



กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
กระทรวงการต่างประเทศ

INTER

ฉบับที่ 15 (VOLUME 2 / 2564)

ECON Newsletter



SUSTAINABLE RECOVERY

โอกาสของธุรกิจไทย
ในต่างประเทศ จาก
'โมเดลธุรกิจใหม่เพื่อความยั่งยืน'

ธุรกิจสวนผักไทยในตลาดยุโรป
โอกาสผักไทยไปไกลสู่สากล

โอกาสของผู้ประกอบการไทย
สาขาอุตสาหกรรมเกษตร
ในเซเนกัล

โอกาสใหม่
เพื่อการเติบโต
ของธุรกิจไทย
globthailand.com





กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นหน่วยงานหลักของกระทรวงการต่างประเทศและรัฐบาลในการดำเนินความสัมพันธ์และความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับรัฐบาลต่างประเทศและองค์การระหว่างประเทศทางด้านเศรษฐกิจ โดยมีภารกิจหลักในการประสานข้อมูล ติดตามพัฒนาการ และให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการดำเนินความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อส่งเสริมและรักษาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนไทย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศจึงมีภารกิจในการติดตาม ศึกษา ประมวล วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการและแนวโน้มทางเศรษฐกิจ การค้า การเงิน/การคลังของโลก ตลอดจนรวบรวม เผยแพร่ ข้อมูลทางเศรษฐกิจและโอกาสทางการค้า การลงทุนในต่างประเทศให้แก่ภาคเอกชนไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้ภาคธุรกิจไทยได้รับทราบข้อมูลที่ทันสมัยและสามารถปรับตัวให้เท่าทันพัฒนาการทางเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

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

MESSAGE



สารจากอธิบดี

สวัสดีครับท่านผู้อ่านวารสาร InterEcon Newsletter ทุกท่าน ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า InterEcon Newsletter ฉบับนี้ยังคงคุณค่าในการมอบสาระความรู้ที่ตอบโจทย์ความสนใจของท่านในเรื่อง “การทูตเชิงเศรษฐกิจ” ควบคู่ไปกับ “การรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน” อันเป็นเป้าหมายหลักในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการทุกท่านควรทราบ อีกทั้งยังนำเสนอเรื่องราวดี ๆ ที่เป็นแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดและการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ รวมไปถึงเหตุการณ์ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นแถบตะวันออกกลาง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโลกด้วย

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดและการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้หลายประเทศทั่วโลก รวมไปถึงประเทศไทย ต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยอันเนื่องมาจากการชะงักตัวของภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่ไม่สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งสภาวะตึงเครียดทางการเมืองแถบตะวันออกกลางอาจส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก เป็นผลมาจากอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ลดลงของประเทศที่ได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะด้านการส่งออก นอกจากนี้ อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานโลก เนื่องจากพื้นที่แถบตะวันออกกลางอุดมไปด้วยแร่ต่าง ๆ ที่หายากและมีมูลค่าสูง อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยเองก็ไม่ได้หยุดนิ่งในการเร่งหาวิธีการใหม่ ๆ

เพื่อพยุงธุรกิจระดับต่าง ๆ ในประเทศให้เดินหน้าต่อไปได้ รวมไปถึงศึกษากระแสเศรษฐกิจของโลกเพื่อมุ่งพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของไทยให้ไม่ “ตกขบวน” และพร้อมที่จะปรับตัวรับมือต่อสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต

การทูตเศรษฐกิจจะเป็นเครื่องมือสำคัญคอยผลักดันและส่งเสริมให้เศรษฐกิจไทยสามารถเดินหน้าต่อไปได้ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศจึงมุ่งมั่น ตั้งใจ และพร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความมั่นใจให้ประชาชน ผู้ประกอบการ และภาคส่วนทางเศรษฐกิจมองเห็นถึงโอกาสและช่องทางตลอดจนช่วยสนับสนุนการขับเคลื่อนความร่วมมือเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 อย่างยั่งยืน

โดยวิธีการข้างต้นจะสำเร็จไม่ได้เลยหากไม่ได้รับ “ความร่วมมือ” ที่ดีจาก “เครือข่าย” ต่าง ๆ ไม่ว่าจะทั้งในประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ประสบความสำเร็จดังตัวอย่างสำคัญที่จะเห็นได้ คือ การที่ไทยได้เป็นเจ้าภาพกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation: APEC) และความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation: BIMSTEC) ที่จะสามารถเป็นโอกาสสำคัญให้ไทยผลักดันวาระการทูตเศรษฐกิจได้

นายเชิดชาย ไข่วิทย์
อธิบดีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

Business Tips

ทันโลก

006

ศักยภาพและความก้าวหน้า
ด้านอุตสาหกรรมหุ่นยนต์
และระบบอัตโนมัติของเดนมาร์ก

012

จับตา เทคโนโลยีการแพทย์ทางไกล
(Telemedicine) และการดูแล
สุขภาพในอนาคตในสิงคโปร์

010

JD.com เปิดตัวเที่ยวบินขนส่ง
สินค้าประจำกรุงเทพฯ – เซินเจิ้น

024

ธุรกิจ ‘Cloud Kitchen’
ร้านอาหารไม่มีหน้าร้านใน UAE
ตอบโจทย์ความต้องการ
ในยุค COVID-19

Business Tips

ชี้ช่องทางทีมหุด

016

ธุรกิจสวนผักไทยในตลาดยุโรป
โอกาสผักไทยไปไกลสู่สากล

020

โอกาสของธุรกิจไทย
ในต่างประเทศจาก
‘โมเดลธุรกิจใหม่เพื่อความยั่งยืน’

Business Tips

รู้กฎก่อนรุก

026

ผู้ประกอบการไทยห้ามพลาด!
กฎระเบียบสำหรับการทำธุรกิจ
ออนไลน์ในสิงคโปร์



034



Extra Knowledge

030

การห้ามนำเข้าเนื้อสุกรดิบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่มีสารเร่งเนื้อแดงจำพวก beta-agonist ในไทยและการค้าระหว่างประเทศ

032

ความร่วมมือระหว่าง 'ไทยกับ OECD' องค์กรระหว่างประเทศที่สามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศของเรา (ตอนที่2)

Update

037

โอกาสของผู้ประกอบการไทย สาขาอุตสาหกรรมการเกษตร ในเซเนกัล

Promote

038

รู้จักโอกาสทางธุรกิจในด้าน รู้จัก globthailand.com

034

เทคโนโลยี โรคระบาด ภูมิอากาศ: ทิศทางของการทูตเศรษฐกิจไทย ในอนาคต



robotic process automation (RPA) เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในเดนมาร์ก โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมที่มักใช้หุ่นยนต์ในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน เป็นจำนวนมากหรือการบรรจุภัณฑ์

ศักยภาพและความก้าวหน้า ด้านอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ และระบบอัตโนมัติ ของเดนมาร์ก

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโคเปนเฮเกน



ระบบอัตโนมัติ (Automation) คือกระบวนการใช้เครื่องจักรทางกายภาพ ซอฟต์แวร์ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อทดแทนการทำงานของมนุษย์ ในขณะที่ระบบหุ่นยนต์ (robotics) เป็นกระบวนการออกแบบ สร้าง และใช้หุ่นยนต์ในการปฏิบัติงาน การใช้หุ่นยนต์และโปรแกรมหรือซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ มาทำงานอัตโนมัติในกระบวนการการทำงานรูปแบบต่างๆ หรือ robotic process automation (RPA) เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในเดนมาร์ก โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมที่มักใช้หุ่นยนต์ในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกันเป็นจำนวนมากหรือการบรรจุภัณฑ์ โดยซอฟต์แวร์ RPA สามารถนำมาบูรณาการเข้ากับระบบอัตโนมัติซึ่งหลังจากการฝึกฝนแล้วจะสามารถปฏิบัติงานได้เช่นเดียวกับพนักงานของบริษัท โดยซอฟต์แวร์ดังกล่าวสามารถใช้ร่วมกับโซลูชันและการบริการต่าง ๆ ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence (AI) หรือ Machine Learning (ML) ได้ด้วย

อุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติของเดนมาร์กสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) หุ่นยนต์อุตสาหกรรมแบบดั้งเดิมซึ่งมักมีการติดตั้งหุ่นยนต์ที่มีขนาดใหญ่แบบถาวรซึ่งสามารถทำงานได้โดยปราศจากการควบคุมของมนุษย์และสภาพแวดล้อม (2) หุ่นยนต์อุตสาหกรรมที่สามารถทำงานร่วมกับมนุษย์ได้ (cobots) ซึ่งประกอบด้วยหุ่นยนต์ที่มีขนาดเล็กกว่าและมีความยืดหยุ่นทางกายภาพโดยสามารถทำงานร่วมกับผู้คนในสภาพแวดล้อมการทำงานทั่วไปได้ (3) หุ่นยนต์เพื่อการบริการระดับมืออาชีพประกอบด้วยหุ่นยนต์ที่ใช้ในการขนส่ง การป้องกันทางทหาร สาธารณสุข ทำความสะอาด การลาดตระเวน และโดรนต่าง ๆ (4) หุ่นยนต์เพื่อการบริการส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยหุ่นยนต์ที่ใช้สำหรับ



สแกนเพื่ออ่านเพิ่มเติม



หุ่นยนต์ประเภท universal robots (UR) และ mobile industrial robots (MIR) และแขนกลอัจฉริยะสำหรับการผลิตรถยนต์ (automotive roboters) มีการผลิตมากที่สุดในเดนมาร์ก

กลุ่มผู้บริโภคส่วนบุคคลในด้านความบันเทิง การดูแลและการทำความสะอาดในครัวเรือน เดนมาร์กเป็นศูนย์เทคโนโลยี cobots ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ตั้งอยู่ที่เมือง Odense ทางตอนใต้ของเดนมาร์ก และเมือง Aalborg ทางตอนเหนือของเดนมาร์ก ทั้งนี้ หุ่นยนต์อุตสาหกรรมแบบ cobots และหุ่นยนต์เพื่อการค้าเป็นกำลังขับเคลื่อนการผลิตและการขายในอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติของเดนมาร์กมากที่สุด โดย cobots หุ่นยนต์ประเภท universal robots (UR) และ mobile industrial robots (MIR) และแขนกลอัจฉริยะสำหรับการผลิตรถยนต์ (automotive roboters) มีการผลิตมากที่สุดในเดนมาร์ก ซึ่งการผลิต universal robots (UR) คิดเป็นร้อยละ 60 ของตลาด cobots ทั่วโลก

โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติด้านสาธารณสุข

แม้เดนมาร์กจะผลิตและพัฒนาหุ่นยนต์เพื่อใช้ในระบบสาธารณสุขมายาวนาน แต่การใช้ robotics/automation ในภาคสาธารณสุขยังมีข้อจำกัดและยังไม่เป็นที่แพร่หลาย เมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมอาหารและการบริการ เช่น บรรจุกัณฑ์ การประกอบผลิตภัณฑ์ และการคัดแยกสินค้ามากกว่าการดำเนินอุตสาหกรรมอื่น เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์หรือด้านสาธารณสุข

นอกจากนี้ University of Southern Denmark (SDU) และ Aalborg University (AAU) เป็นมหาวิทยาลัยแนวหน้าของเดนมาร์กที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการวิจัยและพัฒนา robotics/automation ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคสาธารณสุขของประเทศเดนมาร์ก ซึ่งปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาและสถาบันการวิจัยอีกหลายแห่งในเดนมาร์กที่เริ่มค้นคว้าและปรับใช้นวัตกรรม robotics/automation ในภาคสาธารณสุขอย่างจริงจัง โดยมีโครงการที่สำคัญ เช่น

(1) SMOOTH โครงการที่เน้นสร้างหุ่นยนต์ที่สามารถให้ความช่วยเหลือบุคลากรในบ้านพักคนชราในการให้บริการต่างๆ เช่น การจัดส่งเครื่องดื่มและการเก็บผ้าสำหรับซักกรีด เป็นต้น

(2) Dictus ระบบการจำและรับรู้เสียงอัตโนมัติที่จะถูกนำมาใช้เมื่อหุ่นยนต์ SMOOTH มีปฏิสัมพันธ์กับบุคลากรหรือคนชรา

(3) HealthCAT (Health Care Assisting Technology) หุ่นยนต์ที่อำนวยความสะดวกแก่บุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาล โดยการถ่ายโอนอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุต่าง ๆ ระหว่างสถานที่

(4) The Robo Trainer-One Project โครงการการพัฒนาหุ่นยนต์ที่ใช้สำหรับกายภาพบำบัดและการกายภาพเชิงป้องกันของผู้ป่วยในโรงพยาบาล

(5) Blue Ocean Robotics พัฒนาสร้างหุ่นยนต์มาเชื่อมต่อด้วยแสง UV ซึ่งใช้สำหรับการทำความสะอาดห้องผู้ป่วยห้องน้ำ และห้องผ้าตัดเป็นหลัก

cobots

คือหุ่นยนต์ที่สามารถทำงานร่วมกับมนุษย์ได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ มีความพิเศษคือ น้ำหนักเบา สามารถใช้งานได้สะดวกสบาย

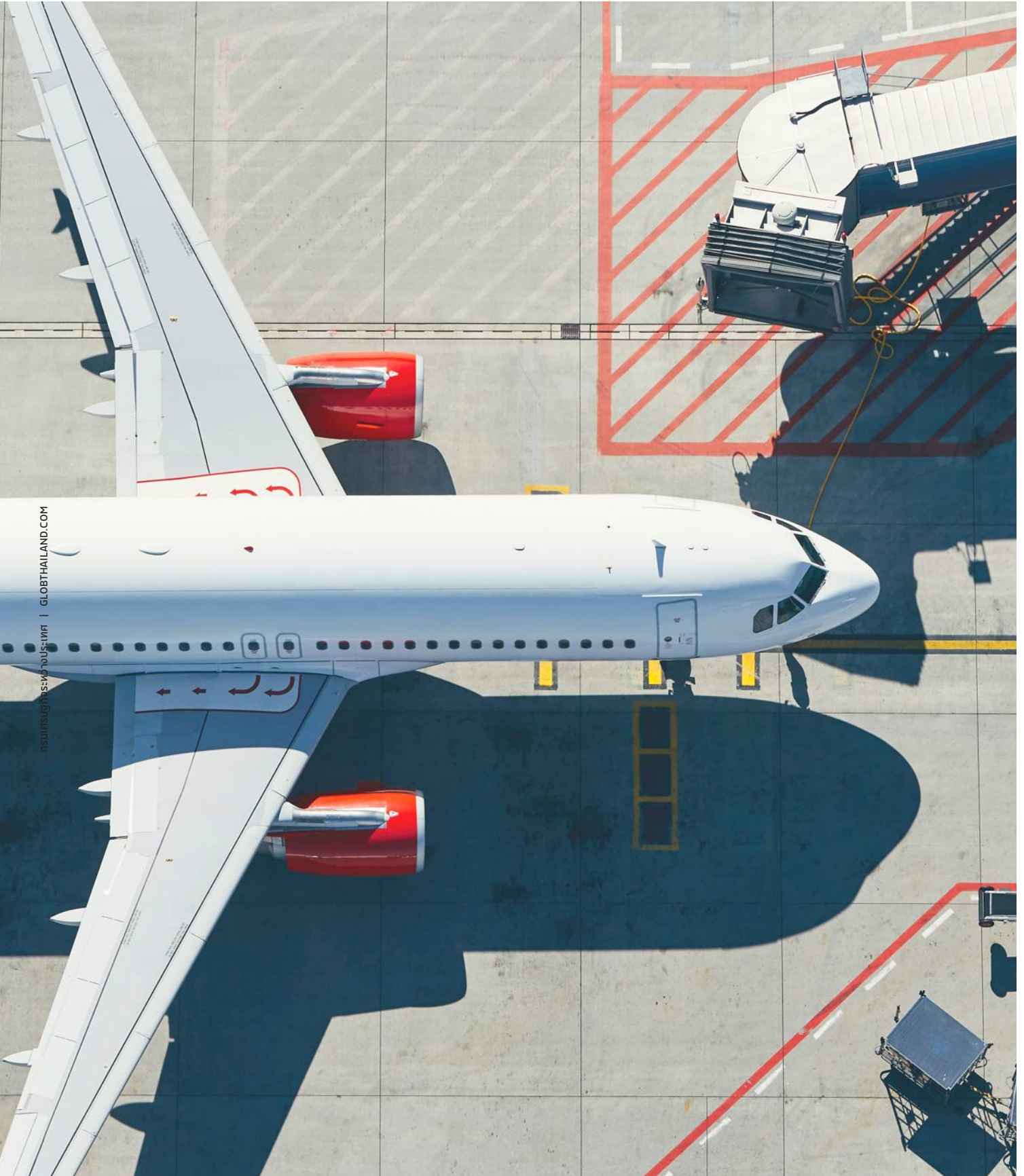




(6) The Cames Robotics เป็นหุ่นยนต์ที่พัฒนาและสร้างโดยสถาบัน Copenhagen Academy for Medical Education and Simulation ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคณะสังคมศาสตร์ University of Copenhagen ใช้สำหรับการตรวจระบบทางเดินปัสสาวะ นรีเวชวิทยา และการผ่าตัดทั่วไป

(7) โดรน “Ubemandede AY” ที่ University of Southern Denmark (SDU) ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมหลากหลาย รวมทั้งภาคสาธารณสุขและเกษตรกรรม โดยเป็นโดรนที่สามารถขนส่งอุปกรณ์ไปยังจุดต่าง ๆ ทั่วเดนมาร์กและการตรวจวัดสภาพอากาศได้

ปัจจุบันนี้ระบบสาธารณสุขของประเทศไทยมีความเข้มแข็งในระดับโลกอย่างมาก การที่ผู้ประกอบการไทยร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติร่วมกับเดนมาร์ก เพื่อพัฒนาการให้บริการด้านสาธารณสุขหรือการบริการจะสามารถลดต้นทุนและเวลาได้ในระยะยาว โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของ COVID-19 ที่หุ่นยนต์จะสามารถลดอัตราการสัมผัสและติดเชื้ระหว่างบุคคลได้ ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าว จะสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติได้อย่างมาก โดยเฉพาะการร่วมพัฒนากับบริษัทภายในอาเซียน เพื่อผลักดันให้กลายเป็นภูมิภาคที่น่าลงทุนด้านเทคโนโลยีของโลก



JD.com เปิดตัว เที่ยวบินขนส่งสินค้า ประจำกรุงเทพฯ - เซินเจิ้น

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง

JD.com เป็นบริษัทซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของจีน มีผู้ใช้ประมาณ 500 ล้านคน และเป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตจีนแห่งแรก ที่ได้อยู่ใน Fortune Global 500 ในตลาดหลักทรัพย์ NASDAQ และฮ่องกง ปัจจุบันได้ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับ retail business ได้แก่ (1) JD Logistics (2) JD Health และ (3) JD Technology

ก่อน COVID-19 JD.com การขนส่งสินค้าไทย-จีนจะขนส่งทางเรือเป็นส่วนใหญ่ แต่การแพร่ระบาด ทำให้คอนเทนเนอร์จำนวนมากที่ขนส่งทั้งทางเรือและรถไฟติดขัด ไม่ได้รับการเปิดตรวจตามกำหนดการเดิม ส่งผลให้ค่าขนส่งทางเรือเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยตั้งแต่ปี 2563 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2564 JD.com ได้เริ่มหันมาขนส่งสินค้าระหว่างไทย-จีน ทางเครื่องบิน โดยวิธีการจ้างองค์กรภายนอก (outsource)

จนเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2564 JD Logistics ได้เปิดเที่ยวบินขนส่งประจำ (ปัจจุบัน อาทิตย์ละ 3 เที่ยวบิน) ระหว่างกรุงเทพฯ - เซินเจิ้น เพื่อขนส่งสินค้าที่มีการซื้อขายบนแพลตฟอร์มระหว่างไทย-จีน โดยปัจจุบันบริษัทมีอัตรากำไรจากการขนส่งทางเที่ยวบินสูงกว่าการขนส่งทางเรือถึงร้อยละ 95 และประเมินว่า แม้สถานการณ์จะกลับสู่สภาวะปกติ ก็สามารถคงเที่ยวบินไว้ได้ โดยใช้กำไรจากช่วง peak มาเฉลี่ยช่วง non-peak ได้ โดยเที่ยวบินขนส่งกรุงเทพฯ - เซินเจิ้น เป็นเที่ยวบินระหว่างประเทศเที่ยวบินแรกของ JD.com ตามด้วยเที่ยวบินขนส่งสายจีน - สหรัฐอเมริกา (หนานจิง - ลอสแอนเจลิส) ในต้นเดือนมิถุนายน 2564 และกำลังจะเปิดเพิ่มสายจีน - ยุโรป และจีน - อินโดนีเซีย

JD.com ตั้งเป้าที่จะส่งสินค้าจากจีนไปทั่วโลกให้ได้ภายใน 48 ชั่วโมง และขนส่งเมื่อถึงประเทศนั้นแล้วอีกภายใน 48 ชั่วโมง ซึ่งระยะเวลา 48 ชั่วโมง เป็นระยะเวลาเดียวกันกับที่ JD.com จัดส่งสินค้าได้ในพื้นที่ส่วนใหญ่ในจีนแล้ว

ถึงแม้ว่าเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - เซินเจิ้น จะไม่มีระบบการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain Logistics) แต่ในปัจจุบันได้มีการขนส่งผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียนจากไทยมาขายในจีนเป็นจำนวนมาก โดยในช่วงเทศกาลช้อปปิ้ง 618 ไทยสามารถขายทุเรียนได้เป็นจำนวน 260,000 ลูกใน 1 วัน และขายยาหม่องได้เพิ่มกว่า 90 เท่าของยอดขายปีที่ผ่านมา

ผู้ประกอบการไทยอาจพิจารณาช่องทางใหม่ ๆ เข้าถึงตลาดเป้าหมาย เพื่อกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคในต่างแดน เช่น เที่ยวบินคาร์โก้เส้นทางใหม่ โดยควรคำนึงถึงคุณลักษณะของสินค้าและข้อจำกัดในการขนส่งทางเครื่องบิน เพื่อคำนวณปัจจัยเสี่ยง เช่น ทุเรียน ส่วนสินค้าไทยอื่น ๆ ที่ได้รับการตอบรับอย่างดีบน JD.com ได้แก่ สินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ยาหม่อง หมอนยางพารา หน้ากากอนามัย รังนก รวมถึงเครื่องใช้ในบ้าน เครื่องสำอาง สินค้าแม่และเด็ก อีกทั้งสินค้าไทยยังมีอัตราการเติบโตต่อปีในแพลตฟอร์ม JD.com สูงถึง 50% ถือเป็นโอกาสทองสำหรับผู้ประกอบการไทยในการนำสินค้าไปจำหน่ายออนไลน์บนแพลตฟอร์มจีนแห่งนี้



สแกนเพื่ออ่านเพิ่มเติม

แชมป์ส่งออกทุเรียน

ในไตรมาสแรกของปี 2564 ไทยยังคงครองแชมป์ผู้ส่งออกทุเรียนอันดับ 1 ของโลก และครองส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 ในจีน ซึ่งไทยส่งออกทุเรียนสดไปจีนมูลค่า 186 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 14% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2563





จับตา เทคโนโลยีการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) และการดูแลสุขภาพ ในอนาคตในสิงคโปร์

สถานเอกอัครราชทูต ณ สิงคโปร์

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOBETHAILAND.COM

เทคโนโลยี “การแพทย์ทางไกล” (Telemedicine) กำลังเป็นที่สนใจอย่างยิ่งทั่วโลก โดยเฉพาะในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้บริการด้านการแพทย์ผ่านระบบเทคโนโลยีทางไกลมีความสำคัญและจำเป็นยิ่งขึ้น เนื่องจากสามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ป่วยได้รับการรักษาพยาบาลหรือคำปรึกษาด้านสุขภาพได้โดยไม่ต้องไปโรงพยาบาล ถือเป็นกระแสเทคโนโลยีการแพทย์ใหม่ที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบของบริการทางการแพทย์ในอนาคต

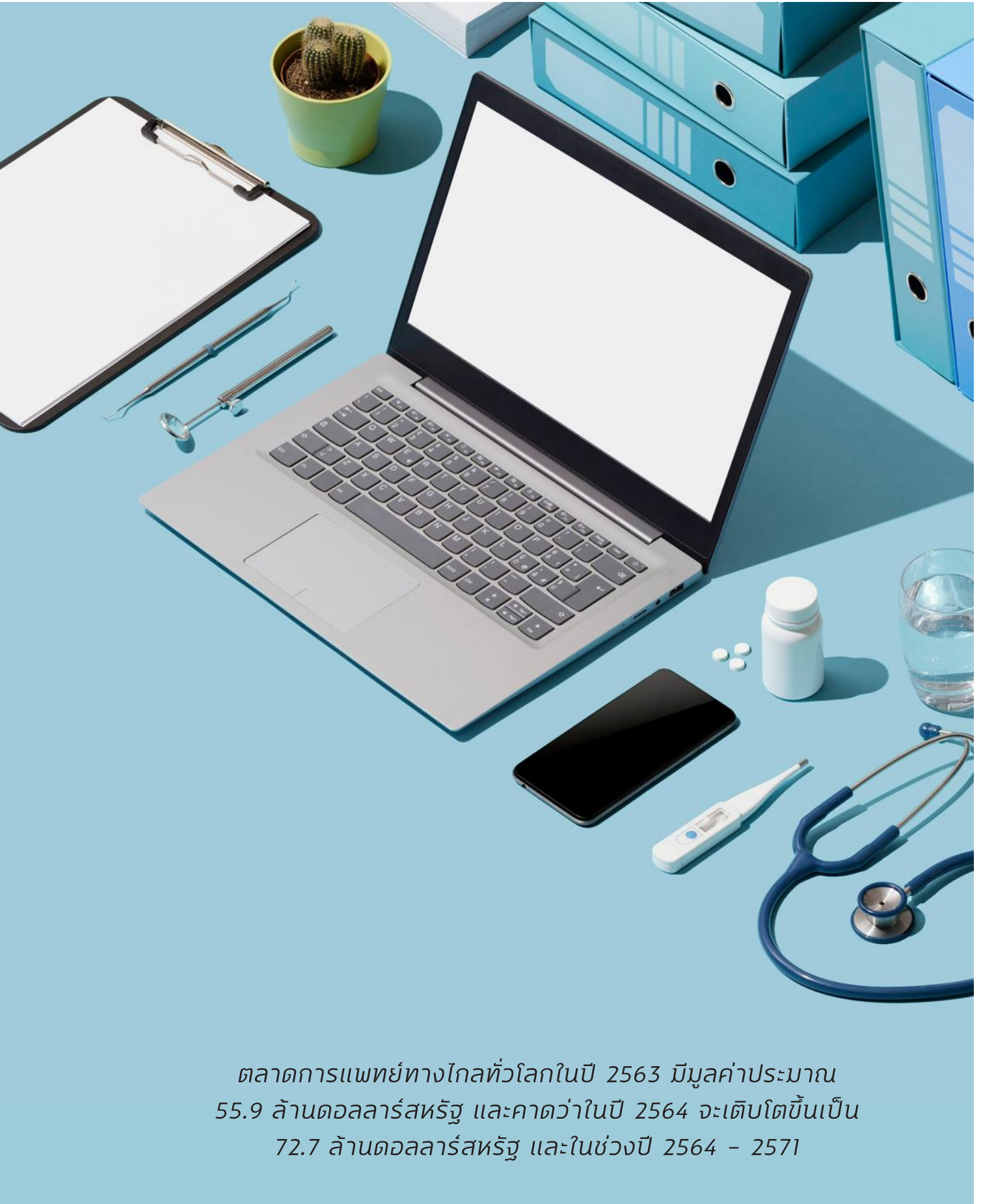
จากข้อมูลของบริษัทด้านการตลาดระหว่างประเทศ Grand View Research เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ระบุว่า ตลาดการแพทย์ทางไกลทั่วโลกในปี 2563 มีมูลค่าประมาณ 55.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าในปี 2564 จะเติบโตขึ้นเป็น 72.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในช่วงปี 2564 – 2571 ตลาดจะขยายตัวในอัตรา 22.4% อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการแพทย์ทางไกลมีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาจำนวนผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่เพิ่มขึ้น ภาวะสังคมผู้สูงอายุ ภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้ป่วย การขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ และความแออัดของโรงพยาบาล

สำหรับตลาดสิงคโปร์ การแพทย์ทางไกลมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเดือนมิถุนายน 2563 บริษัท Ipsos Group S.A. ได้สำรวจข้อมูลความนิยม

ผู้ใช้บริการด้านสาธารณสุขทางไกล (Telehealth) ในสิงคโปร์ พบว่า แพทย์เวชปฏิบัติทั่วไปประมาณ 70% มีความรู้เกี่ยวกับการสาธารณสุขทางไกล แต่มีผู้ใช้งานจริงเพียง 30% เท่านั้น ในช่วงก่อนสถานการณ์ COVID-19 นอกจากนี้ ชาวสิงคโปร์ 41% กังวลที่จะติดโรค COVID-19 ในระหว่างการเดินทางไปพบแพทย์ และชาวสิงคโปร์ 23% มีแนวโน้มที่จะใช้บริการด้านสาธารณสุขทางไกลต่อไป แม้สถานการณ์ COVID-19 จะคลี่คลายแล้ว ซึ่งผลการสำรวจดังกล่าวสอดคล้องกับสถิติของ National Healthcare Group Polyclinics (NHGP) ของสิงคโปร์ ว่าในปี 2564 มีผู้ใช้บริการด้านนี้เพิ่มขึ้นมากถึง 134,000 ครั้ง

ซึ่งรูปแบบของ Telemedicine ที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในสิงคโปร์ ได้แก่

(1) บริการให้คำปรึกษาทางไกลโดยแพทย์ (Health Teleconsultant) โดยผู้ใช้บริการสามารถแจ้งอาการและขอรับคำปรึกษาด้านสุขภาพผ่านการพิมพ์ได้ตอบหรือระบบการประชุมทางไกลกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่ต้องพบแพทย์เพื่อติดตามอาการและรับประทานยาต่อเนื่อง จากข้อมูล ณ เดือนเมษายน 2564 พบว่ามีผู้ใช้บริการด้านนี้ที่ได้ลงทะเบียนกับกระทรวง



ตลาดการแพทย์ทางไกลทั่วโลกในปี 2563 มีมูลค่าประมาณ 55.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะในปี 2564 จะเติบโตขึ้นเป็น 72.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในช่วงปี 2564 - 2571





ไทยเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก เนื่องจากมีแหล่งทรัพยากรทางการแพทย์ที่อุดมสมบูรณ์ คณะแพทย์มีมาตรฐานสูง แต่มีค่ารักษาพยาบาลย่อมเยา

สาธารณสุขของสิงคโปร์แล้วจำนวนกว่า 600 ราย ทั้งจากภาครัฐและบริษัทเอกชน ตัวอย่าง ผู้ให้บริการที่ได้รับความนิยมในสิงคโปร์ ได้แก่ (1) Doctor Anywhere ค่าบริการเริ่มต้นที่ 20 ดอลลาร์สิงคโปร์ (2) Doctor World ค่าบริการ เริ่มต้นที่ 18 ดอลลาร์สิงคโปร์ (3) MHC CarePlus ค่าบริการเริ่มต้นที่ 22 ดอลลาร์สิงคโปร์ (4) MaNaDr ค่าบริการขึ้นอยู่กับแพทย์และระยะเวลาในการเข้ารับคำปรึกษา (5) Sata CommHealth ค่าบริการเริ่มต้นที่ 19.50 ดอลลาร์ สิงคโปร์ และ (6) WhiteCoat ค่าบริการเริ่มต้นที่ 25 ดอลลาร์สิงคโปร์

(2) การติดตามผู้ป่วยระยะไกล (Remote Patient Monitoring) คือ การนำอุปกรณ์ มาใช้ตรวจวัดการทำงานของร่างกาย เช่น การวัดค่า ความดันและอัตราการเต้นของหัวใจด้วยนาฬิกา อัจฉริยะ (Smart Watch) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม ในกลุ่มผู้ที่ใส่ใจและรักษาสุขภาพ

(3) การผ่าตัดทางไกล (Telesurgery) คือ การใช้หุ่นยนต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มาเพิ่มศักยภาพให้คณะแพทย์สามารถผ่าตัด ผู้ป่วยได้แม้จะอยู่ต่างสถานที่กัน รวมถึงการใช้ เทคโนโลยี 5G เพื่อให้ภาพการผ่าตัดคมชัด และแสดงผลตามเวลาจริงมากขึ้น

ซึ่งความนิยมใช้บริการการแพทย์ทางไกล ทั้ง 3 รูปแบบ จะสามารถสร้างโอกาสให้กับ ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิต ได้ในหลายภาคส่วน รวมถึงผู้ผลิตและผู้ส่งออก ชุดทดสอบทางการแพทย์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ตรวจวัด แผงวงจรรวม ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงผู้พัฒนาระบบซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการติดตามผู้ป่วยระยะไกล (Remote Patient Monitoring) และการผ่าตัดทางไกลอีกด้วย ไทยเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก เนื่องจากมีแหล่งทรัพยากรทางการแพทย์ที่อุดมสมบูรณ์ คณะแพทย์มีมาตรฐานสูง แต่มีค่ารักษาพยาบาลย่อมเยา ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้โอกาสจากการให้บริการการแพทย์ทางไกลแก่กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติได้ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันให้คำปรึกษาทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติ โดยเฉพาะด้านเวชศาสตร์ป้องกัน (Preventive Medicine) และเวชศาสตร์ความงาม (Aesthetic Medicine) ที่ไทยมีความเชี่ยวชาญ และมีชื่อเสียง และใช้ช่องทางดังกล่าวในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจเดินทางมารับ บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยภายหลังสถานการณ์ COVID-19 โดยอาจผสมผสานกับการแพทย์เชิงการท่องเที่ยว เช่น การจัดแพ็คเกจตรวจสุขภาพและทันตกรรมประจำปีควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวไทย และ แพคเกจเวชศาสตร์ความงามควบคู่กับบริการสปาไทย ฯลฯ





ธุรกิจสวนผักไทยในตลาดยุโรป โอกาสผักไทยไปไกลสู่สากล

ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ
สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบรัสเซลส์ / คณะผู้แทนถาวรไทยประจำสหภาพยุโรป

ส้มตำใส่แครอท แกงเขียวหวานใส่บรอกโคลี ผัดกะเพรา ใส่ใบโหระพา หลายครั้งที่เมนูอาหารไทยในต่างประเทศที่มีส่วนผสมที่แฟนพันธุ์แท้อาหารไทย จะรู้สึกสะดุดใจกับส่วนประกอบแปลก ๆ ที่ไม่เหมือนกับอาหารไทยดั้งเดิมที่เคยได้ลิ้มลองมา สาเหตุที่ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในต่างประเทศต้องจำใจตัดแปลงสูตรอาหารเหล่านี้เป็นเพราะวัตถุดิบในการประกอบอาหารไทยนั้นหายาก ทั้งยังมีราคาสูง คุณพรทิพย์ ศรีวิเศษ (คุณทิพย์) ชาวไทยในเบลเยียม ผู้ซึ่งประสบปัญหาเช่นเดียวกัน ได้เห็นถึงโอกาสจากปัญหาที่เกิดขึ้น และได้เริ่มการปลูกพืชผักไทยเพื่อรับประทานเองในโรงเรือนปลูกสตรอว์เบอร์รีของครอบครัวสามี ก่อนจะขยายพื้นที่การเพาะปลูกและดัดแปลงมาเป็นธุรกิจสวนผักไทย “ทิพย์สวนผัก” ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัวที่ได้รับความนิยมจากชาวไทยและชาวต่างชาติในเบลเยียม รวมถึงลูกค้าจากประเทศใกล้เคียงในยุโรปอีกด้วย

ธุรกิจไทยในเบลเยียมที่นำผักไทย ‘โกอินเตอร์’ นั้นเริ่มจากการเล็งเห็นโอกาสจากปัญหาที่คนรักอาหารไทยประสบเมื่อไปอาศัยอยู่ต่างแดน โดยนำทุนเดิมที่มีอยู่คือโรงเรือนปลูกสตรอว์เบอร์รีของครอบครัวมาดัดแปลงเป็นสวนผักไทย ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการต่อยอดจาก pain point ของผู้บริโภคที่มีอุปสงค์อยู่ แต่ไม่มีอุปทาน

ภายใน “ทิพย์สวนผัก” มีการปลูกพืชผักไทยหลากหลายชนิด เช่น กะเพรา โหระพา แมงลัก ผักชี

ผักชีลาว ขึ้นฉ่าย มะเขือ พริก แตงกวา คื่นช่าย กวางตุ้ง ฟักทอง มะระ ฯลฯ แต่ความท้าทายหลักของการปลูกพืชผักไทยในเบลเยียม คือ สภาพอากาศ แสงแดด และอุณหภูมิในการทำการเกษตรที่แตกต่างจากเมืองไทยอย่างสิ้นเชิง โดยที่เบลเยียมนั้น คุณทิพย์เล่าว่ามีฤดูหนาวที่ยาวนานถึง 5 เดือน ทำให้ไม่สามารถทำการเพาะปลูกได้เนื่องจากแสงแดดไม่เพียงพอ และสภาพอากาศที่หนาวเย็นเกินไป ทำให้ต้องใช้เครื่องทำความร้อนเพื่อควบคุมอุณหภูมิภายในโรงเรือนปลูกผักให้มีความเหมาะสมกับพันธุ์พืชไทย และใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อควบคุมการรดน้ำและใส่ปุ๋ยในปริมาณที่เหมาะสม ซึ่งการที่ “ทิพย์สวนผัก” ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ที่สวนผักนั้นสามารถช่วยลดแรงงานคนและประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างคนงานได้ด้วย

นอกจากนี้ คุณทิพย์ได้ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์สวนผักของตนผ่านสื่อโซเชียลที่ใช้เป็นประจำอย่าง Facebook ในชื่อ ทิพย์สวนผัก ไทย อีสาร อินเตอร์ ที่มียอด Like กว่า 12,000 ราย ทำให้สามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และช่วยสร้างชื่อเสียงให้สวนผักไทยแห่งนี้เป็นอย่างมาก ทำให้ในตอนนี้ “ทิพย์สวนผัก” ได้กลายเป็นแหล่งสร้างคอนเทนต์สำหรับเหล่า YouTuber จากหลายประเทศทั่วยุโรปที่เดินทางมาถ่ายทำคลิปวิดีโอรีวิว โดยบางคลิปมียอดผู้เข้าชมมากกว่า 800,000 ครั้ง ซึ่งนับว่าเป็นแบบอย่างของธุรกิจที่มี

พรทิพย์ ศรีวิเศษ

เจ้าของธุรกิจสวนผักไทยในเบลเยียม หรือที่รู้จักกันในชื่อ “ทิพย์สวนผัก” ได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มผลผลิต รวมทั้งการเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้สวนดังกล่าวประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก





อาหารไทย

ความพิเศษของอาหารไทยที่นอกจากจะมีรสชาติที่จัดจ้านและกลมกล่อมแล้ว ยังมีการใช้ผักและสมุนไพรที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย นำมาเป็นส่วนผสมของเมนูอีกด้วย

ตลาดผักไทยในยุโรปยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากกำลังการผลิตผักไทยในยุโรปไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า



การปรับตัวให้ทันยุคดิจิทัลและมีชื่อเสียงจากการใช้ประโยชน์ของแพลตฟอร์มออนไลน์

ในปัจจุบัน มีชาวไทยในต่างประเทศหลายรายเริ่มหันมาทำสวนผักกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสวนผักไทยบนพื้นที่ 31 ไร่ในเยอรมนี สวนมะกรูด-มะนาวในเบลเยียม หรือสวนผักไทยในสวีเดน แต่ตลาดผักไทยในยุโรปยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากกำลังการผลิตผักไทยในยุโรปไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผักไทยที่มีอยู่จำกัด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องซื้อจากร้านขายสินค้าเอเชียเท่านั้น ถือเป็นโอกาสสำหรับเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยที่ต้องการก้าวข้ามขีดจำกัดในการผลิต จำหน่ายวัตถุดิบ และเครื่องปรุงไทย โดยเบนเข็มหันมาสนใจตลาดต่างประเทศอย่างตลาดยุโรปที่มีความต้องการผลผลิตจากไทยจำนวนมาก เนื่องจากมีร้านอาหารไทยที่ตั้งอยู่หลายหมื่นร้าน

มีชาวไทยที่อาศัยอยู่จำนวนมาก ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบการทำอาหารทานเอง รวมทั้งชาวต่างชาติที่อยากลิ้มลองรสชาติของผักไทยแท้ๆ กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ต่างต้องการผักไทยที่มีคุณภาพ หาซื้อง่าย และมีราคาที่เหมาะสมผล อีกทั้งสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ยิ่งทำให้ผู้บริโภคทั่วโลกต่างหันมาให้ความสนใจกับคุณภาพของสินค้าและอาหารมากขึ้น ถึงเวลาแล้วที่ผักไทยคุณภาพดีจะกลายเป็นหนึ่งในทางเลือกสุขภาพและได้รับความนิยมในตลาดสากล

สำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจส่งออกผักและผลไม้สดมายังตลาดยุโรป สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://thaieurope.net/2020/09/22/export-veg-and-fruits-to-the-eu> หรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำสหภาพยุโรปที่ agrithai@agrithai.be





โอกาสของธุรกิจไทย ในต่างประเทศจาก ‘โมเดลธุรกิจใหม่ เพื่อความยั่งยืน’

ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ
สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวียนนา

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOBETHAILAND.COM

ปัจจุบันประชาคมโลกต่างตระหนักถึงปัญหาภาวะโลกร้อนและเร่งให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ภาครัฐจึงได้พัฒนานโยบายและออกมาตรการต่างๆ เพื่อรับมือกับปัญหาดังกล่าว โดยสหภาพยุโรปซึ่งถือเป็นกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก รวมถึงได้ออกนโยบาย Green Deal เพื่อบรรลุเป้าหมายการสร้างสังคมไร้มลพิษภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) เพื่อนำไปสู่การสร้างการเติบโตด้วยเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในขณะที่ประเทศไทยได้ผลักดัน Bio-Circular-Green (BCG) Economy Model ให้เป็นวาระแห่งชาติ มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจให้เกิดความยั่งยืนและมีความสมดุลระหว่างการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ จำเป็นที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ

เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564 สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวียนนา ได้จัดสัมมนาในหัวข้อ “Bio-Circular-Green Economy: A model for sustainable business” ร่วมกับองค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization – UNIDO) หอการค้าแห่งออสเตรีย (Austrian Economic Chambers) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และบริษัท Let’s Plant Meat จำกัด โดยได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ BCG ที่น่าสนใจ ดังนี้

นาย Stephan Sicars ผู้อำนวยการแผนกสิ่งแวดล้อมและพลังงาน (UNIDO) กล่าวว่า แกนหลักของ Circular Economy คือ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (resource efficiency) และการฟื้นฟูการเติบโตทางเศรษฐกิจ (recovering economic growth) โดยผลวิจัยที่ได้ร่วมกับรัฐบาลในประเทศต่างๆ รวมถึงไทย พบว่า การใช้ทรัพยากรให้มี



การใช้ทรัพยากรให้มี
ประสิทธิภาพช่วยลด
ค่าใช้จ่ายในการผลิต
ในสัดส่วนที่สูง เพิ่มศักยภาพ
ในการแข่งขัน นอกเหนือ
จากการลดมลพิษและขยะ



ประสิทธิภาพช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตในสัดส่วนที่สูง เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน นอกเหนือจากการลดมลพิษและขยะ รวมถึงช่วยการสร้างงาน ซึ่งการจะเพิ่มประสิทธิภาพได้จำเป็นต้องเริ่มตั้งแต่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีอายุการใช้งานได้นานขึ้น การติดฉลากสินค้าที่บ่งชี้ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการกระบวนการผลิต โดยยกให้ไทยเป็นแบบอย่างที่ดีในการบริหารจัดการในนิคมอุตสาหกรรมในด้านพลังงานและกระบวนการผลิต

นาย Sicars ได้ยกตัวอย่างโครงการ The Investment Cooperative Programme (ICP) ที่ UNIDO ได้ร่วมกับ

สถาบันการเงินเพื่อการพัฒนา (Development Finance Institutions – DFIs) สนับสนุนประเทศกำลังพัฒนา ในการวางแผนและมาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยปัจจุบันได้ช่วยเหลือ SMEs ในอินโดนีเซียลดก๊าซเรือนกระจกกว่า 3.5 แสนตัน ทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรจนส่งผลให้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้กว่า 19.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี สำหรับในประเทศไทย UNIDO ได้ช่วยสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การประหยัดการใช้น้ำ และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้แก่ SMEs ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมเซรามิก เป็นต้น

สมิต กวีเลิศนิธิ

กรรมการผู้จัดการบริษัท Let's Plant Meat หนึ่งในธุรกิจด้านอาหารที่เป็นทางเลือกใหม่ของผู้ที่รักสุขภาพ ด้วยแนวคิดสุดสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช 4 ชนิด ประกอบไปด้วย ถั่วเหลือง (จากแหล่งที่ไม่มี GMO) ข้าว มะพร้าวและบักรูก ที่นำมาปรุงรสด้วยเครื่องเทศพิเศษ เพื่อสร้างรสชาติและเนื้อสัมผัสเหมือนกับเนื้อสัตว์ นอกจากนี้ ยังเป็นธุรกิจที่มุ่งสร้างความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เพราะกระบวนการผลิตที่นำเอาพืชมาสร้างเป็นเนื้อสัตว์นั้นจะช่วยลดการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างมาก เมื่อเทียบการผลิตเนื้อสัตว์ในรูปแบบปกติ



นาย Sicars ให้ความเห็นว่าเศรษฐกิจหมุนเวียนยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ไม่มีประเทศใดตามหลังใคร สิ่งสำคัญคือรัฐบาลต้องมีเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจนในระยะกลาง-ยาว ซึ่งตนเห็นว่าไทยได้กำหนดเป้าหมายไว้แล้ว จึงแนะนำว่าจะต้องสื่อสารให้สังคมตื่นตัวและให้ความร่วมมือ ในขณะที่นโยบายภาครัฐต้องสอดคล้องกันเพื่อให้ไม่ยุ่งยากในทางปฏิบัติและเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคมากที่สุด

ดร.ลีลี เอื้อวิไลจิตร รักษาการผู้ช่วยผู้อำนวยการ สวทช. กล่าวถึงนโยบายและแผนพัฒนาเศรษฐกิจแบบ BCG โดยมองว่าไทยยังมีความท้าทายหลายด้าน โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อม จึงได้กำหนดตัวชี้วัดการดำเนินการไว้ 3 ช่วง ได้แก่ (1) ปี 2564 – 2565 เน้นการสร้างความรู้ในสังคม (2) ปี 2566 – 2568 เห็นผลสำเร็จของโครงการนำร่อง และ (3) ปี 2569 – 2570 สามารถขับเคลื่อนได้ด้วยกลไกตลาด



Plant-based Meat อีกหนึ่งอาหารทางเลือก โดยเป็นนวัตกรรมที่นำเอาพืช เช่น พัก เห็ด หรือสาหร่ายมาดัดแปลงให้เหมือนกับเนื้อสัตว์จริง ๆ ไม่ว่าจะเป็ นรสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส และรูปลักษณ์ภายนอก

โดย สวทช. ยังจะมีส่วนช่วยสนับสนุน ในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและ นวัตกรรมที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการปรับตัว และเปลี่ยนผ่าน ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็น เทคโนโลยีชั้นสูง

เห็นได้ว่าเศรษฐกิจแบบ BCG เป็น ทิศทางของโลกในการพัฒนาเศรษฐกิจ นับจากนี้ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทย ควรศึกษาเพื่อปรับเปลี่ยนแนวทาง ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ ค่านิยมสากลตอบโจทย์ผู้บริโภคในระบบ

เศรษฐกิจ BCG รวมถึงการขยายตลาด การส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะ ประเทศในสหภาพยุโรป และประเทศ อื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญกับแนวทาง การดำเนินธุรกิจสีเขียว และเป็นโอกาส ของธุรกิจไทยในการสร้างธุรกิจจาก โมเดลธุรกิจใหม่เพื่อความยั่งยืนด้วย





ธุรกิจ ‘Cloud Kitchen’ ร้านอาหารไม่มีหน้าร้าน ใน UAE ตอบโจทย์ความต้องการในยุค COVID-19

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงอาบูดาบี

ปัจจุบันอุตสาหกรรมร้านอาหารในยูเออี มีแนวโน้มเติบโตดีขึ้น หลังจากที่ประสบภาวะซบเซาในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี 2563 โดยผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารหันมาลงทุนในธุรกิจ “Cloud Kitchen Model” (หรือ Ghost Kitcher/Dark Kitchen) มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในธุรกิจบริการอาหาร มีต้นทุนในการลงทุนต่ำ ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ใช้บริการส่งอาหารให้ลูกค้า และยังสามารถเช่าพื้นที่ครัวได้หากไม่ต้องการลงทุนในการสร้างครัวเอง ซึ่งเหมาะกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ผู้บริโภคนิยมสั่งอาหารออนไลน์มากขึ้น

จากรายงานของ Redseer Consulting พบว่า ขนาดของตลาดบริการส่งอาหารและ Cloud Kitchen ในยูเออีมีมูลค่าตลาดประมาณ 2.3 หมื่นล้านบาท โดยร้อยละ 91 เป็นบริการส่งอาหาร และร้อยละ 9 เป็นธุรกิจ Cloud Kitchen ทั้งนี้ ธุรกิจ Cloud Kitchen มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 ในยูเออี

นอกจากนี้ จากรายงานการศึกษาในช่วงต้นปี 2564 ของ PRIME UAE พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารแบบ dine-in ร้อยละ 70 ให้ความสนใจการลงทุนในธุรกิจอาหารในรูปแบบ Cloud Kitchen ในการขยายกิจการและสาขามากขึ้น

อย่างไรก็ตาม อุปสรรคหรือความท้าทายของธุรกิจดังกล่าว ได้แก่ (1) ลูกค้าต้องพึ่งพาการใช้บริการส่งอาหารออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกำไรของกิจการเนื่องจากผู้ให้บริการส่งอาหารมักขอให้ร้านอาหารเสนอส่วนลดให้แก่ลูกค้าอยู่เสมอ (2) การแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจ Cloud Kitchen เนื่องจากมีคู่แข่งในตลาดเป็นจำนวนมาก อาจส่งผลให้การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักทำได้ยาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพียงทางเดียว และ (3) ผู้ให้บริการ Food Delivery มีแนวโน้มประกอบธุรกิจร้านอาหาร Cloud Kitchen เพิ่มเติม ซึ่งมีส่วนในการแบ่งรายได้จากฐานลูกค้าของธุรกิจ Cloud Kitchen



จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในยูเออี และแนวโน้มของธุรกิจอาหารในยูเออี ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายย่อยของไทยหลายรายก็กำลังพิจารณาการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารประเภท Cloud Kitchen มากขึ้น เนื่องจากมีการลงทุนที่น้อยกว่าการเปิดหน้าร้าน ทั้งนี้ อาหารไทยยังคงได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยูเออี Cloud Kitchen จึงกลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกธุรกิจบริการแนวใหม่ที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอาหารไทยสามารถกระจายตลาดและส่งออกอาหารไทยไปยังตลาดตะวันออกกลางได้มากยิ่งขึ้น

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ | GLOBETHAILAND.COM



สแกนเพื่ออ่านเพิ่มเติม



แนวโน้มของธุรกิจอาหารในยูเออี ผู้ประกอบธุรกิจ
ร้านอาหารรายย่อยของไทยหลายรายกำลังพิจารณา
การลงทุนในธุรกิจร้านอาหารประเภท
Cloud Kitchen มากขึ้น

CLOUD KITCHEN

ปัจจุบันมีนักธุรกิจใยูเออีให้ความสนใจกับธุรกิจ Cloud Kitchen เป็นจำนวนมาก และส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการอาหารพุ่งสูงขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการที่น่าสนใจ มีดังนี้



Kitch – ธุรกิจที่ให้บริการควบคู่ทั้งบริการส่งอาหารและ Cloud Kitchen เป็นธุรกิจแรกในวันออกกลาง ที่รวมทั้ง 2 บริการเข้าด้วยกัน เปิดตัวไปเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ในยูเออีและซาอุดีอาระเบีย



Cloud Restaurant – ธุรกิจที่มีครัว Cloud Kitchen ร่วมกับพาร์ทเนอร์ 16 แห่งในยูเออี และวางแผนจะขยายจำนวนครัวให้ได้ 50 แห่งภายในปีนี้



Kitopi – ธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างเด่นชัด เพราะมีครัวมากกว่า 60 แห่ง และพันธมิตรกว่า 200 แบนด์ใน 5 ประเทศ และยังผลิตอาหารให้กับอีกหลายแบรนด์ เช่น (1) Pizza Express (2) Wok Boyz และ (3) Burger Fuel

ผู้ประกอบการไทยห้ามพลาด! กฎระเบียบสำหรับการทำธุรกิจ ออนไลน์ในสิงคโปร์

ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ
สถานเอกอัครราชทูต ณ สิงคโปร์

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOBETHAILAND.COM

‘สิงคโปร์’ นับเป็นหนึ่งในประเทศที่พัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอันดับต้น ๆ ของโลก และเป็นต้นแบบในการนำเทคโนโลยีมาใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอยู่เสมอ โดยสิงคโปร์ได้ดำเนินนโยบาย ‘Smart Nation’ มาตั้งแต่ปี 2557 เพื่อพลิกโฉมประเทศด้วยเทคโนโลยีและมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึงและแท้จริง โดยในการดำเนินการดังกล่าว รัฐบาลสิงคโปร์ได้กำหนดโครงการยุทธศาสตร์ระดับชาติ (Strategic National Projects) ไว้มากมาย เช่น (1) การยืนยันตัวตนทางดิจิทัลแห่งชาติ (National Digital Identity) เพื่อให้ประชาชนและภาคธุรกิจสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลอย่างง่ายและปลอดภัย (2) การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payments) เพื่อให้ระบบการชำระเงินมีความปลอดภัย รวดเร็ว และสะดวกสบาย (3) ระบบเมืองอัจฉริยะ (Smart Urban Mobility) เพื่อยกระดับการขนส่งสาธารณะโดยใช้เทคโนโลยีอย่าง AI และยานยนต์ไร้คนขับเข้ามาช่วย เป็นต้น

นโยบายดังกล่าวไม่เพียงช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนชาวสิงคโปร์

และเมืองให้เป็นเมืองอัจฉริยะ แต่ยังเป็นปัจจัยดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้าไปลงทุนในประเทศอย่างคึกคัก ซึ่งจากการจัดอันดับความยาก – ง่ายในการประกอบธุรกิจ ปี ค.ศ. 2020 (Ease of Doing Business 2020) โดยธนาคารโลก สิงคโปร์อยู่อันดับที่ 2 รองจากนิวซีแลนด์เท่านั้น อันเป็นผลมาจากข้อริเริ่มของประธานาธิบดี ลี เซียน ลุง (Lee Hsien Loong) ที่ได้ประกาศ ‘แผนริเริ่ม’ การเป็นเมืองอัจฉริยะ ทำให้ปัจจุบันสิงคโปร์มีโครงสร้างพื้นฐานประเทศที่ทันสมัย มีบริการสาธารณะที่สะดวกและเอื้ออำนวยต่อการใช้ชีวิต การทำงาน และการทำธุรกิจที่สะดวกและง่ายมากขึ้น

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ สิงคโปร์มีกฎ ระเบียบ และหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนโปร่งใส จึงทำให้เป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศว่ามีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การลงทุนมากที่สุดในโลก โดยสิงคโปร์เป็นประเทศที่ต่างชาติเข้าไปลงทุนมากที่สุดอันดับ 1 ในอาเซียนด้วย

เมื่อมีผู้ประกอบการจากทั่วโลก รวมถึงผู้ประกอบการไทย ประสงค์เข้าไปดำเนินธุรกิจแบบออนไลน์อย่าง e-commerce และ e-service ในสิงคโปร์ หน่วยงานรัฐบาลสิงคโปร์ จึงได้กำหนดระเบียบและข้อบังคับ 6 ข้อ สำหรับผู้ประกอบการต่างชาติ ดังนี้





(1) ใบอนุญาตผู้ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ (e-Retailers): โดย พ.ร.บ. Singapore Broadcasting Authority (SBA) Act กำหนดให้ผู้ให้บริการประชาสัมพันธ์และกระจายเสียงทั้งหมด รวมถึงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านคอมพิวเตอร์ และหนังสือพิมพ์ในรูปแบบออนไลน์ต่าง ๆ ต้องได้รับใบอนุญาตจาก SBA

(2) กฎระเบียบสำหรับเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต: ผู้ได้รับใบอนุญาตข้างต้นต้องปฏิบัติตาม Internet Code of Practice โดยห้ามไม่ให้เผยแพร่เนื้อหาที่ขัดกับศีลธรรม ความสงบเรียบร้อย และความมั่นคงสาธารณะ หรือเนื้อหา

ที่ไม่ได้รับอนุญาตภายใต้กฎหมายของสิงคโปร์ ใดๆ ก็ดี เซิร์ฟเวอร์และ Internet Cache Protocol (ICP) ภายนอก สิงคโปร์ไม่อยู่ภายใต้การดูแลของ SBA

(3) การคุ้มครองและความปลอดภัยของข้อมูล
ดิจิทัล: ตาม พ.ร.บ. Computers Misuse Act คุ้มครองคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และข้อมูล ในคอมพิวเตอร์ เมื่อมีการเข้าถึง แก๊ไข และแทรกแซง โดยไม่ได้รับอนุญาต แบ่งเป็น (1) ความเป็นส่วนตัว และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล: ผู้ประกอบการต้องมี นโยบายจัดการข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์ เช่น การเข้ารหัสลับ



สแกนเพื่ออ่านเพิ่มเติม



(encryption) เพื่อป้องกันข้อมูลที่อาจถูกเผยแพร่โดยไม่ตั้งใจ และ (2) ความปลอดภัยในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต: ซึ่งต้องได้รับการป้องกันผ่านการเข้ารหัสลับก่อนจะถูกดำเนินการต่อไปในอินเทอร์เน็ต

(4) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาใน cyberspace: พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ (Copyright Act) คุ้มครองลิขสิทธิ์ผลงานที่จับต้องได้ซึ่งมีลักษณะเป็นการบันทึกหรือเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดนตรี และภาพวาด รวมถึง

ชิ้นงานในอินเทอร์เน็ต โดยเจ้าของผลงาน จะได้รับการคุ้มครองด้านลิขสิทธิ์โดยไม่ต้องจดทะเบียนทั้งนี้การละเมิดลิขสิทธิ์จะเกิดขึ้นเมื่อมีผู้คัดลอก แจกจ่าย หรือจัดแสดงผลงานบางส่วนหรือทั้งหมดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

(5) ลิขสิทธิ์และอินเทอร์เน็ต: Copyright Act ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ปี 2540 ระบุเกี่ยวกับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในยุคดิจิทัล เพื่อคุ้มครองเจ้าของลิขสิทธิ์เมื่อมีการคัดลอกหรือทำสำเนาทางอิเล็กทรอนิกส์

โดยที่ไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้ รัฐบาลสิงคโปร์ยังคุ้มครองผลงานต่างประเทศที่มีลิขสิทธิ์ และได้ลงนามในอนุสัญญาสำคัญอย่าง Paris Convention, Berne Convention และ Madrid Protocol

(6) เครื่องหมายการค้าและอินเทอร์เน็ต: ผู้ประกอบการควรระมัดระวังเป็นพิเศษเกี่ยวกับการใช้ keyword หรือคำที่ฝังอยู่ในเว็บไซต์ (meta tags) เนื่องจากผู้ใช้งานเว็บไซต์ไม่สามารถมองเห็น meta tags และอาจมีกรณีเจ้าของเว็บไซต์ลักลอบ



ใส่เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงที่ไม่ควรปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ ในกรณีเช่นนี้ กฎหมายของสิงคโปร์กำหนดให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงดำเนินการทางกฎหมายกับผู้ละเมิดเครื่องหมายฯ ได้

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่ากฎระเบียบและข้อบังคับสำหรับผู้ประกอบการต่างชาติที่ประสงค์ดำเนินธุรกิจออนไลน์ในสิงคโปร์นั้นเข้มงวดและคุ้มครองธุรกิจทุกประเภทอย่างเท่าเทียมไม่ว่าจะเป็นของคนในชาติหรือต่างชาติ ทำให้กฎระเบียบและข้อบังคับของสิงคโปร์เป็นที่ยอมรับในด้านประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และความครบถ้วนสมบูรณ์จากทั่วโลก ต่อยอดไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจชั้นนำและกฎหมายสากลในภูมิภาคเอเชีย ส่งผลให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่น่าสนใจสำหรับการเข้าไปลงทุนหรือประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี ดิจิทัลและนวัตกรรม ซึ่งปัจจุบันได้เปิดรับการลงทุนจาก startup ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญที่จะเข้าไปจัดตั้งบริษัทและช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมนี้

นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังมีปัจจัยเชิงบวกที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นผู้นำทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัลมากมาย ไม่ว่าจะเป็นระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ได้มาตรฐาน บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ การเป็นศูนย์กลางทางการเงินและการค้าที่สำคัญของภูมิภาค ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการที่สนใจได้ศึกษากฎระเบียบอย่างครบถ้วนสมบูรณ์และดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องแล้ว เชื่อได้ว่าสิงคโปร์จะเป็นที่ตั้งชุมทรัพย์สำหรับธุรกิจที่กำลังเติบโตอย่างแน่นอน

กฎระเบียบและข้อบังคับสำหรับผู้ประกอบการต่างชาติ
ที่ประสงค์ดำเนินธุรกิจออนไลน์ในสิงคโปร์นั้น
เข้มงวดและคุ้มครองธุรกิจทุกประเภทอย่างเท่าเทียม
ไม่ว่าจะเป็นของคนในชาติหรือต่างชาติ



การห้ามนำเข้า เนื้อสุกรดิบ และผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้อง ที่มีสารเร่ง เนื้อแดงจำพวก beta-agonist ในไทยและการค้า ระหว่างประเทศ

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOBETHAILAND.COM

เพื่อให้ประชาชนได้รับประทานเนื้อสุกรได้อย่างปลอดภัย ไทยใช้มาตรการควบคุมเนื้อสุกรที่มีสารเร่งเนื้อแดง โดยห้ามนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากต่างประเทศ ซึ่งนี่เป็นหนึ่งในสาเหตุที่สหรัฐฯ ใช้ในการตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ที่เคยให้กับสินค้าไทย มาตั้งแต่ปี 2561 โดยสหรัฐฯ เห็นว่าการที่ไทยห้ามนำเข้าเนื้อสุกรจากสหรัฐฯ ที่ใช้สารเร่งเนื้อแดงในการเลี้ยงนั้น ไม่เป็นธรรม และไม่สอดคล้องกับพันธกรณีภายใต้ WTO นี่จึงเป็นที่มาของการวิจัยของ ผศ.ดร. จารุประภา รัทพงษ์ อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้จัดเสวนาทางวิชาการเพื่อนำเสนอผลการวิจัยในเรื่อง “ความสอดคล้องของมาตรการห้ามนำเข้าเนื้อสุกรที่ใช้สารเร่งเนื้อแดงของประเทศไทยภายใต้พันธกรณีขององค์การการค้าโลก (WTO)” จัดโดยศูนย์กฎหมายระหว่างประเทศ เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2564 ผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งการเสวนานี้ทำให้เห็นว่า การใช้มาตรการของรัฐเพื่อดูแลสุขภาพประชาชนไทยนั้นมีความสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันรัฐบาลจำเป็นต้องปฏิบัติตามพันธกรณีภายใต้ WTO และคำนึงถึงพลวัตของการค้าระหว่างประเทศด้วย อย่างไรก็ตาม ข้ออ้างของสหรัฐฯ ที่ใช้ในการตัดสิทธิ GSP ของไทยอาจไม่ถูกต้องนัก และเราควรทำความเข้าใจมาตรการของไทยที่เกี่ยวกับสินค้าเนื้อสุกรที่ใช้สารเร่งเนื้อแดงในบริบทของกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ ซึ่ง ผศ.ดร. จารุประภา ได้อธิบายไว้ดังนี้

1. กฎหมายไทยกำหนดห้ามผลิต ห้ามจำหน่าย ห้ามนำเข้าเนื้อสุกรที่มีการใช้สารเร่งเนื้อแดงจำพวก beta-agonist โดยระบุโทษทั้งจำ ทั้งปรับ จึงถือว่ามีมาตรการเข้มงวดระดับสูงสุดในทางการค้าระหว่างประเทศ (zero tolerance) อย่างไรก็ดี



ไทยมีช่องโหว่ทางกฎหมายในทางปฏิบัติ กล่าวคือ สาร beta-agonist ที่ใช้เป็นสารตั้งต้นในยาสำหรับคน ไม่ต้องมีการลงทะเบียนผู้ใช้งาน จึงเป็นช่องโหว่ทางกฎหมายที่ทำให้ยาที่ใช้ในคนมีโอกาสจะเส็ดลอดไปสู่การใช้ผสมในการเลี้ยงสัตว์ได้โดยง่าย ซึ่งมีความเสี่ยงที่มาตรการห้ามนำเข้าเนื้อสัตว์ที่มีส่วนผสมของสารดังกล่าวของไทย จะถูกมองว่าเป็นการเลือกปฏิบัติ เนื่องจากมีการใช้สารดังกล่าว (อย่างผิดกฎหมาย) ในเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในไทย

2. การที่สหรัฐฯ เลือกที่จะตัดสิทธิ GSP ที่ให้ต่อไทย กระทบผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกสินค้าไปสหรัฐฯ ในกลุ่มสินค้าที่ถูกตัดสิทธิ GSP เช่น ชิ้นส่วนยานยนต์ สารเคมีภัณฑ์ ยางเตี้ยพลาสติก เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้ผู้ส่งออกต้องเสียภาษีศุลกากรในอัตราที่สูงขึ้น จนทำให้สินค้าไทยที่ส่งไปขายที่สหรัฐฯ มีราคาสูงขึ้น ขยายได้น้อยลง และส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกและแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมเหล่านี้ของไทย

3. มาตรการในเรื่องความปลอดภัยทางอาหาร (food safety) มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรม การเมือง และวัฒนธรรมทางอาหาร (food culture) ในแต่ละท้องถิ่น หากไทยต้องการห้ามใช้สารเร่งเนื้อแดง เราจำเป็นต้องมีหลักการทางวิทยาศาสตร์ที่ชัดเจนว่าเหตุใด



การใช้มาตรการของรัฐเพื่อดูแลสุขภาพประชาชนไทย นั้นมีความสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันรัฐบาลจำเป็นต้อง ปฏิบัติตามพันธกรณีภายใต้ WTO และคำนึงถึงพลวัต ของการค้าระหว่างประเทศด้วย

ไทยจึงควรออกกฎหมายที่ไม่เหมือนประเทศอื่นได้ เช่น บางประเทศไม่มีวัฒนธรรมการรับประทานเครื่องในสุกร แต่คนไทยนิยมรับประทานดังนั้นประเทศพัฒนาแล้วจึงไม่ควรตัดสินว่ากฎเกณฑ์ทางด้าน food safety หนึ่งเดียวจะสามารถใช้เป็นบรรทัดฐานได้กับทุกประเทศทั่วโลก ดังเช่นกรณีเรื่องสารเร่งเนื้อแดงในอาหาร แม้ว่าบางประเทศจะพิจารณาว่าการใช้สารเร่งเนื้อแดงจำพวก beta-agonist มีความปลอดภัย แต่อาจไม่เป็นเช่นนั้นเสมอไปเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในไทยที่นิยมบริโภคเครื่องในสัตว์ อีกทั้งคนไทยยังนิยมซื้อเนื้อสุกรจากตลาดสด ที่ไม่มีการติดฉลากบนเนื้อสัตว์ว่ามีสารเร่งเนื้อแดงหรือไม่ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่มีข้อมูลที่จำเป็นในการเลือกซื้อ

4. ผลเสียทางด้านสาธารณสุขในระยะยาว WTO แนะนำให้ทุกประเทศออกกฎหมายภายในตามมาตรฐานของกฎหมายระหว่างประเทศคือ Codex Alimentarius อย่างไรก็ดีบางมาตรฐานของ Codex Alimentarius เช่น ในเรื่องสารเร่งเนื้อแดงนี้ถูกรับรองจากการโหวตข้อมติด้วยคะแนนเสียง 69/67 เสียง ซึ่งมีคะแนนเสียงคัดค้านสูงเพราะกลัวว่าการใช้สารเร่งเนื้อแดงจะทำให้เกิดการสะสมที่ตับและไตได้ ดังนั้น ไทยควรชี้แจงเหตุผลว่ามาตรฐานในเรื่องนี้ยังไม่เหมาะสมที่จะใช้เป็นบรรทัดฐาน โดยไทยควรมีการจัดเก็บสถิติทางด้านสาธารณสุขเกี่ยวกับผลเสียของสารเร่งเนื้อแดงที่มีต่อผู้สูงอายุ ผู้ที่มีภาวะโรคอ้วนซึ่งไทยต้องเฝ้าระวังผลเสียทางสุขภาพ เพื่อชี้แจงต่อ WTO เพิ่มเติมด้วยว่าเป็นมาตรฐานที่ไม่เหมาะสมกับสภาพสังคม สาธารณสุข และเศรษฐกิจของไทย

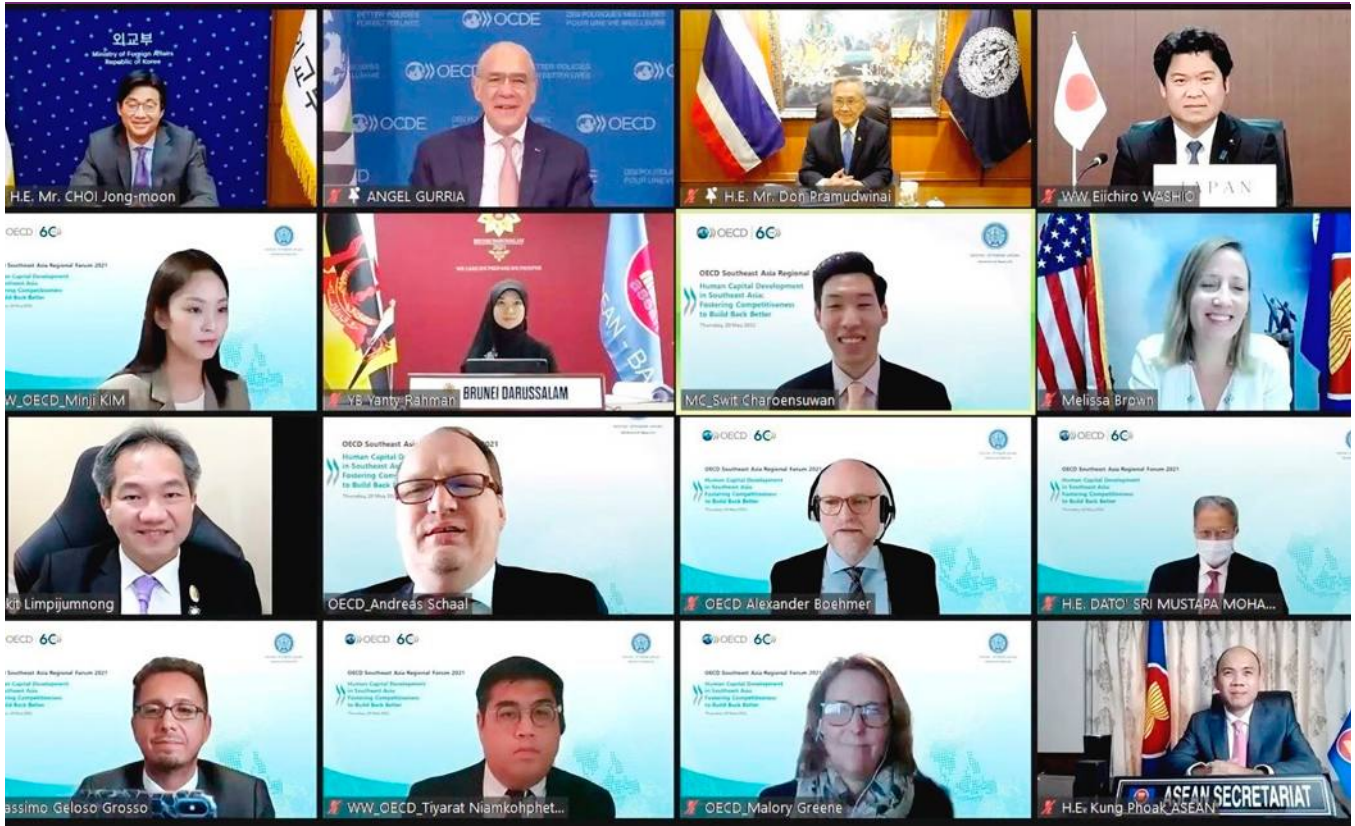
5. แนวทางการเทียบเท่ากันของมาตรฐานระหว่างประเทศ (equivalence) ปัจจุบันจีนยอมรับให้นำเข้าเนื้อสุกรที่ใช้สารเร่งเนื้อแดงได้แล้ว (จากเดิมที่เคยห้ามนำเข้าเนื้อสุกร

จากสหรัฐฯ และถูกสหรัฐฯ กดดันสมัยรัฐบาลประธานาธิบดี Trump) โดยอาศัยการรับรองการเทียบเท่ากันของมาตรฐานต่างประเทศซึ่งรัฐบาลสหรัฐฯ ได้กำหนดให้ผู้ผลิตภายในประเทศที่ต้องการส่งออกสินค้าเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องไปยังจีนต้องจดทะเบียนเพื่อรับรองว่าปราศจากการใช้สารเร่งเนื้อแดงจำพวก beta-agonist ที่นิยมใช้กันในอุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์ในสหรัฐฯ และเมื่อได้รับการรับรองระบบการเลี้ยงสัตว์แล้ว สินค้าที่จะส่งออกไปยังประเทศจีนต้องติดฉลากด้วย โดยจีนมีหน่วยงานกลางขนาดใหญ่ที่ทำหน้าที่รับรองมาตรฐานและตรวจสอบคุณภาพ (equivalence and benchmarking) สินค้านำเข้าดังกล่าว เกี่ยวกับแนวทางนี้ ผศ.ดร. จารุประภา มีข้อสังเกตว่า ในส่วนของไทยยังไม่มีความพร้อมในเรื่องหน่วยงานผู้ปฏิบัติที่จะทำหน้าที่รับรองการเทียบเท่ากันของมาตรฐาน อีกทั้งกฎหมายภายในของไทยมีลักษณะ zero-tolerance ทำให้ไม่สามารถดำเนินการดังกล่าวได้ อย่างไรก็ตาม ไทยควรแก้ไขกฎหมายภายในเพื่ออุดช่องโหว่ทางกฎหมายหรืออาจพิจารณาดำเนินการในเรื่อง equivalence ของมาตรฐานสินค้าให้ได้

จะเห็นว่า มาตรการห้ามนำเข้าเนื้อสุกรที่มีสารเร่งเนื้อแดงของไทยอาจไม่ผิดต่อพันธกรณีภายใต้ WTO หรือสามารถชี้แจงที่มาที่ไปได้ ดังนั้น เราน่าจะสามารถรับประทานเนื้อสุกรได้อย่างสบายใจต่อไปอย่างไรก็ดี ช่องโหว่ทางกฎหมายในทางปฏิบัติ และมาตรการอื่น ๆ เช่น มาตรการ equivalence ของมาตรฐานสินค้า จะช่วยลดความเสี่ยงที่ไทยจะถูกฟ้องร้องภายใต้ WTO หรือถูกประเทศอื่นใช้มาตรการตอบโต้ได้ในอนาคต

ความร่วมมือระหว่าง 'ไทยกับ OECD' องค์การระหว่างประเทศที่สามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศของเรา

ตอนที่ 2: ความร่วมมือระหว่างไทยกับ OECD ภายใต้บริบทแห่งความท้าทายจาก COVID-19



เมื่อตอนที่แล้วได้แนะนำให้รู้จัก OECD ไปแล้ว ตอนนี้จะมาเล่าเรื่องความร่วมมือระหว่างไทยกับ OECD ระดับภูมิภาคผ่านโครงการ OECD Southeast Asia Regional Programme (SEARP)

ไทยเกี่ยวข้องกับ OECD อย่างไร

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่โลกทั้งใบนั้นเชื่อมโยงกันด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารแบบไร้พรมแดน การค้าการลงทุนระหว่างประเทศมีมูลค่าสูงขึ้น และเชื่อมต่อกันด้วยห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน ความร่วมมือในระดับนานาชาติ จึงยิ่งทวีความสำคัญในการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organisation for Economic Cooperation and Development: OECD) เป็นหนึ่งในองค์กรที่ไทยมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิด โดยปัจจุบัน OECD เล็งเห็นความสำคัญของการเพิ่มพูนปฏิสัมพันธ์กับประเทศนอกกลุ่ม เพื่อขยายความร่วมมือและยังเป็นการเพิ่มบทบาทของ OECD ในเวทีโลกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

แม้ว่าไทยจะไม่ได้เป็นสมาชิก OECD แต่การเข้าร่วมมาตรฐาน รวมทั้งดัชนีชี้วัดต่าง ๆ ของ OECD ที่เป็นสากล เป็นผลดีต่อไทย นอกจากจะส่งเสริมความเชื่อมั่นด้านการค้าและการลงทุนให้กับไทยในเวทีระหว่างประเทศแล้ว ความร่วมมือในรูปแบบต่าง ๆ กับ OECD ยังส่งเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยให้สามารถอยู่ในห่วงโซ่อุปทานโลกในปัจจุบันได้



อนาคตความร่วมมือ ระหว่างไทยกับ OECD ภายใต้เลขาธิการ OECD คนใหม่

อีกประเด็นที่น่าสนใจคือการเข้ารับตำแหน่งเลขาธิการ OECD คนใหม่ (คนที่ 6) นาย Mathias Cormann เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2564 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนผู้นำของ OECD หลังจากนาย Angel Gurría ซึ่งได้ปฏิบัติหน้าที่นี้มายาวนานถึง 15 ปี โดยนาย Cormann เป็นอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังที่ดำรงตำแหน่งยาวนานที่สุดของออสเตรเลียและเป็นเลขาธิการ OECD จากภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกคนแรก โดยมีนโยบายหลักสนับสนุนให้ OECD มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่สมาชิกมากขึ้น โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ทั้งนี้ เราคงต้องติดตามต่อไปว่าเลขาธิการคนใหม่จะพลิกโฉมแนวทางการทำงานของ OECD และความร่วมมือระหว่างไทยกับ OECD มากน้อยเพียงใด



อย่างไรก็ดี ไทยไม่ได้เป็นฝ่ายรับความรู้อะไรจาก OECD ฝ่ายเดียว แต่ยังแบ่งปันประสบการณ์แนวปฏิบัติที่ดีของไทยในการประชุมต่างๆ ของ OECD ด้วย เช่น ในการรับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 ไทยได้นำเสนอระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าและกลไกอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านซึ่งเป็นภูมิปัญญาของไทย และมีความสำคัญต่อการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศ นอกจากนี้ ได้นำเสนอบทบาทของไทยในการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ (Responsible Business Conduct) ซึ่งไทยเป็นชาติแรกในภูมิภาคเอเชียที่ได้ประกาศใช้แผนปฏิบัติการแห่งชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (National Action Plan on Business and Human Rights) และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับประเทศอื่นในภูมิภาคในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบและเคารพสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นผลดีต่อภาคธุรกิจของไทย

ไทยใน OECD Southeast Asia Regional Programme (SEARP)

OECD ริเริ่มโครงการ SEARP เมื่อปี 2557 เพื่อยกระดับความร่วมมือระหว่าง OECD กับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสนับสนุนการบูรณาการอาเซียนและกระบวนการปฏิรูปภายในของประเทศสมาชิกอาเซียน โดยพยายามให้สมาชิกอาเซียนเข้ามามีส่วนร่วมในกลไกต่าง ๆ ของ OECD ผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างทั้งสองภูมิภาค โดย SEARP มีความร่วมมือระดับภูมิภาคครอบคลุมประเด็นที่หลากหลาย เช่น ภาษี SMEs การศึกษาและทักษะ การลงทุน ความเชื่อมโยงและความร่วมมือภาครัฐ-เอกชน แนวปฏิบัติด้านกฎระเบียบที่ดี การค้า นวัตกรรม การฟื้นฟูสีเขียว การท่องเที่ยว

เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ไทยเป็นเจ้าภาพร่วมกับ OECD จัดการประชุมประจำปี

OECD Southeast Asia Regional Forum 2021 ในหัวข้อ Human Capital Development: Fostering Competitiveness to Build Back Better ซึ่งเน้นย้ำความสำคัญของความร่วมมือด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยปัจจัยสำคัญในการพัฒนาทุนมนุษย์ให้ประสบความสำเร็จ เช่น (1) การกำหนดนโยบายด้านการศึกษาและพัฒนาทักษะแรงงานต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน (2) การลดความเหลื่อมล้ำทางโอกาสในการพัฒนาทักษะดิจิทัล โดยเฉพาะกับกลุ่มสตรีสตาร์ทอัพและ SME เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจดิจิทัล (3) การปลูกฝังทัศนคติที่ใฝ่รู้และเชื่อว่าสามารถพัฒนาความคิดความสามารถได้ตลอด (growth mindset) รวมทั้งปลูกฝังการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อความพร้อมปรับตัวสู่อนาคต ทั้งนี้ OECD สามารถแบ่งปันประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทุนมนุษย์ให้แก่อาเซียน เช่น (1) การพัฒนาระบบพัฒนาฝีมือแรงงานและอาชีวศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต เพื่อขยายโอกาสในการเข้าถึงงานที่มีคุณภาพในเศรษฐกิจดิจิทัลและเศรษฐกิจสีเขียว (2) การพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างทักษะดิจิทัลและทักษะทางการเงินรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างครอบคลุม รวมทั้ง (3) การประเมินผลกระทบ COVID-19 ต่อภาวะการจ้างงานในอาเซียนด้วย

นอกจากนี้ ประเทศไทยได้ผลักดันเพิ่ม 'การท่องเที่ยว' เป็นสาขาความร่วมมือใหม่ใน SEARP เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างยั่งยืน โดย OECD เห็นพ้องที่จะขับเคลื่อนความร่วมมือด้านการพัฒนาทุนมนุษย์และการท่องเที่ยวในอาเซียนด้วย



เทคโนโลยี โรคระบาด ภูมิอากาศ: ทิศทางของการทูตเศรษฐกิจไทยในอนาคต

กองส่งเสริมเศรษฐกิจสัมพันธ์และความร่วมมือ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ในยุคที่เศรษฐกิจโลกผันผวนและเปราะบางจากความท้าทายที่ถาโถมเข้ามา การทูตเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะเดินไปในทิศทางใดเพื่อรักษาและเพิ่มพูนประโยชน์ของคนไทย

โลกของเรากำลังเผชิญกับความท้าทายที่ถาโถมเข้ามา ทั้งสถานการณ์วิกฤต COVID-19 ที่ส่งผลกระทบ ต่อระบบเศรษฐกิจในทุกภาคส่วน ความผันผวนทางสภาพภูมิอากาศที่กำลังทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ตลอดจน การแข่งขันทางการค้า ความผันผวนทางเทคโนโลยี และการแสวงอำนาจในเชิงภูมิรัฐศาสตร์ ได้ส่งแรงกระตุ้นต่อเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ภาวะเช่นนี้ กระทรวงการต่างประเทศจะขับเคลื่อนการทูตเศรษฐกิจไทยไปในทิศทางใดเพื่อทำให้ไทยสามารถฟันฝ่าความท้าทายเพื่อมุ่งไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืน

การเปลี่ยนแปลงสำคัญ (megatrends) ของโลกกับเศรษฐกิจไทย

สถานการณ์วิกฤต COVID-19 เป็นแรงกระตุ้นให้ทุกประเทศต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพภูมิทัศน์ใหม่ เศรษฐกิจไทยซึ่งเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกอย่างแนบแน่น ก็กำลังเผชิญกับความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสำคัญในระดับโลก (global megatrends) ในสามด้าน ที่เป็นโจทย์สำคัญเช่นกัน

Megatrend แรกที่ไทยจะต้อง 'เกาะกลุ่ม' และ 'ไม่ตกขบวน' คือ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจ เพื่อรับมือกับการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานในสินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีสูง และการแบ่งแยกทางเทคโนโลยี (technological decoupling) อันเป็น



ผลจากการแข่งขันระหว่างมหาอำนาจ เพราะแม้ว่าที่ผ่านมา การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของไทยจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในภาคเอกชน นำไปสู่การสร้างมูลค่าทางธุรกิจ และการจ้างงานที่มีคุณภาพ แต่วิกฤต COVID-19 อาจทำให้การลงทุน นวัตกรรมของภาคเอกชนลดลงได้ในระยะหนึ่งถึงสองปีข้างหน้า

Megatrend อีกด้านที่เศรษฐกิจไทยจะต้องปรับตัวคือ การมุ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) และการลดผลกระทบและการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change mitigation and adaptation) โดยนอกจากที่ ไทยจะต้องปรับใช้มาตรฐานระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับการรักษา สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งการผลิตและการใช้พลังงาน หมุนเวียน มาตรฐานด้านแรงงาน สุขภาพ ความโปร่งใส ความยั่งยืน ทางการคลัง (fiscal sustainability) การลงทุนและการระดมทุน ในโครงการโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ รวมทั้งมาตรฐาน การประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ (responsible business conduct: RBC) แล้ว ไทยยังควรสนับสนุนให้ประเทศเพื่อนบ้าน ที่เป็นฐานการลงทุนที่สำคัญของไทยและอยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกับไทยให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนด้วย

และสำหรับ Megatrend ท้ายสุด คือ การแยกตัวของห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาคและการทวนกระแสโลกาภิวัตน์ (deglobalisation) อาจส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจในภูมิภาคที่ทำให้เกิดการแข่งขัน และการกีดกันกันมากขึ้น ภาครัฐต้องสนับสนุนให้ภาคเอกชนไทย ปรับตัวและรักษาบทบาทของไทยในการร่วมกำหนดมาตรฐาน ทางเศรษฐกิจในทุกระดับมากยิ่งขึ้น

Global Mega Trend

การเปลี่ยนแปลงสำคัญ
ในระดับโลก 3 ด้าน
ที่ประเทศไทยต้องตาม
ให้ทัน คือ 1. การพัฒนา
เทคโนโลยีและนวัตกรรม
2. การพัฒนาอย่างยั่งยืน
3. การแยกตัวของ
ห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาค
และการทวนกระแส
โลกาภิวัตน์





โจทย์ที่การทูตเศรษฐกิจจะต้องตอบ

แม้เศรษฐกิจไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 จะได้รับแรงกระตุ้นจากภาคการผลิตและการส่งออกแต่การฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะยาวยังต้องใช้ระยะเวลา เพราะนอกจากวิกฤต COVID-19 จะกระทบต่อการบริโภคในประเทศแล้ว การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญของไทยน่าจะยังใช้เวลา ด้วยเหตุนี้การทูตเศรษฐกิจไทยในระยะสั้นจะต้องตอบโจทย์การฟื้นตัวจาก COVID-19 และในระยะต่อไปคือการก้าวข้ามกับดักรายได้ระดับปานกลาง (Middle Income Trap) ในขณะเดียวกันก็ต้องมุ่งเน้นการรักษาเสถียรภาพ การพัฒนา และธรรมาภิบาล เน้นการเพิ่มบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและการกำหนดนโยบายของไทยในระบบเศรษฐกิจภูมิภาค และส่งเสริมการบูรณาการทางเศรษฐกิจและการกระจายความเสี่ยงให้แก่ภาคธุรกิจไทยพร้อมกันนั้น การทูตเศรษฐกิจจะมุ่งส่งเสริมให้ไทยสามารถเจริญเติบโตในโลกที่จีนมีบทบาทมากขึ้น และในโลกที่จีนกับสหรัฐฯ แข่งขันทางยุทธศาสตร์ภายใต้บริบทของ Megatrend ข้างต้น

การทูตเศรษฐกิจไทยในอนาคตจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนจากการมองประเด็นเดิม ๆ เช่น การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว เป็นหลัก ให้เป็นการมองประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อภูมิยุทธศาสตร์ (Geo-strategic) และภูมิรัฐศาสตร์ที่ส่งอาจผลกระทบโดยตรงต่อความมั่นคงและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจไทยในระยะยาว

และประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบและนโยบาย มาตรฐานต่าง ๆ จากการส่งเสริมความเชื่อมโยงไปเป็นการร่วมกันสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (business ecosystem) ที่สอดคล้องกันทั้งในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง อาเซียน และระดับโลก โดยมีไทยเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เปิดรับและมีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ โดยเฉพาะในสาขาใหม่ๆ เช่น เศรษฐกิจดิจิทัล และสาขาที่ไทยมีความเข้มแข็ง เช่น BCG Economy จากการเน้นเรื่องของคุณภาพและความยั่งยืนด้วย โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความมั่นคงด้านน้ำ พลังงาน อาหาร และสาธารณสุข และท้ายที่สุดจากการขยายโอกาสทางการธุรกิจไปสู่การขยายหุ้นส่วนทางธุรกิจและนวัตกรรมสองทางระหว่างนักลงทุนไทยกับต่างชาติ และระหว่างเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจชุมชน

พันธมิตรคือกุญแจสู่ความสำเร็จ

ของการทูตเศรษฐกิจ

กระทรวงการต่างประเทศแม้จะเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการทูตเศรษฐกิจ ผ่านกลไกทวิภาคี กลไกพหุภาคีในอนุภูมิภาคและในอาเซียน และกรอบความร่วมมือต่าง ๆ ที่ไทยเป็นสมาชิก แต่ก็ยังเป็นเพียงเครื่องยนต์เพียงหนึ่งเครื่องเท่านั้น เพราะการทูตเศรษฐกิจจะต้องอาศัยการที่ส่วนราชการ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคมร่วมกับเป็นพันธมิตร และร่วมกันกำหนดเป้าหมายและวิธีการ และร่วมขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ ดังตัวอย่างสำคัญที่จะเห็นได้ คือ การเป็นเจ้าภาพกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation: APEC) และ ความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation: BIMSTEC) ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งจะเป็นโอกาสสำคัญให้ไทยผลักดันวาระการทูตเศรษฐกิจได้นั้น ก็ต้องการการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากภาคธุรกิจไทยและประชาชนชาวไทยทุกคน เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ประสบความสำเร็จ



โอกาสของผู้ประกอบการไทย สาขาอุตสาหกรรมเกษตรในเซเนกัล

กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมรายย่อย (Ministry of Commerce and Small Medium Enterprise-SME) สาธารณรัฐเซเนกัล จะจัดงานแสดงสินค้านานาชาติครั้งที่ 29 (29th Foire Internationale de Dakar – FIDAK) เพื่อนำเสนอสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตร ระหว่างวันที่ 6 – 20 ธันวาคม 2564 ณ ศูนย์การแสดงสินค้านานาชาติกรุงดาการ์

คาดว่าจะมีผู้เข้าชมงานกว่า 400,000 คน โดยมีผู้แสดงความจำนงเข้าร่วมงานแล้วกว่า 489 ราย จาก 29 ประเทศ จึงนับเป็นโอกาสในการแสวงหาช่องทางทางการค้าสำหรับสินค้าไทยที่ต้องการไปเจาะตลาดเซเนกัลและประเทศในภูมิภาคแอฟริกาตะวันตก ซึ่งมีประชากรรวมกันมากถึง 300 ล้านคน

สินค้าไทยที่ส่งไปขายที่เซเนกัลมากกว่า 40 ปี ได้แก่ ข้าวสาร น้ำปลา กะทิ เครื่องแกงสำเร็จรูป น้ามะพร้าว น้ำผลไม้ ะหมีกึ่งสำเร็จรูป ซอสปรุงรส นอกจากนี้ เซเนกัลยังมีความต้องการเครื่องมือและเครื่องจักรกลทางการเกษตรอย่างมากเพื่อใช้ในการปลูกข้าว และเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ เช่น ข้าวโพดมันสำปะหลัง เครื่องมือทางการเกษตรที่เป็นที่ต้องการ ได้แก่ เครื่องมือเตรียมหน้าดิน สำหรับการเกษตร เช่น รถไถนา รถแทรกเตอร์ และเซเนกัล ยังต้องการอุปกรณ์สำหรับทำแผงโซลาร์เซลล์ สินค้ากระดาษ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์

รถยนต์ อะไหล่และส่วนประกอบ ผ้าเมตร ผ้าผืน ผ้าพิมพ์ลาย นอกจากนี้ สินค้าประเภทเครื่องสำอาง เครื่องประตันทันผิว และอาหารเสริมด้านความงามของไทยกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากชาวแอฟริกันมองว่าไทยเป็นประเทศที่มีความสวยงามและมีเทคโนโลยีด้านการผลิตอาหาร และผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่ก้าวหน้า

นับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในธุรกิจนำเข้า-ส่งออก ที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไทยมีศักยภาพ หรือเลือกซื้อสินค้าของเซเนกัลที่มีศักยภาพ เช่น เซียบัตเตอร์ โกโก้ ผ้าพิมพ์ลายแอฟริกา ผลจากต้นเบาบับ อาหารทะเลไปต่อยอด เช่น ทำการตลาดเพิ่ม หรือเป็นวัตถุดิบประกอบในผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย

ผู้ที่สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการเข้าร่วมงานและข้อมูลการจัดงาน FIDAK 2021 ได้ที่เว็บไซต์ www.cices.sn/foires/fidak (ภาษาฝรั่งเศส) ของหน่วยงาน Commerce Exterieur de Senegal (CICES) หรือติดต่อสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงดาการ์ ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ thaidkr@orange.sn



รู้จักโอกาสทางธุรกิจในต่างแดน รู้จัก globthailand.com

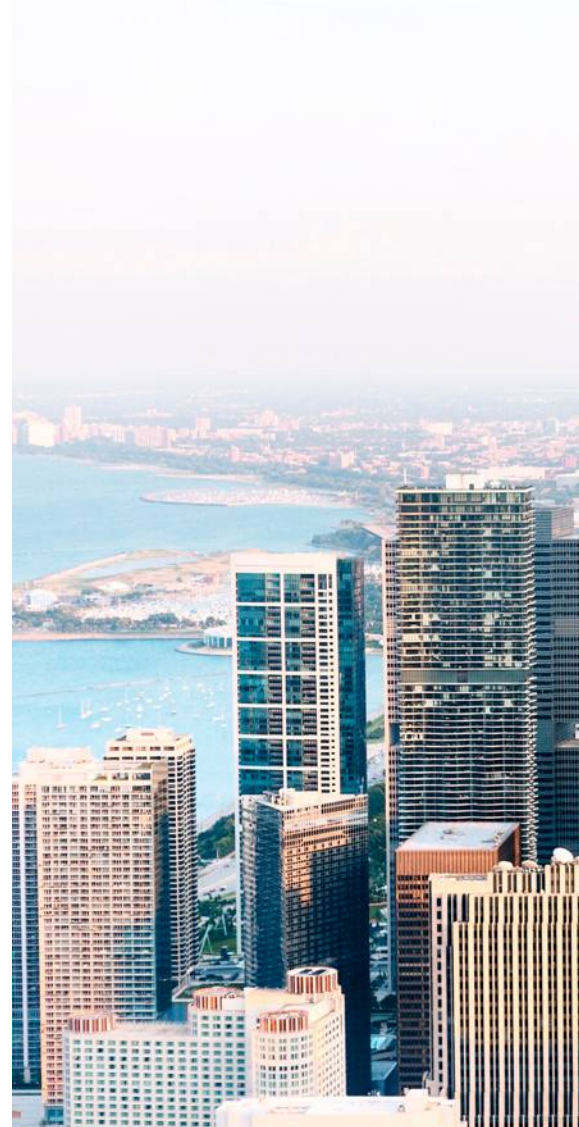
การค้าและการลงทุนของไทยในปัจจุบัน เติบโตขึ้นตามลำดับ ดังจะเห็นได้จากจำนวนการจดทะเบียนธุรกิจใหม่ในช่วงปีที่ผ่านมาที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยกำลังซื้อของประชาชนที่เริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติ กอปรกับสถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลกที่มีพัฒนาการดีขึ้น ผู้ประกอบการบางส่วนจึงเริ่มกลับมาลงทุนอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการคงไม่สามารถมุ่งหวังเติบโตโดยการพึ่งพิงเศรษฐกิจในประเทศเพียงอย่างเดียว เพราะเมื่อถึงจุดหนึ่งอาจพบความเสี่ยงว่าไม่สามารถขยายฐานธุรกิจได้อีกต่อไป เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคถึงจุดอิ่มตัว ดังนั้น การขยายฐานตลาดไปยังต่างประเทศจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการไทยควรคำนึงและดำเนินการเมื่อมีความพร้อม โดยควรศึกษาข้อมูลให้รอบด้านก่อน เว็บไซต์ Globthailand.com พร้อมเป็นสื่อกลางการนำเสนอโอกาสใหม่ในการลงทุนเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจไทยในต่างประเทศ

เว็บไซต์ Globthailand.com จัดตั้งขึ้นโดยความริเริ่มของคุณย์ธุรกิจสัมพันธ์ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนภารกิจ ‘การทูตเศรษฐกิจเชิงรุก’ (Proactive Economic Diplomacy) เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพทางธุรกิจแก่ภาคเอกชนไทยในเวทีโลก โดยในเว็บไซต์ประกอบด้วยเนื้อหา 5 ส่วน ได้แก่ 1) ทันโลก 2) ชี้ช่องจากทีมทูต 3) โอกาสใหม่ในต่างแดน 4) รู้กฎก่อนรุก และ 5) เครือข่ายของเรา

นอกจากเนื้อหา 5 ส่วนข้างต้นแล้ว เว็บไซต์ Globthailand.com ได้บูรณาการการทำงานกับคุณย์ธุรกิจสัมพันธ์ในมิติอื่น ๆ เช่น จัดโครงการ ‘ชี้ช่องจากทีมทูต’ นำคณะนักธุรกิจและภาคเอกชนไทยเดินทางไปศึกษาดูงานพร้อมสำรวจโอกาสทางการค้าการลงทุนที่ประเทศเอธิโอเปีย เป็นต้น

ภารกิจข้างต้นดังกล่าวถือเป็นตัวอย่างของการดำเนินนโยบาย ‘การทูตเศรษฐกิจเชิงรุก’ ของกระทรวงการต่างประเทศ ผ่านทางเว็บไซต์ Globthailand.com เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพของผู้ประกอบการและประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม

ยังมีบทความอีกมากมายที่ทีมงาน Globthailand ตั้งใจคัดสรรมานำเสนอ โดยท่านสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ที่เว็บไซต์ของคุณย์ธุรกิจสัมพันธ์ ที่ globthailand.com เพจบุ๊ก Globthailand และคอลัมน์ ‘ชี้ช่องจากทีมทูต’ ในเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ รวมถึงสามารถพูดคุยแบ่งปันประสบการณ์การทำธุรกิจกับทีมงานฯ ได้ที่อีเมล info@globthailand.com และหมายเลขโทรศัพท์ 0 2643 5237



ทันโลก

รวบรวมสถานการณ์และความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจหลากหลายแง่มุมจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ส่งตรงจากสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ไทยกว่า 90 แห่งทั่วโลก เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการโดยเฉพาะ



กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ | GLOBTHAILAND.COM



ชี้ช่องจากทีมทูต

นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเศรษฐกิจเชิงลึกจากทีมงานเอกอัครราชทูต กงสุลใหญ่ และศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในต่างประเทศ (Business Information Center - BIC) เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและต่างแดน



โอกาสใหม่ในต่างแดน

รวบรวมข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนจากกิจกรรมการสัมมนาเพื่อส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชนไทย รวมทั้งชี้แนะกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้เข้าร่วมแสดงศักยภาพในเวทีระดับโลก เช่น งานเทศกาลไทย (Thai Festival) และงานแสดงสินค้าในต่างประเทศซึ่งจัดขึ้นในเมืองใหญ่ทั่วโลก



รู้จักก่อนรุก

นำเสนอกฎและระเบียบด้านการค้า การลงทุน ในตลาดสากลเพื่อช่วยเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการก่อนเริ่มดำเนินธุรกิจ หรือในกรณีเกิดข้อพิพาททางการค้าระหว่างประเทศ

เครือข่ายของเรา

นำเสนอช่องทางการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม โดยมีศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในต่างประเทศ (BIC) ซึ่งดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของสถานเอกอัครราชทูตสถานกงสุลใหญ่ไทยทั่วโลก และหน่วยงานพันธมิตรของกระทรวงการต่างประเทศ ที่มีการกิจส่งเสริมให้ธุรกิจไทยประสบความสำเร็จในระดับสากลคอยให้บริการข้อมูล

เครือข่ายของเรา Business Information Center – BIC

GLOBTHAILAND มีเครือข่ายข้อมูลและการให้บริการที่ครอบคลุมในตลาดสำคัญต่าง ๆ ทั่วโลก ผ่านศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในต่างประเทศ (BUSINESS INFORMATION CENTER - BIC) ที่ดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในจุดเด่นที่สำคัญที่สุดของศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ ปัจจุบัน กระทรวงการต่างประเทศได้จัดตั้งศูนย์ BIC แล้ว 26 แห่ง ในหลายภูมิภาคทั่วโลก



ภูมิภาคเอเชีย
ตะวันออกและ
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จีน เมียนมา ลาว
อินโดนีเซีย เวียดนาม
ไต้หวัน สิงคโปร์

ภูมิภาคยุโรป
เบลเยียม
สเปน
นอร์เวย์

ภูมิภาคเอเชียใต้
ตะวันออกกลาง
และแอฟริกา

อินเดีย
เนปาล
ปากีสถาน

ภูมิภาคอเมริกา
สหรัฐอเมริกา

ช่องทางการติดตาม

