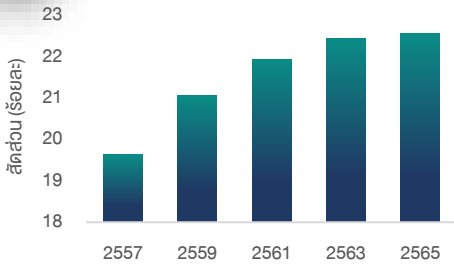




ภาคเกษตร และ ภาคผลิตที่เกี่ยวข้องกับเกษตร เป็นกิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีสานมาจนถึงปัจจุบัน แต่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557-2565) ภาคบริการของอีสานมีความสำคัญมากขึ้น บทความนี้จึงมุ่งเจาะลึกศักยภาพธุรกิจบริการดาวรุ่งในระดับจังหวัดของอีสาน โดยใช้ข้อมูล e-Payment ปี 2564¹ ซึ่งสะท้อนโครงสร้างการใช้จ่ายเงินในระบบออนไลน์ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการและหาแนวทางการยกระดับภาคบริการอีสานอย่างยั่งยืนต่อไป

? ภาคบริการในอีสานเติบโตจากธุรกิจอะไร



รูปที่ 1 สัดส่วนภาคบริการของเศรษฐกิจอีสาน

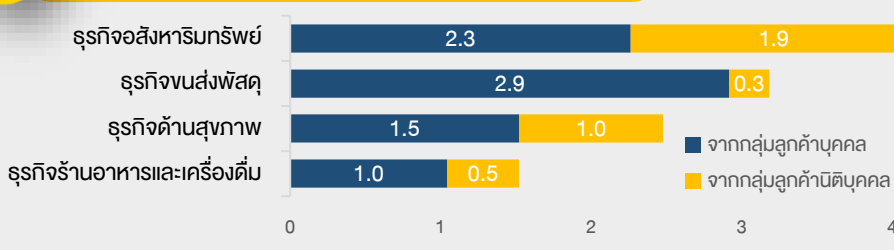
ที่มา: สศช. คำนวณโดยผู้ศึกษา

ภาคบริการของอีสานมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและพัฒนาเมืองในหลายจังหวัดของอีสาน รวมถึงการเพิ่มขึ้นของประชากรและการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต สะท้อนจากรูปที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันภาคบริการมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 23% ของเศรษฐกิจอีสาน จาก 20% ในปี 2557 ขณะที่การจ้างงานใกล้เคียงเดิมที่ 13% ของแรงงานอีสาน ดังนั้น จึงจะวิเคราะห์ศักยภาพของ 4 ธุรกิจบริการสำคัญที่มีมูลค่าธุรกรรม การรับเงินสูง และเป็นธุรกิจแห่งอนาคตที่ได้รับผลโดยตรงจากการเติบโตของเมือง กระแสรักสุขภาพ และการเข้ามาของเทคโนโลยี อย่าง E-commerce ได้แก่ **ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจด้านสุขภาพ ธุรกิจขนส่งพัสดุ และธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม**

"4 ธุรกิจบริการ สัดส่วนรวมกันถึง 48%"
ของกิจกรรมบริการทั้งหมด

"เติบโตเฉลี่ยถึง 5%² ต่อปี"
มากกว่าการเติบโตของกลุ่มธุรกิจบริการอื่น ๆ

? มูลค่าธุรกรรมการรับเงินของ 4 ธุรกิจบริการแห่งอนาคต



รูปที่ 2 มูลค่าธุรกรรมการรับเงินของ 4 ธุรกิจบริการแห่งอนาคตในอีสาน ปี 2564

ที่มา: สปท. คำนวณโดยผู้ศึกษา

หน่วย: พันล้านบาท



"ศักยภาพในเชิงพื้นที่ของ 4 ธุรกิจบริการแห่งอนาคต"

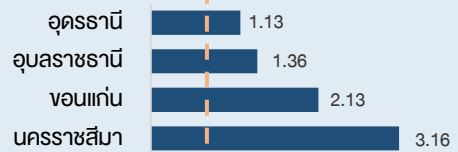
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจด้านสุขภาพ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจด้านสุขภาพ ในอีสาน ปี 2564 มีมูลค่าการรับเงิน 4.2 พันล้านบาท และ 2.5 พันล้านบาท ตามลำดับ โดยมูลค่ามากกว่าครึ่งของทั้ง 2 ธุรกิจรับเงินมาจากกลุ่มลูกค้าบุคคล (รูปที่ 2) และมูลค่ากว่า 80% กระจุยอยู่ในโคราช ขอนแก่น อุบลราชธานี และอุดรธานี ซึ่งเป็น "หัวเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจอีสาน" ที่มีขนาดเศรษฐกิจรวมกันเกือบครึ่ง และมีจำนวนประชากรมากกว่า 1 ใน 3 ของอีสาน จากปัจจัยหลัก ดังนี้

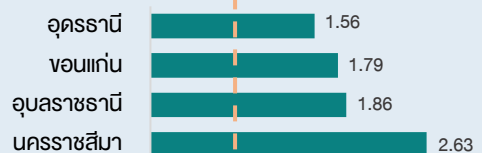
- การมีกิจกรรมด้านอุตสาหกรรม การลงทุน การท่องเที่ยว การแพทย์ และการศึกษา
- การเป็นจังหวัดหลักที่ได้รับประโยชน์จากนโยบายของภาครัฐเพื่อกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ทั้งการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ รถไฟความเร็วสูงสายอีสาน มอเตอร์เวย์สายบางปะอิน-โคราช (M6) และการพัฒนามัคมนอุตสาหกรรมในโคราช อุดรธานี และอุบลราชธานี
- การมียุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) พ.ศ.2560 - 2569 ในขอนแก่น โคราช และอุดรธานี

ค่าเฉลี่ยจังหวัดในอีสาน = 0.84 หน่วย: แสนล้านบาท



รูปที่ 3 มูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดของ 4 จังหวัด ปี 2564

ค่าเฉลี่ยจังหวัดในอีสาน = 1.10 หน่วย: ล้านบาท



รูปที่ 4 จำนวนประชากรของ 4 จังหวัด ปี 2564

ที่มา: สศช. และ กรมการปกครอง คำนวณโดยผู้ศึกษา

¹ ข้อมูล e-Payment จาก สปท. คิดเป็นกว่า 80% ของธุรกรรม e-Payment ทั้งหมด โดยเส้นทางธุรกรรมสามารถแสดงให้เห็นมูลค่าการรับ/ส่งเงินในระดับจังหวัด

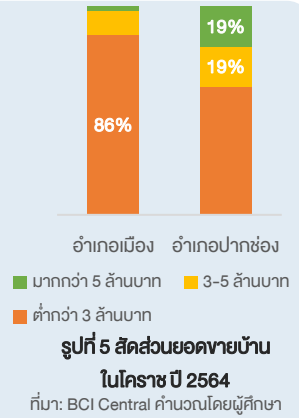
² อัตราการเติบโตแบบทบต้นต่อปี (CAGR) ในช่วงปี 2557-2565



ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใน **ขอนแก่น อุดรธานี และจตุรัส** มูลค่าการรับเงินกว่า 80% มาจากกลุ่มลูกค้าในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง ที่มีความต้องการอสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยจริง โดยเฉพาะบ้านแนวราบ ทั้งกลุ่มกำลังซื้อสูง อาทิ บุคลากรทางการแพทย์ และเจ้าพนักงาน กลุ่มมีรายได้ประจำหรือกำลังซื้อปานกลาง อาทิ ข้าราชการ และบุคลากรทางการศึกษา รวมถึงคนเข้ามาทำงานหรือเรียนจากต่างถิ่น

ขณะที่ **โคราช มูลค่าการรับเงินกว่า 60%** มาจากกลุ่มลูกค้าในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง และ 30% มาจากกลุ่มลูกค้ากรุงเทพฯ และปริมณฑล สะท้อน 2 กลุ่มลูกค้าหลัก ที่มีความต้องการอสังหาริมทรัพย์ในทำเลที่ต่างกัน ดังนี้

- **บริเวณอำเภอเมือง** กลุ่มลูกค้าเป็นคนในพื้นที่ที่ต้องการอสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยจริง โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมสุรนารี และนิคมอุตสาหกรรมนวนคร ที่นิยมบ้านราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท
- **บริเวณอำเภอปากช่อง** บ้านระดับราคา 3-5 ล้านบาท และมากกว่า 5 ล้านบาท มีสัดส่วนยอดขายสูง สะท้อนลูกค้ากลุ่มมีกำลังซื้อจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีความต้องการบ้านหลังที่ 2 เช่น บ้านพักตากอากาศ และบ้านพักยามเกษียณ



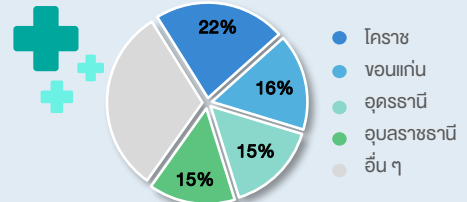
โอกาสที่เกิดขึ้นในพื้นที่

และปริมณฑล จากโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงสายอีสาน เฟส 1 กรุงเทพฯ - โคราช และมอเตอร์เวย์สายบางปะอิน-โคราช (M6) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อระยะเวลาในการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคอีสาน อีกทั้ง เห็นแผนโครงการลงทุนขนาดใหญ่ในพื้นที่อำเภอปากช่อง เพื่อรองรับกลุ่มกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะโครงการรูปแบบ Mixed-Use ที่เป็นการผนวกรวมคอนโด โรงแรม และบริการดูแลสุขภาพ (Wellness) เข้าไว้ด้วยกัน

เริ่มเห็นการเข้ามาซื้อบ้านจัดสรรในทำเลอำเภอเมืองโคราชของกลุ่มลูกค้ากำลังซื้อปานกลางจากกรุงเทพฯ

ธุรกิจด้านสุขภาพใน **ขอนแก่น โคราช อุดรธานี และจตุรัส** มูลค่าการรับเงินมากกว่า 60% มาจากกลุ่มลูกค้าในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง จากการเป็นแหล่งที่ตั้งของโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนที่มีศักยภาพ รวมถึงการมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่หลากหลาย

โดยเฉพาะ **ขอนแก่น** ที่มีมหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์ของอีสาน อีกทั้ง **ขอนแก่น โคราช และอุดรธานี** ได้รับการสนับสนุนเป็นเขตนวัตกรรมทางการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ด้วย

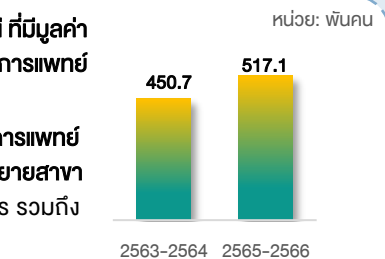


โอกาสที่เกิดขึ้นในพื้นที่

การรับเงินมาจากกลุ่มลูกค้ากรุงเทพฯ และปริมณฑล เกือบ 10% คาดว่า เป็นกลุ่มที่ต้องการใช้บริการทางการแพทย์ระยะยาว จากราคาที่ถูกลงกว่า การให้บริการที่มีคุณภาพ และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

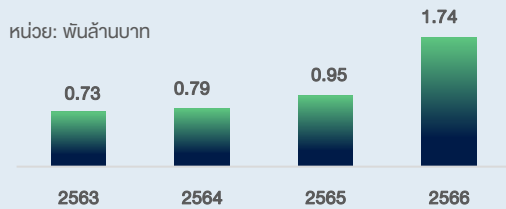
ขอนแก่น โคราช อุดรธานี และจตุรัส ต่างเป็นหน้าด่านในการรองรับกลุ่มผู้ใช้บริการทางการแพทย์จากประเทศเพื่อนบ้านที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้โรงพยาบาลจากส่วนกลางเริ่มเห็นศักยภาพและขยายสาขาไปยังอีสาน อาทิ เครือโรงพยาบาลพรินซ์ ที่ขยายมาอุดรธานี มุกดาหาร และสกลนคร รวมถึงโรงพยาบาลในพื้นที่ขยายการลงทุนเพื่อรองรับกลุ่ม CLMV อย่างโรงพยาบาลกรุงเทพอุดร

อีกทั้งเริ่มเห็นชาวจีน ทั้งกลุ่มที่เป็นนักลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน และกลุ่มที่เดินทางมาจากประเทศจีน เข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพในหนองคาย อุดรธานี และขอนแก่น จากข้อได้เปรียบด้านความสะดวกและความรวดเร็วในการเข้ารับบริการทางการแพทย์



ธุรกิจขนส่งพัสดุ

ในอีสาน ปี 2564 มีมูลค่าการรับเงิน 3.2 พันล้านบาท โดยมูลค่ารับเงินส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าบุคคล (รูปที่ 8) และมูลค่ากว่า 87% กระจุกลงอยู่ใน **ขอนแก่น** จากการมี "ตัวแทนใหญ่ของธุรกิจขนส่งพัสดุ" เข้ามาตั้งบริษัทในจังหวัดเพื่อขยายจุดรับ-ส่งพัสดุ (Drop-off) ให้ครอบคลุมพื้นที่อีสานมากยิ่งขึ้น ผ่านการเปิดรับตัวแทนแฟรนไชส์หน้าร้านรับ-ส่งพัสดุ ในระดับราคาเริ่มต้นไม่กี่พันบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าบุคคลที่มีพื้นที่หน้าร้านเพื่อส่งของจุดรับ-ส่งพัสดุแก่พ่อค้าแม่ค้าในท้องถิ่นอีสานที่หันมาค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ตามพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปสู่ไลฟ์สไตล์ที่นิยมซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (E-commerce) มากขึ้น จนเป็น New Normal ของผู้คนในปัจจุบัน



ธุรกิจขนส่งพัสดุใน **ขอนแก่น** มูลค่าการรับเงินมาจากกลุ่มลูกค้าในหลายจังหวัดอีสาน สะท้อนความต้องการซื้อแฟรนไชส์หน้าร้านรับ-ส่งพัสดุของผู้ประกอบการรายย่อยที่กระจายในหลายพื้นที่ที่ยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เห็นจากรายได้รวมของบริษัทขนส่งพัสดุรายใหญ่ในขอนแก่นที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ New Normal ของผู้คนในปัจจุบัน



โอกาสที่เกิดขึ้นในพื้นที่



ธุรกิจขนส่งพัสดุดิบได้เติบโตในอีสาน ไม่ว่าจะเป็ น ทั้งขยายจุดรับ-ส่งพัสดุในทุกพื้นที่ เพื่อรองรับความต้องการ สิ้นค้าจากผู้ประกอบการที่ปรับตัวมาขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทั้งกลุ่มผู้ขายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ผลิต สิ้นค้าหัตถกรรม และกลุ่มผู้ประกอบการอาหารแปรรูป จากการเข้าถึงช่องทางการขายและรูปแบบการขายใหม่ ๆ เช่น “Live ขายสินค้า” เป็นต้น ส่งผลให้สินค้าท้องถิ่นในหลายจังหวัดอีสานสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ทั้งสินค้าเกษตรและอาหารแปรรูปที่ได้รับมาตรฐาน GI และมีมูลค่าสูง อาทิ สับปะรด ลิ้นจี่ แคนตาลูป ทุเรียน ข้าวฮางพิพย์ หมูยอ และวัตถุดิบอีสาน รวมถึงสินค้าหัตถกรรม อาทิ ผ้าย้อมคราม ตะกร้าหวาย และตะกร้าสาน อีกทั้ง เริ่มเห็นผู้ประกอบการในอีสานพัฒนาการขายสินค้าโดยดึงผู้มีชื่อเสียงในโลกโซเชียล (Influencer) มา Live ขายสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายอีกด้วย

หมายเหตุ: มาตรฐาน GI หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจงซึ่งคุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้านั้น ๆ เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (ธุรกิจที่ยาวเนื่องกับท่องเที่ยว)

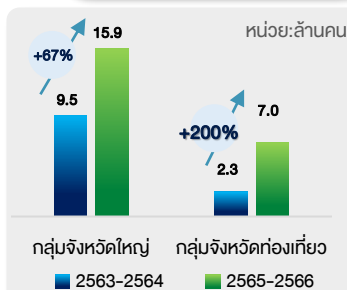
ในอีสาน ปี 2564 มูลค่าการรับเงิน 1.5 พันล้านบาท โดยมูลค่ารับเงินส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าบุคคล (รูปที่ 2) และมูลค่ากว่า 70% กระจุกอยู่ใน 2 กลุ่มจังหวัด ได้แก่

- 01 กลุ่มจังหวัดใหญ่
โคราช ขอนแก่น อุบลราชธานี และอุดรธานี
- 02 กลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว
นครพนมหนองคาย และบุรีรัมย์

เนื่องจากเป็นจังหวัดที่รองรับผู้เยี่ยมเยือนจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้เยี่ยมเยือนคนไทยที่กระจุกอยู่ใน 2 กลุ่มจังหวัดกว่า 70% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทยทั้งหมดในอีสาน จากปัจจัยสนับสนุนหลักคือ กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีอัตลักษณ์ตามแต่ละพื้นที่ ทั้งกิจกรรมงานบุญประเพณี กิจกรรมกีฬา และกิจกรรมสายธรรมชาติ

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มใน กลุ่มจังหวัดใหญ่ มูลค่าการรับเงินมากกว่า 60% มาจากกลุ่มลูกค้าในพื้นที่และจังหวัดอื่นในอีสาน เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประชากรในพื้นที่สูงและแม้จะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทยมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวกันภายในภาค ตามการท่องเที่ยวอีสานที่ตอบโจทย์เฉพาะกลุ่ม ขณะทีกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว มูลค่าการรับเงินมากกว่า 50% มาจากกลุ่มลูกค้ากรุงเทพฯ และปริมณฑล สะท้อนการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างภาคที่เป็นกลุ่มกำลังซื้อสูง

โอกาสที่เกิดขึ้นในพื้นที่



รูปที่ 9 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทยในอีสานเฉลี่ยตามช่วงปี

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คำนวณโดย สปท.

การท่องเที่ยวในอีสานส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวกันเองในภาค แต่เห็นสัญญาณการเข้ามาของนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น ทั้งในแถบจังหวัดริมโขง จากกระแสการท่องเที่ยวเชิงสังคายนา รวมถึงการมีงานบุญประเพณีขนาดใหญ่อย่างงานไหลเรือไฟ และงานบุญบั้งไฟ

และ **บุรีรัมย์** ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีกิจกรรมตลอดปี อาทิ งานแข่งขันมอเตอร์ไซด์ทางเรียบ ตั้งแต่รายการย่อยไปจนถึงรายการใหญ่อย่าง MotoGP รวมถึงงานมาราธอนมาตรฐานโลก

จากการมีกิจกรรมในพื้นที่ที่เป็นเอกลักษณ์ ประกอบกับความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่ที่ได้ประสาสมัครเกี่ยวกับกิจกรรมในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางท่องเที่ยว ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทยในจังหวัดท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยายตัวสูง และขยายตัวมากกว่าช่วงก่อน Covid-19

? ข้อเสนอแนะในการยกระดับภาคบริการของอีสาน

กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภูมิภาค เพื่อสะท้อนศักยภาพของพื้นที่และสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเบื้องต้น ดังนี้

“ดึงภายนอก”

การศึกษาพบว่า 4 จังหวัดหลักของภาคอีสาน คือ **โคราช ขอนแก่น อุบลราชธานี และอุดรธานี** มีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคจากต่างพื้นที่ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจสังหาริมทรัพย์และสุขภาพ ซึ่งเป็นผลจากการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญและการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ศักยภาพที่โดดเด่นนี้ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ดังนั้น การสื่อสารภาพลักษณ์ใหม่ของภาคอีสาน อาทิ การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านการดึง Influencer มาร่วมโปรโมท อาจช่วยให้ภาพลักษณ์ใหม่ของภาคอีสานเป็นที่รู้จักมากขึ้น และกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว

“ยกระดับภายใน”

การศึกษาชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงและมีความต้องการที่หลากหลายในปัจจุบัน ส่งผลต่อธุรกิจอีสานทั้งใน **จังหวัดใหญ่และจังหวัดท่องเที่ยว** อาทิ การซื้อขายผ่าน E-commerce และการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ อย่างกิจกรรมบุญประเพณี กิจกรรมกีฬา และกิจกรรมสายธรรมชาติ ที่ได้รับความนิยมและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากนอกภาคได้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจในพื้นที่จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ไว อาทิ การยกระดับมาตรฐานสินค้า บริการ และทักษะแรงงาน อย่างด้านภาษาและการสื่อสาร เพื่อรักษาคุณภาพการให้บริการและความสามารถในการแข่งขัน จึงจะคว้าโอกาสใหม่ในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปได้