเงินในประเทศ รวมถึงปริมาณเงินทุน ที่เพียงพอในประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตในประเทศนั้นมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศที่มี

ข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เนื่องมาจากการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากต้นทุนนี้มีราคาแพงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

1.5 สาธารณูปโภค (Infrastructure) หมายถึงปริมาณสาธารณูปโภคที่เพียงพอ และราคาไม่แพง ในที่นี้หมายถึง เครื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ การขนส่ง เป็นต้น เพราะประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคนี้ จะสามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศ การพัฒนาการผลิตในประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต

รูปที่ 2.1 ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ



ที่มา: Michael E. Porter, Diamond Model, (1998)

Porter ให้ความสำคัญกับความสามารถของประเทศในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรอื่นๆ ให้เกิดความได้เปรียบ จึงเป็นการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ถูกสร้างทั้งหลายในการส่งเสริมข้อได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ นอกจากนี้ Porter ยังเชื่อว่า ข้อได้เปรียบในการแข่งขันอาจจะเกิดจากการที่ประเทศมี “ข้อเสียเปรียบของปัจจัยบางด้าน” เนื่องจากจะเป็นแรงผลักดันให้อุตสาหกรรมของประเทศต้องปรับตัวและพัฒนาเพื่อเอาชนะข้อเสียเปรียบเหล่านั้น

2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition)

อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึงความต้องการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมากๆ ในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมากๆ นอกจากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย ในแบบจำลองของ Porter จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ ทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีเหตุมีผล คำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศ จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลัก จะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ และความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้

โดยสรุปปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความต้องการหรืออุปสงค์ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

2.1 โครงสร้างการแบ่งตลาดของอุปสงค์ในประเทศ (Segment Structure of Demand) บริษัทหรืออุตสาหกรรมมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกและตลาด

ส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกเป็นตลาดส่วนที่สำคัญของบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันตลาดส่วนที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะเสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จักจริง (Sophisticated and Demanding Buyers) ผู้ซื้อที่รู้จักจริงในสินค้าหรือบริการใดจะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาลือซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้น ประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักจริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อน แล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ภายหลัง ในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและดำเนินอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นแล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขัน อุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนๆ นี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือการที่ประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้นๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 2 ประการที่สำคัญ ได้แก่

3.1 ช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว สามารถลดต้นทุนการผลิต และขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรืออาจ

ได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ และวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

3.2 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งสองฝ่าย

ประเทศมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกันเกิดความร่วมมือกัน ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่นๆ

4. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

การจัดการ โครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น การแข่งขันในด้านอื่นๆ ได้แก่เทคโนโลยีอันจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมากๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมาก ถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน ไม่อยู่กระจุกกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลา และมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้า เพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลน สภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆ นอกจากนี้จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิด

ประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นจะทำให้ทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

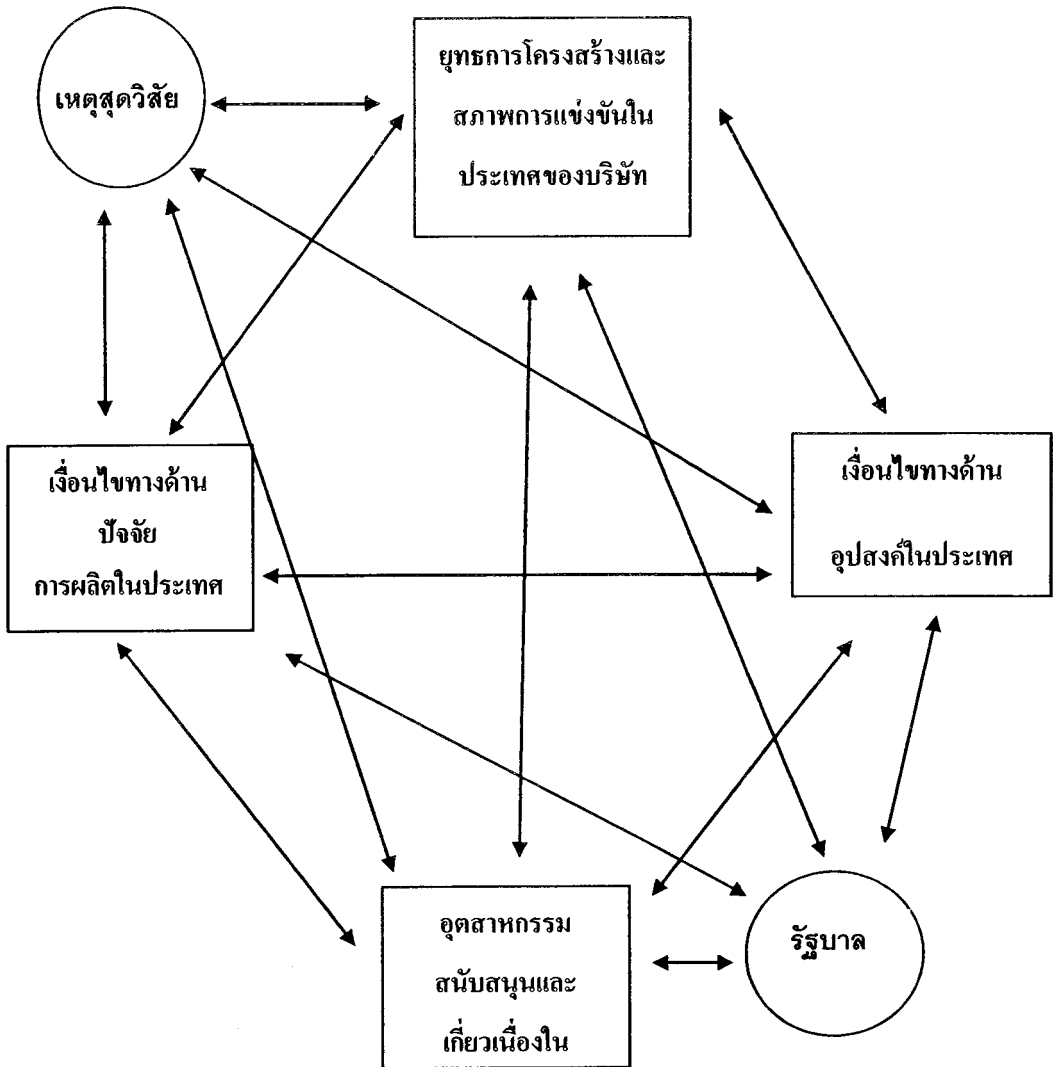
5. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ ยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เหล่านี้เป็นต้น

6. เหตุสุควิสัย หรือโอกาส (Chance)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิด “ความไม่ต่อเนื่อง” ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond ที่แตกต่างกัน

รูปที่ 2.2 ปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ



ที่มา: Michael E. Porter, Diamond Model, (1998)

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย (อาธิ ครุสากยวงศ์, 2545) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันสภาพการค้า และการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 67.81 โดยภาครัฐบาลและผู้ประกอบการธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย มีการเตรียมความพร้อมรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจดังกล่าวที่ผ่านมาอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 54.11 โดยปัจจุบันภาครัฐทำการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 41.10 ช่วงเวลาปิดเปิดด่านมีผลกระทบบ้างต่อการพัฒนาธุรกิจการค้าชายแดน ธุรกิจการค้าที่ดำเนินการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทร้านค้า ท่องเที่ยว

โรงแรมที่พัก โดยสินค้าที่มีการซื้อขายเป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค เสื้อผ้า ผัก ผลไม้ และขนมขบเคี้ยว ลักษณะสถานที่ทำการค้าส่วนใหญ่เป็นตึกแถว บ้านเรือน แผงลอย รวมถึงการเปิดท้ายรถขายของ รูปแบบการค้ามีลักษณะซื้อขายโดยมีสถานที่ตั้งแน่นอน และนัดพบตามตลาดนัดบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่ทำการซื้อขายโดยตรงไม่ผ่านนายหน้าบุคคลที่ซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มาจากชาวพื้นเมืองในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวภายในประเทศ ราคาสินค้าที่ซื้อขายบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย มีราคาขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ สินค้าที่วางขายมีการคิดป้ายบอกราคาบ้าง ไม่คิดป้ายบอกราคาบ้าง ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าบริเวณชายแดนมีแนวโน้มซื้อขายมากขึ้น ร้อยละ 34.25 สินค้าที่ทำการซื้อขายมีลักษณะเหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด สินค้าที่แตกต่างจากประเทศของผู้ซื้อและเป็นสินค้านิยามิ โดยทำการค้าขายตลอดเวลาที่มีความสม่ำเสมอ สินค้าที่นำมาขายเป็นสินค้าที่ทำการผลิตเองและขายเอง คุณภาพของสินค้าที่ซื้อขายบริเวณชายแดนส่วนใหญ่สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ร้อยละ 46.58 แหล่งที่มาของสินค้าที่ซื้อขายมาจากประเทศไทย ร้อยละ 40.27 จากประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 32.01 ขนส่งสินค้าโดยใช้รถยนต์บรรทุก รถจักรยานยนต์ รถไฟ แพขนานยนต์ รถสามล้อพ่วง และกองทัพนมค อัตราค่าขนส่งสินค้าบริเวณชายแดนมีอัตราขึ้นลงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับระยะทางและราคาน้ำมัน การชำระค่าสินค้านิยมใช้เงินบาทและเงินริงกิต ร้อยละ 76.71 วิธีการชำระค่าสินค้าบริเวณชายแดนชำระด้วยเงินสดโดยตรงผ่านระบบสถาบันการเงินเล็กน้อย และชำระโดยวิธีอื่น เช่น การแลกเปลี่ยนสินค้า การใช้บัตรเครดิต เงินทุนที่ใช้ทำธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเงินทุนของตนเอง จากสถาบันการเงินและหุ้นส่วน สภาพการหมุนเวียนเงินตราบริเวณชายแดนดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 67.81 รัฐบาลและผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย มีการเตรียมความพร้อมในอนาคตรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจการค้าชายแดน

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการค้าบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซียประกอบด้วยสินค้าไทยบางชนิดยังไม่ได้มาตรฐานฮาลาล การค้าขายยังมีลักษณะเป็นสินค้านิยามิ ไทยยังคงเสียเปรียบการค้ากับประเทศมาเลเซีย ไม่ว่าจะเป็นในด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ความรักชาติของมาเลเซีย ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการทำพิธีการทางศุลกากร เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ราคาสินค้าที่มีราคาถูกกว่าประเทศไทย การขนส่งสินค้ายังถูกตรวจสอบใบอนุญาตส่งของ ใบเบิกทาง ทำให้เสียเวลาอย่างมาก การผิสัญญาซื้อขายสินค้าของผู้ซื้อชาวมาเลเซีย การฉ้อโกงซึ่งไม่สามารถเอาความผิดทางกฎหมายได้กับผู้ซื้อสินค้าชาวมาเลเซีย การจัดระเบียบที่พักอาศัย ที่ทำการค้าอาคารพาณิชย์ สถานบันเทิง ไม่มีการจัดเป็นระบบที่ดี และเจ้าหน้าที่ของรัฐบางส่วนยังคงทุจริตต่อหน้าที่รับเงินได้ไต่

การค้าชายแดน ความสำคัญต่อเศรษฐกิจภาคใต้ (โสมสิริ หมัดอะดัม, ธนาคารแห่งประเทศไทย, พ.ย. 2556) จากผลของการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้บทบาทของตลาดประเทศเพื่อนบ้านมีความสำคัญมากขึ้น เพราะข้อจำกัดทางการค้าลดลง จะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการไทย ดังนั้นการใช้ศักยภาพความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์และศักยภาพของพื้นที่ชายแดนที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศของไทย จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดน ซึ่งจะเห็นได้จากแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555 – 2559) ได้มีการกำหนดเป้าหมายมูลค่าการค้าชายแดนในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.0 ต่อปี ดังนั้น คาดว่าในอีก 5 ปีข้างหน้า มูลค่าการค้าผ่านด่านศุลกากรชายแดนระหว่างไทยกับมาเลเซียน่าจะสูงถึง 1 ล้านล้านบาท อันจะส่งผลให้เศรษฐกิจของภาคใต้เติบโตต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

ปัญหาและอุปสรรคการค้าชายแดนไทย-พม่า (พลกฤษณ์ ไพรสานท้าวณิชกุล, 2556)
พบว่า พม่ากำหนดมาตรการต่างๆ จำกัดปริมาณนำเข้าเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้า ดังนี้

- (1) กำหนดการนำเข้าสินค้าต้องเป็นเงินที่ได้จากการส่งออกเท่านั้น
- (2) กำหนดสัดส่วนการนำเข้าสินค้าจำเป็น

การตกลงการค้าชายแดนยังไม่มีผลบังคับใช้ ส่งผลให้การตกลงด้านการธนาคารไม่มีผลในทางปฏิบัติ ทำให้การค้าชายแดนยังไม่ผ่านระบบธนาคาร

กฎระเบียบการค้าของพม่า ไม่มีความแน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้นักธุรกิจขาดความเชื่อมั่น เส้นทางคมนาคมทางบกเชื่อมระหว่างไทยกับพม่ามีสภาพชำรุดทรุดโทรม เป็นอุปสรรคต่อการขนส่งสินค้า ปัญหาการเรียกเก็บเงินนอกระบบระหว่างการขนส่งสินค้าจากชายแดนไปยังกรุงย่างกุ้ง ทำให้สินค้านี้มีต้นทุนสูง ปัญหาการสู้รบระหว่างรัฐบาลพม่ากับชนกลุ่มน้อยทำให้เกิดปัญหาความไม่สงบตามแนวชายแดนและไม่สามารถขนส่งสินค้าไปยังพม่าได้

ธนาคารพาณิชย์ในพม่าเป็นระบบผูกขาดโดยรัฐ ระบบของธนาคารไม่เป็นที่ยอมรับของนานาชาติ รวมทั้งระบบการเงินขาดเสถียรภาพและอัตราแลกเปลี่ยนของเงินจ๊าต (KYATS) มี 2 อัตรา โดยเป็นอัตราของตลาดกับอัตราของหน่วยงานรัฐ ที่กำหนดไม่เท่ากัน

มาตรการกีดกันทางการค้าของหน่วยงานรัฐพม่าโดยห้ามนำเข้าและห้ามส่งออกสำหรับสินค้าบางชนิด แม้ว่าจะมีการเจรจาการค้าไทย-พม่า ได้ยกเลิกการนำเข้าสินค้าบาง

ชนิดแต่ยังคงมีสินค้าที่ห้ามนำเข้าและห้ามส่งออกอีกจำนวนมาก ทำให้เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการค้าไทย-พม่าที่ไม่อาจขยายปริมาณการค้า

ปัญหาการค้าชายแดนไทย – พม่า สรุปได้ว่า

1 จุดผ่านแดนการค้า มีการปิดด่านการค้าชายแดนที่ติดต่อกับไทยบ่อย ขณะที่ภาวะการค้าได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าไทยไม่สามารถขนส่งเข้าไปยังพม่าได้ต่อเนื่อง จึงเกิดการขาดแคลนสินค้าและเสียเปรียบจากประเทศคู่แข่งอื่นๆ

2 การซื้อขายและการชำระเงิน การค้าส่วนใหญ่เป็นการค้ารายย่อยระบบเงินสด เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ผูกขาดโดยรัฐบาล และฐานะของรัฐบาลไม่เป็นที่ยอมรับของนานาชาติ ระบบการเงิน ไม่มีเสถียรภาพ อัตราแลกเปลี่ยนเงินจืดสูงกว่าความเป็นจริงมาก

3 การค้านอกระบบ ผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยด้านพม่ามีลักษณะที่แตกต่างจากชายแดนด้านอื่นๆ คือ ต้องการดำเนินการค้าอย่างเป็นระบบ หากคิดปัญหาชนกลุ่มน้อย ทำให้ไม่สามารถดำเนินการค้าตามพิธีการศุลกากรปกติได้ จึงเกิดการลักลอบทำการค้าตามช่องทางต่างๆ ในแนวชายแดนซึ่งมีต้นทุนการดำเนินการสูงกว่าช่องทางปกติ

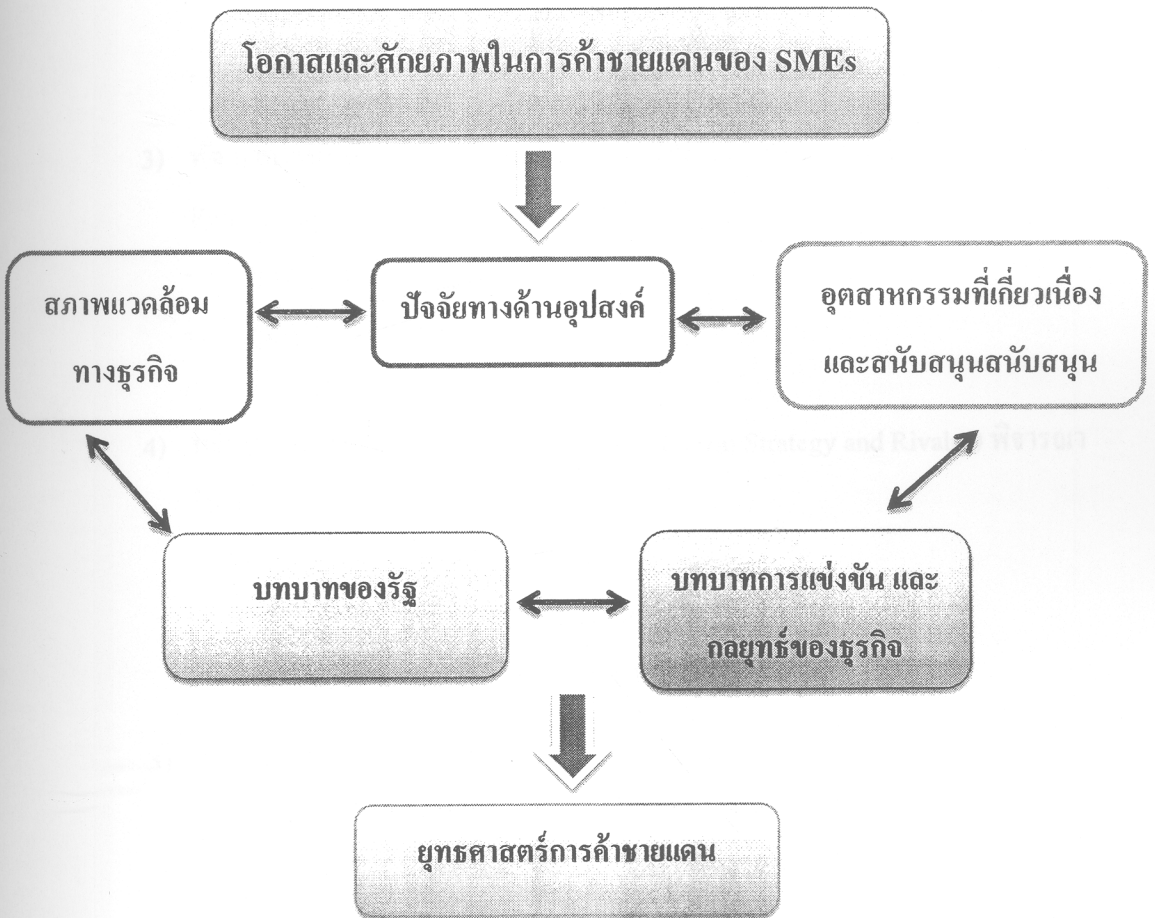
4 การลักลอบเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมาย ระดับการพัฒนาประเทศและความมั่นคงภายในประเทศที่แตกต่างกันมากระหว่างไทยและพม่า ทำให้เกิดปัญหาการลักลอบเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมาย

5 กฎระเบียบและมาตรการทางการค้าของพม่ามีการเลือกปฏิบัติที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดจากปัญหาความไม่สงบภายในประเทศ ทำให้รูปแบบการค้ายังไม่สามารถพัฒนาเป็นระบบสากลได้ โดยเฉพาะการบริหารจัดการตามแนวชายแดนไทย-พม่า ซึ่งประสบปัญหาความขัดแย้งของชนกลุ่มน้อยมาโดยตลอด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย พบว่าผู้ประกอบการค้าชายแดนไทย มักพบปัญหาและอุปสรรคในด้านสินค้าไทยบางชนิดยังไม่ได้มาตรฐานสากล การค้าชายยังมีลักษณะเป็นสินค้านิยามิ ไทยยังคงเสียเปรียบการค้ากับมาเลเซีย ไม่ว่าจะเป็นในด้านกฎระเบียบข้อบังคับ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ความรักชาติของมาเลเซีย ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการทำพิธีการทางศุลกากร เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต และปัญหาด้านลอจิสติกส์ สำหรับปัญหาการค้าชายแดนไทย-พม่า พบว่า จุดผ่านแดนการค้ามีการปิดด่านการค้าชายแดนกับไทยบ่อย การซื้อขายและการชำระเงิน การค้าส่วนใหญ่เป็นการค้ารายย่อยระบบเงินสด เป็นการค้านอกระบบ กฎระเบียบและมาตรการทางการค้าของพม่ามีการเลือกปฏิบัติที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การวิเคราะห์โอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนของผู้ประกอบการ SMEs ได้ใช้กรอบแนวคิดไดมอนด์ (Diamond Model) ของไมเคิลอีพอร์เตอร์ (Michael E. Porter) เพื่อบ่งชี้ถึงประเด็นสำคัญด้านขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยพิจารณาจากปัจจัย 5 ด้านได้แก่ 1) สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Factor Condition) 2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Condition) 3) พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Supporting and Related industries) 4) บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm Strategy and Rivalry) 5) บทบาทของรัฐบาล (The Role of Government) ดังภาพต่อไปนี้



- 1) สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Factor Condition) พิจารณาในเงื่อนไข
 - ทรัพยากรทางกายภาพ เช่น สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ
 - โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง สื่อสาร โทรคมนาคม สาธารณสุข วัฒนธรรม คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ทำเลที่ตั้ง
 - ทรัพยากรด้านความรู้ เช่น วิทยาการ เทคโนโลยี การผลิต การตลาด เป็นต้น
 - ทรัพยากรมนุษย์ เช่น จำนวนแรงงาน ทักษะความชำนาญ ต้นทุนค่าแรง ต้นทุนการจัดการ
 - แหล่งเงินทุน เช่น ต้นทุนของเงินทุน
- 2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Condition) พิจารณาในเงื่อนไข
 - ตลาด: ขนาดและรูปแบบการเติบโต
 - ความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ: มาตรฐานและความต้องการของผู้ซื้อ
 - การตอบสนองของธุรกิจ: ภาพลักษณ์และการยอมรับสินค้าจากสากล
- 3) พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโยงและสนับสนุน (Supporting and Related industries) พิจารณาในเงื่อนไข
 - อุตสาหกรรมต้นน้ำ
 - อุตสาหกรรมกลางน้ำ
 - อุตสาหกรรมปลายน้ำ
- 4) บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ(Firm Strategy and Rivalry) พิจารณาในเงื่อนไข
 - เป้าหมายและยุทธศาสตร์ของกิจการ
 - การแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในประเทศ
 - บริบทในการแข่งขันกับต่างประเทศ
- 5) บทบาทของรัฐบาล (The Role of Government)
 - นโยบายสนับสนุนของรัฐด้านการค้า
 - การกำหนดนโยบายด้านการลงทุนจากต่างประเทศ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการค้าชายแดน ซึ่งจะมีการรวบรวมจากแหล่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐ เช่น ศุลกากร หอการค้า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สภาอุตสาหกรรม รวมทั้งรวบรวมจากงานวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องจากการประชุมสัมมนาวิชาการ และจาก Website ที่เกี่ยวข้อง
- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากภาคสนามของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มผู้ซื้อ/ลูกค้า กลุ่มผู้จัด/จัดซื้อ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ณ จุดการค้าชายแดน จำนวนรวม 120 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามกลุ่มสินค้าและบริการ 5 กลุ่มคือ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง
- กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้า กำหนดการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีสะดวก (Convenience Sampling) จากจุดการค้าชายแดนทั้ง 3 จุด รวมจำนวนตัวอย่าง 240 ตัวอย่าง
- กลุ่มผู้จัดหา/จัดซื้อจากจุดการค้าชายแดนทั้ง 3 จุด รวมจำนวนตัวอย่าง 14 ตัวอย่าง
- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น ศุลกากร และหน่วยงานในพื้นที่เช่น อบต. เจ้าหน้าที่สรรพากร เป็นต้น

การคำนวณขนาดตัวอย่าง ใช้สูตรของ W.G.cochran (คำนวณจำนวนตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม (ใช้สัดส่วน 50% หรือ 0.50)

Z คือ ระดับนัยสำคัญ 0.1 เท่ากับ 1.65

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 0.1

$$n = \frac{.5(1-.5)1.65^2}{.1^2} = 96 \text{ ตัวอย่าง}$$

ในการเก็บข้อมูลได้ทำการเก็บข้อมูลมากกว่าจำนวนที่คำนวณ เพื่อความน่าเชื่อถือ โดยทำการเก็บข้อมูลดังตารางต่อไปนี้

กลุ่มสินค้า	พื้นที่			รวมจำนวน ตัวอย่าง
	สะดวก	ป่าดงเบขาร์	ระนอง	
อุปโภคบริโภค	10	8	10	28
เกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร	10	8	5	18
บริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง	10	8	5	28
ก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง	10	8	5	18
อะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง	10	8	5	28
รวม	50	40	30	120

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- เป็นแบบสอบถาม ซึ่งจะใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสินค้า/ลูกค้า สำหรับข้อมูลในส่วนที่2ซึ่งเป็นข้อมูลเงื่อนไขด้านอุปสงค์
- แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้จัดหา/จัดซื้อจากจุดการค้าชายแดนทั้ง 3 จุด สำหรับข้อมูลในส่วนที่3 ซึ่งเป็นข้อมูลพัฒนาการของอุตสาหกรรม/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และกลุ่มตัวแทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนที่1 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านสภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และในส่วนที่ 5 ซึ่งเป็นข้อมูลบทบาทของรัฐบาล
- แบบสอบถามสำหรับสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการSMEs สำหรับข้อมูลในส่วนที่1 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านสภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ทำการสำรวจสอบถามด้านพฤติกรรมความต้องการของลูกค้า กับกลุ่มลูกค้าหรือผู้ซื้อ ณ จุดการค้าชายแดน สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลเงื่อนไขด้านอุปสงค์
- 2) สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้จัดหา/จัดซื้อจากจุดการค้าชายแดนทั้ง 3 จุด สำหรับข้อมูลในส่วนที่3 ซึ่งเป็นข้อมูลพัฒนาการของอุตสาหกรรม/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และกับกลุ่มตัวแทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนที่1 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านสภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และในส่วนที่ 5 ซึ่งเป็นข้อมูลบทบาทของรัฐบาล
- 3) การสนทนากลุ่ม (Focus group) ใช้กับผู้ประกอบการSMEs ตามกลุ่มสินค้า 5 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง ประมาณกลุ่มละ 5-10 คน ของแต่ละ

พื้นที่ ตามข้อมูลในส่วนที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านสภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และ ส่วนที่4 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

- 4) จัดเวทีวิพากษ์เพื่อช่วยกันวิจารณ์และเสนอแนะเกี่ยวกับการเสริมสร้างศักยภาพในการค้าขายแดน จากตัวแทนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการSMEs และ นักวิชาการจำนวน 50 คน

3.5 การประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์

1) **ข้อมูลเชิงปริมาณ** จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอข้อมูลในรูปร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคร้สแคว์ และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ในส่วนของความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ใน ส่วนข้อมูล

- สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ
- พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโยงและสนับสนุน
- เจ็อนไซค์ด้านอุปสงค์
- บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

2) **ข้อมูลเชิงคุณภาพ** จะทำการวิเคราะห์ข้อมูล ควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล กล่าวคือ เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยเครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ การสังเกต หรือวิธีการอื่นๆ ระหว่างการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลก็จะมีวิเคราะห์ ข้อมูลไปพร้อมๆ กัน โดยการจัดกลุ่มข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ให้เห็นเป็นส่วนๆ เพื่อ ทำการสรุปผลข้อมูล ตาม Diamond Model ในข้อมูลต่อไปนี้

- สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ
- พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโยงและสนับสนุน
- บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ
- บทบาทของรัฐบาล

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยโอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดต่อไปนี้

4.1 คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม

4.2 ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนของจังหวัดสงขลาและจังหวัดระนอง

4.3 ด้านความต้องการของสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนของสงขลาและระนอง

4.4 พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการSMEs ในชายแดน

4.5 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

4.6 บทบาทของภาครัฐ

4.1 คุณลักษณะของตัวอย่าง

4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่

ตารางที่ 4.1.1 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่

ข้อมูลส่วนบุคคล		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
เพศ	ชาย	18	17	10	45
		36.0%	42.5%	33.3%	37.5%
	หญิง	32	23	20	75
		64.0%	57.5%	66.7%	62.5%
รวม		50	40	30	120
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.1.1 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง		
อายุ	20-25 ปี	2 4.0%	1 2.5%	5 16.7%	8 6.7%
	26-30 ปี	2 4.0%	4 10.0%	3 10.0%	9 7.5%
	31-35 ปี	8 16.0%	14 35.0%	6 20.0%	28 23.3%
	36-40 ปี	12 24.0%	5 12.5%	1 3.3%	18 15.0%
	41-45 ปี	20 40.0%	12 30.0%	4 13.3%	36 30.0%
	45 ปีขึ้นไป	6 12.0%	4 10.0%	11 36.7%	21 17.5%
	รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%
ศาสนา	พุทธ	14 28.0%	14 35.0%	26 86.7%	54 45.0%
	อิสลาม	36 72.0%	26 65.0%	2 6.7%	64 53.3%
	คริสต์	0 .0%	0 .0%	2 6.7%	2 1.7%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%	

ตารางที่ 4.1.1 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบซาร์	ด้านระนอง		
การศึกษา ประถมศึกษา	4	3	6	13	
	8.0%	7.5%	20.0%	10.8%	
มัธยมศึกษา	25	16	10	51	
	50.0%	40.0%	33.3%	42.5%	
อนุปริญญา	9	8	2	19	
	18.0%	20.0%	6.7%	15.8%	
ปริญญาตรี	11	13	11	35	
	22.0%	32.5%	36.7%	29.2%	
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0	1	2	
	2.0%	.0%	3.3%	1.7%	
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
ระยะเวลา ประกอบการ	1-2 ปี	21	8	7	36
		42.0%	20.0%	23.3%	30.0%
	3-5 ปี	16	11	5	32
		32.0%	27.5%	16.7%	26.7%
	มากกว่า 5 ปี	13	21	18	52
		26.0%	52.5%	60.0%	43.3%
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

ตารางที่ 4.1.1 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง		
ประเภท ธุรกิจที่ ดำเนิน	สินค้าอุปโภคบริโภค	10 20.0%	8 20.0%	10 33.3%	28 23.3%
	เกษตรและเครื่องจักรกล การเกษตร	10 20.0%	8 20.0%	0 .0%	18 15.0%
	บริการการท่องเที่ยวและ ธุรกิจต่อเนื่อง	10 20.0%	8 20.0%	10 33.3%	28 23.3%
	ก่อสร้างและวัสดุ ก่อสร้าง	10 20.0%	8 20.0%	0 .0%	18 15.0%
	อะไหล่ยานยนต์และการ ซ่อมบำรุง	10 20.0%	8 20.0%	10 33.3%	28 23.3%
	รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%
ยอดจำหน่าย สินค้าต่อเดือน	< 50,000 บาท	39 78.0%	22 55.0%	21 70.0%	82 68.3%
	50,000- 100,000 บาท	10 20.0%	6 15.0%	8 26.7%	24 20.0%
	100,001- 300,000 บาท	1 2.0%	7 17.5%	0 .0%	8 6.7%
	>300,00 บาท	0 .0%	5 12.5%	1 3.3%	6 5.0%
	รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%

ตารางที่ 4.1.1 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่ (ต่อ)

ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขาย	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเตาะ (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
ภาษาไทย	45 90.0%	38 95.0%	26 86.7%	109 90.8%
ภาษามาลาเเซีย	40 80.0%	26 65.0%	2 6.7%	68 56.7%
ภาษาจีน	15 30.0%	4 10.0%	1 3.3%	20 16.7%
ภาษาอังกฤษ	14 28.0%	7 17.5%	10 33.3%	31 25.8%
ภาษาพม่า	2 4.0%	0 .0%	17 56.7%	19 15.8%

จากตารางที่ 4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ SMEs แยกตามพื้นที่เป็นดังนี้

ด้านสะเตาะ ผู้ประกอบการ SMEs เป็นผู้หญิงร้อยละ 64.0 เป็นผู้ชายร้อยละ 36.0 อายุส่วนมาก 41-45 ปี ร้อยละ 40.0 ศาสนาอิสลามร้อยละ 72.0 การศึกษาส่วนมากมัธยมศึกษา ร้อยละ 50.0 รองลงมาปริญญาตรีร้อยละ 22.0 ระยะเวลาประกอบธุรกิจ 1-2 ปี ร้อยละ 42.0 รองลงมา 3-5 ปี ร้อยละ 32.0 ยอดจำหน่ายสินค้าต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 78.0 รองลงมา 50,000-100,000 บาท ร้อยละ 20.0 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขายเป็นภาษาไทย ร้อยละ 90.0 รองลงมาภาษามาลาเเซีย ร้อยละ 80.0

ด้านปาดังเบซาร์ ผู้ประกอบการ SMEs เป็นผู้หญิงร้อยละ 57.5 เป็นผู้ชายร้อยละ 42.5 อายุส่วนมาก 31-35 ปี ร้อยละ 35.0 รองลงมาอายุ 41-45 ปี ร้อยละ 30.0 ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 65.5 และรองลงมาพุทธ ร้อยละ 35.0 การศึกษาส่วนมากมัธยมศึกษา ร้อยละ 40.0 รองลงมาปริญญาตรี ร้อยละ 32.5 ระยะเวลาประกอบธุรกิจมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 52.5

รองลงมา 3-5 ปี ร้อยละ 27.5 ยอดจำหน่ายสินค้าต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 55.0 รองลงมา 100,001-300,000 บาท ร้อยละ 17.5 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขายเป็นภาษาไทย ร้อยละ 95.0 รองลงมาภาษามาลาเซีย ร้อยละ 65.0

ด้านระนอง ผู้ประกอบการ SMEs เป็นผู้หญิง ร้อยละ 66.7 เป็นผู้ชาย ร้อยละ 33.3 อายุส่วนมาก มากกว่า 45 ปี ร้อยละ 36.7 รองลงมา อายุ 31-35 ปี ร้อยละ 20.0 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 86.7 การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 36.7 รองลงมา มัธยมศึกษา ร้อยละ 33.3 ระยะเวลาประกอบธุรกิจมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 60.0 รองลงมา 1-2 ปี ร้อยละ 23.3 ยอดจำหน่ายสินค้าต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 70.0 รองลงมา 50,000-100,000 บาท ร้อยละ 26.7 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขาย เป็นภาษาไทย ร้อยละ 86.7 รองลงมา ภาษาพม่า ร้อยละ 56.7

โดยสรุป ผู้ประกอบการ SMEs เป็นผู้หญิง ร้อยละ 62.5 เป็นผู้ชาย ร้อยละ 37.5 อายุส่วนมาก 41-45 ปี ร้อยละ 30.0 ส่วนมากนับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 53.3 พุทธ ร้อยละ 45.0 การศึกษาส่วนมาก มัธยมศึกษา ร้อยละ 42.5 เวลาประกอบธุรกิจมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 43.3 ยอดจำหน่ายสินค้าต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 68.3 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขาย เป็นภาษาไทย ร้อยละ 90.8 รองลงมาภาษามาลาเซีย ร้อยละ 56.4

4.1.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อ แยกตามพื้นที่

ตารางที่ 4.1.2 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อ แยกตามพื้นที่

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อ		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเคา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
เพศ	ชาย	37 37.0%	25 31.2%	35 54.7%	97 39.8%
	หญิง	63 63.0%	55 68.8%	29 45.3%	147 60.2%
รวม		100 100.0%	80 100.0%	64 100.0%	244 100.0%
อายุ	20-25 ปี	14 14.0%	11 13.9%	11 17.2%	36 14.8%
	26-30 ปี	24 24.0%	20 25.3%	6 9.4%	50 20.6%
	31-35 ปี	19 19.0%	20 25.3%	10 15.6%	49 20.2%
	36-40 ปี	17 17.0%	9 11.4%	8 12.5%	34 14.0%
	41-45 ปี	19 19.0%	10 12.7%	11 17.2%	40 16.5%
	มากกว่า 45 ปี	7 7.0%	9 11.4%	18 28.1%	34 14.0%
	รวม		100 100.0%	79 100.0%	64 100.0%

ตารางที่ 4.1.2 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อแยกตามพื้นที่(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อ		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
ศาสนา	พุทธ	51 51.0%	32 40.0%	62 96.9%	145 59.4%
	อิสลาม	48 48.0%	48 60.0%	0 .0%	96 39.3%
	คริสต์	1 1.0%	0 .0%	2 3.1%	3 1.2%
รวม		100 100.0%	80 100.0%	64 100.0%	244 100.0%
การศึกษา	ประถมศึกษา	21 21.0%	18 22.5%	10 15.6%	49 20.1%
	มัธยมศึกษา	44 44.0%	29 36.2%	29 45.3%	102 41.8%
	อนุปริญญา	12 12.0%	7 8.8%	10 15.6%	29 11.9%
	ปริญญาตรี	18 18.0%	25 31.2%	14 21.9%	57 23.4%
	สูงกว่าปริญญาตรี	5 5.0%	1 1.2%	1 1.6%	7 2.9%
รวม		100 100.0%	80 100.0%	64 100.0%	244 100.0%

ตารางที่ 4.1.2 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อแยกตามพื้นที่(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อ		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบขาร์	ด้านระนอง	
อาชีพปัจจุบัน	ค้าขาย/ผู้ประกอบการ	34 34.0%	46 57.5%	27 42.2%	107 43.9%
	พนักงานบริษัทเอกชน	29 29.0%	15 18.8%	5 7.8%	49 20.1%
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	6 6.0%	2 2.5%	7 10.9%	15 6.1%
	เกษตรกรรวม	7 7.0%	7 8.8%	1 1.6%	15 6.1%
	รับจ้างทั่วไป	24 24.0%	10 12.5%	24 37.5%	58 23.8%
รวม		100 100.0%	80 100.0%	64 100.0%	244 100.0%
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	34 34.0%	34 42.5%	21 32.8%	89 36.5%
	10,000 - 20,000 บาท	53 53.0%	36 45.0%	30 46.9%	119 48.8%
	20,001-30,000 บาท	7 7.0%	7 8.8%	7 10.9%	21 8.6%
	มากกว่า 30,000 บาท	6 6.0%	3 3.8%	6 9.4%	15 6.1%
รวม		100 100.0%	80 100.0%	64 100.0%	244 100.0%

ตารางที่ 4.1.2 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อแยกตามพื้นที่(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อ	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบ ซาร์	ด้านระนอง	
สถานะในปัจจุบัน เป็นคนในท้องถิ่น	45	44	46	135
	45.0%	55.0%	71.9%	55.3%
เป็นคนต่างถิ่น	45	28	17	90
	45.0%	35.0%	26.6%	36.9%
นักท่องเที่ยวในประเทศ	10	8	1	19
	10.0%	10.0%	1.6%	7.8%
รวม	100	80	64	244
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.1.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า แยกตามพื้นที่เป็นดังนี้

ด้านสะเดา กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นผู้หญิงร้อยละ 63.0 เป็นผู้ขายร้อยละ 37.0 เป็นชาวพื้นเมืองในท้องถิ่นร้อยละ 45.0 เป็นชาวต่างถิ่น ร้อยละ 45.0 อายุ 26-30 ปีร้อยละ 24.0 รองลงมาอายุ 31-35 ปีร้อยละ 19.0 ศาสนาพุทธร้อยละ 51.0 รองลงมาอิสลามร้อยละ 44.0 การศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 44.0 อาชีพค้าขายร้อยละ 34.0 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 19.0 รายได้ 10,000-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 53.0

ด้านป่าดงเบซาร์ กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นผู้หญิงร้อยละ 68.8 เป็นผู้ขายร้อยละ 31.2 เป็นชาวพื้นเมืองในท้องถิ่นร้อยละ 71.9 เป็นชาวพื้นเมืองต่างถิ่น ร้อยละ 26.6 อายุ 26-30 ปี ร้อยละ 25.3 และอายุ 31-35 ปีร้อยละ 25.3 ศาสนาอิสลามร้อยละ 60.0 และรองลงมาพุทธร้อยละ 40.0 การศึกษาส่วนมากมัธยมศึกษา ร้อยละ 36.2 รองลงมาปริญญาตรีร้อยละ 31.0 อาชีพค้าขาย/ผู้ประกอบการ ร้อยละ 57.5 รองลงมาพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 18.8 รายได้ 10,000-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 45.0 และต่ำกว่า 10,000 ร้อยละ 42.5

ด้านระนอง กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นผู้ขายร้อยละ 54.7.0 เป็นผู้หญิงร้อยละ 45.3 เป็นชาวพื้นเมืองในท้องถิ่นร้อยละ 45.0 เป็นชาวพื้นเมืองต่างถิ่น ร้อยละ 45.0 อายุส่วนมาก มากกว่า 45 ปี ร้อยละ 28.1 รองลงมาอายุ 41-45 ปี ร้อยละ 17.2 ศาสนาพุทธร้อยละ 96.9 การศึกษาส่วนมาก

มัธยมศึกษา ร้อยละ 45.5 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 42.2 รองลงรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 37.5 รายได้ 10,000-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 45.9 และต่ำกว่า 10,000 ร้อยละ 32.8

โดยสรุป กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นผู้หญิง ร้อยละ 60.2 เป็นผู้ชาย ร้อยละ 39.8 เป็นชาวพื้นเมืองในท้องถิ่น ร้อยละ 55.3 เป็นชาวพื้นเมืองต่างถิ่น ร้อยละ 36.9 อายุส่วนมาก 26-30 ปี ร้อยละ 20.6 ศาสนาพุทธ ร้อยละ 59.4 การศึกษาส่วนมากมัธยมศึกษา ร้อยละ 41.8 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 43.9 รายได้ 10,000-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 48.8

4.1.3 ข้อมูลของกลุ่มคนกลางแยกตามพื้นที่

ตารางที่ 4.1.3 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคนกลาง

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคนกลาง		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบซาร์	ด้านระนอง	
เพศ	ชาย	7	8	5	20
		77.8%	100.0%	71.4%	83.3%
	หญิง	2	0	2	4
		22.2%	.0%	28.6%	16.7%
	รวม	9	8	7	24
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
อายุ	20-25 ปี	1	0	2	3
		11.1%	.0%	28.6%	12.5%
	26-30 ปี	2	2	0	4
		22.2%	25.0%	.0%	16.7%
	31-35 ปี	0	3	1	4
	.0%	37.5%	14.3%	16.7%	
	36-40 ปี	3	3	2	8
		33.3%	37.5%	28.6%	33.3%
	41-45 ปี	3	0	2	5
		33.3%	.0%	28.6%	20.8%
	รวม	9	8	7	24
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.1.3 แสดงร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคนกลาง(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคน กลาง	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบงขาร์	ด้านระนอง	
ศาสนา พุทธ	3	4	4	11
	33.3%	50.0%	57.1%	45.8%
	อิสลาม	6	4	2
	66.7%	50.0%	28.6%	50.0%
คริสต์	0	0	1	1
	.0%	.0%	14.3%	4.2%
รวม	9	8	7	24
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
การศึกษา มัธยมศึกษา	5	1	2	8
	55.6%	12.5%	28.6%	33.3%
	อนุปริญญา	4	4	2
	44.4%	50.0%	28.6%	41.7%
ปริญญาตรี	0	3	3	6
	.0%	37.5%	42.9%	25.0%
รวม	9	8	7	24
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.1.3 แสดงร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคนกลาง(ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคน กลาง		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
อาชีพ	ค้าขาย/ ผู้ประกอบการ	0 .0%	0 .0%	1 14.3%	1 4.2%
	พนักงาน บริษัทเอกชน	2 22.2%	7 87.5%	2 28.6%	11 45.8%
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2 22.2%	0 .0%	0 .0%	2 8.3%
	เกษตรกรรวม	2 22.2%	0 .0%	2 28.6%	4 16.7%
	คนกลาง/นายหน้า	3 33.3%	1 12.5%	2 28.6%	6 25.0%
	รวม	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%
	รายได้	15,001 - 30,000 บาท	5 55.6%	7 87.5%	3 42.9%
	30,001-50,000 บาท	2 22.2%	1 12.5%	3 42.9%	6 25.0%
	มากกว่า 50,000 บาท	2 22.2%	0 .0%	1 14.3%	3 12.5%
	รวม	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%

จากตารางที่ 4.1.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มคนกลาง เป็นดังนี้

ด้านสะเดา กลุ่มคนกลางเป็นผู้ชายร้อยละ77.8 ผู้หญิงร้อยละ 22.2 อายุ 31-35 ปี และ36-40 ปีพอๆกันร้อยละ33.3 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามร้อยละ66.7 การศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษาร้อยละ55.6 อนุปริญญาร้อยละ44.4 ประกอบอาชีพคนกลาง/นายหน้าร้อยละ33.3 นอกนั้นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ราชการ/รัฐวิสาหกิจและ เกษตรกรรมเท่าๆกันที่ร้อยละ 22.2 มีรายได้ประมาณ 15,001 - 30,000 บาท/เดือน ร้อยละ55.6 และมากกว่า 30, 000 บาท ร้อยละ 22.2

ด้านป่าดงเบขาร์ กลุ่มคนกลางเป็นผู้ชาย ร้อยละ100.0 อายุ36-40 ปี และ41-45 ปี พอๆกันที่ร้อยละ37.5 นับถือศาสนาอิสลามและพุทธพอๆกันที่ร้อยละ50.0 การศึกษาที่ระดับ อนุปริญญาร้อยละ50.0 และปริญญาตรีร้อยละ37.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ87.5 อาชีพคนกลาง/นายหน้า ร้อยละ 12.5 มีรายได้ประมาณ 15,001 - 30,000 บาท/เดือนร้อยละ87.5

ด้านระนอง กลุ่มคนกลางเป็นผู้ชาย ร้อยละ71.4 ผู้หญิงร้อยละ 28.6 อายุ31-35 ปี และ36-40 ปี เท่าๆกันที่ร้อยละ28.6 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธร้อยละ57.1 การศึกษาที่ระดับปริญญาตรีร้อยละ42.9 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คนกลาง/นายหน้า เกษตรกรรม เท่าๆกันที่ร้อยละ 28.6 มีรายได้ประมาณ 15,001 - 30,000 บาท/เดือนและ15,001-30,000 บาทเท่าๆกันร้อยละ42.9

โดยสรุป กลุ่มคนกลางเป็นผู้ชาย ร้อยละ83.3 อายุ 36-40 ปี ร้อยละ33.3 นับถือศาสนาอิสลามร้อยละ50.0 การศึกษาที่ระดับอนุปริญญาร้อยละ41.7 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 45.0 มีรายได้ประมาณ 15,001 - 30,000 บาท/เดือนร้อยละ62

4.1.4 ข้อมูลส่วนบุคคลของหน่วยงานภาครัฐ

เป็นการสัมภาษณ์ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด 6 แห่งดังนี้

ด้านสะเดา เป็นหน่วยงาน ด้านศุลกากร ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายควบคุมและตรวจสอบทางศุลกากร

ด้านป่าดงเบขาร์ เป็นหน่วยงานเทศบาลตำบลสำนักขาม ตำแหน่งปลัดเทศบาล

ด้านระนอง เป็นหน่วยงาน ทีม ก.๐1 สท.ระนอง ตำแหน่งนักตรวจสอบภาษีชำนาญการพิเศษ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ระนอง ตำแหน่งนักวิชาการชำนาญการ ด้านศุลกากรระนอง ตำแหน่งหัวหน้าด่าน นักวิชาการศุลกากรชำนาญการ

4.2 ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน

4.2.1 ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

คุณลักษณะ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ		พื้นที่			รวม
		ด้านสะอาด	ด้านป่าดงเบขาร์	ด้านระนอง	
สภาพการค้า บริเวณชายแดน	ระดับดี	0	0	1	1
		.0%	.0%	3.3%	.8%
	ปานกลาง	19	19	17	55
		38.0%	47.5%	56.7%	45.8%
	ไม่ดี	31	21	12	64
		62.0%	52.5%	40.0%	53.3%
รวม		50	40	30	120
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
ช่วงเวลาเปิดปิด ด้านบริเวณ ชายแดนไทย	มีผลกระทบ มาก	8	2	14	24
		16.0%	5.0%	46.7%	20.0%
	มีผลกระทบ ปานกลาง	2	10	9	21
		4.0%	25.0%	30.0%	17.5%
	มีผลกระทบ เล็กน้อย	15	7	4	26
		30.0%	17.5%	13.3%	21.7%
	ไม่มี ผลกระทบ	25	21	3	49
		50.0%	52.5%	10.0%	40.8%
รวม		50	40	30	120
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

คุณลักษณะ	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ				
ธุรกิจที่ทำการค้า	2	3	1	6
ธุรกิจการผลิต	4.0%	7.5%	3.3%	5.0%
ธุรกิจซื้อขาย	30	34	20	84
ธุรกิจซื้อขาย	60.0%	85.0%	66.7%	70.0%
ธุรกิจบริการ	18	3	9	30
	36.0%	7.5%	30.0%	25.0%
รวม	50	40	30	120
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
สินค้าที่ค้าขายชายแดนไทย	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
	(n=50)	(n=40)	(n=30)	(n=120)
เครื่องใช้ในครัวเรือน	41	38	18	97
	82.0%	95.0%	60.0%	80.8%
เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี	38	33	14	85
	76.0%	82.5%	46.7%	70.8%
ข้าวสาร/อาหารแห้ง	44	34	25	103
	88.0%	85.0%	83.3%	85.8%
ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป	45	33	19	97
/ผักสด	90.0%	82.5%	63.3%	80.8%
เครื่องคั้นอาหารกระป๋อง	36	31	23	90
	72.0%	77.5%	76.7%	75.0%

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

สินค้าที่ค้าขายชายแดนไทย	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
อุปกรณ์ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์	17 34.0%	18 45.0%	10 33.3%	45 37.5%
อุปกรณ์การเกษตร/ประมง	23 46.0%	21 52.5%	19 63.3%	63 52.5%
ชิ้นส่วนยานยนต์มือสอง/อุปกรณ์อะไหล่ยนต์	20 40.0%	21 52.5%	8 26.7%	49 40.8%
วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง/เครื่องจักร	16 32.0%	13 32.5%	9 30.0%	38 31.7%
เครื่องมือช่างก่อสร้าง	23 46.0%	18 45.0%	11 36.7%	52 43.3%
ร้านซ่อมยานยนต์	12 24.0%	17 42.5%	10 33.3%	39 32.5%
ท่องเที่ยว/บริการ	47 94.0%	26 65.0%	10 33.3%	83 69.2%
สปา/ร้านเสริมสวย	28 56.0%	15 37.5%	6 20.0%	49 40.8%
ร้านอาหาร/สถานบันเทิงต่างๆ	39 78.0%	24 60.0%	5 16.7%	68 56.7%
โรงแรม/อพาร์ทเมนท์	43 86.0%	19 47.5%	3 10.0%	65 54.2%

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

ลักษณะสถานที่การค้าขาย บริเวณชายแดน	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
ปลูกสร้างเป็นตึกแถว	38 76.0%	27 67.5%	27 90.0%	92 76.7%
ปลูกสร้างเป็นบ้านเรือน	19 38.0%	18 45.0%	7 23.3%	44 36.7%
ปลูกสร้างเป็นแผงลอย	17 34.0%	11 27.5%	12 40.0%	40 33.3%
เปิดท้ายรถขายของ	9 18.0%	2 5.0%	5 16.7%	16 13.3%
วิธีการขนส่งสินค้าบริเวณ ชายแดนไทย	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
รถยนต์บรรทุก	35 70.0%	24 60.0%	21 70.0%	80 66.7%
รถจักรยานยนต์	19 38.0%	15 37.5%	7 23.3%	41 34.2%
รถไฟ	10 1 20.8%	12 30.0%	3 10.0%	25
แพ/เรือ	1 2.0%	1 2.5%	22 73.3%	24 20.0%
รถสามล้อพ่วง	13 26.0%	7 17.5%	12 40.0%	32 26.7%
ทางเท้า	17 34.0%	5 12.5%	3 10.0%	25 20.8%

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
อัตราค่าขนส่ง สินค้าบริเวณ ชายแดนไทย	แพงกว่าในประเทศ	3	5	3	11
	ของผู้ซื้อสินค้า	6.0%	12.5%	10.0%	9.2%
	ถูกกว่าในประเทศ	5	7	0	12
	ของผู้ซื้อสินค้า	10.0%	17.5%	.0%	10.0%
	มีอัตราค่าขนส่งที่ ใกล้เคียงกัน	17	13	21	51
	34.0%	32.5%	70.0%	42.5%	
ค่าขนส่งขึ้นลงไม่ แน่นอน	25	15	6	46	
	50.0%	37.5%	20.0%	38.3%	
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
เงินสกุลที่ชำระค่าสินค้า	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)		
เงินบาท	39	37	30	106	
	78.0%	92.5%	100.0%	88.3%	
เงินริงกิต	48	26	0	74	
	96.0%	65.0%	.0%	61.7%	
เงินจ๊าด	0	0	4	4	
	0%	0%	1.3%	3.3%	
เงินสกุลอื่นๆ	3	2	0	5	
	6.0%	5.0%	.0%	4.2%	

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

การชำระเงินซื้อขายสินค้าบริเวณ ชายแดน	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
ชำระด้วยเงินสด โดยตรง	50 100.0%	39 97.5%	28 93.3%	117 97.5%
ชำระโดยผ่านระบบธนาคาร/สถาบันการเงิน	8 16.0%	7 17.5%	3 10.0%	18 15.0%
ชำระโดยเช็ค ครีฟ ตัว แลกเงิน	3 6.0%	1 2.5%	1 3.3%	5 4.2%
ชำระด้วยวิธีอื่นๆ	2 4.0%	1 2.5%	0 .0%	3 2.5%
แหล่งเงินทุน	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
เงินทุนของตัวเอง	45 90.0%	37 92.5%	24 80.0%	106 88.3%
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	19 38.0%	13 32.5%	6 20.0%	38 31.7%
หุ้นส่วน/เพื่อน	3 6.0%	7 17.5%	1 3.3%	11 9.2%
การเล่นแชร์	1 2.0%	3 7.5%	0 .0%	4 3.3%
ญาติพี่น้อง	6 12.0%	6 15.0%	3 10.0%	15 12.5%

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง		
ระดับเงินทุนที่ใช้ หมุนเวียน	ระดับดี	7	3	2	12
		14.0%	7.5%	6.7%	10.0%
	ระดับปานกลาง	29	31	26	86
		58.0%	77.5%	86.7%	71.7%
ระดับเล็กน้อย	14	6	2	22	
	28.0%	15.0%	6.7%	18.3%	
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
แหล่งแรงงานหรือ ลูกจ้าง	ภายในพื้นที่	25	32	12	69
		50.0%	80.0%	40.0%	57.5%
	แรงงานต่างถิ่นที่ เป็นคนต่างด้าว	6	0	12	18
		12.0%	.0%	40.0%	15.0%
	แรงงานต่างถิ่น แต่เป็นคนไทย	10	5	3	18
	20.0%	12.5%	10.0%	15.0%	
แรงงานใน ท้องถิ่นและ แรงงานต่างด้าว	9	3	3	15	
	18.0%	7.5%	10.0%	12.5%	
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน ตาม
ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

ทักษะด้านภาษาของแรงงาน	พื้นที่			รวม (n=120)	
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)		
ภาษาอังกฤษ เขียน อ่าน พูดได้	26 52.0%	4 10.0%	11 36.7%	41 34.2%	
ภาษาจีน เขียน อ่าน พูดได้	11 22.0%	1 2.5%	0 .0%	12 10.0%	
ภาษามลายู เขียน อ่าน พูด	17 34.0%	15 37.5%	0 .0%	32 26.7%	
ภาษาไทยอย่างเดียว	28 56.0%	23 57.5%	28 93.3%	79 65.8%	
ค้ำสารูปโภค	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง		
น้ำประปา	ดี	11 22.0%	15 37.5%	9 30.0%	35 29.2%
	ปานกลาง	32 64.0%	22 55.0%	17 56.7%	71 59.2%
	น้อย	7 14.0%	3 7.5%	4 13.3%	14 11.7%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%	

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตาม
ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

ด้านสาธาณูปโภค		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเคา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
โทรศัพท์	ดี	13 26.0%	18 45.0%	10 33.3%	41 34.2%
	ปานกลาง	33 66.0%	20 50.0%	16 53.3%	69 57.5%
	น้อย	4 8.0%	2 5.0%	4 13.3%	10 8.3%
รวม		50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%
การขนส่ง	ดี	9 18.0%	17 42.5%	10 33.3%	36 30.0%
	ปานกลาง	33 66.0%	21 52.5%	17 56.7%	71 59.2%
	น้อย	8 16.0%	2 5.0%	3 10.0%	13 10.8%
รวม		50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%

จากตารางที่ 4.2.1 เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจากผู้ประกอบการSMEs ในแต่ละพื้นที่ชายแดนเป็นดังนี้

ด้านสะดวก สภาพการค้าบริเวณชายแดนด้านสะดวกปัจจุบันอยู่ในระดับไม่ดี ร้อยละ 62.0 การกำหนดช่วงเวลาเปิดปิดด้านส่วนมากไม่มีผลกระทบต่อการค้า ร้อยละ50.0

ธุรกิจที่ทำการค้าบริเวณชายแดน เป็นธุรกิจซื้อมา – ขายไป ร้อยละ60.0 โดยมีสินค้าหรือบริการที่มีการซื้อขายกันมาก คือท่องเที่ยว/บริการร้อยละ94.0 ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด ร้อยละ90.0 ข้าวสาร/อาหารแห้งร้อยละ88.0 โรงแรม/อพาร์ทเมนท์ ร้อยละ86.0 และเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้อยละ82.0 ร้านอาหาร/สถานบันเทิงต่างๆร้อยละ78.0 เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณีร้อยละ76.0

ลักษณะสถานที่ทำการค้าขายบริเวณชายแดนส่วนมากเป็นการปลูกสร้างถาวรแบบตึกแถว ร้อยละ76.0

วิธีการขนส่งสินค้าบริเวณด้านสะดวก นิยมขนส่งโดยรถยนต์บรรทุก ร้อยละ70.0 ส่วนอัตราค่าขนส่งสินค้าส่วนมากขึ้นลงไม่แน่นอน ร้อยละ50.0 และรองลงมาคืออัตราค่าขนส่งที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ34.0

สกุลเงินที่ใช้ชำระค่าสินค้าส่วนมากใช้เงินริงกิตร้อยละ 96.0 และใช้เงินบาทร้อยละ78.0

การชำระเงินซื้อขายสินค้าชำระด้วยเงินสดร้อยละ100.0 รองลงมาชำระโดยผ่านระบบธนาคาร/สถาบันการเงิน ร้อยละ16.0

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการส่วนมากเป็นเงินทุนของตัวเอง รองลงมาธนาคาร/สถาบันการเงิน ร้อยละ90.0 และ38.0 ตามลำดับ การหมุนเวียนของเงินทุนอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ58.0

แหล่งแรงงานหรือลูกจ้างเป็นแรงงานภายในพื้นที่ ร้อยละ50.0 แรงงานต่างถิ่นแต่เป็นคนไทยร้อยละ20.0 แรงงานในท้องถิ่นและแรงงานต่างด้าวร้อยละ18.0 โดยมีทักษะด้านภาษา คือภาษาไทยอย่างเดียวร้อยละ 56.0 ภาษาอังกฤษเขียนอ่าน พูดได้ร้อยละ52.0 ภาษามลายูเขียนอ่าน พูด ร้อยละ34.0

ด้านสาธารณสุขปลอดภัย ในส่วนของน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ64.0 โทรศัพท์อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ66.0 การขนส่งอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ66.0

ด้านป่าดงเบซาร์ สภาพการค้าบริเวณด้านป่าดงเบซาร์ปัจจุบันอยู่ในระดับ ไม่ดี ร้อยละ 52.5 และระดับปานกลาง 47.5

การกำหนดช่วงเวลาเปิดปิดด้านบริเวณชายแดนไทย ไม่มีผลกระทบต่อการค้า ร้อยละ52.5 และมีผลกระทบปานกลาง ร้อยละ25.0

ธุรกิจที่ทำการค้าบริเวณชายแดน เป็นธุรกิจซื้อมา-ขายไป ร้อยละ 85.0 โดยมีสินค้าหรือบริการที่มีการซื้อขายกันมาก คือเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้อยละ 95.0 ข้าวสาร/อาหารแห้ง ร้อยละ 85.0 เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี ร้อยละ 82.5 ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด ร้อยละ 82.5 เครื่องดื่ม อาหารกระป๋อง ร้อยละ 77.5

ลักษณะของสถานที่ทำการค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนมากเป็นการปลูกสร้างถาวรแบบ ตึกแถว ปลูกสร้างเป็นบ้านเรือน ปลูกสร้างเป็นแผงลอย ร้อยละ 67.5 45.0 ตามลำดับ

วิธีการขนส่งสินค้า นิยมขนส่งโดยรถยนต์บรรทุก รถจักรยานยนต์ รถไฟ และรถสามล้อ พ่วง ร้อยละ 60.0 32.5 30.0 และ 17.5 ตามลำดับ ส่วนอัตราค่าขนส่งสินค้า ส่วนมากขึ้นลงไม่แน่นอน ร้อยละ 37.5 และรองลงมาคืออัตราค่าขนส่งที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 32.5

สกุลเงินที่ชำระค่าสินค้าส่วนมากใช้เงินบาท ร้อยละ 92.5 ใช้เงินริงกิต ร้อยละ 65.0

การชำระเงินซื้อขายสินค้าส่วนมากชำระด้วยเงินสดโดยตรง ร้อยละ 77.5 รองลงมาชำระโดยผ่านระบบธนาคาร/สถาบันการเงิน ร้อยละ 15.0

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการส่วนมากเป็นเงินทุนของตัวเอง รองลงมาธนาคาร/สถาบันการเงิน ร้อยละ 92.5 32.5 ตามลำดับ การหมุนเวียนของเงินทุนส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 77.5

แหล่งแรงงานหรือลูกจ้างเป็นแรงงานภายในพื้นที่ ร้อยละ 40.0 แรงงานต่างถิ่นแต่เป็นคนไทย ร้อยละ 12.5 โดยทักษะด้านภาษาของแรงงาน คือภาษาไทยอย่างเดียว ร้อยละ 57.5 ภาษามลายู เขียน อ่าน พูดย ร้อยละ 37.5

ด้านสาธารณสุขโรคในส่วนของน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 55. โทรศัพท์อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.0 การขนส่งอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 52.0

ด้านระนอง สภาพการค้าบริเวณด่านระนองปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 56.7 และระดับดี ร้อยละ 40.0

การกำหนดช่วงเวลาเปิดปิดด่าน มีผลกระทบมากต่อการค้า ร้อยละ 46.7 มีผลกระทบปานกลาง ร้อยละ 30.0

ธุรกิจที่ทำการค้าบริเวณชายแดน เป็นธุรกิจซื้อมา-ขายไป ร้อยละ 66.7 รองลงมาเป็นธุรกิจบริการ ร้อยละ 30.0 โดยสินค้าหรือบริการที่มีการซื้อขายกันมาก คือข้าวสาร/อาหารแห้ง ร้อยละ 83.3 เครื่องดื่มอาหารกระป๋อง ร้อยละ 76.7 อุปกรณ์การเกษตร/ประมงและขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด ร้อยละ 63.3 เครื่องใช้ในครัวเรือน ร้อยละ 60.0

ลักษณะสถานที่ทำการค้าขายบริเวณชายแดน เป็นการปลูกสร้างถาวรแบบตึกแถว ปลูกสร้างเป็นแผงลอย ร้อยละ90.0 40.0 ตามลำดับ

วิธีการขนส่งสินค้า นิยมขนส่งโดย แพ/เรือ รถยนต์บรรทุก รถสามล้อพ่วง รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 73.3 70.0 40.0 และ23.3 ตามลำดับ ส่วนอัตราค่าขนส่งสินค้า มีอัตราค่าขนส่งที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ70.0

สกุลเงินที่ชำระค่าสินค้าส่วนมากใช้เงินบาทร้อยละ100.0 และใช้เงินจ๊าตร้อยละ 1.3

การชำระเงินซื้อขายสินค้าส่วนมากชำระด้วยเงินสดโดยตรง ร้อยละ93.3 รองลงมาชำระโดยผ่านระบบธนาคาร/สถาบันการเงิน ร้อยละ10.0

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการส่วนมากเป็นเงินทุนของตัวเอง รองลงมาธนาคาร/สถาบันการเงิน ร้อยละ80.0 20.0 ตามลำดับ การหมุนเวียนของเงินทุนอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ86.7

แหล่งแรงงานหรือลูกจ้างเป็นแรงงานภายในพื้นที่ ร้อยละ40.0 และแรงงานต่างถิ่นที่เป็นคนต่างด้าว ร้อยละ40.0 โดยทักษะด้านภาษาของแรงงาน คือภาษาไทยอย่างเดียวร้อยละ 93.3 ภาษาอังกฤษ เขียน อ่าน พูดได้ ร้อยละ36.7

ด้านสาธารณูปโภคในส่วนของน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 56.7 โทรศัพท์อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 53.3 และระดับดีร้อยละ33.3 การขนส่งอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ56.7 และระดับดีร้อยละ33.3

โดยสรุป สภาพการค้าบริเวณชายแดนไทยปัจจุบันอยู่ในระดับไม่ดี ร้อยละ 53.3 การกำหนดช่วงเวลาเปิดปิดด่านบริเวณชายแดน ส่วนมากไม่มีผลกระทบต่อการค้า ร้อยละ40.

ธุรกิจที่ทำการค้าบริเวณชายแดน เป็นธุรกิจซื้อ-ขาย ไปร้อยละ60.0 รองลงมาเป็นธุรกิจบริการร้อยละ 36.0 โดยสินค้าหรือบริการที่มีการซื้อขายกันมาก คือข้าวสาร/อาหารแห้งร้อยละ85.8 เครื่องใช้ในครัวเรือน และขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด ร้อยละ80.8 เครื่องคั้นอาหารกระป๋อง ร้อยละ 75.0 เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณีร้อยละ70.8

ลักษณะของสถานที่ทำการค้าขายบริเวณชายแดนส่วนมากเป็นการปลูกสร้างถาวรแบบตึกแถว ร้อยละ76.7

วิธีการขนส่งสินค้าบริเวณชายแดนนิยมขนส่ง โดยรถยนต์บรรทุก ร้อยละ66.4

ส่วนอัตราค่าขนส่งสินค้าบริเวณชายแดน ส่วนมากมีอัตราค่าขนส่งที่ใกล้เคียงกันร้อยละ42.8

สกุลเงินที่ใช้ชำระค่าสินค้าส่วนมากใช้เงินบาทร้อยละ88.3 ใช้เงินริงกิตร้อยละ 61.7

การชำระเงินซื้อขายสินค้าส่วนมากชำระด้วยเงินสดโดยตรง ร้อยละ97.5

แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการส่วนมากเป็นเงินทุนของตัวเอง ร้อยละ88.3

การหมุนเวียนของเงินทุนอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ71.7

แหล่งแรงงานหรือลูกจ้างเป็นแรงงานภายในพื้นที่ ร้อยละ 57.5 ทักษะด้านภาษาของแรงงานคือภาษาไทยอย่างเดียว ร้อยละ 65.8 ภาษาอังกฤษ เขียน อ่าน พูดได้ร้อยละ 34.2 ภาษามลายู เขียน อ่าน พูด ร้อยละ 26.7

ด้านสาธารณูปโภคในส่วนของน้ำประปา อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 59.2 โทรศัพท์อยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 57.5 การขนส่งอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 82.2

4.2.2 ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

ตารางที่ 4.2.2 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน	พื้นที่			รวม	
	ด่านสะเตา	ด่านปาดังเบซาร์	ด่านระนอง		
สภาพการค้าบริเวณชายแดนไทยในปัจจุบัน	ระดับดี	8	3	6	17
		8.0%	3.8%	9.4%	7.0%
	ปานกลาง	37	33	48	118
		37.0%	41.2%	75.0%	48.4%
	ไม่ดี	55	44	10	109
		55.0%	55.0%	15.6%	44.7%
รวม	100	80	64	244	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

ตารางที่ 4.2.2 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ(ต่อ)

ลักษณะร้านค้าที่เลือกซื้อสินค้า	พื้นที่			รวม (n=244)
	ด้านสะเดา (n=100)	ด้านป่าดงเบ ซาร์ (n=80)	ด้าน ระนอง (n=64)	
ร้านค้าที่มีสินค้าครบทุกประเภท	72 72.0%	52 65.0%	26 40.6%	150 61.5%
ร้านค้าที่มีป้ายบอกราคาชัดเจน	32 32.0%	39 48.8%	21 32.8%	92 37.7%
ร้านค้าที่อยู่ในทำเลที่เข้า-ออก สะดวก	45 45.0%	24 30.0%	22 34.4%	91 37.3%
ร้านค้าที่มีรายการส่งเสริมการตลาด	30 30.0%	19 23.8%	4 6.2%	53 21.7%
ร้านค้าที่มีความสะดวกในการชำระเงิน ซึ่งอาจจะเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต	39 39.0%	19 23.8%	20 31.2%	78 32.0%
การจ่ายชำระสินค้า	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบซาร์	ด้านระนอง	
การชำระด้วยเงินสด	82 82.0%	80 100.0%	63 98.4%	224 92.2%
การชำระด้วยบัตรเครดิต	19 19.0%	0 0.0%	1 1.6%	20 12.5%

ตารางที่ 4.2.2 แสดงร้อยละลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ(ต่อ)

ความถี่ในเดินทางมาซื้อสินค้า ชายแดน	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านปางดงเบซาร์	ด้านระนอง	
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	15	14	6	35
	15.0%	17.5%	9.4%	14.3%
เดือนละครั้ง	27	10	7	44
	27.0%	12.5%	10.9%	18.0%
2-3 เดือน/ครั้ง	15	10	8	33
	15.0%	12.5%	12.5%	13.5%
ไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาส	43	46	43	132
	43.0%	57.5%	67.2%	54.1%
รวม	100	80	64	244
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.2.2 วิเคราะห์ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความ

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

ด้านสะเดา กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้ามองว่าสภาพการค้าบริเวณชายแดนไทยปัจจุบันอยู่ในระดับ

ไม่ดี ถึงร้อยละ 55.0 และระดับปานกลาง ร้อยละ 37.0 ลักษณะร้านค้าที่เลือกซื้อสินค้าเป็นร้านค้าที่มี

สินค้าครบทุกประเภทร้อยละ 72.0 และร้านค้าที่อยู่ในทำเลที่เข้า-ออกสะดวกร้อยละ 45.0 โดยง่าย

ชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดร้อยละ 82.0 และการชำระด้วยบัตรเครดิตร้อยละ 19.0 ความถี่ในเดินทางมา

ซื้อสินค้าชายแดนไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสร้อยละ 43.0

ด้านปาดังเบซาร์ กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้ามองว่าสภาพการค้าบริเวณชายแดนไทยปัจจุบันอยู่ในระดับไม่ดีถึงร้อยละ 55.0 และระดับปานกลาง ร้อยละ 41.2 ลักษณะร้านค้าที่เลือกซื้อสินค้าเป็นร้านค้าที่มีสินค้าครบทุกประเภทร้อยละ 65.0 และร้านค้าที่มีป้ายบอกราคาชัดเจนร้อยละ 48.8 โดยจ่ายชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดร้อยละ 100.0 ความถี่ในเดินทางมาซื้อสินค้าชายแดนไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ร้อยละ 57.5 รองลงมาสัปดาห์ละ 1 ครั้งร้อยละ 17.5

ด้านระนอง กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้ามองว่าสภาพการค้าบริเวณชายแดนไทยปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 75.0 และระดับไม่ดี ถึงร้อยละ 15.6 ลักษณะร้านค้าที่เลือกซื้อสินค้าเป็นร้านค้าที่มีสินค้าครบทุกประเภทร้อยละ 40.6 และร้านค้าที่อยู่ในทำเลที่เข้า-ออกสะดวกร้อยละ 34.4 โดยจ่ายชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดร้อยละ 98.4 ความถี่ในเดินทางมาซื้อสินค้าชายแดนไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสร้อยละ 67.2 รองลงมา 2-3 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 12.5

โดยสรุป กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าด้านสะเดาและปาดังเบซาร์ มองว่าสภาพการค้าบริเวณชายแดนไทยปัจจุบันอยู่ในระดับไม่ดี ถึงร้อยละ 55.0 ด้านระนองมองว่าอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 75.0 ลักษณะร้านค้าที่เลือกซื้อสินค้าเป็นร้านค้าที่มีสินค้าครบทุกประเภทร้อยละ 61.5 จ่ายชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดร้อยละ 92.2 ความถี่ในเดินทางมาซื้อสินค้าชายแดนไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสร้อยละ 54.1

4.2.3 ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดนตามความคิดเห็นของคนกลาง
 ตารางที่ 4.2.3 แสดงร้อยละของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจตามความคิดเห็นของคนกลาง

สถานการณ์ค้าขายบริเวณชายแดนไทย	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
ระดับปานกลาง	6 66.7%	3 37.5%	7 100.0%	16 66.7%
ไม่ดี	3 33.3%	5 62.5%	0 .0%	8 33.3%
รวม	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%
วิธีการขนส่งสินค้า	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา (n=9)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=8)	ด้านระนอง (n=7)	
รถยนต์บรรทุก	7 77.8%	6 75.0%	4 57.1%	17 70.8%
รถจักรยานยนต์	4 44.4%	0 .0%	0 .0%	4 16.7%
รถไฟ	0 .0%	1 12.5%	1 14.3%	2 8.3%
แพ/เรือ	0 .0%	0 .0%	5 71.4%	5 20.8%
รถสามล้อพ่วง	1 11.1%	0 .0%	0 .0%	1 4.2%
ทางเท้า	2 22.2%	0 .0%	0 .0%	2 8.3%

จากตารางที่ 4.2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในส่วนของการค้าขายบริเวณชายแดนไทย และการขนส่งสินค้าดังนี้

ด่านสะเดา คนกลางวิเคราะห์สถานการณ์ค้าขายบริเวณชายแดนอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 66.7 วิธีการขนส่งสินค้าใช้ทางรถยนต์บรรทุกร้อยละ 77.9 รองลงมาใช้รถจักรยานยนต์ร้อยละ 44.4

ด่านปางดงเบซาร์ คนกลางวิเคราะห์สถานการณ์ค้าขายบริเวณชายแดนอยู่ในระดับไม่ดีร้อยละ 62.5 และวิธีการขนส่งสินค้าใช้ทางรถยนต์บรรทุกร้อยละ 75.0 รองลงมาใช้รถไฟร้อยละ 12.5

ด่านระนอง คนกลางวิเคราะห์สถานการณ์ค้าขายบริเวณชายแดนอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 100.0 วิธีการขนส่งสินค้าใช้ทางแพ/เรือร้อยละ 71.4 และรองลงมาใช้รถบรรทุกร้อยละ 51.1

โดยสรุป คนกลางที่ด่านสะเดา และระนองวิเคราะห์สถานการณ์ค้าขายบริเวณชายแดนอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 66.7 และ 100.0 ส่วนด่านปางดงเบซาร์มองสถานการณ์ค้าขายบริเวณชายแดนอยู่ในระดับไม่ดีร้อยละ 62.5.0 ด่านสะเดาและ ด่านปางดงเบซาร์ส่วนใหญ่คนกลางใช้วิธีการขนส่งสินค้าทางรถยนต์บรรทุกร้อยละ 70.8 ส่วนระนองใช้การขนส่งทางแพ/เรือร้อยละ 71.2

4.2.4 ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน ตามความเห็นของหน่วยงานภาครัฐในแต่ละพื้นที่

4.2.4.1 สภาพการค้าขายชายแดนไทยในปัจจุบัน

ด่านสะเดา แนวโน้มการค้าขายชายแดนมีความเจริญเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ

ด่านปางดงเบซาร์ การค้าบริเวณชายแดนปัจจุบันสินค้ามีความหลากหลายขึ้น โดยเฉพาะสินค้าพวกอุตสาหกรรมยานยนต์อะไหล่ยนต์เพิ่มมากขึ้น

ด่านระนอง มองว่าการค้าขายชายแดนกับพม่าเป็นการแลกเปลี่ยนสินค้า เช่น ไทยนำเข้าถ่านไม้ สัตว์น้ำ พม่านำเข้าวัสดุก่อสร้าง และการค้าขายมีแนวโน้มดีขึ้นกว่าปีก่อน แต่ในด้านการประมงจะซบเซาเนื่องจากปริมาณปลาลดลง ผู้ประกอบการเดิมเป็นคนท้องถิ่น แต่ปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการมาจากต่างถิ่นเข้ามาทำธุรกิจร่วมมากขึ้น นอกจากนี้เส้นทางคมนาคม รัฐบาลมีการขยายถนน ปรับปรุงเพิ่มเส้นทาง เพิ่มความสะดวก มีหน่วยงานที่อำนวยความสะดวกในการค้าขายชายแดน คอยให้บริการและกระจายลงสู่ระดับภูมิภาคชายแดนมากขึ้น

4.2.4.2 ด้านอุปสรรคในการส่งออกสินค้าของไทยไปประเทศเพื่อนบ้าน

ด้านสะเดา ด้านการขนส่งไม่สะดวกในบางช่วงเวลา กระบวนการตรวจคนล่าช้า ทางมาเลเซียต้องทำตามกระบวนการของมาเลเซีย ถนนมีช่องทางเดียวทำให้ระบบการขนส่งทางรถยนต์ไม่สะดวก ผู้ประกอบการยังใช้บริการท่าเรือปัตเตอร์เวิร์ทเพราะค่าขนส่ง ทางมาเลเซียถูกกว่าและ การบริหารจัดการดีกว่า

ด้านปาดังเบซาร์ ด้านระเบียบข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องตามที่ตกลงกัน 2 ประเทศ เช่น รถตู้ รถบัสของไทยไม่สามารถเข้ามาเลเซียได้ แต่มาเลเซียเข้าไทยได้สะดวก

ด้านระนอง ข้อกำหนดระเบียบแต่ละประเทศ ในส่วนของระนองมีอุปสรรคทั้ง 2 ฝ่าย เนื่องจากการขนส่งทางเรือ ซึ่งมีเรือไปถึงอย่างกึ่งน้อย

ส่งออกค่อนข้างสะดวก ไม่มีอุปสรรคเหมือนแต่ก่อน มีการคัดสินค้าบางตัวที่มีปัญหาในการ ขึ้นทะเบียน

4.2.4.3 เหตุที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทยจึงไม่ทำสถานีตรวจปล่อยสินค้าบริเวณชายแดนร่วมกัน

ด้านสะเดา มาเลเซียอาจจะไม่มีความประสงค์ที่จะตรวจร่วมกัน แต่ในอนาคตอาจจะมีได้

ด้านปาดังเบซาร์ ระเบียบข้อกำหนดแนวปฏิบัติ ของแต่ละประเทศแตกต่างกันและ มาเลเซียก็มีระบบที่เข้มแข็งและค่อนข้างจะไม่ยืดหยุ่น

ด้านระนอง ข้อกำหนดและระเบียบของแต่ละประเทศ และเขตพรหมแดนเป็นแม่น้ำหรือ ทะเลทำให้ไม่สามารถทำสถานีตรวจปล่อยร่วมกันได้ โครงการ AEC เป็นการตรวจเพียงครั้งเดียว ณ สถานีรวม ยึดประเทศผู้นำเข้าเป็นผู้ตรวจ กำลังดำเนินการอยู่ จะเริ่มโครงการภายในประเทศได้จะ ทำให้ไปสู่รูปแบบของการส่งเอกสารต่างๆ 2 ภาษา เช่น ใบขนส่งสินค้าที่เป็นระบบเดียวกันทั้งหมด และในสิ้นปี 58 คาดว่าจะยังไม่พร้อม ต้องมีโครงการนำร่องก่อน แต่ใน ขณะนี้ยังไม่มียุทธศาสตร์

4.2.4.4 เหตุที่รัฐบาลของทั้งสองประเทศไม่ตกลงเปิดด่านถาวร 24 ชั่วโมง

ด่านสะเดา ตอนนี้ด่านเปิด 5 โมงเช้า ถึง 5 ทุ่ม คิดว่าเพียงพอแล้ว เปิด 24 ชั่วโมงเป็นการให้ผลประโยชน์กับกลุ่มเฉพาะ (นายทุน นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว) แต่ข้อเสียมีมากกว่า

ด่านปางเบซาร์ ทางด้านของหน่วยงานต้องใช้แรงงานมากขึ้น ค่าสาธารณูปโภคมากขึ้น สิ้นเปลืองและไม่คุ้มค่า โดยเฉพาะการเดินทางเข้าออก ตอนกลางคืน มีความเสี่ยงอย่างมากต่อพวกมิจฉาชีพที่จะลักลอบเข้ามา

ด่านระนอง เป็นข้อตกลงของทั้งสองประเทศ พฤติกรรมการค้าชายชายแดนนิยมใช้ใน ช่วงเวลากลางวัน ไม่คุ้มค่าในหลายๆด้าน เช่น บุคลากร อุปกรณ์ ความไม่ปลอดภัยในการเดินทาง สภาพภูมิประเทศไม่อำนวย

4.2.5 ลักษณะทางภูมิประเทศ

- 1) ด่านสะเดา เป็นด่านพรมแดนถาวรตั้งอยู่ที่ตำบลสำนักขาม อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลาตรงข้ามกับด่านbukit kayu hitam (Bukit Kayu Hitam) รัฐเคดาห์ (Kedah) สหพันธรัฐมาเลเซีย ห่างจาก ท่าเรือปีนังซึ่งเป็นท่าเรือใหญ่ของภูมิภาคราว 160 กม. นอกจากนี้ในพื้นที่มีชุมชนชายแดนด่านสะเดาซึ่งผสมผสานกันระหว่างไทยพุทธกับไทยมุสลิม (ที่มา: การพัฒนาเมืองภายใต้นโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ: ชุมชนชายแดนด่านสะเดา นางสาวปาริชาติ อ่อนทิมวงศ์ 2558)
- 2) ด่านปางเบซาร์ อยู่ตรงข้ามรัฐเปอร์ลิสของมาเลเซีย มีรถไฟเชื่อมโยงกับมาเลเซีย ไปถึงเมืองใหญ่ของมาเลเซีย เช่น บัตเตอร์เวิร์ท (ปีนัง) อีโปห์ และ กัวลาลัมเปอร์
- 3) ด่านระนอง อยู่ตรงข้ามกับเมืองเกาะสองของพม่าเป็นช่องทางสำคัญในการเดินทางเข้า-ออกของประชาชนทั้ง 2 ประเทศ รวมทั้งประชาชนจากประเทศอื่นๆที่ใช้ระนองผ่านเข้า-ออกไปยังพม่า รวมทั้งรองรับการขยายตัวของการค้าชายแดนไทย-พม่าที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น (ที่มา: หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 36 ฉบับที่ 3,169 วันที่ 26 - 29 มิถุนายน พ.ศ. 2559)

4.2.6 ข้อมูลการสนทนากลุ่ม (focus group) ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แยกตามประเภทของกลุ่มสินค้า

ตารางที่ 4.2.6.1 สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านสะเดา

ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ประเภทของกลุ่มสินค้า				
	1	2	3	4	5
สภาพการค้าของธุรกิจ	ไม่ดี	ไม่ดี	ไม่ดี	ไม่ดี	ปานกลาง
ลักษณะธุรกิจที่ทำการค้า	ซื้อมา-ขายไป	ซื้อมา-ขายไป	ธุรกิจบริการ	ซื้อมา-ขายไป	ธุรกิจบริการ
ลักษณะสถานที่ทำการค้าขาย	เป็นแผงลอย	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร
วิธีการขนส่งสินค้า	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก
เงินสกุลที่ชำระค่าสินค้า	เงินริงกิต	เงินริงกิต	เงินริงกิต	เงินริงกิต	เงินริงกิต
การชำระเงิน	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด
แหล่งเงินทุน	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง
แหล่งแรงงาน	ภายในพื้นที่	ภายในพื้นที่	ภายในพื้นที่และต่างดาว	ต่างถิ่นและเป็นคนไทย	ภายในพื้นที่
ด้านสาธารณสุขโรค	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

- หมายเหตุ
- 1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
 - 2 กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
 - 3 กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง
 - 4 กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
 - 5 กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง

ตารางที่ 4.2.6.2 สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
แยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด้านป่าดงเบงชารี

ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ประเภทของกลุ่มสินค้า				
	1	2	3	4	5
สภาพการค้า	ไม่ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดี
ลักษณะธุรกิจที่ทำการค้า	ซื้อมา-ขายไป	ซื้อมา-ขายไป	ซื้อมา-ขายไป	ซื้อมา-ขายไป	ซื้อมา-ขายไป
ลักษณะสถานที่ทำการค้าขาย	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร
วิธีการขนส่งสินค้า	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก
เงินสดที่ชำระค่าสินค้า	เงินสด	เงินสด	เงินสด	เงินสด	เงินสด
การชำระเงิน	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด	ด้วยเงินสด
แหล่งเงินทุน	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง
แหล่งแรงงาน	ภายในพื้นที่	ภายในพื้นที่	ภายในพื้นที่	ภายในพื้นที่	ภายในพื้นที่
ด้านสาธารณสุขโรค	ปานกลาง	ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

- หมายเหตุ
- 1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
 - 2 กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
 - 3 กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง
 - 4 กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
 - 5 กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง

ตารางที่ 4.2.6.3 สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
แยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ค่านระนอง

ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ประเภทของกลุ่มสินค้า				
	1	2	3	4	5
สภาพการค้า	ปานกลาง	ดี	ปานกลาง	ดี	ไม่ดี
ลักษณะธุรกิจที่ทำการค้า	ซื้อมา-ขายไป	ซื้อมา-ขายไป	ธุรกิจบริการ	ซื้อมา-ขายไป	ซื้อมา-ขายไป
ลักษณะสถานที่ทำการค้าขาย	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร	เป็นตึกแถวถาวร
วิธีการขนส่งสินค้า	แพ/เรือ	แพ/เรือ	แพ/เรือ	แพ/เรือ	แพ/เรือ
เงินสกุลที่ชำระค่าสินค้า	เงินบาท	เงินบาท	เงินบาท	เงินบาท	เงินบาท
การชำระเงิน	เงินสด	เงินสด	เงินสด	เงินสด	เงินสด
แหล่งเงินทุน	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง	ของตนเอง
แหล่งแรงงาน	แรงงานต่างถิ่นที่เป็นคนต่างค้ำว	แรงงานต่างถิ่นที่เป็นคนต่างค้ำว	ภายในพื้นที่	แรงงานต่างถิ่นที่เป็นคนต่างค้ำว	ภายในพื้นที่
ด้านสาธารณสุขโรค	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ดี

หมายเหตุ

- 1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
- 2 กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
- 3 กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง
- 4 กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
- 5 กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง

4.3 ด้านความต้องการสินค้าหรือบริการตามจุดการค้าชายแดน

4.3.1 ความต้องการสินค้าหรือบริการจุดการค้าชายแดนตามความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs ตารางที่ 4.3.1 แสดงร้อยละของความต้องการของสินค้าหรือบริการจุดการค้าชายแดนตามความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

ด้านความต้องการของ สินค้าหรือบริการ	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง		
ลักษณะการค้าขายสินค้า บริเวณชายแดนไทย	นัดพบตามตลาดทุก วัน	9 18.0%	8 20.0%	1 3.3%	18 15.0%
	นัดพบตามตลาด สัปดาห์ละครั้ง	7 14.0%	1 2.5%	3 10.0%	11 9.2%
	ซื้อขายโดยมีสถานที่ตั้ง ชายแน่นอน	34 68.0%	31 77.5%	26 86.7%	91 75.8%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%	
บุคคลที่ซื้อสินค้าบริเวณ ชายแดน	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)		
ชาวพื้นเมืองในท้องถิ่น	39 78.0%	35 87.5%	27 90.0%	101 84.2%	
ชาวพื้นเมืองต่างพื้นที่	34 68.0%	22 55.0%	7 23.3%	63 52.5%	
นักท่องเที่ยวภายในประเทศ	23 46.0%	11 27.5%	6 33.3%	44 36.7%	
นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ	18 36.0%	12 30.0%	6 20.0%	36 30.0%	

ตารางที่ 4.3.1 แสดงร้อยละของความต้องการของสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนตาม
ความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

ด้านความต้องการของ สินค้าหรือบริการ		พื้นที่			รวม
		ด้านสะเต	ด้านปางเบซาร์	ด้านระนอง	
แนวโน้มการซื้อสินค้า บริเวณชายแดนไทย	ซื้อขายสินค้ามาก ขึ้น	4 8.0%	5 12.5%	10 33.3%	19 15.8%
	ซื้อขายสินค้า น้อยลง	34 68.0%	17 42.5%	9 30.0%	60 50.0%
	ซื้อขาย เหมือนเดิมไม่ เปลี่ยนแปลง	5 10.0%	11 27.5%	4 13.3%	20 16.7%
	ไม่แน่ใจ	7 14.0%	6 15.0%	7 23.3%	20 16.7%
	รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%
สินค้าที่ทำการซื้อขาย บริเวณชายแดน	ทำการค้าขายกัน ตลอดเวลา	23 46.0%	21 52.5%	14 46.7%	58 48.3%
	ทำการค้าขายเป็น ช่วง	20 40.0%	16 40.0%	11 36.7%	47 39.2%
	ไม่แน่ใจ	6 12.0%	3 7.5%	5 16.7%	14 11.7%
	รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%

ตารางที่ 4.3.1 แสดงร้อยละของความต้องการของสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนตาม
ความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

ลักษณะของสินค้าที่มีการซื้อขายบริเวณ ชายแดน	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด่านสะเตา (n=50)	ด่านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด่านระนอง (n=30)	
เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด	30 60.0%	39 97.5%	26 86.7%	95 79.2%
เป็นสินค้าลักลอบหนีภาษี	18 36.0%	16 40.0%	3 10.0%	37 30.8%
เป็นสินค้าที่แตกต่างไปจากสินค้าในประเทศ ของผู้ซื้อ	20 40.0%	7 17.5%	8 26.7%	35 29.2%

จากตารางที่ 4.3.1 เป็นการวิเคราะห์ความต้องการของสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนจากผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ชายแดนดังนี้

ด่านสะเตา ลักษณะการค้าขายสินค้าบริเวณชายแดน เป็นการซื้อขายโดยมีสถานที่ตั้งขายแน่นอน เช่น ปลุกคึกออาคารพาณิชย์ บ้านเรือน ร้อยละ 68.0 รองลงมานัดพบตามตลาดทุกวัน ร้อยละ 18.0 โดยมีบุคคลที่ซื้อสินค้าบริเวณชายแดนเป็นผู้คนในท้องถิ่น คนจากต่างพื้นที่ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ร้อยละ 78.0 68.0 46.0 และ 36.0 ตามลำดับ การซื้อขายบริเวณชายแดน ทำการค้าขายกันตลอดเวลา ร้อยละ 46.0 ทำการค้าขายเป็นช่วงร้อยละ 40.0 ลักษณะของสินค้าที่มีการซื้อขายบริเวณชายแดน เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด ร้อยละ 60.0 เป็นสินค้าที่แตกต่างไปจากสินค้าในประเทศของผู้ซื้อ ร้อยละ 40.0 เป็นสินค้าลักลอบหนีภาษี ร้อยละ 36.0 พบว่าแนวโน้มการซื้อสินค้าบริเวณชายแดน ซื้อขายสินค้าน้อยลง ร้อยละ 68.0 ซื้อขายเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง ร้อยละ 10.0 ซื้อขายสินค้าน่ามากขึ้น ร้อยละ 8.0

ด่านปาดังเบซาร์ ลักษณะการค้าขายสินค้าบริเวณชายแดนมีการซื้อขายโดยมีสถานที่ตั้งขายแน่นอน เช่นปลูกตึกอาคารพาณิชย์ บ้านเรือน ร้อยละ 77.5 รองลงมาจับตามตลาดทุกวัน ร้อยละ 20.0 โดยบุคคลที่ซื้อสินค้าบริเวณชายแดนเป็นผู้คนในท้องถิ่น คนจากต่างพื้นที่ นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศร้อยละ 87.5 55.0 30.0 และ 27.5 ตามลำดับ การซื้อขายสินค้าบริเวณชายแดน ทำการค้าขายกันตลอดเวลาร้อยละ 52.5 ทำการค้าขายเป็นช่วงร้อยละ 40.0 ลักษณะของสินค้าที่มีการซื้อขายบริเวณชายแดน เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาดร้อยละ 97.5 เป็นสินค้าลักลอบหนีภาษีร้อยละ 40.0 เป็นสินค้าที่แตกต่างไปจากสินค้าในประเทศของผู้ซื้อร้อยละ 27.5 แนวโน้มการค้าซื้อสินค้าบริเวณชายแดนด่านปาดังเบซาร์ ซื้อขายสินค้าน้อยลงร้อยละ 42.5 ซื้อขายเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 27.5 ซื้อขายสินค้ามากขึ้นร้อยละ 12.5

ด่านระนอง ลักษณะการค้าขายสินค้า จะมีการซื้อขายโดยมีสถานที่ตั้งขายแน่นอน เช่นปลูกตึกอาคารพาณิชย์ บ้านเรือน ร้อยละ 86.7 รองลงมาจับตามตลาดสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 10.0 โดยบุคคลที่ซื้อสินค้าบริเวณชายแดนเป็นผู้คนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คนจากต่างพื้นที่ และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ร้อยละ 90.0 33.3 23.3 และ 20.0 ตามลำดับ การซื้อขายสินค้าบริเวณชายแดน ทำการค้าขายกันตลอดเวลา ร้อยละ 46.7 ทำการค้าขายเป็นช่วงร้อยละ 36.7 ลักษณะของสินค้าที่มีการซื้อขายบริเวณชายแดน เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด ร้อยละ 86.7 เป็นสินค้าที่แตกต่างไปจากสินค้าในประเทศของผู้ซื้อร้อยละ 26.7 เป็นสินค้าลักลอบหนีภาษี ร้อยละ 10.0 พบว่าแนวโน้มการค้าซื้อสินค้าบริเวณชายแดนด่านระนอง ซื้อขายสินค้ามากขึ้นร้อยละ 33.3 ซื้อขายสินค้าน้อยลงร้อยละ 30.0 ซื้อขายเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 13.3

โดยสรุป ลักษณะการค้าขายสินค้าบริเวณชายแดนไทย จะมีสถานที่ตั้งขายแน่นอน เช่นปลูกตึกอาคารพาณิชย์ บ้านเรือน ร้อยละ 75.8 โดยบุคคลที่ซื้อสินค้าบริเวณชายแดนส่วนมากเป็นผู้คนในท้องถิ่น คนจากต่างพื้นที่ ร้อยละ 78.0 68.0 ทำการค้าขายกันตลอดเวลา ร้อยละ 46.0 ทำการค้าขายเป็นช่วง ร้อยละ 40.0 ลักษณะของสินค้าที่มีการซื้อขายบริเวณชายแดนไทย เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด ร้อยละ 60.0 เป็นสินค้าที่แตกต่างไปจากสินค้าในประเทศของผู้ซื้อร้อยละ 40.0 เป็นสินค้าลักลอบหนีภาษี ร้อยละ 36.0 พบว่าแนวโน้มการค้าซื้อสินค้าบริเวณชายแดนไทยที่ด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ การซื้อขายสินค้าน้อยลงร้อยละ 50.0 แต่ซื้อขายสินค้ามากขึ้นที่ด่านระนองร้อยละ 33.3

4.3.2 ความต้องการสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

ตารางที่ 4.3.2 แสดงร้อยละของความต้องการสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนตามความเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

สินค้าชายแดนที่ซื้อ	พื้นที่			รวม (n=224)
	ด่านสะเตาะ (n=100)	ด่านปางดงเบซาร์ (n=80)	ด่านระนอง (n=64)	
เครื่องใช้ในครัวเรือน	64 64.0%	59 73.8%	26 40.6%	149 61.1%
เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี	49 49.0%	56 70.0%	31 48.4%	136 55.7%
ข้าวสาร/อาหารแห้ง	60 60.0%	66 82.5%	31 48.4%	157 64.3%
ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด	76 76.0%	54 67.5%	16 25.0%	146 59.8%
เครื่องคั้นอาหารกระป๋อง	56 56.0%	58 72.5%	13 20.3%	127 52.0%
อุปกรณ์ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์	21 21.0%	12 15.0%	14 21.9%	47 19.3%
อุปกรณ์การเกษตร/ประมง	18 18.0%	9 11.2%	15 23.4%	42 17.2%
ชิ้นส่วนยานยนต์มือสอง/ อุปกรณ์อะไหล่ยนต์	12 12.0%	12 15.0%	15 23.4%	39 16.0%
วัสดุอุปกรณ์/ก่อสร้างเครื่องจักร	18 18.0%	7 8.8%	6 9.4%	31 12.7%

ตารางที่ 4.3.2 แสดงร้อยละของความต้องการสินค้าหรือบริการจากการค้าขายแดนตามความเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ(ต่อ)

สินค้าขายแดนที่ซื้อ	พื้นที่			รวม
	ด่านสะเดา	ด่านปาดังเบซาร์	ด่านระนอง	
เครื่องมือช่างก่อสร้าง	15 15.0%	8 10.0%	8 12.5%	31 12.7%
ร้านซ่อมยานยนต์	18 18.0%	10 12.5%	18 28.1%	46 18.9%
ท่องเที่ยว/บริการ	39 39.0%	19 23.8%	35 54.7%	93 38.1%
สปา/ร้านเสริมสวย	23 23.0%	20 25.0%	21 32.8%	64 26.2%
ร้านอาหาร/สถานบันเทิงต่างๆ	40 40.0%	18 22.5%	29 45.3%	87 35.7%
โรงแรม/อพาร์ทเมนท์	28 28.0%	10 12.5%	17 26.6%	55 22.5%
ผลิตภัณฑ์ไม้ดอก-ไม้ประดับ/ปุย	13 13.0%	18 22.5%	13 20.3%	44 18.0%

ตารางที่ 4.3.2 แสดงร้อยละของความต้องการสินค้าหรือบริการจุดการค้าชายแดนตามความเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ(ต่อ)

เหตุผลในการซื้อสินค้าชายแดน	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	49 49.0%	45 56.2%	24 37.5%	118 48.4%
คุณภาพของสินค้าดีกว่าในท้องตลาด	16 16.0%	13 16.2%	5 7.8%	34 13.9%
หาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาด	59 59.0%	38 47.5%	21 32.8%	118 48.4%
มีสินค้าหลากหลายทั้งรุ่นและขนาดให้เลือกได้มากกว่า	37 37.0%	27 33.8%	23 35.9%	87 35.7%
มูลค่าในการซื้อสินค้า/บริการต่อครั้ง	สถานที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
500-1,000 บาท/ครั้ง	59 59.0%	48 60.0%	40 62.5%	147 60.2%
1,000 -5,000 บาท/ครั้ง	32 32.0%	26 32.5%	17 26.6%	75 30.7%
5,001- 10,000 บาท/ครั้ง	7 7.0%	3 3.8%	5 7.8%	15 6.1%
มากกว่า 10,000 บาท/ครั้ง	2 2.0%	3 3.8%	2 3.1%	7 2.9%
รวม	100 100.0%	80 100.0%	64 100.0%	244 100.0%

จากตารางที่ 4.3.2วิเคราะห์ความต้องการของสินค้าหรือบริการตามจุดการค้าชายแดนของกลุ่มผู้ซื้อดังนี้

ด้านสะเตา กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า จะซื้อสินค้าชายแดนประเภทขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด เครื่องใช้ในครัวเรือน ข้าวสาร/อาหารแห้ง ร้อยละ 76.0 64.0 และ 60.0 ตามลำดับ เหตุผลในการซื้อสินค้าชายแดนเพราะหาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาด ราคาต่ำกว่าท้องตลาด และมีสินค้าหลากหลายทั้งรุ่นและขนาดให้เลือกได้มากกว่า ร้อยละ 59.0 49.0 และ 37.0 ตามลำดับ ด้วยมูลค่าในการซื้อสินค้า 500-1,000 บาท/ครั้ง และ 1,000 -5,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 59.0 และ 32.0

ด้านปาดังเบซาร์ กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า จะซื้อสินค้าชายแดนประเภทข้าวสาร/อาหารแห้ง เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องดื่มอาหารกระป๋อง เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี ร้อยละ 82.5 73.8 72.5 และ 70.0 ตามลำดับ เหตุผลในการซื้อสินค้าชายแดน เพราะราคาต่ำกว่าท้องตลาด หาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาด และมีสินค้าหลากหลายทั้งรุ่นและขนาดให้เลือกได้มากกว่า ร้อยละ 56.2 47.5 และ 33.8 ตามลำดับ ด้วยมูลค่าในการซื้อสินค้า 500-1,000 บาท/ครั้ง และ 1,000 -5,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 60.0 และ 32.5

ด้านระนอง กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า จะซื้อสินค้าชายแดนประเภทท่องเที่ยว/บริการ เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี ข้าวสาร/อาหารแห้ง และร้านอาหาร/สถานบันเทิงต่างๆ ร้อยละ 54.7 48.4 48.4 และ 45.3 ตามลำดับ เหตุผลในการซื้อสินค้าชายแดน เพราะราคาต่ำกว่าท้องตลาด มีสินค้าหลากหลายทั้งรุ่นและขนาดให้เลือกได้มากกว่า หาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาด ร้อยละ 37.5 35.9 และ 32.8 ตามลำดับ ด้วยมูลค่าในการซื้อสินค้า 500-1,000 บาท/ครั้ง และ 1,000 -5,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 62.5 และ 26.6

โดยสรุป กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า จะซื้อสินค้าชายแดนประเภทข้าวสาร/อาหารแห้ง เครื่องใช้ในครัวเรือน ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด ร้อยละ 64.3 61.1 และ 59.8 ตามลำดับ เหตุผลในการซื้อสินค้าชายแดน เพราะราคาต่ำกว่าท้องตลาด หาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาด ร้อยละ 48.4 และ 48.4 ตามลำดับ ด้วยมูลค่าในการซื้อสินค้า 500-1,000 บาท/ครั้ง ร้อยละ 60.2

4.3.3 ลักษณะความต้องการสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนตามความคิดเห็นของ

กลุ่มคนกลาง

ตารางที่ 4.3.3 แสดงร้อยละของลักษณะความต้องการสินค้าหรือบริการ จุดการค้าชายแดนตาม
ความเห็นของกลุ่มคนกลาง

ลักษณะความต้องการของสินค้า	พื้นที่			รวม	
	ด่าน สะเดา	ด่านปาดังเบ ซาร์	ด่าน ระนอง		
ประเภทธุรกิจที่ดำเนินการ สินค้าอุปโภคบริโภค	4	6	3	13	
	44.4%	75.0%	42.9%	54.2%	
	เกษตรและเครื่องจักรกล การเกษตร	4	1	3	8
	44.4%	12.5%	42.9%	33.3%	
บริการการท่องเที่ยวและ ธุรกิจต่อเนื่อง	0	0	1	1	
.0%	.0%	14.3%	4.2%		
ก่อสร้างและวัสดุ ก่อสร้าง	1	1	0	2	
11.1%	12.5%	.0%	8.3%		
รวม	9	8	7	24	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %	
ลักษณะของสินค้าที่จัดหา	เป็นสินค้าที่ผลิตภายใน ท้องถิ่น	2	0	4	6
	22.2%	.0%	57.1%	25.0%	
เป็นสินค้าที่ผลิต ภายนอกท้องถิ่น	7	8	3	18	
77.8%	100.0%	42.9%	75.0%		
รวม	9	8	7	24	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0 %	

จากตารางที่ 4.3.3 ลักษณะความต้องการสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนตามความเห็นของกลุ่มคนกลาง ปรากฏดังนี้

ด่านสะเดา ประเภทธุรกิจที่ดำเนินการเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคสินค้าเกษตร และเครื่องจักรกลการเกษตรพอๆกันที่ร้อยละ 44.4 เท่ากัน ลักษณะของสินค้าที่จัดหาส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น ร้อยละ 57.1 และเป็นสินค้าที่ผลิตภายนอกท้องถิ่นร้อยละ 42.9

ด่านปาดังเบซาร์ ลักษณะความต้องการของสินค้า เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตร และเครื่องจักรกลการเกษตรที่ร้อยละ 75.0 และ 12.5 ส่วนใหญ่เป็นเป็นสินค้าที่ผลิตภายนอกท้องถิ่น ร้อยละ 100.0

ด่านระนอง ลักษณะความต้องการของสินค้า เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตรพอๆกันที่ร้อยละ 42.9 เท่ากัน ส่วนใหญ่เป็นเป็นสินค้าที่ผลิตภายนอกท้องถิ่นร้อยละ 77.8

โดยสรุปลักษณะความต้องการของสินค้า เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ร้อยละ 54.2 ด่านสะเดา ด่านปาดังเบซาร์ เป็นสินค้าที่ผลิตภายนอกท้องถิ่นร้อยละ 75.0 และ 100.0 ตามลำดับ ด่านระนองเป็นสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น ร้อยละ 57.1

4.3.4 ความต้องการสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดน ตามความเห็นของหน่วยงานภาครัฐ

4.3.4.1 เหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าของไทยไม่ส่งสินค้าไปเพื่อนบ้าน

ด่านสะเดา เนื่องจากสินค้าที่ส่งออกต้องเป็นสินค้าที่ทางมาเลเซียมีความต้องการ

ด่านปาดังเบซาร์ สินค้าบางประเภทมีผู้ผลิตอยู่ที่ฝั่งมาเลเซีย ทำให้สินค้าของไทยไม่สามารถแทรกแซงได้

ด่านระนอง กำลังซื้อของคนในประเทศเพื่อนบ้านไม่เพิ่มขึ้นและเป็นการค้าระหว่างเมืองเล็กกับเมืองเล็ก จำนวนผู้ซื้อน้อย การส่งสินค้าเพิ่มค่อนข้างจะยากลำบาก เพราะทรัพยากรของประเทศเพื่อนบ้านมีมากพอกับความต้องการของคนในประเทศแล้ว สินค้าที่จะนำเข้าไปต้องมีการทำตลาดโดยเจ้าของสินค้าเอง หรือเป็นผู้สนับสนุนในการทำตลาด ทำให้ราคาสินค้าสูงกว่าในประเทศ รวมทั้งการขนส่งทางน้ำ เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถขนของได้มาก (เรือใหญ่) น้ำไม่ลึก

4.4 พัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

4.4.1 พัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตามความเห็นของ

ผู้ประกอบการ SMEs

ตารางที่ 4.4.1 แสดงร้อยละของพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตามความเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องสนับสนุน	พื้นที่			รวม	
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบงชาร์	ด้านระนอง		
ลักษณะสินค้าที่ค้าขาย ทำการผลิต	6	8	11	25	
บริเวณชายแดน	เองขายเอง	12.0%	20.0%	36.7%	20.8%
	รับมาขายต่อ	38	30	17	85
	อีกทอดหนึ่ง	76.0%	75.0%	56.7%	70.8%
	ทั้งสองอย่าง	6	2	2	10
	12.0%	5.0%	6.7%	8.3%	
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
ลักษณะการค้าขาย	ซื้อขายโดย	42	37	27	106
บริเวณชายแดน	ผ่านคนกลาง	84.0%	92.5%	90.0%	88.3%
	ซื้อขายโดยไม่	8	3	3	14
	ผ่านคนกลาง	16.0%	7.5%	10.0%	11.7%
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
มาตรฐานสินค้าที่	สะอาดปลอดภัย	26	21	22	69
บริเวณชายแดน	ได้มาตรฐาน	52.0%	52.5%	73.3%	57.5%
	ไม่ค่อยได้	10	6	5	21
	มาตรฐาน	20.0%	15.0%	16.7%	17.5%
	ไม่แน่ใจ	14	13	3	30
	28.0%	32.5%	10.0%	25.0%	
รวม	50	40	30	120	
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

ตารางที่ 4.4.1 แสดงร้อยละของพัฒนาการของอุตสาหกรรม /ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตาม
ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

แหล่งรับซื้อสินค้าที่บริเวณชายแดน	พื้นที่			รวม (n=119)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=39)	ด้าน ระนอง (n=30)	
พ่อค้าคนกลางในพื้นที่	20 40.0%	20 51.3%	10 33.3%	50 42.0%
พ่อค้าคนกลางจากภายนอก พื้นที่	43 86.0%	33 84.6%	12 40.0%	88 73.9%
สินค้าที่บริเวณชายแดนมาจาก	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
ไทย	40 80.0%	37 92.5%	26 86.7%	103 85.8%
มาเลเซีย	35 70.0%	17 42.5%	6 20.0%	58 48.3%
สิงคโปร์	7 14.0%	0 .0%	2 6.7%	9 7.5%
พม่า	3 6.0%	3 7.5%	10 33.3%	16 13.3%
จีน	15 30.0%	6 15.0%	5 16.7%	26 21.7%

จากตารางที่ 4.4.1 เป็นการวิเคราะห์ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน SMEs ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ชายแดนดังนี้

ด้านสะเดา ลักษณะสินค้าที่ค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่รับมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง ร้อยละ 76.0 รองลงมาทำการผลิตเองขายเองร้อยละ 12.0

ลักษณะการค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่ซื้อขายโดยผ่านคนกลางร้อยละ 84.0 และซื้อขายไม่ผ่านคนกลางร้อยละ 16.0

สินค้าที่บริเวณชายแดน เป็นสินค้าสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานร้อยละ 52.0 และไม่ค่อยได้มาตรฐานร้อยละ 20.0 แหล่งรับซื้อสินค้า ส่วนใหญ่รับมาจากพ่อค้าคนกลางภายนอกพื้นที่ ร้อยละ 86.0 และพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ร้อยละ 40.0 สินค้าที่รับมาส่วนใหญ่จากไทยร้อยละ 80.0 มาเลเซียร้อยละ 70.0 และจากจีนร้อยละ 30.0

ด้านปาดังเบซาร์ ลักษณะสินค้าที่ค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่รับมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง ร้อยละ 75.0 รองลงมาทำการผลิตเองขายเองร้อยละ 20.0

ลักษณะการค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่ซื้อขายโดยผ่านคนกลางร้อยละ 92.0 และซื้อขายไม่ผ่านคนกลางร้อยละ 7.5

สินค้าที่บริเวณชายแดน เป็นสินค้าสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานร้อยละ 52.5 และไม่ค่อยได้มาตรฐานร้อยละ 15.0 แหล่งรับซื้อสินค้า ส่วนใหญ่รับมาจากพ่อค้าคนกลางภายนอกพื้นที่ร้อยละ 84.6 และพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ร้อยละ 51.3 สินค้าที่รับมาส่วนใหญ่จากไทยร้อยละ 92.5 มาเลเซียร้อยละ 42.5 และจากจีนร้อยละ 15.0

ด้านระนอง ลักษณะสินค้าที่ค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่รับมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง ร้อยละ 56.7 รองลงมาทำการผลิตเองขายเองร้อยละ 36.7

ลักษณะการค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่ซื้อขายโดยผ่านคนกลางร้อยละ 90.0 และซื้อขายไม่ผ่านคนกลางร้อยละ 10.0 สินค้าที่บริเวณชายแดน เป็นสินค้าสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานร้อยละ 73.3 และไม่ค่อยได้มาตรฐานร้อยละ 16.7

แหล่งรับซื้อสินค้า ส่วนใหญ่รับมาจากพ่อค้าคนกลางภายนอกพื้นที่ร้อยละ 40.0 และพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ร้อยละ 33.3 สินค้าที่รับมาส่วนใหญ่จากไทยร้อยละ 86.7 พม่าร้อยละ 33.3 และจากจีนร้อยละ 16.7

โดยสรุป พบว่าลักษณะสินค้าที่ค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่รับมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง ร้อยละ 70.8 โดยเฉพาะที่ด้านสะเดา และด้านปาดังเบซาร์ รองลงมาทำการผลิตเองขายเองร้อยละ 20.8 ซึ่งส่วนมากที่ด้านระนอง

ลักษณะการค้าขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่ซื้อขายโดยผ่านคนกลางร้อยละ88.3 สินค้าที่บริเวณชายแดน เป็นสินค้าสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐานร้อยละ57.5 ไม่แน่ใจร้อยละ25.0 และไม่ย่อยได้มาตรฐานร้อยละ 17.5 แหล่งรับซื้อสินค้าที่บริเวณชายแดนส่วนใหญ่รับมาจากพ่อค้าคนกลางภายนอกพื้นที่ร้อยละ73.9 และพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ร้อยละ42.0 สินค้าที่รับมาส่วนใหญ่ค่านสะเดาและปาดังเบซาร์จากไทยร้อยละ85.8 มาเลเซียร้อยละ48.3 ส่วนค่านระนองจากจีนร้อยละ21.7

4.4.2 พัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ
 ตารางที่ 4.4.2 แสดงร้อยละของพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตาม
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

ซื้อสินค้าโดยวิธีใด	พื้นที่			รวม
	ค่านสะเดา	ค่านปาดังเบซาร์	ค่านระนอง	
ซื้อโดยตรงจากร้านค้าด้วยตัวเอง	96	66	61	223
	96.0%	82.5%	95.3%	91.4%
ซื้อโดยผ่านคนกลาง (นายหน้า มัคคุเทศน์)	4	4	2	10
	4.0%	5.0%	3.1%	4.1%
ซื้อทั้งสองแบบ	0	10	1	11
	.0%	12.5%	1.6%	4.5%
รวม	100	80	64	244
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.4.2 วิเคราะห์พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนจาก
 กลุ่มผู้ซื้อ

ค่านสะเดา กลุ่มผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าโดยตรงจากร้านค้าด้วยตัวเองร้อยละ96.0 และซื้อโดย
 ผ่านคนกลาง (นายหน้า มัคคุเทศน์) ร้อยละ4.0

ค่านปาดังเบซาร์ กลุ่มผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าโดยตรงจากร้านค้าด้วยตัวเองร้อยละ82.5 ซื้อโดย
 ผ่านคนกลาง (นายหน้า มัคคุเทศน์)ร้อยละ5.0

ด้านระนอง กลุ่มผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าโดยตรงจากร้านค้าด้วยตัวเองร้อยละ 95.3 ซื้อโดยผ่านคนกลาง (นายหน้า มีคฤเทศน์) ร้อยละ 3.1

โดยสรุป กลุ่มผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าโดยตรงจากร้านค้าด้วยตัวเองร้อยละ 91.4

4.4.3 พัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง

ตารางที่ 4.4.3 แสดงร้อยละของพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
สินค้าที่จำหน่ายรับมาจาก จากโรงงานโดยตรง	1 11.1%	6 75.0%	5 71.4%	12 50.0%
จากตัวแทนจำหน่าย หรือคนกลางอีกทอดหนึ่ง	8 88.9%	2 25.0%	2 28.6%	12 50.0%
รวม	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%
บทบาทหรือหน้าที่คนกลาง ผู้จัดหา จัดซื้อสินค้า สำเร็จรูปให้กับร้านค้า	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%
รวม	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%

ตารางที่ 4.4.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนเป็นดังนี้

ด้านสะเดา สินค้าที่จำหน่ายรับมาจาก จากตัวแทนจำหน่ายหรือคนกลางอีกทอดหนึ่งร้อยละ 88.9 และจากโรงงานโดยตรงร้อยละ 11.1 โดยเป็นผู้จัดหา จัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปให้กับร้านค้าร้อยละ

100.0

ด้านปาดังเบซาร์ สินค้าที่จำหน่ายรับมาจากโรงงานโดยตรงร้อยละ 75.0 จากตัวแทนจำหน่ายหรือคนกลางอีกทอดหนึ่งร้อยละ 25.0 โดยเป็นผู้จัดหา จัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปให้กับร้านค้าร้อยละ 100.0

ด้านระนอง สินค้าที่จำหน่ายรับมาจากโรงงานโดยตรงร้อยละ 74.6 จากตัวแทนจำหน่ายหรือคนกลางอีกทอดหนึ่งร้อยละ 26.4 โดยเป็นผู้จัดหา จัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปให้กับร้านค้าร้อยละ 100.0

โดยสรุปสินค้าที่จำหน่ายรับมาจากโรงงานโดยตรงร้อยละ 50.0 จากตัวแทนจำหน่ายหรือคนกลางอีกทอดหนึ่งร้อยละ 50.0 โดยบทบาทหรือหน้าที่คนกลางเป็นผู้จัดหา จัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปให้กับร้านค้าร้อยละ 100.0

4.4.4 พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนตามความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ

4.4.4.1 เหตุที่ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทยจึงขาดการพัฒนาธุรกิจการค้าด่านสะเดา มีการตรวจปล่อย ถึง 10-15 % ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทยจึงขาดการพัฒนาธุรกิจการค้าของตัวเอง

ด้านปาดังเบซาร์ ผู้ประกอบการไม่ต้องยื่นเอกสารเพียงใช้เครื่องเอ็กซเรย์ผู้คอนเทนเนอร์

ด้านระนอง มีคู่แข่งเป็นสินค้าจากประเทศจีน ราคาจากประเทศจีนถูกมากกว่า หากไทยมีการพัฒนาทำให้มีต้นทุนสูงเพิ่มขึ้นอีก การขยายตลาดไปยังเมืองยังน้อย ผู้ซื้อมีน้อย การเมืองของแต่ละประเทศ ข้อกฎหมาย ระเบียบ ของแต่ละประเทศ การชำระเงินค่าสินค้า พม่ารับเฉพาะเงินสดเท่านั้น

4.5 บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

4.5.1 บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

ตารางที่ 4.5.1 แสดงร้อยละของบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

ลักษณะตลาดที่ซื้อขายบริเวณ ชายแดน	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเคา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้าน ระนอง	
ทำการค้าขายกันตลอดเวลา	23	21	14	58
	46.0%	52.5%	46.7%	48.3%
ทำการค้าขายเป็นช่วง	20	16	11	47
	40.0%	40.0%	36.7%	39.2%
ไม่แน่ใจ	6	3	5	14
	12.0%	7.5%	16.7%	11.7%
รวม	50	40	30	120
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ตารางที่ 4.5.1 แสดงร้อยละของบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขาย บริเวณชายแดน	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบขาร์	ด้านระนอง	
ราคาแพงกว่าท้องตลาด	12 24.0%	4 10.0%	0 .0%	16 13.3%
ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	17 34.0%	13 32.5%	4 13.3%	34 28.3%
ราคาเท่ากับในท้องตลาด	9 18.0%	9 22.5%	12 40.0%	30 25.0%
ราคาลดลงไม่แน่นอน	12 24.0%	14 35.0%	14 46.7%	40 33.3%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%
การติดป้ายบอกราคาสินค้าบริเวณ ชายแดนไทย	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบขาร์	ด้านระนอง	
ติดป้ายบอกราคาสินค้าให้ เห็นชัดเจน	12 24.0%	6 15.0%	12 40.0%	30 25.0%
มีติดป้ายบ้าง ไม่มีป้ายติดราคาบ้าง	22 44.0%	20 50.0%	13 43.3%	55 45.8%
ไม่มีการติดป้ายบอกราคา	16 32.0%	14 35.0%	5 16.7%	35 29.2%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%

ตารางที่ 4.5.1 แสดงร้อยละของบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs (ต่อ)

สภาพแข่งขันเป็นลักษณะ	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบขาร์	ด้านระนอง	
การแข่งขันกับคู่ค้าภายในท้องถิ่น หนาแน่น	14 28.0%	23 57.5%	16 53.3%	53 44.2%
การแข่งขันกับคู่ค้าชายแดนประเทศ เพื่อนบ้านค่อนข้างหนาแน่น	3 6.0%	3 7.5%	8 26.7%	14 11.7%
การแข่งขันไม่ค่อยมาก	26 52.0%	14 35.0%	3 10.0%	43 35.8%
ไม่มีการแข่งขัน	7 14.0%	0 .0%	3 10.0%	10 8.3%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%
ลักษณะการแข่งขัน	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
ด้านราคาของสินค้า	33 66.0%	31 77.5%	16 53.3%	80 66.7%
ด้านคุณภาพของสินค้า และการให้บริการ	24 48.0%	14 35.0%	13 43.3%	51 42.5%
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การมีแจกของ ของ แถม	11 22.0%	7 17.5%	10 33.3%	28 23.3%
ด้านทำเลที่ใกล้ และ สะดวกไม่เท่ากัน	34 68.0%	17 42.5%	16 53.3%	67 55.8%

จากตารางที่ 4.5.1 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ด้านสะดวก ลักษณะตลาดที่ซื้อขาย ส่วนใหญ่ทำการค้าขายกันตลอดเวลา ทำการค้าขายเป็นช่วง และไม่แน่ใจ ร้อยละ 46.0 40.0 และ 12.0 ตามลำดับ ราคาสินค้าที่ซื้อขาย ราคาต่ำกว่าท้องตลาด ราคาแพงกว่าท้องตลาด ราคาขึ้นลงไม่แน่นอน ร้อยละ 34.0 24.0 และ 24.0 ตามลำดับ การติดป้ายบอกราคาสินค้า มีการติดป้ายราคาบ้างไม่มีการติดป้ายบ้าง ไม่มีการติดป้ายบอกราคา ติดป้ายบอกราคาสินค้าเห็นชัดเจน ร้อยละ 44.0 32.0 และ 24.0 ตามลำดับ

สภาพการแข่งขันส่วนใหญ่ไม่ค่อยหนาแน่น รองลงมาการแข่งขันกับคู่ค้าภายในค่อนข้างหนาแน่น และไม่มีการแข่งขัน ร้อยละ 52.0 28.0 และ 14.0 ตามลำดับ เป็นการแข่งขันด้านทำเลที่ใกล้และสะดวก ด้านราคาสินค้า ด้านคุณภาพสินค้าและการให้บริการ ร้อยละ 68.0 66.0 และ 48.0

ด้านปาดังเบซาร์ ลักษณะตลาดที่ซื้อขายส่วนมากทำการค้าขายกันตลอดเวลา ทำการค้าขายเป็นช่วง และไม่แน่ใจ ร้อยละ 52.5 40.0 และ 7.5 ตามลำดับ ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขาย จะขึ้นลงไม่แน่นอน ราคาเท่ากับในท้องตลาด ราคาต่ำกว่าท้องตลาด ร้อยละ 46.7 40.0 และ 13.3 ตามลำดับ การติดป้ายบอกราคาสินค้าบริเวณชายแดน มีติดป้ายบ้างไม่มีการติดราคาบ้าง ติดป้ายบอกราคาสินค้าให้เห็นชัดเจน ไม่มีการติดป้ายบอกราคา ร้อยละ 43.3 40.0 และ 15.0 ตามลำดับ

สภาพการแข่งขันส่วนใหญ่ แข่งขันกับคู่ค้าภายในค่อนข้างหนาแน่น รองลงมาการแข่งขันไม่ค่อยมาก และแข่งขันกับคู่ค้าชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน ร้อยละ 57.5 35.0 และ 7.5 เป็นการแข่งขันด้านทำเลที่ใกล้และสะดวกไม่เท่ากัน ด้านราคาของสินค้า ด้านคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ ร้อยละ 68.0 66.0 และ 48.0

ด้านระนอง ลักษณะตลาดที่ซื้อขาย ส่วนใหญ่ทำการค้าขายกันตลอดเวลา ทำการค้าขายเป็นช่วง และไม่แน่ใจ ร้อยละ 46.7 36.7 และ 16.7 ตามลำดับ ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขาย ราคาขึ้นลงไม่

แน่นอน ราคาต่ำกว่าท้องตลาดและ ร้อยละ 34.0 24.0 และ 24.0 ตามลำดับ การคิดป้ายบอกราคาสินค้า มีติดป้ายบ้างไม่มีการติดป้ายบ้าง ไม่มีการติดป้ายบอกราคา ติดป้ายบอกราคาสินค้าให้เห็นชัดเจนร้อยละ 43.3 40.0 และ 16.7 ตามลำดับ

สภาพแข่งขันส่วนใหญ่แข่งขันกับคู่ค้าภายในค่อยห้างหนาแน่น การแข่งขันกับคู่ค้าชายแดนประเทศเพื่อนบ้านค่อนข้างหนาแน่น การแข่งขันไม่ค่อยมาก ร้อยละ 53.3 26.7.0 และ 10.0 เป็นการแข่งขันด้านทำเลที่ใกล้และสะดวกไม่เท่ากัน ด้านราคาของสินค้า ด้านคุณภาพของสินค้าและการให้บริการร้อยละ 53.3 53.3 และ 43.3

โดยสรุปลักษณะตลาดที่ซื้อขายบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่มีการค้าขายกันตลอดเวลา ร้อยละ 48.3 ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขายจะขึ้นลงไม่แน่นอน ร้อยละ 34.0 การติดป้ายบอกราคาสินค้าบริเวณชายแดน มีการติดป้ายบ้างไม่มีการติดป้ายบ้าง ร้อยละ 45.8

สภาพแข่งขัน ด้านสะดวกการแข่งขันไม่ค่อยมาก ร้อยละ 52.0 ด้านป่าดงเบซาร์และระนอง ลักษณะการแข่งขันกับคู่ค้าภายในที่ค่อยห้างหนาแน่นที่ร้อยละ 57.5 และ 53.3 โดยด้านสะดวกเป็นการแข่งขัน ด้านทำเลที่ใกล้และสะดวกไม่เท่ากัน ร้อยละ 68.0 ด้านป่าดงเบซาร์ ด้านระนองเป็นลักษณะการแข่งขันด้านราคาของสินค้าที่ร้อยละ 77.5 53.3

4.5.1.1 ข้อมูลการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจแยกตามประเภทของกลุ่มสินค้า

ตารางที่ 4.5.1.(1) สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจแยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านสะเดา

ด้านบริบททางการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	ประเภทของกลุ่มสินค้า				
	1	2	3	4	5
ลักษณะตลาดที่ซื้อขาย	ทำการค้าขายเป็นช่วง	ทำการค้าขายกันตลอดเวลา	ทำการค้าขายกันตลอดเวลา	ทำการค้าขายเป็นช่วง	ทำการค้าขายเป็นช่วง
ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขาย	ราคาแพงกว่าท้องตลาด	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด
การตัดป้ายบอกราคาสินค้า	ไม่มีการตัดป้ายบอกราคา	มีติดป้ายบอกบ้างไม่มีป้ายติดราคาบ้าง	มีติดป้ายบอกบ้างไม่มีป้ายติดราคาบ้าง	มีติดป้ายบอกบ้างไม่มีป้ายติดราคาบ้าง	ไม่มีการติดป้ายบอกราคา
สภาพการแข่งขัน	การแข่งขันกับคู่ค้าภายในค่อนข้างหนาแน่น	การแข่งขันไม่ค่อยมาก	การแข่งขันกับคู่ค้าภายในค่อนข้างหนาแน่น	การแข่งขันไม่ค่อยมาก	ไม่มีการแข่งขัน
ลักษณะการแข่งขัน	ด้านราคาของสินค้า	ด้านคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ	ด้านราคาของสินค้า	ด้านราคาของสินค้า	ด้านราคาของสินค้า

- หมายเหตุ
- 1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
 - 2 กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
 - 3 กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง
 - 4 กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
 - 5 กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง

ตารางที่ 4.5.1(2) สรุปลักษณะของประเภทของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ด้านบริหารทางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจแยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด้านปาดังเบซาร์

ด้านบริหารทางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ	ประเภทของกลุ่มสินค้า				
	1	2	3	4	5
ลักษณะตลาดที่ซื้อขาย	ทำการค้าขายเป็นช่วง	ทำการค้าขายกันตลอดเวลา	ทำการค้าขายเป็นช่วง	ทำการค้าขายกันตลอดเวลา	ทำการค้าขายกันตลอดเวลา
ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขาย	ราคาขึ้นลงไม่แน่นอน	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	ราคาขึ้นลงไม่แน่นอน	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	ราคาขึ้นลงไม่แน่นอน
การคิดป้ายบอกราคาสินค้า	มีติดป้ายบอกบ้างไม่มีป้ายติดราคาบ้าง	ไม่มีการติดป้ายบอกราคา	มีติดป้ายบอกบ้างไม่มีป้ายติดราคาบ้าง	ติดป้ายบอกราคาสินค้าให้เห็นชัดเจน	มีติดป้ายบอกบ้างไม่มีป้ายติดราคาบ้าง
สภาพการแข่งขัน	การแข่งขันกับคู่ค้าภายในค้อยข้างหนาแน่น	การแข่งขันไม่ค้อยมาก	การแข่งขันไม่ค้อยมาก	การแข่งขันกับคู่ค้าภายในค้อยข้างหนาแน่น	การแข่งขันกับคู่ค้าภายในค้อยข้างหนาแน่น
ลักษณะการแข่งขัน	ด้านราคาของสินค้า	ด้านราคาของสินค้า	ด้านราคาของสินค้า	ด้านราคาของสินค้า	ด้านราคาของสินค้า

- หมายเหตุ
- 1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
 - 2 กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
 - 3 กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง
 - 4 กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
 - 5 กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง

ตารางที่ 4.5.1.(3) สรุปการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ SMEs ด้านบริบททางการแข่งขันและ
กลยุทธ์ทางธุรกิจแยกตามประเภทของกลุ่มสินค้าในพื้นที่ด่านระนอง

ด้านบริบททางการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ	ประเภทของกลุ่มสินค้า				
	1	2	3	4	5
ลักษณะตลาดที่ซื้อขาย	ทำการค้าขาย เป็นช่วง	ทำการค้าขายกัน ตลอดเวลา	ทำการค้าขายกัน ตลอดเวลา	ทำการค้าขาย กันตลอดเวลา	ทำการค้าขาย กันตลอดเวลา
ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขาย	ราคาขึ้นลงไม่ แน่นอน	ราคาเท่ากับใน ท้องตลาด	ราคาขึ้นลงไม่ แน่นอน	ราคาเท่ากับใน ท้องตลาด	ราคาขึ้นลงไม่ แน่นอน
การคิดป้ายบอกราคาสินค้า	ติดป้ายบอก ราคาสินค้าให้ เห็นชัดเจน	มีติดป้ายบอก บ้างไม่มีป้ายติด ราคาบ้าง	มีติดป้ายบอก บ้างไม่มีป้ายติด ราคาบ้าง	มีติดป้ายบอก บ้างไม่มีป้าย ติดราคาบ้าง	มีติดป้ายบอก บ้างไม่มีป้าย ติดราคาบ้าง
สภาพการแข่งขัน	การแข่งขันกับ คู่ค้าภายในค่อย ข้างหนาแน่น	การแข่งขันกับคู่ ค้าภายในค่อย ข้างหนาแน่น	การแข่งขันกับคู่ ค้าชายแดน ประเทศเพื่อน บ้านค่อนข้าง หนาแน่น	การแข่งขันกับ คู่ค้าภายในค่อย ข้างหนาแน่น	การแข่งขันกับ คู่ค้าภายในค่อย ข้างหนาแน่น
ลักษณะการแข่งขัน	ด้านทำเลที่ใกล้ และสะดวก	ด้านราคาของ สินค้า	ด้านคุณภาพของ สินค้าและการ ให้บริการ	ด้านราคาของ สินค้า	ด้านราคาของ สินค้า

- หมายเหตุ
- 1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
 - 2 กลุ่มสินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
 - 3 กลุ่มสินค้าบริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง
 - 4 กลุ่มสินค้าก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
 - 5 กลุ่มสินค้าอะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง

4.5.2 บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

ตารางที่ 4.5.2 แสดงร้อยละของบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

การค้าขายแดนไทยเสียเปรียบกับคู่ค้าใน ด้าน	พื้นที่			
	ด้านสะเดา (n=100)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=80)	ด้านระนอง (n=64)	รวม (n=244)
ด้านราคาของสินค้ามักจะสูงกว่าคู่ค้า	45 45.0%	35 42.5%	24 37.5%	104 42.6%
ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า ความน่าเชื่อถือของสินค้า	27 27.0%	18 22.5%	15 23.4%	60 4.0%
ด้านการบริการ	8 8.0%	14 17.5%	20 31.3%	42 17.2%
ด้านการขนส่งสินค้า	34 34.0%	25 31.3%	18 28.1%	77 31.5%
ด้านภาษาในการสื่อสารกับ ชาวต่างชาติ	82 82.0%	58 72.5%	30 46.9%	170 69.7%
การค้าขายแดนไทยได้เปรียบกับคู่ค้าด้านใด	พื้นที่			
	ด้านสะเดา (n=100)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=80)	ด้านระนอง (n=64)	รวม (n=244)
ราคาสินค้าถูกกว่า	51 51.0%	44 55.0%	26 40.6%	121 49.5%
สินค้ามีความหลากหลายมากกว่า คู่ค้าเพื่อนบ้าน	43 43.0%	51 63.8%	22 34.4%	116 47.5%
มีความสะดวกในการขนถ่ายและขนส่ง	50 50.0%	31 38.8%	13 20.3%	94 38.5%
คุณภาพของสินค้าดีกว่า	30 30.0%	16 20.0%	18 28.1%	64 26.2%

จากตารางที่ 4.5.2 วิเคราะห์บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ จากกลุ่มผู้ซื้อ

ด้านสะเดา กลุ่มผู้ซื้อมองว่าการค้าชายแดนไทยเสียเปรียบกับคู่ค้าในด้านภาษาในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าความน่าเชื่อถือของสินค้า และด้านการขนส่งสินค้า ร้อยละ 82.0 45.0 และ 34.0 ส่วนข้อได้เปรียบกับคู่ค้าในราคาสินค้าถูกกว่า มีความสะดวกในการขนถ่ายและขนส่ง และสินค้ามีความหลากหลายมากกว่า คู่ค้าเพื่อนบ้าน ร้อยละ 82.0 45.0 และ 34.0

ด้านปาดังเบซาร์ กลุ่มผู้ซื้อมองว่าการค้าชายแดนไทยเสียเปรียบกับคู่ค้าในด้านภาษาในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ด้านราคาของสินค้ามักจะสูงกว่าคู่ค้า ด้านการขนส่งสินค้า ร้อยละ 72.5 42.5 และ 31.5 ส่วนข้อได้เปรียบกับคู่ค้าในด้านสินค้ามีความหลากหลายมากกว่าคู่ค้าเพื่อน ราคาสินค้าถูกกว่า มีความสะดวกในการขนถ่ายและขนส่ง ร้อยละ 63.8 55.0 และ 38.8

ด้านระนอง กลุ่มผู้ซื้อมองว่าการค้าชายแดนไทยเสียเปรียบกับคู่ค้าในด้านภาษาในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ด้านราคาของสินค้ามักจะสูงกว่าคู่ค้า และด้านการบริการด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า ความน่าเชื่อถือของสินค้า ด้านการขนส่งสินค้า ร้อยละ 46.9 37.5 และ 28.1 ส่วนข้อได้เปรียบกับคู่ค้าใน ด้านราคาสินค้าถูกกว่า สินค้ามีความหลากหลายมากกว่าคู่ค้าเพื่อนบ้าน ด้านคุณภาพของสินค้าดีกว่า ร้อยละ 40.6 34.4 และ 28.1

โดยสรุป กลุ่มผู้ซื้อมองว่าการค้าชายแดนไทยเสียเปรียบกับคู่ค้าในด้านภาษาในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ร้อยละ 82.5 ส่วนข้อได้เปรียบกับคู่ค้า ด้านสะเดาคือราคาสินค้าถูกกว่าคู่ค้าเพื่อนบ้าน ร้อยละ 51.0 และมีความสะดวกในการขนถ่ายและขนส่งที่ร้อยละ 50.0 ด้านปาดังเบซาร์ได้เปรียบสินค้ามีความหลากหลายมากกว่า คู่ค้าเพื่อนบ้านที่ร้อยละ 62.8 และราคาสินค้าถูกกว่าที่ร้อยละ 55.0 ส่วนด้านระนองราคาสินค้าถูกกว่า และสินค้ามีความหลากหลายมากกว่าคู่ค้าเพื่อนบ้าน ที่ร้อยละ 40.6 และ 34.4

4.5.3 บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง

ตารางที่ 4.5.3 ร้อยละของบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง

การรวมกลุ่ม	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเคา	ด้านป่าดงเบขาร์	ด้านระนอง	
เป็นไปได้ค่อนข้างสูง	1 11.1%	0 .0%	0 .0%	1 4.2%
เป็นไปได้ค่อนข้างน้อย	6 66.7%	3 37.5%	7 100.0%	16 66.7%
ไม่สามารถรวมกลุ่มกันได้	2 22.2%	5 62.5%	0 .0%	7 29.2%
รวม	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%
การเตรียมความพร้อมของธุรกิจคนกลาง	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเคา (n=9)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=8)	ด้านระนอง (n=7)	
มีการพัฒนาด้านบุคลากร ด้าน ภาษา ด้านทักษะต่างๆ	9 100.0%	7 87.5%	7 100.0%	23 95.8%
มีการพัฒนาเทคโนโลยีการ บริหารจัดการ	5 55.6%	8 100.0%	4 57.1%	17 70.8%
มีการเพิ่มเงินทุน/ขยายฐานการ จัดหา จัดซื้อ	4 44.4%	4 50.0%	6 85.7%	14 58.3%
มีการพัฒนาด้านระบบข้อมูล	4 44.4%	6 75.0%	5 71.4%	15 62.5%
อุปสรรคในการค้าขายชายแดน	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเคา (n=9)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=8)	ด้านระนอง (n=7)	
ระบบขนส่ง	9 100.0%	8 100.0%	7 100.0%	24 100.0%
ระบบความปลอดภัย	5 55.6%	8 100.0%	7 100.0%	20 83.3%

จากตารางที่ 4.5.3 บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจของคนกลางเป็นดังนี้

ด้านสะเดา การรวมกลุ่มหรือการจัดตั้งชมรมผู้จัดจำหน่ายมีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย ที่ร้อยละ 66.7 มีกลยุทธ์เตรียมความพร้อมของธุรกิจในการพัฒนาด้านบุคลากร ด้านภาษา ด้านทักษะต่างๆ ที่ร้อยละ 100.0 มีการพัฒนาเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้อยละ 55.6 สำหรับอุปสรรคในการค้าขายชายแดน ในเรื่องค่าขนส่งร้อยละ 100.0 ระบบความปลอดภัย ร้อยละ 55.6

ด้านปาดังเบซาร์ การรวมกลุ่มหรือการจัดตั้งชมรมผู้จัดจำหน่ายมองว่าไม่สามารถรวมกลุ่มกันได้ร้อยละ 62.5 มีกลยุทธ์เตรียมความพร้อมของธุรกิจในการพัฒนาเทคโนโลยีการบริหารจัดการที่ร้อยละ 100.0 มีการพัฒนาด้านบุคลากร ด้านภาษา ด้านทักษะต่างๆ ร้อยละ 87.5 สำหรับอุปสรรคในการค้าขายชายแดน ในเรื่องค่าขนส่งร้อยละ 100.0 ระบบความปลอดภัย ร้อยละ 100.0

ด้านระนอง การรวมกลุ่มหรือการจัดตั้งชมรมผู้จัดจำหน่ายมีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย ที่ร้อยละ 100.0 มีกลยุทธ์เตรียมความพร้อมของธุรกิจในการพัฒนาด้านบุคลากร ด้านภาษา ด้านทักษะต่างๆ ที่ร้อยละ 100.0 มีการเพิ่มเงินทุน/ขยายฐานการจัดหา จัดซื้อร้อยละ 85.7 สำหรับอุปสรรคในการค้าขายชายแดน ในเรื่องค่าขนส่งร้อยละ 100.0 ระบบความปลอดภัย ร้อยละ 100.0

โดยสรุปการรวมกลุ่มหรือการจัดตั้งชมรมผู้จัดจำหน่ายมีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย ที่ร้อยละ 66.7 ยกเว้นด้านปาดังเบซาร์ไม่สามารถรวมกลุ่มกันได้ที่ร้อยละ 62.5 มีกลยุทธ์เตรียมความพร้อมของธุรกิจในการพัฒนาด้านบุคลากร ด้านภาษา ด้านทักษะต่างๆ ที่ร้อยละ 100.0 มีการพัฒนาเทคโนโลยีการบริหารจัดการร้อยละ 70.8 สำหรับอุปสรรคในการค้าขายชายแดน มีในเรื่องค่าขนส่งร้อยละ 100.0 ระบบความปลอดภัย ร้อยละ 83.2

4.5.4 บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจจากหน่วยงานรัฐ

4.5.4.1 เหตุที่การเดินทางจากประเทศไทยเข้าสู่ประเทศเพื่อนบ้าน จึงมีความลำบาก

ด้านสะเดา ยังไม่มีรูปธรรมที่แน่นอน ขาดการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยช่วยอำนวยความสะดวก การใช้ระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการทำงาน

ด้านปาดังเบซาร์ ระเบียบ ข้อกฎหมาย สินค้าต้องห้าม ของการนำเข้าของต่างประเทศ ปัจจุบันนี้มีความสะดวกมากขึ้นแล้ว ในเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะ เรื่องแรงงานเรื่องการท่องเที่ยวเดินทางได้ทุกวัน

ด้านระนอง การเมืองของต่างประเทศ ยังไม่มีการประสานงานหรือทำความตกลงร่วมกันในการแก้ไขปัญหาอุปสรรค ยังมีการบังคับใช้ระเบียบกฎหมายแบบเดิมๆ ซึ่งมีความซับซ้อนหลายขั้นตอน เป็นเรื่องของฝั่งตรงข้าม มีการผ่านเขตชุมชนกลุ่มน้อยในพม่า ทำให้เกิดปัญหาในหลายเรื่อง โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยในการคมนาคม รัฐบาลไม่สามารถเข้ามาควบคุมได้

4.6 การสนับสนุนจากภาครัฐ

4.6.1 การสนับสนุนจากภาครัฐตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

ตารางที่ 4.6.1 แสดงร้อยละของภาครัฐบาลตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs

ปัจจุบันภาครัฐมีการส่งเสริมและสนับสนุนการค้าชายแดน	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
ระดับดี	4 8.0%	5 12.5%	3 10.0%	12 10.0%
ระดับปานกลาง	16 32.0%	4 10.0%	13 43.3%	33 27.5%
ระดับเล็กน้อย	8 16.0%	11 27.5%	5 16.7%	24 20.0%
ไม่ได้ส่งเสริมแต่ประการใด	22 44.0%	20 50.0%	8 26.7%	50 41.7%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%

ตารางที่ 4.6.1 แสดงร้อยละของภาครัฐบาลตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs(ต่อ)

ระดับการเตรียมความพร้อมของรัฐ	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบขาร์	ด้านระนอง	
ระดับดี	3 6.0%	1 2.5%	1 3.3%	5 4.2%
ปานกลาง	7 14.0%	10 25.0%	19 63.3%	36 30.0%
เล็กน้อย	14 28.0%	15 37.5%	8 26.7%	37 30.8%
ไม่มี	26 52.0%	14 35.0%	2 6.7%	42 35.0%
รวม	50 100.0%	40 100.0%	30 100.0%	120 100.0%
ภาครัฐเตรียมความพร้อมในด้าน	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านป่าดงเบขาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
การขยายฐานการผลิตเพิ่ม	31 62.0%	17 42.5%	10 37.0%	58 49.6%
การขยายเงินทุน/หลักทรัพย์	17 34.0%	16 40.0%	18 64.3%	51 43.2%
การขยายด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น	18 36.0%	10 25.0%	1 3.7%	29 24.8%
การลดขั้นตอนพิธีทางศุลกากร ให้น้อยลง	16 32.0%	12 30.8%	5 18.5%	33 28.4%

ตารางที่ 4.6.1 แสดงร้อยละของภาครัฐบาลตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs(ต่อ)

ภาครัฐเตรียมความพร้อมในด้าน	พื้นที่			รวม (n=120)
	ด้านสะเดา (n=50)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=40)	ด้านระนอง (n=30)	
การเจรจาอนุญาตใช้รถยนต์บรรทุก ของไทยและมาเลเซียขนถ่ายสินค้าเข้า ออกประเทศทั้งสอง	32 64.0%	30 75.0%	6 22.2%	68 58.1%
การเจรจาอนุญาตนำเข้าผักฯ เข้า ออกระหว่างประเทศทั้งสองได้อย่าง สะดวกไม่จำกัดโควต้า	36 72.0%	28 70.0%	10 37.0%	74 63.2%
การร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสอง ปราบปรามการก่อความไม่สงบฯ	35 70.0%	31 77.5%	12 44.4%	78 66.7%
การเร่งสร้างทางเพิ่มขึ้นเชื่อมสู่ทั้งสอง ประเทศให้เกิดความสะดวก	30 60.0%	33 82.5%	14 50.0%	77 65.3%
การเพิ่มมาตรการรักษาความ ปลอดภัย	37 74.0%	28 70.0%	17 63.0%	82 70.1%
การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น	26 52.0%	20 50.0%	8 28.6%	54 45.8%
การขยายพื้นที่ขนถ่ายสินค้าชายแดน	17 34.0%	13 32.5%	2 7.1%	32 27.1%
การเร่งเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมง	22 44.0%	20 50.0%	10 37.0%	52 44.4%
การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก แก่การค้าชายแดน	23 46.0%	20 50.0%	14 51.9%	57 48.7%
การร่วมมือกันลดภาษีการค้า ระหว่างกัน	19 38.0%	22 55.0%	7 25.9%	48 41.0%

จากตารางที่ 4.6.1 สามารถวิเคราะห์ภาครัฐที่สนับสนุนการค้าชายแดนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs ได้ดังนี้

ด่านสะเดา ผู้ประกอบการ SME ชายแดนคิดว่าปัจจุบัน ภาครัฐไม่มีการส่งเสริมและสนับสนุนการค้าชายแดน ร้อยละ 44.0 ส่งเสริมระดับปานกลาง ร้อยละ 32.0 และระดับเล็กน้อย ร้อยละ 16.0 ส่วนการเตรียมความพร้อมของรัฐคิดว่าไม่มีการเตรียมความพร้อม ที่ร้อยละ 52.0 มีความพร้อมระดับเล็กน้อย ร้อยละ 16.0 และระดับปานกลาง ร้อยละ 14.0 โดยต้องการให้รัฐมีการเตรียมความพร้อมตามลำดับดังนี้

การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 74.0

การเจรจาอนุญาตนำเข้าผักฯลฯ เข้าออกระหว่างประเทศทั้งสองได้อย่างสะดวกไม่จำกัดโควตา ร้อยละ 72.0

การร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสองปราบปรามการค้าความไม่สงบ ร้อยละ 70.0

การเจรจาอนุญาตใช้รถยนต์บรรทุกของไทยและมาเลเซียขนถ่ายสินค้าเข้าออกประเทศทั้งสอง ร้อยละ 64.0

การขยายฐานการผลิตเพิ่ม ร้อยละ 62.0

การเร่งสร้างทางเชื่อมสู่ทั้งสองประเทศเพิ่มขึ้นให้เกิดความสะดวก ร้อยละ 60.0

การขยายพื้นที่ค้าชายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 52.0

การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดน ร้อยละ 46.0

การเร่งเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมง ร้อยละ 44.0

ด่านปางงาช้าง ผู้ประกอบการ SME ชายแดนคิดว่าปัจจุบัน ภาครัฐไม่มีการส่งเสริมและสนับสนุนการค้าชายแดน ร้อยละ 50.0 ส่งเสริมระดับปานกลาง ร้อยละ 27.5 และ ระดับดี ร้อยละ 12.5 ส่วนการเตรียมความพร้อมของรัฐคิดว่ามี การเตรียมความพร้อม ระดับเล็กน้อย ร้อยละ 37.5 และ ไม่มีการเตรียมพร้อม ร้อยละ 35.0 ระดับปานกลาง ร้อยละ 25.0 ต้องการให้รัฐมีการเตรียมความพร้อมตามลำดับดังนี้

การเร่งสร้างทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมสู่ทั้งสองประเทศให้เกิดความสะดวก ร้อยละ 82.5

การร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสองปราบปรามการค้าความไม่สงบ ร้อยละ 77.5

การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 70.0

การเจรจาอนุญาตนำเข้าผักฯลฯ เข้าออกระหว่างประเทศทั้งสองได้อย่างสะดวกไม่จำกัดโควตา ร้อยละ 70.0

การร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสองปราบปรามการค้าความไม่สงบ ร้อยละ 70.0

การร่วมมือกันลดภาษีการค้าระหว่างกัน ร้อยละ 55.0

การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดนร้อยละ50.0

การเร่งเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมงร้อยละ50.0

การขยายพื้นที่ค้าชายเพิ่มขึ้นร้อยละ50.0

การขยายฐานการผลิตเพิ่ม ร้อยละ42.0

ด้านระนอง ผู้ประกอบการSMEชายแดนคิดว่าปัจจุบันภาครัฐมีการส่งเสริมและสนับสนุน

การค้าชายแดน ระดับปานกลางร้อยละ43.3 ไม่มีการส่งเสริมและสนับสนุนการค้าชายแดน ร้อยละ

26.7 และระดับเล็กน้อย ร้อยละ16.7ส่วนการเตรียมความพร้อมของรัฐคิดว่ามีการเตรียมพร้อม

ระดับปานกลางร้อยละ63.3 ระดับเล็กน้อยร้อยละ 26.7 และ ไม่มีการเตรียมพร้อม ร้อยละ6.7และ

ต้องการให้รัฐมีการเตรียมความพร้อมตามลำดับดังนี้

การขยายเงินทุน/หลักทรัพย์ร้อยละ64.3

การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยร้อยละ63.0

การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดนร้อยละ51.9

การเร่งสร้างทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมผู้ทั้งสองประเทศให้เกิดความสะดวกร้อยละ50.0

โดยสรุป ผู้ประกอบการSMEชายแดนคิดว่าปัจจุบันภาครัฐ ไม่มีการส่งเสริมและสนับสนุน

การค้าชายแดน ร้อยละ41.2 ส่วนการเตรียมความพร้อมของรัฐคิดว่าไม่มีการเตรียมพร้อมร้อยละ

35.0 และต้องการให้รัฐมีการเตรียมความพร้อมตามลำดับดังนี้

การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย ร้อยละ70.1

การร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสองปราบปรามการค้าความไม่สงบร้อยละ66.7

การเร่งสร้างทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมผู้ทั้งสองประเทศให้เกิดความสะดวกร้อยละ65.3

การเจรจาอนุญาตนำเข้าผักฯลฯ เข้าออกระหว่างประเทศทั้งสองได้อย่างสะดวกไม่จำกัด

โควต้า ร้อยละ63.2

การเจรจาอนุญาตให้รถยนต์บรรทุกของไทยและมาเลเซียขนถ่ายสินค้าเข้าออกประเทศทั้ง

สองร้อยละ58.1

ข้อเสนอแนะ จากผู้ประกอบการ

ด้านสะเตา ควรเพิ่มความปลอดภัยมากขึ้น มีป้อมยามเพื่อช่วยดูแลรักษาความปลอดภัย มี

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาดูแลความสะอาดของชุมชนเมืองด่านนอก รวมทั้งการดูแลรักษาความ

ปลอดภัยให้กับผู้อยู่อาศัยและนักท่องเที่ยว ปรับปรุงพัฒนา และจัดรูปแบบผังเมืองเสียใหม่ให้เป็น

ระเบียบน่าอยู่น่าอาศัย สะอาด ปลอดภัย ไม่มีรถติดหนาแน่น

ควรส่งเสริมให้เมืองด่านนอกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความคึกคักมากขึ้น เนื่องจากค่าเงินของ

มาเลย์ลดลงมากทำให้คนมาเลย์ไม่มาเที่ยวที่ด่านนอก

อยากให้มีการจัดระเบียบตลาดบริเวณด่านนอกให้สะอาด และจัดตลาดให้เป็นสัดส่วนมีเจ้าหน้าที่ ตรวจสอบการ โกงสินค้าหรือสินค้าปลอมแปลงมาขาย

ควรมีการคมนาคมที่สะดวกจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากๆและเพิ่มรถโดยสารเพื่อพัฒนาการเดินทาง

อยากให้มีสิ่งก่อสร้างที่ทันสมัย และมีสวนพักผ่อนหย่อนใจ สร้างสนามเด็กเล่นและเพิ่มความปลอดภัยด้านต่างๆ

อยากให้จัดพื้นที่สำหรับเปิดท้ายขายของเหมือนที่หาดใหญ่

อยากให้รัฐบาลส่งเสริมด้านค้าขายทั้งธุรกิจในประเทศและต่างประเทศให้มากขึ้น

อยากให้สร้างถนนมอเตอร์เวย์ หาดใหญ่ -ด่านนอกให้เสร็จโดยเร็ว และสร้างถนนเข้าออก ต้องการให้ด่านไทย-มาเลย์ แยกรถยนต์กับรถสิบล้อขนส่งสินค้าเข้าออกแดน ไทย-มาเลเซีย

อยากให้เพิ่มมาตรการป้องกันการลักลอบสินค้าหนีภาษี

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อจะให้นักท่องเที่ยวมาซื้อสินค้ามากขึ้น เพราะตอนนี้ธุรกิจเริ่มซบเซามีนักท่องเที่ยวน้อยเนื่องจากเศรษฐกิจมาเลเซียไม่ดี

ต้องการให้ราคายางพาราสูงขึ้น จะทำให้คนในพื้นที่ที่มีกำลังซื้อ กำลังเที่ยวมากกว่านี้

ด่านปาดังเบซาร์ ควรเน้นเรื่องการรักษาความปลอดภัยให้มาก และการนำสินค้าเข้าให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพิ่มความสะดวกในการเดินทางเขตชายแดน

ให้ลดภาษีการนำเข้าระหว่างประเทศ

ควรให้คนไทยเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายเหมือนที่ประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาในไทย

ควรประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ประชาสัมพันธ์ให้ปาดังเบซาร์ เป็นเมืองการท่องเที่ยว

อยากให้ปรับราคาค่าขนส่งสินค้าเพราะตอนนี้ค่าขนส่งแพงมากๆ

อยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีกว่านี้

อยากให้ภาครัฐเข้ามาดูแล และมีเงินลงทุนให้คนในพื้นที่ได้ลงทุนเพราะที่ผ่านมามีแค่นายทุนจากนอกพื้นที่มาลงทุน ให้ผู้นำในท้องถิ่นลงมาดูแลได้ทำมาหากินให้ดีกว่านี้

ด่านระนอง การเข้าสู่ AEC นั้นควรจะดีกว่านี้ เพราะการเข้าออกประเทศยังไม่สะดวก ทำให้พม่า ไม่ออกมากันตอนกลางคืน ทำให้ค้าขายลำบาก

ช่วยประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากๆ

เพิ่มความสะดวกในการเดินทางเขตชายแดน

อยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีกว่านี้

4.6.2 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

ตารางที่ 4.6.2 แสดงร้อยละของความคิดเห็นให้หน่วยงานของรัฐตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อ

หน่วยงานของรัฐเตรียมความพร้อม	พื้นที่			รวม (n=244)
	ด้านสะเดา (n=100)	ด้านปาดังเบซาร์ (n=80)	ด้านระนอง (n=64)	
การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น	55 55.0%	46 57.5%	33 51.6%	134 54.9%
การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย	59 59.0%	42 52.5%	35 54.7%	136 55.7%
การขยายพื้นที่ขนถ่ายสินค้าชายแดน	30 30.0%	23 28.8%	14 21.9%	67 27.5%
การลดขั้นตอนพิธีทางศุลกากรให้น้อยลง	25 25.0%	33 41.2%	21 32.8%	79 32.4%
การเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมง	57 57.0%	35 43.8%	23 35.9%	115 47.1%
การเพิ่มอำนาจความสะดวกแก่การค้าชายแดน	57 57.0%	34 42.5%	22 34.4%	113 46.3%
การร่วมมือกันลดภาษีการค้าระหว่างกัน	35 35.0%	35 43.8%	18 28.1%	88 36.1%
การสร้างเส้นทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมสู่ประเทศทั้งสอง	58 58.0%	33 41.2%	19 29.7%	110 45.1%

จากตารางที่ 4.6.2 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อที่ต้องการให้หน่วยงานของรัฐเตรียมความพร้อมในด้านเหล่านี้

ด้านสะเดา อยากให้หน่วยงานของรัฐเตรียมความพร้อมในด้านเหล่านี้
การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 59.0

การสร้างเส้นทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมสู่ประเทศทั้งสองให้เกิดความสะดวกในการ

ขนส่งร้อยละ58.0

การเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมงร้อยละ57.0

การเพิ่มอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดนร้อยละ57.0

การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ55.0

ด้านป่าดงเบซาร์ การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้นร้อยละ57.5

การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย52.5

ด้านระนอง การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.7

การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยร้อยละ51.6

โดยสรุป

การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยร้อยละ55.7

การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ54.9

นอกจากนี้กลุ่มผู้ซื้อต้องการให้เพิ่มสินค้าบริเวณชายแดนไทยดังนี้

ด้านสะเดา	เครื่องสำอาง	จำนวน 10 ราย
	เสื้อผ้า และเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ	จำนวน 9 ราย
	เสื้อผ้าเด็ก ของเล่นเด็ก	จำนวน 8 ราย
	เครื่องครัว	จำนวน 8 ราย
	โรงแรม	จำนวน 1 ราย
ด้านป่าดงเบซาร์	ห้างสรรพสินค้า	จำนวน 14 ราย
	ร้านอุปกรณ์เครื่องเขียน	จำนวน 7 ราย
	อาหารแปรรูป	จำนวน 5 ราย
	สินค้าที่เป็นพวกของฝาก	จำนวน 3 ราย
	สินค้าชนิดของกิน ขนม ที่มีฮาลาล	จำนวน 3 ราย
	ร้านซ่อมรถ	จำนวน 2 ราย
	ร้านรองเท้า	จำนวน 1 ราย
ด้านระนอง	ร้านอาหาร สถานบันเทิง	จำนวน 7 ราย
	ร้านเสริมสวย ความงามสปา	จำนวน 3 ราย
	อาหารสำเร็จรูป	จำนวน 3 ราย
	สินค้าเสื้อผ้าราคาถูก	จำนวน 3 ราย
	เครื่องใช้ในครัวเรือน	จำนวน 3 ราย
	ร้านเช่ารถมอเตอร์ไซด์	จำนวน 1 ราย

เครื่องใช้ไฟฟ้า	จำนวน 1 ราย
สินค้าของฝาก	จำนวน 1 ราย
สินค้าเกษตร	จำนวน 1 ราย
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน 1 ราย

ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติมของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า

ด้านสะดวก โรงแรมที่พักควรมีราคาถูกกว่านี้

อยากให้มีการปราบปรามการลักลอบหนีภาษีสินค้าและอยากมีรถประจำทางมากขึ้นเพื่อความสะดวกต่อนักเดินทางท่องเที่ยว

อยากให้มีส่วนสาธารณะและอยากให้อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว อยากให้แบ่งแยกประเภทของนักท่องเที่ยว ไม่ควรมีผู้คนเข้ามาพลุกพล่านมากเกินไปควรแบ่งแยกประเภทบ้าง เพิ่มการคมนาคมให้มากขึ้น

อยากให้เปิดด่าน 24 ชั่วโมงเพื่อความสะดวก

อยากให้นักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากๆ

อยากให้ด่านเข้า-ออกให้สะดวก การจราจรสะดวก

อยากให้ พัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมให้สะอาด และการบริการเป็นอย่างดี

ควรพัฒนาการขนส่งและการเดินทางให้มากขึ้น

อยากให้มีการบริการและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวมากๆ

อยากให้รักษาวัฒนธรรมไทยเอาไว้เรื่อยๆ และอยากให้มีงานประจำปี

ควรมีร้านสะดวกซื้อให้มากกว่านี้และควรมีห้างสรรพสินค้าเพิ่ม

ต้องการมีห้างสรรพสินค้าเพิ่มเติม

เราควรมีนโยบายในเรื่องของการใช้เงิน ให้เป็นเงินไทย มาเมืองไทยต้องซื้อของด้วยเงินไทย

เราจะได้ไม่เสียเปรียบ

ควรมีร้านอาหารพุทธมากกว่านี้ เพราะส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารของคนอิสลาม

ด้านป่าดงเขนาร์ ควรมีร้านสะดวกซื้อให้มากกว่านี้ เพราะร้านน้อยเกินไป

ควรเพิ่มแสงสว่างในตอนกลางคืนมากกว่านี้ เพื่อความสะดวกและความปลอดภัยในตอนกลางคืน

อยากให้มีย่านนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากกว่านี้

ควรสร้างถนนให้กว้างกว่านี้ เพื่อการสัญจรที่สะดวกขึ้นในอนาคต

ควรเพิ่มในส่วนของห้างสรรพสินค้า

ควรอำนวยความสะดวกให้มากกว่านี้
ควรมีไฟฟ้าให้สว่างมากกว่านี้

ด้านระนอง มีการดูแลรักษาความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังเกาะต่างๆ
เพิ่มการคมนาคมให้สะดวกมากกว่านี้
ควรตรวจสอบการทำงานของด่านตรวจคนเข้าเมือง
ดูแลความปลอดภัย ชาวต่างชาติให้มากขึ้น ไม่เอารัดเอาเปรียบ

4.6.3 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐตามความคิดเห็นของกลุ่มคนกลาง

ตารางที่ 4.6.3 แสดงร้อยละการส่งเสริมและสนับสนุน ของหน่วยงานภาครัฐตามความคิดเห็นของ
กลุ่มคนกลาง

การส่งเสริมและสนับสนุนการค้าบริเวณ ชายแดนไทย	พื้นที่			รวม
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง	
ระดับดี	0	0	1	1
	.0%	.0%	14.3%	4.2%
ระดับปานกลาง	3	1	6	10
	33.3%	12.5%	85.7%	41.7%
ระดับเล็กน้อย	6	7	0	13
	66.7%	87.5%	.0%	54.2%
รวม	9	8	7	24
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางที่ 4.6.3 การส่งเสริมและสนับสนุน ของหน่วยงานภาครัฐตามความคิดเห็นของ
กลุ่มคนกลางเป็นดังนี้

ด้านสะเดาและ ด้านปาดังเบซาร์ คนกลางมองว่าการส่งเสริมและสนับสนุน ของหน่วยงาน
ภาครัฐอยู่ที่ระดับเล็กน้อย 66.7

ด้านระนอง คนกลางมองว่าการส่งเสริมและสนับสนุน ของหน่วยงานภาครัฐอยู่ที่ระดับ
เล็กน้อยร้อยละ 85.7

4.6.4 บทบาทของรัฐบาล

ด้านสถานะสถานที่คับแคบมีถนนเส้นเดียวคือเส้นกาญจนวณิชค่านมาเลเซียก็มีถนนเส้นเดียว ด้านป่าดงเบขาร์ ผู้ค้าขายในท้องถิ่นมีระบบเงินทุนขนาดเล็ก สินค้าประเภทอุตสาหกรรมไม่สามารถผลิตเองต้องรับมาจากส่วนกลาง ทำให้ต้นทุนค่อนข้างสูง

ด้านระนอง การเมืองของแต่ละประเทศมีข้อกำหนด ระเบียบของแต่ละประเทศ การขนส่งทางเรือจากระนองไปเกาะสอง จะต้องถ่ายสินค้าไปขึ้นเรือสินค้าซึ่งจะทำให้สินค้าเกิดความเสียหายได้ สินค้านำเข้าไทยมีสินค้าประเภทเกษตร ประมงค่อนข้างมาก แต่สินค้าประเภทสัตว์น้ำ ลดปริมาณลงเพราะมีจีนสิงคโปร์เข้ามากว่านซื้อสินค้าพวกสัตว์น้ำ นอกจากนี้มีปัญหาในการแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินจ๊าด ส่วนมากมีการจ่ายสินค้าเป็นเงินสด

แนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรค การส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดนไทยมีดังนี้

ด้านสะเดา พรหมแดนสะเดา ขาออกมีการขยายพื้นที่ออกไป 20 ไร่ มีอาคารใหม่ สุขาใหม่ มีอาคารรองรับนักท่องเที่ยว มีการปรับปรุงสร้างอาคารผู้โดยสารขาเข้าใหม่ ปรับปรุงภูมิทัศน์ ไฟฟ้า ป้อม รปภ. เส้นจราจร ทาสีหลังคาอาคารเก่า

ด้านป่าดงเบขาร์ สร้างด่านศุลกากรแห่งใหม่ 599 ไร่ 3 งาน 95 ตาราง

ด้านระนอง ควรมีการแก้ไขระเบียบข้อกำหนดแต่ละประเทศให้สอดคล้องขึ้น ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการให้มากขึ้น ทำการประสานงานช่วยในการติดต่อหาคู่ค้าใหม่ๆ ในพม่า หาข้อมูลความต้องการของลูกค้าในพม่า หรือสนับสนุนแก้ไขปัญหาในการเดินทาง การขนส่งสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ สินค้านำเข้าต้องอาศัยรัฐบาลทำความตกลงระหว่างประเทศสร้างความเชื่อมั่นทั้ง 2 ฝ่ายร่วมกัน การลดอัตราภาษีให้ได้ใกล้เคียงกันทั้ง 2 ประเทศ

4.6.5 ข้อมูลวิพากษ์ จากตัวแทนหน่วยงานรัฐ ผู้ประกอบการSMEs และนักวิชาการ

โอกาสและศักยภาพการค้าชายแดน

1. พบว่าการค้าชายแดนเกือบทั้งหมดมากถึง 98% เป็นการค้าผ่านด่านศุลกากรสะเดาและป่าดงเบขาร์ในจังหวัดสงขลา
2. การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษสงขลาซึ่งมีด่านสะเดาและด่านป่าดงเบขาร์เป็นจุดผ่านแดนซึ่งเชื่อมต่อกับรัฐเคดาห์และรัฐเปอรูริสของประเทศมาเลเซีย โดยมีธุรกิจเป้าหมาย คือยางพารา

และผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน ชิ้นส่วนยานยนต์ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม แปรรูปอาหารทะเล และอาหารฮาลาล

3. ตลาดการค้าชายแดนพม่า อนาคตมีคู่แข่งทางสดใสและมีศักยภาพในการเติบโตสูงสุดในกลุ่ม CLM เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลพม่าที่ต้องการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจแบบเสรีและเปิดรับกับโลกภายนอก
4. สินค้าอุปโภคบริโภคจากไทยที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เป็นที่ต้องการและได้รับความนิยมอย่างมากจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น อาหาร เสื้อผ้า ยารักษาโรค เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคเพื่อนบ้าน มีความเชื่อมั่นในตราสัญลักษณ์และคุณภาพของสินค้าไทย
5. ปัจจุบันพม่ายังไม่สามารถผลิตสินค้าในกลุ่มวัสดุก่อสร้างได้เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ เนื่องจากการเปิดประเทศและเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคภายในประเทศของพม่า

ข้อจำกัดและอุปสรรค

ประเทศมาเลเซีย

1. การกีดกันทางการค้า เช่น มาเลเซียเรียกเก็บภาษีสินค้าประเภทผักผลไม้สดในอัตราที่สูง
2. ด้านการขนส่งสินค้าและการบริหารจัดการด่าน
3. การค้าอนุกรมและลักลอบขนสินค้านี้ภาษีตามแนวชายแดนไทย-มาเลเซีย
4. การพิพาททางการค้า : การค้าชายแดนบางส่วนดำเนินธุรกิจโดยไม่ผ่านระบบธนาคาร

ประเทศสหภาพพม่า

1. ปัญหาการเมืองและปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและความไม่สงบตามแนวชายแดนซึ่งอาจนำไปสู่การปิดจุดผ่านแดนบ่อยครั้ง
2. อุปสรรคที่เกิดจากระเบียบกฎหมายทั้ง 2 ประเทศและขั้นตอนการชำระเงินไม่เอื้อต่อการค้าชายแดน
3. ปัญหาเรียกเก็บเงินนอกระบบของข้าราชการบริเวณชายแดนยังมีอีกมาก
4. การส่งออกพบว่า เป็นสินค้าอุตสาหกรรม อาทิ น้ำมัน ยานยนต์และชิ้นส่วน เครื่องจักรกล การเกษตร สินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่ผลิตจากบริษัทขนาดใหญ่ที่ผลิตนอกพื้นที่ แล้วขนส่งลำเลียง

ผ่านจังหวัดชายแดนสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ธุรกิจและร้านค้าท้องถิ่นแถบชายแดนยังไม่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย

แนวทางแก้ไข

รัฐบาล

1. การปรับปรุงระบบศุลกากร การลดมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใน การปฏิรูปกฎหมายด้านการค้าและการลงทุนในประเทศ
2. รัฐบาลเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดน
3. การร่วมมือระหว่างไทย-มาเลเซีย ตทภายใต้การค้าระหว่างกัน
4. การขยายฐานการผลิตเพิ่มขึ้น การเร่งเจรจาเปิดด่านถาวร 24 ชั่วโมง
5. การขยายพื้นที่ค้าชายเพิ่มขึ้น
6. การเร่งสร้างเส้นทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมการขนส่งสินค้าให้สะดวก รวดเร็ว
7. การลดขั้นตอน พิธีการทางศุลกากรให้น้อยลง
8. การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย ความร่วมมือระหว่างไทย-มาเลเซีย การปราบปรามการก่อการร้ายให้น้อยลง
9. การขยายแหล่งเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ
10. การเจรจาอนุญาตนำเข้าผักสด ข้าว เนื้อสัตว์ ผลไม้ เครื่องใช้อุปโภคบริโภคเข้าออกโดยไม่จำกัดโควต้า การเจรจาอนุญาตให้รถบรรทุกสินค้าของไทยสามารถเข้าไปขนถ่ายสินค้าในประเทศมาเลเซียโดยไม่จำกัดโควต้า การขยายด่านศุลกากรเพิ่ม
11. ส่งเสริมการลงทุน โดยการพิจารณาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อส่งเสริมการส่งออกบริเวณชายแดน และเสริมสภาพคล่องของธุรกิจระหว่างประเทศ
12. ไทยจะต้องยกฐานะจุดผ่อนปรนการค้าชายแดนให้เป็นจุดผ่านแดนถาวรมากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการ SMEs

1. ต้องเร่งปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น สร้างความแตกต่างโดยอาศัย

นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์

2. เร่งพัฒนาทักษะด้านการประกอบการและทักษะการค้าระหว่างประเทศ ทั้งด้านการตลาดระหว่างประเทศ การเงินระหว่างประเทศ การขนส่งและการบริหารจัดการ โลจิสติกส์

บทที่ 5

บทสรุปและอภิปรายผล

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มี 4 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในพื้นที่ชายแดน จำนวน 120 ราย เป็นผู้หญิงร้อยละ 62.5 เป็นผู้ชายร้อยละ 37.5 อายุ 41-45 ปี ร้อยละ 30.0 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 53.3 ในพื้นที่ด่านสะเคาและป่าดงเบขาร์ พุทธร้อยละ 45.0 ในพื้นที่ด่านระนอง การศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 42.5 รองลงมาปริญญาตรี ร้อยละ 29.2 เวลาประกอบธุรกิจมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 43.3 รองลงมา 1-2 ปี ร้อยละ 30.0 ยอดจำหน่ายสินค้าต่อเดือนส่วนใหญ่น้อยกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 68.3 รองลงมา 50,000-100,000 บาท ร้อยละ 20.0 ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขายเป็นภาษาไทย ร้อยละ 90.8 รองลงมาภาษามลายู ร้อยละ 56.4

2. กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า จำนวน 244 ราย เป็นผู้หญิงร้อยละ 60.2 ยกเว้นด่านระนองเป็นผู้ชายที่ร้อยละ 54.7 เป็นคนในท้องถิ่นร้อยละ 55.3 เป็นคนต่างถิ่นและนักท่องเที่ยว ร้อยละ 36.9 อายุส่วนมากอายุ 26-30 ปี ร้อยละ 20.6 รองลงมาอายุ 31-35 ปี ร้อยละ 20.2 ศาสนาพุทธ ร้อยละ 59.4 ในพื้นที่ด่านสะเคา และด่านระนอง อิสลาม ร้อยละ 60.0 ในพื้นที่ด่านป่าดงเบขาร์ การศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 41.8 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 43.9 รายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 48.8

3. กลุ่มคนกลางหรือนายหน้า จำนวน 24 ราย เป็นผู้ชาย ร้อยละ 83.3 อายุ 36-40 ปี ร้อยละ 33.3 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 50.0 ในพื้นที่ด่านสะเคา และด่านป่าดงเบขาร์ พุทธ ร้อยละ 57.0 ในพื้นที่ระนอง การศึกษาที่ระดับอนุปริญา ร้อยละ 41.7 อาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 45.0 มีรายได้ประมาณ 15,001 - 30,000 บาท/เดือนที่ร้อยละ 62.5

4. หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 ราย จากหน่วยงานด่านศุลกากร ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายควบคุมและตรวจสอบทางศุลกากร หน่วยงานเทศบาลตำบลสำนักขาม ตำแหน่งปลัดเทศบาล หน่วยงาน ทีม ก.อ1 สท.ระนอง ตำแหน่งนักตรวจสอบภาษีชำนาญการพิเศษ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ระนอง ตำแหน่งนักวิชาการชำนาญการ ด้านศุลกากรระนอง ตำแหน่งหัวหน้าด่านนักวิชาการศุลกากรชำนาญการ

5.1.2 ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน

ตารางที่ 5.1. 2 สรุปลักษณะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน

ผู้ประกอบการSME	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
การค้าบริเวณชายแดน	อยู่ในระดับไม่ดี	อยู่ในระดับไม่ดี	อยู่ในระดับปานกลาง
ช่วงเวลาเปิดปิดค้า	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบมาก
ธุรกิจที่ทำการค้า	ธุรกิจซื้อมา-ขายไป	ธุรกิจซื้อมา-ขายไป	ธุรกิจซื้อมา-ขายไป
สินค้าที่ค้าขาย	ท่องเที่ยว/บริการ ขนม ขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ ผักสด เครื่องใช้ใน ครัวเรือน เสื้อผ้า/ เครื่องประดับ/อัญมณี ข้าวสาร/อาหารแห้ง โรงแรม/อพาร์ทเมนท์	เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/ อัญมณี ข้าวสาร/ อาหารแห้ง ขนมขบ เคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ ผักสด เครื่องดื่ม อาหารกระป๋อง	สินค้า/บริการ ข้าวสาร/อาหารแห้ง ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้ แปรรูป/ผักสด เครื่องคั้นอาหาร กระป๋อง เครื่องใช้ใน ครัวเรือน
สถานที่การค้าขาย	ปลูกสร้างถาวรแบบ ตึกแถวอาคารพาณิชย์	ปลูกสร้างถาวรแบบ ตึกแถวอาคารพาณิชย์	ปลูกสร้างถาวรแบบ ตึกแถวอาคารพาณิชย์
วิธีการขนส่งสินค้า	รถยนต์บรรทุก	รถยนต์บรรทุก	แพ/เรือ
อัตราค่าขนส่งสินค้า	ขึ้นลงไม่แน่นอน	ขึ้นลงไม่แน่นอน	ค่าขนส่งที่ใกล้เคียง กันทั้งสองประเทศ
การจ่ายชำระสินค้า	เงินสด	เงินสด	เงินสด
เงินสกุลที่ชำระค่าสินค้า	เงินบาท เงินริงกิต	เงินบาท เงินริงกิต	เงินบาท
แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ	เงินทุนของตัวเอง	เงินทุนของตัวเอง	เงินทุนของตัวเอง
การหมุนเวียนของเงินทุน	ระดับปานกลาง	ระดับปานกลาง	ระดับปานกลาง
แหล่งแรงงานหรือลูกจ้าง	แรงงานภายในพื้นที่	แรงงานภายในพื้นที่	แรงงานภายในพื้นที่
ด้านสาธารณูปโภค	ระดับปานกลาง	ระดับปานกลาง	ระดับปานกลาง
กลุ่มผู้ซื้อ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
การค้าบริเวณชายแดน	อยู่ในระดับไม่ดี	อยู่ในระดับไม่ดี	อยู่ในระดับปานกลาง
ลักษณะร้านค้าที่เลือกซื้อ สินค้า	ร้านค้าที่มีสินค้าครบทุก ประเภท	ร้านค้าที่มีสินค้าครบ ทุกประเภท	ร้านค้าที่มีสินค้าครบ ทุกประเภท

ตารางที่ 5.1.2 สรุปลักษณะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในพื้นที่ชายแดน(ต่อ)

คนกลาง	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบงชาร์	ด้านระนอง
สภาพการค้าบริเวณชายแดน	อยู่ในระดับปานกลาง	อยู่ในระดับไม่ดี	อยู่ในระดับปานกลาง
วิธีการขนส่งสินค้า	ทางรถยนต์บรรทุก	ทางรถยนต์บรรทุก	ทางแพะ/เรือ
หน่วยงานภาครัฐ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบงชาร์	ด้านระนอง
สภาพการค้าชายแดน	แนวโน้มมีความเจริญเติบโตมากขึ้น	สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น	มีแนวโน้มดีขึ้นกว่าเดิม
อุปสรรคในการส่งออกสินค้า	การขนส่งไม่สะดวกในบางช่วงเวลา	ระเบียบข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตามที่ตกลงกัน 2 ประเทศ	ข้อกฎหมาย ระเบียบแต่ละประเทศ
เหตุที่ไม่ทำสถานีตรวจปล่อยสินค้าบริเวณชายแดนร่วมกัน	มาเลเซียไม่มีความประสงค์ที่จะตรวจร่วมกัน	มาเลเซียมีระบบที่เข้มแข็งและค่อนข้างจะไม่ยืดหยุ่น	เขตพรหมแดนเป็นแม่น้ำหรือทะเล
เหตุที่ทั้ง 2 ประเทศไม่ตกลงเปิดด่านถาวร 24 ชั่วโมง	เปิด 5 โมงเช้าถึง 5 โมง คิดว่าเพียงพอ	สิ้นเปลืองและไม่คุ้มค่า	การซื้อขายนิยมในช่วงเวลากลางวัน
ลักษณะทางภูมิประเทศ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านป่าดงเบงชาร์	ด้านระนอง
ด้านพรหมแดน	อยู่ตรงข้ามกับด่านบูกิตกาบูฮิตัม รัฐเกดะห์ สหพันธรัฐมาเลเซีย ห่างจาก ท่าเรือปีนังซึ่งเป็นท่าเรือใหญ่ของภูมิภาคราว 160 กม.	อยู่ตรงข้ามรัฐเปอร์ลิสซงมาเลเซีย มีรถไฟเชื่อมโยงกับมาเลเซียไปถึงเมืองใหญ่ของมาเลเซีย เช่น บัตเตอร์เวิร์ท	อยู่ตรงข้ามกับเมืองเกาะสองของพม่า เป็นช่องทางสำคัญในการเดินทางเข้า-ออกของประชาชนทั้ง 2 ประเทศ
ชุมชนชายแดน	ผสมผสานกันระหว่างไทยพุทธกับไทยมุสลิม	ผสมผสานกันระหว่างไทยพุทธกับไทยมุสลิม	ผสมผสานกันระหว่างคนไทยกับพม่า

5.1.3 ความต้องการของสินค้าหรือบริการตามจุดการค้าชายแดน

ตารางที่ 5.1.3 สรุปความต้องการของสินค้าหรือบริการตามจุดการค้าชายแดน

ผู้ประกอบการSME	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
สถานที่ตั้งการค้า	มีสถานที่ตั้งชายถาวร เช่นปลู๊กตึกอาคารพาณิชย์	มีสถานที่ตั้งชายถาวร เช่น ปลู๊กตึกอาคารพาณิชย์	มีสถานที่ตั้งชายถาวร เช่นปลู๊กตึกอาคารพาณิชย์
บุคคลที่ซื้อสินค้า	ผู้คนในท้องถิ่น	ผู้คนในท้องถิ่น	ผู้คนในท้องถิ่น
ลักษณะของสินค้าที่มีการซื้อขาย	เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด	เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด	เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด
แนวโน้มการซื้อสินค้า	น้อยลง	น้อยลง	มากขึ้น
กลุ่มผู้ซื้อ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
สินค้าที่ต้องการซื้อ	ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด เครื่องใช้ในครัวเรือน ข้าวสาร/อาหารแห้ง เครื่องดื่ม อาหารกระป๋อง เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี	ข้าวสาร/อาหารแห้ง เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องดื่มอาหารกระป๋อง เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี เครื่องดื่มอาหารกระป๋อง	เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี ข้าวสาร/อาหารแห้ง วัสดุก่อสร้าง
เหตุผลในการซื้อสินค้า	หาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาด	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	ราคาต่ำกว่าท้องตลาด
กลุ่มคนกลาง	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
ประเภทธุรกิจที่ดำเนินการ	สินค้าอุปโภคบริโภค	สินค้าอุปโภคบริโภค	สินค้าอุปโภคบริโภค
แหล่งสินค้าที่จัดหา	เป็นสินค้าที่ผลิตภายนอกท้องถิ่น	เป็นสินค้าที่ผลิตภายนอกท้องถิ่น	เป็นสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น
หน่วยงานของรัฐ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเตา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
เหตุผู้ประกอบการธุรกิจของไทยไม่ส่งสินค้าไปเพื่อนบ้าน	สินค้าที่ส่งออกต้องเป็นสินค้าที่ทางมาเลเซียมีความต้องการ	สินค้าบางประเภที่มีผู้ผลิตอยู่ที่ฝั่ง มาเลเซียแล้ว	เพราะราคาสินค้าสูงกว่าในประเทศ

5.1.4 พัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

ตารางที่ 5.1.4 สรุปพัฒนาการของอุตสาหกรรม / ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

ผู้ประกอบการSME	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
ลักษณะสินค้าที่ค้าขาย	รับมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง	รับมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง	ทำการผลิตเองขายเอง
สินค้าที่ค้าขายบริเวณชายแดน	ซื้อขายโดยผ่านคนกลาง	ซื้อขายโดยผ่านคนกลาง	ซื้อขายโดยผ่านคนกลาง
มาตรฐานสินค้า	สะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน	สะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน	สะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน
แหล่งรับซื้อสินค้า	รับมาจากพ่อค้าคนกลางภายนอกพื้นที่	รับมาจากพ่อค้าคนกลางภายนอกพื้นที่	รับมาจากพ่อค้าคนกลางภายนอกพื้นที่
กลุ่มผู้ซื้อ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
นิยมซื้อสินค้า	จากร้านค้าด้วยตัวเอง	จากร้านค้าด้วยตัวเอง	จากร้านค้าด้วยตัวเอง
กลุ่มคนกลาง	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
สินค้าที่จำหน่าย	รับมาจากโรงงานโดยตรง	รับมาจากโรงงานโดยตรง	รับมาจากโรงงานโดยตรง
หน่วยงานของรัฐ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะเดา	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
เหตุที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริเวณชายแดนขาดการพัฒนาธุรกิจการค้า	มีการตรวจปล่อยถึง 10-15 %	ผู้ประกอบการไม่ต้องยื่นเอกสาร	คู่แข่งเป็นสินค้าจากประเทศจีน ราคาถูกมากกว่า

5.1.5 บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ตารางที่ 5.1.5 สรุปบริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ผู้ประกอบการSME	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะดวก	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
ลักษณะตลาดที่ซื้อขาย	ทำการค้าขายกัน ตลอดเวลา	ทำการค้าขายกัน ตลอดเวลา	ทำการค้าขายกัน ตลอดเวลา
ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขาย	ขึ้นลงไม่แน่นอน	ขึ้นลงไม่แน่นอน	ขึ้นลงไม่แน่นอน
การคิดป้ายบอกราคาสินค้า	คิดป้ายบ้างไม่มีป้าย คิดราคาบ้าง	คิดป้ายบ้างไม่มีป้าย คิดราคาบ้าง	คิดป้ายบ้างไม่มีป้าย คิดราคาบ้าง
สภาพแข่งขัน	ไม่ค่อยมาก	แข่งขันกับคู่แข่งภายใน ที่ค่อนข้างหนาแน่น	แข่งขันกับคู่แข่งภายใน ที่ค่อนข้างหนาแน่น
ลักษณะการแข่งขัน	การแข่งขันด้านทำเลที่ ใกล้ และสะดวก	การแข่งขันด้านราคา สินค้า	การแข่งขันด้านราคา สินค้า
กลุ่มผู้ซื้อ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะดวก	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
การค้าขายแดนไทย เสียเปรียบ	ด้านภาษาในการ สื่อสารกับชาวต่างชาติ	ด้านภาษาในการ สื่อสารกับชาวต่างชาติ	ด้านราคาของสินค้า มักจะสูงกว่าคู่แข่ง
การค้าขายแดนไทย ได้เปรียบ	ราคาสินค้าถูกกว่าคู่แข่ง เพื่อนบ้าน	สินค้ามีความ หลากหลายมากกว่า	สินค้ามีคุณภาพ มากกว่า
กลุ่มคนกลาง	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะดวก	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
การรวมกลุ่ม	มีความเป็นไปได้ ค่อนข้างน้อย	มีความเป็นไปได้ ค่อนข้างน้อย	ไม่สามารถรวมกลุ่ม กันได้
กลยุทธ์เตรียมความพร้อม ของธุรกิจ	การพัฒนาด้าน บุคลากรด้านภาษา	ด้านทักษะต่างๆ	การพัฒนาเทคโนโลยี
อุปสรรคในการค้าขาย ชายแดน	ค่าขนส่ง	ค่าขนส่ง	ระบบความปลอดภัย
หน่วยงานของรัฐ	สงขลา		ระนอง
	ด้านสะดวก	ด้านปาดังเบซาร์	ด้านระนอง
เหตุที่การเดินทางจาก ประเทศไทยเข้าสู่ประเทศ เพื่อนบ้าน จึงมีความลำบาก	ขาดการใช้เครื่องมือที่ ทันสมัยช่วยอำนวยความสะดวก	เพราะระเบียบ ข้อ กฎหมาย	การเมืองของ ต่างประเทศ

5.1.6 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ

จากการสำรวจผู้ประกอบการSMEชายแดน พบว่า

- ปัจจุบันภาครัฐมีการส่งเสริมและสนับสนุนการค้าชายแดนที่ระดับน้อย
- ส่วนการเตรียมความพร้อมของรัฐ มองว่าไม่มีการเตรียมความพร้อม และต้องการให้รัฐมีการเตรียมความพร้อมตามลำดับดังนี้
 - การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย
 - การร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสองปราบปรามการค้าที่ไม่สงบ
 - การเร่งสร้างทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมต่อทั้งสองประเทศให้เกิดความสะดวก
 - การเจรจาอนุญาตนำเข้าฝักผลไม้เข้าออกระหว่างประเทศทั้งสองได้อย่างสะดวกไม่จำกัดโควต้า
 - การเจรจาอนุญาตใช้รถยนต์บรรทุกของไทยและมาเลเซียขนถ่ายสินค้าเข้าออกประเทศทั้งสอง

จากกลุ่มผู้ซื้อ พบว่า

- ให้หน่วยงานของรัฐเตรียมความพร้อมในด้านเหล่านี้

ด้านสะเดา	การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย สร้างเส้นทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมต่อประเทศทั้งสองให้เกิดความสะดวกในการขนส่ง การเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมง การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดน การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น
ด้านปาดังเบซาร์	การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย
ด้านระนอง	การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย

จากกลุ่มคนกลาง พบว่า

- การส่งเสริมและสนับสนุน ของหน่วยงานภาครัฐเป็นดังนี้

ด้านสะเดา และด้านปาดังเบซาร์	คนกลางมองว่าการส่งเสริมและสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐอยู่ที่ระดับเล็กน้อย
ด้านระนอง	คนกลางมองว่าการส่งเสริมและสนับสนุน ของหน่วยงานภาครัฐอยู่ที่ระดับเล็กน้อย

จากหน่วยงานของรัฐ พบว่า

- การเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ เกี่ยวกับการค้าชายแดนไทย

ด่านสะเดา สถานที่คับแคบ มีถนนเส้นเดียว คือ เส้นถนนกาญจนาภิเษย ด่านมาเลเซียก็มีถนนเส้นเดียว

ด่านปาดังเบซาร์ ผู้ค้าขายในท้องถิ่นมีระบบเงินทุนขนาดเล็ก สินค้าประเภทอุตสาหกรรมต้องรับจากส่วนกลาง ไม่สามารถผลิตเอง ทำให้ต้นทุนค่อนข้างสูง

ด่านระนอง การเมืองของแต่ละประเทศ ข้อกฎหมายระเบียบของแต่ละประเทศ การขนส่งทางเรือจากระนอง ไปเกาะสอง จะต้องถ้ายสินค้าไปขึ้นเรือสินค้าซึ่งจะทำให้เกิดความเสียหายได้สินค้านำเข้ามีสินค้าประเภทเกษตร ประมง ค่อนข้างมาก แต่สินค้าประเภทสัตว์น้ำลดปริมาณลงเพราะมีจีน สิงคโปร์ เข้ามาขวั้นซื้อ สินค้าพวกสัตว์น้ำ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินจ๊าด เพราะมีการจ่ายสินค้าเป็นเงินสด

- แนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคและส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดนไทยมีดังนี้

ด่านสะเดา ที่ด่านพรมแดนสะเดา ขาออกมีการขยายพื้นที่ออกไป 20 ไร่ มีอาคารใหม่ สุขาใหม่ มีอาคารรองรับนักท่องเที่ยว ขาเข้า ปรับปรุง สร้างอาคารผู้โดยสาร ขาเข้าใหม่ ปรับปรุงด่านสะเดา ปรับปรุงภูมิทัศน์ ไฟฟ้า ป้อม รปภ. เส้นจราจร

ด่านปาดังเบซาร์ สร้างด่านศุลกากรแห่งใหม่ 599 ไร่ 3 งาน 95 ตารางวา

ด่านระนอง การแก้ไขระเบียบ ข้อกฎหมาย แต่ละประเทศให้สอดคล้องขึ้น ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการให้มากขึ้น ทำการประสานงานช่วยในการติดต่อหาคู่ค้าใหม่ๆ ในพม่า หาข้อมูลความต้องการของลูกค้าในพม่า หรือสนับสนุนแก้ไขปัญหาในการเดินทาง การขนส่งสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ สินค้านำเข้าต้องอาศัยรัฐบาลทำความตกลงระหว่างประเทศสร้างความเชื่อมั่นทั้ง 2 ฝ่ายร่วมกัน การลดอัตราภาษีให้ได้ใกล้เคียงกันทั้ง 2 ประเทศ

โดยสรุปพบว่าผู้ประกอบการ SMEs สามารถทำรายได้จากการส่งออกสินค้าผ่านชายแดนได้ในอัตราเติบโตที่สูงกว่าปกติถึง หลายเท่า แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางการค้าที่อยู่ใกล้แค่เอื้อม ตลาดชายแดนเป็นตลาดการค้าระหว่างประเทศที่ใกล้ไทยมากที่สุด ทำให้ระยะเวลาและต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่ำกว่าการค้ากับประเทศอื่นๆ ที่อยู่ไกลออกไป

5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาโอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ สามารถวิเคราะห์และอภิปรายผลได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นกลุ่มที่มีฐานะไม่สูงนักคือมียอดขายได้ไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน จะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เนื่องจากมีธุรกิจเกิน 5 ปี ส่วนมากเป็นผู้หญิง การศึกษาไม่สูงอยู่ที่ระดับมัธยมศึกษา จะเป็นชาวไทยมุสลิมในพื้นที่ชายแดนสงขลา และชาวไทยพุทธในพื้นที่ระนอง
2. กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง และมักเป็นคนในท้องถิ่น มีบ้างที่เป็นคนต่างถิ่นและนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดนสงขลา ซึ่งจะเพิ่มโอกาสและศักยภาพการค้าชายชายแดนมากขึ้น
3. กลุ่มคนกลางหรือกลุ่มนายหน้า มักเป็นผู้ชาย มีประสบการณ์และสูงวัยอายุ 36 ปีขึ้นไป เนื่องจากคนที่ทำหน้าที่คนกลาง ต้องมีความรอบคอบคล่องตัวและอาจต้องใช้พลังกำลังในการขนถ่ายหรือยกสินค้า
4. โอกาสและศักยภาพการค้าชายชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสงขลามีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูง จากปัจจัยต่อไปนี้

1) สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Factor Condition) พิจารณาในเงื่อนไข

- **ทรัพยากรทางกายภาพ** ในด้านภูมิประเทศทั้งสองด้านมีพรมแดนที่ติดต่อกับมาเลเซียซึ่งมีกำลังซื้อที่สูงกว่าไทย ประกอบกับสามารถเชื่อมโยงกับท่าเรือป็นังซึ่งเป็นท่าเรือใหญ่ของภูมิภาค และมีรถไฟเชื่อมกับเมืองใหญ่ เช่นบัทเตอร์เวิร์ทได้ด้วย ด้านความสะดวกในการเดินทางคมนาคมที่คล่องตัวมากขึ้น การเปิดเสรีทางการค้าอาเซียน ทำให้การขนถ่ายสินค้าเป็นไปได้อย่างรวดเร็วเกินกว่าแต่ก่อนที่มีปัญหาการติดจากการก่อสร้าง ความคับแคบของพื้นที่ การเข้า - ออกไม่สะดวก แต่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเดินทางได้สะดวกมากยิ่งขึ้นเมื่อเทียบกับอดีตในด้านของด่านผ่านแดนสินค้า การตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น
- **โครงสร้างพื้นฐาน** มีความพร้อมด้านระบบขนส่งพอสมควร คือสะดวกในการขนส่งสินค้าโดยใช้รถยนต์บรรทุก ทั้งด้านการสื่อสาร โทรศัพท์ ไฟฟ้า ประปา รวมทั้งช่วงเวลาเปิดปิด ด่านบริเวณชายแดนไทย ที่ด่าน

สะเดาและปาดังเบซาร์ ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อการค้าชายแดน นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของตลาดชายแดน ยังมีชุมชนทั้งไทยพุทธและมุสลิม ที่อาศัยอยู่ด้วยกันอย่างผสมผสานกลมกลืน ลักษณะสถานที่ทำการค้าเป็นตึกแถวอาคารพาณิชย์ปลูกสร้างอย่างถาวร ทำให้รูปแบบการค้ามีลักษณะซื้อขายโดยมีสถานที่ตั้งแน่นอน ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนทั้งฝั่งไทยและมาเลเซีย อย่างเช่น ทองเที่ยว/บริการ ขนมหบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี ข้าวสาร/อาหารแห้ง โรงแรม/อพาร์ทเมนท์ เป็นต้น

- **ทรัพยากรด้านความรู้** ได้รับการสนับสนุนฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน เช่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรม ทั้งด้านวิชาการบริหารจัดการ การตลาด เทคโนโลยีการผลิต แก่ผู้ประกอบการ SMEs การฝึกทักษะด้านภาษาให้ลูกจ้างแรงงานต่างชาติ ทำให้สามารถสื่อสารกันได้
- **ทรัพยากรมนุษย์** เป็นแรงงานในท้องถิ่นไม่มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ทำให้ต้นทุนค่าแรง ต้นทุนการจัดการไม่สูง นอกจากนั้นแรงงานมีทักษะความชำนาญในภาษามลายู และภาษาไทยเป็นอย่างดี
- **แหล่งเงินทุน** ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนมากใช้เงินลงทุนของตนเอง ทำให้ต้นทุนของเงินทุนต่ำ เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าดอกเบี้ยจ่าย สามารถหมุนเวียนเงินทุนได้พอสมควร

2) ด้านความต้องการของสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดน (Demand Condition) พิจารณาในเงื่อนไข

- **ตลาด** ลักษณะตลาดจะเกิดอุปสงค์อย่างต่อเนื่อง เพราะมีการค้าขายกันตลอดเวลาโดยไม่มีวันหยุด ขนาดของตลาดและรูปแบบการเติบโตจะขยายเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรในชุมชนเนื่องจากลูกค้าเป็นคนในพื้นที่ และส่วนหนึ่งจากคนต่างถิ่นและนักท่องเที่ยว ซึ่งจำนวนจะมากน้อยก็จะเชื่อมโยงกับระเบียบข้อกำหนดของด่านตรวจการเข้า-ออก ซึ่งที่ด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ไม่มีปัญหาในส่วนนี้

- ความต้องการของผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปในท้องตลาด เพราะตามจุดการค้าชายแดนหาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาดจากร้านค้าที่มีสินค้าจำหน่ายครบทุกประเภท ในด้านคุณภาพของสินค้าที่ซื้อขายบริเวณชายแดนส่วนใหญ่สะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน ตามความต้องการของผู้ซื้อ แต่สินค้าบริโภคส่วนใหญ่ยังขาดเครื่องหมายฮาลาล
- การตอบสนองของรัฐกิจ สินค้าที่จัดจำหน่ายในบริเวณชายแดนเป็นการผลิตจากภายนอกท้องถิ่น โดยมีคนกลางเป็นผู้จัดหาสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรง เป็นสินค้าที่ตรงกับความต้องการมีภาพลักษณ์และเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้ซื้อทั้งไทยและมาเลเซีย

3) พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Supporting and Related industries) พิจารณาในเงื่อนไข

- อุตสาหกรรมต้นน้ำ ของระบบการค้าชายแดน นั่นคือ โรงงานผู้ผลิตสินค้า ซึ่งอยู่นอกพื้นที่ทั้งในประเทศไทย และจากมาเลเซีย เนื่องจากสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่คนกลางรับมาอีกทอดหนึ่งจากโรงงาน นับเป็นช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว เพราะคนกลางจะช่วยจัดการและบริการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ได้ดีกว่าผู้ผลิต โดยกระจายสินค้ามายังพื้นที่ชายแดนด้วยวิธีการขนส่งรถยนต์บรรทุก
- อุตสาหกรรมกลางน้ำ อันได้แก่ธุรกิจคนกลางหรือนายหน้า ซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจSMEs คนกลางเหล่านี้ได้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการรวมกลุ่มของคนกลางตัวแทนจำหน่าย ซึ่งทำให้ระบบการค้าชายแดนมีประสิทธิภาพและทันสมัย
- อุตสาหกรรมปลายน้ำ คือกลุ่มผู้ประกอบการSMEs ซึ่งดำเนินการธุรกิจประเภทซื้อมา-ขายไป โดยมีหน้าร้านและสถานที่จำหน่ายเป็นหลักแหล่งถาวร ซึ่งรายได้อาจแปรผันตามจำนวนลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

4) บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ(Firm Strategy and Rivalry) พิจารณาในเงื่อนไข

- เป้าหมายและยุทธศาสตร์ของการค้าชายแดนที่ผู้ประกอบการSMEs ใช้คือการร่วมมือกับคนกลางในการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยได้มาตรฐานและราคาไม่สูง มีระบบการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการเลือกทำเลที่ใกล้และสะดวกสำหรับลูกค้า ร้านค้าต้องมีสินค้าครบทุกประเภท ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น
- การแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในบริเวณชายแดน ด้านสะเดาและปาดังเบซาร์เป็นการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ประกอบการSMEs ที่ค่อนข้างหนาแน่น โดยกระจุกตัวอยู่ในบริเวณชายแดนทั้งสองด้าน โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ซึ่งไม่ค่อยแน่นอนเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามค่าเงินริงกิตของมาเลเซีย และการแข่งขันด้านทำเลที่ใกล้ และสะดวก การแข่งขันเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกิจการ เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น
- บริบทในการแข่งขันกับต่างประเทศได้แก่มาเลเซีย การค้าชายแดนไทยจะเสียเปรียบด้านภาษาในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ แต่ก็มีข้อได้เปรียบด้านราคาสินค้าถูกกว่า และมีสินค้าหลากหลายมากกว่า

5) บทบาทของรัฐบาล (The Role of Government)

- นโยบายสนับสนุนของรัฐด้านการค้า รัฐสนับสนุนและเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆดังนี้
 - การเพิ่มอำนาจความสะดวกแก่การค้าชายแดน
 - การขยายพื้นที่ค้าชายเพิ่มขึ้น
 - การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย
- การกำหนดนโยบายด้านการลงทุน ด้านพรมแดนสะเดา ขาออกมีการขยายพื้นที่ออกไป 20 ไร่ มีอาคารใหม่ มีอาคารรองรับนักท่องเที่ยว ขาเข้าปรับปรุง สร้างอาคารผู้โดยสารใหม่ ด้านปาดังเบซาร์ สร้างด่านศุลกากรแห่งใหม่ 599 ไร่ 3 งาน 95 ตารางวา

5. โอกาสและศักยภาพการค้าชายแดนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดระนองมีความเป็นไปได้สูง เมื่อพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

1) สภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Factor Condition) พิจารณาในเงื่อนไข

- **ทรัพยากรทางกายภาพ** ในด้านภูมิประเทศจุดการค้าชายแดนจังหวัดระนองเป็นจุดการค้าพรมแดนทางทะเล ติดกับเกาะสองของพม่า ภายหลังจากพม่ามีรัฐบาลใหม่ จึงมีการลงทุนขยายเส้นทางคมนาคมและเปิดช่องทางการเข้า-ออกประเทศ การพัฒนาสนามบิน รวมทั้งโครงการพัฒนาต่างๆ เพื่อรองรับการเชื่อมโยงเส้นทางการค้าในพื้นที่ทางตอนใต้ ของทางการพม่าที่ทำให้ส่งผลดีต่อการค้าชายแดนไทย-พม่า ด้านจังหวัดระนอง-เกาะสองเป็นอย่างมาก
- **โครงสร้างพื้นฐาน** มีความพร้อมด้านระบบขนส่ง คือสะดวกในการขนส่งทางเรือ จากการที่จังหวัดระนอง ถือเป็นช่องทางสำคัญในการเดินทางเข้า-ออกของประชาชนทั้ง 2 ประเทศ รวมทั้งประชาชนจากประเทศอื่นๆ ที่ใช้ระนองผ่านเข้า-ออกไปยังพม่า รวมทั้งรองรับการขยายตัวของการค้าชายแดน ไทย-พม่าที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปัจจุบันทางจังหวัดระนองได้เปิดจุดผ่านแดนถาวรระนอง-เกาะสองตามแนวชายแดนเพิ่มรวมเป็น 4 จุด โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนทั้งฝั่งไทยและพม่า อย่างเช่น สินค้าอุปโภค-บริโภค ยา ผลิตภัณฑ์พลาสติก รวมถึงสินค้าวัสดุก่อสร้าง
- **ทรัพยากรด้านความรู้** ได้รับการสนับสนุนฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน เช่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรม ทั้งด้านวิชาการบริหารจัดการ การตลาด เทคโนโลยีการผลิต แก่ผู้ประกอบการ SMEs การฝึกทักษะด้านภาษาให้ลูกจ้างแรงงานต่างชาติ ทำให้สามารถสื่อสารกันได้
- **ทรัพยากรมนุษย์** เป็นแรงงานในท้องถิ่นและแรงงานต่างชาติซึ่งไม่มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ทำให้ต้นทุนค่าแรง ต้นทุนการจัดการไม่สูง นอกจากนั้นแรงงานมีทักษะความชำนาญในภาษาพม่า และภาษาไทยเป็นอย่างดี

- แหล่งเงินทุน ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนมากใช้เงินลงทุนของตนเอง ทำให้ต้นทุนของเงินทุนต่ำ เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าดอกเบี้ยจ่าย สามารถหมุนเวียนเงินทุนได้พอสมควร

2) ด้านความต้องการของสินค้าหรือบริการ ตามจุดการค้าชายแดนไทยพม่า (Demand Condition) พิจารณาในเงื่อนไข

- ตลาด ลักษณะตลาดจะเกิดอุปสงค์อย่างต่อเนื่อง เพราะมีการค้าขายกันตลอดเวลาโดยไม่มีวันหยุด ขนาดของตลาดและรูปแบบการเติบโตจะขยายเพิ่มขึ้นทั้งนี้เพราะความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเพิ่มมากขึ้นในฝั่งประเทศพม่าจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของพม่า โครงการก่อสร้างการลงทุนต่างๆที่เพิ่มขึ้น รวมถึงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของพม่าและผลจากการที่พม่าเปิดประเทศเพื่อเตรียมตัวรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน จะส่งผลให้การค้าชายแดนไทย-พม่ามีอัตราการขยายตัวสูงมาก ซึ่งถือเป็นช่วงจังหวะและโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการไทย ที่จะต้องเตรียมพร้อมรับการขยายตัวของตลาดพม่าที่กำลังเติบโตแบบก้าวกระโดด
- ความต้องการของผู้ซื้อหรือลูกค้า เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปในท้องตลาดได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องดื่ม เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักร ปูนซีเมนต์ เหล็ก เหล็กกล้า และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ ผ้าฝ้าย เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป เพราะตามจุดการค้าชายแดนหาซื้อได้สะดวกกว่าในท้องตลาด จากร้านค้าที่มีสินค้าจำหน่ายครบทุกประเภท ในด้านคุณภาพของสินค้าที่ซื้อขายบริเวณชายแดนส่วนใหญ่สะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน ตามความต้องการของผู้ซื้อ เนื่องจากชาวพม่ามองว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง รูปลักษณ์สวยงามและทันสมัยและราคาต่ำกว่าท้องตลาด
- การตอบสนองของรัฐกิจ สินค้าที่จัดจำหน่ายในบริเวณชายแดนเป็นการผลิตจากภายนอกท้องถิ่น โดยมีคนกลางเป็นผู้จัดหาสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรง เป็นสินค้าที่ตรงกับความต้องการมีภาพลักษณ์และเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มผู้ซื้อ พม่าถือเป็นตลาดเพื่อนบ้านที่ทวีความสำคัญมากขึ้นเนื่องจากกำลังซื้อของชาวพม่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามระดับการพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคม ที่เปิดกว้างมากขึ้นแต่พม่ายังไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคในประเทศได้อย่างเพียงพอการนำเข้าจึงมีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค

3) พัฒนาการของอุตสาหกรรม/ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Supporting and Related industries) พิจารณาในเงื่อนไข

- อุตสาหกรรมต้นน้ำ ของระบบการค้าชายแดน นั่นคือ โรงงานผู้ผลิตสินค้า ซึ่งอยู่นอกพื้นที่ นอกจากนี้ผู้ประกอบการด้านการผลิตยังสนใจที่จะเข้าไปลงทุนในพม่า เป็นเพราะความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เป็นจำนวนมากเพื่อใช้เป็นฐานวัตถุดิบในการผลิต ทำให้ต้นทุนต่ำกว่าผลิตในไทย โดยอาศัยคนกลางรับสินค้ามาอีกทอดหนึ่งจากโรงงาน นับเป็นช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว เพราะคนกลางจะช่วยจัดการและบริการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ได้ดีกว่าผู้ผลิต
- อุตสาหกรรมกลางน้ำ อันได้แก่ธุรกิจคนกลางหรือนายหน้า จากที่สินค้าประเภทวัสดุก่อสร้าง เหล็ก ปูนซีเมนต์ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น จนทำให้มีบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง เตรียมที่จะเข้ามาเปิดสาขาในจังหวัดระนอง เพื่อรองรับความต้องการใช้สินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ชายแดน ทำหน้าที่จัดหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจSMEs คนกลางเหล่านี้ได้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการรวมกลุ่มของคนกลางตัวแทนจำหน่าย ซึ่งทำให้ระบบการค้าชายแดนมีประสิทธิภาพและทันสมัย
- อุตสาหกรรมปลายน้ำ คือกลุ่มผู้ประกอบการSMEs ซึ่งดำเนินการธุรกิจประเภทซื้อมา-ขายไป โดยมีหน้าร้านและสถานที่จำหน่ายเป็นหลักแหล่งถาวร ซึ่งรายได้อาจแปรผันตามจำนวนลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

4) บริบททางการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ(Firm Strategy and Rivalry) พิจารณาในเงื่อนไข

- เป้าหมายและยุทธศาสตร์ของการค้าชายแดนที่ผู้ประกอบการSMEs ใช้คือการร่วมมือกับคนกลางในการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยได้มาตรฐานและราคาไม่สูง มีระบบการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการเลือกทำเลที่ใกล้และสะดวกสำหรับลูกค้า ร้านค้าต้องมีสินค้าครบทุกประเภท ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น
- การแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในบริเวณชายแดน ด้านระนอง เป็นการแข่งกันเองระหว่างผู้ประกอบการSMEs ที่ค่อนข้างหนาแน่น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ซึ่งราคาไม่ค่อยแน่นอนเปลี่ยนแปลงขึ้นลง และการแข่งขันด้านทำเลที่ใกล้ และสะดวก การแข่งขันนับเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของกิจการ เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น
- บริบทในการแข่งขันกับต่างประเทศได้แก่จีน การค้าชายแดนไทยจะเสียเปรียบด้านราคาสินค้าที่สูงกว่าของจีน แต่ก็มีข้อได้เปรียบด้านคุณภาพของสินค้าที่ดีกว่า และมีสินค้าหลากหลายมากกว่า

5) บทบาทของรัฐบาล (The Role of Government)

- นโยบายสนับสนุนของรัฐด้านการค้า รัฐสนับสนุนและเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆดังนี้
 - การเพิ่มการคมนาคมให้สะดวกมากกว่านี้
 - การเพิ่มอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดน
 - การขยายพื้นที่ค้าชายเพิ่มขึ้น
 - การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย
 - การขยายเงินทุน/หลักทรัพย์
- การกำหนดนโยบายด้านการลงทุน
 - สิทธิประโยชน์ทางภาษี ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร
 - มาตรการสนับสนุนการใช้แรงงานต่างด้าว
 - การให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เพื่อให้บริการตรวจปล่อยสินค้านำเข้า/ส่งออก และการเข้าออกของแรงงานต่างด้าว ให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว

6. ยุทธศาสตร์การค้าชายแดนของผู้ประกอบการ SMEs ในภาคใต้

- ทางภาครัฐควรพัฒนาการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ทั้งทางบกและทางทะเล เพื่อให้กลายเป็นคลังสินค้าศูนย์กลางลจติคส์กับประเทศเพื่อนบ้าน
- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs ไปลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกับพม่า ในด้านการแปรรูปสินค้าด้านเกษตร เนื่องจากมีวัตถุดิบและแรงงานซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่ำ
- การเพิ่มปริมาณการค้าชายแดน โดยกำหนดตัวเลขการค้าร่วมกับรัฐบาลประเทศเพื่อนบ้าน ผลักดันเส้นทางเดินรถไฟให้เชื่อมโยงเพื่อนบ้าน ซึ่งรัฐบาลต้องมีส่วนร่วม ต้องแรงจูงใจให้พ่อค้าชายแดนทำธุรกิจอย่างถูกต้อง สนับสนุนการเปิดด่านนำเข้า-ส่งออก 24 ชั่วโมง
- การสร้างกำลังซื้อ ประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกเข้าออกบริเวณชายแดน ของประชาชน ให้มีงานแสดงสินค้าในประเทศเพื่อนบ้าน ขยายวงเงินการค้าชายแดน
- การอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย รัฐบาลควรอนุญาตให้รถบรรทุกของประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาขนถ่ายสินค้าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รัฐบาลต้องเจรจากับประเทศเพื่อนบ้าน ขอให้ทุกหน่วยงานปรับปรุงกฎระเบียบให้บูรณาการกัน

ปัญหาและอุปสรรคการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย

- อุตสาหกรรมต่อเนื่องที่รองรับการผลิตระดับพื้นฐานมีน้อย และขาดการรวมกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด
- การลักลอบขนสินค้าข้ามแดนผิดกฎหมาย
- การกีดกันทางการค้า อย่างเช่นมาเลเซียเรียกเก็บภาษีสินค้าประเภทผักผลไม้สดในอัตราที่สูง และตั้งเงื่อนไขด้านสุขอนามัยกีดกันการนำเข้าผลไม้
- การขนส่งสินค้า มาเลเซียไม่อนุญาตให้รถบรรทุกสินค้าของไทย(รถ 10 ล้อ) เข้าไปส่งสินค้าในมาเลเซีย

ปัญหาและอุปสรรคการค้าชายแดนไทยระนอง-เกาะสองพม่า

- ธนาคารพาณิชย์ในพม่าเป็นระบบผูกขาด โดยรัฐ
- กฎระเบียบการค้าของพม่า ไม่มีความแน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย
- มาตรการกีดกันทางการค้าของพม่าโดยห้ามนำเข้าและห้ามส่งออกสำหรับสินค้าบางชนิด
- การค้าชายแดนยังไม่ผ่านระบบธนาคารทำให้ต้องมีการจ่ายชำระโดยใช้เงินสดเท่านั้น
- การเรียกเก็บเงินนอกระบบระหว่างการขนส่งสินค้าจากชายแดนไปยังกรุงย่างกุ้ง ทำให้สินค้ามีต้นทุนสูง

ข้อเสนอแนะการค้าชายแดนสงขลา

สำหรับผู้ประกอบการSME:

- 1) ผู้ประกอบการควรจัดหาสินค้าบริ โภคที่รับรองเครื่องหมายฮาลาลให้มากขึ้น สืบเนื่องจากสินค้าชายแดนสงขลาโดยทั่วไปไม่มีเครื่องหมายฮาลาล
- 2) เลือกร้านค้าที่ใกล้และสะดวกสำหรับลูกค้า ร้านค้าต้องมีสินค้าครบทุกประเภท ซึ่งจะช่วยให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันซึ่งไม่ต้องแข่งขันกันทางด้านราคา
- 3) การฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ และมาลายูให้ลูกจ้างแรงงาน เพื่อสามารถสื่อสารกันได้กับลูกค้ามาเลเซีย
- 4) ผู้ประกอบการควรปรับตัว อย่างต่อเนื่องแม้ว่าสินค้าอุปโภคและบริโภคจะยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดชายแดน แต่สินค้าเริ่มเปลี่ยนจากสินค้าขั้นพื้นฐานเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองมากขึ้น เพื่อตอบสนองผู้บริโภคทั้งในฝั่งไทยและมาเลเซีย
- 5) การซื้อขายสินค้าออนไลน์ (e-commerce) ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs เป็นตัวกลางทางการค้าระหว่างพ่อค้าชายแดนกับผู้บริโภคในไทย และอาจเป็นช่องทางใหม่ให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าไปบุกตลาดประเทศเพื่อนบ้านได้ในอนาคต
- 6) ควรเปลี่ยนตัวเองให้เป็นผู้ทำตลาดมากกว่าเป็นเพียงผู้ส่งต่อสินค้า ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังคงส่งออกสินค้าโดยรอให้พ่อค้าจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางข้ามแดนมาซื้อสินค้ากลับไป
- 7) ควรลงทุนด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมสินค้าให้เป็นที่รู้จัก แม้ว่าสินค้าไทยจะเป็นที่ยอมรับในเรื่องของคุณภาพ แต่หากเป็นสินค้าที่มีแบรนด์หรือได้รับการบอกต่อก็จะสามารถบุกตลาดได้เร็วยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ และลงทุนด้านโฆษณาในประเทศเพื่อนบ้าน แต่ต้องมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนว่าจะนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใด ซึ่งถ้าผู้ประกอบการสามารถทำตลาดได้เร็วกว่าก็จะช่วยให้ได้เปรียบคู่แข่งจากต่างชาติที่กำลังจับจองโอกาสในตลาดเหล่านี้เช่นเดียวกัน

กลุ่มผู้ซื้อ หรือลูกค้า

- 1) เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ ทำให้กำลังซื้อคงที่ ดังนั้นควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าจากนอกพื้นที่ หรือนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น
- 2) ลูกค้าชอบเดินชมสินค้าหน้าร้านและทำการซื้อขายทันที ดังนั้นสินค้าที่นำมาจำหน่ายจึงต้องมีบริบทด้านความแตกต่างและมีความเฉพาะ มีความหลากหลายในเชิงสังคม – วัฒนธรรม

กลุ่มผู้จัดหา หรือจัดซื้อ

- 1) ควรมีการรวมกลุ่มของคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย ซึ่งทำให้ระบบการค้าขายแดนมีประสิทธิภาพและทันสมัย
- 2) ควรร่วมมือมือกับผู้ประกอบการในการจัดหาสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อาทิ เช่น ข้าวสาร/อาหารแห้ง เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องดื่มอาหารกระป๋อง เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี เครื่องดื่มอาหารกระป๋อง
- 3) ควรมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง

หน่วยงานภาครัฐ

- 1) ภาครัฐควรสนับสนุน ในด้านการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย การร่วมมือระหว่างประเทศทั้งสองปราบปรามการค้าความไม่สงบฯ
- 2) การขยายฐานการผลิตเพิ่ม การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น
- 3) การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดน
- 4) การเร่งเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมง
- 5) การลดขั้นตอนการทำพิธีการทางศุลกากรให้ง่ายและเข้าใจกันทั้งผู้ให้บริการและใช้บริการ

ข้อเสนอแนะการค้าชายแดนระนอง

สำหรับผู้ประกอบการSME:

- 1) การฝึกทักษะด้านภาษาไทยให้ลูกจ้างแรงงานต่างชาติ เพื่อสามารถสื่อสารกัน ได้กับลูกค้าที่เป็นคนในพื้นที่
- 2) ผู้ประกอบการ SMEs ควรไปลงทุนตั้งฐานการผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกับพม่า ในด้านการแปรรูปสินค้าด้านเกษตร เนื่องจากมีวัตถุดิบและแรงงานซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่ำ

- 3) ผู้ประกอบการไทย จะต้องเตรียมพร้อมรับการขยายตัวของตลาดพม่าที่กำลังเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งด้านวิชาการบริหารจัดการ การตลาด ด้านเทคโนโลยีต่างๆ
- 4) เนื่องจากการค้าชายแดนไทยพม่าจะเสียเปรียบด้านราคาสินค้าที่สูงกว่าของจีน ดังนั้นผู้ประกอบการ SMEs ควรต้องบริหารต้นทุนสินค้าที่จัดจำหน่ายให้มีต้นทุนต่ำ
- 5) ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญด้านทำเลที่ใกล้ และสะดวก รวมทั้งจัดหาสินค้าให้ครบทุกประเภทในร้านค้า

กลุ่มผู้ซื้อ หรือลูกค้า

- 1) เนื่องจากกำลังซื้อของชาวพม่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เปิดกว้างมากขึ้น แต่พม่ายังไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคในประเทศได้อย่างเพียงพอ การนำเข้าจึงมีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค เพราะชาวพม่ามองว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง รูปลักษณ์สวยงามและทันสมัยและราคาต่ำกว่าท้องตลาด

กลุ่มผู้จัดหา หรือจัดซื้อ

- 1) ควรมีการรวมกลุ่มของคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายให้เหนียวแน่น ซึ่งจะทำให้ระบบการค้าชายแดนมีประสิทธิภาพและทันสมัย
- 2) ควรร่วมมือมือกับผู้ประกอบการในการจัดหาสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ อาทิ เช่น สินค้าอุปโภค-บริโภค ยา ผลิตภัณฑ์พลาสติก รวมถึงสินค้าวัสดุก่อสร้าง
- 3) ควรมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง
- 4) เนื่องจากโรงงานผู้ผลิตสินค้าซึ่งอยู่นอกพื้นที่ โดยอาศัยคนกลางรับสินค้านำมาอีกทอดหนึ่งจากโรงงาน ดังนั้นคนกลางควรจัดการและบริการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ได้ดีกว่าผู้ผลิต

หน่วยงานภาครัฐ

- 1) การปรับปรุงระบบศุลกากร การลดมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใน การปฏิรูปกฎหมายด้านการค้าและการลงทุนในประเทศกับพม่า
- 2) รัฐบาลเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดน
- 3) การขยายฐานการผลิตเพิ่มขึ้น และการขยายพื้นที่ค้าชายเพิ่มขึ้น
- 4) การเร่งสร้างเส้นทางเพิ่มขึ้นเพื่อเชื่อมการขนส่งสินค้าให้สะดวก รวดเร็ว
- 5) การขยายแหล่งเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ ส่งเสริมการลงทุน โดยการพิจารณาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อส่งเสริมการส่งออกบริเวณ ชายแดน และเสริมสภาพคล่องของธุรกิจระหว่างประเทศ
- 6) ไทยจะต้องยกฐานะจุดผ่อนปรนการค้าชายแดนให้เป็นจุดผ่านแดนถาวรมากยิ่งขึ้น
- 7) สิทธิประโยชน์ทางภาษี ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร
- 8) มาตรการสนับสนุนการใช้แรงงานต่างด้าว
- 9) การลดขั้นตอน พิธีการทางศุลกากรให้น้อยลง การให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ เพื่อให้บริการตรวจปล่อยสินค้านำเข้า/ส่งออก และการเข้าออกของแรงงานต่างด้าว ให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว

.....

บรรณานุกรม

กรมการค้าต่างประเทศ. (2555). สถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของประเทศไทย. สืบค้น 15

กันยายน 2557 จาก www.dft.moc.go.th

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2555). เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนอีกหนทางสู่เออีซีไทย. สืบค้น

12 สิงหาคม 2557 จาก <http://www.dtn.go.th>

ขวัญใจ เศษเสนสกุล. (กรกฎาคม 2556). Iskandar กระจกสะท้อนการพัฒนาของมาเลเซีย. ธนาคาร

เพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. สืบค้น 20 สิงหาคม 2557 จาก [http://www.](http://www.Exim.go.th)

[Exim.go.th](http://www.Exim.go.th)

ชนิด สุทธยาลัย.(2556). รายงานการค้าชายแดนไทยกับเพื่อนบ้าน 5 ประเทศ (มาเลเซีย พม่า จีนตอน

ใต้ ลาว และกัมพูชา). ธนาคารแห่งประเทศไทย สืบค้น 30 สิงหาคม 2557 จาก

<http://goldenworld-inter.com/index.php?option>

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์.(กันยายน 2558). คำชายแดนไทยบูม. สืบค้น 10 สิงหาคม 2557 จาก

<http://www.prachachat.net/news>

พลกฤษณ์ ไพรสานทวัฒน์กุล. (2556). ปัญหาและอุปสรรคการค้าชายแดนไทย-พม่า. คณะ

บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

โสมสิริ หมัดอะคัม. (พฤศจิกายน 2556). การค้าชายแดน ความสำคัญต่อเศรษฐกิจภาคใต้. ส่วน

เศรษฐกิจภาคธนาคารแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้ ธนาคารแห่งประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). ผลวิเคราะห์องค์ประกอบ 4

ด้าน (Diamond Analysis). สืบค้น 1 กันยายน 2557 จาก <http://cm.nesdb.go.th/cluster>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2556). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559). สืบค้น 18 กันยายน 2557 จาก <http://www.sme.go.th>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สิงหาคม 2555). การจัดการชายแดนในบริเวณที่เปลี่ยนแปลง

สืบค้น 20 สิงหาคม 2557 จาก <https://www.egov.go.th>

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (EIC Economic Intelligence Center). (2555). คำชายแดน... โอกาสใกล้

ตัวที่ไม่ควรมองข้าม” สืบค้น 13 สิงหาคม 2558 จาก <http://www.scbeic.com>

อาธิ ครูศากยวงศ์. (2545). การค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

คณะวิทยาการจัดการ

Howard Davies & Paul Ellis (2000), Porter's competitive advantage of nations: Time for the final

judgement, *Journal of Management Studies*, 37:1188-1213

Kenichi Ohmae (1985), *Triad Power: The Coming Shape of Global Competition*, New York: Free

Press

Michael E. Porter (1998), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press

Robert M. Grant (2005), *Contemporary Strategy Analysis*, Blackwell Publishing

ภาคผนวก ก

ภาพบรรยากาศการค้าชายแดน

ภาพการค้าชายแดนสงขลา





ภาพการค้าขายแดนระนอง





ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

สำหรับประชาชน

ภาคผนวก ข

กรมการปกครอง
และ วิทยาลัยการปกครอง



ชุดที่ 1 กลุ่มธุรกิจ SME

แบบสอบถาม

โอกาสและศักยภาพการค้าชายแดน

สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคใต้

สถานที่.....

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. อายุของท่าน 1) 20-25 ปี 2) 26-30 ปี 3) 31-35 ปี
3. การนับถือศาสนาของท่าน
 1) พุทธ 2) อิสลาม 3) คริสต์ 4) อื่นๆ
4. ระดับการศึกษาของท่านชั้นสูงสุด
 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา 3) อนุปริญญา
 4) ปริญญาตรี 5) สูงกว่าปริญญาตรี
5. ประเภทธุรกิจที่ดำเนินการ
 1) สินค้าอุปโภคบริโภค 2) เกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
 3) บริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง 4) ก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
 5) อะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง
6. ยอดจำหน่ายสินค้าของท่านประมาณเดือนละ.....
7. ท่านประกอบอาชีพดังกล่าวในข้อ 5 บริเวณชายแดนไทย เป็นระยะเวลา
 1) 1-2 ปี 2) 3-5 ปี 3) มากกว่า 5 ปีขึ้นไป
8. ภาษาที่ใช้ในการติดต่อค้าขายระหว่างชายแดนไทย (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)
 1) ไทย 2) มาเลเซีย 3) จีน
 4) อังกฤษ 5) พม่า

7. อัตราค่าขนส่งสินค้าบริเวณชายแดนไทยมีลักษณะ

- 1) แพงกว่าในประเทศของผู้ซื้อสินค้า 2) ถูกกว่าในประเทศของผู้ซื้อสินค้า
- 3) มีอัตราค่าขนส่งที่ใกล้เคียงกัน 4) ค่าขนส่งขึ้นลงไม่แน่นอน

8. สินค้าที่ซื้อขายกันบริเวณชายแดนไทยชำระค่าสินค้าด้วยเงินสกุลใด

- 1) เงินบาท 2) เงินริงกิต 3) เงินจ๊าต
- 4) เงินสกุลอื่นๆ โปรดระบุ.....

9. การชำระเงินซื้อขายสินค้าบริเวณชายแดนไทย

- 1) ชำระด้วยเงินสดโดยตรง 2) ชำระโดยผ่านระบบธนาคาร/สถาบันการเงิน
- 3) ชำระโดยเช็ค ครีฟ ตัว แลกเงิน 4) ชำระด้วยวิธีอื่นๆ.....

10. ธุรกิจที่ทำการค้าขายบริเวณชายแดนไทยใช้แหล่งเงินทุนจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เงินทุนของตัวเอง 2) ธนาคาร/สถาบันการเงิน 3) หุ้นส่วน/เพื่อน
- 4) การเล่นแชร์ 5) ญาติพี่น้อง 6) อื่นๆ.....

11. เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนอยู่ในธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทย มีการหมุนเวียนอยู่ในระดับใด

- 1) ระดับดี 2) ระดับปานกลาง 3) ระดับเล็กน้อย

12. ธุรกิจของท่านมีการใช้แรงงานหรือลูกจ้างจากแหล่งใด

- 1) ภายในพื้นที่ 2) แรงงานต่างถิ่นที่เป็นคนต่างด้าว
- 3) แรงงานต่างถิ่นแต่เป็นคนไทย

13. แรงงานหรือลูกจ้างในธุรกิจของท่าน จำเป็นต้องมีความรู้ด้านภาษาระดับไหน

- 1) ภาษาอังกฤษระดับ เขียน อ่าน พูด ได้ 2) ภาษาจีน ระดับ เขียน อ่าน พูด ได้
- 3) ภาษามลายูระดับ เขียน อ่าน พูด ได้ 4) ภาษาไทยอย่างเดียว

14. ในพื้นที่ตั้งธุรกิจของท่านความพร้อมด้านแหล่งน้ำอยู่ในระดับใด

- น้ำประปา 1) ดี 2) ปานกลาง 3) น้อย
- โทรศัพท์ 1) ดี 2) ปานกลาง 3) น้อย
- การขนส่ง (ถนน) 1) ดี 2) ปานกลาง 3) น้อย

15. ลักษณะการค้าขายสินค้าบริเวณชายแดนไทย มีรูปแบบอย่างไร

- 1) นัดพบตามตลาดนัดทุกวัน 2) นัดพบตามตลาดสัปดาห์ละครั้ง
- 3) ซื้อขายโดยมีสถานที่ตั้งซื้อขายแน่นอน เช่น ปลุกดีกอาคารพาณิชย์ บ้านเรือน

16. บุคคลที่ซื้อสินค้าบริเวณชายแดนไทย ส่วนใหญ่เป็นบุคคลมาจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ชาวพื้นเมืองในท้องถิ่น 2) ชาวพื้นเมืองต่างพื้นที่
- 3) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ 4) นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

17. การซื้อสินค้าบริเวณชายแดนไทย ในปัจจุบันมีแนวโน้ม

- 1) ซื้อขายสินค้ามากขึ้น 2) ซื้อขายสินค้าน้อยลง
- 3) ซื้อขายเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง 4) ไม่แน่ใจ

18. สินค้าที่มีการซื้อขายบริเวณชายแดนไทย มีลักษณะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เหมือนกับสินค้าทั่วไปในท้องตลาด 2) เป็นสินค้าลักลอบหนีภาษี

19. การค้าขายสินค้าบริเวณชายแดนไทยมีลักษณะ

- 1) ซื้อขายโดยตรงไม่ผ่านนายหน้า 2) ซื้อขายโดยผ่านนายหน้า

20. สินค้าที่ทำการค้าขายบริเวณชายแดนไทยมีลักษณะ

- 1) ทำการผลิตเองขายเอง 2) รับมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง 3) ไม่แน่ใจ

21. สินค้าที่ค้าขายกันบริเวณชายแดนไทย มีลักษณะ

- 1) สะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน 2) ไม่ค่อยได้มาตรฐาน 3) ไม่แน่ใจ

22. ท่านรับซื้อสินค้าจากใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ 2) พ่อค้าคนกลางจากภายนอกพื้นที่

23. สินค้าที่ทำการซื้อขายบริเวณชายแดนไทย ปัจจุบันเป็นสินค้าจากประเทศใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ไทย 2) มาเลเซีย 3) สิงคโปร์
- 4) พม่า 5) จีน 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

24. ราคาสินค้าที่ทำการซื้อขายบริเวณชายแดนไทยมีลักษณะ

- 1) ราคาแพงกว่าท้องตลาด 2) ต่ำกว่าท้องตลาด
- 3) ราคาเท่ากับในท้องตลาด 4) ขึ้นลงไม่แน่นอน

25. การคิดป้ายบอกราคาสินค้าบริเวณชายแดนไทยมีลักษณะ

- 1) คิดป้ายบอกราคาสินค้าให้เห็นชัดเจน 2) มีติดป้ายบอกบ้าง ไม่มีป้ายติดราคาบ้าง
- 3) ไม่มีการติดป้ายบอกราคาสินค้า

26. สินค้าที่ทำการค้าขายบริเวณชายแดนไทย ส่วนใหญ่มีลักษณะ

- 1) ทำการค้าขายกันตลอดเวลา 2) ทำการค้าขายเป็นช่วง
- 3) ไม่แน่ใจ

27. ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านสภาพแข่งขันเป็นลักษณะอย่างไร

- 1) การแข่งขันกับคู่ค้าภายในค่อนข้างหนาแน่น
- 2) การแข่งขันกับคู่ค้าชายแดนประเทศเพื่อนบ้านค่อนข้างหนาแน่น
- 3) การแข่งขัน ไม่ค่อยมาก
- 4) ไม่มีการแข่งขัน

28. ถ้ามีการแข่งขันจะเป็นการแข่งขันในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ด้านราคาของสินค้า
- 2) ด้านคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ
- 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การมีของแถม ของแถม เป็นต้น
- 4) ด้านทำเลที่ใกล้ไกล และสะดวกไม่เท่ากัน

29. ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐบาลมีการส่งเสริมและสนับสนุนการค้าบริเวณชายแดนไทยมากน้อยเพียงใด

- 1) ส่งเสริมอยู่ในระดับดี 2) ส่งเสริมอยู่ในระดับปานกลาง
- 3) ส่งเสริมอยู่ในระดับเล็กน้อย 4) ไม่ได้ทำการส่งเสริมแต่ประการใด

30. ที่ผ่านมามีหน่วยงานภาครัฐบาลและผู้ประกอบการธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทย อยู่ในระดับใด

- 1) ระดับดี 2) ปานกลาง 3) เล็กน้อย 4) ไม่มี

31. ท่านต้องการให้รัฐเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทยในอนาคตอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) การขยายฐานการผลิตเพิ่ม 2) การขยายเงินทุน/หลักทรัพย์
- 3) การขยายด่านศุลกากรเพิ่ม 4) การลดขั้นตอนพิธีทางศุลกากรให้น้อยลง
- 5) การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย 6) การขยายพื้นที่ค้าขายเพิ่มขึ้น
- 7) การขยายพื้นที่ขนถ่ายสินค้าชายแดน 8) การเร่งเจรจาเปิดด่านเป็น 24 ชั่วโมง
- 9) การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การค้าชายแดน
- 10) การร่วมมือกันลดภาษีการค้าระหว่างกัน
- 11) การเจรจาอนุญาตให้รถยนต์บรรทุกของไทยและมาเลเซียขนถ่ายสินค้าเข้าออกประเทศทั้งสองได้อย่างสะดวกไม่จำกัดโควต้า
- 12) การเจรจาอนุญาตนำเข้าผักสด ข้าวเนื้อสัตว์ เครื่องใช้อุปโภค บริโภค เข้าออกระหว่างประเทศทั้งสองได้อย่างสะดวกไม่จำกัดโควต้า
- 13) การร่วมมือกันระหว่างประเทศทั้งสองปราบปรามการค้าความไม่สงบในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน และนักธุรกิจในพื้นที่ชายแดนให้ลดน้อยลงและหมดไป
- 14) การเร่งสร้างทางเพิ่มขึ้นเชื่อมสู่ประเทศทั้งสองให้เกิดความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดน
- 15) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....



ชุดที่ 2 กลุ่มลูกค้า/ผู้ซื้อ

แบบสอบถาม

เรื่อง โอกาสและศักยภาพการค้าขายชายแดน
สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคใต้
สถานที่.....

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1) ชาย หญิง
2. อายุของท่าน 1) 20-25 ปี 2) 26-30 ปี 3) 31-35 ปี
 4) 36-40 ปี 5) 41-45 ปี 6) มากกว่า 45 ปีขึ้นไป
3. การนับถือศาสนาของท่าน
 1) พุทธ 2) อิสลาม 3) คริสต์ 4) อื่นๆ
4. ระดับการศึกษาของท่านชั้นสูงสุด
 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา 3) อนุปริญญา
 4)ปริญญาตรี 5) สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพของท่านในปัจจุบัน
 1) ค้าขาย/ผู้ประกอบการ 2) พนักงานบริษัทเอกชน 3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 4) เกษตรกรรม 5) รับจ้างทั่วไป 6) อื่นๆ ระบุ.....
6. รายได้ของท่านต่อเดือน
 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000-20,000 บาท
 3) 20,001-30,000 บาท 4) มากกว่า 30,000บาท
7. สถานะของท่านในปัจจุบัน
 1) เป็นชาวพื้นเมืองในท้องถิ่น 2) เป็นชาวพื้นเมืองต่างถิ่น
 3) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ 4) นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 สภาพลักษณะการค้าขายแดนและการเตรียมความพร้อมรองรับการพัฒนาธุรกิจการค้าขายแดนไทย

1. สภาพการค้าบริเวณชายแดนไทยในปัจจุบันท่านคิดว่าอยู่ในระดับใด

- 1) ระดับดี 2) ระดับปานกลาง 3) ไม่ดี

2. ร้านค้าที่ท่านเลือกซื้อจะเป็นลักษณะอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ร้านที่มีสินค้าครบทุกประเภท 2) ร้านค้าที่มีป้ายบอกราคาชัดเจน
 3) ร้านค้าที่อยู่ในทำเลที่เข้า-ออกสะดวก 4) ร้านค้าที่มีรายการส่งเสริมการตลาด
 5) ร้านค้าที่มีความสะดวกในการชำระเงิน ซึ่งอาจจะเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต

3. ทำเส้นทางมาซื้อสินค้าชายแดนบ่อยขนาดไหน

- 1) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง 2) เดือนละครั้ง
 3) 2-3 เดือน/ครั้ง 4) ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

4. การจ่ายชำระค่าสินค้า/บริการ ของท่าน ท่านนิยมจ่ายชำระแบบใด

- 1) เงินสด เพราะ.....
 2) บัตรเครดิต เพราะ.....

5. สินค้าชายแดนที่ท่านมีความประสงค์จะซื้อหรือใช้บริการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เครื่องใช้ในครัวเรือน 2) เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/อัญมณี 3) ข้าวสาร/อาหารแห้ง
 4) ขนมขบเคี้ยว/ผลไม้แปรรูป/ผักสด 5) เครื่องดื่ม/อาหารกระป๋อง 6) อุปกรณ์ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์
 7) อุปกรณ์การเกษตร/ประมง 8) ชิ้นส่วนยานยนต์มือสอง/อุปกรณ์อะไหล่ยนต์
 9) วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง/เครื่องจักร 10) เครื่องมือช่างก่อสร้าง 11) ร้านซ่อมยานยนต์
 12) ท่องเที่ยว/บริการ 13) สปา/ร้านเสริมสวย 14) ร้านอาหาร/สถานบันเทิงต่างๆ
 5) โรงแรม/อพาร์ทเมนท์ 16) ผลิตภัณฑ์ไม้ดอก-ไม้ประดับ/พืช

6. เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อสินค้าชายแดนไทย จากข้อ 2

- 1) ราคาต่ำกว่าท้องตลาด 2) คุณภาพของสินค้าดีกว่าในท้องตลาด
 3) หาซื้อได้สะดวกกว่า 4) มีสินค้าหลากหลายทั้งรุ่นและขนาดให้เลือกได้มากกว่า

7. การใช้จ่ายในการซื้อสินค้า/บริการ คิดเป็นมูลค่าต่อครั้งประมาณเท่าใด

- 1) 500 – 1,000 บาท/ครั้ง 2) 1,000 – 5,000 บาท/ครั้ง
 3) 5,001 – 10,000 บาท/ครั้ง 4) มากกว่า 10,000 บาท/ครั้ง

8. ท่านซื้อสินค้าโดยวิธีใด

- 1) ซื้อโดยตรงจากร้านค้าด้วยตนเอง 2) ซื้อโดยผ่านคนกลาง (นายหน้า มัคคุเทศน์)



ชุดที่ 3 กลุ่มคนกลางหรือนายหน้า

แบบสอบถาม

เรื่อง โอกาสและศักยภาพการค้าชายชายแดน
สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคใต้

สถานที่.....

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. อายุของท่าน 1) 20-25 ปี 2) 26-30 ปี 3) 31-35 ปี
 4) 36-40 ปี 5) 41-45 ปี 6) มากกว่า 45ปีขึ้นไป
3. การนับถือศาสนาของท่าน
 1) พุทธ 2) อิสลาม 3) คริสต์ 4) อื่นๆ
4. ระดับการศึกษาของท่านชั้นสูงสุด
 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา 3) อนุปริญญา
 4) ปริญญาตรี 5) สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน
 1) ค้าขาย/ผู้ประกอบการ 2) พนักงานบริษัทเอกชน
 3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4) เกษตรกรรม
 5) รับจ้างทั่วไป 6) นายหน้าหรือคนกลาง
6. รายได้ของท่านต่อเดือน
 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) 15,001-30,000 บาท
 3) 30,001-50,000 บาท 4) มากกว่า 50,000บาท

ส่วนที่ 2 สภาพลักษณะการค้าชายแดนและการเตรียมความพร้อมรองรับการพัฒนาธุรกิจการค้าชายแดนไทย

1. สถานการณ์ค้าขายบริเวณชายแดนไทย ในขณะนี้ท่านคิดว่าอยู่ในระดับใด
 1) ระดับดี 2) ระดับปานกลาง 3) ไม่ดี
2. ประเภทธุรกิจที่ท่านดำเนินการ
 1) สินค้าอุปโภคบริโภค 2) เกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร
 3) บริการการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง 4) ก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
 5) ะไหล่ยานยนต์และการซ่อมบำรุง



ชุดที่ 4 หน่วยงานราชการ

แบบสอบถาม

โอกาสและศักยภาพการค้าชายแดน

สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้

สถานที่.....

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. หน่วยงานของท่าน.....
2. ตำแหน่งของท่าน.....
3. ระยะเวลาในการทำงาน.....ปี

ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดนไทย

4. เหตุใดการส่งออกสินค้าของประเทศไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้าน จึงมีอุปสรรคมากมายไม่เหมือนกับประเทศเพื่อนบ้านที่สามารถนำสินค้าเข้าสู่ประเทศไทยได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

- 1).....
- 2).....
- 3).....

5. เหตุใดเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทย จึงไม่ทำสถานีตรวจปล่อยสินค้าบริเวณชายแดนร่วมกัน

- 1).....
- 2).....
- 3).....

6. สภาพการค้าชายแดนไทยในปัจจุบันมีลักษณะอย่างไร

- 1).....
- 2).....
- 3).....

7. เหตุใดรัฐบาลของทั้งสองประเทศจึงไม่ตกลงเปิดด่านถาวร 24 ชั่วโมง เพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางการค้าชายแดนสู่ประเทศทั้งสอง

- 1).....
-
- 2).....
-
- 3).....
-

8. สาเหตุใดที่ทำให้ผู้ประกอบการค้าของไทยจึงไม่ส่งสินค้าของประเทศไทย เกี่ยวกับสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคออกและสินค้าประเภทอื่นๆ ไปจำหน่ายแก่ประเทศเพื่อนบ้านให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

- 1).....
-
- 2).....
-
- 3).....
-

9.เหตุใดผู้ประกอบการธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทยจึงขาดการพัฒนาธุรกิจการค้าที่ตนเองดำเนินการอยู่ให้มีความเจริญก้าวหน้า

- 1).....
-
- 2).....
-
- 3).....
-

10.เหตุใดการเดินทางจากประเทศไทยเข้าสู่ประเทศเพื่อนบ้าน จึงมีความลำบาก และหลายขั้นตอนมากทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการค้าของประเทศทั้งสอง

- 1).....
-
- 2).....
-
- 3).....
-

11. ที่ผ่านมามีการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ เกี่ยวกับธุรกิจการค้าชายแดน ไทย อย่างไรบ้าง

- 1).....
-
- 2).....
-
- 3).....
-

12. ปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดจากการค้าชายแดนไทยมีดังนี้

- 1).....
-
- 2).....
-
- 3).....
-

13. แนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรค และส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดนไทย มีดังนี้

- 1).....
-
- 2).....
-
- 3).....
-