

โอกาสไทยเจาะลุ่มน้ำโขง

"การค้าชายแดน"

ชุมทรัพย์ใกล้ตัว



ปี 2558 จะกลายเป็นปีสำคัญที่นักลงทุนทั้งไทยและเทศต้องจับตามองเป็นสำคัญ เนื่องจาก 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนกำลังจะกลายเป็นประชาคมเดียวกัน แต่ก่อนที่จะไปถึงจุดนั้นถือเป็นสิ่งท้าทายมากพอสมควรเพราะทุกการก้าวเดินร่วมกันของสมาชิกอาเซียนโดยมีสหภาพยุโรปเป็นแบบอย่างสู่การเป็นตลาดเดียวหรือซิงเกิลมาร์เก็ตของอาเซียนนั้นย่อมมีอุปสรรคอยู่มากโข

ในงานสัมมนาเชิงวิชาการ "โอกาสพัฒนาธุรกิจการค้าชายแดน" ณ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ นนทบุรี นายไพโรจน์ ปฐมวัฒน์ หัวหน้ากลุ่มการค้าชายแดนและศูนย์ข้อมูลประเทศเพื่อนบ้าน กรมการค้าต่างประเทศให้เกียรติเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้ในครั้งนี้นายไพโรจน์ กล่าวถึงยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการค้าข้ามพรมแดนกับประเทศเพื่อนบ้านว่า มีปัจจัยสำคัญอยู่ 4 ประการ ได้แก่

- 1) เรื่องโลจิสติกส์ระหว่างประเทศนิคมอุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจพิเศษบริเวณชายแดน
- 2) เรื่องการค้าการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านในอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานอย่างเข้มข้น
- 3) ด้านความร่วมมือทางการเกษตรข้ามแดนที่ผลิตในประเทศเพื่อนบ้านและนำมาแปรรูปในประเทศไทยภายใต้โครงการเกษตรพันธสัญญา
- 4) ด้านการท่องเที่ยวและบริการ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนภาคบริการในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น การทำ "ซิงเกิลวีซ่า (ACMECS Single Visa)" ที่มีกฎระเบียบระบุตั้งแต่ปี 2556 ว่านักท่องเที่ยวจากนอกภูมิภาคสามารถขอวีซ่าที่ไทยเพียงแค่ประเทศเดียวแต่สามารถเยือนประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประเทศเดียวกันได้ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

ในด้านความได้เปรียบ ไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค และยังมีแนวชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่ยาวกว่า 5,500 กิโลเมตร จึงทำให้การค้าชายแดนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงการส่งเสริมให้มีการพัฒนาโครงข่ายโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพอย่างทั่วถึงทั้งจากในประเทศไปสู่การเชื่อมโยงต่างประเทศ เช่น การจัดตั้งจุดผ่านแดนทางการค้าทั้งประเทศกว่า 90 แห่ง ซึ่งไทยถือว่ามียุทธศาสตร์มากที่สุดในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

หากสินค้าไทยในตลาดเพื่อนบ้านแล้ว นายไพโรจน์ระบุชัดว่า สินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคจากประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งยังจัดว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีความทันสมัย เพราะผู้ผลิตในไทยมีการแข่งขันสูง และสื่อวัฒนธรรมของไทยยังเข้าไปเผยแพร่อย่างกว้างขวางในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ละครไทยและเพลงไทยโดยในปัจจุบันคุณภาพและราคาสินค้าไทยสอดคล้องกับกำลังซื้อในประเทศเพื่อนบ้านที่มากขึ้น



ดังนั้น ประเทศเพื่อนบ้านไทย ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม หรือที่เรียกว่า CLMV มีความคุ้นเคยสินค้าไทยมาช้านานตั้งแต่ประเทศเหล่านั้นยังมีนโยบายปิดประเทศ โดยผ่านการรับรู้จากการเข้ามาทำงานในประเทศไทยหรือการรับชมสื่อโฆษณาที่มาจากไทย ทั้งนี้ มูลค่าการส่งออกสินค้าจากไทยไปลาวที่สูงขึ้นทุกปี อาทิ ในปี 2553 อยู่ที่ 64,118 ล้านบาท และในปี 2556 อยู่ที่ 108,605 ล้านบาท หรือการส่งออกไปเมียนมาร์ ในปี 2553 อยู่ที่ 50,854 ล้านบาท ส่วนปี 2556 อยู่ที่ 79,452 ล้านบาท จึงสะท้อนภาพความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเพื่อนบ้านได้เป็นอย่างดี



การค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ ประกอบด้วย เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย โดยเมื่อปี 2556 มีมูลค่าการค้ารวม 924,242 ล้านบาท และมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 560,197 ล้านบาท ส่วนมูลค่าการนำเข้าที่ 364,045 ล้านบาท โดยไทยได้ดุลการค้าอยู่ที่ 196,152 ล้านบาท "ในระยะเวลาที่ผ่านมา ไทยมีมูลค่าการค้ากับลาวมากถึง 70% รองลงมาคือกัมพูชา 40% และเมียนมาร์ 38%" นายไพโรจน์กล่าวเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตาม แม้ไทยจะได้รับการยอมรับจากเพื่อนบ้านชายแดนว่าเป็นศูนย์กลางแห่งภูมิภาค แต่อุปสรรคทางการค้าที่ไทยควรตระหนักคงไม่พ้นเรื่องการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากการเปิดประเทศเป็นเขตการค้าเสรี เรื่อง "กำแพงภาษีที่เป็น 0%" แต่ความสามารถในการแข่งขันที่ต้องวัดกันตัวต่อตัว น่าจะเป็นปัญหาใหญ่ที่ผู้ประกอบการไทยต้องเร่งศึกษาและพัฒนาอย่างจริงจัง



เอกสารประกอบการประชุมหัวหน้าส่วนราชการ ประจำเดือน พฤษภาคม 2557