

dtcn JOURNAL สารคดี การค้าระหว่างประเทศ

ปีที่ 5 ฉบับที่ 18 (1/2561)

 **EXCLUSIVE**
interview

สนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

FTA
CORNER

เตรียมความพร้อมการเปิดเสรีนม
ไทย-ออสเตรเลีย/ไทย-นิวซีแลนด์


Department of Trade Negotiations
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ



EDITOR'S TALK

คุยกันก่อน

สวัสดีค่ะท่านผู้อ่าน

วารสารการค้าระหว่างประเทศฉบับนี้ เป็นฉบับแรกของปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็น Theme ของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของไทยตามแนวนโยบายของรัฐบาล โดยเราได้รับเกียรติจาก นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ให้เกียรติสัมภาษณ์ในคอลัมน์ “Exclusive Interview” ซึ่งท่านได้เล่าถึงนโยบายด้านเศรษฐกิจฐานราก รวมถึงมุมมอง ปรัชญาในการทำงานและการดำเนินชีวิตที่ทำให้ท่านประสบความสำเร็จ ส่วนเนื้อหาที่หลากหลายเช่นเคย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเตรียมความพร้อมการเปิดเสรีนิยมไทย - ออสเตรเลีย/ไทย - นิวซีแลนด์ เรื่องราวเล่าสู่กันฟังของมนต์เสน่ห์แห่งเมืองยะลา หรือใครอยากจะทำรายได้อีกทาง การค้าไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV ก็อ่านได้ในคอลัมน์รู้ไว้ได้ประโยชน์ หรือแม้แต่เรื่องยุคของสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ที่กำลังเป็นเรื่องฮอตอยู่ ณ เวลานี้ นอกจากนี้ ยังคงมีเนื้อหาสาระที่น่าสนใจอีกมากมาย โปรดติดตามในเล่มได้เลยค่ะ

บรรณาธิการ



“วารสารการค้าระหว่างประเทศ เป็นวารสารราย 3 เดือน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สารความรู้ และผลการดำเนินงานกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ ข้อเขียนในวารสารฯ เป็นความเห็นส่วนตัวของผู้เขียน มิใช่ความเห็นและเกี่ยวข้องกับนโยบายของกรม”

ที่ปรึกษา

: อธิบดี

รองอธิบดี

บรรณาธิการ

: นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

ผู้อำนวยการสำนักการค้าสินค้า

ผู้อำนวยการสำนักเจรจาการค้าบริการ

และการลงทุน

ผู้อำนวยการสำนักประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน

ผู้อำนวยการสำนักเอเชีย แอฟริกา

และตะวันออกกลาง

ผู้อำนวยการสำนักอเมริกา แปซิฟิก

และองค์การระหว่างประเทศ

ผู้อำนวยการสำนักยุโรป

ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศการเจรจา

การค้าระหว่างประเทศ

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาความพร้อม

ทางการค้า

กองบรรณาธิการ : ส่วนสื่อสารประชาสัมพันธ์

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

ออกแบบ/จัดทำ : บริษัท คอรั แอนด์ พีค จำกัด



อ่านแล้วได้ประโยชน์
แถมได้ลุ้นรับของรางวัล

วารสารการค้าระหว่างประเทศ มอบความสุขให้ผู้อ่านทุกท่าน เพียงตอบคำถามว่า “ของอร่อยขึ้นชื่อ 5 อย่างของจังหวัดยะลามีอะไรบ้าง?” (ไปให้แน่ใจว่า หากคำตอบได้จากวารสารฉบับนี้) รู้แล้วส่งคำตอบ ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ มาที่ E - Mail dtm.pr55@gmail.com ภายในวันที่ 30 เมษายน 2561 ทีมงานจะคัดเลือกผู้ตอบคำถามได้ถูกต้อง แล้วจับสลากผู้โชคดีเพื่อรับบัตรกำนัลจากเซ็นทรัลมูลค่า 300 บาท จำนวน 5 รางวัล

ส่งคำตอบกันมาเยอะๆ นะคะ แล้วอย่าลืมติดตามอ่านวารสารการค้าระหว่างประเทศ พร้อมร่วมสนุกลุ้นรับของรางวัลกันได้ทุกฉบับค่ะ

CONTENT

สารบัญ



04

Exclusive Interview
นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์



26

รู้ไว้ได้ประโยชน์
กลุ่มประเทศ CLMV
กับโอกาสทางการค้าของไทย



10

Special Report
โอกาสทางการค้าของไทย
บนเส้นทางสายไหม ผ่าน FTA:
อาเซียน - จีน และอาเซียน - ฮ่องกง



30

360 องศาการค้าโลก
เป็นชนวนไทยยุค 4.0
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก



14

FTA Corner
โคนมไทย พร้อมรับเปิดเสรี
เตรียมยกทัพโคอินเตอร์



33

สถิติการค้า



18

ASEAN Society
ความเป็นหุ้นส่วนสู่ “เศรษฐกิจ
นวัตกรรมแบบมีส่วนร่วม” กับการ
ปฏิสัมพันธ์สู่ “ห่วงโซ่มูลค่าโลก”



34

Q & A
เปลี่ยน! สู่ธุรกิจออนไลน์แบบไร้เงินสด



22

เล่าสู่กันฟัง
ยะลา มนต์เสน่ห์ที่ไม่เคยเสื่อมคลาย



36

DTN Report



39

วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ยุทธศาสตร์/
ค่านิยมองค์กร

จับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก เสริมความเข้มแข็งเศรษฐกิจไทย

กระทรวงพาณิชย์เป็นกระทรวงหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ นโยบายการบริหารงานจึงต้องชัดเจน และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ซึ่งบุคคลที่เข้ามาขับเคลื่อนสำคัญในฐานะรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ คนใหม่ คือ นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ ผู้มากประสบการณ์ทั้งด้านธุรกิจ การทำงานเพื่อสังคมและชุมชน การมีส่วนร่วมวางแผนปฏิรูปประเทศ ก่อนก้าวสู่ตำแหน่งสำคัญในรัฐบาล ทั้งที่ปรึกษารัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรม รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ และเข้ารับตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2560 ในโอกาสนี้ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้สัมภาษณ์ถึงแนวคิด มุมมอง ในการดำเนินงาน และการดำเนินชีวิตของท่านมาฝากกัน

ในโอกาสเข้ารับแต่งตั้งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ท่านมีนโยบายในการบริหารงานของกระทรวงอย่างไร

สมว. สนธิรัตน์ : ภายใต้มงรองพระราชบัญญัติ 2561 รัฐบาลประกาศ จัดให้เป็นปีแห่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและชุมชน เพราะฉะนั้น ทิศทางการทำงานของกระทรวงพาณิชย์ก็จะหนักแน่นเป็นหนึ่งเดียวกับนโยบายของชาติ โดยยึดแนวทางการทำงานแบบไร้รอยต่อกับทุกกระทรวงที่เกี่ยวข้อง เราจะทำงานลงลึกทั้งระดับจังหวัดและระดับประเทศ เพื่อวางรากฐานให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี เพื่อให้เป็นแรงขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

สำหรับทิศทางการทำงานของกระทรวงพาณิชย์ในปีที่กำหนดให้อยู่ใน 8 กรอบใหญ่ คือ

เรื่องที่แรก ดูแลเสถียรภาพราคาและตลาดสินค้าเกษตร ด้วยการแก้ที่มกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งในระดับนโยบายและระดับพื้นที่ แลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าทางการเกษตร เพื่อวางแผนล่วงหน้าทั้งการขายแบบสดและการขายแบบแปรรูป ภายใต้งานบริหารจัดการผลผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังเดินหน้าเปลี่ยนผ่านจากสินค้าเกษตรสู่สินค้าเกษตรนวัตกรรม ด้วยการต่อยอดกับงานวิจัยที่มีอยู่เดิมให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ พร้อมกับส่งเสริมแบรนด์สินค้าชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทั้งสินค้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

เรื่องที่สอง ดูแลค่าครองชีพ ด้วยการเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าราคาถูกผ่านร้านค้าธงฟ้าประชารัฐให้ครบ 40,000 แห่งทั่วประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของประชาชน และเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าชุมชนในอนาคต ซึ่งจะมีส่วนช่วยเหลือหนุนเวียนเศรษฐกิจการดำรงชีพชุมชน

เรื่องที่สาม สร้างอาชีพให้กับผู้มีรายได้น้อยที่ลงทะเบียนไว้กับกระทรวงการคลัง โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่อบรมให้ความรู้ และส่งเสริมการจับคู่แฟรนไชส์สายพันธุ์ไทยที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

เรื่องที่สี่ ขับเคลื่อนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (Micro, Small & Medium Enterprise: MSMEs) โดยลงลึกเป็นรายจังหวัด เราจะสร้างการเชื่อมโยงให้ทั่วถึงกันในรูปแบบออฟไลน์ เช่น โชห่วย ตลาดสด และห้าง เพื่อผลักดันไปสู่การค้าขายแบบออนไลน์ โดยอิงต้นแบบ ULE Model ของไต้หวันซึ่งร่วมกับภาคเอกชนเปิดตลาดอีคอมเมิร์ซดังโชห่วยมาเป็นแนวร่วม ขายสินค้าทุกอย่างที่อยู่ในความสนใจของตลาด นี่เป็นโมเดลที่เปิดโอกาสให้คนฐานรากสามารถตั้งตัวได้ ในขณะที่ไต้หวันก็ขยายบทบาทจากโลจิสติกส์มาเป็นนักวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค



นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

เรื่องที่ห้า ปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา หลังจากอเมริกาปรับสถานะบัญชีประเทศที่ต้องจับตามองพิเศษ (Priority Watch List: PWL) มาเป็นบัญชีประเทศที่ต้องจับตามอง (Watch List: WL) กระทรวงพาณิชย์ก็มีเป้าหมายที่จะดำเนินการต่อเนื่องเพื่อปลดแอกไทยจากบัญชี WL รวมถึงแก้ปัญหาจลาจลสิทธิบัตรล่าช้า การนำทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และการส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)

เรื่องที่หก ส่งเสริมบริการใหม่ๆ รองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เช่น ไบโอเทคโนโลยี บริการด้านการเกษตร และการส่งเสริมธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพิ่มและขยายการค้าออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศ โดยร่วมมือกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในการส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากอินเทอร์เน็ตชุมชน

เรื่องที่เจ็ด ส่งเสริมการส่งออก ในปี 2561 ตั้งเป้าการส่งออกเติบโต 8% พร้อมศึกษาโครงสร้างสินค้าส่งออก โดยพุ่งเป้าไปที่สินค้ามูลค่าเพิ่ม การขยายตลาดสินค้าที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมถึงจัดทำแผนขยายตลาดเป็นรายประเทศ เริ่มจากจีน อินเดีย และสหภาพยุโรป

เรื่องที่แปด สร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เช่น ลดขั้นตอนการจดทะเบียน การเดินหน้าสู่ระบบ E - Ministry และการแก้ไขกฎหมายบางข้อเพื่อรองรับรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนไป

วอกรับแนวนโยบายด้านการขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศ สมว. สนธิรัตน์ : ผมเชื่อว่าเรามีความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องปรับตัวเข้าสู่ยุคใหม่ หรือ Thailand 4.0 มีระบบเศรษฐกิจแบบ Value - based economy ที่เน้นนวัตกรรม และขับเคลื่อนโดยธุรกิจบริการและเทคโนโลยี ซึ่งการค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจไทย กระทรวงพาณิชย์จึงกำหนดยุทธศาสตร์การค้าไทยในอนาคต ดังนี้

ยุทธศาสตร์แรก เปิดประตูการค้าและขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ทั้งการเจรจาการค้าในกรอบ FTA ขยายการค้าการลงทุนในตลาดอาเซียน การเจรจาในระดับภูมิภาค RCEP การเจรจาเพื่อเสริมสร้างยุทธศาสตร์หุ้นส่วนเศรษฐกิจกับประเทศคู่ค้าสำคัญ โดยกระทรวงพาณิชย์มอบหมายให้กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศจัดทำยุทธศาสตร์การยกระดับความสัมพันธ์ทวิภาคีกับประเทศต่างๆ ประเทศเป้าหมายเป็นคู่ค้าที่มีสัดส่วนการค้ากับไทยสูง มีการลงทุนระหว่างกัน มีพื้นฐานความสัมพันธ์ที่ดี และมีเวทีประชุมร่วมกันกับไทย มีอัตราการขยายตัวของ GDP ขนาดของตลาด ผู้บริโภค และประชากร มีบทบาทสำคัญในเวทีเศรษฐกิจโลก และมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในสาขาที่ไทยให้ความสนใจ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนนโยบาย Thailand 4.0 และระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาค



ตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)

ยุทธศาสตร์ที่สอง เร่งรัดขยายตลาดส่งออกเชิงรุก โดยใช้ความต้องการตลาดเป็นตัวนำการผลิต หรือกำหนดสินค้าหรือบริการที่จะผลักดันการส่งออก และมีการกำหนดกลยุทธ์เชิงลึกถึงระดับเมือง มุ่งเจาะตลาดใหม่ เน้นเมืองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจของ CLMV การเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ และส่งเสริมการใช้ช่องทางการค้าออนไลน์

ยุทธศาสตร์ที่สาม ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางอาเซียน เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก โดยรัฐบาลมุ่งสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจจากภายใน และให้ความสำคัญกับตลาดใกล้ตัวที่มีอัตราการเติบโตสูง อย่างกลุ่มประเทศ CLMV จีน และอินเดีย รวมทั้งนโยบายส่งเสริมเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษใน 10 จังหวัดชายแดน เพื่อให้นักลงทุนสามารถใช้ประโยชน์ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดในประเทศเพื่อนบ้านด้วยต้นทุนโลจิสติกส์ต่ำลง ใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้าสินค้าที่มีภาษีการนำเข้าสินค้าร้อยละ 0 ในการนำเข้าวัตถุดิบและการขยายการส่งออก ใช้ประโยชน์จากแรงงานประเทศเพื่อนบ้านที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำ ทำให้สินค้าที่ผลิตในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้เปรียบในการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ในภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่สี่ ประกอบธุรกิจและการลงทุนในต่างประเทศ เพื่อต่อยอดการค้าระหว่างประเทศ ขยายฐานธุรกิจไปสู่ประเทศที่มีศักยภาพ สร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยเน้นการลงทุนใน CLMV เพื่อช่วยผลักดันการส่งออกสินค้าและกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจไทย ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการสาขาต่างๆ และการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า

ยุทธศาสตร์ที่ห้า ปรับโครงสร้างไปสู่การค้าด้านบริการ ให้เป็นจักรกลใหม่ในการขับเคลื่อนการค้า ปัจจุบันภาคบริการไทยมีส่วน GDP สูงถึงร้อยละ 52 มีการจ้างแรงงานในธุรกิจสูงถึงกว่า 16 ล้านราย โดยธุรกิจบริการที่มีศักยภาพคือ Digital Content ภาพยนตร์และภาพยนตร์ แฟชั่น - โลฟิสต์ สุนัขภาพ

และความงาม ค้าปลีกและแฟรนไชส์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริม SMEs ให้เป็นนักรบเศรษฐกิจใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation - Driven Enterprise: IDEs) พัฒนา Smart SMEs และเพิ่มบทบาทของ SMEs ในการผลักดันการค้า โดยเฉพาะกลุ่ม IDEs และกลุ่ม Start Up เพราะแนวโน้มในหลายประเทศที่ปรับตัวหันมาใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และนวัตกรรมในการผลิตสินค้า หรือใช้โมเดลทางธุรกิจรูปแบบใหม่ กระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำโครงการและกิจกรรมส่งเสริมสร้างขีดความสามารถแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เข้มแข็งในตลาดอาเซียน เช่น โครงการ Yen - D สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับประเทศเพื่อนบ้านตอนบน โครงการประชารัฐ ที่ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการรายใหญ่เป็นพี่เลี้ยงให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs และการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy : NEA) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ สร้างสรรค์คุณค่า มุ่งส่งเสริมยกระดับผู้ประกอบการส่งออก จากเดิมเป็นผู้รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM) ไปสู่ผู้ประกอบการที่มีกรออกแบบ (Original Design Manufacturer: ODM) มีแบรนด์ของตนเอง (Original Brand Manufacturer: OBM) ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการออกแบบสินค้าและบริการ ยกระดับสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นตามห่วงโซ่มูลค่า และเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากสินค้าและบริการรูปแบบใหม่บนโลกดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ สร้างความเข้มแข็งให้ท้องถิ่น มุ่งเน้นพัฒนาเกษตรกรให้พร้อมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตร พัฒนา

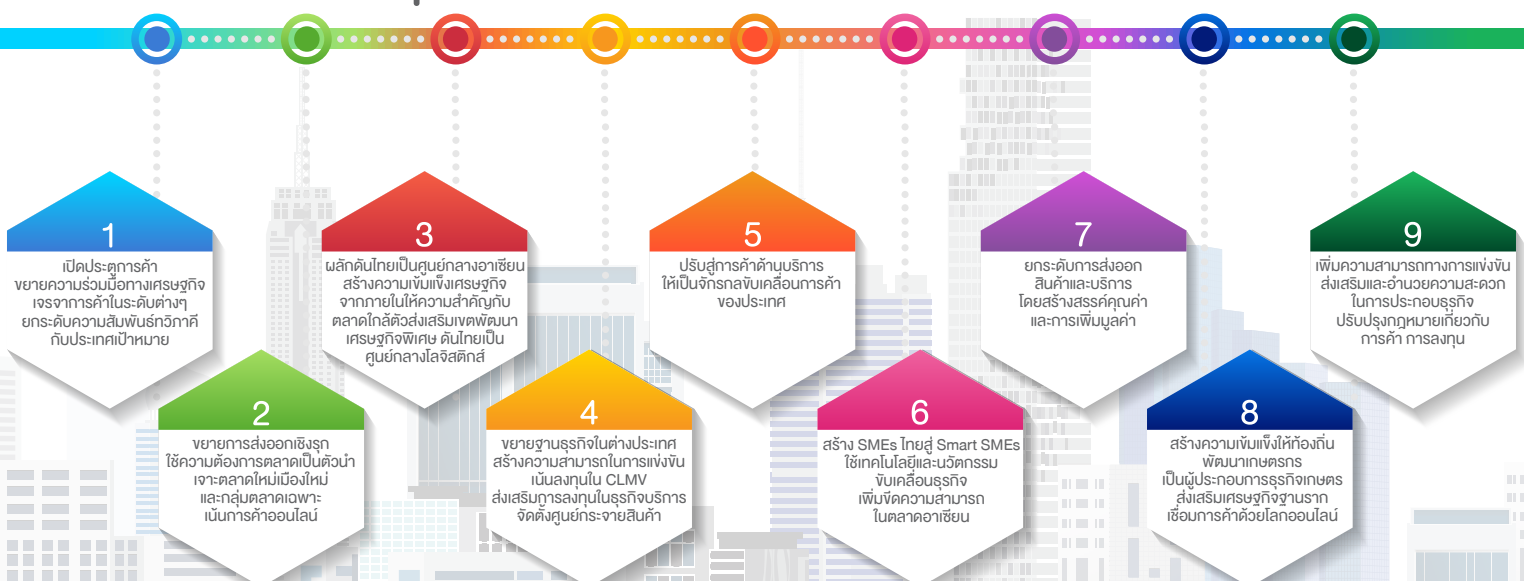
วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และผู้ประกอบการ SMEs ให้มีศักยภาพและแข่งขันในอาเซียนและตลาดโลก ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น สร้างคลัสเตอร์ในแต่ละภูมิภาค พัฒนาศักยภาพตลาดกลางสินค้าเกษตรและตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น ส่งเสริมการเชื่อมตลาดโลกผ่านการค้าออนไลน์ เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาประเทศสู่ระบบเศรษฐกิจที่เติบโตจากภายใน ควบคู่ไปกับการส่งออก พัฒนาต่อยอดธุรกิจสู่สากลในที่สุด โดยเปิดตัวโครงการโซ่ช่วย ไชยบริด เป็นจุดรวบรวมคำสั่งซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคและผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น โดยสั่งซื้อแล้วไปรับสินค้าเองที่ร้าน หรือให้ร้านจัดส่งทางไปรษณีย์ และชำระเงินออนไลน์ เพื่อช่วยสร้างความเข้มแข็งให้ร้านโซ่ช่วย และช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ สร้างความสามารถในการแข่งขัน จากรายงานของ World Economic Forum ปี 2559 จัดให้ไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันเป็นอันดับ 32 ในโลก กระทรวงพาณิชย์จึงดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของไทย เช่น ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ ด้วยการปรับปรุงขั้นตอนการขออนุญาตประกอบธุรกิจ ปรับแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าการลงทุนให้ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และเอื้อต่อศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศ

มุมมองของกานตออบกบงไทยในภูมิภาคอาเซียน

สมว. สนธิรัตน์ : ไทยมีบทบาทสำคัญในการก่อตั้งอาเซียน เมื่อปี 2510 ร่วมกับสมาชิกอีก 4 ประเทศ และเป็นผู้เสนอให้จัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ ASEAN Free Trade Area (AFTA)

9 ยุทธศาสตร์การค้าไทยในอนาคต





เพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันในปี 2535 และยังมีบทบาทสำคัญในอีกหลายด้าน เช่น ริเริ่มการเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียน โดยเป็นผู้ผลักดันแนวคิดเรื่องการเสริมสร้างความเชื่อมโยงกันในอาเซียน เพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่น และเป็นแนวทางพัฒนาสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ซึ่งต่อมาอาเซียนได้จัดทำแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน (Master Plan on ASEAN Connectivity: MPAC) เป็นกรอบความร่วมมือ ในการเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันใน 3 ด้านหลัก คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านกฎระเบียบ และด้านประชาชน

นอกจากนี้ ไทยยังมีบทบาทให้ความช่วยเหลือประเทศ CLMV ในการพัฒนาให้เกิดความเท่าเทียม สามารถก้าวไปพร้อมกับประเทศอาเซียน 6 เช่น โครงการเพิ่มศักยภาพการไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับกัมพูชา ลาว และเมียนมา รวมถึงมีบทบาทนำในเวทีการเจรจาอาเซียน - จีน และอาเซียน - ออสเตรเลีย โดยเป็นผู้ประสานงาน และเป็นประธานร่วมฝ่ายอาเซียน ทำให้มีโอกาสผลักดันประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อไทยภายใต้เวทีดังกล่าว

ส่วนบทบาทในการสนับสนุนการจัดทำความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) เพื่อบูรณาการระบบเศรษฐกิจของอาเซียนให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจภายนอกภูมิภาคอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ และมีเป้าหมายให้ RCEP เป็นความตกลงที่มีคุณภาพสูง มีการเปิดเสรีทั้งในเชิงกว้างและลึก ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การค้าและการลงทุน การอำนวยความสะดวกทางการค้า และการปรับประสานกฎกติกาทางการค้าต่างๆ เช่น หลักเกณฑ์เดียวกันของกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า การปรับมาตรฐานต่างๆ ซึ่งช่วยลดต้นทุนและอำนวยความสะดวกด้านการค้า การลงทุนให้กับผู้ประกอบการของทั้ง 16 ประเทศ ดึงดูดการลงทุนเข้าสู่ภูมิภาค และจะช่วยให้ประเทศสมาชิกได้รับประโยชน์เพิ่มเติมจาก FTAs ของอาเซียนที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ไทยยังมีบทบาททางเศรษฐกิจในอาเซียน โดยปี 2559 ไทยส่งออกไปตลาดอาเซียน 54,778.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 25.43 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และนำเข้าจากอาเซียน 36,530.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 18.81 ของ

มูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ความสำคัญของตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้นเกือบสองเท่า นับจากเริ่มมีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ AFTA ในปี 2535 ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกเพียงร้อยละ 13.77 และสัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 13.64 เท่านั้น

กระทรวงพาณิชย์มีแนวทางขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานราก และ SMEs ในปี 2561 อย่างไร

สมว. สนธิรัตน์ : ปี 2561 นี้เป็นปีที่กระทรวงพาณิชย์เน้นขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก และยกระดับราคาสินค้าเกษตรเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรไทย โดยผลักดันยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก เสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย รวมทั้งยกระดับเศรษฐกิจการค้าเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าและภาคบริการ

สำหรับแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของไทย กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญกับการดูแลค่าครองชีพของประชาชน รมรณรงค์ให้ประชาชนรู้เท่าทันในการจับจ่ายใช้สอย สามารถเลือกซื้อหาสินค้าคุณภาพดี ราคาประหยัด ในร้านค้าตลาดซื้อประหยัดใช้ที่มีอยู่กว่า 87,000 แห่งกระจายในทุกภูมิภาค ไปจนถึงการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น ด้วยการพัฒนาตลาดทั่วไปที่มีอยู่ในชุมชน ส่งเสริมให้มีหมู่บ้านทำมาค้าขาย เพื่อให้เศรษฐกิจในชุมชนหมุนเวียน สมาชิกชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนการดูแลสินค้าเกษตร จะเข้ามายกระดับราคาสินค้าเกษตร โดยแก้ไขปัญหาด้านราคา และดูดซับปริมาณในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก เชื่อมโยงตลาดและเพิ่มช่องทางจำหน่าย พัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า รวมทั้งสร้างความเป็นธรรมให้แก่เกษตรกรในการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

สมว. สนธิรัตน์ : จากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน โดย IMD ในปี 2560 ประเทศไทยมีผลที่ดีขึ้นทั้งโดยคะแนนและอันดับ คะแนนรวมเท่ากับ 80.095 เปรียบเทียบกับ 74.681 ในปี 2559 และเลื่อนขึ้นจากอันดับที่ 28 ในปี 2559 เป็นอันดับที่ 27 ในปี 2560 เมื่อพิจารณาคะแนนที่ประเทศไทยได้รับตั้งแต่ปี 2556 - 2560 แสดงให้เห็นถึงความพยายามของรัฐบาลและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้เริ่มส่งผล หากเร่งดำเนินการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จะทำให้ประเทศไทยมีอันดับความสามารถที่สูงขึ้นจนเป็นหนึ่งในประเทศชั้นนำได้อย่างแน่นอน

การปรับอันดับที่ดีขึ้นนั้นมาจากการพื้นฐานเศรษฐกิจที่เข้มแข็งขึ้น แม้ช่วงที่ผ่านมามีปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจโลก

แต่หลายหน่วยงานได้ปรับปรุงกฎหมายกว่า 200 ฉบับ รัฐบาล
เร่งออกกฎหมายลูกเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
นำระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาให้บริการประชาชนและภาคธุรกิจ
ช่วยให้การดำเนินธุรกิจสะดวกยิ่งขึ้น รวมทั้งออกมาตรการเพื่อ
สร้างความเข้มแข็งให้กับภาคเอกชน

ภายใต้รัฐบาลนี้ คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถ
ในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) ก็มีความก้าวหน้าในการ
ดำเนินการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของ
ประเทศให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยกำหนดทิศทางและ
ยุทธศาสตร์ระยะยาว และบูรณาการการดำเนินงานของภาคส่วน
ต่างๆ เช่น คณะกรรมการสานพลังประชารัฐ และคณะกรรมการ
อำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ ขับเคลื่อนแผนงาน
คู่ขนานกันให้มีความเชื่อมโยงและต่อเนื่อง เพื่อให้การพัฒนา
ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศดีขึ้นตามที่รัฐบาลได้
เป้าหมายไว้

แนวคิด มุมมอง และปรัชญาในการทำงานและการดำเนินชีวิตที่ ทำให้ท่านประสบความสำเร็จ

สมว. สนธิรัตน์ : คนที่ประสบความสำเร็จในชีวิตและการทำงาน หัวใจสำคัญต้องรู้ตัวเองว่ามีจุดแข็งจุดอ่อนอะไร
ถ้าเราเอาจุดอ่อนเป็นด้านหลักในการทำงานจะทำให้ต้อง
พัฒนาเยอะ แต่ถ้าเอาจุดแข็งเป็นด้านหลักก็จะทำให้
พัฒนาได้เร็ว มีจุดเด่นเหนือคนอื่น และประสบความสำเร็จ
ได้ง่าย เมื่อรู้ตัวเองแล้วก็ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนของชีวิต
โดยต้องเป็นเป้าหมายที่เรามีความสามารถจะไปถึงได้จริง
สำคัญคือต้องเป็นเป้าหมายที่จับต้องได้ สุดท้ายต้องมีความ
มุ่งมั่น ไม่มีเป้าหมายใดที่ได้มาง่ายๆ ไม่มีความสำเร็จ
ใดที่ได้มาโดยไม่ทุ่มเท ไม่ตั้งใจ หรือไม่พัฒนาตัวเองอย่าง
ต่อเนื่อง เราจึงต้องมีเป้าหมาย ทุ่มเทพัฒนาตนเอง และ
พยายามอย่างยิ่งที่จะเอาชนะตนเอง ชีวิตที่ประสบความสำเร็จ
เป็นชีวิตที่ต้องรู้จักวางแผนและพัฒนา

ถ้าถามว่าชีวิตคนเราอยากได้อะไร ผมเชื่อว่า
หลายคนคงตอบเหมือนกันว่า อยากได้ความสุข ความสุข
ในชีวิตคนเรามาจากหลายองค์ประกอบ ความสุขจาก
ความสำเร็จในการทำงาน ความสุขจากการได้ทำสิ่งที่
อยากทำ ความสุขจากการเป็นผู้ให้ ความสุขจากการ
ทำตัวเป็นประโยชน์กับคนอื่น ถ้าทุกคนมีโจทย์ของความ
สุข ความสำเร็จนั้นก็จะประสบความสำเร็จที่มีความสุข

การเรียนรู้ตัวเองตลอดเวลา พัฒนาตัวเองตลอดเวลา
โดยมีความเพียรเป็นสิ่งสำคัญ มีความพยายามใน
การไปสู่เป้าหมาย พร้อมการปรับปรุงตัวเอง ไม่ยอมแพ้
ต่อการใช้ชีวิต จะทำให้เราประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำ
นี่เป็นสิ่งที่ผมยึดอยู่ในใจมาตลอด



โอกาสทางการค้าของไทย บนเส้นทางสายไหม ผ่าน FTA อาเซียน - จีน และ อาเซียน - ออสเตรเลีย



“ การสัมมนาครั้งนี้จะทำให้มองเห็นโอกาสทางการค้าและการลงทุนของไทย ตลอดจนผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีนและอาเซียน-ฮ่องกง การค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก และมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดนโยบายใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศตะวันตกมีการกำหนดมาตรฐานในการนำเข้าข้าว ยางพารา และน้ำมันปาล์ม โดยใช้นโยบายรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี ขณะที่ประเทศตะวันออกยังไม่ค่อยมีนโยบายกีดกันการค้าเช่นนั้น จึงเป็นโอกาสอันดีที่ไทยจะใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และอาเซียน - ฮ่องกง ”

นางสาวชุติมา บุญยประภัศร
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์





เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2560 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จัดสัมมนาเรื่อง “โอกาสทางการค้าของไทยบนเส้นทางสายไหม: ผ่าน FTA อาเซียน - จีน และอาเซียน - อ่องกง” ณ โรงแรมเซนทารา แกรนด์ เซ็นทรัลลาดพร้าว กรุงเทพฯ โดยมี นางสาวชุตินา บุญยประภัศร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานกล่าวเปิดงานและกล่าวปาฐกถาพิเศษ งานนี้มีผู้เข้าร่วมงาน 817 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐ 117 คน ภาคเอกชน 661 คน สถาบันการศึกษา 33 คน สมาพันธ์และอื่นๆ 6 คน วิทยากรประกอบด้วยผู้แทนภาครัฐและนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในจีนและอ่องกง มาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ Special Report เก็บตกสาระสำคัญจากการสัมมนานี้มาฝากกัน โดยแบ่งเป็น 5 หัวข้อหลัก ดังนี้

01

ศักยภาพของจีนและอ่องกง

จีนเป็นตลาดใหญ่ มีประชากรมากที่สุดในโลกกว่า 1.4 พันล้านคน มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ และมี GDP เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ถือเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองของโลก ปัจจุบันเป็นคู่ค้าอันดับ 1 และนักลงทุนอันดับ 3 ของไทย มูลค่าการค้าไทย - จีนและอาเซียน - จีน ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ฮ่องกงเป็นคู่ค้าสำคัญลำดับ 9 ของไทย มีมูลค่าการค้ารวมประมาณ 1.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ เป็นนักลงทุนลำดับที่ 7 ของไทย ทั้งยังเป็นประตูด้านการค้าและการลงทุนไปสู่ตลาดใหญ่อ่างจีนและตลาดอื่นๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ ยังมีบทบาทสำคัญในนโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (One Belt One Road: OBOR) ของจีน และมีความเชี่ยวชาญด้านบริการในสาขาต่างๆ อาทิ ด้านกฎหมาย ด้านการเงิน และด้านโลจิสติกส์

02

นโยบายสอดคล้องกับไทย

จีนและไทยมีความร่วมมือที่มุ่งเน้นความเชื่อมโยงใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน นโยบาย OBOR ของจีนและโครงการ EEC ของไทย จะช่วยเสริมให้ไทยเป็น Gateway ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้านดิจิทัล One Belt One Ray และ Internet Plus ของจีนจะช่วยพัฒนาบริการภาครัฐให้สะดวกยิ่งขึ้น และช่วยสร้างแพลตฟอร์มเชิงพาณิชย์ให้แก่ภาคเอกชน ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม จีนเน้นการวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมการใช้นวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ไทยต้องการ ด้านคลัสเตอร์อุตสาหกรรม นโยบาย Made in China สอดคล้องกับสาขาที่ไทยต้องการ อาทิ หุ่นยนต์ การขนส่งและการบิน การแพทย์ และยานยนต์ ด้านพลังงาน จีนและไทยส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือกมากขึ้น ส่วนนโยบายของฮ่องกงที่สอดคล้องกับไทย อาทิ การพัฒนากลุ่ม Talent SMEs R&D การพัฒนา Smart City และการเชื่อมโยงในภูมิภาค





03 ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน - จีน และอาเซียน - ฮ่องกง

ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ACFTA) ไทยเริ่มทยอยลดภาษีผักและผลไม้ ตั้งแต่ปี 2546 และในปี 2561 ไทยจะลดภาษีสินค้าอ่อนไหวร้อยละ 0 - 5 ไทยได้รับประโยชน์จาก ACFTA อย่างมาก เพราะปริมาณส่งออกสินค้าไปจีนเพิ่มขึ้นหลายเท่า อาทิ มันสำปะหลัง สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องจักรและส่วนประกอบ โดยไทยยังคงเป็นประเทศที่ใช้สิทธิประโยชน์สูงสุดในกลุ่มอาเซียน ส่วนความตกลงระหว่างอาเซียนและฮ่องกงแบ่งเป็น 2 ฉบับ ได้แก่ ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน - ฮ่องกง (AHKFTA) และความตกลงด้านการลงทุนระหว่างรัฐบาลของเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนกับรัฐบาลของประเทศสมาชิกประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (AHKIA) ทั้งนี้ อาเซียนและฮ่องกงลงนามความตกลงทั้งสองฉบับเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2560 โดยไทยเปิดเสรีต่ำกว่าที่เปิดใน FTA อื่นๆ ขณะที่ฮ่องกงผูกพันสินค้าทุกรายการที่ร้อยละ 0 ในส่วนการค้าบริการ ไทยอนุญาตให้ชาวฮ่องกงสามารถถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 70 ในสาขาบริการให้คำปรึกษา และบริการด้านสถาปัตยกรรม ขณะที่ฮ่องกงเปิดตลาดให้ไทยถือหุ้นร้อยละ 100 ในสาขาประมง ป่าไม้ และเหมืองแร่

04 แนวโน้มและช่องทางการตลาด

สินค้าและบริการที่มีศักยภาพในจีน ได้แก่ กลุ่มอาหารและผลไม้ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ ผลิตภัณฑ์ความงาม ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ร้านอาหาร และสปา ส่วนช่องทางการตลาดในจีนมีความหลากหลาย ทั้งการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจำหน่ายสินค้าในห้าง/ร้าน และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ขณะที่ฮ่องกงมีแนวโน้มของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจแข่งขันกันด้วยประสิทธิภาพการผลิตและนวัตกรรม โดยฮ่องกงกำลังพัฒนา Greater Bay Area กับจีน และจะเชิญชวนบริษัทต่างๆ ให้จัดตั้งสำนักงานที่ฮ่องกง แต่ค่าเช่าพื้นที่และค่าครองชีพในฮ่องกงสูงมาก





05

ข้อเสนอแนะในตลาดจีนและฮ่องกง

ควรศึกษาตลาดให้รอบด้าน เช่น ด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง กฎระเบียบ ราคาตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภค ควรสร้างความแข็งแกร่งให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น มีตราสินค้าเป็นของตนเอง จดลิขสิทธิ์ตราสินค้าเป็นภาษาจีน ปรับปรุงหีบห่อ สร้างเรื่องราว (Brand story) และใช้นวัตกรรม ควรตั้งราคาสินค้าโดยคำนึงถึงต้นทุนที่เกี่ยวข้อง ควรแสวงหาคู่ธุรกิจเพื่อเจาะตลาด ควรเลือกช่องทางการตลาดที่เหมาะสม และควรให้ความสำคัญกับคน เช่น การจ้างคนท้องถิ่น ใช้ภาษาจีนในการสื่อสาร

ความคิดเห็นจากภาคเอกชน ต่อความตกลง AHKFTA

คุณวงศ์ทิพย์ ชุ่มภาณี

ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานสภาธุรกิจไทย - ฮ่องกง (Thailand - Hong Kong Business Council) กรุงเทพฯ โดยเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งสมาคมการค้าไทย - ฮ่องกง (ปี 2539) และเป็นประธานสมาคม 6 ปี ระหว่างเป็นที่ปรึกษาของคณะกรรมการการค้าของสมาคมฯ ยังเป็นผู้ก่อตั้งสภาธุรกิจไทย - ฮ่องกงในปี 2545 อีกด้วย โดยดำรงตำแหน่งประธานร่วมถึงปลายปี 2554



“ฮ่องกงมีความแข็งแกร่งและน่าสนใจในฐานะเป็นตัวเชื่อมที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการซื้อขายสินค้า ในฐานะเมืองท่าเสรีของโลก หรือด้านการลงทุนในฐานะศูนย์กลางทางการเงินและสามารถเคลื่อนย้ายเงินทุนได้อย่างเสรี และยังเป็นเมืองที่เชื่อมโยงโลกตะวันตกและตะวันออกเข้าไว้ด้วยกัน ส่วนประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางทางยุทธศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงสามารถช่วยกระชับความเชื่อมโยงของเส้นทาง Maritime Silk Road หรือสายไหมทางทะเลแห่งศตวรรษที่ 21 ไทยเป็นจุดศูนย์กลางที่จะสามารถเชื่อมโยงประเทศและเขตเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แก่เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อาเซียน 10 ประเทศ โดยเฉพาะที่สำคัญคือกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านรอบประเทศไทย ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม และสามารถเชื่อมโยงไปสู่เอเชียใต้และยุโรปได้อย่างลงตัว ดังนั้น FTA ฮ่องกงและไทยจะช่วยเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนเข้าด้วยกัน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับภูมิภาคอย่างสอดคล้องกับแนวคิดริเริ่ม Belt and Road ได้ต่อไป”



โคนมไทยพร้อมรับเปิดเสรี เตรียมยกทัพโกอินเตอร์

โดย สำนักอเมริกา แปซิฟิก และองค์การระหว่างประเทศ



กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทหน้าที่เตรียมความพร้อมของทุกภาคส่วน ตั้งแต่ศึกษาผลกระทบรอบด้านที่อาจมีขึ้นจากการจัดทำความตกลงการค้าเสรี รวมถึงหาแนวทางปรับตัวและมาตรการรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

ยังคงเป็นที่กังวลมาตลอดกับกรณีผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้าและผลิตภัณฑ์นมของไทย ที่เริ่มทยอยเปิดตลาดนำเข้าสินค้านมและผลิตภัณฑ์นมตั้งแต่ปี 2548 ให้กับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ภายใต้ FTA ไทย - ออสเตรเลีย และไทย - นิวซีแลนด์ โดยทยอยลดภาษีนำเข้า พร้อมเพิ่มปริมาณเพดานและโควตานำเข้า ซึ่งในปี 2568 ต้องเปิดเสรีนำเข้าสินค้านมทุกประเภท ด้วยการยกเลิกภาษีนำเข้าเหลือร้อยละ 0 ยกเลิกมาตรการกำหนดเพดานและโควตานำเข้าทั้งหมด หากนับเวลาถอยหลังก็เหลืออีกแค่ 8 ปีเท่านั้น

ปรับแผนเชิงรุก ดันนมไทยไอนเตอร์สู่การเป็น Hub ในภูมิภาค

ในเดือนธันวาคม 2560 นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นำคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมปศุสัตว์ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่พบปะหารือกับกลุ่มเกษตรกรโคนมและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นมภาคเหนือ ณ จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน พร้อมนำโครงการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าโคนมสู่การค้าเสรี คัดเลือกกลุ่มเกษตรกรหรือผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ ทั้งการแปรรูปผลิตภัณฑ์นม เช่น นมยูเอชที โยเกิร์ต ไอศกรีม เติร์ยมสร้างแบรนด์ พัฒนาหีบห่อบรรจุภัณฑ์ และนำไปโรดโชว์ในงานแสดงสินค้าที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จัดขึ้นในประเทศเป้าหมาย โดยใช้ประโยชน์จากความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนที่สมาชิกอาเซียนทุกประเทศต้องลดภาษีนำเข้าสินค้านมและผลิตภัณฑ์นมให้เหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 ขณะที่

ภายใต้ FTA อาเซียน - จีน จีนได้ลดภาษีนำเข้าสินค้านมและผลิตภัณฑ์เป็นร้อยละ 0 แล้ว

ปี 2559 การส่งออกสินค้านมและผลิตภัณฑ์นมของไทย คิดเป็นมูลค่า 1,263.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ นมปรุงแต่งยูเอชที โยเกิร์ต บัตเตอร์มิลค์ และนมข้นหวาน ตลาดส่งออกสำคัญคือ เวียดนาม กัมพูชา เมียนมา ลาว ฟิลิปปินส์ และจีน ซึ่งล้วนต้องการผลิตภัณฑ์นมคุณภาพสูง และเป็นตลาดศักยภาพที่ยังสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้อีกมาก การลงพื้นที่ครั้งนี้จึงเป็นการพลิกวิกฤติจากการตั้งรับให้เป็นโอกาสผลักดันไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกสินค้านมและผลิตภัณฑ์นมในภูมิภาคอาเซียนและจีน เพราะไทยสามารถนำเข้าวัตถุดิบจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ นอกจากนี้ การขยายการส่งออกนมและผลิตภัณฑ์นมของไทยออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น จะช่วยเพิ่มปริมาณความต้องการน้ำนมโคดิบในประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร

ยกทัพนมไทยเดินสายโรดโชว์ตลอดปี 61

การจัดสัมมนาในการลงพื้นที่ครั้งนี้ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้ให้ข้อมูลพันธกรณีการเปิดตลาดสินค้านม





ภายใต้ FTA ไทย - ออสเตรเลีย และไทย - นิวซีแลนด์ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับพันธกรณีการเปิดตลาดสินค้านมของประเทศเพื่อนบ้านที่ไทยมีความตกลงการค้าเสรี FTA ด้วย โดยเฉพาะเวียดนาม กัมพูชา เมียนมา และจีน ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีผู้บริโภคจำนวนมาก โดยเสนอว่าควรมีการทดลองตลาด หาช่องทางทางการขายสินค้าผ่านออนไลน์ และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่กระทรวงพาณิชย์จัดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นมไทย คุณภาพดีไม่ต่างจากนมออกนอกโด

การลงพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนยังพบว่า เกษตรกรโคนมภาคเหนือมีการรวมตัวกันจัดตั้งสถาบันเกษตรกรอย่างเข้มแข็ง ประกอบด้วยสหกรณ์โคนม 18 แห่ง โรงงานแปรรูปนมและผลิตภัณฑ์นม 5 แห่ง ศูนย์รวบรวมนํ้านมดิบของสหกรณ์และบริษัทเอกชน 33 แห่ง มีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม 1,539 ราย โคนม 69,513 ตัว โครีดนม 28,978 ตัว ปริมาณนํ้านมดิบที่ผลิตได้ประมาณ 343 ตันต่อวัน อุตสาหกรรมโคนมภาคเหนือจึงถือว่ามีความศักยภาพสูง เพราะได้เปรียบด้านสภาพภูมิประเทศสูงจากระดับน้ำทะเลที่เหมาะสม ภูมิอากาศหนาวเย็นเหมาะกับการเลี้ยงโคนม ส่งผลให้วัวมีสุขภาพดี มีแหล่งอาหารอุดมสมบูรณ์ ทำให้นํ้านมมีองค์ประกอบไขมันและโปรตีนสูงกว่ามาตรฐาน เป็นโอกาสที่จะพัฒนาการผลิตนํ้านมโคคุณภาพสูงให้เป็นที่รู้จักได้ เช่น นมล้านนา และนมป่าตองห้วยหม้อ ซึ่งคุณภาพและรสชาติคล้ายนมออกนอกโดที่ขึ้นชื่อและเป็นจุดขายของเมืองฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น ที่ใครไปก็ต้องลองชิม

ดึงดูด เสิร์มจูงด้วย ให้ฟาร์มเล็ก - ฟาร์มใหญ่

ฟาร์มขนาดใหญ่มีความพร้อมในการแข่งขันกับนมนิวซีแลนด์และนมออสเตรเลียมากกว่าฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก มีความพร้อมบุกตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ เพราะได้เปรียบด้านเงินทุน มีระบบกำจัดของเสียที่มีประสิทธิภาพ สามารถเปลี่ยนมูลสัตว์เป็นพลังงานทดแทนเพื่อรักษาสังแวดล้อม โดยนำไปผลิตก๊าซชีวภาพเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า และใช้ประโยชน์ในรูปแบบพลังงานทดแทนสำหรับรถยนต์ เครื่องจักรการเกษตร และปั่นไฟฟ้า ส่วนภาคตะกอนนำไปผลิตปุ๋ยอัดเม็ด แต่ฟาร์มรายใหญ่ก็ยังต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการส่งออก

ส่วนฟาร์มขนาดกลางถึงขนาดเล็กยังติดปัญหาด้านการตลาด ขาดเงินทุนในระบบกำจัดและแปรรูปของเสีย ต้นทุนอาหารสัตว์สูง และต้องการเครื่องจักรผลิตอาหารข้นและอาหารหยางเอง จึงอยากให้ภาครัฐส่งเสริมให้มีการปลูกหญ้าเนเปียร์เพิ่มขึ้นเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ และเปลี่ยนแนวทางให้นั้นจับตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ขยายตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มไปยังร้านกาแฟในเชียงใหม่กว่า 4,000 ร้าน ที่ต้องการใช้และรับซื้อนํ้านมดิบโปรตีนสูงเกินร้อยละ 3 ในราคาสูงถึง 30 บาทต่อกิโลกรัม จากเดิมที่ขายได้ 20 บาทต่อกิโลกรัม นอกจากนี้ ยังมีความกังวลว่านมผงขาดมันเนยที่จะเปิดตลาดในปี 2568 จะมาแย่งตลาดนํ้านมดิบของเกษตรกรในประเทศ จึงขอให้ภาครัฐเร่งส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคนมสดที่ผลิตจากนํ้านมดิบของเกษตรกรโคนมไทย และควรให้สิทธิพิเศษกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ นํ้านมดิบจากเกษตรกรโคนมไทย

กระทรวงเกษตรฯ เตรียมอัดฉีดกว่า 400 ล้านบาท

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร มีมาตรการรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในปี 2561 โดยเตรียมอัดฉีดเงิน 300 ล้านบาท ผ่านกองทุนปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตร ให้กับกลุ่มสินค้าเกษตรที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรี FTA เพื่อเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของประเทศ และอีก 110 ล้านบาทผ่านกองทุนพัฒนาสหกรณ์โคนมเพื่อจัดหาเครื่องจักรและอุปกรณ์ทดแทนการใช้แรงงาน และลดต้นทุนการผลิตให้กับสมาชิกสหกรณ์โคนม

ปศุสัตว์ตัวเข้ม ลดต้นทุน สร้างมาตรฐานสากล

ผู้แทนกรมปศุสัตว์ให้ความเห็นว่า เกษตรกรรายย่อยอาจต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ ให้ต้นทุนน้ำนมดิบอยู่ในช่วง 9 - 12 บาทต่อกิโลกรัม (ปัจจุบันต้นทุนอยู่ที่ 14 บาทต่อกิโลกรัม ขณะที่ต้นทุนน้ำนมดิบในนิวซีแลนด์ต่ำกว่า 9 บาทต่อกิโลกรัม) และควรเพิ่มผลผลิตน้ำนมดิบให้มากกว่า 13 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน (นิวซีแลนด์ผลิตน้ำนมดิบได้ 16 กิโลกรัมต่อตัวต่อวัน) เปลี่ยนสถานะเกษตรกรไทยจากผู้ใช้งานแรงงานมาเป็นผู้บริหารฟาร์มรุ่นใหม่ สำคัญที่สุดคือต้องพัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล ได้แก่ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices: GAP) ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis and Critical Point System: HACCP) หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) มาตรฐานไอเอสโอ (International Standardization and Organization: ISO) มาตรฐานอาหารขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติและองค์การอนามัยโลก (Joint FAO/WHO CODEX Alimentarius Commission: CODEX) และระบบการตรวจสอบย้อนกลับไปถึงฟาร์มได้ (Traceability)

ดันไทยสู่ศูนย์กลางอาหารในอาเซียนในอีก 5 ปี

ผู้แทนเมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) ชี้แนะแนวทางว่า รัฐบาลตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางอาหารในอาเซียนภายในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งแนวโน้มความต้องการของตลาดเป็นอาหารสุขภาพ อาหารผู้สูงอายุ อาหารฮาลาล และอาหารออร์แกนิก พร้อมยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์นมที่ได้รับรางวัลในปี 2560 เช่น โยเกิร์ตที่มีส่วนผสมของธัญพืชและผัก ไอศกรีมที่มีส่วนผสมของวิตามิน นมสดที่

ผลิตโดยไม่ผ่านกระบวนการความร้อน (Cold Pressed Raw Milk) เป็นต้น โดย Food Innopolis มีโรงงานให้บริการเช่า (Pilot Plant) ในราคาที่เหมาะสม สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจทดลองทำโรงงาน แต่ไม่มีที่ดินและโรงงานของตัวเอง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ รุกพบปะโคนมทุกภูมิภาค

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับการปศุสัตว์ และชุมนุมสหกรณ์โคนมแห่งประเทศไทย มีแผนลงพื้นที่พบปะกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโคนมในภูมิภาคอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือการค้าเสรี โดยจัดขึ้นที่สระบุรี นครราชสีมา ขอนแก่น และกาญจนบุรี ช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2561

โคนมไทยมาไกล เลิกตั้งรับ พลิกวิกฤติเป็นโอกาส รุกตลาดต่างประเทศ

จะเห็นว่าตั้งแต่ไทยได้ทยอยเปิดตลาดสินค้านมและผลิตภัณฑ์ในปี 2548 จนถึงปัจจุบัน ภาคโคนมของไทยมีการปรับตัวและพัฒนาอย่างมาก เกษตรกรโคนมและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไม่ได้กังวลเหมือนช่วงแรกอีกแล้ว เนื่องจากมีระยะเวลาการปรับตัวนานถึง 20 ปี ยังเหลือเวลาอีก 8 ปีที่จะผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกสินค้านมและผลิตภัณฑ์นมในภูมิภาค

“นับจากนี้ โคนมไทยจะไม่เป็นฝ่ายตั้งรับ แต่จะพลิกเกมเป็นฝ่ายรุกพร้อมบุกตลาดอินเตอร์ต่อไป”





ความเป็นหุ้นส่วนสู่
“เศรษฐกิจนวัตกรรม
แบบมีส่วนร่วม”
กับการปฏิสัมพันธ์สู่
“ห่วงโซ่มูลค่าโลก”

โดย สำนักประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



เสร็จสิ้นลงไปแล้วอย่างสวยงามสำหรับการทำหน้าที่ประธานอาเซียนของฟิลิปปินส์ โดยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 31 และการประชุมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2560 ณ เมืองคลาร์ค จังหวัดบัมบังกา และกรุงมะนิลา ซึ่งถือเป็นการประชุมส่งท้ายวาระการดำรงตำแหน่งประธานอาเซียนของฟิลิปปินส์ตลอดปี 2560 ภายใต้ธีม “ความเป็นหุ้นส่วนเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการปฏิสัมพันธ์กับโลก (Partnering for Change, Engaging the World)” โดยประเด็นด้านเศรษฐกิจที่ฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญคือ “การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรมแบบมีส่วนร่วม (Inclusive, Innovation - led Growth)” ผ่านการส่งเสริมการค้าการลงทุนที่บูรณาการผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) เข้ากับห่วงโซ่มูลค่าโลกและขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม

เปลี่ยนแปลงสู่ “เศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรมแบบมีส่วนร่วม”

ตลอดช่วงปี 2560 ที่ผ่านมามีการเป็นประธานอาเซียนของฟิลิปปินส์ ประเทศสมาชิกอาเซียนได้เสริมสร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างกัน เพื่อขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงไปสู่เศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรมแบบมีส่วนร่วม โดยร่วมกันผลักดันประเด็นด้านเศรษฐกิจที่สำคัญจนบรรลุผลสำเร็จ อาทิ การวัดผลการดำเนินงานด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า การปรับปรุงกฎระเบียบการจดทะเบียนธุรกิจ



ให้สอดคล้องกัน การส่งเสริมผู้ประกอบการสตรีและเยาวชน และกรอบการดำเนินงานเพื่อให้ MSMEs มีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลก โดยเฉพาะการส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่าง MSMEs กับบริษัทข้ามชาติ ซึ่งไทยสนับสนุนและให้ความสำคัญมาโดยตลอด

ในการประชุมครั้งนี้ ผู้นำอาเซียนได้เห็นชอบเอกสาร 2 ฉบับ ซึ่งสะท้อนความสำเร็จในการผลักดันประเด็นด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ ประกอบด้วย

- 1) ปฏิญญาอาเซียนว่าด้วยนวัตกรรม (ASEAN Declaration on Innovation) แสดงถึงเจตนารมณ์ร่วมกันของประเทศสมาชิกอาเซียน ในการใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยขับเคลื่อนให้เกิดการเติบโตและการแข่งขันของอุตสาหกรรมระดับภูมิภาค
- 2) วาระการดำเนินงานในการสร้างความตระหนักในเรื่องการส่งเสริมขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของสตรีในอาเซียน (Action Agenda on Mainstreaming Women's Economic



Empowerment in ASEAN) มุ่งส่งเสริมขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของสตรีด้วยนวัตกรรม การดำเนินธุรกิจแบบมีส่วนร่วม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ให้แล้วเสร็จ การขยายขอบเขตโครงสร้างภาษีหัก ณ ที่จ่าย และการปรับปรุงการปฏิบัติงานในการแลกเปลี่ยนข้อมูลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เป็นต้น

เดินหน้าแผนงานรายสาขา 3 ฉบับ

การประชุมครั้งนี้ ผู้นำอาเซียนยังได้รับทราบความสำเร็จในการดำเนินการตาม AEC Blueprint 2025 ซึ่งที่ประชุมคณะมนตรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Council) ได้รับรองแผนงานรายสาขา (Sectoral Work Plans) 3 ฉบับสุดท้าย (รวม 23 สาขา) ได้แก่

1) แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า (AEC 2025 Trade Facilitation Strategic Action Plan) มีเป้าหมายที่จะลดต้นทุนธุรกรรมทางการค้าลงร้อยละ 10 ภายในปี 2563 และเพิ่มมูลค่าการค้าภายในภูมิภาคเป็น 2 เท่า ภายในปี 2568

2) แผนการดำเนินการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของอาเซียน (ASEAN Work Programme on E-commerce 2017 - 2025) กำหนดแนวทางการดำเนินการที่จะช่วยส่งเสริมการทำธุรกรรมทางการค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ภายในภูมิภาคมากยิ่งขึ้น

3) แผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ด้านภาษีอากร (Strategic Action Plan 2017-2025 for ASEAN Taxation Cooperation) กำหนดแนวทางการดำเนินการด้านภาษีอากร เช่น การสนับสนุน การจัดทำความตกลงอนุสัญญาภาษีซ้อน

เปิดกว้างและเข้าร่วมใน “ห่วงโซ่มูลค่าโลก”

นอกเหนือจากการสร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภายในอาเซียนแล้ว อาเซียนยังมุ่งปฏิสัมพันธ์กับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อขยายตลาดการค้าการลงทุนภายนอกภูมิภาค และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลกของอาเซียน โดยสรุปผลความสำเร็จในช่วงการประชุมได้ ดังนี้

อาเซียนและญี่ปุ่น รัฐมนตรีเศรษฐกิจสามารถหาข้อสรุปประเด็นคงค้างภายใต้บทการลงทุนของความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน - ญี่ปุ่น (AJCEP) ในประเด็นเกี่ยวข้องกับการระงับข้อพิพาทการลงทุน ซึ่งเป็นประเด็นคงค้างสำคัญในการจัดทำพิธีสารแก้ไข AJCEP ที่ล่าช้ามานานกว่า 5 ปี โดยผลสรุปครั้งนี้จะเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการขยายการค้าการลงทุน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนอาเซียนที่จะสามารถเข้าไปให้บริการในสาขาต่างๆ ในญี่ปุ่นได้มากขึ้น ผ่านกฎเกณฑ์ที่มีความชัดเจนควบคู่กับการคุ้มครองและอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการลงทุนของนักลงทุนไทยในญี่ปุ่นไปด้วย

อาเซียนและฮ่องกง ผู้นำร่วมลงนามความตกลงการค้าเสรีอาเซียน - ฮ่องกง (ASEAN-Hong Kong Free Trade Agreement: AHKFTA) และความตกลงว่าด้วยการลงทุนระหว่าง



อาเซียน - ฮองกง (ASEAN-Hong Kong Investment Agreement: AHKIA) ซึ่งจะทำให้ฮองกงกลายเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าของอาเซียน และเป็นประตูการค้าสู่ตลาดใหญ่ออย่างจีน อีกทั้งยังจะได้รับประโยชน์จากความร่วมมือสาขาต่างๆ ภายใต้ความตกลงฯ ที่ฮองกงจะให้เงินสนับสนุนจำนวน 25 ล้านเหรียญฮ่องกง ครอบคลุมสาขาที่ประเทศไทยกำลังผลักดัน อาทิ MSMEs และ E - Commerce เป็นต้น

อาเซียนและจีน ผู้นำได้ออกถ้อยแถลงร่วมว่าด้วยความร่วมมือในการเชื่อมโยงสาธารณูปโภคพื้นฐาน (Joint Statement between ASEAN and China on Future Deepening the Cooperation of the Infrastructure Connectivity) ซึ่งมุ่งขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจและยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยเชื่อมโยงแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน (Master Plan on ASEAN Connectivity 2025) กับนโยบาย “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง” (One Belt, One Road) ของจีน

โดยเฉพาะการก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถและศักยภาพทางเศรษฐกิจ ตลอดจนเพิ่มแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาค

อาเซียนและคู่เจรจา 6 ประเทศ ผู้นำอาเซียน จีน สาธารณรัฐเกาหลี ญี่ปุ่น อินเดีย ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เข้าร่วมการประชุมผู้นำ RCEP และเป็นครั้งแรกตั้งแต่ประกาศเริ่มเจรจา RCEP เมื่อปี 2555 โดยออกถ้อยแถลงผู้นำร่วมว่าด้วยการเจรจาความตกลง RCEP (Joint Leaders' Statement on the Negotiations for the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) เน้นย้ำความสำคัญของผลประโยชน์จากความตกลง RCEP และยืนยันที่จะให้มีการสรุปผลการเจรจาทั้งด้านการเปิดตลาด กฎเกณฑ์ และความร่วมมือ โดยเพิ่มความพยายามในปี 2561 เพื่อให้การเจรจาความตกลง RCEP บรรลุผล

ในปี 2561 สิงคโปร์รับหน้าที่ประธานอาเซียนต่อ โดยจะเริ่มทยอยออกเอกสารสำคัญ อันเป็นสิ่งสะท้อนทิศทางของอาเซียนในสาขาต่างๆ ซึ่งคงต้องศึกษาติดตามอย่างใกล้ชิดต่อไป เพราะการเปลี่ยนแปลงของอาเซียนย่อมส่งผลไม่มากนักน้อยต่อพลเมืองอาเซียนทุกคน

ยะลา

มนต์เสน่ห์
ที่ไม่เคยเสื่อมคลาย

โดย ดฤดี สมสมาน

เมื่อเอ่ยชื่อจังหวัดยะลา หลายคนคงนึกถึงภาพเหตุการณ์
ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในตลอดหลายปีที่ผ่านมา แต่ความเป็นจริงแล้ว
ยะลา มีสิ่งดีๆ ซ่อนอยู่มากมายภายใต้ข่าวความไม่สงบที่เรารับรู้กันผ่านสื่อ
นั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งชาวสิงคโปร์และชาวมาเลเซีย
เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวชมยะลาอย่างไม่ขาดสาย
ซึ่งฉบับนี้เราจะพาไปค้นพบเสน่ห์ที่ซ่อนอยู่ของที่นี่กัน

ยะลา เป็นจังหวัดที่อยู่ใต้สุดของประเทศ และเป็นจังหวัดเดียวในภาคใต้ที่ไม่มีพื้นที่ติดทะเล พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่า มีฝนตกชุกถึง 9 เดือน และมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา ความเชื่อ จึงมีการผสมผสานวิถีชีวิตของชาวไทยพุทธ มุสลิม และจีน ทั้งลักษณะของที่อยู่อาศัยและอาหารการกิน แม้จะมีความหลากหลายทางสังคม แต่ก็ยังคงเป็นเมืองน่าอยู่ ผู้คนเป็นมิตร

ตัวเมืองยะลานั้นขึ้นชื่อว่า มีผังเมืองเป็นโยแม่งมุ่มสวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย บรรยากาศในเมืองก็ร่มรื่น แดงยังไม่มืดดิดให้หงุดหงิดใจ ยะลาแบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองยะลา อำเภอบางเต่าง อำเภอบันนังสตา อำเภอเยหา อำเภอรามัน อำเภอรารโต อำเภอกาบัง และอำเภอกรงปินัง ภาษาหลักที่ใช้คือ ภาษามลายู เพราะมีชาวมุสลิมอยู่เป็นจำนวนมาก ชาวยะลาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา สวนผลไม้ และค้าขาย

เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จัดสัมมนาร่วมกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดยะลา โดยมุ่งเน้นการขยายตลาดฮาลาล ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นในหลายประเทศ ประกอบกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และความสะดวกด้านการคมนาคม การสัมมนาครั้งนี้จึงเป็นการให้คำแนะนำ และแนวทางสนับสนุนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในท้องถิ่น

ในครั้งนี้ คณะเดินทางได้ลงพื้นที่เยี่ยมผู้ประกอบการ 4 แห่ง ได้แก่ บริษัทตอยยิบน์ฟู้ดส์ ผู้ผลิตน้ำนมถั่วเหลืองตรา Labansoy ซึ่งมีส่วนผสมของนมโคและนมแพะ มีทั้งรสธรรมชาติ ช็อกโกแลตมอลต์ และสูตรผสมงาดำ ได้รับการรับรองสินค้าตามมาตรฐานฮาลาล โดยส่งออกไปยังจีน คูเวต





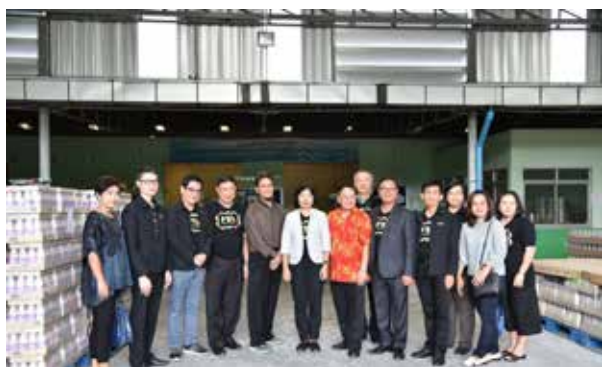
ชาอุดิอาระเบีย ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมหมมมุสลิมศรีปตรี ผู้ผลิต ผ้าคลุมหมมและใส่สำหรับชาวมุสลิม ส่งออกไปประเทศ ในตะวันออกกลาง มลายู เอเชียใต้ และบางภูมิภาคของจีน มีความสนใจ จะขยายตลาดไปยังมัลดีฟส์และปากีสถาน กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนสีมายา ทำผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องนุ่งห่มโดยใช้ ดินมายา ซึ่งเป็นดินเฉพาะถิ่นมาเป็นวัตถุดิบในการย้อมผ้า ทำให้ ได้สีเอิร์ธโทน มีจุดเด่นคือ ไม่ใช้สารเคมีและโทษจากธรรมชาติ และอาจได้รับการจดทะเบียนเป็นสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัด ผลิตภัณฑ์สุดท้ายคือ กลัวยหินแปรรูปตราหน้าตา ของชาวบ้านในอำเภอบันนังสตา ที่นำกลัวยท้องถิ่น เติบโตเอง ตามธรรมชาติ มีเนื้อแน่น เหนียว และมีจำนวนมาก มาแปรรูป ในหลายรสชาติ เช่น รสหวาน รสเค็ม รสชาเขียว และกรอบ แก้ว ซึ่งน่าภูมิใจมากเพราะได้รับการจดทะเบียนรับรองเป็น สินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดยะลาแล้ว

นอกจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่น่าสนใจแล้ว ยะลา ยังมี สถานที่ท่องเที่ยวสวยงามที่อยากเชิญชวนให้ลองมาสัมผัสกัน เริ่มจากในอำเภอมือ มีวัดคูหาภิมุข หรือวัดหน้าถ้ำ ซึ่งเป็น ที่มาของดินมายาที่ใช้ย้อมผ้าสีมายา ภายในวัดมีลักษณะคล้าย ห้องโถงใหญ่ มีช่องแสงสอดส่องสวยงาม ประดิษฐานพระพุทธรูปไสยาสน์ ความยาว 81 ฟุต 1 นิ้ว รวมถึงพระพุทธรูปสมัยศรีวิชัย สุโขทัย และอุททอง โดยมี "เจ้าเขา" รูปปั้นยักษ์คอยเฝ้าหน้าถ้ำ มาเป็นเวลายาวนาน ส่วนแลนด์มาร์คแห่งใหม่ที่อยากแนะนำคือ

Yala Bird City Street Art นับเป็นสีสันของจังหวัดที่ช่วยลดภาพ ความรุนแรงในพื้นที่ให้กลายเป็นแหล่งชุมชนมั่วซั่วไชเยิล นอกจากนี้ ในอำเภอมือยังมีร้านอาหารขึ้นชื่อมากมาย ทั้ง ร้านเฮียตงที่มีเมนูเด็ดหมีเหลืองผัดชีอิ้วใส่หมูหมักอร่อยมาก และยังมีการจับเท้าไก่เทพวิมาน ร้านโรตีสถิตและน้ำชา 5 แยก ใครได้แวะไปต้องสั่งเมนูโรตีสถิต 2 แผ่น ใส่เนยข้นเยอะๆ และร้านเนื้อหอมขยายเนื้อย่าง ที่ผู้เขียนต้องแวะไปกินทุกครั้ง เมื่อเดินทางกลับบ้าน

ในอำเภอบันนังสตา ถิ่นกำเนิดของกลัวยหินนังตา เป็น ที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติบางลาง ต้นกำเนิดของแม่น้ำหลายสาย ที่ไหลมารวมกันที่แม่น้ำปัตตานีสายบุรี มีเขื่อนบางลาง โครงการ ไฟฟ้าพลังน้ำเอนกประสงค์แห่งแรกในภาคใต้ ซึ่งพัฒนามาจาก แผนพัฒนาลุ่มน้ำปัตตานี ในช่วงแรกเมื่อเกิดเหตุการณ์ความ ไม่สงบ พื้นที่รอบเขื่อนบางลางตกอยู่ในส่วนของพื้นที่อันตราย ไม่สามารถเข้าไปท่องเที่ยวได้ จนกระทั่งเจ้าหน้าที่ทหารเข้ามา ดูแลและปลอดภัยมากขึ้น การท่องเที่ยวเขื่อนบางลางก็เริ่มกลับ มาคึกคักเหมือนเดิม

อีกอำเภอที่น่าสนใจอย่างมากคือ เบตง เมืองในหมอก ดอกไม้งาม มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยๆ หลายแห่ง เรียกว่าเมื่อไป เบตงจะเหมือนหลุดไปอยู่อีกโลกหนึ่งเลย เสน่ห์อย่างหนึ่งของ ที่นี้คือ บางครั้งในหนึ่งวันมี 3 ฤดู ทั้งฝนตก หนาวจนหมอกลง และร้อนสุดๆ เบตงมีประชากรชาวไทยเชื้อสายจีนอยู่มาก



อาหารการกินจึงมีความหลากหลาย และของกินขึ้นชื่อ คือ ไก่เบตง ที่ถูกนำเข้ามาพร้อมกับชาวจีนในพื้นที่ มีเนื้อเหนียวนุ่ม หนังกรอบเคี้ยว สามารถนำมาประกอบอาหารได้หลายเมนู เช่น ไก่สับเบตง ข้าวมันไก่เบตง ไก่เบตงตุ๋นยาจีน แต่เด็ดที่สุดต้องเป็นไก่สับเบตง ที่นำเนื้อไก่ไปนึ่ง ราดด้วยน้ำปรุงรสสูตรพิเศษ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวในเบตงก็น่าสนใจไม่แพ้อาหาร ทั้งตู้ไปรษณีย์สีแดงใหญ่ที่สุดในโลก อุโมงค์เบตงมงคลฤทธิ์ ซึ่งเป็นอุโมงค์ลอดภูเขาแห่งแรกของประเทศ อุโมงค์ปิยะมิตร เป็นอุโมงค์แห่งประวัติศาสตร์การรบของโจรคอมมิวนิสต์มลายา สวนหมีนบพุมาเป็นโครงการไม้ดอกเมืองหนาวอันเนื่องมาจากพระราชดำริ บ่อน้ำร้อนเบตง โรงเรียนจงฟามูลนิธิ ที่มีจุดเด่นคือมีลักษณะคล้ายกำแพงเมืองจีน เบตงยังมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติขึ้นชื่ออย่างป่าฮาลา - บาลา ที่เป็นผืนป่าดงดิบที่ไม่ติดต่อกัน แต่ได้รับการประกาศเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเดียวกัน พื้นที่ป่าในอำเภอเบตงเรียกว่า ป่าฮาลา - บาลา แต่ถ้าอยู่ในอำเภอสุดิริน จังหวัดนราธิวาส เรียกว่า ป่าบาลา - ฮาลา ผืนป่าแห่งนี้มีความอุดมสมบูรณ์มาก ฝนตกชุก มีความชื้นพอเหมาะสำหรับการอาศัยอยู่ของสัตว์ป่าหายากหลายชนิด ทั้งกระซู่ สมเสร็จ กระทิง เสือโคร่ง เลียงผา นกเงือก อีกสถานที่หนึ่งซึ่งกำลังเป็นที่นิยมคือ ยอดเขาซุนงูชีลีปัด ตำบลอัยเยอร์เวง ไปชมทะเลหมอกที่มีตลอดปี อากาศเย็นกำลังดี นักท่องเที่ยวทั้งในไทยและมาเลเซีย นิยมมาท่องเที่ยวกันมาก

แม้ทุกวันนี้เรายังอาจได้ยืนข่าวคราวความไม่สงบในยะลาอยู่บ้างประปราย แต่อยากให้ลองเปิดใจมาสัมผัสแง่มุมต่างๆ ณ ดินแดนสุดปลายด้ามขวานแห่งนี้ แล้วจะพบว่า ยะลา ยังคงมีมนต์เสน่ห์ทั้งรูปแบบวิถีชีวิตและแหล่งท่องเที่ยว ที่รอให้ทุกคนได้มาสัมผัสอย่างไม่เคยเสื่อมคลาย

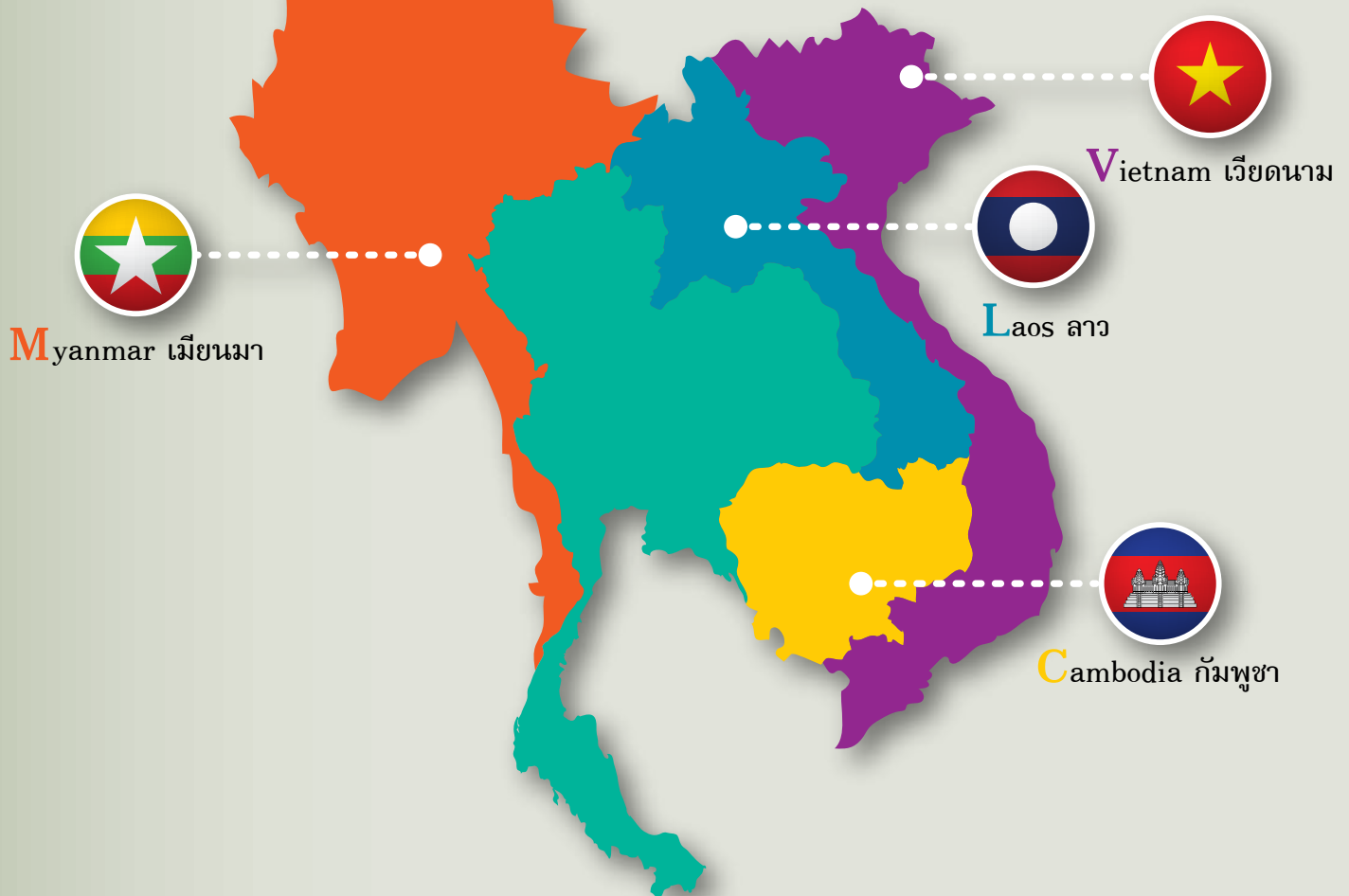


กลุ่มประเทศ

CLMV

กับโอกาสทางการค้าของไทย

โดย กองบรรณาธิการ



CLMV คือ กลุ่มประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม
เป็น 4 ประเทศที่ทยอยเข้าเป็นสมาชิกในอาเซียน เริ่มจากเวียดนามเข้ามาเป็นสมาชิกในปี พ.ศ. 2538
ตามด้วยลาวและเมียนมา ในปี พ.ศ. 2540 และกัมพูชา ในปี พ.ศ. 2542
ทั้ง 4 ประเทศมีความแตกต่างกับประเทศสมาชิกผู้ก่อตั้งทั้งด้าน เศรษฐกิจ
ระดับการพัฒนา และระบอบการเมืองการปกครอง
แต่ปัจจุบันเป็น CLMV กำลังเป็นที่จับจ้องของนักลงทุนทั่วโลก



ทำไม CLMV จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจ ของผู้ประกอบการและนักลงทุนไทย?



GDP เติบโตดี และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง



มีพรมแดนต่อเนื่องกับไทย



มีแหล่งวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติ
อุดมสมบูรณ์



มีพรมแดนเชื่อมโยงสู่ตลาดประเทศใหญ่ใน
เอเชีย



ค่าจ้างแรงงานต่ำ



มีตลาดเกิดใหม่ และกลุ่มชนชั้นกลางเพิ่มขึ้น



มีนโยบายสนับสนุนจากรัฐบาล



มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง

มารู้จักประเทศกลุ่ม CLMV กันให้มากขึ้น

พื้นที่: 181,036 ตร.กม.
เมืองหลวง: กรุงพนมเปญ
ประชากร: 15.6 ล้านคน
การปกครอง: ระบอบ
ประชาธิปไตยแบบรัฐสภา
มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข
วันชาติ: 9 พฤศจิกายน
สกุลเงิน: เรียล
สินค้าส่งออก: เสื้อผ้า รองเท้า
ไม้ ยางพารา ข้าว



Cambodia
กัมพูชา

พื้นที่: 237,000 ตร.กม.
เมืองหลวง: นครหลวงเวียงจันทน์
ประชากร: 6.65 ล้านคน
การปกครอง: ระบอบสังคมนิยม
วันชาติ: 2 ธันวาคม
สกุลเงิน: กีบ
สินค้าส่งออก: ทองแดงและ
ของใช้ที่ทำด้วยทองแดง เสื้อผ้า
เครื่องนุ่งห่ม ไม้และ ผลิตภัณฑ์ไม้
กาแฟ



Laos
สปป. ลาว

พื้นที่: 657,740 ตร.กม.
เมืองหลวง: เนปีดอว์
ประชากร: 64.95 ล้านคน
การปกครอง: รัฐสภา
วันชาติ: 4 มกราคม
สกุลเงิน: จ๊าด
สินค้าส่งออก: ก๊าซธรรมชาติ
ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้
เสื้อผ้า ธัญพืช



Myanmar
เมียนมา

พื้นที่: 331,690 ตร.กม.
เมืองหลวง: กรุงฮานอย
ประชากร: 15.6 ล้านคน
การปกครอง: ระบอบสังคมนิยม
วันชาติ: 2 กันยายน
สกุลเงิน: ดอง
สินค้าส่งออก: โทรศัพท์มือถือ และ
ชิ้นส่วน สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
รองเท้า น้ำมันดิบ ข้าว กาแฟ



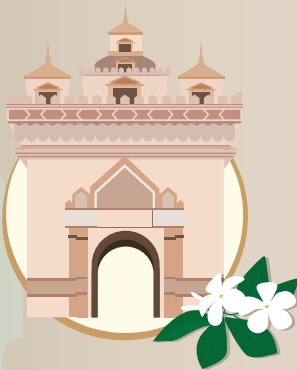
Vietnam
เวียดนาม

รู้ไว้ก่อนลงทุนในประเทศกลุ่ม CLMV



Cambodia – กัมพูชา

- เศรษฐกิจกัมพูชาเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ด้วยการลงทุนจากต่างประเทศ การส่งออก และบริการการท่องเที่ยว
- แหล่งวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติยังอุดมสมบูรณ์
- อัตราค่าจ้างแรงงานต่ำ แต่คุณภาพแรงงานยังต้องการการพัฒนาเพิ่มเติม
- เน้นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน เหมาะเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก
- ระบบสาธารณูปโภคยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร
- ระบบการเงิน การธนาคาร และกระบวนการยุติธรรม ยังขาดประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือ



Laos – สปป. ลาว

- เศรษฐกิจ สปป. ลาว เติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- แหล่งวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติยังอุดมสมบูรณ์
- มีแหล่งน้ำสำหรับสร้างเขื่อนผลิตกระแสไฟฟ้า จึงเหมาะกับอุตสาหกรรมผลิตพลังงาน
- รัฐบาลส่งเสริมการพัฒนากระบวนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น การคมนาคมขนส่ง การสื่อสารและไฟฟ้า
- ธุรกิจที่นำลงทุน เช่น รับเหมาก่อสร้างและรับเหมาช่วง การให้บริการทางการแพทย์ ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น
- รัฐบาลส่งเสริมการลงทุนด้านการผลิตพลังงานไฟฟ้า เขื่อนแร่ อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร และการพัฒนาภาคเกษตร



Myanmar – เมียนมา

- มีแหล่งวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากและอุดมสมบูรณ์
- ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์สามารถเชื่อมโยงการขนส่งกับต่างประเทศได้สะดวก
- จำนวนประชากรมาก มีตลาดขนาดใหญ่ และเชื่อมั่นต่อคุณภาพสินค้าไทย
- แรงงานมีจำนวนมาก และค่าแรงต่ำ แต่แรงงานส่วนใหญ่ยังไร้ฝีมือ ยังต้องได้รับการพัฒนา
- ระบบสาธารณูปโภคยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร
- อุตสาหกรรมที่นำลงทุน เช่น สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ก่อสร้าง บริการการท่องเที่ยว รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ ประมงและอาหารสำเร็จรูป เฟอร์นิเจอร์ เกษตรและเกษตรแปรรูป ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก



Vietnam – เวียดนาม

- เศรษฐกิจพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- การเมืองมีเสถียรภาพ
- จำนวนประชากรมาก มีตลาดขนาดใหญ่ และสินค้าในตลาดเวียดนามยังไม่หลากหลาย
- ทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์
- ระบบโครงสร้างพื้นฐานยังไม่พร้อมมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งและโลจิสติกส์สูง
- ประชากรส่วนใหญ่อยู่ในวัยแรงงาน แต่ขาดแคลนแรงงานผู้บริหารระดับกลาง
- เหมาะกับการลงทุนแบบเป็นเจ้าของกิจการทั้งหมด ถ้าร่วมทุนต้องศึกษาผู้ร่วมทุนอย่างรอบคอบ
- อุตสาหกรรมที่นำลงทุน เช่น เกษตรแปรรูป อาหารทะเลแปรรูป เครื่องจักรและชิ้นส่วน ยานยนต์ สิ่งทอ แฟชั่น และเครื่องแต่งกาย ก่อสร้าง พลังงานและปิโตรเคมี ค้าส่งและค้าปลีก บริการการท่องเที่ยว

โอกาสของไทย กับการลงทุนในประเทศกลุ่ม CLMV



มีพื้นฐานด้านเทคโนโลยี
การผลิต และนวัตกรรมที่ดี



มีระบบบริหารจัดการและ
องค์ความรู้ในการทำธุรกิจที่ดี



ภูมิศาสตร์ที่ตั้งของประเทศ
เป็นจุดศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์



ระบบสถาบันการเงิน
เข้มแข็งและน่าเชื่อถือ



CLMV เป็น
Springboard ให้ไทย
ผ่านไปยังตลาดส่งออก

ธุรกิจที่ไทยนำลงทุนในประเทศกลุ่ม CLMV



เกษตรและอาหาร



ยานยนต์



รับเหมาก่อสร้าง



บริการท่องเที่ยว



ค้าปลีก



ขนส่ง



บริการทางการแพทย์



ป็นชาวนาไทยยุค 4.0 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

โดย ลลิตภัทร บรรณวิทย์

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ชาวนาไทยถูกเอาใจจากการเมืองทุกยุค เพราะหวังให้เป็นฐานเสียงเพื่อชนะเลือกตั้ง จนกลายเป็นปัญหาหมักหมม ไร้ขีดความสามารถในการแข่งขัน กตฐานะให้ยากไร้ ถึงเวลาแล้วที่ชาวนายุค 4.0 จะทวงคืนศักดิ์ศรีปลูกข้าว ทำธุรกิจให้มีกำไร

“ข้าว” ถือเป็นพืชการเมืองในทุกรัฐบาล เพราะเกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมาก ชาวนากว่า 28 ล้านคนจาก 3.9 ล้านครัวเรือน จึงมักตกเป็นเครื่องมือทางการเมืองบ่อยครั้ง เมื่อนักการเมืองหาเสียงโดยชูจุดขายนโยบายของแต่ละพรรค ใช้ข้าวเป็นหนึ่งในโปรโมชันที่ส่งมาเอาใจคนกลุ่มนี้ ด้วยวาทกรรมว่า “ต้องการช่วยคนจน” เมื่อได้กุมฐานเสียงคว้าชัยชนะเลือกตั้งและจัดตั้งรัฐบาล จึงตามมาด้วย “ซองโหว่” และ “ปัญหาสารพัด” หลังรัฐทุ้มงบประมาณไม่เอาใจชาวนา โดยเฉพาะโครงการ “รับจำนำข้าวทุกเมล็ด” ที่หวังอุ้มชาวนาให้ไม่ต้องออกแรงผลิตแบบเน้นคุณภาพ เมื่อผลิตข้าวออกมาเท่าไรก็ไม่ต้องกลัวจะไม่มีตลาดรองรับ เพราะรัฐบาลยินดีรับซื้อโดยให้ราคาสูงกว่าตลาดถึง 50%

ตัวเลขจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ประเมินการใช้งบประมาณจากโครงการรับจำนำข้าวในตลอด 3 ปี กว่า 9.8 แสนล้านบาท จากการรับซื้อข้าว 54.4 ล้านตัน หรือ 53% ของผลผลิต รวมมูลค่าความเสียหายทั้งสิ้น 585,000 ล้านบาท และทำให้มีข้าวเก่ค้างสต็อกที่ต้องรอการจัดการถึง 17 - 18 ล้านตัน

จึงเป็นโจทย์ให้ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายและการบริหารจัดการข้าว (นบข.) ซึ่งมี พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน กำหนดแผนดำเนินงานการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร ให้ต้องติดตาม ประเมินผล ปรับปรุงแก้ไขทุกปี ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ข้าวไทยปี 2560 - 2561 เพื่อยกระดับไปชาวนาไทยสู่ยุค 4.0

ในปีล่าสุด ฤดูกาลผลิต 2560/2561 เป็นการทำงานปีที่ 2 ของแผนการดำเนินงานนี้ ทุกจังหวัดต้องจัดทำแผนปฏิบัติงานภายใต้แผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจรระดับจังหวัด ส่งให้กับกรมการข้าว โดยมีทุกกระทรวงที่เกี่ยวข้องทำงานอย่าง

บูรณาการ ประกอบด้วย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดูแลเรื่องการพัฒนากระบวนการผลิต ปรับปรุงพันธุ์ข้าว และลดต้นทุน กระทรวงพาณิชย์ ดูแลเรื่องการตลาดตั้งแต่กลางน้ำจนถึงปลายน้ำ ทั้งด้านราคาซื้อขายที่เป็นธรรม การควบคุมคุณภาพตลอดจนถึงการส่งออก

นายบุญฤทธิ์ กัลยาณมิตร อธิบดีกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ อธิบายถึงมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ปีการผลิต 2560/2561 ที่เน้นการบริหารจัดการข้าวในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่กลางน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อบริหารจัดการข้าวในช่วงที่ผลผลิตจะออกมาพร้อมกันในเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม จากข้าวปริมาณทั้งปีเฉลี่ย 30 ล้านตัน บวกลบ 5 - 6 % ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่างๆ อาทิ ภัยธรรมชาติ โรคระบาด โดยมีแผนการบริหารจัดการความต้องการตลาด (ดีมานด์) และผลผลิต (ซัพพลาย) รวม 7 มาตรการ ประกอบด้วย

1. การจัดการภัยเกี่ยวให้เกษตรกรในช่วงผลผลิตออกมากทั้งประเทศ จากการสำรวจกรเกี่ยวข้าวทั่วประเทศมีอยู่รวมกว่า 16,000 คัน ที่จะสามารถจองผ่านแอปพลิเคชัน “จองรถเกี่ยวข้าว” ซึ่งสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ หรือ GISTDA ในสังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ ร่วมกับกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดทำขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนรถเกี่ยวข้าวในพื้นที่ให้เป็นการติดต่อระหว่างผู้ประกอบการรถเกี่ยวข้าวกับชาวนา โดยผ่านนายหน้า ช่วยลดต้นทุนค่าเกี่ยวข้าวจากปัจจุบันเฉลี่ยอยู่ที่ 350 - 800 บาทต่อไร่ลงได้

ผู้สนใจสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจองรถเกี่ยวข้าวที่ Play Store ค้นหา พิมพ์คำว่า “จองรถเกี่ยวข้าว” หรือสอบถามเพิ่มเติมที่ โทร. 02 - 507 - 6179, 02 - 507 - 6184

2. ช่วยเหลือค่าเก็บเกี่ยวและปรับปรุงคุณภาพข้าวให้เกษตรกรทุกราย ไร่ละ 1,200 บาท ไร่ละไม่เกิน 10 ไร่ ไม่เกิน 12,000 บาท (ประมาณ 2,400 - 3,000 บาทต่อตัน) เพื่อช่วยลดต้นทุน

3. สินเชื่อชะลอการขายข้าวนาปี ให้เกษตรกรเก็บไว้ในยุ้งฉาง รอราคาดีจึงขาย โดยให้ค่าเก็บรักษาในยุ้งฉางต้นละ

ขั้นตอนการใช้งาน แอปพลิเคชัน “จอร์รกี้” สำหรับ เกษตรกร

สอบถามเพิ่มเติม : 02 - 507 - 6179

แอปพลิเคชัน “จอร์รกี้”



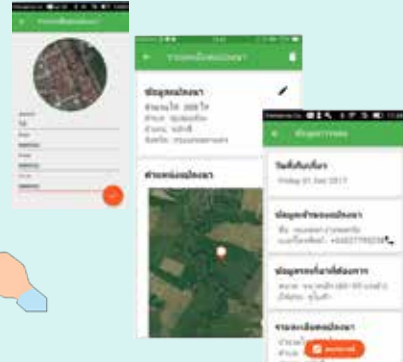
ดาวน์โหลดแอป จอร์รกี้
(สำหรับโทรศัพท์ระบบแอนดรอยด์)

การทำงานของ แอปพลิเคชัน
ประกอบด้วยการทำงานของ
2 ส่วน คือ
ส่วนเกษตรกร และ
ส่วนเจ้าของรถเกี่ย

1. สำหรับเกษตรกร
เพื่อให้เกษตรกรสามารถ
จอร์รกี้
นัดวันที่จะมาเก็บเกี่ยวผลผลิต
ในพื้นที่ของตนเองได้



สำหรับเกษตรกร

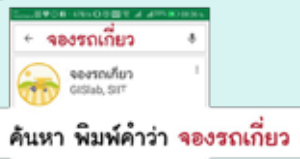


1.



ไปที่ Play store

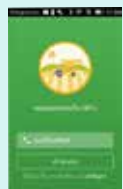
2.



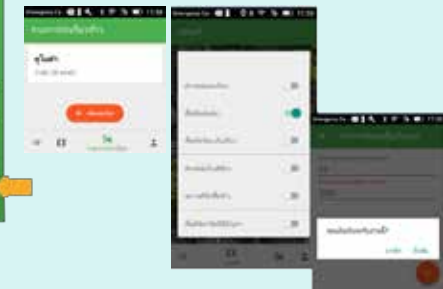
3.



ดาวน์โหลด



สำหรับเจ้าของรถเกี่ย



2. สำหรับเจ้าของรถเกี่ย
เพื่อให้เจ้าของรถเกี่ย
ตอบรับการจอง
จากฝั่งเกษตรกรเพื่อตอบรับงานเก็บ
เกี่ยวผลผลิต

1,000 บาท จ่ายเงินในวันชำระหนี้ต้นละ 500 บาท ในช่วง
1 พฤศจิกายน 2560 - 28 กุมภาพันธ์ 2561 โดยให้ราคาต้นละ
10,800 บาท ข้าวเปลือกหอมมะลิและข้าวเปลือกเจ้าต้นละ
7,200 บาท เมื่อชาวนาไม่เร่งขายข้าว ราคาข้าวก็จะไม่ตก และ
ยังมีเงินจำนำข้าวที่เก็บไว้ในยุ้งฉางมาช่วยลดต้นทุน

4. สินเชื่อให้กับ “สถาบันเกษตรกร” เพื่อรวบรวมหรือ
แปรรูปผลผลิต ในอัตราดอกเบี้ย 1% เพื่อช่วยกันรวบรวมการ
เก็บสต็อกข้าวอีกแรงในรูปแบบการรวมกลุ่มเป็นชุมชนข้าว
วิสาหกิจ และสหกรณ์ กลไกนี้จะทำให้ช่วยการรวมกลุ่มเข้มแข็ง
มีเงินไปรวบรวมซื้อขายข้าวจากเกษตรกร

5. ชดเชยดอกเบี้ยให้ “ผู้ประกอบการค้าข้าว” ในการเก็บ
สต็อก เช่น โรงสี หรือผู้ค้าข้าว ที่เป็นลูกค้าธนาคารต่างๆ เมื่อ
รับซื้อข้าวมาแล้วสามารถนำมาใช้เป็นสินทรัพย์ (Asset)
ค้ำประกันวงเงินในการขอสินเชื่อจากธนาคาร โดยภาครัฐจะ
ชดเชยดอกเบี้ยให้ 3% จากทั่วไปดอกเบี้ยประมาณ 7% เพื่อ
ช่วยให้โรงสีมีกำลังนำข้าวสู่ระบบโดยราคาไม่ตก

6. จัดตลาดนัดข้าวเปลือก เป็นการมาเจอกันของ
ผู้ค้าข้าวและผู้ผลิตจากทั่วประเทศ เมื่อทางเลือกของตลาดมาก
ขึ้น การซื้อขายมีการแข่งขันราคากัน ผู้ผลิตสามารถเลือกตาม

ความพอใจได้ในราคาที่เป็นธรรมมากขึ้น เกษตรกรก็มีทางเลือก
ในการขายมากขึ้น

7. เชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์และข้าวมาตรฐานสินค้า
เกษตร หรือ GAP (GAP - Good Agricultural Practices)
โดยการสนับสนุนค่าตรวจรับรอง จัดสรรโควตาส่งออกข้าวไป
สหภาพยุโรป (EU) และส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตข้าวอินทรีย์

ด้วยแผนและมาตรฐานทั้ง 7 ข้อนี้ จะทำให้เกษตรกรไทย
ยุค 4.0 รู้เท่าทันตลาด เพราะมีข้อมูลข่าวสารอยู่ในมือผ่านการ
ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รู้ว่าเวลาใดควรขายข้าว เวลาใดควร
เก็บข้าว หูไวตาไว และรู้จังหวะในการทำการตลาด โดยมีภาครัฐ
คอยสนับสนุน ส่งข้อมูลผ่านมือถือ แอปพลิเคชันชาวนาไทย
และไลน์ ให้สามารถเปรียบเทียบราคาได้แบบวันต่อวัน ชาวนา
ไทยก็จะสามารถพึ่งพาตนเอง และปลูกข้าวขายได้มีกำไรอย่าง
แท้จริง

ข้อมูลอ้างอิง:

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/782147>
กรุงเทพธุรกิจ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์



รายงานการค้าไทย

สถิติการค้า
ม.ค.-ธ.ค. 2560

มูลค่าการค้ากับประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย รวมทั้งสิ้น 459,458 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 12.2%)

จีน



73,670 (+11.9%)

ญี่ปุ่น



54,347 (+6.2%)

สหรัฐอเมริกา



41,401 (+13.3%)

มาเลเซีย



22,107 (+8.3%)

เวียดนาม



16,635 (+20.2%)

การส่งออก ของไทยกับประเทศคู่ค้าสำคัญ

มูลค่าการส่งออกของไทย รวมทั้งสิ้น 236,694 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 9.9%)

5 อันดับแรก ของประเทศคู่ค้าที่ไทยส่งออกสินค้า

1 จีน
29,433 (+23.7%)

- ยางพารา
- ผลิตภัณฑ์ยาง
- เม็ดพลาสติก

2 อเมริกา
26,537 (+8.3%)

- เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ
- ผลิตภัณฑ์ยาง
- ัญมณีและเครื่องประดับ

3 ญี่ปุ่น
22,310 (+8.9%)

- รถยนต์และส่วนประกอบ
- โทรศัพท์มือถือ
- เครื่องโทรสาร เครื่องโทรศัพท์ และส่วนประกอบ

4 สหราชอาณาจักร
12,308 (+7.3%)

- เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ
- ัญมณีและเครื่องประดับ
- แผงวงจรไฟฟ้า

5 เวียดนาม
11,662 (+23.7%)

- น้ำมันสำเร็จรูป
- ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง
- รถยนต์และส่วนประกอบ

อาเซียน 9
59,664 (+8.9%)

- รถยนต์และส่วนประกอบ
- น้ำมันสำเร็จรูป
- เคมีภัณฑ์

5 อันดับแรก ของสินค้าที่ไทยส่งออก

1 รถยนต์และส่วนประกอบ
27,045 (+2.7%)

- ออสเตรเลีย
- ฟิลิปปินส์
- อินโดนีเซีย

2 เครื่องคอมพิวเตอร์และส่งออก
18,497 (+10.4%)

- อเมริกา
- ฮ่องกง
- จีน

3 ัญมณีและเครื่องประดับ
12,842 (-9.9%)

- สวิตเซอร์แลนด์
- ฮ่องกง
- อเมริกา

4 ผลิตภัณฑ์ยาง
10,255 (+55.9%)

- จีน
- อเมริกา
- ญี่ปุ่น

5 เม็ดพลาสติก
8,652 (+12.1%)

- จีน
- อินโดนีเซีย
- อินเดีย

#10 ยางพารา

#12 ข้าว

การนำเข้า ของไทยกับประเทศคู่ค้าสำคัญ

มูลค่าการนำเข้าของไทย รวมทั้งสิ้น 222,763 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 14.7%)

5 อันดับแรก ของประเทศคู่ค้าที่ไทยนำเข้าสินค้า

1 จีน
44,237 (+5.3%)

- เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ
- เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน
- เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ

2 ญี่ปุ่น
32,037 (+4.5%)

- เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ
- เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์
- แผงวงจรไฟฟ้า
- เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ

3 อเมริกา
14,864 (+23.5%)

- เครื่องบิน เครื่องยนต์และส่วนประกอบ
- แผงวงจรไฟฟ้า
- เคมีภัณฑ์

4 มาเลเซีย
11,755 (+8.9%)

- น้ำมันดิบ
- เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ
- เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ

5 ไต้หวัน
8,130 (+14.2%)

- แผงวงจรไฟฟ้า
- เคมีภัณฑ์
- เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ

อาเซียน 9
41,494 (+13.6%)

- น้ำมันดิบ
- เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ
- เคมีภัณฑ์

5 อันดับแรก ของสินค้าที่ไทยนำเข้า

1 น้ำมันดิบ
19,858 (+35.1%)

- สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
- ซาอุดีอาระเบีย
- มาเลเซีย

2 เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ
19,547 (+2.6%)

- ญี่ปุ่น
- จีน
- เยอรมนี

3 เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ
17,308 (+5.5%)

- จีน
- ญี่ปุ่น
- มาเลเซีย

4 เคมีภัณฑ์
14,755 (+13.7%)

- จีน
- ญี่ปุ่น
- อเมริกา

5 เครื่องเพชรพลอย
14,314 (+79.3%)

- สวิตเซอร์แลนด์
- ฮ่องกง
- ออสเตรเลีย

เปลี่ยน! สู่ธุรกิจออนไลน์แบบ ไร้เงินสด



โลกกำลังอยู่ในยุคที่เดินทางไปสู่ธุรกิจออนไลน์อย่างเต็มตัว พร้อมกับการพัฒนาการของสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ ประเทศไทยเองก็เช่นกัน ทุกวันนี้หลายคนคงได้สัมผัสกับการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ โอนเงินผ่านแอปพลิเคชันจ่ายเงินซื้อของตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า โดยใช้บัตรเครดิตเงินสดหรือสมาร์ทโฟน เรียกว่ารูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนกำลังเปลี่ยนไป หลายคนอาจกำลังปรับตัวและเกิดคำถามขึ้นในใจ

Q&A ฉบับนี้จะรวบรวมคำตอบเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์และสังคมไร้เงินสดมาฝากผู้ฟังค่ะ

Q: ธุรกิจออนไลน์สำคัญมากแค่ไหนในโลกวันนี้?

A: ธุรกิจออนไลน์ คือ การขายสินค้าหรือบริการบนอินเทอร์เน็ต ผ่าน Website, Facebook, Line, IG, Twitter หรืออื่นๆ เป็นรูปแบบที่เปลี่ยนวิถีของผู้ซื้อและผู้ขายไปจากธุรกิจแบบเดิมๆ อย่างสิ้นเชิง เพราะไม่จำเป็นต้องมีสำนักงาน ร้านค้า แผนกจัดส่งสินค้า หรือพนักงานขาย ใช้ต้นทุนต่ำ และสามารถสร้างกระแสให้เกิดความนิยมสินค้าหรือบริการได้อย่างรวดเร็ว ในทางกลับกันบางธุรกิจออนไลน์ก็อาจต้องใช้เงินทุนสูง และเวลานานพอสมควรกว่าจะเป็นที่รู้จักของลูกค้า ถ้าผู้ประกอบการมองการณ์ไกล มีการวางแผนทางการตลาดที่ดี และใช้เครื่องมือในการสื่อสารให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ธุรกิจออนไลน์ก็สามารถสร้างรายได้มั่นคงได้ในระยะยาวได้

ถ้าถามว่าธุรกิจออนไลน์สำคัญมากแค่ไหนในโลกวันนี้ ให้ลองนึกภาพของผู้ซื้อสินค้าที่มีสมาร์ตโฟนอยู่ในมือ ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูล และการสั่งซื้อสินค้าได้ทันทีในทุกที่ ทุกเวลา นั่นก็เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่มหาศาลแล้ว

Q: อยากก้าวสู่ธุรกิจออนไลน์ ต้องเตรียมพร้อมอย่างไร?

A: ธุรกิจออนไลน์ก็เหมือนธุรกิจทั่วไปที่แข่งขันจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการจึงต้องเตรียมความพร้อมด้วยการสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการ โดยใช้เครื่องมือสื่อสารและวิธีการสื่อสารทางการตลาดให้เป็นประโยชน์ อย่างที่หลายคนบอกว่า โลกออนไลน์วันนี้แข่งขันกันด้วย Content นั่นคือการสร้างข้อมูล เรื่องราว จุดขายที่โดดเด่น แตกต่าง และแปลกใหม่ ให้กับสินค้า บริการ หรือแม้กระทั่งตัวตนของผู้ประกอบการเองก็ยังสามารถนำมาสร้างเป็นจุดขายทางการตลาดได้ นอกจากนี้แล้ว การมีจุดยืนที่ชัดเจน มีภาพลักษณ์ที่ดี เช่น การมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกสบายมากขึ้น จะส่งผลต่อการจดจำของลูกค้า และทำให้ธุรกิจออนไลน์ประสบความสำเร็จได้

ปัจจุบัน กระทรวงพาณิชย์จัดทำเว็บไซต์ Thaitrade.com เป็นตลาดกลางสำหรับผู้ประกอบการในการทำธุรกิจออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสเติบโตทางธุรกิจ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.thaitrade.com, www.facebook.com/ThaiTradedotcom หรืออีเมล contact@thaitrade.com หรือ โทร. 1169

Q: สังคมไร้เงินสดเป็นอย่างไร?

A: บนโลกธุรกิจออนไลน์เราไม่จำเป็นต้องถือเงินสดอยู่ในมือแล้วเดินไปจ่ายค่าสินค้าหรือบริการอีกต่อไป สังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society เป็นการเปลี่ยนแปลงจากระบบเงินสดมาเป็นระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เป็นเทรนด์ของโลกยุคนี้ที่หลายประเทศในยุโรป หรือในเอเชียอย่างมหาอำนาจอย่างจีนที่ผลักดันเรื่องนี้จนสำเร็จ ทำให้ร้านค้าทุกระดับไม่เพียงในโลกออนไลน์ แต่ยังรวมถึงห้างสรรพสินค้า ร้านค้าข้างทาง สามารถรองรับการจับจ่ายโดยไม่ต้องใช้เงินสด ซึ่งในประเทศไทยก็เห็นแอปพลิเคชันของธนาคารต่างๆ หรือบางธุรกิจ ออกมารองรับการจ่ายเงินแบบไร้เงินสดกันมากขึ้น เราจึงสามารถใช้จ่ายโดยผ่านคำสั่งบนสมาร์ตโฟน หรือใช้บัตรแทนเงินสดได้อย่างสะดวกสบาย



Q: สังคมไร้เงินสด ดี - ไม่ดีอย่างไร?

A: ข้อดีคือ ช่วยลดต้นทุนในการดูแลจัดการเอกสารธุรกรรมทางการเงินที่เกิดจากเงินสดของธนาคาร ลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมที่ไม่จำเป็นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา เมื่อการใช้จ่ายและการบริโภคง่ายขึ้น ก็ย่อมส่งผลให้เกิดการเพิ่มศักยภาพและขยายตัวของเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังสามารถติดตามเส้นทางของเงินได้ง่าย ตรวจสอบได้อย่างเป็นระบบ การคอร์รัปชันทำได้ยากขึ้น และรัฐบาลสามารถเก็บภาษีได้ถูกต้องครบถ้วนมากขึ้น

ส่วนข้อเสียคือ ระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e - Payment) มีค่าธรรมเนียมซึ่งผู้แบกรับค่าใช้จ่ายมักคือ ผู้บริโภค อีกเรื่องคือสูญเสียความเป็นส่วนตัวในการใช้เงิน เพราะทุกธุรกรรมบนโลกอิเล็กทรอนิกส์จะถูกเก็บข้อมูลและเส้นทางของมันเอาไว้ ในกรณีนี้แย่มากๆ ถ้าข้อมูลเหล่านี้เกิดรั่วไหลก็อาจมีผลกระทบในเรื่องความปลอดภัย หรือการถูกโจรกรรม



Q: สังคมไร้เงินสดในไทย เดินหน้าไปถึงไหนแล้ว?

A: หลายปีที่ผ่านมาเราได้เห็นการผลักดันประเทศไทยให้เป็น Cashless Society ด้วยระบบ e - Payment ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีความมั่นใจในการใช้จ่ายผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งทางอินเทอร์เน็ตและมือถือเพิ่มมากขึ้น ส่วนการทำธุรกรรมผ่านระบบ ATM และสาขาธนาคารลดลง แต่หากนับกันจริงๆ แล้ว มูลค่าการไม่ใช้เงินสดในประเทศไทยยังไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับหลายประเทศ แต่การพัฒนาการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e - Payment) ของธนาคาร และการสนับสนุนของรัฐบาล ก็น่าจะทำให้คนไทยเข้าใจความหมายของสังคมไร้เงินสด และทำให้อัตราการไม่ใช้เงินสดในประเทศไทยเติบโตมากขึ้นในอีกไม่นาน





พิธีทำบุญตักบาตรถวายพระราชกุศล พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันเฉลิมพระชนมพรรษา วันชาติ และวันพ่อแห่งชาติ วันที่ 5 ธันวาคม 2560 ณ พระลานพระราชวังดุสิต กรุงเทพฯ



โครงการเยี่ยมชมและการศึกษาดูงานเมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) วันที่ 8 ธันวาคม 2560 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (รังสิต)



งานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) วันที่ 9 ธันวาคม 2560 ณ ห้องแกรนด์ ไดมอนด์ บอลรูม ศูนย์การประชุมอิมแพ็คฟอรั่ม เมืองทองธานี



งานสัมมนา เรื่อง “ส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่น การค้าการลงทุน พืชชายแดนใต้” ระหว่างวันที่ 17 – 20 ธันวาคม 2560 ณ โรงแรมยะลารามา จังหวัดยะลา



การประชุมเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย - ตุรกี ครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 13 – 15 ธันวาคม 2560 ณ โรงแรม อนันตรา กรุงเทพฯ



งานสัมมนา เรื่อง “กรมเจรจา สัญจรลงพื้นที่ จับมือสหกรณ์โคนมไทยสร้างความพร้อมเกษตรกรแข่งขันในยุคการค้าเสรี” ระหว่างวันที่ 21 – 22 ธันวาคม 2560 ณ โรงแรมคุ้มภูคำ จังหวัดเชียงใหม่



งานสัมมนา “โอกาสทางการค้าของไทยบนเส้นทางสายไหม: ผ่าน FTA อาเซียน-จีน และอาเซียน-ฮ่องกง” วันที่ 25 ธันวาคม 2560 ณ โรงแรมเซนทารา แกรนด์ เซ็นทรัล ลาดพร้าว กรุงเทพฯ



เจ้าหน้าที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ร่วมลงนามถวายพระพร เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ 1 มกราคม 2561 ณ ศาลาสหทัยสมาคม พระบรมมหาราชวัง



พิธีทำบุญตักบาตรวันขึ้นปีใหม่กระทรวงพาณิชย์ 2561 วันที่ 4 มกราคม 2561 ณ ลานอเนกประสงค์ ชั้น 3 กระทรวงพาณิชย์



โครงการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน “จร. ดูให้รู้ SCG” วันที่ 10 มกราคม 2561 ณ อาคาร SCG Experience บางกะปิ กรุงเทพฯ



ประธานชุมนุมสหกรณ์โคนมแห่งประเทศไทย เข้าเยี่ยมคารวะ นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2561



การประชุมเตรียมการสำหรับการประชุมคณะกรรมการร่วมว่าด้วยการค้า การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน (JC เศรษฐกิจไทย-จีน) ครั้งที่ 6 วันที่ 12 มกราคม 2561 ณ โรงแรมแชงกรี-ลา กรุงเทพฯ



📍 การสัมมนาเรื่อง “ไทย - ญี่ปุ่น หุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจผ่าน FTA” (JTEPA) วันที่ 31 มกราคม 2561 ณ โรงแรมโซฟิเทล สุขุมวิท กรุงเทพฯ



📍 ลงพื้นที่และการสัมมนา เรื่อง “อนาคตกาแฟไทย การค้าในโลกเสรี” ระหว่างวันที่ 31 มกราคม - 2 กุมภาพันธ์ 2561 ณ โรงแรมทิด การ์เดน สปาร์ตอร์ต จังหวัดเชียงราย



📍 งานสัมมนาอาเซียน - ฮองกง หัวข้อ “How the ASEAN - Hong Kong FTA Benefits your Business” วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2561 ณ โรงแรมอนันตรา สยาม กรุงเทพฯ



📍 H.E. Mr. Alexy Gruzdev รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจแห่งสหพันธรัฐรัสเซีย เข้าพบ นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561 ณ ห้องรับรอง ชั้น 11 กระทรวงพาณิชย์

วิสัยทัศน์ VISION

“ขับเคลื่อนการเจรจาการค้าเชิงรุก
เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศ”
Propel proactive trade negotiations
to maximize national benefits

พันธกิจ MISSIONS

- เจรจาย้ายโอกาสทางเศรษฐกิจ
และการค้าอย่างเป็นรูปธรรม
และปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวม
Engage in the negotiations to
expand economic and trade
opportunities and protect national
interests.
- สร้างพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของ
ทุกภาคส่วน
Form alliances and increase
the participation of all stakeholders.
- มุ่งประสิทธิผลในการบริหารจัดการองค์กรโดย
ให้สอดคล้องกับวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
Perform effective organizational management
in line with the good governance principles



ยุทธศาสตร์ STRATEGIES

- เพิ่มประสิทธิภาพในการเจรจาเศรษฐกิจการค้า
Improve the efficiency of economic
and trade negotiations.
- พัฒนางค์การและบุคลากรให้มีศักยภาพสูง
Develop organizational and staff performance.

มีความสุขในการทำงาน

ทำงานเป็นทีม

มีความรับผิดชอบ



