



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าไทยกับกลุ่มประเทศ  
CLMV ในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จัดทำโดย นายประโยชน์ เพ็ญสุต  
รหัส ๕๐๕๗

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๕ ปี ๒๕๕๖  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV  
ในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จัดทำโดย นายประโยชน์ เพ็ญสุต  
รหัส ๕๐๕๗

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๕ ปี ๒๕๕๖  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ .....

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมภพ มานะรังสรรค์) \*  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ .....

(เอกอัครราชทูต เพ็ญศักดิ์ ชลารักษ์)  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย ก๊กผล)  
อาจารย์ที่ปรึกษา

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การที่ประเทศอาเซียนจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์ในปลายปี ๒๕๕๘ ทำให้ประเทศไทยซึ่งมีภูมิประเทศตั้งอยู่ตรงกลางและล้อมรอบไปด้วยประเทศสมาชิกต่างๆในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนามมีโอกาสอย่างมากที่จะขยายการค้าการลงทุนกับประเทศ CLMV ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้

นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยมีการพัฒนาประเทศที่เจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆมากกว่าประเทศในกลุ่ม CLMV นี้หลายสิบปีทำให้ ประเทศไทยจึงสามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การค้าการลงทุนกับประเทศในกลุ่ม CLMV ให้ขยายตัวได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

การศึกษานี้มุ่งเน้นการวางยุทธศาสตร์ด้านการค้าและการลงทุนเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตู(Gateway) และศูนย์กลางการค้าการลงทุน (Hub) สู่ประเทศ CLMV โดยศึกษาข้อมูลการค้าและการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ประจำอยู่ในประเทศ CLMV เพื่อนำมาวิเคราะห์ SWOT และจัดทำยุทธศาสตร์การค้าของไทย สินค้าของไทยทั้งสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และภาคบริการ ล้วนมีโอกาสที่จะขยายตัวได้ดีในภูมิภาคนี้ กลุ่มสินค้าเกษตรสินค้าที่มีการแข่งขันส่งออกกับประเทศ CLMV เช่น มันสำปะหลัง ยางพารา และอ้อยนั้น ประเทศไทยควรปรับกลยุทธ์โดยสร้างความร่วมมือและลงทุนเพาะปลูกในประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนประเทศไทยขยับขึ้นมาพัฒนาเป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูป กลางน้ำและปลายน้ำมากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและมูลค่าส่งออกให้เพิ่มขึ้น แทนที่จะแข่งขันส่งออกสินค้าเกษตรพื้นฐานกับประเทศ CLMV สำหรับข้าวหอมมะลิประเทศไทยควรยกระดับและสร้างความแตกต่างของสินค้าจากข้าวขาวทั่วไปซึ่งมีการปลูกเป็นจำนวนมากในภูมิภาคนี้ ซึ่งจะเป็นการแข่งขันด้านคุณภาพมากกว่าการแข่งขันด้านราคา

ในส่วนของสินค้าอุตสาหกรรมประเทศไทยควรเน้นผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ใช้การร่วมทุน-ลงทุนในประเทศ CLMV หรือเปิดโรงงานตามแนวชายแดนเพื่อผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากโดยเฉพาะอุตสาหกรรมสิ่งทอ เนื่องจากประเทศ CLMV มีแรงงานจำนวนมากและค่าแรงยังไม่สูงมากนัก การตั้งศูนย์กระจายสินค้าอุปโภคบริโภคตามแนวชายแดนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าในประเทศ CLMV ที่จะเข้ามาซื้อสินค้าไทยไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคก็เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับประเทศ CLMV ด้วย

ส่วนภาคบริการโดยเฉพาะการท่องเที่ยวควรสร้างร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นแพ็คเกจเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวในภูมิภาคนี้ทั้งประเทศไทยและ CLMV ได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น โดยประเทศในภูมิภาคนี้สามารถได้ประโยชน์ร่วมกันได้ นอกจากนี้การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์การแพทย์และความงาม และการลงทุนด้านนี้ในประเทศ CLMV ก็จะเป็นโอกาสทางธุรกิจบริการที่ประเทศไทยน่าจะทำได้ดี นอกจากนี้การที่ประเทศ CLMV มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจด้านการก่อสร้างทั้งการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคต่างๆ รวมถึงที่อยู่อาศัยน่าจะเป็นโอกาสอย่างมาก โดยประเทศไทยควรกำหนดยุทธศาสตร์ในการให้ความ

ช่วยเหลือด้านเงินทุนและเทคโนโลยีในโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งประเทศไทยจะได้ประโยชน์และความเชื่อถือจากการเป็นประเทศผู้พัฒนาประเทศกลุ่ม CLMV ทั้งการสร้างขีดความสามารถและการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค โดยลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างประเทศสมาชิกเก่าและสมาชิกใหม่ตามแนวคิดและเป้าหมายของเป็นประชาคมอาเซียน โดยกำหนดให้บริษัทของไทยเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจการก่อสร้างของไทยมีการขยายตัว และสามารถสร้างเครือข่ายธุรกิจในประเทศ CLMV ในอนาคตได้อย่างต่อเนื่อง

ในการดำเนินการเพื่อผลักดันยุทธศาสตร์การทำให้ประเทศไทยเป็นประตู (Gateway) และศูนย์การค้าการลงทุน (Hub) สู่ประเทศ CLMV นั้น รัฐบาลจะต้องมีการดำเนินการอย่างจริงจังโดยรัฐบาลควรใช้โอกาสในการที่จะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้ประกาศจุดยืนและนโยบายต่อ CLMV อย่างชัดเจน และดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์ร่วมกันของกระทรวงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง สำนักงานส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนและผลักดันยุทธศาสตร์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรมและแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากข้อกำหนดและระเบียบต่างๆ ทั้งฝั่งของไทยและประเทศ CLMV นอกจากนี้ควรมีการสร้างทีมประเทศไทยซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานที่มีหน้าที่และประจำอยู่ในประเทศ CLMV ที่เป็นรูปธรรมอย่างเร่งด่วนทั้งในแง่หน้าที่และจัดทำงบประมาณร่วมกันบนพื้นฐานการทำงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Base) ไม่ใช่ตามหน้าที่ของหน่วยงาน (Functional Base) โดยกำหนดบทบาทของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจนให้สอดคล้องกัน และมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน ไม่ใช่การประสานกันอย่างหลวมๆ ดังเช่นปัจจุบันนี้

นอกจากนี้ การดำเนินการภาครัฐในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนแต่เพียงฝ่ายเดียวไม่เพียงพอในการขับเคลื่อน ภาครัฐจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและดำเนินการสร้างพันธมิตรทั้งในแนวกว้างและแนวลึกกับภาคเอกชนทั้งของประเทศไทยและของประเทศในกลุ่ม CLMV ด้วย

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานฉบับนี้เป็นผลจากการศึกษาในหลักสูตรนักบริหารการทูตรุ่นที่ ๕ ซึ่งสามารถเสร็จ  
ลุล่วงสมบูรณ์ภายในระยะเวลาที่กำหนดได้นั้น ผู้ศึกษาขอแสดงความขอบคุณต่อท่านผู้มีพระคุณและให้  
ความอนุเคราะห์ ดังต่อไปนี้

๑. รองศาสตราจารย์ ดร. สมภพ มานะรังสรรค์ ท่านเอกอัครราชทูตเพ็ญศักดิ์ ชลาภิรักษ์  
และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรทัย ก๊กผล คณะอาจารย์ที่ปรึกษาผู้กรุณาให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ  
และประเด็นที่ควรปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้รายงานฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

๒. นางจිරนนท์ วงษ์มงคล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุง  
พนมเปญ ประเทศกัมพูชา นายประจวบ สุภินิ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
ณ นครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์ นางพิมล ปงกอแก้ว ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่าง  
ประเทศ ณ นครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และนายรุจ โสรรัตน์ รองกงสุล  
ใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ผู้ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามซึ่งจะเป็นข้อมูลส่วน  
สำคัญอย่างยิ่งในการจัดทำรายงานฉบับนี้

๓. นางสาววิชญา พรหมสวัสดิ์ นางสาวชนิกานต์ ดิศผดุง นางสาวปิยาภรณ์ ยิ้มศิริวิวัฒน์  
และนางชญาภรณ์ มณีวรรณ เพื่อนข้าราชการและลูกจ้างที่ให้ความช่วยเหลือในการค้นหาข้อมูล และ  
จัดส่งและรวบรวมแบบสอบถาม

๔. ข้าราชการและลูกจ้างสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการทุกท่านที่ให้ความ  
ช่วยเหลืออำนวยความสะดวกต่างๆเป็นอย่างดี

๕. นางสุนณา เพ็ญสุต ภริยา และบุตรทั้งสองของข้าพเจ้า นางสาวปานสรณ์ เพ็ญสุต และ  
นายสหเขตร เพ็ญสุต ผู้ให้กำลังใจและช่วยอ่านทบทวนรายงานฉบับนี้

ประโยชน์ เพ็ญสุต

สิงหาคม ๒๕๕๖

## สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษา	๑
๑.๓ ขอบเขตการศึกษา	๒
๑.๔ วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	๒
๑.๕ ประโยชน์ของการศึกษา	๒
บทที่ ๒ แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๓
๒.๑ แนวคิดทฤษฎี	๓
๒.๒ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๕
๒.๓ สรุปกรอบแนวคิด	๕
บทที่ ๓ ผลการศึกษา	๗
๓.๑ ข้อมูลด้านสังคมเศรษฐกิจการค้ารายประเทศ CLMV	๗
๓.๒ ข้อมูลสภาพรวมสถิติเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยกับประเทศ CLMV	๑๕
๓.๓ การวิเคราะห์จุดแข็ง ปัญหา อุปสรรคและโอกาสในการดำเนินธุรกิจการค้าและการลงทุนในประเทศ CLMV	๑๘
๓.๔ การวิเคราะห์ SWOT ในบทบาทด้านการค้าและการลงทุนของไทยต่อประเทศในกลุ่ม CLMV	๒๒
บทที่ ๔ บทสรุปและข้อเสนอแนะ	๒๕
๔.๑ สรุปผลการศึกษา	๒๕
๔.๒ ข้อเสนอแนะ	๒๖
บรรณานุกรม	๓๔

## สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก		๓๖
ก	ข้อมูลแบบสอบถามจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย กัมพูชา	๓๗
ข	ข้อมูลแบบสอบถามจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	๔๔
ค	ข้อมูลแบบสอบถามจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์	๕๖
ง	ข้อมูลแบบสอบถามจากสถานกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศ เวียดนาม	๔๘
ประวัติผู้เขียน		๕๑



## สารบัญตาราง

ตารางที่ ๑	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศกัมพูชา ๕ อันดับแรก	๘
ตารางที่ ๒	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศกัมพูชา ๕ อันดับแรก	๘
ตารางที่ ๓	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศลาว ๕ อันดับแรก	๑๐
ตารางที่ ๔	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศเวียดนาม ๕ อันดับแรก	๑๑
ตารางที่ ๕	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศเมียนมาร์ ๕ อันดับแรก	๑๒
ตารางที่ ๖	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศกัมพูชา ๕ อันดับแรก	๑๓
ตารางที่ ๗	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศเวียดนาม ๕ อันดับแรก	๑๔
ตารางที่ ๘	สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศกัมพูชา ๕ อันดับแรก	๑๕
ตารางที่ ๙	ตัวเลขพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศไทยและประเทศ CLMV	๑๕
ตารางที่ ๑๐	สัดส่วนภาคการผลิตสินค้าเกษตรกรรม อุตสาหกรรมและบริการในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศไทยและประเทศ CLMV	๑๖
ตารางที่ ๑๑	สถิติการค้าประเทศไทยกับประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม	๑๗

## บทที่ ๑ บทนำ

### ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้ง ๑๐ ประเทศได้ทำความตกลงร่วมกันที่จะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทั้ง ๑๐ ประเทศในปลายปี ๒๕๕๘ โดยมีหลักการเพื่อให้มีการเคลื่อนที่ของสินค้า บริการ ทุน และแรงงานที่มีฝีมือ ในกลุ่มวิชาชีพบางกลุ่มได้แก่ แพทย์ พยาบาล บัญชี เป็นต้นไปอย่างเสรีระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งหมด ดังนั้น จึงมีความคาดหวังว่าการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้ จะเป็นโอกาสอันดีของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่จะผลักดันและขับเคลื่อนมูลค่าการค้าและการลงทุนในภูมิภาคอาเซียนให้ขยายตัวได้มากยิ่งขึ้น

ในส่วนของประเทศไทยซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจในภูมิภาคใหญ่เป็นอันดับที่ ๒ รองจากประเทศอินโดนีเซีย และรายได้ประชาชาติต่อหัวเป็นอันดับที่ ๔ รองจากสิงคโปร์ บรูไน และมาเลเซีย มีโอกาสมากขึ้นที่จะขยายการส่งออกสินค้าไปยังตลาดของประเทศสมาชิกอื่นๆ โดยได้รับสิทธิประโยชน์ในเรื่องภาษีศุลกากร รวมถึงการลงทุนด้วย ที่สำคัญในแง่ของที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ประเทศไทยได้เปรียบอย่างมากเนื่องจากมีภูมิประเทศอยู่ตรงกลางและล้อมรอบไปด้วยประเทศสมาชิกต่างๆ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ถึงแม้ประเทศไทยจะไม่มีชายแดนติดประเทศเวียดนาม แต่ก็มีระยะทางห่างกันระหว่างทั้งสองประเทศไม่มากนัก และประเทศในกลุ่ม CLMV เหล่านี้มีความต้องการสินค้าไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ดังนั้น ถ้าพิจารณาโอกาสทางการค้าแล้ว การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะสร้างโอกาสอันดีที่จะผลักดันประเทศไทยให้เป็นประตู (Gateway) และศูนย์การค้าลงทุน (Hub) เข้าสู่ประเทศ CLMV เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

ดังนั้น การจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าการลงทุนของไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV จึงเป็นสิ่งจำเป็นและต้องทำอย่างเร่งด่วน เพื่อเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการไทย ที่จะเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดนและการส่งออกรวมทั้งการลงทุนกับกลุ่มประเทศ CLMV เพื่อให้ประเทศไทยได้ประโยชน์สูงสุดจากความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ ระดับการพัฒนาและโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจทางการค้าที่จะเกิดขึ้นนี้

### ๑.๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

๑.๒.๑ ทราบจุดอ่อน-จุดแข็ง โอกาส และปัญหาอุปสรรคของสินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดกลุ่มประเทศ CLMV

๑.๒.๒ กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าการลงทุนเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประตู (Gateway) และศูนย์การค้าการลงทุน (Hub) เข้าสู่ตลาด CLMV หลังการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

### ๑.๓ ขอบเขตการศึกษา

๑.๓.๑ ศึกษาสินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปในแต่ละประเทศของกลุ่ม CLMV

๑.๓.๒ ศึกษาโอกาส ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกและจำหน่ายสินค้านั้นๆในกลุ่มประเทศ CLMV

๑.๓.๓ สรุปผลและเสนอแนะยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าการลงทุนของไทยในตลาด CLMV

### ๑.๔ วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

๑.๔.๑ ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในกลุ่ม CLMV

๑.๔.๒ ศึกษาข้อมูลสถิติทางการค้าชายแดน และการส่งออกของสินค้าไทยไปยังกลุ่มประเทศ CLMV

๑.๔.๓ สัมภาษณ์ข้อมูลสินค้าไทยที่มีศักยภาพ รวมทั้งโอกาส ข้อจำกัดและอุปสรรคในประเทศ CLMV โดยการสอบถามจากผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ หรือสถานกงสุลใหญ่ที่ประจำอยู่ในประเทศกัมพูชา ประเทศลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศเวียดนาม โดยใช้แบบสอบถาม

๑.๔.๔ ศึกษาผลงานวิจัย เอกสาร บทความเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางการค้า การค้าระหว่างประเทศ และแนวทางในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

### ๑.๕ ประโยชน์ของการศึกษา

๑.๕.๑ ภาคเอกชนมีข้อมูลในการผลิตสินค้า การเตรียมตัวและปรับตัวในการรุกตลาดกลุ่มประเทศ CLMV

๑.๕.๒ ภาครัฐมีแนวทางและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตู (Gateway) และศูนย์การค้าการลงทุน (Hub) เข้าสู่ประเทศ CLMV

## บทที่ ๒ แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### ๒.๑ แนวคิดทางทฤษฎี

#### ๒.๑.๑ การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ หมายถึง การที่ประเทศตั้งแต่สองประเทศขึ้นไปตกลงเพื่อยกเลิกหรือลดข้อจำกัดทางการค้าระหว่างกัน ซึ่งอาจจะเป็นภาษีและไม่ใช่ภาษีศุลกากร

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้นในปลายปี ๒๕๕๘ เป็นการรวมกลุ่มแบบเขตการค้าเสรีที่พยายามลดภาษีและข้อกีดกันทางการค้าในระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิก ๑๐ ประเทศซึ่งมีประเด็นสำคัญดังนี้

##### ๒.๑.๑.๑ เป้าหมายสำคัญของการเป็น AEC

ในการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจภายในปี ๒๕๕๘ อาเซียนได้จัดทำพิมพ์เขียว (AEC Blueprint) โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๔ เรื่อง ดังนี้

๑) การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม - ให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมืออย่างเสรี และการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น

๒) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาเซียน - การสร้างความสามารถในด้านต่างๆ เช่น นโยบายการแข่งขัน สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายภาษี และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (การเงิน การขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ)

๓) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค - การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของสมาชิก และลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างประเทศสมาชิกเก่า และสมาชิกใหม่ เช่น การสนับสนุนการพัฒนา SMEs

๔) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก - การรวมกลุ่มเข้ากับประชาคมโลก โดยเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เช่น การจัดทำเขตการค้าเสรี และการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิต/จำหน่าย เป็นต้น

##### ๒.๑.๑.๒ ผลผูกพันต่อประเทศไทยในการรวมตัวเป็น AEC

๑) การเปิดเสรีการค้าสินค้า ภายใต้ความตกลงการค้าสินค้าอาเซียน (ASEAN Trade in Goods Agreement : ATIGA) มาตรการด้านภาษี อาเซียนมีเป้าหมายที่ยกเลิกภาษีสินค้าสำหรับกลุ่มอาเซียน ๖ ซึ่งรวมประเทศไทยในปี ๒๕๕๓ ที่ผ่านมา และสมาชิกใหม่ ๔ ประเทศ CLMV ภายในปลายปี ๒๕๕๘

๒) การเปิดเสรีการค้าบริการ โดยเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนอาเซียนไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ในสาขาบริการสำคัญ ได้แก่ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุขาภาพ และสาขาการท่องเที่ยวภายในปี ๒๕๕๓ ในสาขาโลจิสติกส์ภายในปี ๒๕๕๖ และ ในสาขาบริการอื่นๆ ทุกสาขาภายในปี ๒๕๕๘ ทั้งนี้ สามารถยกเว้นสาขาที่อ่อนไหวได้

๓) การเปิดเสรีการลงทุน ในสาขาอุตสาหกรรมที่ตกลงกันและการให้ การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ

๔) การเปิดเสรีด้านเงินทุนเคลื่อนย้าย จะเปิดเสรียิ่งขึ้นอย่างค่อยเป็น ค่อยไป โดยให้สมาชิกมีมาตรการปกป้องที่เพียงพอเพื่อรองรับผลกระทบ

๕) การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี โดยให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ ของแต่ละประเทศ

๖) การดำเนินการตามความร่วมมือรายสาขาอื่น ๆ เช่น ความร่วมมือ ด้านเหมืองแร่ ความร่วมมือด้าน SMEs การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (คมนาคม เทคโนโลยี สารสนเทศ พลังงาน) เป็นต้น

### ๒.๑.๒ แนวความคิดในด้านทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและการส่งเสริมการค้า

การค้าระหว่างประเทศ คือการซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการข้าม ประเทศ ซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อประเทศผู้ซื้อและผู้ขาย กล่าวคือ ประเทศผู้ซื้อก็สามารถซื้อ สินค้าและบริการที่ไม่สามารถผลิตได้เองหรือผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ ขณะเดียวกันประเทศผู้ขายมีรายได้หรือกำไรจากการขายสินค้าที่ตนเองผลิตได้ดีและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเพิ่มการจ้างงานในประเทศ ผู้ส่งออกอีกด้วยซึ่งนำไปสู่การมีเศรษฐกิจที่ดี ในด้านการค้า ระหว่างประเทศจะมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลายทฤษฎีแต่ที่จะนำมาเป็นกรอบความคิดในการศึกษานี้มีอยู่ ๕ ทฤษฎี คือ

๑) Absolute advantage theory ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการที่ประเทศใดประเทศหนึ่ง สามารถผลิตสินค้าได้มีประสิทธิภาพได้มากกว่าประเทศอื่นและสามารถส่งออกได้ดี ทฤษฎีนี้สนับสนุน การค้าระหว่างประเทศ โดยเน้นให้ประชาชนมีการกินดีอยู่ดีจากการนำเข้าสินค้าที่ถูกกว่า ทฤษฎีนี้วัด ความมั่งคั่งของประเทศจากการมาตรฐานการครองชีพของประชาชนไม่ใช่จากจำนวนเงินที่ประเทศได้ กำไรจากการค้าระหว่างประเทศ

๒) Comparative advantage theory ทฤษฎีนี้กล่าวว่าประเทศผู้ส่งออกไม่ จำเป็นต้องผลิตสินค้าที่ส่งออกได้มีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศนำเข้า แต่มีประสิทธิภาพดีกว่าเมื่อ พิจารณาสินค้าที่ส่งออกนั้นกับสินค้าอื่นที่ผลิตในประเทศของตนเอง กล่าวคือราคาสัมพัทธ์ (relative price) ของสินค้าส่งออกกับสินค้าอื่นของประเทศผู้ส่งออกต่ำกว่า ราคาสัมพัทธ์ของสินค้านั้นๆกับ สินค้าอื่นในประเทศผู้นำเข้า

๓) Endogenous advantage theory ทฤษฎีนี้กล่าวว่าสินค้าหลายชนิดมีการค้า ระหว่างประเทศเป็นเพราะประเทศผู้นำเข้าไม่มีวัตถุดิบ หรือไม่มีสินค้านั้นๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ ชัดเจนได้แก่ น้ำมัน เพชร และทองคำ เป็นต้น

๔) Factor proportions theory ทฤษฎีนี้กล่าวว่าประเทศนำเข้าสินค้าเมื่อขาด แคลนและส่งออกสินค้าเมื่อผลิตมากเกินไปตามความต้องการ ทฤษฎีจะเน้นที่จำนวนการผลิตและราคาสินค้า ตามทฤษฎีนี้

๕) ประเทศควรจะเน้นผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานถ้าแรงงานมีราคาถูกกว่าทุนและ ที่ดิน และควรเน้นสินค้าที่ใช้ทุนและที่ดินถ้าต้นทุนถูกกว่าแรงงาน เป็นต้น

๕) National competitive advantage theory ทฤษฎีนี้กล่าวว่าการศึกษาที่ประเทศจะผลิตอะไรขึ้นกับความสามารถในด้านนวัตกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม ทฤษฎีนี้จะเน้นการปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิต ขั้นตอนการทำงาน และการพัฒนาฝีมือแรงงาน

## ๒.๒ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษานี้ได้ศึกษาและรวบรวมแนวความคิดในการส่งเสริมการส่งออกจากแหล่งต่างๆ เพื่อประกอบการวิเคราะห์และจัดทำยุทธศาสตร์ได้แก่

๒.๒.๑ บทความวิชาการเรื่อง The Key Issues of the Improvement of Export Promotion Policy at the Macro and Micro Levels ของ Karen Grigoryan ซึ่งกล่าวว่า การส่งเสริมการส่งออกเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ในส่วนของนโยบายภาครัฐมีส่วนสำคัญยิ่งที่ต้องมีโปรแกรมที่จะสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกนี้ ทั้งในส่วนของ การส่งออกสินค้าดั้งเดิม และสินค้าใหม่ๆด้วย ในการศึกษานี้ไม่แนะนำให้ภาครัฐดำเนินการส่งเสริมการส่งออกแต่ฝ่ายเดียว เนื่องจากการส่งเสริมการส่งออกเป็นเรื่องที่กว้างขวางครอบคลุมหลายด้าน ดังนั้นรัฐบาลจึงควรพัฒนาและหาพันธมิตรทั้งในแนวกว้างและแนวลึกกับภาคเอกชนด้วย

๒.๒.๒ การศึกษาแนวคิดของนายดาเนียล เลเดอร์แมน กับพวก (Daniel Lederman et al) จากธนาคารโลก (World bank) ซึ่งศึกษากลยุทธ์ของหน่วยงานที่ทำด้านการส่งเสริมการค้า (Export Promotion Agencies: EPA) กว่า ๑๐๐ ประเทศทั้งประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว เพื่อดูผลกระทบและความสำเร็จที่เกิดขึ้น

๒.๒.๓ การศึกษาบทความวิชาการเรื่อง The Foreign Services and Foreign Trade : Embassies as Export Promotion ของ แอนดรูว์ โรส (Andrew K. Rose) ที่ชี้ให้เห็นว่าในโลกปัจจุบันหน่วยงานของประเทศต่างๆที่ประจำอยู่ในต่างประเทศไม่ใช่แค่เฉพาะหน่วยงานที่ส่งเสริมการค้าโดยตรง ได้แก่ สถานทูต สถานกงสุล ล้วนมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาและขยายตลาดส่งออกของประเทศของตน

๒.๒.๔ การศึกษาแนวทางการจัดทำเครือข่ายการส่งเสริมการค้าของประเทศเวียดนาม หรือที่รู้จักกันในนามของ ดอยมอย (Doi Moi) ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๘๖ เพื่อรองรับการพัฒนา และการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศต่างๆ ได้แก่ การจัดตั้ง สมาคมด้านธุรกิจและสินค้าต่างๆ สถาบันที่สนับสนุนการค้าและการส่งออก การเชื่อมต่อภาคการค้ากับชาวเวียดนามในต่างประเทศ การจัดตั้งหน่วยงานด้านส่งเสริมการค้าของเวียดนาม- VIETRADE เป็นต้น

๒.๒.๕ การศึกษานี้ยังได้นำแนวทางการดำเนินงานในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์มาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำยุทธศาสตร์ การส่งเสริมการค้าไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV ด้วย

## ๒.๓ สรุปกรอบแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV ในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้เป็นการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการค้าการลงทุนสินค้าที่มีศักยภาพของไทยในตลาดประเทศ CLMV โดยการศึกษานี้จะพิจารณาสินค้าไทยที่มีศักยภาพโดยดู

จากมูลค่าการส่งออกในอดีต และแนวโน้มในอนาคตที่ได้จากการสอบถามผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ หรือกงสุลใหญ่ที่ประจำอยู่ในประเทศกลุ่ม CLMV รวมทั้งศึกษาโอกาส ปัญหาอุปสรรคในการขยายตลาดสินค้าและบริการของไทยในกลุ่ม CLMV ด้วย จากนั้นจะนำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การค้าการลงทุนของไทย โดยพิจารณาว่า เมื่อเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้วประเทศไทยควรมียุทธศาสตร์อย่างไรเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตู (Gateway) และ ศูนย์การค้าการลงทุน (Hub) สู่ประเทศ CLMV

## บทที่ ๓ ผลการศึกษา

### ๓.๑ ข้อมูลด้านสังคม เศรษฐกิจการค้ารายประเทศ CLMV

#### ๓.๑.๑ ประเทศกัมพูชา

- ที่ตั้ง : ประเทศกัมพูชาตั้งอยู่กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนทิศเหนือติดกับประเทศไทย และลาว ทิศตะวันออกติดประเทศเวียดนาม ทิศตะวันตกติดประเทศไทย
- เมืองหลวง : กรุงพนมเปญ (Phnom Penh)
- ภาษาราชการ : ภาษาเขมรเป็นภาษาราชการ
- ระบอบการปกครอง : ประชาธิปไตยแบบรัฐสภา โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข
- พื้นที่ : พื้นที่ทั้งหมด ๑๘๑,๐๓๕ ตารางกิโลเมตร หรือมีขนาดประมาณ ๑ ใน ๓ ของประเทศไทยมีเส้นเขตแดนติดต่อกับประเทศไทยยาว ๗๙๘ กิโลเมตร
- ประชากร : ๑๕,๑๐๐,๐๐๐ ล้านคน (ปี ๒๕๕๕)
- สกุลเงิน : เงินเรียล (Riel)
- ภูมิประเทศ : ส่วนใหญ่เป็นที่ราบ ประกอบด้วยที่ราบรอบทะเลสาบเขมร และที่ราบลุ่มแม่น้ำ โขงมีทิวเขาล้อมรอบทางเหนือ คือ เทือกเขาพนมดงรัก เทือกเขาบรรทัด เทือกเขาอันนัมกัมพูชา ลักษณะภูมิประเทศคล้ายสามหรืออ่าง คือ ตรงกลางเป็นแอ่งทะเลสาบและลุ่มแม่น้ำ โขงอัน กว้างขวาง มีภูเขาล้อมรอบอยู่ ๓ ด้าน
- ภูมิอากาศ : ร้อนชื้น มีฤดูฝนยาวนาน อุณหภูมิโดยเฉลี่ย ๒๐ - ๓๖ องศาเซลเซียส
- ศาสนา : ศาสนาประจำชาติคือศาสนาพุทธ นิกายเถรวาท (แยกเป็น ๒ นิกายย่อย คือ ธรรมยุตินิกายและมหานิกาย) และศาสนาอื่นๆ อาทิ ศาสนาอิสลามและศาสนาคริสต์
- วันเข้าร่วมอาเซียน : ๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๒
- การส่งออกสินค้าไทยไปยังกัมพูชา:



ตารางที่ ๑ สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศกัมพูชา ๕ อันดับแรก (ปี๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
๑	เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	๓,๖๐๒.๓๔	๔.๘๑
๒	น้ำตาลทราย	๓,๔๘๔.๗๖	๔.๖๕
๓	เครื่องดัดที่ไม่มีแอลกอฮอล์	๓,๒๐๓.๐๘	๔.๒๘
๔	เครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู	๓,๐๑๑.๑๓	๔.๐๒
๕	ยางยานพาหนะ	๒,๘๗๑.๘๓	๓.๘๓
	สินค้าอื่นๆ	๕๘,๗๔๘.๓๙	๗๘.๔๑
	รวม	๗๔,๙๒๑.๕๒	๑๐๐

ที่มา : World Trade Atlas (อ้างอิงกรมศุลกากร ประเทศไทย)

จากการสัมภาษณ์นางจිරนนท์ วงษ์มงคล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานครทำให้ทราบว่า ชาวกัมพูชานิยมสินค้าไทยมากกว่าสินค้านำเข้าจากประเทศอื่น ๆ โดยมีค่านิยมว่าสินค้าไทยนั้นมีความสวยงามและมีคุณภาพดี ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความนิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงของไทย โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ นักแสดง และศิลปิน สินค้าไทยจึงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากกว่าสินค้าจากจีนและเวียดนาม

นอกจากนี้ รสนิยมการบริโภคของชาวกัมพูชายังมีความคล้ายคลึงกับผู้บริโภคชาวไทย ทำให้สินค้าไทยสามารถเจาะตลาดกัมพูชาได้ง่ายและแพร่หลาย โดยสินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดประเทศกัมพูชา ได้แก่

- ๑) อาหาร เครื่องปรุงรสและเครื่องดัด
- ๒) เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย กระเป๋า รองเท้าและเครื่องประดับ
- ๓) เครื่องสำอาง สบู่และผลิตภัณฑ์รักษาผิว
- ๔) เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้านและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร
- ๕) อาหารสัตว์ ปุ๋ยและเมล็ดพันธุ์พืช

ตารางที่ ๒ สินค้าส่งออกของประเทศไทย ๕ อันดับแรก (ปี ๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	ร้อยละ
๑	สิ่งทอ	n/a	n/a
๒	อุตสาหกรรมอื่นๆ	n/a	n/a
๓	รองเท้า	n/a	n/a
๔	ยางพารา	n/a	n/a
๕	ปลา	n/a	n/a
	อื่นๆ	n/a	n/a
	รวม	n/a	n/a

ที่มา : <http://www.tradingeconomics.com/myanmar/imports> (อ้างอิงธนาคารแห่งชาติกัมพูชา)

- การขนส่งสินค้า: การขนส่งสินค้าจากไทยไปยังกัมพูชาสามารถทำได้หลายรูปแบบ ทั้งการขนส่งทางบก การขนส่งทางทะเล และการขนส่งทางอากาศ

๑) การขนส่งทางบก

เนื่องจากไทยนั้นมีพรมแดนติดกับกัมพูชาในหลายจังหวัด ทำให้มีเส้นทาง การขนส่งทางบกไปยังกัมพูชาหลายเส้นทาง โดยเส้นทางที่นิยมใช้ในการขนส่งสินค้า ได้แก่

(๑) กรุงเทพฯ - อรัญประเทศ - บันเตียเมียนเจย - ตะบอง - โพธิ์สัตว์ - กัมปงชะนัง - กรุงพนมเปญ ระยะทาง ๔๒๐ กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ๘ ชั่วโมง

(๒) กรุงเทพฯ - อรัญประเทศ - บันเตียเมียนเจย - เสียมเรียบ - กัมปงธม - กัมปงจาม ระยะทาง ๔๓๐ กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ๘ ชั่วโมง

(๓) กรุงเทพฯ - คลองใหญ่ - เกาะกง - กัมปงสะปือ - กรุงพนมเปญ ระยะทาง ๒๘๓ กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ๗ ชั่วโมง

(๔) กรุงเทพฯ - คลองใหญ่ - เกาะกง - สะแรมเบิล - จังหวัดพระสีหนุ (กัมปงโสม) ระยะทาง ๒๖๐ กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ๕ ชั่วโมง

๒) การขนส่งทางอากาศ

(๑) จากสนามบินสุวรรณภูมิถึงสนามบินนานาชาติกรุงพนมเปญ ใช้เวลา ทั้งหมด ๕.๕ นาที

(๒) จากสนามบินสุวรรณภูมิถึงสนามบินนานาชาติเสียมเรียบ ใช้เวลา ทั้งหมด ๕.๕ นาที

๓) การขนส่งทางทะเล

กัมพูชามีท่าเรือน้ำลึกเพียงแห่งเดียว คือ ท่าเรือสีหนุวิลล์ แต่ก็มีท่าเรือ เอกชนที่สำคัญ คือ ท่าเรือออกญา มอง (Oknha Mong) โดยผู้ประกอบการสามารถขนส่งสินค้าจาก ท่าเรือของไทยไปยังท่าเรือทั้งสองได้ ดังนี้

(๑) ท่าเรือกรุงเทพ - ท่าเรือสีหนุวิลล์ ใช้เวลาการเดินทาง ๖ วัน

(๒) ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือสีหนุวิลล์ ใช้เวลาการเดินทาง ๔ วัน

(๓) ท่าเรือ อ.คลองใหญ่ - ท่าเรือสีหนุวิลล์ ใช้เวลาการเดินทาง ๑ วัน

(๔) ท่าเรือ อ.คลองใหญ่ - ท่าเรือออกญามอง ใช้เวลาการเดินทาง ๑ วัน

**๓.๑.๒ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**

- ที่ตั้ง : ประเทศลาวเป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล มีพื้นที่ ๒๓๖,๘๐๐ ตาราง กิโลเมตร มีพรมแดนทิศเหนือติดต่อกับจีน ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือติดต่อกับเมียนมาร์ ทางทิศ ตะวันออกติดต่อกับเวียดนาม ทิศใต้ติดต่อกับกัมพูชา และทิศตะวันตกติดต่อกับไทย กันด้วยแม่น้ำโขง เป็นบางช่วง

- เมืองหลวง : นครหลวงเวียงจันทน์

- ภาษาราชการ : ภาษาลาว

- ระบบการปกครอง : ระบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์โดยพรรคการเมืองเดียว คือ พรรคประชาชนปฏิวัติลาวซึ่งเป็นองค์กรที่มีอำนาจสูงสุดตั้งแต่ลาวเริ่มปกครองในระบบสังคมนิยมเมื่อวันที่ ๒ ธันวาคม ๒๕๑๘

- พื้นที่ : ๒๓๖,๘๐๐ ตารางกิโลเมตร (ประมาณครึ่งหนึ่งของประเทศไทย)
- ประชากร : ๖,๒๘๘,๐๓๗ คน (ปี ๒๕๕๕)
- สกุลเงิน : กีบ
- ภูมิภาค : ภูมิภาคของลาวอาจแบ่งได้เป็น ๓ เขต คือ
  - ๑) เขตภูเขาสูง อยู่ในเขตภาคเหนือของประเทศ
  - ๒) เขตที่ราบสูง ปรากฏตั้งแต่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของที่ราบสูงเมืองพวน ไปจนถึงชายแดนกัมพูชา เขตที่ราบสูงนี้มีที่ราบสูงขนาดใหญ่อยู่ ๓ แห่ง ได้แก่ที่ราบสูงเมืองพวน, ที่ราบสูงนากาย และที่ราบสูงทางใต้
  - ๓) เขตที่ราบลุ่ม เป็นเขตที่ราบตามแนวฝั่งแม่น้ำโขงและแม่น้ำต่างๆ เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุดในเขตพื้นที่ทั้ง ๓ เขต นับเป็นพื้นที่อยู่อาศัยที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ ที่ราบลุ่มเวียงจันทน์ ที่ราบลุ่มสะหวันนะเขต และที่ราบจำปาสักทางภาคใต้ของลาว
- ภูมิอากาศ : ลาวอยู่ในภูมิภาคเขตร้อน มีลมมรสุมแต่ไม่มีลมพายุ สำหรับเขตภูเขาภาคเหนือและเขตเทือกเขา อากาศมีลักษณะกึ่งร้อนกึ่งหนาว อุณหภูมิสะสมเฉลี่ยประจำปีสูงถึง ๑๕-๓๐ องศาเซลเซียส และความแตกต่างของอุณหภูมิระหว่างกลางวันและกลางคืนมีประมาณ ๑๐ องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ของอากาศมีประมาณร้อยละ ๗๐ - ๘๕ ปริมาณน้ำฝนในฤดูฝน (ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงตุลาคม) มีร้อยละ ๗๕ - ๙๐ ส่วนในฤดูแล้ง (ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึงเมษายน) ปริมาณน้ำฝนมีเพียงร้อยละ ๑๐ - ๒๕ และปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยต่อปีของแต่ละเขตก็แตกต่างกันอย่างมากมาย
- ศาสนา : ศาสนาพุทธร้อยละ ๗๕ นับถือผีร้อยละ ๑๖-๑๗ ที่เหลือนับถือศาสนาคริสต์และอิสลาม
- วันเข้าร่วมอาเซียน : ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๔๐
- การส่งออกสินค้าไทยไปยังลาว:

### ตารางที่ ๓ สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศลาว ๕ อันดับแรก (ปี๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
๑	น้ำมันดีเซล	๑๗,๒๕๓.๕๕	๑๕.๘๒
๒	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	๑๒,๒๐๖.๐๑	๑๑.๑๙
๓	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	๕,๙๗๙.๖๒	๕.๔๘
๔	น้ำมันเบนซิน	๕,๔๔๓.๗๙	๔.๙๙
๕	เครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างและส่วนประกอบ	๔,๗๘๔.๐๕	๔.๓๙
	อื่นๆ	๖๓,๓๙๒.๒๑	๕๘.๑๓
	รวม	๑๐๙,๐๕๙.๒๒	๑๐๐

ที่มา : World Trade Atlas (อ้างอิงกรมศุลกากร ประเทศไทย)

จากการสัมภาษณ์นางพิมล ปงกอแก้ว ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวพบว่า ชาวลาวยินยมนสินค้าไทย โดยให้การยอมรับทั้งด้านคุณภาพ ราคา และความประณีตสวยงาม แต่ราคาของสินค้าไทยค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสินค้านำเข้าจากประเทศอื่น แต่การจัดจำหน่ายและกระจายสินค้ายังไม่เป็นปัญหา เนื่องจากผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงของลาวนั้นจะเลือกสินค้าไทยก่อนสินค้าจากประเทศอื่น และมีการสั่งซื้อเป็นกรณีพิเศษจากผู้นำเข้าด้วย โดยสินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดประเทศลาว ได้แก่

- ๑) สินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน
- ๒) น้ำมันเชื้อเพลิง
- ๓) รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ
- ๔) เหล็ก เหล็กกล้า วัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์
- ๕) เครื่องจักรกล และส่วนประกอบของเครื่องจักรกล

#### ตารางที่ ๔ สินค้าส่งออกของประเทศลาว ๕ อันดับแรก (ปี๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	ร้อยละ
๑	แร่ธาตุ	๙๔๖.๘๗	๔๑.๗๓
๒	ไฟฟ้า	๕๐๒.๑๙	๒๒.๑๓
๓	ผลผลิตทางการเกษตร	๒๒๐.๘๒	๙.๗๓
๔	สิ่งทอ	๑๘๓.๘๙	๘.๑๐
๕	ผลิตภัณฑ์จากไม้	๑๓๑.๑๑	๕.๗๘
	อื่นๆ	๒๘๔.๑๒	๕.๘๓
	รวม	๒,๒๖๙.๐๐	๑๐๐

ที่มา : <http://www.bol.gov.la/> (ธนาคารแห่งชาติลาว)

#### - การขนส่งสินค้า :

การขนส่งสินค้าระหว่างไทยและลาวนั้นใช้การขนส่งทางถนนเป็นหลัก เนื่องจากลาวไม่มีพื้นที่ติดทะเล (Landlocked) อีกทั้งเส้นทางการขนส่งทางถนนนั้นสามารถทำได้สะดวกเนื่องจากมีสะพานมิตรภาพไทย - ลาวอยู่หลายแห่ง และมีด่านการค้าชายแดนเชื่อมต่อกันหลายจุด

#### ๓.๑.๓ ประเทศเมียนมาร์

- ที่ตั้ง : ประเทศเมียนมาร์เป็นประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนติดกับอินเดีย บังกลาเทศ จีน ลาว ไทย หนึ่งในสามของพรมแดนเมียนมาร์ที่มีความยาว ๑,๙๓๐ กิโลเมตรเป็นแนวชายฝั่งตามอ่าวเบงกอลและทะเลอันดามัน

- เมืองหลวง : กรุงเนปิดอว์ (Naypyidaw)

- ภาษาราชการ : ภาษาพม่า

- ระบอบการปกครอง : เผด็จการทางทหาร ปกครองโดยรัฐบาลทหารภายใต้สภา

สันติภาพและ

- การพัฒนาแห่งรัฐ (State Peace and Development Council – SPDC) โดยมีประธาน SPDC เป็นประมุขประเทศ และมีนายกรัฐมนตรีเป็นหัวหน้ารัฐบาล
- พื้นที่ : ๖๕๗,๗๔๐ ตารางกิโลเมตร (ประมาณ ๑.๓ เท่าของไทย)
- ประชากร : ๕๐.๕๑ ล้านคน เมียนมาร์มีหลายเชื้อชาติ จึงเกิดเป็นปัญหาชนกลุ่มน้อย มีเชื้อสายพม่าร้อยละ ๖๓ ไทยใหญ่ร้อยละ ๑๖ มอญร้อยละ ๕ ยะไข่ร้อยละ ๕ กะเหรี่ยงร้อยละ ๓.๕ คะฉิ่นร้อยละ ๓ ไทยร้อยละ ๓ ชินร้อยละ ๑
- สกุลเงิน: จี๊ด (Kyat)
- ภูมิประเทศ : ประเทศเมียนมาร์มีพรมแดนทางตะวันตกเฉียงเหนือติดต่อกับบังกลาเทศและอินเดีย พรมแดนทางเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือติดต่อกับทิเบตและมณฑลยูนนานของจีนยาวถึง๒,๑๘๕ กิโลเมตร ทางตะวันออกเฉียงใต้ติดต่อกับลาวและไทย เมียนมาร์มีแนวชายฝั่งต่อเนื่องตามอ่าว เบงกอลและทะเลอันดามัน ทางตะวันตกเฉียงใต้และใต้ ซึ่งเป็นหนึ่งในสี่ของพรมแดนทั้งหมด
- ศาสนา : ศาสนาพุทธ (ร้อยละ ๙๐) ศาสนาคริสต์ (ร้อยละ ๕) ศาสนาอิสลาม (ร้อยละ ๓.๘)
- วันเข้าร่วมอาเซียน : ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๔๐
- การส่งออกสินค้าไทยไปยังเมียนมาร์

#### ตารางที่ ๕ สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศเมียนมาร์ ๕ อันดับแรก (ปี ๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
๑	น้ำมันดีเซล	๗,๑๙๑.๙๐	๑๐.๒๘
๒	น้ำมันเบนซิน	๕,๐๗๔.๘๕	๗.๒๕
๓	เครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์	๔,๘๗๗.๘๑	๖.๙๗
๔	เครื่องดัดที่ไม่มีแอลกอฮอล์	๓,๙๙๓.๔๔	๕.๗๑
๕	ผ้าฝ้ายและด้าย	๓,๑๒๒.๙๑	๔.๔๖
	อื่นๆ	๔๕,๗๑๔.๗๔	๖๕.๓๓
	รวม	๖๙,๙๗๕.๖๖	๑๐๐

ที่มา : World Trade Atlas (อ้างอิงกรมศุลกากร ประเทศไทย)

จากการสัมภาษณ์นายประจวบ สุภินิ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครย่างกุ้งพบว่า สินค้าไทยเป็นที่นิยมในตลาดประเทศเมียนมาร์ ประชาชนทั่วไปรู้จักและยอมรับว่าสินค้าไทยนั้นมีคุณภาพ แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคชาวพม่ามีทางเลือกมากขึ้นจากการเปิดประเทศ ทำให้สินค้านำเข้าจากประเทศอื่น ๆ เข้ามาแข่งกับสินค้าจากไทย สินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดประเทศเมียนมาร์ ได้แก่

- ๑) น้ำมันเชื้อเพลิง
- ๒) เครื่องดื่ม

- ๓) อาหารสำเร็จรูป
- ๔) เครื่องจักรกลเกษตร
- ๕) อุปกรณ์ก่อสร้าง

**ตารางที่ ๖** สินค้าส่งออกของประเทศเมียนมาร์ ๕ อันดับแรก (ปี๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
๑	น้ำมันและแก๊สธรรมชาติ	n/a	n/a
๒	ฝัก	n/a	n/a
๓	ไม้	n/a	n/a
๔	ปลา	n/a	n/a
๕	เสื้อผ้า	n/a	n/a
	อื่นๆ	n/a	n/a
	รวม	n/a	n/a

ที่มา : <http://www.tradingeconomics.com/myanmar/imports> (อ้างอิงสำนักงานสถิติประเทศพม่า)

- การขนส่งสินค้า :

การขนส่งในเมียนมาร์นั้นใช้การขนส่งทางถนนเป็นหลัก แต่ถนนยังมีสภาพที่ชำรุดและยังต้องการการพัฒนาอีกมาก การขนส่งสินค้าจึงมีต้นทุนสูงกว่าการขนส่งในประเทศไทย ประมาณร้อยละ ๑๐-๑๕

**๓.๑.๔ ประเทศเวียดนาม**

- ที่ตั้ง : ประเทศเวียดนามตั้งอยู่ด้านตะวันออกของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทิศเหนือติดกับจีน ทิศตะวันตกติดกับลาว ทิศตะวันตกเฉียงใต้ ติดกับกัมพูชา ทิศตะวันออกติดกับทะเลจีนใต้และอ่าวตังเกี๋ยทิศใต้ติดกับอ่าวไทย

- เมืองหลวง : กรุงฮานอย (Hanoi)

- ภาษาราชการ : ภาษาเวียดนาม

- ระบบการปกครอง : ระบอบสังคมนิยม โดยพรรคคอมมิวนิสต์เป็นพรรคการเมืองเดียว

- พื้นที่ : ๓๓๑,๐๓๓ ตารางกิโลเมตร (๐.๖๔๕ เท่าของประเทศไทย)

- ประชากร : มีจำนวน ๘๔.๒๓ ล้านคน

- สกุลเงิน : ด่ง (Dong)

- ภูมิประเทศ : มีที่ราบลุ่มแม่น้ำขนาดใหญ่ ๒ ตอน คือ ตอนเหนือเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำแดงและตอนใต้เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำโขงมีที่ราบสูงตอนเหนือของประเทศ และยังเป็นภูมิภาคที่มีเขาซึ่งเป็นภูเขาที่สูง ๓,๑๔๓ เมตร (๑๐,๓๑๒ ฟุต) ตั้งอยู่ในเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในอินโดจีน

- ภูมิอากาศ : เป็นแบบมรสุมเขตร้อน ชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกเปิดโล่งรับลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดผ่านทะเลจีนใต้ ทำให้มีโอกาสรับลมมรสุมและพายุหมุนเขตร้อนจึงมีฝนตกชุกใน

- ฤดูหนาว สามารถปลูกข้าวได้ปีละ ๒ ครั้ง (ฝนตกตลอดปี)เป็นประเทศที่มีความชื้นประมาณร้อยละ ๘๔ ตลอดปี มีปริมาณฝนจาก ๑๒๐ถึง ๓๐๐ เซนติเมตร และมีอุณหภูมิเฉลี่ยตั้งแต่ ๕ องศาเซลเซียส

- ศาสนา : พุทธ (มหายาน)
- วันเข้าร่วมอาเซียน : ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๐
- การส่งออกสินค้าไทยไปยังเวียดนาม

ตารางที่ ๗ สินค้าส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศเวียดนาม ๕ ลำดับแรก (ปี ๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
๑	เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	๓,๘๒๔.๔๖	๓๗.๗๓
๒	ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	๒,๗๐๐.๐๗	๒๖.๖๔
๓	ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า	๑,๕๑๔.๐๗	๑๔.๙๔
๔	ผ้าฝ้ายและด้าย	๓๔๓.๔๕	๓.๓๙
๕	วงจรรวม	๒๔๕.๘๕	๒.๔๓
	อื่นๆ	๑,๕๐๘.๑๔	๑๔.๘๘
	รวม	๑๐,๑๓๖.๐๔	๑๐๐

ที่มา : World Trade Atlas (อ้างอิงกรมศุลกากร ประเทศไทย)

จากการสัมภาษณ์นายรุจ โสรรัตน์ รองกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ทำให้ทราบว่า สินค้าไทยเป็นที่นิยมในตลาดเวียดนาม ผู้บริโภคเวียดนามรู้จักและยอมรับว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและนิยมซื้อเพื่อการบริโภค โดยสินค้าไทยที่มีศักยภาพส่งออกไปประเทศเวียดนาม ได้แก่

- ๑) สินค้าไลฟ์สไตล์/แฟชั่น
- ๒) เครื่องหนัง
- ๓) กระเป๋า
- ๔) รองเท้า
- ๕) เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะเบียร์ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๕๐

ตารางที่ ๘ สินค้าส่งออกของประเทศเวียดนาม ๕ ลำดับแรก (ปี๒๕๕๕)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
๑	สิ่งทอ	๑๕,๐๓๕.๐๐	๑๓.๑๒
๒	โทรศัพท์และส่วนประกอบ	๑๒,๖๔๔.๐๐	๑๑.๐๓
๓	น้ำมันดิบ	๘,๓๙๕.๐๐	๗.๓๒
๔	คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์	๗,๘๘๒.๐๐	๖.๘๘
๕	รองเท้าและรองเท้าแตะ	๗,๒๔๖.๐๐	๖.๓๒
	อื่นๆ	๖๓,๔๒๙.๐๐	๕๕.๓๓
	รวม	๑๑๔,๖๓๑.๐๐	๑๐๐.๐๐

ที่มา : <http://www.gso.gov.vn/> (สำนักงานสถิติเวียดนาม)

- การขนส่งสินค้า

การขนส่งสินค้าจากไทยไปเวียดนามใช้เส้นทางการขนส่งทางเรือและทางถนนเป็นหลัก โดยการขนส่งทางถนนนั้นใช้เส้นทางการขนส่งตามเส้นทางการเชื่อมโยงอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และทางหลวงอาเซียน แต่ผู้ประกอบการไทยประสบปัญหาการขนส่งสินค้าผ่านแดนกัมพูชา เพราะมีกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการขนส่ง รวมถึงปัญหาการรื้อฟื้นในการผ่านด่านที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการขนส่งทางถนนภายในเวียดนามมีความสะดวกพอสมควร เพราะรัฐบาลเวียดนามให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเส้นทางรถยนต์ระหว่างเมืองใหญ่ ๆ ในประเทศอย่างไรก็ดี กฎหมายจราจรเวียดนามที่จำกัดความเร็วยานพาหนะไม่เกิน ๕๐ - ๖๐ กิโลเมตรต่อชั่วโมงทำให้การขนส่งคนและสินค้าในเวียดนามใช้เวลาค่อนข้างนาน

๓.๒ ข้อมูลภาพรวมสถิติเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับประเทศ CLMV

ตารางที่ ๙ ตัวเลขพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศไทยและประเทศ CLMV

ประเทศ	ประชากร (ล้านคน)	จีดีพี ๒๕๕๔ (B\$)	การเติบโตจีดีพี (%)	Per Capita(\$)	มูลค่าส่งออก (B\$)	%ส่งออกต่อจีดีพี	ทุนสำรอง ๒๕๕๔ (B\$)	ลำดับดัชนีการพัฒนาด้านบุคลากรของ UNDP
ไทย	๖๙.๕	๓๔๖.๑	๔	๕,๑๑๗	๒๒๖.๔	๖๕.๔	๑๗๕.๑	๑๐๓
กัมพูชา	๑๔.๓	๑๒.๙	๖.๙	๙๐๙	๕.๓	๔๑.๐	๓.๔	๑๓๙
ลาว	๖.๓	๘.๑	๘	๑,๒๘๑	๑.๙	๒๓.๔	-	๑๓๘
เมียนมาร์	๔๘.๓	๕๑.๙	๑๐.๔	๘๕๗	๐.๑	๐.๑	-	๑๔๙
เวียดนาม	๘๘.๘	๑๒๓.๖	๕.๙	๑,๓๗๕	๙๖.๙	๗๘.๔	๑๒.๒	๑๒๘
อาเซียน	๕๙๙	๒,๑๗๙	๕.๘	๓,๖๓๘	๑,๒๓๑	๕๖.๔	๗๔๙	

ที่มา : กรุงเทพมหานคร ฉบับวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ คอลัมน์ เศรษฐศาสตร์จากร้อน



ประเทศในกลุ่ม CLMV มีประชากรรวมกันประมาณ ๑๖๐ ล้านคน หรือประมาณร้อยละ ๒๖ ของประชากรในอาเซียนทั้งหมด ขนาดมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ทั้งสี่ประเทศมีขนาดประมาณ สองแสนล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณร้อยละ ๙ ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศทั้งหมดในอาเซียน หรือประมาณร้อยละ ๕๕ ของจีดีพีของประเทศไทย ถึงแม้ว่ามูลค่ารวมของจีดีพีของประเทศกลุ่ม CLMV จะไม่สูงมากนัก แต่ประเทศเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากทุกประเทศมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในปี ๒๕๕๔ สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มอาเซียนซึ่งมีค่าประมาณ ๕.๘ ทั้งสิ้น โดยประเทศ CLMV ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในปี ๒๕๒๔ คือ ประเทศเมียนมาร์ที่ร้อยละ ๑๐.๔ ประเทศลาวที่ร้อยละ ๘.๐ ประเทศกัมพูชาที่ร้อยละ ๖.๙ และประเทศเวียดนามที่ร้อยละ ๕.๙ นอกจากนี้ประเทศไทย มีจุดเด่นที่ดีสำหรับประเทศไทย คือ จำนวนประชากรที่มีจำนวนมากประมาณ ๑๖๐ ล้านคน ซึ่งเป็นทั้งอุปสงค์ต่อสินค้าไทย และขณะเดียวกันถือเป็นจำนวนแรงงานที่จะมาเสริมการผลิตของประเทศไทยซึ่งขาดแคลนเป็นจำนวนมาก

ถ้าพิจารณาความแตกต่างในการพัฒนาระหว่างประเทศไทยและประเทศ CLMV จะเห็นว่าประเทศไทยมีการพัฒนาที่ก้าวไกลกว่าประเทศในกลุ่ม CLMV มาก จากตารางที่ ๙ จะเห็นว่าในปี ๒๕๕๔ รายได้ต่อหัวของประเทศไทยเท่ากับ ๕,๑๑๕ เหรียญสหรัฐฯ สูงกว่าประเทศเวียดนามที่มีรายได้ต่อหัวสูงที่สุดในกลุ่มประเทศ CLMV ถึงเกือบ ๓.๗ เท่า และสูงกว่าประเทศลาวประมาณ ๔ เท่า ขณะเดียวกันสูงกว่าประเทศกัมพูชา และเมียนมาร์ ๕.๖ และ ๖ เท่าตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อดูลำดับของคุณภาพของการพัฒนาบุคคลากรยิ่งทำให้เห็นได้ชัดโดยประเทศไทยมีดัชนีที่อยู่ในลำดับที่สูงกว่าประเทศ ลาว กัมพูชา และประเทศเมียนมาร์ถึงกว่า ๓๐ ลำดับ และสูงกว่าประเทศเวียดนามที่มีการพัฒนาที่ดีที่สุดในกลุ่มประเทศ CLMV ถึง ๒๕ ลำดับ

**ตารางที่ ๑๐** สัดส่วนภาคการผลิตสินค้าเกษตรกรรม อุตสาหกรรมและบริการในผลผลิตมวลรวมประชาชาติ (GDP) ของไทยและประเทศ CLMV ปี ๒๕๕๕

สัดส่วนต่อ GDP (ร้อยละ)	กัมพูชา	ลาว	เมียนมาร์	เวียดนาม	ไทย
ภาคเกษตรกรรม	๓๖.๐๐	๒๖.๐๐	๓๘.๘๐	๒๑.๖๐	๑๒.๓๐
ภาคอุตสาหกรรม	๒๔.๓๐	๓๔.๐๐	๑๙.๓๐	๔๐.๘๐	๔๓.๖๐
ภาคบริการ	๓๙.๗๐	๔๐.๐๐	๔๑.๘๐	๓๗.๖๐	๔๔.๒๐

ที่มา: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/๒๐๑๒.html>

นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบสัดส่วนภาคการผลิตสินค้าเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และบริการในผลผลิตมวลรวมประชาชาติของไทยและประเทศ CLMV ปี ๒๕๕๕ ใน ตารางที่ ๑๐ ยิ่งย้าให้พบว่าประเทศไทยมีการพัฒนาประเทศที่ก้าวไกลกว่าประเทศในกลุ่ม CLMV มาก โดยประเทศไทยได้ปรับเปลี่ยนจากการเป็นประเทศเกษตรกรรมไปเป็นประเทศอุตสาหกรรมนาน แล้ว โดยประเทศไทยมีสัดส่วนของการผลิตสินค้าเกษตรเพียงร้อยละ ๑๒.๓ ของจีดีพีเท่านั้น ขณะที่ ประเทศเมียนมาร์ กัมพูชา ยังถือได้ว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมโดยประเทศเมียนมาร์ซึ่งปิดประเทศ เป็นเวลานานหลายสิบปีและเป็นประเทศที่มีรายได้ต่อหัวต่อต่ำที่สุดในกลุ่ม CLMV มีสัดส่วนการผลิต สินค้าเกษตรในจีดีพีถึงร้อยละ ๓๘.๘ โดยมีสินค้าออกสำคัญ(ตารางที่ ๖) นอกจากน้ำมันและแก๊ส ธรรมชาติแล้วก็คือสินค้าเกษตรกรรมพื้นฐานได้แก่ ผักผลไม้ ไม้ และปลา รองลงมาคือประเทศกัมพูชา ซึ่งมีรายได้ต่อหัวสูงกว่าเมียนมาร์เพียงเล็กน้อยมีสัดส่วนการผลิตภาคการเกษตรในจีดีพีร้อยละ ๓๖.๐ มีสินค้าออกที่สำคัญนอกจากสิ่งทอ และรองเท้าแล้วก็เป็นสินค้าเกษตรกรรมได้แก่ ยางพารา และปลา ขณะที่ประเทศลาวและเวียดนามซึ่งมีรายได้ต่อหัวเกินหนึ่งพันเหรียญสหรัฐฯ มีสัดส่วนสินค้าเกษตร ร้อยละ ๒๖.๐ และ ๒๑.๖ ตามลำดับ จากข้อมูลตารางที่ ๑๐ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมี ภาคอุตสาหกรรมเป็นสัดส่วนในจีดีพีขนาดใหญ่กว่าประเทศเมียนมาร์ กัมพูชา และลาวมาก แต่ ประเทศเวียดนามเป็นประเทศเดียวในกลุ่ม CLMV ที่มีสัดส่วนของภาคอุตสาหกรรมในจีดีพีใกล้เคียง กับประเทศไทยคือมากกว่าร้อยละ ๔๐ สำหรับสัดส่วนในภาคบริการประเทศไทยและประเทศในกลุ่ม CLMV มีสัดส่วนในจีดีพีใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ ๔๐ ของจีดีพี

#### ตารางที่ ๑๑ สถิติการค้าไทยกับประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม

(หน่วย: ล้านบาท)

ปี	ประเภท	๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕	๒๕๕๕	๒๕๕๖
					มกราคม - เมษายน	
กัมพูชา	มูลค่ารวม	๕๕,๔๑๖	๖๓,๙๗๗	๘๒,๐๘๙	๒๖,๐๑๘	๓๐,๙๑๒
	ส่งออก	๕๑,๑๑๒	๕๙,๐๖๕	๗๔,๙๒๒	๒๓,๐๑๕	๒๗,๕๙๕
	นำเข้า	๔,๓๐๔	๔,๙๑๒	๗,๑๖๘	๓,๐๐๓	๓,๓๑๗
	ดุลการค้า	๔๖,๘๐๘	๕๔,๑๕๓	๖๗,๗๕๔	๒๐,๐๑๑	๒๔,๕๙๕
ลาว	มูลค่ารวม	๗๙,๒๓๙	๑๐๑,๖๖๑	๑๓๒,๐๑๖	๔๕,๔๙๙	๔๕,๕๕๑
	ส่งออก	๖๔,๑๑๘	๘๑,๑๒๕	๑๐๙,๐๕๙	๓๗,๘๗๔	๓๗,๗๗๓
	นำเข้า	๑๕,๑๒๑	๒๐,๕๓๖	๒๒,๙๕๗	๗,๖๒๕	๗,๗๖๙
	ดุลการค้า	๔๘,๙๙๗	๖๐,๕๘๙	๘๖,๑๐๒	๓๐,๒๔๙	๓๐,๐๐๔
เมียนมาร์	มูลค่ารวม	๑๓๗,๘๖๙	๑๖๔,๓๗๕	๑๘๐,๔๗๒	๕๐,๗๙๗	๖๕,๓๘๑
	ส่งออก	๕๐,๘๕๔	๖๐,๕๙๙	๖๙,๙๗๖	๒๓,๑๐๑	๒๖,๑๔๖
	นำเข้า	๘๗,๐๑๕	๑๐๓,๗๗๖	๑๑๐,๔๙๖	๒๗,๖๙๖	๓๙,๒๓๕
	ดุลการค้า	-๓๖,๑๖๐	-๔๓,๑๗๗	-๔๐,๕๒๐	-๔,๕๙๔	-๑๓,๐๘๘

ปี	ประเภท	๒๕๕๓	๒๕๕๔	๒๕๕๕	๒๕๕๕	๒๕๕๖
					มกราคม - เมษายน	
เวียดนาม	มูลค่ารวม	๕,๖๕๓	๗,๘๗๙	๑๑,๖๗๙	๓,๓๓๒	๔,๓๙๕
	ส่งออก	๕,๕๔๑	๗,๔๖๓	๑๐,๑๓๖	๒,๙๔๙	๓,๙๗๐
	นำเข้า	๑๑๒	๔๑๕	๑,๕๔๓	๓๘๓	๔๒๕
	ดุลการค้า	๕,๕๔๑	๗,๐๔๘	๘,๕๙๓	๒,๕๖๖	๓,๕๔๖
รวม	มูลค่ารวม	๒๗๘,๑๗๘	๓๓๗,๘๙๒	๔๐๖,๒๕๖	๑๒๕,๖๔๖	๑๔๖,๒๒๙
	ส่งออก	๑๗๑,๖๒๖	๒๐๘,๒๕๒	๒๖๔,๐๙๓	๘๖,๙๓๙	๙๕,๔๘๔
	นำเข้า	๑๐๖,๕๕๒	๑๒๙,๖๓๙	๑๔๒,๑๖๔	๓๘,๗๐๗	๕๐,๗๔๖
	ดุลการค้า	๖๕,๐๗๕	๗๘,๖๑๓	๑๒๑,๙๒๙	๔๘,๒๓๒	๔๔,๗๔๑

ที่มา : World Trade Atlas (อ้างอิงกรมศุลกากร ประเทศไทย)

จากข้อมูลตารางที่ ๑๑ เห็นได้ว่าการค้าระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV มีความสำคัญทั้งขนาดการค้าที่มากกว่า ๔ แสนล้านบาท และมีการเติบโตอย่างรวดเร็วจาก ๒ แสนกว่าล้านบาทในปี ๒๕๕๓ เป็น ๔ แสนล้านบาทในปี ๒๕๕๕ ประเทศที่มีมูลค่าการค้าระหว่างไทยมากที่สุดในกลุ่มนี้ คือ ประเทศเมียนมาร์ รองลงไปก็คือลาว และกัมพูชา ส่วนประเทศเวียดนามยังมีมูลค่าการค้ากับไทยน้อยกว่าอีก ๓ ประเทศใน CLMV มาก คือเพียงหนึ่งหมื่นหนึ่งพันล้านบาท ประเทศไทยได้ดุลการค้ากับประเทศ CLMV โดยรวมมาโดยตลอด แต่ดูเป็นรายประเทศจะพบว่าประเทศไทยขาดดุลการค้ากับประเทศเมียนมาร์ เนื่องจากประเทศไทยนำเข้าแก๊สธรรมชาติจากเมียนมาร์เป็นจำนวนมาก

สรุปได้ว่าประเทศ CLMV เป็นประเทศที่ยังมีระดับการพัฒนาที่ล่าช้ากว่าประเทศไทยหลายสิบปี โดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ยังเป็นเกษตรกรรม และมีระดับการพัฒนาในด้านอุตสาหกรรมยังไม่สูงนัก สังเกตได้จากสินค้าออกสำคัญของประเทศในกลุ่ม CLMV โดยเฉพาะกัมพูชา ลาว และเมียนมาร์มีอยู่ ๓ กลุ่มหลัก คือ

๑) ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ น้ำมันดิบและแก๊สธรรมชาติ แร่ธาตุ และไม้ เป็นต้น

๒) ผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ พืชผัก ปลาและสัตว์น้ำ ยางพารา เป็นต้น

๓) สินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก ได้แก่ เสื้อผ้าสิ่งทอ รองเท้า เป็นต้น

ขณะเดียวกันประเทศ CLMV มีความต้องการสินค้าแปรรูป และสินค้าพื้นฐานจำนวนมาก ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าเครื่องจักรกลการก่อสร้าง เครื่องจักรกลการเกษตร และวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

### ๓.๓ การวิเคราะห์จุดแข็ง ปัญหาอุปสรรคและโอกาสในการดำเนินธุรกิจค้าและการลงทุนในประเทศ CLMV

#### ๓.๓.๑ ประเทศกัมพูชา

##### ๓.๓.๑.๑ จุดแข็งของกัมพูชา

กัมพูชานั้นเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นอย่างดี เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ได้แก่ สินแร่ ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ อัญมณี ป่าไม้ และการประมง

โดยกัมพูชานั้นเป็นแหล่งประมงน้ำจืดขนาดใหญ่อันดับสี่ของโลก และยังมีพื้นที่เกษตรกรรมที่สมบูรณ์เหมาะสมกับการเพาะปลูก ข้าว พืชไร่ และพืชสวน อีกทั้งยังมีท่าเรือน้ำลึกที่อยู่ใกล้กับท่าเรือแหลมฉบังของไทย ทำให้การขนส่งสินค้าที่มีปริมาณมากและมีต้นทุนต่ำนั้นสามารถทำได้อย่างคุ้มค่า

นอกจากนี้ ค่าจ้างแรงงานในกัมพูชายังอยู่ในระดับต่ำ และกัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษี (GSP และ MFN) จากประเทศพัฒนาแล้วกว่า ๒๐ ประเทศ และรัฐบาลกัมพูชายังมีนโยบายต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการลงทุนในประเทศสำหรับนักลงทุนต่างชาติ ได้แก่

- ๑) ถือหุ้นได้ร้อยละ ๑๐๐
- ๒) นำเงินกลับไปต่างประเทศได้โดยเสรี
- ๓) เช่าที่ดินได้ ๗๐ ปีและต่อสัญญาเช่าได้
- ๔) ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ ๓-๙ ปี
- ๕) ลดอัตราภาษีเงินได้จากร้อยละ ๒๐ เหลือร้อยละ ๙
- ๖) ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้ผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าและเพื่อ

การส่งออก

รัฐบาลกัมพูชายังได้มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดนเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะนักลงทุนจากไทยและเวียดนาม โดยให้สิทธิพิเศษด้านภาษี แรงงาน การเช่าที่ดิน และการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสาธารณูปโภคและด้านเอกสารที่เกี่ยวข้อง

๓.๓.๑.๒ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจในกัมพูชา

๑) โครงสร้างพื้นฐานของกัมพูชาที่ยังไม่ทั่วถึงและต้องการการพัฒนาอีกมาก เช่น ไฟฟ้า ประปา และโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม ทำให้การขนส่งสินค้ามีความล่าช้าและสินค้าเกิดความเสียหาย

๒) ปัญหาด้านการเมืองการทหารระหว่างไทยและกัมพูชา ทำให้การค้าและการลงทุนต้องหยุดชะงัก

๓) การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบโดยไม่แจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

๔) สินบนที่ต้องจ่ายให้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐเพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จ

๕) กระบวนการยุติธรรมของกัมพูชา ชาวต่างชาติจะเสียเปรียบคนท้องถิ่น

๓.๓.๑.๓ โอกาสของนักลงทุนไทย

กลุ่มธุรกิจที่มีโอกาสเข้ามาลงทุนในตลาดกัมพูชาได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยในปัจจุบันมีนักลงทุนไทยเข้ามาลงทุนในกัมพูชา ได้แก่ กลุ่มบริษัทปูนซีเมนต์ไทย, เครือเจริญโภคภัณฑ์, การร่วมทุนทำโทรทัศน์ท้องถิ่นในนามช่อง ๓ และช่อง ๕, โรงพยาบาลกรุงเทพในนาม Royal Rattanak Hospital (พนมเปญ) และ Royal Angkor International Hospital (เสียมเรียบ), กลุ่มบริษัทน้ำตาลมิตรผล (อุดรเมียน-จัย), กลุ่มบริษัทน้ำตาลขอนแก่น, โรงแรม Sofitel Royal Angkor Hotel (เสียมเรียบ), โรงแรม

Sofitel Phokeetra Resort & SPA (พนมเปญ), โรงแรม Tara Angkor (เสียมเรียบ), ร้านอาหารโตนเลบาสัก (พนมเปญ), ร้านอาหารโตนเลแมโขงและโตนเลสาบ (เสียมเรียบ), การบินไทย และสายการบินบางกอกแอร์เวย์

อย่างไรก็ตาม การลงทุนของไทยในกัมพูชาได้หยุดชะงักลงหลายครั้งเนื่องจากปัญหาด้านการเมืองการทหารระหว่างไทยและกัมพูชา จนกระทั่งในปี ๒๕๕๕ จึงเริ่มมีนักลงทุนไทยเข้ามาลงทุนในกัมพูชาอีกรอบโดยมีบริษัทไทยที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนรวมจำนวน ๘ ราย คือ กิจการโรงสีข้าว ๒ แห่ง, โรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า ๒ แห่ง, โรงงานทำรองเท้า ๑ แห่ง, โรงงานอุปกรณ์ไฟฟ้า ๑ แห่ง, อุตสาหกรรมการปลูกและผลิตยางพารา ๑ แห่ง, และโรงงานแปรรูปมันสำปะหลัง ๑ แห่ง ขณะที่ช่วงไตรมาสแรกของปี ๒๕๕๖ นี้ ปรากฏว่าไม่มีโครงการลงทุนของนักลงทุนไทยแต่อย่างใด

### ๓.๓.๒ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

#### ๓.๓.๒.๑ จุดแข็งของลาว

ปัจจุบัน อุปสงค์การบริโภคสินค้าในลาวมีการเติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ สินค้าที่ผลิตในประเทศลาวนั้นยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศ อีกทั้งสินค้าบางรายการที่ผลิตภายในประเทศนั้นมีต้นทุนสูงกว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ และไทยกับลาวนั้นมีความสัมพันธ์กันมาอย่างยาวนาน นักลงทุนไทยจึงไม่ควรมองข้ามตลาดลาวยิ่งไปกว่านั้น ลาวยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย โดยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรและพลังงาน

#### ๓.๓.๒.๒ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจในลาว

กฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ของลาวนั้นยังไม่เป็นสากลมากนัก แต่รัฐบาลลาวก็ได้พยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นที่ไปตามระเบียบการนำเข้าขององค์การการค้าโลก (WTO) และรวมถึงให้เป็นที่ไปตามกรอบทวิภาคีและพหุภาคีที่ลาวเข้าร่วม ได้แก่ AFTA และ FTA อื่น ๆ นอกจากนี้ การนำเข้าสินค้าบางรายการของลาวนั้นยังต้องยื่นหนังสือขออนุญาตนำเข้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้เหตุผลต่าง ๆ เช่น เหตุผลเรื่องความมั่นคงของชาติ เหตุผลด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค เหตุผลเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และเหตุผลด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

#### ๓.๓.๒.๓ โอกาสของนักธุรกิจไทย

อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพที่นักลงทุนไทยควรให้ความสนใจ ได้แก่ อุตสาหกรรมการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน โครงการเขื่อนไฟฟ้า อุตสาหกรรมการเกษตร และเกษตรแปรรูป โดยนักลงทุนไทยควรเข้าไปลงทุนเนื่องจากมีแนวโน้มการเติบโตที่สูง การลงทุนอีกประเภทหนึ่งที่มีศักยภาพ ได้แก่ การบริหารจัดการทางธุรกิจ เนื่องจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนของลาวนั้นให้ความไว้วางใจนักลงทุนจากไทยในเรื่องดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม นักลงทุนไทยต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดถึงความต้องการของผู้บริโภคในลาว และนโยบายของรัฐบาลลาวด้วยว่าให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมใดบ้าง

### ๓.๓.๓ ประเทศเมียนมาร์

#### ๓.๓.๓.๑ จุดแข็งของพม่า

ผู้บริโภคชาวพม่ารู้จัก ยอมรับ และนิยมในสินค้าไทย โดยพร้อมที่จะซื้อเพื่อการบริโภค

### ๓.๓.๓.๒ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจในพม่า

ปัญหาที่ผู้ประกอบการไทยพบมากที่สุดในการดำเนินธุรกิจในพม่านั้นเกิดจากการไม่เข้าใจในตลาดพม่า ทำให้มีการเตรียมตัวที่ผิดพลาดในการเข้าสู่ตลาด และการทำธุรกิจกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ของพม่าจะเน้นการปกป้องผลประโยชน์ของคนในประเทศเป็นหลัก โดยชาวต่างชาติไม่สามารถดำเนินธุรกิจนำเข้าสินค้า ต้องให้คนพม่าเท่านั้นเป็นผู้ดำเนินการ ดังนั้น นักลงทุนจากต่างชาติต้องอาศัยคนท้องถิ่นในการทำธุรกิจ

อีกปัญหาหนึ่งที่สำคัญ คือ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานของพม่า เช่น ไฟฟ้าและประปาที่ยังขาดแคลน รวมถึงที่ดินมีราคาแพง ทำให้เป็นอุปสรรคสำหรับการลงทุนในโครงการใหญ่ ๆ อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานทางการขนส่งที่ยังต้องได้รับการพัฒนาอีกมากเพื่อให้การขนส่งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

### ๓.๓.๓.๓ โอกาสของนักธุรกิจไทย

จากนโยบายเปิดประเทศของพม่านั้นว่าเป็นโอกาสอันดีของนักลงทุนไทยที่จะเข้าไปลงทุนในพม่า นักธุรกิจหรือนักลงทุนไทยควรต้องรีบเข้ามาศึกษาหาโอกาสในการลงทุนทำธุรกิจ

## ๓.๓.๔ ประเทศเวียดนาม

### ๓.๓.๔.๑ จุดแข็งของเวียดนาม

เวียดนามนั้นเป็นตลาดใหญ่ มีประชากรเกือบ ๙๐ ล้านคน โดยประชากรร้อยละ ๖๐ ของเวียดนามอยู่ในวัยทำงาน จึงทำให้มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ค่าจ้างแรงงานที่ค่อนข้างต่ำ และอัตราการว่างงานต่ำ อีกทั้งรัฐบาลของเวียดนามนั้นมีนโยบายเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้เวียดนามเป็นตลาดที่มีศักยภาพที่ไทยควรจะเข้าไปลงทุน

### ๓.๓.๔.๒ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจในเวียดนาม

ปัญหาของผู้ประกอบการไทยที่พบมากที่สุด ได้แก่ การไม่เข้าใจตลาดเวียดนาม ขาดความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมการทำงาน กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของเวียดนาม และขาดความอดทนและตั้งใจจริงที่จะเข้าถึงตลาดเวียดนาม โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ที่ขาดความรู้เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ การใช้ภาษาอังกฤษในการเจรจาธุรกิจ และมักไม่ยอมลงทุนกับค่าใช้จ่ายเพื่อว่าจ้างที่ปรึกษาทางกฎหมายหรือทนายความในการทำสัญญาธุรกิจกับเวียดนาม

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการไทยมักประสบความสำเร็จลำบากในการหาผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในเวียดนามที่มีความสามารถและไวใจได้ รวมถึงมีคู่แข่งที่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่คล้ายคลึงกับไทย อาทิ จีน ไต้หวัน มาเลเซีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ เป็นต้น

ในส่วนของปัจจัยภายในเวียดนามเองที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าการลงทุน ได้แก่ ปัญหาการคอร์รัปชัน อัตราเงินเฟ้อซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น การขาดแคลนกระแสไฟฟ้า การขาดแคลนแรงงานในบางพื้นที่เพราะแรงงานย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ และการลอกเลียนปลอมแปลงสินค้านำเข้า

ปัญหาด้านกฎหมายกฎระเบียบก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญ โดยกฎหมายและกฎระเบียบของเวียดนามมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีกฎหมายกีดกันชาวต่างชาติไม่ให้ประกอบธุรกิจ

บางอย่างได้ เช่น ร้านอาหาร สปา และนวดแผนไทย กฎหมายห้ามใช้เงินตราต่างประเทศในการทำธุรกรรมในเวียดนามและบังคับให้นักลงทุนต้องกู้เงินเป็นสกุลดอลลาร์ ยกเว้นเป็นการลงทุนผลิตเพื่อการส่งออก

มาตรการกีดกันการค้าที่มีใช้ภาษี (NTBs) ของเวียดนาม ได้แก่ การนำเข้าสินค้าบางรายการนั้นมีความยุ่งยาก เช่น เวชภัณฑ์ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ที่จะต้องมีการรับรองคุณภาพก่อนจะทำการนำเข้าได้

### ๓.๓.๔.๓ โอกาสของนักธุรกิจไทย

กรณีพิพาทเรื่องดินแดนในทะเลจีนใต้ระหว่างจีนกับเวียดนามทำให้เกิดกระแสต่อต้านสินค้าจากประเทศจีน ซึ่งทำให้เป็นโอกาสของสินค้าไทยในการขยายในตลาดเวียดนาม รวมถึงรัฐบาลไทยและเวียดนามนั้นมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน โดยรัฐบาลของทั้งสองประเทศได้เห็นพ้องว่าจะเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างกันขึ้น ๒๐% ในระหว่างปี ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘ และกำหนดเป้าหมายให้เพิ่มปริมาณการค้าให้เกิน ๑๕ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ให้ได้ภายในปี ๒๕๖๓

ในปัจจุบัน ไทยอยู่ในอันดับที่ ๑๑ สำหรับนักลงทุนต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในเวียดนาม โดยมีโครงการลงทุนจำนวน ๒๘๖ โครงการ มูลค่าจดทะเบียน ๕.๙๐ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ การลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคกลางและภาคใต้ของประเทศ ได้แก่ จังหวัดกว๋างนาม นครโฮจิมินห์ จังหวัดบิ่นเยือง จังหวัดด่งไน และจังหวัดลองอัน โดยเป็นการลงทุนในสาขาต่าง ๆ ทั้งอุตสาหกรรม เกษตร/เกษตรอุตสาหกรรม พลังงาน และธุรกิจบริการ

การลงทุนของไทยมีศักยภาพจะขยายตัวได้อีกมาก เนื่องจากเวียดนามเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศ โดยมีนักลงทุนจากประเทศใหญ่ ๆ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และสิงคโปร์ เข้าไปตั้งฐานการผลิต แต่ยังคงขาดอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industry) จึงเป็นโอกาสของนักลงทุนไทยที่จะเข้าไปลงทุนผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และยานยนต์

## ๓.๔ การวิเคราะห์ SWOT ในบทบาทด้านการค้าและการลงทุนของไทยต่อประเทศในกลุ่ม CLMV

จากข้อมูลทางสถิติการค้าและข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยราชการไทยที่รับผิดชอบการค้าของไทยในประเทศ CLMV จะพบว่าประเทศไทยมีโอกาสและศักยภาพในด้านการค้าการลงทุนในประเทศ CLMV อย่างมากมาย การวิเคราะห์ในเชิง SWOT จะได้ผล ดังนี้

### ๓.๔.๑ ด้านจุดแข็ง (Strength)

๑) ประเทศไทยมีการระดับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจการค้าและเทคโนโลยีต่างๆ ไกลกว่าประเทศในกลุ่ม CLMV เป็นระยะเวลาหลายสิบปี ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้ามาก

๒) ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและการค้าที่ดี ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการค้า การขนส่งสินค้าต่างๆที่เอื้อต่อการค้ากับประเทศในกลุ่ม CLMV

๓) ประเทศไทยมีบุคคลากรด้านธุรกิจที่มีคุณภาพและเครือข่ายการติดต่อทางธุรกิจที่ได้รับการยอมรับกับนักธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMV มาอย่างต่อเนื่องและเป็นระยะเวลานาน

จึงทำให้การขยายความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนเป็นไปได้ง่าย

๔) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชายแดนติดต่อกับหรือมีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ชิดกับประเทศ CLMV มากและมากกว่าประเทศอื่นๆในอาเซียน รวมทั้งประเทศไทยมีระบบการขนส่งทางถนนในประเทศถึงแนวชายแดนประเทศ CLMV ที่ดีทำให้การติดต่อค้าขายระหว่างไทยกับประเทศ CLMV จึงเป็นไปได้โดยสะดวก รวดเร็วและประหยัด

๕) ประเทศไทยมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับประเทศ CLMV มาแต่ครั้งโบราณ มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกันมาอย่างยาวนาน ทำให้คนไทยและนักธุรกิจไทยทราบบริบท รวมทั้งนิสัยใจคอและรูปแบบในการบริโภคสินค้าของประเทศเหล่านี้ได้ดี

#### ๓.๔.๒ ด้านจุดอ่อน (Weakness)

๑) ประเทศไทยมีความขัดแย้งภายในประเทศด้านการเมืองในประเทศซึ่งสามารถเป็นประเด็นเชื่อมโยงสู่การค้าระหว่างประเทศและการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านได้

๒) ประเทศไทยขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานระดับล่างทำให้มีปัญหาในการผลิตในอนาคตได้

๓) ประเทศไทยขาดแคลนทรัพยากรและพลังงานในการผลิต ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ในอนาคตอาจจะเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของไทยในการผลิตสินค้า

๔) ประเทศไทยยังไม่มียุทธศาสตร์การค้าการลงทุนใน CLMV ที่ชัดเจนและคนไทยยังไม่ให้ความสนใจกับการค้าและการลงทุนในประเทศกลุ่ม CLMV อย่างจริงจัง

#### ๓.๔.๓ ด้านโอกาส (Opportunity)

๑) ประเทศในกลุ่ม CLMV มีประชากรประมาณ ๑๖๐ คนซึ่งเป็นอุปสงค์จำนวนมากต่อสินค้าไทย และเป็นอุปทานต่อแรงงานที่ได้เริ่มขาดแคลนของไทยได้

๒) ประเทศในกลุ่ม CLMV ทุกประเทศมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในอาเซียน จึงถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพต่อสินค้าไทยในอนาคต

๓) ผู้บริโภคในกลุ่ม CLMV มีความนิยมชมชอบสินค้าไทยเป็นพื้นฐาน และพึงพาสินค้าต่างๆโดยเฉพาะสินค้าพื้นฐานจากประเทศไทยจำนวนมาก

๔) การค้าขายในแนวเขตชายแดนมีการยอมรับสกุลเงินบาทของไทย จึงทำให้การค้าขายระหว่างกันยิ่งสะดวกมากขึ้นไปอีก ทำให้ลดต้นทุน และความเสี่ยงในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

๕) ผู้บริโภคในกลุ่ม CLMV ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากสื่อโทรทัศน์ การบันเทิงจากไทยทำให้มีการเลียนแบบการบริโภคสินค้าและบริการจากไทยด้วย

๖) ประเทศในกลุ่ม CLMV โดยเฉพาะเมียนมาร์ กัมพูชา ลาว เป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีทรัพยากรธรรมชาติได้อุดมสมบูรณ์ ซึ่งน่าจะเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของไทยได้ในอนาคต

#### ๓.๔.๔ ด้านภัยคุกคาม (Threat)

๑) ประเทศในกลุ่ม CLMV มีโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่ทั่วถึงและต้องการการพัฒนาอีกมาก เช่น ไฟฟ้า ประปา และโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม ทำให้การขนส่งสินค้ามีความล่าช้าและสินค้าเกิดความเสียหาย



๒) ในประเทศ CLMV ปัญหาด้านกฎระเบียบต่างๆที่ไม่ชัดเจน ไม่เป็นสากลและการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบโดยไม่แจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ของประเทศกลุ่มนี้มักจะเน้นการปกป้องผลประโยชน์ของคนในประเทศเป็นหลักและกีดกันชาวต่างชาติ และในบางประเทศ ได้แก่ เมียนมาร์ โดยชาวต่างชาติไม่สามารถดำเนินธุรกิจนำเข้าสินค้า ต้องให้คนพม่าเท่านั้นเป็นผู้ดำเนินการ ดังนั้น นักลงทุนจากต่างชาติต้องอาศัยคนท้องถิ่นในการทำธุรกิจ

๓) ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าการลงทุน ได้แก่ ปัญหาการคอร์รัปชัน รวมทั้งปัญหาการเรียกสินบนที่ต้องจ่ายให้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐเพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วง และการลอกเลียนปลอมแปลงสินค้านำเข้า

๔) มาตรการกีดกันการค้าที่มีใช้ภาษี (NTBs) ได้แก่ การนำเข้าสินค้าบางรายการนั้นมีความยุ่งยาก เช่น เวชภัณฑ์ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ที่จะต้องมีการรับรองคุณภาพก่อน จะทำการนำเข้าได้ นอกจากนี้ การนำเข้าสินค้าบางรายการนั้นยังต้องยื่นหนังสือขออนุญาตนำเข้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้เหตุผลต่าง ๆ เช่น เหตุผลเรื่องความมั่นคงของชาติ เหตุผลด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค เหตุผลเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และเหตุผลด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

๕) ปัญหาด้านการเมือง และความรู้สึกชาตินิยมในประเทศ CLMV อาจจะทำให้ประเทศไทยและประเทศ CLMV มีปัญหาได้ในอนาคต

## บทที่ ๔ บทสรุปและข้อเสนอแนะ

### ๔.๑ สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ พบว่า ประเทศ CLMV นี้มีความต้องการสินค้าจากประเทศไทย ในลักษณะคล้ายคลึงกัน สินค้าไทยที่มีศักยภาพในระยะกลาง ได้แก่ สินค้าในกลุ่มอาหารสำเร็จรูปและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคที่เป็นปัจจัยสี่ ได้แก่ วัสดุก่อสร้าง และเครื่องจักรกลการเกษตร เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจัยที่ทำให้สินค้าไทยมีโอกาสมากในกลุ่มประเทศ CLMV ก็คือ ประชาชนในกลุ่ม CLMV รู้จักสินค้าไทยเป็นอย่างดี และมีความนิยมชมชอบสินค้าไทยอย่างมากทั้งในแง่ คุณภาพ มาตรฐาน รูปแบบ และประสิทธิภาพการใช้งาน ประกอบกับการพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีของประเทศในกลุ่ม CLMV ยังล้ำหลังกว่าไทยหลายสิบปี จึงทำให้ประเทศ CLMV ต้องพึ่งพาสินค้าพื้นฐานและสินค้าที่ใช้ในการอุปโภคบริโภคจากประเทศไทยมาก

นอกจากนี้ยังพบว่า CLMV เป็นประเทศที่มีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจโตอย่างต่อเนื่องและสูงกว่าการเติบโตโดยเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มอาเซียน และมีแร่ธาตุทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ และยังมีคนในวัยทำงานจำนวนมากและค่าจ้างแรงงานไม่สูงนัก กลุ่มประเทศ CLMV จึงเป็นประเทศที่น่าสนใจทั้งในแง่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยเพิ่มมากขึ้นในอนาคต รวมทั้งเป็นแหล่งที่น่าสนใจเข้าไปลงทุนผลิตสินค้าต่างๆ เพื่อสร้าง Value Chain เพื่อต่อยอดมูลค่าสินค้านำเข้าระหว่างกันซึ่งจะเป็นประโยชน์ระหว่างไทยกับประเทศในกลุ่ม CLMV ด้วย และการที่ CLMV นั้นมีพรมแดนติดกับไทยจึงเหมาะมากที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนหรือหาช่องทางทำธุรกิจ และสร้างเครือข่ายระหว่างกันด้วย

ประเด็นสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสอย่างมากในการเป็นประตู (Gateway) และ ศูนย์การค้าการลงทุน (Hub) สู่อุปประเทศ CLMV คือ

๑) ประเทศไทยมีที่ตั้งที่ติดต่อกันล้อมรอบติดต่อกันและใกล้ชิดกับประเทศ CLMV ทำให้การติดต่อขนส่งเป็นไปโดยสะดวก และประหยัด

๒) ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาประเทศสูงกว่าประเทศ CLMV หลายสิบปี ทำให้การผลิตสินค้าของไทยมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสินค้าและผลิตภัณฑ์ของไทยเป็นที่ต้องการของประเทศในกลุ่มนี้อย่างมาก

๓) ประเทศไทยมีการติดต่อทางธุรกิจกับประเทศ CLMV อย่างแนบแน่นและมีทำธุรกิจระหว่างกันมานาน จึงเป็นโอกาสที่จะสร้างและขยายเครือข่ายธุรกิจและทางการค้าระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น

๔) นอกจากสินค้าแล้วในแง่บริการโดยเฉพาะการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ โรงแรม ภัตตาคาร สปา และโรงพยาบาล การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกันน่าจะเป็นโอกาสที่ดี เนื่องจากมีรากของวัฒนธรรมและศิลปะที่ร่วมกัน จึงน่าจะเป็นจุดสำคัญที่จะเกิดความร่วมมือและร่วม

ทุนกันได้อย่างดี นอกจากนี้ประเทศไทยขาดแคลนแรงงานและมีความต้องการแรงงานอย่างมาก การร่วมมือกันจะช่วยประสานประโยชน์และเติมช่องว่างต่าง ๆ ให้เต็มได้

## ๔.๒ ข้อเสนอแนะ

### ๔.๒.๑ ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

#### ๑) ยุทธศาสตร์

ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประตูการค้า (Gateway) และเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน (Hub) กับประเทศในกลุ่ม CLMV โดยใช้ประโยชน์จากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

#### ๒) เป้าหมาย

เพิ่มมูลค่าการค้าและการลงทุนของไทยในสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีศักยภาพในกลุ่มประเทศ CLMV ๑ เท่าตัวในระยะเวลา ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๓)

จากการที่ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาประเทศที่ห่างไกลจากประเทศในกลุ่ม CLMV หลายสิบปี โดยประเทศในกลุ่ม CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ยังคงเป็นประเทศเกษตรกรรม เห็นได้จากมูลค่าสัดส่วนของสินค้าเกษตรต่อผลผลิตมวลรวมรายได้ประชาชาติในกลุ่มประเทศ CLMV ที่ค่อนข้างสูง ขณะที่สัดส่วนของสินค้าอุตสาหกรรมค่อนข้างต่ำซึ่งตรงข้ามกับประเทศไทยซึ่งได้พัฒนาประเทศจากประเทศเกษตรกรรมเข้าสู่ประเทศอุตสาหกรรมมาหลายสิบปีแล้ว ประเทศไทยควรจะนำข้อได้เปรียบตรงนี้เป็นจุดสำคัญในจัดทำกลยุทธ์ เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นประตูการค้า (Gateway) และเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน (Hub) กับประเทศในกลุ่ม CLMV ดังต่อไปนี้

#### ๔.๒.๑.๑ กลุ่มที่ ๑ สินค้าเกษตร

##### ๑) สินค้าเกษตรไทยที่มีลักษณะแข่งขันกับประเทศ CLMV

เนื่องจากประเทศในกลุ่ม CLMV มีลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่คล้ายคลึงกับไทย ทำให้ประเทศ CLMV นั้นมีผลผลิตทางการเกษตรที่คล้ายคลึงกับไทย และทำให้กลายเป็นคู่แข่งของไทยในตลาดส่งออก โดยในปัจจุบัน สินค้าเกษตรของ CLMV ที่เป็นคู่แข่งกับสินค้าเกษตรของไทย ได้แก่ ข้าว (เมียนมาร์ เวียดนาม) ยางพารา (เวียดนาม ลาว) มันสำปะหลัง (กัมพูชา) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (กัมพูชา ลาว)

ในกรณีนี้ไทยควรสร้างความร่วมมือในการผลิตสินค้าเกษตรต่างๆ เหล่านี้ โดยอาจจะเป็นในรูปแบบของการร่วมทุน หรือให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีในการเพาะปลูกเพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพการผลิต ตามเป้าหมายในการเป็น AEC ในการลดช่องว่างระดับการพัฒนาระหว่างประเทศสมาชิก ขณะที่ประเทศไทยต้องยกระดับการผลิตจากการส่งออกสินค้าเกษตรต้นน้ำ กลายเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปกลางน้ำและปลายน้ำ เพื่อไทยจะสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรเหล่านี้ได้ ได้แก่ การแปรรูปยางพารา การแปรรูปมันสำปะหลัง เป็นต้น ส่วนสินค้าเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย เช่น ข้าวหอมมะลิ ไทยควรสร้างความตระหนักในกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลกว่าสินค้าข้าวหอมมะลิของไทยเป็นสินค้าขึ้นชื่อ (Premium products) ที่แตกต่างจากข้าวขาวปกติทั่วไปซึ่งใช้การแข่งขันด้วยคุณภาพ ไม่ใช่แข่งขันด้วยราคา

## ๒) สินค้าเกษตรไทยที่มีลักษณะเสริมกับประเทศ CLMV

ประเทศไทยควรเน้นความร่วมมือและลงทุนในประเทศ CLMV เพื่อบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านอาหารอย่างครบวงจร โดยใช้วัตถุดิบสินค้าเกษตรและปศุสัตว์จากกลุ่ม CLMV ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจต่างๆ และสามารถปลูกพืชได้หลากหลาย รวมทั้งประเทศเมียนมาร์ กัมพูชา และเวียดนามนั้นมีศักยภาพในการประมง เนื่องจากมีพื้นที่ติดทะเล และกัมพูชายังมีทะเลสาบขนาดใหญ่ทำให้กลายเป็นแหล่งประมงน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับต้น ๆ ของโลก และไทยเข้าไปจัดการในเรื่องการผลิตและการใช้แรงงานซึ่งมีอยู่จำนวนมากในด้านการเกษตรให้เกิดผลผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะเดียวกันประเทศไทยต้องลงทุนด้านโลจิสติกส์ รวมทั้งก็บริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบเหล่านั้นให้เข้าสู่กระบวนการผลิตและแปรรูป และจากแหล่งผลิตเข้าสู่ตลาดต่างๆได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการจัดการด้านการตลาดทั้งในภูมิภาคและนอกภูมิภาค

ขณะเดียวกันไทยต้องลงทุนด้านโลจิสติกส์และการขนส่งโดยอาจตั้งนิคมสินค้าเกษตรแปรรูปใกล้ๆกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งก็บริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบเหล่านั้นให้เข้าสู่กระบวนการผลิตและแปรรูป และการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตเข้าสู่ตลาดต่างๆได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ลงทุนตั้งศูนย์กระจายสินค้าแนวชายแดน เพื่อรองรับการขยายตัวของอุปสงค์การบริโภคของประเทศ CLMV ที่จะเติบโตขึ้นตามการเติบโตทางเศรษฐกิจ และพัฒนาภูมิภาคนี้ให้เป็นฐานการผลิตสู่ประเทศต่างๆทั่วโลกอีกด้วย

### ๔.๒.๑.๒ กลุ่มที่ ๒ สินค้าอุตสาหกรรม

#### ๑) สินค้าอุตสาหกรรมของไทยที่มีลักษณะแข่งขันกับประเทศ CLMV

สินค้าอุตสาหกรรมของไทยที่มีลักษณะแข่งขันกับประเทศในกลุ่ม CLMV นั้นเป็นสินค้าประเภทที่ใช้แรงงานเป็นหลัก ได้แก่ สิ่งทอ ไทยควรวางตำแหน่งของตัวเองไว้เป็นผู้ผลิตสินค้าสิ่งทอคุณภาพกลางถึงสูง เน้นคุณภาพและใช้ดีไซเนอร์เป็นจุดขาย ซึ่งจะทำให้สินค้าสิ่งทอไทยนั้นมีความแตกต่างจากสินค้าสิ่งทอที่ผลิตในประเทศ CLMV (โดยเฉพาะกัมพูชา) ที่ยังเน้นการผลิตจำนวนมาก ไม่เน้นดีไซเนอร์ รูปแบบเสื้อผ้าไม่ซับซ้อนมากนัก โดยภาครัฐของไทยควรให้การสนับสนุนดีไซเนอร์รุ่นใหม่และการผลิตสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และภาครัฐควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในการพัฒนาคุณภาพการผลิต เช่น การฝึกอบรมเทคนิคใหม่ ๆ ในการผลิต การพัฒนาฝีมือแรงงาน การปรับปรุงเครื่องจักรในการผลิต และการพัฒนาเส้นใย เป็นต้น

เนื่องจากความต้องการผ้าและเส้นด้ายเพื่อใช้ในการผลิตของกัมพูชานั้นสูง และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นักลงทุนไทยควรหาทางส่งออกตลาดผ้าผืนและเส้นด้ายไปยังกัมพูชา รวมถึงอุตสาหกรรมต้นน้ำอื่น ๆ ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอ เช่น การปลูกฝ้าย การฟอกย้อม เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ไทยเข้าไปมีบทบาทในอุตสาหกรรมสิ่งทอของกัมพูชามากขึ้นและสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ได้ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ

การออกไปลงทุนในประเทศ CLMV สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอก็เป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจ เนื่องจากค่าแรงในประเทศเหล่านี้ยังอยู่ในระดับต่ำ และ

ประเทศกัมพูชาจะได้ประโยชน์จากภาษีเนื่องจากเป็นประเทศในกลุ่ม LDC (Least developing Country) ในกรณีที่ส่งสินค้าไปยังประเทศที่พัฒนาแล้ว

## ๒) สินค้าอุตสาหกรรมที่มีลักษณะเสริมกับประเทศ CLMV

โดยทั่วไป สินค้าอุตสาหกรรมของไทยมีความได้เปรียบสินค้าที่ผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า กำลังการผลิต เทคโนโลยีการผลิต และฝีมือแรงงาน ประเทศไทยจึงควรรักษาสถานะนี้เอาไว้ให้ได้อย่างมั่นคงด้วยการปรับปรุงและพัฒนาการผลิตของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีศักยภาพในตลาด CLMV มีดังนี้

### (๑) สินค้าอุปโภคบริโภค

สินค้าอุปโภคและบริโภคของไทยได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางและกลายเป็นสินค้าในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคใน CLMV อยู่แล้ว กลยุทธ์ที่ไทยที่เหมาะสมสำหรับไทยเพื่อที่จะเป็น hub ของ CLMV นั้นควรจะเป็นการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในตลาด โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งถือว่าตลาดมีความสดใสมาก ไทยควรเร่งส่งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่สู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น และเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น เช่น การออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำหรับผู้หญิงและผู้ชายโดยเฉพาะ เครื่องดื่มสำหรับผู้รักสุขภาพ เป็นต้น

นอกจากนี้อาจจะตั้งจุดกระจายสินค้าตามแนวชายแดนเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ค้าปลีก ค้าส่งในประเทศกลุ่ม CLMV สามารถมาซื้อสินค้าไปจำหน่ายในประเทศตนเองได้สะดวกยิ่งขึ้น ก็จะทำให้สินค้าไทยขยายตัวในตลาด CLMV ได้ดีมากยิ่งขึ้น

### (๒) สินค้าแฟชั่น

สินค้าแฟชั่นของไทย เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องประดับ รองเท้า และกระเป๋า ได้รับความนิยมในตลาด CLMV อยู่เป็นทุนเดิม การที่ประเทศเหล่านี้มีเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้ชนชั้นกลางเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วตามไปด้วย ซึ่งชนชั้นกลางเหล่านี้จะมีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีความซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม สินค้าจะต้องมีดีไซน์ มีรูปแบบที่สวยงามและคุณภาพดี ไทยจะต้องใช้โอกาสในการเพิ่มจำนวนของชนชั้นกลางนี้ในการขยายตลาด โดยเน้นกลุ่มลูกค้าในวัยทำงานซึ่งมีกำลังซื้อสูง และถือว่าเป็นกลุ่มหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ CLMV ควรเน้นคุณภาพในการผลิต เพื่อให้สินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นที่ต้องการของตลาดวัยทำงานของประเทศ CLMV ซึ่งบุคคลเหล่านี้พร้อมที่จะใช้จ่ายไปกับสินค้าที่เสริมภาพลักษณ์ของตนเองในสังคม การที่สินค้ามีรูปแบบที่สวยงามทันสมัย และคุณภาพดี ในราคาที่ไม่แพงจนเกินไป ก็จะทำให้สินค้าแฟชั่นของไทยสามารถครองตลาดใน CLMV ได้

ในด้านการตลาดควรใช้ดารานักแสดงของไทยที่มีชื่อเสียงไปช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าไทย โดยอาจจ้างเป็นผู้นำเสนอสินค้า (Presenter) หรือเป็นการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้บริโภคในต่างประเทศเกิดความต้องการใช้สินค้านั้น ๆ เลียนแบบดารานักแสดงที่ตนชื่นชอบ

ผู้ประกอบการไทยควรแสวงหาพันธมิตรเพื่อร่วมทุนกันในการทำธุรกิจ โดยอาจจะอยู่ในรูปของ Joint Venture หรือ Merger & Acquisition เพราะผู้ประกอบการ

ท้องถิ่นจะรู้ถึงความต้องการและลักษณะสภาพสังคม รวมถึงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องได้ดีกว่าผู้ประกอบการไทย อีกทั้งยังมีฐานลูกค้าเดิมรองรับอยู่แล้วทำให้ไม่ต้องหากลุ่มลูกค้าใหม่ แต่เป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและต่อยอดเพิ่มฐานลูกค้าใหม่

(๓) สินค้าอาหารปรุงสำเร็จ อาหารสำเร็จรูป และอาหารแช่แข็ง

เนื่องจากประชาชนใน CLMV นั้นมีวิถีชีวิตแบบเมืองมากขึ้น ทำให้มีเวลาในการปรุงอาหารน้อยลงและนิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปเพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยในฐานะที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอาหารจึงควรคว้าโอกาสนี้โดยการนำผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารปรุงสำเร็จต่าง ๆ เข้าสู่ตลาด CLMV โดยเน้นเรื่องรสชาติและความหลากหลาย และอาจปรับรสชาติให้เข้ากับลิ้นของผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ ก็จะสามารถเจาะตลาดได้ง่ายขึ้น

#### ๔.๒.๑.๓ กลุ่มที่ ๓ การค้าบริการ

การค้าบริการที่มีลักษณะประกอบกันกับประเทศ CLMV

การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นการค้าบริการอย่างหนึ่งที่ไทยกับประเทศ CLMV จะเอื้อประโยชน์ต่อกันได้กลยุทธ์สำคัญที่ไทยควรนำมาใช้ คือ ใช้อิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะจากวงการบันเทิงเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังเช่นที่ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการใช้ภาพยนตร์ละครซีรีส์ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของตนเองไปทั่วโลก ผู้ชมซีรีส์จำนวนมากต่างอยากไปสัมผัสสถานที่ถ่ายทำจริง ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม จึงควรดึงจุดเด่นตรงนี้เข้ามาแล้วทำการประชาสัมพันธ์ผ่านละครและภาพยนตร์เพื่อทำให้ชาวต่างชาติรับรู้และอยากเดินทางมาท่องเที่ยว โดยในปี ๒๕๕๖ ที่ผ่านมามีไทยได้อานิสงส์จากภาพยนตร์จีนเรื่อง “Lost in Thailand” ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศจีน ทำให้นักท่องเที่ยวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำหลักอย่างล้นหลาม และทำให้เชียงใหม่เป็นที่รู้จักของชาวจีนจากเดิมที่ชาวจีนจะรู้จักเพียงแค่กรุงเทพฯ ภูเก็ต สมุย เป็นต้น

การท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและมีศักยภาพในตลาด CLMV นั้น ได้แก่

##### ๑) การท่องเที่ยว

(๑) ไทยอาจจัดเส้นทางทัวร์ระหว่างประเทศเป็นเส้นทางสายวัฒนธรรม เนื่องจากไทยและประเทศ CLMV มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน เช่น ทัวร์ปราสาทหิน (ไทย - กัมพูชา) ทัวร์นมัสการเจดีย์ (ไทย - พม่า - ลาว) ซึ่งจะทำได้ประโยชน์ร่วมกัน

(๒) สร้างภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ร่วมกันกับผู้สร้างจาก CLMV หรืออาจใช้ดารานักแสดงจากประเทศ CLMV มาแสดงเป็นตัวเอกร่วมกับนักแสดงจากประเทศไทย และให้การดำเนินเรื่องเกิดขึ้นในประเทศไทยและประเทศ CLMV ซึ่งจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทยและกระตุ้นให้ประชาชนจากประเทศ CLMV เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยสถานที่ถ่ายทำในประเทศไทยนั้นอาจเป็นจังหวัดที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

(๓) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีลักษณะภูมิประเทศที่คล้ายกัน ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวมีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนัก และการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ไม่ห่างกันมากนัก ไทยจึงควรปรับแผนกลยุทธ์ใหม่โดยร่วมมือกับประเทศเหล่านี้มากกว่าที่จะแข่งขันกัน โดยอาจจัดเป็นแพ็คเกจทัวร์ร่วมกันโดยให้ราคา

พิเศษ ซึ่งจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ตัวอย่างแพ็คเกจท่องเที่ยวที่อาจมีร่วมกันระหว่างไทยกับ CLMV เช่น ทัวร์ตามเส้นทางสายแม่น้ำโขง โครงการโฮมสเตย์ในหมู่บ้านที่มีพรมแดนติดกัน ทัวร์คาราวานระหว่างประเทศทั้งแบบรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยเฉพาะจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ (Big Bike) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสำหรับการท่องเที่ยว เป็นต้น

## ๒) การแพทย์และความงาม

นอกจากการท่องเที่ยวแล้วการรักษาพยาบาลก็เป็นการบริการสาขาหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะประเทศมีการแพทย์และการรักษาพยาบาลที่ก้าวหน้ากว่าประเทศในกลุ่ม CLMV มาก ทำให้ผู้มีฐานะ รวมทั้งนักธุรกิจและนักการทูต รวมทั้งชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศ CLMV นิยมเดินทางมารักษาที่ไทยเป็นจำนวนมาก รวมทั้งกระแสความนิยมเรื่องความงามก็เริ่มแพร่เข้าไปในประเทศเหล่านี้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการร่วมทุน หรือการลงทุนการเปิดการรักษาในประเทศ CLMV น่าจะเป็นสาขาหนึ่งที่น่าสนใจ แต่อาจจะในเบื้องต้นอาจจะติดขัดในเรื่องของการประกอบโรคศิลปะ แต่เมื่อมีการใช้ข้อตกลง MRA (Mutual Recognition Agreement) ด้านบุคลากรทางการแพทย์ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มที่แล้ว ก็น่าที่จะทำให้การบริการทางการแพทย์เป็นสาขาหนึ่งที่ไทยน่าจะไปบุกเบิกลงทุนในประเทศ CLMV

## ๓) การก่อสร้าง

ธุรกิจด้านการก่อสร้างทั้งในแง่ของการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคต่างๆ รวมถึงที่อยู่อาศัยน่าจะเป็นโอกาสอย่างมากจากการที่ประเทศ CLMV มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยประเทศไทยควรกำหนดให้ความช่วยเหลือทั้งในแง่เงินทุนและเทคโนโลยีในการก่อสร้างโครงสร้างเศรษฐกิจพื้นฐาน เช่น ถนน โดยไทยจะได้ประโยชน์จากการเป็นผู้ช่วยพัฒนาประเทศกลุ่ม CLMV ให้มีขีดความสามารถทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นและยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ CLMV และลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างประเทศสมาชิกเก่า และสมาชิกใหม่ ตามแนวคิดและเป้าหมายของการรวมกลุ่มเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้ประเทศไทยมีบทบาทและได้รับความนิยมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างดี ขณะเดียวกันก็มีเงื่อนไขการช่วยเหลือที่การก่อสร้างดังกล่าวต้องดำเนินการด้วยบริษัทของไทยซึ่งจะทำให้ธุรกิจการก่อสร้างของไทยมีการขยายตัว และสามารถสร้างเครือข่ายธุรกิจในประเทศ CLMV ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต

นอกจากนี้นักธุรกิจไทยควรให้ความสำคัญกับธุรกิจการก่อสร้างในกลุ่มประเทศ CLMV เพราะการที่อุตสาหกรรมการก่อสร้างของไทยนั้นมีความก้าวหน้าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเหล่านี้ ทำให้เป็นโอกาสอันดีของไทยในการที่จะเข้าไปประมูลรับเหมางานก่อสร้างโดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานและอาคารต่าง ๆ หรือส่งออกสินค้าวัสดุก่อสร้าง ซึ่งโครงการเหล่านี้สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้เป็นจำนวนมาก โดยไทยมีโอกาสทั้งในผู้ประกอบการบริษัทก่อสร้างรายใหญ่ และโครงการก่อสร้างขนาดกลางได้แก่การจัดทำบ้านจัดสรร หรือคอนโดมิเนียมด้วย

### ๔.๒.๒ ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

ประเด็นสำคัญที่ประเทศไทยควรจะดำเนินการในเชิงกลยุทธ์เพื่อให้ไทยเป็นประตู (Gateway) และศูนย์การค้าการลงทุน (Hub) สู่ประเทศ CLMV แบ่งเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ

๔.๒.๒.๑ ประเทศไทยควรมีนโยบายต่อภูมิภาคนี้อย่างชัดเจน และประกาศเป็นยุทธศาสตร์ของไทยเพื่อส่งสัญญาณให้ประเทศในกลุ่ม CLMV ทราบถึงความสนใจของประเทศไทย

๑) รัฐบาลโดยนายกรัฐมนตรีควรใช้โอกาสในการที่จะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้ดำเนินการประกาศจุดยืนและนโยบายต่อ CLMV อย่างชัดเจน

๒) กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรมโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรร่วมมือกันจัดคณะผู้แทนการค้าการลงทุนเดินทางไปเจรจาในกลุ่มประเทศ CLMV เป็นพิเศษ โดยเฉพาะการลงทุนในด้านอาหาร การก่อสร้าง และการท่องเที่ยว

๔.๒.๒.๒ ประเทศไทยควรดำเนินการสร้างความร่วมมือและบรรยากาศด้านการค้าและการลงทุนที่ดีในภูมิภาคนี้ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาประเทศตามแนวคิดและเป้าหมายของ AEC ที่จะยกระดับเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้เติบโตด้วยดี และให้ CLMV มีความรู้สึกที่ดีต่อประเทศไทยในฐานะหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไม่ใช่ผู้มาฉกฉวยผลประโยชน์

๑) สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและกระทรวงการต่างประเทศควรสร้างบทบาทและการเป็นผู้ช่วยเหลือประเทศ CLMV โดยกำหนดแผนการช่วยเหลือในด้านต่างๆ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรและการให้ทุนการศึกษาในประเทศไทย การให้ความช่วยเหลือด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะในการก่อสร้างถนน เป็นต้น

๒) กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้ภาคเอกชนจัดสร้างเครือข่ายด้านการค้า และการท่องเที่ยวกับเอกชนในกลุ่ม CLMV ทั้งในรูปแบบต่างๆที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อช่วยพัฒนาบรรยากาศทางการค้าระหว่างกัน

๓) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรสนับสนุนสภาหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมในการจัดตั้งสมาคมร่วมกันระหว่างนักธุรกิจไทยและนักธุรกิจใน CLMV ในด้านต่างๆทั้งการค้า การลงทุน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการบริการท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างกัน

๔) กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศควรร่วมมือกับเอกชนในการพัฒนาและให้ความสำคัญกับสื่อต่างๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตที่สามารถสื่อสารถึงผู้บริโภคในกลุ่ม CLMV เนื่องจากสื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้ของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคในประเทศ CLMV รับรู้และมีความรู้สึกที่ดีต่อประเทศไทย

๔.๒.๒.๓ ประเทศไทยควรจัดทำโครงการการลงทุนในประเทศ CLMV และตามแนวชายแดนทั้งจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม

๑) กระทรวงการคลังและ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนควรสร้างแรงจูงใจด้านภาษีและการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อให้นักลงทุนไทยหันไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV และตามแนวชายแดนเพิ่มมากขึ้น

๒) กระทรวงอุตสาหกรรมโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรร่วมกับเอกชนในการจัดนิคมอุตสาหกรรมสินค้าแปรรูปเกษตรที่ตั้งอยู่ในแนวชายแดนเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดทำห่วงโซ่สินค้าเกษตร เพื่อจัดทำกรสินค้าเกษตรแปรรูปครบวงจรและมีประสิทธิภาพ โดยอำนวยความสะดวกในการขนย้ายวัตถุดิบสินค้า



เกษตร และการเคลื่อนย้ายแรงงานชั่วคราว หรือแบบไป-กลับ ทำให้สามารถควบคุมโรคพืช โรคสัตว์ และจำกัดเขตแรงงานต่างด้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลังและกระทรวงอุตสาหกรรมควรจัดทำฐานข้อมูลการค้าการลงทุน รวมทั้งความรู้ด้านกฎระเบียบที่จำเป็นในการค้าและลงทุนกับประเทศ CLMV ในลักษณะที่เป็น Business intelligence เพื่อให้ นักธุรกิจและนักลงทุนไทยค้นหาข้อมูลได้โดยสะดวกรวดเร็ว

๔.๒.๒.๔ ประเทศไทยควรมีนโยบายเร่งด่วนพัฒนาระบบ Logistic และศูนย์กระจายสินค้า โดยมีนโยบายที่จะเชื่อมต่อแหล่งวัตถุดิบจาก CLMV เข้าสู่แหล่งผลิต และกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด CLMV

๑) กระทรวงการคลังควรเพิ่มเปิดจุดผ่อนปรนและด่านชายแดนไทยกับประเทศ CLMV

๒) กระทรวงพาณิชย์ควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการสร้างจุดกระจายสินค้าไทยตามแนวชายแดนเพื่อให้ผู้ค้าปลีกและค้าส่งของประเทศ CLMV มาซื้อสินค้านำไปจำหน่ายในประเทศได้สะดวกขึ้นโดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค และวัสดุก่อสร้าง

๓) กระทรวงคมนาคมควรมีโครงการและเร่งสร้างทางเชื่อมทั้งระบบทางถนนและทางรางมายังจุดยุทธศาสตร์การค้าตามแนวชายแดน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการขนส่ง

๔) กระทรวงพาณิชย์ อุตสาหกรรม สาธารณสุขและเกษตรและสหกรณ์ควรมีการจัดทำมาตรฐานสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม มาตรการด้านสุขอนามัยระหว่างประเทศ ให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกันเพื่อให้สินค้าส่งผ่านแต่ละประเทศได้อย่างสะดวก ไม่ต้องมีการตรวจสอบซ้ำ ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาและลดต้นทุนด้านระบบโลจิสติกส์ และสามารถให้ผู้ประกอบการสร้างห่วงโซ่สินค้าเกษตรได้

๔.๒.๒.๕ เร่งทำความตกลงแก้ไขอุปสรรคทางการค้าและกฎระเบียบต่าง ๆ ทั้งจากฝ่ายไทย และฝ่าย CLMV

๑) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลังและกระทรวงการต่างประเทศควรจัดตั้งคณะทำงานขึ้นมาเพื่อหาแนวทางในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐของประเทศ CLMV ให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มระดับความร่วมมือกันในด้านต่าง ๆ และแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎหมายและกฎระเบียบของประเทศเพื่อนบ้านที่ยังไม่ชัดเจนมากนัก ทำให้การนำเข้าและส่งออกสินค้านั้นเกิดความสับสน ลำช้า และต้นทุนเพิ่มขึ้น

๒) กระทรวงการคลังและกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำ One-stop-service และปรับปรุงระบบเอกสารในการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะการค้ากับประเทศ CLMV ให้เป็นระบบเอกสารร่วม โดยผู้ส่งออกใช้เอกสารเพียงชุดเดียวก็สามารถขนส่งสินค้าผ่านไปยังประเทศต่าง ๆ ได้ ซึ่งในปัจจุบันแต่ละประเทศยังมีระบบเอกสารของตัวเองทำให้ผู้ประกอบการเกิดความยุ่งยากและต้องจัดเตรียมเอกสารหลายครั้ง เกิดความซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองต้นทุนโดยไม่จำเป็น

๔.๒.๒.๖ ปรับปรุงการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ประจำอยู่ในต่างประเทศให้เป็นทีมประเทศไทย

การสร้างทีมประเทศไทยซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานของรัฐของไทยที่ประจำอยู่ในประเทศ CLMV ให้เป็นรูปธรรมอย่างเร่งด่วนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง การสร้างทีมประเทศไทยควรมีการแบ่งงานหน้าที่ให้สอดคล้องกัน โดยกำหนดบทบาทของแต่ละฝ่ายและมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน ไม่ใช่การประสานกันอย่างหลวมๆดังเช่นปัจจุบันนี้ นอกจากนี้การจัดทำงบประมาณของทีมประเทศไทยควรมีการบูรณาการร่วมกันบนพื้นฐานการทำงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Base) ไม่ใช่การจัดงบประมาณตามหน้าที่ของหน่วยงาน (Functional Base) โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าและการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV และช่วยขจัดปัญหาอุปสรรคทางการค้าที่เกิดขึ้นเฉพาะแก่เอกชนที่เข้าไปดำเนินธุรกิจและลงทุนในประเทศ CLMV นอกจากนี้ทีมประเทศไทยมีหน้าที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศให้เกิดความรู้สึกว่าประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่ใช่ประเทศที่จะมาฉกฉวยผลประโยชน์จากประเทศเพื่อนบ้าน และควรเพิ่มจำนวนข้าราชการที่ประจำในสำนักงานในกลุ่มประเทศ CLMV ให้เพียงพอกับภารกิจด้วย

## บรรณานุกรม

### เอกสารภาษาไทย

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. คู่มือการค้าและการลงทุน ราชอาณาจักรกัมพูชา. สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก, ๒๕๕๔. ISBN ๙๗๘-๙๗๔-๙๙๑๕-๘๘-๒.

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์. สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก, ๒๕๕๕. ISBN ๙๗๘-๖๑๖-๒๖๕-๐๒๙-๑.

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. คู่มือการค้าและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก, ๒๕๕๔. ISBN ๙๗๘-๙๗๔-๙๙๑๕-๘๗-๕.

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. คู่มือการค้าและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก, ๒๕๕๔. ISBN ๙๗๘-๙๗๔-๙๙๑๕-๘๘-๙.

### เอกสารภาษาอังกฤษ

Andrew K. Rose. "The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion." The World Economy, Blackwell Publishing vol. 30(1) (2007) : 22-38. 01. doi: 10.1111/j.467-9701.2007.00870.x.

Ariff Mohamed. "Competition Policy for ASEAN." In ERIA Research Project 2007 no.1-2 on Deepening Economic Intergration in East Asia-the ASEAN Economic Community and Beyond. 2008. Edited Soe Sastro 135-146.

Daniel Lederman, Marcelo Olarreaga, Lucy Payton. Export promotion agencies: what works and what doesn't. World Bank, Latin America and the Caribbean Region. Office of the Regional Chief Economist, 2006.

Denishew. Brick by Brick : The Building of an ASEAN Economic Community. 2007. Asia Pacific press. ISBN 978-0-07315-3814-0.

James E. Anderson. International Trade Theory. The New Palgrave Dictionary of Economics. 2008. 2 nd Edition.

Michael G, Plummer & China Siow Yoe. Realizing the ASEAN community : a comprehensive assessment. 2009. Utopia press. ISBN 978-981-4279-34-5.

Wild, Wild & Han. International business : the challenges of globalization. Upper Saddle River, New Jersey. Prentice Hal, 2006.

Karen Grigoryan. “The key issues of the improvement of export promotion policy at the macro-and amicro levels.” Paper of Department of Macroeconomics. Armenian Sate University of Economics, Yerevan, Armenia.

“The trade promotion network in Vietnam – is it working?.” Vietnam country paper.

Humphrey S Albert. Marketing Theories – SWOT Analysis. Professional academy. Available from: <http://www.professionalacademy.com/news/marketing-theories-swot-analysis>.

Mike Morrison. History of the SWOT analysis. Rapidbi-orig. 2012. Available from: <http://rapidbi.com/history-of-the-swot-analysis>.

Sidharth Thakur. Histry of the SWOT Analysis. Brith Hub Pm project management. 2010. Available from: <http://www.brighthubpm.com/methods-strategies/99629-history-of-the-swot-analysis/>.

ภาคผนวก  
ข้อมูลแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามผู้บริหารหน่วยงานราชการของไทย  
ที่ประจำอยู่ในประเทศในกลุ่ม CLMV

ภาคผนวก ก  
ข้อมูลแบบสอบถามจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

แบบสอบถามข้อมูลด้านการค้าและการลงทุนของไทยในประเทศอาเซียน
<b>ส่วนที่ ๑ : สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย</b>
ผู้ตอบข้อมูล นางจิรนนท์ วงษ์มงคล ตำแหน่ง อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์)
<b>ส่วนที่ ๒ : ข้อมูลสินค้า กรณาระบุรายการสินค้า ๕ อันดับแรกของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออก ไปยังประเทศไทย</b>
(๑) อาหาร เครื่องปรุงรสและเครื่องดื่ม (๒) เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย กระเป๋า รองเท้าและเครื่องประดับ (๓) เครื่องสำอาง สบู่และผลิตภัณฑ์รักษาผิว (๔) เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้านและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (๕) อาหารสัตว์ ปุ๋ยและเมล็ดพันธุ์พืช
<b>ส่วนที่ ๓ : โอกาสด้านการค้าและการลงทุน</b>
<p><b>ด้านสินค้า รสนิยม/การยอมรับ ของผู้บริโภคต่อสินค้าไทย</b></p> <p>- ชาวกัมพูชานิยมสินค้าไทยมากกว่าสินค้าจากประเทศอื่นโดยเชื่อว่ามีความสวยงามและคุณภาพเหมาะสม ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากอิทธิพลของโทรทัศน์ไทยและการขึ้นชื่อนักแสดงไทย สินค้าไทยจึงเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากกว่าสินค้าจากจีนและเวียดนาม</p> <p><b>ด้านผู้ประกอบการ/ผู้นำเข้าสินค้าไทย</b></p> <p>- สินค้าไทยจำหน่ายได้แพร่หลายและได้รับการยอมรับโดยทันทีที่ได้ทดลองใช้ เพราะรสนิยมของผู้บริโภคของสองชาตินี้เหมือนกัน การขนส่งระหว่างสองประเทศสะดวกทำได้หลายทางโดยเฉพาะการขนส่งทางบกก็สะดวกรวดเร็ว</p> <p>- นักธุรกิจต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในกัมพูชานิยมสั่งซื้อสินค้าวัตถุดิบจากไทยเพื่อใช้ธุรกิจและอุตสาหกรรม เพราะต้นทุนการขนส่งที่ได้เปรียบประเทศอื่น ดังนั้นนักธุรกิจไทยจึงเปิดบริษัทสาขาจำหน่ายสินค้าในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกของกัมพูชา เข้ามาเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ไทยสามารถอาศัยผู้นำเข้ากัมพูชาเป็นผู้จำหน่ายสินค้าไทยและส่งต่อไปยังประเทศเวียดนามและจีนหรือลาวต่อไป</p> <p><b>ด้านการขนส่งสินค้า</b></p> <p>ไทยได้เปรียบจากเรื่องที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่มีพรมแดนติดกับกัมพูชาตลอดแนวด้านภาคอีสานตอนใต้ของไทยไปจนถึงด้านตะวันออก ส่งผลดีต่อการขนส่งสินค้าและง่ายในการกระจายสินค้าไปยังเมืองต่างๆ <u>ทางอากาศ</u></p> <p>(๑) สนามบินสุวรรณภูมิ - สนามบินนานาชาติกรุงเทพมหานคร ใช้เวลาเดินทาง ๕๕ นาที ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สายการบินไทย ๒ เที่ยวบิน/วัน</li> <li>- สายการบินแอร์เอเชีย ๑ เที่ยวบิน/วัน</li> </ul>

- สายการบินบางกอกแอร์เวย์ ๔ เที่ยวบิน/วัน

(๒) สนามบินสุวรรณภูมิ – สนามบินนานาชาติเสียมเรียบ ใช้เวลาเดินทาง ๕๕ นาที ได้แก่ สายการบินบางกอกแอร์เวย์ ๕ เที่ยวบิน/วัน

#### ทางบก

ถนนในกัมพูชา รวมมีความยาวประมาณ ๓๙,๗๐๔ กิโลเมตร แยกเป็นทางหลวง ๕,๒๖๓ กิโลเมตร และถนนสายจังหวัด ๖,๔๔๑ กิโลเมตร และถนนสายชนบท ประมาณ ๒๘,๐๐๐ กิโลเมตร โดยมีเส้นทางที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย - กัมพูชา ดังนี้

(๑) กรุงเทพฯ-กรุงพนมเปญ (กรุงเทพฯ-อรัญประเทศ-บันเตียเมียนเจย-ตะบอง-โพธิสัตว์-กัมปงชะนัง-กรุงพนมเปญ) จากกรุงเทพฯไปตามทางหลวงหมายเลข ๓๓ มุ่งสู่ ฉะเชิงเทรา - กบินทร์บุรี - อรัญประเทศ ระยะทางประมาณ ๓๑๐ กิโลเมตร ในส่วนของกัมพูชา คือ จากจุดผ่านแดนถาวร คลองลึก-ปอยเปต เข้าสู่เขตแดนกัมพูชา (เส้นทางระเบียงด้านใต้สามารถเชื่อมต่อกับเส้น ทางหมายเลข ๕ ของกัมพูชา ผ่านจังหวัดบันเตียเมียนเจย พระตะบอง โพธิสัตว์ กัมปงชะนัง เข้าสู่กรุงพนมเปญ ระยะทางประมาณ ๔๒๐ กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทาง ๘ ชั่วโมง (เส้นทางระเบียงด้านใต้สามารถเชื่อมต่อกับเส้นทางหมายเลข ๖ จากบันเตียเมียนเจย - เสียมเรียบ-กัมปงธม-กรุงพนมเปญ รวมระยะทาง ๔๓๐ กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทาง ๙ ชั่วโมง)

(๒) กรุงเทพฯ-กรุงพนมเปญ (กรุงเทพฯ-ตราด-เกาะกง-กัมปงสะปือ-กรุงพนมเปญ) มุ่งหน้าสู่จังหวัดตราด ข้ามแดนที่ด่านบ้านหาดเล็ก อำเภอกลองใหญ่ จังหวัดตราด-บ้านจามเยียม อำเภอมณฑลสีมา จังหวัดเกาะกง (กัมพูชา) เดินทางตามเส้นทางหมายเลข ๔๘ ไปอำเภอสระแอมเบิล จังหวัดเกาะกง ไปเชื่อมต่อกับเส้นทางหมายเลข ๔ ขึ้นเหนือผ่านจังหวัดกัมปงสะปือ ไปกรุงพนมเปญ ระยะทาง ๒๘๓ กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง ๗ ชั่วโมง

(๓) กรุงเทพฯ-จังหวัดพระสีหนุ (กัมปงโสม) มุ่งหน้าสู่จังหวัดตราด ข้ามแดนที่ด่านบ้านหาดเล็ก อำเภอกลองใหญ่ จังหวัดตราด-บ้านจามเยียม อำเภอมณฑลสีมา จังหวัดเกาะกง (กัมพูชา) เดินทางตามเส้นทางหมายเลข ๔๘ ไปอำเภอสระแอมเบิล จังหวัดเกาะกง ไปเชื่อมต่อกับเส้นทางหมายเลข ๔ ลงใต้สู่จังหวัดพระสีหนุ ระยะทาง ๒๖๐ กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทาง ๕ ชั่วโมง

(๔) กรุงเทพฯ-จังหวัดกัมปงจาม (กรุงเทพฯ-อรัญประเทศ-บันเตียเมียนเจย-เสียมเรียบ-กัมปงธม-กัมปงจาม) ระยะทาง ๔๓๐ กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทาง ๘ ชั่วโมง การขนส่งสินค้าต้องมีการเปลี่ยนหัวรถลาก หรือทำการขนถ่ายสินค้าเพื่อเปลี่ยนเป็นรถที่มีพวงซ้าย ณ ฝั่งกัมพูชา

#### ทางน้ำ

ในกัมพูชา มีท่าเรือน้ำลึกแห่งเดียว คือ ท่าเรือสีหนุวิลล์ ซึ่งได้มีการปรับปรุงโดยการวางคอนเทนเนอร์รอบท่าเรือน้ำลึก ความยาว ๒๔๐ เมตร และขยายพื้นที่จอดเรือความยาว ๑๖๐ เมตร สำหรับรองรับเรือที่กินน้ำลึก ๙ เมตร ปัจจุบันท่าเรือแห่งนี้มีท่าเทียบเรือ ๑๒ แห่ง มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีทางเข้า ๒ สายคือสายใต้ (South Channel) มีท่าเทียบเรือยาว ๕.๕ กม.น้ำลึก ๘.๔ เมตร กว้าง ๘๐-๑๐๐ เมตร ส่วนทางเข้าสายเหนือ (North Channel) มีท่าเทียบเรือยาว ๑ กม.น้ำลึก ๑๐ เมตร กว้าง ๑๕๐-๒๐๐ เมตร

- กรุงเทพฯ - ท่าเรือสีหนุวิลล์ ใช้เวลาการเดินทาง ๖ วัน

- ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือสีหนุวิลล์ ใช้เวลาการเดินทาง ๔ วัน

- อากาศโคลงใหญ่ – ท่าเรือสีหนุวิลล์ ใช้เวลาการเดินทาง ๑ วัน

- อากาศโคลงใหญ่ – ท่าเรือมอญ ฤทธิ ใช้เวลาการเดินทาง ๑ วัน

### ด้านการลงทุน

(๑) กัมพูชามีปัจจัยดึงดูดการลงทุนได้แก่

- ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ อาทิ สินแร่ ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ อัญมณี ป่าไม้และประมง ทั้งในทะเล และทะเลสาบ เขมรและแม่น้ำสายอื่น ๆ ทำให้เป็นแหล่งประมงน้ำจืดขนาดใหญ่อันดับสี่ของโลก และยังมีพื้นที่เกษตรกรรมที่สมบูรณ์ เหมาะสมกับการเพาะปลูก ข้าว พืชไร่ และพืชสวน
- ค่าจ้างแรงงานอยู่ในระดับต่ำ และการได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษี GSP และ MFN จากประเทศพัฒนาแล้วกว่า ๒๐ ประเทศ จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการลงทุนการผลิตเพื่อการส่งออก นอกจากการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ นักลงทุนต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในกัมพูชา ได้แก่ จีน ไต้หวัน เวียดนาม ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้
- โอกาสที่ผู้ประกอบการไทยที่จะไปเติมเต็มในสิ่งที่กัมพูชายังขาดแคลน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เช่นสาธารณูปโภคที่ยังไม่ทั่วถึงและยังไม่พัฒนาอีกมาก
- ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ อาณาเขตที่ติดกัน และมีท่าเรือน้ำลึกอยู่ใกล้เคียงกัน (ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือ สีหนุวิลล์) ทำให้ประหยัดต้นทุนในการขนส่งวัสดุอุปกรณ์จากประเทศไทยไปกัมพูชา
- กัมพูชาจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดนเป็นจำนวนมาก เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติโดยเฉพาะจากไทยและเวียดนาม โดยให้สิทธิพิเศษ ด้านภาษี แรงงาน การเช่าที่ดิน และการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสาธารณูปโภคและด้านเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- นโยบายส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาลกัมพูชา ได้แก่ ต่างชาติถือหุ้นได้ ๑๐๐% การโอนเงินไปต่างประเทศได้โดยเสรีและสิทธิประโยชน์ต่างๆ แก่โครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เช่น เช่าที่ดินได้ ๗๐ ปีและต่อสัญญาได้อีก + ลดภาษีเงินได้จาก ๒๐% เหลือร้อยละ ๙ + การยกเว้นภาษีเงินได้จากกำไรหรือ Tax Holiday ๓-๙ ปี + ยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้ผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าและเพื่อการส่งออก

(๒) กลุ่มธุรกิจที่มีโอกาสเข้ามาลงทุนในตลาดกัมพูชาได้แก่ อุตสาหกรรมการ์เมนต์ อุตสาหกรรมการเกษตร วัสดุก่อสร้าง และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

(๓) ปัจจุบันมีนักธุรกิจไทยเข้ามาลงทุนในกัมพูชา ได้แก่ กลุ่มบริษัทปูนซีเมนต์ไทย, กลุ่มบริษัท C.P. , การร่วมทุนทำโทรทัศน์ท้องถิ่นในนามช่อง ๓ และช่อง ๕, โรงพยาบาลกรุงเทพในนาม Royal Rattanak Hospital (พนมเปญ) และ Royal Angkor International Hospital (เสียมเรียบ), กลุ่มบริษัทน้ำตาลมิตรผล (อุดรเมียนจัย), กลุ่มบริษัทน้ำตาลขอนแก่น, โรงแรม Sofitel Royal Angkor Hotel (เสียมเรียบ), โรงแรม Sofitel Phokeetra Resort & SPA (พนมเปญ), โรงแรม Tara Angkor (เสียมเรียบ), ร้านอาหารโตนเลบาติก (พนมเปญ), ร้านอาหารโตนเลแม่โขงและโตนเลสาป (เสียมเรียบ), สายการบินไทยและสายการบินบางกอกแอร์

อย่างไรก็ตาม การลงทุนของไทยในกัมพูชาได้หยุดชะงักลงหลายครั้งเนื่องจากปัญหาด้านการเมือง การทหารระหว่างไทยและกัมพูชา จนกระทั่งในปี ๒๕๕๕ จึงเริ่มมีนักลงทุนไทยเข้ามาลงทุนในกัมพูชา



อีกรอบโดยมีบริษัทไทยที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนรวมจำนวน ๘ ราย คือกิจการโรงสีข้าว ๒ แห่ง, โรงงานตัดเย็บเสื้อผ้า ๒ แห่ง, โรงงานทำรองเท้า ๑ แห่ง, โรงงานอุปกรณ์ไฟฟ้า ๑ แห่ง, อุตสาหกรรมการปลูกและผลิตยางพารา ๑ แห่ง, และโรงงานแปรรูปมันสำปะหลัง ๑ แห่ง ขณะที่ช่วงไตรมาสแรก ของปี ๒๕๕๖ นี้ ปรากฏว่าไม่มีโครงการลงทุนของนักลงทุนไทยแต่อย่างใด

#### ส่วนที่ ๔ : ข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรคและการกีดกันของสินค้า

##### ด้านกฎระเบียบการนำเข้า

การนำเข้าสินค้า กัมพูชาเก็บภาษีนำเข้า ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีพิเศษอื่นๆ ตามที่กระทรวงการคลัง กำหนดคือ

##### (๑) ภาษีนำเข้า

ยกเว้นภาษี สำหรับสินค้าที่รัฐบาลมีนโยบายยกเว้นภาษี เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรทาง การเกษตร น้ำมันดีเซล อุปกรณ์การศึกษา ยารักษาโรค และเครื่องกีฬา

ภาษีย้อยละ ๗ สำหรับวัตถุดิบหรือสินค้าขั้นต้น เช่น ปูนซีเมนต์ เหล็ก กระเบื้อง น้ำมันเบนซิน รวมถึงสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้ ชา น้ำมันพืช น้ำตาล สบู่ รองเท้า แวนตา เสื้อผ้าและรถจักรยาน

ภาษีย้อยละ ๑๕ สำหรับสินค้าประเภทเครื่องจักรและอุปกรณ์

ภาษีย้อยละ ๓๕ สินค้าสำเร็จรูปและสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น รถยนต์ อัญมณีและเครื่องประดับ ไวน์ บุหรี่ น้ำหอม วิทยู

โทรทัศน์ เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน

(๒) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax: VAT) รัฐบาลกัมพูชาเรียกเก็บร้อยละ ๑๐ ของมูลค่าสินค้า และบริการที่ซื้อขายภายในประเทศ ครอบคลุมทั้งสินค้านำเข้า สินค้าที่ผลิตเองในประเทศและ การกระจายสินค้า

##### ยกเว้น

- การซื้อขายที่ดิน เงินตรา และของใช้ทางการทูตและองค์กระหว่างประเทศ การนำเข้าพันธุ์ พืช พันธุ์สัตว์ ปุ๋ย เครื่องมือเครื่องจักรทั้งก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว
- กิจการที่ได้รับการยกเว้นตามกฎหมายได้แก่ บริการไปรษณีย์สาธารณะ บริการทางการแพทย์ รวมถึงกิจการที่ให้บริการดังกล่าว อาทิ โรงพยาบาล คลินิก ร้านขายยา ร้านทันตกรรม รวมทั้ง บริการขนส่งผู้โดยสารที่รัฐบาลเป็นเจ้าของทั้งหมด บริการประกันภัย บริการทางการเงิน เบื้องต้นตามประกาศของกระทรวงเศรษฐกิจและการคลังของกัมพูชา การนำเข้าของใช้ส่วนตัว ที่ได้รับการยกเว้นอากรนำเข้าและมีมูลค่าไม่เกินตามประกาศของกระทรวงเศรษฐกิจและการ คลังของกัมพูชา และกิจกรรมสาธารณประโยชน์ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงเศรษฐกิจ และการคลัง

(๓) ภาษีสรรพสามิต (Specific Tax) กัมพูชาเรียกเก็บภาษีสรรพสามิตจากสินค้าและบริการที่นำเข้า และผลิตได้ในประเทศ เช่น

รายการสินค้า/บริการที่จัดเก็บ	อัตราภาษี (%)
-ค่าบริการโทรศัพท์ทางไกลทั่วประเทศและระหว่างประเทศ	๓
-น้ำมันดีเซล	๔.๓๕
-ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินทั้งในและต่างประเทศ	๑๐
-ค่าบริการห้องพักโรงแรม สถานบริการ สถานบันเทิงและสปา	๑๐
-บุหรี	๑๐
-รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ(ขนาดเครื่องยนต์มากกว่า ๑๒๕ ซีซี)	๑๐
-รถยนต์ขนาดใหญ่ เช่น รถบัส	๑๐
-น้ำอัดลมและเครื่องดื่มที่คล้ายกัน ซึ่งไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์	๑๕
-รถบรรทุกที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	๒๐
-เบียร์และซิการ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	๒๕

#### ด้านการกีดกัน NON-TARIFF BARRIER

กัมพูชามีประกาศเกี่ยวกับมาตรการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษีสำหรับสินค้ารายการดังนี้

รายการสินค้า	ประเทศ	มาตรการ NTBs	รายละเอียด/ขั้นตอนดำเนินงาน
ยาเสพติด วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท และสารตั้งต้น ของเสียอันตราย สารเคมีที่เป็นพิษ ยาฆ่าแมลง ยาปราบศัตรูพืช ยาฆ่าสัตว์ที่รบกวนหรือทำลายสัตว์อื่น	กัมพูชา	ห้ามนำเข้า	นำเข้าโดยหน่วยงานที่กำหนด
สัตว์ เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์		ห้ามนำเข้าเป็นการครั้งคราวมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชและสัตว์ (SPS)	เพื่อป้องกันการติดเชื้อโคโรนาจากประเทศเพิ่ม โดยเฉพาะจากไทยและเวียดนาม ต้องมีใบรับรองสุขอนามัยสัตว์ Health Certificate ตรวจสอบความปลอดภัยของพืชและสัตว์
ปัจจัยการผลิตด้านการเกษตร เช่นปุ๋ย สัตว์มีชีวิตและเนื้อสัตว์		จำกัดปริมาณการนำเข้าต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้า (Import License)	ต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่กำหนด เช่น กระทรวงเกษตร ประมงและป่าไม้ (MAFF)
ผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริมและเครื่องสำอาง เวชภัณฑ์และอุปกรณ์ทางการแพทย์			กระทรวงสาธารณสุข ดูแล ควบคุม ตรวจสอบคุณภาพ ต้องมีหนังสือรับรองการผลิตสินค้า (Certificate Manufacturing Practice) ตามมาตรฐานของ World Health Organization (WHO)

รายการสินค้า	ประเทศ	มาตรการ NTBs	รายละเอียด/ขั้นตอนดำเนินงาน
อาวุธปืน กระสุน วัตถุระเบิด เครื่องยนต์ และเครื่องจักรที่ใช้ในกองทัพ			กระทรวงกลาโหม
ทองคำ เงิน หินที่มีค่า และสินค้าประเภทเดียวกัน			ธนาคารแห่งชาติ
สินค้าอุตสาหกรรม		มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคทางการค้า (TBT)	ต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าจากกระทรวงอุตสาหกรรม (MIME)
สินค้าบรรจุภัณฑ์		มาตรการตรวจสอบคุณภาพ Standard Testing และติดฉลาก (Labelling)	หน่วยงาน CAM Control กระทรวงพาณิชย์ จะควบคุมข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณภาพความปลอดภัยของสินค้า โดยให้ผู้ผลิตติดฉลากสินค้าเป็นภาษา กัมพูชา โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอย่างถูกต้อง เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้นำข้อมูลดังกล่าวประกอบการเลือกซื้อสินค้า เพื่อให้ได้บรรทัดประโยชน์สูงสุด

#### ด้านอื่นๆ

- การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบที่บ่อยครั้งไม่ได้แจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ
- ความแตกต่างในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่แต่ละคนและแต่ละท้องที่
- ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น การลดภาษีสินค้านำเข้า อาจถูกนำมาใช้ปฏิบัติเพียง “ในนาม” เท่านั้น
- ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ภาษีโดยตรง เช่น ค่าผ่านด่าน ค่าเบี้ยใบ้รายทาง
- การค้าตามชายแดน ส่วนใหญ่ไม่มีการทำสัญญาทำให้เกิดปัญหาข้อกั
- สินค้าไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดกัมพูชาอาจถูกลอกเลียนแบบ โดยสินค้าที่ลอกเลียนแบบเหล่านั้น หากมีคุณภาพต่ำ จะพลอยทำให้สินค้าไทยสูญเสียความน่าเชื่อถือ ผู้ประกอบการไทยควรจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของตนในกัมพูชาเพื่อเป็นหลักประกันตน
- ต่างชาติเข้ามาลงทุนผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศกัมพูชา เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ทำให้สินค้าที่นำเข้าจากไทย เสียเปรียบด้านราคาและกัมพูชาลดการพึ่งพาการนำเข้า
- การขนส่งสินค้าทางบกบางแห่งไม่สะดวก ทำให้สินค้าบางประเภทเกิดความเสียหาย

#### การลงทุน/ฐานการผลิต

- แม้ว่าอัตราค่าจ้างแรงงานกัมพูชาจะต่ำ คือประมาณ ๘๑ ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน แต่โรงงานอุตสาหกรรมต้องจัดสวัสดิการอื่นเสริมเช่น เรื่องการเดินทาง, ค่ารักษาพยาบาล, ค่าที่พัก, ค่าอาหาร และวันหยุดตามเทศกาล/ประเพณี
- ขาดความพร้อมด้านสาธารณูปโภคที่เอื้อต่อการลงทุน และไม่สามารถรองรับการลงทุนในบางประเภท เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนและสะพาน เป็นต้น
- กฎเกณฑ์การลงทุน ในโครงการที่มีผลต่อความมั่นคงของประเทศโดยรวม อาจมีการเปลี่ยนแปลงภาษี

<p>หรือค่าสัมปทานบ่อยครั้ง</p> <p>- ผู้ลงทุนต้องระมัดระวังการทำผิด การละเว้นการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์หรือการเพิกเฉยต่อการขอความร่วมมือเพราะเมื่อเข้าสู่กระบวนการยุติธรรม ผู้ลงทุนต่างชาติจะเสียเปรียบกว่าคนท้องถิ่น</p>
<p><b>ส่วนที่ ๕ : ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในประเทศกัมพูชา</b></p> <p>(๑) ควรมีการจัดทำมาตรฐานสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม มาตรการด้านสุขอนามัย ให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกันเพื่อให้สินค้าส่งผ่านแต่ละประเทศได้อย่างสะดวก ไม่ต้องมีการตรวจสอบซ้ำ ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาและลดต้นทุนด้านระบบ โลจิสติกส์</p> <p>(๒) ควรมีการอำนวยความสะดวกด้านการค้าในส่วนของด่านศุลกากรชายแดนเพื่อให้สินค้าที่ถูกกฎหมายเข้าออกได้อย่างสะดวก</p> <p>(๓) ปรับกฎ ระเบียบของประเทศสมาชิกอาเซียนให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกันเพื่อรองรับการรวมกลุ่มและการเคลื่อนย้ายเสรีด้านการค้าและการลงทุน</p> <p>(๔) การดึงดูดเด่นของแต่ละประเทศมาสร้างความร่วมมือกันเป็นพันธมิตรในการผลิตและทำการตลาดร่วมกัน</p>

**ภาคผนวก ข**  
**ข้อมูลแบบสอบถามจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเวียงจันทน์**  
**ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**

<b>แบบสอบถามข้อมูลด้านการค้าและการลงทุนของไทยในประเทศอาเซียน</b>
<b>ส่วนที่ ๑ : สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว</b>
ผู้ตอบข้อมูล นางพิมล ปงกอแก้ว ตำแหน่ง อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์)
<b>ส่วนที่ ๒ : ข้อมูลสินค้า กรุณาระบุรายการสินค้า ๕ อันดับแรกของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศลาว</b>
๒.๑ สินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ๒.๒ น้ำมันเชื้อเพลิง ๒.๓ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ๒.๔ เหล็ก เหล็กกล้า วัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์ ๒.๕ เครื่องจักรกล และส่วนประกอบของเครื่องจักรกล
<b>ส่วนที่ ๓ : โอกาสด้านการค้าและการลงทุนของสินค้าไทยในประเทศลาว</b>
<p><b>ด้านสินค้า รสนิยม/การยอมรับ ของผู้บริโภคต่อสินค้าไทย</b>            สินค้าไทยทุกประเภทผู้บริโภคในตลาด สปป.ลาวให้การยอมรับด้านคุณภาพ มาตรฐาน ประสิทธิภาพ ในการใช้งาน รสชาติ และความประณีตสวยงาม แต่ด้านราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้ากับประเทศอื่น ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด</p> <p><b>ด้านผู้ประกอบการ/ผู้นำเข้าสินค้าไทย</b>            เมื่อผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้งานของสินค้าไทย ผู้นำเข้าจึงไม่ค่อยมีความกังวลในเรื่องการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจะเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีการสั่งซื้อเป็นกรณีพิเศษจากผู้นำเข้าด้วย</p> <p><b>ด้านการขนส่งสินค้า</b>            การขนส่งสินค้าระหว่างไทยและ สปป.ลาว ปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้รถบรรทุกเป็นหลัก ทั้งนี้เนื่องจากระบบถนนและสะพานมิตรภาพไทย-ลาว มีการเชื่อมต่อกันหลายจุดตามชายแดน ทำให้เกิดการเข้า-ออก และการขนส่งสินค้าระหว่างกันมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น</p> <p><b>ด้านการลงทุน</b>            ปัจจุบันไทยมีมูลค่าการลงทุนใน สปป.ลาว เป็นลำดับที่สอง รองจากประเทศเวียดนาม ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนสะสม (ตั้งแต่ปี ๒๕๓๑-๒๕๕๕) ๔,๐๘๒ พันล้านดอลลาร์ การลงทุนที่มีศักยภาพ ได้แก่ โครงการก่อสร้างสิ่งสาธารณูปโภค พื้นฐานโครงการเขื่อนไฟฟ้า โครงการด้านการเกษตร และเกษตรแปรรูป</p> <p><b>ด้านอื่นๆ</b>            ระบบการบริหารจัดการทางธุรกิจและ การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ใน สปป. ลาว ยังเป็นโอกาสสำหรับไทยที่จะเข้าไปมีบทบาทในการบริหารจัดการให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากมีหลายหน่วยงาน</p>

ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความไว้วางใจในเรื่องดังกล่าว
<b>ส่วนที่ ๔ ข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรค และการกีดกันของสินค้า</b>
<p>สปป.ลาว มีแนวโน้มในการส่งเสริมให้บริษัทรักษาสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศ แม้จะมีการรณรงค์ก็ตามแต่สินค้าที่ผลิตได้ ภายในประเทศยังไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการของตลาด สินค้าบางรายการที่ผลิตภายในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ</p> <p><b>ด้านกฎระเบียบการนำเข้า</b></p> <p>อยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เป็นไปตามระเบียบการนำเข้าของสากลและขององค์การการค้าโลก กำหนด นอกจากนี้ยังปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามกรอบ AFTA และกรอบ FTA อื่นๆที่ สปป.ลาว เป็นภาคี การเข้าไปทำการค้าและการลงทุน อีกทั้งใน สปป.ลาว ต้องศึกษาความต้องการ ที่แท้จริงของตลาด ก่อนการตัดสินใจ เช่น การทำการค้าต้องศึกษาให้ละเอียดว่าตลาดต้องการสินค้าประเภทใด การลงทุนก็ต้องพิจารณา/โครงการที่รัฐบาลต้องการมากและให้การส่งเสริม</p> <p><b>ด้านการกีดกัน NON-TARIFF BARRIER</b></p> <p>การนำเข้าสินค้าบางรายการยังต้องยื่นหนังสือขออนุญาตนำเข้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยให้เหตุผลต่างๆ เช่น เพื่อความมั่นคงของชาติ เพื่อความสงบปลอดภัยของผู้บริโภค เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม</p> <p><b>ด้านอื่นๆ</b></p> <p>มาตรการด้านสุขอนามัยพืชและสัตว์</p>
<b>ส่วนที่ ๕ ข้อเสนอและเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในประเทศลาว</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>ผลักดันให้มีการเปิดด่านชายแดนไทย-ลาว (ด่านถาวรและด่านสากล) ให้มากขึ้น</li> <li>การอำนวยความสะดวกและการเตรียมความพร้อมด้าน Logistic</li> <li>การสร้าง Value Chain ด้านเกษตรกรรม อาหาร พลังงาน ซึ่ง สปป.ลาว มีศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตร และ พลังงาน โดยมีศักยภาพในการต่อยอดเพื่อแปรรูป และส่งออก</li> </ol>

ภาคผนวก ค  
ข้อมูลแบบสอบถามจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
ณ นครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์

แบบสอบถามข้อมูลการค้าและการลงทุนของไทยในประเทศอาเซียน
<b>ส่วนที่ ๑ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครย่างกุ้ง ประเทศพม่า</b>
ผู้ตอบข้อมูล นายประจวบ สุภินี ตำแหน่ง อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์)
<b>ส่วนที่ ๒ ข้อมูลสินค้า ๕ อันดับแรกของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศเมียนมาร์</b>
๑. น้ำมันเชื้อเพลิง ๒. เครื่องดื่ม ๓. อาหารสำเร็จรูป ๔. เครื่องจักรกลเกษตร ๕. อุปกรณ์ก่อสร้าง
<b>ส่วนที่ ๓ โอกาสด้านการค้าและการลงทุนของสินค้าไทยในประเทศเมียนมาร์</b>
<p><b>๑. ด้านสินค้า รสนิยม /การยอมรับ ของผู้บริโภคต่อสินค้าไทย</b>            สินค้าไทยเป็นที่นิยมค่อนข้างมากในตลาดเมียนมาร์ ประชาชนโดยทั่วไปรู้จัก และยอมรับสินค้าไทย ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และพร้อมที่จะซื้อเพื่อการบริโภค</p> <p><b>๒. ด้านผู้ประกอบการ/ผู้นำเข้าสินค้าไทย</b>            ปัญหาที่พบมากที่สุดของผู้ประกอบการไทย คือการไม่เข้าใจตลาดเมียนมาร์ มีการเข้าด้านลบทำให้การเตรียมการเข้าสู่ตลาดเมียนมาร์ผิดพลาด สำหรับผู้ประกอบการเมียนมาร์ มีโอกาสได้เลือกสินค้ามากขึ้นเมื่อมีการเปิดประเทศ เช่น ผู้ประกอบการจากประเทศอื่นๆ นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ เข้ามาแข่งกับสินค้าไทย</p> <p><b>๓. ด้านการขนส่ง</b>            เนื่องจากโครงสร้างของประเทศเมียนมาร์ ยังมีปัญหาในเรื่องเส้นทางการขนส่ง ที่ถนนยังมีสภาพที่ชำรุดมากการขนส่งสินค้าจึงมีต้นทุนสูง ประมาณว่า สูงกว่า การขนส่งของไทย ๑๐-๑๕ %</p> <p><b>๔. ด้านการลงทุน</b>            การลงทุนในตลาดเมียนมาร์ ถือว่ามีโอกาส แต่ไม่มีศักยภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อมต่างๆที่รองรับการลงทุนยังไม่พร้อม ที่ดินราคาไม่เหมาะสม (สูง) กระแสไฟฟ้ายังขาดแคลน ระบบการคมนาคมขนส่ง ยังไม่สะดวก</p> <p><b>๕. ด้านอื่นๆ</b>            อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่า ตลาดเมียนมาร์ ปัจจุบันแม้ว่าจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่สมบูรณ์ แต่ก็ยังเป็นโอกาสที่ดีสำหรับ นักธุรกิจหรือนักลงทุนไทย ที่จะต้องรีบเข้ามาศึกษา หาโอกาส ที่จะเข้าทำธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้อง เลือกดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งก่อน เพื่อการศึกษาหาช่องทาง ที่เหมาะสมของตนในอนาคต</p>
<b>ส่วนที่ ๔ ข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรค และการกีดกันของสินค้า</b>
ปัญหาในการทำธุรกิจด้านต่างๆของเมียนมาร์ในขณะนี้ คือการที่ผู้ประกอบการต้องการให้ภาวะ

แวดล้อมการทำธุรกิจการค้า มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง แต่ตลาดเมียนมาร์ เป็นตลาดที่มีคุณลักษณะพิเศษ ที่การบริหารประเทศ ยังให้ความสนใจและช่วยป้องกันผลประโยชน์ต่างๆ ให้กับคนท้องถิ่นเป็นสำคัญ การทำธุรกิจต่างๆ กฎระเบียบต่างๆ จะให้ความสะดวกกับคนท้องถิ่นเป็นหลัก ด้านกฎระเบียบการนำเข้า จะไม่ให้นักต่างชาติสามารถดำเนินการได้ คนท้องถิ่นเท่านั้นที่จะสามารถนำเข้าสินค้าได้ การกีดกัน คือ การให้ความสะดวกกับคนท้องถิ่นเป็นหลัก คนต่างชาติต้องอาศัยการทำธุรกิจจากคนท้องถิ่น

#### **ส่วนที่ ๕ ข้อเสนอและเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในประเทศเมียนมาร์**

ทางภาครัฐของไทย ควรให้ความสนับสนุนในการนำนักลงทุนไทยเข้ามาลงทุนในตลาดเมียนมาร์ เช่น การจัดทำนิคมอุตสาหกรรมภายใต้รัฐบาลไทย จะเป็นแนวทางที่ดีที่สุดสำหรับการจะขยายการลงทุนของไทยในตลาดเมียนมาร์ และจะส่งผลให้เกิดธุรกิจหรือกิจกรรมต่อยอดอื่นๆตามมา



## ภาคผนวก ง

## ข้อมูลแบบสอบถามจากสถานกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม

แบบสอบถามข้อมูลการค้าและการลงทุนของไทยในประเทศอาเซียน
ส่วนที่ ๑ สถานกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม
ผู้ตอบข้อมูล นายรุจ โสรรัตน์ ตำแหน่ง รองกงสุลใหญ่ ณ นครโฮจิมินห์
ส่วนที่ ๒ ข้อมูลสินค้า ๕ อันดับแรกของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศเวียดนาม
๑. สินค้าไลฟ์สไตล์/แฟชั่น ๒. เครื่องหนัง ๓. กระเป๋า ๔. รองเท้า ๕. เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะเบียร์ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๕๐
ส่วนที่ ๓ โอกาสด้านการค้าและการลงทุนของสินค้าไทยในประเทศเวียดนาม
<p>๑. ด้านสินค้า รสนิยม/การยอมรับของผู้บริโภคสินค้าไทยเป็นที่นิยมในตลาดเวียดนาม ประชาชนเวียดนามโดยทั่วไปรู้จักและยอมรับสินค้าไทยว่าเป็นสินค้าคุณภาพและนิยมซื้อเพื่อการบริโภคประชากรส่วนใหญ่ คือ ประมาณร้อยละ ๖๐ อยู่ในวัยทำงานจึงมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ทั้งนี้ ข้อพิพาทเรื่องดินแดนในทะเลจีนใต้ระหว่างเวียดนามกับจีน ทำให้เกิดกระแสต่อต้านสินค้าจีนในเวียดนาม (ส่วนหนึ่งเป็นเพราะสื่อเวียดนามซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุม อย่างใกล้ชิดของรัฐ) จึงเป็นโอกาสของสินค้าไทยในการขยายการส่งออกไปเวียดนาม อนึ่ง เมื่อวันที่ ๒๖-๒๗ ตุลาคม ๒๕๕๕ นายกรัฐมนตรีพร้อมสมาชิกคณะรัฐมนตรีจำนวนหนึ่งเดินทางเยือนเวียดนามเพื่อเข้าร่วมการประชุมคณะรัฐมนตรีร่วมไทย-เวียดนามอย่างไม่เป็นทางการ ณ กรุงฮานอย ทั้งสองฝ่ายรับรองเป้าหมายที่จะเพิ่มมูลค่าการค้าไทย-เวียดนามร้อยละ ๒๐ ในช่วงปี ๒๕๕๕ - ๒๕๕๘ ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการร่วมทางการค้าไทย-เวียดนาม เมื่อวันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๕๕ กรุงฮานอย และเมื่อเดือนมิถุนายน ๒๕๕๖ เลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์เวียดนามเยือนประเทศไทยตาม คำเชิญนายกรัฐมนตรี ทั้งสองฝ่ายเห็นพ้องให้กำหนดเป้าหมายเพิ่มปริมาณการค้าสองฝ่ายให้บรรลุจำนวน ๑๕ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี ๒๕๖๓</p> <p>๒. ด้านผู้ประกอบการ/ผู้นำเข้าสินค้าไทยปัญหาที่พบมากที่สุดของผู้ประกอบการไทย คือ การไม่เข้าใจตลาดเวียดนาม ขาดความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมการทำงาน และกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของเวียดนาม การขาดความอดทนหรือความตั้งใจจริงที่จะเข้าถึงตลาดเวียดนาม โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ของไทยซึ่งขาดความรู้เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ การใช้ภาษาอังกฤษในการเจรจาธุรกิจ และมักไม่ยอมลงทุนกับค่าใช้จ่ายเพื่อว่าจ้างที่ปรึกษาทางกฎหมายหรือทนายความในการทำสัญญาธุรกิจกับเวียดนาม นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยมักประสบความสำเร็จลำบากในการหาผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในเวียดนามที่มีความสามารถและที่สามารถไว้วางใจได้ สำหรับผู้ประกอบการ/ผู้นำเข้าเวียดนามมีโอกาสได้เลือกสินค้าจากผู้ส่งออกจากประเทศต่างๆ ที่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่คล้ายคลึงกับไทย อาทิ จีน ไต้หวัน มาเลเซีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้</p>

๓. ด้านการขนส่งสินค้าจากไทยไปเวียดนามใช้เส้นทางการขนส่งทางเรือและทางบกเป็นหลัก การขนส่งทางถนนมีศักยภาพจากความเชื่อมโยงภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอนุภูมิภาค อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยประสบปัญหาการขนส่งสินค้าผ่านแดนกัมพูชาเพราะมีกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการขนส่งทางบก รวมทั้งปัญหาการอุปสรรคในการผ่านด่านที่เกี่ยวข้อง สำหรับการขนส่งทางถนนภายในเวียดนามมีความสะดวกพอสมควรเพราะรัฐบาลเวียดนามให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเส้นทางรถยนต์ระหว่างเมืองใหญ่ๆ ในประเทศ อย่างไรก็ตาม กฎหมายจราจรเวียดนามที่จำกัดความเร็วยานพาหนะไม่เกิน ๕๐ - ๖๐ กิโลเมตรต่อชั่วโมงทำให้การขนส่งคนและสินค้าในเวียดนามใช้เวลาค่อนข้างนาน
๔. ด้านการลงทุน ตามสถิติของเวียดนาม การลงทุนของไทยในเวียดนามจัดอยู่ในอันดับที่ ๑๑ มีจำนวน ๒๘๖ โครงการ มูลค่าทุนจดทะเบียน ๕.๘ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคกลางและภาคใต้ของเวียดนาม ได้แก่ จังหวัดกว๋างนามนครโฮจิมินห์ จังหวัดบิ่นเยือง จังหวัดด่งไน และจังหวัดลองอัน โดยเป็นการลงทุนในสาขาต่างๆ ทั้งอุตสาหกรรม เกษตร/เกษตร อุตสาหกรรม พลังงาน และธุรกิจบริการ การลงทุนของไทยมีศักยภาพจะขยายตัวได้อีกมาก เพราะเวียดนามเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีประชากรเกือบ ๘๐ ล้านคน ค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำ และอัตราการว่างงานต่ำ นอกจากนี้ เวียดนามเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศ โดยมีนักลงทุนจากประเทศใหญ่ๆ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และสิงคโปร์ เข้าไปตั้งฐานการผลิต แต่ยังคง Supporting industry จึงเป็นโอกาสของไทยที่จะไปลงทุนผลิตชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และยานยนต์

#### ส่วนที่ ๔ ข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรค และการกีดกันของสินค้า

๑. ปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ การคอร์รัปชัน อัตราเงินเฟ้อซึ่งมีแนวโน้มจะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต การขาดแคลนกระแสไฟฟ้าการขาดแคลนแรงงานในบางพื้นที่เพราะแรงงานย้ายภูมิลำเนาไปหางานที่รายได้ดี ในเมืองใหญ่ๆ กฎหมายและกฎระเบียบของเวียดนามปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โรงพยาบาลสำหรับคนต่างชาติไม่ได้มาตรฐานและค่าบริการสูงมาก การลอกเลียนปลอมแปลงสินค้านำเข้า
๒. การกีดกัน เวียดนามไม่อนุญาตให้คนต่างชาติประกอบธุรกิจบางอย่างได้ อาทิ ร้านอาหาร สปา และนวดแผนไทย นอกจากนี้ ปัญหาประชาชนขาดความเชื่อถือเงินต้องทำให้ทางการเวียดนามออกมาตรการ ห้ามใช้เงินตราต่างประเทศในการทำธุรกรรมในเวียดนาม และบังคับให้นักลงทุนต้องกู้เงินเป็นสกุลต้อง ยกเว้นเป็นการลงทุนผลิตเพื่อการส่งออก สำหรับมาตรการกีดกันที่มีใช้ภาษี (NTBs) อาทิ ขั้นตอนที่ยุ่งยากในการนำเข้าสินค้าบางรายการ อาทิ เวชภัณฑ์ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ที่ต้องมีการรับรองคุณภาพก่อน

#### ส่วนที่ ๕ ข้อเสนอและเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในประเทศเวียดนาม

๑. ภาครัฐควรทำงานแบบบูรณาการในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนของไทยในเวียดนาม โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ซึ่งภาครัฐควรมีมาตรการสนับสนุนด้านการเงินเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ เข้าสู่ตลาดเวียดนามได้ โดยอาจพิจารณาส่งเสริมธุรกิจในรูปแบบ franchising
๒. ปัจจุบัน สมาคมนักธุรกิจไทยในเวียดนาม (Thai Business (Vietnam) Association – TBA) เป็นสมาคมนักธุรกิจไทยเพียงแห่งเดียวในเวียดนาม มีสมาชิกประมาณ ๑๒๐ ราย ตั้งอยู่ที่นครโฮจิมินห์

- สมาคมฯ มีแหล่งรายได้เพียงแหล่งเดียว คือ ค่าสมาชิกรายปี ภาครัฐจึงควรให้เงินอุดหนุนประจำปี เพื่อสนับสนุนการขยายกิจกรรมของสมาคมดังกล่าว รวมทั้งปรึกษาหารือกับสมาคมฯ อย่างใกล้ชิด
๓. เมื่อปี ๒๕๕๕ ผู้แทนภาคเอกชนไทยและเวียดนามได้ลงนามใน MoU จัดตั้งสภาธุรกิจไทย-เวียดนาม โดยแต่ละฝ่ายจะแต่งตั้งบุคคลที่เหมาะสมเข้ารับตำแหน่งประธานในฝ่ายตน ซึ่งฝ่ายไทยได้แต่งตั้งนางสมหทัย พานิชชีวะ ผู้บริหารบริษัท อมตะ เวียดนาม เป็นประธานฝ่ายไทย แต่ฝ่ายเวียดนามยังมีได้แจ้งผลการแต่งตั้งประธานฝ่ายเวียดนาม จนถึงปัจจุบัน ยังไม่มีการหารือระหว่างสองฝ่าย ซึ่งภาครัฐควรสนับสนุนและผลักดันให้สภาธุรกิจไทย-เวียดนามเป็นกลไกที่รักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ไทยในเวียดนามอย่างแท้จริง นอกจากนี้ ภาครัฐควรผลักดันให้มีความเชื่อมโยงระหว่าง TBA กับสภาธุรกิจไทย-เวียดนาม ฝ่ายไทย ซึ่งบริษัทอมตะ เวียดนาม เป็นสมาชิก TBA ด้วย
๔. กระทรวงพาณิชย์มีสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่กรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์ โดยมีข้าราชการระดับชำนาญการพิเศษแห่งละ ๑ คนเท่านั้น ซึ่งไม่เป็นการสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของกระทรวงพาณิชย์และรัฐบาลต่อเวียดนาม โดยเฉพาะเมื่อคำนึงถึงปริมาณงาน (รวมทั้งการต้อนรับคณะจากประเทศไทย) ที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา ในบริบทของการก่อตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ -นามสกุล	นายประโยชน์ เพ็ญสุต
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ ๑๘ สิงหาคม ๒๕๐๔
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประถมศึกษา-มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเซนต์คาเบรียล</li> <li>- ทันตแพทยศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</li> <li>- เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช</li> <li>- Master of Public Health University of Alabama at Birmingham, USA.</li> <li>- Master of Science (Economics) University of Illinois at Urbana-Champaign, USA.</li> <li>- Graduated Diploma in Marketing Maastricht School of Management, Netherland</li> </ul>
การอบรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Price Index Construction and Analysis Bureau of labor Statistics, Department of Labor, USA.</li> <li>- Economic Indicator Analysis Foundation for International Business and Economic Research Columbia University, USA.</li> <li>- กลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลง กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์</li> <li>- ผู้บริหารระดับกลาง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์</li> <li>- หลักสูตรการพัฒนาสมรรถนะด้านการบริหารและการเป็นผู้นำ RIPA International and National School of Government, United Kingdom</li> </ul>
ประวัติการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทันตแพทย์ ๔ ศูนย์บริการสาธารณสุข ๓๖ บุคคโล กรุงเทพมหานคร</li> <li>- ทันตแพทย์ ๕ กองทันตสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร</li> <li>- เศรษฐกร ๕ กองระดับราคา กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์</li> <li>- เศรษฐกร ๖ กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์</li> <li>- เศรษฐกร ๗ สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กรมการค้าภายใน</li> <li>- ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ นครโตรอนโต กรมส่งเสริมการค้าส่งออก</li> </ul>

- หัวหน้ากลุ่มดัชนีราคาผู้บริโภค  
สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
- พาณิชย์จังหวัดยะลา (ผู้อำนวยการต้น)  
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยะลา สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
- ผู้อำนวยการสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า (ผู้อำนวยการสูง)  
สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

**ตำแหน่งปัจจุบัน**

ผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าพาณิชย์

**รางวัลเกียรติยศ**

รางวัลข้าราชการพลเรือนดีเด่นปี ๒๕๕๒

รางวัลเพชรพาณิชย์ สาขาข้าราชการ ของกระทรวงพาณิชย์ ปี ๒๕๕๓