

แนวทางการเข้าสู่ตลาดของภาคธุรกิจค้าปลีกเมื่อรวมตัวเป็น
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ศึกษากรณีประเทศอินโดนีเซีย
พม่า และ เวียดนาม

โดย

นางสาวจริยา จิราธิวัฒน์
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 26
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2556-2557

บทคัดย่อ

เรื่อง แนวทางการเข้าสู่ตลาดของภาคธุรกิจค้าปลีกเมื่อรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ศึกษากรณีประเทศอินโดนีเซีย พม่า และ เวียดนาม

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นางสาวจริยา จิราธิวัฒน์

หลักสูตร ปรอ. รุ่นที่ 26

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์นโยบาย ทิศทางการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกของรัฐบาลและยุทธศาสตร์ทางการค้าของไทย ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของภาคธุรกิจค้าปลีกและแนวทางการเตรียมความพร้อมของธุรกิจค้าปลีกในประเทศอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม เมื่อรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษานโยบาย แผนงานและทิศทางการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐและหน่วยงานของรัฐ กฎระเบียบการลงทุนและข้อกำหนดหลักๆที่เป็นอุปสรรคกับธุรกิจค้าปลีกของประเทศตัวอย่างในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงประสบการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่ได้มีโอกาสขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศแล้ว เพื่อให้ได้แนวทางสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกที่ต้องการขยายการลงทุนไปประเทศนั้นๆ หรือต่างประเทศเป็นครั้งแรก และความช่วยเหลือสนับสนุนที่จำเป็นจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การเตรียมตัวที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจจะขยายการลงทุนไปต่างประเทศ ผู้ประกอบการควรประเมินศักยภาพของตนเอง และวางเป้าหมายหรือกำหนดวัตถุประสงค์ในการที่จะขยายการลงทุนไปประเทศอื่นๆ ได้แก่ หาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดให้มาก เดินทางไปสำรวจตลาดเพื่อรวบรวมข้อมูล เสาะหาพันธมิตรหรือผู้นำเข้าสินค้าที่เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีประสบการณ์ ขณะเดียวกันความต้องการให้หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการช่วยเหลือสนับสนุน รวมถึงวิธีการดำเนินงานของรัฐในเรื่องต่างๆ ก็มีความสำคัญอย่างยิ่ง เช่น จัดตั้งบริษัทที่ปรึกษากลางสำหรับนักลงทุนไทยเพื่อให้มีข้อมูลและความรู้ในทางกฎหมาย การลงทุน ข้อตกลงระหว่างประเทศ ข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลทางธุรกิจ และเป็นผู้นำรวบรวมนักธุรกิจเข้าไปเจรจาการค้ากับระหว่างประเทศ ทั้งนี้ การที่ภาคเอกชนจะประสบความสำเร็จในการขยายการลงทุนไปสู่ประเทศในอาเซียน หรือรักษาตลาดภายในประเทศไว้ ส่วนหนึ่งต้องได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากรัฐในด้านต่างๆ อาทิ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการลงทุนในเชิงลึก กฎระเบียบต่างๆ ข้อมูลองค์ประกอบของตลาดในประเทศนั้นๆ การร่วมมือกันในทุกๆระดับของการทำงานระหว่างภาครัฐและเอกชนจะทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในเวทีระดับนานาชาติได้

คำนำ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการรวมตัวกันของประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียน ในตลาดโลกให้มากขึ้น การเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจ ในการขยายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ภายในประเทศไทย

ภาคธุรกิจค้าปลีกเป็น 1 ใน 5 ของธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย ทั้งในด้าน มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ การจ้างงาน การนำผลิตภัณฑ์และสินค้าไปสู่ผู้บริโภคทั้ง ในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการจ้างงานในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่าง ต่อเนื่อง อาทิ ภาคการผลิต ธุรกิจอาหาร การท่องเที่ยว การขนส่งสินค้า และธุรกิจบันเทิง การเข้าสู่ ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีศักยภาพสูงในการขยายธุรกิจ จะช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและการจ้างงาน ทั้งนี้ การขยายการลงทุนไปต่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการ ต้องอาศัยข้อมูลต่างๆ เพื่อที่จะเรียนรู้ ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศนั้นๆ ทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม ภูมิศาสตร์ การเมืองและวัฒนธรรมต่างๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ประกอบการ ตัดสินใจในการลงทุน

รัฐบาลแห่งประเทศไทยมีนโยบายที่จะสนับสนุนองค์กร บริษัทต่างๆ ให้ขยายการ ลงทุนไปยังต่างประเทศ หากแต่ข้อมูลพื้นฐานของประเทศต่างๆ รวมถึงข้อมูลในเชิงลึกยังไม่ได้รับการ เผยแพร่อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อการตัดสินใจ และการเตรียมตัวให้พร้อมในการขยายการ ลงทุนไปประเทศอื่นๆ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน องค์กรต่างๆของรัฐบาลยังมีลักษณะต่างคน ต่างทำ ขาดการทำงานแบบประสานกันเท่าที่ควร ปัจจุบันองค์กรเอกชนต่างๆ ต้องพึ่งพาตนเองเป็น ส่วนใหญ่เนื่องจากมีศักยภาพทั้งทางด้านความเชี่ยวชาญในธุรกิจที่ประกอบอยู่ ความสัมพันธ์ กับคู่ค้าอื่นๆ ในต่างประเทศ บุคคลากร และแหล่งเงินทุน รวมถึงมีความสามารถในการว่าจ้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจากประเทศไทยก็ยังคงต้องประสบ กับอุปสรรคต่างๆ อาทิ ข้อกฎหมายและการนำไปปฏิบัติใช้ การกีดกันทางการค้า การเจรจาและ ร่วมมือกันอย่างต่อเนื่องระหว่างรัฐบาลแห่งประเทศไทยและรัฐบาลของประเทศอื่นๆ จะช่วยให้ การขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ

ก

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ นอกจากจะช่วยเสริมสร้างความสามารถของประเทศภายในกลุ่มและยังเปิดโอกาสทางด้านการค้าการลงทุนที่กว้างมากขึ้นด้วย จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงตามมาด้วยดังนั้น การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยหลีกเลี่ยงและบรรเทาผลกระทบในเชิงลบที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงการช่วยให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ โดยแนวทางการปรับตัวที่ทุกภาคส่วนสามารถนำมาใช้อาจพิจารณาได้ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ

(นางสาวจริยา จิราธิวัฒน์)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร ปรอ. รุ่นที่ 26

ผู้วิจัย

สารบัญ

| | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| บทคัดย่อ | ก |
| คำนำ | ข |
| กิตติกรรมประกาศ | ง |
| สารบัญ | จ |
| สารบัญตาราง | ช |
| สารบัญแผนภาพ | ซ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 2 |
| ขอบเขตของการวิจัย | 2 |
| วิธีดำเนินการวิจัย | 2 |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย | 3 |
| บทที่ 2 นโยบายและแผนงานของรัฐบาลแห่งประเทศไทย | 4 |
| พิมพ์เขียวการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) | 4 |
| ผลผูกพันของ AEC Blueprint ต่อประเทศไทย | 7 |
| นโยบายและแผนงานของรัฐบาล และคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง | 11 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 19 |
| สรุป | 22 |
| บทที่ 3 โอกาสและอุปสรรคในการลงทุน | 24 |
| ข้อมูลพื้นฐานและโอกาสในการลงทุน สำหรับนักลงทุนต่างชาติในธุรกิจค้าปลีก | 24 |
| อุปสรรคต่อการลงทุนของชาวต่างชาติในธุรกิจค้าปลีก | |
| ของประเทศอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม | 28 |
| แนวคิดของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่ได้ขยายธุรกิจไปต่างประเทศ | 37 |
| ข้อมูลเผยแพร่เกี่ยวกับประสบการณ์การขยายธุรกิจไปต่างประเทศ | |
| ของผู้ประกอบการค้าปลีกของไทย | 44 |
| สรุป | 46 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| บทที่ 4 การเตรียมตัวของผู้ประกอบการในการเข้าไปลงทุนเริ่มแรก | 47 |
| การเตรียมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของไทยในการขยายธุรกิจ | |
| และการเข้าไปลงทุนเริ่มแรกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน | 47 |
| มาตรการและการดำเนินงานที่ผู้ประกอบการต้องการจากภาครัฐ | 52 |
| สรุป | 55 |
| บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ | 56 |
| สรุป | 56 |
| ข้อเสนอแนะ | 63 |
| บรรณานุกรม | 65 |
| ภาคผนวก | 69 |
| ผนวก ก พิมพ์เขียวการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน | 70 |
| ผนวก ข ยุทธศาสตร์การค้าของไทย | 72 |
| ผนวก ค บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง | 80 |
| ประวัติย่อผู้วิจัย | 90 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 2-1 | สาขาอุตสาหกรรมที่ประเทศต่างๆ รับผิดชอบประสานงานหลัก | 5 |
| 2-2 | บทวิเคราะห์โอกาส และผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทย จากการเข้าร่วม AEC | 9 |
| 2-3 | ความตกลงด้านการลงทุนของอาเซียน (ASEAN Comprehensive Investment Agreement: ACIA) | 10 |
| 3-1 | ศักยภาพจากการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน | 24 |
| 3-2 | ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน | 25 |

สารบัญแผนภาพ

| แผนภาพที่ | หน้า |
|---------------------------------------------------------------|------|
| 2-1 พิมพ์เขียวการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) | 4 |
| 2-2 ยุทธศาสตร์ประเทศ | 12 |

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคธุรกิจค้าปลีกเป็น 1 ใน 5 ของธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย ทั้งในด้านมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ การจ้างงาน การนำผลิตภัณฑ์และสินค้าไปสู่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดการจ้างงานในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง อาทิ ภาคการผลิต ธุรกิจอาหาร การท่องเที่ยว การขนส่งสินค้า และธุรกิจบันเทิง การเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีศักยภาพสูงในการขยายธุรกิจ จะช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและการจ้างงาน ทั้งนี้ การขยายการลงทุนไปต่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการต้องอาศัยข้อมูลต่างๆ เพื่อที่จะเรียนรู้ ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศนั้นๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ภูมิศาสตร์ การเมืองและวัฒนธรรมต่างๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้น ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

รัฐบาลแห่งประเทศไทยมีนโยบายที่จะสนับสนุนองค์กร บริษัทต่างๆ ให้ขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ หากแต่ข้อมูลพื้นฐานของประเทศต่างๆ รวมถึงข้อมูลในเชิงลึกยังไม่ได้รับการเผยแพร่อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อการตัดสินใจ และการเตรียมตัวให้พร้อมในการขยายการลงทุนไปประเทศอื่นๆ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน องค์กรต่างๆของรัฐบาลยังมีลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการทำงานแบบประสานกันเท่าที่ควร ปัจจุบันองค์กรเอกชนต่างๆ ต้องพึ่งพาตนเองเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากมีศักยภาพทั้งทางด้านความเชี่ยวชาญในธุรกิจที่ประกอบอยู่ ความสัมพันธ์กับคู่ค้าอื่นๆ ในต่างประเทศ บุคลากร และแหล่งเงินทุน รวมถึงมีความสามารถในการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจากประเทศไทยก็ยังคงประสบกับอุปสรรคต่างๆ อาทิ ข้อกฎหมายและการนำไปปฏิบัติใช้ การกีดกันทางการค้า การเจรจาและร่วมมือกันอย่างต่อเนื่องระหว่างรัฐบาลแห่งประเทศไทยและรัฐบาลของประเทศอื่นๆ จะช่วยให้การขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาและวิเคราะห์นโยบาย ทิศทางการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกของรัฐบาลและยุทธศาสตร์ทางการค้าของประเทศไทย
2. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของภาคธุรกิจค้าปลีกในประเทศอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม เมื่อรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. ศึกษาแนวทางการเตรียมความพร้อมของธุรกิจค้าปลีกในประเทศอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม เมื่อรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาโอกาส ทิศทาง การส่งเสริมของรัฐบาลในประเทศเฉพาะอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม
2. ในส่วนที่เกี่ยวกับกฎหมายหรือข้อบังคับ จะเน้นเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกและธุรกรรมที่เกี่ยวข้องเท่านั้น
3. ในส่วนของการเตรียมตัวของธุรกิจค้าปลีกและแนวทางการเข้าไปลงทุนเริ่มแรกจะเป็นเพียงการเสนอแบบกว้างๆ ไม่ลึกลงไปในรายละเอียด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษานโยบาย แผนงาน และทิศทางการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานของรัฐ กฏระเบียบการลงทุน และข้อกฎหมายหลักๆ ที่เป็นอุปสรรคกับธุรกิจค้าปลีกของประเทศตัวอย่างในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงประสบการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่ได้มีโอกาสขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศแล้ว เพื่อให้ได้แนวทางสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกที่ต้องการขยายการลงทุนไปประเทศนั้นๆ หรือต่างประเทศเป็นครั้งแรก และความช่วยเหลือสนับสนุนที่จำเป็นจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบและเข้าใจนโยบาย ทิศทางการส่งเสริมจากรัฐบาล และยุทธศาสตร์ทางการค้าของประเทศไทย และประยุกต์ใช้กับการวางแผนการธุรกิจของภาคเอกชน เพื่อนำมาซึ่งประโยชน์สูงสุด
2. เพื่อให้ทราบปัญหาและอุปสรรคต่างๆในเบื้องต้น สำหรับการเข้าไปลงทุนในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของภาคธุรกิจค้าปลีก
3. เพื่อให้ได้แนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเมื่อรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
4. ได้แนวคิดในการเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่ต้องการจะขยายการลงทุนไปประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวทางในการเข้าไปศึกษาและหาโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ
5. ได้แนวคิดในการปรับบทบาทและแผนงานของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับการประสานงานทั้งทางด้านการสนับสนุนข้อมูลของหน่วยงานในประเทศและหน่วยงานในต่างประเทศ ความร่วมมือในระดับรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการจากประเทศไทย

บทที่ 2

นโยบายและแผนงานของรัฐบาลแห่งประเทศไทย

พิมพ์เขียวการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint)

อาเซียนมีพัฒนาการด้านการรวมกลุ่มเศรษฐกิจเรื่อยมา เริ่มตั้งแต่การจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ตั้งแต่ปี 2535 ต่อมาผู้นำอาเซียนได้เห็นชอบให้จัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ การเมืองและความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นหนึ่งในเสาหลักของการจัดตั้งประชาคมอาเซียน

ผู้นำอาเซียนได้ลงนามในปฏิญญาว่าด้วยแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีพิมพ์เขียวเพื่อการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และกรอบระยะเวลาดำเนินงานในช่วงการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 13 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2550 ณ ประเทศสิงคโปร์ เพื่อกำหนดเป้าหมายและแผนการดำเนินงานจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

แผนภาพที่ 2-1 พิมพ์เขียวการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint)



ที่มา : รายงานอนาคตการค้าชายแดนหลัง AEC สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

พิมพ์เขียวเพื่อการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบไปด้วย 4 ส่วนหลัก

1. การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุนแรงงานฝีมือผู้เชี่ยวชาญและการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริม การรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรมอาเซียนได้กำหนด 12 สาขาอุตสาหกรรม สำคัญลำดับแรกอยู่ภายใต้ตลาดและฐานการผลิตเดียวกันของอาเซียน โดยมอบหมายให้ประเทศต่างๆ เป็นผู้รับผิดชอบประสานงานหลัก ได้แก่

ตารางที่ 2-1 สาขาอุตสาหกรรมที่ประเทศต่างๆ รับผิดชอบประสานงานหลัก

| ประเทศผู้รับผิดชอบ | สาขาอุตสาหกรรม |
|--------------------|--------------------------------------|
| พม่า | เกษตร ประมง |
| มาเลเซีย | ผลิตภัณฑ์ยาง สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม |
| อินโดนีเซีย | ยานยนต์ ผลิตภัณฑ์ไม้ |
| ฟิลิปปินส์ | อิเล็กทรอนิกส์ |
| สิงคโปร์ | เทคโนโลยีสารสนเทศสุขภาพ |
| ไทย | ท่องเที่ยว การขนส่งทางอากาศ |
| เวียดนาม | โลจิสติกส์ |

การที่ไทยได้รับเป็นประเทศผู้ประสานงานหลักในสาขาการท่องเที่ยว และการบิน นั้นสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวและการบินในภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ การเป็นตลาดสินค้าและบริการเดียวจะช่วยสนับสนุนการพัฒนา เครือข่ายการผลิตในภูมิภาค และเสริมสร้างศักยภาพของอาเซียนในการเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลก และเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานโลก โดยประเทศสมาชิกได้ร่วมกันดำเนินมาตรการต่างๆ ที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันของอาเซียนได้แก่ ยกเลิกภาษีศุลกากรให้หมดไป ทดยอยยกเลิกอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษี ปรับประสานพิธีการด้านศุลกากรให้เป็นมาตรฐาน เดียวกันและง่ายขึ้น ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนธุรกรรม เคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรี นักลงทุนอาเซียน สามารถลงทุนได้อย่างเสรีในสาขาอุตสาหกรรมและบริการที่ประเทศสมาชิกอาเซียนเปิดให้ เป็นต้น

2. การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจคือการสร้างภูมิภาคที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง และมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งให้ความสำคัญกับประเด็นด้านนโยบายที่จะช่วยส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมี 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

2.1 กรอบนโยบายการแข่งขันของอาเซียน

2.2 การคุ้มครองผู้บริโภค

2.3 สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

2.4 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.5 นโยบายภาษี

2.6 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (การเงินการขนส่งเทคโนโลยีสารสนเทศและพลังงาน)

3. การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค มี 2 องค์ประกอบ คือ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และการเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่างๆ เช่น โครงการริเริ่มเพื่อการรวมกลุ่มของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration: IAI) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อลดช่องว่างทางเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ถือว่าเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของอาเซียน จากการประเมินของสำนักงานเลขาธิการอาเซียน พบว่า SME ในอาเซียนมีสัดส่วนสูงถึงกว่า 96% ของธุรกิจทั้งหมด และมีสัดส่วนการจ้างงาน 50%-85% แผนงาน IAI ปัจจุบันอยู่ในระยะที่สอง (ปี 2552 – 2558) ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของประเทศกัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม (CLMV) ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในด้านกฎระเบียบ ด้านการขนส่งและการติดต่อสื่อสารทางกายภาพ รวมทั้งการสร้างโครงข่ายเชื่อมโยงทางถนน ทางอากาศ รถไฟและทางทะเลภายในอาเซียน

4. การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก เน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เพื่อให้อาเซียนมีท่าทีร่วมกันอย่างชัดเจน โดยดำเนินการคือ การจัดทำเขตการค้าเสรีของอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่างๆ และส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตและจำหน่ายภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก

ปัจจุบันมีการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่างๆ (ASEAN +6) ดังต่อไปนี้

4.1 เขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน (ACFTA)

4.2 ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน – ญี่ปุ่น (AJCEP)

4.3 เขตการค้าเสรีอาเซียน – สาธารณรัฐเกาหลี (AKFTA)

4.4 เขตการค้าเสรีอาเซียน – ออสเตรเลีย – นิวซีแลนด์ (AANZFTA)

4.5 เขตการค้าเสรีอาเซียน – อินเดีย (AIFTA)

ผลผูกพันของ AEC Blueprint ต่อประเทศไทย

ภายหลังจากการลงนามในแถลงการณ์ AEC Blueprint แล้ว ประเทศไทยมีพันธกรณีที่จะต้องปฏิบัติตามแผนงานดังกล่าว ทั้งด้านการเปิดตลาดสินค้า การเปิดตลาดการค้าบริการและการลงทุนให้กับประเทศสมาชิกอาเซียน รวมถึงความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจต่างๆ ซึ่งการดำเนินงานจะเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานภายในประเทศรวมถึงการแก้ไขกฎหมายภายในที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามพันธกรณีที่ได้ตกลงกับอาเซียนได้ โดยเฉพาะการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวของอาเซียนซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพันธกรณีสำคัญดังต่อไปนี้

1. การเปิดเสรีการค้าสินค้า

ตามพิมพ์เขียวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนถือว่าการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีเป็นหลักการสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่เป้าหมายการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวของอาเซียน โดยประเทศสมาชิกจะต้องยกเลิกหรือลดภาษีศุลกากรลงตามเป้าหมายที่กำหนดและยกเลิกมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers) ให้หมด สำหรับสินค้าที่นำเข้าส่งออกในประเทศอาเซียน ผ่านความตกลงทางการค้าอันเป็นกลไกของความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ดังนั้น การเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรีในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต้องเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในความตกลงเกี่ยวกับการค้าภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีของอาเซียน ซึ่งมีมาตรการสำคัญๆ ได้แก่

1.1 การลด/ยกเลิกภาษี กำหนดให้ประเทศสมาชิกอาเซียนเก่า 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และบรูไน ต้องยกเลิกภาษีสินค้าใน 9 สาขาเร่งรัด (สาขาเกษตร/ประมง/ไม้/ยาง/สิ่งทอ/ยานยนต์/อิเล็กทรอนิกส์/เทคโนโลยีสารสนเทศ/สุขภาพ) ในปี 2550 และยกเลิกภาษีสินค้าทุกรายการในบัญชีลดภาษี (Inclusion List: IL) ยกเว้นบัญชีสินค้าอ่อนไหวและอ่อนไหวสูงของแต่ละประเทศในปี 2553 และให้ประเทศสมาชิกใหม่อีก 4 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา ลดอัตราภาษีสินค้าใน 9 สาขาเร่งรัดให้เหลือ 0% ในปี 2555

และลดอัตราภาษีสินค้าทุกรายการในบัญชีลดภาษีเหลือ 5% ในปี 2553 และ 0% ในปี 2558 ยกเว้นสินค้าบางรายการจำนวนไม่เกิน 7% ของบัญชีลดภาษีอาจยืดหยุ่นให้ลดเหลือ 0% ในปี 2561

1.2 การขจัดมาตรการที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers or NTBs) โดยกำหนดให้ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไน ต้องยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษีภายในปี 2553 ประเทศฟิลิปปินส์ ภายในปี 2555 และประเทศสมาชิกใหม่ทั้ง 4 ประเทศภายในปี 2558-2561 โดยจะดำเนินการยกเลิกเป็น 3 ระยะตามแผนงานขจัด NTBs ดังนี้

ระยะที่ 1 : ภายในวันที่ 1 มกราคม 2551 ซึ่งครอบคลุมสินค้า 5 รายการหลัก ได้แก่ ลำไย พริกไทย น้ำมันถั่วเหลือง ใบยาสูบ และน้ำตาล

ระยะที่ 2 : ภายในวันที่ 1 มกราคม 2552 ได้แก่ ปอกระเจา ป่าน มันฝรั่ง

ระยะที่ 3 : ภายในวันที่ 1 มกราคม 2553 ได้แก่ ข้าว เนื้อ มะพร้าวแห้ง มะพร้าว น้ำมันมะพร้าว ชา ถั่วเหลือง เมล็ดกาแฟ กาแฟสำเร็จรูป น้ันมดิบ/นมปรุงแต่ง และนมผงขาดมันเนย

1.3 กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) เป็นระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าสินค้าที่ส่งออกหรือนำเข้ามีถิ่นกำเนิดจากประเทศใด เพื่อที่ว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรด้วยการยกเว้นภาษีตามที่ระบุข้างต้น จะตกอยู่กับสินค้าที่เป็นผลผลิตที่แท้จริงของประเทศสมาชิกอาเซียน ตลอดจนเพื่อให้มีความโปร่งใสมีมาตรฐานที่เป็นสากลและอำนวยความสะดวกให้แก่เอกชน

2. การเปิดเสรีการค้าบริการ

การเปิดเสรีการค้าบริการมีเป้าหมาย คือ ลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดในด้านต่างๆ และเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นให้กับบุคคลและนิติบุคคลสัญชาติอาเซียน การดำเนินงานที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

2.1 ไม่มีข้อจำกัดสำหรับการค้าบริการรูปแบบการบริการข้ามพรมแดน (Cross-border Supply) และการบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Abroad) ยกเว้นมีเหตุผลอันสมควร อาทิ เพื่อความปลอดภัยของสาธารณสุข

2.2 การค้าบริการรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ (Commercial Presence) ด้านการอนุญาตในการถือหุ้นของคนสัญชาติอาเซียน การเปิดเสรีสาขาบริการแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 : สาขาบริการสำคัญ 4 สาขา(Priority Integration Sector) ได้แก่ การขนส่งทางอากาศโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศสุขภาพและการท่องเที่ยว โดยเริ่มทยอยให้ต่างชาติเข้ามาถือหุ้นได้ 51% ตั้งแต่ปี 2551 และทยอยเพิ่มขึ้นเป็น 70% ภายในปี 2553

ระยะที่ 2 : สาขาบริการสำคัญที่ 5 ได้แก่ สาขาบริการโลจิสติกส์ทยอยเปิดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนได้เป็น 70% ภายในปี 2556

ระยะที่ 3 : สำหรับสาขาบริการอื่นๆ ที่เหลือจะต้องทยอยเปิดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนได้เป็น 70% ภายในปี 2558 ทั้งนี้อาจยกเว้นรายการธุรกิจบริการที่อ่อนไหวและคงเงื่อนไขและข้อจำกัดที่จำเป็นไว้ได้บ้าง โดยรายละเอียดแผนการเปิดตลาดจะต้องเจรจากันต่อไป สาขาการบริการด้านการเงินจะทยอยเปิดเสรีตามลำดับอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงทางการเงินเศรษฐกิจและสังคมโดยประเทศที่มีความพร้อมสามารถเริ่มดำเนินการเปิดเสรีภายในปี 2558 ในสาขาที่ระบุไว้ก่อนและประเทศสมาชิกที่เหลือสามารถเข้าร่วมในภายหลัง

ตารางที่ 2-2 บทวิเคราะห์โอกาส และผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทย จากการเข้าร่วม AEC

| | 2549 | 2550 | 2553 | 2556 | 2558 |
|-----------------|------|------|------|------|------|
| สาขาเร่งรัด | 49% | 51% | 70% | | |
| โลจิสติกส์ | | 49% | 51% | 70% | |
| สาขาบริการอื่นๆ | 30% | 49% | 51% | | 70% |

3. การเปิดเสรีการลงทุน

มีวัตถุประสงค์เพื่อให้อาเซียนเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุน ทั้งจากภายในและภายนอกอาเซียน และมีบรรยากาศการลงทุนที่เสรีและโปร่งใส เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการเปิดเสรีการลงทุนในปี 2558 อาเซียนได้ผนวกความตกลงว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุนของอาเซียนเข้ามา โดยครอบคลุม 4 ประเด็นหลักใหญ่ คือ การเปิดเสรีการส่งเสริมการลงทุน การอำนวยความสะดวกและการคุ้มครองการลงทุน โดยครอบคลุมทั้งการลงทุนทางตรง (Foreign Direct Investment) และการลงทุนในหลักทรัพย์ (Portfolio Investment) นอกจากนี้ขอบเขตของการเปิดเสรีครอบคลุมธุรกิจ 5 ภาค ได้แก่ เกษตรประมงป่าไม้เหมืองแร่ และภาคการผลิตรวมทั้งกิจการบริการที่เกี่ยวข้องกับ 5 ภาค ดังกล่าว ซึ่งหมายถึง กิจการรับช่วงต่อ หรือการรับจ้างดำเนินกิจการนั้นๆ โดยมีสัญญาจ้าง

ความตกลงด้านการลงทุนของอาเซียน (ASEAN Comprehensive Investment Agreement: ACIA) มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2-3 ความตกลงด้านการลงทุนของอาเซียน (ASEAN Comprehensive Investment Agreement: ACIA)

| ACIA |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ➤ เป็นความตกลงที่ครอบคลุมทั้งเรื่องการเปิดเสรี และการคุ้มครองการลงทุนไว้ในฉบับเดียวกัน |
| ➤ ให้สิทธิพิเศษกับทั้งนักลงทุนอาเซียนและนักลงทุนต่างชาติที่มีฐานการลงทุนในอาเซียนอยู่แล้ว(Foreign-owned ASEAN-based investors) |
| ➤ กำหนดเป้าหมายการเปิดเสรีสูงสุดไว้ในปี2558 |
| ➤ ครอบคลุมการลงทุนใน Portfolio ด้วย แต่ประเทศสมาชิกที่ยังไม่พร้อม สามารถใส่เป็นรายการข้อยกเว้นได้ |
| ➤ มีข้อบทว่าด้วยการห้ามกำหนดเงื่อนไขการลงทุน |
| ➤ มีการกำหนดกระบวนการปรับปรุงรายการข้อยกเว้นที่ชัดเจน และกำหนดให้มีการจ่ายค่าชดเชยในกรณีที่มีการปรับปรุงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อนักลงทุนเดิม |

การชดเชยค่าเสียหายกรณียึดทรัพย์ เว้นคืน หรือเกิดเหตุการณ์ไม่สงบ การเคลื่อนย้ายเงินโดยเสรี นักลงทุนอาเซียนสามารถฟ้องร้องรัฐได้หากทำผิดพันธกรณี และก่อให้เกิดความเสียหายต่อการลงทุนนั้น ภายใต้กระบวนการระงับข้อพิพาทระหว่างประเทศ

4. การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี

อาเซียนมีเป้าหมายในการส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรี โดยอำนวยความสะดวกการเดินทางของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าบริการและการลงทุนในด้านต่างๆ อาทิ การตรวจลงตราการออกใบอนุญาตทำงานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ และแรงงานฝีมืออาเซียนที่เกี่ยวข้องกับการค้าข้ามพรมแดนและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือภายในภูมิภาคโดยได้ดำเนินการ 2 แนวทาง คือ

4.1 การจัดตั้งกรอบทักษะฝีมือแรงงานระดับประเทศเพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำไปสู่กรอบการยอมรับฝีมือแรงงานของอาเซียน เป็นการสร้างมาตรฐานที่ชัดเจนของแรงงานฝีมือ

4.2 การจัดทำข้อตกลงยอมรับร่วม (Mutual Recognition Arrangement or MRA) สำหรับผู้ประกอบการวิชาชีพบริการ

การจัดทำร่างข้อตกลง MRA เป็นการดำเนินการเพื่อเสริมการเปิดเสรีการค้าบริการภายใต้กรอบความตกลงด้านการค้าบริการของอาเซียน โดย MRA ที่จัดทำขึ้นภายใต้กรอบการค้าบริการของอาเซียนจะเป็นพันธกรณีให้อาเซียนยอมรับร่วมกันเรื่องคุณสมบัติของแรงงานฝีมือ ประวัติการศึกษาและประสบการณ์การทำงานซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยเป็นคุณสมบัติสำคัญที่เป็นเงื่อนไขในการขอรับอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกในขั้นตอนการขอใบอนุญาตที่ผ่านมาอาเซียนได้มีการจัดทำข้อตกลง MRA แล้วทั้งหมด 8 ฉบับ ได้แก่ วิศวกรรม พยาบาล สถาปัตยกรรม ช่างสำรวจท่องเที่ยว แพทย์ ทันตแพทย์ การบัญชี

5. การดำเนินงานตามความร่วมมือรายสาขาอื่นๆ

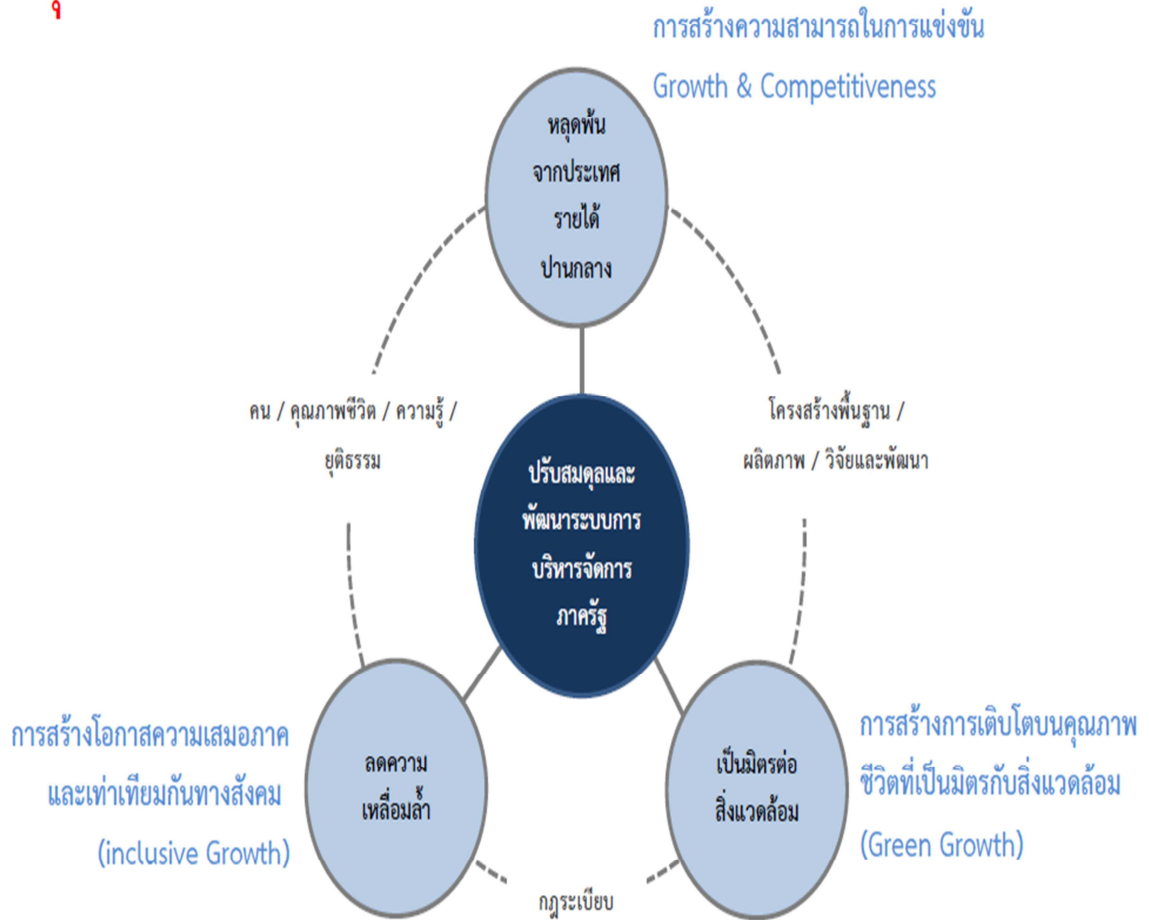
การดำเนินงานตามความร่วมมือรายสาขาอื่นๆ ได้แก่ ความร่วมมือด้านเกษตรอาหาร และป่าไม้ความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (การคมนาคมเทคโนโลยีสารสนเทศพลังงาน) ความร่วมมือด้านเหมืองแร่ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ความร่วมมือด้านการเงิน ความร่วมมือด้านวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการพัฒนาเพื่อการรวมกลุ่มของอาเซียน (IAI)ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานตามแผน ข้อตกลงที่ได้มีการเห็นชอบร่วมกันไปก่อนหน้านี้ โดยมีรัฐมนตรีรายสาขาที่เกี่ยวข้องเป็นผู้รับผิดชอบ

นโยบายและแผนงานของรัฐบาล และคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ประเทศ (Country Strategy) จัดทำขึ้นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการหัวหน้าส่วนราชการ ระดับปลัดกระทรวง หรือเทียบเท่า เพื่อร่วมกันวางยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ เป้าหมายและแนวทางในการทำงานร่วมกันในปีงบประมาณ 2556 และเป็นกรอบในการจัดทำงบประมาณปี 2557 ตลอดจนแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับภาพรวมของการทำงานร่วมกันรวมทั้งได้มีการบูรณาการร่วมกับยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เพื่อเตรียมความพร้อมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยหลังจากการบูรณาการเป็นยุทธศาสตร์ประเทศ ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ 30 ประเด็นหลัก 79 แนวทางการดำเนินการ เพื่อเป็นกรอบการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

แผนภาพที่ 2-2 ยุทธศาสตร์ประเทศ

ยุทธศาสตร์ประเทศ



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อหลุดพ้นจากประเทศรายได้ปานกลาง(Growth & Competitiveness)ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก 33 แนวทางการดำเนินการ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่

| ประเด็นหลัก | แนวทางการดำเนินการ |
|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การเชื่อมโยงเศรษฐกิจในภูมิภาค | <ul style="list-style-type: none"> ● การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของสินค้าบริการ และการลงทุนเพื่อเชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน ● แก้ไข กฎหมาย กฎระเบียบ รองรับประชาคมอาเซียน ● ขับเคลื่อนการเชื่อมโยงนิคมอุตสาหกรรมทวาย และ Eastern Seaboard ● เสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน |
| การพัฒนาพื้นที่และเมืองเพื่อเชื่อมโยงโอกาสจากอาเซียน | <ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนาเมืองหลวง ● การพัฒนาเมืองเกษตร ● การพัฒนาเมืองอุตสาหกรรม ● การพัฒนาเมืองท่องเที่ยว ● การพัฒนาเมืองบริการสุขภาพ ● การพัฒนาเมืองบริการศึกษานานาชาติ ● การพัฒนาเมืองชายแดนเพื่อการค้าการลงทุน ● ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเมืองที่มีศักยภาพ |

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth) ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก 20 แนวทางการดำเนินการ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน ได้แก่

| ประเด็นหลัก | แนวทางการดำเนินการ |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การสร้างองค์ความรู้เรื่องอาเซียน | <ul style="list-style-type: none"> ● ภาคประชาชน ● ภาคแรงงานและผู้ประกอบการ ● บุคลากรภาครัฐ |

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การเติบโตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Growth) ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก 11 แนวทางการดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การสร้างความสมดุลและปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐ (Internal Process) ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก 15 แนวทางการดำเนินการ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน ได้แก่

| ประเด็นหลัก | แนวทางการดำเนินการ |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การแก้ไขปัญหา ความมั่นคงจังหวัดชายแดนภาคใต้ และเสริมสร้างความมั่นคงในอาเซียน | <ul style="list-style-type: none"> ● ประสานบูรณาการงานรักษาความสงบและส่งเสริมการพัฒนาในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ภายใต้กรอบนโยบายความมั่นคงแห่งชาติ 2555 - 2559 ● การเสริมสร้างความมั่นคงของประชาคมอาเซียน |

รัฐบาลไทยได้กำหนดนโยบายการต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังต่อไปนี้

| หัวข้อ | รายละเอียด |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>เร่งส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน</p> | <p>โดยส่งเสริมความร่วมมือทั้งภาครัฐเอกชนประชาชนและสื่อมวลชนเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและความใกล้ชิดระหว่างกันการส่งเสริมการท่องเที่ยวการขยายการคมนาคมขนส่งและความร่วมมือด้านอื่นๆภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคเพื่อส่งเสริมความเป็นเพื่อนบ้านที่ดีต่อกัน</p> |
| <p>สร้างความสามัคคีและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศอาเซียน</p> | <p>เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจัดตั้งประชาคมอาเซียนและส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศอื่นๆในเอเชียภายใต้กรอบความร่วมมือด้านต่างๆและเตรียมความพร้อมทุกภาคส่วนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมและความมั่นคง</p> |
| <p>ใช้ประโยชน์จากโครงข่ายคมนาคมขนส่งในภูมิภาคอาเซียนและอนุภูมิภาค</p> | <p>เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการขยายฐานเศรษฐกิจทั้งการผลิตและการลงทุนโดยให้ความสำคัญในการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดที่อยู่ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจและเมืองชายแดนเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางสินค้าและรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนตามเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตกและเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ ภายใต้กรอบกลยุทธ์พัฒนาลุ่มแม่น้ำโขง</p> |

นอกเหนือจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และนโยบายรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภาแล้ว รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานของอาเซียน โดยใช้นโยบาย ASEAN First Policy หรือ อาเซียนต้องมาก่อน เพื่อส่งเสริมยุทธศาสตร์ในการสร้างพันธมิตรในระดับภูมิภาคสร้างโอกาส และคู่ทางในด้านการค้าและการลงทุน ควบคู่ไปกับการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในประเทศให้สามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเห็นว่าการรวมตัวอย่างแน่นแฟ้นของอาเซียนจะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอาเซียนรวมทั้งประเทศไทยในการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและช่วยสร้างอำนาจในการต่อรองในกรอบการเจรจาในระดับภูมิภาคและพหุภาคี โดยพื้นฐานที่แข็งแกร่งนี้จะทำให้การเชื่อมโยงกับประเทศอื่นๆ ของไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

ตามที่ประมุขรัฐหรือหัวหน้ารัฐบาลของประเทศสมาชิกของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) ได้ร่วมกันลงนามประกาศใช้กฎบัตรอาเซียนเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2550 ณ สิงคโปร์ กฎบัตรอาเซียนข้อ 13 ระบุให้รัฐสมาชิกอาเซียน แต่ละรัฐจัดตั้งสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักระดับชาติในการขับเคลื่อนและผลักดันให้ทุกภาคส่วนของสังคมสามารถดำเนินงานในกรอบความร่วมมือกับอาเซียนในทุกมิติให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกทั้งเพื่อตอบสนองเป้าหมายของอาเซียนที่ต้องการเป็นประชาคมอาเซียนภายในปี 2558

กฎบัตรอาเซียนยังระบุให้รัฐมนตรีต่างประเทศเข้าร่วมเป็นองค์ประกอบของคณะมนตรีประสานงานอาเซียน ซึ่งมีหน้าที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การประสานประเด็นที่คาบเกี่ยวกัน (Cross-cutting issues) กระทรวงการต่างประเทศ จึงได้เสนอให้มีคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติเพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของกฎบัตรอาเซียนที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพ และความร่วมมือระหว่างกันในด้านนโยบาย รวมทั้งเพื่อให้กระทรวงการต่างประเทศสามารถปฏิบัติหน้าที่ในฐานะสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในการประสานนโยบายระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในประเทศการประสานงานระดับชาติเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของอาเซียนและการดำเนินงานตามแผนงานสำหรับการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ทั้งด้านการเมือง และความมั่นคงเศรษฐกิจและสังคมและวัฒนธรรมในฐานะคณะมนตรีประสานงานอาเซียนให้เข้ากับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนงานของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของไทย

คณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ เป็นประธานกรรมการปลัดกระทรวงการต่างประเทศหรือผู้แทนเป็นรองประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงทุกกระทรวง หรือผู้แทนจำนวน 19 คน ประธานสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หรือผู้แทนประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือผู้แทนประธานสมาคมธนาคาร แห่งประเทศไทย หรือผู้แทนร่วมเป็นกรรมการอธิบดีกรมอาเซียนเป็นกรรมการ และเลขานุการ รองอธิบดีกรมอาเซียนจำนวน 2 คน เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการรวมองค์ประกอบ คณะกรรมการจำนวนทั้งสิ้น 27 คน นอกจากนี้ ในระดับกระทรวงทุกหน่วยงานยังมี ASEAN Unit เป็นกลไกการประสานงาน เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการกำหนดประสานงาน และนำนโยบาย ไปปฏิบัติรวมทั้งกำหนดระบบการติดตามประเมินผลในระดับประเทศต่อไป

ขณะนี้รัฐบาลมีโครงสร้างเครือข่ายและขยายความร่วมมือทางธุรกิจในอาเซียนหรือ ASEAN Hub โดยมีกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานรับผิดชอบ ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์ที่มีต่ออาเซียน ไว้ 4 ด้านคือ

1. การเป็นพันธมิตรและหุ้นส่วน (strategic partner) ต้องทำให้อาเซียนเป็นทั้ง พันธมิตร และหุ้นส่วน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูทางออกของอาเซียนทั้งการค้าและการลงทุน โดยการใช้เวทีทวิภาคีที่มีอยู่และความร่วมมือในกรอบอนุภูมิภาคต่างๆ เช่น ความร่วมมือทาง เศรษฐกิจอิรวดี – เจ้าพระยา - แม่โขง (ACMECS) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) และ โครงการความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย (IMT-GT) เป็นตัวช่วยผลักดัน และต้อง เปลี่ยนแนวคิดการมองอาเซียนจากคู่แข่งมาเป็นหุ้นส่วน โดยการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจให้เกิดขึ้น ทั้งแก่คนไทย และผู้ประกอบการไทยโดยการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศเพื่อนบ้าน การเข้าไป ลงทุนผลิตสินค้าเกษตรที่ขาดแคลน และการเชิญชวนประเทศที่สามเข้าร่วมในการพัฒนา

2. การเป็นแหล่งวัตถุดิบ เนื่องจากประเทศในอาเซียนมีความหลากหลายและความ พร้อมทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันไป ทั้งกลุ่มที่มีความชำนาญในด้านเทคโนโลยี กลุ่มที่เป็นฐานการ ผลิตและกลุ่มที่มีทรัพยากรและแรงงานสำหรับการผลิต ดังนั้น ไทยจึงจำเป็นต้องพิจารณาเลือกใช้ ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ของแต่ละประเทศให้เหมาะสม

3. การเป็นฐานการผลิตให้อุตสาหกรรมไทย ประเทศไทยควรพิจารณาเรื่องการ ย้ายฐานการผลิตของบางอุตสาหกรรมออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ใช้ แรงงานและแรงงานกึ่งฝีมือ เช่น อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ แปรรูปผลิตภัณฑ์ ไม้หรือร่วมลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน

4. การเป็นตลาดที่มีประชากรกว่า 550 ล้านคน ไทยต้องรักษาตลาดเดิมไว้ให้ได้ และขยายตลาดให้กว้างขึ้น

คณะกรรมการ/อนุกรรมการ สำหรับการดำเนินการตามแผนงานการจัดตั้งประชาคมอาเซียนในแต่ละเสา โดยหน่วยงานที่เป็นผู้ประสานงานหลักของแต่ละเสาเป็นประธานเสาการเมืองและความมั่นคง ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการเพื่อจัดตั้งประชาคมการเมืองและความมั่นคง โดยมีปลัดกระทรวงการต่างประเทศเป็นประธาน เสาเศรษฐกิจ ได้แก่ คณะอนุกรรมการดำเนินการตามแผนงานไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีปลัดกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน และสำหรับเสาสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ คณะกรรมการแห่งชาติด้านประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เป็นประธาน

คณะอนุกรรมการดำเนินการตามแผนงานไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบไปด้วย ผู้แทนจากกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงคมนาคม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงแรงงาน กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนงานและเตรียมการรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินงานไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีปลัดกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการขับเคลื่อนสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทยยังได้มีการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขึ้น เพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารทั้งในรูปแบบการจัดสัมมนา รับฟังความเห็น การจัดทำหนังสือเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงาน การออกข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ รวมถึงการออกไปบรรยายให้ความรู้กับผู้ประกอบการ คณาจารย์จากสถาบันต่างๆ และสร้างการเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ด้วยการสนับสนุนข้อมูล และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการค้าและการลงทุนที่จะเกิดขึ้นจากข้อตกลงต่างๆ ให้สามารถกำหนดมาตรการ ทั้งเชิงรุกและเชิงรับในการดำเนินธุรกิจหรือกิจการต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่อง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากงานวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และแนวโน้ม พฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC” โดย กนกวรรณ สมรักษ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ เรื่อง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ความรู้ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของคนทำงาน ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่างซึ่งเป็นคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่จบการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปที่มี อายุตั้งแต่ 21-60 ปี

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า

1.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เรื่อง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่ม ตัวอย่างจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เป็นหลักค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับสัปดาห์ละ ประมาณ 3 ครั้งต่อสัปดาห์รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับ1ครั้งต่อสัปดาห์

1.2 ระดับความรู้เรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้ มาก และมากที่สุด คิดเป็น73% รองลงมา คือ มีความรู้ปานกลาง 26.3% และมีความรู้น้อย 0.7% ตามลำดับ

1.3 ทักษะคิดต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งเป็นทักษะคิดเชิงบวก โดยมีทักษะคิดที่เห็นด้วยกับเรื่องว่า ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยขยาย การค้า การลงทุนและการบริการในภูมิภาคอาเซียน รองลงมาคือทักษะคิดที่ดีต่อเรื่องประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน ตามลำดับ

1.4 แนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีแนวโน้มพฤติกรรม ที่จะปรับตัวเพื่อรับกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุดรองลงมาคือจะ ศึกษาเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้เข้าใจเพิ่มพูนความรู้มากยิ่งขึ้น และจะศึกษาสังคม วัฒนธรรม ภาษาของประเทศในภูมิภาคอาเซียนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเป็นประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน ตามลำดับ

ลักษณะประชากรมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ในการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน ควรคำนึงถึงลักษณะทางประชากร ควรผลิตสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และช่องทางที่เหมาะสมในการนำเสนอมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์เพื่อเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้รับได้มากที่สุด มีการนำเสนอทั้งภาพและเสียง ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด คือข้าราชการและพนักงานของรัฐ ซึ่งเป็นเพียงคนส่วนน้อยในประเทศ

2. การรับรู้ต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากวารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ ปีที่ 3 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม – ธันวาคม 2556) ได้ทำการนำเสนอบทวิจัยหัวข้อ เรื่อง การรับรู้ต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ตามนโยบายของรัฐบาล ในกลุ่มประชากรบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดย สุธิดา ปัทม และ ดร.ไกรจิต ตูตะเมือง มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน กับการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอก กับการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ในการวิจัยครั้งนี้วิจัยเฉพาะกลุ่มคนทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เป็นจำนวนเท่ากับ 400 คนโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจาก 10 เขตคือ เขตมีนบุรี เขตบึงกุ่ม เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตดอนเมือง เขตบางนา เขตสาทร เขตบางรัก เขตพัฒนาไท และเขตบางแค

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

2.1 ลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา มีผลต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญลักษณะส่วนบุคคลทางด้านรายได้ มีผลต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญในลักษณะส่วนบุคคลให้มากยิ่งขึ้น

ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปวช/ปวส/อนุปริญญา มีความแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก ต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีความแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาเอก ต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญต่อกลุ่มประชากรที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีให้มากยิ่งขึ้น

2.2 ปัจจัยภายใน การเรียนรู้ AEC มีผลต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น จึงเห็นควรให้การสนับสนุนและส่งเสริม สื่อการเรียนรู้ และช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อให้ประชากรมีการเรียนรู้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมผลงานและการพัฒนาที่ริเริ่มใหม่อยู่เสมอ

2.3 ปัจจัยภายนอก นโยบายภาครัฐ มีผลต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญจึงเห็นว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการรณรงค์ให้กลุ่มประชากร เรียนรู้ และรับรู้ต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อกลุ่มประชากรได้เตรียมความพร้อมในการก้าวไปสู่ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.4 การเติบโตทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการรับรู้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญต่อการให้การสนับสนุนประชากรให้มีความพร้อม และการพัฒนาเพื่อการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นหลังจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. รายงานผลการวิจัยการประเมินผลการดำเนินงานรายโครงการของกรมประชาสัมพันธ์

จากรายงานผลการวิจัย การประเมินผลการดำเนินงานรายโครงการของกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2555 โดย รองศาสตราจารย์ ดร.รศชงพร โกมลนาวิน เพื่อนำเสนอต่อสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อประเมินผลการดำเนินงานรายโครงการของกรมประชาสัมพันธ์ โดยสรุปผลการวิจัยในส่วน ของโครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความเข้าใจเรื่องประชาคมอาเซียน ได้ดังนี้

3.1 ประเด็นเรื่อง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นประเด็นที่มีการกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง รวมทั้งหน่วยงานราชการ หน่วยงานการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชนต่างทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม มีรายงานมาจากการสัมภาษณ์ว่า ประชาชนยังได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนไม่เพียงพอ ประชาชนเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ฟังวิทยุ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอาเซียน คือต้องการข้อมูลข่าวสารเป็นประการแรก และต้องการได้รับข้อมูลที่เหมือนๆผู้อื่นในสังคม นอกจากนี้ยังพบว่า นักเรียน/นักศึกษา ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย และผู้มีรายได้สูง มีความต้องการในการเปิดรับฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ในโครงการนี้ต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนสูงกว่ากลุ่มอื่นๆอยู่แล้ว เพราะการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจส่งผลกระทบต่อคนกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้น จึงไม่ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนสูงเท่ากับกลุ่มอื่นๆ

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักตระหนักว่า กรมประชาสัมพันธ์พยายามสร้างการตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 โดยได้รับฟังข่าวสารความรู้เกี่ยวกับอาเซียนผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่สามารถเข้าถึงชุมชนได้อย่างทั่วถึง เช่น กลุ่มเกษตรกร เป็นต้น หรือผู้ที่พอรับทราบข้อมูลก็ไม่ทราบในรายละเอียด ทั้งนี้ กรมประชาสัมพันธ์ควรประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยอาจส่งข้อมูลถึงประชาชนโดยตรง หรือจัดอบรมเพิ่มความรู้ให้ผู้จัดการและสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อนำไปเผยแพร่ให้ประชาชนทราบต่อไป นอกจากนี้ กลุ่มที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion leader) ก็ไม่ได้มีบทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ AEC เช่นกัน เช่น กลุ่มอาสาสมัครประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน

นอกจากนี้ หน่วยงานต่างๆ พยายามให้ข้อมูลกับประชาชนเกี่ยวกับอาเซียน แต่รูปแบบของเนื้อหาเป็นแบบสำเร็จรูป คือ แบบที่ได้รับมาจากส่วนกลางมากกว่า จึงควรสร้างเนื้อเรื่องเศรษฐกิจ/อาชีพ/สังคม โดยมีเนื้อหาและรูปแบบนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับท้องถิ่นต่างๆ ไม่ควรประชาสัมพันธ์เฉพาะสัญลักษณ์ แต่ควรเจาะประเด็นที่สำคัญ เช่น ประเด็นแรงงาน ผลกระทบของ AEC ต่อแรงงานไทย วิธีการจดทะเบียนแรงงานไทย เป็นต้น

สรุป

การเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นทั้งการเปิดโอกาส สร้างความท้าทาย และนำมาซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกถือได้ว่าเป็นธุรกิจบริการที่แต่ละประเทศค่อนข้างให้ความสำคัญ เพราะเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความมั่งคั่งของประชาชนและความมั่นคงของประเทศ ทั้งนี้ AEC เปิดโอกาสให้หลายประเทศลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น และอาจเป็นคู่แข่งทางการค้ากับไทยในตลาดอาเซียน หรือการช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการภายในประเทศ จากการใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกัน และการเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศจะช่วยลดต้นทุนการทำธุรกรรมในบางกลุ่มสินค้าของอาเซียน การเคลื่อนย้ายแรงงานได้อย่างเสรี อาจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานฝีมือของไทยไปประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่า AEC นั้น นำมาซึ่งโอกาสในการขยายธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็นำมาซึ่งการแข่งขันที่มากขึ้นและอาจจะรุนแรงขึ้น

เรื่องยุทธศาสตร์ประเทศนั้น ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยไม่เคยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ประเทศที่เป็นรูปธรรมชัดเจนมาก่อน การกำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขันคนไทยอยู่ดีกินดี มีความเสมอภาคและเป็นธรรม”

ซึ่งไม่ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าขีดความสามารถในการแข่งขันนั้น จะแข่งขันในระดับใด และการอยู่ดีกินดี มีความเสมอภาคและเป็นธรรม ก็มีความเป็นนามธรรมสูงอยู่เช่นกัน นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ขึ้นมาโดยเฉพาะ ดังนั้น การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประเทศจึงเป็นสิ่งที่รัฐบาลต้องดำเนินการอย่างจริงจัง และที่สำคัญต้องอาศัยความร่วมมือและการทำงานอย่างบูรณาการกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน และประชาชน ตลอดจนความต่อเนื่องในนโยบายของรัฐบาล รัฐบาลควรศึกษาประสบการณ์จากต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในเรื่องนี้ เพื่อใช้เป็นบทเรียนในการดำเนินการหรือปรับปรุงยุทธศาสตร์ประเทศไทยให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น และรัฐบาลควรมีการกำหนดมาตรการในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้มีความชัดเจนเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผู้ประกอบการของไทยยังคงขาดความรู้ในเชิงลึก ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาและรายละเอียดเกี่ยวกับ AEC อยู่มาก ดังนั้น ผู้ประกอบการของไทยควรที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC ให้เข้าใจอย่างชัดเจนเสียก่อน ทั้งทางด้านกฎระเบียบ เงื่อนไข การลงทุน ภาษี และกฎหมายแรงงาน โดยอาจจะเข้าร่วมรับฟังสัมมนา กับ ทางหน่วยงานภาครัฐที่จัดสัมมนาเกี่ยวกับ AEC หรือ สอบถามไปทางหน่วยงานของภาครัฐที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลเรื่องดังกล่าว เช่น กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก สมาคมค้าปลีก เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการของไทยมีพื้นฐานและมีความเข้าใจที่ชัดเจน ซึ่งเป็นหนทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการแข่งขันในลำดับถัดไป อย่างไรก็ตาม บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐเองก็ยังคงขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน และขาดกลไกการทำงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ชัดเจน

การเตรียมความพร้อมเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนในทุกภาคส่วนของประเทศ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้ไปยังประชาชนทุกอาชีพ ปัจจุบันข้อมูลที่ให้กับประชาชนเกี่ยวกับอาเซียน มีรูปแบบของเนื้อหาเป็นแบบสำเร็จรูป คือ แบบที่รับมาจากส่วนกลางมากกว่า จึงควรสร้างเน้นเรื่องเศรษฐกิจ/อาชีพ/สังคม โดยมีเนื้อหาและรูปแบบนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับท้องถิ่นต่างๆ และหน่วยงานไม่ว่าจะภาครัฐหรือภาคเอกชน ควรให้ความร่วมมือในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่พนักงาน เพื่อรองรับการเข้าสู่การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรนั้นๆ นอกจากนี้ ควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมและทำการประเมินด้านความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จัดเตรียมโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับปรุงบริการต่อไป

บทที่ 3

โอกาสและอุปสรรคในการลงทุน

ข้อมูลพื้นฐานและโอกาสในการลงทุน สำหรับนักลงทุนต่างชาติในธุรกิจค้าปลีก

การรวมตัวทางเศรษฐกิจของสมาชิกอาเซียน ซึ่งครอบคลุมการเปิดเสรีและอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายเงินทุน การเคลื่อนย้ายแรงงาน การปรับพิธีการศุลกากรการกำหนดมาตรฐานสินค้าและนโยบายเศรษฐกิจให้สอดคล้องกันระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งการรวมตัวเป็น AEC นั้น จะทำให้อาเซียนน่าสนใจขึ้น ด้วยตลาดที่ใหญ่กว่าสหภาพยุโรปในแง่ของประชากร ทำให้อาเซียนมีบทบาทที่โดดเด่นขึ้นในเศรษฐกิจโลก

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน หรือประมาณ 10% ของประชากรทั้งโลก มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ถึง 2.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ แม้จะมีขนาดเศรษฐกิจรวมกันไม่ใหญ่นัก แต่นับว่าเป็นแหล่งดึงดูดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มาก ทั้งนี้ การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงเพิ่มความน่าสนใจให้กับภูมิภาคอาเซียนและส่งผลให้มีอำนาจต่อรองในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้นได้

ตารางที่ 3-1 ศักยภาพจากการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

| AEC | หน่วย | 2555 | หมายเหตุ |
|----------------------------------------------|------------------|-----------|----------------------|
| พื้นที่ | ตร.กม | 4,435,617 | |
| ประชากร | พันคน | 616,614 | >สหภาพยุโรป |
| ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)ตามราคาปัจจุบัน | ล้านดอลลาร์สหรัฐ | 2,311,315 | |
| อัตราการเติบโตของ GDP | % | 5.7 | |
| GDP ต่อประชากร | ดอลลาร์สหรัฐ | 3,748 | |
| มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ | ล้านดอลลาร์สหรัฐ | 2,476,427 | ≈5 เท่าของไทย |
| มูลค่าเงินลงทุนโดยตรง (Inflow) | ล้านดอลลาร์สหรัฐ | 110,291 | ≈ 45% ของจีน |
| จำนวนนักท่องเที่ยว | พันคน | 89,225 | ที่ 2 รองจากฝรั่งเศส |

ที่มา : สำนักงานเลขาธิการอาเซียน

ในส่วนของแต่ละประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเองต่างมีจุดแข็งและจุดด้อยที่แตกต่างกันออกไป โดยอาจแบ่งประเทศกลุ่มอาเซียนเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มที่เศรษฐกิจเติบโต โดยการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนใหญ่ส่งออกเป็นวัตถุดิบ เช่น พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย
2. กลุ่มที่เศรษฐกิจเติบโตโดยการแปรรูปทรัพยากรธรรมชาติ และมีการเพิ่มมูลค่า เช่น ไทย และมาเลเซีย
3. กลุ่มเศรษฐกิจพัฒนาแล้ว เช่น สิงคโปร์ และบรูไน

ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3-2 ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

| ประเทศ (2555) | พื้นที่ (ตร.กม) | ประชากร (พันคน) | ความ หนาแน่น ของ ประชากร (ต่อ ตร.กม) | อัตราการ เติบโต ของ ประชากร (%) | GDP ตามราคา ปัจจุบัน (ล้านดอลลาร์ สหรัฐ) | GDP ต่อ ประชากร (ดอลลาร์ สหรัฐ) | อัตราการ เติบโตของ GDP (ราคาคงที่) |
|------------------|--------------------|--------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------|
| บรูไน | 5,769 | 399.8 | 69 | 1.7 | 16,969.7 | 42,445.5 | 1.0 |
| กัมพูชา | 181,035 | 14,741.4 | 81 | 1.5 | 14,411.2 | 977.6 | 7.0 |
| อินโดนีเซีย | 1,860,360 | 244,775.8 | 132 | 1.5 | 878,223.4 | 3,587.9 | 6.2 |
| ลาว | 236,800 | 6,514.4 | 28 | 2.0 | 9,083.1 | 1,394.3 | 7.9 |
| มาเลเซีย | 330,290 | 29,518.0 | 89 | 1.6 | 305,154.4 | 10,337.9 | 5.6 |
| พม่า | 676,577 | 60,976.0 | 89 | 1.0 | 52,524.9 | 861.4 | 5.6 |
| ฟิลิปปินส์ | 300,000 | 97,690.9 | 326 | 1.9 | 250,542.7 | 2,564.6 | 6.8 |
| สิงคโปร์ | 715 | 5,312.4 | 7,429 | 2.5 | 276,609.5 | 52,068.7 | 1.3 |
| ไทย | 513,120 | 67,912.0 | 132 | 0.5 | 366,126.6 | 5,391.2 | 6.5 |
| เวียดนาม | 330,951 | 88,772.9 | 268 | 1.1 | 141,669.1 | 1,595.9 | 5.0 |
| อาเซียน | 4,435,617 | 616,613.7 | 139 | 1.4 | 2,311,314.7 | 3,748.4 | 5.7 |

ที่มา : สำนักงานเลขาธิการอาเซียน

โครงสร้างประชากร โครงสร้างอายุประชากรของประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยรวมมีความคล้ายคลึงกัน โดยประชากรส่วนใหญ่ ในแต่ละประเทศอยู่ในวัยหนุ่มสาว และวัยทำงาน (มีอายุระหว่าง 15-64 ปี) ทั้งประชากรวัยทำงานมีสัดส่วนราว ร้อยละ 70 ของประชากรทั้งหมดในอาเซียน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มีนัยสำคัญกล่าวคือประชากรวัยทำงานเป็นกลุ่มผู้บริโภค ที่มีกำลังซื้อสูงและพร้อมทดลองสินค้าใหม่ๆ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่ตอบสนองกลยุทธ์ทางการตลาดได้เป็นอย่างดี สินค้าที่น่าสนใจในการทำตลาดใน AEC เช่น สินค้าในหมวดยานยนต์ คอมพิวเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งสินค้าที่มีความแปลกใหม่และดึงดูดให้มีการทดลองใช้รายได้ประชากรต่อคนต่อปี ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญมากเช่นกัน เพราะบ่งบอกถึงกำลังซื้อในประเทศนั้นถึงคโปรและบรูในจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง สะท้อนถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ของทั้งสองประเทศ นิยมบริโภคสินค้าที่มีตราสินค้าจากต่างประเทศ รวมทั้งสินค้าที่อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน โดยคำนึงถึงคุณภาพและความทันสมัยของสินค้าเป็นสำคัญขณะที่มาเลเซียจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง-สูง ผู้บริโภคชาวมาเลเซียส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน จะให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอันดับแรกสะท้อนได้จากการใช้จ่ายซื้อสินค้าดังกล่าวในระดับสูง เมื่อเทียบกับรายจ่ายด้านอื่นๆ นอกจากนี้อาหารสำเร็จรูปและอาหารพร้อมรับประทานยังได้รับความนิยมมากขึ้นตามวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้นสำหรับอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และลาว จัดอยู่ในกลุ่ม ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง-ต่ำ ขณะที่กัมพูชา และพม่า จัดอยู่ในประเทศที่มีรายได้น้อย ทำให้ผู้บริโภคในประเทศเหล่านี้กำลังซื้อไม่สูง จึงไม่นิยมบริโภคสินค้านำเข้าที่มีราคาสูง โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน

สำหรับประเทศที่มีสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสูงสุดเมื่อเทียบกับ GDP ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ($\approx 74\%$) เวียดนาม ($\approx 67\%$) อินโดนีเซีย ($\approx 59\%$) ไทย ($\approx 55\%$) มาเลเซีย ($\approx 50\%$) และสิงคโปร์ ($\approx 41\%$)

โดยสาขาที่ไทยมีความพร้อมและมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง ได้แก่ สาขาผลิตภัณฑ์อาหารยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงสาขาบริการ เช่น การท่องเที่ยว บริการสุขภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศและแรงงานที่มีฝีมือแต่แรงงานฝีมือก็อาจมีการเคลื่อนย้ายไปสิงคโปร์ มาเลเซีย เพราะให้ค่าตอบแทนสูงกว่า โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV ซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม เป็นตลาดส่งออก ที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ เนื่องจากเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหม่และการแข่งขันยังไม่รุนแรงมาก โดยควรวางกลยุทธ์การเจาะตลาดด้วย

การส่งออกสินค้าที่มีราคาไม่สูงนัก ประกอบกับผู้บริโภคในประเทศดังกล่าวนิยมบริโภคสินค้า นำเข้าจากประเทศไทย เนื่องจากมองว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาไม่สูงมาก ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยสามารถอาศัยความได้เปรียบจากความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าหลากหลาย ประเภท และสร้างโอกาสในการส่งออกสินค้าไปตลาด AEC โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV โดยใช้ ประโยชน์จากการเป็นตลาดเดียว โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าไทยที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง เช่น อาหาร สินค้าเกษตรแปรรูป เป็นต้น

การเปิดเสรีการค้าบริการกำลังได้รับการดำเนินการต่อจากการค้าสินค้า ซึ่งการเปิดเสรี บริการนี้จะนำไปสู่การเปิดเสรีการลงทุนและการเคลื่อนย้ายแรงงานภายในอาเซียน โดยมีข้อตกลง ให้นักลงทุนอาเซียนสามารถถือหุ้นได้เพิ่มขึ้นถึง 70% สาขาบริการที่กำหนดให้เปิดเสรีก่อน ได้แก่ บริการสารสนเทศและสื่อสาร (ICT) บริการสุขภาพ การท่องเที่ยว และการขนส่งทางอากาศ ในขณะที่บริการลอจิสติกส์เปิดในปี 2556 และบริการอื่นๆ ในปี 2558

ธุรกิจของไทยจะได้รับโอกาสในการขยายการลงทุนไปยังชาติอาเซียนอื่น โดยเฉพาะ อย่างยิ่งใน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย เนื่องจากประเทศเหล่านี้จำกัดสัดส่วนการถือหุ้น ของต่างชาติอยู่ที่ 30% 40% และ 49% การเพิ่มเพดานสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติเป็นการเพิ่ม โอกาสให้ธุรกิจไทยเข้าไปเจาะตลาดในประเทศเหล่านี้ในขณะที่สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชานั้นเปิด โอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนได้มากอยู่แล้ว

อย่างไรก็ตามการเพิ่มเพดานสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติอาจเป็นเรื่องยากใน การบังคับใช้เนื่องจากในทางปฏิบัติ มีกฎ และกติกามากมายในแต่ละประเทศ ที่เป็นอุปสรรคต่อการ เพิ่มขึ้นของการลงทุน ตัวอย่างที่ชัดเจน อาทิ สิทธิในการถือครองที่ดินของต่างชาติ ซึ่งยังถูกจำกัด อยู่ โดยในบางประเทศปรับตัวโดยการให้ต่างชาติเช่าที่ดินแบบระยะยาว นอกจากนี้ ยังมีกฎ ข้อบังคับอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง อาทิ มีการกำหนดการลงทุนขั้นต่ำวิธีการและประเภทของการลงทุน สัดส่วนของคณะกรรมการบริหารบริษัทที่จำเป็นต้องมีคนไทยในประเทศอยู่ในคณะกรรมการด้วยการ ตรวจสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจและเงื่อนไขบังคับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ธุรกิจบริการที่ทำกำไรได้มาก จัดได้ว่ามีศักยภาพพอควรในการเริ่มต้นใช้โอกาส จากการเปิดเสรี จากรายงานพบว่าประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย มีผลกำไรจาก การประกอบธุรกิจ ด้านบริการค่อนข้างสูง จากสถิติพบว่า มาเลเซียและสิงคโปร์มี กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อม ราคา และค่าใช้จ่ายตัดจ่าย (EBITDA) สูงที่สุด ในกรณีของมาเลเซีย ได้แก่ ธุรกิจโฆษณาการพิมพ์ การบริการทางอินเทอร์เน็ตและซอฟต์แวร์ เป็นต้น ในกรณีของสิงคโปร์ ได้แก่ธุรกิจค้าปลีก คอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ ห้างสรรพสินค้า และการพิมพ์

อุปสรรคต่อการลงทุนของชาวต่างชาติในธุรกิจค้าปลีก ของประเทศอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม

การเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่ AEC ที่ผ่านมามีข้อข้างล่าช้าและไม่เห็นผลชัดเจนเท่าที่ควร ซึ่งอาจจะส่งผลทำให้การปรับตัวของธุรกิจมีไม่มากนัก เพราะแม้แต่การลดอัตราภาษีสินค้านำเข้าเหลือ 0% ตามข้อตกลงเขตการค้าเสรี (AFTA) ก็ใช้เวลากว่า 17 ปี ในขณะที่การเปิดเสรีด้านการค้าบริการซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ปี 2539 ปัจจุบันยังล่าช้ากว่าเป้าหมาย เพราะแม้แต่สาขาบริการเร่งรัด 4 สาขา ที่จะให้นักลงทุนอาเซียนถือหุ้นได้ถึง 70% ในปี 2553 นั้น ถึงวันนี้ยังมีหลายประเทศที่ยืดหยุ่นออกไป

การขยายการลงทุนไปสู่ประเทศต่างๆ ในอาเซียนเริ่มเป็นที่สนใจมากขึ้น มีความตื่นตัวทั้งภาครัฐและเอกชน แต่ที่ผ่านมามีการลงทุนมักถูกมองในแง่ของโอกาสที่จะมีค่าจ้างแรงงานต่ำ แต่มีติดปัญหาและอุปสรรคซึ่งมีอยู่มากยังเป็นที่ยอมรับในวงจำกัดที่ผ่านมามีธุรกิจไทยขนาดกลางจำนวนมากแสดงความสนใจออกไปลงทุนต่างประเทศโดยเฉพาะในประเทศแถบอาเซียนและเอเชียอื่น แต่ยอมรับว่าการไปลงทุนดังกล่าวไม่สามารถเกิดขึ้นง่ายๆ โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV ที่ยังมีปัญหาว่ากฎกติกาการลงทุนไม่ชัดเจน สิทธิประโยชน์ไม่จูงใจ รวมถึงความไม่พร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น กรณีพม่าแม้จะมีต้นทุนค่าแรงต่ำ แต่การขนส่งระหว่างเมืองก็ทำได้ค่อนข้างลำบากขาดแคลนไฟฟ้า ดังนั้นการลงทุนจึงกระจุกตัวอยู่ในเฉพาะภาคกลางที่โครงสร้างพื้นฐานใช้ได้ มีแรงงานเพียงพอ ขณะที่ปัญหาเดียวกันก็ทำให้การลงทุนในกัมพูชากระจุกอยู่ในพนมเปญ และเกาะกงอุปสรรคสำหรับผู้ลงทุนอีกประการ คือ การต้องใช้เวลาหาและศึกษาพันธมิตรทางธุรกิจนานพอสมควร

โอกาสของไทยในการออกไปลงทุนจะอยู่ที่กลุ่ม CLMV และอินโดนีเซีย เป็นหลัก ซึ่งจากการเปรียบเทียบเรื่องชี้ความน่าสนใจในการลงทุน จะเห็นว่าแต่ละประเทศมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันไป แต่จากการเปรียบเทียบแต่ละประเทศแล้วพบหลายประเด็นที่ผู้ประกอบการไทยต้องระมัดระวัง เช่น กรณีต้นทุนสาธารณูปโภคพื้นฐาน พบว่ากัมพูชามีค่าไฟฟ้าค่อนข้างสูง และบางประเทศคิดค่าสาธารณูปโภคสำหรับบุคคลหรือนิติบุคคลที่ไม่ได้มีถิ่นฐานอยู่ (Non-residential) คนละอัตรากับบุคคลหรือนิติบุคคลที่มีถิ่นฐานอยู่ (Residential) อาทิ ค่าน้ำประปาของลาว หากมองจากต้นทุนค่าจ้าง แมื่กัมพูชาและพม่าที่น่าสนใจที่สุด แต่ก็มีอุปสรรคคือต้นทุนแฝงที่มาจากความไม่พร้อมของระบบสาธารณูปโภคผู้ประกอบการไทยยังต้องพิจารณาปัจจัยสำคัญอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น

ระบบภาษีกฎระเบียบการค้าการลงทุนของแต่ละประเทศ ซึ่งเป็นข้อจำกัดการค้าการลงทุนสำหรับบางธุรกิจ เช่น อินโดนีเซียมีกฎระเบียบปกป้อง SMEs บางสาขา เช่น การห้ามต่างชาติทำกิจการค้าปลีกขนาดเล็ก รวมถึงอุปสรรคอื่นๆ เช่น ค่าเช่าที่ดินที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องในเวียดนามและพม่า โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เช่น โฮจิมินห์ ฮานอย ย่างกุ้ง และมันตะเลย์

1. อินโดนีเซีย

อินโดนีเซียถือเป็นตลาดขนาดใหญ่ เพราะมีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ อันดับ 3 ในเอเชียและใหญ่ที่สุดในอาเซียน ในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึง 6% แม้จะชะลอตัวลงในช่วงปีที่ผ่านมา รายงานศึกษาของ บริษัท McKinsey ปี 2555 แสดงข้อมูลว่า ชนชั้นกลางในอินโดนีเซียจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2553 ประมาณว่า มีชนชั้นกลางประมาณ 45 ล้านคน และจะขยายเป็น 135 ล้านคนในปี 2573 โดยเฉลี่ยในปัจจุบันคนอินโดนีเซียมีรายได้ต่อหัวประมาณ 3,500 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และในประชากรทั้งหมดมีประชากรที่อยู่ในเมืองขนาดใหญ่ที่มีขนาดเศรษฐกิจขนาดกลางถึงใหญ่ คิดเป็น 53% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งกลุ่มประชากรดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนถึง 73% ของ GDP ความต้องการบริโภคในสังคมอินโดนีเซียจะทยอยเพิ่มขึ้นเรื่อยตามอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของชนชั้นกลาง รวมทั้งคนรุ่นใหม่ที่นิยมสินค้าแบรนด์เนมทานอาหารนอกบ้าน ซื้อสินค้าและบริการในห้างสรรพสินค้า จึงคาดได้ว่า ธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Modern store จะเป็นหนึ่งในธุรกิจที่น่าจะมีการขยายตัวอย่างมาก ทั้งนี้ รายงานการศึกษาของลิงคโพร้คาดการณ์ว่าการค้าปลีกในอินโดนีเซียจะเติบโตขึ้น 12.9% ในช่วงปี 2556 – 2560

จากรายงาน The 2013 Global Retail Development Index (GRDI) วิเคราะห์ความเสี่ยงทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจของอินโดนีเซียอยู่ในระดับปานกลาง และเป็นตลาดที่ยังไม่มีความอิ่มตัว ตลาดการค้าปลีกจำพวกอาหารและเครื่องดื่มมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด โดย Food Service มีมูลค่า 36 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ปี 2554) มีอัตราเติบโตเฉลี่ย 2.8% Modern Grocery Retail (Hypermarket, Supermarket, Convenience store, Minimarket) มีมูลค่า 33 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ปี 2554) มีอัตราเฉลี่ยเติบโตถึง 13.3% ส่วนการค้าปลีกประเภทสินค้าแฟชั่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน มีมูลค่าอยู่ที่ 22 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ปี 2554) มีอัตราเติบโตเฉลี่ย 2.9% ซึ่งคาดการณ์ว่าสินค้าแฟชั่นและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นสองประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยมและเติบโตสูงในภายในปี 2559

ระบบค้าปลีกอิน โดนีเซียเป็นสาขาอ่อนไหว และรัฐบาลพยายามสงวนไว้ให้ผู้ประกอบการภายในประเทศ จะเห็นได้จากอิน โดนีเซียไม่เปิดสาขาค้าปลีกในความตกลงการค้าบริการอาเซียน (AFAS) และเป็นสาขาที่กำหนดไว้ใน Negative List ของอิน โดนีเซียว่าจะต้องถือครองโดยกลุ่มทุนในประเทศ 100% ยกเว้นหากเป็นค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้าที่มีพื้นที่มากกว่า 2,000 ตรม. หรือ mini market พื้นที่มากกว่า 400 ตรม. อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากได้ อย่างไรก็ตามที่ผ่านมายังไม่มีกฎระเบียบเฉพาะที่กำกับเรื่องค้าปลีก แต่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ เช่น การกำหนด Zoning ของห้างค้าปลีก เป็นต้น แต่รัฐบาลก็พยายามวางกฎเกณฑ์ในเรื่องดังกล่าว ในช่วงปี 2555 -2556เป็นช่วงสำคัญที่รัฐบาลออกกฎระเบียบที่มีผลต่อระบบการค้าปลีกและธุรกิจ Franchise ในอิน โดนีเซีย ดังนี้

1.1 กฎหมายว่าด้วยแฟรนไชส์

กฎหมายหลักของอิน โดนีเซีย ที่ใช้ควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์ในอิน โดนีเซีย ได้แก่ Government Regulation No.42 ซึ่งกฎหมายดังกล่าว รวมถึงธุรกิจ modern store และห้างสรรพสินค้าด้วย ซึ่งต่อมากระทรวงการค้าได้ออกกฎระเบียบเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนให้เกิดขึ้นส่วนความร่วมมือระหว่างเจ้าของธุรกิจขนาดใหญ่กับ SMEs ภายในประเทศ รวมทั้ง ส่งเสริมให้เกิดการใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้แก่ประชาชน ซึ่งกฎระเบียบที่สำคัญ ได้แก่ กฎกระทรวงการค้าเลขที่ 53/2012 ว่าด้วยการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ และกฎกระทรวงการค้าเลขที่ 68/2012 ว่าด้วยการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ประเภท Modern Store รวมถึง กฎกระทรวงการค้าเลขที่ 07/2012 ว่าด้วยการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สาระสำคัญของกฎระเบียบในธุรกิจแฟรนไชส์ มีดังนี้

1.1.1 ผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์จะต้องใช้วัตถุดิบหรือสินค้าท้องถิ่นอย่างน้อย 80%

1.1.2 ผู้เป็นเจ้าของแฟรนไชส์จะต้องพิจารณาให้ SMEs ในท้องถิ่นเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนในการประกอบการด้วย

1.1.3 ผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์จะถูกจำกัดไม่ให้ขยายสาขาเกิน 150 แห่ง สำหรับ Modern Store และไม่เกิน 250 แห่งสำหรับแฟรนไชส์อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งอาจส่งผลให้นักลงทุนที่ประสงค์จะดำเนินการเองทั้งหมด (company – owned) ทั่วประเทศอิน โดนีเซียติดปัญหาการจำกัดการขยายสาขา

1.1.4 ผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ต้องประกอบธุรกิจให้สอดคล้องกับใบอนุญาต กล่าวคือ ถ้าขอใบอนุญาตประเภทอาหารและเครื่องดื่มจะต้องจำหน่ายสินค้าในประเภทนี้ หากจะดำเนินกิจกรรมอื่นเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักสามารถทำได้ไม่เกิน 10% ของจำนวนสินค้าที่ขายได้ (ข้อกำหนดเกี่ยวกับ 10% ยังไม่มีความชัดเจนเนื่องจากการตีความว่า 10% ของจำนวนสินค้าที่วางขายทั้งหมด และตีความว่า 10% ของสินค้าที่ขายได้)

1.1.5 หลักเกณฑ์ข้างต้นเกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น (1.1) จำนวนร้าน (1.3) อาจขอยกเว้นได้ อย่างไรก็ตามเกณฑ์ในชั้นนี้ ยังไม่มีความชัดเจนว่าจะคิดคำนวณอย่างไร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักลงทุนยังสามารถเจรจาเพื่อหาทางออกได้ เช่น การยืนยันว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องนำเข้าทั้งหมด เป็นต้น

1.2 กฎหมายเกี่ยวกับค่าปลีก

เมื่อวันที่ 12 ธ.ค. 2556 อินโดนีเซีย ออกกฎหมายค่าปลีกฉบับใหม่ เพื่อใช้กำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกให้เข้มงวดยิ่งขึ้น ได้แก่ กฎกระทรวงการค้าเลขที่ 70/2013 ซึ่งน่าจะมีผลใช้บังคับประมาณ มิ.ย. 2557 โดยกฎหมายดังกล่าวมีสาระคล้ายคลึงกับกฎหมายแฟรนไชส์ คือการสนับสนุนและคุ้มครองผู้ประกอบการภายในประเทศ เช่น การบังคับให้ใช้วัตถุดิบหรือสินค้าบริการในท้องถิ่นอย่างน้อย 80% การเป็นหุ้นส่วนกับ SMEs หรือผู้ประกอบการท้องถิ่น การกำหนดจำนวนสาขาไว้ไม่เกิน 150 ร้าน สำหรับ Modern Store นอกจากนี้ หากจะดำเนินกิจกรรมอื่นเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักสามารถทำได้ไม่เกิน 10% ของจำนวนสินค้าที่จำหน่าย ซึ่งข้อกำหนดที่กล่าวมาข้างต้นมีข้อยกเว้นที่คล้ายคลึงกับกฎหมายแฟรนไชส์ที่แก้ไขใหม่ แต่มีข้อกำหนดที่แตกต่าง คือการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของธุรกิจ Modern Store สามารถมีสินค้าภายใต้แบรนด์ของตนเองได้ไม่เกิน 15% ของจำนวนสินค้าที่ขายได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตามต้องพิจารณาใช้สินค้าของ SMEs ก่อน และสาเหตุสำคัญที่รัฐบาลประกาศใช้กฎกระทรวงการค้าฉบับนี้ เพราะมีธุรกิจค้าปลีกหลายรายหลีกเลี่ยงกฎหมายแฟรนไชส์โดยอาศัยช่องว่างของกฎหมายให้เป็นประโยชน์

นอกจากนี้ อินโดนีเซียให้การคุ้มครองแรงงานค่อนข้างมาก เช่น การจ่ายเงินทดแทนกรณีลูกจ้างออกจากงานในอัตราที่สูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นเช่น กรณีลูกจ้างทำผิดและบริษัทไล่ออกก็ต้องจ่ายเงินชดเชยถึง 14 เดือน ถ้าลูกจ้างนั้นทำงานกับบริษัทนานเกิน 10 ปี เป็นต้น ด้านสวัสดิการ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำของแรงงานของชาวอินโดนีเซียแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่นายจ้างยังต้องจ่ายเงินค่าประกันสังคมและประกันสุขภาพให้ลูกจ้างด้วย ในอัตรา 3.7% ของค่าจ้าง ส่วนลูกจ้างสมทบ 2% ของค่าจ้าง ดังนั้น การลงทุนในต่างประเทศ แม้อัตราค่าจ้างแรงงานจะต่ำ

แต่ควรคำนึงถึงรายจ่ายอื่นตามกฎหมายแรงงานกำหนดด้วยส่วนการนำเข้าแรงงานจากต่างชาติ มีข้อจำกัดค่อนข้างมาก ต้องระบุตำแหน่งงานให้ตรงกับรายการที่ Investment Coordinating Board (BKPM) อนุญาตและในอนาคตอาจต้องสอบภาษาอินโดนีเซียด้วย

2. พม่า

พม่าเป็นประเทศ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีประชากรราว 60 ล้านคน ประกอบกับการผ่อนปรนมาตรการคว่ำบาตรของชาติตะวันตก ได้ส่งผลให้พม่ากลายเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจในการเข้าไปลงทุนของนักธุรกิจจากประเทศต่างๆ ทั้งชาติตะวันตก ญี่ปุ่น และอาเซียน เพราะตระหนักดีว่าพม่ามีศักยภาพและโอกาสที่เศรษฐกิจจะเจริญเติบโตได้อีกมาก โอกาสการขยายการลงทุนในพม่าของนักลงทุนไทย ยังคงเปิดกว้างอีกมาก เนื่องจากพม่าเป็นตลาดขนาดใหญ่และยังไม่สามารถผลิตสินค้าต่างๆ ที่จำเป็นได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้ง เป็นประเทศที่มีสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ศาสนา และวิถีชีวิตคล้ายคลึงกับไทย นิยมบริโภคสินค้าไทยและเชื่อมั่นว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ

เมื่อวันที่ 31 ม.ค. 2556 Myanmar Investment Commission (MIC) ได้ออกคำสั่ง 2 ฉบับ กำหนดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ (ฉบับวันที่ 2 พ.ย. 2555) โดยคำสั่งหมายเลข 1/2013 กำหนดรายละเอียดกิจกรรมทางเศรษฐกิจสาขาต่างๆ ที่ไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาติดำเนินการในพม่า หรือให้ดำเนินการได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด สรุปได้ดังนี้

2.1 สาขาที่ห้ามต่างชาติดำเนินการ 21 สาขา ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติ กิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขอนามัยของประชาชน รวมถึงสาขาที่เป็นผลประโยชน์หลักของชาติ เช่น การสำรวจ ทดสอบ และผลิตอัญมณี การทำเหมืองแร่ในเขตพื้นที่ทางเดินเรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต โลหะ การแจกจ่ายและขายกระแสไฟฟ้า และสื่อสิ่งพิมพ์ในภาษาพม่า เป็นต้น

2.2 สาขาที่ต่างชาติต้องดำเนินการร่วมกับบริษัทชาวพม่าในรูปแบบบริษัทร่วมทุนรวม 42 สาขา อาทิ การผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ผสม อาหารที่มีส่วนประกอบของข้าวโพชอาหารกระป๋อง เครื่องดื่ม น้ำแข็ง น้ำดื่ม พลาสติก รองเท้า กระเป๋ที่ทำจากหนังแท้ กระดาษผลิตภัณฑ์เคมีจากธรรมชาติ สารไวไฟ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (สะพาน ถนน สะพานลอยทางใต้ดิน) สนามกอล์ฟฟริสพอร์ตมาตรฐานสากล อสังหาริมทรัพย์ การบริการขนส่งทางอากาศทั้งในและต่างประเทศ และการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.3 สาขาที่อนุญาตให้ต่างชาติดำเนินกิจการภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด อาทิ

2.3.1 ต้องได้รับความเห็นชอบจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับกิจการดังกล่าว

2.3.2 กำหนดให้ต้องร่วมทุนกับรัฐบาลเท่านั้น อาทิ บริการเดินเรือทะเลเลขงต่างชาติ การขนส่งทางเรือในประเทศ เหมือนถ่านหิน การก่อสร้างอาคารและบริการที่เกี่ยวข้อง กิจการที่เกี่ยวข้องกับแร่หายาก แร่ยุทธศาสตร์ และอัญมณี

2.3.3 กำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของสากล เช่น มาตรฐาน ASEAN MRA (การออกแบบก่อสร้างอาคาร โรงงาน การผลิตวัสดุก่อสร้างแบบ pre-fabrication) มาตรฐาน GAHP GMP HACCP ในกิจการด้านปศุสัตว์ ยา

2.3.4 กำหนดให้ต้องผ่านการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม (PES EIA SIA) ในกิจการเหมืองแร่ การสำรวจขุดเจาะน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ การก่อสร้างขนาดใหญ่ การผลิตรถยนต์ต่อเรือ เคมี กระดาษ ซีเมนต์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไฟฟ้า และอื่นๆ

2.3.5 กำหนดให้ทำในรูป Build Operate Transfer (BOT) เท่านั้น อาทิ การก่อสร้างอาคารพาณิชย์สำนักงานให้เช่าขนาดใหญ่ที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของทั้งหมด และการผลิตและขายพลังงานไฟฟ้าที่ใช้พลังงานน้ำและถ่านหิน

2.3.6 กำหนดสัดส่วนวัตถุดิบในประเทศที่ต้องใช้ เช่น การผลิตน้ำมันจากพืชและสัตว์ เครื่องดื่ม บุหรี่ น้ำหอม เครื่องสำอาง

2.3.7 กำหนดสัดส่วนการลงทุนของต่างชาติและคนพม่า อาทิ

2.3.7.1 กิจการป่าไม้ ให้ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 25% - 45%

2.3.7.2 การผลิตวารสารนิตยสารเฉพาะทางที่เป็นภาษาต่างประเทศ คนพม่าต้องถือหุ้น 51% และ 2 ใน 3 ของพนักงานหลักๆ ต้องเป็นชาวพม่า

2.3.7.3 กิจการสปา ต่างชาติสามารถถือครองกิจการได้ 100% เฉพาะในการดำเนินกิจการ โรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป

2.3.7.4 กิจการค้าปลีกขนาดใหญ่ ชาวพม่าต้องถือหุ้นไม่ต่ำกว่า 40%

2.3.8 กำหนดระยะเวลาอนุญาตการประกอบการ เช่น การทำเหมืองแร่ขนาดใหญ่อนุญาต 15 ปี ต่ออายุได้ 4 ครั้งๆ ละ 5 ปี การเลี้ยงหอยมุกอนุญาต 15 ปี ต่ออายุได้ 2 ครั้งๆ ละ 5 ปี

2.3.9 กำหนดช่วงเวลาให้เริ่มดำเนินการ เช่น กิจการค้าปลีกขนาดใหญ่จะเริ่มดำเนินการได้ภายหลังปี 2558 เท่านั้น (นอกเหนือจากเงื่อนไขการร่วมทุนกับชาวพม่า)

การนำเข้าและส่งออกสินค้าในพม่า

1. ผู้ทำธุรกิจนำเข้าและส่งออกสินค้าจะต้องขอขึ้นจดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและส่งออกที่สำนักทะเบียนนำเข้า-ส่งออก กรมการค้าพาณิชย์ สำหรับรวมระยะเวลา 3 ปี
 2. คุณสมบัติของผู้ที่สามารถยื่นขอจดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและส่งออก มีดังนี้
 - 2.1 บุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติพม่าหรือแปลงสัญชาติเป็นพม่า
 - 2.2 ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทที่จัดตั้งขึ้นในพม่า
 - 2.3 ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทร่วมทุนที่จัดตั้งภายใต้กฎหมายการลงทุนต่างประเทศของพม่า
 - 2.4 สหกรณ์ที่จดทะเบียนภายใต้กฎหมายสหกรณ์ ปี 2533 ของพม่า
 3. สิทธิของผู้จดทะเบียนนำเข้าส่งออก
 - 3.1 สามารถส่งออกสินค้าได้ทุกชนิด ยกเว้น ไม้สัก น้ำมัน ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ ไข่มุก หยก อัญมณี และสินค้าอื่น ๆ ที่ระบุว่าสามารถดำเนินการได้โดยหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ แต่เพียงผู้เดียว
 - 3.2 สามารถนำเข้าสินค้าได้ทุกชนิดตามเงื่อนไขของกฎระเบียบที่ระบุไว้ ยกเว้นสินค้าที่เป็นสินค้าห้ามนำเข้า
 - 3.3 สามารถจำหน่ายสินค้าในตลาดภายในประเทศได้
 - 3.4 สามารถยื่นขอหนังสือเดินทางประกอบธุรกิจไปต่างประเทศได้
- รัฐบาลพม่าจะอนุญาตให้เฉพาะบุคคล หรือนิติบุคคลที่มีสัญชาติพม่าเท่านั้น เป็นผู้นำเข้าและส่งออก ซึ่งเป็นธุรกรรมสำคัญสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกที่ต้องการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจในประเทศพม่าเนื่องจากสินค้าอุปโภคบริโภคที่ผลิตในประเทศพม่า ยังมีอยู่จำกัดและไม่มี ความหลากหลาย ดังนั้น การนำเข้าสินค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการทำตลาด การเข้าไปลงทุนธุรกิจค้าปลีกของนักลงทุนต่างชาติในพม่าขณะนี้ จึงยังทำไม่ได้เต็มรูปแบบ เช่น กรณีของห้างสรรพสินค้า Parkson ของประเทศมาเลเซีย ได้เข้าไปทำธุรกิจห้างสรรพสินค้าในพม่าทางอ้อมโดยจดทะเบียนทำธุรกิจด้านบริหารจัดการ
- ถ้าหากบริษัทไทยยังไม่คุ้นเคยกับการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศโดยตรงบริษัทในพม่าสามารถเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้านำเข้า หรือรับซื้อแฟรนไชส์จากธุรกิจไทย เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าและทดลองตลาดในเบื้องต้น

อุปสรรคของการพัฒนาตลาดพม่า คือ พม่ายังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง และทันสมัย ทำให้ขาดข้อมูลด้านการตลาด รวมทั้งการเงินของพม่าและยังมีอุปสรรคอีกหลายประการที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางธุรกิจ เช่น ปัญหาขาดแคลนไฟฟ้า ปัญหาถนนหนทางที่ขาดการพัฒนา ปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ และปัญหาความล่าช้าของระบบสถาบันการเงินที่อาจล้มครอนได้ หากไม่สามารถรองรับปริมาณเม็ดเงินที่เข้ามาอย่างรวดเร็วได้ทัน นอกจากนี้ นักลงทุนยังต้องเผชิญกับความท้าทายที่เป็นผลพวงจากการปฏิรูปประเทศ นั่นคือ ต้นทุนแอบแฝง ทั้งที่เกิดจากข้อกำหนดในแง่สิทธิประโยชน์และสวัสดิการด้านแรงงานที่เอื้อต่อลูกจ้างมากขึ้น และที่เกิดจากราคาเช่าที่ดินที่พุ่งสูงขึ้นหลายเท่าตัวเมื่อเปรียบเทียบกับเมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น ย่างกุ้ง และมัณฑะเลย์ เป็นต้น โดยนักลงทุนไทยที่ต้องการเข้าสู่ตลาดพม่า จะต้องตระหนักถึงอุปสรรคและความท้าทายดังกล่าว เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในพม่าให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

3. เวียดนาม

หากกล่าวถึงประเทศเวียดนาม คนทั่วไปอาจจะนึกถึงประเทศที่ล่าช้าและยังขาดการพัฒนา แต่หากมองในโอกาสของการลงทุนแล้วอาจกล่าวได้ว่าประเทศเวียดนามเป็นหนึ่งในประเทศที่น่าลงทุนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่มีประชากรเป็นอันดับ 3 ของอาเซียนและอันดับ 13 ของโลก นอกเหนือจากนี้ประเทศเวียดนามยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ และปัจจัยอื่นๆอีกเป็นจำนวนมากที่สำคัญต่อการลงทุน

ประเทศเวียดนามมีค่าแรงถูกเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของค่าแรงในภูมิภาค โดยค่าแรงเฉลี่ยต่อเดือนตกอยู่ที่ 2,900 บาทต่อเดือน ซึ่งต่ำกว่า 9,000 บาทต่อเดือน ของภูมิภาค อีกทั้งยังเป็นแรงงานที่มีคุณภาพสัดส่วนอัตราการรู้หนังสือของแรงงานอยู่ที่ 94% ของแรงงานทั้งหมด นอกเหนือจากนี้ประเทศเวียดนามยังมีปริมาณแรงงานจำนวนมากรวมทั้งสิ้น 47.41 ล้านคน คิดเป็น 69% ของประชากรทั้งประเทศ

หลังจากที่เวียดนามได้ยกเลิกข้อห้ามนักลงทุนต่างชาติลงทุนในสาขาค้าปลีก และจัดจำหน่าย โดยให้ถือหุ้นได้ในสัดส่วน 100% เมื่อปี 2552 ประกอบกับเวียดนามเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตสูง จากจำนวนประชากรกว่า 90 ล้านคน อีกทั้งกำลังซื้อของคนเวียดนามที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ทำให้เวียดนามกลายเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายของนักลงทุนต่างชาติ ไม่เว้นแม้แต่คนไทย

แม้ว่าเวียดนามจะเผชิญกับภาวะเงินเฟ้อ และการขาดดุลทางการค้า แต่ถึงกระนั้น นักลงทุนส่วนใหญ่มองว่า เวียดนามยังคงเป็นประเทศที่น่าสนใจในการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจที่เน้นจับตลาดผู้บริโภคในประเทศ อย่างธุรกิจค้าปลีกที่นับว่าเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพ และมีโอกาสในการเติบโตสูง โดยในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2556 ค่าปลีกเวียดนามมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 51,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 13.3% (year over year) ซึ่งไม่แตกต่างมากจากภาพการเติบโตในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ที่ธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามขยายตัวเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 19.5% หรือมีมูลค่าตลาดกว่า 9,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการเปิดเสรี AEC

ปัจจัยเสี่ยงของนักลงทุน

ประเทศเวียดนามมีจุดอ่อนที่กฎระเบียบและกฎหมายที่ยังไม่คงที่แตกต่างกันไปแต่ละพื้นที่ ตัวอย่างเช่น อัตราภาษีที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่นอาจทำให้นักลงทุนเกิดความสับสนได้ เหตุดังกล่าวเกิดจากการที่รัฐบาลส่วนกลางกระจายอำนาจให้ส่วนภูมิภาค และมีส่วนร่วมตัดสินใจในการบริหารนโยบายเศรษฐกิจ อีกทั้งกำแพงภาษี และการกีดกันทางการค้ารูปแบบต่างๆ ยังคงมีอยู่ในประเทศเวียดนามสร้างความลังเลใจและเพิ่มความเสี่ยงให้กับผู้ที่เข้ามาลงทุน

จุดอ่อนอีกข้อที่สำคัญ คือ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากขาดการสนับสนุนงบประมาณของภาครัฐ ทำให้ระบบขนส่งทางบกของเวียดนามยังมีปัญหาไม่ว่าจะเป็นระบบรถไฟหรือถนน ยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา ทำให้ต้องพึ่งพาการขนส่งทางเรือ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าสำหรับการกระจายสินค้าไปยังบางพื้นที่หรือการส่งออกไปยังต่างประเทศปัจจัยภายนอกที่สำคัญ คือ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศเวียดนาม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนย้ายแรงงานมีฝีมืออย่างเสรีที่จะช่วยลดปัญหาการขาดแคลนผู้บริหารจัดการที่ประเทศเวียดนามกำลังประสบ หรือจะเป็นการเปิดเสรีการค้าอย่างสมบูรณ์ก็จะทำให้การกีดกันทางการค้าต่างๆหมดไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อทั้งในเชิงบวก ขณะเดียวกันก็สร้างแรงผลักดันให้ประเทศเวียดนามพัฒนาต่อไป

การทำธุรกิจจัดจำหน่าย หรือเปิดร้านค้าปลีก จะต้องทำการขอใบอนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐของเวียดนาม หรือถ้าจะมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้น ก็จะต้องได้รับอนุญาตจากทางการเวียดนาม ก่อนกระบวนการตามระบบราชการมีความล่าช้าและยุ่งยาก ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการค้า เช่น การขอใบอนุญาตต่างๆมีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก

แพร่หลายนอกจากนี้เวียดนามยังได้นำมาตรการการทดสอบตามความจำเป็นทางเศรษฐกิจ (Economic Needs Test: ENT) ซึ่งเป็นมาตรการกีดกันการเข้าสู่ตลาด มาใช้กับกับการอนุญาตการจัดตั้งทางพาณิชย์ (Commercial Presence) และการอนุญาตการเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดาเพื่อการค้าบริการ (Movement of Natural Person) ของธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง สำหรับการเปิดสาขาเพิ่มขึ้น โดยอาศัยข้อกำหนดที่อยู่บนพื้นฐานของขอบเขตความจำเป็นทางเศรษฐกิจ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการให้บริการของอุตสาหกรรมภายในประเทศ

แนวคิดของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่ได้ขยายธุรกิจไปต่างประเทศ

นอกจากผู้ประกอบการค้าปลีกจะตั้งรับกับการเปลี่ยนแปลงและการเข้ามาของกลุ่มแข่งที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นแล้ว ผู้ประกอบการค้าปลีกของไทยก็มีโอกาสที่จะนำพาธุรกิจค้าปลีกของไทยไปเจาะตลาดอาเซียนด้วยเช่นกัน ซึ่งหากมีการเตรียมความพร้อมที่ดี กล้าที่จะรุกออกสู่ตลาดอาเซียน การเปิด AEC ในปี 2558 ถือเป็นช่องทางสำคัญที่จะทำให้ค้าปลีกของไทยมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก แต่สิ่งสำคัญจะต้องมีผู้นำทั้งภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐต้องจัดตั้งหน่วยงานในแนวทางเดียวกับองค์กรส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น หรือ เจโทร เพื่ออำนวยความสะดวกและสนับสนุนข้อมูลการค้า ขณะที่การรุกรกลงทุนของเอกชนรายใหญ่จะเป็นการนำร่องให้กับคู่ค้า เช่น การเปิดห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ทำให้คู่ค้า 7,000-9,000 ราย สามารถเปิดตลาดตามได้ทันที

1. กลุ่มเซ็นทรัล

กลุ่มเซ็นทรัล เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ในประเทศไทย มีขยายการลงทุนไปต่างประเทศ กลุ่มเซ็นทรัล ขยายธุรกิจไปจีนครั้งแรกเมื่อปี 2553 ต่อมาในปี 2554 เข้าซื้อกิจการห้างสรรพสินค้าเก่าแก่ที่อิตาลี ลา รินาเซนเต้ และปี 2558 เตรียมเปิดศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาในมาเลเซีย รวมถึงการเตรียมเปิดห้างสรรพสินค้าเครือเซ็นทรัลในอินโดนีเซีย ปี 2557

การซื้อธุรกิจห้างสรรพสินค้าในอิตาลี มีวัตถุประสงค์เพื่อนำแบรนด์ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ คือ เพื่อการขยายสาขา การเปิดสาขาในต่างประเทศทำให้กลุ่มเซ็นทรัล เป็นที่รู้จักมากขึ้น ไม่ต้องเริ่มต้นใหม่ในการสร้างแบรนด์เซ็นทรัล เพื่อไปแข่งกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในระดับโลก เพราะสามารถเอาจุดแข็งของห้างนี้เข้าไปแข่งขันได้เลย ได้ความสัมพันธ์ทางธุรกิจเพื่อติดต่อกับแบรนด์ระดับโลกต่างๆ และยังส่งผลไปถึงกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ในเครือถึงแม้การลงทุนในต่างประเทศ

จะเต็มไปด้วยโอกาสแต่ก็มีปัญหาอื่นๆ มากด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะที่เกิดจากความแตกต่างด้านวัฒนธรรมและภาษารวมถึงการสรรหาบุคลากรที่มาเป็นผู้นำขององค์กรในต่างประเทศ

กลุ่มเซ็นทรัล ได้ให้กลุ่มบริหารเดิมเป็นผู้บริหารต่อไป เนื่องจากมองเห็นว่าห้างท้องถิ่นในแต่ละประเทศ ที่มีคนท้องถิ่นบริหารน่าจะเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดีกว่าคนต่างชาติ ซึ่งการทำธุรกิจแบบนี้หัวใจสำคัญ คือ การเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้ ซึ่งในอนาคตกลุ่มเซ็นทรัล ก็มีแผนที่จะมองหาพันธมิตรในลักษณะเดียวกันนี้

นอกจากนี้ กลุ่มเซ็นทรัล มีนโยบายการนำสินค้าของไทยออกไปต่างประเทศด้วยกันโดยจะเป็นต้นแบบในการสร้างความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนอื่นๆ ในการสนับสนุนสินค้าไทยออกสู่ตลาดโลกในอนาคต เป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าไทยให้อยู่ในระดับโลกโดยผ่านช่องทางขายไปยังประเทศต่างๆ อาทิ จีน อินโดนีเซีย เวียดนาม พม่า มาเลเซีย และเคนมาร์ก และที่จะขยายไปอีก 5-10 ปีข้างหน้า

2. ซีพีออลล์

เครือซีพีเองมีเป้าหมายชัดเจนที่จะเป็น “ครัวของโลก” ดังนั้น เครือซีพีจึงได้ขยายการลงทุนไปในหลายประเทศ รวมถึงในอาเซียน ไม่ว่าจะเป็น มาเลเซีย เวียดนาม กัมพูชา ลาว พม่า ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ซึ่งการลงทุนในอาเซียนนั้น ซีพีทำมานาน มีการขยายการลงทุนไปอินโดนีเซีย มานานกว่า 40 ปี เวียดนาม 20 กว่าปี และพม่า กว่า 15 ปี ซึ่งธุรกิจที่ไปลงทุนมีหลากหลาย ตั้งแต่ โรงงานอาหารสัตว์ การเลี้ยงไก่ การเลี้ยงหมู การเลี้ยงปลา การเลี้ยงกุ้ง รวมไปถึงการจัดจำหน่าย ค้าปลีก

กลยุทธ์การเติบโตของเครือซีพี ในแต่ละประเทศจะคล้ายกัน คือเริ่มในสิ่งที่ถนัด มีความพร้อมทางเทคโนโลยีและกำลังคน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งเครือซีพีเลือกที่จะลงทุนด้านต้นน้ำอันได้แก่ อาหารสัตว์ พันธุ์สัตว์ ต่อเมื่อฐานธุรกิจนั้นมั่นคงแล้วจึงค่อยขยายออกไปสู่ธุรกิจปลายน้ำที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น นั่นก็คือ อาหารของมนุษย์ เครือซีพีขยายการลงทุนไปประเทศพม่าตั้งแต่ปี 2539 โดยเริ่มลงทุนด้านการเกษตรก่อน ตามมาด้วยกิจการอาหารสัตว์ ไก่พันธุ์ และในช่วงหลังก็เริ่มผลิตอาหารเพื่อการบริโภค เช่น ไข่กรอบ ลูกชิ้น ไก่ย่างห้าดาว

แผนขับเคลื่อนกิจการค้าปลีก-ค้าส่ง ในภูมิภาคอาเซียนของเครือซีพี อยู่ระหว่างวางโครงข่ายธุรกิจ เพื่อเตรียมพร้อมบุกตลาดในพื้นที่เมื่อโอกาสมาถึง โดยเฉพาะการเข้าซื้อกิจการศูนย์ค้าส่งแบบชำระเงินสดและบริการตนเอง (แม็คโคร) มูลค่า 1.88 แสนล้านบาท ของซีพีออลล์ เจ้าของเครือข่ายร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ธุรกิจเครือซีพี เพื่อใช้เป็นช่องทางนำสินค้าจาก

ประเทศไทยโดยเฉพาะสินค้าจากผู้ผลิตขนาดเล็กและขนาดกลางและสินค้าผลิตผลทางการเกษตรของไทย รวมถึงสินค้าประเภทอาหารแช่แข็งและอาหารสดไปจำหน่ายในประเทศกลุ่มอาเซียน และช่วยให้ผู้ประกอบการรายเล็ก รายกลาง และเกษตรกรไทยมีช่องทางจำหน่ายสินค้า สามารถแข่งขันได้

บริษัทซีฟู้ดอลล์ มีการพัฒนาโมเดลธุรกิจหลายประเภทในการขยายสาขา โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งอยู่ระหว่างเจรจาขอสิทธิประกอบการในประเทศจีน 1 โชน รวมทั้งมีความสนใจขยายตลาดในแถบประเทศเพื่อนบ้านทั้งลาว กัมพูชา พม่า และเวียดนาม ซึ่งสามารถขยายกิจการคู่ขนานทั้งค้าปลีก และค้าส่งผ่านธุรกิจค้าส่งแม่โคร ซึ่งสามารถขยายสาขาภายใต้แบรนด์แม่โคร ได้ทันที ซีฟู้ดอลล์ ได้สิทธิในการใช้แบรนด์แม่โครออกไปขยายสาขาทั่วเอเชีย 11 ประเทศและประเทศโดยรอบ รวมทั้งยังสามารถขยายสาขาห้างค้าปลีกไปได้ทั่วโลก โดยใช้ไนว์ฮาวของแม่โคร แต่ไม่สามารถใช้แบรนด์แม่โครได้เป็นการแก้ปัญหาการขอไลเซนส์ กับบริษัทแม่ของเซเว่นอีเลฟเว่น นอกจากนี้ ยังคาดว่าจะเป็นการเกื้อหนุนในเชิงยุทธศาสตร์และเปิดตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในประเทศไทย มีทั้งร้านขนาดใหญ่ กลาง เล็ก รวมทั้งร้านเดี่ยวที่ตั้งแยกออกมา (stand-alone) สามารถจอร์จได้ นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจสนับสนุนอื่นๆ เช่น ร้านกาแฟ เบเกอรี่ หนังสือ รวมถึงธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ ที่สามารถประยุกต์สอดคล้องกับแต่ละทำเล

พอร์ตธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งของกลุ่มซีฟู้ดใหญ่ขึ้นในทันที นับเป็นหนึ่งในรายใหญ่ของเอเชียซึ่งจะทำให้การขับเคลื่อนธุรกิจเปิดตลาดในภูมิภาคมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยพลังแห่งเครือข่ายสำหรับ โอกาสขยายตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะเวียดนาม ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีประชากรมาก ลักษณะการซื้อขายเป็นร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional trade) สอดคล้องกับรูปแบบของแม่โครที่มุ่งขายส่ง ขณะที่กลุ่มซีฟู้ด มีฐานธุรกิจที่เข้มแข็งมากในเวียดนาม สามารถผลักดันให้แม่โครเปิดสาขาได้อย่างมีประสิทธิภาพ คาดว่าจะมีสาขาให้บริการ 2 แห่งในปี 2557

3. เครือสหพัฒน์

นโยบายของเครือสหพัฒน์ มุ่งให้บริษัทในเครือเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)ในปี 2558 ทั้งนี้สหพัฒน์มีผลิตภัณฑ์จำนวนมากที่มีศักยภาพและความพร้อมในการเข้าไปลงทุนและทำตลาด อาทิ อาหาร เครื่องสำอาง เสื้อผ้า เป็นต้น ประกอบกับผู้บริโภคในอาเซียนก็มีความคุ้นเคยกับสินค้าไทยอยู่แล้วสหพัฒน์ได้ส่งสินค้าไปขายแล้วที่อินโดนีเซีย และพม่า ขณะที่ข้อจำกัดของไทย คือ การแข่งขันในเรื่องต้นทุนและราคา

สินค้าที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะต้นทุนด้านค่าแรงของไทยที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับขณะนี้การขยายการลงทุนในประเทศเป็นไปได้ค่อนข้างยาก โดยเฉพาะสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชา ที่พื้นที่เต็มหมดแล้ว ดังนั้น การขยายการลงทุนไปต่างประเทศ จะเป็นการทดแทน และเพื่อขยายตลาดไปประเทศเพื่อนบ้านหลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งไทยถือว่าได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลาง ทั้งทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ และบริการพื้นฐานการเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านก็ช่วยลดต้นทุนดังกล่าวได้ ซึ่งการที่เครือสหพัฒน์จะเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนหนึ่งยังใช้เป็นฐานการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น ยุโรปด้วย

ขณะนี้สหพัฒน์ ได้ขยายการลงทุนไปยังประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน เช่น พม่า ลาว เวียดนาม โดยเฉพาะที่พม่า ได้เริ่มดำเนินการไปบ้างแล้วสำหรับ โรงงานอุตสาหกรรมที่จะไปตั้งในระยะแรกจะเป็นประเภทอาหาร และสิ่งทอ สำหรับอาหารทางสหพัฒน์มีตลาดอยู่แล้ว เพียงแต่ปรับในเรื่องของรสชาติให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคในพม่า ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ จะเป็นสินค้าแบรนด์ที่รู้จักกันอยู่แล้ว

เพื่อเป็นการรองรับการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน ในปี 2558 บริษัทในเครือได้ร่วมทุนกับกลุ่มเอ็มเค ของประเทศพม่า จัดตั้งบริษัท ไทเกอร์ เมียนมาร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจโลจิสติกส์ ในประเทศพม่า ขณะนี้อยู่ระหว่างการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท และการจัดหาที่ดินเพื่อก่อสร้างคลังสินค้า โดยทางกลุ่มเอ็มเคจะถือหุ้นในสัดส่วน 60% บริษัทถือหุ้น 40% เบื้องต้นบริษัทดังกล่าวจะจัดจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มเอ็มเค ที่ปัจจุบันเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าในกลุ่มไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล ของเครือสหพัฒน์ในประเทศพม่าด้วย โดยอนาคตจะมีการเชื่อมการขนส่งระหว่างไทเกอร์ในประเทศไทยกับบริษัทในพม่าผ่านด่านชายแดนแม่สาย

เครือสหพัฒน์ ยังได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจบริการมากขึ้น ซึ่งจะช่วยผสานธุรกิจ (integrated) ในเครือได้ และถือเป็นแนวโน้มการทำธุรกิจที่สำคัญในการที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอด โดยจะต้องมีช่องทางจำหน่ายที่หลากหลายที่สำคัญการมีธุรกิจค้าปลีกจะช่วยสร้างฐานข้อมูลผู้บริโภคให้กับเครือได้เป็นอย่างดี ซึ่งที่ผ่านมาเครือสหพัฒน์ได้จับมือกับผู้ค้าญี่ปุ่นรายใหญ่ ทั้ง มิตซูบิชิ อีโคโนมิค ซูมิโตโม คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป รวมถึงบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด เปิดสถานีซ้อป ชาเนล รวมไปถึงการผนึกฐานสะดวกซื้ออันดับสองของผู้ประกอบการอย่าง ลอว์สัน อิงค์ เจแปน เปิดร้านสะดวกซื้อ ลอว์สัน 108 เป็นต้น การรุกธุรกิจค้าปลีกเพื่อความอยู่รอด เพราะหมายถึงการมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง

การที่เครือข่ายพัฒนา ร่วมลงทุนกับกลุ่มลอว์สัน อิงค์ ญี่ปุ่น จัดตั้งบริษัท สห ลอว์สัน จำกัด ขึ้นมาเพื่อรื้อตลาดร้านสะดวกซื้อในไทยในนาม ร้านลอว์สัน 108 กับร้าน 108 ซอปนั้น เพื่อต้องการสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจค้าปลีกร้านสะดวกซื้อของสหพัฒนา เนื่องจากในตลาด คู่แข่งใหญ่อย่างแบรนค์เซเว่นอีเลฟเว่นก็อยู่ภายใต้กลุ่มซีพีที่แข็งแกร่ง หรือร้านแฟมิลีมาร์ทที่เป็น ญี่ปุ่นเหมือนกันก็อยู่ในกลุ่มเซ็นทรัลที่แข็งแกร่งเช่นกัน การลงทุนครั้งนี้เป็นระยะยาว ไม่ได้มองแค่ปัจจุบัน การร่วมทุนกับลอว์สันมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้ค้าปลีกของกลุ่มสหพัฒนาแข็งแกร่ง

4. เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ (บีเจซี)

ความพยายามขยายเครือข่ายค้าปลีกของเบอร์ลี่ยุคเกอร์ โดยมีเป้าหมายเพื่อที่ ต้องการหาช่องทางกระจายสินค้าให้กว้างขวางที่สุดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแก้เงื่อนไขและการ เรียกเก็บค่าธรรมเนียมต่างๆ ในอัตราสูงจากบริษัทค้าปลีกรายใหญ่ที่เหลือเพียงไม่กี่ราย ขณะเดียวกัน บีเจซีใช้กลยุทธ์ขยายเครือข่ายร้านค้าปลีกเข้าไปในเวียดนาม เจาะตลาดอาเซียน กลุ่ม CLMV รองรับการขายการเติบโตทั้งเบอร์ลี่ยุคเกอร์และไทยเบฟเวอเรจ ซึ่งมีสินค้ากลุ่ม เครื่องดื่ม ทั้งแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์อีกเป็นจำนวนมาก

ในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี บีเจซีเจรจาซื้อกิจการตั้งบริษัท ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) และบริษัท ไทอัน เวียดนาม จอยท์สต็อก บริษัทกระจายสินค้าขนาดใหญ่ ในเวียดนามเหนือ และเวียดนามกลาง รวมทั้งร่วมมือกับบริษัท ภูเก็ตกรุ๊ป ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายและ กระจายสินค้ารายใหญ่ในเวียดนาม มีเครือข่ายร้านโชห่วย เข้าซื้อกิจการร้านสะดวกซื้อแฟมิลีมาร์ท ในเวียดนาม โดยวางแผนเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “บีสมาร์ท” (B’s mart) เนื่องจากกลุ่มทุนญี่ปุ่น มีเงื่อนไขว่าการซื้อกิจการดังกล่าว บีเจซีจะไม่สามารถใช้แบรนค์แฟมิลีมาร์ทในการขยายสาขาไป 17 ประเทศ ที่อิโตซู คอร์ปอเรชัน ประเทศญี่ปุ่น ดำเนินกิจการอยู่ได้เวียดนามจึงถือเป็นจุด ยุทธศาสตร์สำคัญของบีเจซีและไทยเบฟเวอเรจ ในการขยายตลาดค้าปลีกในอาเซียน นอกเหนือจาก การร่วมมือกับกลุ่มเอฟแอนด์เอ็นเจาะกลุ่มประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งตามแผน เบื้องต้นจะเปิดร้านบีสมาร์ท ครอบคลุม 300 สาขา ภายในปี 2558 และตั้งเป้าเป็นเซนร้านสะดวกซื้อ รายใหญ่ในเวียดนาม รวมถึงตลาดอาเซียนและกลับเข้ามาบุกตลาดไทยในอนาคต

การรุกขยายธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบร้านค้าสะดวกซื้อครั้งนี้ ส่งผลให้การดำเนิน ธุรกิจของบีเจซี ในเวียดนามสมบูรณ์แบบ ทั้งธุรกิจต้นน้ำ ได้แก่ โรงงานผลิตขวดแก้วที่ใหญ่ที่สุดใน เวียดนาม ภายใต้ชื่อบริษัท โอ-ไอ บีเจซี เวียดนาม กล้าส จำกัด โรงงานผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม ภายใต้ชื่อบริษัท ทีพีซี-บอล เบฟเวอเรจ แคน เวียดนาม จำกัด โรงงานผลิตกระดาษทิชชู เป็นต้น

ส่วนธุรกิจกลางน้ำ มีบริษัท ไทยคอร์ป อินเตอร์เนชั่นแนล (เวียดนาม) ผู้จัดจำหน่ายและกระจายสินค้ารายใหญ่ในเวียดนาม และบริษัท ไทอัน เวียดนาม จอยท์สต็อก ผู้จัดจำหน่ายนำเข้า ส่งออก ค้าปลีก ค้าส่ง สินค้าอุปโภคบริโภคครอบคลุม 63 จังหวัด ในเวียดนามเหนือ และมีลูกค้าเป็นผู้ค้าส่งกว่า 2,500 ราย และผู้ค้าปลีกอีกหลายหมื่นรายทั่วประเทศ

ขณะที่ค้าปลีกถือเป็นธุรกิจปลายน้ำ ซึ่งก่อนหน้านี้บีเจซี มีแผนร่วมกับไทยคอร์ป ลงทุนก่อสร้างห้างสรรพสินค้าในเวียดนาม ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการศึกษารูปแบบ และล่าสุดการเปิดปีสมาร์ต ในรูปแบบร้านค้าสะดวกซื้อ ซึ่งถือเป็นช่องทางกระจายสินค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด

ก่อนหน้านี้ บีเจซีมีความต้องการที่จะขยายธุรกิจค้าปลีกในเมืองไทย เห็นได้จากการร่วมเข้าซื้อกิจการของคาร์ฟูร์เมื่อหลายปีก่อน รวมทั้งร้านแฟมิลี่ มาร์ทในเมืองไทยด้วย ซึ่งเมื่อพลาดทั้ง 2 แแบรนด์ บีเจซี จึงหันไปพัฒนาแบรนด์ของตนเองขึ้น ภายใต้ชื่อ BJC's Mart แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่าใดนัก เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในไทยมีการแข่งขันที่สูง โดยเฉพาะค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ที่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ และมีการบริหารจัดการที่ดีขณะที่เมื่อเทียบกับธุรกิจค้าปลีกในเวียดนาม จะพบว่า แม้เวียดนามจะมีผู้ประกอบการค้าปลีกทั้งจากต่างชาติและผู้ประกอบการท้องถิ่นจำนวนมาก แต่จะพบว่า ธุรกิจค้าปลีกในเวียดนามในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 19.5% โดยเฉพาะในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2556 ค้าปลีกเวียดนามมีการขยายตัว 13.3% ซึ่งค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับไทยที่ครึ่งปีเติบโต 5% -10% เท่านั้น ขณะที่ในอีก 3 ปีข้างหน้ามีการคาดการณ์ว่าการขยายตัวของภาคค้าปลีกของเวียดนาม จะเติบโต 8.5% ต่อปี ซึ่งถือเป็นตัวเลขที่สูงและส่งสัญญาณให้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

5. อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์

อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ร่วมทุนกับกลุ่มทุนค้าปลีกแห่งเอเชีย “อ็อน กรุ๊ป” โดยร่วมทุนกับ AEON CO (M) BHD เพื่อขยายตลาดค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศมาเลเซีย ภายใต้บริษัท AEON INDEX LIVING SDN BHD แบ่งสัดส่วนการถือหุ้นระหว่างอินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์และอ็อนที่ 30% และ 70% พร้อมนำแบรนด์ Index Living Mall สู่อุตสาหกรรม Regional Brand

หลังจากที่อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ ได้ดำเนินกลยุทธ์ด้วยการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ มาตั้งแต่ ปี 2552 จนถึงปัจจุบันมีสาขาในต่างประเทศทั้งสิ้น 8 สาขา ซึ่งครอบคลุมในตลาดตะวันออกกลาง และเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดภูมิภาคอาเซียน มีอินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ 1 สาขาที่โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม และอินเด็กซ์ เฟอร์นิเจอร์ เซ็นเตอร์ 7 สาขา กระจายอยู่ใน

ประเทศเวียดนาม พม่า ลาว และเนปาล รูปแบบการลงทุนในตลาดต่างประเทศที่ผ่านมา มี 2 รูปแบบหลัก คือ การส่งออก และการขายแฟรนไชส์ให้แก่กลุ่มทุน หรือพาร์ตเนอร์ในประเทศนั้น โดยใช้ปัจจัยด้านกำลังซื้อ และความต้องการของลูกค้า ควบคู่กับปัจจัยด้านคู่แข่ง ทำเลที่ตั้ง และศักยภาพของกลุ่มทุนเพื่อนำมาวิเคราะห์การลงทุน

จากความสำเร็จของการขยายตลาดในต่างประเทศ และทิศทาง การดำเนินธุรกิจของบริษัท ภายใต้ Growth Strategy และ Strategic Alliance เพื่อก้าวสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบ จึงได้เกิดการลงทุนในลักษณะของการร่วมทุนขึ้นเป็นครั้งแรก โดยร่วมกันจัดตั้งบริษัท อีออน อินเด็กซ์ ลิฟวิ้ง (AEON INDEX LIVING SDN BHD) ขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้านในประเทศมาเลเซีย

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจร่วมทุนกับ อีออน กรุ๊ป นอกจากความพร้อมด้านเงินทุน ในฐานะของกลุ่มทุนรายใหญ่จากประเทศญี่ปุ่นแล้ว ยังเล็งเห็นจุดแข็ง และศักยภาพของอีออน ในฐานะของผู้นำธุรกิจค้าปลีกที่มีสาขาครอบคลุมเป็นอันดับ 1 ทั่วประเทศมาเลเซีย ทำให้เข้าใจความต้องการของตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน ในขณะเดียวกัน อินเด็กซ์ลิฟวิ้งมอลล์ เองมีจุดแข็งด้านความสามารถในการผลิต และความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ทั้งในระดับประเทศ และระหว่างประเทศมาอย่างยาวนาน

การร่วมทุนในครั้งนี้ทางอินเด็กซ์ฯ คาดว่าจะสร้างโอกาสในการขยายส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เพิ่มความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) ซึ่งจะสร้างผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้นตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของทั้ง 2 ฝ่าย รวมทั้งเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างแบรนด์ Index Living Mall ให้เป็น Regional Brand ในตลาดเฟอร์นิเจอร์รายแรกของอาเซียน เพื่อรองรับการเกิดขึ้นของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ข้อมูลเผยแพร่เกี่ยวกับประสบการณ์การขยายธุรกิจไปต่างประเทศ ของผู้ประกอบการค้าปลีกของไทย

การต่อต้านจากผู้ประกอบการในท้องถิ่น

กลุ่มเซ็นทรัล ได้ประกาศชะลอแผนการลงทุนในจีน โดยเฉพาะการเปิดห้างสรรพสินค้าในประเทศจีนนั้นถือว่ายังไม่ประสบความสำเร็จ และการทำตลาดเป็นไปอย่างยากลำบาก ซึ่งสาขาแรกที่เปิดนั้นตั้งอยู่ในศูนย์การค้ามิคซ์ซี เมืองหังโจว มณฑลเจ้อเจียง มีร้านค้าเปิดให้บริการภายในห้างเพียง 70% เท่านั้น หลังจากร้านค้าต่างๆ ที่เป็นคู่แข่งกับห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ถูกบังคับไม่ให้จำหน่ายสินค้าในห้างเซ็นทรัล แต่บริษัทก็ยังคงเปิดดำเนินการในตลาดดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง แต่จะต้องชะลอแผนการลงทุนในประเทศจีน จากเดิมที่ตั้งเป้าขยายสาขาในประเทศจีนให้ครบ 40 แห่ง ภายใน 10 ปี

ในการเข้าไปเปิดห้างค้าปลีกในประเทศจีน บริษัทไม่คาดว่าจะเจอสถานการณ์การสกัดกั้นสินค้าจากห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ ที่สำคัญสถานการณ์ดังกล่าวยังเป็นบทเรียนให้บริษัทจะต้องพิจารณาการลงทุน โดยทยอยเปิดสาขาในต่างประเทศ ซึ่งบริษัทจะเข้าไปลงทุนเปิดห้างในประเทศอินโดนีเซียด้วย เพราะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง และบริษัทถือว่าเข้าไปขยายธุรกิจช้า เนื่องจากมีห้างค้าปลีกหลายแบรนด์ที่เข้าไปก่อนแล้ว จึงต้องมีการพูดคุยกับแบรนด์สินค้าต่างๆ ที่เป็นพันธมิตรในไทยให้ช่วยสนับสนุนเซ็นทรัลในประเทศอินโดนีเซีย ด้วยการขยายธุรกิจไปต่างประเทศเอกชนต้องการให้รัฐบาลจัดตั้งหน่วยงานเหมือนกับองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (เจโทร) เพื่อช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไทยและให้ข้อมูลต่างๆ เพราะในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เอกชนต้องศึกษากฎเกณฑ์และระเบียบการลงทุนเองทั้งหมด และยังคงเผชิญกับความไม่แน่นอนต่างๆ ในแต่ละประเทศด้วย

ทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) แจ้งว่าผู้ประกอบการค้าในประเทศพม่า นำเครื่องหมายการค้าผงซักฟอกชื่อ "โปร" ของบริษัทขึ้นจดทะเบียนคุ้มครอง ทำให้ได้รับความเสียหายและกำลังดำเนินการร้องเรียน โดยบริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) จำกัด ต้องดำเนินการส่งเรื่องโต้แย้งต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา และหน่วยงานรัฐของพม่าว่าเป็นสินค้าของไทย และมีการจดสิทธิบัตรในไทยและมีขายในไทยมากกว่า 10 ปีแล้วรวมทั้งจดสิทธิบัตรในพม่าด้วยซึ่งเป็นตัวอย่างของผู้ประกอบการไทยที่จะจัดส่งสินค้าไปขาย ควรมีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

คุ้มครองไว้ก่อน อย่างไรก็ตาม บริษัทไทยค่อนข้างเสียเปรียบ เพราะกฎหมายของพม่าค่อนข้างดูแล และคุ้มครองผู้ประกอบการในประเทศ

เอกสารกรรมสิทธิ์ที่ดิน

ขณะนี้ รัฐบาลพม่ากำลังจัดทำผังเมือง จัดโซนนิ่งเพื่อ

1. จัดระเบียบ เพราะมีการเก็งกำไรที่ดินกันมากในขณะนี้
2. จะเก็บภาษี เนื่องจากอัตราที่เอกชนไปยื่นขอเสียภาษี กับราคาซื้อขาย มีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก

อดีตเลขาธิการสภาธุรกิจไทย-พม่า กล่าวเตือนนักลงทุนไทยที่จะไปลงทุนที่พม่า ควรต้องตรวจสอบหาข้อมูลที่มาที่ไปของที่ดินที่จะไปลงทุน คนไทยส่วนใหญ่ไปลงทุนในพม่า ในรูปแบบ 1. แบบอุตสาหกรรม 2. แบบพาณิชย์กรรม ถ้าอุตสาหกรรมจะเป็นพื้นที่รอบนอก มักจะเป็นเขตนิคมอุตสาหกรรม อาทิ ทิลาวา จะมีเอกสารสิทธิ์ค่อนข้างชัดเจนควรระมัดระวังเรื่องของบุคคลที่นำที่ดินมาขาย เป็นการซื้อต่อหรือไม่ หรือซื้อโดยตรงจากนิคมอุตสาหกรรม ทั้งนี้ นิคมอุตสาหกรรมในพม่ามีมากถึง 20 กว่าแห่ง จึงควรพิจารณาเลือกนิคมอุตสาหกรรมและมีการตรวจสอบอย่างรอบคอบ เนื่องจากมีการออกเอกสารซ้ำซ้อนกันมากมาย โดยเฉพาะนิคมอุตสาหกรรมที่อยู่ในเขตเมือง

นักธุรกิจที่ต้องไปลงทุนที่ดิน สร้างโรงงาน โรงแรม ห้างสรรพสินค้า หากไม่ได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินอย่างแท้จริงเมื่อรัฐบาลจะทำการเวนคืนย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างแน่นอน กรมที่ดินพม่า ทำทั้งผังเมืองและไม่มีระบบไอที จึงมีการออกเอกสารซ้ำซ้อนกัน ที่ดินของพม่าแบ่งเป็น 2 ประเภท ที่ดินเกือบทั้งหมดเป็นของรัฐบาล และที่ที่รัฐบาลขายให้เอกชนพม่า หากซื้อที่ดินจากรัฐบาลต้องไปดูเอกสารสิทธิ์ว่าหน่วยงานใดเป็นผู้ออก หากซื้อจากนอกพื้นที่ย่างกุ้ง ควรตรวจสอบว่าหน่วยงานนั้นได้รับอนุญาตจากรัฐบาลกลางให้ออกเอกสารสิทธิ์ หรือหากซื้อจากเอกชน ต้องตรวจสอบว่าเอกชนรายนั้นได้เอกสารสิทธิ์มาอย่างไร บางทีอาจเป็นไปได้ว่าผู้ขายได้เอกสารไม่ถูกต้องมาตั้งแต่ต้น มีการออกเอกสารซ้ำซ้อน จากประสบการณ์ที่เคยทำสัญญาเช่าตึก ต่อมาได้พบว่า มีผู้แสดงตนว่ามีเอกสารสิทธิ์จำนวนสองคน ต่างคนต่างมีเอกสารสิทธิ์ครอบครอง

สรุป

การรวมตัวทางเศรษฐกิจของสมาชิกอาเซียน ซึ่งครอบคลุมการเปิดเสรีและอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายเงินทุนการเคลื่อนย้ายแรงงานนั้น ทำให้ประเทศในอาเซียนเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดนักลงทุนจากทุกมุมโลก ไม่เว้นแม้กระทั่งนักลงทุนจากประเทศในอาเซียนด้วยกันเอง ซึ่งถือเป็นโอกาสในการขยายตลาดออกไปสู่ประเทศอื่นๆ

ผู้ประกอบการควรเริ่มต้นจากวัตถุประสงค์ของการที่จะขยายการลงทุนไปต่างประเทศ กลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ และศึกษาข้อมูลในระดับมหภาคของแต่ละประเทศ เพื่อพิจารณาหาประเทศที่น่าสนใจในการที่จะเข้าไปลงทุน อย่างไรก็ตาม การศึกษาเพียงข้อมูลของแต่ละประเทศในระดับมหภาคนั้น คงไม่เพียงพอในการที่จะตัดสินใจ เนื่องจากแต่ละประเทศมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม การศึกษา ศาสนา ลักษณะภูมิประเทศ กฎระเบียบ ข้อกฎหมายต่างๆ ฯลฯ นอกจากนี้ การขยายการลงทุนไปต่างประเทศนั้น มีค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นค่อนข้างสูง เช่น ค่าที่ปรึกษากฎหมาย ภาษี ดังนั้น จึงควรหาข้อมูลในเชิงลึกและประเมินศักยภาพของตนเองในการตัดสินใจว่าจะเข้าไปสู่ตลาดต่างประเทศหรือไม่หรือจะเข้าไปในรูปแบบใด

ธุรกิจค้าปลีกในหลายประเทศของอาเซียนยังคงเป็นสาขาที่อ่อนไหว และรัฐบาลต้องการสงวนไว้ให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศจึงยังไม่มีเปิดเสรีให้กับนักลงทุนต่างชาติอย่างเต็มที่ ถึงแม้จะมีการกำจัดการทางภาษี แต่ก็ยังมีมาตรการที่มิใช่ทางภาษีบังคับใช้อยู่ และอาจนำมาซึ่งข้อจำกัดหรือความยุ่งยากในการขยายกิจการต่อไปในอนาคต และส่งผลถึงการลงทุนที่ไม่คุ้มค่าในภายหลัง

บทที่ 4

การเตรียมตัวของผู้ประกอบการในการเข้าไปลงทุนเริ่มแรก

การเตรียมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของไทยในการขยายธุรกิจ และการเข้าไปลงทุนเริ่มแรกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการจากประเทศไทยเริ่มมีการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ ซึ่งในระยะแรกจะมีแต่เป็นบริษัทไทยที่มีขนาดใหญ่ขยายการลงทุนไปสู่ภูมิภาค ต่อมาจึงเริ่มมีบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมออกไปลงทุนยังต่างประเทศบ้าง บริษัทเหล่านี้ประสบปัญหาแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทใหญ่มีแนวโน้มที่จะเป็นที่รู้จัก จึงได้รับการยอมรับและความร่วมมือจากต่างประเทศ ทำให้ดำเนินธุรกิจได้ง่ายและคล่องตัวมากกว่า ในขณะที่บริษัทขนาดเล็กยังมีข้อจำกัดในด้านนี้ จึงจำเป็นต้องตระหนักความจริงประการหนึ่งที่ว่า เครือข่ายทางธุรกิจและสายสัมพันธ์นั้นมีความสำคัญพอๆ กับความรู้ความชำนาญในการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการควรเฝ้าหาความรู้ ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้สามารถรู้เท่าทันและปรับตัวได้ทันทั่วทั้งที่ สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง นอกจากนี้ ภาคเอกชนไทยควรปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจเฉพาะภายในประเทศ เป็นการมองภาพตลาดอาเซียน 10 ประเทศ ก่อนจะขยายไปในระดับภูมิภาคและตลาดโลก โดยต้องไม่หยุดนิ่งในการแสวงหาโอกาสทางการค้าและการลงทุนอยู่ตลอดเวลา และอย่ากลัวกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่าตั้งรับเพื่อรอการบุกของคนอื่นอย่างเดียว ควรมีมาตรการรองรับทั้งในเชิงรุกและเชิงรับเพื่อรักษาฐานตลาดเดิมของตนเองไว้

เชิงรุก

1. ศึกษาเสาะหาแหล่งวัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีความได้เปรียบด้านราคาและคุณภาพ
2. สร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนา Brand ของไทยให้เป็นที่ยอมรับ
3. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศอาเซียนอื่น เพื่อใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบในการแข่งขันของหุ้นส่วนในพันธมิตร

เชิงรับ

1. เรียนรู้คู่แข่ง (จุดอ่อน-จุดแข็ง) ทั้งในประเทศและประเทศอาเซียนอื่น
2. ศึกษาธรรมเนียม พฤติกรรม และแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคสินค้าและบริการ
3. ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ (ต้นทุนและคุณภาพ)
4. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในองค์กร

แต่ทั้งนี้ไม่ว่าผู้ประกอบการตัดสินใจจะออกไปลงทุนต่างประเทศ หรือรักษารฐานตลาดของตนเอง ผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมในเรื่องของบุคลากร ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการเตรียมตัว การเข้าไปสำรวจตลาดจริง การเปิดโอกาสให้คนในอาเซียนมาร่วมงานมากขึ้น และการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนว่าธุรกิจจะเติบโตไปกับอาเซียนอย่างไร ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ภาคธุรกิจไทยควรเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กำลังจะมาถึงนี้

จากแนวโน้มการขยายตัวของภาคธุรกิจท่องเที่ยวอาเซียน นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะกระตุ้นให้ภาคธุรกิจค้าปลีกมีแนวโน้มขยายตัวตามไปด้วย เนื่องจากการจับจ่ายใช้สอยนับเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยศักยภาพของตลาดค้าปลีกในหลายประเทศในอาเซียน เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสนใจขยายช่องทางธุรกิจเข้าไปแสวงหาโอกาสทางการตลาดในประเทศเหล่านี้ แต่การดำเนินธุรกิจในลักษณะของการออกไปตั้งร้านค้าปลีกในอาเซียนนั้นก็อาจจะไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เนื่องจากยังมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ และยิ่งถ้าเป็นนักลงทุนต่างชาติด้วยแล้วนั้น การเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือความเชื่อชาตินิยมในโครงสร้างของธุรกิจค้าปลีกในแต่ละประเทศอาจจะเสียเปรียบผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือต้องใช้ระยะเวลานานในการศึกษาทำความเข้าใจ นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจค้าปลีกให้ประสบความสำเร็จ โดยส่วนใหญ่แล้วจะต้องเป็นผู้ประกอบการที่เชี่ยวชาญในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทพาณิชย์กรรมควบคู่ไปด้วย ซึ่งในหลายประเทศการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังต้องอาศัยเครือข่ายผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นสำคัญ ดังนั้น สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในลำดับต้นๆ เพื่อให้ธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จมากที่สุด ต้องศึกษาธรรมเนียมและพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละประเทศในอาเซียน การเรียนรู้และเข้าใจในรสนิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละประเทศในอาเซียนได้ก่อน นับเป็นความได้เปรียบของผู้ประกอบการที่สนใจจะขยายธุรกิจในอาเซียน ทำให้สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอาเซียนได้

นอกจากนี้ ท่าเลที่ตั้งนับเป็นปัจจัยสำคัญของการทำธุรกิจค้าปลีก ผู้ประกอบการควรมองหาทำเลที่เหมาะสมกับธุรกิจ ซึ่งแต่ละธุรกิจก็จะมีทำเลที่เหมาะสมแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น ย่านศูนย์การค้า ชุมชน อยู่ใกล้แหล่งวัดดูดิบ เป็นต้น

ศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจ โอกาสในการดำเนินธุรกิจในตลาดค้าปลีกของแต่ละประเทศในอาเซียนอาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและระดับรายได้ของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ อาทิ ประเทศที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีรายได้ไม่สูงนัก ผู้ประกอบการอาจจะไม่จำเป็นต้องออกไปตั้งเป็นร้านค้า แต่อาจจะดำเนินการในลักษณะของการส่งสินค้าให้กับผู้ประกอบการค้าปลีกหรือผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่น และให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการต่อไป เช่น ในกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว และพม่า

สำหรับประเทศที่ประชากรในเขตเมืองบางกลุ่มเริ่มมีกำลังซื้อสูงขึ้น และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเปลี่ยนไปเป็นแบบสังคมเมืองซึ่งนิยมความทันสมัยมากขึ้น แม้ตลาดโดยรวมยังไม่ใหญ่นัก แต่ก็อาจใช้รูปแบบการจัดตั้งร้านค้าปลีกในลักษณะไลฟ์สไตล์มอลล์ หรือสเปเชียลตีส์โตร์ ที่ใช้ขนาดพื้นที่ไม่ใหญ่นัก แต่ตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของคนที่มีรายได้ค่อนข้างดี โดยตั้งในพื้นที่ที่มีศักยภาพ อาทิ เวียดนาม ในกรณีประเทศที่มีตลาดค้าปลีกขนาดใหญ่ การลงทุนจัดตั้งร้านค้าปลีกในขนาดใหญ่ขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า อาจมีความน่าสนใจ แต่สิ่งที่จะต้องคำนึงคือการแข่งขันที่อาจรุนแรงในตลาดของประเทศกลุ่มนี้ ซึ่งมีทั้งผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ครองตลาดอยู่และนักลงทุนต่างชาติจากประเทศอื่นๆ อาทิ อินโดนีเซีย ศึกษาการสร้างพันธมิตรทางการค้า การจับมือร่วมกับพันธมิตรท้องถิ่นในการเข้าทำการเจาะตลาด น่าจะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้ประกอบการ แม้ว่าในบางประเทศ จะอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติถือหุ้นได้ถึง 100% แต่ถึงกระนั้นผู้ประกอบการไทยอาจจะต้องอาศัยความชำนาญของผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในระบบ โครงสร้างของธุรกิจค้าปลีก รวมถึงความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีมากกว่า อีกความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายการลงทุนในอาเซียน คือ กฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีก ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษารายละเอียดให้ชัดเจนว่ามีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดอย่างไรบ้าง

ด้วยศักยภาพของตลาดค้าปลีกในหลายประเทศในอาเซียนเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสนใจขยายช่องทางธุรกิจเข้าไปแสวงหาโอกาสทางการตลาดในประเทศเหล่านี้ แต่การดำเนินธุรกิจในลักษณะของการออกไปตั้งร้านค้าปลีกในอาเซียนนั้นก็อาจจะไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เนื่องจากยังมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ และยิ่งถ้าเป็นนักลงทุนต่างชาติด้วยแล้วนั้น การเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือความเชี่ยวชาญในโครงสร้างของธุรกิจค้าปลีกในแต่ละประเทศอาจจะเสียเปรียบผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษาทำความเข้าใจ

หากจะทำธุรกิจรูปแบบใดก็ตาม การสร้างพันธมิตรทางการค้า น่าจะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ แม้บางที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ 100% แต่กระนั้น ก็จำเป็นต้องอาศัยความชำนาญของผู้ประกอบธุรกิจท้องถิ่นที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในระบบโครงสร้างของธุรกิจค้าปลีก และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคมากกว่า ทั้งนี้ หัวใจสำคัญที่สุดนั้น ผู้ประกอบธุรกิจไทยต้องศึกษาถูกระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกให้เข้าใจ ว่ามีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดอย่างไรบ้าง เพื่อให้สามารถวางแผนการทำตลาดได้อย่างราบรื่นไม่มีสะดุด เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด

ปัจจัยเสี่ยงที่ควรคำนึงถึงก่อนการลงทุน

ในการไปลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV นักลงทุนควรคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน ดังนี้

1. ควรศึกษาข้อกำหนดหรือกฎระเบียบต่างๆ เนื่องจากหลายประเทศยังอยู่ระหว่างการพัฒนา จึงมีการปรับปรุงหรือแก้ไขเพิ่มเติมอยู่เสมอ
2. อำนาจการตัดสินใจของเจ้าหน้าที่รัฐในแต่ละท้องถิ่นที่ไม่เท่าเทียมกัน
3. ปริมาณ คุณภาพรวมถึงพฤติกรรมของแรงงาน
4. ความพร้อมทางด้านระบบสาธารณูปโภค
5. ความพร้อมของระบบการเงินการธนาคาร
6. ความไม่แน่นอนทางการเมือง
7. โอกาสของตลาดภายในประเทศที่จะไปลงทุน และการเชื่อมโยงกับตลาดส่งออก
8. การถือครองกรรมสิทธิ์ในที่ดินและนโยบายของรัฐบาลแต่ละประเทศ

โดยทั่วไป ในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ นอกเหนือจากการมีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจนั้นๆ ผู้ประกอบการควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มต้นทำธุรกิจที่สำคัญ ดังนี้

1. หาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดให้มาก

ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของตลาด และศักยภาพของตลาดสินค้าที่ต้องการส่งเข้าไปจำหน่ายในตลาดโดยอาจพิจารณาข้อมูลในหลายด้าน อาทิ โครงสร้างประชากร รายได้ของผู้บริโภค สภาพสังคม และพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าได้อย่างเหมาะสม หรือเลือกผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้บริโภคบางประเทศมีศาสนาและวัฒนธรรมที่ต่างจากคนไทย การทำธุรกิจจึงไม่เหมือนกับการทำธุรกิจในประเทศที่มีวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน รวมถึงการรับสื่อโฆษณา

ที่เหมือนกันกับของไทย ทำให้อาจไม่ต้องเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการให้แตกต่างจากของไทย ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ปัจจัยเชิงบวก ปัญหาและอุปสรรคจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยไปลงทุนและนำข้อมูลที่ได้มาศึกษารายละเอียดอย่างรอบด้าน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการธุรกิจของตนอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต นอกจากนี้ ควรศึกษาความร่วมมือที่ประเทศนั้นๆ มีกับประเทศอื่นๆ ด้วย เพื่อที่จะได้ไม่เสียสิทธิประโยชน์ด้านการค้าที่มีกับประเทศอื่นๆ

2. เดินทางไปสำรวจตลาดเพื่อรวบรวมข้อมูล

การเข้าไปศึกษาตลาดเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ การสังเกตทัศนียภาพของผู้บริโภค พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ช่องทางการเลือกซื้อสินค้า เพื่อใช้ในการประเมินช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ร่วมกับการวิเคราะห์ช่องว่างหรือโอกาสในการเปิดตลาด เข้าใจวัฒนธรรม ลักษณะเฉพาะของประเทศ และทำความเข้าใจวิถีทางการทำธุรกิจของคนท้องถิ่น การดำเนินธุรกิจควรสอดคล้องกับขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของประเทศ ศึกษาเส้นทางขนส่งสินค้า รวมถึงพื้นที่ที่จะเข้าไปทำการค้า ว่าบริเวณดังกล่าวมีร้านค้าส่งหรือร้านค้าปลีกมากน้อยเพียงใด เป็นรายเล็กหรือรายใหญ่ และหากเข้าไปตั้งศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ดังกล่าวแล้ว สามารถสร้างเครือข่ายกับร้านค้าอื่นในท้องถิ่นได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้การศึกษาหาข้อมูลบางส่วนไปล่วงหน้า จะช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางไปสำรวจข้อมูลได้ในระดับหนึ่ง

ทั้งนี้ การเข้าไปศึกษาตลาดต่างประเทศในระยะแรกๆ นั้นผู้ประกอบการอาจเริ่มต้นด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศนั้นๆ เพื่อดูกระแสตอบรับสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสมัครเข้าร่วมงานแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งมีการนำกลุ่มผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมเข้าร่วมแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการในหลายๆ ด้าน

3. เสาะหาพันธมิตรหรือผู้นำเข้าสินค้าที่เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีประสบการณ์

เมื่อผู้ประกอบการทำการศึกษาและเข้าไปดูตลาดจนมั่นใจแล้วว่า สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด วิธีการที่ผู้ประกอบการจะเข้าไปทำธุรกิจนั้น ประการแรก ควรหาหุ้นส่วนหรือผู้นำเข้าที่มีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดและมีศักยภาพ ศึกษากฎระเบียบในประเทศและติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบต่างๆ อย่างใกล้ชิด เนื่องจากกฎระเบียบการค้าและการลงทุนของหลายประเทศมักมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีมาตรการกีดกันสินค้านำเข้า โดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือมีพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศนั้นๆ และเตรียมทรัพยากรของบริษัทให้พร้อมสำหรับการขยายธุรกิจ

มาตรการและการดำเนินงานที่ผู้ประกอบการต้องการจากภาครัฐ

กระทรวงพาณิชย์ มีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนและผลักดันผู้ประกอบการไทย ให้สามารถใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในอาเซียน อาทิ

1. การให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาเชิงลึก
2. การจัดกิจกรรมเพื่อขยายตลาดและฐานการลงทุนของไทย
3. การจัดตั้งสำนักงานการค้าต่างประเทศในจังหวัดชายแดน

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลัก ในการส่งเสริมและเตรียมความพร้อมรองรับการขยายตัวด้านการค้าของประเทศไทย เพื่อก้าวให้ทัน กระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลกและพร้อมรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC Business Support Center ขึ้น เหมือนกับเจโทรโมเดลที่คอยให้การสนับสนุนนักลงทุนของญี่ปุ่นในประเทศ ต่างๆ ขณะเดียวกัน กระทรวงพาณิชย์จะผลักดันให้มีการจัดตั้งเออีซี ซิตี้ โดยเบื้องต้นจะตั้งใน 3 จังหวัดก่อน คือ ขอนแก่น เชียงราย และสงขลา เพื่อผลักดันให้เป็นศูนย์กลางในส่วนภูมิภาค ที่จะรองรับการเปิด AEC เพื่อให้ศูนย์กลางธุรกิจขยายตัว ไม่กระจุกตัวอยู่ที่กรุงเทพมหานคร เพียงแห่งเดียว

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จัดตั้งขึ้นใน ส่วนกลางอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักพัฒนาตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย และในต่างประเทศ 9 แห่ง อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ ภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย กรุงย่างกุ้ง ประเทศพม่า กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา นครเวียงจันทน์ ประเทศลาว และประเทศสิงคโปร์ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการข้อมูล และคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการไทย ที่ต้องการทำธุรกิจการค้า การลงทุน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ ในอาเซียน และสนับสนุนผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ภาคการค้าระหว่างประเทศในตลาด ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเชิงรุก

นอกจากนี้ ยังมีแผนที่จะเพิ่มองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยจะจัดตั้งศูนย์ การเรียนรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นศูนย์กลางด้านข้อมูลเกี่ยวกับ อาเซียน และมีแผนที่จะจัดให้มีการอบรมพัฒนาผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาด AEC เช่น โครงการ Young AEC Traders โครงการ OTOP Traders และโครงการสร้างนักธุรกิจมืออาชีพ เป็นต้น

รวมถึงการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงพาณิชย์ที่มีถึง 31 ฉบับ โดยจะเร่งปรับปรุงฉบับที่ล้าสมัยก่อนขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาทบทวน

ถึงแม้จะมีการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆไว้แล้ว แต่ในทางปฏิบัติยังมีอุปสรรคและปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานของรัฐ หรือ หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการช่วยเหลือสนับสนุน รวมถึงวิธีการดำเนินงานของรัฐในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ถึงแม้ผู้ประกอบการจะมีศักยภาพในการขยายตลาด แต่ไม่มีข้อมูลมากเพียงพอ ในการตัดสินใจเข้าไปขยายตลาดในต่างประเทศ จึงอยากให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วย สนับสนุน ตลอดจนตั้งบริษัทที่ปรึกษากลาง สำหรับนักลงทุนไทยที่สนใจจะขยายตลาดไปยัง ต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม ลาว พม่า กัมพูชา ที่ส่วนใหญ่จะนำเข้า สินค้าอุปโภคบริโภคจากประเทศไทยทั้งสิ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการของไทยสามารถเข้าถึง ตลาดอาเซียนได้

2. นอกจากการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่องแล้ว ภาครัฐควรเร่ง เสริมสร้างความเข้าใจ และความรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในทุกภาคส่วนผ่านสื่อประเภทต่างๆอย่างครบถ้วน เพื่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเหล่านี้จะได้ใช้ ประโยชน์จากความตกลงต่างๆอย่างเต็มที่ ปัจจุบันนี้ ผู้ที่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนส่วนใหญ่ คือ ข้าราชการ ซึ่งเป็นประชากรบางส่วนของประเทศ

3. การเจรจาเพื่อทำความตกลงการค้าระหว่างประเทศ ควรให้ภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทางการเจรจามากขึ้น เนื่องจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเหล่านี้เป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง อีกทั้งยังมีประสบการณ์ และมีความเข้าใจในสถานการณ์มากกว่า และควรจะต้องกำหนดมาตรการในการรองรับ ต่อผลกระทบด้วยที่จะเกิดขึ้น

4. รัฐควรวางยุทธศาสตร์สนับสนุนผู้ค้าปลีกไทยในการไปลงทุนในอาเซียน โดยกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบอย่างชัดเจนเป็นศูนย์กลางประสานทุกหน่วยงาน การขยายการ ลงทุนในต่างประเทศของผู้ค้าปลีกรายใหญ่ จะเป็นช่องทางกระจายสินค้าที่สำคัญของธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม รวมถึงยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมี ประสิทธิภาพ เพราะสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้มากและเร็ว ตั้งแต่ระดับ

ท้องถิ่นและครอบคลุมธุรกิจหลายแขนงที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ธุรกิจขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร เครื่องดื่ม โรงแรม สินค้าและบริการ

5. ควรมีการทำงานอย่างใกล้ชิดระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนให้มากขึ้น โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข้อมูลความก้าวหน้า และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

6. ควรมีมาตรการสนับสนุนนักธุรกิจไทยไปลงทุนต่างประเทศอย่างจริงจัง เช่น การส่งเสริมด้วยมาตรการภาษีและไม่ใช้ภาษี สิทธิประโยชน์ในการลงทุนในต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เงื่อนไขผ่อนปรน ลดข้อจำกัด/อุปสรรคทางการตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการและระบบเอกสารสำหรับการทำธุรกิจ เป็นต้น

7. ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลและจัดการองค์ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ขั้นตอนและข้อยกเว้นต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศ เนื่องจากพบว่ายังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนในการไปดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศ ขั้นตอนการนำเข้าหรือส่งออก เรื่องเกี่ยวกับภาษี และรายจ่ายต่างๆ ในการไปทำธุรกิจรวมไปถึงข้อตกลงและข้อยกเว้นต่างๆ ที่มีอยู่แล้วเช่น ข้อตกลงระหว่าง สิงคโปร์ มาเลเซีย เรื่องของการส่งสินค้าไปยังสิงคโปร์ มีช่องทางที่ไม่ต้องเสียภาษี

8. ให้มีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐต่อรัฐ ในการลงทุน โครงการใหญ่ๆ ระดับประเทศ โดยรัฐเป็นผู้นำในการรวบรวมนักธุรกิจไทยเข้าไปลงทุนในประเทศเหล่านั้น จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นระหว่างนักธุรกิจทั้ง 2 ประเทศได้ดียิ่งขึ้น

9. ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายพันธมิตรภายในประเทศเพื่อให้ความเข้มแข็งระหว่างกลุ่มธุรกิจ

10. หน่วยงานเศรษฐกิจของไทย ที่เกี่ยวข้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรจะต้องศึกษาถึงผลกระทบจากการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนว่า จะมีผลกระทบอย่างไร โดยเฉพาะผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า ผลกระทบจากการเปิดเสรีภาคบริการ ผลกระทบจากการเปิดเสรีด้านการลงทุน ผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายเงินทุนและแรงงาน ต้องศึกษาถึงผลกระทบอย่างละเอียด

11. รัฐบาลไทยควรเป็นผู้นำในการเจรจาเจริญสัมพันธไมตรีทั้งการค้า การลงทุนกับรัฐบาลของประเทศในอาเซียน เพื่อเป็นการปูทางและให้ภาคเอกชนสานต่อกับภาคเอกชนของประเทศอาเซียนในลำดับถัดมาเพื่อทำให้การทำธุรกิจมีความสะดวกและง่ายขึ้น อาทิ รัฐบาลญี่ปุ่นมาเจรจาสร้างความร่วมมือกับรัฐบาลพม่า พร้อมประกาศยกหนี้ทั้งหมดให้และมีแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสนับสนุน ส่งผลดีให้ภาคเอกชนญี่ปุ่นสามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจได้อย่างสะดวก ซึ่งขณะนี้บริษัทญี่ปุ่นที่เข้ามาลงทุนในพม่า เช่น โตโยต้า ฮอนด้า มิตซูบิชิ นิสสัน เป็นต้น นอกจากนี้เวียดนามได้เสนอความร่วมมือในการให้ความรู้และเทคโนโลยีด้านการเกษตรแก่พม่า อีกด้วย

บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ของประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน ขาดกลไกการทำงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ชัดเจน บุคลากรขาดความรู้/ ความสนใจอย่างจริงจังเกี่ยวกับอาเซียน และกรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค และอนุภูมิภาคอื่นๆ

สรุป

การรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ ที่มีศักยภาพของไทยเข้าไปขยายตลาดได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะการเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประเทศอยู่ระหว่างการพัฒนาและมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจของนักลงทุนไทย นอกจากจะช่วยเหลือข้อจำกัดทางธุรกิจทั้งในด้านการแข่งขันหรือการขาดแคลนปัจจัยการผลิตแล้ว ยังเป็นการเปิดตลาดใหม่เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการเข้าไปลงทุนก็มีไม่น้อย จากการที่ไทยมีความใกล้ชิดกับประเทศเพื่อนบ้าน รู้จักขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม และยังมีจุดแข็งจากการที่กลุ่มประเทศ CLMV ให้ความเชื่อมั่นต่อสินค้าไทย รวมถึงโอกาสจากการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อย่างไรก็ตาม นักธุรกิจควรมีการศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากภายในประเทศและประเทศที่จะไปลงทุน รวมทั้งมีการประเมินตนเองและสภาพแวดล้อมรอบด้านก่อนตัดสินใจลงทุน เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

สิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีก คือ ความเข้าใจองค์ประกอบของตลาด ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ การศึกษาข้อมูลระดับมหภาค แต่เพียงอย่างเดียวนั้น คงไม่เพียงพอ การเข้าไปศึกษาตลาดเพื่อรวบรวมข้อมูลจึงเป็นสิ่งที่ควรกระทำสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าไปขยายการลงทุนในต่างประเทศ เนื่องจากประเทศเหล่านี้อยู่ระหว่างการพัฒนา และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะกฎระเบียบ ข้อกฎหมายต่างๆ ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการไทยพึงตระหนัก แต่การจะรอให้สภาพแวดล้อมการลงทุนทุกอย่างพร้อมก่อนแล้วค่อยเข้าไปดำเนินการอาจล่าช้าเกินไป และเป็นการเสียโอกาสในการเข้าไปลงทุน

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

สรุป

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการรวมตัวกันของประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียน ในตลาดโลกมากขึ้น ข้อดีของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียนจะช่วยส่งเสริมให้เกิด การขยายตัวในด้านการค้าและการลงทุน อันเนื่องมาจากการลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด ทั้งด้านมาตรการภาษี และมาตรการที่มีใช้ภาษี รวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน ดังนั้น จึงนับเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะต้อง เร่งปรับตัวและใช้โอกาสจากการลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนต่างๆในการแข่งขันที่สูง

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ นอกจากจะช่วยเสริมสร้างความสามารถของประเทศ ภายในกลุ่มและยังเปิดโอกาสทางด้านการค้าการลงทุนที่กว้างมากขึ้นด้วย จึงส่งผลให้เกิดการ แข่งขันที่สูงตามมาด้วยดังนั้น การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยหลีกเลี่ยงและบรรเทาผลกระทบในเชิงลบที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงการช่วยให้สามารถใช้ ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ โดยแนวทางการปรับตัวที่ทุกภาคส่วนสามารถนำมาใช้ อาจพิจารณาได้ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ

ประโยชน์ที่ไทยจะได้รับจากการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. อาเซียนเป็นกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่มีความใกล้ชิดกับไทยมากที่สุด ประเทศสมาชิกอาเซียนหลายประเทศเป็นเพื่อนบ้าน มีพรมแดนติดกัน มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึง มีสินค้าและบริการที่สามารถเสริมซึ่งกันและกันได้ หรือมีสินค้าบริการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งหาก สามารถร่วมมือกัน ก็จะสามารสรสร้างเสริมความแข็งแกร่งในด้านอำนาจการต่อรอง อันจะนำมาซึ่งการ ขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจการค้าที่มีความสำคัญยิ่ง

2. การรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้เกิดตลาดในภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่ โดยสามารถนำจุดแข็งของแต่ละประเทศมาเสริมกับจุดแข็งของประเทศไทยเพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดในการผลิต ส่งออกและบริการ ซึ่งจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรีมากขึ้น นอกจากนี้ การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยให้ประเทศสมาชิกมีความเป็นปึกแผ่นและช่วยสร้างอำนาจการต่อรองในเวทีต่างๆ มากขึ้น

3. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวในด้านการค้าและการลงทุนของไทย เนื่องจากการผลักดันมาตรการต่างๆ เพื่อเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะก่อให้เกิดการยกเลิกหรือลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นอุปสรรคด้านภาษีหรือมาตรการทางการค้าอื่นๆ ที่มีใช้ภาษี เนื่องจากประเทศสมาชิกจะแสวงหาความร่วมมือเพื่อลดและขจัดอุปสรรคต่างๆ เหล่านั้น รวมถึงอำนวยความสะดวกทางการค้า และการลงทุนระหว่างกัน

4. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ผู้ประกอบการไทยได้เริ่มปรับตัว และเตรียมความพร้อม กับภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเร่งปรับตัวและใช้โอกาสที่เกิดจากการลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนต่างๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะสาขาที่ไทยมีความพร้อมและมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง

5. เสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการภายในประเทศ จากการใช้ทรัพยากรในการผลิตร่วมกันและการเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ จากการจัดอุปสรรคในด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิก

6. ยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน ภายในประเทศจากการดำเนินงานตามแผนงานในด้านการลดอุปสรรคทั้งด้านการค้าและการลงทุน และการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค

การเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจในการขยายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายในประเทศของไทย ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีมาตรการรองรับต่างๆ ดังต่อไปนี้

แนวทางการรองรับผลกระทบของไทย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทั้งในรูปของการจัดสัมมนารับฟังความเห็น การจัดทำหนังสือเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงาน การออกข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ รวมถึงการออกไปบรรยายให้ความรู้กับผู้ประกอบการ และคณาจารย์จากสถาบันต่างๆ เพื่อให้สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ต่อไปได้

2. การจัดตั้งกองทุนเพื่อการปรับตัวของภาคการผลิตและบริการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการในสินค้าเกษตรแปรรูป สินค้าอุตสาหกรรมและบริการ ที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้า โดยมีกรมการค้าต่างประเทศเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก

3. ปัจจุบัน รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการเจรจาความตกลงการค้าเสรี ซึ่งก็ได้แต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อดูแลการเยียวยาแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบ โดยคณะทำงานดังกล่าวมีประธานผู้แทนการค้าไทยเป็นประธานและมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นกรรมการ ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงแรงงาน รวมทั้งภาคเอกชนและผู้ทรงคุณวุฒิ โดยคณะทำงาน มีหน้าที่ศึกษาและประเมินผลกระทบ รวมทั้งพิจารณามาตรการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบในเชิงลบ ตลอดจนบูรณาการมาตรการเยียวยาของหน่วยงานต่างๆ ให้สอดคล้องกัน

4. ปัจจุบันมีมาตรการเยียวยาทางการค้าหลัก 2 มาตรการ ได้แก่ โครงการช่วยเหลือเพื่อการปรับตัวของภาคการผลิตและภาคบริการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งดำเนินการ โดยกระทรวงพาณิชย์ และกองทุนปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งดำเนินการ โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นอกจากนี้ ผู้ได้รับผลกระทบอาจเข้าร่วมโครงการภายใต้แผนแม่บทเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ (Productivity) ของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งดำเนินการโดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้อีกทางหนึ่ง

ภาคบริการ มีบทบาทต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน เพราะเป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศ โดยสัดส่วนแรงงานสูงถึง 45% ของจำนวนผู้มีงานทำค้าปลีกและค้าส่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากจะเป็นสาขาที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับรองจากภาคอุตสาหกรรมแล้ว ยังมีการจ้างงานมากเป็นอันดับสามรองจากภาคเกษตรและภาคบริการ อีกทั้งการค้าปลีกและค้าส่งยังมีบทบาทและมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยตรง ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง ในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม และยังเป็นตัวขับเคลื่อนในการพัฒนามาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตและนำสู่ผู้บริโภค ซึ่งหลายประเทศในอาเซียนยังคงไม่เปิดเสรีอย่างเต็มที่ให้แก่นักลงทุนต่างชาติ และต้องการสงวนธุรกิจค้าปลีกไว้ให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศของตน โดยกำหนดมาตรการที่มีใช้ทางภาษีขึ้นมา อาทิ การทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจในเวียดนาม

ในขณะที่ผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีศักยภาพของไทย ยังต้องพึ่งพาเครือข่ายทางธุรกิจของตนเองในการขยายการลงทุนไปต่างประเทศเป็นสำคัญ เนื่องจากการสนับสนุนข้อมูลในเชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐยังไม่พอเพียง การเจรจาเจริญสัมพันธไมตรีโดยรัฐบาลของไทย ทั้งการค้า การลงทุน กับรัฐบาลของประเทศในอาเซียน เพื่อเป็นการปูทางและให้ภาคเอกชนสานต่อกับภาคเอกชนของประเทศอาเซียนยังไม่มีควมคืบหน้ามากนัก บริษัทขนาดกลางและเล็กจำนวนมาก ยังไม่ทราบและตระหนักถึงผลกระทบจากการรวมเป็นเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงการปรับตัว ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ยังมีได้มองประเทศอื่นว่าเป็นโอกาสเป็นเพื่อนร่วมทาง ส่วนใหญ่ยังไม่พร้อมและยังไม่เห็นประโยชน์และโอกาสในประเทศสมาชิกอื่นๆ ถึงแม้จะมีการประชาสัมพันธ์มาจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง แต่ข่าวสารและข้อมูลที่เผยแพร่มีลักษณะเป็นข้อมูลสำเร็จรูปมาจากส่วนกลาง ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับผู้รับข่าวสารข้อมูลในแต่ละกลุ่ม รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกใช้ เนื้อหาขาดรายละเอียดในเชิงลึก

โอกาสในการขยายการลงทุนในประเทศอาเซียน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV มีอยู่มาก แต่อุปสรรคและข้อจำกัดในการลงทุนก็มีอยู่มากเช่นกัน ผู้ประกอบการควรประเมินศักยภาพของตนเอง และวางเป้าหมายหรือกำหนดวัตถุประสงค์ในการที่จะขยายการลงทุนไปประเทศอื่นๆ การเตรียมตัวที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจจะขยายการลงทุนไปต่างประเทศ ได้แก่

1. หาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดให้มาก

ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของตลาด และศักยภาพของตลาดสินค้าที่ต้องการส่งเข้าไปจำหน่ายในตลาดโดยอาจพิจารณาข้อมูลในหลายด้าน อาทิ โครงสร้างประชากร รายได้ของผู้บริโภค สภาพสังคม และพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าได้อย่างเหมาะสม หรือเลือกผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้บริโภคบางประเทศมีศาสนาและวัฒนธรรมที่ต่างจากคนไทย ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ปัจจัยเชิงบวก ปัญหาและอุปสรรคจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยไปลงทุนและนำข้อมูลที่ได้อ่านศึกษารายละเอียดอย่างรอบด้าน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการธุรกิจของตนอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

2. เดินทางไปสำรวจตลาดเพื่อรวบรวมข้อมูล

การเข้าไปศึกษาดูตลาดเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ การสังเกตทัศนียภาพของผู้บริโภค พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า ช่องทางการเลือกซื้อสินค้า เพื่อใช้ในการประเมินช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ร่วมกับการวิเคราะห์ช่องว่างหรือโอกาสในการเปิด

ตลาด ทำความเข้าใจวิถีทางการทำธุรกิจของคนท้องถิ่น การดำเนินธุรกิจควรสอดคล้องกับ
ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ทั้งนี้ การเข้าไปศึกษาตลาดต่างประเทศ
ในระยะแรกๆ นั้นผู้ประกอบการอาจเริ่มต้นด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศนั้นๆ เพื่อดู
กระแสตอบรับสินค้า

3. เสาะหาพันธมิตรหรือผู้นำเข้าสินค้าที่เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีประสบการณ์

เมื่อผู้ประกอบการทำการศึกษาและเข้าไปดูตลาดจนมั่นใจแล้วว่า สินค้าเป็น
ที่ต้องการของตลาด วิธีการที่ผู้ประกอบการจะเข้าไปทำธุรกิจนั้น ประการแรก ควรหาหุ้นส่วนหรือ
ผู้นำเข้าที่มีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดและมีศักยภาพ ศึกษากฎระเบียบในประเทศและติดตาม
การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบต่างๆอย่างใกล้ชิด เนื่องจากกฎระเบียบการค้าและการลงทุนของ
หลายประเทศมักมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีมาตรการกีดกันสินค้านำเข้า โดยเฉพาะมาตรการ
ที่ไม่ใช่ภาษี นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือมีพันธมิตรทางธุรกิจ
ในประเทศนั้นๆ และเตรียมทรัพยากรของบริษัทให้พร้อมสำหรับการขยายธุรกิจ

กระทรวงพาณิชย์ มีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนและผลักดันผู้ประกอบการ
ไทยให้สามารถใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในอาเซียน อาทิ การ
ให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาเชิงลึก การจัดกิจกรรมเพื่อขยายตลาดและฐานการลงทุนของไทย
และการจัดตั้งสำนักงานการค้าต่างประเทศในจังหวัดชายแดน

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงาน
หลักในการส่งเสริมและเตรียมความพร้อมรองรับการขยายตัวด้านการค้าของประเทศไทย เพื่อก้าว
ให้ทันกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลกและพร้อมรับกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียน จึงได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC
Business Support Center ขึ้น เหมือนกับเจโทร โมเดลที่คอยให้การสนับสนุนนักลงทุนของญี่ปุ่นใน
ประเทศต่างๆ ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จัดตั้งขึ้นใน
ส่วนกลางอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักพัฒนาตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย และ
ในต่างประเทศ 9 แห่ง อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ
ภูมิภาคอาเซียน หน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการไทย
ที่ต้องการทำธุรกิจการค้า การลงทุน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบในอาเซียน และสนับสนุนผลักดันให้
ผู้ประกอบการไทย เข้าสู่ภาคการค้าระหว่างประเทศในตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเชิงรุก

ถึงแม้จะมีการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ไว้แล้ว แต่ในทางปฏิบัติยังมีอุปสรรคและปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานของรัฐ หรือ หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการช่วยเหลือสนับสนุน รวมถึงวิธีการดำเนินงานของรัฐในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ถึงแม้ผู้ประกอบการจะมีศักยภาพในการขยายตลาด แต่ไม่มีข้อมูลมากเพียงพอในการตัดสินใจเข้าไปขยายตลาดในต่างประเทศ จึงอยากให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยสนับสนุน ตลอดจนตั้งบริษัทที่ปรึกษากลาง สำหรับนักลงทุนไทยที่สนใจจะขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการของไทยสามารถเข้าถึงตลาดอาเซียนได้

2. นอกจากการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่องแล้ว ภาครัฐควรเร่งเสริมสร้างความเข้าใจ และความรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนผ่านสื่อประเภทต่างๆ อย่างครบถ้วน เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเหล่านี้จะได้ใช้ประโยชน์จากความตกลงต่างๆ อย่างเต็มที่ ปัจจุบันนี้ ผู้ที่ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนส่วนใหญ่ คือ ข้าราชการ ซึ่งเป็นประชากรบางส่วนของประเทศ

3. การเจรจาเพื่อทำความตกลงการค้าระหว่างประเทศ ควรให้ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อคิดเห็นและกำหนดแนวทางการเจรจามากขึ้น เนื่องจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเหล่านี้เป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง อีกทั้งยังมีประสบการณ์และความเข้าใจในสถานการณ์มากกว่า และควรจะต้องกำหนดมาตรการในการรองรับต่อผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น

4. รัฐควรวางยุทธศาสตร์สนับสนุนผู้ค้าปลีกไทยในการไปลงทุนในอาเซียน โดยกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบอย่างชัดเจนเป็นศูนย์กลางประสานทุกหน่วยงาน

5. ควรมีการทำงานอย่างใกล้ชิดระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนให้มากขึ้น โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข้อมูลความก้าวหน้า และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

6. ควรมีมาตรการสนับสนุนนักธุรกิจไทยไปลงทุนต่างประเทศอย่างจริงจัง เช่น การส่งเสริมด้วยมาตรการภาษีและไม่ใช้ภาษี สิทธิประโยชน์การลงทุนในต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เงินผ่อนปรน ลดข้อจำกัด/อุปสรรคทางการตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการและระบบเอกสารสำหรับการทำธุรกิจ เป็นต้น

7. ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลและจัดการองค์ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ขั้นตอน และข้อยกเว้นต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศ เนื่องจากพบว่ายังขาดองค์ความรู้ เกี่ยวกับ ขั้นตอนในการไปดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศ ขั้นตอนการนำเข้าหรือส่งออก เรื่องเกี่ยวกับภาษี และรายจ่ายต่างๆ ในการไปทำธุรกิจรวมไปถึงข้อตกลงและข้อยกเว้นต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว

8. ให้มีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐต่อรัฐ ในการลงทุน โครงการ ใหญ่ๆระดับประเทศ โดยรัฐเป็นผู้นำในการรวบรวมนักธุรกิจไทยเข้าไปลงทุนในประเทศเหล่านั้น จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นระหว่างนักธุรกิจทั้ง 2 ประเทศได้ดียิ่งขึ้น

9. ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายพันธมิตรภายในประเทศเพื่อให้ความเข้มแข็งระหว่างกลุ่มธุรกิจ

10. หน่วยงานเศรษฐกิจของไทย ที่เกี่ยวข้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรจะต้องศึกษาถึงผลกระทบจากการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนว่า จะมีผลกระทบอย่างไร โดยเฉพาะผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า ผลกระทบจากการเปิดเสรีภาคบริการ ผลกระทบจากการเปิดเสรีด้านการลงทุน ผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายเงินทุนและแรงงาน ต้องศึกษาถึงผลกระทบอย่างละเอียด

11. รัฐบาลไทยควรเป็นผู้นำในการเจรจาเจริญสัมพันธไมตรีทั้งการค้า การลงทุน กับรัฐบาลของประเทศในอาเซียน เพื่อเป็นการปูทางและให้ภาคเอกชนสานต่อกับภาคเอกชนของประเทศอาเซียนในลำดับถัดมาเพื่อให้การทำธุรกิจมีความสะดวกและง่ายขึ้น

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นำมาซึ่งโอกาสและการแข่งขัน ที่รุนแรงขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายในประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบการไม่ว่า จะต้องการขยายการลงทุนไปสู่ต่างประเทศ หรือตั้งรับเพื่อรักษฐานของลูกค้าและตลาด ภายในประเทศไว้ ควรมีการเตรียมพร้อมและมีมาตรการรับมือทั้งเชิงรุกและเชิงรับ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดเสรีในปี 2558

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นำมาซึ่งโอกาสและการแข่งขัน ที่รุนแรงขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายในประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบการไม่ว่า จะต้องการขยายการลงทุนไปสู่ต่างประเทศ หรือตั้งรับเพื่อรักษฐานของลูกค้าและตลาด ภายในประเทศไว้ ควรมีการเตรียมพร้อมและมีมาตรการรับมือทั้งเชิงรุกและเชิงรับ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดเสรีในปี 2558

ทั้งนี้ การที่ภาคเอกชนจะประสบความสำเร็จในการขยายการลงทุนไปสู่ประเทศในอาเซียน หรือรักษาตลาดภายในประเทศไว้ส่วนหนึ่งต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อาทิ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการลงทุนในเชิงลึกกฎระเบียบต่างๆ ข้อมูลองค์ประกอบของตลาดในประเทศนั้นๆ มีความสำคัญยิ่ง ดังนั้น เอกชนต้องมีวิธีการหาข้อมูลและรัฐควรมีหน่วยงานสนับสนุนข้อมูลให้เอกชน

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการของไทยที่มีศักยภาพยังคงต้องพึ่งพาเครือข่ายทางธุรกิจของตนเองเป็นส่วนใหญ่ การดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐจึงควรเพิ่มการทำงานที่สอดคล้องกับหน่วยงานทั้งในประเทศและต่างประเทศพร้อมกับอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างแท้จริง จะทำให้การดำเนินการและการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดเสรีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และครอบคลุมผู้ประกอบการได้อย่างทั่วถึง

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเร่งให้มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน หรือวิธีการทำงาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนอกจากนี้ ควรมีการประเมินความพึงพอใจในการได้รับบริการจากผู้ประกอบการเป็นระยะ เพื่อนำไปปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการ มีการเตรียมความพร้อมและสามารถให้ความช่วยเหลือได้ทันทั่วถึง

หากแต่ภาครัฐมีการปรับโครงสร้างการทำงาน นอกจากจะทำให้ผู้ลงทุนทั่วไปมีข้อมูลดีขึ้นแล้วยังทำให้ธุรกิจค้าปลีกที่เป็นรายย่อยจะสามารถเข้าไปถึงข้อมูลได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการค้าการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกมีความสำคัญสามารถนำพาและเปิดโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าไทยในประเทศต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น ผู้ประกอบการค้าปลีกควรจะมีความพร้อมโดยศึกษาหาข้อมูลทางการตลาด คุ้ปัจจัยเสี่ยงในการลงทุนและหาพันธมิตรท้องถิ่นที่มีประสบการณ์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการค้าปลีกควรจะรวบรวมพันธมิตรทางการค้าเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการบุกเบิกตลาดในต่างประเทศ เช่น ธุรกิจโฆษณา ผู้ผลิตสินค้าต่างๆ ร่วมกันไปขยายตลาดในประเทศนั้นๆ

สำหรับภาครัฐ สามารถจัดให้มีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบเรื่อง AEC และเป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงานไปยังหน่วยงานอื่นๆ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในการเข้ามาติดต่อเพียงจุดเดียว (One stop service) ซึ่งในปัจจุบัน ต่างคนต่างทำ ซึ่งทำให้ผลงานที่ออกมาไม่มีการรับรู้ในวงกว้าง แทนที่จะทำงานร่วมกัน

ภาครัฐควรรื้อประโยชน์จากการมีหน่วยงานและเครือข่ายในต่างประเทศ เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับองค์ประกอบของตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค การประกอบธุรกิจ และกฎระเบียบต่างๆของประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน เพื่อช่วยสนับสนุนข้อมูลเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการที่มีความต้องการขยายการลงทุนไปต่างประเทศให้มากกว่านี้

รัฐบาลของไทยควรมีบทบาทมากขึ้น ในการเป็นผู้นำในการเจรจาเจริญสัมพันธไมตรี ทั้งการค้า การลงทุน กับรัฐบาลของประเทศในอาเซียน เพื่อเป็นการปูทางและให้ภาคเอกชนสานต่อกับภาคเอกชนของประเทศอาเซียนในลำดับถัดมาเพื่อให้การทำธุรกิจมีความสะดวกและง่ายขึ้น

การประสานงานร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนควรมีให้มากขึ้น การแบ่งปันประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญและข้อมูลต่างๆ รวมทั้งอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้ ภาครัฐอาจจะไม่มีข้อมูลที่สมบูรณ์เท่าภาคเอกชน โดยเฉพาะในเรื่องธุรกิจ ซึ่งภาครัฐต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการเรียกร้องให้รัฐบาลของประเทศอื่น ปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคทางธุรกิจตามที่ได้เจรจากันไว้

หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดระบบการบริหารใหม่ให้สอดคล้องกับหน้าที่ อาทิ ปรับหรือแก้ไขหรือสร้างระบบใหม่ การปรับเปลี่ยนหรือสร้างบุคลากรใหม่ให้สอดคล้องกับหน้าที่ การประสานงานระหว่างหน่วยงานในประเทศ และต่างประเทศ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

วารสาร หนังสือพิมพ์

“เซ็นทรัล 'มองข้ามชอตอาเซียน ปูแบรนด์ค้าปลีกโลก’”. BizWeek. วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2555.

“เซ็นทรัลชะลอลงทุนเงินมังกรหักเหี่ยวบล็อกร่วงหลายเออร์/หวั่นซ้ารอยอิเหนา”. ฐานเศรษฐกิจ.

ฉบับที่ 2,772. วันที่ 6-8 กันยายน พ.ศ. 2555.

“เบื้องหลังบิกคิดซูบ"แม่โคโร" "ซีพีออลล์" หุ่่ม 1.8 แสนล้านกรุยทางรุกเอเชีย”. ไทยรัฐ. วันที่ 24

เมษายน 2556.

“สหพัฒน์ โคนพม่าละเมิดลิขสิทธิ์ ฉกฉงซั๊กฟอก "โปร" "ไปครอง””. ประชาชาติ. วันที่ 6 มีนาคม 2557.

“เสียเจริญหุ่่มปั้นแบรนด์บีส มาร์ท”. ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 33 ฉบับที่ 2,855. วันที่ 23 - 26 มิถุนายน พ.ศ. 2556.

วิทยานิพนธ์ เอกสารวิจัยส่วนบุคคล

กนกวรรณ สมรัมย์. “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่อง

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC”. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, คณะวารสารศาสตร์และ

สื่อสารมวลชน การจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555.

ทัศนีย์ ผลชานิก. “กลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของกรม

ประชาสัมพันธ์”. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากร

ทางการศึกษา, 2554.

บรรยาย ปาฐกถา

นางสาวพจณี อรรถโรจน์ภิญโญ, ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่สำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. บรรยายเรื่อง “อนาคตการค้า

ชายแดน หลัง AEC”. ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์, วันที่ 12 ธันวาคม 2555.

จีระ หงส์ลดารมภ์, ศ.ดร. บรรยายเรื่อง “มิงกะလာบา ... คำว่าโอกาสการลงทุนในพม่ารับ AEC”.

ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 3 อาคารปัญญาภูมิ, วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2557.

เอกสารไม่ตีพิมพ์

เจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กรม, กระทรวงพาณิชย์. “ธุรกิจบริการ : การจัดจำหน่าย” พฤษภาคม 2555.

เจรจาการค้า, กรม, กระทรวงพาณิชย์. “AEC ประชาคมอาเซียน.”, 2551.

เจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กรม, กระทรวงพาณิชย์. “AEC Fact Book” สิงหาคม 2555.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. ฝ่ายวิจัยธุรกิจ. “แนะ SMEs เตรียมตัวให้พร้อม ก่อนตะลุยแดนอิเหนา” มิถุนายน 2556.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. “ส่องค้าปลีกเวียดนามโดดเด่นรับ AEC โอกาสของผู้ประกอบการค้าปลีกไทย”. วันที่ 7 มิถุนายน 2556.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ และธุรกิจ., “เจาะลึกโอกาสธุรกิจบริการใน AEC”, มกราคม – มิถุนายน 2555.

ส่งเสริมการส่งออก, กรม, กระทรวงพาณิชย์. “คู่มือการค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์” มกราคม 2555.

ส่งเสริมการส่งออก, กรม, กระทรวงพาณิชย์. “คู่มือการค้าและการลงทุน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม” ตุลาคม 2554.

สุธิดา ปัทมบุตร. ไกรจิต สุตะเมือง. “การรับรู้ต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ตามนโยบายของรัฐบาล ในกลุ่มประชากรบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร”, วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ. ปีที่ 3 ฉบับที่ 4, ตุลาคม – ธันวาคม 2556.

สุนิสา ตามไท และ ลีวัน ทองปาน. “รายงานการสำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกด้านนโยบายและยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมอาหารของประเทศสมาชิกอาเซียน” สำนักงานนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. สิงหาคม 2555.

อาเซียน, กรม, กระทรวงการต่างประเทศ. “อาเซียนไฮไลท์ 2554” ธันวาคม 2554.

“AEC: Sharing Real Experiences - Get Ready For When It's Your Turn” สรุปประเด็นสำคัญจากงานเสวนาโดย เคพีเอ็มจี. วันที่ 23 พฤษภาคม 2556.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

“กฎหมายค้าปลีก”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.thaibizindonesia.com/th/raw/retail_law.php, 2557.

“กฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ : สรุปสาระของคำสั่งหมายเลข 1/2013 และ 11/2013”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaiembassy.org/yanon/th/business/2341>, 2556.

“การเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.chiangmai.go.th/cmgov/cmgov3.htm>, 2557.

“คู่มือการค้าและการลงทุนพม่า”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.aecconsultandconnect.co.th/th/2013-03-20-07-47-33/myanmar/>, 2556.

“ซี.พี.เปิดประสบการณ์ 40 ปีการลงทุนในอาเซียน แรงขับเคลื่อนธุรกิจเกษตรขยายตัว”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.cpthailand.com/Default.aspx?tabid=129&articleType=Article View & articleId=942>, 2555.

“ชนิดเดือนลงทุนที่ดินพม่าต้องดูเอกสารสิทธิ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.tanitsorat.com/v2/viewcontent.php?id=316>, 2556.

“แนวโน้มตลาดผู้บริโภคในเวียดนาม”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.exim.go.th/eximenews/enews55_1/0155_exotic.html, 2555.

“เปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โอกาสและความท้าทายค้าปลีกไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/AsianKnowledgeInstitute/posts/379363728797004>, 2555.

“ยุทธศาสตร์การค้าของไทย ปี 2553 - 2558”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://tpso.moc.go.th/web/tpso-preview.php?page_id=22.

“ยุทธศาสตร์ประเทศไทย ปี 2557 - 2558”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://asean.bangkok.go.th/index.php/2014-02-15-14-09-21/2014-02-15-14-10-06>, 2014.

“สงครามค้าปลีก (ความเคลื่อนไหวของ 4 (ตระกูล) เครือข่ายซัพพลายเออร์ใหญ่ของไทย)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://yikgamyok.blogspot.com/2013/09/4.html>, 2556.

“สูตรลับ (ไม่ลับ) ทายาทธุรกิจไทย ปู่ทางสู่ AEC”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=141078:-aec-&catid=216:2011-03-07-07-53-38&Itemid=607, 2555.

“องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.dip.go.th/Default.aspx?tabid=160>.

“BJC ปักธงธุรกิจร้านสะดวกซื้อ B's Mart”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://news.voicetv.co.th/business/80432.html>, 2556.

ภาษาต่างประเทศ

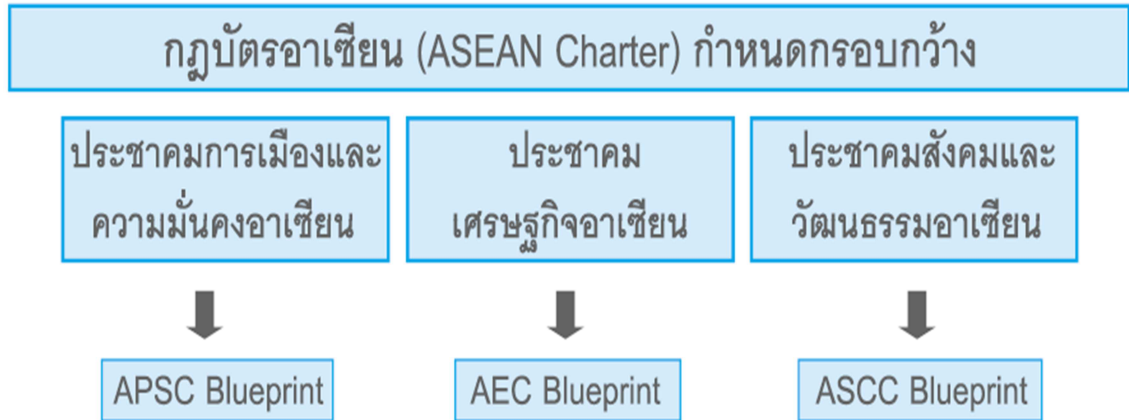
Journal, Newspaper

Siddharta & Widjaja. “Investing in Indonesia 2013.” KPMG, September 23, 2013.

ภาคผนวก

ผนวก ก

พิมพ์เขียวการรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



AEC หรือ Asean Economics Community คือการรวมตัวของประเทศใน Asean 10 ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และ บรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน จะมีรูปแบบคล้ายๆ กลุ่ม Euro Zone ซึ่งจะทำให้มีผลประโยชน์ อำนาจต่อรองต่างๆ กับคู่ค้าได้มากขึ้น และการนำเข้า ส่งออกของชาติในอาเซียนก็จะเสรี ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่แต่ละประเทศอาจจะขอไว้ไม่ลดภาษีนำเข้า (สินค้าอ่อนไหว) ประเทศใน Asean จะรวมตัวเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและมีผลเป็นรูปธรรม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ประชาคมอาเซียนประกอบด้วย 3 เสาหลัก

1. ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community หรือ APSC) ความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมืองเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนา ด้านอื่นๆ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียนจึงเป็นเสาหลักความร่วมมือหนึ่งในสามเสาหลัก ที่เน้นการรวมตัวของอาเซียนเพื่อสร้างความมั่นใจ เสถียรภาพ และสันติภาพ ในภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนในอาเซียนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข และปราศจากภัยคุกคามด้านการทหาร และภัย คุกคามในรูปแบบใหม่ เช่น ภัยพิบัติ และปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติ

2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ท่ามกลางเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศที่มีการแข่งขันสูง อันส่งผลให้ประเทศ ต่างๆ ต้องปรับตัวเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากระบบเศรษฐกิจโลก รวมถึงการรวมกลุ่มการค้ากัน ของประเทศต่างๆ อาทิ สหภาพยุโรป และเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียน

ได้เห็นชอบ ให้จัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจของอาเซียนภายในปี 2558 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้

3. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community หรือASCC) มีเป้าหมายให้อาเซียนเป็นประชาคมที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง สังคมที่เอื้ออาทรและแบ่งปัน ประชากรอาเซียนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีและมีการพัฒนาในทุกด้านเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมอัตลักษณ์ของอาเซียน

สำหรับเสาหลักการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ภายในปี 2558 เพื่อให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือและเงินทุนที่เสรีขึ้น จึงได้มีการจัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) เป็นแผนบูรณาการงานด้านเศรษฐกิจให้เห็นภาพรวมในการมุ่งไปสู่ AEC ซึ่งประกอบด้วยแผนงานเศรษฐกิจในด้านต่างๆ พร้อมกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการดำเนินมาตรการต่าง ๆ จนบรรลุเป้าหมายในปี 2558 รวมทั้งการให้ความยืดหยุ่นตามที่ประเทศสมาชิกได้ตกลงกันล่วงหน้าเพื่อสร้างพันธมิตรระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน

AEC Blueprint ประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ซึ่งอ้างอิงมาจากเป้าหมายการ รวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน

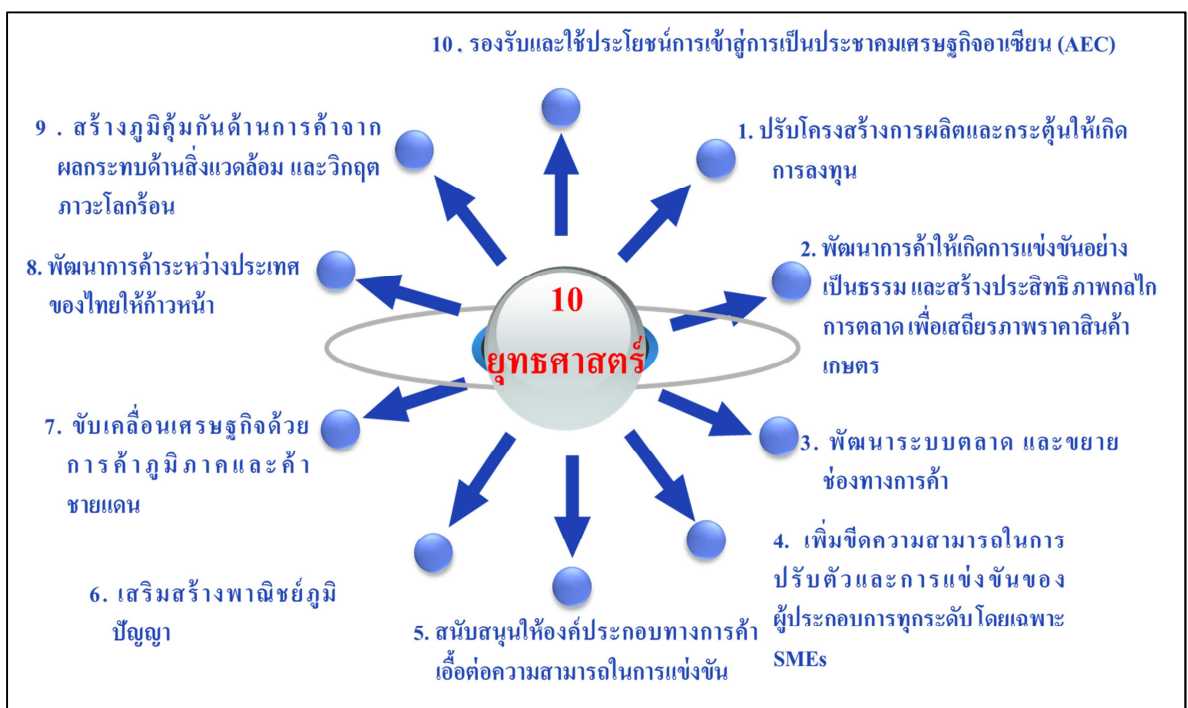
ตารางสรุปรายละเอียด AEC Blueprint

| การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วมกัน | ส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน | การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค | การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • เปิดเสรีทางการค้าสินค้า (AFTA) • เปิดเสรีการค้าบริการ (AFAS) • เปิดเสรีการลงทุน (AIA) • เคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างกันได้ดีขึ้น • เปิดเสรีการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือ • รวมกลุ่มสาขาอุตสาหกรรมสำคัญให้เป็นห่วงโซ่อุปทาน | <ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมการสร้างความสามารถในด้านต่างๆ ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - นโยบายการแข่งขัน - การคุ้มครองผู้บริโภค - ทรัพย์สินทางปัญญา - กฎระเบียบภาษีอากร - การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การเงิน การขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ | <ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของสมาชิกและลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างสมาชิกเก่าและใหม่ เช่น <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนา SMEs - แผนงานการริเริ่มการรวมตัวอาเซียน - Initiative for ASEAN Integration: IAI | <ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมการรวมกลุ่มเข้ากับประชาคมโลก โดยเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เช่น <ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำเขตการค้าเสรี - การสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตและจำหน่าย เป็นต้น |

ผนวก ข

ยุทธศาสตร์การค้าของไทย

ยุทธศาสตร์การค้าของไทย ปี 2553 – 2558 จัดทำโดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ จากวิสัยทัศน์ที่ว่า “เศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อความอยู่ดีกินดีของคนทั้งประเทศ”



แนวทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อเน้นความมั่นคง และยั่งยืนยึดหลักทฤษฎีระฆังคว่ำ ซึ่งแต่เดิมระบบเศรษฐกิจการค้าไทยเป็นแบบระฆังหงาย คือ เน้น การสร้างรายได้จากการส่งออก การลงทุน ธุรกิจต่างๆ และการบริโภคที่นั้นเกิดจากแรงขับเคลื่อนของการค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก และเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นในปี 2540 ของไทย และของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ทั้งนี้เป็นเพราะไทยพึ่งพิงการส่งออก และการค้าระหว่างประเทศมาก แต่ระบบการเงินมีความเปราะบาง อีกทั้งยังขาดระบบการประกันความเสี่ยงและการประกันภัยทางการค้าที่มีประสิทธิภาพ

การปรับโครงสร้างเพื่อความมั่นคงและยั่งยืน เน้นการปรับโครงสร้างให้เป็นรูปธรรมกว่า โดยเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้ระบบเศรษฐกิจและธุรกิจภายในประเทศ การพัฒนาองค์ประกอบการค้า เช่น ระบบการเงิน การคลัง การประกันภัยการค้า เพื่อสนับสนุนการค้าเพื่อกระตุ้นอุปสงค์ในประเทศ คือ การลงทุน และการบริโภคในประเทศ โดยการสร้างธุรกิจใหม่ สร้างงาน สร้างรายได้ในประเทศ

จากยุทธศาสตร์ทั้ง 10 ประการ รวมถึงการมีส่วนร่วมของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วก่อนหน้านี้ เป้าหมายที่สำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามยุทธศาสตร์ก็เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีความมั่นคงและยั่งยืน โดยใช้การค้าทั้งในและระหว่างประเทศเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ ซึ่งในอนาคตจะเน้นการค้า การบริโภคในประเทศให้มากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงวิกฤตจากการค้าโลก โดยได้มีการเป้าหมายให้ภายใน 5 ปี การค้าในประเทศจะมีสัดส่วน 40% ของ GDP จากเดิม 30% ในปัจจุบัน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การปรับโครงสร้างการผลิตและกระตุ้นให้เกิดการลงทุน



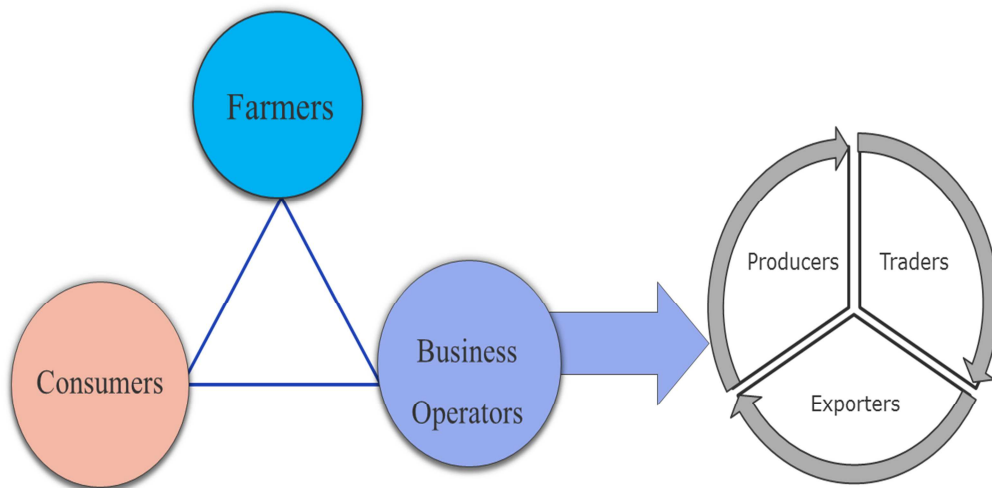
สินค้าและบริการเป้าหมายของไทย จะเน้นการใช้ปัจจัยในประเทศเป็นหลัก ทั้งวัตถุดิบ แรงงาน ภูมิปัญญา เพื่อสร้างงาน ทั้งขยายงานเดิม สร้างงานใหม่ สร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ให้กับประเทศ ซึ่งจะเน้นการพัฒนา

1.1 ภาคสินค้าเกษตร เน้น อาหาร ปศุสัตว์ ประมง สินค้าเกษตรอินทรีย์ พืชพลังงาน (อ้อย มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน) และยางพารา

1.2 ภาคอุตสาหกรรม เน้นอุตสาหกรรมที่ใช้ปัจจัยการผลิตในประเทศ เช่น อาหารแปรรูป พลังงานทดแทน วัสดุก่อสร้าง ของตกแต่งบ้าน ของใช้ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ยาง และเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา

1.3 ภาคบริการ เน้นธุรกิจ Content วัฒนธรรม การบันเทิง การศึกษา การเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพและความงาม (Medical & Beauty Hub) ธุรกิจการค้า (ค้าปลีก ค้าส่ง) ช่าง/ช่างซ่อมรถยนต์ ธุรกิจก่อสร้าง ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนส่ง บริการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สินค้าเอกลักษณ์พื้นเมือง วิชาชีพการให้คำปรึกษา เช่น บัญชี ทนายความ วิศวกรสุขภาพและความงาม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบการค้ากับดูแลการค้าให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ตลอดจน เสริมสร้างประสิทธิภาพกลไกการตลาด เพื่อสร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร



โดยเน้นสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกระทรวงพาณิชย์ ได้แก่

2.1 เกษตรกร จะดูแลรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร โดยใช้กลไกตลาด โดยการใช้ระบบการประกันราคา การส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ (ผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้ค้า) จะจัดระเบียบและบริหารการนำเข้าส่งออก การส่งเสริมพัฒนาระบบธุรกิจและอำนวยความสะดวกทางการค้า และกำกับดูแลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : พัฒนาระบบตลาดและขยายช่องทางการค้า

โดยการเน้นพัฒนาปัจจัยของระบบตลาด ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้บริโภค ผู้ค้า (Trader)

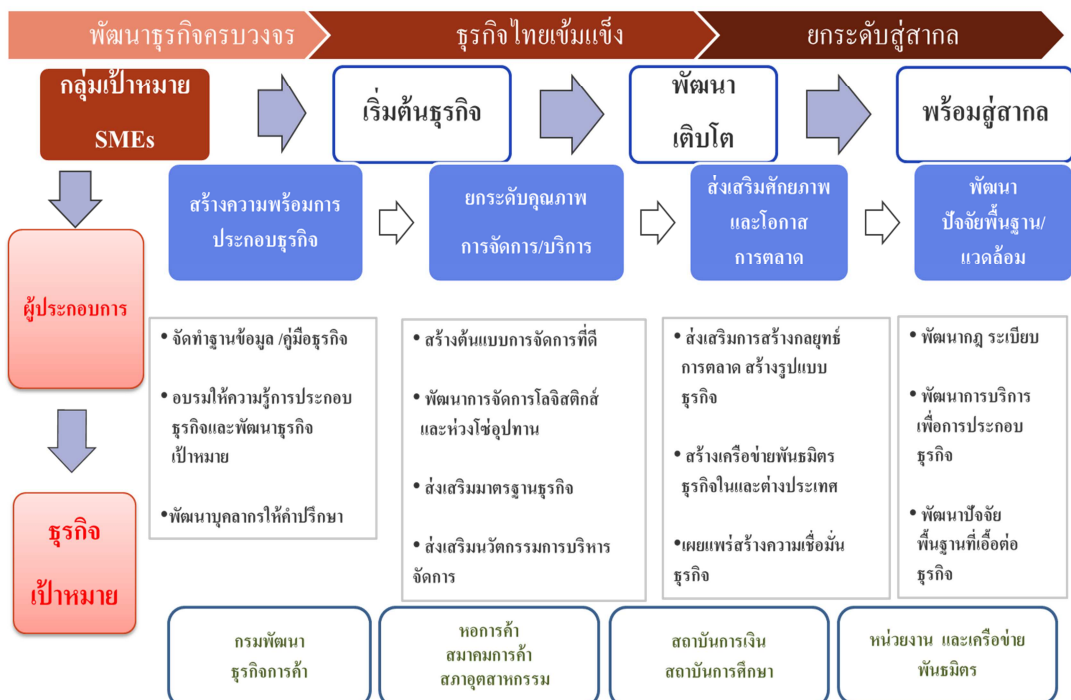
3.1 ส่งเสริมพัฒนาตลาดและช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมระบบตลาดชุมชน ย่านการค้า ยกระดับตลาดชายแดนและตลาดภูมิภาค และส่งเสริมการประกอบธุรกิจในต่างประเทศ

3.2 ส่งเสริม/สนับสนุนช่องทางตลาดที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่นการพัฒนาตลาดซื้อขายล่วงหน้า ตลาดออนไลน์ ตลาด auction ต่างๆ

3.3 สร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้ธุรกิจการค้าปลีกค้าส่ง เช่นกฎหมายแข่งขันทางการค้า พรบ. ค้าปลีกค้าส่ง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการทุกระดับโดยเฉพาะ

SMEs



โดยเน้นการพัฒนาธุรกิจแบบครบวงจร ตั้งแต่การคัดเลือกกลุ่ม SMEs เป้าหมาย การสร้างความพร้อมในการประกอบธุรกิจ อบรมให้ความรู้ในการเริ่มต้นธุรกิจ ยกย่องคุณภาพ การจัดการเพื่อสร้างมาตรฐานธุรกิจในระดับสากล ตลอดจนการส่งเสริมศักยภาพและโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ เน้นการสร้างพันธมิตรทางการค้า และการพัฒนากระบวนการที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการช่วยเหลือให้เข้าถึงสินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : สนับสนุนในห่วงโซ่ประกอบทางการค้า เอื้อต่อการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ



ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจ โดยเน้นการบูรณาการขั้นตอนและกระบวนการทางการค้าต่างๆ เช่น การสนับสนุนสภาพคล่องทางการเงิน การลดอุปสรรคทางการค้า การประกันความเสี่ยงในภาคการผลิต การพัฒนาระบบ โลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ การจัดการคลังสินค้า และการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ยุทธศาสตร์ที่ 6: เสริมสร้างพาณิชย์ภูมิปัญญา

เป็นการผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เศรษฐกิจบนฐานความรู้ และ เศรษฐกิจภูมิปัญญา เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยจะต้องนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ประโยชน์ร่วมด้วย นอกจากนี้ ยังควรสร้างธุรกิจและผู้ประกอบการใหม่ โดยเฉพาะทางด้าน Content การพัฒนาอุปถัมภ์ การออกแบบตราสินค้า การคุ้มครอง ส่งเสริมและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ และสนับสนุนสินค้านวัตกรรมแห่งอนาคต เช่น Biotech, NanoTech, Infotech

ยุทธศาสตร์ที่ 7: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการค้าภูมิภาคและค้าชายแดน

โดยเสริมสร้างการค้าการลงทุน ซึ่งเน้นการค้าชายแดน การค้ากับกลุ่มประเทศ GMS ACMECS IMT – GT และ ASEAN รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ค้า และบริษัทข้ามชาติ เพื่อให้ทำหน้าที่แสวงหาตลาดการค้าการลงทุนและช่องทางการค้าการลงทุนระหว่างไทยกับกลุ่มประเทศดังกล่าว

นอกจากนี้ ยังควรมีการลดอุปสรรคและอำนวยความสะดวกทางการค้า พัฒนาระบบขนส่งและเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ พัฒนาระบบข้อมูล รวมทั้งรองรับการเปิดเสรี AEC ในปี 2558

ยุทธศาสตร์ที่ 8 : พัฒนาการค้าระหว่างประเทศของไทยให้ก้าวหน้า โดย

8.1 ยกระดับคุณภาพและภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดระดับบน

8.2 ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด (Customization)

8.3 กระจายตลาดส่งออกของไทย และสร้างฐานการทำธุรกิจของไทยในทุกภูมิภาคของโลก

8.4 เพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวและการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก (Capacity Building)

8.5 เจรรจาเพื่อเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งรักษาและปกป้องผลประโยชน์ของไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 9 : สร้างภูมิคุ้มกันด้านการค้าจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและวิกฤตภาวะโลกร้อน

9.1 กระทรวงพาณิชย์มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์

9.2 การพัฒนาผู้ประกอบการด้านการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Capacity Building)

9.3 การสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด (Value Creation)

9.4 การขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ (Market Expansion)

9.5 การสนับสนุนการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation)

9.6 สินค้าเกษตรอินทรีย์ มีทั้งที่เป็นสินค้าอาหาร สินค้าที่ไม่ใช่อาหาร และสินค้าบริการ

ยุทธศาสตร์ที่ 10 : รองรับและใช้ประโยชน์จากการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

โดยมีกลยุทธ์เชิงรุกและเชิงรับเพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มีดังนี้

10.1 เชิงรับ

10.1.1 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC ให้กับทุกกลุ่มภาคส่วน (ผู้ประกอบการ นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป) ผ่านการสัมมนา อบรม บ่มเพาะในเชิงลึกและรายสินค้า ให้ข้อมูลผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ เอกสารสิ่งพิมพ์ และอื่นๆ รวมไปถึงการประสานงานกับหน่วยงานด้านการศึกษาเพื่อบรรจุไว้ในหลักสูตรการศึกษา

10.1.2 พัฒนาศูนย์กลางทางการค้า และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้สามารถให้คำปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงให้ผู้ประกอบการได้ (Training the Trainers) โดยเฉพาะอย่างยิ่งพาณิชย์จังหวัดและหัวหน้าส่วนราชการด้านเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง

10.1.3 ศึกษาผลกระทบ

10.1.4 กำหนดมาตรการเยียวยาสำหรับธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ เช่น การจัดตั้งกองทุน AEC ช่วยธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ มาตรการสนับสนุนและสิทธิพิเศษจากภาครัฐ เป็นต้น

10.2 เชิงรุก

การแสวงหาช่องทางและโอกาสและใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าโดย

10.2.1 สนับสนุนให้นักธุรกิจไทยเชื่อมโยงเป็นหุ้นส่วนธุรกิจกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้สินค้าและบริการของไทยขยายตลาดไปยังประเทศคู่ค้า และได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น

10.2.2 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยขยายฐานการผลิตไปยังบริเวณที่มีความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต เช่น วัตถุดิบ แรงงาน พลังงาน เทคโนโลยี และมาตรการส่งเสริมที่เหมาะสม เพื่อลดต้นทุนการผลิต

10.2.3 ขยายช่องทางการค้าและการดำเนินธุรกิจในอาเซียน เพื่อใช้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าและบริการ โดยอาศัยกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบขนส่งทางการค้า และโลจิสติกส์ เช่น Greater Mekong Sub-region (GMS), Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT), BIMSTEC เป็นต้น

ผนวก ค

บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง

ประธานคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้เห็นชอบการจัดตั้งคณะอนุกรรมการดำเนินการตามแผนงานไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีปลัดกระทรวงพาณิชย์ทำหน้าที่ประธานคณะกรรมการฯ และอธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ทำหน้าที่คณะอนุกรรมการและเลขานุการ โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็นคณะทำงานในด้านต่างๆ ดังนี้

| คณะทำงาน | หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. คณะทำงานด้านการค้าสินค้า | <ul style="list-style-type: none"> - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ - กรมศุลกากร - สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร - กรมประมง - กรมปศุสัตว์ - กรมป่าไม้ - สำนักงานกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ - กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร - สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม - กรมวิชาการเกษตร - สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค - กรมการค้าต่างประเทศ - กรมการค้าภายใน - กรมส่งเสริมการค้าส่งออก - สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง |

| คณะทำงาน | หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>2. คณะทำงานด้านการค้าบริการ</p> | <ul style="list-style-type: none"> - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ - คณะกรรมการการค้าบริการ สาขาการขนส่ง - คณะทำงานพิจารณาการเปิดเสรีการค้าบริการด้านการบิน - คณะกรรมการการค้าสินค้าและบริการ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร - คณะทำงานย่อยด้านการค้าบริการ สาขาบริการสุขภาพ - คณะทำงานย่อยด้านการค้าบริการ สาขาการท่องเที่ยว - คณะทำงานย่อยด้านการค้าบริการ สาขาการศึกษา - คณะทำงานย่อยด้านการค้าบริการ สาขาบริการธุรกิจก่อสร้าง โสตทัศนฯ จัดจำหน่าย และบริการที่เกี่ยวข้อง - สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง - กระทรวงแรงงาน - กระทรวงการต่างประเทศ - กรมพัฒนาธุรกิจการค้า - กรมส่งเสริมการค้าส่งออก - สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย - สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย |
| <p>3. คณะทำงานด้านการลงทุน</p> | <ul style="list-style-type: none"> - กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย - กรมอาเซียน - สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน - กรมพัฒนาธุรกิจการค้า - สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง - ธนาคารแห่งประเทศไทย - สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ - ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | - สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย |
| คณะทำงาน | หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง |
| 4. คณะทำงานด้านการพัฒนา ตลาดทุนและการเคลื่อนย้าย เงินทุน | <ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ - สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง - กรมสรรพากร - กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ - กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย - กรมอาเซียน - ธนาคารแห่งประเทศไทย - สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ - ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - ตลาดตราสารหนี้ - บริษัทตลาดอนุพันธ์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) - สมาคมตราสารหนี้ไทย - สมาคมบริษัทจัดการลงทุน - สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ - สำนักนโยบายการออมและการลงทุน - สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาคและระหว่างประเทศ |

| คณะทำงาน | หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. คณะทำงานด้านการเคลื่อนย้ายบุคลากร | <ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงมหาดไทย - สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - กรมการกงสุล - กรมอาเซียน - กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ - กระทรวงแรงงาน - กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน - กรมการจัดหางาน - สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง - กระทรวงศึกษาธิการ - สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา - กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี - สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ - สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย |
| 6. คณะทำงานด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ขนส่ง ICT พลังงาน และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) | <ul style="list-style-type: none"> - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ - สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม - กรมการขนส่งทางบก - กรมทางหลวง - กรมการขนส่งทางอากาศ - กรมการขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี - กรมพัฒนาธุรกิจการค้า - สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ - กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร - กระทรวงพลังงาน - การรถไฟแห่งประเทศไทย - สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ |

| คณะทำงาน | หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>7. คณะทำงานเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถ</p> | <ul style="list-style-type: none"> - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ - สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค - กรมส่งเสริมการค้าส่งออก - กรมพัฒนาธุรกิจการค้า - กรมการค้าต่างประเทศ - กรมการค้าภายใน - กรมทรัพย์สินทางปัญญา |
| <p>8. คณะทำงานเพื่อลดช่องว่างการพัฒนา</p> | <ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงการคลัง - ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย - บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม - สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม - สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ - สำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ - กรมขนส่งทางน้ำและพาณิชย์นาวี - สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน - สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน - กรมศุลกากร - กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ - กระทรวงสาธารณสุข - กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร - ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ |

โดยบทบาทของหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามพันธกรณี
ไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีดังต่อไปนี้

| หน่วยงาน | บทบาท |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กรมเจรจาการค้า ระหว่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> - อธิบัตินกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศเป็นหัวหน้าคณะผู้แทนไทยเข้าร่วมประชุมในการประชุมด้านเศรษฐกิจของอาเซียนในระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสและการประชุมเรื่องความตกลงการค้าเสรีระหว่างอาเซียนกับประเทศคู่เจรจา - การเจรจาลดภาษีสินค้าในอาเซียน ภายใต้กรอบความตกลงด้านการค้าสินค้า - สนับสนุนและร่วมการเจรจาจัดมาตรการที่มีใช้ภายในอาเซียน (Non-Tariff Barriers) อาทิ โควตาการขออนุญาตนำเข้า - สนับสนุนและร่วมการเจรจาพัฒนากฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) ของอาเซียนให้ตอบสนองกระบวนการผลิตของภูมิภาค - เป็นแกนหลักในการเจรจาจัดทำและดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของอาเซียน เพื่อให้กฎระเบียบ ขั้นตอน และข้อมูลทางศุลกากรในอาเซียนเป็นไปในแนวเดียวกัน - สนับสนุนและร่วมการเจรจาให้เกิดการรวมกลุ่มด้านศุลกากร ปรับประสานกระบวนการและขั้นตอนศุลกากรให้ง่ายและเป็นไปในแนวเดียวกัน อาทิ รูปแบบใบขนสินค้า การประเมินศุลกากร ขั้นตอนการตรวจปล่อยของอาเซียน - เป็นแกนหลักในการเจรจาเปิดเสรีด้านการค้าบริการลดข้อกีดกันการเปิดเสรีการค้าบริการ และอำนวยความสะดวกการเคลื่อนย้ายบุคลากรในภูมิภาคอาเซียน - สนับสนุนและร่วมการเจรจาเปิดเสรีด้านการลงทุน และคุ้มครองการลงทุนของอาเซียน ภายใต้กรอบความตกลงเขตการลงทุนของอาเซียน (ASEAN Comprehensive Investment Area or ACIA) |

| หน่วยงาน | บทบาท |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กรมการค้าต่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการในการยกเลิกระบบโควตาภาษีของสินค้าที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ - ปรับลดขั้นตอนด้านพิธีการที่เกี่ยวข้องกับการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าของอาเซียน - การพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงกับกรมศุลกากรภายใต้ระบบNational Single Window สำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับแบบฟอร์มรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายอาเซียนสำหรับการให้บริการยื่นเอกสารต่างๆ ณ จุดเดียว (ASEAN Single Window) - การพัฒนาระบบเพื่อให้มีการรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง (Self Certification) - การบังคับใช้ พ.ร.บ.มาตรการปกป้องการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นให้ความช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีสินค้าและบริการ ผ่านกองทุนเพื่อการปรับตัวของภาคผลิตและบริการที่ได้รับผลกระทบ |
| กรมพัฒนาธุรกิจการค้า | <ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นไปตามพันธกรณี โดยรวมถึงการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติในธุรกิจต่างๆ - ส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - พัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม |

| หน่วยงาน | บทบาท |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>กรมส่งเสริมการส่งออก</p> | <ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าและบริการที่ไทยมีศักยภาพ คู่ตลาดอาเซียนให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการขนาด กลางและขนาดย่อม - เสริมสร้างเครือข่ายการผลิตร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิก อาเซียน - สนับสนุนให้นักธุรกิจไทยไปลงทุนประกอบธุรกิจ ในต่างประเทศ - ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและประชาสัมพันธ์การใช้ ประโยชน์จากการจัดทำข้อตกลงทางการค้าตามแผนดำเนินการ ไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งสินค้าไทยได้รับสิทธิ ประโยชน์ทั้งด้านภาษีศุลกากรและมีใช้ภาษีศุลกากร - ให้ความรู้กับภาคเอกชนในการปรับระดับมาตรฐาน การผลิต และคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ของอาเซียน - ส่งเสริมการใช้เครือข่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างภาคธุรกิจของไทยกับอาเซียน - เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ และสร้างเครือข่าย ผู้ประกอบการด้านการผลิตและส่งออกกับผู้ประกอบการ สาขาโลจิสติกส์ |
| <p>กรมการค้าภายใน</p> | <ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้แทนหลักของไทยเข้าร่วมประชุมคณะผู้เชี่ยวชาญอาเซียน ด้านนโยบายการแข่งขัน - การหารือร่วมกับหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านนโยบายการแข่งขัน ทางการค้าของอาเซียนเพื่อพัฒนานโยบายการแข่งขันของแต่ละ ประเทศ - การหารือกับหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ของอาเซียน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อมูลระหว่างกัน |

| หน่วยงาน | บทบาท |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กรมทรัพย์สินทางปัญญา | <ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้แทนหลักของไทยเข้าร่วมประชุมคณะทำงานความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาอาเซียน - ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการด้านทรัพย์สินทางปัญญาของอาเซียน - ประชุมหารือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลด้านการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศสมาชิกอาเซียน - เตรียมความพร้อมเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งระบบยื่นคำขอจดทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของอาเซียน - จัดทำโครงการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของไทย(Creative Thailand) และของอาเซียน (Creative ASEAN) |
| สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง | <ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้แทนหลักของไทยเข้าร่วมประชุมรัฐมนตรีคลังอาเซียน - เป็นแกนหลักการเจรจายกเลิกภาษีศุลกากรขาเข้าสำหรับสินค้าภายในอาเซียน - ร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทยในการเจรจาและกำกับดูแลการเปิดเสรีด้านเงินทุน |
| กรมสรรพากร กรมศุลกากร | <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำความตกลงทวิภาคีว่าด้วยการเว้นการเก็บภาษีซ้อน - เป็นผู้แทนหลักในการประชุมและการเจรจาด้านศุลกากรและกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า - ปรับปรุงกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดของอาเซียน - ปรับปรุงระเบียบพิธีการและการไหลเวียนของข้อมูลทางการค้าและศุลกากรให้เรียบง่าย มีมาตรฐานเดียวกันในอาเซียน - ดำเนินการด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าของอาเซียนเพื่อให้อัตราระเบียบ ขั้นตอน และข้อมูลทางศุลกากรในอาเซียนเป็นไปในแนวทางเดียวกัน - จัดเตรียมระบบพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มทางศุลกากร - จัดตั้งระบบ National Single Window และประสานกับประเทศสมาชิกอาเซียนในการจัดตั้งASEAN SingleWindow |

| หน่วยงาน | บทบาท |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กระทรวงการต่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> - กรมอาเซียน เป็นสำนักงานอาเซียนแห่งชาติ (ASEAN National Secretariat) - กรมอาเซียน เป็นผู้แทนหลักของไทยในการเข้าประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสของอาเซียนและการประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียน - ดำเนินการตามแผนงานริเริ่มเพื่อการรวมตัวของอาเซียนซึ่งครอบคลุมความร่วมมือเรื่องโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาด้านพลังงาน การท่องเที่ยว การลดระดับความยากจน และการปรับปรุงคุณภาพชีวิต - อำนวยความสะดวกในการออกวีซ่าสำหรับแรงงานฝีมือและผู้ประกอบวิชาชีพอาเซียน |
| กระทรวงแรงงาน | <ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้แทนหลักของไทยเข้าร่วมประชุมรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านแรงงานของอาเซียน - การจัดทำข้อตกลงยอมรับคุณสมบัติวิชาชีพ และส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและเสริมสร้างขีดความสามารถในการค้าบริการ - อำนวยความสะดวกในการออกใบอนุญาตทำงานสำหรับวิชาชีพเชี่ยวชาญ |
| กระทรวงอุตสาหกรรม | <ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้แทนของไทยเข้าร่วมการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนกับคณะกรรมการเขตการลงทุนอาเซียน - เป็นผู้แทนหลักของไทยในการประชุมคณะกรรมการประสานงานด้านการลงทุนของอาเซียน - เจรจาและกำกับดูแลการดำเนินการตามกรอบความตกลงเขตการลงทุนอาเซียนเต็มรูปแบบ (ACIA) ดำเนินการตามแผนงานการรวมกลุ่มสาขาแร่รัตนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์ไม้ ยานยนต์อิเล็กทรอนิกส์ |

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ นางสาวจริยา จิราธิวัฒน์

วัน เดือน ปี เกิด 6 สิงหาคม 2508

ประวัติการศึกษา

- ปริญญาตรีคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาโท Master of Business Administration, Clark University, USA
- Advanced Management Program at Harvard Business (USA)

ประวัติการทำงาน

- รองประธานฝ่ายการตลาดและการสื่อสาร
บริษัท บีจี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
- รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนารูรูกิจ
บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- ประธานสมาคมผู้ค้าปลีกไทย

ตำแหน่งปัจจุบัน รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนารูรูกิจ

ร่วมมือกันอย่างต่อเนื่องระหว่างรัฐบาลแห่งประเทศไทยและรัฐบาลของประเทศอื่นๆ จะช่วยให้การขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาและวิเคราะห์นโยบาย ทิศทางการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกของรัฐบาลและยุทธศาสตร์ทางการค้าของประเทศไทย
2. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของภาคธุรกิจค้าปลีกในประเทศอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม เมื่อรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. ศึกษาแนวทางการเตรียมความพร้อมของธุรกิจค้าปลีกในประเทศอินโดนีเซีย พม่า และ เวียดนาม เมื่อรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาโอกาส ทิศทาง การส่งเสริมของรัฐบาล เฉพาะในประเทศอินโดนีเซีย พม่า และเวียดนาม
2. ในส่วนที่เกี่ยวกับกฎหมายหรือข้อบังคับ จะเน้นเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกและธุรกรรมที่เกี่ยวข้องเท่านั้น
3. ในส่วนของการเตรียมตัวของธุรกิจค้าปลีกและแนวทางการเข้าไปลงทุนเริ่มแรก จะเป็นการเสนอแบบกว้างๆ ไม่ลึกลงไปในรายละเอียด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษานโยบาย แผนงานและทิศทางการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานของรัฐ ภาวะเปรียบเทียบการลงทุนและข้อกฎหมายหลักๆ ที่เป็นอุปสรรคกับธุรกิจค้าปลีกของประเทศตัวอย่างในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงประสบการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่ได้มีโอกาสขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศแล้ว เพื่อให้ได้แนวทางสำหรับผู้ประกอบการค้าปลีกที่ต้องการขยายการลงทุนไปประเทศนั้นๆ หรือต่างประเทศเป็นครั้งแรก และความช่วยเหลือสนับสนุนที่จำเป็นจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลของการวิจัย

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการรวมตัวกันของประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียน ในตลาดโลกมากขึ้น จึงนับเป็น โอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะต้องเร่งปรับตัวและใช้ โอกาสจากการลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนต่างๆ ในการแข่งขันที่สูง ดังนั้น การเตรียม ความพร้อมเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยหลีกเลี่ยงและบรรเทาผลกระทบ ในเชิงลบที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงการช่วยให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ โดยแนวทางการปรับตัวที่ทุกภาคส่วนสามารถนำมาใช้อาจพิจารณาได้ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ

การเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น นำมาซึ่ง โอกาสทางธุรกิจในการขยาย ตลาดไปยังประเทศอื่นๆ แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายในประเทศของไทย ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีมาตรการรองรับต่างๆ โดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการ ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กรมการค้าต่างประเทศเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ในการจัดตั้งกองทุนเพื่อการปรับตัวของภาคการผลิตและบริการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรี ทางการค้า ทั้งนี้รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการเจรจาความตกลงการค้าเสรี โดยคณะทำงานดังกล่าวมีประธานผู้แทนการค้าไทยเป็นประธานและมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็น กรรมการ ปัจจุบันมีมาตรการเยียวยาทางการค้าหลัก 2 มาตรการ ได้แก่ โครงการช่วยเหลือเพื่อการ ปรับตัวของภาคการผลิตและภาคบริการ ซึ่งดำเนินการ โดยกระทรวงพาณิชย์ และกองทุนปรับ โครงสร้างการผลิตภาคเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งดำเนินการ โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นอกจากนี้ผู้ได้รับผลกระทบอาจเข้าร่วม โครงการภายใต้แผน แม่บทเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ (Productivity) ของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งดำเนินการ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้อีกทางหนึ่ง

ภาคบริการ ค่าปลีกและค้าส่งเป็นธุรกิจที่มีความ สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากจะเป็นสาขาที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับรองจากภาคอุตสาหกรรมแล้ว ยังมีการจ้างงานมาก เป็นอันดับสามรองจากภาคเกษตรและภาคบริการ ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่าง หนึ่ง ในการขับเคลื่อนการพัฒนามาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งหลาย ประเทศในอาเซียนยังคงไม่เปิดเสรีอย่างเต็มที่ให้แก่นักลงทุนต่างชาติ

ในขณะที่ผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีศักยภาพของไทย ยังต้องพึ่งพาเครือข่ายทางธุรกิจ ของตนเองในการขยายการลงทุนไปต่างประเทศเป็นสำคัญ เนื่องจากการสนับสนุนข้อมูลในเชิงลึก จากหน่วยงานภาครัฐยังไม่พอเพียง การเจรจาเจริญสัมพันธไมตรี โดยรัฐบาลของไทย ทั้งการค้า

การลงทุน เพื่อเป็นการปูทางและให้ภาคเอกชนสานต่อกับภาคเอกชนของประเทศอาเซียนยังไม่มี ความคืบหน้ามากนัก ถึงแม้จะมีการประชาสัมพันธ์มาจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง แต่ข่าวสารและข้อมูลที่เผยแพร่มีลักษณะเป็นข้อมูลสำเร็จรูปมาจากส่วนกลาง ไม่ได้มีการ ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับผู้รับข่าวสารข้อมูลในแต่ละกลุ่ม รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกใช้ เนื้อหา ขาดรายละเอียดในเชิงลึก

ข้อเสนอแนะ

การเตรียมตัวที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนที่สนใจจะขยายการลงทุนไป ต่างประเทศ ผู้ประกอบการควรประเมินศักยภาพของตนเอง และวางเป้าหมายหรือกำหนด วัตถุประสงค์ในการที่จะขยายการลงทุนไปประเทศอื่นๆ ได้แก่ หาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดให้ มาก เดินทางไปสำรวจตลาดเพื่อรวบรวมข้อมูล เสาะหาพันธมิตรหรือผู้นำเข้าสินค้าที่เป็น ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีประสบการณ์

ขณะเดียวกันความต้องการให้หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการ ช่วยเหลือสนับสนุน รวมถึงวิธีการดำเนินงานของรัฐในเรื่องต่างๆ ก็มีความสำคัญอย่างยิ่ง เช่น จัดตั้งบริษัทที่ปรึกษากลางสำหรับนักลงทุนไทยเพื่อให้มีข้อมูลและความรู้ในทางกฎหมาย การลงทุน ข้อตกลงระหว่างประเทศ ข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลทางธุรกิจ และเป็นผู้นำรวบรวม นักธุรกิจเข้าไปเจรจาการค้ากับระหว่างประเทศ

ทั้งนี้ การที่ภาคเอกชนจะประสบความสำเร็จในการขยายการลงทุนไปสู่ประเทศ ในอาเซียน หรือรักษาตลาดภายในประเทศไว้ ส่วนหนึ่งต้องได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจาก ภาครัฐในด้านต่างๆ อาทิ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการลงทุนในเชิงลึก กฎระเบียบต่างๆ ข้อมูล องค์ประกอบของตลาดในประเทศนั้นๆ การร่วมมือกันในทุกๆระดับของการทำงานระหว่างภาครัฐ และเอกชนจะทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในเวทีระดับนานาชาติได้