



ISSN 0125-8516
<http://e-journal.dip.go.th>

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 56 ฉบับเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2557

AEC และ ASEAN+3



ISSN 0125851-6





หน้าแรก

เกี่ยวกับ กสอ.

งานบริการ

ข้อมูลน่ารู้

ข่าว กสอ

รับเรื่องร้องเรียน

ถามตอบ

ผังเว็บไซต์

http://www.dip.go.th

แหล่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และงานบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรณานุกรมเครื่องจักร, ฐานข้อมูลวัตถุดิบ, ฐานข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต, ฐานข้อมูลการออกแบบ ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้บริการสำหรับ SMEs และผู้สนใจทั่วไป

▶ <http://elearning.dip.go.th> ระบบฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ต

แหล่งรวบรวมความรู้ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้ง ผู้สนใจทั่วไป สามารถเข้าไปเรียนรู้เพื่อความเข้าใจในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น เทคนิคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ บัญชี และการเงิน ตลอดจนเทปบันทึกรายการคลินิกอุตสาหกรรม ที่ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเรียนได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



▶ <http://boc.dip.go.th> ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม

- Business Start Up เริ่มต้นธุรกิจ
- Business Information ข้อมูลทางธุรกิจ
- Business Advisory ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ
- Business Opportunity โอกาสใหม่ทางธุรกิจ
- Business Improvement พัฒนาศักยภาพของธุรกิจ
- Japan Desk การทำธุรกิจกับญี่ปุ่น

▶ <http://strategy.dip.go.th> ยุทธศาสตร์และแผนงาน

- ข้อมูลอุตสาหกรรม
- ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค
- ข้อมูลระหว่างประเทศ
- โครงการ AEC



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 (เยื้องโรงพยาบาลรามธิบดี) เขตราชเทวี กทม. 10400

Call Center **1358**

Contents

ฉบับเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2557

P.31



P.19

05 Opportunity

การค้าการลงทุน ASEAN Plus

08 Asean Insight

เมื่ออาเซียนกลายเป็นแหล่งอาหาร
แห่งอนาคตของญี่ปุ่น

12 World Wide Asian

รู้จักอินโดนีเซียให้มากขึ้นกว่าเดิม
ช่องทางและโอกาสการลงทุนในอินโดนีเซีย

16 Market & Trend

ที่ ไทย แสเน็ค ฟู้ดส์
ขยายโรงงานปลาหมึกสดวิดิษฐ์เวียดนาม

19 Report

ทำไมต้อง AEC

P.12



P.37

22 Product Design

เทรนด์แปลกใหม่
ดีไซน์จากครีเอทีฟย่านเอเชีย

24 Special Focus

กลยุทธ์การค้าชายแดน โอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจ

27 Special Report

คุณวิชัย เพิ่มทองคำ
ถ่ายทอดประสบการณ์การค้า-การลงทุนในพม่า

31 Knowledge

พัฒนาศักยภาพ SMEs สูตลาดจีน

34 Global Biz

โอกาสการค้าการลงทุนของ SMEs ไทย
ในสาธารณรัฐเกาหลี

37 Asean Biz

โอกาสการค้าการลงทุนประเทศมาเลเซีย

40 Good Governance

การให้ที่ผู้รับล้มไม่ลง

42 Book Corner

Editor's Talk

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมขยายแนวรุก จาก AEC สู่ ASEAN plus

ในขณะที่ภาคเอกชนกำลังตื่นตัวและเร่งปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อรับมือสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2558 ภาครัฐและหน่วยงานราชการก็มีนโยบายเปิดแนวรุกสู่ AEC เช่นกัน ทั้งนี้ นโยบาย มาตรการ และ กิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดขึ้น ล้วนมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรของรัฐ

กลยุทธ์และแนวทางที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมนำมาใช้สร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการภาคเอกชน ปัจจุบันได้ขยายแนวรุกจาก AEC สู่ ASEAN plus ซึ่งเป็นการขยายขอบเขตจาก AEC 10 ประเทศ ไปสู่ ASEAN+3 (13 ประเทศ) และ ASEAN+6 (16 ประเทศ) โดยแนวทางสนับสนุนที่นำมาใช้สรุปได้ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
2. จัดพื้นที่อุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับวัตถุดิบ การขนส่ง สิ่งแวดล้อม และชุมชน เป็นต้น
3. สนับสนุนการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมที่ต้องการทรัพยากรจากประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์
4. ขยายโอกาสเข้าสู่ตลาดสากล โดยเฉพาะตลาด AEC และ ASEAN plus โดยพัฒนาสินค้าเข้าสู่มาตรฐานสากล และสินค้าที่มีโอกาสสูงในการเจาะตลาด
5. พัฒนาอุตสาหกรรมฐานรากและอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงให้เข้มแข็ง ทั้งสาขาที่เชื่อมโยงกับการใช้วัตถุดิบในประเทศ และสาขาที่สนับสนุนอุตสาหกรรมที่มีอยู่ที่สำคัญ โดยสนับสนุนการยกระดับทั้งห่วงโซ่มูลค่า และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
6. ส่งเสริม R&D ที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการพัฒนาจากวัตถุดิบทางการเกษตรไปสู่สินค้าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง
7. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาพัฒนาสินค้าและบริการร่วมกับความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ (Creative Economy) รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี Brand, Design และ Function
8. พัฒนาและเตรียมความพร้อมของบุคลากรภาครัฐให้มีคุณภาพและคุณค่ามากขึ้น
9. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
10. ส่งเสริมการวิจัย เพื่อให้เกิดกระบวนการผลิตที่เรียกว่า Green & Clean

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการ”

อุตสาหกรรมสาร

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นางอรชกา สีนุญเรือง

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางศิริรัตน์ จิตต์เสรี

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายกิตติพัฒน์ ปณิธานารณ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเพทาย ล่อใจ

รักษาราชการแทนผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ

นายชูศักดิ์ เอกชน

รักษาราชการแทนผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลี่ยนไม่พี

กองบรรณาธิการ

นายชูศักดิ์ เอกชน, นายวีระพล ผ่องสุภา

นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์, นายชนัดดา ศรีพิทักษ์

นายไพฑูรย์ มะเมียเมือง, นางเกสร ภูแดง, นางสาวรังค์ งามวงศ์,

นายธวัชชัย มะกลาทอง, นางสาวกนกกริช นฤกุลโรจน์

ฝ่ายภาพ

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์, นางสมใจ รัตนโชติ,

นายธนาธิป กล้าพัก, นายสุทิน คณาเดิม,

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลิกา ชุมศรี, นายสุรินทร์ ม่วงน้อย,

นางสาวศิริธร ชัยรัตน์

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซ.2 ถนนสายไหม

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทร. 0 2991 3031-3 แฟกซ์ 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม
จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทางได้แก่

1. ส่งทางไปรษณีย์เจ้าหน้าที่ถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

2. ส่งทางเครื่องโทรสารหมายเลข 0 2354 3299

3. ส่งทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

การค้าการลงทุน ASEAN Plus

FTA (Free Trade Agreement) คือ ความตกลงการค้าเสรีเพื่อให้ สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ซึ่งเป็นสิทธิที่สินค้าส่งออกจากประเทศไทยไปยังประเทศผู้ให้สิทธิฯ จะถูกยกเว้นภาษีศุลกากรหรือเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำกว่าปกติ ซึ่งจะทำให้ราคาสินค้าจากประเทศไทยถูกกว่าประเทศที่ไม่ได้รับสิทธิปัจจุบันไทยจัดทำ FTA กับประเทศต่างๆ โดยใช้หนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า 11 ความตกลง

เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) อาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations: ASEAN) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2510 โดยแรกเริ่มมีสมาชิกเพียง 5 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ จากนั้น บรูไน เวียดนาม ลาว พม่าและกัมพูชา ได้ทยอยเข้าร่วมเป็นสมาชิกอาเซียนเพิ่มเป็น 10 ประเทศในปี 2542

การจัดตั้งอาเซียนมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มปริมาณการค้าภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อสร้างแรงดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศทำให้ภูมิภาคนี้เป็นฐานการผลิตที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก ภายหลังจากการดำเนินการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ อาฟต้า (ASEAN

Free Trade Area: AFTA) ที่บรรลุเป้าหมาย เมื่อปี 2546 ที่ประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 ได้เห็นชอบให้อาเซียนกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

FTA รายประเทศ ปัจจุบันประเทศไทยมีการจัดทำ FTA กับ 8 ประเทศ และ 2 กลุ่มเศรษฐกิจ (ASEAN, BIMSTEC) โดยแบ่งตามสถานการณ์เจรจาเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) **FTA ที่เจรจาเสร็จและมีผลใช้บังคับแล้ว** ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย อาเซียน-จีน

• **ไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA)** ความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลียมีขอบเขตกว้างขวางครอบคลุมสินค้าทุกรายการที่





ค้าขายระหว่างกัน รวมทั้งการเปิดตลาดด้านบริการและการลงทุน ณ วันที่ 1 มกราคม เริ่มทยอยลดภาษีเป็น 0 ในปี 2558/2563 รวมถึงความร่วมมือที่เกี่ยวข้องกับการค้าและสินค้าจากประเทศออสเตรเลียจะลดภาษีให้ไทยเหลือ ร้อยละ 0 ทันที จำนวนกว่า 5,000 รายการหรือคิดเป็นกว่าร้อยละ 83 ของรายการสินค้าส่วนที่เหลือจะทยอยลดภาษีเหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2010 และ 2015 ส่วนสินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกเพิ่มขึ้น ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น

• **ไทย-นิวซีแลนด์ (TNZCEP)** มีการลงนามความตกลงฯ ในเดือนเมษายน 2548 เพื่อให้ความตกลงฯ มีผลบังคับใช้ ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2548 ครอบคลุมทั้งเรื่องการเปิดตลาดด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือที่เกี่ยวข้องกับการค้า

นิวซีแลนด์ลดภาษีเป็น 0 ร้อยละ 88.46% ของจำนวนรายการสินค้าทั้งหมด ส่วนรายการที่เหลือ ได้แก่ สิ่งทอเสื้อผ้า และรองเท้าจัดเป็นสินค้าอ่อนไหว ซึ่งจะลดภาษีเป็น 0 ในปี 2558 ประเทศไทยลดภาษีเป็น 0 ร้อยละ 89.72% ของจำนวนรายการสินค้าทั้งหมด ส่วนรายการที่เหลือเป็นสินค้าอ่อนไหว เช่น นม และผลิตภัณฑ์เนื้อวัว เนื้อหมู หัวหอม และเมล็ดสิ่งพิมพ์ จะลดภาษีเป็น 0 ในปี 2563

• **ไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)** ในระหว่างการประชุมเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2545 นายกรัฐมนตรีของไทยและญี่ปุ่นได้หารือเศรษฐกิจ ทั้งด้านการค้า การลงทุน อุตสาหกรรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการจัดทำความตกลงการค้าเสรี และวันที่ 11 ธันวาคม 2546 ผู้นำทั้งสองได้หารือทวิภาคีและเริ่มเจรจาอย่างเป็นทางการ หลังจากทั้งสองฝ่ายเจรจาอย่างสมบูรณ์เมื่อเดือนมิถุนายน 2549 ผู้นำทั้งสองลงนามความตกลง

ไทยกับญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2550 ณ กรุงโตเกียว เริ่มมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2550 ในการดำเนินโครงการความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุน จำนวน 7 เรื่อง ได้แก่ ความร่วมมือเพื่อสนับสนุนครัวไทยสู่โลก ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมหลัก อุตสาหกรรมรถยนต์ การอนุรักษ์พลังงาน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เศรษฐกิจสร้างมูลค่าและหุ้นส่วนภาครัฐ เอกชน

• **ไทย-อินเดีย (ITFTA)** ได้ลงนามในกรอบความตกลงฯ ว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรี เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2546 โดยสาระสำคัญของกรอบความตกลงฯ จะครอบคลุมการเปิดเสรีทั้งในด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุน รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือในด้านต่างๆ โดยเมื่อวันที่ 10-12 กรกฎาคม 2556 มีการประชุมคณะกรรมการเจรจาการค้า (TNC) ไทย-อินเดีย ครั้งที่ 27 อาทิ การค้าสินค้า, การค้าบริการ, การลงทุน, มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช, อุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า ทั้งสองฝ่ายสามารถสรุปประเด็นต่างๆ รวม 16 ประเด็น จากทั้งหมด 20 ประเด็น แต่ยังคงมีประเด็นที่จำเป็นต้องเจรจาต่อรอง อาทิ การจัดตั้งคณะกรรมการด้านมาตรฐานการประเมินกฎระเบียบทางเทคนิคและความสอดคล้องการหารือทางเทคนิค ในการระงับข้อพิพาทและการอำนวยความสะดวกทางการค้า

• **อาเซียน-จีน (ACFTA)** อาเซียนและจีนรวมทั้งไทยมีกำหนดจะร่วมมือทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะใน 5 สาขา ได้แก่ เกษตรกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การลงทุนการพัฒนาภูมิแม่ น้ำโขง และความร่วมมือด้านต่างๆ อาทิ ศุลกากรการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา การจัดตั้งศูนย์กลางในการอำนวยความสะดวกเป็นประเทศคู่เจรจาแรกที่เสนอให้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีกับอาเซียน โดยทั้งสองฝ่ายได้ร่วมลงนามกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจใน

ปี 2554 จีนได้ก้าวขึ้นมาเป็นประเทศคู่ค้าอันดับ 1 ของอาเซียน ในขณะที่อาเซียนเป็นคู่ค้าอันดับ 3 ของจีนรองจากสหภาพยุโรป และสหรัฐฯ โดยผู้ประกอบการไทยสามารถทำการค้าและลงทุนในสินค้า/บริการ คือ สินค้าเกษตร ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา ผลไม้สด ด้านอุตสาหกรรม อาหารแปรรูป อัญมณี อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง และธุรกิจบริการ ร้านอาหารไทย การศึกษาและการค้าปลีก Logistic

2) FTA ที่ลงนามแล้ว แต่ยังไม่มียผลบังคับใช้ ได้แก่ เปรู และอาเซียน-ญี่ปุ่น

- **ไทย-เปรู** คณะรัฐมนตรีและรัฐสภาได้ให้ความเห็นชอบกรอบการเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย-เปรู เพื่อให้มีการเจรจาเปิดตลาดสำหรับสินค้า ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 รวมทั้งการค้าบริการ การลงทุนและความร่วมมือทางเศรษฐกิจด้านต่างๆ เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2554 และ 28 พฤศจิกายน 2554 ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ความตกลงว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นระหว่างไทย-เปรู มีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2554 และในปี 2555 ไทยและเปรูได้เจรจาเพิ่มเติมซึ่งครอบคลุมการค้าสินค้าอีกประมาณร้อยละ 30 การค้าบริการ การลงทุนความร่วมมือทางเศรษฐกิจและประเด็นอื่นๆ โดยทั้งสองฝ่ายสามารถหาข้อสรุปได้ในหลายประเด็นครอบคลุมถึงร้อยละ 90 ของการเจรจาทั้งหมด

- **อาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP)** ได้ลงนามในกรอบข้อตกลงฯ วันที่ 11 เมษายน 2551 เริ่มลดภาษี วันที่ 1 มิถุนายน 2552 ปัจจุบันภาษีเป็น 0 ญี่ปุ่น 85.51% ไทย 30.94% การประชุมคณะกรรมการร่วมลงนามภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน - ญี่ปุ่น ครั้งที่ 9 ระหว่างวันที่ 1 - 4 เมษายน 2556 ณ ประเทศสิงคโปร์ และมีผลบังคับใช้กับประเทศสมาชิกส่วนใหญ่ เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2551 และมีผลใช้บังคับกับประเทศไทยเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2552 โดยการดำเนินงาน จะมีการประชุมคณะกรรมการร่วมภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น ครั้งที่ 10 ณ ประเทศญี่ปุ่นแต่ยังไม่ได้กำหนดเวลาที่แน่นอน



3) FTA ที่สรุปผลได้แล้วรอการลงนาม ได้แก่ อาเซียน-เกาหลี อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ อาเซียน-อินเดีย

- **อาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA)** ได้ลงนามวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2552 เริ่มลดภาษี วันที่ 1 มกราคม 2553 ว่าด้วยการค้าสินค้าภายใต้กรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมด้านต่างๆ ระหว่างอาเซียน-เกาหลี โดยรัฐสภาเกาหลีให้ความเห็นชอบพิธีการว่าด้วยการเข้าเป็นภาคีของไทยในความตกลงว่าด้วยการค้าบริการ เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2009 ซึ่งอยู่ระหว่างดำเนินการออกประกาศที่เกี่ยวข้องโดยจะสามารถขยายสิทธิประโยชน์ต่างๆ ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลี ทั้งเรื่องการค้าสินค้าและการค้าบริการให้แก่ไทยได้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2010 เป็นต้นไป

- **อาเซียน-อินเดีย (AIFTA)** ได้ลงนาม 3 สิงหาคม 2552 เริ่มลดภาษี 1 มกราคม 2553 ระหว่างอินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย ส่วนประเทศที่เหลือจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2553 ผลดีของผู้ส่งออกของไทย คือ ประเทศอินเดียมีศักยภาพด้านเศรษฐกิจที่โดดเด่นและมีความสำคัญต่อภูมิภาคเอเชียเป็นอันดับ 3 รองจากญี่ปุ่นและจีน ด้วยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี ส่งผลให้ประชากรมีรายได้สูงขึ้น และเป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อปานกลาง-สูง รวมกว่า 300 ล้านคน อินเดียจึงเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพรองรับการส่งออกของไทยเนื่องจากอินเดียมีระดับอัตราภาษีนำเข้าและมาตรการกีดกันสูง ดังนั้น การลด/ ยกเลิกภาษีนำเข้าของอินเดียจะช่วยลดภาระต้นทุนทางภาษีของสินค้าที่ส่งออกจากไทย

- **อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (AANZFTA)** ได้ลงนามวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2552 ความตกลงมีผลบังคับใช้วันที่ 12 มีนาคม 2553 เพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ประกอบด้วยสมาชิก 12 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน 10 ประเทศ (เนการาบรูไนดารุสซาลาม พม่า กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม) ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ โดย AANZFTA เป็นความตกลงที่ครอบคลุมประเด็นต่างๆ อย่างกว้างขวางเกี่ยวข้องโดยตรงกับการค้าบริการและการลงทุน 4 บท ได้แก่ การค้าบริการ, การเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดา, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการลงทุน



ที่มา <http://www.thaifta.com/>

การสัมมนาโครงการ “สิทธิประโยชน์โอกาสทางการค้าการลงทุนภายใต้ ASEAN Plus”

เมื่ออาเซียนกลายเป็น แหล่งอาหารแห่งอนาคตของญี่ปุ่น



ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ ผู้ได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำที่แข็งแกร่งแห่งวงการอุตสาหกรรมอาหารแช่เยือกแข็งของเมืองไทย และเป็นผู้มีบทบาทในธุรกิจอาหารทะเลข้ามชาติ ปัจจุบันนั่งเก้าอี้ในฐานะประธานกรรมการบริหารบริษัทในเครือ 4 แห่ง ได้แก่ 1) **บริษัท อันดามัน ซีฟู้ด จำกัด** มีโรงงาน 2 แห่งอยู่ที่จังหวัดระนองและสมุทรปราการ สินค้าหลักที่ผลิต ได้แก่ กุ้งต้ม กุ้งสด กุ้งวงแหวน กุ้งชุบแป้ง 2) **บริษัท ซีเวลท์โฟรเซน ฟู้ด จำกัด** มีโรงงานที่จังหวัดสงขลา สินค้าที่ผลิตมี 6 หมวด ได้แก่ หมวดยูซีจากกุ้ง ปลาหมึก และปลา, หมวดยูซีของชุบแป้งทั้งจากกุ้ง อาหารทะเล และพืชผักต่างๆ, หมวดยูซีของทอดทั้งหมด, หมวดยูซีต้มยำ, หมวดยูซีอาหารชุดพร้อมรับประทาน และหมวดยูซีต้มและกุ้งสด 3) **บริษัท ซีแวลู จำกัด (มหาชน)** เป็นการลงทุนในกลุ่มอาหารทะเลกระป๋อง ได้แก่ ปลาทูน่า ปลาซาร์ดีน ปลาแมคเคอเรลในแบรนด์ “ซูเปอร์ซีเซฟ” บริษัทในกลุ่มซีแวลูมี 3 บริษัท รวม 5 โรงงาน ประกอบด้วย บจก. ยูนิคอร์ด มี 2 โรงงานตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ/บจก.ไอ.เอส.เอ. แวลู มี 2 โรงงานอยู่กรุงเทพฯ และนครปฐม/บจก.สยามอินเตอร์เนชั่นแนลฟู้ด จ.สงขลา 4) **บริษัท ไฮลด์ิง แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด** เป็นโรงงานผลิตอาหารแช่เยือกแข็ง

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้เพียงเพื่อให้เห็นศักยภาพของผู้ประกอบการระดับแถวหน้าของเมืองไทย ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ ผู้เข้าสู่ธุรกิจอาหารทะเลตั้งแต่อายุ 18 ปี ปัจจุบันอายุ 57 ปี กับผลงานที่โดดเด่นในการสร้างโรงงานแปรรูปอาหารทะเลแช่เยือกแข็งที่ทันสมัยที่สุดและครบวงจรอย่างสมบูรณ์แบบที่สุดจนกล้าเรียกได้ว่าเป็นโรงงานต้นแบบระดับ “มาสเตอร์พีซ” แห่งหนึ่งในวงการอาหารแช่เยือกแข็งผู้ประกอบการท่านนี้ได้ชื่อว่า เป็นผู้สร้างโรงงานนวัตกรรมรูปแบบใหม่ของอาหารแช่เยือกแข็งที่สมบูรณ์แบบที่สุด โดยเป้าหมายจับตลาดบนและมีตลาดหลักอยู่ที่อเมริกาเหนือ ยุโรป และญี่ปุ่น

จุดแข็งของอาเซียนอยู่ตรงไหน

ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ กล่าวถึงจุดแข็งของอาเซียนว่าเป็นภูมิภาคที่เหมือนกับได้รับของขวัญจากสวรรค์ เนื่องจากมีความสมบูรณ์ทั้งภูมิประเทศ ภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ ฝน แหล่งน้ำตามธรรมชาติ ดังนั้นจุดแข็งของอาเซียนจึงต้องชูเรื่องอาหารกับเรื่องเกษตรเป็นหลัก

“เราได้พรสวรรค์จากธรรมชาติมาเยอะ ขณะเดียวกันเราก็มีพรแสวงที่เราหาขึ้นมา โดยเฉพาะประเทศไทย ตั้งแต่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับ 1 เมื่อปี 2504-2509 มีการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยเพิ่มขีดความสามารถในการทำอุตสาหกรรมมาก สามารถดึงเอาวัตถุดิบออกมาแปรรูปกันมากในเรื่องของอาหารและการเกษตร โดยเฉพาะอาหารกระป๋อง

อาหารแช่แข็ง ผลไม้กระป๋องไทยเรากำลังทำกันมา 40 - 50 ปีส่วนทูน่ากระป๋องนับกันจริงๆ ก็มีมา 40 ปีแล้ว สำหรับอาหารแช่แข็ง นับแค่ยุคสุภาคมอาหารแช่แข็งของไทยก็อายุ 48 ปีแล้ว ประเทศไทยถือว่าเป็นผู้นำในการพัฒนาเรื่องของอาหารและเกษตรแปรรูป”

มองหาความมั่นคงด้านอาหาร

ดร.พจน์ฯ ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำการค้ากับญี่ปุ่น ทำให้ผู้ประกอบการอาหารทะเลแช่แข็งระดับแนวหน้าของเมืองไทยท่านนี้มั่นใจว่า อาหารไทยเหมาะกับคนญี่ปุ่น ซึ่งนั่นหมายถึงโอกาส การค้า และการลงทุนร่วมกับญี่ปุ่น

“ดูจากข้อมูลของญี่ปุ่นมีการนำเข้าอาหารมากถึง 70% ในจำนวน 70% นี้ ญี่ปุ่นเคยนำเข้าอาหารจากจีนมากถึง 50% ในอดีต แต่ช่วงหลังทางจีนมี GDP ลดลงอย่างต่อเนื่อง ญี่ปุ่นเริ่มมองว่าจีนไม่ใช่ซัพพลายเออร์ แต่จีนกำลังจะเป็นผู้นำเข้าอาหารในอนาคต สำหรับคน 1,300 ล้านคน เมื่อยูเอ็น (สหประชาชาติ) ประกาศว่าในปี ค.ศ. 2050 จำนวนประชากรในกลุ่มยูเอ็นจะมีมากถึง 9,000 ล้านคน ในขณะที่จำนวนประชากรของจีนก็จะเพิ่มเป็น 1,800 - 2,000 ล้านคน จากจำนวนประชากรที่คาดเดาว่า จะเพิ่มขึ้นของจีนนี้เอง จึงหันวิตกกังว่าจีนอาจจะต้องแย่งอาหารจากแหล่งผลิตอาหารเพื่อคน 2,000 ล้านคน ในอนาคตอย่างแน่นอน ข้อมูลตรงนี้ทำให้ญี่ปุ่นเริ่มสะดุ้ง เพราะญี่ปุ่นไม่มีพื้นที่เพาะปลูกมาก ญี่ปุ่นเริ่มตระหนักถึงปัญหาด้านอาหารมาประมาณ 7 ปี”



ต้องยอมรับว่าญี่ปุ่นเองมีปัญหาด้านการเมืองกับจีนอยู่หลายอย่าง ตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 มาถึงล่าสุดความขัดแย้งระหว่างจีนและญี่ปุ่นที่ต่างฝ่ายต่างอ้างเป็นเจ้าของหมู่เกาะเซนกากุหรือที่จีนเรียกว่า เกาะเตียวหยู ซึ่งนับวันความขัดแย้งยิ่งรุนแรงมากขึ้นทำให้ญี่ปุ่นไม่สามารถไว้วางใจจีนได้ในแง่ของ Food Suppliers โดยเฉพาะ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา จีนมักจะตกเป็นข่าวเกี่ยวกับอาหารเป็นพิษอยู่บ่อยครั้ง เมื่อปลายปีที่แล้วก็มีข่าวเด็กนักเรียนที่ล้มป่วยด้วยอาหารเป็นพิษ และเมื่อปี 2551 มีข่าวเกี่ยวกับนมผงที่ใช้เลี้ยงทารก ที่เจือปนด้วยเมลามีน

“เมื่อมีข่าวจีนคุมเรื่องความปลอดภัยในอาหารไม่ได้ ซึ่งญี่ปุ่นถือมากเรื่องความปลอดภัยและความสะอาดของอาหาร รวมทั้งเรื่องของการตรวจสอบย้อนกลับ และเรื่องของสารพิษในอาหาร หรือสิ่งปลอมปนในอาหาร ด้วยสาเหตุที่จีนเป็นทั้งคู่แข่งและจีนไม่สามารถคุมเรื่องความปลอดภัยในอาหารให้ดี และสาเหตุจากความขัดแย้งทางการเมืองที่มีสูง ความไว้วางใจจึงลดลงไปเรื่อยๆ ช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมา ญี่ปุ่นเริ่มมองหา Supply Base เรื่องอาหารขึ้นมาแทนจีนและญี่ปุ่นเริ่มมองอาเซียนเป็นครัวของญี่ปุ่นต่อไปในอนาคต”

ญี่ปุ่นมองอาเซียนเป็นครัวในอนาคต

ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ ให้ความคิดเห็นว่า อาเซียนกับญี่ปุ่นจำเป็นต้องพัฒนาแผนระยะยาวด้าน Food Supply Chain เพราะญี่ปุ่นเริ่มมองถึงความมั่นคงด้านอาหารภาษาอังกฤษใช้คำว่า Food Security (ไม่ใช่ Food Safety) หมายถึงความมั่นคงด้านอาหารของญี่ปุ่น

“ญี่ปุ่นมองอาเซียนอย่างมีคุณค่ามาก และเริ่มเข้ามามีบทบาทในธุรกิจอาหารกับเกษตรแปรรูปในเมืองไทยและอาเซียนมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อ 2 ปีที่แล้ว (พ.ศ.2555) บริษัทยักษ์ใหญ่ของญี่ปุ่น ชื่อกิจการผลไม้แปรรูปของ “DOLE” (DOLE Food Company) ทั้งหมดเป็นเงิน 1,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ไม่รวม DOLE ในสหรัฐฯ) รวม DOLE ในฟิลิปปินส์ ฮาวาย และไทยที่ประจำบอร์เนียว

1,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งแพงมากนึกให้ตายก็นึกไม่ออกว่าซื้อทำไม ตอนหลังเพิ่งมารู้ว่าเขาซื้อที่ดิน เพราะว่า DOLE ที่ฟิลิปปินส์มีพื้นที่เพาะปลูกเป็นแสนไร่ ที่เป็นพื้นที่ที่เพาะปลูกพวกผลไม้ได้ดีมาก ส่วน DOLE ในเมืองไทย อยู่ที่ชะอำ จ.ประจวบคีรีขันธ์ ประมาณ 50,000 ไร่ ที่ชลบุรีประมาณ 10,000 ไร่ ญี่ปุ่นไม่ได้ซื้อแบรนด์ DOLE แต่เขาซื้อความมั่นคงด้านอาหาร

3 ปีมาญี่ปุ่นทยอยย้ายฐานการผลิตสินค้าอาหารจากเมืองจีนเข้ามาในประเทศไทยและในอาเซียนด้วย เฉพาะในกลุ่มโรงงานนม ญี่ปุ่นย้ายโปรเจกต์มาเยอะมาก บริษัทรายใหญ่ของสหรัฐฯที่ผลิตปลาและปูلاسก์ก้า มีโรงงานอยู่ในเมืองจีนเยอะๆ ให้จีนแปรรูปแล้วส่งกลับไปสหรัฐฯตอนนี้เริ่มกับผมแล้วเริ่มทยอยออกมาที่ละตัวสรุปก็คือต้องการเลิกผลิตที่เมืองจีน เพราะไม่มีความมั่นใจในความปลอดภัยอาหารของเมืองจีน

บริษัทยาโยอิ ซึ่งเป็นบริษัทสินค้าทอด ซึ่งมีโรงงานอยู่ในเมืองจีนเมื่อ 3 - 4 ปีที่แล้ว (2553-2554) ได้บินมาหาผมและได้ย้ายไลน์ทั้งหมดจากเมืองจีนมาไทยโดยปิดไลน์โรงงานในเมือง



จีน มาทำที่โรงงานของผมที่ SEA WEALTH FROZEN FOOD จ.สงขลา แม้วัตถุดิบไม่พอ แต่เราสามารถนำเข้าได้ ญี่ปุ่นมั่นใจฝีมือเราและความปลอดภัยในอาหาร ญี่ปุ่นมองถึงความจำเป็นในแง่ของความมั่นคงด้านอาหารจึงต้องใช้อาเซียน อาเซียนเองก็ต้องการพาร์ทเนอร์ที่สามารถจ่ายราคาได้และมีความต้องการอย่างยั่งยืนทางด้านอาหาร นั่นก็คือญี่ปุ่น”

อาเซียนคือแหล่งอาหารสำคัญของโลก

ในฐานะผู้ผลิตและผู้ส่งออกในระดับโลก ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ ได้เปิดมุมมองและบทบาทด้านอาหารของประเทศต่างๆ ในอาเซียนไว้อย่างน่าสนใจ พอสรุปเนื้อหาได้ดังนี้

ไทย ครองแชมป์ส่งออกกุ้งมากเป็นอันดับ 1 ของโลก มายาวนานกว่า 20 ปี (ตั้งแต่พ.ศ. 2534) ในปี 2556 ประเทศไทยประสบปัญหาโรคกุ้งตายด่วนทำให้ปริมาณการผลิตกุ้งลดลงตกอันดับมาเป็นที่สองรองจากจีน แต่ไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งสินค้ากุ้งแช่เย็น แช่แข็ง และกุ้งแปรรูปโดยเฉพาะในสินค้ากุ้งแปรรูปไทยครองอันดับหนึ่งเหนือคู่แข่งทุกประเทศในตลาดโลก ปัจจุบันกุ้งเลี้ยงทั่วโลกมี 2 ล้านตัน ไทยเลี้ยงกุ้งเฉลี่ยอยู่ที่ 530,000 ตันต่อปี ถ้ารวมกุ้งเลี้ยงจากเวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เฉพาะในอาเซียนรวมกันแล้วยอดเลี้ยงกุ้งรวมล้านตัน ซึ่งเท่ากับครึ่งหนึ่งของกุ้งเลี้ยงโลก ถ้ารวมจีนซึ่งเลี้ยงกุ้งอีก 5 - 6 แสนตัน แต่เป็นโรคภายในตายไปเยอะจึงส่งออกอยู่ที่ 1 - 2 แสนตัน วันนี้อินเดียเลี้ยงกุ้งได้แล้ว 3 แสนตัน สรุปการเลี้ยงกุ้งของอาเซียน+จีน+อินเดีย รวมกันแล้วมีปริมาณมากถึง 90% ของกุ้งเลี้ยงโลก

เวียดนาม มีการพัฒนาด้านอาหารอย่างรวดเร็วมากในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากภูมิประเทศและภูมิอากาศของเวียดนามเอื้ออำนวยมีแม่น้ำโขงผ่ากลาง มีแม่น้ำแดงที่ใหญ่ที่สุดยาว 500 กิโลเมตรผ่าน 9 จังหวัดของเวียดนาม ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่มมีการเลี้ยงปลาบารูชา เลี้ยงกัน 3 ล้านตัน เวียดนามมีความพร้อมเรื่องวัตถุดิบและโรงงานแปรรูป เวียดนามมีโรงงานแปรรูปแช่แข็ง 300 โรง ใช้เวลาแค่ 3 ปีพัฒนาจาก 80 โรง ขยับขึ้นเป็น 300 โรงอย่างรวดเร็ว



ฟิลิปปินส์ มีหมู่เกาะเยอะมากด้านโลจิสติกส์ยังต้องพัฒนา แต่ยังโชคดีที่มีทะเลล้อมรอบเกาะ และเป็นทะเลน้ำลึกที่ออกเรือจับปลาได้ มีการจับปลาทูน่าได้ปีละหลายแสนตัน

อินโดนีเซีย มีทรัพยากรธรรมชาติมากแต่การแปรรูปยังห่างจากไทยเยอะก็จริง แต่ด้วยพื้นที่ที่เป็นเกาะจำนวนมากทำให้มีปัญหาด้านโลจิสติกส์ ปัญหาการขนส่งทำให้อินโดนีเซียแปรรูปไม่ได้ ยกตัวอย่างเช่น แปรรูปปลากระป๋องอินโดนีเซียมีปลาเยอะ แต่ไม่มีโรงงานกระป๋องที่จะทำการแปรรูปได้เป็นต้น

บรูไน ในอาเซียนบรูไนอาจไม่ใช่เป็นซัพพลาย แต่บรูไนมีทุน (Fund)

สิงคโปร์ ก็มีแหล่งเงินทุน และมีตลาด

สำหรับ **ลาว** และ **กัมพูชา** มีภาคเอกชนเข้าไปลงทุนไว้หลายโครงการ

พม่าและไทย ถ้าเดินไปด้วยกันอย่างดีจะเป็นเมืองคู่แข่งที่มีบทบาทต่อโลกอย่างมหาศาลในแง่ Food Supply แต่ถ้าเดินไม่ดี พม่าจะเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวมากสำหรับไทย ซึ่งไทยจะเสียเปรียบในเวลาต่อมา เพราะพม่ามีทรัพยากรที่ยังบริสุทธิ์มาก พม่ามีแรงงานมหาศาล พม่ายังมีพื้นที่เพาะปลูกอีกมหาศาล และพม่าก็มีความชำนาญด้านการเพาะปลูกและเพาะเลี้ยงเช่นกัน

จุดแข็งของประเทศไทย

ไทยเรามีระบบการบริหารและการจัดการด้านซัพพลายเชนด้านอาหารอย่างครบวงจรและสมบูรณ์แบบ มีโรงงานแปรรูปอาหารอย่างครบถ้วน ไทยมีโรงงาน มีเครื่องจักร มีเครื่องมือ มีประสบการณ์ มีโนว์ฮาว มีเทคโนโลยี มีแรงงานที่มีทักษะหรือฝีมือคนงานไทยจัดเป็นระดับ skill labor คือเป็นระดับหัวหน้า เป็นซูเปอร์ไวเซอร์ เป็นอาร์แอนด์ดี เงินเดือนแพงกว่าแรงงานต่างด้าวไม่ใช่แรงงาน 300 บาท ไทยมีความพร้อมเกี่ยวกับระบบการส่งออกด้านอาหารอย่างครบวงจรเช่นกัน ไทยมีระบบธนาคารที่ซัพพอร์ตด้านการลงทุน มีบีโอไอที่สนับสนุนด้านการลงทุน มีระบบแพ็คเกจเครดิตล่วงหน้าก่อนลงเรือ มีไม่กี่



ประเทศในโลกที่มีระบบนี้แต่ประเทศไทยมีมากที่สุดและดีที่สุด
ไทยมีระบบแพ็คเกจจิ้งที่ได้มาตรฐาน บริษัทแพ็คเกจจิ้งใน
ประเทศไทยมีครบทุกรูปแบบ

“ทำเลที่ตั้งของไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ไทยเป็น
ประเทศเดียวที่มีภูมิอากาศที่เพาะปลูกผักและผลไม้ได้ทุก
ภูมิภาคไทยมีการเลี้ยงไก่ที่ใหญ่ที่สุด มีอาหารทะเลที่มีเครือข่าย
ใหญ่ที่สุด ไทยผลิตเนื้อหมูที่ดีที่สุด ไทยยังมีสมุนไพรเยอะที่สุด
ไทยมีมาม่าขายมานานกว่า 50 ปี มี R&D มากกว่าเพื่อนบ้าน
ไทยมีนวัตกรรมการเลี้ยงไก่ การเพาะพันธุ์กุ้ง ถึงเพื่อนบ้านใน
อาเซียนจะมีแต่ก็ยังไล่เราไม่ทันอีกอย่างหนึ่งที่เรามีแน่ๆ คือ เรา
มีตลาดโลก ไม่ใช่เพื่อนบ้านทำตลาดโลกไม่ได้ แต่เราทำตลาด
ส่งออกมานานกว่า 50 ปี เรายึดตลาดโลกเอาไว้เลยแล้ว

วันนี้เราต้องทำอะไรในอาเซียน เราต้องร่วมมือกัน Fair &
Frank โดยที่มีภาครัฐทั้งสองข้างช่วยกันผลักดัน รัฐบาลต้องวาง
Road Map ดึงความร่วมมือหมวดอาหารกับเกษตรแปรรูปอาหาร
กับเพื่อนบ้านไว้ให้ดีและกับเอกชนเองก็ต้องไปด้วยความร่วมมือ
ที่ดีต่อกัน”

โอกาสอาหารไทยในญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเริ่มเปิดใจที่จะกินของราคาถูกลง และอาหารประเภท
สะดวกซื้อมากขึ้น อย่างทูน่ากระป๋องสมัยก่อนญี่ปุ่นจะกินเฉพาะ
Yellow Fin (ทูน่าครีบลีล) ซึ่งจะแพงกว่า Skipjack (ทูน่าทอง
มีแถบ) ส่วนกึ่งก็กินเฉพาะซูชิกึ่งเป็นๆ กึ่งสดๆ กึ่งชุบแป้งขายได้
น้อยมาก แต่ 10 ปีมานี้ ญี่ปุ่นเริ่มรับรู้การเปลี่ยนแปลง กลายเป็น
ทูน่า Skipjack เข้ามาขายในญี่ปุ่นได้มากกว่า Yellow Fin
เพราะราคาต่างกัน เมื่อก่อนเคยกินทูน่าเนื้อล้วนๆ เนื้อเป็นก้อนๆ
ใส่น้ำมัน ใส่น้ำเกลือ เดียวนี้ก็เปลี่ยนไปกินทูน่าชิ้นเล็กชิ้นน้อย
ปรุงรสต่างๆ เช่น ปรุงรสซอสมิโซะ หรือซอสโชยุ เป็นต้น

ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ เผยว่าเมื่อปี 2556 บริษัท
อินาบะ ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ และเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่
เบอร์สองของญี่ปุ่นตัดสินใจปล่อยผลิตภัณฑ์อาหารตัวใหม่ออก
สู่ตลาดญี่ปุ่น นั่นคือการเอาทูน่าใส่ในแกงไทย มีทั้งแกงแดง
แกงเหลือง และแกงเขียว มีให้เลือก 3 แบบโดยใส่แบรนด์ของ
ญี่ปุ่น และปรุงรสให้ถูกปากคนญี่ปุ่น ออกตลาดมาได้ 3 ปี



ปรากฏว่าปีที่แล้ว (พ.ศ.2556) เพียงปีเดียวเท่านั้น ยอดผลิตทูน่า
ในแกงไทยเพื่อส่งญี่ปุ่นยอดพุ่งสูงเกือบ 300 ตันคอนเทนเนอร์
ขายดีจนกระทั่งหนังสือพิมพ์ญี่ปุ่นลงข่าวว่าเป็นสินค้าเทรนด์ใหม่
ที่ขายดีที่สุด

“เป็นแกงไทยที่เราปรับให้เหมาะกับตลาดของคนญี่ปุ่นโดย
ใส่ทูน่า ขายดีมากจนมีคนก๊อปปี้ตามมาเป็นสิบแบรนด์เราเลย
ต้องปรับรสใหม่ออกมาอีก 3 - 4 รส เราต้องไม่หยุดที่จะทำ R&D
และไม่หยุดออกสินค้าตัวใหม่สู่ตลาด”

โอกาสทางการค้าในญี่ปุ่นจึงมีสูง เนื่องจากร้านค้าประเภท
คอนวีเนียนสโตร์ (Convenience Store : หรือร้านสะดวกซื้อ)
ในญี่ปุ่นเติบโตอย่างมหาศาล โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตและ
ดีพาร์ทเมนต์สโตร์พื้นที่สำหรับจัดวางผลิตภัณฑ์อาหารจะมี
จำนวนมาก ต้องใช้พื้นที่อย่างน้อยสองชั้นขึ้นไป มีทั้งอาหารสด
อาหารพร้อมทาน อาหารเทคโอเวอร์ ฯลฯ ดังนั้นร้านค้าประเภท
สะดวกซื้อจึงเติบโตอยู่ตลอดเวลาและมีจำนวนมากขึ้น เช่น
เซเว่น อีเลฟเว่น มีสาขากว่า 15,000 แห่ง แฟมิลี่มาร์ท 7,000 -
8,000 แห่ง เป็นต้น

ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ กล่าวแนะนำถึงการทำธุรกิจกับ
เพื่อนบ้านว่าอย่าเอาเปรียบกัน ประโยคหนึ่งที่ไม่ควรพูดอย่าง
มาก คือ คำว่าประเทศไทยมาช่วยเหลือ / เรามาช่วยเหลือเขา
“คำว่าช่วยเหลือห้ามพูดเด็ดขาดในอาเซียน ศักดิ์ศรีต้องเท่ากัน
ต้องหยุดการเอาเปรียบกัน ผมขอสรุปว่า ถ้าอาเซียน + ไทย +
อาหารญี่ปุ่น = เรามีอนาคตมาก” ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์
กล่าวในตอนท้าย



บริษัทในเครือ:

Andaman Seafood Co.,Ltd
Wales & Co Universe Limited
Sea Wealth FrozenFood Co.,Ltd จ.สงขลา
Sea Value Public Company Limited
www.thai-frozen.or.th

แหล่งข้อมูล:

การอบรมพัฒนาบุคลากรด้านการเสริมสร้างความรู้ทางวิชาการ
เรื่อง AEC จัดโดย สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ร่วมกับศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ ม.หอการค้าไทย
26-31 พฤษภาคม 2557 โรงแรมสยามแอทสยาม ดีไซน์แอนด์สเปา
กรุงเทพฯ
หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ 16-18 กุมภาพันธ์ 2555
ผู้จัดการออนไลน์ 21 พฤษภาคม 2557
หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ 21 มกราคม 2556
หนังสือพิมพ์กรุงเทพ 18 มกราคม 2557
ผู้จัดการออนไลน์ 21 พฤษภาคม 2557
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 23 มิถุนายน 2557
<http://www.moneyandbanking.co.th/newsupdate>



รู้จัก อินโดนีเซีย ให้มากขึ้นกว่าเดิม

ช่องทางและโอกาสการลงทุน ในอินโดนีเซีย

คุณสรพร บุญเจริญ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ชิตโต้ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เดินทางไปทั่วโลกตลอดระยะเวลา 21 ปีที่ผ่านมา นับรอบโลกได้ 3 รอบ เพื่อแสวงหาข้อมูล และวัตถุดิบ ท่านให้บทสรุปตัวเองไว้ว่า ชีวิตคือการเดินทาง จากประสบการณ์การเดินทางและการลงทุนมายาวนาน ทำให้เจ้าของธุรกิจท่านนี้มีมุมมองที่กว้างไกล และมีสายตาที่เฉียบคม เมื่อเข้าไปลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านหลายแห่ง ในภูมิภาคอาเซียน ท่านจึงประสบความสำเร็จอย่างงดงาม และเป็นที่ยอมรับในประเทศนั้นๆ

คุณสรพร บุญเจริญ ยกกระต๊ابและขีดความสามารถจากนักวิจัยมาสู่นักลงทุนข้ามชาติ และปัจจุบันได้ขยายธุรกิจสู่ภาคการเกษตรอย่างครบวงจร โดยเฉพาะการผลิตปุ๋ยและอาหารเสริมที่สามารถเพิ่มผลผลิตของพืชด้วยไนโตรเจนที่ทันสมัย

ข้อมูลต่อไปนี้ถูกถ่ายทอดจากประสบการณ์ ความรู้ ความสำเร็จ และความคิดเห็นในฐานะของนักเดินทาง นักลงทุน นักวิจัย และนักวิชาการ เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์มหาศาลจนต้องยกย่องให้ **คุณสรพร บุญเจริญ** เป็นกูรูอาเซียนของเมืองไทย

รู้จักอินโดนีเซียให้มากขึ้นกว่าเดิม

อินโดนีเซียมีพื้นที่เป็นหมู่เกาะจำนวนมาก ประมาณ 17,500 กว่าเกาะ เกาะที่สำคัญก็คือเกาะชวา คนอินโดนีเซีย 60% ของทั้งหมดอยู่ที่เกาะชวา บนเกาะชวามีการตั้งเมืองหลวง เกาะที่สำคัญอันดับ 2 ก็คือ เกาะสุมาตรา และสำคัญอันดับ 3 คือ เกาะกะลิมันตัน ตามด้วยสุราเวซี และปาปัวนิวกินี

คนอินโดนีเซียมีหลากหลายเชื้อชาติ เฉพาะภาษาท้องถิ่นมีอยู่ถึง 500 กว่าภาษา ถ้าเราจะไปลงทุนที่อินโดนีเซียจะไปลงทุนที่ไหนดี ก็ต้องศึกษาเรื่องคนก่อน คนอินโดนีเซียมีความหลากหลาย เกาะสุมาตราทั้งเกาะเป็นที่อยู่ของพวกอาเจะ พวกอาเจะจะอยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะสุมาตรา พวกนี้แยกตัวเป็นเขตปกครองพิเศษ แยกประเทศออกมาใหม่ มีทุนจากอาเซียน



ไปลงเยอะ ส่วนใหญ่ลงทุนทำเยื่อ เนื่องจากฝั่งตะวันตกของเกาะมีทรัพยากรธรรมชาติเยอะ โดยเฉพาะน้ำมันและแก๊สธรรมชาติ การเมืองรุนแรง เข้าไปยุ่งวุ่นวายอะไรมากไม่ได้ แก๊สธรรมชาติเป็นรายได้หลักของที่นี่

เกาะสุมาตรา มีเมืองที่สำคัญชื่อ เมดาน สุมาตราเป็นพื้นที่เขตร้อนและมีภูเขาอยู่ตรงกลางเกาะ รอบๆ ภูเขาจะเป็นแหล่งปลูกยางพารา สูงขึ้นไปหน่อยก็ปลูกกาแฟ ลาดลงมาหน่อยก็ปลูกปาล์มน้ำมัน แหล่งท่องเที่ยวสำคัญก็คือ เลคโตบ้า หรือทะเลสาบโตบ้า เป็นทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก เกิดจากปล่องภูเขาไฟที่ดับแล้ว เมื่อฝนตกลงมาก็สะสมน้ำไว้บนเลคโตบ้าจะมีชนเผ่าที่มีความคิดเห็นและมีพฤติกรรมไม่เหมือนกับคนขาว ชนเผ่าพวกนี้เป็นกลุ่มบาตะ ผู้หญิงที่นั่นต้องทำงานหนัก แต่บาตะพวกผู้ชายจะเล่นหมากรุก นั่งจิบกาแฟ ตั้งวงคุยกัน ส่วนผู้หญิงต้องไปทำไร่นา และเลี้ยงลูก จึงไม่ค่อยมีผู้หญิงเข้าไปลงทุนหรือไปทำงานแถวนี้

เกาะสุมาตรามีทรัพยากรเยอะ และมีถ่านหินมาก เมืองสำคัญอีกเมืองหนึ่งก็คือปาดัง อยู่ฝั่งตะวันตกของเกาะสุมาตรา ปลูกพืชสำคัญ ได้แก่ กาแฟ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา พริกไทย เป็นเขตเกษตร สิ่งพิเศษอีกอย่างก็คือในเกาะนี้มีเลคโตบ้าอยู่ เพราะฉะนั้นภูเขาสูงมาก พอสูงมากอากาศหนาว พออากาศหนาวสิ่งที่ทำได้ก็คือคนที่จะไปลงทุนทำธุรกิจเกษตรโดยเฉพาะไม้เมืองหนาว ที่นี้ผมยืนยันว่าสามารถบังคับให้แอปเปิลออกฤดูไหนก็ได้ ถ้าใครอยากไปลงทุนจริงๆ จะบอกวิธีการทำให้แอปเปิล ออกดอกฤดูไหนก็ได้ ธุรกิจอีกตัวที่จะทำได้ดีคือ เมล็ดพันธุ์ เมล็ดพันธุ์เกี่ยวกับผัก เพราะอากาศเย็นและแห้ง ตอนนีประเทศที่เข้าไปทำก็มี ไต้หวัน ญี่ปุ่น ซึ่งไปลงทุนไว้ค่อนข้างเยอะ ในบริเวณนี้ กาแฟที่นี่ก็อร่อย เพราะว่าอากาศดี จึงผลิตกาแฟพวกบลูเมาท์ทั้งหลาย

เกาะชวา มีจากการดำเป็นเมืองหลวง ประชาชนประชากรเขาเยอะมาก 14 ล้านคน ปัญหาต่อมาก็คือรถติดมโหฬาร ให้เข้าใจได้เลย คนที่ไปทำธุรกิจในจาการ์ดำ เป็นคนอินโดนีเซียจากเกาะชวา ซึ่ง 90% นับถือมุสลิม แต่คนที่ทำธุรกิจจริงกลับเป็นคนเชื้อชาติจีน มีทั้งคนจีนที่นับถือคริสต์ศาสนา และคนจีนที่



นับถือบรรพบุรุษ เราต้องเข้าใจก่อนในจุดนี้ก่อนจะไปคบกับเขาคงจินตนาการนับถือบรรพบุรุษ ไม่ใช่นับถือศาสนาพุทธ คนจีนจะมีป้ายชื่อของบรรพบุรุษแล้วก็มีธรรมเนียมของตระกูล เป็นลักษณะจีนไหหลำที่มาอยู่ในอินโดนีเซียเยอะ พวกนี้จะยึดครองเศรษฐกิจเสียส่วนใหญ่ อีกกลุ่มหนึ่งก็คือคนที่นับถือคริสต์ศาสนา นิกายโปรเตสแตนต์ คนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนที่พัฒนาแล้ว ถ้าคิดจะไปร่วมหุ้นร่วมทุนทำธุรกิจ ก็ต้องไปร่วมหุ้นร่วมทุนกับคนกลุ่มนี้ คือกลุ่มคนจีนเป็นอันดับแรก

เนื่องจากรถติดมโหฬาร พฤติกรรมในการลงทุน หรือพฤติกรรมในการทำงานของคนที่นี่เกาะชวา ต้องทำงานอยู่ในรถคุยธุรกิจในรถ พิมพ์เอกสารในรถ ส่งแฟกซ์/ส่งเมลในรถ กว่าจะไปถึงสถานที่เป้าหมายก็แทบจะประชุมจบในรถแล้ว นี่คือการทำธุรกิจของคนอินโดนีเซีย ซึ่งรถติดมากฯ ถนนหนทางของเขาคับแคบ เวลาเราไปที่ชวาต้องเผื่อเวลาเยอะๆ

ที่เมืองบันดุง จะมีนิคมอุตสาหกรรมเกี่ยวกับรถยนต์ เป็นคลัสเตอร์รถยนต์ มีโตโยต้า ฮอนด้า ที่อินโดนีเซียไม่มีโฉนด แต่อินโดนีเซียให้สิทธิทำประโยชน์เหนือที่ดิน เพราะฉะนั้นอย่าไปลงทุนตามคำชักชวนของคนที่นี่นะ เขาบอกว่าคุณมาทำตรงนี้ที่ดินถูก แต่คุณต้องเข้าไปในซอย ไม่มีทั้งน้ำประปา การกำจัดของเสีย การโลจิสติกส์ คุณจะเสียโอกาสและเสียเปรียบ มีเคส





อยู่เหมือนกันว่าเข้าไปในซอยแล้วคนเยอะ รถไปทับเปิดสีกตัวมี
ปัญหาเลย เขาก็มองว่าคุณเป็นคนจีน คุณเป็นคนต่างชาติ คุณ
มารั้งแก คุณมากลั่นแกลั่นเขา

การรวมกลุ่มคนพวกนี้เข้ามาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม
ต้องพิจารณาให้ดี เพราะว่าบ้านเขาอยู่ห่างๆ กัน เข้าไปลึกๆ เขา
ชอบที่จะเก็บผัก เลี้ยงไก่ หรือว่าอยู่แบบชนบทได้ เพราะว่าเขา
คุ้นกับชีวิตแบบนั้น พอเราเอาเข้าสู่การโพรเซสเป็นอุตสาหกรรม
ต้องฝึกกันนาน เพราะฉะนั้นจะสังเกตว่าอินโดนีเซียจึงไม่มี
โปรดักส์เด่นๆ ทั้งที่เขาจะทำอาหารฮาลาลได้ดี เพราะทะเล
เขาเยอะ คนเขาก็เยอะ และเขาก็เป็นประเทศมุสลิมที่ใหญ่ที่สุด
ในโลก แต่เขาไม่มีโปรดักส์อะไรที่โดดเด่นออกสู่ตลาดโลก

การที่เขาจะไปลงทุนมันจะมีอยู่จุดเดียวหรือว่าใกล้เคียง
มากที่สุดคือเมืองบันดุง ซึ่งมีภูเขาไฟล้อมรอบเป็นแอ่งกระทะ
ขนาดใหญ่ เมื่อนี้ชาวดัทช์เคยไปพัฒนาไว้ คล้ายๆเป็นเมือง
ตากอากาศ เพราะฉะนั้นเมืองนี้ก็มีลักษณะของคนเมืองมาก
ที่สุด จึงมีโรงงานอุตสาหกรรมไปตั้งในเมืองนี้มาก โดยเฉพาะ
อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมฟอกยีนส์ ทำไมยีนส์ 501 และ
ยีนส์ยี่ห้อต่างๆ จึงไปลงทุนที่นี้ เพราะที่นี้มีวัตถุดิบตัวหนึ่งที่ใช้
ในการฟอกยีนส์ นั่นคือ แร่ฟลูมิช เกิดจากลาวาของภูเขาไฟ แร่
ตัวนี้ใช้ในการฟอกยีนส์ นำจากภูเขาหมีเยอะ จึงเปิดเป็น
อุตสาหกรรมฟอกยีนส์ได้ ส่วนอุตสาหกรรมตัดเย็บรองเท้า
อุตสาหกรรมเสื้อผ้า เปิดที่เมืองนี้เยอะ

ช่องทางและโอกาสการลงทุน

อุตสาหกรรมที่น่าจับตามองของอินโดนีเซีย ก็คือ
อุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการปลูกปาล์มน้ำมัน ถ้ามองว่าแล้วเรา
จะได้อะไร ผมยืนยันว่าคนไทยเราเก่งในเรื่องฮอริโมนพืช เราเก่ง
ในเรื่องการเพาะปลูก เราเก่งในเรื่องการจัดการพืชเกษตร ปาล์ม
เขาทยอยเล็ก ผลเล็ก ให้น้ำมันน้อย เพราะฉะนั้นโอกาสเรามี
เยอะ ผลไม้เกือบทุกชนิดในภูมิภาคนี้ ไม่ว่าจะเป็นมาเลเชีย
อินโดนีเซีย ศรีลังกา พม่า เวียดนาม กัมพูชา ฟิลิปปินส์ ผมไป
มาหมด เขาจะยกย่องผลไม้จากเมืองไทย ให้การยอมรับผลไม้
จากเมืองไทยมาก

เนื่องจากอินโดนีเซียมีทะเลที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์มาก
สิ่งที่เขาถ้ามองก็คือ อุตสาหกรรมต่อเนื่องกับการประมงมีอะไร
บ้าง ผมมีอีกบริษัทหนึ่งที่ทำถังพลาสติกขนาดใหญ่ เป็นถังสี่ล้อ
เรียกว่า โรโตโมล์ดถังพลาสติก ไม่ใช่เกิดจากการฉีด ไม่ใช่เกิด
จากการรีเจ็คชั่น อินโดนีเซียใช้โรโตโมล์ดถังทำเป็นถังปลาล้าง
ใหญ่ๆ ซึ่งใส่น้ำแข็งแล้วสามารถขนย้าย/ขนส่งได้ง่าย อันนี้ผลิต
เท่าไรก็ยังไม่พอที่อินโดนีเซีย

อุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกอย่างก็คือ อุตสาหกรรมห้องเย็น
อุตสาหกรรมแปรรูป เขาส่งเสริมมากที่โน่น คนมุสลิมที่อินโดนีเซีย
จะกินปลาหมึกปกติคนมุสลิมหลายชาติไม่กินปลาที่ไม่เกิด
เขาจะกินเฉพาะปลาที่มีเกิดเท่านั้น เพราะฉะนั้นปลาหมึกเขา
ไม่กิน อินทรีไม่กินปลาหมึก ไม่กินปลาตุ๊ก แต่อินโดนีเซียกิน
ปลาตุ๊ก กินปลาสุวาย มื้อไหนได้กินปลาสุวายใส่แกง คล้ายๆ
แกงกะทิบ้านเรา มื้อนั้นถือว่าได้รับเกียรติ อุตสาหกรรมต่อเนื่อง
กับประมงลงทุนได้ทุกตัวเลย แม้กระทั่งเชือกปอ แห อวน
พลาสติก ลังพลาสติก เพาะลูกปลา ลงทุนได้หมด

แพ็คเกจจิ้งที่อินโดนีเซียมีความต้องการอุตสาหกรรมสาขานี้
มาก คู่ค้าสำคัญของอินโดนีเซียที่เข้าไปลงทุนด้านแพ็คเกจจิ้ง



ก็คือญี่ปุ่น แต่เข้าไปในเชิงเอาวัตถุดิบเสียส่วนใหญ่ ในเรื่อง แพ็คเก็จจิ้งประเทศไทยเรามีความพร้อมทุกด้าน มีทั้งแพ็คเก็จจิ้ง สำหรับขนส่ง และแพ็คเก็จจิ้งเพื่อแปรรูปอาหารทะเล

อีกตัวหนึ่งที่อยากจะให้ไปลงทุนก็คือ ย้ายมาหาชัยไปไว้ที่ อินโดนีเซีย เพราะวัตถุดิบเขามีเยอะ อย่างปลาข้างเหลืองตัวสวยๆ มีเยอะมาก ผมไปที่ท่าเรืออินโดนีเซียเพื่อไปขายแต่ผมไปเห็นปลาพวกนี้มีเยอะ ในขณะที่ปลาข้างเหลืองบ้านเราไม่พอกินนะ เพราะเราส่งไปรัสเซียหมด ถ้าไปทำธุรกิจนี้ที่ อินโดนีเซียน่าจะมีโอกาสทำได้

อุตสาหกรรมที่น่าจะประสบความสำเร็จมากกว่าในเมืองไทยเสียอีก ก็คือ อุตสาหกรรมการเลี้ยงไก่ ที่อินโดนีเซียเขาเลี้ยงไก่แล้วก็กินไก่อีกกัน ไก่ที่เขากินมันเป็นไก่ตัวเล็ก รอบการเลี้ยงเร็ว แค่ 8 - 10 ชีด ก็เอามาขายกินกันแล้ว แต่ในตลาดบ้านเรา ไก่ตัวหนึ่งขนาด 2 กิโล ซึ่งตัวใหญ่มาก ถ้าหากไปส่งเสริมให้เขาเลี้ยงให้เป็นระบบ เพื่อให้ได้ไก่ตัวใหญ่ขึ้น แล้วค่อยออกมาเป็นไก่อ่าง ข้าวหมกไก่ ข้าวมันไก่ ไก่ทอด อุตสาหกรรมประเภทเกษตรที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงประเภทนี้จะไปได้ดี

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับพืช โดยเฉพาะผลไม้จากไทยส่งไปอินโดนีเซียจำนวนมาก 170,000 - 200,000 ตันต่อปี เราคิดว่าถ้าไทยจากไทยน่าจะไปจีนมากกว่า แต่ถ้าไทยส่งไปอินโดนีเซียมากกว่า มากจนกระทั่งเกิดการกีดกัน เช่น ถ้าเป็นลำไยต้องไปขึ้นที่ท่าเรือโกโลโนน ซึ่งจะทำให้เกิดการเสียภาษี เสียค่าโลจิสติกส์ ค่าการจัดการ ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น แทนที่จะส่งตรงจากเมืองไทยไปจากการค้าได้เลย ความจริงพืชผลเกษตรของไทยยังสามารถที่จะเข้าไปทำตลาดได้อีกเยอะ

ด้านวัสดุทางด้านการก่อสร้าง เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นประเทศเกิดใหม่อยู่ในเขตภูเขาไฟ การสะสมของตะกอนแร่ธาตุต่างๆ มีตมามาก อินโดนีเซียจึงขาดแคลนยิปซัม หากยิปซัมจากเมืองไทยเข้าไปได้ อุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องกับพวกยิปซัมก็จะเข้าไปได้อีก เช่น อุตสาหกรรมต่อเนื่องในเรื่องของการก่อสร้างที่อินโดนีเซียยังเปิดโอกาสอยู่

อุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกตัวหนึ่งซึ่งอินโดนีเซียไม่มีความรู้ และไม่มีประสบการณ์ นั่นคือ อู่ออมรอกและอู่อาสีรอก ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีอนาคต เพราะคนไทยมีฝีมือด้านนี้ อุตสาหกรรม



ต่อรถยนต์ทั้งที่เป็นตู้และรถเทรลเลอร์ อุตสาหกรรมด้านนี้ที่อินโดนีเซียมีความต้องการมากแต่หายาก

ไทยเราอยู่ตรงกลางของภูมิภาค สิ่งที่น่าจะทำได้ก็คือ การรวบรวมตลาดกาแฟและตลาดข้าวมาเป็นของเรา ยกตัวอย่างเช่นลาวมีดินภูเขาไฟเก่าที่สามารถปลูกกาแฟได้ดี พม่าก็ปลูกกาแฟเยอะ เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย ก็ปลูกกาแฟ ถ้าเราเอากาแฟในภูมิภาคนี้มาคั่วแล้วเบลนด์ เอาเอาที่ใดที่หนึ่งมาเบลนด์เมื่อเบลนด์แล้วเอาไปขายในตลาดโลก เราจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มาก

อินโดนีเซียต้องการข้าวเปลือกปีละ 60 ล้านตัน ศักยภาพความสามารถในการผลิตข้าวเปลือกของอินโดนีเซียตอนนี้คือ 32 ล้านตันต่อปี เขายังขาดอีกประมาณ 30 ล้านตัน เพราะฉะนั้นอินโดนีเซียจึงมีหน่วยงานกรมการค้าภายในของเขาควบคุมตรงจุดนี้อยู่ เลยมีโครงการหนึ่งขึ้นมา เป็นโครงการส่งเสริมการปลูกข้าวทำแบบคอนแทคฟาร์มมิ่ง เพื่อยกระดับผลผลิตข้าวให้พอกินในประเทศอินโดนีเซีย รัฐบาลส่งเสริมให้ปีโอไอให้สิทธิประโยชน์เยอะแยะเลย โดยเราก็ไปจับมือกับคนอินโดนีเซียตั้งเป้าว่าจะผลิตข้าวให้ได้ 60 ล้านตันต่อปี ในพื้นที่ 6 ล้านไร่ของเขา

ในภูมิภาคอาเซียนนี้ ผมมีโรงงานเกือบทั้งหมด พม่าเป็นประเทศที่น่าลงทุนมากที่สุด ถ้าจะลงทุนในอินโดนีเซียต้องเป็นเรื่องของการเกษตร เรื่องแพ็คเก็จจิ้ง เรื่องเกษตรแปรรูป ถ้าคุณจะไปลงทุนเรื่องเสื้อผ้า เรื่องรองเท้าอินโดนีเซียเขามีแบรนด์ของเขาเองอยู่แล้ว อุตสาหกรรมพวกนี้เขาทำมาก่อนเรา และอเมริกา ก็ให้ความช่วยเหลือเขาอยู่ และให้ออร์เดอร์เขามาก่อนเรา



คุณสรวิศ บุญเจริญ

กรรมการผู้จัดการ บริษัท สิตโต้ (ประเทศไทย) จำกัด

72/79 หมู่ 1 ซอยพระมหากาญจน์ ถนนติวานนท์ ต.บ้านใหม่ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120

โทร. 0 2961 5021(-3), 0 2582 0582

email : info@sittogroup.com

www.sittogroup.com

ที ไทย แสเน็ค ฟู้ดส์

ขยายโรงงานปลาหมึกสกวิดดีสู่เวียดนาม

ถาวร เตชะไกรศรี กรรมการผู้จัดการ บริษัท ที ไทย แสเน็ค ฟู้ดส์ จำกัด เจ้าของธุรกิจปลาหมึกปรุงรสกรอบ “สกวิดดี” ทำตลาดในเมืองไทยมายาวนานจนกลายเป็นแบรนด์ลีดเดอร์ด้านผลิตภัณฑ์อาหารขบเคี้ยว เจ้าของธุรกิจรายนี้เดินทางเยือนแหล่งวัตถุดิบ คือ ปลาหมึก จนพบว่าเวียดนามเป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีศักยภาพสูงและอยู่ไม่ไกลจากเมืองไทย



บริหารธุรกิจข้ามชาติเพื่อหนีความเสี่ยง

เมื่อ 10 ปีที่แล้ว ถาวร เตชะไกรศรี ไปเวียดนามเพื่อมองหาแหล่งวัตถุดิบคือ ปลาหมึก เนื่องจากปลาหมึกในเมืองไทยเริ่มลดน้อยลงไป ราคาเริ่มแพงขึ้น จำเป็นต้องหาแหล่งวัตถุดิบที่สมบูรณ์และอยู่ใกล้กับประเทศไทย เวียดนามจึงเป็นทางออกของผู้ประกอบการรายนี้ เนื่องจากมีกระแสชาวที่แพร่สะพัดว่าเวียดนามมีวัตถุดิบทางทะเลที่สมบูรณ์มากที่สุดประเทศหนึ่ง

“แรกเริ่มผมเข้าไปเอง เริ่มต้นด้วยการเป็นนักท่องเที่ยว เข้าไปดูว่าตลาดเป็นอย่างไรบ้าง วัตถุดิบมีไหม เพราะทราบข่าวมีวัตถุดิบทางทะเลเยอะ ก็ไปดู ก็มีเยอะจริง แต่การที่เข้าไปครั้งแรกก็ยังไม่สามารถที่จะซื้อได้ เพราะราคาแพง ต่อมาซื้อผ่านซัพพลายเออร์ แล้วก็เสาะหาไปเรื่อยๆ จนเข้าไปถึงแหล่งปลาหมึกที่เป็นแพปลา ซึ่งเขาเรียกว่าเปีย ใครจะซื้อก็ต้องเหมามาหมด เราก็จะเข้าไปซื้อถึงแพปลา ซึ่งได้ราคาถูกลงไปเรื่อยๆ

เดิมซื้อผ่านซัพพลายเออร์ ซื้อเป็นกล่องๆ ละ 10 กิโล ซื้อจากเวียดนามส่งเข้าโรงงานที่เมืองไทย โรงงานในเมืองก็เริ่มผลิตตั้งแต่เตรียมวัตถุดิบ แยกหัว แยกตัว แยกไส้ ตรงนี้คือขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ใช้แรงงานเยอะ ใช้คนเยอะ ในเมื่อเรามีเป้าหมายแล้วว่า เราต้องซื้อวัตถุดิบจากเวียดนามเข้ามา เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปขายในประเทศ และส่งออกด้วย รวมทั้งส่งไปเวียดนามด้วย ถ้าเราคิดจะลงทุนในฐานะเอสเอ็มอีก็ต้องบริหารความเสี่ยงให้ดี แล้วเราจะบริหารความเสี่ยงอย่างไร”

จากการศึกษาความล้มเหลวของนักลงทุนหลายราย ทำให้ถาวร เตชะไกรศรี วางแผนทำธุรกิจข้ามชาติที่ละเอียดถี่ถ้วนเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว สตีปแรกเริ่มจากซื้อวัตถุดิบ เพื่อส่งมาผลิตในเมืองไทย พอซื้อจนอยู่ตัวและทีมงานทำงานกันอย่างลงตัวแล้ว จึงก้าวสู่สตีปที่สองคือ การเปิดไลน์กระบวนการเตรียมวัตถุดิบในเวียดนาม แทนที่จะซื้อปลาหมึกที่เขาคัดแล้ว ก็ซื้อปลาหมึกรวมไส้ในราคาถูก เพื่อลดต้นทุนด้านวัตถุดิบ จากนั้นจ้างแรงงานเวียดนามวันละ 75 บาท ซึ่งเป็นค่าแรงขั้นต่ำ ล้างและคัดแยกส่วนต่างๆ ของปลาหมึกให้เรียบร้อยแล้วส่งมาเมืองไทย กระบวนการนี้สามารถตัดส่วนที่ใช้แรงงานเยอะๆ ไปไว้ที่



เวียดนาม เพื่อบริหารความเสี่ยงด้านค่าใช้จ่าย คุณถาวรจึงใช้วิธีจ้างแรงงานด้วยการจ้างเหมา โดยจ่ายค่าแรงเป็นกิโล ทำมากรได้มาก ทำน้อยได้น้อย ทำเสร็จส่งเข้าไทย เมื่อก่อนส่งมาแล้วต้องเริ่มต้นผลิตตั้งแต่ขั้นตอนที่ 1 ถึง 10 ด้วยความคิดที่เจ็บปวดของคุณถาวร นอกจากจะลดต้นทุนวัตถุดิบได้แล้ว ยังลดค่าแรงได้อีก สุดท้ายลดขั้นตอนการผลิตได้อีกด้วย ดังนั้นปลาหมึกจากเวียดนามมาถึงเมืองไทยเปิดลังรายได้เลย

เมื่อวัตถุดิบราบรื่นเป็นไปตามแผน ถาวร เตชะไกรศรี จึงยกระดับการลงทุนสู่สเต็ปที่สาม คือ การส่งเครื่องจักรจากไทยเข้าไปในเวียดนาม เพื่ออย่าง-บด-ยึดปลาหมึกแล้วส่งกลับมาเมืองไทย เหลือแค่ขั้นตอนสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การปรุงรสและการอบกรอบซึ่งนำมาผลิตเองในเมืองไทย ล่าสุด บริษัท ที่ ไทย แชนิค ฟู้ดส์ ส่งเครื่องปรุงรสเข้าไปในเวียดนาม เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปส่งขายในเวียดนามได้เลย นี่คือการลดต้นทุนการบริหารธุรกิจที่ทำให้ ที่ ไทย แชนิค ฟู้ดส์ ประสบความสำเร็จอย่างงดงามในการเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนาม

ปัจจุบัน ที่ ไทย แชนิค ฟู้ดส์ ลงทุนสร้างโรงงานผลิตอาหารแช่แข็งแบบครบวงจรขึ้นในประเทศเวียดนาม โดยผลิตและส่งออกจากเวียดนามไปต่างประเทศ มูลค่าการลงทุนในครั้งนี้อยู่ประมาณ 50 ล้านบาท คาดว่าโรงงานจะสร้างเสร็จภายในต้นปี 2558

“บริษัทมุ่งหวังที่จะขยายตลาดไปสู่เวียดนาม ซึ่งมีประชากร 90 ล้านคน มีแนวโน้มต้องการสินค้าเพิ่มขึ้น ประกอบกับช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาดโมเดิร์นเทรดกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในเวียดนาม เฉลี่ย 20% ต่อปี และที่สำคัญบริษัทอาศัยฐานผลิตในเวียดนามส่งออกสินค้าไปยังอีกหลายตลาดที่ยังให้สิทธิพิเศษด้านภาษีแก่เวียดนาม และหวังรองรับการเปิดตลาดในกลุ่มประเทศสมาชิกความตกลงว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement : TPP) ซึ่งมีจำนวน 12 ประเทศ หากเวียดนามได้เข้าเป็นสมาชิกก็จะทำให้บริษัทมีโอกาสขยายตลาดส่งออกออกไปเพิ่มขึ้นอีกกว่า 12 ประเทศ

อย่างไรก็ตาม หากกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีจะเข้าไปลงทุนในเวียดนาม ต้องศึกษาข้อกำหนดด้านภาษี กฎหมายแรงงาน เนื่องจากเวียดนามมีความเข้มงวดและให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว พร้อมทั้งเรื่องของการจดลิขสิทธิ์ของสินค้า การจดทะเบียนสินค้า เรื่องนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและจดลิขสิทธิ์ไว้เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ”



ขยายไลน์ปลาหมึกสู่กัวลาลัมเปอร์

นอกจากสินค้าประเภทปลาหมึกอบกรอบแล้ว ที่ ไทย แชนิค ฟู้ดส์ ยังพัฒนาสินค้าถั่วลิสงเคลือบแป้งอบกรอบ ออกจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งเป็นโออีเอ็มรับจ้างผลิตส่งให้ห้างในยุโรป เป็นการผลิตด้วยเทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น โดยการเคลือบแป้ง 10 ชั้น และไม่ผ่านขั้นตอนการทอด เพื่อยกระดับให้เป็นผลิตภัณฑ์แช่แข็งเพื่อสุขภาพ

นอกจากนี้ยังได้นำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต เช่น ถั่วเคลือบดอกกุหลาบ โดยนำคุณประโยชน์จากดอกไม้ เช่นเดียวกับสมุนไพรมาเคลือบด้านนอก จนได้รับรางวัลที่ 2 (silver prize) จากเกาหลี (Korea Invention Promotion Association)

“ผมได้ไปทางการทำตลาดในประเทศเกาหลีเอาไว้แล้ว ด้วยการส่งผลงานวิจัย ถั่วคาร์บอน เข้าประกวด Invention of Sufficiency Economy Award ซึ่งจัดการประกวดที่ประเทศเกาหลี เป็นรางวัลด้านนวัตกรรมอาหาร และเราได้รับรางวัลเหรียญเงินจากการประกวดครั้งนั้น ในปี 2009 จากรางวัลดังกล่าวทำให้คนเกาหลี และคนเอเชียรู้จักเรามากขึ้น ซึ่งเป็นใบเบิกทางในการออกไปทำตลาดในต่างประเทศ”

สำหรับถั่วลิสงอบกรอบเคลือบคาร์บอน ถาวร เตชะไกรศรี ใช้เวลาในการทำวิจัยแบบลองผิดลองถูกอยู่ 3 ปี โดยได้แนวคิดจากการเดินทางไปต่างประเทศ และรู้จัก Activated carbon (ในเมืองไทยเรียก ถ่านกัมมันต์) ในอดีตใช้ในเครื่องกรองอากาศ เครื่องกรองน้ำ เพราะมีคุณสมบัติช่วยจับสารพิษที่เป็นอันตราย เมื่อไปเห็นว่ามีคนนำ Activated carbon มาใช้เป็นส่วนผสมของอาหาร เช่น บิสกิต และในอุตสาหกรรมยา เนื่องจากมีคุณสมบัติในรูปของการ Detox Health ทำให้ไม่ต้องทำ Detox ในรูปแบบของการสวนล้างลำไส้เหมือนในอดีต

“ขั้นตอนการผลิตโดยใช้ Activated carbon ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ มาผสมกับแป้ง และเคลือบอยู่บนเมล็ดถั่วเป็นชั้นๆ ถึง 14 ชั้น นำไปย่างแทนการทอด จึงไม่มีไขมันจากน้ำมันที่ทอดการทำตลาด ผมวางกลุ่มลูกค้าที่อายุ 20-30 ปี กลุ่มนี้ เป็นกลุ่ม



คนที่เริ่มหันมาใส่ใจเรื่องของสุขภาพ รักสวยรักงาม และมีความรู้เรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพเป็นอย่างดี ที่สำคัญเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างกัน และเป็นกลุ่มที่ตัดสินใจซื้อง่าย เพราะมีกำลังซื้อ โดยราคาสูงกว่าสแน็คทั่วไป 2-3 เท่า นอกจากขายในตลาดในประเทศ ยังมีแผนที่จะส่งออกจำหน่ายยังประเทศในแถบเอเชียเป็นหลัก เพราะยังเป็นตลาดที่มีการแข่งขันในกลุ่มอาหาร ฟังก์ชันนัลฟู้ดส์ ไม่สูงมากนัก และกลุ่มประเทศเหล่านี้ ก็เริ่มหันมาตื่นตัวในตลาดของอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศเกาหลี”

นี่คือความสำเร็จของนักธุรกิจไทยที่นำแบรนด์ไทยไปโด่งดังต่างประเทศ ขณะเดียวกันได้ขยายศักยภาพการลงทุนของคนไทยไปสู่เพื่อนบ้านอย่างสง่างาม



บริษัท ที ไทย สแน็ค ฟู้ดส์ จำกัด

45 หมู่ 3 ซอยวัดบางวัว ถนนบางนา-ตราด กม.42

ต.บางวัว อ.บางปะกง จ.ฉะเชิงเทรา 24180

โทร. 038 842 671 (-3)

www.tthai.co.th email : tthai@tthai.co.th

แหล่งข้อมูล :

การอบรมด้านการเสริมสร้างความรู้ทางวิชาการเรื่อง AEC

โดย สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

26-31 พฤษภาคม 2557

<http://www.manager.co.th> / <http://th.wikipedia.org>

<http://dplusguide.com/6-experience-must-try-in-vietnam>

<http://www.bangkokbiznews.com>

รู้จักเวียดนามอีกด้านหนึ่ง

เวียดนามเป็นประเทศที่ผ่านความเจ็บปวดจากสงครามที่โหดร้ายมายาวนาน ปัจจุบัน เวียดนามกลายเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่เตรียมแข่งหน้าไทยในหลายด้าน ด้วยความกดดันที่เกิดขึ้นจากอดีตภายใต้รัฐบาลคอมมิวนิสต์ ทำให้คนเวียดนามมีแรงขับที่ต้องการปลดแอกให้หลุดพ้นจากชีวิตที่ลำบาก

เวียดนามมีชื่อเป็นทางการคือ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มีประชากรประมาณ 90 ล้านคน ถือว่าเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกเป็นอันดับที่ 13 เวียดนามไม่มีศาสนาประจำชาติ โดยรัฐธรรมนูญให้อิสระในการเลือกนับถือศาสนา ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ประมาณ 90% นับถือศาสนาคริสต์ ประมาณ 7% ที่เหลือนับถือศาสนาอื่นๆ

เมืองสำคัญของเวียดนาม ได้แก่ เมืองหลวงชื่อ ฮานอย จะอยู่ทางภาคเหนือ ลงมาก็คือเมืองโฮฟอง ซึ่งเป็นเมืองท่าและเป็นเมืองอุตสาหกรรมเกี่ยวกับปิโตรเคมี ส่วนภาคกลางก็จะเป็นเมืองดานัง ซึ่งเป็นท่าเรือเก่าแก่ของเวียดนามและเป็นศูนย์กลางการค้าระหว่างประเทศมาช้านาน ใกล้เคียงกันเป็นเมืองเว้ ซึ่งได้รับการยืนยันจากองค์การยูเนสโกประกาศขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เป็นเมืองเก่าที่น่าเที่ยว ลงมาทางใต้เป็นเมืองเศรษฐกิจคือ เมืองโฮจิมินห์ เดิมเรียก “ไซ่ง่อน” เป็นเมืองที่ใหญ่ที่สุดของเวียดนาม มีอายุเก่าแก่กว่า 300 ปี ปัจจุบันเป็นแหล่งด้านการค้าและการลงทุนที่สำคัญของเวียดนาม ใกล้ๆ โฮจิมินห์เป็นเมืองเกิ่นเทอ ซึ่งรับผิดชอบเมืองใหญ่อันดับ 4 ของเวียดนาม เป็นเมืองศูนย์กลางการคมนาคมทางน้ำของกลุ่มน้ำโขง 13 จังหวัด และเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายข้าว ผลไม้ พืชอุตสาหกรรมเขตร้อน และสินค้าด้านประมง เกิ่นเทอมีพื้นที่เกษตรเกือบ 1.5 ล้านไร่

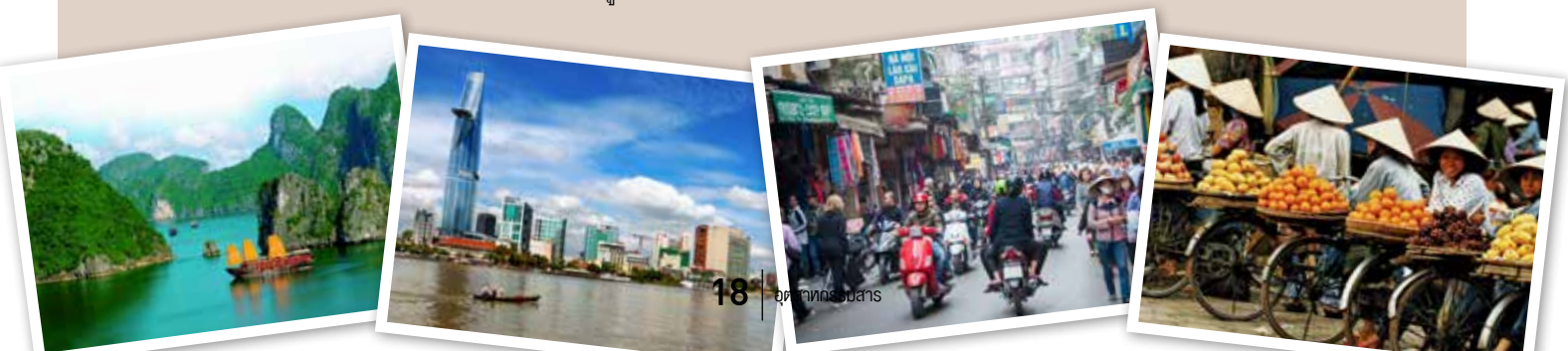
วัฒนธรรมของเวียดนามได้รับอิทธิพลจากจีน เนื่องจากอยู่ภายใต้การปกครองของจีนมาหลายร้อยปี จากจีนก็ตกอยู่ภายใต้การ

ปกครองของฝรั่งเศส ดังนั้น เวียดนามจึงมีร้านค้าที่เต็มไปด้วยขนมสวอฟฟิศไปจนคนเฒ่าคนแก่ นิยมนั่งจิบกาแฟอยู่ตามฟุตบาทข้างถนน หรือตามร้านค้าที่เป็นตึกแถว การดื่มกาแฟกลายเป็นวัฒนธรรมที่ตกทอดมาจากฝรั่งเศส นอกจากนี้ยังมีขนมปังฝรั่งเศสซึ่งกลายเป็นอาหารพื้นบ้านของคนเวียดนามเช่นกัน

สามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง หรือ แม่น้ำโขงเดลต้า เป็นแหล่งเพาะปลูกสำคัญของเวียดนาม พื้นที่ตรงนี้ปลูกข้าวได้ปีละ 3 ครั้ง พื้นดินบริเวณนี้คือ “อูข้าวอันน้ำ” คือเป็นแหล่งสินค้าเกษตรสำคัญที่สุดของเวียดนาม เรียกได้ว่าเป็นแหล่งที่ทำให้คนเวียดนามอยู่ดีกินดีก็ว่าได้ เนื่องจากพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงเพาะปลูกได้ 40% ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมดของเวียดนาม นั่นหมายถึงผลผลิต 2 ใน 3 ของพื้นที่นี้ใช้บริโภคกันทั่วประเทศเวียดนาม รวมทั้ง 50% ของปลาที่จับได้ทั่วประเทศ และ 60% ของผลไม้ที่ผลิตได้ทั้งหมดก็มาจากแหล่งนี้อีกทั้งยังมีการประมงและการเลี้ยงสัตว์น้ำ เช่น กุ้งและปลาเพื่อการส่งออก 2-3 แสนตันต่อปี โดยมีการจับปลาตามธรรมชาติได้มากถึง 1 ล้านตันต่อปี

อาคารไบเทคโคไฟแนนเชียล (Bitexco Financial Tower) เป็นอาคารสูงที่สุดในเวียดนาม สูง 262 เมตร มี 68 ชั้น (ชั้นใต้ดินสามชั้น) ออกแบบให้เป็นรูปดอกบัว อันเป็นดอกไม้ประจำชาติของเวียดนาม อาคารนี้อยู่ในเมืองโฮจิมินห์ นักท่องเที่ยวสามารถขึ้นไปเที่ยวชมด้านบนได้

วิถีชีวิตของคนเวียดนาม ปัจจุบันค่าแรงขั้นต่ำของเวียดนามโดยเฉลี่ย 100 บาท แต่ถ้าเป็นเมืองใหญ่ก็สูงขึ้นไปอีก เช่น ในโฮจิมินห์เฉลี่ย 120 บาท แต่ถ้าเป็นจังหวัดที่อยู่ห่างไกลออกไปก็ถูกลงมา เช่น ที่เกิ่นเทอ ประมาณ 75 บาท เวียดนามเป็นประเทศที่มีรถมอเตอร์ไซด์มากที่สุด ประมาณ 40 ล้านคันทั่วประเทศ เฉพาะในเมืองโฮจิมินห์มีมอเตอร์ไซด์มากถึง 3-4 ล้านคัน ถ้าได้ไปเวียดนามสิ่งหนึ่งที่จะเห็นก่อนก็คือ มอเตอร์ไซด์วิ่งกันทั่วเมือง



ทำไมต้อง AEC

นาที่นี้ไม่ว่าใครจะหยิบจับขยายอะไร สิ่งแรกที่เราจะได้ยิน คือ AEC แต่จะมีสักกี่คนที่รู้จักกับ AEC นี้จริงๆ และจะมีสักกี่คนที่เข้าใจความหมายและที่มาจริงของมัน แล้วเจ้า AEC ที่เรากำลังพูดถึงบ่อยครั้ง มันคืออะไร และจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านใดบ้าง วันนี้เราจะมาหาคำตอบกัน



AEC (ASEAN Economic community) หรือ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีจุดกำเนิดจาก 10 ประเทศ ที่รวมตัวกันเป็นสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nation) หรือ ASEAN นั่นเอง ซึ่ง 10 ประเทศที่กล่าวมานั้น ประกอบด้วย ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนกับเวทีระดับโลก รวมถึงสร้างความแข็งแกร่ง และภูมิคุ้มกันที่ดีในการรับมือกับปัญหาระดับโลก

ประชาคมอาเซียน ถือกำเนิดอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ.2546 พร้อมกับการลงนามในปฏิญญาให้เป็นประชาคมเดียวกันให้สำเร็จภายในปีพ.ศ.2558 โดยแบ่งย่อยประชาคมเป็นสามเสาหลัก ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political and Security Community - APS) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economics Community - AEC) และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (Asean Socio-Cultural Community - ASCC) และนี่คือจุดกำเนิดของ AEC

เนื่องจากอาเซียนได้ให้ความสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ หลังจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีหรือ อาฟตา (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ในปี 2546 ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 8 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 เห็นชอบให้กำหนดทิศทาง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ชัดเจน ได้แก่ การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดย AEC มีเป้าหมายสำคัญดังนี้

1. การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกัน

2. เป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง

3. การเป็นตลาดเดียวและมีเขตการผลิตเดียว

4. เพื่อบรรณาการเข้ากับเศรษฐกิจระดับโลก

อย่างไรก็ตาม เพื่อไปสู่เป้าหมายในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาเซียนได้จัดทำแผนงานในเชิงบูรณาการ การดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจต่างๆ ซึ่งให้เห็นภาพรวมของ ประคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้นในปี 2015 จึงได้จัดทำ AEC Blueprint ขึ้น เปรียบเหมือนกับการสร้างบ้านที่จะต้อง มีพิมพ์เขียวที่จะช่วยบอกถึงรูปร่างหน้าตาของบ้านว่า เมื่อสร้างเสร็จแล้วจะมีรูปร่างหน้าตาอย่างไร

สำหรับการจัดทำ AEC Blueprint ขึ้นนั้น เพื่อกำหนดทิศทาง การดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจให้ชัดเจนตามกรอบระยะเวลา ที่กำหนดจนบรรลุเป้าหมาย AEC ในปี ค.ศ.2015 และเพื่อ สร้างพันธมิตรระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่ เป้าหมายดังกล่าวร่วมกัน

ส่วนองค์ประกอบของ AEC Blueprint มีดังนี้

1. การเป็นตลาดเดียวเขตการผลิตเดียว คือ การเปิดเสรีทางการค้าเพื่ออำนวยความสะดวก สำหรับการเคลื่อนย้าย สินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือได้อย่างเสรี

2. การเป็นเศรษฐกิจระดับภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการวางรากฐานสำหรับนโยบายการแข่งขัน การคุ้มครองผู้บริโภค ทรัพย์สินทางปัญญา และการยืนยันการตกลงในการขนส่ง

3. การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียม โดยจะมีการศึกษาและพัฒนา SMEs และริเริ่มโครงการรวมกลุ่มอาเซียน 2

4. การรวมตัวเข้ากับเศรษฐกิจโลก โดยมีการบังคับใช้เขตการค้าเสรี

เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย AEC จึงกำหนดกรอบความร่วมมือ ดังนี้ 1. เปิดการค้าเสรีโดยการยกเลิกภาษี 2. เปิดเสรีด้านบริการ ทำให้การให้บริการแบบไร้พรมแดนเป็นไปอย่างเสรี 3. แรงงานฝีมือจะเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี 4. การเปิดเสรีในการลงทุน 5. การเคลื่อนย้ายเงินทุนเป็นไปอย่างเสรี

กล่าวคือ อาเซียนจะรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีแนวคิดที่จะเป็นภูมิภาคที่มีตลาดเดียว เขตการผลิตเดียว นั่นหมายถึง การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตเป็นไปอย่างเสรี สามารถดำเนินการผลิตในประเทศสมาชิกที่ไหนก็ได้ และยังสามารถใช้ทรัพยากร แรงงานและวัตถุดิบในการผลิตสินค้าให้มีมาตรฐานอยู่ใน ระดับเดียวกัน อีกทั้งแรงงานยังสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี คือเราสามารถย้ายไปทำงานตามประเทศสมาชิกในอาเซียนอย่างง่ายดาย และประเทศอื่นๆ ก็สามารถเข้ามาทำงานในประเทศของเราได้เช่นกัน และเมื่อรวมตัวกันทั้ง 10 ประเทศแล้ว อาเซียนจะมีประชากรรวมกันประมาณ 580 ล้านคน ซึ่งมากเป็นอันดับสามของโลกรองจากจีนและอินเดีย ในขณะที่สหภาพยุโรปมีประชากรเพียง 503 คนเท่านั้น

อย่างไรก็ตามจากการดำเนินการตามของ AEC Blueprint จากการคำนวณโดยธนาคารไทยพาณิชย์ จากข้อมูลของ





กรมเจรจาการค้าต่างประเทศพบว่า ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำเร็จไปแล้วร้อยละ 70 การเป็นตลาดเดียวเขตการผลิตเดียว ร้อยละ 82 การเป็นเศรษฐกิจระดับภูมิภาคที่มีขีดความสามารถ ในการแข่งขันร้อยละ 50 การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเหมาะสม ร้อยละ 100 การรวมตัวเข้ากับเศรษฐกิจโลกร้อยละ 100

ทั้งนี้การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ทำให้ประชาคมอาเซียนมีความน่าสนใจมากขึ้น ด้วยขนาดของ ประชากรที่มีมากถึง 580 ล้านคน ซึ่งมากกว่าประชากรใน สหภาพยุโรป GDP ขนาด 1.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเท่ากับ เกาหลีใต้ การค้าระหว่างประเทศเท่ากับ 6 เท่าของประเทศไทย หรือ 1.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ การลงทุนโดยตรง 50 พันล้าน เหรียญ ถือเป็นร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับประเทศจีน และการ ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 65 ล้านคน เป็นอันดับสองของโลก รองจากฝรั่งเศส

นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มสินค้าและบริการ 11 สาขา นำร่อง เพื่อส่งเสริมด้านการผลิตและการบริการให้ประเทศ สมาชิกอาเซียน แบ่งหน้าที่กันผลิต โดยใช้วัตถุดิบที่สามารถหา ได้ในอาเซียนและเป็นวัตถุดิบหลักๆ ที่ประเทศสมาชิกสามารถ ผลิตได้ในประเทศของตนเองอยู่แล้ว ตามความถนัด ซึ่งถือ เป็นการเปิดเสรีทั้งทางด้านการค้าและบริการ อีกทั้งยังเป็นการ ประหยัดต้นทุนในการผลิตอีกด้วย สำหรับ 11 สาขานำร่อง มีดังนี้ 1. สาขาลิขสิทธิ์เกษตร 2. สาขาประมง 3. สาขา ผลิตภัณฑ์ยาง 4. สาขาสิ่งทอ 5. สาขายานยนต์ 6. สาขา ผลิตภัณฑ์ไม้ 7. สาขาอิเล็กทรอนิกส์ 8. สาขาเทคโนโลยี สารสนเทศ 9. สาขาสุภาพ 10. สาขาท่องเที่ยว 11. สาขาการบิน

ต่อมาภายหลังได้เพิ่มสาขาที่ 12 ได้แก่ สาขาโลจิสติกส์ เพื่อ ทำให้การขนส่งวัตถุดิบต่างๆ ทำได้สะดวกมากขึ้น

สำหรับ 12 สาขาดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จะแบ่งตามหน้าที่ ความรับผิดชอบไว้ดังนี้ 1. พม่า สาขาลิขสิทธิ์เกษตร และ สาขาประมง 2. มาเลเซีย สาขาลิขสิทธิ์ยาง และสาขาสิ่งทอ 3. อินโดนีเซีย สาขายานยนต์ และสาขาลิขสิทธิ์ไม้ 4. ฟิลิปปินส์ สาขาอิเล็กทรอนิกส์ 5. สิงคโปร์ สาขาเทคโนโลยี สารสนเทศ และสาขาสุภาพ 6. ไทย สาขาการท่องเที่ยวและ สาขาการบิน 7. เวียดนาม สาขาโลจิสติกส์

อย่างไรก็ตามอนาคตข้างหน้า AEC มีแนวโน้มขยายเป็น ASEAN+3 คือ เพิ่ม 3 ประเทศ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และ รวม 10 ประเทศอาเซียน เพื่อถ่วงดุลอิทธิพลของสหรัฐอเมริกา และเพื่อส่งเสริมความร่วมมือในระดับอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออก และ ASEAN+6 คือ มีจีน เกาหลี ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อินเดีย และ นิวซีแลนด์ เพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจ พัฒนาทรัพยากร มนุษย์ และเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มในการลงทุน การ ทำการค้า เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับภูมิภาคอื่น



แหล่งข้อมูล

บทวิเคราะห์จากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์
www.rsunews.net
www.thai-aec.com
www.trang.psu.ac.th/asean
www.nwvoc.ac.th



เทรนด์แปลกใหม่ ดีไซน์ จากครีเอทีฟย่านเอเชีย



Buddha Shaped Pear เกษตรกรจีนหัวใส ขึ้นรูปลูกแพร์พระพุทธรูป ใส่ดีไซน์ ขายกระจุย

จับช่องว่างตลาดมาใส่ไอเดียดีใจที่แตกกระจุยสำหรับเกษตรกรชาวจีนที่ขึ้นรูปลูกแพร์ที่ปลูกไว้ด้วยบล็อกลูกพลาสติกเป็นรูปพระพุทธรูปเจ้าแม่กวนอิม และรูปร่างมงคลต่างๆ ตั้งแต่เริ่มออกผล จนกระทั่งได้ผลผลิตที่รองรับตลาดสินค้ามงคล สร้างความตื่นตาตื่นใจคู่หูชาวไร่อย่างให้กับผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเชื้อสายจีนทั่วโลก

ข้อมูลจาก www.iurban.in.th/inspiration/buddha-shape-pear



The ReMaker ผลิตภัณฑ์รีไซเคิลดีเอนเอไทย ดังไกลระดับโลก

ยุทธนา อนันทยสินทวี นักคิดหนุ่มไฟแรงสาย Eco คนแรกๆ ที่สนุกคิดจับขยะรีไซเคิลมาแปรรูปเพิ่มมูลค่าจนได้ผลิตภัณฑ์หลากหลาย โดยเฉพาะกระเป๋าและ Accessory รูปแบบต่างๆ ด้วยคุณภาพ ดีไซน์สวยงาม มีความทนทาน ไม่ซ้ำแบบใคร ตอบโจทย์เทรนด์รักษ์โลกในกลุ่มลูกค้าระดับอินเตอร์ได้อย่างโดนใจ และยังเป็นที่น่าสนใจตามองของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในเมืองไทยได้เป็นอย่างดี

ข้อมูลจาก <http://theremaker.com/>

ในขณะที่ด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ทั่วโลกเดินหน้าเข้าสู่สนามแข่งขันกันอย่างเข้มข้น แต่สิ่งที่ก้าวคู่กันไปในัน ก็คือเรื่องของดีไซน์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้เป็นที่น่าจับต้องของผู้บริโภคยิ่งสวย แปลก แตกต่าง และมีฟังก์ชันที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้บริการมากเท่าไร ก็ยิ่งดึงดูดความสนใจได้มากขึ้นเท่านั้น และ Product Design ฉบับนี้ขอพาไปพบกับหลากหลายงานดีไซน์พ่วงประโยชน์ใช้สอยเจ๋งๆ สัญชาติเอเชีย

Bell-Net Mother Book ถ่ายทอดสายใยรักฉบับแม่ลูก ด้วยคู่มือคุณแม่ดีไซน์เก๋แห่งแดนซากุระ

เป็นหนังสือสามมิติที่เหมาะสมสำหรับว่าที่คุณแม่อย่างแท้จริง เพื่อส่งมอบต่อให้คุณลูกอย่างมีศิลปะและเต็มเปี่ยมไปด้วยความรัก ซึ่งสร้างสรรค์โดย Kishokai สตูดิโอศาสตร์เน็ตเวิร์คของประเทศญี่ปุ่นร่วมกับ Dentsu เพื่ออธิบายรายละเอียดต่างๆ และการเปลี่ยนแปลงของผู้หญิงขณะตั้งครรภ์ตลอด 40 สัปดาห์ให้เข้าใจง่าย แถมด้วยพื้นที่ว่างสำหรับจดบันทึก รูปแบบสวยงามอบอุ่น ให้ความรู้สึกเหมือนไดอารี่เล่มโปรดที่เชื่อมโยงสายสัมพันธ์และความรักระหว่างแม่ลูกเอาไว้ได้อย่างงดงาม

ข้อมูลจาก www.creativemove.com/art/bell-net-mother-book



ดีไซน์เนอร์โสมจาวปึงไอดี

Wet Umbrellas No More

กระเป๋าพกพาสะดวก จบปัญหาหยดน้ำละอะทะ

อุปกรณ์สำคัญที่ขาดไม่ได้ในช่วงฤดูฝนของคนทั่วโลก นั่นก็คือ ร่ม ที่จะป้องกันเราไม่ให้เปียกปอน แต่ก็เจ้าหยดน้ำ เปียกชื้นที่เกาะร่มหลังจากการใช้งานนั้น มักสร้างความลำบาก ในการจัดเก็บ หรือทิ้งร่องรอยหยดน้ำในพื้นที่ที่เราต้องพกพามัน ไปเสมอ Seung Hee Son ดีไซน์เนอร์สาวชาวเกาหลีใต้จึง ออกแบบ Wet Umbrellas No More กระเป๋าร่มดีไซน์น่ารักที่สามารถพับเก็บร่มที่ไม่ใช้งานแล้วให้กลายเป็นกระเป๋าขนาดกะทัดรัด พกพาง่ายไปด้วยได้ทุกที่แถมยังไม่มีร่องรอยหยดน้ำ หยดลงตามทางให้เป็นปัญหาอีกด้วย

ข้อมูลจาก www.yankodesign.com



พกพาเครื่องซักผ้าส่วนตัวไปเที่ยวได้ทุกที่กับ Shaky Washer

เป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมไอเดียจากดีไซเนอร์หัวใสชาวเกาหลี Jung Seub Lee ที่ช่วยให้การทำความสะอาดเสื้อผ้าตัวเก่งในช่วงเวลาแห่งการเดินทางเป็นเรื่องง่ายๆ หมดปัญหายุ่งยากอีกต่อไป ด้วย Shaky Washer เครื่องซักผ้าที่มาพร้อมฟังก์ชันอบผ้าแบบพกพาหน้าตาและขนาดคล้ายกระบอกใส่น้ำ เหมาะสำหรับการซักผ้าขนาดเล็กไม่ใหญ่นัก อาทิ เสื้อยืด ชุดชั้นใน หรือผ้าเช็ดหน้า นอกจากความสะดวกแล้วเรื่องของวิธีการใช้งานก็ง่ายหายห่วง เพียงใส่น้ำ ใส่ผ้าที่ต้องการซักเข้าไปในตาข่ายของเครื่อง จากนั้นก็เขย่าๆ ซึ่งการเขย่านั้นจะช่วยให้สิ่งสกปรกที่ติดอยู่ที่ผ้าหลุดออกมาได้ ปริมาณน้ำที่ใช้ก็น้อยกว่าการซักผ้าแบบปกติ แถมยังไม่ต้องพึ่งผงซักฟอกอีกด้วย จากนั้นเทน้ำออก แล้วตากแห้งได้ทันทีหรือจะอบผ้าต่อด้วยฟังก์ชันที่เสริมเข้ามาโดยใช้งานได้ทั้งแบตเตอรี่และไฟฟ้าก็สามารถทำได้เช่นเดียวกัน

ข้อมูลจาก www.yankodesign.com

Living Wallet

กระเป๋าสตางค์มีชีวิต ช่วยคุณคุมการใช้จ่าย

Living Wallet กระเป๋าสตางค์หนึ่งเดียวที่จะช่วยควบคุมการใช้จ่ายเงินได้อย่างมีชีวิตชีวา คลอดจากไอเดียสุดเจิดของชาวญี่ปุ่น โดยเชื่อมต่อกับสมาร์ตโฟนเพื่อคำนวณการใช้จ่ายรายเดือน และตั้งระบบควบคุมไม่ให้ใช้จ่ายเงินเกินตัว อาทิ โหมดประหยัด ของกระเป๋าสตางค์ที่จะวิ่งหนีเมื่อเจ้าของพยายามเปิดใช้ หรือการโทรหาคุณแม่หรือภรรยา เพื่อให้ห้ามปรามไม่ให้เกิดการใช้จ่ายทันที และหากเจ้า Living Walle คำนวณแล้วว่าการเงินของผู้ใช้เข้าที่เข้าทางแล้วก็จะปรับเข้าสู่โหมดจับจ่าย ให้เจ้าของได้ใช้จ่ายได้ตามใจทันที

ข้อมูลจาก <http://livingwallet.cct.la>



กลยุทธ์การค้าชายแดน โอกาสเติบโตทางเศรษฐกิจ



ปัจจุบันการค้าชายแดนของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการร่วมมือและความตกลงในการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปัจจัยเหล่านี้เองที่ช่วยเปิดโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กว้างขวางขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันระหว่างการค้าสูงขึ้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมพร้อม ปรับตัว และยกระดับความสามารถของธุรกิจที่กำลังจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ



หากมองในเรื่องของภูมิศาสตร์ (Geographical Advantage) ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องสถานที่ตั้งของการค้าชายแดน เพราะบริเวณตลาดสินค้าส่งออกไทยมีพรมแดนเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ นำโดยพื้นที่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดหนองคายและมุกดาหาร ซึ่งเป็นด่านค้าชายแดนกับ สปป.ลาว พื้นที่จังหวัดภาคเหนือซึ่งทำการค้ากับเมียนมาร์ ได้แก่ จังหวัดตาก พื้นที่ภาคตะวันออกซึ่งทำการค้ากับกัมพูชา ได้แก่ จังหวัดสระแก้วและตราด และพื้นที่ภาคใต้ซึ่งทำการค้ากับมาเลเซีย ได้แก่ จังหวัดสงขลา พื้นที่การค้าชายแดนนี้ล้วนเอื้อต่อการทำธุรกิจการค้ามาอย่างยาวนาน

สำหรับช่องทางการค้า โดยการส่งออกและนำเข้าผ่านทางจุดผ่านแดนที่จัดตั้งขึ้นบริเวณชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

อย่างเป็นทางการตามกระทรวงมหาดไทยภายใต้กฎหมายตรวจคนเข้าเมือง ประกอบไปด้วย 1. จุดผ่านแดนถาวร เป็นจุดผ่านที่เป็นทางการถูกต้องตามหลักสากล โดยมีด่านศุลกากรกำกับดูแล 2. จุดผ่านแดนชั่วคราว เป็นช่องทางที่ขออนุมัติการนำเข้าสินค้าเฉพาะอย่างเมื่อเสร็จแล้วก็จะปิดช่องทางนำเข้า 3. จุดผ่อนปรนเพื่อการค้าและการท่องเที่ยว เป็นช่องทางที่ประชาชนใช้เดินทางผ่านเข้าออกปมา

สินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ประกอบไปด้วยสินค้าในกลุ่มอุปโภคและบริโภค กลุ่มสินค้าเครื่องจักรกลและประเภทต่างๆ และกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกลุ่มสินค้าหลักที่ส่งออกของไทยไปตลาดประเทศเพื่อนบ้านมีความคึกคักเป็นพิเศษ และมีมูลค่าการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจากข้อมูลกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในช่วงปี 2552-2555 อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 13.13 ต่อปี ในปี 2555 การค้าชายแดนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมีมูลค่า 910,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 2.23

ในช่วง 4 เดือนแรก (มกราคม-เมษายน) ปี 2556 มีมูลค่า 310,467 ล้านบาท อัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 4.02 โดยมีมูลค่าการค้าชายแดนกับมาเลเซียมีมูลค่าสูงสุด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นเพราะมาเลเซียเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด

สินค้าส่งออกที่สำคัญตามแนวชายแดน ไทย-มาเลเซีย ไทยเป็นคู่ค้าลำดับที่ 5 ของมาเลเซีย ขณะที่มาเลเซียเป็นคู่ค้าอันดับที่ 4 ของไทยในโลก และอันดับที่ 1 ของไทยในกลุ่มอาเซียน สินค้าส่งออกของไทยที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องจักรและชิ้นส่วน น้ำมันขั่น รถกระบะ โทรศัพท์มือถือ ข้าว น้ำตาล มันสำปะหลัง อัญมณีและเครื่องประดับ

ไทย-เมียนมาร์ เมียนมาร์เป็นคู่ค้าอันดับที่ 6 ของไทยในอาเซียน และเป็นคู่ค้าอันดับที่ 18 ของไทยในโลก สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันดีเซล เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ น้ำมันเบนซิน เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ผ้าผืนและด้าย ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างและส่วนประกอบ เหล็ก และเหล็กกล้า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป น้ำมันปาล์ม

ไทย-สปป.ลาว ไทยเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของ สปป.ลาว ขณะที่ สปป.ลาวเป็นคู่ค้าอันดับที่ 22 ของไทยในโลก และอันดับที่ 7 ของไทยในกลุ่มอาเซียน รองจากมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เวียดนาม เมียนมาร์ และฟิลิปปินส์ กลุ่มสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เหล็กกล้า เคมีภัณฑ์ ไก่สด/แช่แข็ง อัญมณีและเครื่องประดับ (ทองคำ) ผลิตภัณฑ์รักษาผิว ผลิตภัณฑ์พลาสติก ปูนซีเมนต์ กระดาษ โทรศัพท์

ไทย-กัมพูชา กัมพูชาเป็นคู่ค้าอันดับที่ 8 ของไทยในอาเซียน รองจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ และสปป.ลาว และเป็นคู่ค้าอันดับที่ 26 ของไทยในโลก กลุ่มสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป ปูนซีเมนต์ ยานพาหนะ เคมีภัณฑ์ รถยนต์ โทรศัพท์ เป็นต้น



ความได้เปรียบของไทยด้านการค้าชายแดน

1. ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค
2. มีชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านยาวกว่า 5,500 กิโลเมตร สะดวกต่อการทำการค้าชายแดน
3. มีการพัฒนาโครงข่ายโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพทั่วประเทศ
4. มีเทคโนโลยีการผลิตก้าวหน้ากว่าประเทศเพื่อนบ้าน ยกเว้นมาเลเซีย
5. คุณภาพและราคาสินค้าไทยสอดคล้องกับกำลังซื้อของชนชั้นกลางในประเทศเพื่อนบ้าน
6. สินค้าไทยมีภาพพจน์ที่ดีในประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากผู้ผลิตในไทยมีการแข่งขันสูงและสื่อทางวัฒนธรรมของไทยเข้าไปเผยแพร่อย่างกว้างขวางในประเทศเพื่อนบ้าน
7. ผู้บริโภครู้จัก คั่นเคยสินค้าไทยมาช้านาน ตั้งแต่ประเทศ CLMV ยังมีนโยบายปิดประเทศ แต่สินค้าไทยสามารถส่งเข้าไปได้ทางชายแดน
8. ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการค้าชายแดน เช่น จัดตั้งจุดผ่านแดนทางการค้าทั้งประเทศกว่า 90 แห่ง การอำนวยความสะดวกการตรวจปล่อยสินค้า ณ จุดเดียวที่ชายแดน (One Stop Service)

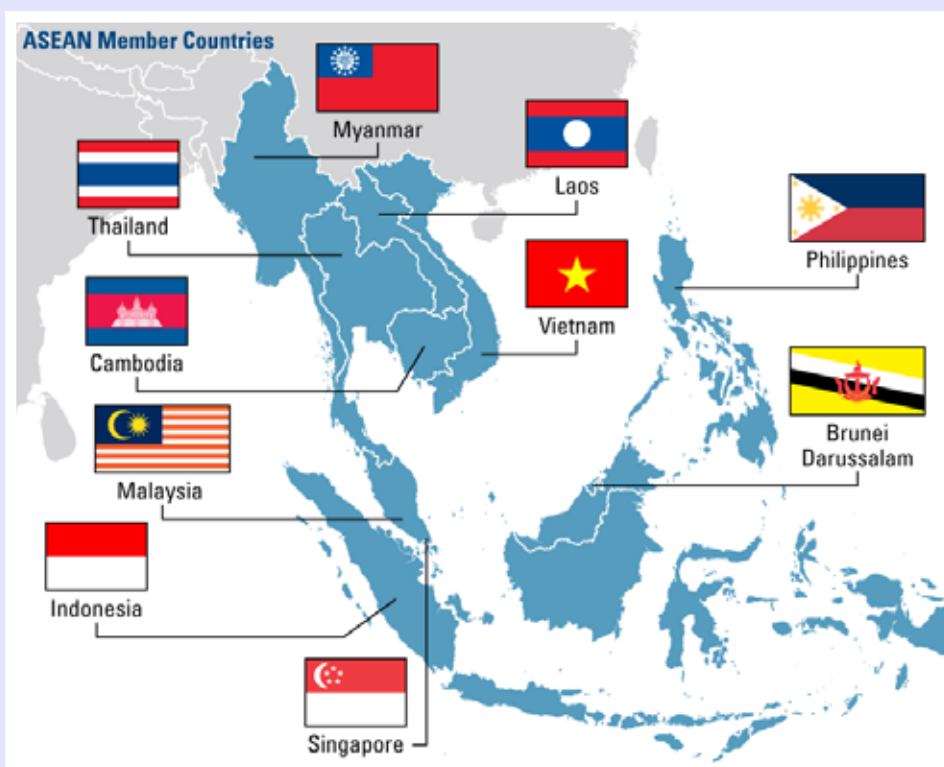
การเตรียมความพร้อมนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งของผู้ประกอบการ ทำความเข้าใจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะช่วยหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบและสร้างโอกาสที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยสามารถขยายธุรกิจออกไปต่างแดนมากขึ้น นอกจากนี้ความเป็นอาเซียนยังทำให้นักลงทุนมีโอกาสได้รับสิทธิประโยชน์การลดภาษีนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในธุรกิจอาเซียนอีกด้วย

กลยุทธ์รุกตลาดชายแดน ผู้ประกอบการไทยควรเตรียม

ความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ

- ศึกษาเสาะหาแหล่งวัตถุดิบใน AEC นำเข้าวัตถุดิบ สินค้า กึ่งสำเร็จรูปจากแหล่งผลิตใน AEC ที่มีความได้เปรียบด้านราคา และคุณภาพ
- ศึกษาธรรมเนียมความต้องการใน AEC ขายให้ตลาดใหญ่ขึ้น และใช้ประโยชน์ Economy of Scale (การประหยัดจากขนาด)
- ดูความเป็นไปได้ในการย้ายฐานการผลิต สามารถย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่เหมาะสมเป็นการผลิต
- หันมามอง CLMV โดยวิสัยทัศน์ใหม่ ใช้ CLMV เป็นฐานในการส่งออกนอก AEC เพื่อใช้ประโยชน์จากสถานะ Least Developed Countries : LDCs
- พัฒนา/ปรับตัว ระบบต่างๆ ของบริษัทให้ใช้ประโยชน์ โลจิสติกส์ได้เต็มที่ พัฒนาระบบโลจิสติกส์ในภูมิภาคทำให้สะดวกและถูก
- ศึกษาความเป็นไปได้การตั้งธุรกิจและใช้แรงงานจาก AEC ฐานธุรกิจอยู่ที่ใดก็ได้ในอาเซียน แก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือ
- เปิดตลาดคู่ค้าของอาเซียน โดยใช้ความได้เปรียบทางภาษีนำเข้ากว่าคู่แข่งอื่นนอกอาเซียน

ทั้งนี้ การลงทุนค้าขายในตลาดเพื่อนบ้านเปิดกว้างมากขึ้น ผู้ประกอบการที่จะเข้าไปทำธุรกิจการค้าชายแดน ควรศึกษาข้อมูลให้รอบด้าน เพราะปัจจัยด้านต่างๆ ล้วนเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นที่ผู้ประกอบการควรศึกษา ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ในการค้าขาย การลงทุนชายแดน นโยบายของแต่ละประเทศรวมไปถึงขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถค้าขายในต่างแดนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ข้อมูลจาก : งามสัมมนาโครงการ
กลยุทธ์การค้าชายแดน
วันที่ 16-17 กรกฎาคม 2557 ณ
โรงแรมเดอะทวิน ทาวเวอร์ กรุงเทพฯ
หัวข้อ : ภาพรวมเศรษฐกิจอาเซียน
และกฎกติกาการค้าเกี่ยวกับธุรกิจ
ชายแดน
วิทยากร : ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัล
ลตรา คณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ข้อมูลจาก : <http://www.thaifita.com>,
<http://www.dft.go.th/>

คุณวิชัย เข็มทองคำ

ถ่ายทอดประสบการณ์การค้า-การลงทุนในพม่า

คุณวิชัย เข็มทองคำ กรรมการผู้จัดการ บริษัท โอเรียนทอล ยูนิค จำกัด ในฐานะนักธุรกิจชาวไทยที่ทำการค้าสินค้าอุปโภคและบริโภคในประเทศพมามายาวนานเกือบ 20 ปี ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ด้านการค้า การลงทุน และแนวคิดเกี่ยวกับประเทศพม่า คนพม่า มุมมองแง่คิดในพม่าให้แก่เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งมาจากทุกหน่วยงานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ที่เข้ารับการอบรมด้านพัฒนาบุคลากรเพื่อการเสริมสร้างความรู้ทางวิชาการเรื่อง AEC ซึ่งจัดโดยสำนักบริหารยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คุณวิชัยได้ถ่ายทอดทัศนะและมุมมองของท่าน ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับนักธุรกิจ นักการค้า และผู้ประกอบการ SMEs



ผู้ประกอบการไทยที่สนใจการค้ากับการลงทุน ขณะนี้เป็นเรื่องที่ยากมากที่จะทำการค้ากับพม่า สถานการณ์เรื่องของการค้าการลงทุนกับพม่าในวันนี้เปลี่ยนไปจาก 5-6 ปีที่แล้วอย่างสิ้นเชิงในแง่ของปัจจุบันประเทศไทยและผู้ประกอบการในไทยได้เปรียบมากกว่าผู้ประกอบการทั่วโลก แต่เรามีข้อเสียเปรียบกับคู่แข่งในบางประเทศในบางประเด็นเท่านั้นเพราะฉะนั้นความยุ่งยากในพมามองในด้านกลับมันเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการในประเทศไทยถ้าเรารู้จักประเทศพม่าเพียงพอ

พม่าประเทศเขาใหญ่กว่าเรา 30% พื้นที่มากกว่าเรา อาชีพก็คล้ายๆ กัน เกษตร ประมง เหมือนแร่ อัญมณี ในส่วนธุรกิจที่เราจะเดินเข้าไปในพม่าเพื่อลงทุนในปัจจุบัน ตอนนี้ที่เหมาะที่สุดคือ ลงทุนอะไรก็ได้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว อีกด้านหนึ่งก็คือการลงทุนเกี่ยวกับเรื่องการค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรม

ทดแทนการนำเข้า พม่ากับไทยมีหลายอย่างเหมือนกัน มีบางอย่างที่แตกต่างกัน บางอย่างที่แตกต่างกัน แตกต่างกันแบบกลับหัวกลับหาง 180 องศา แต่ส่วนใหญ่จะเหมือนกัน พม่ากับไทยในภูมิภาคนี้เราถือว่าเป็นสุวรรณภูมิ ในพื้นที่สุวรรณภูมิ มีไทย ลาว กัมพูชา พม่า ก็จะนับถือศาสนาพุทธในนิกายเดียวกันก็คือ นิกายเถรวาท

คนพม่าโดยพื้นฐานแล้วเป็นคนที่มีจิตใจดี 2-3 ปีก่อนหน้านี้มีเพื่อนคนไทยที่จะเข้าไปพม่ามีคำถามว่า ปลอดภัยไหม มันน่ากลัวไหม คนที่นั่นดุร้ายไหม คำถามเหล่านี้มาจากเรื่องของสื่อตะวันตกหลายๆ ปีที่ผ่านมา เขาเป็น 20 ปีที่ผ่านมา ภาพของพม่าที่สื่อตะวันตกวาดมันเลวร้ายมาก หลังจากที่มีผู้สื่อข่าวแถบยุโรปไปถ่ายรูปแบบในอดีตเกือบ 20 ปีแล้ว แล้วเขาอุปนัยออกไปปรากฏว่าเป็นรูปที่รัฐบาลเขาไม่ชอบ น่าจะเป็นรูปที่ดูแล้วไม่สวยงาม รัฐบาลเขาก็จับถือว่าทำผิดกฎหมายแล้วก็ขังไว้ โชคดี





ผู้สื่อข่าวรายนี้เสียชีวิตในคุก ตั้งแต่นั้นมายุโรปประกาศคว่ำบาตรพม่า ยุโรปมาก่อน อเมริกาตามมาทีหลัง แล้วหลังจากนั้น ภาพของพม่าเลวร้ายลงไปเรื่อยๆ

ก่อนหน้านี้ฝรั่งไม่ค่อยอยากจะยุ่งด้วยอยู่แล้ว เพราะว่ายังไม่มียุทธศาสตร์อะไรมากในภูมิภาคนี้ ที่แย่ที่สุดก็คือตอนที่พวกหนึ่ง ฝรั่งไปสร้างให้รัฐบาลพม่าหรือทหารพม่าดูน่าเกลียดน่ากลัว ที่แย่มากกว่านั้นก็คือ ในประเทศไทยเราเองเราก็มักจะสร้างหนังที่ทำให้เห็นภาพของไทยกับพม่ารบกัน ตอนที่ผมเข้าไปพม่า ปี 2537 ผมรู้สึกว่าคุณพม่าจิตใจดีนะ ผู้คนสุภาพเรียบร้อย เขาค่อนข้างที่จะต้อนรับคนไทย พอเห็นเราเป็นคนไทยเขาก็จะยิ้มแย้มแจ่มใส

ผมเล่าเรื่องพวกนี้เพื่อจะให้ข้อมูลอีกด้านหนึ่ง ซึ่งเป็นข้อมูลที่บางทีก็ไม่มีเขียนอยู่ในตำราและบางทีก็ไม่มีในสื่อ ผมตั้งใจที่จะเอาประสบการณ์ทางตรงถ่ายทอดออกมาให้ทราบ เพื่อที่จะให้เราได้รู้จักพม่ามากขึ้นก่อนที่จะเราจะทำการค้า คนถามผมว่า คนพม่าดีไหม ไว้ใจได้ไหม ผมจะตอบว่าพม่าเหมือนคนไทย โดยพื้นฐานจิตใจ วัฒนธรรมคล้ายๆ คนไทย ประเทศไทยเรามีเสน่ห์เพราะเป็นคนที่มีจิตใจดีชาวต่างชาติถึงชอบ เวลาเราไปค้าขายกับพม่าไว้ใจได้ไหม เราต้องว่ากันตามหลักการ เพราะเราไม่รู้ว่าคนที่มาหาเราไว้ใจได้หรือเปล่า แต่การค้า การลงทุน การทำงานร่วมกัน มันมีหลักการของมันอยู่ ก็ทำตามหลักการนั้น

ผมเข้าไปพม่าเมื่อปี 2537 ตอนนั้นเข้าไปสำรวจตลาดกับสำรวจแหล่งวัตถุดิบ เพราะเรามีความรู้สึกว่าเราอยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมนี้ถ้าดูประวัติศาสตร์ จะมาจากฝั่งตะวันตกที่เจริญแล้ว ทางโลกตะวันตกก็ถ่ายทอดเทคโนโลยีเข้ามาฝั่งเอเชีย โดยเข้ามาที่ญี่ปุ่น ได้หัว แล้วถึงถ่ายทอดลงมาถึงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อ 30 กว่าปีก่อน ก็ลงมาตามทางสายไหมเข้าไทยกับฟิลิปปินส์พร้อมๆ กัน แต่ไทยเราพัฒนาได้เร็วกว่า เพราะสภาพทางภูมิศาสตร์หลายอย่างของเราดีกว่า เราก็เลยเจริญเติบโตมา

ผมไปสำรวจหลายประเทศ บางคนในกลุ่มของเราก็ไปถึงอินโดนีเซีย ส่วนตัวผมเองก็ไปดูที่เวียดนาม จีน ลาว พม่า กลุ่มผู้ลงทุนในกลุ่มของผมตัดสินใจไปลงทุนที่ลาวกับที่จีนจึงไปสร้าง

โรงงานผลิตอาหารทั้งสองประเทศ ส่วนตัวผมเองได้รับมอบหมายให้ไปอยู่ที่พม่า ตอนไปพม่ามีความรู้สึกไม่เหมือนที่เรียนมา เพื่อนคนไทยหลายคนทีไปพมามักจะไปเที่ยวที่เจดีย์ชเวดากอง หลายคนไปถึงก็บอกว่าทองนี้มาจากอยุธยา บางคนบอกว่าเราจะมาเอากลับ ผมสังเกตนะพวกที่พูดอย่างนี้ธุรกิจเจ๊งหมดเลยนะ ไม่มีใครประสบความสำเร็จ ผมเชื่ออย่างว่าประเทศไทยกับพม่าเราเป็นคนดี อยู่ในแผ่นดินศักดิ์สิทธิ์ คนที่อยู่ในประเทศเหล่านี้ควรจะเป็นคนดี

พม่าในวันนี้กับพม่าเมื่อ 10 ปีที่แล้วต่างกันโดยสิ้นเชิง ก่อนหน้านี้พม่าค้าขายอะไรกับใครก็ลำบาก จะซื้อของใครก็ต้องหอบเงินสด สมัยก่อนมาซื้อสินค้าจากประเทศไทยเอาเงินมาจ่ายที่หน้าโรงงาน แล้วขนสินค้าลงเรือไปเองบ้าง ขี่รถผ่านด่านชายแดนผ่านทางแม่สอดบ้าง แม่สายบ้าง ผ่านทางระนองบ้าง เมื่อก่อนติดต่อค้าขายกันลำบาก

ชาวต่างชาติที่เข้าไปเจรจากับพม่าส่วนใหญ่จะมีทัศนคติอย่างหนึ่งว่า พม่าล้าหลังและไม่ฉลาด ความจริงไม่ใช่ ภูมิภาคนี้ระดับสติปัญญาของพวกเราไล่เลี่ยกัน เลขาธิการยูเอ็นที่เป็นชาวเอเชียคนแรกก็คือชาวพม่าชื่ออู่นั่น แล้วอู่นั่นก็มีบทบาทมากตอนมีเรื่องความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับอเมริกา มีบทบาทมากในการที่จะผ่อนคลายความตึงเครียดก่อนที่จะเกิดสงครามโลกครั้งที่ 3 พื้นฐานของคนพม่าระดับสติปัญญาเขาเหมือนคนไทย มีบางคนไปทำงานบริหารอยู่ในเวสต์แบงก์ก็มี วันนี้มีคนพม่าบริหารงานอยู่ในนาซาก็มี อยู่ในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใหญ่ๆ ในยุโรป ในอเมริกาก็มี ไม่ใช่ภาพของพม่าที่พวกเราเห็นจากสื่อตะวันตก ไปถ่ายรูปแถวๆ เมียดวีหรือท่าซี้เหล็ก จะเห็นพม่านุ่งใส่เสื้อเนื้อตัวมอมแมม แล้วก็กระตอมเก่าๆ จริงๆ แล้วไม่ใช่อย่างนั้น พม่ามีหลากหลาย ทางแถบชายแดนก็คือบ้านนอกอยู่ต่างจังหวัด ในส่วนเมืองหลวงมีความก้าวหน้ามาก

พม่ามีทรัพยากรเยอะจึงมีชาวต่างชาติเข้ามาเยอะ หลายคนก็ไปสัญญาว่าจะทำโน่นทำนี่ไปขอสิทธิประโยชน์จากเขาทำย ที่สุดท้ายทำไม่ได้ พม่าก็เหมือนกับคนที่ถูกหลอก ถูกต่างชาติหลอกมาตลอด ให้ความหวังจะทำโน่นทำนี่เสร็จแล้วก็ไม่ได้มาร่วมมือกัน มาเอาประโยชน์จากเขามากกว่า

ผมเปรียบเทียบพม่าในอดีตเหมือนเด็กผู้หญิง
อยู่บ้านนอกเนื้อตัวมอมแมม แต่วันนี้พม่าโต
เป็นสาวสวยแล้วก็ดูดีทีเดียว เพราะฉะนั้นก่อน
ที่เขาจะโตขึ้นมาเป็นสาวสวยเขาเจอเรื่องราวที่
ต่างชาติไปคุยกับเขาในลักษณะที่ไม่จริงมา
เยอะ ในวันนี้ทัศนคติเขาเปลี่ยนเขาจะมั่งคั่งตัว
มากขึ้น ใครมาพูดอะไรเขาก็ฟัง บางทีเขาก็
ไม่ได้แย้งเขาก็ฟังด้วยความสุภาพ แต่เชื่อ
หรือไม่เชื่อ เขารอดูว่าทำจริงไหม

มีประเด็นหนึ่งที่อยากฝากเอาไว้ การไป
ติดต่อกับพม่า มีเรื่องที่พม่าไม่ชอบมากๆ ก็คือ
ชาวต่างชาติมักจะพูดกับเขาว่า “เราเหนือกว่า
คุณอย่างไร” บางทีอาจจะไม่พูดแบบนี้โดยตรง
แต่ใช้คำว่า “เราเจริญกว่าหน้ากว่า” สิ่งที่พม่า
ไม่ชอบอย่างมากคือคำพูดที่ว่า “เราจะมาช่วย
คุณ” “เราจะมาสอนคุณ” “เราจะมาให้ความ
รู้คุณ” เรื่องทำนองนี้อายุพูดนะครับ “เราจะมา
สอนคุณ” คำนี้อายุพูดนะครับ “เราจะมาฝึก
อบรมคุณ” พูดไม่ได้ อายุพูดเพราะว่ามันจะ
สร้างบรรยากาศที่ไม่ดีถ้าเรามีปฏิสัมพันธ์ที่
ดีกับเขา เราใช้คำพูดว่า “เราจะมาร่วมมือกับ
คุณ” ถ้าพูดอย่างนี้เขาจะชอบมากกว่า “เราจะ
มาประสานงานกับคุณ” ลึกๆ ลงไปแล้วพม่า
ยอมรับนับถือไทย แล้วก็รู้ว่าเราเหนือกว่า เรื่อง
นี้อยู่ในใจเขาอยู่แล้ว เขายอมรับเราอยู่แล้วว่า
เราเก่งกว่าเราเหนือกว่า เขาจะถือว่าเราเป็น
ครูบาอาจารย์ ผมนำผู้เชี่ยวชาญหรือช่าง
เทคนิคหลายคนเข้าไปทำงานร่วมกับคนพม่า
บางทีเขาเรียกอาจารย์เลยนะครับ พม่าที่เคย
มาเมืองไทยเขาจะให้ความยอมรับนับถือด้วย
คือพม่าไม่ชอบให้ใครไปพูดเหมือนกับไปชมเขา

พม่าก็มีเชื่อในเรื่องของกรรม เรื่องบาป
เรื่องบุญ กรรมก็เป็นเรื่องของความเชื่อตาม
ศาสนาพุทธ เราเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มองไม่เห็น
บางเรื่องบางคนมองข้าม เราเข้าไปในย่างกุ้ง
จะเห็นเขาปลูกต้นไม้กันเยอะแยะ รมักรั้วคูดี
โดยพื้นฐานเขาก็ชอบต้นไม้ ชอบดอกไม้ แต่ว่า
บางทีเห็นต้นไม้ทำไมกรๆ บางทีคนงานไม่ตัด
ต้นไม้ เพราะว่าเขาเชื่อว่าทุกสิ่งทุกอย่างมีเจ้า
ที่เจ้าทางอยู่ ต้นไม้ก็มีรุกขเทวดา เพราะฉะนั้น
บางทีบางโรงงานถึงกับทะเลาะกันเลย ฝ่าย
บริหารที่เป็นชาวต่างชาติบอกให้ไปรื้อไปถอน
ไปตัดต้นไม้เหล่านี้ทิ้งซะ คนงานไม่ยอมไป
เพราะว่ามีปัญหาเรื่องกลัวผีกลัวเจ้าที่เจ้าทาง
กลัวรุกขเทวดา อันนี้ก็ต้องระวัง

ถามเพื่อนๆ ว่าตอนนี้เรากำลังส่งเครื่องจักรอย่างดีเข้าไปให้พม่าใช้ อย่างนี้
เป็นการส่งเสริมให้พม่ามาเป็นคู่แข่งกับไทยหรือไม่ ถ้าหากเขาทำการเกษตรดี
แล้ว วันหลังเขามาแข่งกับประเทศไทยเราจะมีปัญหาหรือไม่ ทางด้านผู้ผลิต
เครื่องจักร ที่เป็นเพื่อนๆ กันบอกว่า ไม่ต้องไปห่วงหรอก เราทำเราก็ขายไป ถ้า
เราไม่ขายคนอื่นก็มาขาย ผมไปถามพม่าว่าถ้าหากไม่ได้เครื่องจักรการเกษตรจาก
ประเทศไทยแล้วจะเป็นอย่างไร เขาบอกไม่เป็นไร จีนก็มี อินเดียก็มี ทั้งยุโรปอีก
หลายประเทศเข้ามาเสนอขาย ประเทศไทยไม่อยากจะขายก็ไม่ต้องมาขาย จริงๆ
แล้วไม่ใช่ไทยรายเดียวที่จะเป็นซัพพลายหรือขายสินค้าให้กับพม่าได้ วันนี้ใครๆ
ก็อยากจะขายสินค้าให้กับพม่าทำที่ของเราในวันนี้ เราต้องใช้หลักการคิดที่ว่าเรา
จะต้องร่วมมือกับเพื่อนบ้านร่วมพัฒนาแล้วก็แบ่งปันกัน

ประเทศไทยห้ามนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ เพราะว่าเราต้องการคุ้มครอง
ตลาดให้กับชาวนาไทย แต่ในทางปฏิบัติปีหนึ่งๆ เรานำเข้าข้าวจากจังหวัด
ชายแดนเฉพาะในส่วนพม่าอย่างน้อยก็ 200,000 - 300,000 ตัน ยังไม่รวมถึงลาว
ยังไม่รวมถึงกัมพูชา กัมพูชาก็เยอะผมว่าเป็นโอกาสที่เราจะต้องร่วมมือกับประเทศ
เพื่อนบ้านไม่ใช่เฉพาะพม่า ลาว กัมพูชา ที่ไหนก็ได้ ให้เขาไปทำในสิ่งที่เราทำ
แล้วไม่คุ้ม เขาทำเสร็จแล้วมาขายให้กับเรา เราได้ประโยชน์

ถ้าพม่าเขาจับมือกับเวียดนามหรือกับใคร ก็แปลว่าเขาจับมือกับคู่แข่งของ
เรา แทนที่เราจะมีพม่ามาเป็นหุ้นส่วนกลายเป็นพม่าไปจับมือกับคู่แข่งของเรา
ตรงนี้จะเสียประโยชน์ เพราะฉะนั้นขณะนี้ในเรื่องของการเกษตรกับอุตสาหกรรม
การเกษตร การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในพม่า ถ้าเราสามารถเข้าไปมี
บทบาทมีส่วนร่วมกับทางพม่าได้ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง พม่าไม่ได้รังเกียจชาว
ต่างชาติแต่ระดับระมัดระวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับพวกตะวันตก อย่างน้อยที่สุด รัฐบาล
พม่าไม่ชอบฝรั่ง แต่ในใจลึกๆ รู้ว่าฝรั่งเก่งกว่าเยอะแต่ไม่ชอบฝรั่ง เพราะ
ประวัติศาสตร์ของพม่าถูกฝรั่งกดขี่มาเป็นร้อยปี

วันนี้สถานะของพม่าในประชาคมโลกโดดเด่นมาก เขาไม่ชอบทำที่ของเรา
ที่สร้างเงื่อนไข อย่างกรณีสร้างหน้ไทยกับพม่าร่วมกัน ผมบอกได้เลยว่าเขา
ไม่ชอบอย่างมาก ทางภาครัฐและภาคเอกชน ผมก็แปลกใจว่าทำไมเราชอบ
สนับสนุนในเรื่องนี้ไม่รู้ อันนี้พูดจากทัศนคติส่วนตัวจริงๆ ผมคิดว่าเรื่องพวกนี้
เราในฐานะคนไทยเราก็คงทรมานในศักดิ์ศรีของคนไทย คือถ้าไม่จำเป็นจริงๆ



อย่าเพาะศัตรู แล้วก็บอกให้ทราบว่ามีภาพของคนไทยในสายตาเพื่อนบ้านดูไม่ดี ลักษณะเป็นคนเกร ลาวนี่ดูถูกเราเลยนะครับ เขาไม่ชอบวิธีการของเรา หรือท่าทีของเราที่เราวางกล้ำมใหญ่โตในประเด็นเรื่องของความขัดแย้งผมคิดว่าเรื่องใหญ่ก็คือเรื่องที่เราไปสร้างหนังแล้วก็ไปวางให้เขาดูเป็นผู้ร้าย

ประเทศพม่ามีที่ดินใหญ่กว่าไทย 30% มากกว่าเรา 100 ล้านไร่ แต่ว่าที่ทั้งหมดนี้ก็เป็นพื้นที่ทางการเกษตร เป็นป่าเขา การที่ทำโรงงานอุตสาหกรรมจะต้องทำในนิคมอุตสาหกรรม เท่านั้นถึงจะได้รับความคุ้มครอง ถ้าทำนอกนิคมอุตสาหกรรม วันไหนเขาสั่งปิด คุณก็ต้องปิดเลย ซึ่งไม่มีใครกล้าเสี่ยง ในขณะที่พื้นที่ที่เป็นนิคมอุตสาหกรรมมีอยู่ไม่มาก ในย่างกุ้งมีนิคมอุตสาหกรรมอยู่ 10 กว่านิคม รวมทั้งประเทศก็มีอยู่ประมาณ 30 นิคม แต่เวลาเราพูดถึงนิคมอุตสาหกรรมของพม่า อย่าไปเปรียบกับนิคมอุตสาหกรรมที่ลำพูน ที่ไฮเทค หรือว่าที่อมตะนคร หรือที่นิคม 304 หรือที่สูงเนิน ไม่ใช่ครับ บางที่เป็นที่นาโล่งๆ ไม่ได้มีสิ่งอำนวยความสะดวก ไฟฟ้าก็ไม่มี ต้องปั่นไฟกันเอง

เวลานี้มีพม่าอยู่ในประเทศไทยประมาณสามล้านกว่าคน พวกนี้มีความคุ้นเคยกับวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตแบบไทย พม่าชอบอาหารไทย พม่ามองไทยว่าเป็นความก้าวหน้า ไทยทำอะไรเขาก็จะเดินตามนั้น เสื้อผ้าเราขายได้ ถ้าเราเก่งในเรื่องทำผม แต่งหน้า พวกนี้ผมว่าไปได้ เพราะคนไทยฝีมือดีกว่า ละเอียดกว่า

พม่าต้องการโรงอบข้าวแบบไทย เพราะโรงอบของเขายังไม่ทันสมัย ก็มีการติดต่อกับไทยสั่งซื้อโรงอบข้าวจากเรา เขาก็เงื่อนไขเยอะ ของเราอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โรงอบในประเทศไทยอบกันครั้งหนึ่งวันหนึ่ง 100-200 ตัน พม่าบอกต้องการแค่ 20 ตันต่อวัน เงื่อนไขของไทยเราสูงไม่ยอมปรับเปลี่ยน พม่าบอกว่าไม่เป็นไร เพราะไม่ใช่ไทยประเทศเดียวที่พร้อมจะค้าขายกับพม่า

พม่าก็ต้องการนำเข้าสินค้าเครื่องจักรอุปโภคบริโภค พม่าต้องนำเข้าซีเมนต์จากไทยปีหนึ่งหลายล้านตัน สินค้าที่ส่งออกไปขายได้มากที่สุดก็คือแก๊สธรรมชาติ ส่วนสินค้าเกษตรกรรม มีการลักลอบเข้ามาทางชายแดนเยอะแยะมากมาย ด้วยกฎระเบียบที่ไม่อนุญาตให้นำเข้า

ในเรื่องของการลงทุนในพม่า ข้อดีคือแรงงาน ขณะนี้แรงงานมีปริมาณมาก และค่าแรงไม่แพง วันนี้อันนี้ค่าแรงในย่างกุ้งตกประมาณ 100-120 บาท ถ้าแรงงานมีฝีมือ 150 บาท มีแรงงานจำนวนมากแต่ขาดทักษะฝีมือ ถ้าจะใช้แรงงานพม่าที่มีทักษะ ต้องใช้เวลาฝึกอบรมพอสมควร แต่ว่าคนพม่าฝึกอบรมไม่ยาก พม่าได้รับจีเอสพีจากอียู

อุปสรรคคือที่ดินราคาแพง ต้นทุนพลังงานสูงมาก ถ้าหากเป็นโรงงานอุตสาหกรรมต้องคิดว่าต้องปั่นไฟเอง ปั่นไฟเองอย่างน้อย 1 หน่วย ก็ราคาประมาณสัก 4 เท่าของบ้านเรา ของเราค่าไฟตกประมาณ 3 บาทกว่า พม่าอย่างน้อยก็ 12-13 บาท เขมร 10 กว่าบาท คือปั่นไฟก็คิดง่ายๆ ต้นทุนน้ำมันเท่าไร

ค่าไฟก็เป็นอย่างนั้น คิดจากต้นทุนน้ำมัน ค่าขนส่งของพม่าภายในประเทศก็ยังแพงอยู่ ถนนหนทางยังไม่ค่อยดี

ถ้าผู้ประกอบการไทยจะไปลงทุนตั้งโรงงานในพม่าใช้พื้นที่ 5 ไร่ มีเงินสดน้อยกว่า 60 ล้านบาท อย่าไป เพราะที่นั่นหวังพึ่งใครไม่ได้ ต้องพึ่งตัวเอง สถาบันการเงินในพม่าคิดอัตราดอกเบี้ยที่แพงมาก 10 กว่าเปอร์เซ็นต์ แล้ววัฒนธรรมท้องถิ่นกับทักษะของแรงงานก็ต้องมีความระมัดระวัง ค่าเช่าต่อไร่ต่อปีอย่างน้อย 900,000 บาท ไม่มีถูกกว่านี้ เวลาผมคุยกับเขา เขาบอกให้เวลาคุณถึงสิ้นเดือนนี้ หลังสิ้นเดือนแล้วเขาจะแพงมาก เวลาคิดค่าเช่าในที่ดินจะคิดต่อตารางเมตร คุณจะเช่าร้อยไร่ พันไร่ ก็แล้วแต่ เขาคิดต่อตารางเมตร ค่าเช่าในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 75 เหรียญต่อตารางเมตรต่อ 50 ปี จ่ายทีเดียว 50 ปี ครบ 50 ปี แล้วต้องคืนเขาไป นี่คือราคาเริ่มต้น เวลาเช่าจริงๆ อาจจะไม่ใช่ว่าราคาจะแพงกว่าบอกไว้คนไทยที่จะไปลงทุนที่นั่น ไม่ใช่ดูแต่เรื่องค่าที่ดิน เรื่องไฟอย่างเดียว ต้องดูด้วยว่ามือน้ำใหม่เข้ามาไม่มีน้ำก็ทำอุตสาหกรรมไม่ได้ อุตสาหกรรมใหญ่ๆ ก็ต้องระมัดระวัง เพราะว่าสนามบินเขาคงพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ แต่ท่าเรือเขายังไม่ทันสมัย ระบบการขนส่งทางน้ำเขายังล้าหลัง ทำให้ธุรกิจขนาดใหญ่ที่ขนส่งทางน้ำมากๆ จะมีปัญหาขาดทุนได้ เพราะว่าค่าขนส่งสูง

ปัจจุบันสินค้าเครื่องจักรการเกษตรจากไทยเข้าไปพม่าเยอะขึ้นเรื่อยๆ เพราะของไทยถูกกว่าและดีกว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร สปา นวด เสริมสวยต่อไปจะไปได้ดี อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก และทำเงินได้เยอะก็คือ การเหมือง แต่การเหมืองส่วนใหญ่ในพม่ามีเกาหลีเข้าไปลงทุนตามด้วยได้วัน ฮองกง คนไทยมีน้อย ส่วนอุตสาหกรรมที่ได้ประโยชน์จากจีเอสพีในยุโรปก็คือพวกอาหาร อาหารทะเล

เนื่องจากรัฐบาลพม่ายังไม่ให้อาเซียนเปิดนิคมอุตสาหกรรมเพื่อการค้าได้ แต่เปิดสำนักงานตัวแทนได้ สิ่งที่ต้องระวังคือ สินค้าไทยหลายบริษัทที่มีเครื่องหมายการค้า ถูกบริษัทท้องถิ่นในพม่าเขาเอาเครื่องหมายการค้าของไทยไปขึ้นทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าของเขา เวลานี้รัฐบาลพม่าคุ้มครองคนที่จดทะเบียนก่อน ตรงนี้ไทยเราประมาณ ภาครัฐก็ไม่ได้ยื่นในเรื่องนี้ ถามว่าเราต้องจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในพม่าได้ อย่างไรก็ตามความจริงมันมีวิธีการ ไม่ได้ยุ่งยาก แต่เราต้องทำเพราะนี่เป็นสินทรัพย์ของเรา



คุณวิชัย เข็มทองคำ

กรรมการผู้จัดการ บริษัท โอเรียนทัล ยูนิค จำกัด
22 ซอย 35 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0 2260 9077

พัฒนาศักยภาพ SMEs สู่ตลาดจีน

นับถอยหลังอีกเพียงไม่กี่อีกใจเท่านั้น เรากำลังก้าวเข้าสู่ยุคแห่งเสรีทางการค้า หรือที่เรารู้จักกันอย่างคุ้นเคยในนาม AEC หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะรวมประเทศสมาชิกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 10 ประเทศ ไว้ให้เป็นตลาดเดียวกัน มีการเคลื่อนย้ายสินค้า การลงทุน แรงงาน และเงินทุนอย่างเสรี แต่ถึงอย่างไรการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น อาจส่งผลทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือที่เรียกว่า SMEs ถูกมองว่าเป็นธุรกิจที่มีการปรับตัวช้าที่สุด และจะได้รับผลกระทบสูงที่สุด เพราะเนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้น

ธุรกิจ SMEs ถือเป็นหนึ่งในโลกที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโต จะเห็นได้จากจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย จำนวนกว่า 2.9 ล้านกิจการ หรือคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด โดยอยู่ในภาคการผลิต จำนวน 545,610 กิจการ ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง จำนวน 1,383,391 กิจการ และภาคบริการจำนวน 983,610 กิจการ ซึ่งทำให้เกิดการจ้างงานกว่า 10.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 77.8 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ถึง 3.75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ และคาดว่าจะในทุกๆ ปี จะมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นจากเดิมทุกปี

แต่จากบทวิเคราะห์ของธนาคารไทยพาณิชย์ เรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC ของ SMEs พบว่ากลุ่มใหญ่ที่สุดคือ SMEs ที่มีความเข้าใจใน AEC น้อย 52% รองลงมาคือ กลุ่มที่มีความเข้าใจเรื่อง AEC มาก, น้อยที่สุด, มากที่สุด ซึ่งเป็นสัดส่วน 41%, 5% และ 2% ตามลำดับ

ทั้งนี้ ความเข้าใจในเรื่อง AEC มากน้อยมีผลต่อการประเมินผลกระทบ และการปรับตัวของภาคธุรกิจ โดย SMEs ที่มีความเข้าใจ AEC มาก 57% มองว่า AEC จะมีผลเชิงบวกต่อธุรกิจ โดย 85% มีการปรับตัว ส่วนอีก 15% ยังไม่ปรับตัว ส่วนกลุ่มที่เข้าใจ AEC น้อยจำนวน 45% มองว่า AEC จะไม่กระทบต่อธุรกิจ ดังนั้นจึงมีผู้ปรับตัวน้อยกว่ากลุ่มที่เข้าใจ AEC มาก โดย 68% มีการปรับตัว ส่วนอีก 32% ยังไม่ปรับตัว ดังนั้นภาคธุรกิจ SMEs จึงจำเป็นต้องมีความพร้อมและเร่งพัฒนาศักยภาพเพื่อให้พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาธุรกิจ SMEs สู่ตลาดจีน เนื่องจากในอนาคต AEC มีแนวโน้มว่าจะลงทุนภายใต้ ASEAN PLUS ซึ่งเป็นกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและคู่เจรจา หนึ่งในนั้นมีประเทศมหาอำนาจอย่างประเทศจีนที่กำลังถูกจับจ้องบนเวทีโลกอยู่ในขณะนี้

แนวโน้มการพัฒนาของโลก เชื่อว่า การรวมตัวเป็นหนึ่งในเดียวของภูมิภาคเอเชียจะเสริมสร้างให้ระบบภูมิภาคมี



ความเข้มแข็งยิ่งขึ้นความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจกำลังจะเคลื่อนย้ายตัวจากตะวันตกมาสู่ตะวันออก และมีแนวโน้มว่าจะเป็นเช่นนี้ไปเรื่อยๆ เอเชียจะกลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะจีน นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน คือการพัฒนาความเป็นเมืองและลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ การพัฒนาของประเทศจีนยังไม่สมดุล ช่องว่างระหว่างเมืองกับชนบทยังห่างกันมาก จีนตะวันออกมีการพัฒนาในทุกด้าน และมีรายได้ดีกว่าจีนตะวันตกปัจจุบัน ความเหลื่อมล้ำของจีนตะวันออกและจีนตะวันตกเริ่มได้รับการแก้ไขแล้ว ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจของจีน ในระยะ 30 ปี คือการเกิดตลาดเสรีในยุคโลกาภิวัตน์การใช้ทรัพยากรในประเทศอย่างฟุ่มเฟือย อีกทั้งจีนต้องการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ และต้องการตลาดแรงงานถูกภายในประเทศ นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลใหม่ของจีนถือเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุด เป็นการกระตุ้นอำนาจซื้อภายในประเทศ เป็นพลังผลักดันให้เศรษฐกิจจีนมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ประเทศจีนมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของโลก และมีการเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับนานาชาติโดยดำเนินนโยบายความร่วมมือพหุภาคี เป็นเวทีขยายการค้า การลงทุนไปทั่วโลก มีการทำ FTA กับต่างประเทศต่างๆ ทั่วโลก 12 ฉบับทั้งกับประเทศและเขตเศรษฐกิจ และหนึ่งในนั้นคือประเทศสมาชิกอาเซียนที่ได้ทำ FTA กับจีน (ACFTA) ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยและจีนเริ่มยกเลิกภาษีผักผลไม้มาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 และเริ่มลดสินค้าทั่วไปจากที่เคยเก็บภาษีมากกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ ตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2548 ต่อมาในปี 2552 จีนได้ยกเลิก

ภาษีให้กลุ่มสินค้าทั่วไปของไทยมากกว่าร้อยละ 60 และไทยได้ยกเลิกให้จีนร้อยละ 33.33 ซึ่งภาษีส่วนใหญ่ของประเทศไทยในปี 2552 จะเรียกเก็บอยู่ที่ร้อยละ 5 และในปี 2553 จีนและไทยได้ยกเลิกภาษีให้กลุ่มสินค้าทั่วไปมากกว่าร้อยละ 90 ของการค้าทั้งหมด ในส่วนของสินค้าที่อ่อนไหว เช่น ชา รองเท้า มอเตอร์ไซด์ และคอมพิวเตอร์แอร์ ซึ่งสินค้าอ่อนไหวมีประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ จะยังไม่ลดภาษีในปี 2553 แต่จะทยอยลดในช่วงปี 2555-2561 สำหรับสินค้าอ่อนไหวสูงของไทย มีจำนวน 100 รายการ เช่น มันฝรั่ง กระเทียม กาแฟ ชา น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย หินปูน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และอื่นๆ อีกมากมาย สำหรับประเทศจีน สินค้าอ่อนไหวสูง มีทั้งหมด 100 รายการ เช่น ข้าวโพด ข้าว น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย ยางธรรมชาติ ไฟเบอร์บอร์ด กระดาษและกระดาษแข็ง รถยนต์นั่ง รถจี๊ป เป็นต้น ด้านสินค้าปกติที่ยืดหยุ่นให้ลดภาษีเหลือ 0 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2555 ในประเทศไทยมีรายการสินค้าทั้งหมด 150 รายการ เช่น อาหารปรุงแต่งจากสัตว์ปีก เสื้อผ้าทำด้วยวัสดุสิ่งทออื่นๆ เป็นต้น ส่วนจีนมี 150 รายการ เช่น กาแฟ เนยเทียม อาหารปรุงแต่งจากธัญพืช ผลไม้ดอง เห็ด ผักปรุงแต่ง น้ำผลไม้ไวน์ ยางรถยนต์ ไม้อัดปลายวูด เสื้อโหลเวอร์โค้ด เสื้อสูท เครื่องยนต์ดีเซล มอเตอร์ไฟฟ้า เป็นต้น

สำหรับภาพรวมการค้าของไทยและจีนนั้น จีนถือเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 และเป็นตลาดนำเข้าเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย ในส่วนของสินค้าส่งออกที่สำคัญ คือ สินค้าประเภทสินค้าอุตสาหกรรม จำพวก เครื่องคอมพิวเตอร์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง แผงวงจรไฟฟ้า



น้ำมันสำเร็จรูป ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องใช้ไฟฟ้า มอเตอร์ไฟฟ้า สินค้าเกษตร ได้แก่ ยาง ผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง ข้าว ผลไม้สดและแห้ง ส่วนสินค้านำเข้า ได้แก่ สินค้าอุตสาหกรรม อย่างพวก เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เครื่องจักรกล เคมีภัณฑ์ ผ้าผืน ผลิตภัณฑ์โลหะและเหล็ก สินค้าเกษตร ได้แก่ ผักและผลไม้

ในส่วนของการดำเนินการต่อความสัมพันธ์ของอาเซียนและจีนนั้น จีนมุ่งเน้นการขยายบทบาทและอำนาจโดยใช้เศรษฐกิจและวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทีธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียได้แถลงผลการวิจัยเมื่อเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2552 ว่า จีนจะกลายเป็นประเทศที่มีขนาดของเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดของโลก ภายในปี พ.ศ. 2568 โดยจีนกำหนดเป้าหมายจากปัจจุบันจำนวน 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ เป็น 4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งทำให้ประชากรจีนมีรายได้ไม่น้อยกว่า 200 ล้านคน หลุดพ้นจากความยากจน หากมองโอกาสในการทำการค้ากับจีนในอีก 10 ปีข้างหน้า การวางสินค้าให้อยู่ในอีกระดับหนึ่ง แข่งที่คุณภาพ อาจป้อนวัตถุดิบให้จีนผลิต เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ผลไม้เมื่อร้อน ระบบโลจิสติกส์เส้นทางการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยสามารถเข้าถึงจีนได้ง่ายขึ้น ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ

เนื่องจากประเทศจีนประกอบด้วย 5 เขตการปกครองตนเอง 4 มหานคร และ 2 เขตบริหารพิเศษ จากคำกล่าวที่ว่าประเทศจีนมีหนึ่งภาษา หลากหลายสำเนียง หนึ่งชนเผ่าใหญ่ หลากหลายชนกลุ่มน้อย หนึ่งพรรคใหญ่ หลากหลายพรรคระดับ หนึ่งอุดมการณ์หลากหลายปรัชญา ความคิด หนึ่งประเทศสองระบบ หลากหลายกฎเกณฑ์ ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรมีการศึกษาตลาดจีนในแต่ละภูมิภาค โดยทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมและลักษณะสำคัญทางเศรษฐกิจในระดับมณฑลต่างๆของจีน เพราะเมื่อเรามีข้อมูลดังกล่าวอยู่ในมือแล้วนั้น เราก็จะสามารถหาช่องทางในการเปิดตลาดหรือทำการค้าในจีนอย่างไรก็ตาม แนวโน้ม 5 อันดับ ธุรกิจ SMEs ในปี 2557 ที่รองรับ AEC ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าและเบเกอรี่ ศูนย์ความงาม ร้านขายเครื่องสำอาง สปา ธุรกิจโลจิสติกส์ ธุรกิจบริการรถให้เช่า เป็นต้น ทั้งนี้การรวมตัวกันเป็นตลาดเดียวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนส่งผลให้บริบทในการดำเนินธุรกิจของ ASEAN SMEs เกิดการเปลี่ยนแปลงไปด้วย เราจึงจำเป็นต้องมีการผลักดันให้เรามีปัญหาและอุปสรรคที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ASEAN SMEs ทั้งนี้อุปสรรคและปัญหาดังกล่าวนั้นมีด้วยกัน 4 มิติ ดังนี้ 1. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากวิสาหกิจส่วนใหญ่มีทรัพยากรเงิน

ทุนหมุนเวียนจำกัด และไม่มีหลักทรัพย์ที่เพียงพอ ทำให้สถาบันการเงินมองว่ามีความเสี่ยงสูง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการกำหนดนโยบายสนับสนุนวิสาหกิจและยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจให้วางแผนจัดการทรัพยากรภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือ 2. ความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ASEAN SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่ ยกเว้นสิงคโปร์ มีศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ค่อนข้างน้อย ซึ่งเชื่อมโยงมาจากการขาดแคลนเงินทุนดังที่กล่าวมาแล้วนั้น 3. ทักษะแรงงานวิสาหกิจเหล่านี้ยังคงขาดแคลน แรงงานทักษะขั้นสูงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลผลิตแรงงานโดยเฉลี่ยยังอยู่ในระดับต่ำโดยเฉพาะทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การใช้ภาษาต่างประเทศ และทักษะทางวิชาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจ และ 4. การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศเนื่องจากผู้ประกอบการขาดจิตวิญญาณของการเป็นเจ้าของกิจการ และทักษะด้านการบริหารจัดการ ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างครบถ้วน การแสวงหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ และการเข้าร่วมในเครือข่ายการผลิตของภูมิภาคยังคงดำเนินการได้อย่างจำกัด รวมถึงยังมีปัญหาด้านการดำเนินงานให้ได้มาตรฐาน และการขอใบรับรองคุณภาพที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายระเบียบหรือข้อกำหนดระหว่างประเทศวิสาหกิจจำนวนมากยังต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและนโยบายที่ไม่เอื้ออำนวย ทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ประเทศสมาชิก ดังนั้นประชาคมอาเซียนจึงต้องตระหนักถึงประเด็นปัญหาเหล่านี้และร่วมมือกันอย่างจริงจัง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของ ASEAN SMEs อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนต่อไป



ที่มา : เอกสารงานสัมมนา การฝึกอบรมโครงการกลยุทธ์การค้าชายแดนระหว่างวันที่ 16-18 และ 22-23 กรกฎาคม 2557 โรงแรมเดอะทวินทาวเวอร์ กรุงเทพฯ โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง : สินค้า/บริการดาวรุ่ง ดาวร่วง และดาวค้างฟ้าในประเทศเพื่อนบ้านและจีนตอนใต้ และการประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการในการส่งออก นำเข้า และลงทุนในตลาดชายแดน โดย : ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา เอกสารงานสัมมนา สิทธิประโยชน์ โอกาสทางการค้า การลงทุนภายใต้ ASEAN Plus ประเด็น ตลาดและสินค้าในจีน โดย จิตนิภา หวังเชิดชูวงศ์ <http://www.thai-aec.com/> <http://www.krungsri.com/sme> <http://www.manager.co.th/>

โอกาสการค้าการลงทุนของ SMEs ไทยใน สาธารณรัฐเกาหลี

สาธารณรัฐเกาหลี (Republic of Korea)
หรือ เกาหลีใต้ (South Korea)

พื้นที่ มีขนาด 1 ใน 5 ของไทย ประมาณ 99,500 ตารางกิโลเมตร
ทิศเหนือติดเกาหลีเหนือ ส่วนทิศตะวันออกเฉียงใต้อยู่ใกล้ญี่ปุ่น

เมืองหลวง คือ กรุงโซล ประชากรประมาณ 50 ล้าน คน
ปกครองในระบอบประชาธิปไตยมีประธานาธิบดีเป็นประมุข
สกุลเงิน คือ “วอน” 1,000 วอน ประมาณ 31 บาท

รายได้ต่อหัว 31,243 ดอลลาร์สหรัฐ (2555)

ธงประจำชาติ เป็นรูปหยินและหยางแสดงถึงด้านสว่าง (สีแดง)
และด้านมืด (สีน้ำเงิน) แต่ละมุมจะแสดงถึง สวรรค์ โลก ไฟ และน้ำ
ทรัพยากรสำคัญ ได้แก่ ถ่านหิน ทังสแตน กราไฟต์ ตะกั่ว
อุตสาหกรรมหลักการผลิตชิ้นส่วนประกอบ รถยนต์ การต่อเรือ
และปิโตรเคมี

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) 1.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ
สูงเป็นอันดับ 4 ในทวีปเอเชีย และอันดับ 15 ของโลก

รายได้ประชากรต่อหัว ประมาณ 30 ดอลลาร์สหรัฐ

เศรษฐกิจของเกาหลีใต้ในอดีตเป็นประเทศเกษตรกรรมที่ยากจน แต่ได้ทุ่มเทเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจอย่างจริงจังตั้งแต่ปี 2505 จนประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วจนได้รับสมญานามว่า “มหัศจรรย์ทางเศรษฐกิจแห่งแม่น้ำฮั่น” การเน้นการลงทุนและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสาขาอุตสาหกรรมหนักเพื่อการส่งออก เช่น ยานยนต์ การต่อเรือ การก่อสร้าง อุตสาหกรรมเหล็ก ฯลฯ ซึ่งรายได้หลักของประเทศเกาหลีใต้ยังคงมาจากสินค้าประเภทอุตสาหกรรมหนักและเทคโนโลยีขั้นสูงที่กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ (Chaebol) ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ เช่น เรือเดินสมุทร รถยนต์ เครื่องจักร สินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องมือสื่อสาร สำหรับอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จสูง คือ อุตสาหกรรมด้านภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ รวมทั้งอุตสาหกรรมบันเทิงด้านดนตรี ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในภูมิภาคเอเชีย



ประเทศไทยกับสาธารณรัฐเกาหลีได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการค้า เกาหลีใต้เป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญอันดับ 10 ของไทย สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ ยางพารา แผงวงจรไฟฟ้า น้ำตาลทราย เคมีภัณฑ์ น้ำมันปิโตรเลียม สินค้านำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการลงทุนปี 2555 เกาหลีใต้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI มีมูลค่า 6,101 ล้านบาท จำนวน 55 โครงการ นับเป็นอันดับที่ 14 ของการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติในประเทศไทย โดยสาขาที่มีการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ โลหะและเครื่องจักร, อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า, เคมีภัณฑ์และกระดาษ

SMEs ในภาคอุตสาหกรรมไทยคงหนักใจไม่น้อย หากต้องการที่จะรุกตลาดเข้าไปในเกาหลีใต้ เนื่องจากเกาหลีใต้มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ และยังมีเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงที่เหนือกว่าประเทศไทย นโยบายที่น่าจับตามองคือ รัฐบาลเกาหลีใต้ได้วางแผนทางการส่งเสริม SMEs ในเกาหลีใต้โดยไม่ต้องพึ่งพาต่างชาติประเด็นที่น่าจับตามองอีกบทบาทหนึ่งของเกาหลีใต้ก็คือ การดึงเกาหลีใต้เข้ามาร่วมกลุ่มเศรษฐกิจ ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) โดยมีเป้าหมายเพื่อถ่วงดุลอำนาจทางเศรษฐกิจกับสหรัฐอเมริกา

อย่างไรก็ตาม SMEs ของไทยยังพอมีโอกาสอยู่บ้าง ในการที่จะเข้าไปทำการค้าและลงทุนกับเกาหลีใต้

จับตามองสินค้ามีอนาคตในเกาหลีใต้ เฟอร์นิเจอร์ ของใช้และของตกแต่งบ้าน

สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ ของใช้และของตกแต่งบ้านเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มที่ดีในเกาหลีใต้ สำหรับสินค้าประเภทของใช้ในบ้าน ได้แก่ ช้อน จาน ตะเกียบ ฯลฯ ส่วนสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านหรือตกแต่งที่อยู่อาศัย ได้แก่ หมอน ผ้าห่ม ผ้าไหม สินค้าเหล่านี้ควรจะออกแบบให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนเกาหลีใต้ ส่วนช่องทางการขายเน้นการใช้ตลาดออนไลน์ (E-Commerce) เข้ามาเป็นเครื่องมือทางการตลาด เนื่องจากสังคมออนไลน์ในเกาหลีใต้มาขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้เป็นเพราะมีฐานการผลิตด้านอุปกรณ์เทคโนโลยีที่เป็นแบรนด์ชั้นนำอย่าง Samsung เป็นต้น

สินค้าเฟอร์นิเจอร์จากไทยถือว่ามีโอกาสทางการตลาดมากกว่าประเทศอื่น เพราะเกาหลีใต้ให้ความสนใจเฟอร์นิเจอร์จากไทย เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ของไทยมีคุณภาพไม่แพ้ใคร รูปแบบสอดคล้องกับวิถีชีวิต (Lifestyles) และรสนิยมของคนเกาหลีใต้ในสังคมเมืองที่มีฐานะดี ประกอบกับราคาสินค้าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้านของไทยมีราคาไม่สูงมากนัก จึงทำให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์จากไทยมีโอกาสเข้าไปทำตลาดกลุ่มผู้บริโภคเกาหลีใต้ได้

เฟอร์นิเจอร์ไทยที่ได้รับความนิยมและมีศักยภาพมากในตลาดเกาหลีใต้ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากแผ่นขึ้น ไม้อัด

(particle board) ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรเน้นรูปสินค้าที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเก้าอี้ ที่เป็นชุดที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเกาหลีใต้ที่เลือกซื้อเป็นประจำทุกปี โดยเฉพาะในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ที่มีชาวเกาหลีใต้แต่งงานและย้ายเข้าพักที่ห้องชุดจำนวนมาก และไม่ควรเน้นสินค้าที่มีขนาดใหญ่จนเกินไป ซึ่งไม่เป็นที่นิยม ผู้บริโภคเกาหลีใต้อาศัยในห้องที่มีขนาดเล็กจำนวนมากในปัจจุบัน

แนวทางการเจาะตลาดผู้บริโภคเกาหลีใต้ เฟอร์นิเจอร์ไทยที่มีราคาถูก ควรเน้นการจำหน่ายในร้านค้าปลีกต่างๆ ในเกาหลีใต้ เช่น ห้างสรรพสินค้า E-Mart ต่างๆ ส่วนสินค้าที่รองรับกลุ่มผู้บริโภคเกาหลีใต้ที่มีฐานะ ควรเน้นสินค้าที่มีคุณภาพ และการออกแบบที่โดนใจตรงกับความต้องการเป็นหลัก สิ่งหนึ่งที่สามารถทำได้ คือ การหั่นออกแบบเกาหลีใต้ที่มีความรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของคนเกาหลีใต้ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีฐานะดี

อาหารพร้อมรับประทาน/พร้อมปรุง (Ready to Eat/to Cook)

ด้วยลักษณะภูมิประเทศที่มีเนื้อที่เพาะปลูกเพียงร้อยละ 19 ของทั้งประเทศ และสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย เนื่องจากเกาหลีใต้มีฤดูหนาวนานมากกว่า 5 เดือน การเพาะปลูกผลผลิตเพื่อนำไปใช้ในการอุปโภคบริโภคจึงไม่เหมาะสมมากนัก จึงจำเป็นต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีปริมาณมากกว่าร้อยละ 65 ของการบริโภคอาหารภายในประเทศทั้งหมด และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากวิถีชีวิตของชาวเกาหลีใต้ที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมเมืองและอยู่ในห้องชุดขนาดเล็กมากขึ้น

สินค้าอาหารประเภทพร้อมรับประทาน/พร้อมปรุง (Ready to Eat/Ready to Cook) จึงเข้ามามีบทบาทกับชาวเกาหลีใต้มากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสในการทำธุรกิจของ SMEs ไทย ที่ผลิตสินค้าอาหารประเภทพร้อมรับประทาน/พร้อมปรุง เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งอาหารและการผลิตอาหารที่มีคุณภาพและมาตรฐานการผลิต มีรสชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบด้านระบบการขนส่งสินค้ามายังประเทศเกาหลีใต้ที่มีต้นทุนการขนส่งไม่สูงมากนัก

สินค้าพร้อมรับประทาน/พร้อมปรุง (Ready to Eat/to Cook) อาทิ ไก่แซ่แข็ง เนื้อปรุงสุกนึ่งกึ่งทอด หรือขนมขบเคี้ยวต่างๆ (Snack) น้ำผลไม้ หมูแผ่น หมูหยอง เส้นก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น น่าจะเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในตลาดบ้านๆ ที่นักธุรกิจไทยในสาขาที่เกี่ยวข้องจะเสาะหาช่องทางส่งออกสินค้าประเภทนี้ไปจำหน่ายในตลาดเกาหลีใต้เพิ่มมากขึ้น

อาหารแปรรูปผักและผลไม้

ผักและผลไม้ของไทยมีความหลากหลาย และมีผลผลิตต่อเนื่องตลอดปี ทำให้มีความได้เปรียบด้านประเภตสินค้า และมี



ความยืดหยุ่นด้านปริมาณการส่งออก ทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ รสชาติดีเป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในต่างประเทศ ส่วนความต้องการของตลาดผักผลไม้มีการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด แต่เกาหลีใต้ค่อนข้างกีดกัน การนำเข้าผักผลไม้สดแช่แข็งจากประเทศไทย ปัจจุบันเกาหลีใต้มีการนำเข้าผักผลไม้สดจากประเทศไทยเพียง 6 ชนิดเท่านั้น อาทิ มะม่วง มังคุด สับปะรด กัลยัม มะพร้าวอ่อน และทุเรียน และในปี 2555 มีมูลค่าการส่งออกผักผลไม้ ประมาณ 9.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 19 (ปี 2554) นับเป็นอีกหนึ่งโอกาสของ SMEs ในภาคเกษตรกรรมไทยที่จะผลักดันให้ผักผลไม้ไทยไปปลูกในเกาหลีใต้ โดยเฉพาะผักและผลไม้กระป๋องที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าผักและผลไม้ที่ไทยส่งออกไปเกาหลีใต้ทั้งหมด เนื่องจากเกาหลีใต้อนุญาตให้นำเข้าผักและผลไม้กระป๋องจากไทยได้ทุกชนิด

ข้าว

เป็นที่ทราบกันดีว่า ประเทศเกาหลีใต้ มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศไม่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก แต่ชาวเกาหลีใต้นิยมรับประทานข้าวเป็นอาหารจานหลัก ซึ่งข้าวที่นิยมรับประทานในหมู่คนเกาหลี คือข้าวเมล็ดยาว (Tongil) ที่พัฒนามาจากข้าวสายพันธุ์ Japonica ของญี่ปุ่น ด้วยเหตุนี้ทำให้ความต้องการในการบริโภคข้าวของชาวเกาหลีเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2555 ที่ผ่านมาพบว่า เกาหลีมีปริมาณการบริโภคข้าว ประมาณปีละ 3,505,000 หรือคิดเป็นร้อยละ 76 ของความต้องการข้าวทั้งหมด และเกาหลียังใช้ข้าวเพื่อใช้ในเชิงอุตสาหกรรม ประมาณ 500,000 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 11 ของความต้องการข้าวทั้งหมด โดยข้าวกว่าร้อยละ 90 ของภาคอุตสาหกรรม ถูกนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากข้าว อย่างเช่น แป้งข้าวเจ้า ขนม เป็นต้น อีกร้อยละ 10 ที่เหลือใช้เพื่อการผลิตเหล้า ซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากรัฐบาลเกาหลีมีนโยบายส่งเสริมอาหารเกาหลีใต้ในต่างประเทศ นอกจากนี้ข้าวร้อยละ 13 ของความต้องการข้าวทั้งหมด ถูกนำไปเป็นเมล็ดพันธุ์และบางส่วนเสื่อมคุณภาพ ทั้งนี้ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา พื้นที่การปลูกข้าวของเกาหลี ลดลงกว่าร้อยละ 30.9 ของพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมด ส่งผลให้เกาหลีสามารถผลิตข้าวลดลงถึงร้อยละ 16.6 และในปี 2555 พบว่าเกาหลีใต้เหลือพื้นที่ปลูกข้าวเพียง 843,000 เฮกตาร์ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่อยู่อาศัย และเกษตรกรรมหันมาปลูกพืชชนิดอื่นแทน และยังพบว่าคนรุ่นใหม่ไม่มีความสนใจที่จะรับช่วงการทำงานจากบรรพบุรุษน้อยลง

อย่างไรก็ตามเกาหลีใต้ มีการนำเข้าข้าวจากประเทศไทยตามพันธกรณีภายใต้ WTO ต้องเปิดตลาดสินค้าเกษตร รวมทั้งข้าว ภายใต้ระบบ MMA ประเทศไทย 29,963 ตัน (ทั้งหมดจาก CSQs) ข้าวไทยเป็นที่ต้องการในตลาดเกาหลีใต้ ทั้งเพื่อใช้ในเชิงอุตสาหกรรมและเพื่อการบริโภค โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิได้รับความนิยมในกลุ่มชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปเที่ยวในประเทศไทยและชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเกาหลีใต้

ช่องทางการลงทุนในเกาหลีใต้

ด้วยจำนวนประชากรกว่า 50 ล้านคนมี GDP กว่า 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และเป็นศูนย์กลางของทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้เศรษฐกิจเกาหลีใต้เติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง มีการค้าระหว่างประเทศมากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก ประชาชนพลเมืองมีชีวิตความเป็นอยู่สะดวกสบาย มีความปลอดภัย มีแหล่งช้อปปิ้งในทุกระดับราคา มีระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวก และมีบริการทางการแพทย์ที่ทันสมัย อีกทั้งเกาหลีใต้เปิดเสรีด้านการค้าและการลงทุน เปิดโอกาสให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในเกาหลีอย่างเสรีโดยไม่มีข้อจำกัดเป็นการเฉพาะ แต่จะยกเว้นสาขาที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง นอกจากนี้บริษัทจดทะเบียนยังสามารถดำเนินธุรกิจได้มากกว่า 1 ชนิดควบคู่กัน การจดทะเบียนธุรกิจสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบของบริษัท จดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัดและสาขาของบริษัทจากต่างประเทศ ซึ่งการเข้าไปลงทุนในประเทศเกาหลีใต้นั้น มีกฎหมาย ‘Foreign Investment Promotion Act’ เป็นกฎหมายที่ให้สิทธิพิเศษแก่นักลงทุนต่างชาติ ยกตัวอย่างเช่น การยกเว้นภาษีธุรกิจและภาษีรายได้ การยกเว้นค่าธรรมเนียมการใช้ประโยชน์สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

ปัจจุบันมีนักลงทุนไทยที่เข้ามาลงทุนในเกาหลีใต้แล้ว ได้แก่ CPK Foods System Co., Ltd Double A Korea: A Korea subsidiary of Advance Agro Public Co.,Ltd. และ Thai Orchid และจะเป็นการลงทุนในรูปแบบการร่วมลงทุนระหว่างไทยและเกาหลี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจภัตตาคารอาหารไทยที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีจำนวนภัตตาคารอาหารไทยเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การเข้าไปประกอบธุรกิจในเกาหลียังต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนในเรื่อง กฎระเบียบและขั้นตอนการจดทะเบียนธุรกิจการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ ที่จำเป็นต้องใช้ภาษาเกาหลีถึงแม้ว่าธุรกิจที่ไทยจะมีจุดแข็งด้านธุรกิจบริการ ภัตตาคารการผลิตและแปรรูปอาหารแต่ประชาชนเกาหลีมีความเป็นชาตินิยมสูงบวกกับนโยบายส่งเสริม SMEs ในประเทศของรัฐบาลเกาหลีจึงทำให้การสร้างตราสินค้าเครื่องหมายการค้าของตนเองทำได้ยาก จึงควรเน้นรูปแบบการลงทุนแบบร่วมลงทุนกับเกาหลีมากกว่า



แหล่งข้อมูล :

- 1) การศึกษางานกิจกรรมพัฒนาบุคลากรด้านการส่งเสริมความรู้ทางวิชาการเรื่อง AEC ณ สาธารณรัฐเกาหลี 4-8 สิงหาคม 2557
- 2) นายปณต บุญยะโชติระ, ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโซล สาธารณรัฐเกาหลี



ด้วยบทบาทที่เป็นนักส่งเสริม SMEs ในประเทศไทย มาไม่น้อยกว่า 25 ปี พบว่านับวันแต่มีความสลับซับซ้อน และยากมากยิ่งขึ้น และมักจะวนเวียนกับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ คือ ส่งเสริมไปแล้วก็ไม่มีตลาด บางทีก็มีตลาดอยู่แล้วก็ทำส่งไม่ทัน หรือบ้างก็พบว่าลูกค้าตำหนิสินค้าว่าคุณภาพแย่ ทำให้ล้มculosคลานกันมาตลอด เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ปลาใหญ่กินปลาเล็ก นี่คือนิสัยที่ประสบมาตลอดกับการส่งเสริม SMEs ในไทย ผู้เขียนได้มีโอกาสไปศึกษาดูงานที่ประเทศมาเลเซียเมื่อเดือนที่ผ่านมาและเห็นว่ามาเลเซียมีศักยภาพอย่างมากที่จะไปทำธุรกิจ เพื่อเป็นแนวคิด แนวทางให้กับ SMEs ของไทย ที่สนใจจะย้ายฐานไปลงทุนในกลุ่มประเทศ AEC

ประเทศมาเลเซียงามือะไรที่น่านสนใจ

ประเทศที่มีที่ตั้งอยู่ติดชายแดนไทยทางทิศใต้ มีพื้นที่รวม 329,758 ตารางกิโลเมตร จำนวนประชากรทั้งสิ้น 28.7 ล้านคน มีหลายเชื้อชาติ ภาษาที่ใช้คือภาษามลายู หน่วยเงินตราริงกิต (1 ริงกิต ประมาณ 10.17 บาท สถานะ ก.พ.2556)ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 307.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ปี 2555) รายได้ประชาชาติต่อหัว 10,502 ดอลลาร์สหรัฐ (ปี 2555) การขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ 5.2 (ปี 2555) สินค้านำเข้าสำคัญ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ เคมีภัณฑ์

น้ำมันสำเร็จรูป อุปกรณ์ด้านการขนส่งสินค้าส่งออกสำคัญ ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ เคมีภัณฑ์ อุปกรณ์ด้านการขนส่ง ผลิตภัณฑ์โลหะ น้ำมันปาล์ม เคมีภัณฑ์ ก๊าซธรรมชาติเหลว(LNG) และน้ำมันดิบเศรษฐกิจของมาเลเซียมีความเจริญอย่างรวดเร็วภายใต้การผลักดันของรัฐบาลที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับระบบทุนนิยมของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มาเลเซียนับเป็นประเทศหนึ่งที่มีระบบสาธารณูปโภคดีที่สุดในโลกของเอเชีย (Worldwide Interoperability for Microwave Access) หรือ มาตรฐาน IEEE 802.16 คือ เทคโนโลยีเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง คล้ายกับเครือข่าย Wi-Fi ที่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก หรือพีดีเอส สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้หากอยู่ในบริเวณจุดกระจายสัญญาณ แต่มีรัศมีทำการกว้างกว่าถึง 30 ไมล์ (ประมาณ 48 กิโลเมตร) และมีความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลสูงสุด 75 เมกะบิต สาขาการผลิตที่สำคัญได้แก่

1. อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า มาเลเซียนับเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ของโลก มีจำนวนบริษัทเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้กว่า 900 บริษัท

2. ยานยนต์และชิ้นส่วน เริ่มจากการประกอบรถยนต์ให้กับบริษัทญี่ปุ่น รัฐบาลจึงจัดตั้ง “โครงการรถยนต์แห่งชาติ” (National Automotive Policy : NAP) เป็นสัญลักษณ์การเปลี่ยนแปลงประเทศจากเกษตรกรรมเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม ผลิตรถยนต์ตรา “Proton” และตรา “Perodua”

3. **น้ำมันและปิโตรเคมี** มาเลเซียมีปริมาณน้ำมันดิบสำรอง อยู่ในอันดับที่ 24 ของโลก ก๊าซธรรมชาติ 87 ล้านล้าน ลูกบาศก์ฟุต อันดับ 13 ของโลก และเป็นผู้ผลิตก๊าซธรรมชาติเหลวรายใหญ่อันดับ 3 ของโลก

4. **ยางพาราและผลิตภัณฑ์** มาเลเซียนับเป็น 1 ใน 3 ของประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางรายใหญ่ของโลก รองจากไทยและอินโดนีเซียปัจจุบัน มาเลเซียเป็นหนึ่งในผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยางรายใหญ่ของโลกที่สำคัญ

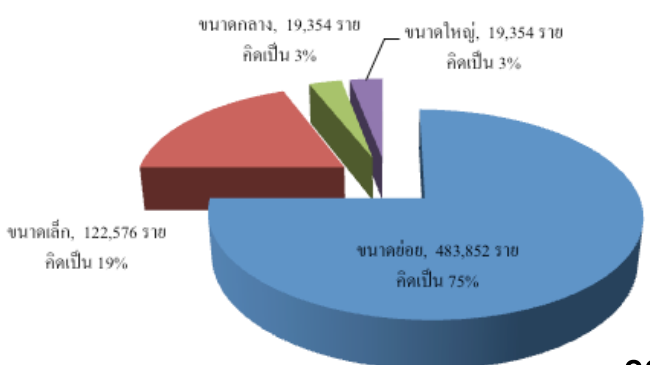
5. **ปาล์มน้ำมัน** มาเลเซียเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำมันปาล์มมากที่สุดในโลก มีพื้นที่ปลูกประมาณ 4.2 ล้าน เฮกตาร์ ส่วนใหญ่อยู่ในรัฐซาบะห์และซาราวัก ซึ่งเป็นบริเวณที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สามารถผลิตน้ำมันปาล์มดิบได้ประมาณ 15.9 ล้านตัน

6. **แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของมาเลเซีย** ได้แก่
- กรุงกัวลาลัมเปอร์ เป็นเมืองหลวงของมาเลเซีย ได้รับสมญานามว่าเป็น “สวนสวรรค์แห่งแสงสี” (Garden City of Lights) นอกจากนี้ ยังเป็นศูนย์กลางการค้าที่ทันสมัย
 - ตึกเปโตรนัส เป็นอาคารคู่ที่สูงที่สุดในโลกมีความสูง 421 เมตร เป็นตึกที่สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นอันดับ 4 ของโลก ภายในมีสำนักงานและแหล่งจำหน่ายสินค้า รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการแสดงศิลปะ
 - เมืองปูลาจายา เป็นศูนย์กลางการเมืองและการปกครองแห่งใหม่ของมาเลเซีย อยู่ห่างจากกรุงกัวลาลัมเปอร์ 25 กิโลเมตร
 - เกาะลังกา, เกาะปีนัง

บทบาทภาครัฐของมาเลเซียกับการส่งเสริม SMEs ในประเทศ

นโยบายการส่งเสริม SMEs ของมาเลเซียโดยต้องการให้เป็นกลไกหลักในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศจะต้องมีสัดส่วน SMEs ไม่น้อยกว่าร้อยละ 98 ของธุรกิจ มีการจ้างงานกว่าร้อยละ 75 ดังนั้นการส่งเสริม SMEs ให้มีศักยภาพสามารถยืนหยัดได้อย่างมั่นคง ย่อมจะเป็นรากฐานที่สำคัญ ถึงแม้ว่าธุรกิจขนาดใหญ่จะประสบปัญหาวิกฤตเพียงไร เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศยังอยู่ได้ด้วยรากฐานของ SMEs ที่เข้มแข็ง SMEs ของมาเลเซียส่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ คือ ด้านการส่งออก 19% ด้านการจ้างงาน 57% และ GDP 32.5%

จำนวน SMEs ในมาเลเซีย จำนวนทั้งสิ้น 645,136 กิจการแยกขนาดได้ดังแสดงในกราฟด้านล่าง



ปัจจุบันมาเลเซียมีกระทรวงพัฒนาผู้ประกอบการ ซึ่งแยกออกจากกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า มีหน่วยงาน SMIDEC (Small and Medium Industries Development Corporation) ซึ่งมีหน้าที่เหมือนกับ สสว.ของไทย

ไม่เพียงเท่านั้น มาเลเซียได้ประกาศยกระดับหน่วยงาน SMIDEC ให้เป็น Super Agency โดยมีชื่อว่า “SME Corp” มีหน้าที่กำหนดนโยบายการส่งเสริม SMEs และจัดสรรงบประมาณให้ 18 กระทรวง เพื่อผลักดันโครงการด้าน SMEs อาศัยการนำงบประมาณบูรณาการที่รัฐบาลมาเลเซียนำมารวมไว้ที่ “SME Corp” มีโครงสร้างการทำงานที่ต้องใช้บุคลากรจำนวน 800 คน และเปิดเป็นหน่วยย่อยในทุกรัฐของมาเลเซีย

บทบาทภาครัฐไทยกับการส่งเสริม SMEs ไปมาเลเซีย

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นอันดับหนึ่งในการเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่ AEC ทุกส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนได้ร่วมการให้ความรู้ สร้างแนวคิด รวมถึงการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ เพื่อรองรับการเปิดเสรีในกลุ่ม AEC ทั้งนี้เพื่อการปรับตัวทั้งแนวรุกและรับที่จะเกิดขึ้นปลายปี 2558 นี้

มาเลเซียนั้นมีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลประมาณ 35.4 พันล้านริงกิต (1.1 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ประกอบด้วยอาหารและเครื่องดื่ม 11.9 พันล้านริงกิต ผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์ม 7 พันล้านริงกิต และวัตถุดิบอาหาร 2 พันล้านริงกิต โดยมีตลาดส่งออกหลักคือ จีน สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น ในขณะที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลประมาณ 1.9 แสนล้านบาท (6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยสู่การแสวงหาความร่วมมือในตลาดอาเซียน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีนโยบายในการส่งเสริมในเรื่องของอาหารฮาลาลโดยผลักดันให้ผู้ประกอบการได้รับใบรับรองตราสัญลักษณ์มาตรฐานฮาลาลเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถส่งสินค้ามาขายในมาเลเซียได้ ถึงแม้มาเลเซียจะเป็นคู่แข่งการค้าที่สำคัญ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นพันธมิตรที่สำคัญเช่นเดียวกัน เพราะอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของมาเลเซียเป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศสมาชิกโอไอซี และมีจุดแข็งด้านเทคโนโลยี การตลาดและโลจิสติกส์ และมาเลเซียยังถือเป็นประตูที่ผู้ประกอบการจะสามารถต่อยอดไปสู่ประเทศมุสลิมอื่นได้อีกด้วย



SMEs ไทย มีโอกาสเข้าไปลงทุนได้อย่างไร กรณีศึกษา CP มาเลเซีย ยกซ์ใหญ่จากไทยกลายเป็นผู้ผลิตอาหารเบอร์ 1 ในมาเลเซีย

นายสมภพ มงคลพิทักษ์สุข และนายประธาน จงปັນ ผู้บริหารระดับสูงของ ซีพีมาเลเซีย กล่าวว่า ซีพีดำเนินธุรกิจที่ มาเลเซียมาแล้ว 42 ปี และเป็นเบอร์หนึ่งด้านอุตสาหกรรม อาหารในมาเลเซีย ข้อดีของมาเลเซียมีหลายอย่างต่อการลงทุน เช่น ดอกเบี้ยต่ำกว่าไทย การเมืองเข้มแข็งมาก ค่าเช่าบ้านถูก กว่าไทย สินค้าฮาลาลของมาเลเซียเป็นที่ยอมรับของมุสลิมทั่ว โลก น้ำมันถูกกว่าเมืองไทย 3 เท่า และที่สำคัญที่สุดคือนำเข้า วัตถุดิบจากไทยภาษีเป็นศูนย์ จึงทำให้สินค้าที่ผลิตในมาเลเซีย ต้นทุนต่ำกว่าที่เมืองไทยปัญหาด้านแรงงานที่นี้จะเหมือนกับ เมืองไทยคือขาดแคลน ค่าแรงก็พอๆกัน สินค้าที่ผลิตจะส่งไปยัง สิงคโปร์และมีจำหน่ายในมาเลเซียส่วนหนึ่งแต่ไม่มาก

ท่านยังฝากถึง SMEs ที่อยู่ในประเทศไทย ว่ามาเลเซียเป็น ประเทศที่มีศักยภาพน่าลงทุน ควรมีการศึกษาเพื่อหาช่องทางเข้า มาลงทุนให้ได้ อย่าคิดว่าธุรกิจใหญ่ที่เข้ามาก่อนเป็นคู่แข่งชั้น ควรมองว่าเป็นพันธมิตร ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และยังแนะนำ ว่า หากเข้ามาทำธุรกิจในมาเลเซียนั้น อย่าทำอะไรที่ผิดกฎหมาย เด็ดขาด การศึกษาข้อมูลการลงทุนควรใช้ที่ปรึกษาท้องถิ่นจะดี กว่า ทั้งในด้านข้อมูลและค่าใช้จ่ายที่ประหยัด และท่านสมภพ บอกว่า ในปี 2563 มาเลเซียเขาตั้งเป้าไว้ว่าเขาจะเป็นประเทศ ที่พัฒนาแล้ว อันนี้น่าสนใจ เลยทำให้มาเลเซียมีการเตรียมการ ทุกสิ่งอย่างเพื่อรองรับในปี 2563 ถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ดี ที่ SMEs ไทย มองข้ามประเทศมาเลเซียไม่ได้

จากข้อมูลที่ได้เรียบเรียงมาจากหลายแหล่ง และได้เดินทาง เข้าไปสัมผัสภาคธุรกิจ ในมาเลเซีย พบว่าเขายังต้องการนักลงทุน จากต่างประเทศโดยเฉพาะในกลุ่ม AEC ด้วยกัน คนมาเลเซีย มองคนไทยเป็นมิตร เป็นฐานการตลาดที่ใหญ่ และมาเลเซียมี ความมุ่งมั่นในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา SMEs ของ เขาอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพมาก การที่จะเข้าไปทำธุรกิจ ของ SMEs ไทย ที่มาเลเซีย นั้น มองว่ามีโอกาสในหลายกลุ่ม อุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหาร และบริการ รวมถึง อุตสาหกรรมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เป็นต้น จาก การสังเกตคนไทยที่ไปลงทุนที่มาเลเซียส่วนมากเป็นคนภาคใต้ และมีครอบครัวหรือแต่งงานกับคนมาเลเซีย



ที่มาของข้อมูล :

ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับมาเลเซีย www.oknation.net/blog/thaimalaysiagroup

SMEs Vision โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.), พิมพ์ดีการพิมพ์, 2551

ยุทธศาสตร์ภาวะผู้นำ SMEs ของไทย เพื่อการบริหารแบบสร้างสรรค์ และยั่งยืน, ดุษฎีนิพนธ์ ดร.เรวัต พินดี, 2553

กองเอเชียตะวันออก 1 กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ โทร. 0-2643-5195-6 Fax. 0-2643-519

ศึกษาดูงานที่ SMEs Crop ประเทศมาเลเซีย และ ซีพี มาเลเซีย เมื่อวันที่ 11-12 สิงหาคม 2557



ได้ยินเรื่องนี้ครั้งแรกในท้องประชุมใหญ่ที่มีคนหลายพันคนกำลังฟังเรื่องราวของพี่น้องสองคนซึ่งยากจนมากอาศัยอยู่ในชนบทเมืองเกาหลี่ โดยมีพระมหา ดร. สมชาย ฐานวุฑโฒ เทศนาให้ญาติโยมฟังเกี่ยวกับอานิสงส์ของ “การให้” โดยท่านสอนว่า “ผู้ให้ย่อมเป็นที่รัก” บรรยายภาคในครั้งนั้นจำได้ว่า คนที่นั่งฟังแม้จะมีจำนวนมาก แต่กลับเงียบกริบมีเสียงหยิบผ้าเช็ดหน้าขึ้นมาซับน้ำตาบ้างเป็นระยะๆ ในตอนท้ายของการเทศนาได้ยินเสียงฮือฮาจากผู้ฟังจำนวนมากเมื่อตอนจบถูกเฉลยว่าพี่น้องสองคนเป็นใครเรื่องนี้ถูกเล่าต่อกันไปในชื่อเรื่อง “นิทานเกาหลี่” ผ่านโซเชียลมีเดียรูปแบบต่างๆ ซึ่งยังคงเก็บประเด็นของเรื่อง คือการให้ที่ยิ่งใหญ่ ไว้ได้อย่างน่าประทับใจ

...1...

ฉันเกิดในหมู่บ้านบนภูเขาที่ห่างไกลผู้คน แต่ละวันพ่อแม่ของฉันต้องพรวนดินในไร่ท่ามกลางแดดที่ร้อนระอุ ฉันมีน้องชายอยู่หนึ่งคน อายุน้อยกว่าฉัน 3 ปี วันหนึ่งฉันขโมยเงินของพ่อเพื่อไปซื้อผ้าเช็ดหน้าที่เพื่อนๆ ของฉันเขามีกัน ต่อมาพอพ่อรู้ว่าเงินหายพอให้ฉันกับน้องชายคุกเข่าหันหน้าเข้าหากำแพง โดยที่ในมือของพ่อมีไม้ไผ่อยู่หนึ่งก้าน “ใครขโมยเงินไป” พ่อตวาด ฉันกลัวมากไม่กล้าพูดอะไรออกไป น้องชายฉันก็เช่นกัน พ่อจึงเอ่ยขึ้นว่า “ก็ได้ในเมื่อไม่มีคนรับสารภาพก็ต้องโดนลงโทษทั้งคู่” พ่อเงื้อไม้ไผ่ในมือชูขึ้น

ทันใดนั้น น้องชายของฉันก็ลุกขึ้นคว้าข้อมือของพ่อไว้แล้วพูดว่า “ผมขโมยเองครับ” ไม้ไผ่ก้านนั้นจึงได้กระหน่ำลงบนหลังของน้องชายฉันอย่างต่อเนื่อง พ่อโกรธมาก พ่อตีน้องของฉันไม่หยุดจนพ่อหอบด้วยความเหนื่อย พอนั่งลงบนเก้าอี้และด่าว่าน้องชายของฉัน “ของคนในบ้านแกล้ง แกล้งขโมยได้ ต่อไปแกล้งทำอะไรอีก แกล้งจะโดนตีให้ตาย หัวขโมย”

คืนนั้น ฉันนอนกอดน้องชายของฉันไว้ หลังของน้องมีแผลเต็มไปหมด แต่เขาไม่ได้รับรู้ให้แม่แต่ฉันคนเดียว กลางดึกคืนนั้น ฉันนอนร้องไห้เสียงดัง และนานมาก น้องชายเอามือเล็กๆ ของเขามาปิดปากฉันไว้ แล้วพูดว่า “พี่ครับ ไม่ต้องร้องไห้เข้านอนไปแล้ว” ยิ่งๆ ฉันก็อดที่จะเกลียดตัวเองไม่ได้ ที่ไม่มีความกล้าจะบอกความจริงกับพ่อ

หลายปีผ่านไป แต่เหมือนกับว่าเหตุการณ์นั้นเพิ่งเกิดเมื่อวาน

นี่เอง ฉันไม่อาจลืมคำพูดของน้องชายตอนที่เขาปกป้องฉันได้เลย ตอนนั้นน้องของฉันอายุ 8 ปี ส่วนฉันอายุ 11 ปี

...2...

เมื่อตอนที่น้องชายของฉันใกล้จบ ม.ต้น เขาได้รับการตอบรับจากโรงเรียน ม.ปลาย ว่าเขาสอบได้ ในขณะที่ฉันซึ่งใกล้จบ ม.ปลาย ก็ได้รับการตอบรับจากมหาวิทยาลัยของจังหวัดเช่นกัน คืนนั้น พ่อได้นั่งสูบบุหรี่อยู่ที่สวนหลังบ้าน ฉันแอบได้ยินพ่อพูดว่า “ลูกเราทั้งคู่เรียนดีเรียนดีมากนะ” แม้ซึ่งนั่งเข้าน้ำตาอยู่ข้างๆ พ่อได้พูดว่า “แล้วเราจะส่งเสียลูกทั้งคู่ได้อย่างไรในเมื่อเราก็ไม่ค่อยมีเงิน”

ทันใดนั้น น้องชายของฉันได้เดินเข้าไปหาพ่อ แล้วพูดว่า “ผมไม่ต้องการเรียนต่อ ผมอ่านหนังสือมามากพอแล้ว” พ่อเหวี่ยงมือตบเข้าที่แก้มของน้องชายเข้าขาดใหญ่ “ทำไมถึงคิดงี้ๆ อย่างนี้ ต่อให้พ่อต้องไปเป็นขอทานข้างถนน พ่อก็จะส่งแก่ทั้งคู่เรียนจนจบให้ได้”

คืนนั้นทั้งคืนพ่อได้เดินไปตามบ้านต่างๆ ทั่วหมู่บ้านเพื่อขอยืมเงิน ฉันค่อยๆ เอามือประคบแก้มบวมๆ ของน้องชายเบาๆ และคิดว่า “ต้องให้น้องได้เรียนต่อไม่เช่นนั้นเขาคงไม่อาจหลุดพ้นชีวิตลำบากเช่นนี้ไปได้” แต่ในขณะเดียวกันฉันก็ไม่อาจลืมเลิกลึกความคิดอยากจะได้เรียนต่อไปได้ ใครจะรู้ได้วันต่อมาในตอนเช้ามืด น้องชายของฉันได้ออกจากบ้านไปพร้อมกับเสื้อผ้าติดตัวเพียงไม่กี่ชิ้น และถั่วเพียงเล็กน้อยเพื่อประทังความหิว ก่อนไปเขาได้ทิ้งข้อความไว้ใต้หมอนของฉันขณะที่ฉันกำลังหลับ “พี่ครับ การจะเข้า

มหาวิทยาลัยได้ ไม่ใช่ง่าย ๆ นะ ผมจะไปหางานทำแล้วจะส่งเงินมาให้พี่”

ฉันนั่งอยู่บนเตียงอ่านข้อความของน้องชายด้วยน้ำตานองหน้า ฉันร้องไห้จนเสียงแหบแห้งไป ตอนนั้นน้องชายของฉันอายุ 17 ปี ส่วนฉันอายุ 20 ปี ด้วยเงินที่พ่อยืมมาจากคนในหมู่บ้าน รวมกับเงินที่น้องชายของฉันได้รับเป็นค่าจ้างจากการทำงานเป็นกรรมกรแบกหามที่ไซต์ก่อสร้างท่าเรือ ฉันจึงสามารถเข้าเรียนมหาวิทยาลัยได้จนถึงปี 3

...3...

วันหนึ่งขณะที่ฉันกำลังอ่านหนังสืออยู่ในห้องพัก เพื่อนร่วมห้องของฉันได้เข้ามาบอกว่า “มีชาวบ้านมาหาเธออยู่ข้างนอกเนาะ” ทำไมชาวบ้านถึงมาหาฉันล่ะ? ฉันเดินออกไปมองเห็นน้องชายของฉันยืนอยู่ ตัวของเขาเปราะบางไปด้วยฝุ่นปูนและทรายจากงานก่อสร้าง ฉันถามเขาว่า “ทำไมไม่บอกเพื่อนพี่ไปว่าเป็นน้องชายของพี่ล่ะ” น้องชายของฉันตอบยื้มๆ ว่า “ก็ดูผมสิสภาพผมมอมแมมออกอย่างนี้ ชื่นบอกว่าฉันเป็นน้องของพี่เพื่อนๆ ก็จะหัวเราะเยาะพี่กันพอดี” ฉันค่อยๆ เอื้อมมืออันสั้นเทาไปปิดฝุ่นให้น้อง และพยายามพูดด้วยเสียงเครือๆ ในลำคอ “พี่ไม่สนใจว่าใครจะพูดยังไง เธอเป็นน้องของพี่ ไม่ว่าเธอจะเป็นอย่างไรก็ตาม” จากนั้น น้องชายของฉันได้ล้วงบางอย่างออกมาจากกระเป๋ากางเกง เป็นก๊ีบหนึบผมรูปผีเสื้อ เขาติดก๊ีบให้ฉันแล้วพูดว่า “ผมเห็นสาวๆ ในเมืองเค้าติดก๊ีบ ผมเลยอยากให้พี่ติดบ้าง” ฉันหมดเรี่ยวแรงลงในทันใดตื้งน้องชายเข้ามาสวมกอด แล้วร้องไห้ซ้แล้วซ้เล่าเป็นเวลานาน ตอนนั้นน้องชายของฉันอายุ 20 ปี ส่วนฉันอายุ 23 ปี

...4...

วันที่ฉันพาแฟนหนุ่มของฉันมาที่บ้านเป็นครั้งแรก ฉันสังเกตเห็นว่าการะกที่หน้าตาบ้านที่เคยแตกนั้น ได้ถูกซ่อมแซมเรียบร้อยแล้ว เมื่อเข้าไปในบ้านก็เห็นว่าบ้านสะอาดขึ้นมาก หลังจากที่แฟนของฉันกลับไป ฉันพูดกับแม่ว่า “แม่ไม่ต้องเสียเงินเพื่อทำความสะอาดบ้านกับซ่อมกระຈเพียงเพราะหนูจะพาแฟนมาที่บ้านหรอกนะคะ” แม่ยิ้ม แล้วพูดว่า “แม่ไม่ได้จ้างห้รอกน้องชายลูกต่างหาก วันนี้เค้าขอเลิกงานเร็วเพื่อกลับมาทำความสะอาดบ้าน ลูกยังไม่เห็นมือน้องห้รอกหรือน้องโดนกระຈบาดตอนกำลังเปลี่ยนกระຈบานใหม่” ฉันรีบเข้าไปหาน้องที่ห้องนอนของเขา ฉันรู้สึกเหมือนถูกเข็มร้อยเล่มทิ่มลงกลางใจ

เมื่อได้เห็นบาดแผลบนมือของเขา ฉันจับมือน้องเอาไว้ อย่างเบาเมื่อที่สุด “เจ็บมากไหม” ฉันถาม “ไม่เจ็บสักหน่อย พี่ก็รู้เน่ผมทำงานก่อสร้างนะ วันๆ มีหินตกมาใส่เท้าผมเต็มไปหมด แต่มันก็ไม่ได้ทำให้ผมคิดเลิกทำงานหรอกนะ และ...” น้องชายของฉันยังพูดไม่จบประโยค แต่ก็ต้องหยุดพูด เพราะฉันหันหน้าหนีเขาน้ำตาไหลอาบหน้าของฉัอีกครั้ “เพราะพี่เป็นพี่สาวของผมนี่ครั้” ตอนนั้นน้องชายของฉันอายุ 23 ปี ส่วนฉันอายุ 26 ปี หลังจากนั้น ฉัก็ได้แต่งงานและย้ายเข้าไปอยู่ในเมือง

หลายครั้ที่สามีของฉัชักชวนให้พ่อแม่ของฉัย้ายเข้ามาอยู่ในเมืองด้วยกัน แต่ทว่าทั้งสองก็ปฏิเสธทว่าบอกว่า ทว่าเคยย้ายออกจากหมู่บ้านครั้หนึ่ง แต่เมื่อออกไปแล้วทว่าไม่รู้จะทำอะไรดี จึงได้ย้ายกลับเข้ามาใช้ชีวิตในหมู่บ้านตามเดิม น้องชายของฉัก็ไม่เห็นด้วยกับการที่ฉัจะให้เขาและพ่อแม่ย้ายออกไป เขาบอกกับฉัว่า “พี่ค่อยอยู่ดูแลพ่อและแม่ของสามีพี่ทางนั้นเถอะผมจะดูแลพ่อและแม่ทางนี้เอง” สามีฉัได้ขึ้นเป็นประธานของบริษัทของครอบครัว เราทั้งคู่อยากให้น้องชายเข้ามารับตำแหน่งผู้จัดการบริษัท แต่น้องชายของฉัก็ไม่รับตำแหน่งนี้ เขาขอเข้าทำงานในตำแหน่งพนักงานธรรมดาวันหนึ่ง น้องชายของฉัต้องปีนบันไดขึ้นไปซ่อมสายเคเบิลและตกลงมาเพราะโดนไฟดูดเขาถูกรั้บหามส่งโรงพยาบาล ฉัและสามีรีบไปเยี่ยมเขาที่โรงพยาบาล น้องชายของฉัขาหักต้องเข้าเฝือกที่ขา ฉัโกรธมาก จึงตวาดน้องไปว่า “ทำไมถึงไม่ยอมรับตำแหน่งผู้จัดการหา!!! ถ้าเป็นผู้จัดการก็จะได้ไม่ต้องมาทำงานเสี่ยงๆ อย่างนี้ ดูตัวเองสิ...เจ็บเจียนตายอยู่แล้ว ทำไมถึงไม่ยอมฟังพี่บ้าง” คำตอบจากปากน้องของฉัรวมถึงถึงหน้าเคร่งเครียด ยังยืนยันความคิดเดิมของเขา “พี่ลองคิดถึงพี่เขยสิครั้ พี่เขยเพิ่งจะได้เป็นประธาน ส่วนผมมันการศึกษาต่ำถ้าผมได้เป็นผู้จัดการ คงจะมีเสียงนินทาว่าร้ายเต็มไปหมด” น้ำตาปรี่ดวงตาของฉัรวมทั้งสามีของฉัด้วย ฉับอกกับน้องชายว่า “แต่ที่เธอไม่ได้เรียนต่อก็เพราะพี่” “ทำไมต้องพูดถึงเรื่องที่ผ่านไปแล้วด้วยล่ะครั้” น้องชายของฉัจับมือน้องฉัไว้ ตอนนั้นน้องชายของฉัอายุ 26 ปี ส่วนฉัอายุ 29 ปี

...5...

เมื่อน้องชายของฉัอายุได้ 30 ปี เขาได้แต่งงานกับผู้หญิงในที่ทำงานเดียวกัน ในวันแต่งงาน ประธานในงานได้ถามน้องชายของฉัว่า “ใครคือคนที่คุณรักที่สุดในชีวิตนี้” น้องชายของฉัตอบอย่างไม่ลังเล “พี่สาวของผมครั้” และเขาก็เล่าเรื่องราวที่แม่แต่ฉัยังจำไม่ได้ “ตอนผมอยู่โรงเรียนประถมโรงเรียนอยู่อีกหมู่บ้านหนึ่ง เราสองคนพี่น้องต้องใช้เวลาถึง 2 ชั่วโมง เพื่อเดินทางไปเรียนและเดินกลับบ้านวันหนึ่ง เป็นวันที่หิมะตกหนักมากผมทำถุงมือหายไ้ข้างหนึ่ง พี่สาวของผมจึงได้สละถุงมือของเธอข้างหนึ่งให้แกผม เธอใส่ถุงมือเพียงข้างเดียวเดินฝ่าหิมะเป็นระยะทางไกล เมื่อเรากลับถึงบ้านมือของเธอบวมแดงเพราะอากาศหนาว เธอไม่สามารถจับช้อนทานข้าวได้ด้วยซ้ำ

นับจากวันนั้นผมผมสาบานกับตัวเองว่า ตลอดชีวิตของผม ผมจะดูแลพี่สาวของผมให้ดี และจะทำดีกับเธอ” เสียงปรบมือดังกึกก้องไปทั่ว สายตาทุกคู่ของแขกเหรื่อหันมาจับจ้องที่ฉั คำพูดจากปากฉัหลุดออกมาอย่างยากลำบาก “ในโลกใบนี้คนเดียวที่ฉัรู้สึกขอบคุณที่สุด คือน้องชายของฉัคะ”

ในวาระที่มีความสุขที่สุดเช่นนี้ น้ำตาได้รินไหลออกมาจากสองตาของฉัอีกครั้ง จงรักและห่วงใยคนที่คุณรักในทุกๆ วัน



ปัจจุบันผู้เป็นพี่สาวอายุกว่า 86 ปี ดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารใหญ่บริษัท สุนโดและโนเครือกว่า 20 บริษัท น้องชายอายุกว่า 83 ปี เป็นผู้ก่อตั้งบริษัทเล็ก ๆ ที่มีชื่อเป็นภาษาเกาหลีว่า “ซัมซุง”



ความตกลงการค้าเสรี ไทย-ออสเตรเลีย

โอกาสส่งออกของไทย

ผู้เขียน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
รหัส : E 5 ค48อส

เนื้อหาประกอบด้วยผลการเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) สินค้าที่ไทยได้รับประโยชน์จากการทำ TAFTA

1. สินค้าเกษตร ได้แก่ ผัก ผลไม้สดแปรรูป อาหารทะเลแปรรูป อาหารสำเร็จรูปอื่นๆ 2. สินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย รองเท้า รถยนต์และชิ้นส่วน เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องใช้ไฟฟ้า ยางและผลิตภัณฑ์ เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์เซรามิก อัญมณีและเครื่องประดับ และสรุปการลดภาษีของไทยและออสเตรเลีย

FTA Fact Book IVการค้าเสรี อาเซียน-จีน

ผู้เขียน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
รหัส : E 5 ข48จ

เนื้อหาเกี่ยวกับ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน อุปสรรคและลักษณะเฉพาะของตลาดจีน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศจีน



FTA Fact Book IVการค้าเสรี ไทย-อินเดีย

ผู้เขียน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
รหัส : E 5 ข48อ

เนื้อหาเกี่ยวกับโอกาสการลงทุนในอินเดีย การค้าบริการในตลาดอินเดีย

FTA Fact Book IVการค้าเสรี ไทย-ออสเตรเลีย

ผู้เขียน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
รหัส : E 5 ข48อส

เกี่ยวกับการจัดทำความตกลงการค้าเสรีกับออสเตรเลีย โอกาสส่งออกของสินค้าไทย ผู้ประกอบการไทยต้องอาศัยความเร็วในการชิงความได้เปรียบ กฎแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีไทยของออสเตรเลีย โอกาสของภาคการบริการและการลงทุนในออสเตรเลีย ปัญหาและการปรับตัวของผู้ประกอบการ



เส้นทางอนาคต ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ไทย-จีน

ผู้เขียน : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์
รหัส : E 5 ส45

เนื้อหาเกี่ยวกับการบทบาทและศักยภาพทางเศรษฐกิจของจีน นโยบายและยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจของจีน รวมทั้งเส้นทางอนาคต ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีน

ความตกลงการค้าเสรี ไทย-นิวซีแลนด์

Thailand-New Zealand Closer Economic Partnership

ผู้เขียน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
รหัส : E 5 ค48น

เนื้อหาเกี่ยวกับผลการเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ รายการสินค้าที่มีการเปิดตลาดระหว่างไทย-นิวซีแลนด์ 1. สินค้าเกษตรได้แก่ ปลาสดแช่แข็ง นมและครีม อาหารทะเลแปรรูป ผักผลไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์จากธัญพืช ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปอื่นๆ 2. สินค้าอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เครื่องสำอาง พลาสติกและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยาง หนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสาร ผลิตภัณฑ์จากขนแกะ สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย รองเท้า ผลิตภัณฑ์พลาสติกและเซรามิก อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยเหล็กและเหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เครื่องจักรกลและเครื่องไฟฟ้า ยานพาหนะ เพอร์นิเจอร์



จีน : กลยุทธ์การพัฒนา SMEs

ผู้เขียน : สมภพ มานะรังสรรค์ รหัส : E 5 จ50

เนื้อหาเกี่ยวกับคำตอบที่ทันกับสถานการณ์และร่วมสมัย ก็คือควรเป็นบุคคลในแวดวงธุรกิจไทย-จีน นักธุรกิจที่คิดจะไปลงทุนในจีน พ่อค้าปลีก ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นักการเมือง นักวิชาการ นักเศรษฐศาสตร์ นักพัฒนาเอกชน ข้าราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึงผู้ที่สนใจการพัฒนาชุมชนและแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง



ถอดเกร็ดมังกร ตอน... ลัดเลาะรายมณฑล

ผู้เขียน : พิษณุ เจริญมหาสาร รหัส : E 5 พ48

เนื้อหาเกี่ยวกับการรายละเอียดเชิงลึกของข้อมูลรายมณฑลและกลุ่มมณฑลต่างๆ ของจีน ลักษณะของตลาดสินค้าในจีน

ความสัมพันธ์ไทย-ญี่ปุ่น ในศตวรรษใหม่

ผู้เขียน : ศิริพร วัชรวัลคุ รหัส : G 90 ค47

เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ไทย-ญี่ปุ่น ในศตวรรษใหม่ : ความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจกับการประสานผลประโยชน์แห่งชาติ



ใครๆ ก็ไปเที่ยวญี่ปุ่น

ผู้เขียน : อดิศักดิ์ จันทร์ดวง รหัส : G 90 ญ50

เนื้อหาบอกเล่าเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นด้วยตนเอง โดยตั้งต้นจากโตเกียว นิกโก้ โยโกฮาม่า คามาคุระ ฮาโกเน่ ก่อนที่จะนั่งรถไฟชินคันเซ็น ลงมาลุยต่อที่เกียวโต โกเบ อิเมจิ นาระ และโอซาก้า พาไปสถานที่ท่องเที่ยว ยอดนิยมพร้อมภาพประกอบจากสถานที่จริง วิธีการเดินทาง ค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ

วันที่สมัคร.....เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน

ท่อย.....

ตำแหน่ง.....อีเมล.....

☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 60 คะแนน

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

วารสารอุตสาหกรรมสาร เป็นวารสารในสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่มีอายุยาวนานกว่า 50 ปี เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วย แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม

