

## โอกาสของธุรกิจซอฟต์แวร์ไทย ... ควรมุ่งเจาะตลาดซอฟต์แวร์เฉพาะด้าน

ธุรกิจซอฟต์แวร์ในประเทศไทยเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีมูลค่าตลาดอยู่ในระดับสูง ในปี 2551 ตลาดซอฟต์แวร์ของไทยมีมูลค่าสูงถึงเกือบ 63,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 11.2 อย่างไรก็ตาม มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ในธุรกิจนี้กลับมีเพียง 8,900 ล้านบาท หรือราว 250 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับไม่สูงนักเมื่อเทียบกับอีกหลายประเทศ เช่น อินเดียที่มีมูลค่าส่งออกราว 45,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสิงคโปร์ 7,470 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ยิ่งไปกว่านั้นตลาดซอฟต์แวร์ภายในประเทศส่วนใหญ่ยังเป็นของบริษัทข้ามชาติ แม้จำนวนผู้ประกอบการคนไทยในธุรกิจซอฟต์แวร์จะมีสูงถึงกว่าร้อยละ 90 จากจำนวนผู้ประกอบการในประเทศทั้งหมดราว 1,300 รายก็ตาม เนื่องจากซอฟต์แวร์ของบริษัทข้ามชาติมีความทันสมัย ใช้งานง่าย และได้รับการยอมรับในมาตรฐานระดับโลก

### SWOT Analysis ธุรกิจซอฟต์แวร์ไทย

จุดแข็ง (Strength)	โอกาส (Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุนในภูมิภาค</li> <li>- ราคาซอฟต์แวร์ต่ำกว่าบริษัทข้ามชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กระแส Outsourcing ขยายตัวมากขึ้น</li> <li>- ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอินโดจีนกำลังพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน</li> <li>- รัฐบาลให้ความสำคัญในการส่งเสริมการส่งออกซอฟต์แวร์ไทยมากขึ้น</li> </ul>
จุดอ่อน (Weakness)	ภัยคุกคาม (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นรายเล็ก ไม่ค่อยมีอำนาจต่อรอง และไม่เป็นที่รู้จักในตลาดโลก</li> <li>- อุปสรรคด้านแหล่งเงินทุน</li> <li>- โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยียังไม่เอื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ศักยภาพของคู่แข่งชั้นในตลาดโลกอยู่ในระดับสูง เช่น อินเดีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้</li> <li>- การควบรวมกิจการของบริษัทข้ามชาติ อาจทำให้บริษัทรายเล็กที่มีแนวโน้มเติบโตต้องถูกซื้อหรือควบรวมกิจการไป</li> <li>- ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์</li> </ul>

อย่างไรก็ตาม ขณะที่บริษัทข้ามชาติพยายามรักษาจุดแข็งด้านมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาลูกค้ากลุ่มใหญ่ในตลาดโลก ก็ยังมีโอกาสที่ผู้ประกอบการรายเล็กของไทยจะแทรกตัวเข้าเป็นหนึ่งในตลาดซอฟต์แวร์โลก โดยเฉพาะซอฟต์แวร์เฉพาะด้าน (Customized Software) ที่ผู้ประกอบการไทยมีความชำนาญ และสามารถเชื่อมโยงเข้ากับอุตสาหกรรมอื่นที่มีศักยภาพของไทย เช่น ซอฟต์แวร์บริหารจัดการร้านอาหารและโรงแรม ซอฟต์แวร์สำหรับธุรกิจก่อสร้าง ซอฟต์แวร์ด้านสุขภาพ ซึ่งในขณะนี้ถือเป็นช่วงเวลาที่ดีในการเร่งพัฒนา เนื่องจากรัฐบาลให้ความสำคัญและมุ่งส่งเสริมการส่งออกซอฟต์แวร์อย่างจริงจัง โดยบรรจุธุรกิจซอฟต์แวร์เป็นหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศ

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ไทยควรมุ่งเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยประเทศคู่ค้าที่ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสที่จะเข้าไปเจาะตลาด อาทิ

**เวียดนาม :** ตลาดซอฟต์แวร์มีขนาดราว 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามทิศทางการค้า การลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ทั้งนี้ ปัจจุบัน

ผู้ประกอบการไทยหลายรายได้เข้าไปทำตลาดซอฟต์แวร์ด้านการเงินและการลงทุนจากการเติบโตของตลาดหลักทรัพย์เวียดนาม และเริ่มเข้าไปเจาะตลาดซอฟต์แวร์เฉพาะด้านในหลายอุตสาหกรรมที่มีความต้องการมากขึ้น

**ญี่ปุ่น** : หนึ่งในตลาดซอฟต์แวร์สำคัญของโลก มีมูลค่าตลาดถึง 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้โอกาสของผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ไทยคือการเข้าไปเจาะตลาดซอฟต์แวร์ที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานอย่างเฉพาะเจาะจงซึ่งต่างจากซอฟต์แวร์รูปแบบมาตรฐานทั่วไป เช่น ซอฟต์แวร์ระบบบัญชีและการเงินสำหรับกิจการขนาดเล็ก ซอฟต์แวร์คำสั่งซื้อของร้านอาหาร เนื่องจากผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ญี่ปุ่นมักมุ่งผลิตซอฟต์แวร์ระบบขนาดใหญ่ (Enterprise Software) เป็นหลัก

นอกจากนี้ ธุรกิจไทยที่ไปลงทุนในต่างประเทศก็นับเป็นผู้ใช้ซอฟต์แวร์ที่มีส่วนสำคัญในการช่วยทำตลาดให้แก่ซอฟต์แวร์ไทยได้เป็นอย่างดี เช่น ซอฟต์แวร์บริหารจัดการระบบก่อสร้าง หรือซอฟต์แวร์ธุรกิจร้านค้าแพคเกจของไทยที่ไปลงทุนในต่างประเทศและประสบความสำเร็จโดยใช้ซอฟต์แวร์ไทยในการบริหารจัดการก็ทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นหันมาสนใจใช้ซอฟต์แวร์ไทยด้วยเช่นกัน

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ  
เดือนตุลาคม 2552