



กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
กระทรวงการต่างประเทศ

ฉบับที่ 11 • มกราคม - มีนาคม 2563

INTER ECON Newsletter

COVID-19 DISRUPTION
พร้อมรับความเปลี่ยนแปลง
ด้วยข้อมูลเศรษฐกิจรอบด้าน



ไทยกับความท้าทาย
ในการเป็นเจ้าภาพ
เอเปค ปี 2565

โอกาสใหม่
เพื่อการเติบโต
ของธุรกิจไทย
ในต่างแดน



globthailand.com



กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นหน่วยประสานงานหลักของกระทรวงการต่างประเทศและรัฐบาลในการดำเนินความสัมพันธ์และความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับรัฐบาลต่างประเทศและองค์การระหว่างประเทศ ทางด้านเศรษฐกิจ โดยมีภารกิจหลักในการประสานข้อมูล ติดตามพัฒนาการ และให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการดำเนินความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อส่งเสริมและรักษาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนไทย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ จึงมีภารกิจในการติดตาม ศึกษา ประมวล วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการ และแนวโน้มทางเศรษฐกิจ การค้า การเงิน/การคลังของโลก ตลอดจนรวบรวม เผยแพร่ข้อมูลทางเศรษฐกิจและโอกาสทางการค้า การลงทุนในต่างประเทศ ให้แก่ภาคเอกชนไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้ภาคธุรกิจไทยได้รับทราบข้อมูลที่ทันสมัยและสามารถปรับตัวให้เท่าทันพัฒนาการทางเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

ติดตามข้อมูลข่าวสารของกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้ทาง www.mfa.go.th/business และข้อมูลโอกาสทางธุรกิจ ในต่างประเทศทางเว็บไซต์ www.globthailand.com





สวัสดีผู้อ่านวารสาร InterEcon Newsletter ทุกท่านครับ กลับมาพบกับวารสาร InterEcon Newsletter อีกครั้ง ซึ่งมีเนื้อหาสาระด้านข้อมูลความรู้ และผลการดำเนินการกิจของกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ภายใต้นโยบาย ‘การทูตเชิงเศรษฐกิจ’ ของกระทรวงการต่างประเทศและรัฐบาลไทย เพื่อ ‘เตรียมความพร้อม’ และช่วยให้เศรษฐกิจไทยสามารถ ‘ปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย’ และพร้อมเผชิญหน้ากับกระแสของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ส่งผลให้สถานะทางเศรษฐกิจเกิดความผันผวน เช่นเดียวกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้สร้างผลกระทบเชิงลบทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมไปทั่วโลก แม้กระทั่งเลขาธิการสหประชาชาติได้ออกมายอมรับว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 คือ วิกฤตความท้าทายครั้งใหญ่ที่ย่ำแย่ที่สุดนับตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 หากนานาประเทศไร้ซึ่งมาตรการรับมือที่มีประสิทธิภาพ กอปรกับขาดความร่วมมือและความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อาจทำให้การแพร่ระบาดทวีความรุนแรงมากขึ้น และเป็นเหตุให้ประชากรโลกต้องประสบกับความไม่มั่นคงและความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งในสถานะที่ต่างต้องเอาตัวรอด

เพราะฉะนั้น วิกฤต COVID-19 ก็เปรียบเสมือนบททดสอบครั้งสำคัญที่รัฐบาลแต่ละประเทศต้องปรับตัวเป็นโล่เหล็กกำบังป้องกันไม่ให้ประเทศของตนมียอดผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเพิ่มขึ้น ด้วยมาตรการบรรเทาความรุนแรงของการแพร่ระบาด ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบ ให้ความช่วยเหลือ รวมทั้งการสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนสามารถดำเนินชีวิตต่อไปได้อย่างปลอดภัย บนความหวังว่าโลกจะสามารถผลิตวัคซีนป้องกันและรักษาโรคที่เกิดจากไวรัส COVID-19 ขึ้นมาได้ ภายในระยะเวลา 1 - 2 ปีนี้ อย่างไรก็ตาม ในระหว่างที่มนุษยชาติกำลังรอคอยความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นในไม่ช้า สิ่งหนึ่งที่จะช่วยเยียวยาและสร้างภูมิคุ้มกันได้ดีไม่น้อยไปกว่าวัคซีน คือ ‘การมีความรู้และความเข้าใจ’ ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติเช่นนี้ โดยการติดตามข้อมูลหรือข่าวสารต่าง ๆ ที่มีประโยชน์และสามารถนำไปต่อยอดให้กลายเป็นโอกาสและหนทางสำหรับการก้าวผ่านวิกฤตดังกล่าวไปได้

ผมเชื่อว่าทุกท่านและหน่วยงานทุกภาคส่วนได้เรียนรู้และรับทราบบทเรียนที่นานาประเทศ รวมถึงประเทศไทย ต้องพยายามหาแนวทางที่จะรับมือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในรูปแบบ ‘ความไม่ปกติที่อยู่เหนือความคาดเดา’ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศเองได้ติดตามสถานการณ์และประมวลข้อมูลมาตรการที่เกี่ยวข้องจากทั่วโลก เพื่อสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนใช้ประกอบการพิจารณาดำเนินงาน ขับเคลื่อนประเทศไทยในช่วงการแพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาด และพร้อมรองรับความไม่ปกติที่เกิดขึ้นจนกลายเป็นความปกติใหม่ (‘the New Normal’) ที่ต้องใส่ใจและปรับตัวให้เข้ากับสภาวะดังกล่าวมากขึ้น

เมื่อสถานการณ์ผลักดันให้ทุกคนต้องปรับตัว กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศจึงปรับและพัฒนาวารสาร InterEcon Newsletter ให้มีเนื้อหาเชิงวิชาการด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่สอดแทรกการวิเคราะห์เศรษฐกิจไทยจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกมากขึ้น เพื่อต้องการแสดงให้เห็นว่าไทยและต่างประเทศมีความเชื่อมโยงกันทางด้านเศรษฐกิจ เช่น บทความเรียงไทยกับความท้าทายในการเป็นเจ้าภาพเอเปค ปี 2565 ซึ่งได้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มของไทยในฐานะหัวเรือใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในการผลักดันและส่งเสริมให้กลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีความแข็งแกร่ง อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ทำให้ไทยสามารถแสวงหาความร่วมมือจากนานาชาติเพื่อสร้างจุดยืนที่แข็งแกร่งบนเวทีโลก นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นก็จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านในการใช้เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญเพื่อบริหารความเสี่ยง และสามารถนำไปต่อยอดการดำเนินงานหรือธุรกิจในอนาคต

ทั้งนี้ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้อ่านจะได้รับทราบการดำเนินงานของกระทรวงการต่างประเทศในแง่มุมเศรษฐกิจ ได้รับประโยชน์จากบทความที่ได้รับรวบรวมสาระและข้อมูลจากสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยทั่วโลก อีกทั้ง ในช่วงที่ยังมีการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 อยู่ นั้น ผมขอฝากความห่วงใยให้ทุกท่านมี ‘ชีวิตวิถีใหม่ ใส่หน้ากาก ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก’ นะครับ

หากท่านมีข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมขอความกรุณาส่งมาได้ที่ info@globthailand.com เพื่อที่เราจะได้ปรับปรุงคุณภาพและสาระของ InterEcon Newsletter ให้มีเนื้อหาตรงกับความต้องการของท่านผู้อ่านได้ดียิ่งขึ้น



นายเชิดชาย ไข้ววิทย์
อธิบดีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ



EVENTS

6 การประชุม เพื่อความร่วมมือ แห่งภูมิภาค

การประชุมแม่โจ้ - ล้านช้าง ครั้งที่ 5 และการประชุม รัฐมนตรีต่างประเทศ อาเซียน - จีน สมัยพิเศษ

8 เปิดศักยภาพ แอฟริกาใต้ ตลาดใหม่ฮาลาล

กระทรวงการต่างประเทศ หารือตลาดฮาลาลใหม่ นำผู้ประกอบการ ร่วมงานแสดงสินค้า Hostex 2020

BUSINESS TIPS

10 ติดตามสถานการณ์ การจัดงานแสดงสินค้า สำคัญในกวางตุ้ง

การระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้การจัดงานแสดง สินค้าที่สำคัญเปลี่ยนแปลงไป

12 เวียดนามเก็บอาการ ตอบโต้ผลิตภัณฑ์ พลาสติกไทย

ผลกระทบจากมาตรการ ส่งเสริมภาคการผลิต ภายในเวียดนามต่อการ ส่งออกพลาสติกไทย

14 เรียนรู้ ปรับตัว เพื่ออยู่รอด ของ SMEs ไทย ในความผันผวนโลก

แนวทางที่ SMEs ทำได้ ในสภาวะที่กระทบต่อการ ดำเนินชีวิตประจำวัน ของคนทั้งโลก

18 ส่งเสริมธุรกิจ ผู้หญิงเพื่อผู้หญิง ในสเปน

ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการไทย สำหรับธุรกิจที่มุ่งเน้น ผู้บริโภคผู้หญิงโดยเฉพาะ



UPDATE

21 GFIA 2020

งานนิทรรศการเทคโนโลยี
เกษตรกรรม และนวัตกรรม
ความมั่นคงด้านอาหาร
จากทั่วโลกที่ดูไบ

COVER STORY

22 กรมเศรษฐกิจฯ สนับสนุนข้อมูล ผลกระทบทางเศรษฐกิจ จับเคลื่อนนโยบาย ในช่วง COVID-19 DISRUPTION

มาตรการทางเศรษฐกิจ
ของไทย เพื่อรับมือกับ
ผลกระทบของ COVID-19



EXTRA KNOWLEDGE

26 ภารกิจนำครัวไทย สู่ครัวโลก

ชูจุดแข็งเกษตรกรรมไทย
แหล่งผลิตวัตถุดิบ
และอุตสาหกรรมอาหาร
มาตรฐานสากล

28 ไทยกับความท้าทาย ในการเป็นเจ้าภาพ เอเปค ปี 2565

การประชุมความร่วมมือ
เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุน
ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก

EXCLUSIVE

32 MFA CEO FORUM WITH WHA GROUP

งานปาฐกถาพิเศษกับ
คุณจรีพร จาตุกรมสุกุล
ผู้บริหารกลุ่มบริษัทดับบลิว
เอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
(มหาชน)

PROMOTE

38 GLOBTHAILAND

รู้จักโอกาสทางธุรกิจ
ในต่างแดน รู้จักเว็บไซต์
globthailand.com



22



กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOTHAILAND.COM

การประชุม เพื่อความร่วมมือ แห่งภูมิภาค

การประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศ
กรอบความร่วมมือแม่โขง - ล้านช้าง
ครั้งที่ 5 และการประชุมรัฐมนตรี
ต่างประเทศอาเซียน - จีน สมัยพิเศษ
ว่าด้วยโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัส
สายพันธุ์ใหม่

นายดอน ปรมดีภวินัย รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงการต่างประเทศเดินทางเยือน
เวียงจันทน์ สปป.ลาว ระหว่างวันที่
19 - 20 กุมภาพันธ์ 2563 เพื่อเข้าร่วมการประชุม
รัฐมนตรีต่างประเทศกรอบความร่วมมือแม่โขง -
ล้านช้าง ครั้งที่ 5 และการประชุมรัฐมนตรี
ต่างประเทศอาเซียน - จีน สมัยพิเศษว่าด้วยโรคติดเชื้อ
โคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่

การประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศกรอบความร่วมมือ
แม่โขง - ล้านช้าง ครั้งที่ 5 ซึ่งมีรัฐมนตรีต่างประเทศ



ของประเทศสมาชิกทั้ง 6 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม ไทย และจีนเข้าร่วม ได้ทบทวนการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ 5 ปี แม่โขง - ล้านช้าง ค.ศ. 2018 - 2022 ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา (Progress Report) รับฟังแนวทางการดำเนินนโยบายต่อกรอบความร่วมมือดังกล่าวจากรัฐมนตรีต่างประเทศของประเทศสมาชิก รวมทั้งเตรียมการจัดการประชุมผู้นำกรอบความร่วมมือแม่โขง - ล้านช้าง ครั้งที่ 3

ซึ่งจัดขึ้นที่เวียงจันทน์ สปป.ลาว ระหว่างวันที่ 25 - 26 มีนาคม 2563 ในโอกาสที่ประชุมพิจารณารับรองเอกสารผลลัพธ์ 1 ฉบับ ได้แก่ แถลงการณ์ต่อสื่อมวลชนของการประชุมรัฐมนตรีกระทรวงการต่างประเทศกรอบความร่วมมือแม่โขง - ล้านช้าง ครั้งที่ 5 (Joint Press Communiqué of the 5th MLC Foreign Ministers' Meeting)

ในโอกาสการเยือนเวียงจันทน์ครั้งนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศยังได้

เข้าร่วมการประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียน - จีน สมัยพิเศษ ว่าด้วยโรคติดเชื้อโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและมาตรการเกี่ยวกับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ตลอดจนแสวงหาแนวทางความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับจีน เพื่อรับมือและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าว โดยไทยจะมีบทบาทให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาดในไทยและมาตรการการควบคุมการระบาดของไทยด้วย



เปิดศักยภาพ ‘แอฟริกาใต้’ ตลาดใหม่ฮาลาล

กระทรวงการต่างประเทศหาตลาดฮาลาลใหม่ นำผู้ประกอบการร่วมงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในงาน Hostex 2020 ณ นครโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้

นายเชิดชาย ไข่ไววิทย์ อธิบดีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงพริทอเรีย พบหารือหน่วยงานในเคปทาวน์เพื่อแสวงหาช่องทางโอกาสฮาลาลไทยในแอฟริกา รวมทั้งนำผู้ประกอบการฮาลาลของไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Hostex - Africa's food, drink and hospitality trade expo หรือที่เรียกว่า Hostex 2020 ณ นครโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ ระหว่างวันที่ 1 - 3 มีนาคม 2563

โครงการนี้มุ่งหาตลาดฮาลาลใหม่เพื่อส่งเสริมการค้าและ

ประชาสัมพันธ์ศักยภาพของอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย และแสวงหาโอกาสการค้า - การลงทุนในตลาดประเทศแอฟริกาใต้ โดยได้จัดกิจกรรมอาหาร การแสดงสินค้าของผู้ประกอบการไทยที่ได้รับตรารับรองมาตรฐานฮาลาลด้านอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าในธุรกิจบริการในคูหาประเทศไทย การเจรจาทางธุรกิจกับบริษัทผู้นำเข้าสินค้า และการสำรวจคู่แข่งในตลาดประเทศแอฟริกาใต้ ตลอดจนจัดงานสัมมนาเรื่องโอกาสและข้อจำกัดทางการค้าในประเทศแอฟริกาใต้ โดยมีเรือโทโกเมศ กมลนาวิน เอกอัครราชทูต ณ กรุงพริทอเรีย บรรยาย





ร่วมกับผู้แทนจากสำนักงานการค้าต่างประเทศประจำกรุงพริทอเรีย และ เจ้าของธุรกิจไทยในประเทศแอฟริกาใต้ เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจและ แลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วม โครงการ ได้แก่ บริษัท จันทบุรี ฟรุ๊ต โปรดักส์ จำกัด บริษัท ฟุตเบลสซิง (1988) จำกัด บริษัท โทม พอตเทอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ไอเอ็มจี คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด บริษัท อาร์ เอส ฟุตส์เทค (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไทยโคโคไนท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ยูเนียน อินต้า จำกัด

อธิบดีเขตชายฯ ยังได้พบหารือกับหอการค้าแห่งรัฐเวสต์แคป (Wescap Chamber of Commerce) สำนักงานส่งเสริมการทอ่งเที่ยว การค้าและการลงทุนแห่งเวสต์แคป (WESGRO) และสมาคมฮาลาล แห่งแอฟริกาใต้ (SANHA) เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ให้ใกล้ชิดมากขึ้น เตรียมพร้อมการเปิดตลาดสู่แอฟริกาใต้ ทั้งนี้ การเปิดการค้าเสรี ในภูมิภาคแอฟริกา AfCFTA จะช่วยให้ตลาดแอฟริกาเปิดกว้างขึ้นอีกมาก

ประเทศแอฟริกาใต้มีประชากรเกือบ 60 ล้านคน เป็นชาวมุสลิม ประมาณ 1 ล้านคน ธุรกิจกว่าร้อยละ 45 ของแอฟริกาใต้ใช้ฮาลาล เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดมาตรฐานอาหารปลอดภัย โดยผ่านท่าเรือ สำคัญ 3 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือเดอร์บัน ท่าเรือเคปทาวน์ และท่าเรือเอลิซาเบธ

โดยประเทศแอฟริกาใต้ยังเป็นเส้นทางสำคัญในการส่งออกสินค้าไปยัง ประเทศที่มีชาวมุสลิมจำนวนมากในภูมิภาคแอฟริกาเหนือด้วย

“เศรษฐกิจโลกที่ยังมีแนวโน้มชะลอตัวจากผลกระทบสงครามการค้า และการแพร่ระบาดของไวรัสอุบัติใหม่ ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทย ต้องขยายตลาดให้กว้างไกลขึ้นและแสวงหาโอกาสใหม่ ดังนั้น การนำ ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมโครงการครั้งนี้จะช่วยให้เรียนรู้สภาพตลาด ประเทศแอฟริกาใต้ในหลายระดับ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ ความสนใจ ในสินค้าอาหารไทย ข้อควรรู้ และข้อควรระวังในการทำธุรกิจในตลาด ประเทศแอฟริกาใต้ เพื่อพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับ ความต้องการตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ ภาคเอกชนไทยในต่างประเทศ โดยสินค้าไทยยังมีโอกาสในแอฟริกาใต้ อีกมาก” นายเขตชายฯ กล่าว

กระทรวงการต่างประเทศมุ่งดำเนินการตามยุทธศาสตร์การทูต เชิงเศรษฐกิจ (Economic Diplomacy) โดยร่วมบูรณาการการทำงาน ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเสริมสร้างมาตรฐาน ศักยภาพและ ขีดความสามารถของไทย เพื่อยกระดับสถานะของไทยและช่วยให้ ประเทศไทยสามารถแข่งขันในเวทีโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



ติดตาม สถานการณ์ การจัดงาน แสดงสินค้า ที่สำคัญใน มณฑลกว่างตุง

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้การจัดงานแสดงสินค้าที่สำคัญเปลี่ยนแปลงไป

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้การจัดงานแสดงสินค้าที่สำคัญในมณฑลกว่างตุงมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดจัดงาน โดยงาน China International SMEs Fair (CISMEF) ครั้งที่ 17 สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการจัดงาน CISMEF แจ้งถึงผู้จัดงานต่างประเทศว่า คณะกรรมการจัดงาน CISMEF ตัดสินใจเลื่อนการจัดงานเป็นช่วงครึ่งหลังของปี 2563 และจะแจ้งกำหนดการที่แน่นอนให้ทราบอีกครั้ง

นายเหอ จั่วเสียน (He Zuoxian) ผู้อำนวยการสำนักงานการจัดงาน CISMEF แจ้งว่า สำนักงานการจัดงาน CISMEF อยู่ระหว่างการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมจัดงานในช่วงกลางเดือนถึงปลายเดือนกันยายน 2563 แต่ยังคงไม่สามารถแจ้งวันที่แน่นอนได้ เนื่องจากยังไม่ได้รับการยืนยันจากศูนย์จัดงานแสดงสินค้า ซึ่งต้องจัดทำกำหนดการจัดงานใหม่ เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ยังไม่แน่นอน อย่างไรก็ตาม ผู้อำนวยการสำนักงานการจัดงานเชื่อมั่นว่าจะสามารถจัดงานได้ในเดือนกันยายน 2563 นอกจากนี้ ผู้อำนวยการสำนักงานการจัดงาน CISMEF แจ้งด้วยว่า ผู้จัดงานจะใช้เทคโนโลยีอำนวยความสะดวก การเจรจาธุรกิจทางออนไลน์ และจะยังคงมีการจัดบูธแสดงสินค้าด้วย



จัดพีช่วงครั้งแรกของปี 2562 มณฑลกว่างตุงครองอันดับหนึ่งในจีน โดยมีจัดพีช่วงสูงสุดถึง 5.05 ล้านล้านหยวน



สแกนเพื่ออ่านเพิ่มเติม





“ ผู้จัดงานคาดว่า
การจัดงานจะมีขนาด
เล็กลงและหวังว่างาน
CISMEF จะสามารถ
เป็นแพลตฟอร์มให้กับ
ผู้ประกอบการ SMEs
ทั้งในและต่างประเทศ
ในช่วงฟื้นฟูเศรษฐกิจ
ภายหลังสถานการณ์
COVID-19 ได้ด้วย ”

งานแสดงสินค้า Guangdong 21st Century
Maritime Silk Road International Expo
เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2563 นางลู หมินอี (Lu Minyi)
หัวหน้าแผนกการลงทุนต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
เมืองฝอซาน แจ้งว่างานดังกล่าวมีกำหนดจัดขึ้นระหว่าง
วันที่ 24 - 26 กันยายน 2563 และจะยังคงมีการจัดบูธ
แสดงสินค้าด้วย

ทั้งนี้ สำหรับงานแสดงสินค้า China Import and
Export Fair (Canton Fair) ครั้งที่ 127 เมื่อวันที่
7 เมษายน 2563 คณะรัฐมนตรีของจีนมีมติให้จัดงาน
ในช่วงกลางเดือนถึงปลายเดือนมิถุนายน 2563
ทางออนไลน์ ซึ่งต่อมา เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2563
กระทรวงพาณิชย์ของจีนประกาศว่าจะจัดงาน Canton
Fair ระหว่างวันที่ 15 - 24 มิถุนายน 2563 ทางออนไลน์
โดยผู้จัดจะร่วมมือกับบริษัท Tencent ในการจัดทำ
แพลตฟอร์มการถ่ายทอดสดเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า
และเจรจาธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมง

BUSINESS TIPS

โดย ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
กระทรวงการต่างประเทศ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

รู้จักก่อนรุก

เวียดนามเรียกเก็บอากร ตอบโต้การก่อกวนตลาดชั่วคราว สำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกไทย

ผลกระทบจากมาตรการส่งเสริมภาคการผลิต ภายในเวียดนามต่อการส่งออกพลาสติกไทย

W ลาสติกถือเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมสำคัญสำหรับภาคการส่งออกของประเทศไทย ซึ่งปี 2563 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้ตั้งเป้าหมายการส่งออกสินค้า/ผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยไปยังต่างประเทศมูลค่า 4,280.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวร้อยละ 2 โดยมีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ จีน เวียดนาม และฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม เป้าหมายดังกล่าวอาจได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง อันมีเหตุมาจากการระบาดของไวรัส COVID-19 ที่กระทบต่อประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของไทย รวมถึงนโยบายทางการค้าของประเทศเหล่านั้น โดยเฉพาะประเทศเวียดนามซึ่งได้ออกนโยบายหรือมาตรการในการส่งเสริมและพัฒนาภาคการผลิตภายในประเทศมากขึ้น เพื่อลดการนำเข้าและการก่อกวนตลาดจากต่างประเทศ รวมถึงประเทศไทย

เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2563 รัฐบาลเวียดนามโดยกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า ได้ออกคำสั่งเรียกเก็บอากรตอบโต้การก่อกวนตลาดชั่วคราวสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโพลีเมอร์ (polymer) และโพรพิลีน (propylene) ที่นำเข้ามาจากจีน มาเลเซีย และไทย เพื่อใช้เป็นมาตรการปกป้องทางการค้าในประเทศของเวียดนาม ซึ่งคำสั่งดังกล่าวมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2563 นอกจากนี้ ยังมีผลบังคับใช้ย้อนหลังสำหรับสินค้าที่นำเข้าภายใน 90 วันก่อนการเรียกเก็บอากรตอบโต้การก่อกวนตลาดชั่วคราว หากสินค้านั้นถูกระบุว่ามีการก่อกวนตลาด

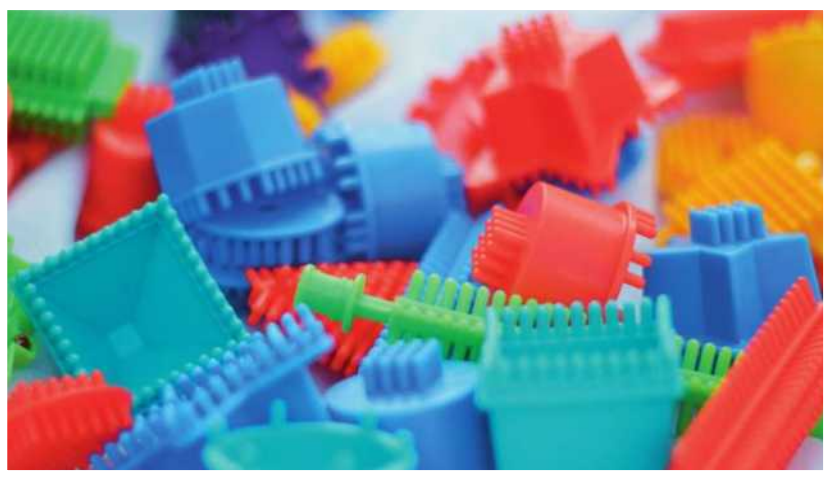
สาระสำคัญของคำสั่งฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ที่บริษัทหรือผู้ผลิตจากประเทศผู้ส่งออกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์พลาสติกมายังเวียดนามควรรับทราบและทำความเข้าใจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สินค้าที่ถูกเรียกเก็บอากรตอบโต้การก่อกวนตลาด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์พลาสติกบางชนิดและผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ทำจากโพลีเมอร์ และจากโพรพิลีน ซึ่งมีความหนาตั้งแต่ 10 – 80 ไมครอน มีความกว้างตั้งแต่ 115 – 780 มิลลิเมตร และถูกจัดประเภทตามรหัส HS (Harmonized System) หรือพิกัดศุลกากร ซึ่งเป็นระบบการจำแนกประเภท



และระบุชนิดสินค้าด้วยรหัสตัวเลขที่มีอัตราอากรนำเข้าปัจจุบันเป็น 3920.20.10 และ 3920.20.91 อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ได้รับการยกเว้นในการใช้มาตรการนี้ คือ พลาสติก Cast Polypropylene (CPP) หรือพลาสติกที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราภาษีตามแนวนอน ตั้งแต่ร้อยละ 400 ขึ้นไป และอัตราภาษีตามแนวตั้ง ตั้งแต่ร้อยละ 38 ขึ้นไป

2. ประเทศผู้ผลิต/ส่งออกสินค้าที่ถูกเรียกเก็บอากร สินค้าที่ทางรัฐบาลเวียดนามเรียกเก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาดชั่วคราวนั้น เป็นสินค้าที่มาจากบริษัทที่ทำการผลิต ส่งออก รวมไปถึงบริษัทการค้าที่เกี่ยวข้องจาก 3 ประเทศ ได้แก่ จีน ถูกเรียกเก็บอากรอัตราต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 14.99 สูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 43.04 มาเลเซีย ถูกเรียกเก็บด้วยอัตราต่ำสุดร้อยละ 10.91 สูงสุดร้อยละ 23.05 ในขณะที่ไทยถูกเรียกเก็บในอัตราร้อยละ 20.35



3. เอกสารสำคัญที่ใช้ในการตรวจสอบสินค้า การกำหนดอัตราอากรตอบโต้การทุ่มตลาดชั่วคราวขึ้นอยู่กับขั้นตอนการตรวจสอบเอกสารของผลิตภัณฑ์พลาสติกที่นำเข้ามาเวียดนาม ได้แก่ 1. การตรวจสอบใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (C/O) 2. การตรวจสอบต้นฉบับใบรับรองคุณภาพของบริษัทผู้ผลิต (test certificate) หรือเอกสารอื่น ๆ ที่เทียบเท่าเพื่อใช้ในการพิสูจน์ชื่อผู้ผลิต โดยเอกสารข้างต้นจะมีชื่อเรียกว่าใบรับรองบริษัทผู้ผลิต และ 3. การตรวจสอบชื่อบริษัทส่งออกตามใบสำคัญรับเงินตามลำดับ ซึ่งจะดำเนินการตามพิธีการศุลกากร

การดำเนินการเรียกเก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาดชั่วคราวสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกดังกล่าว นอกจากจะช่วยเวียดนามปกป้องอุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศแล้ว ยังมุ่งส่งเสริมให้ตลาดพลาสติกเวียดนามมีศักยภาพมากขึ้นในฐานะผู้ผลิตและส่งออกพลาสติกชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อ้างอิงจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี หรือ CAGR (Compound annual growth rate) อยู่ร้อยละ 6.5 ในช่วงระยะเวลาคาดการณ์ปี 2562 – 2567 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของกำลังการผลิตปลายน้ำและความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากอุตสาหกรรมผู้ใช้ปลายทางที่หลากหลายมากขึ้น

ผู้ประกอบการและผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก รวมไปถึงบริษัทการค้าที่เกี่ยวข้องของไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องติดตามความคืบหน้าเกี่ยวกับการประกาศคำสั่งและการดำเนินการเรียกเก็บอากรตอบโต้ฉบับนี้ของทางการเวียดนาม เพื่อประเมินผลกระทบที่จะมีต่อธุรกิจ และแสวงหาแนวทางลดผลกระทบโดยไม่ขัดต่อกฎ/ระเบียบของทางการเวียดนามต่อไป



สแกนเพื่ออ่านเพิ่มเติม

BUSINESS TIPS

โดย ศูนย์วิจัยสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
กระทรวงการต่างประเทศ





เรียนรู้ ปรับตัว เพื่ออยู่รอด ของ SMEs ไทย ในความผันผวนโลก

แนวทางที่ธุรกิจ SMEs ทำได้ในสภาวะที่กระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั้งโลก

กาวยุคที่โลกกำลังเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ COVID-19 และเศรษฐกิจโลกที่ถดถอยราคาน้ำมันผันผวน และผลพวงจากความขัดแย้งที่เกิดจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ – จีน ส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายที่ถาโถมเข้ามาให้ต้อง **เรียนรู้ ปรับตัว เพื่ออยู่รอด** ในบทความนี้จะกล่าวถึงแนวทางที่ธุรกิจไทย โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ทำได้ในสภาวะที่กระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั้งโลก และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินธุรกิจผ่านมุมมองด้านเศรษฐกิจการเมืองระหว่างประเทศ

What's going on?

เมื่อมีการกล่าวถึงสภาวะปัจจุบันที่โลกกำลังเผชิญ ทั้งการจัดการกับปัญหาการแพร่ระบาดของ COVID-19 การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) มาตรการสุขอนามัยส่วนบุคคลที่เข้มงวดขึ้นว่าเป็น The New Normal (ผู้เขียนขอแปลว่า ‘วิถีชีวิตแบบใหม่’ ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนและไม่มีใครหลีกเลี่ยงได้) ที่ทุกภาคส่วนต้องยอมรับความเปลี่ยนแปลง เช่นเดียวกับ

ภาคธุรกิจที่จะต้องดำเนินไปในภาวะ The New Normal นี้ จนกว่าจะมีสถานการณ์ใหม่เข้ามาแทนที่เป็น Another New Normal ให้ต้องปรับตัวกันต่อไป

จึงกลายเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า ‘ธุรกิจ SMEs ไทยควรจะทำอะไรอย่างไร และมีแนวโน้มไปในทิศทางใด’ ในเมื่อสถานการณ์โลกไม่เคยหยุดนิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ สถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างประเทศ หรือวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ซึ่งสามารถกระจายตัวเป็นวงกว้างและส่งผลกระทบต่อทั่วโลกในยุคโลกาภิวัตน์ จนกลายเป็นความท้าทายใหม่ๆ ที่เข้ามาท้าทายให้ภาคธุรกิจต้องปรับตัวอยู่เรื่อย ๆ

What to do?

ด้วยเหตุนี้ การปรับตัวของธุรกิจ SMEs ไทย ควรเริ่มต้นจากการหมั่นศึกษาข้อมูล ติดตามสถานะเศรษฐกิจ ความต้องการสินค้าและบริการในตลาดเป้าหมาย เพราะเมื่อรับรู้และเข้าใจสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมที่เป็นปัจจุบันแล้ว SMEs ทั้งหลายก็จะสามารถเข้าใจผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อธุรกิจของตน

นอกจากนี้ ความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจนั้น นวัตกรรมใหม่ ๆ จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ในการวางแผนธุรกิจ การทำการตลาดที่สอดคล้อง กับสถานการณ์ และเพิ่มโอกาสและศักยภาพ ในการแข่งขันในภาคธุรกิจมากขึ้นอีกด้วย

นอกจากจะศึกษาข้อมูลเศรษฐกิจและ พัฒนาการใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์แล้ว SMEs ไทย ควรเตรียมปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลง เหล่านี้ โดยคำนึงถึงผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่อาจจะ เกิดขึ้นต่อธุรกิจของตนและใช้เวลาในช่วงที่ เศรษฐกิจกำลังชะลอตัวเพื่อหาทางออกในสภาวะ วิกฤตโลก ทบทวนการดำเนินธุรกิจในภาพรวม จัดลำดับความสำคัญทางธุรกิจใหม่ (refocus priority) ปรับปรุงจุดอ่อน เสริมสร้างจุดแข็ง โดยการปรับตัวนี้ อาจพิจารณาในส่วนของสินค้า และบริการของธุรกิจ ตั้งแต่วัตถุดิบ การผลิต การกระจายสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย ไปจนถึงการเตรียมตัวให้พร้อมที่จะดำเนินธุรกิจ ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน กล่าวคือ

1. ปรับปรุง พัฒนาสินค้าและบริการของตน อยู่เสมอ เช่น ในสถานการณ์การแพร่ระบาด สินค้า ที่เป็นที่ต้องการในตลาด ได้แก่ สินค้าอุปโภค บริโภค เวชภัณฑ์ และสินค้าเพื่อสุขภาพ ไปจนถึง การให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ช่วย อำนวยความสะดวกการปฏิบัติตามมาตรการ ทางสาธารณสุข และการเว้นระยะห่างทางสังคม ผู้ประกอบการ SMEs ไทยจึงควรปรับปรุงสินค้า และบริการของตนให้สอดคล้องกับความต้องการ และสถานการณ์ปัจจุบัน

2. มีความรวดเร็วในการตอบสนองทางธุรกิจ มีรายละเอียดสินค้าที่ครบถ้วน มีข้อมูลนำเสนอ บริษัทและธุรกิจ (company profile) ที่ชัดเจน พร้อมรายละเอียดติดต่อที่เข้าถึงได้

Where is the market?

เพื่อให้ ‘อยู่ และ รอด’ ในสถานการณ์ท้าทาย ธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีสายป่านยาวควรตั้งรับ ความเปลี่ยนแปลงอย่างฉลาดและเฉลียว กล่าวคือ ดำเนินธุรกิจอย่างฉลาดด้วยการรักษาตลาดเดิม ผ่านช่องทางการขายที่หลากหลายให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ ดังเช่น การเกิดขึ้นของตลาดออนไลน์ หรือ marketplace เป็นปรากฏการณ์ในการปรับตัว ให้อยู่รอดของธุรกิจอย่างหนึ่ง ที่ผู้ขายเสนอขาย

สินค้าและบริการให้ผู้ซื้อในตลาดที่อยู่บน แพลตฟอร์มออนไลน์ อย่าง Facebook Groups เช่น จุฬาฯ มาร์เก็ตเพลส และ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์และการฝากร้าน เป็นต้น ถึงแม้ว่า การค้าขายหรือเจรจาธุรกิจที่เกิดขึ้นอาจจะจำกัด อยู่ในแวดวงศิษย์เก่าหรือเครือข่ายในประเทศ แต่นับเป็นตัวอย่างของการโฆษณาสินค้าและ บริการ และการทำการตลาดผ่านช่องทางการขาย ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

นอกจากรักษาตลาดเดิมแล้ว SMEs ไทย ก็ควรมองหาตลาดใหม่มารองรับสินค้าและบริการ ด้วย โดยภูมิภาคที่เป็นตลาดที่น่าสนใจที่จะกล่าวถึง ในบทความนี้ ได้แก่ ภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกา และยุโรปตะวันออก โดยสาขาธุรกิจ ที่น่าสนใจและน่าจะเป็นโอกาสของธุรกิจไทย ในต่างประเทศมีหลากหลาย เช่น อุตสาหกรรม ชิ้นส่วนยานยนต์และอากาศยาน (แอฟริกาใต้)



อุตสาหกรรมชิ้นส่วน ยานยนต์และอากาศยาน น่าจะเป็นโอกาสของ ธุรกิจไทยในแอฟริกาใต้



BUSINESS TIPS

โดยศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ
สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมาดริด

ชีชองจากทิมทูต



กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOBTHAILAND.COM

ส่องเทรนด์ธุรกิจ เพื่อ ‘ผู้หญิง’ ในสเปน เมื่อเศรษฐกิจกำลังถูก ขับเคลื่อนด้วยผู้หญิง

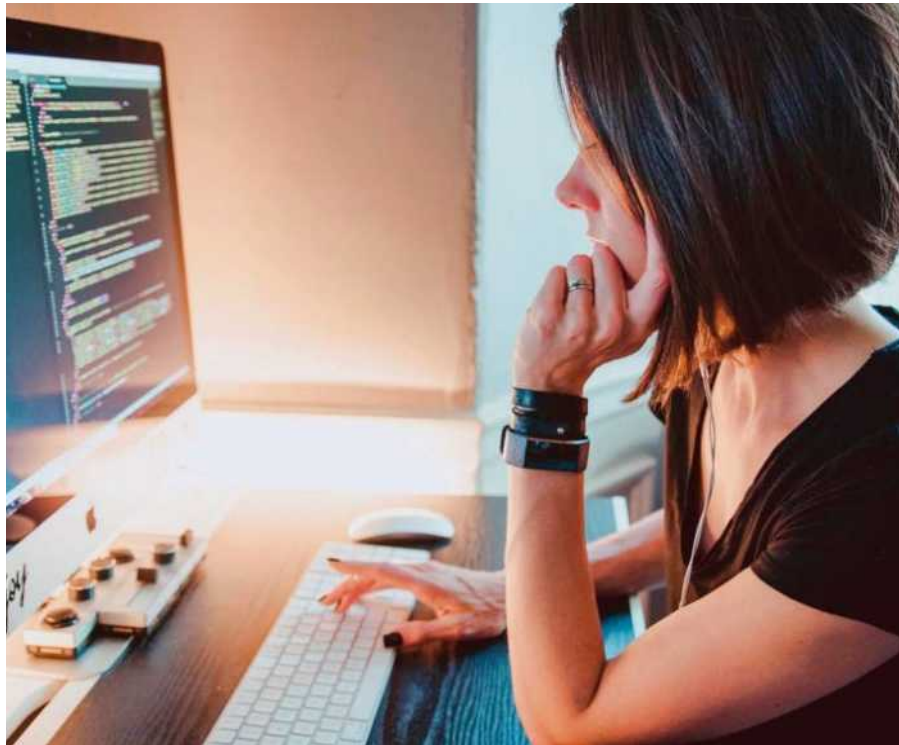
เคล็ดลับไม่ลับสำหรับผู้ประกอบการไทย ขอแนะนำ
ธุรกิจที่มุ่งเน้นผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงโดยเฉพาะ

การที่ ‘ผู้หญิง’ ได้ก้าวออกมา
มีบทบาทมากขึ้นในสังคม ออกมา
ทำงานและเป็นพลังขับเคลื่อน
ทางสังคมในมิติต่าง ๆ มากขึ้น และสัดส่วนของ
ผู้นำระดับประเทศและผู้บริหารในองค์กรใหญ่ ๆ
ที่เป็นผู้หญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด
ส่งผลให้ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรม
การดำรงชีวิต ในสังคมเปลี่ยนแปลงไป งานวิจัย
ของ Harvard Business Review ชี้ว่า
กว่าร้อยละ 80 ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าประเภท
ที่อยู่อาศัย รถ อาหาร เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้ง
แพ็คเกจท่องเที่ยวนั้นล้วนเป็นผู้หญิง โดยมี
ปัจจัยหลักมาจากรายได้และความสามารถในการ
ประกอบอาชีพที่ส่งผลให้ผู้หญิงมีอำนาจ
ในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น จึงเชื่อว่าผู้บริโภค



กลุ่มนี้จะเป็นเป้าหมายหลักที่มีอิทธิพลสูงต่อการผลักดันเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทำให้บริษัทและนักการตลาดทั่วโลกเริ่มหันมาสนใจในการทำธุรกิจโดยมุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิง โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจในประเทศสเปน

สเปนเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ให้ความสำคัญกับผู้หญิง โดยเมื่อไม่นานมานี้ The World Economic Forum (WEF) Global Gender Gap Report 2020 ได้จัดให้สเปนอยู่ในอันดับที่ 8 ของประเทศที่มีความเท่าเทียมทางเพศมากที่สุดจาก 153 ประเทศทั่วโลก เนื่องจากสเปนได้เป็นผู้นำในการต่อสู้เพื่อสิทธิสตรี รมรณรงค์ให้ผู้หญิงมีส่วนร่วมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้



นักศึกษาร้อยละ 97 ที่เข้าร่วมหลักสูตรอบรมโปรแกรมเมอร์สตรี Adalab สามารถหางานในสายอาชีพโปรแกรมเมอร์ได้ภายใน 46 วัน หลังจากเรียนจบ ทั้งนี้ Adalab ได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากหลายฝ่าย และได้รับรางวัลการันตีมากมาย

ตำแหน่งในรัฐสภาหรือตำแหน่งระดับบริหารในสเปนมีส่วนที่เป็นผู้หญิงเพิ่มขึ้นกว่าในอดีต อีกทั้งยังยกระดับกำลังซื้อของผู้หญิงสเปนที่สูงขึ้น หลายธุรกิจจึงหันมาให้ความสนใจกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงมากขึ้น โดยมี 2 ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากการเจาะตลาดผู้หญิงในสเปน มาให้ภาคธุรกิจไทยได้รู้จักและศึกษากัน

ธุรกิจแรกคือ หลักสูตรอบรมโปรแกรมเมอร์สตรี Adalab โดยชื่อนี้มาจากการผสมกันระหว่างคำว่า 'Ada' ซึ่งมาจาก Ada Lovelace โปรแกรมเมอร์หญิงคนแรกของโลกชาวอังกฤษ และคำว่า 'Lab' หรือห้องปฏิบัติการ ซึ่งผู้ก่อตั้ง Adalab บอกว่าหลักสูตรนี้เกิดขึ้นมาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้หญิง ลดอัตราการว่างงาน สร้างโอกาสทางอาชีพให้กับผู้หญิงตกงานหรือมีงานทำแต่ไร้คุณภาพ และส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศในวงการเทคโนโลยี เนื่องจากผู้หญิงครองสัดส่วนสาขานี้ในสเปนเพียงแค่ร้อยละ 18 เท่านั้น นอกจากนี้ยังคาดการณ์ว่าในปี 2568 เกือบร้อยละ 50 ของการจ้างงานจะเกี่ยวข้องกับสาขาดังกล่าว ดังนั้น บริษัทจึงต้องเตรียมทักษะอาชีพด้านเทคโนโลยีให้กับกลุ่มผู้หญิง เพื่อที่จะได้ไม่ประสบปัญหาการว่างงานและขาดโอกาส



**Wom ถูกสร้างขึ้นมาสำหรับ
ผู้หญิงที่ชอบท่องเที่ยวคนเดียว
แต่อยากหาเพื่อนใหม่ที่
ผู้หญิงไปเที่ยวด้วยกัน**

Friendly Fitur 2020 ในงานแสดงสินค้าและมหกรรม การท่องเที่ยว Fitur ณ กรุงเทพมหานคร และรางวัล Lux Travel & Tourism Awards 2020 ในฐานะที่เป็น สุดยอดเยี่ยมที่ท่องเที่ยวออนไลน์เชิงวัฒนธรรม

ธุรกิจเหล่านี้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้หญิงในหลายมิติ รวมถึงเป็นการสร้างโอกาส และความเท่าเทียมในสังคมด้วย ซึ่งตัวอย่างดี ๆ ของธุรกิจข้างต้นนี้ อาจจุดประกายช่องทางใหม่ ๆ ให้กับผู้ประกอบการไทย เนื่องจากไทยเป็นประเทศ ที่อยู่อันดับ 3 ของเอเชีย ที่มีผู้หญิงนั่งตำแหน่งผู้บริหาร มากที่สุด สะท้อนให้เห็นกำลังซื้อที่สูงของผู้หญิงไทย นอกจากนี้ จำนวนประชากรวัยทำงานที่มีกำลังซื้อ ที่อยู่ในช่วงอายุ 25 – 54 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46 ของประชากรทั้งหมดยังเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย จึงทำให้บทบาทของผู้หญิงในตลาดแรงงานเพิ่มขึ้น และเป็นส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการไทย ควรเร่งสร้าง โอกาสทางธุรกิจโดยจับโปล์สไตล์จาก ‘พลังผู้หญิง’ หรือ ‘She-economy’ เนื่องจากผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงนั้น จะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเติบโต อย่างไรก็ตาม การจะพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ชื่นชอบ ของผู้บริโภคนั้น ผู้ประกอบการไทยควรจะต้องทำ ความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการให้ได้มากที่สุด เพราะภายในกลุ่มผู้บริโภคหญิงเองก็ประกอบด้วย หลายกลุ่มย่อยที่มีไลฟ์สไตล์และรสนิยมที่แตกต่างกัน จึงควรเลือกกลุ่มเป้าหมายให้ตรงและเลือกวิธีทำการ ตลาดให้เหมาะสม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทย ยังจำเป็นต้องหาอัตลักษณ์และนำเสนอสินค้าและ บริการที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

ทางสังคมในอนาคต โดยนักศึกษาร้อยละ 97 ที่เข้าร่วม สามารถทำงานในสายอาชีพโปรแกรมเมอร์ทำได้ภายใน 46 วัน หลังจากเรียนจบ ทั้งนี้ Adalab ได้รับเสียง ตอบรับที่ดีจากหลายฝ่าย และได้รับรางวัลการันตี มากมาย อาทิ รางวัล Women in Mobile เมื่อปี 2561 ในงาน Mobile World Congress ณ นครบาร์เซโลนา และรางวัล CVC Young Innovator Awards เมื่อปี 2560 ในสาขาการพัฒนาสังคม

อีกหนึ่งธุรกิจ คือ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวชื่อว่า **Wom** ซึ่งเป็นบริษัทท่องเที่ยวออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ www.womviajes.com ที่ถูกสร้างขึ้นมาสำหรับ คุณผู้หญิงที่ชอบท่องเที่ยวคนเดียว แต่อยากหา เพื่อนใหม่ที่ผู้หญิงไปเที่ยวด้วยกัน จึงเหมาะสำหรับ คนที่รักการผจญภัย ท่องโลกกว้างในสไตล์ที่ไม่เหมือนใคร พร้อมเปิดรับประสบการณ์และมิตรภาพใหม่ ๆ โดยเน้น การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและ รับผิดชอบต่อสังคมด้วย ซึ่งบริษัท Wom ได้จัดกรุ๊ปทัวร์ แบบกลุ่มเล็กเพียง 4 – 10 คนเท่านั้น มีไกด์นำเที่ยว ภาษาสเปนและตัวแทนจากบริษัทคอยดูแลตลอด มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวไปในหลายประเทศ ทั่วโลกตลอดปี ซึ่งไทยถือเป็นหนึ่งจุดหมายปลายทาง ยอดนิยมของชาวสเปนด้วย นอกจากนี้ ยังมีการจัด โปรแกรมทัวร์เซอร์ไพรส์อีกด้วย โดยกรุ๊ปทัวร์จะไม่ทราบ จุดหมายปลายทางจนกว่าจะถึงวันเดินทาง ทางบริษัท จะบอกใบ้รายละเอียดเพียงแค่วันเดินทาง สถานที่ นัดพบและสิ่งที่ต้องเตรียมไปเท่านั้น ซึ่งการให้บริการ ที่แตกต่างของ Wom เข้าตาหลายหน่วยงาน จนได้รับรางวัล Premio Tourism Women



สแกนเพื่ออ่านเพิ่มเติม

ABU DHABI GLOBAL FORUM FOR INNOVATIONS IN AGRICULTURE (GFIA 2020)

นิทรรศการเทคโนโลยีเกษตรกรรมและนวัตกรรมความมั่นคงด้านอาหารจากทั่วโลก

กรุงอาบูดาบี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เตรียมจัดงาน ‘Abu Dhabi Global Forum for Innovations in Agriculture หรือ GFIA 2020’ ระหว่างวันที่ 31 สิงหาคม ถึง 2 กันยายน 2563 ณ Abu Dhabi National Exhibition Centre งานดังกล่าวเป็นงานนิทรรศการที่จัดขึ้นโดย Global Forum for Innovations in Agriculture (GFIA) ซึ่งนำเสนอเทคโนโลยีเกษตรกรรมจากทั่วโลก โดยภายในงานมีนิทรรศการด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งการเสวนาแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความมั่นคงทางด้านอาหารของโลก และพิธีมอบรางวัลนวัตกรรมดีเด่นซึ่งเกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางด้านอาหารโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

สำหรับผู้สนใจเข้าร่วมงานสามารถศึกษาและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ www.innovationsinagriculture.com



บรรยากาศงาน GFIA 2019



กรมเศรษฐกิจฯ สนับสนุนข้อมูล ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ‘ตัวแปรสำคัญ’ ขับเคลื่อนและกำหนดนโยบายในช่วง COVID-19 DISRUPTION

การรวบรวมมาตรการทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ของไทยเป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานการต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุดเพื่อรับมือกับผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในครั้งนี้

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกอย่างหนัก และอาจก่อให้เกิดความรุนแรงมากที่สุดนับตั้งแต่ที่โลกเคยเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ หรือ Great Depression ปี 2472 (ค.ศ. 1929) สถาบันวิจัยขององค์การระหว่างประเทศต่าง ๆ จึงได้คาดการณ์ถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจของการแพร่ระบาดครั้งนี้ โดยหลายสถาบันคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกจะเกิดการหดตัวเนื่องจากการหยุดชะงักของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการระงับการเดินทางระหว่างประเทศ ทั้งนี้ การคาดการณ์ไม่เพียงแต่เป็นการส่งสัญญาณแจ้งเตือนถึงสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แต่ยังส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นประชาชนทั่วไปหรือบริษัทขนาดใหญ่ก็ตาม

กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund - IMF) คาดการณ์ว่า GDP โลกจะหดตัวร้อยละ 3 และเศรษฐกิจไทยจะหดตัวถึงร้อยละ 6.7 ในขณะที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยจะหดตัวร้อยละ 5.3 เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบหนักจากการขาดรายได้จากภาคท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ เมื่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไม่สามารถดำเนินไปได้ท่ามกลางการปิดพรมแดนของนานาประเทศ เช่นเดียวกับการส่งออกผลผลิตทางการเกษตรของไทยก็ไม่สามารถส่งออกไปยังจีนได้



เมื่อพรมแดนหรือด้านการค้าผ่านแดนต่าง ๆ ถูกปิดกั้นเพื่อระงับการแพร่ระบาด ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะผลไม้ไทยมียอดการจำหน่ายในตลาดจีนลดลงจากช่วงก่อนการแพร่ระบาดอย่างมาก จนทำให้ผู้ผลิตในภาคการเกษตรของไทยมีรายได้ลดลง การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เห็นได้ชัดว่าโลกมีความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจมากเพียงใด และสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศที่ย่อมพึ่งพาซึ่งกันและกัน

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่โลกมีความเชื่อมต่อทางการค้าและการพึ่งพากันสูง หากปัญหาทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นในประเทศใดประเทศหนึ่งย่อมส่งผลต่ออีกหลาย



ผลผลิตทางการเกษตรของไทยไม่สามารถส่งออกไปยังจีนได้ เมื่อพรมแดนหรือด้านการค้าผ่านแดนต่าง ๆ ถูกปิดกั้น



การติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจะทำให้เราเข้าใจถึงทิศทางของเศรษฐกิจ เพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น

ประเทศ เมื่อประเทศต่าง ๆ เหล่านั้น ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานโลก ดังนั้น การรับรู้ถึงความเป็นไปของสถานะเศรษฐกิจโลกจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งภายในและระหว่างประเทศ การติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจะทำให้เราเข้าใจถึงทิศทางของเศรษฐกิจเพื่อให้ทุกภาคส่วนได้เตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น เช่นเดียวกับการติดตามผลกระทบทางเศรษฐกิจของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ก็เป็นการช่วยเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจหลังเกิด ‘COVID-19 Disruption’ อย่างมีนัยสำคัญจากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อร้ายแรง

การติดตามและรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทยถือเป็นภารกิจสำคัญของกองสนเทศเศรษฐกิจ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งได้ทำการประมวลข้อมูลสถานะเศรษฐกิจมหภาค พร้อมการวิเคราะห์ทิศทางของเศรษฐกิจโลก มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของผู้ที่มีบทบาทกำหนดนโยบาย เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยง และโอกาสในการดำเนินธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ แนวทางการดำเนินนโยบายการทูตเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับการคาดการณ์ความเป็นไปได้ของบริบททางการเมืองระหว่างประเทศประกอบกับสถานะและระบบเศรษฐกิจโลก ซึ่งในขณะนี้มีการพูดถึงความเปราะบางของโลกาภิวัตน์ที่อาจทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิต ในสถานการณ์นี้ผู้กำหนด



นโยบายต้องพิจารณาถึงแนวทางการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดของไทย โดยคำนึงถึงโอกาสทางเศรษฐกิจของไทยท่ามกลางความเป็นไปได้ของการเปลี่ยนแปลงท่าทีของนานาประเทศ

นอกจากนี้ ข้อมูลดังกล่าวได้ถูกเผยแพร่ให้กับสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ในต่างประเทศเพื่อใช้ประโยชน์ในการหารือกับต่างประเทศ และประกอบการดำเนินงานต่าง ๆ โดยเฉพาะโอกาสในการดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศ และการชี้ช่องทางการทำงานธุรกิจให้แก่นักลงทุนไทย พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในภาคอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ไทยต้องการพัฒนา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ

มีการพูดถึงความเปราะบางของโลกาภิวัตน์ที่อาจทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิต ในสถานการณ์นี้ ผู้กำหนดนโยบายต้องพิจารณาถึงแนวทางการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดของไทย



Great Depression หรือภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ เกิดขึ้นในทวีปอเมริกาเหนือและยุโรป ในปี ค.ศ. 1929 หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ก่อนจะขยายวงไปทั่วโลก

ไทยโดยรวม มากไปกว่านั้น กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศได้ประมวลข้อมูลผลกระทบต่อธุรกิจไทย ในต่างประเทศอีกด้วย การประมวลนี้เป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานที่จะช่วยให้กระทรวงการต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูต และสถานกงสุลใหญ่ ได้เข้าใจถึงปัญหาที่นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการไทยทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายสามารถดำเนินงานให้สอดคล้องกับการแก้ปัญหาของภาคธุรกิจไทย เพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านเศรษฐกิจ และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเจ้าบ้านต่อไป โดยรวมแล้ว การสนับสนุนข้อมูลเศรษฐกิจจะทำให้ทุกคนมีข้อมูลพื้นฐานเดียวกัน ผู้กำหนดนโยบาย และผู้ปฏิบัติงานจึงสามารถดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มากไปกว่านั้น การรวบรวมมาตรการทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ของไทยเป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานการต่างประเทศ ประเทศต่าง ๆ ล้วนมีความสนใจในการดำเนินการของประเทศอื่นเพื่อหาแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุดเพื่อรับมือกับผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในครั้งนี้ เห็นได้จากประเทศสมาชิกอาเซียนต่างต้องการรับทราบและให้ความสนใจในมาตรการของไทยและประเทศอื่น ๆ ในการประชุมต่าง ๆ โดยเฉพาะการประชุมในกรอบอาเซียนที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

เพราะฉะนั้น โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การประมวลและนำเสนอข้อมูลอันเป็นประโยชน์ แก่ผู้มีอำนาจตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงานนั้น ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจ และการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจของไทยผ่านการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทย

ติดตามผลกระทบทางเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ ได้อย่างต่อเนื่องทางเพจเฟซบุ๊ก Globthailand และทวิตเตอร์ @globthailand



การนำผู้ประกอบการไทยร่วมงาน Thai Expo
ที่บาห์เรน จัดโดย สอท. ณ กรุงเทพมหานคร

ภารกิจนำ ‘ครัวไทยสู่ครัวโลก’ ของกระทรวงการต่างประเทศ

จุดแข็งภาคเกษตรกรรมไทยเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์ของโลก และอุตสาหกรรมอาหารที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล

ภาคนี้เคยกับคำว่า ‘ครัวไทยสู่ครัวโลก’ กันเป็นอย่างดีและถูกใช้ในบริบทของการส่งเสริมอาหารไทยให้เป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของรัฐบาลที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) โดยใช้จุดแข็งของภาคเกษตรกรรมของไทยที่เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์ของโลกและอุตสาหกรรมอาหารที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล ร่วมกับการใช้ความนิยมชมชอบอาหารไทยในหมู่ชาวต่างชาติ เพื่อผลักดันการค้าเป็นการอย่างเป็นระบบผ่านหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมสินค้าและอาหารไทยในต่างประเทศ โดยมีมุ่งหวังให้อาหารไทยเป็นจุดเชื่อมโยงต่างชาติให้รู้จักกับประเทศไทย ตอกย้ำภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยถึงสินค้าอาหารและสินค้าอื่น ๆ จากประเทศไทย รวมทั้งกระตุ้นความสนใจที่จะเดินทางมาเยือนประเทศไทย

กระทรวงการต่างประเทศเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจผลักดันนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี 2559

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยได้ดำเนิน ‘โครงการส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศ’ เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารของไทยขยายตัวสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้นและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้ในต่างประเทศ ตามนโยบายการทูตเชิงเศรษฐกิจ (Economic Diplomacy) โดยได้จัดสรรงบประมาณให้สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่เกือบร้อยแห่งที่ตั้งอยู่ทั่วโลกเป็นผู้นำเสนอครัวไทยในมิติต่าง ๆ ไปทั่วโลก ผ่านการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่มากกว่า 200 โครงการ ครอบคลุมภูมิภาคยุโรป อเมริกา แอฟริกา เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

แนวทางที่กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศมุ่งเน้นในการส่งเสริมครัวไทยในต่างประเทศ คือ การประชาสัมพันธ์สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาหารไทย การแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าในการนำเข้าสินค้าอาหารไทยและส่งเสริมแหล่งการจัดจำหน่ายสินค้าไทยในต่างประเทศ

การขายโอกาสและช่องทางธุรกิจแก่กลุ่มผู้ประกอบการ SME ด้านอาหาร สินค้าเกษตรและนวัตกรรมอาหาร การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และมาตรฐานฝีมือของพ่อครัวและแม่ครัวอาหารไทย รักษาความนิยมอาหารไทยในต่างประเทศอย่างยั่งยืน โดยมีกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสาธิตประกอบอาหาร การอบรมบุคลากรด้านอาหารไทย การจัดงานเทศกาลอาหารไทย การนำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การสร้างความร่วมมือกับสถาบันอาหารของต่างประเทศ และการเผยแพร่อาหารไทยผ่านทางสื่อออนไลน์ร่วมกับ Media Influencer ของต่างประเทศ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ COVID-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและผลกระทบทางเศรษฐกิจทั่วโลก นำมาซึ่งการปรับตัวในการใช้ชีวิตของประชาชน และการดำเนินธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น การกำหนดมาตรการด้านสาธารณสุขและความปลอดภัยในชีวิตดำเนินไปพร้อมกับการเดินทางเศรษฐกิจจึงทำให้มีทั้งความท้าทายและโอกาส

สำหรับประเทศไทย สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ถือได้ว่าเป็นโอกาสของการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของไทย เนื่องจากการที่ประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางอาหาร (food security) และความปลอดภัยทางอาหารมากขึ้น หลายประเทศมีแนวโน้มความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารเพิ่มขึ้นเพื่อการบริโภคภายในประเทศ แต่การส่งออกสินค้าไปต่างประเทศยังมีอุปสรรค เนื่องจากการหยุดบินของสายการบินทำให้ไม่สามารถขนส่งสินค้าระหว่างประเทศได้ตามปกติ ในขณะที่การขนส่งทางเรือยังสามารถดำเนินการต่อไปได้และทางบกได้รับผลกระทบเพียงบางส่วน ทั้งนี้ ข้อมูลสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ในเดือนเมษายนชี้ว่า ภาพรวมการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยได้รับผลกระทบค่อนข้างจำกัดและยังสามารถขยายตัวได้ถึงร้อยละ 4 โดยกลุ่มสินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ข้าว ผัก ผลไม้สด ผลไม้แช่แข็งและแปรรูป ไข่สดและแปรรูป อาหารสัตว์เลี้ยง เครื่องปรุงรส



การเปิดหลักสูตรสอนทำอาหารไทยที่ Auckland University of Technology จัดโดย สก. ณ กรุงเวลลิงตัน



โครงการ Cooking Class จัดโดย สก. ณ นครมิวนิก

ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน กลุ่มประเทศ CLMV และตลาดรัสเซีย และกลุ่มประเทศที่แยกตัวจากสหภาพโซเวียต เป็นต้น

เช่นเดียวกับทุกภาคส่วน โครงการครัวไทยสู่ครัวโลกในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ได้เร่งปรับแผนการดำเนินงานและกิจกรรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ตอบสนองต่อ New Normal ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ โดยยังคงผลักดันเป้าหมายในการส่งเสริมสินค้าไทยและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันในต่างประเทศได้ อาทิ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามามีบทบาทสนับสนุนผู้ประกอบการและส่งเสริมความนิยมอาหารไทย โดยสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง ร่วมมือกับบริษัทผู้จัดทำแอปพลิเคชันส่งอาหารที่เป็นที่นิยมในจีน ส่งเสริมให้ร้านอาหารไทยเข้าร่วมในแอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนสามารถสั่งอาหารไทยได้สะดวกขึ้น สถานกงสุลใหญ่ ณ นครมิวนิก จัดอบรมกฎระเบียบด้านการทำธุรกิจและการประชาสัมพันธ์อาหารไทยผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในเยอรมนี เป็นต้น

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศตระหนักถึงความท้าทายที่ยังคงอยู่ช่วง post COVID-19 จึงวางเป้าหมายสำหรับโครงการส่งเสริมครัวไทยในต่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูความเชื่อมั่นในการเป็นฐานและห่วงโซ่อุปทานอาหารและสินค้าฮาลาลที่สำคัญของโลก การสร้างโอกาสการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย และการส่งเสริมผู้ประกอบการในการปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถโดยใช้นวัตกรรม (Innovation Diplomacy) เพื่อให้โครงการครัวไทยสู่ครัวโลกยังคงมีภาพลักษณ์ของครัวที่สามารถผลิตอาหารและสินค้าที่ผู้บริโภคทั่วโลกพึงพาและเชื่อมั่นในมาตรฐานความปลอดภัยได้

ประเทศไทยกับความท้าทาย ในการเป็นเจ้าภาพเอเปค ปี 2565

การประชุมกรอบความร่วมมือที่มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริม
การค้าการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก และโอกาสอันดี
ที่จะทำความเข้าใจเอเปคในบริบทปัจจุบันอีกครั้ง



กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOBTHAILAND.COM

การเป็นเจ้าภาพการประชุมเอเปคของไทยเมื่อปี 2546 (APEC 2003) น่าจะเป็นความทรงจำที่คนไทยภูมิใจและจดจำได้ดี นับตั้งแต่ภาพการประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปคที่พระที่นั่งอนันตสมาคม และการจัดแสดงกระบวนพยุหยาตราทางชลมารคจำลอง ประกอบงานเลี้ยงรับรองมือค่ำเพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้นำเอเปคและคู่สมรส ไปจนถึงการบรรลุเป้าหมายด้านสาธารณสุขที่ความสำเร็จในการจัดการประชุมรัฐมนตรีเอเปคด้านสาธารณสุขครั้งแรกเพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคซาร์สในขณะนั้น และการนำแนวทางของไทยไปผลักดันให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมในการปฏิรูปกระบวนกรและองค์กรของเอเปค สิ่งเหล่านี้สะท้อนความสำเร็จของไทยในการเป็นเจ้าภาพการประชุมเอเปคในครั้งนั้นได้เป็นอย่างดี

เวลาผ่านไปเกือบ 20 ปี ประเทศไทยกำลังจะเป็นเจ้าภาพการประชุมเอเปคอีกครั้งในปี 2565

จึงเป็นโอกาสดีที่คนไทยจะได้รื้อฟื้นความทรงจำและทำความเข้าใจเอเปคในบริบทปัจจุบันอีกครั้ง ก่อนการเป็นเจ้าภาพการประชุมเอเปคที่จะมาถึงในอีกสองปีข้างหน้า

ไทยได้ประโยชน์อะไรจากการเป็นสมาชิกเอเปค

‘เอเปค’ เป็นกรอบความร่วมมือที่มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2532 โดยเมื่อปี 2537 ผู้นำเอเปคได้ร่วมกันวางเป้าหมายที่สำคัญโดยใช้ชื่อว่า ‘เป้าหมายโบกอร์’ (Bogor Goals) ตามชื่อเมืองที่ใช้จัดประชุมบนเกาะชวาที่อินโดนีเซีย ซึ่งระบุให้สมาชิกเอเปคเปิดเสรีการค้าและการลงทุนให้สำเร็จภายในปี 2563

ภาคธุรกิจไทยอาจเห็นว่า ประโยชน์ที่ไทยจะได้รับจากเอเปคที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด คือ





ได้รับประโยชน์จากการอำนวยความสะดวกทางการค้า และการลงทุนผ่านแผนปฏิบัติการอำนวยความสะดวกด้านการลงทุนและด้านการค้าเอเปค (Investment/Trade Facilitation Action Plan หรือ IFAP/TFAP) และการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเพื่อไปติดต่อธุรกิจระหว่างเขตเศรษฐกิจเอเปคผ่านโครงการ APEC Business Travel Card ซึ่งจะช่วยให้ผู้ถือบัตรได้รับการยกเว้นวีซ่า แต่จริง ๆ แล้ว เอเปคในวันนี้มีการพัฒนาสาขาความร่วมมือที่แตกกิ่งก้านจากความร่วมมือทางเศรษฐกิจไปสู่ความร่วมมือทางวิชาการในสาขาต่าง ๆ อีกมากมาย นับตั้งแต่การเกษตร สาธารณสุข พลังงาน การจัดการภัยพิบัติ ไปจนถึงการจัดการทรัพยากรทางทะเล ผ่านกลไกการทำงานของคณะทำงานต่าง ๆ ซึ่งไทยในฐานะเขตเศรษฐกิจสมาชิก นอกจากจะได้ประโยชน์จากการมีพันธมิตรที่เข้มแข็งทางเศรษฐกิจแล้วยังได้โอกาสในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และพัฒนาศักยภาพผ่านการดำเนินงานของคณะผู้แทนไทยในคณะทำงานต่าง ๆ ของเอเปคอีกด้วย

เอเปคและความท้าทายในบริบทโลกปัจจุบัน

แม้เอเปคจะเติบโตอย่างมีนัยสำคัญภายใต้ความภูมิโงในการเป็นกรอบความร่วมมือที่ยืดหลักฉันทามติโดยไม่มีการผูกมัด แต่บริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วก็เป็นความท้าทายที่กรอบความร่วมมืออันไร้ข้อผูกมัดนี้จะต้องเผชิญหน้าอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันเอเปคเดินทางมาถึงปลายทางของเป้าหมายโบกอร์ ซึ่งว่าด้วยการนำไปสู่การเปิดเสรีทางการค้า



และการลงทุนภายในปี 2563 แต่ดูเหมือนว่าเอเปคจะยังไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายโบกอร์ได้ทั้งหมด ยังไม่รวมถึงการจัดทำเขตการค้าเสรีในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก หรือ Free Trade Area of the Asia - Pacific (FTAAP) ซึ่งยังไม่มีควมคืบหน้าเท่าที่ควร

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาสถานการณ์ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2561 ที่การประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปคที่ปาปัวนิวกินีไม่สามารถหาฉันทามติร่วมกันในการออกถ้อยแถลงระดับผู้นำได้ ซึ่งเป็นผลจากความเห็นต่างและความสัมพันธ์ที่ตึงเครียดระหว่างเขตเศรษฐกิจสมาชิกมหาอำนาจอย่างจีนกับสหรัฐอเมริกา และในปี 2562 ที่ขีลิตัดสินใจยกเลิกการประชุมระดับผู้นำฯ อย่างกะทันหันเนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ จนกระทั่งปัจจุบันที่มาเลเซียในฐานะเขตเศรษฐกิจเจ้าภาพต้องเผชิญหน้ากับวิกฤตการณ์ COVID-19 และความไม่มั่นคงทางการเมืองภายในประเทศ จนทำให้แผนงานและแผนการประชุมต่าง ๆ ของเอเปคต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อรับมือกับสถานการณ์ใหม่ และยังไม่อาจคาดเดาได้ว่าผลสัมฤทธิ์ของการประชุมในปีนี้จะเป็นอย่างไ่ ปัจจัยเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นว่า



ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 สมาชิกเอเปคยังคงดำเนินงานอย่างต่อเนื่องผ่านการประชุมทางไกล





เอเปคกำลังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ จนถูกตั้งคำถามว่าเอเปคจะดำรงอยู่ต่อไปได้หรือไม่ ยังมีความจำเป็นหรือไม่ และเมื่อสิ้นสุดเป้าหมายโบกอร์ในปีนี้ วิสัยทัศน์เอเปคภายหลังปี 2563 จะปักหมุดเพื่อเดินหน้าไปในทิศทางใด

เอเปคยังจำเป็นต่อเศรษฐกิจโลกหรือไม่

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะวิกฤตครั้งประวัติศาสตร์ การดำเนินธุรกิจและ supply chains ระหว่างประเทศชะงักลงอย่างสิ้นเชิง ประกอบกับกระแสการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศของมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างสหรัฐอเมริกา ที่หวนกลับมาสนใจนโยบายการปกป้องทางการค้ามากกว่าการเปิดเสรีส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของระบบการค้าแบบพหุภาคี ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าโลกกำลังต้องการเอเปคมากกว่าช่วงเวลาใด ในฐานะที่เป็นกรอบความร่วมมือซึ่งสนับสนุนระบบการค้าพหุภาคีที่ช่วยให้สมาชิกรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ บนพื้นฐาน

เอเปคในวันนี้มีการพัฒนาสาขาความร่วมมือที่แตกกิ่งก้าน จากความร่วมมือทางเศรษฐกิจไปสู่ความร่วมมือทางวิชาการ ในสาขาต่าง ๆ นับตั้งแต่การเกษตร สาธารณสุข พลังงาน การจัดการภัยพิบัติ ไปจนถึงการจัดการทรัพยากรทางทะเล



ความเข้าใจ ยืดหยุ่น และสมัครใจ ทั้งนี้ เอเปคจะยังคงต้องปรับตัวเพื่อให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงของโลก ใช้ประโยชน์จากการเป็นแหล่งบ่มเพาะแนวคิดใหม่ (incubator of ideas) และศูนย์รวมองค์ความรู้ที่หลากหลาย เพื่อสร้างให้เอเปคตอบสนองต่อวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทันสมัย รอบด้าน ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจภายในภูมิภาคให้มีความยืดหยุ่นและรับมือกับ disruption ใหม่ ๆ ได้ พร้อมทั้งดูแลภาคส่วนเล็ก ๆ ในระบบเศรษฐกิจ เช่น ผู้ประกอบการ SME และผู้ใช้แรงงาน ให้ดำรงอยู่ได้ท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจในปัจจุบัน

โอกาสของไทยในการเป็นเจ้าภาพเอเปค ปี 2565

แม้เอเปคจะอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง แต่การเป็นเจ้าภาพเอเปคของไทยในปี 2565 ก็ถือเป็นโอกาสท่ามกลางความท้าทาย โอกาสแรก คือ การที่ปัจจุบันไทยได้เป็นหนึ่งในสามเขตเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญในการจัดทำร่างแรกของเอกสารวิสัยทัศน์เอเปคภายหลัง ค.ศ. 2020 (APEC Post-2020 Vision) ร่วมกับมาเลเซีย เจ้าภาพปีปัจจุบัน และนิวซีแลนด์ เจ้าภาพปี 2564 ซึ่งเป็นโอกาสดีที่ไทยจะได้ผลักดันแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อไทยและภูมิภาคให้กลายเป็นเป้าหมายของเอเปคในอีก 20 ปีข้างหน้า แทนเป้าหมายโบกอร์ต่อไป โอกาสที่สอง คือ การทำให้ไทยได้แสดงศักยภาพในประเด็นที่โลกน่าจะให้ความสนใจภายหลังวิกฤตการณ์ COVID-19 โดยเฉพาะสาขาการท่องเที่ยวยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (medical tourism) การให้บริการด้านการแพทย์ การเกษตรและความมั่นคงทางอาหาร รวมถึงเศรษฐกิจดิจิทัลและการเติบโตของ e-Commerce ซึ่งล้วนเป็นจุดแข็งของไทย และโอกาสที่สาม คือ การสร้างประโยชน์ให้แก่เศรษฐกิจรากหญ้าในประเทศ เพราะการจัดประชุมเอเปคจะมีการประชุมเกิดขึ้นนับร้อยครั้งทั่วประเทศไทย ซึ่งย่อมจะช่วยกระจายรายได้ไปสู่เมืองท่องเที่ยว เมืองรอง และประชาชนในท้องถิ่น ถือเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจครั้งสำคัญที่คนไทยในฐานะเจ้าภาพทุกคนจะได้รับประโยชน์และภาคภูมิใจไปพร้อม ๆ กัน

EXCLUSIVE

โดย ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ

MFA CEO FORUM WITH WHA GROUP 'SMART LOGISTICS, CONNECTING THAILAND TO GLOBAL VALUE CHAIN'

งานปาฐกถาพิเศษกับ ‘คุณจรีพร จาตุศรีพิทักษ์’
ประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
กลุ่มบริษัทดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (WHA Group)

เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563 กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ ได้จัดงาน MFA CEO Forum ครั้งที่ 20 ภายใต้หัวข้อ ‘MFA CEO Forum with WHA Group: Smart Logistics, Connecting Thailand to Global Value Chain’ โดยนางสาวจรีพร จาตุศรีพิทักษ์ ประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท ดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ WHA Group เป็นผู้แสดงปาฐกถา นายนิกรเดช พลาทงกูร เอกอัครราชทูตประจำกระทรวง เป็นผู้ร่วมสนทนา (interlocutor) และนายสุนทร ชัยยินดีภูมิ รองปลัดกระทรวงการต่างประเทศ เป็นประธานกล่าวเปิดงาน โดยมีผู้แทนคณะทูตจากต่างประเทศ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนไทยและต่างประเทศ รวมถึงสื่อมวลชนกว่า 100 ท่าน เข้าร่วมรับฟังปาฐกถาพิเศษในครั้งนี้

ทำความรู้จัก ‘WHA Group’

บริษัท ดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ WHA Group ก่อตั้งเมื่อปี 2546 ในฐานะผู้นำด้านธุรกิจโลจิสติกส์ ถือเป็นรายแรกของไทยที่นำระบบ Built-to-Suit มาพัฒนาคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า ให้มีคุณภาพสูงและมีมาตรฐานระดับสากล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสูงสุด จนกลายเป็นที่ยอมรับ และได้รับรางวัลการันตีคุณภาพบริษัทฯ อาทิ (1) TMA-SASIN Management Excellence Award ปี 2558 (2) Asia’s Most Trusted Brand Award ปี 2560 และ (3) Thailand Top Company Award ปี 2560





ปัจจุบัน การดำเนินกิจการของ WHA Group ได้มุ่งเน้นลงทุนในธุรกิจ 4 ประเภทหลัก ได้แก่ โลจิสติกส์ นิคมอุตสาหกรรม ระบบสาธารณูปโภค และพลังงาน และแพลตฟอร์มดิจิทัล ให้เป็นไปตามเป้าหมาย ‘Your Ultimate Solution Partner’ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศได้อย่างครบวงจร อีกทั้งยังเป็นตัวแทนของภาคเอกชนไทยที่มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจของ WHA Group ในปี 2563

การดำเนินธุรกิจในปี 2563 WHA Group มีเป้าหมายที่จะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยกระดับนิคมอุตสาหกรรม ให้มีการบริการที่ครบวงจร ด้วยแนวคิด ‘Smart Eco Industrial Estates’ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ไว้ภายในนิคมอุตสาหกรรมของ WHA Group เช่น การสร้าง Data Center ที่เชื่อมโยงโครงข่ายของข้อมูล เพื่อให้บริการลูกค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจ การจัดตั้ง



WHA Group ถือเป็นผู้นำด้านธุรกิจโลจิสติกส์รายแรกของไทยที่นำระบบ Built-to-Suit มาพัฒนาคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า

ระบบ 5G Sandbox และ Smart Microgrid สำหรับการซื้อ-ขายและแลกเปลี่ยนพลังงานระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อสนับสนุนความได้เปรียบให้ผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมที่ต้องการเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานของโลก

เป้าหมายต่อมา คือ การใช้จุดแข็งในฐานะที่ไทยมีทำเลที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Location) เป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และศูนย์กลางการบริการด้านโลจิสติกส์ในระดับภูมิภาค เป็นจุดเชื่อมต่อการค้า การลงทุนระหว่างจีนกับประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้กับประเทศต่าง ๆ ที่ยังขาดแคลน อาทิ ประเทศในกลุ่ม CLMV นอกเหนือจากการลงทุนในเวียดนาม เมื่อปี 2562 ที่ผ่านมา เพื่อขยายฐานการค้า การลงทุนไปยังประเทศเหล่านี้มากขึ้น เพิ่มการเชื่อมต่อและความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อลดต้นทุนการผลิต และรองรับการกระจายความเสี่ยงของตลาดในอนาคตให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์หลักของจีนอย่างโครงการเส้นทางสายไหมแห่งศตวรรษที่ 21 (Belt and Road Initiative - BRI)

ตัวแสดงหลักในการขับเคลื่อนการลงทุนในเขตพื้นที่ EEC

WHA Group ถือเป็นตัวแสดงหลักในการขับเคลื่อนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานในโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC ของรัฐบาลไทย



พร้อมทั้งรองรับการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจให้เป็นไปตามมาตรการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ EEC ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยใช้ไทยเป็นฐานเชื่อมโยงกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และทั่วโลก เนื่องจาก WHA Group มีความพร้อมในการลงทุนใน 4 ธุรกิจหลักของบริษัทฯ ได้แก่ 1. โลจิสติกส์ 2. นิคมอุตสาหกรรม 3. ระบบสาธารณูปโภคและพลังงาน และ 4. แพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ผนวกกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหลักในการพัฒนาและขยายความร่วมมือกับภาครัฐไทย



แพลตฟอร์มดิจิทัล คือ 1 ใน 4 การลงทุนของ WHA Group เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศได้อย่างครบวงจร





WHA GROUP

MFA CEO Forum with WHA

Smart Logistics, Connecting Thailand to Global Value Chain

Ms. Jareepo Kornsakul
Chairman and Group Chief Executive Officer, WHA Corporation PCL.

26 February 2020





การดำเนินธุรกิจแบบ Innovative Energy Solution ช่วยให้ลูกค้าของ WHA Group ดำเนินกิจการในแง่ของการรักษาสิ่งแวดล้อม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ WHA Group มีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมในการขับเคลื่อนการลงทุนในพื้นที่ EEC ไม่ว่าจะเป็น สถานที่เยี่ยมชมการปฏิบัติงานในพื้นที่ EEC การสร้างหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ การแบ่งปันความรู้ด้านธุรกิจ การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ และการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ EEC

WHA Group กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy)

นอกเหนือจากความสามารถและศักยภาพของ WHA Group ในฐานะตัวแทนของภาคเอกชนที่มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนการลงทุนในเขตพื้นที่ EEC แล้วบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ให้กับชุมชนและสังคม และการดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ที่กำหนดโดยสหประชาชาติ เช่น ให้ความสำคัญกับศักยภาพการทำงานที่เท่าเทียมกันทั้งเพศชายและหญิง (Gender Equality) การจัดการน้ำสะอาดและการสุขาภิบาล (Clean Water and Sanitation) นอกจากนี้ WHA Group ได้ดำเนินกิจการและความร่วมมืออื่น ๆ ภายใต้ธุรกิจลำดับที่ 3 ของบริษัทฯ

คือ ธุรกิจด้านระบบสาธารณูปโภคและพลังงาน ดังนี้

1. ให้ความสำคัญกับพลังงานหมุนเวียน โดยเฉพาะพลังงานน้ำ ด้วยการสร้างความร่วมมือกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านการบำบัดน้ำเสียพื้นที่โครงการ EECi ‘วังจันทร์วัลเลย์’ ตามมาตรฐานการควบคุมมลพิษจากสหภาพยุโรป (European Standard Emissions)
2. ดำเนินธุรกิจแบบ Innovative Energy Solution เช่น การสร้าง Smart Microgrid ซึ่งจะเน้นพลังงานสีเขียว เพื่อเป็นตัวช่วยให้ลูกค้าของ WHA Group ดำเนินกิจการในแง่ของการรักษาสิ่งแวดล้อม (Clients) มีความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ลงนาม MOU กับการไฟฟ้านครหลวงในการศึกษาและผลักดันให้เกิด P2P Energy Trading และ Smart Microgrid ในนิคมอุตสาหกรรมของ WHA Group (WHA Industrial Estates)

เมื่ออุปสรรคและความท้าทายในปัจจุบัน กลายเป็นโอกาสสำคัญสำหรับการเดินหน้าธุรกิจของ WHA Group

สถานะเศรษฐกิจโลกกำลังชะลอตัวลง เนื่องจากความท้าทายในปัจจุบัน อาทิ สงครามการค้า และการแพร่ระบาดของ COVID-19 จนส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อนานาชาติประเทศรวมถึงไทย อย่างไรก็ตาม WHA Group ได้เล็งเห็นถึงโอกาสการเติบโตทางธุรกิจหลายด้าน อาทิ ธุรกิจด้านแพลตฟอร์มดิจิทัล e-Commerce และโลจิสติกส์ โดยธุรกิจเหล่านี้สามารถปรับตัวได้ตามระดับบริโคมภายในประเทศ เนื่องจากระดับการบริโภคของไทยในปัจจุบันขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการซื้อ-ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าโลกออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลในการดำเนินชีวิตและการสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจของภาคเอกชนไทย

ทั้งนี้ ถือเป็นโอกาสที่ท้าทายว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบของธุรกิจและการสร้างนวัตกรรมต่าง ๆ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศและลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเป็นตัวช่วยสำคัญในการรับมือกับอุปสรรคและความท้าทายที่อยู่เหนือความคาดเดา เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยผ่านพ้นวิกฤตไปอีกด้วย





รู้จักโอกาสทางธุรกิจ ในต่างแดน รู้จัก globthailand.com



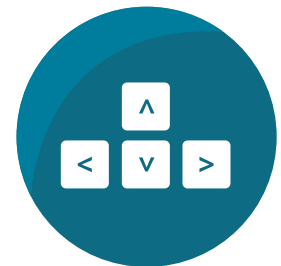
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ | GLOBTHAILAND.COM

ในปัจจุบัน การค้าและการลงทุนไทยได้เติบโตขึ้นมาตามลำดับ ซึ่งสังเกตได้จากจำนวนธุรกิจที่จดทะเบียนใหม่ในช่วงปีที่ผ่านมาได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกำลังซื้อของประชาชนเข้ามาสู่ภาวะปกติ อันเป็นผลมาจากสถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศและสถานการณ์เศรษฐกิจของโลกที่มีพัฒนาการดีขึ้น ผู้ประกอบการหลายรายจึงเริ่มกลับมาลงทุนอีกครั้ง แต่หากผู้ประกอบการไทยจะมุ่งเติบโตโดยหวังพึ่งเศรษฐกิจภายในประเทศเพียงอย่างเดียวนั้นเมื่อถึงจุดหนึ่งก็อาจเจอความเสี่ยงที่ไม่สามารถขยายฐานธุรกิจได้อีกเนื่องจากความต้องการซื้อสินค้าจะถึงจุดอิ่มตัว ดังนั้น การขยายฐานตลาดไปยังต่างประเทศจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการไทยควรคำนึงถึงและควรปฏิบัติเมื่อมีความพร้อม อย่างไรก็ตามก่อนที่จะขยายการลงทุนไปต่างประเทศได้ ก็จำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูลอย่างรอบด้านด้วยเช่นกัน ซึ่ง 'globthailand.com' พร้อมทั้งจะเป็นสื่อกลางชี้แนะโอกาสใหม่เพื่อการเติบโตของธุรกิจไทยในต่างประเทศ

globthailand.com เป็นเว็บไซต์ที่จัดตั้งขึ้นโดยศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ภายใต้กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกลไกหนึ่งที่คอยขับเคลื่อน 'การทูตเศรษฐกิจเชิงรุก (Proactive Economic Diplomacy)' ซึ่งจะมุ่งไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพทางเศรษฐกิจสำหรับภาคเอกชนไทยในเวทีโลก ภายในเว็บไซต์ globthailand.com จะมีเนื้อหาหลักที่แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ซึ่งได้แก่ (1) ทันโลก (2) ชี้ช่องจากทีมทูต (3) โอกาสใหม่ในต่างแดน (4) รู้กฎก่อนรุก และ (5) เครื่องช่วยของเรา โดยแต่ละประเภทก็จะมีเนื้อหาที่แตกต่างกันซึ่งสามารถสรุปได้คร่าว ๆ ดังนี้



ทันโลก คือ ช่องทางที่รวบรวมสถานการณ์และความเคลื่อนไหวทางด้านเศรษฐกิจในแง่มุมต่าง ๆ จากต่างประเทศ ซึ่งข้อมูลจะถูกส่งตรงจากสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยทั่วโลก เพื่อผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะ



ชี้ช่องจากทีมทูต คือ ช่องทางที่รวบรวมข้อมูลทางเศรษฐกิจเชิงลึกจากทีมทูตและศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในต่างประเทศ (Business Information Center - BIC) เพื่อให้คนไทยได้เห็นโอกาสต่าง ๆ ที่อาจเข้าไปร่วมลงทุนในต่างประเทศ



ช่องทางการติดตาม

Website : www.globthailand.com

Facebook : [globthailand](https://www.facebook.com/globthailand)

นอกเหนือจากเนื้อหาทั้ง 5 ประเภทที่กล่าวข้างต้นแล้ว globthailand.com ยังได้ทำงานเพื่อตอบสนองนโยบายของศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ในด้านอื่น ๆ อีกด้วย โดยมีกิจกรรมที่เคยจัดไว้ที่น่าสนใจในอดีต ยกตัวอย่างการจัดโครงการซื้อชองจากทีมทูตกระทรวงการต่างประเทศนำคณะไปสำรวจโอกาสการค้าการลงทุนที่เออีโอเปีย ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนกันยายน 2560 เป็นต้น เพื่อให้การทูตเศรษฐกิจเชิงรุกของกระทรวงการต่างประเทศทำงานรับใช้ผู้ประกอบการไทยและประชาชนชาวไทยในทางที่จับต้องได้อย่างเต็มที่

ทั้งนี้ มีบทความเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศมากมายที่ทีมงาน globthailand ตั้งใจคัดสรรมาเพื่อท่าน โดยท่านสามารถติดตามข่าวสารต่าง ๆ ได้ทางเว็บไซต์ globthailand.com เฟซบุ๊กแฟนเพจ [facebook.com/Globthailand](https://www.facebook.com/Globthailand) และทางคอลัมน์ซื้อชองจากทีมทูตในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ รวมทั้งสามารถสื่อสารกับทีมงาน globthailand เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ทางธุรกิจได้ทางอีเมล info@globthailand.com และทางหมายเลขโทรศัพท์ 0 2643 5237



โอกาสใหม่ในต่างแดน คือ ช่องทางที่รวบรวมกิจกรรมงานสัมมนาที่ให้ข้อมูลเชิงลึกทางด้านเศรษฐกิจและการลงทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนไทย อีกทั้งยังรวบรวมกิจกรรมที่ให้ภาคเอกชนไทยได้มีโอกาสแสดงศักยภาพในเวทีโลก เช่น มหกรรมแสดงสินค้าในต่างประเทศ งานเทศกาลไทยที่จัดขึ้นตามเมืองใหญ่ทั่วโลก



รู้จักก่อนรุก คือ ช่องทางที่รวบรวมกฎระเบียบการค้าและการลงทุนในตลาดสากล และพร้อมช่วยให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการไทย เมื่อเกิดข้อพิพาททางการค้าระหว่างประเทศ



เครือข่ายของเรา คือ ช่องทางการติดต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีส่วนร่วมผลักดันธุรกิจไทยในระดับโลก ซึ่งจะมีทั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทย (Business Information Center - BIC) ในประเทศต่าง ๆ ที่ดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยทั่วโลก และมีหน่วยงานพันธมิตรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจไทยในระดับสากล



เครือข่ายของเรา

BUSINESS INFORMATION CENTER – BIC

GLOBTHAILAND มีเครือข่ายข้อมูลและการให้บริการที่ครอบคลุมในตลาดสำคัญต่าง ๆ ทั่วโลกผ่านศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทย (BUSINESS INFORMATION CENTER – BIC) ที่ดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในจุดเด่นที่สำคัญที่สุดของศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ ปัจจุบัน กระทรวงการต่างประเทศได้จัดตั้งศูนย์ BIC แล้ว 24 แห่ง ในทุกภูมิภาคทั่วโลก

ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และตะวันออกเฉียงใต้

▶ จีน เมียนมา ลาว
อินโดนีเซีย เวียดนาม
ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทย
ในไต้หวัน

ภูมิภาคยุโรป

▶ สหภาพยุโรป
เยอรมนี รัสเซีย
นอร์เวย์ เดนมาร์ก
อังการี สเปน

ภูมิภาคเอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

▶ อินเดีย อิสราเอล
ศรีลังกา ปากีสถาน
อียิปต์ บาห์เรน

ภูมิภาคอเมริกา และแปซิฟิกใต้

▶ สหรัฐอเมริกา
ออสเตรเลีย บราซิล
แคนาดา อาร์เจนตินา

