



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินการตาม
แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา ปี 2556–2560:
กรณีการศึกษาการส่งออกรถยนต์ ชิ้นส่วนและ
อะไหล่รถยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกา

จัดทำโดย นายรัช ธีระวัฒน์
รหัส 7013

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 7 ปี 2558
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study)

เรื่อง การศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินการตาม
แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา ปี 2556–2560:
กรณีการศึกษาการส่งออกรถยนต์ ชิ้นส่วนและ
อะไหล่รถยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกา

จัดทำโดย นายธวัช อีระวัฒน์
รหัส 7013

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 7 ปี 2558
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูต ดร. สมเกียรติ อริยปรัชญา)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(ศาสตราจารย์ ดร. สร้อยตระกูล อรรถมานะ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(ศาสตราจารย์ ดร. พลภัทร บุราคม)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ผู้ศึกษาเลือกหัวข้อการศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา ปี 2556–2560: กรณีศึกษาการส่งออกรถยนต์ ขึ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกา เนื่องจากในปี 2556 ผู้ศึกษาปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้าฝ่ายที่กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ ภายหลังจากกลับจากประจำการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมาดริด ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับที่กระทรวงการต่างประเทศมีดำริที่จะทบทวนแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา ปี 2555–2559 ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเมื่อเดือนสิงหาคม 2555 ผู้ศึกษามีส่วนร่วมในการจัดการประชุมระดมความคิดเห็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจำนวน 44 หน่วยงานยกร่างแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าแผนปฏิบัติการบูรณาการภูมิภาคลาตินอเมริกาปี 2556–2560

ผู้ศึกษานำกรอบแนวความคิดการประเมินโครงการแบบชิปโมเดล (CIPP Model) และการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาวิเคราะห์แผนปฏิบัติการบูรณาการภูมิภาคลาตินอเมริกา ปี 2556–2560 เพื่อศึกษาว่ามูลค่าการค้าระหว่างไทยกับภูมิภาคลาตินอเมริกาที่เคยขยายตัวร้อยละ 58 ในปี 2553 กลับหดตัวลงเหลือร้อยละ 26 ในปี 2554 ร้อยละ 12.9 ในปี 2555 ร้อยละ -1.14 ในปี 2556 และร้อยละ -5.04 ในปี 2557 เป็นผลของการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2559–2560 หรือไม่ และโดยที่การส่งออกรถยนต์ ขึ้นส่วนอะไหล่รถยนต์เป็นสินค้าส่งออกมีมูลค่าสูงที่สุดในรายการสินค้าส่งออกของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกา ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นกรณีศึกษาโดยใช้ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาโดยหวังว่าการศึกษาจะช่วยเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา

ผลการศึกษาสรุปว่าสมมติฐานของแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2590 ที่ว่าภูมิภาคลาตินอเมริกาให้ความสนใจเอเชียเนื่องจากสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปซึ่งเป็น

ลาตินอเมริกากลับทัวลงดังกล่าว อาจเป็นเพราะว่าสินค้าส่งออกของไทยไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าส่งออกของจีน

ผลการวิเคราะห์ SWOT ชี้ให้เห็นว่าจุดอ่อนที่สำคัญของแผนยุทธศาสตร์ฯ คือการขาดการเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์ที่ดีกับไทยทั้งทางอากาศและทางทะเล ข้อจำกัดด้านภาษาและวัฒนธรรม และการขาดความรู้จักคุ้นเคยระหว่างประชาชน อย่างไรก็ตาม จีนเป็นประเทศในเอเชียตะวันออกที่ห่างไกลกับภูมิภาคลาตินอเมริกา ขาดการเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์กับภูมิภาคลาตินอเมริกา และมีข้อจำกัดด้านภาษาและวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน แต่จีนกลับประสบความสำเร็จในการส่งออกสินค้าไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกา ประเด็นดังกล่าวกลับไม่ใช่จุดอ่อนสำหรับจีนเพราะสินค้าจีนมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

ผลการศึกษาวิเคราะห์ SWOT Analysis การส่งออกรถยนต์ ส่งออกรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาในระหว่างปี 2555-2557 ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอัตราที่ถดถอย จนมาติดลบในปี 2557 ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา เนื่องจากไทยไม่สามารถกำหนดทิศทางการลงทุนและการตลาดเองได้ แต่ต้องพึ่งพานโยบายจากบริษัทแม่ตั้งนั้นผลประโยชน์ที่ได้จากอุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์จะตกอยู่กับบริษัทผู้ประกอบการชาวต่างประเทศเป็นหลัก มูลค่าเพิ่มที่ไทยได้รับจากอุตสาหกรรมนี้คือการจ้างงานและการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์บางประเภทเท่านั้น นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าเม็กซิโกกำลังเติบโตเป็นแหล่งผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคลาตินอเมริกาและจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอนาคต

การศึกษาเสนอแนะว่าแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาควรกำหนดกลยุทธ์ให้ไทยยกระดับสถานะความสัมพันธ์กับประเทศคู่ค้าหลักของไทยในลาตินอเมริกา ได้แก่บราซิล เม็กซิโกและชิลีและส่งเสริมการทำ FTA ระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคนอกเหนือจากเปรูและชิลี และยกระดับขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาส่งเสริมการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก

กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอถือโอกาสนี้ ขอบพระคุณเอกอัครราชทูต เจษฎา ชวาลภาคย์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงบัวโนสไอเรส ที่เห็นความสำคัญและอนุญาตให้ผู้ศึกษามาร่วมหลักสูตรนักบริหารการทูต ครั้งที่ 7 ปี 2558

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ที่ปรึกษา 3 ท่าน ได้แก่ เอกอัครราชทูต ดร. สมเกียรติ อริยปรัชญา ศาสตราจารย์ ดร. สร้อยตระกูล อรรถมานะ และศาสตราจารย์ ดร. พลภัทร บุราคม ที่กรุณาให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดทำรายงานส่วนบุคคลฉบับนี้

ขอขอบพระคุณเอกอัครราชทูตธีระวัฒน์ ภูมิจิตร ผู้อำนวยการสถาบันเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศและเจ้าหน้าที่สถาบันฯ ทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกและให้การสนับสนุนผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูตที่มีประโยชน์และคุณค่ายิ่ง

ขอขอบคุณคุณจุฑารุพรรณ มียิ้ม นักวิชาการศึกษาชำนาญการพิเศษ ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สำหรับคำปรึกษาและมิตรภาพที่มีคุณค่ายิ่ง

ขอขอบคุณวชิราภรณ์ กิระวานิช นักการทูตชำนาญการและข้าราชการกองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลภูมิภาคลาตินอเมริกาที่ใช้อ้างอิงในรายงานการศึกษานี้

นายธวัช ธีระวัฒน์

กรกฎาคม 2558

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฌ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลังความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา และวิธีการดำเนินการศึกษา	5
1.4 ประโยชน์ของการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดทฤษฎี	7
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
2.3 สรุปกรอบแนวคิด	12
บทที่ 3 ผลการศึกษา	13
3.1 การประเมินโครงการแบบ CIPP Model	13
3.2 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis	20
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	23
4.1 สรุปผลการศึกษา	23
4.2 ข้อเสนอแนะ	26
บรรณานุกรม	29
ภาคผนวก	

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	การประเมินกระบวนการ	14
ตารางที่ 2	ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556-2560	20
ตารางที่ 3	ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis อุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่ รถยนต์	21

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

12

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	Global Automobile Production Ranking 2013	4
แผนภูมิที่ 2	ประเทศคู่ค้าหลักของลาตินอเมริกา ช่วงปี ค.ศ. 2008–2009 และ 2009–2010	24

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลังความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิภาคลาตินอเมริกา ประกอบด้วยประเทศเอกราช 33 ประเทศ และดินแดนที่ไม่ใช่รัฐอิสระ อีก 13 แห่ง โดยมีอาณาเขตครอบคลุมประเทศในอเมริกากลาง แคริเบียน และอเมริกาใต้ มีจำนวนประชากรรวมกว่า 600 ล้านคน โดยบราซิลเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่และประชากรมากที่สุด¹

ในช่วง 2–3 ปีที่ผ่านมา ลาตินอเมริกา มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2554 มีมูลค่าประมาณ 5,646 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นอัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 2.7 ซึ่งสูงกว่าสหรัฐที่มีอัตราการเจริญเติบโตเพียงร้อยละ 2 โดยบราซิล เม็กซิโก และอาร์เจนตินา เป็นประเทศที่มีขนาด GDP ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค คิดเป็นกว่าร้อยละ 72 ของ GDP ของภูมิภาค มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ อาทิ น้ำมันดิบ ทองแดง เหล็ก ถ่านหิน และแก๊สธรรมชาติ อีกทั้งยังมีพื้นที่การเกษตรและป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์

ไทยมีนโยบายมุ่งขยายความสัมพันธ์และความร่วมมือกับประเทศในลาตินอเมริกาที่มีศักยภาพสูง เช่น บราซิล เม็กซิโก อาร์เจนตินา ชิลี เปรู และโคลอมเบีย ซึ่งเป็นคู่ค้าอันดับต้นของไทยในลาตินอเมริกา รวมทั้งประเทศอื่นๆ อาทิ ปานามา เวเนซุเอลา คิวบา อูรุกวัย ที่มีศักยภาพรองลงมา ในครั้งนี้ ไทยได้กำหนดให้บราซิลเป็นประเทศหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partner) ของไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกา

ในปี 2557 การค้ารวมระหว่างไทยกับลาตินอเมริกามีมูลค่า 12,445.64 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 5.04 เมื่อเทียบกับปี 2556 หรือมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.73–2.77 ของปริมาณการค้าของไทยกับโลก ประเทศคู่ค้าอันดับต้นของไทย คือ บราซิล เม็กซิโก อาร์เจนตินา ชิลี เปรู เอกวาดอร์ ปานามา และโคลอมเบีย ตามลำดับ

นับตั้งแต่ปี 2551 วิกฤติเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นคู่ค้าหลักและตลาดเดิมยังไม่สามารถฟื้นตัวจากเศรษฐกิจถดถอยและสหภาพยุโรปกำลังเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจที่ขยายไปทั่วภูมิภาค ทำให้ภูมิภาคลาตินอเมริกาหันมาให้ความสนใจเอเชีย ในขณะเดียวกัน ไทยเล็งหาภูมิภาคใหม่ที่จะเป็นแหล่งของวัตถุดิบและเป็นตลาดสินค้าอุตสาหกรรมทดแทนตลาดเก่าสหรัฐอเมริกาและยุโรป ซึ่งภูมิภาคลาตินอเมริกาเป็นตลาดใหม่ที่ไทยให้ความสนใจ เช่นเดียวกับภูมิภาคแอฟริกา

¹ กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ, ความสัมพันธ์ไทย-ลาตินอเมริกาและแคริบเบียน, 1 มีนาคม 2558.

1.1.1 แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา ปี 2556–2560

เมื่อปี 2553 กระทรวงการต่างประเทศได้ร่วมกับหน่วยงานไทยต่างๆ กว่า 30 หน่วยงาน จัดทำแผนยุทธศาสตร์หรือแผนปฏิบัติการบูรณาการภูมิภาคลาตินอเมริกา ระยะเวลา 5 ปี ระหว่างปี 2555–2559 แผนดังกล่าวเรียกว่าแผนบูรณาการเนื่องจากกระทรวงการต่างประเทศได้เชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนมาร่วมในการให้ความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ โดยตระหนักว่าแผนยุทธศาสตร์จะไม่จำกัดเฉพาะมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แต่จะต้องครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ความมั่นคง สาธารณสุข วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิชาการและการศึกษา การท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และคณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2555²

รัฐบาลภายใต้การนำของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายในการประชุมคณะหัวหน้าส่วนราชการระดับกระทรวงหรือเทียบเท่า ครั้งที่ 1/2556 ที่กระทรวงการต่างประเทศ เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2556 ให้กระทรวงการต่างประเทศเป็นศูนย์กลางการทำงานด้านการต่างประเทศ โดยเน้นความสำคัญของการทำงานทุกภาคส่วนอย่างมีบูรณาการ และมอบหมายให้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับส่วนราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์รายภูมิภาค³

เดือนมีนาคม 2556 กระทรวงการต่างประเทศได้เริ่มกระบวนการปรึกษาหารือเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์รายภูมิภาคตามที่อดีตนายกรัฐมนตรีมอบหมาย โดยได้เชิญผู้แทนจากทุกภาคส่วน ทั้งส่วนราชการ ภาคเอกชน นักวิชาการและสื่อมวลชน มาร่วมประชุมปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และให้ข้อคิดเห็นต่อร่างแผนยุทธศาสตร์รายภูมิภาคทั้ง 9 ภูมิภาค ที่ประชุมเชิงปฏิบัติการฯ ได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เรื่องสภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในภูมิภาค การปรับบทบาทของไทย การกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ทั้งด้านการเมืองความมั่นคง เศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน การศึกษา วิชาการ วัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระดับประชาชน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี พลังงานและนวัตกรรม การส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทย ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาและการเชื่อมโยงระดับภูมิภาค

ภายหลังการประชุมร่วมกับภาคส่วนต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น กระทรวงได้ส่งแผนบูรณาการยุทธศาสตร์รายภูมิภาคให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้ความเห็นชอบอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ กระทรวงการต่างประเทศได้จัดส่งให้สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ให้ข้อคิดเห็นจนได้ข้อสรุปเป็นแผนยุทธศาสตร์รายภูมิภาค

เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2556 กระทรวงการต่างประเทศ โดยกรมอเมริกาฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจำนวน 44 หน่วยงาน ได้จัดประชุมแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาและแคริบเบียน ปี 2556–2560 โดยปรับปรุงแผนปฏิบัติการบูรณาการภูมิภาค

² กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ, แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา, เมษายน 2556.

³ ศึกษาเดินทางกลับจากการประจำการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมาดริดและปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งหัวหน้าฝ่าย กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศตั้งแต่ปี 2553 และได้มีโอกาสร่วมในการร่างแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2560

ลาตินอเมริกาปี 2555–2559 ให้ทันสมัยและครอบคลุมมากขึ้น โดยสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ของไทย ต่อภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2560 มีดังนี้

1.1.1.1 การพัฒนาศักยภาพในการเป็นตลาดใหม่/แหล่งวัตถุดิบ/ตลาดท่องเที่ยว ลาตินอเมริกาและแคริบเบียนมีประชากรกว่า 600 ล้านคน และอุดมไปด้วยทรัพยากร/วัตถุดิบที่ไทย สามารถใช้ในอุตสาหกรรม อาทิ น้ำมันดิบ (เวเนซุเอลา บราซิล เม็กซิโก เปรู) ทองแดง (ชิลี และเปรู) เหล็ก (บราซิล ชิลี และอาร์เจนตินา) ถ่านหิน (โคลอมเบียและอาร์เจนตินา) ก๊าซธรรมชาติ (โบลิเวีย เวเนซุเอลา และเปรู) และถั่วเหลือง (อาร์เจนตินาและบราซิล) ทั้งนี้ หลายประเทศในลาตินอเมริกามี ความตกลง FTA กับสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป รวมทั้งมีตลาดร่วม MERCOSUR ซึ่งประกอบด้วย บราซิล อาร์เจนตินา ปารากวัย อุรุกวัย และเวเนซุเอลา และกลุ่มพันธมิตรแปซิฟิก (Pacific Alliance) ซึ่งประกอบด้วยเม็กซิโก ชิลี เปรู และโคลอมเบีย

1.1.1.2 แสวงหาความร่วมมือจากการเป็นแหล่งความรู้และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า อาทิ เทคโนโลยีและวิชาการด้านการเกษตร (บราซิล–มันสำปะหลัง, อ้อย, การเลี้ยงวัว/ชิลี–ผลไม้/ อาร์เจนตินา–การเลี้ยงผึ้ง, การปลูกฝ้าย) พลังงานทดแทน (บราซิล–เอทานอล/อาร์เจนตินา–NGV) ดาราศาสตร์ (ชิลี) วิศวกรรมอวกาศและนิวเคลียร์เพื่อการวิจัยและการแพทย์ (อาร์เจนตินา) เกษษกรรม และไบโอเทคโนโลยี (คิวบา) และนิติวิทยาศาสตร์ (อาร์เจนตินา)

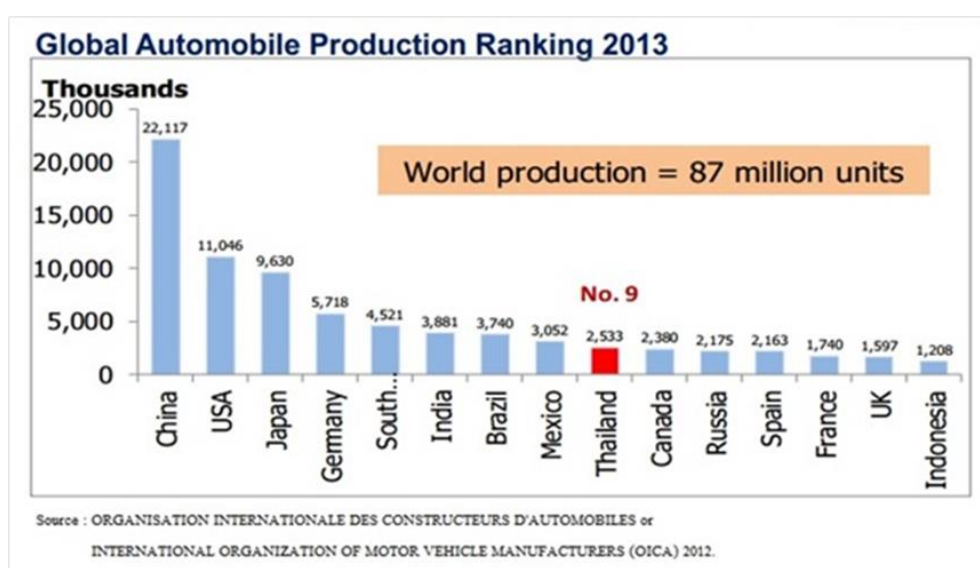
1.1.1.3 เสริมสร้างพันธมิตรในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ อาทิ บราซิลมี บทบาทในภูมิภาคและการเมืองระหว่างประเทศ โดยเป็นตัวแทนของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาใน WTO, Rio Group, G-20 และ BRICS มีบทบาทสำคัญในกลุ่ม MERCOSUR ส่วนเม็กซิโกเป็นสมาชิก OECD NAFTA APEC G-20 เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มประเทศในลาตินอเมริกาได้ให้การสนับสนุนไทย ในการแลกเปลี่ยน/ให้เสียงในการเลือกตั้งในองค์การระหว่างประเทศด้วยดีเสมอมา

แม้ว่าไทยมีแผนบูรณาการภูมิภาคลาตินอเมริกาครอบคลุมทุกมิติและนำมาใช้เป็น แนวทางในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางการค้าระหว่างไทยกับ ภูมิภาคลาตินอเมริกามีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง จากสถิติการค้าที่เคยขยายตัวร้อยละ 58 ในปี 2553 กลับลดลงเหลือร้อยละ 26 ในปี 2554 และร้อยละ 12.9 ในปี 2555 และร้อยละ -1.14 ในปี 2556 และร้อยละ -5.04 ในปี 2557 ปริมาณการค้าของไทยกับภูมิภาคลาตินอเมริกาในปี 2555 มีมูลค่า 13,256 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี 2556 มีมูลค่า 13,106 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.73–2.77 ของปริมาณการค้าของไทยกับโลก จึงเป็นที่น่าสนใจว่ามูลค่าการค้าระหว่างไทยกับ ภูมิภาคลาตินอเมริกาเป็นผลโดยตรงการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการบูรณาการภูมิภาคลาติน อเมริกาหรือไม่

1.1.2 กรณีศึกษาการส่งออกรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของไทยไปยังภูมิภาค ลาตินอเมริการะหว่างปี 2555–2557

1.1.2.1 ความสำคัญของอุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของไทย ปี 2556 ไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออกกระเบขนาด 1 ตัน อันดับ 1 ของโลก อันดับ 9 ของประเทศผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดของโลก (แผนภูมิที่ 1) และเป็นอันดับ 1 ของ อาเซียน โดยสามารถส่งออกได้เป็นอันดับ 13 ของโลก ส่งผลให้ไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญ ของภูมิภาค ซึ่งอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ของไทยประกอบด้วยผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนที่ใช้ใน

การประกอบรถยนต์สำเร็จรูปในประเทศ (Original Equipment Manufacturers: OEM) เช่น เบาะ ล้อ ประตู ยาง และเหล็ก เป็นต้น ผู้ประกอบการที่ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่สำหรับทดแทน (Replacement Equipment Manufacturer: REM) ผู้ประกอบการในส่วนประกอบในกลุ่มระบบ ตัวถังรถยนต์ (Body Parts) และผู้ประกอบการในส่วนประกอบในกลุ่มกันชน ซึ่งเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์กว่า 2,400 ราย แบ่งเป็น ผู้ประกอบการไทย 1,850 ราย (เป็นผู้ประกอบการ SMEs 1,641 ราย) ผู้ประกอบการไทยร่วมทุนต่างชาติ 550 ราย มีแรงงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ทั้งหมดกว่า 500,000 คน



แผนภูมิที่ 1 Global Automobile Production Ranking 2013

มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ของไทย ในปี 2556 สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกกว่า 754,225.90 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าส่งออก รถยนต์ 512,186.40 ล้านบาท เครื่องยนต์มูลค่า 28,353.85 ล้านบาท ชิ้นส่วนและอะไหล่มูลค่า 19,715.26 ล้านบาท อุปกรณ์ยึดจับและแม่พิมพ์มูลค่า 2,636.44 ล้านบาท และชิ้นส่วนสำหรับ โรงงานประกอบรถยนต์ (OEM Parts) 190,386.45 ล้านบาท และอื่นๆ 947.49 ล้านบาท ทั้งนี้ ตลาดสำคัญในการส่งออกชิ้นส่วนรถยนต์ของไทย คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ⁴

1.1.2.2 การส่งออกรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาปี 2555-2557

⁴ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, คลังข้อมูล อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์, 2558.

จากการศึกษาสถิติการส่งออกของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาพบว่า การส่งออกรถยนต์ ขึ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์เป็นสินค้าส่งออกหลักของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกา ในปี 2555 มีมูลค่า 2,835,228,973 ดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.63 ในปี 2556 มีมูลค่า 2,893,613,864 ดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.06 และในปี 2557 มีมูลค่า 2,855,178,466 ดอลลาร์สหรัฐ หรือลดลงร้อยละ -1.33 มูลค่าการส่งออกรถยนต์ ขึ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาในระหว่างปี 2555-2557 เพิ่มขึ้นในอัตราที่ถดถอย จนมาติดลบในปี 2557⁵ สะท้อนปัญหาการส่งออกไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาที่ชะลอตัวลงในภาพรวม ขณะเดียวกัน ก็สะท้อนให้เห็นว่าการส่งออกภาคดังกล่าวยังคงมีศักยภาพในฐานะสินค้าส่งออกหลักที่นำเงินรายได้เข้าประเทศ การวิจัยนี้ จึงได้หยิบยกเรื่องดังกล่าวเป็นกรณีศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์ว่า การศึกษาวิเคราะห์ดังกล่าวจะชี้ให้เห็นปัญหาของอุตสาหกรรมการส่งออกรถยนต์ ขึ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาและอุปสรรคของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการบูรณาการภูมิภาคลาตินอเมริกาในภาพรวม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 ศึกษาและวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2555-2560 โดยการนำ CIPP Model และ SWOT Analysis เป็นรูปแบบในการประเมินและวิเคราะห์

1.2.2 ศึกษาและวิเคราะห์การส่งออกรถยนต์ ขึ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาเป็นกรณีศึกษาโดยใช้ SWOT Analysis

1.2.3 เพื่อหาข้อสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการปรับปรุงแก้ไขแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา

1.3 ขอบเขตการศึกษา และวิธีการดำเนินการศึกษา

1.3.1 ศึกษาและวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556-2560 เพื่อหาข้อสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางในการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ

1.3.2 วิธีการศึกษา

1) ศึกษาจากข้อมูลสถิติการนำเข้าการส่งออก และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง

2) ศึกษาจากข้อมูลเชิงประจักษ์ในฐานะที่ผู้ศึกษามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาปี 2556-2560

1.4 ประโยชน์ของการศึกษา

การศึกษานี้จะสามารถนำไปใช้พิจารณาเป็นแนวทางเชิงยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หรือการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาให้มีประสิทธิภาพ

⁵ ดูในภาคผนวก ก

1.5 นิยามศัพท์

ตลาดร่วมอเมริกาใต้ตอนล่าง (Southern Common Market–MERCOSUR) ประกอบด้วยสมาชิก 4 ประเทศ ได้แก่ บราซิล อาร์เจนตินา ปารากวัย อุรุกวัย และเวเนซุเอลา

ประชาคมแอนเดียน (ANDEAN Community of Nations) ประกอบด้วยสมาชิก 4 ประเทศ ได้แก่ โคลอมเบีย โบลิเวีย เอกวาดอร์และเปรู

สหภาพประชาชาติอเมริกาใต้ (Union de Naciones Suramericanas–UNASUR–Union of the South American Nations) เป็นบูรณการ MERCOSUR, ANDEAN และ Caricom ของประเทศในแคริบเบียนเข้าด้วยกันโดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาให้เป็น Single Market ต่อไป

ประชาคมแห่งรัฐลาตินอเมริกาและแคริบเบียน (Community of Latin American and Caribbean States–CELAC) มีสมาชิก 33 ประเทศหรือทุกประเทศในลาตินอเมริกา เป็นเวทีการหรือสืบทอด Rio Group

พันธมิตรแปซิฟิก (Pacific Alliance) ประกอบด้วยสมาชิก 4 ประเทศ ได้แก่ โคลอมเบีย เปรู ชิลีและเม็กซิโก ซึ่งเป็นประเทศที่ส่งเสริมการค้าเสรี โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าระหว่างกันและกับภูมิภาคอื่นๆ โดยเน้นภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก

เวที FEALAC (Forum for East Asia–Latin America Cooperation) เป็นเวทีหารือระหว่างภูมิภาคเอเชียและลาตินอเมริกา เพื่อกระชับความสัมพันธ์ในทุกๆ ด้าน ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และวิชาการ มีสมาชิกทั้งสิ้น 36 ประเทศ โดยมีการประชุมระดับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศ ครั้งล่าสุดคือครั้งที่ 6 ระหว่างวันที่ 13–14 มิถุนายน 2556 ที่ บาห์ลี อินโดนีเซียซึ่งไทยได้รับตำแหน่งประเทศผู้ประสานงานภูมิภาคเอเชียตะวันออก ต่อจาก อินโดนีเซีย และได้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมคณะทำงานและการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโส FEALAC ครั้งที่ 15 และกิจกรรมคู่ขนาน ได้แก่ กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว การสัมมนาทางวิชาการ และ FEALAC Business Forum ระหว่างวันที่ 19–22 สิงหาคม 2557 ที่ผ่านมา ไทยได้เสนอโครงการต่างๆ ให้กับประเทศสมาชิก โดยมีทั้งทุนฝึกอบรมระยะสั้นและทุนอบรมโครงการบวแก้วสัมพันธ์ รวมถึงการจัดสัมมนาด้านยาเสพติด เป็นต้น ขณะนี้ คอสตาริกาดำรงตำแหน่งผู้ประสานงานภูมิภาคลาตินอเมริกาและกำหนดเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมระดับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ครั้งที่ 7 ระหว่างวันที่ 19–20 สิงหาคม 2558 ที่กรุงซานโฮเซ คอสตาริกา

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎี

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้วางกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

2.1.1 แนวคิดทฤษฎีเรื่องการประเมินโครงการแบบ CIPP Model

CIPP Model เป็นรูปแบบการประเมินผลโครงการที่เริ่มต้นพัฒนามาตั้งแต่ปี 2509 (ค.ศ. 1966) โดยนาย Daniel L. Stafflebeam และทีมงานของมหาวิทยาลัย Western Michigan สหรัฐอเมริกา โดยพัฒนาจากประสบการณ์การประเมินผลโครงการด้านการศึกษาของ Ohio Public School District ในปี 2514 (ค.ศ. 1971) สตีฟเฟิลบีมและคณะ ได้เขียนหนังสือชื่อ “Educational Evaluation and Decision Making” หนังสือเล่มนี้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เพราะเสนอแนวคิดและวิธีการทางการวัดและประเมินผลได้อย่างน่าสนใจและทันสมัย⁶

แนวทางการประเมินโดยใช้ CIPP เน้นเรื่องการตัดสินใจและการใช้ข้อมูลอย่างเป็นระบบสำหรับการบริหารจัดการและการดำเนินโครงการ แนวคิดของ Stafflebeam ข้อมูลเป็นส่วนที่สำคัญและมีค่าที่สุดที่จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้น

Stafflebeam กำหนดประเด็นการประเมินตามรูปแบบ CIPP Model 4 ประการ ดังนี้

2.1.1.1 การประเมินสถานะแวดล้อม (Context Evaluation)–C–หมายถึงการประเมินก่อนการดำเนินโครงการ เพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผล ความเป็นไปในการดำเนินโครงการ ประเด็นปัญหา และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินโครงการ โดยมุ่งตอบคำถามสำคัญคือ ควรจะทำอะไร (What should we do?) โดยขั้นตอนนี้ เกี่ยวข้องกับการรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินการตัดสินใจเกี่ยวกับเป้าหมายของโครงการและลำดับความสำคัญ

2.1.1.2 การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation)–I–การประเมินปัจจัยนำเข้าเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมของโครงการ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดโครงสร้างของการดำเนินโครงการ โดยมุ่งตอบคำถามว่า จะทำอย่างไร (How should we do?) เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินโครงการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น งบประมาณ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เวลา และอื่นๆ ตลอดจนเทคโนโลยีและแผนการดำเนินการ

⁶ จักษ์วัชร ศิริวรรณ, ตัวแบบการประเมินโครงการ: ตัวแบบซีป (CIPP Model) [ออนไลน์], 2554, แหล่งที่มา: <https://www.gotoknow.org/posts/440828> [23 กรกฎาคม 2558].

2.1.1.3 การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)–P–การศึกษาการดำเนินการตามยุทธวิธีหรือแผนงานนั้นว่าเป็นไปตามขั้นตอนที่ได้ถูกกำหนดไว้หรือไม่ และประเมินหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ เพื่อทบทวนและใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง ให้การดำเนินการในระยะต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยตอบคำถามว่า การดำเนินโครงการเป็นไปตามที่วางแผนไว้หรือไม่ (Are we doing it as planned?)

2.1.1.4 การประเมินผลผลิต (Product Evaluation)–P–การตรวจสอบประสิทธิผลของโครงการเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือคาดว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ เพื่อประกอบการพิจารณาอุป เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการ โดยตอบคำถามว่า การดำเนินโครงการได้ผลหรือไม่ (Did the programme work?)

2.1.2 หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis

SWOT Analysis คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในโดยวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนเพื่อให้รู้จักตนเอง และสภาพการณ์ภายนอกเพื่อให้รู้จักสภาพแวดล้อมโดยวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรดังกล่าวจะช่วยให้ผู้บริหารองค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และภายนอกองค์กร แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้ง ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์และการดำเนินการตามกลยุทธ์องค์กรที่เหมาะสม⁷

การวิเคราะห์แผนบูรณาการภูมิภาคลาตินอเมริกา 2555–2560 โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis จะช่วยให้ทราบว่าวิสัยทัศน์ กลยุทธ์และการดำเนินการตามกลยุทธ์ของแผนฯ มีความเหมาะสมและมีการปรับเปลี่ยนตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรและภายนอกองค์กรและการคาดการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

2.1.2.1 องค์ประกอบของ SWOT

S มาจากคำว่า Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ ซึ่งเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล การเงิน การบริหารจัดการ ความคิดริเริ่ม ซึ่งองค์กรจะนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินภายในที่องค์กรทำได้ดี

W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ และต้องหาวิธีในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

O มาจาก Opportunities หมายถึงโอกาสที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ โอกาสแตกต่างจุดแข็งตรงที่โอกาสเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน

⁷ เอกวินิติ พรหมรักษา, SWOT Analysis ด้าน Planning [ออนไลน์], 4 ตุลาคม 2555, แหล่งที่มา:

<http://promrusca-dba04.blogspot.com/2012/10/swot-analysis-swot-swot-humphrey-swot-2.html> [23 กรกฎาคม 2558].

T มาจากคำว่า Threats หมายถึงอุปสรรค ข้อจำกัด และสถานการณ์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้เกิดบรรลุวัตถุประสงค์ บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ เช่น ค่าเงินบาทและคู่แข่ง เป็นต้น

2.1.2.2 ประโยชน์ของ SWOT Analysis

SWOT เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับองค์กรหรือโครงการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์และการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสม

1) ใช้ประเมินสถานะแวดล้อมและสภาพภาพขององค์กรโดยเน้นศักยภาพและความพร้อมที่องค์กรมีอยู่และพยายามหลีกเลี่ยงภัยคุกคามหรือความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมภายนอก รวมทั้งแก้ไขจุดอ่อนขององค์กรด้วยเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีโอกาสที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ได้เพิ่มมากขึ้น

2) นำไปใช้ปรับปรุงแนวคิดและแนวปฏิบัติในการจัดทำแผนงานหรือโครงการของหน่วยงานให้ประสิทธิภาพและมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น

3) ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ในการปรับปรุงการทำงานความก้าวหน้าและขีดจำกัดด้านบุคลากร งบประมาณ และระบบงานเป็นการป้องกันการแทรกแซงการทำงานจากปัจจัยภายนอก ได้มากขึ้น

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพของหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่อาจส่งผลการดำเนินงาน คำว่า SWOT ย่อมาจากประเด็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ ได้แก่ S-Strength (จุดแข็ง) W-Weakness (จุดอ่อน) O-Opportunity (โอกาส) และ T-Threat (อุปสรรค) ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรี (Albert Humphrey) ได้นำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในช่วงทศวรรษที่ 1960-1970

หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือสภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมขององค์กร การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารกิจการทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กร ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการที่เหมาะสม

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาค 2556-2560⁸

2.2.1.1 เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคลาตินอเมริกา (ไทยต้องการอะไร)

1) ด้านการเมืองและความมั่นคง

(1) สร้างแนวร่วมและพันธมิตรกับลาตินอเมริกา เพื่อร่วมมือปกป้องผลประโยชน์ของไทยในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งไทยสามารถร่วมมือในการต่อรองเพื่อประโยชน์ร่วมกันได้ เช่น ในกรอบ G-20, WTO และ Cairns Group และสหประชาชาติ

(2) สร้างเครือข่ายด้านความมั่นคงเพื่อแก้ไขปัญหาข้ามชาติร่วมกัน อาทิ ปัญหายาเสพติด การค้าประเวณีและการค้ามนุษย์

2) ด้านเศรษฐกิจ/การค้า/การลงทุน

(1) ลาตินอเมริกาเป็นตลาดรองรับสินค้าไทย เป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับป้อนอุตสาหกรรมไทย อาทิ น้ำมันดิบ (เวเนซุเอลา บราซิล เม็กซิโกและเปรู) ทองแดง (ชิลีและเปรู) เหล็ก (บราซิล ชิลีและอาร์เจนตินา) ถ่านหิน (โคลอมเบียและอาร์เจนตินา) ก๊าซธรรมชาติ (โบลิเวีย เวเนซุเอลาและเปรู) และเป็นแหล่งลงทุนของไทย

(2) ขยายตลาดท่องเที่ยวของไทย คนลาตินอเมริกามีคนชั้นกลางที่มีรายได้สูงเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ซึ่งคนเหล่านี้นิยมเดินทางท่องเที่ยว

3) ด้านสังคม/วัฒนธรรม/ประชาชน

สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับประเทศไทยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และสร้างความนิยมไทยผ่านทางอาหารไทยและศิลปวัฒนธรรมไทย อาทิ มวยไทย ให้เป็นที่แพร่หลายในลาตินอเมริกา

4) ด้านวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/พลังงาน/นวัตกรรม

แลกเปลี่ยนทางวิชาการและเทคโนโลยีกับประเทศในภูมิภาคที่มีความก้าวหน้าในด้านต่างๆ

5) ด้านภาพลักษณ์ของไทย

เสริมสร้างภาพลักษณ์ของไทยในฐานะที่เป็นสังคมประชาธิปไตย มีเศรษฐกิจและการเมืองที่มั่นคง

6) ด้านความเชื่อมโยงในระดับภูมิภาค

สร้างความเชื่อมโยงกับไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์ทั้งทางอากาศและทางทะเล เพื่อลดอุปสรรคระยะทางที่ห่างไกล

2.2.1.2. เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศได้ กำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

1) ด้านการเมืองการเมืองและความมั่นคง

⁸ กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ, แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา, 2556.

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการการพบปะหารือระหว่างผู้นำและการเยือนระดับสูง

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างพันธมิตรทางการเมืองกับประเทศในลาตินอเมริกา เพื่อให้การสนับสนุนไทยในเวทีระหว่างประเทศ

2) ด้านเศรษฐกิจ/การค้า/การลงทุน

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA ไทย-เปรู และไทย-ชิลี ผลักดันการขยายการเจรจา FTA กับประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพ เช่น โคลอมเบียและกลุ่ม MERCOSUR

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมให้นักลงทุนไทยไปลงทุนในภูมิภาคลาตินอเมริกา และส่งเสริมการลงทุนของลาตินอเมริกาในประเทศไทย

3) ด้านการศึกษา วิชาการ วัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระดับประชาชน

กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมความสัมพันธ์ในระดับประชาชน การท่องเที่ยวความร่วมมือทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการสร้างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเทศไทยในสถาบันการศึกษาชั้นนำของลาตินอเมริกาและความร่วมมือทางวิชาการด้านต่างๆ ที่มีศักยภาพ อาทิ ความร่วมมือด้านการศึกษา การเกษตร อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและสินค้าประมง พลังงานและพลังงานทดแทน

4) ด้านความร่วมมือเพื่อการพัฒนา

กลยุทธ์ที่ 7 ส่งเสริมและใช้ประโยชน์จากการให้ความร่วมมือในด้านวิชาการทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคี ในกรอบ FEALAC OAS APEC และ ASEAN-MERCOSUR

5) การเปิดสำนักงานใหม่ในต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 8 พิจารณาและศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดสถานเอกอัครราชทูตในประเทศเป้าหมายที่สำคัญ เช่น โคลอมเบียหรือปานามาเพื่อเป็นศูนย์กลางในการอำนวยความสะดวกการค้าการลงทุนของไทยในภูมิภาคอเมริกากลางและแคริบเบียน

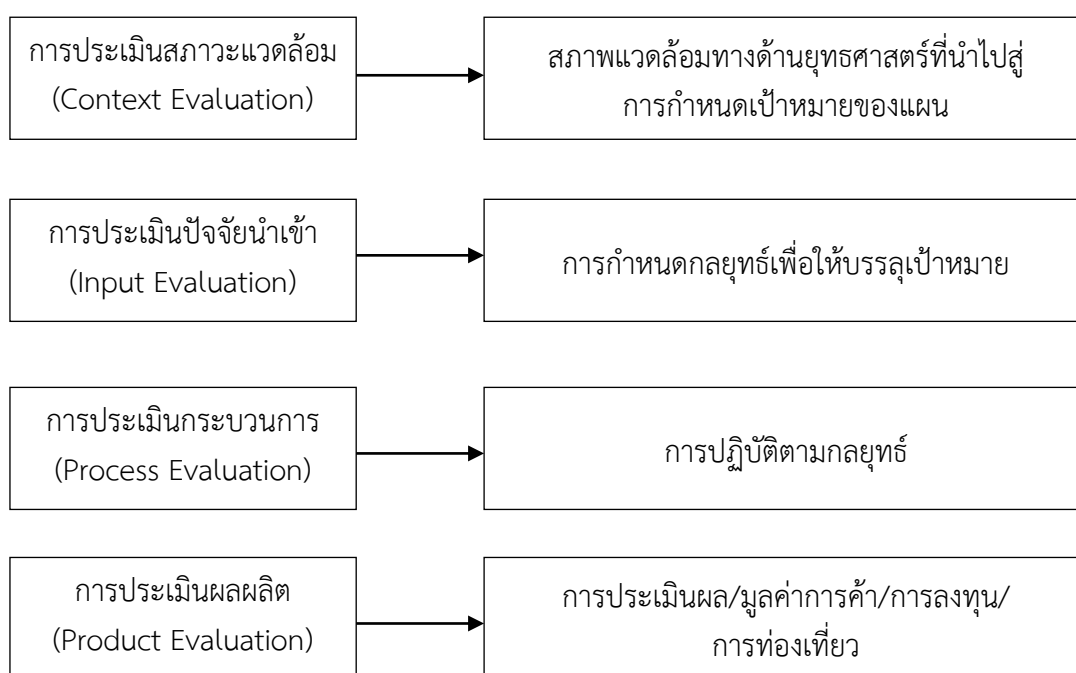
2.3.2 นางสาวพัชรี พุ่มพชาติ ผู้เข้าร่วมการอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 80 ของวิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ. ประจำปี 2555 ได้เสนอรายงานการศึกษาส่วนบุคคล (IS) เรื่องการส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการค้าของไทยกับประเทศในลาตินอเมริกา: กรณีศึกษาบราซิล ชิลีและเปรู ซึ่งการศึกษานี้เน้นด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับประเทศลาตินอเมริกา 3 ประเทศ คือบราซิล ชิลีและเปรู สรุปได้ ดังนี้

2.3.2.1 การศึกษากล่าวถึงแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาปี 2556-2560 แต่แผนยุทธศาสตร์ไม่ใช่ประเด็นหลักของการศึกษา และไม่ได้เสนอแนะเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ฯ

2.3.2.2 ประเด็นหลักของการศึกษาคือ “เพราะเหตุใดไทยจึงยังไม่สามารถใช้โอกาสหรือศักยภาพของภูมิภาคลาตินอเมริกาได้อย่างเต็มที่ และจะหาอะไรที่จะทำให้สามารถส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาที่จะส่งผลให้ไทยสามารถเพิ่มพูนผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจการค้าของไทยในภูมิภาคดังกล่าวได้มากขึ้น”

2.3 สรุปกรอบแนวคิด

การประเมินผลโครงการ CIPP เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์และศึกษาแผนยุทธศาสตร์บูรณาการภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2560 เพื่อให้ทราบถึงสภาพแวดล้อมทางด้านยุทธศาสตร์ที่นำไปสู่การกำหนดเป้าหมายของแผน การกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การปฏิบัติตามกลยุทธ์และการประเมินผล ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือผู้มีส่วนที่ตัดสินใจได้รับข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อใช้ในการปรับปรุงโครงการให้ดียิ่งขึ้น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

การนำหลักการ SWOT Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์แผนหรือองค์กรมีประโยชน์ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ภายในและสถานการณ์ภายนอก จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กรของตน ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสม การนำหลักการ SWOT Analysis มาใช้วิเคราะห์การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาจะได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

ผลการศึกษา

3.1 การประเมินโครงการแบบ CIPP Model

3.1.1 การประเมินสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation)

แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2560 ได้นำภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในภูมิภาคและการปรับบทบาทของไทยต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มาตั้งเป็นสมมติฐาน ดังนี้

A. ภูมิภาคลาตินอเมริกาหันมาให้ความสนใจกับเอเชีย เนื่องจากสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปซึ่งเป็นคู่ค้าหลักและตลาดเดิมยังไม่สามารถฟื้นตัวจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยและสหภาพยุโรปกำลังเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจที่ขยายตัวไปทั่วภูมิภาค

B. ประเทศไทยมีเสถียรภาพทางการเมืองและมีพัฒนาการที่มั่นคง จึงควรใช้ประโยชน์จากการที่ภูมิภาคลาตินอเมริกามองเอเชีย โดยผลักดันให้ภูมิภาคลาตินอเมริกาใช้ไทยเป็น Gateway สู่อาเซียนและอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และเป็นหุ้นส่วนของภูมิภาคลาตินอเมริกาในเวทีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

3.1.2 การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation)

เพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมของโครงการว่าจะทำอย่างไร (How should we do?)

- 1) กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการการพบปะหารือระหว่างผู้นำและการเยือนระดับสูง
- 2) กลยุทธ์ที่ 2 สร้างพันธมิตรทางการเมืองกับประเทศในลาตินอเมริกาเพื่อให้การสนับสนุนไทยในเวทีระหว่างประเทศ
- 3) กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA ไทย–เปรูและ ไทย–ชิลีผลักดันการขยายการเจรจา FTA กับประเทศอื่นที่มีศักยภาพ
- 4) กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมให้นักลงทุนไทยไปลงทุนในภูมิภาคลาตินอเมริกาและส่งเสริมการลงทุนของลาตินอเมริกาในประเทศไทย
- 5) กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมความสัมพันธ์ในระดับประชาชน การท่องเที่ยวและความร่วมมือทางวัฒนธรรม
- 6) กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการสร้างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเทศไทยในสถาบันการศึกษาชั้นนำของลาตินอเมริกา และความร่วมมือทางวิชาการด้านต่างๆ ที่มีศักยภาพ
- 7) กลยุทธ์ที่ 7 ส่งเสริมและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือในด้านวิชาการทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคี โดยเฉพาะในกรอบ FEALAC OAS APEC และ ASEAN–MERCOSU

8) กลยุทธ์ที่ 8 การเปิดสถานเอกอัครราชทูตในประเทศเป้าหมายที่สำคัญและศักยภาพสูง เช่น โคลอมเบียหรือปานามา เพื่อเป็นศูนย์กลางในการอำนวยความสะดวกการค้า การลงทุนของไทยในภูมิภาคอเมริกากลางและแคริบเบียน

3.1.3 การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

ตารางที่ 1 การประเมินกระบวนการ

กลยุทธ์	กิจกรรม
กลยุทธ์ที่ 1 ผลักดันการพบปะหารือระหว่างผู้นำและการเยือนระดับสูง	การแลกเปลี่ยนการเยือนที่สำคัญระหว่างปี 2554–2556 1. นายวิษระ พรรณเชษฐ์ ผู้แทนการค้าไทยนำคณะผู้แทนภาค เอกชนเยือนปานามาและคอสตาริกา ระหว่างวันที่ 21–29 มีนาคม 2554 2. นาย Fernando Lugo Mendez ประธานาธิบดีปารากวัย เยือนไทยอย่างไม่เป็นทางการ วันที่ 26 พฤษภาคม 2555 3. นายสุรพงษ์ โตวิจักษณ์ชัยกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเยือนชิลีและบราซิลอย่างเป็นทางการ ระหว่างวันที่ 12–20 สิงหาคม 2555 4. พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา เอกอัครราชทูต ณ กรุงเวียนนา เสด็จเยือนอาร์เจนตินาเพื่อเข้าร่วมประชุม Open-ended Intergovernmental Expert Group Meeting on Standard Minimum Rules of Treatment for Prisoners ระหว่างวันที่ 10–16 ธันวาคม 2556 5. นาง Maria Angela Holguin Cuellar รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศโคลอมเบีย เยือนไทยอย่างเป็นทางการระหว่างวันที่ 10–13 กรกฎาคม 2556 6. นาย Sebastian Piñera ประธานาธิบดีชิลี เยือนไทยอย่างเป็นทางการระหว่างวันที่ 4–5 ตุลาคม 2556 7. นาย Ollanta Humala ประธานาธิบดีเปรู เยือนไทยอย่างเป็นทางการระหว่างวันที่ 4–6 ตุลาคม 2556
กลยุทธ์ที่ 2 สร้างพันธมิตรทางการเมืองกับประเทศในลาตินอเมริกาเพื่อให้การสนับสนุนไทยในเวทีระหว่างประเทศ	การสนับสนุนการสมัคร UNSC ของไทย วาระปี 2017–2018 ไทยมีพันธมิตรกับประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกา อาทิ 1. บราซิลมีพันธมิตรสนับสนุนการสมัคร UNSC ของไทย วาระปี 2017–2018 โดยแลกกับการที่ไทยได้ให้การสนับสนุนผู้สมัครจากบราซิลในตำแหน่งผู้อำนวยการใหญ่องค์การการค้าโลก (WTO) ซึ่งนาย Roberto Carvalho de Azevedo ได้รับการเลือกตั้งและเริ่มดำรงตำแหน่งในวันที่ 1 กันยายน 2556 2. ไทยและเปรูมีพันธมิตรในการแลกเปลี่ยนระหว่างการสมัคร UNSC ของไทย วาระปี ค.ศ. 2017–2018 (เลือกตั้งปี 2559) กับการสมัครรับเลือกตั้งของเปรู วาระปี ค.ศ. 2018–2019 (เลือกตั้งปี 2560)

กลยุทธ์	กิจกรรม
	3. ไทยและชิลีตกลงแลกเปลี่ยนในการสมัครสมาชิก UNSC วาระปี ค.ศ. 2017–2018 ของไทย กับการสมัครในตำแหน่งเดียวกันของชิลี ในวาระ ค.ศ. 2014–2015
กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA ไทย–เปรูและไทย–ชิลี และผลักดันการขยายการเจรจา FTA กับประเทศที่มีศักยภาพ	FTA ไทย–Peru ฉบับ Early Harvest มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2554 และทั้งสองฝ่ายได้บรรลุการเจรจาจัดทำความตกลง FTA ฉบับ Comprehensive เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2556 โดยคาดว่าจะสามารถลงนามความตกลงได้ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2558 ส่วน FTA ไทยกับชิลี ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามความตกลงระหว่างกัน เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2556 แต่ยังไม่มีการใช้บังคับ เนื่องจากความตกลงยังไม่ผ่านการพิจารณาของรัฐสภาชิลี
กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมให้นักลงทุนไทยไปลงทุนในภูมิภาคลาตินอเมริกาและส่งเสริมการลงทุนของลาตินอเมริกาในประเทศไทย	1. การลงทุนของลาตินอเมริกาในไทย 1.1 นักลงทุนชาวบราซิลถือหุ้นนิติบุคคลจดทะเบียนในไทย 33 ราย เป็นมูลค่ารวมประมาณ 150 ล้านบาท และบริษัทร่วมทุนระหว่างบราซิลกับสหรัฐฯ ชื่อ Asian Production & Services Ltd. ซึ่งผลิต wire assembly จำนวน 1 โครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างปี 2513–2553 โดยมีมูลค่าลงทุน 3 ล้านบาท และบริษัท Interman จำกัด ภายใต้ Jacto Group ได้เข้ามาลงทุนเพื่อผลิตเครื่องฟั่นสารเคมีแบบสเปซพายหลัง โดยมีโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดระยอง 1.2 อาร์เจนตินา–บริษัท Sadesa เข้ามาลงทุนในกิจการฟอกหนังที่จังหวัดอยุธยาเป็นเวลากว่า 10 ปี และได้ขยายโรงงานอีก 2 แห่ง ที่อำเภอ กบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี และแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยเป็นการลงทุนแห่งเดียวของอาร์เจนตินาในไทย 1.3 เม็กซิโก–(1) บริษัท CEMEX ผลิตปูนซีเมนต์ขนาดใหญ่ เข้ามาลงทุนในไทยโดยตั้งอยู่ที่สระบุรี (2) บริษัท METALSA ผลิตชิ้นส่วนรถบรรทุก (3) บริษัท Kidzania เปิดบริการศูนย์การเรียนรู้และความบันเทิงสำหรับเด็กในกรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2556 และ (4) [บริษัท GERSA ซึ่งเป็นบริษัทผลิตหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติต่างๆ 1.4 เปรู–บริษัท อาเมไทย จำกัด (Ajethai Co., Ltd) ของเปรู ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำอัดลม ภายใต้ชื่อ “Big Cola” ซึ่งมีโรงงานตั้งอยู่ที่ จังหวัดชลบุรี มีวงเงินลงทุน ๒๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปยังภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ ไทยเป็นประเทศแรกในเอเชียที่บริษัทฯ ได้เข้ามาลงทุน ผลประกอบการของ

กลยุทธ์	กิจกรรม
	บริษัทอยู่ในเกณฑ์ดี 1.5 ซิลี-บริษัท Sigdo Koppers ผลิตลูกเหล็กสำหรับอุตสาหกรรมเหมืองแร่ และบริษัท Soquimich ผลิตปุ๋ย 1.6 คิวบา-บริษัท CIMAB S.A. ซึ่งเป็นบริษัทผลิตยาภายใต้การดูแลของรัฐบาลคิวบาร่วมลงทุน (joint venture) กับบริษัท Siam Bioscience จำกัดของไทย โดยในปี 2558 จะมีการส่งผ่านเทคโนโลยีจากคิวบามาไทย ซึ่งเป็นผลจากความตกลงเพื่อพัฒนาความร่วมมือระหว่างสองบริษัทในการพัฒนายากลุ่ม Bio-pharmaceutical สำหรับรักษาโรคมะเร็งต่อมน้ำเหลือง ข้ออักเสบเรื้อรัง และอาการแพ้ภูมิตัวเอง 2. การลงทุนของไทยในลาตินอเมริกา 2.1 ปลายปี 2556 บริษัท ปตท.สผ. จำกัด (มหาชน) ร่วมลงทุนกับบริษัท BG Group ของอังกฤษ และได้รับสัมปทานในการสำรวจและขุดเจาะน้ำมันในแหล่งน้ำมันนอกชายฝั่งรัฐริโอเดจาเนโรของบราซิล 2.2 บริษัทแคล-คอมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (Cal-Comp Electronics (Thailand) PLC) เป็นบริษัทไทยรายแรกที่เข้าไปลงทุนและเปิดโรงงานที่เมืองมาเนาส์ รัฐอามาโซนส์ตั้งแต่ปี 2554 เพื่อผลิตชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดดิสก์ แผงวงจรคอมพิวเตอร์ และกล่องรับสัญญาณดาวเทียม โดยจ้างงานชาวบราซิล 1,500 คน และชาวไทย 100 คน และกำหนดเปิดโรงงานเพิ่มอีก 1 แห่งในเดือนกันยายน 2557 บริษัทฯ มีรายได้ตลอดปี 2555 จำนวน 12,000 ล้านบาท 2.3 บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อกิจการโรงแรม 2 แห่งในบราซิล ได้แก่ Tivoli ที่นครเซาเปาลู และ Tivoli ที่เมืองซัลวาดอร์ รวมทั้งการให้บริการแบรนด์สปา Anantara เมื่อเดือนมกราคม 2558 2.4 บริษัทอินโดรามาไทย ลงทุนในสาขาใยสังเคราะห์และแปรรูปพลาสติกที่เม็กซิโก 2.5 ร้านอาหารไทย Royal Thai ที่เมืองเมเดยินซึ่งเป็นร้านอาหารไทยแห่งเดียวในโคลอมเบียเปิดเมื่อปี 2552 โดยมีเจ้าของและแม่ครัวเป็นคนไทย
กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมความสัมพันธ์ในระดับประชาชน การท่องเที่ยว และความร่วมมือทางวัฒนธรรม	1. การท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2555 นักท่องเที่ยวชาวลาตินอเมริกาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนประมาณ 100,000 คน โดยเป็นชาวบราซิลมากที่สุดจำนวน 30,000 คน และในปี 2557 นักท่องเที่ยวชาวลาตินอเมริกาเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยประมาณ 131,000 คน เพิ่มขึ้นกว่าปี 2556 ประมาณร้อยละ 31 โดยเป็นชาวบราซิลมากที่สุดจำนวนประมาณ 48,000 คน รองลงมาได้แก่ อาร์เจนตินา 22,121 คน เม็กซิโก 17,274 คน และชิลี

กลยุทธ์	กิจกรรม
	16,014 คน ตามลำดับ⁹ 2. วัฒนธรรมและกีฬา - มวยไทยเป็นที่นิยมแพร่หลายในบราซิลและเริ่มเป็นที่นิยมในโคลอมเบีย และชาวโคลอมเบียเดินทางมาฝึกหัดมวยไทยที่ประเทศไทย ล่าสุด โรงเรียนสอนฝึกหัดมวยไทยโบราณรามเกียรติ์ในโคลอมเบียได้จัดสัมมนา การไหว้ครูมวยไทยภาคทฤษฎีและปฏิบัติให้กับนักเรียนและสมาชิก International Muay Thai Academy เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งมีการสอนเทคนิคพื้นฐานและเคล็ดลับการชกมวยโบราณคาดเชือก - ไทยและคิวบามีความร่วมมือด้านกีฬาที่ใกล้ชิด โดยรัฐบาลคิวบาได้ส่งผู้ ฝึกสอนกีฬามวยสากลมาฝึกสอนนักกีฬาไทย รวมทั้งให้ทุนการศึกษานักเรียนไทยไปศึกษาในสถาบันกีฬาคิวบา ในด้านต่างๆ เช่น วัยรุ่น ยูโด ปัจจุบันมีนักเรียนไทยที่ได้รับทุนจำนวนรวม 5 คน ล่าสุด สมาคมมวยสากลแห่งประเทศไทยประสงค์ที่จะเชิญนักมวยสากลสมัครเล่นคิวบามา แข่งขันมวยสากลสมัครเล่นที่พัทยา ในเดือนเมษายน 2558
กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการสร้างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเทศไทยในสถาบันการศึกษาชั้นนำของลาตินอเมริกา	1. กระทรวงการต่างประเทศได้จัดทำโครงการ Thai Corner กับมหาวิทยาลัย 2 แห่งในบราซิล ได้แก่ Catholic University of Brasilia และ University of Brasilia นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยของทั้งสองฝ่ายได้จัดทำความตกลงความร่วมมือด้านการศึกษาระหว่างกัน อาทิ (1) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กับ University of Sao Paulo และ University of Brasilia (2) ม.เกษตรศาสตร์ กับ Federal University of Santa Maria ของรัฐ Rio Grande do Sul และ (3) ม.ธรรมศาสตร์ กับ University of Brasilia 2. สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเม็กซิโก ดำเนินโครงการไทยศึกษา (Thai Studies Program) เพื่อแลกเปลี่ยนการเยือนของนักวิชาการระหว่างกัน ต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 6 และอยู่ระหว่างการพิจารณากิจกรรม ในปี 2558 3. กระทรวงฯ ได้ดำเนินโครงการ Thai Corner ที่มหาวิทยาลัยของโคลอมเบีย จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัย Jorge Tadeo Lozano ที่กรุงโบโกตา เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2557 และมหาวิทยาลัย Pontificia Universidad Javeriana ที่กรุงโบโกตา เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2557 (2) รัฐบาลโคลอมเบียให้ทุนมัคคุเทศก์ไทยเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมภาษาสเปนสำหรับมัคคุเทศก์จากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กรอบ FEALAC ที่โคลอมเบียเป็นปีที่ 3 ติดต่อกันในปี 2558 4. กระทรวงการต่างประเทศ ได้ดำเนินโครงการ Thai Corners ใน

⁹ กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ, ความสัมพันธ์ไทย-ลาตินอเมริกาและแคริบเบียน, 1 มีนาคม 2558.

กลยุทธ์	กิจกรรม
	มหาวิทยาลัยอาร์เจนตินา 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยแห่งชาติ La Plata (National University of La Plata–UNLP) ปี 2554 มหาวิทยาลัยคาทอลิกแห่งคอร์โดบา (Catholic University of Cordoba–UCC) ปี 2555 มหาวิทยาลัยคาทอลิกแห่งอุรุกวัย (Catholic University of Uruguay–UCU) มหาวิทยาลัยคาทอลิกแห่งซัลตา (Catholic University of Salta–UCASAL) ปี 2556 และมหาวิทยาลัย Torcuato Di Tella ในปี 2557 และอยู่ในระหว่างการเตรียมการเปิด Thai Corner แห่งที่ 5 ในมหาวิทยาลัยแห่งใหม่ในอาร์เจนตินาในเดือนสิงหาคม 2558
กลยุทธ์ที่ 7 ส่งเสริมและใช้ประโยชน์จากการให้ความร่วมมือในด้านวิชาการทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคี โดยเฉพาะในกรอบ FEALAC OAS APEC และ ASEAN–MERCOSUR	1. โครงการกรอบความร่วมมือระหว่างเอเชียตะวันออกและลาตินอเมริกา (Forum for East Asia and Latin American Cooperation–FEALAC) อาทิ การอบรมหลักสูตร Tourism Management การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านยาเสพติด โครงการฝึกอบรมด้านการลดความยากจน (Poverty Reduction) การประชุมว่าด้วยความร่วมมือด้านการป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติระหว่างสมาชิก FEALAC โดยมีประเทศลาตินอเมริกาเข้าร่วม อาทิ บราซิล เม็กซิโก อาร์เจนตินา โคลัมเบีย เวเนซุเอลาและโบลิเวีย 2. การจัดหลักสูตรอบรมนานาชาติ (Annual International Training Course: AITC) สำหรับประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาของกรมความร่วมมือระหว่างประเทศ (ชื่อเดิมคือสำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ หรือ สพร) ในสาขาที่ฝ่ายไทยมีความเชี่ยวชาญ อาทิ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความมั่นคงด้านอาหาร และการสาธารณสุข โครงการบัวแก้วสัมพันธ์ ซึ่งเน้นด้านการท่องเที่ยว ประมงและ SMEs และ Sufficiency Economy and Universal Health Coverage โดยประเทศลาตินอเมริกาที่เข้าร่วม อาทิ เม็กซิโก อาร์เจนตินา โคลัมเบีย เวเนซุเอลา เอกวาดอร์ และโบลิเวีย
กลยุทธ์ที่ 8 พิจารณาและศึกษาการเปิดสถานเอกอัครราชทูตในประเทศเป้าหมายที่สำคัญและศักยภาพสูง เช่น โคลอมเบีย หรือปานามา เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการทูตและการ	กระทรวงการต่างประเทศอยู่ในระหว่างการประชุมพิจารณาเปิดสถานเอกอัครราชทูตไทยแห่งใหม่ในภูมิภาคลาตินอเมริกา โดยเล็งระหว่างโคลัมเบียกับปานามา

กลยุทธ์	กิจกรรม
ใช้เป็นศูนย์กลางในการอำนวยความสะดวกการการค้าการลงทุนของไทยในภูมิภาคอเมริกากลางและแคริบเบียน	

3.1.4 การประเมินผลผลิต (Product Evaluation)

การตรวจสอบประสิทธิผลของโครงการว่า การดำเนินโครงการได้ผลหรือไม่ (Did the programme work?)

การประเมินกลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจการค้าซึ่งสามารถวัดได้ในเชิงปริมาณ ดังนี้

1) การค้าระหว่างไทยกับภูมิภาคลาตินอเมริกามีแนวโน้มลดลง จากสถิติการค้าที่เคยขยายตัวร้อยละ 58 ในปี 2553 ลดลงเหลือร้อยละ 26 ในปี 2554 และร้อยละ 12.9 ในปี 2555 และร้อยละ -1.14 ในปี 2556 และร้อยละ -5.04 ในปี 2557 ปริมาณการค้าของไทยกับภูมิภาคลาตินอเมริกาในปี 2555 มีมูลค่า 13,256 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี 2556 มีมูลค่า 13,106 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2557 มีมูลค่า 12,445.64 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.73-2.77 ของปริมาณการค้าของไทยกับโลก

2) แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา กำหนดให้มูลค่าการค้ารวมระหว่างไทยกับภูมิภาคลาตินอเมริกาเพิ่มขึ้นเป็น 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2560 อย่างไรก็ตาม การค้าในปี 2556 มีมูลค่าเพียง 13,106 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไม่ถึงครึ่งหนึ่งของปริมาณการค้าสองฝ่ายที่ตั้งเป้าหมายไว้ตามแผนฯ

3.2 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2560

ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2560	
จุดแข็ง (Strengths)	1. ขนาดของตลาด ประเทศไทยมีจำนวนประชากร 66.7 ล้านคน และการที่ไทยจะเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปลายปี 2558 จะทำให้ขนาดของตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 600 ล้านคน เท่ากับขนาดตลาดของลาตินอเมริกา ซึ่งมีประชากรรวมประมาณ 600 ล้านคน 2. ท่าเลที่ตั้ง ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านยุทธศาสตร์การคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ จากแหล่งท่าเลที่ตั้งในภูมิภาคอาเซียน รวมไปถึงแหล่งท่าเลที่ตั้งในโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region: GMS) ซึ่งทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมในภูมิภาคอาเซียน 3. ด้านการท่องเที่ยว ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในระดับโลก ไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award Stockholm ประจำปี 2554 (ค.ศ. 2011) สาขาประเทศท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุด (Best Tourist Country) ติดต่อกันเป็นปีที่ 9
จุดอ่อน (Weaknesses)	1. ขาดการเชื่อมโยง (Connectivity) ด้านโลจิสติกส์ที่ดีกับไทยทั้งทางอากาศและทางทะเล ทำให้การติดต่อการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับลาตินอเมริกามีค่าใช้จ่ายสูงและไม่สะดวก 2. ข้อจำกัดด้านภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่าง ประเทศในลาตินอเมริกาใช้ภาษาสเปนและโปรตุเกสเป็นภาษาราชการ ในขณะที่ภาคธุรกิจไทยยังขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญในภาษาดังกล่าว 3. ขาดความคุ้นเคยและการไปมาหาสู่ระหว่างประชาชนและการไม่มีชุมชนไทยในประเทศลาตินอเมริกาที่เข้มแข็ง
โอกาส (Opportunities)	1. ลาตินอเมริกามีความมั่งคั่งของทรัพยากรธรรมชาติและเป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมไทย 2. ลาตินอเมริกาเป็นตลาดรองรับสินค้าอุตสาหกรรมของไทย 3. ภูมิภาคลาตินอเมริกาหันมาให้ความสนใจกับเอเชีย เนื่องจากสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปซึ่งเป็นคู่ค้าหลักและตลาดเดิมยังไม่สามารถฟื้นตัวจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย และสหภาพยุโรปกำลังเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจที่ขยายตัวทั่วภูมิภาคไทยจึงควรใช้โอกาสที่ภูมิภาคลาตินอเมริกามองเอเชีย ผลักดันให้ภูมิภาคลาตินอเมริกาใช้ไทยเป็น Gateway สู่อาเซียนและอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) 4. ความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับเปรูฉบับ Comprehensive บรรลุการเจรจาเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2556 และคาดว่าทั้งสองฝ่ายจะสามารถลงนาม

ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556-2560	
	ความตกลงได้ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2558 และความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับชิลี ลงนามเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2556 ยังไม่มีผลบังคับใช้ เนื่องจากยังไม่ผ่านการพิจารณาของรัฐสภาชิลี 5. ภูมิภาคลาตินอเมริกามีความก้าวหน้าด้านวิชาการและเทคโนโลยีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย 6. ลาตินอเมริกาเป็นพันธมิตรของไทยในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ อาทิ WTO, OECD, Rio Group, G-20, Cairns Group, APEC และสหประชาชาติ ซึ่งประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาได้ให้การสนับสนุนไทยในการแลกเปลี่ยนและให้เสียงในการเลือกตั้งในองค์กรระหว่างประเทศ
อุปสรรค (Threats)	1. หลายประเทศในลาตินอเมริกามีนโยบายกีดกันทางการค้าที่เป็นมาตรการด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี มาตรการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศหรือนโยบายตรึงราคาเพื่อปกป้องผู้บริโภคภายในประเทศ บางประเทศดำเนินนโยบายชาตินิยมต่อต้านการลงทุนของต่างประเทศ 2. บางประเทศในลาตินอเมริกามีนโยบายสังคมนิยมและชาตินิยมสุดขั้ว ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความร่วมมือด้านการค้าการลงทุน อาทิ เวเนซุเอลา โบลิเวีย ซึ่งมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำมันและแร่ธาตุอื่นๆ จำนวนมาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis อุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์

ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis อุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์	
จุดแข็ง (Strengths)	1. ผู้ประกอบการรถยนต์รายใหญ่ของโลกทั้งญี่ปุ่น อาทิ โตโยต้า ฮอนด้า หรือค่ายรถยนต์ ตะวันตก อาทิ กลุ่มเจนเนอรัลมอเตอร์ส และฟอร์ดมามีฐานการผลิตที่ประเทศไทยเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนของไทยมีความแข็งแกร่ง 2. ไทยมีกำลังการผลิตรถยนต์สูงกว่าความต้องการการบริโภคภายในประเทศ จึงมีกำลังการผลิตเหลือสำหรับการส่งออก อีกทั้งไทยได้เปรียบเรื่องที่ตั้งทางภูมิศาสตร์โดยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีนและเชื่อมต่อไปยังเอเชียใต้ ไทยจึงเหมาะที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกรถยนต์ของภูมิภาค
จุดอ่อน (Weaknesses)	1. ผู้ประกอบการประกอบรถยนต์ของไทยส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย ทำให้นโยบายความร่วมมือ เช่น การถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิตชิ้นส่วนที่มีมูลค่าเพิ่มสูงเกิดขึ้นได้ยากและจะถ่ายทอดเฉพาะบริษัทในเครือเท่านั้น 2. ไทยไม่ได้เป็นเจ้าของเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นของบริษัทแม่ในต่างประเทศ จึงไม่

	สามารถกำหนดทิศทางการลงทุน และผลประโยชน์ที่ได้จากอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนจะตกอยู่กับบริษัทต่างชาติเป็นหลัก 3. การพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศ ต้นทุนวัตถุดิบคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงราวๆ ร้อยละ 50-60 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยเฉพาะเหล็ก
โอกาส (Opportunities)	1. ไทยมีความร่วมมือในโครงการ ASEAN Industrial Cooperation (AICO) และ AFTA (ASEAN Free Trade Area) และรัฐบาลไทยพร้อมที่จะสนับสนุนให้อุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น และมีโอกาสในการส่งออกไปยังกลุ่มอาเซียนและประเทศอื่นสูงขึ้น
อุปสรรค (Threats)	1. ผู้ผลิตรถยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนของไทยเกือบทั้งหมดเป็นการลงทุนจากต่างประเทศซึ่งมีโอกาสย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศจีน เกาหลีใต้และไต้หวัน เนื่องจากประเทศเหล่านี้ดำเนินนโยบายดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศด้วยนโยบายที่เอื้อต่อการลงทุน 2. การแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้นจากคู่แข่งสำคัญเช่น ประเทศจีนและเม็กซิโก

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

4.1.1 สรุปผลการศึกษาเชิงกรอบแนวความคิด

กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศได้นำการประเมินสถานะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในภูมิภาคลาตินอเมริกาและบทบาทของไทยต่อการเปลี่ยนแปลงของภูมิภาคดังกล่าวมากำหนดเป็นสมมติฐาน ดังนี้

A. อะไรคือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในภูมิภาค-ภูมิภาคลาตินอเมริกาหันมาให้ความสนใจกับเอเชีย เนื่องจากสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปซึ่งเป็นคู่ค้าหลักและตลาดเดิมยังไม่สามารถฟื้นตัวจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย และสหภาพยุโรปกำลังเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจที่ขยายไปทั่วภูมิภาค

B. ไทยมีบทบาทอย่างไรต่อการเปลี่ยนแปลงของภูมิภาคดังกล่าว-ประเทศไทยมีเสถียรภาพทางการเมืองและมีพัฒนาการที่มั่นคง (สภาพการเมืองไทยในปี 2556) ประเทศไทยจึงควรใช้ประโยชน์จากการที่ภูมิภาคลาตินอเมริกามองเอเชีย โดยผลักดันให้ลาตินอเมริกาใช้ไทยเป็น Gateway สู่อาเซียนและอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และเป็นหุ้นส่วนกับภูมิภาคลาตินอเมริกาในเวทีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

เกี่ยวกับเรื่องนี้ ผู้ศึกษามีความเห็น ดังนี้

4.1.1.1 ภูมิภาคลาตินอเมริกาให้ความสนใจเอเชียเนื่องจากสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปซึ่งเป็นคู่ค้าหลักและตลาดเดิมยังไม่สามารถฟื้นตัวจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย และสหภาพยุโรปกำลังเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจที่ขยายไปทั่วภูมิภาคจริง แต่เอเชียที่ภูมิภาคลาตินอเมริกาให้ความสนใจคือ จีนและอินเดีย ไม่ใช่ประเทศเอเชียอื่น เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้รวมทั้งไทย

4.1.1.2 แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาคำหนดให้บราซิลเป็นประเทศหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partner) ของไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกา แต่บราซิลไม่เคยตอบรับไทยในประเด็นดังกล่าว แต่กำหนดให้จีนเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์รอบด้าน (Comprehensive Strategic Partnership) ของบราซิล นอกจากนี้ อาร์เจนตินาเป็นอีกประเทศหนึ่งในภูมิภาคที่ยกระดับความสัมพันธ์ทางการทูตกับจีนจากหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์รอบด้าน (Comprehensive Strategic Partnership) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558¹⁰

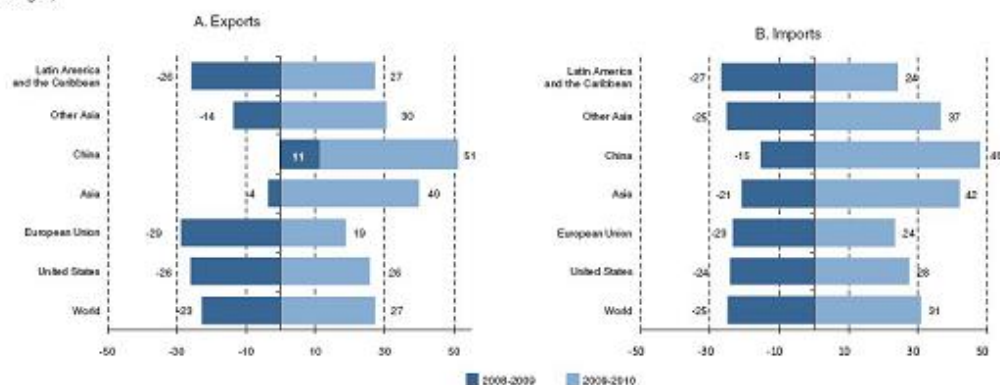
4.1.1.3 จีนเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อภูมิภาคลาตินอเมริกาอย่างรวดเร็ว ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจซึ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาและยุโรปหดตัวอย่างมาก ปริมาณการส่งออกของภูมิภาค

¹⁰ กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ, ข้อมูลความสัมพันธ์ทวิภาคีไทย-อาร์เจนตินา, กุมภาพันธ์ 2558.

ลาตินอเมริกาไปจีนกลับเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 และจีนเป็นตลาดส่งออกร้อยละ 51 ของการส่งออกของ ลาตินอเมริกาไปยังเอเชียและแปซิฟิก และนำเข้าร้อยละ 48

■ Figure II.6 ■

Latin America and the Caribbean (16 countries): trade by main partner, 2008-2009 and 2009-2010 (Percentages)



Source: Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC), on the basis of official information from each country's central bank and statistics institute.

แผนภูมิที่ 2 ประเทศคู่ค้าหลักของลาตินอเมริกา ช่วงปี ค.ศ. 2008–2009 และ 2009–2010
ที่มา: Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)

4.1.1.4 การส่งออกของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาซึ่งเคยขยายตัวร้อยละ 58 ในปี 2553 ลดลงเหลือร้อยละ 26 ในปี 2554 และร้อยละ 12.9 ในปี 2555 และร้อยละ -1.14 ในปี 2556 และร้อยละ -5.04 ในปี 2557 ไม่ใช่เป็นเพราะไทยกับภูมิภาคลาตินอเมริกาขาดการเชื่อมโยง (Connectivity) ด้านโลจิสติกส์ ระยะทางหรือความแตกต่างด้านภาษาและวัฒนธรรม แต่เป็นเพราะสินค้าส่งออกของไทยไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าจีน

4.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์แผนบูรณาการยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาปี 2556–2560 โดยใช้ SWOT Analysis และข้อคิดเห็น

4.1.2.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) จุดแข็งของไทยในการเข้าร่วมการที่ไทยจะเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปลายปี 2558 จะทำให้นาตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 600 ล้านคน เท่ากับขนาดตลาดของลาตินอเมริกาซึ่งมีประชากรรวมประมาณ 600 ล้านคน ประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาที่ให้ความสนใจกับจุดแข็งนี้ คือ บราซิลและชิลี โดยบราซิลเข้าเป็นภาคี Treaty of Amity and Cooperation in Southeast Asia (TAC) เมื่อปี 2554 แต่บราซิลสนใจประเทศอาเซียน 2 ประเทศ คือ อินโดนีเซียกับเวียดนาม ส่วนชิลีอยู่ในระหว่างพิจารณาการเข้าเป็นภาคี TAC และการเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์กับไทย

2) การท่องเที่ยวเป็นจุดแข็งของไทยอย่างชัดเจนเนื่องจากมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราที่สูง โดยในปี 2557 นักท่องเที่ยวชาวลาตินอเมริกาเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยประมาณ 131,000 คน เพิ่มขึ้นกว่าปี 2556 ประมาณ ร้อยละ 31 โดยเป็นชาวบราซิล

มากที่สุดจำนวนประมาณ 48,000 คน รองลงมาได้แก่ อาร์เจนตินา 22,121 คน เม็กซิโก 17,274 คน และชิลี 16,014 คน ตามลำดับและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

4.1.2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

การขาดการเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์ที่ดีกับไทยที่ดีทั้งทางอากาศและทางทะเล ข้อจำกัดด้านภาษาและวัฒนธรรม และขาดความรู้จักคุ้นเคยระหว่างประชาชน อย่างไรก็ตาม จีนเป็นประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ห่างไกลกับภูมิภาคลาตินอเมริกาและการเชื่อมโยงด้านโลจิสติกส์เช่นกัน แต่จีนประสบความสำเร็จในการค้าขายกับลาตินอเมริกา ประเด็นเหล่านี้ไม่ใช่จุดอ่อนสำหรับจีนเพราะสินค้าจีนมีความสามารถในการแข่งขัน

4.1.2.3 โอกาส (Opportunities)

1) ภูมิภาคลาตินอเมริกาหันมาให้ความสนใจกับประเทศเอเชีย 2 ประเทศคือ จีนกับอินเดีย

2) ความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับเปรูฉบับ Comprehensive และความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับชิลีซึ่งขณะนี้ยังไม่มีผลบังคับใช้

4.1.2.4 อุปสรรค (Threats)

บราซิลและอาร์เจนตินาเป็นตัวอย่างของประเทศในลาตินอเมริกามีนโยบายกีดกันทางการค้าที่เป็นมาตรการด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี มาตรการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศหรือนโยบายตรึงราคาเพื่อปกป้องผู้บริโภคภายในประเทศ

4.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis กลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์

1) จุดแข็งและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ของไทยมีที่มาจากประเด็นเดียวกันคือ ผู้ประกอบการรายใหญ่ของโลกทั้งญี่ปุ่นและประเทศตะวันตกมาสร้างฐานการผลิตในไทยเพื่อการจำหน่ายทั้งในประเทศและการส่งออกต่างประเทศทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรถยนต์แข็งแกร่งมากขึ้น ในขณะเดียวกันจุดอ่อนก็คือไทยไม่สามารถกำหนดทิศทางการลงทุน การตลาดเองได้ ต้องพึ่งพานโยบายจากบริษัทแม่ ดังนั้นผลประโยชน์ที่ได้จากอุตสาหกรรมรถยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์จะตกอยู่กับบริษัทผู้ประกอบการชาวต่างประเทศเป็นหลัก มูลค่าเพิ่มที่ไทยได้รับจากอุตสาหกรรมนี้คือ การจ้างงานและการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์บางประเภทเท่านั้น¹¹

2) สรุปได้ว่าการส่งออกรถยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์รถยนต์เป็นสินค้าส่งออกหลักของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกา ในปี 2555 มีมูลค่า 2,835,228,973 ดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.63 ในปี 2556 มีมูลค่า 2,893,613,864 ดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.06 และในปี 2557 มีมูลค่า 2,855,178,466 ดอลลาร์สหรัฐ หรือลดลงร้อยละ -1.33 มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์เป็นและส่วนประกอบของไทยไปยังภูมิภาคลาตินอเมริกาในระหว่างปี 2555-2557 เพิ่มขึ้นใน

¹¹ ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, โอกาสของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไทยในตลาดโลก, การสัมมนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ห้องประชุม 601 ชั้น 6 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม, วันที่ 24 มิถุนายน 2545.

อัตราที่ถดถอย จนมาติดลบในปี 2557 ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา แต่เป็นนโยบายด้านการตลาดของบริษัทแม่ที่มาจากทุนในประเทศไทย

3) แนวโน้มการแข่งขันทางเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมรถยนต์ในตลาดโลกได้มาถึงจุดเปลี่ยนภายใต้กระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การประหยัดพลังงาน และการลดสภาวะโลกร้อน ตลาดรถยนต์โลกได้เปลี่ยนแปลงไปสู่รถยนต์ที่มีขนาดเล็กลง ทำให้ต้องมองหาฐานการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำ ส่งผลให้ประเทศเม็กซิโกกลายเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์เพราะเป็นประตูสู่ตลาดอเมริกาเหนือและอเมริกาใต้ เนื่องจากต้นทุนต่ำ แรงงานมีฝีมือ มีที่ตั้งอยู่ติดกับตลาดยานยนต์ขนาดใหญ่อย่างสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังมีแหล่งผลิตอุตสาหกรรมรถยนต์ตั้งอยู่บริเวณภาคกลางของเม็กซิโก ซึ่งใช้เวลาเพียงไม่กี่วันในการขนส่งรถยนต์ไปสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันบริษัทผลิตรถยนต์หลายแห่งได้ขยายฐานการผลิตไปที่เม็กซิโกแล้ว ได้แก่ ออดี เจนเนอรัลมอเตอร์ส และฟอร์ด มอเตอร์ เป็นต้น ในอนาคตเม็กซิโกจะเป็นแหล่งผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

4) ขึ้นส่วนรถยนต์สำหรับรถบรรทุกขนาด 1 ตัน (รถปิกอัพ) ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์เด่น (Product Champion) ของไทยและผู้ประกอบการในประเทศไทยน่าจะมีศักยภาพแข่งขันในตลาดโลกได้

4.2 ข้อเสนอแนะ

4.2.1 สรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา 2556–2560 มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1) ไทยควรเสริมสร้างสถานะความสัมพันธ์กับบราซิลในฐานะประเทศหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์และขยายการเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์กับชิลี เปรูและเม็กซิโก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเม็กซิโกซึ่งกำลังจะก้าวขึ้นเป็นคู่ค้าอันดับที่ 1 ของไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกา¹²

2) ส่งเสริมให้ประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาเข้ามามีบทบาทในอาเซียน อาทิ การเข้าเป็นภาคี Treaty of Amity and Cooperation in Southeast Asia (TAC) เช่นเดียวกับบราซิลและชิลี และผลักดันให้ไทยเป็น Gateway สู่อเซียนและอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (GMS)

¹² นาย Jorge Chen เอกอัครราชทูตเม็กซิโกประจำประเทศไทยได้แจ้งอธิบดีกรมอเมริกาและแปซิฟิกในระหว่างการหารือเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2557 ว่าปัจจุบันมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับเม็กซิโกมีจำนวน 4.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี (สถิติทางการของรัฐบาลเม็กซิโก) ซึ่งกลายเป็นอันดับหนึ่งของมูลค่าการค้าทวิภาคีระหว่างไทยกับประเทศลาตินอเมริกาทั้งหมด สูงกว่ามูลค่าการค้าระหว่างไทยกับบราซิลที่เคยเป็นอันดับหนึ่ง และเห็นว่าไทยจะเป็นคู่ค้าที่สำคัญที่สุดของเม็กซิโกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคตอันใกล้ (ที่มา: กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ, สถานะความสัมพันธ์ไทย-เม็กซิโก, บทสรุปสำหรับผู้บริหาร, กุมภาพันธ์ 2558)

3) ร่วมมือกับซีลีโดยอาศัยที่ซีลีให้ความสนใจไทยและกำลังพิจารณายกระดับความสัมพันธ์กับไทยเป็นประเทศหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ ใช้ซีลีเป็น Gateway ของไทยสู่ภูมิภาคลาตินอเมริกา¹³

4) ผลักดันให้มีการเจรจาทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) กับประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาเพิ่มเติม อาทิ เม็กซิโกกับบราซิล

5) รัฐบาลควรยกระดับขีดความสามารถทางเศรษฐกิจ โดยการเปลี่ยนโครงสร้างสังคมไทยให้เป็น Knowledge based society และส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทยและปรับปรุงสินค้าส่งออกไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก เนื่องจากไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน CLMV และจีนซึ่งมีแรงงานราคาถูก ขณะเดียวกันก็ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม อาทิ ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้

6) นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

นายแมทธิว ไตรพีเวอร์ ประธานประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มาสเตอร์การ์ด เปิดเผยว่า จากผลการสำรวจสุดยอดเมืองจุดหมายปลายทางของโลกประจำปี 2557 ของมาสเตอร์การ์ด โดยสำรวจจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนและพักค้างคืนสูงสุด พบว่า อันดับ 1 คือ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ 18.82 ล้านคน ตามด้วยกรุงเทพฯ ประเทศไทยเป็นอันดับ 2 จำนวน 18.24 ล้านคน¹⁴ การท่องเที่ยวยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของไทยจะต้องสร้างความหลากหลาย (diversified) เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

4.2.2.1 ด้านเศรษฐกิจ/การค้า/การลงทุน

1) ผลักดันให้ความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับเปรูฉบับ Comprehensive และความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับซีลีมีผลบังคับใช้ ทั้งนี้ หากความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับซีลีมีผลบังคับใช้ ทั้งสองฝ่ายจะลดภาษีสินค้าร้อยละ 90 ของสินค้าทั้งหมดเป็นศูนย์ทันที สำหรับสินค้าที่เหลือจะทยอยลดภาษีในระยะเวลาไม่เกิน 8 ปี สินค้าที่ไทยได้ประโยชน์ อาทิ สินค้ารถยนต์ (รถปิกอัพ) สินค้ายางและผลิตภัณฑ์ยาง สินค้าในหมวดปูนซีเมนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ในครัวเรือน (เช่น ตู้เย็น) และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ส่วนการค้าบริการที่ไทยจะมีโอกาสไปให้บริการในซีลีได้มากขึ้น อาทิ กิจการร้านอาหารไทย สปา/นวดแผนไทย การค้าส่ง/ค้าปลีก วิศวกรรม สถาปัตยกรรม ก่อสร้าง ท่องเที่ยว และกิจการโรงแรม เป็นต้น ส่วนด้านการลงทุนจะให้มีการเจรจาภายใน 2 ปี นับแต่ความตกลงมีผลใช้บังคับ

2) ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้นักธุรกิจและนักลงทุนไทยกับลาตินอเมริกาแลกเปลี่ยนการเยือนระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความไว้วางใจและ

¹³ กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ, ข้อมูลความสัมพันธ์ทวิภาคีไทย-ซีลี, เมษายน 2558.

¹⁴ โปสตุเดย์, กรุงเทพฯ รั้งอันดับหนึ่งน่าเที่ยวเอเชีย พร้อมขึ้นแท่นอันดับสองของโลก [ออนไลน์], 2558, แหล่งที่มา: <http://m.posttoday.com/articlestory/368548> [23 กรกฎาคม 2558].

พันธมิตรด้านการค้าการลงทุน โดยกรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศจัดโครงการนำร่อง อาทิ โครงการ Latin Link นำคณะผู้แทนจากทั้งภาครัฐ (หอการค้า สมาอุตสาหกรรม และ BOI) และภาคเอกชนเยือนภูมิภาคลาตินอเมริกา โดยจัดให้มีการสัมมนาเกี่ยวกับการค้าการลงทุนในประเทศไทยและการจับคู่ทางธุรกิจของภาคเอกชน (business matching)

3) ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสภาธุรกิจระหว่างสภาหอการค้าไทยกับสภาหอการค้าแห่งชาติในลาตินอเมริกา (Business Forum) และแลกเปลี่ยนการเยือนอย่างสม่ำเสมอ ส่งเสริมความร่วมมือในระดับประชาชนโดยการก่อตั้งชมรม Friends of Thailand

4.2.2.2 มอบหมายให้สถานเอกอัครราชทูตไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกาส่งเสริมการพัฒนา Thai Corners ที่มีอยู่แล้วตามมหาวิทยาลัยชั้นนำในภูมิภาคลาตินอเมริกา ไปสู่การจัดตั้ง Thai Studies หรือ Southeast Asian Studies ในอนาคต

4.2.2.3 มอบหมายให้สถานเอกอัครราชทูตไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกาส่งเสริมกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวิชาการสถานบันการศึกษาชั้นนำในภูมิภาค อาทิ การจัดบรรยายสรุปสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับประเทศไทยและความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาของไทยกับสถาบันการศึกษาในภูมิภาคลาตินอเมริกา

4.2.2.4 มอบหมายให้สถานเอกอัครราชทูตไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกาส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนไทยในแต่ละประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกา อาทิ ส่งเสริมประเพณีสงกรานต์ และประเพณีทางพุทธศาสนา

4.2.2.5 มอบหมายให้สถานเอกอัครราชทูตไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกาส่งเสริมความร่วมมือในระดับประชาชนโดยการก่อตั้งชมรม Friends of Thailand

บรรณานุกรม

หนังสือ

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, คลังข้อมูลอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์, 2558.

เอกสารทางราชการ

กองลาตินอเมริกา กรมนอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ. ข้อมูลความสัมพันธ์ทวิภาคี ไทย-ชิลี. เมษายน 2558.

_____. ข้อมูลความสัมพันธ์ทวิภาคีไทย-อาร์เจนตินา. กุมภาพันธ์ 2558.

_____. ความสัมพันธ์ไทย-ลาตินอเมริกาและแคริบเบียน. 1 มีนาคม 2558.

_____. แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา. 2556.

_____. สถานะความสัมพันธ์ไทย-บราซิล. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร, พฤษภาคม 2558.

_____. สถานะความสัมพันธ์ไทย-เม็กซิโก. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร, กุมภาพันธ์ 2558.

_____. สถานะความสัมพันธ์ไทย-อาร์เจนตินา. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร, กุมภาพันธ์ 2558.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

จักรวัชร ศิริวรรณ. ตัวแบบการประเมินโครงการ: ตัวแบบซีพี (CIPP Model) [ออนไลน์]. 2554.

แหล่งที่มา: <https://www.gotoknow.org/posts/440828> [23 กรกฎาคม 2558].

โพสต์ทูเดย์. กรุงเทพฯ รั้งอันดับหนึ่งนำเข้าตะวันออกเอเชีย พร้อมขึ้นแท่นอันดับสองของโลก [ออนไลน์].

2558. แหล่งที่มา: <http://m.posttoday.com/articlestory/368548> [23 กรกฎาคม 2558].

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. “โอกาสของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไทยในตลาดโลก”. การสัมมนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ห้องประชุม 601 ชั้น 6 สำนักงาน

เศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ) กระทรวงอุตสาหกรรม [ออนไลน์]. วันที่ 24 มิถุนายน 2545.

แหล่งที่มา: library.dip.go.th/multim/edoc/08816.doc [23 กรกฎาคม 2558].

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

คลังข้อมูลอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. สถานภาพอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

[ออนไลน์]. 2015. แหล่งที่มา: <http://www.nstda.or.th/industry/autoparts-industry> [23 กรกฎาคม 2558]

องค์ความรู้ “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” (ASEAN Economic Community: AEC). จุดเด่นและข้อ

ได้เปรียบของประเทศไทยที่ดีกว่าประเทศอื่นในอาเซียน [Online]. 2555. Available

from: <http://www.thai-aec.com/134#ixzz3eJZxtmGi> [23 กรกฎาคม 2558].

เอกวิรัตน์ พรหมรักษา. SWOT Analysis ด้าน Planning [ออนไลน์]. 4 ตุลาคม 2555. แหล่งที่มา: <http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/swot-analysis-swot-swot-humphrey-swot-2.html> [23 กรกฎาคม 2558].

Stufflebeam, Daniel L. "CIPP Evaluation Model Checklist (Second Edition) March 2007." The CIPP Model for Evaluation Circa [Online]. 2007. Available from: www.wmich.edu/evalctr/checklist/ [2015, July 23].

_____. "Evaluation Plans and Operations Checklist." The CIPP Model for Evaluation Circa [Online]. 2007. Available from: www.wmich.edu/evalctr/checklist/ [2015, July 23].

_____. "Update Review of Development Checklist to Guide Implementations." The CIPP Model for Evaluation Circa [Online]. 2007. Available from: www.wmich.edu/evalctr/checklist/ [2015, July 23].

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สินค้าส่งออก 20 อันดับแรกของไทยรายประเทศลาตินอเมริกา¹⁵

¹⁵ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ชื่อสินค้า	มูลค่า: ภาษี				อัตราขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2554	2555	2556	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)
1 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,894,784,839	2,835,228,973	2,893,613,864	2,855,178,466	-7.15	49.63	2.06	-1.33	27.09	35.50	35.19	36.80
2 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	462,805,465	408,105,167	708,159,066	733,555,903	40.33	-11.82	73.52	3.59	6.62	5.11	8.61	9.45
3 เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	460,664,650	402,892,368	421,122,748	399,915,788	71.71	-12.54	4.52	-5.04	6.59	5.04	5.12	5.15
4 ผลิตภัณฑ์ยาง	372,649,965	390,588,794	375,764,924	360,182,950	40.71	4.81	-3.80	-4.15	5.33	4.89	4.57	4.64
5 เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	405,221,578	368,258,747	318,006,072	319,269,260	40.74	-9.12	-13.65	0.40	5.79	4.61	3.87	4.11
6 เม็ดพลาสติก	207,005,505	151,867,234	171,801,077	227,935,887	121.40	-26.64	13.13	32.67	2.96	1.90	2.09	2.94
7 อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	169,339,689	203,373,373	194,477,324	202,380,937	28.21	20.10	-4.37	4.06	2.42	2.55	2.37	2.61
8 เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	191,467,744	189,196,826	179,024,682	201,421,285	56.64	-1.19	-5.38	12.51	2.74	2.37	2.18	2.60
9 เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	293,923,910	403,556,273	412,765,923	189,276,014	1.85	37.30	2.28	-54.14	4.20	5.05	5.02	2.44
10 ยางพารา	415,668,750	255,880,357	262,296,187	188,256,859	24.30	-38.44	2.51	-28.23	5.94	3.20	3.19	2.43
11 รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	88,237,311	134,093,453	198,381,820	163,518,917	84.25	51.97	47.94	-27.66	1.26	1.68	2.41	1.85

ชื่อสินค้า	มูลค่า: เพียญ				อัตราขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2554	2555	2556	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)
12 เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่นๆ	124,569,300	180,989,300	161,036,696	131,452,316	12.86	45.29	-11.02	-18.37	1.78	2.27	1.96	1.69
13 เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่นๆ	118,489,277	81,044,705	73,974,639	99,970,929	19.22	-31.60	-8.72	35.14	1.69	1.01	0.90	1.29
14 คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและส่วนประกอบ	85,247,322	101,615,095	109,525,147	98,426,723	22.62	19.20	7.78	-10.13	1.22	1.27	1.33	1.27
15 เครื่องใช้สื่อสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	65,961,279	231,775,889	107,750,205	96,720,850	1,809.3	251.38	-53.51	-10.24	0.94	2.90	1.31	1.25
16 เครื่องใช้ทางการแพทย์	87,969,496	119,078,808	103,197,507	96,395,023	37.20	35.36	-13.34	-6.59	1.26	1.49	1.26	1.24
17 เครื่องใช้ปรับอากาศและส่วนประกอบ	65,123,549	78,549,884	103,350,028	91,744,424	-4.37	20.62	31.57	-11.23	0.93	0.98	1.26	1.18
18 ตู้และตู้เย็น	159,224,830	168,511,552	101,198,596	81,979,636	17.70	-6.73	-31.86	-18.99	2.28	1.86	1.23	1.06
19 เครื่องใช้ไฟฟ้า	109,706,403	95,480,914	85,464,656	81,130,390	36.28	-12.97	-10.49	-5.07	1.57	1.20	1.04	1.05
20 หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ	110,607,661	94,358,972	113,195,265	69,646,869	2.01	-14.69	19.96	-38.47	1.58	1.18	1.38	0.90

ชื่อสินค้า	มูลค่า: บาท				อัตราขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2554	2555	2556	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)
รวม 20 รายการ	5,888,668.52	6,874,446.68	7,094,106.42	6,668,359,426	18.98	16.74	3.20	-6.00	84.20	86.06	86.28	85.94
อื่นๆ	1,104,791,438	1,113,172,437	1,128,184,736	1,090,705,867	29.67	0.76	1.35	-3.32	15.80	13.94	13.72	14.06
รวมทั้งสิ้น	6,993,459,960	7,987,619,122	8,222,291,164	7,759,065,293	20.55	14.22	2.94	-5.63	100.00	100.00	100.00	100.00

ภาคผนวก ข

สินค้านำเข้า 20 อันดับแรกของไทยรายประเทศลาตินอเมริกา¹⁶

¹⁶ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ชื่อสินค้า	มูลค่า: หน่วยเงิน				อัตราขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2554	2555	2556	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)
1 พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	1,839,399,197	1,981,770,908	2,139,201,452	2,139,201,452	2,155,180,706	16.05	7.74	7.94	0.75	38.81	37.61	43.80
2 สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	203,359,348	191,044,779	251,837,657	251,837,657	276,225,818	33.88	-6.06	31.82	10.48	4.29	3.63	5.16
3 สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	181,044,751	209,410,720	225,274,939	225,274,939	246,026,852	110.21	15.67	7.58	9.21	3.82	3.97	4.61
4 เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	382,831,444	356,937,516	151,155,661	151,155,661	222,887,550	3.41	-6.76	-57.65	47.46	8.08	6.77	3.10
5 เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	106,059,937	124,094,402	167,172,232	167,172,232	157,722,723	29.99	17.00	34.71	-5.65	2.24	2.36	3.42
6 สินค้าโลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	349,331,995	255,440,979	192,682,643	192,682,643	151,259,303	7.06	-26.88	-24.57	-21.50	7.37	4.85	3.95
7 ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	120,437,426	360,578,518	238,385,693	238,385,693	148,688,476	137.24	199.39	-33.89	-37.63	2.54	6.84	4.88
8 ผลิตภัณฑ์พลาสติก	103,189,863	138,468,543	115,201,490	115,201,490	135,877,588	11.41	34.19	-16.80	17.95	2.18	2.63	2.36
9 เคมีภัณฑ์	115,049,335	181,024,731	251,808,100	251,808,100	120,398,162	2,039.0	57.35	39.10	-52.19	2.43	3.44	5.16
10 เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	129,166,550	147,706,383	174,343,016	174,343,016	115,073,875	79.09	14.35	18.03	-34.00	2.73	2.80	3.57
11 เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้ในบ้าน	71,189,347	83,938,930	70,055,601	70,055,601	102,669,279	27.19	17.91	-16.54	46.55	1.50	1.59	1.43

ชื่อสินค้า	มูลค่า: บาท				อัตราขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)				
	2554	2555	2556	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2554	2555	2556 (ม.ค.-ธ.ค.)	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)
12 ปั่นหินดิบ	176,651,481	112,327,386	0	0	101,395,198	-	-36.41	-	-	3.73	2.13	-	2.16
13 ด้ายและเส้นใย	93,462,786	195,173,524	116,702,161	116,702,161	99,211,653	29.62	108.82	-40.21	-14.99	1.97	3.70	2.39	2.12
14 เครื่องปั้นดินเผา	78,318,508	84,616,090	70,041,669	70,041,669	86,824,535	47.81	8.04	-17.22	23.96	1.65	1.61	1.43	1.85
15 เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	199,807,771	50,246,423	165,126,986	165,126,986	61,664,785	82.58	-74.85	228.63	-62.66	4.22	0.95	3.38	1.32
16 แร่และแร่ไฟฟ้า	52,124,184	51,580,962	68,663,447	68,663,447	52,825,407	8.93	-1.04	33.12	-23.07	1.10	0.98	1.41	1.13
17 ผลิตภัณฑ์พลาสติก	15,726,742	28,702,386	41,782,321	41,782,321	51,121,325	15.99	82.51	45.57	22.35	0.33	0.54	0.86	1.09
18 ก๊าซธรรมชาติ	179,404,172	316,039,070	0	0	45,535,954	-	76.16	-	-	3.79	6.00	-	0.97
19 เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การแพทย์	22,159,294	25,526,362	30,742,724	30,742,724	39,472,424	74.39	15.19	20.44	28.40	0.47	0.48	0.63	0.84
20 เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	63,471,261	38,913,301	24,086,335	24,086,335	30,373,068	98.44	-38.69	-38.10	26.10	1.34	0.74	0.49	0.65
รวม 20 รายการ	4,482,185,39	4,933,541,91	4,494,263,92	4,494,263,927	4,402,434,683	39.26	10.07	-8.90	-2.04	94.58	93.64	92.03	93.94
อื่นๆ	256,855,997	335,363,382	389,351,705	389,351,705	284,140,648	14.60	30.56	16.10	-27.02	5.42	6.36	7.97	6.06
รวมทั้งสิ้น	4,739,041,388	5,268,905,296	4,883,615,632	4,883,615,632	4,686,575,332	37.65	11.18	-7.31	-4.03	100.00	100.00	100.00	100.00

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายรัช ธีระวัฒน์

ประวัติการศึกษา

- มัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเซนต์คาเบรียล
- รัฐศาสตรบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ระหว่างประเทศ
มหาวิทยาลัย International University of Japan (IUJ)
ด้วยทุนรัฐบาลญี่ปุ่น
- ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ระหว่างประเทศ
มหาวิทยาลัย Victoria กรุงเวลลิงตัน

ประวัติการทำงาน

- | | |
|-----------|---|
| พ.ศ. 2525 | เจ้าหน้าที่การทูต 3 (นายเวร ชั้น 1) กรมพิธีการทูต |
| พ.ศ. 2534 | เลขานุการตรี สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบันดาร์เสรีเบกาวัน |
| พ.ศ. 2540 | เลขานุการโท สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวลลิงตัน |
| พ.ศ. 2541 | เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวลลิงตัน |
| พ.ศ. 2547 | เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงริยาด |
| พ.ศ. 2549 | เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมาดริด |
| พ.ศ. 2553 | นักการทูต (ที่ปรึกษา) กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ |
| พ.ศ. 2557 | อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบัวโนสไอเรส |

ตำแหน่งปัจจุบัน

อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบัวโนสไอเรส
และ Head of Chancery (HOC)

รางวัลหรือทุนการศึกษา

- | | |
|----------------|---|
| พ.ศ. 2527 | ทุนศึกษาภาษาญี่ปุ่นสำหรับนักการทูต สถาบันการต่างประเทศ
กระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่น กรุงโตเกียว |
| พ.ศ. 2528-2530 | ทุนการศึกษาระดับปริญญาโท กระทรวงศึกษาธิการญี่ปุ่น |