

เทคโนโลยี สื่อและ
โทรคมนาคม

มุมมองอุตสาหกรรม

ผลกระทบจากความตึงเครียดทาง
การค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนต่อ
ภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สื่อ
และโทรคมนาคม

(This page is left blank intentionally)

บทสรุปผู้บริหาร



เทคโนโลยี สื่อและ
โทรคมนาคม

ในปีที่ผ่านมา จีนและสหรัฐอเมริกา (สหรัฐฯ) ต่างกำหนดกำแพงภาษีสำหรับสินค้ามูลค่านับพันล้านเหรียญเนื่องจากความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสองฝ่ายที่ทวีความรุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกได้ นับตั้งแต่เดือนสิงหาคม ปี 2561 รัฐบาลสหรัฐฯ ได้ประกาศการกำหนดกำแพงภาษีสำหรับสินค้าของจีนมูลค่า 550,000 ล้านดอลลาร์ โดยจีนได้ทำการตอบโต้ด้วยการกำหนดกำแพงภาษีสำหรับสินค้าหลายประเภทของสหรัฐฯ มูลค่า 110,000 ล้านดอลลาร์เช่นกัน

ภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม เป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักทางด้านกำแพงภาษีของสหรัฐฯ กำแพงภาษีที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและอุปกรณ์เป็นหัวข้อสำคัญที่ถูกหยิบยกขึ้นทุกครั้งที่รัฐบาลสหรัฐฯ มีการประกาศมาตรการต่างๆ ออกมา โดยในการประกาศครั้งล่าสุดจะเห็นถึงผลกระทบมากที่สุด จากตาราง (อ้างถึงภาคผนวก) จะเห็นได้ว่ารอบสุดท้ายมีการกำหนดกำแพงภาษีที่อัตรา 15% สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีที่มีขนาดใหญ่ที่สุด โดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 300,000 ล้านดอลลาร์ มาตรการทางภาษีดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสินค้าสำเร็จรูป เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (PCs) และโทรศัพท์ที่ส่งออกจากจีนไปยังสหรัฐฯ มูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคมปี 2561 เกือบเท่ากับ 115,000 ล้านดอลลาร์

จากความท้าทายที่เพิ่มสูงขึ้นซึ่งภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม กำลังเผชิญอยู่ในขณะที่ความตึงเครียดทางการค้ายังคงดำเนินต่อไป รายงานของเราจึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลกระทบจากความตึงเครียดทางการค้าต่อห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาคนี้ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การวิเคราะห์อย่างครอบคลุมโดยอาศัยหลักฐานเชิงประจักษ์และตัวอย่างเรื่องเล่า (ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม) ทำให้เราสามารถระบุผู้ประกอบการหลักที่ได้รับผลกระทบ ตลอดจนพิสูจน์ความถูกต้องของสมมติฐานเกี่ยวกับผลกระทบที่เป็นไปได้ของกำแพงภาษี

จากการตรวจสอบช่องทางการกระจายสินค้า พบว่าผู้ผลิตอุปกรณ์ตามแบบฐาน (OEMs) จะต้องแบกรับต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกำแพงภาษีที่กำหนดใช้กับสินค้าที่ผลิตในจีน ผลกระทบที่เริ่มขึ้นนี้จะทำให้ผู้ให้บริการด้านการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (EMS) ต้องเผชิญกับแรงกดดันที่จะต้องปรับเพิ่มกำลังการผลิตในตลาดทางเลือกอื่นแทนโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อกระจายความเสี่ยง อย่างไรก็ตามจีนยังคงเป็นศูนย์กลางการผลิตหลักต่อไปในอนาคตอันใกล้ ในขณะที่มีความเป็นไปได้ที่จะกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในระยะยาว

ช่วงเวลาแห่งความไม่แน่นอนดังกล่าวจะกลายเป็นสิ่งที่ทำลายสำหรับผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีในภูมิภาค ในขณะที่ความตึงเครียดทางการค้าในปัจจุบันยังคงดำเนินต่อไป สภาวะการณ์ใหม่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าเทคโนโลยี นั่นคือ ผู้ประกอบการไม่เพียงแต่จะต้องหาจุดสมดุลระหว่างกำไรและประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังคงต้องกระจายความเสี่ยงอีกด้วย

**จีนยังคงเป็น
ศูนย์กลางการ
ผลิตหลักต่อไป**

ยูโอบีนำเสนอบริการสำหรับธุรกิจเพื่อการขยายกิจการในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นของภูมิภาค สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการของยูโอบี โปรดติดต่อเราได้ทีอีเมล industry-insights@UOBgroup.com

ตุลาคม 2562

Content

03 Executive Summary

04 Our Key Findings

- I. OEMs from US will face a larger impact as compared to the non-US brands
- II. OEMs will bear the cost of tariffs
- III. Cost of tariffs unlikely to be passed on to consumers
- IV. While EMS players face the demand to ramp up capacity in Southeast Asia, most of them are not setting up new factories yet
- V. Players are not able to avoid tariffs using re-exports
- VI. China will still remain as the key manufacturing hub
- VII. Opportunities for Southeast Asia to benefit in the long-term
- VIII. Southeast Asia will be a hub that can support the US market
- IX. Within Southeast Asia, Indonesia, Malaysia, Thailand and Vietnam have the higher potential

Sector:
Technology,
Media &
Telecommunications

**Impact of the
US-China
trade tensions
on the TMT
sector**

05 Foreign Direct Investment Incentives



สารบัญ

03

บทสรุปผู้บริหาร

04

ข้อค้นพบที่สำคัญ

- I. ผู้ผลิตอุปกรณ์ตามแบบฐาน (OEMs) ของสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบมากกว่าแบรนด์ชาติอื่น
- II. ผู้ประกอบการ OEMs จะเป็นผู้รับผิดชอบต้นทุนค่าแพงภาษี
- III. ต้นทุนค่าแพงภาษีไม่น่าจะถูกผลักไปยังผู้บริโภค
- IV. แม้ว่าผู้ประกอบการ EMS กำลังเผชิญกับความต้องการปรับเพิ่มกำลังการผลิตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตั้งโรงงานขึ้นใหม่ในขณะนี้
- V. ผู้ประกอบการมีอาจหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าแพงภาษีด้วยการส่งกลับออกไปใหม่ (re-exports) ได้
- VI. จีนยังคงเป็นศูนย์กลางการผลิตหลักต่อไป
- VII. โอกาสสำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่จะได้ประโยชน์ในระยะยาว
- VIII. ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะกลายเป็นศูนย์กลางที่ช่วยสนับสนุนตลาดสหรัฐฯ
- IX. ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทยและเวียดนาม เป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าประเทศอื่น

อุตสาหกรรม:
เทคโนโลยี สื่อ
& โทรคมนาคม

ผลกระทบจากความตึง
เครียดทางการค้า
ระหว่างสหรัฐฯ และจีน
ต่อภาคอุตสาหกรรม
เทคโนโลยี สื่อและ
โทรคมนาคม

05

มาตรการจูงใจสำหรับการลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศ



ข้อค้นพบที่สำคัญ

จากการวิเคราะห์โดยวิธีวิจัยเชิงประจักษ์ เราได้ศึกษาบทความและรายงานต่างๆ เกี่ยวกับหัวข้อเรื่องนี้อย่างละเอียดและสามารถตั้งข้อสมมติฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับผลกระทบที่เป็นไปได้ดังนี้



สมมติฐานเบื้องต้น

- ผู้ประกอบการภาคเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม กำลังพิจารณาย้ายห่วงโซ่อุปทานออกจากจีน และการเปลี่ยนแปลงนี้กำลังทวีความเร็วขึ้น
- มีการกระจายต้นทุนไปยังผู้ประกอบการต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่า
- กลุ่มการผลิตระดับล่าง (low-end manufacturing spectrum) ในห่วงโซ่คุณค่ากำลังเปลี่ยนแปลงไป
- ผู้บริโภคจะต้องจ่ายต้นทุนค่าแพงภาษีบางส่วน

หลังจากนั้น เราได้หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องนี้ ทำการวิเคราะห์เชิงลึกจากข้อมูลการส่งออกเชิงประจักษ์ที่มีการตีพิมพ์และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายสำคัญของอุตสาหกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากพื้นฐานของเรื่องนี้

จากการดำเนินการดังกล่าว เราได้ปรับปรุงการวิเคราะห์และข้อค้นพบในหัวข้อที่เกี่ยวข้องให้เป็นปัจจุบัน โดยสรุปได้ดังนี้

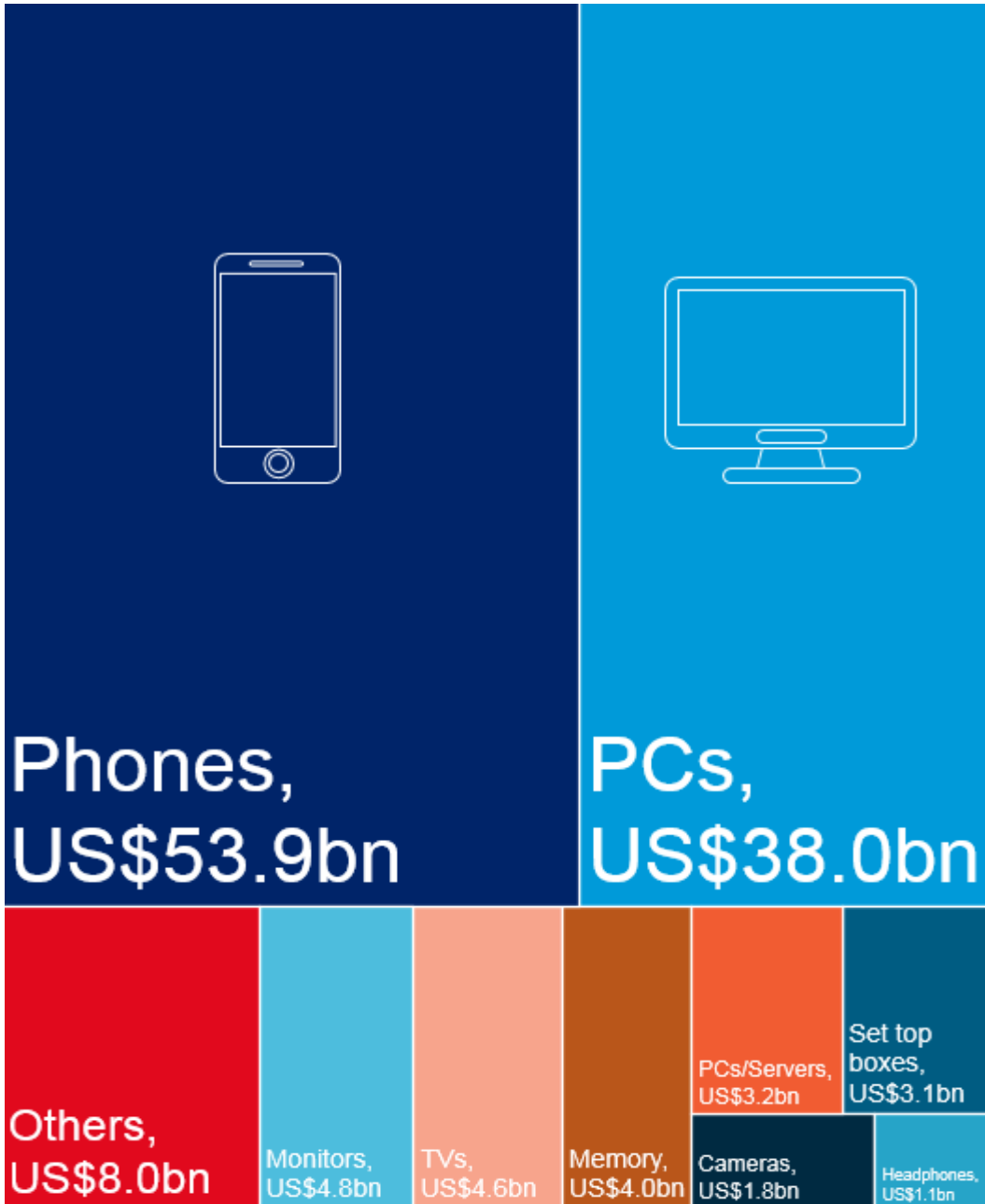


ข้อค้นพบที่ปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน

- แม้ว่าผู้ให้บริการด้านการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (EMS) กำลังเผชิญกับความต้องการปรับเพิ่มกำลังการผลิตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่พวกเขาไม่ได้ตั้งโรงงานขึ้นใหม่ในขณะนี้
- ผู้ผลิตอุปกรณ์ตามแบบฐาน (OEMs) จะเป็นผู้รับผิดชอบต้นทุนค่าแพงภาษี
- จีนยังคงเป็นศูนย์กลางการผลิตหลักต่อไป
- ต้นทุนค่าแพงภาษีไม่น่าจะถูกผลักไปยังผู้บริโภค
- ผู้ประกอบการ OEMs ภายใต้แบรนด์ของสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบมากกว่าแบรนด์ที่ไม่ใช่ของสหรัฐฯ
- ผู้ประกอบการไม่สามารถหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าแพงภาษีด้วยการส่งกลับออกไปใหม่ (re-exports)
- โอกาสสำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่จะได้ประโยชน์ในระยะยาว
- ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะกลายเป็นศูนย์กลางที่ช่วยสนับสนุนตลาดสหรัฐฯ
- ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทยและเวียดนาม เป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าประเทศอื่น

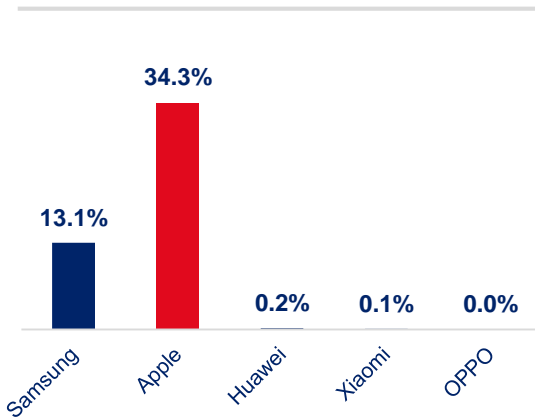
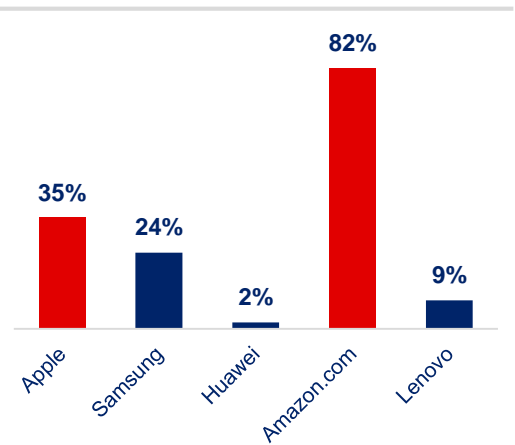
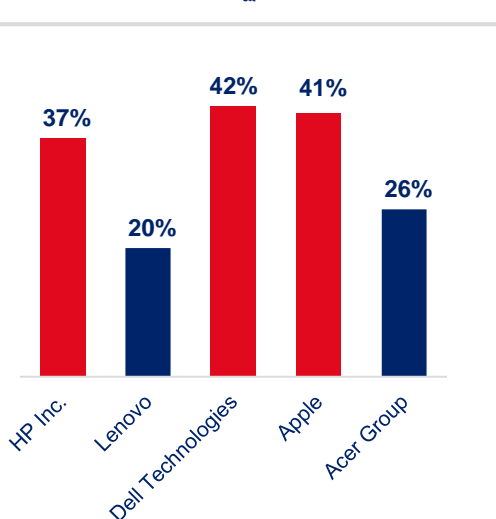
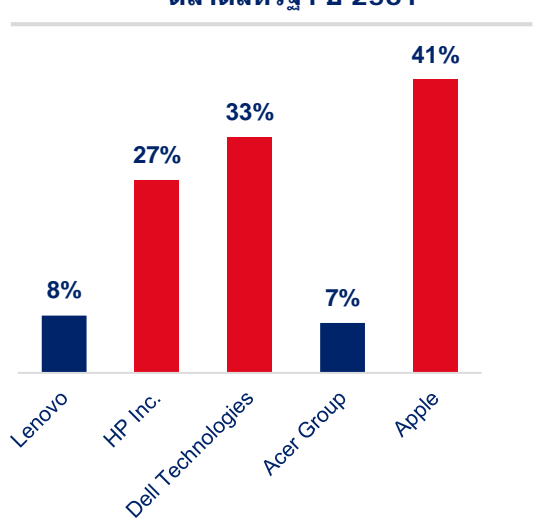
I. ผู้ผลิตอุปกรณ์ตามแบบฐาน (OEMs) ภายใต้แบรนด์ของสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบมากกว่าแบรนด์ชาติอื่น

ตารางด้านล่างแสดงถึงผลิตภัณฑ์สำคัญที่ได้รับผลกระทบจากการกำหนดแพงภาษีสำหรับสินค้าจำนวน 300,000 ล้านดอลลาร์ ตัวเลขเหล่านี้เป็นไปตามข้อมูลการส่งออกของภาคเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคมของจีนไปยังสหรัฐฯ ในปี 2561 ซึ่งหมายความว่า กำแพงภาษีอัตรา 15% ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2562 จะมีผลกระทบกับโทรศัพท์มูลค่า 53,900 ล้านดอลลาร์ และคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมูลค่า 38,000 ล้านดอลลาร์ ที่ส่งออกจากจีนไปยังสหรัฐฯ



ที่มา: การวิเคราะห์ของยูโอบี; ข้อมูลจากแผนที่การค้า (Trade Map)

จากการวิเคราะห์ของเรา (อ้างอิงตารางด้านล่าง) กำแพงภาษีรอบใหม่นี้จะส่งผลกระทบต่อแบรนด์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและสมาร์ทโฟนของสหรัฐฯ มากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น เช่น ผู้ประกอบการจีน โดยแบรนด์สหรัฐฯ (อ้างอิงรูปแท่งสีแดงด้านล่าง) มีส่วนแบ่งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากที่สุดในสหรัฐฯ และผลิตภัณฑ์ของพวกเขาส่วนใหญ่ผลิตในจีน ผลที่ตามมาคือแบรนด์สหรัฐฯ เหล่านี้มีความเป็นไปได้ที่จะต้องจ่ายค่ากำแพงภาษีในอัตรา 15% สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ขายในตลาดของตนเองหลังจากวันที่ 15 ธันวาคม 2562

ผู้ขายสมาร์ทโฟนมูลค่าสูงสุดในตลาดสหรัฐฯ ปี 2561

ผู้ขายแท็บเล็ตมูลค่าสูงสุดในตลาดสหรัฐฯ ปี 2561

ผู้ขายโน้ตบุ๊กมูลค่าสูงสุดในตลาดสหรัฐฯ ปี 2561

ผู้ขายเดสก์ท็อปมูลค่าสูงสุดในตลาดสหรัฐฯ ปี 2561


ที่มา: การติดตามสถานะอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลรายไตรมาสทั่วโลกของไอดีซี (IDC Worldwide Quarterly PCD Tracker) สิงหาคม 2562

บริษัทแอปเปิลเป็นผู้ประกอบการสมาร์ทโฟนอันดับหนึ่งในตลาดสหรัฐฯ ซึ่งโทรศัพท์จำนวนมากผลิตในจีนโดยบริษัทฟ็อกซ์คอนน์ จากการกำหนดกำแพงภาษีรอบล่าสุดทำให้แอปเปิลมีแนวโน้มที่จะต้องจ่ายค่ากำแพงภาษีในอัตรา 15% สำหรับโทรศัพท์และอุปกรณ์ที่ซื้อจากฟ็อกซ์คอนน์ในจีน กำแพงภาษีนี้อาจทำให้อัตรากำไรของแบรนด์ลดลง เว้นแต่จะมีมาตรการในการผลัดภาระต้นทุนไปยังลูกค้าหรือซัพพลายเออร์ อย่างไรก็ตาม จากความเข้าใจของเรา ดูเหมือนว่าเจ้าของแบรนด์มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้รับผิดชอบต้นทุนกำแพงภาษีดังกล่าว ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับเหตุผลสนับสนุนความเข้าใจนี้ปรากฏอยู่ในส่วนต่อไปของรายงานฉบับนี้

II. ผู้ประกอบการ OEMs จะเป็นผู้รับผิดชอบต้นทุนกำแพงภาษี

OEMs คือเจ้าของแบรนด์และมีอัตรากำไรขั้นต้นมากกว่าผู้ประกอบการ EMS โดยผู้ให้บริการ EMS ได้แก่ บริษัทเจ้าของโรงงานที่ผลิตสินค้าให้แก่ OEMs เหล่านี้

จากการสนทนากับผู้ประกอบการ EMS บางรายในเอเชีย เราเข้าใจว่าพวกเขาไม่มีแนวโน้มที่จะรับผิดชอบต้นทุนกำแพงภาษีเอง เนื่องด้วยอัตรากำไรที่ไม่เพียงพอที่จะแบกรับต้นทุนดังกล่าว นอกจากนี้ พวกเขายังกล่าวว่าได้หารือเรื่องนี้กับลูกค้า OEM และตกลงร่วมกันว่า OEM จะเป็นผู้จ่ายค่ากำแพงภาษีที่อาจเกิดขึ้น เราคาดว่าข้อตกลงดังกล่าวจะยังคงดำเนินต่อไปในอนาคตอันใกล้ อย่างน้อยจนกระทั่งกลางปีหรือปลายปี 2563

ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการ OEMs กำลังพิจารณาทางเลือกอื่น ๆ เพื่อลดผลกระทบจากต้นทุนกำแพงภาษีต่อสินค้าของพวกเขาโดยเฉพาะอุปกรณ์และเครื่องมืออุปกรณ์บริโภคที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำ เราเข้าใจว่าผู้ประกอบการดังกล่าวได้ขอให้ผู้ให้บริการ EMS ของพวกเขาปรับเพิ่มการผลิตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เท่าที่จะเป็นไปได้เพื่อลดโอกาสที่จะต้องจ่ายต้นทุนกำแพงภาษี ยกตัวอย่างเช่น บริษัทแอปเปิลได้ขอให้ซัพพลายเออร์รายใหญ่ประเมินผลกระทบทางด้านต้นทุนจากการย้ายฐานการผลิต 15% - 30% จากจีนไปยังประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

**ผู้ประกอบการ
OEMs ขอให้ผู้
ให้บริการ EMS
ปรับเพิ่มการผลิต
ในเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้**



III. ต้นทุนกำแพงภาษีไม่น่าจะถูกผลักไปยังผู้บริโภค

ในขณะนี้ ยังไม่เห็นการผลักราคาต้นทุนกำแพงภาษีไปยังผู้บริโภค ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจทำให้ความมั่นใจของผู้บริโภคลดลงและผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายรอบระยะเวลาการถือครองและเปลี่ยนเครื่องใหม่ (replacement cycle) ยาวนานขึ้นเนื่องจากอุปกรณ์รุ่นใหม่มักมีการปรับเปลี่ยนเพียงเล็กน้อยจากรุ่นก่อนหน้า แทนที่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกโฉม หากผู้ประกอบการ OEMs ต้องการปรับเพิ่มราคาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการอุปโภคบริโภค ความต้องการใช้จ่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์จะมีแนวโน้มลดลงและการขายผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะชะลอตัวลงไปอีก

การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เมื่อไม่นานมานี้ แสดงให้เห็นว่า แม้กระทั่งเจ้าของแบรนด์ที่ใหญ่ที่สุดก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ แอปเปิ้ลไม่ได้ปรับเพิ่มราคาสินค้า iPhone 11 series ตัวใหม่ แต่กลับตัดสินใจปรับลดราคามือถือรุ่นล่าสุดเพื่อดึงดูดผู้ซื้อมากขึ้น แอปเปิ้ลเปิดตัว iPhone 11 เมื่อเดือนกันยายน 2562 โดยมีราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 700 เหรียญ เมื่อเทียบกับรุ่นที่ใกล้เคียงกันซึ่งมีราคาเปิดตัวอยู่ที่ 750 เหรียญเมื่อหนึ่งปีก่อนหน้า การที่แอปเปิ้ลลดราคาสินค้าถือเป็นเรื่องที่แทบไม่เคยเกิดขึ้นเนื่องจากบริษัทปรับเพิ่มราคาโดยตลอดทุกปี แม้บริษัทจะปรับลดราคาให้แก่ผู้บริโภคเพื่อดึงดูดลูกค้าให้อัปเกรดเครื่องใหม่ก็ตาม แต่ก็ไม่น่าจะเป็นไปได้ที่บริษัทจะขึ้นราคาสินค้าเมื่อมาตรการกำแพงภาษีมีผลบังคับใช้

เจ้าของแบรนด์ต่างกังวลมากขึ้นเกี่ยวกับความสามารถในการซื้ออุปกรณ์ใหม่ของผู้บริโภคและกำลังดำเนินการต่างๆ เพื่อนำเสนออุปกรณ์ที่ดึงดูดใจและอยู่ในราคาที่สามารถหาซื้อได้เพื่อกระตุ้นยอดขาย ดังนั้น จึงไม่น่าเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการ OEMs เหล่านี้จะผลักราคาต้นทุนกำแพงภาษีไปยังผู้บริโภคไม่ว่าจะบางส่วนหรือทั้งหมดก็ตาม เนื่องจากการกระทำดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถเอื้อมถึงอุปกรณ์เหล่านี้ได้

IV. แม้ว่าผู้ประกอบการ EMS กำลังเผชิญกับความต้องการปรับเพิ่มกำลังการผลิตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตั้งโรงงานขึ้นใหม่ในขณะนี้

ความต้องการของผู้ประกอบการ OEM ให้ปรับเพิ่มการผลิตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ผู้ประกอบการ EMS ต้องเผชิญกับแรงกดดันที่จะต้องเร่งเพิ่มกำลังการผลิตในภูมิภาค

ก่อนหน้าที่จะเกิดความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ผู้ผลิตหลายรายได้เปลี่ยนฐานการผลิตภายในจีนแผ่นดินใหญ่ อันเนื่องมาจากต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น และได้พิจารณาย้ายลงไต้หวันไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม มาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานในปัจจุบันที่ไม่เพียงพอ ทำให้ไม่สามารถย้ายฐานการผลิตลงไต้หวันได้อย่างเต็มที่

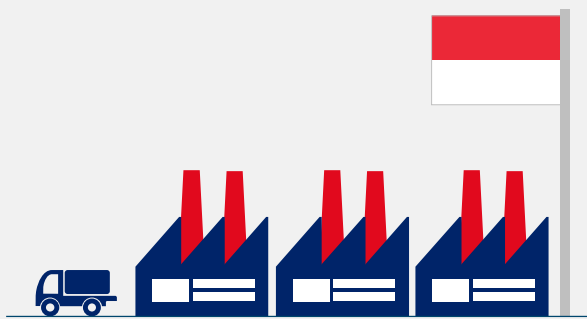


ผู้ประกอบการ EMS กำลังเผชิญกับความต้องการปรับเพิ่มกำลังการผลิตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เราเข้าใจว่าผู้ประกอบการ EMS ส่วนใหญ่ยังไม่ได้เดินหน้าสร้างโรงงานอย่างจริงจังในพื้นที่ใหม่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันเนื่องมาจากกำแพงภาษีการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน แต่กำลังศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการดังกล่าวในระยะยาว และใช้วิธีรอดูไปก่อน เนื่องจากสถานการณ์ความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนยังคงมีพัฒนาการใหม่อย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากการสร้างโรงงานผลิตแห่งใหม่ต้องใช้เงินทุนอย่างมีนัยสำคัญภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ผู้ผลิตส่วนใหญ่เกิดความไม่แน่ใจว่าความตึงเครียดทางการค้าในปัจจุบันจะก่อให้เกิดความต้องการให้มีศูนย์กลางการผลิตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในระยะยาวหรือไม่ นอกจากนี้ ด้วยข้อจำกัดด้านแรงงาน โครงสร้างพื้นฐาน และระบบนิเวศในประเทศอาเซียนแต่ละประเทศ ผู้ประกอบการ EMS จึงยังไม่รีบตัดสินใจลงทุนทางการค้าซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน แต่เพื่อให้บรรลุความต้องการในระยะสั้น ผู้ประกอบการต่างเร่งเพิ่มการผลิตในประเทศที่ตนมีโรงงานเดิมอยู่แล้วแทน อย่างไรก็ตาม มีผู้ประกอบการ EMS บางรายที่ตัดสินใจขยายกำลังการผลิตเข้าไปในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตัวอย่างบริษัทที่เพิ่มกำลังการผลิตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีดังนี้

แม้ว่าผู้ประกอบการ EMS ส่วนใหญ่จะยังไม่ได้เดินหน้าสร้างโรงงานอย่างจริงจังในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จากความตึงเครียดทางการค้า แต่ยังคงมีความต้องการให้เพิ่มกำลังการผลิตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



บริษัท พีที เพกาทรอน เทคโนโลยี อินโดนีเซีย (PT Pegatron Technology Indonesia) เปิดโรงงานมูลค่า 40 ล้านดอลลาร์ในเมืองบาดัม ซึ่งเป็นการลงทุนครั้งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โครงการนี้จะช่วยกระจายการผลิตบางส่วนจากจีน



นอกจากนี้ บริษัทห่งไห่ (Hon Hai) กล่าวว่าจะขยายกำลังการผลิตในเวียดนาม

V. ผู้ประกอบการมีอาจหลีกเลี่ยงการจ่ายกำแพงภาษีด้วยการส่งกลับออกไปใหม่ (re-exports) ได้

ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นถึงกรณีที่สหรัฐฯ จะป้องกันไม่ให้นักผลิตหลีกเลี่ยงกำแพงภาษีด้วยการส่งของจากจีนไปยังอีกประเทศหนึ่งก่อนที่จะส่งไปยังสหรัฐฯ โดยสามารถติดตามว่าสินค้านั้นมีการ “เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ” หรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น มีการส่งออกอุปกรณ์จากจีนไปยังอีกประเทศหนึ่งก่อนที่จะส่งต่อไปยังสหรัฐฯ ในกรณีนี้อาจตรวจสอบได้ว่าอุปกรณ์ดังกล่าวมีการ “เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ” หรือไม่ เช่น อาจมีการติดตั้งระบบปฏิบัติการในอุปกรณ์นั้น ซึ่งถือเป็นการ “เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ” ทำให้สามารถระบุ “ประเทศต้นทาง” ของอุปกรณ์นี้เป็นประเทศอื่นแทนประเทศจีน และผู้ประกอบการ OEM ไม่ต้องจ่ายกำแพงภาษีเมื่ออุปกรณ์นั้นถูกส่งออกไปยังสหรัฐฯ

ผู้ประกอบการ EMS ส่วนใหญ่พยายามเร่งเพิ่มกำลังการผลิตสำหรับการประกอบขั้นสุดท้ายในห่วงโซ่คุณค่า

Sequence of Shift in Manufacturing

ลำดับการเคลื่อนย้ายฐานการผลิต



ที่มา: การวิเคราะห์ของยูโอบี (UOB Analysis)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เราได้จำลองลำดับการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าของภาคเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม ในกรณีที่บริษัทต่างๆ เริ่มพิจารณาการเคลื่อนย้ายห่วงโซ่อุปทานออกนอกจีน

เราได้จัดลำดับจากขั้นตอนที่ซับซ้อนน้อยที่สุด (ขั้นที่ 1 การประกอบขั้นสุดท้าย) ไปจนถึงขั้นตอนที่ซับซ้อนมากที่สุด (ขั้นที่ 5 งานสารกึ่งตัวนำ + แผงวงจรรวม) ผู้ประกอบการ EMS ที่ต้องการปรับเพิ่มการผลิตหรือกำลังการผลิตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะพิจารณาในส่วนของขั้นตอนการประกอบขั้นสุดท้าย

การที่บริษัทจะย้ายฐานการผลิตสำหรับขั้นตอนที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าออกนอกจีนเป็นเรื่องยากเนื่องจากความต้องการเครื่องมือที่ซับซ้อน โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นและแรงงานฝีมือ ขั้นตอนการประกอบขั้นสุดท้ายของห่วงโซ่คุณค่าเป็นส่วนที่ยืดหยุ่นมากที่สุดเนื่องจากมีความซับซ้อนน้อยที่สุด และเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการ EMS ส่วนใหญ่ต้องการปรับเพิ่มกำลังการผลิตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

VI. จีนยังคงเป็นศูนย์กลางการผลิตหลักต่อไป

ตลาดจีนมีจุดแข็งที่ทำให้จีนยังคงเป็นศูนย์กลางการผลิตหลักสำหรับการส่งออกของสหรัฐฯ และประเทศอื่น ๆ ต่อไป

แรงงานจำนวนมากและทำงานได้หลากหลาย

จีนมีแรงงานจำนวนมากและไม่มีชาติใดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีขนาดประชากรหรือมีความสามารถที่จะสนับสนุนการผลิตขนาดใหญ่ได้ใกล้เคียงกับจีนหรือกล่าวได้ว่า สำหรับสินค้าที่ต้องการแรงงานจำนวนมาก มีเพียงตลาดจีนเท่านั้นที่จะช่วยรองรับความต้องการได้ นอกจากนี้ กำลังแรงงานของจีนยังสามารถทำงานได้หลากหลาย ผู้ผลิตจึงมีความยืดหยุ่นอย่างมากในการยกระดับกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองคำสั่งผลิตในฤดูกาลที่ความต้องการสูงสุด โดยไม่ต้องแบกรับต้นทุนที่ไม่จำเป็น

ตัวอย่างเช่น ฤดูใบไม้ร่วงถือเป็นช่วงนอกฤดูกาลสำหรับเกษตรกรแต่เป็นช่วงเวลาที่ดีคึกคักที่สุดสำหรับภาคการผลิต ผู้ประกอบการ EMS จึงสามารถจ้างแรงงานในรูปแบบสัญญาจ้างและให้คนเหล่านี้เข้ามาเติมเต็มแรงงานที่ขาดได้เนื่องจากเป็นช่วงนอกฤดูกาลสำหรับเกษตรกร ความสามารถของจีนในการตอบสนองความต้องการแรงงานจำนวนมากในช่วงที่ภาคการผลิตมีปริมาณงานสูงเป็นสิ่งที่ประเทศอื่น ๆ ไม่สามารถเลียนแบบได้ง่ายนัก

นอกจากนี้ การผลิตโดยทั่วไป มักจะดำเนินการเป็น 3 กะต่อวัน เพื่อลดต้นทุนค่าดำเนินการและเพิ่มประสิทธิภาพของสายการผลิต แต่ด้วยวัฒนธรรมของประเทศส่วนใหญ่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งแรงงานยังไม่ยอมรับการทำงานกะเที่ยงคืน จึงเป็นเรื่องยากที่จะจ้างแรงงานให้เพียงพอกับความต้องการได้

ในเวียดนาม การจ้างแรงงานรอบ ๆ นครโฮจิมินห์เป็นเรื่องยากมาก เนื่องจากบริษัทที่เข้าไปตั้งกิจการในเวียดนามก่อนหน้านี้ได้จ้างแรงงานส่วนใหญ่ไปหมดแล้ว จึงเหลือเพียงแรงงานทักษะต่ำตามพื้นที่ห่างไกลเท่านั้น

โครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาแล้ว

ตลาดอย่างอินโดนีเซียและเวียดนามมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน ในอินโดนีเซียน้ำและไฟฟ้ายังคงเป็นปัญหาที่พบได้ทั่วไป การขาดแคลนไฟฟ้าและน้ำดื่มอาจทำให้สถานที่ผลิตมีต้นทุนเพิ่มขึ้น

ในเวียดนาม การหลั่งไหลเข้ามาลงทุนของบริษัทต่างๆ ทำให้การจราจรติดขัดและท่าเรือหนาแน่นยิ่งขึ้น ภาวะขาดแคลนแรงงานในเขตเมืองผลักดันให้ศูนย์กลางการผลิตแบบดั้งเดิมต้องออกไปตั้งอยู่ในที่พื้นที่ห่างไกลยิ่งขึ้นของเวียดนาม ซึ่งมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานน้อยกว่า

จีนมีแรงงานจำนวนมากและไม่มีชาติใดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีขนาดประชากรหรือมีความสามารถที่จะสนับสนุนการผลิตขนาดใหญ่ได้ใกล้เคียงกับจีน



เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว จีนยังคงเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานมากที่สุด โดยมีการลงทุนในท่าเรือ ถนน และทางรถไฟ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้จีนแตกต่างจากประเทศอื่น เพราะเป็นเพียงประเทศเดียวที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนการผลิตขนาดใหญ่ได้

ระบบนิเวศและห่วงโซ่อุปทาน

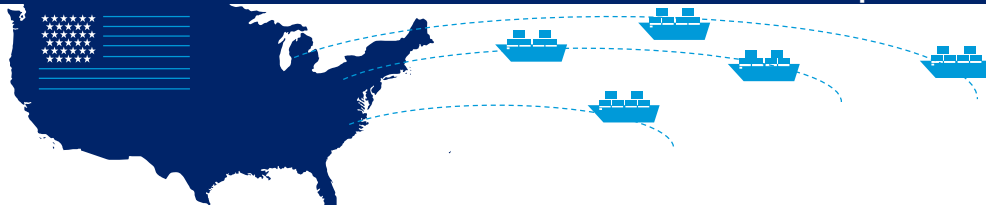
เวียดนามมีซัพพลายเออร์ท้องถิ่นที่ผลิตชิ้นส่วนระดับล่าง (low-end components) จำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับจีน และซัพพลายเออร์เวียดนามเหล่านี้ยังไม่สามารถแข่งขันกับซัพพลายเออร์จีนได้ เนื่องจากยังต้องนำเข้าวัตถุดิบจากจีน ซึ่งมีต้นทุนสูงกว่าถึง 10 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ เวียดนามยังต้องนำเข้าชิ้นส่วนที่มีความซับซ้อน เช่น แผงวงจรรวมด้วย ไทยและอินโดนีเซียก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกัน แม้ว่าไทยจะมีระบบนิเวศห่วงโซ่อุปทานภาคยานยนต์ที่แข็งแกร่งก็ตาม

ด้วยความที่จีนมีระบบนิเวศและห่วงโซ่อุปทานที่ครบวงจรแล้ว ผู้ผลิตในประเทศจึงสามารถซื้อวัตถุดิบที่จำเป็นด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและมีประสิทธิภาพมากกว่า รวมทั้งสามารถปรับการผลิตได้อย่างรวดเร็วเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และข้อกำหนดการผลิต เนื่องจากไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงทั้งห่วงโซ่อุปทานสำหรับการปรับแก้รายละเอียดเพียงเล็กน้อย

VII. โอกาสสำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่จะได้ประโยชน์ในระยะยาว

จากการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ว่าตลาดใดบ้างที่ได้ประโยชน์จากความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน พบว่าในขณะที่จีนมียอดส่งออกชิ้นส่วนบางรายการไปสหรัฐฯ ลดลง ในระยะสั้น เกาหลีใต้หวัน และเวียดนามมียอดส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาคเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม เพิ่มสูงขึ้น ตารางต่อไปนี้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงปีต่อปีของยอดการส่งออกจากประเทศต่างๆ ไปยังสหรัฐฯ ในไตรมาสแรกของปี 2562 เทียบกับไตรมาสแรกของปี 2561

**การเปรียบเทียบรายการส่งออกของสินค้าภาคเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม ระหว่างไตรมาสแรก
ของปี 2562 กับไตรมาสแรกของปี 2561 ในตลาดต่างๆ**



หมวด	มาเลเซีย	เกาหลี	ไต้หวัน	เวียดนาม
	การเปลี่ยนแปลง ปีต่อปี	การเปลี่ยนแปลง ปีต่อปี	การเปลี่ยนแปลง ปีต่อปี	การเปลี่ยนแปลง ปีต่อปี
โทรศัพท์และชิ้นส่วนโทรศัพท์	-9%	-11%	49%	87%
คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและชิ้นส่วน คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	-39%	6%	116%	52%
อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล	-26%	462%	-4%	-
แผงวงจรรวม	9%	43%	8%	-
อุปกรณ์โทรานซิสเตอร์ ไดโอดและ สารกึ่งตัวนำ	67%	-1%	26%	-
ยอดรวม	-4%	13%	63%	77%

ที่มา: การวิเคราะห์ของยูโอบี; ข้อมูลจากแผนที่การค้า (Trade Map)

แม้ว่าเกาหลีและไต้หวันจะได้ประโยชน์ในระยะสั้น แต่ก็ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นในระยะยาวได้ เนื่องจากต้นทุนแรงงานที่สูงกว่า

ในระยะยาว ความต้องการสินค้าส่งออกจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อาจเพิ่มขึ้นและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ EMS และซัพพลายเออร์เพิ่มระดับการผลิตในประเทศดังกล่าว

VIII. ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะกลายเป็นศูนย์กลางที่ช่วยสนับสนุนตลาดสหรัฐฯ

การขาดแคลนปัจจัยต่างๆ ข้างต้นในประเทศอื่น ๆ ทำให้จีนยังคงเป็นศูนย์กลางการผลิตที่สำคัญต่อไป อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกำแพงภาษีส่งผลกระทบต่อผลกำไรจากการส่งออกของจีนไปสหรัฐฯ มีความเป็นไปได้ว่าภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะกลายเป็นศูนย์กลางที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ EMS ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดสหรัฐฯ เพื่อกระจายการลงทุน



ศักยภาพของตลาดมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นศูนย์กลางการผลิตอิเล็กทรอนิกส์ที่มั่นคงพร้อมกับมีเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานอยู่แล้ว โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่หลายรายที่มีฐานธุรกิจในประเทศ ซึ่งผลิตสารกึ่งตัวนำ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรม และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับลูกค้าทั่วโลก

ตัวอย่างผู้ประกอบการรายใหญ่ ได้แก่

ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภค	ผู้ประกอบการ EMS
<ul style="list-style-type: none"> อินเทล (Intel) บรอดคอม (Broadcom) ทีเอฟ-เอเอ็มดี (TF-AMD) และ อีบีเด็น (IBIDEN) Broadcom ลงทุนมูลค่า 250 ล้านดอลลาร์เพื่อขยายการดำเนินงานในปีนี้ และมีคำสั่งกระจายสินค้าระดับโลกในปีนี้ 	โซนี่ (Sony) พานาโซนิค (Panasonic) เวสเทิร์น ดิจิตอล (Western Digital) แซนด์ดิสก์ (SanDisk) และ เดลล์ (Dell)	จาบิล (Jabil) เบนช์มาร์ค (Benchmark) และ ซานมินา (Sanmina)

ที่มา: แหล่งข้อมูลจากสื่อต่างๆ

ด้วยระบบนิเวศที่มีอยู่แล้วในประเทศและโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนามากกว่าประเทศอื่น ๆ อย่างอินโดนีเซีย เวียดนามและไทย มาเลเซียจึงกลายเป็นตลาดที่น่าดึงดูดใจสำหรับนักลงทุน



ศักยภาพของตลาดเวียดนาม

แม้ว่าบริษัทต่างๆ จะเผชิญปัญหาในการพยายามขยายธุรกิจไปเวียดนาม เวียดนามก็ยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม เนื่องจากการลงทุนของแบรนด์รายใหญ่ในประเทศ บริษัทข้ามชาติอย่างอินเทล (Intel) ซัมซุง (Samsung) และแอลจี (LG) มีการลงทุนจำนวนมากซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มปริมาณซัพพลายเออร์ที่มีฐานการดำเนินงานในเวียดนาม

การเข้ามาของซัมซุงในอดีตช่วยขับเคลื่อนระบบนิเวศทั้งหมดในเวียดนาม ปัจจุบัน บริษัทมีซัพพลายเออร์เวียดนาม 35 ราย และมีเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนซัพพลายเออร์เวียดนามเป็น 50 ราย ภายในปี 2563 ซัมซุงยังได้สนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นให้ได้รับการถ่ายทอดความเชี่ยวชาญจากผู้เชี่ยวชาญเกาหลีใต้เพื่อเพิ่มศักยภาพของบริษัทท้องถิ่น

ซัพพลายเออร์ของแอปเปิ้ลต่อไปนี่ยังได้จัดตั้งโรงงานในเวียดนามซึ่งจะช่วยให้ฐานซัพพลายเออร์ของเวียดนามพัฒนาและเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

โกเออร์เทค (GoerTek)	เลนส์ เทคโนโลยี (Lens Technology)	ลักซ์แชร์ พรีซิชั่น (Luxshare Precision)
<ul style="list-style-type: none"> โกเออร์เทคจะเริ่มทดสอบกระบวนการผลิตแอร์พอด (AirPods) ที่โรงงานระบบเสียงทางตอนเหนือของเวียดนาม แอปเปิ้ลได้ขอให้ซัพพลายเออร์ที่ผลิตชิ้นส่วนช่วยสนับสนุน โกเออร์เทค โกเออร์เทคได้ขอให้ซัพพลายเออร์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องในการผลิตแอร์พอดของบริษัท ส่งวัตถุดิบที่จำเป็นทั้งหมดไปเวียดนาม 	<p>ผลิตฟิล์มกระจกกันหน้าจอแตก (glass screen protectors) ให้ไอโฟน (iPhones) และตั้งโรงงานผลิตในเมืองบักชาง (Bac Giang)</p>	<p>ผลิตอุปกรณ์เชื่อมต่อให้แอปเปิ้ล และตั้งโรงงานผลิตในบักชาง</p>

IX. ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทยและเวียดนาม เป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าประเทศอื่น

ในระยะยาว เราเชื่อว่าผู้ประกอบการ EMS อาจพิจารณาการลงทุนในประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อกระจายการลงทุน

เราได้ประเมินศักยภาพของแต่ละประเทศโดยอาศัยปัจจัยต่างๆ เช่น ค่าจ้างแรงงาน รายวัน ผลผลิตต่อดอลลาร์ (ค่าจ้างแรงงาน) ขนาดต้นทุนแรงงาน ดัชนีทุนมนุษย์ (Human Capital Index) ซึ่งรวมถึงปัจจัย เช่น สุขภาพและการศึกษา ตลอดจนคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน จากปัจจัยเหล่านี้ เราเชื่อว่าอินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม เป็นประเทศอันดับต้น ๆ ที่เหมาะสมจะเป็นฐานการผลิตที่มีต้นทุนต่ำ สถานการณ์ในประเทศเหล่านี้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและต้นทุนโดยรวมอาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับจังหวะเวลาที่บริษัทจะเข้าสู่ตลาด การลงทุนเพิ่มขึ้นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและขยายขนาดห่วงโซ่อุปทานและระบบนิเวศในประเทศเหล่านี้ในระยะยาว ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการ EMS รายใหญ่อย่าง Pegatron เข้ามาตั้งโรงงานผลิตในอินโดนีเซีย ซึ่งจะช่วยกระตุ้นระบบนิเวศของภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคมของอินโดนีเซียในระยะยาว

ประเทศต่างๆ อาจพิจารณาตั้งโรงงานผลิตเพิ่มขึ้นในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม

ประเทศต่างๆ อาจพิจารณาดังโรงงานผลิตเพิ่มขึ้นในประเทศเหล่านี้เพื่อกระจายการลงทุนจากจีน

ประเทศ	ค่าจ้างแรงงานรายวัน	ผลผลิตต่อดอลลาร์ (ค่าจ้างแรงงาน)	ขนาดกำลังแรงงาน	ดัชนีทุนมนุษย์	คุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน
อินโดนีเซีย					
ไทย					
เวียดนาม					
มาเลเซีย					
สิงคโปร์					
จีน					

ตลาดที่สมบูรณ์แบบสำหรับการผลิตต้นทุนต่ำ

ที่มา: การวิเคราะห์ของยูโอบี

*สำหรับค่าจ้างแรงงานรายวัน พื้นที่แรเงาที่น้อยกว่า หมายถึง ต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่าซึ่งยังเป็นผลบวกต่อประเทศนั้น สำหรับปัจจัยอื่น ๆ พื้นที่แรเงาที่มากกว่ายังเป็นผลบวกต่อประเทศนั้น

มาตรการจูงใจสำหรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

หน่วยงานด้านการลงทุน	กระทรวงวางแผนและการลงทุน	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	หน่วยงานพัฒนาการลงทุนแห่งมาเลเซีย (MIDA)	คณะกรรมการประสานงานการลงทุนแห่งอินโดนีเซีย (BKPM)
ชื่อโครงการ	ข้อเสนอว่าด้วยยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสำหรับเวียดนามยุคใหม่ ปี 2563-2573 (Recommendations on Vietnam Next Generation FDI Strategy & Vision 2020-2030)	ข้อเสนอเพื่อรองรับการย้ายฐานการผลิต (Relocation Package)	ไม่มีโครงการริเริ่มใหม่	นโยบายเศรษฐกิจฉบับที่ 16 (16 th Economic Policy Package)
กำหนดเปิดโครงการ	กรกฎาคม 2561	กันยายน 2562	-	พฤศจิกายน 2561
วัตถุประสงค์	วิธีรองรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศแบบใหม่ มุ่งเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์ อีคอมเมิร์ซ เพื่อเพิ่มความเชื่อมโยงกับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศยกระดับทักษะแรงงานท้องถิ่น	การเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมการผลิตมาเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นมูลค่า & และการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี	-	ดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ กระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และลดการนำเข้า
การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	ยกเว้นภาษีเป็นเวลา 4 ปีและให้ส่วนลด 50% สำหรับปีที่ 5-9 (ไม่เปลี่ยนแปลง)	ตั้งแต่ปีที่ 8 – 15 มีมาตรการจูงใจสำหรับภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น/ที่มุ่งเน้นเทคโนโลยี ส่วนลดภาษีเงินได้นิติบุคคล 50% เป็นเวลาอีก 5 ปี สำหรับบริษัทที่มีการลงทุน > 1 พันล้านบาท	สถานะผู้บุกเบิก: ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้บางส่วนเป็นเวลา 5 ปี การลดหย่อนภาษีสำหรับค่าใช้จ่ายในการลงทุน (ITA): ได้ถึง 60% ของค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เข้าเกณฑ์	การยกเว้นภาษีเงินได้เต็มจำนวนสำหรับการลงทุน > 500,000 ดอลลาร์สหรัฐ การลดภาษีเงินได้ 50% สำหรับการลงทุน > 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ
อุตสาหกรรมเป้าหมาย	ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและความสามารถในการแข่งขันของท้องถิ่นในภาคการผลิต ภาคบริการ และภาคเกษตรกรรม	ยานยนต์ยุคใหม่ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ เกษตรกรรมขั้นสูง การแปรรูปอาหารเทคโนโลยีชีวภาพ การท่องเที่ยว ดิจิทัล หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ การบินและโลจิสติกส์ เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ และศูนย์กลางทางการแพทย์	ภาคการผลิต	มีการเพิ่มอุตสาหกรรมบุกเบิก 2 สาขา: (1) ภาคการผลิตที่ได้รับเลือก (2) ภาคเศรษฐกิจดิจิทัล
พื้นที่เป้าหมาย	-	ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก: จะเชิงเทรา จันทบุรี และระยอง	-	-
การผ่อนคลายนโยบายข้อกำหนดเรื่องการค้าการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ	จะทบทวนข้อจำกัดต่างๆ อย่างเป็นระบบ รวมถึงอุปสรรคด้านกระบวนการ การถือครองหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ ฯลฯ	นักลงทุนต่างชาติถือครองหุ้นได้ 100%	ไม่เปลี่ยนแปลง	นักลงทุนต่างชาติถือครองหุ้นได้ 100% ในภาคการสื่อสารและสารสนเทศ พลังงานและทรัพยากรแร่ สุขภาพ การขนส่ง การจ้างงาน การท่องเที่ยว การค้า และการป่าไม้

ภาคผนวก

	รายการค่าแพ่งภาษีของสหรัฐฯ (อัตราภาษี %)			รายการค่าแพ่งภาษีของจีนเพื่อตอบโต้ (อัตราภาษี %)		
	50,000 ล้าน เหรียญ ในเดือน ก.ค.-ส.ค. 2561 (ปรับเพิ่มจาก 25% เป็น 30% ตั้งแต่ 1 ต.ค. 2562)	200,000 ล้านเหรียญ ในเดือน ก.ย. 2561 (ปรับเพิ่มจาก 10% เป็น 25% ในเดือน พ.ค. 2562; ปรับเพิ่ม จาก 25% เป็น 30% ตั้งแต่ 1 ต.ค. 2562)	300,000 ล้าน เหรียญ ตั้งแต่ 15 ธ.ค. 2562 (15%)	34,000 ล้าน เหรียญ ในเดือน ก.ค. 2561 (25%)	16,000 ล้าน เหรียญ ในเดือน ส.ค. 2561 (25%)	60,000 ล้าน เหรียญ ในเดือน ก.ย. 2561 (5-25%)
ตัวอย่าง ประเภทสินค้า ส่งออกที่ได้รับ ผลกระทบ	ชิ้นส่วนพื้นฐาน: ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับ หน่วยความจำ หน่วยประมวลผล และการส่งข้อมูล	สินค้าสำเร็จรูป: ตัวขยายสัญญาณ ไมโครโฟน ชิ้นส่วนที่อยู่ใน เครื่องใช้ในบ้าน	สินค้าสำเร็จรูป (ส่วนใหญ่): คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและ โทรศัพท์	NA	NA	สินค้าสำเร็จรูป (ส่วนใหญ่): เราเตอร์ (router) ชิ้นส่วนที่อยู่ใน เครื่องใช้ในบ้าน
ประมาณการ มูลค่าส่งออกปี 2561	~8,000 ล้านเหรียญ	~60,000 ล้านเหรียญ	~115,000 ล้านเหรียญ	NA	NA	~3,000 ล้านเหรียญ

ที่มา: การวิเคราะห์ของยูโอบี; ข้อมูลจากแผนที่การค้า (Trade Map)
หมายเหตุ: ข้อมูลในตารางปรับปรุงเมื่อเดือน ก.ค. 2562

ติดต่อ

ทีมอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม



Chai Weizhe

Centre Of Excellence
Chai.Weizhe@UOBgroup.com



Tay Xiaohan

Business Insights & Analytics
Tay.Xiaohan@UOBgroup.com



UOB Industry Insight นำเสนอแนวโน้มล่าสุดของธุรกิจต่างๆ ทั่วเอเชีย โปรต แสแกน QR Code เพื่ออ่านข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสและความท้าทายในภาคธุรกิจ สินค้าเพื่อการบริโภค การก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐาน อุตสาหกรรม น้ำมัน แก๊สและเคมี อสังหาริมทรัพย์และธุรกิจการบริการ และเทคโนโลยี สื่อและโทรคมนาคม

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลเท่านั้น และจะต้องไม่นำไปส่งต่อ เปิดเผย ทำซ้ำ หรือใช้อ้างอิงโดยบุคคลใดๆ และไม่ว่าจะด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม เอกสารฉบับนี้ไม่ได้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อแจกจ่ายให้แก่บุคคลใดๆ หรือเพื่อนำไปใช้โดยบุคคลใดๆ ที่อยู่ในประเทศที่การแจกจ่ายหรือการใช้ดังกล่าวขัดต่อกฎหมายหรือกฎระเบียบ เอกสารฉบับนี้ไม่ใช่คำเสนอ ข้อเสนอแนะ การชักชวน หรือคำแนะนำ เพื่อซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์การลงทุน/ หลักทรัพย์/ ตราสาร เอกสารฉบับนี้ไม่มีส่วนใดเป็นการให้คำปรึกษาทางบัญชี กฎหมาย กฎระเบียบ ภาษี การเงิน หรือคำปรึกษาอื่นใด โปรดปรึกษาที่ปรึกษาของท่านเกี่ยวกับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์การลงทุน/ หลักทรัพย์/ ตราสาร ตามวัตถุประสงค์ สถานะทางการเงิน และความต้องการของท่าน

ข้อมูลที่อยู่ในเอกสารฉบับนี้ถูกจัดทำขึ้นบนพื้นฐานของสมมติฐานและการวิเคราะห์จากข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ ซึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่จัดทำเอกสารฉบับนี้ ความคิดเห็น การคาดการณ์ และข้อความใดที่มีลักษณะเป็นการคาดการณ์ เกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคตหรือการดำเนินการของ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง, ประเทศ ตลาด หรือบริษัทใดๆ ไม่ได้เป็นตัวชี้วัดของเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง และอาจจะแตกต่างจากเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงได้ ความคิดเห็นที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นเพียงมุมมองของผู้เขียนเท่านั้น และเป็นเอกเทศต่างหากจากนโยบายการลงทุนของธนาคารยูโอบีในเด็ท โอเวอร์ซีส์ จำกัด บริษัทลูก บริษัทในเครือ กรรมการเจ้าหน้าที่ และพนักงาน (“กลุ่มธนาคารยูโอบี”) ความคิดเห็นที่ปรากฏเป็นการวิเคราะห์ของผู้เขียน ณ วันที่จัดทำเอกสารฉบับนี้ ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงได้

กลุ่มธนาคารยูโอบีอาจจะมึนโยบายการลงทุน หรือมีส่วนได้เสียที่อาจจะส่งผลกระทบต่อธุรกรรมเกี่ยวกับหลักทรัพย์/ ตราสารที่กล่าวถึงในเอกสารฉบับนี้ กลุ่มธนาคารยูโอบีอาจจะจัดทำรายงาน เอกสารเผยแพร่ หรือเอกสารอื่นใดที่แสดงความคิดเห็นที่แตกต่างจากที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ และแม้ว่ากลุ่มธนาคารยูโอบีจะให้ความระมัดระวังอย่างสมเหตุสมผลเพื่อที่จะทำให้ข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้มีความถูกต้องแม่นยำ ความสมบูรณ์ และความเป็นกลาง กลุ่มธนาคารยูโอบีไม่รับประกันหรือการรับประกัน ไม่ว่าโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยาย เกี่ยวกับความถูกต้องแม่นยำ ความสมบูรณ์ และความเป็นกลางของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ และจะไม่รับผิดชอบหรือรับผิดชอบต่อความเสียหายหรือค่าเสียหายแก่บุคคลใดๆ ที่เกิดขึ้นจากการเชื่อถือในความคิดเห็นหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้



RIGHT BY YOU

United Overseas Bank Limited

Company Registration No.: 193500026Z

Head Office

80 Raffles Place

UOB Plaza

Singapore 048624

Tel: (65) 6221 2121

Fax: (65) 6534 2334

www.UOBgroup.com

MCI (P) 092/04/2018