



อุตสาหกรรมการสร้าง

ISSN 0125-8516
http://journal.uts.ac.th

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ ๑๑ ฉบับเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2559

ISSN 0125851-6



พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ
10 จังหวัดในประเทศไทย

ดร.สมชาย หาคญศิริ
ผู้อำนวยการ SMEs
สู่ระบบเศรษฐกิจเข้มแข็ง

เจาะลึกเขตเศรษฐกิจพิเศษ
ของประเทศเพื่อนบ้าน

เวทย์มนต์
เรื่องราวเสนาหวน
ของชนบทไทยสไตล์คลาสสิก

เขตเศรษฐกิจพิเศษ



หน้าแรก | **เกี่ยวกับ กสอ.** | งานบริการ | ข้อมูลสำหรับผู้ | ข่าว กสอ | รับเรื่องร้องเรียน | ถามตอบ | ติดต่อเรา

<http://www.dip.go.th>

แหล่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และงานบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรณานุกรมเครื่องจักร, ฐานข้อมูลวัตถุดิบ, ฐานข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต, ฐานข้อมูลการออกแบบ, ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้บริการสำหรับ SMEs และผู้สนใจทั่วไป

<http://elearning.dip.go.th> ระบบฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ต

แหล่งรวบรวมความรู้ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้ง ผู้สนใจทั่วไป สามารถเข้าไปเรียนรู้เพื่อความเข้าใจในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น เทคนิคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ บัญชี และการเงิน ตลอดจนฉบับบันทึกรายการคลินิกอุตสาหกรรม ที่ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเรียนได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

<http://boc.dip.go.th> ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม

- Business Start Up เริ่มต้นธุรกิจ
- Business Information ข้อมูลทางธุรกิจ
- Business Advisory ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ
- Business Opportunity โอกาสใหม่ทางธุรกิจ
- Business Improvement พัฒนาศักยภาพของธุรกิจ
- Japan Desk การทำธุรกิจกับญี่ปุ่น

<http://strategy.dip.go.th> ยุทธศาสตร์และแผนงาน

- ข้อมูลอุตสาหกรรม
- ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค
- ข้อมูลระหว่างประเทศ
- โครงการ AEC



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 (เขื่องโรงพยาบาลรามธิบดี) เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

 **Call Center 1358**



05

Cover story

เขตเศรษฐกิจพิเศษ
10 จังหวัดในประเทศไทย



14

14 Interview

ดร.สมชาย หาญหิรัญ
ชูนโยบายอัฟเกรด SMEs
สู่ระบบเศรษฐกิจเข้มแข็ง

18 Asean Focus

เจาะลึก...เขตเศรษฐกิจพิเศษ
ของประเทศเพื่อนบ้าน

23 Biz Focus

เวย์ตানা
เรื่องราวแสนหวาน
ของขนมไทยสไตล์คลาสสิก

26 Show Case

ที.เค. การ์เม้นท์
ขยายฐานอุตสาหกรรมแฟชั่นสู่กลุ่มบูช่า
ปักหมุดนิคมอุตสาหกรรมศรีโสภณ
แตกไลน์บริการท่องเที่ยว-ร้านอาหาร



33

SME

30 Knowledge

โครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs
เพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ
เพิ่มศักยภาพและสร้างโอกาส
ตลาดให้ SMEs



18

33 Report

ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์-ส่งเสริม-ซ่อมแซม

36 Product Design

5 ผลิตภัณฑ์โอท็อปอนาคตไกล
จาก 5 จังหวัดในเขตเศรษฐกิจพิเศษ



26

37 Information

เจาะตลาดการค้าชายแดน
โอกาสและความท้าทายของ SMEs

39 Good Governance

ฟอซนอนลูก ตอกตะปูระบายอารมณ์

41 Book Corner



23



36

Contents

ฉบับเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2559

Editor's Talk

IV เศรษฐกิจพิเศษ

เขตเศรษฐกิจพิเศษ หมายถึง เขตพื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวก รวมทั้งให้สิทธิพิเศษ บางประการในการดำเนินกิจการต่างๆ เช่น การอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม การบริการ หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศ

สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่ การเศรษฐกิจของประเทศ ได้รับอยู่แล้วตามกฎหมาย ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ การส่งเสริมการลงทุน ตาม พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 การนิคม อุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 และเขตปลอดอากร ตาม พระราชบัญญัติศุลกากร พระพุทธศักราช 2496

ประเทศไทยได้ประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษระยะแรก 5 จังหวัด ได้แก่ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา และ ระยะที่สอง 5 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี เชียงราย หนองคาย นครพนม นครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ สร้างฐาน การผลิตเชื่อมโยงกับอาเซียน และเพื่อพัฒนาเมืองชายแดน ให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางการขนส่ง การถ่าย สิ้นค้าระหว่างประเทศ โดยจะมีเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างๆ รวมไปถึงการใช้แรงงานต่างด้าว และการให้บริการท่องเที่ยว ระดับภูมิภาค

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ดีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสาร ไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

อุตสาหกรรมสาร

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

ที่ปรึกษา

นายสมชาย หาญหิรัญ

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายประสงค์ นิลบรรจง

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพรเทพ การศัพท์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางอนงค์ ไพจิตรประภาภรณ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายอดิทัต วะสีนนท์

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ

นางสาวสายสัมพันธ์ จิรวุฒิกุล

รักษาราชการแทนผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลี้นนโมณี

กองบรรณาธิการ

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์, นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงค์,

นายวีระพล ผ่องสุภา, นายไพฑูรย์ มะเมียเมือง

นางเกสรดา ภูแดง, นายชเนต ศรีพิทักษ์

นายธนาธิรต์ กล้าพัก, นางสุรางค์ งามวงศ์

นางสมใจ รัตนชาติ, นายสุรินทร์ ม่วงน้อย

นางสาวกัลลศิญา ชุมศรี, นางสาวกนกกรักษ์ นกุลโรจน์

นางสาวศิริธร ชัยรัตน์, นายธวัชชัย มะกล้าทอง

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โพรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซ.2 ถนนสายไหม

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทร. 0 2991 3031-3 แฟกซ์. 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม

จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จำหน่ายซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

เขตเศรษฐกิจพิเศษ

10 จังหวัดในประเทศไทย

ที่มา ตามที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เข้ามาบริหารประเทศ และกำหนดแนวทางในการดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการค้าขายแดนผ่านการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยมีคำสั่งที่ 72/2557 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ลงวันที่ 19 มิถุนายน 2557 ซึ่งกำหนดจัดการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันอังคารที่ 15 กรกฎาคม 2557 โดยที่ประชุมมีมติเห็นชอบให้พื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทยใน 5 พื้นที่ชายแดน

ความหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษ

เขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone : SEZ) คือ บริเวณพื้นที่ที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) กำหนดให้เป็นเขตการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยรัฐบาลเป็นผู้สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน ให้สิทธิประโยชน์ในการลงทุน การบริหารแรงงานต่างด้าวแบบไป-กลับ การให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ ในปี 2558 ทางประเทศไทยได้ประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษ ระยะที่ 1 กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษไว้ 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดสระแก้ว จังหวัดตราด และจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ลดความเหลื่อมล้ำยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งเสริมความมั่นคงของประเทศ

ต่อมารัฐบาลยังคงเดินหน้าที่จะพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพ และพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังได้ประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษที่กำหนดรูปแบบการส่งเสริมเป็นรายอุตสาหกรรมไว้อย่างชัดเจน โดยประกาศพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ระยะที่ 2 มี 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดนราธิวาส พร้อมเริ่มดำเนินการในปี 2559 เป็นต้นไป ทั้งนี้ พื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 1 และระยะที่ 2 รวม 10 จังหวัด ล้วนเป็นพื้นที่ชายแดนที่ตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง หรือที่เรียกว่า GMS Economic Corridors

(GMS หมายถึง กลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง มาจากคำว่า Greater Mekong Subregion ประกอบด้วย 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย จีน (มณฑลยูนนาน) เวียดนาม กัมพูชา ลาว และพม่า



ประโยชน์การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ

การที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 และประเทศไทยมีสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ จะมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อประเทศไทย เพราะเป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนี้

- เป็นการส่งเสริมการลงทุนในประเทศ เพราะประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- เป็นการส่งเสริมการส่งออก เพราะช่วยลดต้นทุนในการประกอบการต่างๆ เช่น ค่าแรงงานราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้าน
- เป็นการส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิตสินค้าจากต่างประเทศเข้าดำเนินการในประเทศไทย
- เป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าจากประเทศไทยและประเทศต่างๆ ไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่นๆ
- ก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ



มาตรการจูงใจลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ





พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ระยะที่ 1

เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก

ประกอบด้วย 14 ตำบล ใน 3 อำเภอ รวมพื้นที่ 886,875 ไร่ (1,419 ตร.กม.) ได้แก่

- ตำบลสายลวด ตำบลพระธาตุผาแดง ตำบลแม่กาษา ตำบลแม่กู่ ตำบลแม่ดาว ตำบลแม่ปะ ตำบลแม่สอด และตำบลมหาวัน อยู่ในเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

- ตำบลช่องแคบ ตำบลพบพระ และตำบลวาลีย์ อยู่ในเขตอำเภอพบพระ จังหวัดตาก

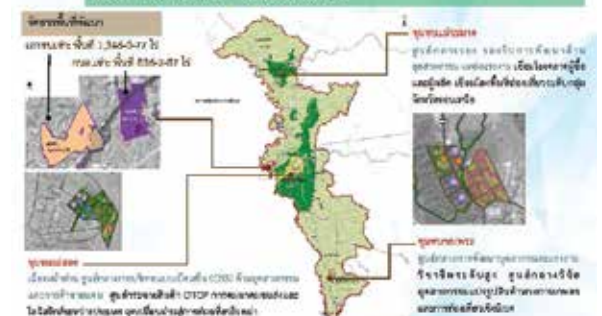
- ตำบลชะเนือจือ ตำบลแม่จะระ และตำบลแม่ระมาด อยู่ในเขตอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก

จังหวัดตากสามารถเชื่อมโยงระดับภูมิภาคอาเซียนได้ ถือเป็นประตูฝั่งตะวันตกของไทยบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (EWEC : East-West Economic Corridor) เชื่อมตรงกับเขตเศรษฐกิจชายแดนเมียวดี สามารถเชื่อมต่อสู่ท่าเรือมาละแหม่งและกรุงย่างกุ้งของเมียนมา สำหรับแนวทางการพัฒนาในเขตเศรษฐกิจของจังหวัดตากนั้น มีฐานการลงทุนเดิมในพื้นที่อยู่หลายแห่ง มีแรงงานพร้อมสำหรับอุตสาหกรรมใช้แรงงานเข้มข้น เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ สินค้าเกษตรแปรรูป เฟอร์นิเจอร์ การใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อจัดตั้งคลังสินค้า พัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม พื้นที่ศุลกากร ศูนย์โลจิสติกส์ ส่วนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจะขยายถนน 4 เลน (เส้นทางตาก-แม่สอด) สะพานข้ามแม่น้ำเมยแห่งที่ 2 และการพัฒนาสนามบินแม่สอด เป็นต้น



ผังพื้นที่เฉพาะเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

บทบาท ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากสภาพภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทางชีวภาพ



โอกาสและศักยภาพ

- มีโอกาสสูงในการขยายการค้าชายแดนไทย-พม่า
- มีการเชื่อมต่อเส้นทางไปสู่อินโดจีนและจีน
- มีศักยภาพด้านแรงงานเพราะเป็นแหล่งแรงงานจำนวนมากที่มาจากเพื่อนบ้าน

เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดมุกดาหาร

มีพื้นที่ 11 ตำบลที่ติดชายแดนใน 3 อำเภอ รวมพื้นที่ทั้งหมด 361,542 ไร่ (578.5 ตร.กม.) ได้แก่

- ตำบลคำอาฮวน ตำบลนาสีนวล ตำบลบางทรายใหญ่ ตำบลมุกดาหาร และตำบลศรีบุญเรือง อยู่ในเขตอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร

- ตำบลชะโนด ตำบลบางทรายน้อย ตำบลปงขาม และตำบลหว้านใหญ่ อยู่ในเขตอำเภอหว้านใหญ่ จังหวัดมุกดาหาร

- ตำบลดอนตาล และตำบลโพธิ์ไทร อยู่ในเขตอำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

จังหวัดมุกดาหารเป็นจุดเชื่อมโยงระดับภูมิภาคอาเซียน ถือว่าเป็นประตูฝั่งตะวันออกของไทยบนแนวระเบียงเศรษฐกิจ ตะวันออก-ตะวันตก (EWEC : East-West Economic Corridor) มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว เชื่อมสู่ สปป.ลาว ผ่านเขตเศรษฐกิจพิเศษสะพานมิตรภาพไทย-ลาว สามารถเชื่อมต่อสู่ท่าเรือดานังของเวียดนามหรือขึ้นไปสู่ประเทศจีนตอนใต้ (ที่เมืองหนานหนิง) แนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดมุกดาหาร เพื่อให้เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (เขตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์) ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ การพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อจัดตั้งคลังสินค้า และตั้งเป็นศูนย์โลจิสติกส์ นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวข้ามแดน

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดมุกดาหารมีการขยายทางหลวงหมายเลข 12 (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 เป็นเส้นทางคมนาคมสำคัญที่เชื่อมระหว่างภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อีกทั้งรัฐบาลยังวางแผนให้เป็นหนึ่งในเส้นทางยุทธศาสตร์สายเศรษฐกิจ ตะวันออก-ตะวันตก ที่เชื่อมระหว่างเมืองมาเอลำเลิงของประเทศพม่า และเมืองดานังของประเทศเวียดนาม) นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาระบบรถไฟรางคู่สายบ้านไผ่-มหาสารคาม-ร้อยเอ็ด-มุกดาหาร-นครพนม ระยะทางยาว 336 กม.

โอกาสและศักยภาพ

- มุกดาหาร เป็นจังหวัดชายแดนริมฝั่งโขงเป็นเมืองคู่แฝดสะพานมิตรภาพของ สปป.ลาว จึงมีโอกาสสูงในการขยายการค้า-การลงทุนระหว่างไทย-ลาว
- มีศักยภาพในการลงทุนเนื่องจากมีเส้นทางเชื่อมต่อไปสู่อุตสาหกรรมเวียดนาม โดยเฉพาะระยะทางที่ใกล้ที่สุดอยู่ตรงกับท่าเรือดานัง
- มีศักยภาพในการลงทุนด้านโรงแรม การค้า การบริการ สำหรับนักท่องเที่ยว ศูนย์บริการทางการแพทย์ ร้านค้าปลอดภาษี และศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงาน

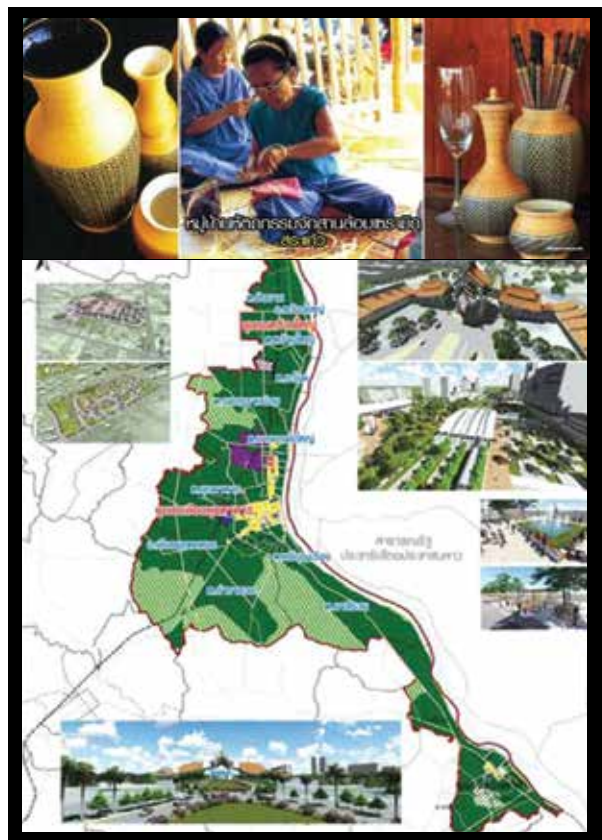


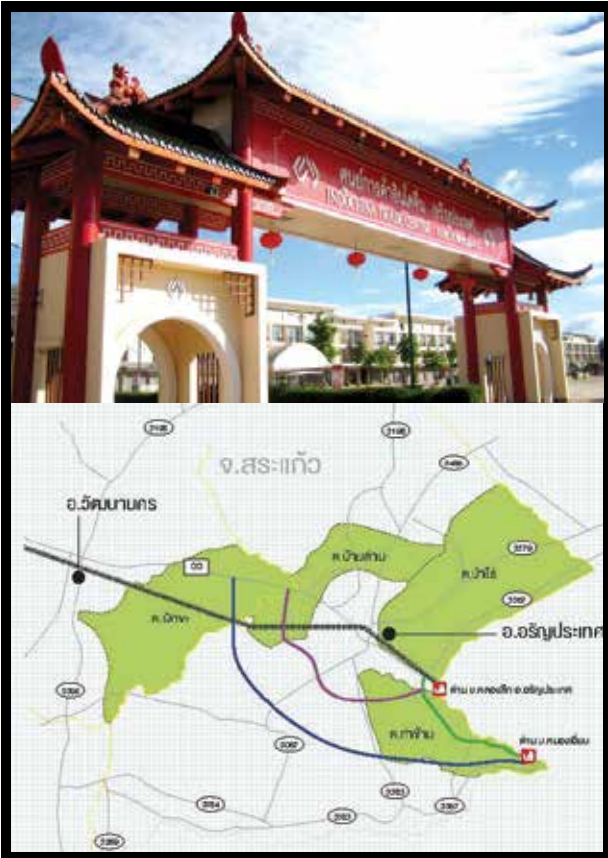
IV เศรษฐกิจพิเศษจังหวัดสระแก้ว

ประกอบด้วยมีพื้นที่ 4 ตำบล ใน 2 อำเภอ รวมพื้นที่ทั้งหมด 207,500 ไร่ (332 ตร.กม.) ได้แก่

- ตำบลท่าข้าม ตำบลบ้านด่าน และตำบลป่าไร่ อยู่ในเขตอำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว
- ตำบลผักชะ อยู่ในเขตอำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดสระแก้วเป็นจุดเชื่อมโยงระดับภูมิภาคอาเซียน เพราะเป็นประตูฝั่งตะวันออกของไทยบนแนวระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (SEC : Southern Economic Corridor) เชื่อมต่อกับกัมพูชา ซึ่งมีเขตเศรษฐกิจพิเศษปอยเปต-โอเนียง Sanco-Poipet เสียมเรียบ และเมืองศรีโสภณ โดยสามารถเชื่อมต่อออกสู่ทะเลผ่านท่าเรือของเวียดนาม แนวทางการพัฒนาพื้นที่ค้าส่ง-ค้าปลีก ฐานการผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร การขนส่งต่อเนื่อง คลังสินค้าระหว่างประเทศ มีคณะทำงานร่วมไทย-กัมพูชาเพื่อจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ส่วนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดสระแก้ว มีการขยายทางหลวง 4 เลน ได้แก่ ทางหลวงสาย 304 อ.สารคามบรรจบกับสาย 33 จ.สระแก้ว รวม 27.7 กม. และทางหลวงสาย 33 จากท่าข้ามไปบรรจบกับทางหลวงสาย 3511 หนองเอี่ยน รวม 12 กม. นอกจากนี้ยังมีกรขยายเส้นทางอรัญประเทศ-ชายแดน เป็นถนน 4 เลน ระยะทางยาว 22 กม.





โอกาสและศักยภาพ

- มีโอกาสสูงในการขยายการค้า-การลงทุนระหว่างไทย-กัมพูชา
- เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการลงทุนเนื่องจากอยู่ใกล้ท่าเรือแหลมฉบัง

เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตราด

ประกอบด้วยพื้นที่ชายแดน 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลคลองใหญ่ ตำบลหาดเล็ก ตำบลไม้รูด อยู่ในเขตอำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด รวมพื้นที่ทั้งหมด 31,375 ไร่ (50.2 ตร.กม.)

จังหวัดตราดเป็นจุดเชื่อมโยงระดับภูมิภาคอาเซียนอีกแห่งเพราะถือเป็นประตูฝั่งตะวันออกของไทยบนแนวพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Coastal Road Corridor / SubCorridor) เชื่อมต่อเขตเศรษฐกิจพิเศษเกาะกงของกัมพูชา สามารถเชื่อมเข้าถึงท่าเรือสีหนุวิลล์ (ระยะทาง 233 กม. และท่าเรือแหลมฉบัง (ระยะทาง 230 กม.) แนวทางการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ คลังสินค้า ศูนย์โลจิสติกส์ การค้าชายแดน พื้นที่การค้าชายแดนปลอดภาษี มีคณะทำงานร่วมไทย-กัมพูชา เพื่อจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ส่วนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดตราด มีการขยายทางหลวง 4 เลน (สาย 3 ตราด-หาดเล็ก ระยะทาง 35 กม.) นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารถไฟสายแหลมฉบัง-มาบตาพุด และท่าเทียบเรือคลองใหญ่



โอกาสและศักยภาพ

- เป็นเมืองประตูการค้าชายแดน มีด้านการค้า บ้านหาดเล็กรองรับการพัฒนา มีศักยภาพในการเป็น ศูนย์กระจายสินค้า โลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และอุตสาหกรรมขนาดเล็ก (เกษตรอินทรีย์)
- เป็นพื้นที่เศรษฐกิจชายฝั่งทะเลตอนใต้ เชื่อมโยงกับเขตเศรษฐกิจพิเศษเกาะกง ท่าเรือสีหนุวิลล์ของกัมพูชา และเมืองท่าของเวียดนาม
- มีความพร้อมในด้านการขนส่ง โดยมีการพัฒนาท่าเรือรองรับ 2 แห่ง มีศูนย์กระจายสินค้าและพื้นที่พัฒนาสำหรับธุรกิจการค้า





www.songkhlaportal.com



สงขลา มีถนนมอเตอร์เวย์สายหาดใหญ่-ชายแดน มีการพัฒนารถไฟรางคู่เส้นทาง หาดใหญ่-ปาดังเบซาร์ นอกจากนี้ยังมีการก่อสร้างท่าเรือสงขลา จังหวัดสงขลา มีด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์เป็นจุดผ่านแดนถาวรสู่ประเทศมาเลเซีย มูลค่าการค้าชายแดนไทยมาเลเซียในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา มีมูลค่าสูงสุดติดอันดับหนึ่ง บางช่วงติดอันดับสองของไทย ส่วนการคมนาคมของจังหวัดสงขลาจะมีท่าอากาศยานสงขลา มีสนามบินพาณิชย์ที่อำเภอหาดใหญ่ มีทางหลวงแผ่นดินและทางรถไฟเชื่อมต่อกับมาเลเซีย มีท่าเรือปิ้งและท่าเรือกลางของประเทศมาเลเซีย นับเป็นพื้นที่การขนส่งที่ดีที่สุด อุตสาหกรรมของจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมจากการเกษตร สิ่งทอ และเครื่องเรือน เป็นต้น

โอกาสและศักยภาพ

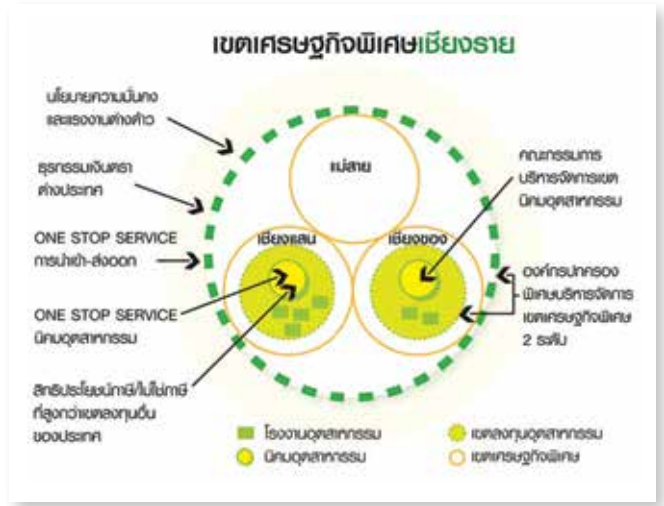
- เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ เช่น ยางพารา และผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และอุตสาหกรรมฮาลาล สามารถพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน เพื่อการการผลิตหลักทั้งในประเทศ และมาเลเซีย
- สามารถเชื่อมโยงพื้นที่อุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมฉลุงกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อเป็นฐานการส่งออก
- มีความพร้อมในการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งทางระบบราง ถนน ท่าเรือ และสนามบินนานาชาติ
- เป็นศูนย์กลางการศึกษาในระดับภาค มีสถาบันอุดมศึกษา และอาชีวศึกษาที่มีศักยภาพสูง และมีความพร้อมสามารถรองรับการวิจัยและพัฒนา R&D และผลิตแรงงานทักษะรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ
- เมืองสงขลา-หาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวหลักของภาคใต้ตอนล่าง

เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดสงขลา

ประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบล ในเขตอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ได้แก่ ตำบลสะเดา ตำบลสำนักแต้ว ตำบลปาดังเบซาร์ รวมพื้นที่ทั้งหมด 345,187.5 ไร่ (522.3 ตร.กม.)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดเชื่อมโยงระดับภูมิภาคอาเซียนอีกแห่งหนึ่งของไทยเป็นประตูทางใต้ของไทยบนแนวระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor : NSEC) เป็นช่องทางการขนส่งหลักผ่านทางถนนและผ่านทางราง เชื่อมต่อกับมาเลเซียไปสู่สิงคโปร์ เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่อยู่ใกล้ท่าเรือปิ้ง และท่าเรือกลางของมาเลเซีย ที่สำคัญคืออยู่ใกล้พื้นที่อุตสาหกรรมหนักของมาเลเซีย สำหรับแนวทางการพัฒนาพื้นที่ในเขตจังหวัดสงขลา มีการขยายนิคมอุตสาหกรรม มีการเชื่อมโยงเพื่อการส่งออก มีถนนและระบบรางเชื่อมโยงชายแดน มีคณะทำงานร่วมกันระหว่างไทย-มาเลเซีย ในส่วนของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัด





จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) โดยทางเหนือเชื่อมโยงกับจีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) ได้ทั้งทางบกและทางน้ำ สำหรับทางบกอาศัยเส้นทางสำคัญ 2 เส้นทาง ได้แก่ ถนน R3A ผ่านด่านเชียงของ-สปป.ลาว และถนน R3B ผ่านด่านแม่สาย-เมียนมา สำหรับทางน้ำสามารถขนส่งโดยอาศัยแม่น้ำโขงผ่านท่าเรือเชียงแสน

พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ระยะที่ 2

เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย

ประกอบด้วย 21 ตำบล 3 อำเภอ ได้แก่

- ตำบลศรี้ง ตำบลบุญเรือง ตำบลริมโขง ตำบลเวียง ตำบลศรีดอนชัย ตำบลสถาน ตำบลห้วยซ้อ อยู่ในเขตอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
- ตำบลบ้านแซว ตำบลป่าสัก ตำบลแม่เงิน ตำบลโยนก ตำบลเวียง ตำบลศรีดอนมูล อยู่ในเขตอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
- ตำบลเกาะช้าง ตำบลบ้านด้าย ตำบลโป่งงาม ตำบลโป่งผา ตำบลแม่สาย ตำบลเวียงพางคำ ตำบลศรีเมืองชุม และตำบลห้วยไคร้ อยู่ในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย



โอกาสและศักยภาพ

- จังหวัดเชียงรายสามารถเชื่อมโยงลงมาทางใต้สู่ท่าเรือแหลมฉบัง เพื่อส่งออกทางทะเลไปยังภูมิภาคอื่นของโลก ดังนั้นเชียงรายจึงมีศักยภาพในการให้บริการด้านโลจิสติกส์แก่จีนตอนใต้ พื้นที่ตอนบนของเมียนมา และสปป.ลาว เพื่อขนส่งสินค้าออกทางทะเลที่แหลมฉบัง มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเชียงรายกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตอนบนของเมียนมา สปป.ลาว และจีนตอนใต้



เขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดหนองคาย

ประกอบด้วย 13 ตำบล 2 อำเภอ รวมพื้นที่ทั้งหมด 539.30 ตร.กม.

- 12 ตำบลในเขตอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ได้แก่ เวียงคุก โพนพิสัย ค่ายบกหวาน หินโงม บ้านเดื่อหนองกอมเกาะ หาดคำ โพนสว่าง ในเมือง พระธาตุบังพวน มีชัย สีกาย

- 1 ตำบลในเขตอำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ได้แก่ ตำบลสระใคร

จังหวัดหนองคายตั้งอยู่บนระเบียงเศรษฐกิจตอนกลาง (Central Economic Corridor) มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว และโครงการรถไฟทางคู่สายหนองคาย-ขอนแก่น-นครราชสีมา-แก่งคอย-กรุงเทพฯ และสายแก่งคอย-มาบตาพุด นอกจากนี้หนองคายอยู่ใกล้นครหลวงเวียงจันทน์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการปกครอง การค้าการลงทุนของ สปป.ลาว ที่สามารถเชื่อมโยงต่อไปยังประเทศจีนตอนใต้ที่เมืองคุนหมิง หนองคายจัดเป็น Hub เชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งด้วยระบบราง (Pan Asia Railway Route) และเป็นประตูเศรษฐกิจการค้าสู่อาเซียน

โอกาสและศักยภาพ

- หนองคายมีศักยภาพเป็นศูนย์กลางการค้าส่ง-ค้าปลีก การค้าระหว่างประเทศ ศูนย์โลจิสติกส์ และคลังสินค้า อุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร และการท่องเที่ยว
- เป็นช่องทางการค้าชายแดนของไทยกับสปป.ลาว ที่มีมูลค่าการค้าชายแดนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับการค้าชายแดนผ่านด่านอื่นๆ ระหว่างไทย-สปป.ลาว อยู่ใกล้กับสนามบินอุดรธานี (ประมาณ 60 กิโลเมตร)
- สามารถเชื่อมโยงกับเวียงจันทน์ (ลาว) (ประมาณ 26 กิโลเมตร) ได้ทั้งทางถนน และทางรถไฟซึ่งเชื่อมโยงต่อเนื่องลงมาถึงกรุงเทพฯ ดังนั้นหนองคายจึงมีโครงข่ายการขนส่งทั้งทางถนน รถไฟ และทางอากาศ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงระหว่างหนองคายกับ สปป.ลาว (เวียงจันทน์และหลวงพระบาง) และกรุงเทพฯ นอกจากนี้ความเป็นเมืองนำอยู่ของหนองคายจะสามารถ พัฒนาเป็นที่พักอาศัยของนักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติ

เขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม

ประกอบด้วย 13 ตำบล 2 อำเภอ ได้แก่

- ตำบลกุรุคุ ตำบลท่าค้อ ตำบลนาทราย ตำบลนาราชความ ตำบลในเมือง ตำบลบ้านผึ้ง ตำบลโพธิ์ตาก ตำบลหนองญาติ ตำบลหนองแสง ตำบลอาจสามารถ อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม



- ตำบลโนนตาล ตำบลรามราช ตำบลเวินพระบาท อยู่ในเขตอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม

โอกาสและศักยภาพ

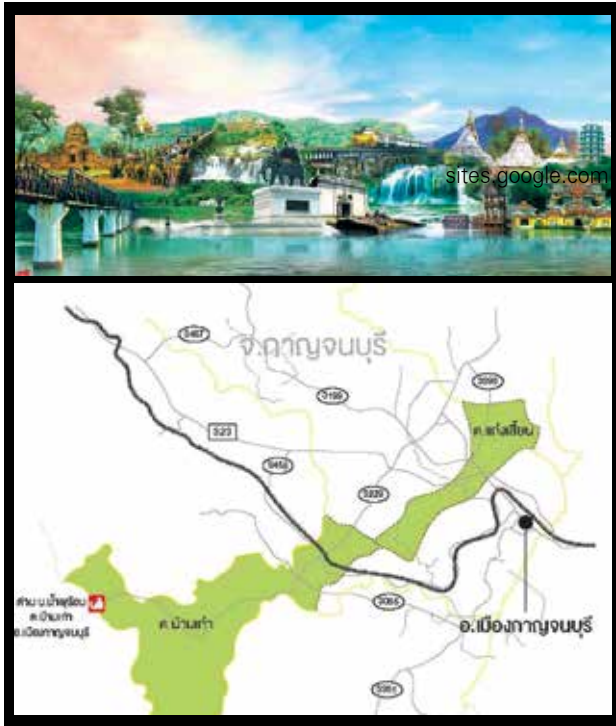
- เป็นช่องทางการค้าผ่านแดนไปยังเวียดนามและจีนตอนใต้ (มณฑลกว่างสี) ที่มีมูลค่าสูงที่สุดของประเทศ และมีศักยภาพที่จะเป็นช่องทางการขนส่งไปยังประเทศแถบตะวันออกไกล (ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน) โดยผ่านท่าเรือหู่จ่างในเวียดนาม
- สนามบินนครพนมและเส้นทางรถไฟสายบ้านไผ่ (ขอนแก่น)-มหาสารคาม-มุกดาหาร-นครพนม ซึ่งมีแผนในการพัฒนาจะทำให้นครพนมมีเส้นทางรถไฟเชื่อมโยงกับเส้นทางรถไฟสายหลักของประเทศ โดยจะเป็นโอกาสในการขยายกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
- เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ เช่น ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ซึ่งสามารถสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ที่มีทัศนียภาพบริเวณริมแม่น้ำโขงที่สวยงาม เหมาะแก่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และที่อยู่อาศัยของนักลงทุนไทยและต่างประเทศ

เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี

ประกอบด้วย 2 ตำบล 1 อำเภอ ได้แก่ ตำบลแก่งเสี้ยน และตำบลบ้านเก่า อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

กาญจนบุรีสามารถพัฒนาเป็นฐานเศรษฐกิจโดยอาศัยทำเลที่ตั้งอยู่บนแนวเชื่อมโยงระหว่างเขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย (เมียนมา)-พื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (Eastern Seaboard) ดังนั้นจึงสามารถขนส่งสินค้าออกทางทะเลได้ทั้งทางท่าเรือทวายไปสู่ประเทศแถบมหาสมุทรอินเดีย ตะวันออกกลาง และยุโรป นอกจากนี้ยังมีท่าเรือแหลมฉบังที่สามารถขนส่งสินค้าไปสู่ประเทศในแถบมหาสมุทรแปซิฟิกได้อีกทางหนึ่ง

การพัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมและท่าเรือน้ำลึกทวายจะเปิดประเทศสู่เส้นทางเดินเรือใหม่ของโลก สามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจทวายกับเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนกาญจนบุรี ซึ่งหมายถึงเศรษฐกิจของจังหวัดในภาคตะวันตกทั้งหมด



โอกาสและศักยภาพ

- มีแผนการก่อสร้างทางหลวงพิเศษเชื่อมโยงระหว่าง บางใหญ่ (นนทบุรี) - พื้นที่ชายแดนกาฬจนบุรี เพื่อรองรับการเชื่อมโยงระหว่างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาฬจนบุรีกับ กรุงเทพฯและปริมณฑล
- อุตสาหกรรมหลักที่มีศักยภาพในจังหวัดกาฬจนบุรี ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และยานยนต์ เป็นต้น อาศัยความได้เปรียบของประตูทางออกทางทะเลทั้งสองฝั่ง มหาสมุทร และแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ ยังมีนิคมอุตสาหกรรมซึ่งเชื่อมโยงกับทวายรองรับ อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น ได้แก่ อุตสาหกรรมสนับสนุนประเภทอุตสาหกรรมยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร และอุตสาหกรรมพลาสติก เป็นต้น

IV เศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนราธิวาส

ประกอบด้วย 5 ตำบล ใน 5 อำเภอ ของจังหวัดนราธิวาส ได้แก่

- ตำบลโคกเคียน อยู่ในเขตอำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส
- ตำบลเจ๊ะเห อำเภอตากใบ ตำบลชะหลาด อยู่ในเขตอำเภอเย็งอ จังหวัดนราธิวาส
- ตำบลลิ๊ะจูด อยู่ในเขตอำเภอแว้ง จังหวัดนราธิวาส
- ตำบลสุโงโง-ลก อยู่ในเขตอำเภอสูโงโง-ลก จังหวัดนราธิวาส

แม้จังหวัดนราธิวาสจะเป็นหนึ่งในพื้นที่ก่อให้เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ แต่เมื่อถูกกำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษแล้ว น่าจะเปลี่ยนภาพจากความหวาดกลัว

เป็นเมืองการค้าการลงทุนที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะสร้างมูลค่าทางการค้าให้คนในพื้นที่ได้

จังหวัดนราธิวาสมีจุดผ่านแดนเชื่อมโยงไทยกับมาเลเซีย 3 แห่ง ได้แก่ สุโงโง-ลก ตากใบ และนูกะตา ซึ่งรองรับการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวระหว่างไทย-มาเลเซีย และมีสนามบินนราธิวาส ซึ่งสามารถให้บริการด้านการขนส่งและการเดินทางแก่นักท่องเที่ยวและนักลงทุนทั้งไทยและมาเลเซียในบริเวณชายแดนเชื่อมโยงเข้าสู่เมืองหลักต่างๆ ของประเทศไทย

กรมโยธาธิการและผังเมืองได้วางกรอบผังพื้นที่เฉพาะเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษนราธิวาส โดยกำหนดบทบาทหลักให้เป็นเขตเมืองการค้าและการท่องเที่ยวชายแดนที่มีกิจกรรมเป็นศูนย์กลางด้านอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตร อุตสาหกรรมฮาลาล และศูนย์โลจิสติกส์ รองรับการค้าขนส่งสินค้า สงขลา-นราธิวาส-มาเลเซีย(รัฐกลันตัน) เพื่อเป็นประตูสู่อาเซียน

โอกาสและศักยภาพ

- นราธิวาสมีวัตถุดิบที่จะสามารถสนับสนุน อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร เช่น ยางพารา ปาล์ม น้ำมัน และจุดเด่นด้านวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาสู่อุตสาหกรรมฮาลาล
- สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อรองรับ อุตสาหกรรม ศูนย์โลจิสติกส์ พาณิชยกรรม และศูนย์ศึกษาวิจัย เป็นต้น
- สุโงโง-ลก จังหวัดนราธิวาส เป็นจุดปลายทางสุดท้ายของเส้นทางรถไฟสายใต้ กรุงเทพฯ-สุโงโง-ลก ซึ่งมีทางรถไฟเชื่อมต่อกับทางรถไฟของมาเลเซีย (รัฐกลันตัน) เข้าสู่ประเทศมาเลเซีย ดังนั้นในอนาคตหากมีการเปิดให้บริการเดินรถไฟระหว่างสุโงโง-ลก กับรัฐกลันตัน จะช่วยเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจของนราธิวาสอีกช่องทางหนึ่ง.



แหล่งข้อมูล

- นสพ.ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 4-7 ตุลาคม 2558, 18-21 ตุลาคม 2558, 27-30 ธันวาคม 2558
- นสพ.เดลินิวส์ ฉบับวันที่ 5 มกราคม 2559
- Prachachat Online (28 Aug 2014 , 22 Sep 2014, 24 Feb 2015), Manager Online (13 Nov 2014), นสพ.แนวหน้า ฉบับวันที่ 22 ธันวาคม 2558
- กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย
- กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม
- สภาหอการค้าไทย, สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ดร.สมชาย หานุกฤษณ์

ชูนโยบายอัพเกรด SMEs สู่ระบบเศรษฐกิจเข้มแข็ง



ดร.สมชาย หานุกฤษณ์
อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



ดร.สมชาย หาญหิรัญ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า ในปี 2559 รัฐบาลให้ความสำคัญในการสร้างโอกาสให้แก่ SMEs ในทุกมิติ ตั้งแต่เริ่มต้น-เติบโต-ต่อยอด โดยทางกระทรวงอุตสาหกรรมได้วางเป้าหมายดำเนินการ 3 ปี (2559-2561) เพื่อพัฒนา SMEs เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ทั้งนี้จำนวนต้องไม่น้อยกว่า 58,940 ราย รวมทั้งผลักดัน SMEs ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน 338,800 ราย และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้ได้ 419,000 ล้านบาท สำหรับในปี 2559 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้รับงบประมาณเพิ่มขึ้นเป็น 704.64 ล้านบาท เพื่อพัฒนา SMEs ให้ได้เป้าหมาย 18,035 ราย และผลักดันให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน 280,000 ราย รวมทั้งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 333,000 ล้านบาท

สำหรับแผนการสร้าง SMEs เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่า ต้องดำเนินการผ่านโครงการต่างๆ ได้แก่ การสร้างนักการค้ามืออาชีพ โดยผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการไม่น้อยกว่า 15,000 ราย นอกจากนี้จะต้องผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนมีขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจด้วย Social Business โดยมีเป้าหมาย 5,000 ราย อีกด้านหนึ่งก็คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะต้องพัฒนาตลาดกลางให้เป็นศูนย์กลางซื้อขายสินค้าเกษตร ซึ่งปัจจุบันมีอยู่แล้ว 54 แห่ง ปีนี้จะต้องดำเนินการให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่าเดิม ในส่วนของการพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น เรื่องนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมตั้งเป้าไว้ 231 แห่งทั่วประเทศ

นอกจากนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมวางแผนขยาย SMEs สู่อุตสาหกรรมอาเซียนและเชื่อมโยงตลาดการค้าชายแดน โดยเฉพาะตลาด CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา มาเลเซีย และเวียดนาม) ส่วนแนวทางผลักดัน SMEs สู่อุตสาหกรรมโลกนั้น ดร.สมชาย หาญหิรัญ กล่าวว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีแผนดันธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีศักยภาพแล้วให้สามารถขยายธุรกิจออกไปยังตลาดต่างประเทศได้ ขณะเดียวกันได้ปูทางให้ตราสินค้าของ SMEs ไทยมีโอกาสไปสู่อุตสาหกรรมต่างประเทศ แนวทางที่สำคัญอีกด้านหนึ่งในการสนับสนุน SMEs ให้แข็งแกร่งคือ การเปิดโอกาสให้ SMEs ใช้ช่องทางการค้าออนไลน์เพื่อขยายตลาดแบบไร้ขีดจำกัด

3 รูปแบบส่ง SMEs กิ่งฝั่งฝัน

ดร.สมชาย หาญหิรัญ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวถึงภารกิจเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงอุตสาหกรรมและที่มงานเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยได้สรุปแนวทาง 3 รูปแบบ ในการพัฒนา SMEs ให้ไปสู่เป้าหมายไว้อย่างน่าสนใจ

ภารกิจเร่งด่วนของกระทรวงอุตสาหกรรมที่มอบหมายให้ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมดูแลคือ การพัฒนา SMEs เป็นหลัก และเพิ่มมูลค่าสินค้าของ SMEs ไทย หรือที่เรียกว่า High Value Thailand เป็นการยกระดับเรื่องการสร้างคุณค่าและมูลค่าของสินค้า SMEs ไทยในเวทีโลก โดยผ่าน 3 กระบวนการหลักที่สำคัญคือ 1) **คุณภาพของตัวสินค้า** ต้องมีคุณสมบัติที่ได้มาตรฐานตามตลาดโลก 2) **รูปลักษณ์เตะตา-ต้องใจ** ทั้งด้านการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ฟังก์ชันการใช้งาน รวมทั้งนวัตกรรมต่างๆ

3) การสร้างความประทับใจให้ลูกค้า โดยผ่านการสร้างเรื่องราวและกลยุทธ์ทางการตลาด

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะสร้าง ศูนย์ส่งเสริมการสร้างคุณค่าสินค้า SMEs ไทยขึ้นมา เพื่อช่วยเหลือและให้บริการแก่ผู้ประกอบการ SMEs เป็นการบูรณาการความรู้และการบริหารจัดการ และการประสานงานด้านต่างๆ ที่เชื่อมโยงกันได้ รวมถึงร่วมมือกับหน่วยงานและกระทรวงต่างๆ เพื่อร่วมมือกันวางรากฐานการสนับสนุนที่เข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ SMEs ไทยอย่างเป็นทางการ

จับตามอง SMEs ตีตลาด

โดยภาพรวมกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีภารกิจดูแลและรับผิดชอบในการสนับสนุน SMEs ทุกรายให้สามารถดำเนินการได้ป็นี้นทางกรมฯ ได้จัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ SMEs เพื่อจัดแพ็คเกจการช่วยเหลือให้ตรงจุดและสะดวกต่อการติดตาม ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มที่ถูกเลือกมานำร่องเพื่อเป็นต้นแบบก่อนนั้น ทางกรมฯ เลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร เพราะอาหารคือ รากฐานของภาคการเกษตรประเทศไทยมีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมก็จะนำกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารมาใส่ในนวัตกรรม ใส่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ใส่เรื่องราวต่างๆ ลงไปในอาหารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้น

กลุ่มอุตสาหกรรมที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเลือกมานำร่องเพื่อเป็นแบบอย่างให้กับสังคมอีกกลุ่มหนึ่ง ก็คือ อุตสาหกรรมแฟชั่น เนื่องจากแฟชั่นครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง อัญมณี และไลฟ์สไตล์ต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันนี้ทุกอย่างเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งผมมองว่าเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพอยู่แล้ว และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ให้การสนับสนุนมาอย่างต่อเนื่อง แต่ปี 2559 กรมฯ จะนำมาต่อยอดเพิ่มเติม โดยจะใส่เรื่องนวัตกรรมให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเพิ่มมากขึ้น

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าไปให้ความช่วยเหลือดูแล ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไป ทั้งนี้จะดำเนินการผ่านศูนย์ที่เรียกว่า ศูนย์ส่งเสริมการสร้างคุณค่าสินค้า SMEs ไทย ซึ่งจะเป็นตัวกลางในการคัดกรองโดยระยะแรกกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานและจัดหาผู้ที่เป็นที่เลี้ยงหรืออุดหนุนต่างๆ เข้าไปให้ความช่วยเหลืออย่างเป็นทางการและช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องไปจนถึงแผนการดำเนินงานในระยะยาว อาทิเช่น โครงการ DIP Star เป็นการคัดเลือก SMEs ที่มีศักยภาพจากกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีโอกาสในการเติบโตสูง (High Impact) จากพื้นที่ทั่วประเทศ จากนั้นจะทำการวินิจฉัยสถานการณ์ประกอบการเชิงลึก วิเคราะห์ถึงโอกาสและแนวทางการ



พัฒนาศักยภาพ และทำการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาจนครบวงจรทุกมิติ สอดคล้องกับความต้องการเบื้องต้นของ SMEs จนในที่สุดสามารถยกระดับจากวิสาหกิจขนาดย่อมให้เข้มแข็ง มีขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถเจาะตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะ CLMV ได้ภายในระยะเวลา 1-3 ปี วิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการนี้จะเป็ต้นแบบในการพัฒนาเพื่อขยายผลให้ SMEs อื่นๆ ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาและเรียนรู้กลยุทธ์เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนได้ต่อไป

ถึงเวลาตีตลาดสร้างมูลค่า-ขาย

ปัจจุบันตามความเป็นจริงแล้ว ผู้ประกอบการไทยไป AEC เยอะมากแล้ว โดยเฉพาะแถบประเทศเพื่อนบ้าน เพราะเรามีความได้เปรียบทั้งมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ และแบรนด์ คำว่า Made in Thailand ถือว่าเป็นคำการันตีผลิตภัณฑ์ของไทยได้ เพราะผลิตภัณฑ์ของเราได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ เราจึงต้องหันมามองในเรื่องของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การสร้างเครือข่าย และการทำการตลาด วันนี้เราไม่มองแค่ AEC แต่มองไปถึงประเทศจีนด้วย มองขนาดของตลาดและความสะดวกในการเดินทาง และมองถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน ซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนที่มีอยู่แล้ว ดังนั้นการค้าขายต่อกันจึงเป็นเรื่องที่ไม่ไกลตัวมากนัก การพัฒนาจะเป็นไปได้เร็ว ซึ่งจีนยอมรับในผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย โดยเฉพาะเรื่องของอาหาร ผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยมีความได้เปรียบอยู่มาก

สำหรับช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน เราอาจจะต้องปรับวิธีการอยู่บ้าง ซึ่งอาจจะมีอุปสรรคในแง่ของวิธีการทำธุรกิจ เช่น การสร้างเทรดเดอร์ วิธีการทำเทรดดิ้งให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งก็ต้องมีการปรับปรุงและสร้าง



ขุนพลนักขายที่เป็นเทรดเดอร์ให้เพิ่มขึ้น วันนี้เราก็เริ่มทำไปบ้างแล้ว โดยมีการศึกษาตลาดและข้อดีข้อเสีย รวมถึงเจรจาขอจัด Section ผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยในซูเปอร์มาร์เก็ตในตลาดต่างประเทศเพื่อให้โดดเด่นและรวบรวมผลิตภัณฑ์ไว้ให้ลูกค้าหาซื้อได้ง่าย ซึ่งเชื่อว่าจะตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้ดี และผู้ประกอบการเองก็ต้องใส่ใจวิญญาณของความเป็นเทรดเดอร์ลงไปด้วย

ด้านการพัฒนานั้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมทำหน้าที่ควบคู่กันไปด้วย เป็นพี่เลี้ยงให้ SMEs และประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญในเรื่องเฉพาะทางต่างๆ เพื่อให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการเพื่อลดอุปสรรคและสร้างโอกาส เพื่อส่งให้ผู้ประกอบการยืนหยัดได้อย่างเข้มแข็ง เช่น เรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งเราได้รับประมาณ 120 ราย เราก็จะส่งที่ปรึกษาไปดูการทำงานของผู้ประกอบการที่เข้าโครงการ และทำการวิเคราะห์บีบีจีต่างๆ รวมถึงการทดสอบตลาดเพื่อนำมาต่อยอดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยผ่านขั้นตอนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความตระหนักในการปรับปรุงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้ความรู้ความเข้าใจต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเราต้องประเมินความสามารถและเข้าไปให้คำปรึกษาในแต่ละขั้นตอน สอดรับกับความพร้อมของผู้ประกอบการด้วยเพื่อสร้างความต่อเนื่อง

ที่นำไปสู่ความยั่งยืน ทั้งนี้การพัฒนาเราจะมีทดสอบตลาดในประเทศก่อน จากนั้นจะเลือกผู้ประกอบการที่มีความพร้อมแบบองค์รวมประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด เพื่อให้คำแนะนำสำหรับการเตรียมตัวในการก้าวไปสู่ตลาดต่างประเทศนั่นเอง ซึ่งก็เป็นเรื่องที่ท้าทายและยุ่งยากมาก

กสอ.วางนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ

เรื่องของเขตเศรษฐกิจพิเศษ จะแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ การพัฒนา Sector หลักของเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นๆ และในส่วนของ SMEs ในพื้นที่ต่างๆ เราก็จะเข้าไปช่วยเหลือด้านการดูความสามารถของสินค้าในพื้นที่และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลัก รวมถึงการดูในเรื่องของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายในเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นๆ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้ว และเราจะเข้าไปต่อยอดเพื่อสร้างความเข้มแข็งเพิ่มเติมเข้าไป ยกตัวอย่างเช่น แม่สอด ซึ่งมีผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นบ้าน และเราก็เข้าไปเติมนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการต่อยอดขึ้นมาและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ในโรงงานเป็นหลัก

ในตอนท้ายของการสนทนา ดร.สมชาย หาญหิรัญ ผู้บริหารไฟแรงจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ฝากกำลังใจมาถึง SMEs โดยหยอดคำหวานรับปี 2559 ว่า ปีนี้ขอให้เป็นที่ดีของทุกคน เพราะเป็นปีที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับ SMEs ซึ่งถือเป็นวาระแห่งชาติและมอบหมายให้ทุกกระทรวงที่ทำงานเกี่ยวเนื่องกับ SMEs เร่งผลักดันมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ให้เป็นรูปธรรม ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมเองก็พร้อมที่จะทำการช่วยเหลือ SMEs อย่างเต็มที่กำลังตามศักยภาพและพร้อมที่จะให้การสนับสนุนช่วยเหลือให้ดีที่สุด อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกล่าวตบท้ายด้วยรอยยิ้มว่า

“ผมเชื่ออย่างจริงใจว่า SMEs จะเป็นฟันเฟืองสำคัญที่จะช่วยหนุนให้เศรษฐกิจของประเทศมีความสดใสขึ้นมาได้”





www.youtube.com

เจาะลึก..

เขตเศรษฐกิจพิเศษ ของประเทศเพื่อนบ้าน

เขตเศรษฐกิจพิเศษที่ทุกประเทศย่าน AEC ได้หยิบยกเป็นยุทธศาสตร์ในการดึงดูดลงทุนจากต่างประเทศไปลงทุนในประเทศของตนเอง โดยใช้ศักยภาพของประเทศตนเองที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นข้อได้เปรียบเรื่องแรงงานจำนวนมาก และค่าแรงที่ต่ำกว่า ปัจจัยเรื่องวัตถุดิบก็มีส่วนสำคัญ ท่าเลที่ตั้งหรือภูมิประเทศที่สำคัญยิ่งเหมือนกัน รวมถึงสิทธิประโยชน์ทางการค้าที่แต่ละประเทศได้รับเพื่อส่งสินค้าไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ก็เป็นทางเลือกที่บริษัทใหญ่ๆ สนใจที่จะไปลงทุน ทุกประเทศที่กำลังมาจึงเร่งพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษของตนเองให้มีความพร้อมให้มากที่สุด เพื่อที่จะสร้างการยอมรับให้กับนักลงทุนมาลงทุนในประเทศของตนเอง เพื่อสร้างเม็ดเงินเข้าประเทศ อันจะก่อให้เกิดการกินดีอยู่ดีของประชาชนในประเทศของตนเอง

มาแอบมอง **เขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศเพื่อนบ้าน** ว่านโยบายอะไรใหม่ที่จะกระตุ้นให้นักลงทุนไปลงทุนบ้าง และมีความคืบหน้ากันไปถึงไหนกันบ้างแล้ว

เป็นคำพูดที่ฮิตติดหูของคนทั่วไปแล้ว สำหรับคำว่า “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” ไม่ว่าในประเทศไทย และเพื่อนบ้านที่ล้อมรอบขอบเขตติดกัน ก็เป็นที่กล่าวขานกันมาก ในขณะนี้ เนื่องจากการเปิด AEC ในปี 2559 อย่างสมบูรณ์แบบไปแล้ว

เขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศเมียนมา

เมื่อปี พ.ศ. 2554 รัฐบาลสหภาพเมียนมาได้ประกาศกฎหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษขึ้นเพื่อรองรับการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZ) และปัจจุบันสหภาพเมียนมาได้มีเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zones: SEZs) เพื่อเร่งการสร้างงานและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในปี 2558 โดยมี 3 แห่ง คือ

1. เขตเศรษฐกิจพิเศษติละวา

เขตเศรษฐกิจพิเศษติละวาครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 1.5 หมื่นไร่ ตั้งอยู่ระหว่างเขต Thanlyin และเขต Kyauktan ใกล้กับเมืองย่างกุ้ง ซึ่งเป็นเมืองใหญ่ที่สุดของเมียนมาและเป็นเมืองหลวงเก่า โดยอยู่ห่างจากเมืองย่างกุ้งไปทางใต้เพียง 25 กิโลเมตร จึงเหมาะกับการเป็นฐานการผลิตใหม่ เพราะใกล้พื้นที่เศรษฐกิจหลัก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าและศูนย์กลางการขนส่ง เป็นการร่วมลงทุนระหว่างรัฐบาลเมียนมาซึ่งถือหุ้นในสัดส่วน



ร้อยละ 51 และบริษัทเอกชนญี่ปุ่น 3 แห่ง คือ บริษัท Mitsubishi Corp. บริษัท Marubeni Corp. และบริษัท Sumitomo Corp. ซึ่งถือหุ้นรวมกันในส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 49 นับเป็นโครงการนำร่องขนาดใหญ่ด้านการลงทุนของญี่ปุ่นที่มีวัตถุประสงค์เพื่อกลับเข้ามาจับตลาดอีกครั้งในเมียนมา โดยรัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนการพัฒนาโครงการนี้อย่างเต็มที่ทั้งการสนับสนุนด้านการเงินและการจัดหาแหล่งเงินทุน ในกรณีนี้ทั้งสองฝ่ายได้ร่วมทุนจัดตั้งบริษัท Myanmar Japan Thilawa Development Ltd. (MJTD) เพื่อเข้ามาบริหารจัดการโครงการ

2. เขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย

ตั้งอยู่ในเขตตะนาวศรีห่างจากจังหวัดทวายประมาณ 28 กม. ซึ่งอยู่ในตอนเหนือของอ่าวเมืองมะกัน โครงการที่ลงทุนในทวายนั้น เป็นการพัฒนาท่าเรือน้ำลึกและนิคมอุตสาหกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จะส่งผลให้ทวายก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์กลางการค้าของภูมิภาค ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อการค้าที่เจริญก้าวหน้าและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่เพิ่มขึ้นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีนตอนใต้ และเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างต่อเนื่องในการขนส่งทางทะเลในมหาสมุทรอินเดีย และทะเลอันดามัน รัฐบาลไทยและเมียนมาได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding: MOU) มีการลงทุนสร้างท่าเรือน้ำลึก นิคมอุตสาหกรรม ปีโตรเคมี ถนนเชื่อมโยงจากทวายไปยังประเทศไทย และด้วยการสนับสนุนของรัฐบาลเมียนมาในการเชื่อมโยงทางรถไฟจากทวาย-ย่างกุ้ง-มันตะเลย์-มุเซ เชื่อมต่อไปยังทางรถไฟจีนที่คุนหมิง ทำให้โครงการนี้ได้รับการเสนอให้เป็นจุดศูนย์กลางการขนส่งที่สำคัญของภูมิภาค จะช่วยลดการจราจรที่คับคั่งในช่องแคบมะละกา ลดเวลาการขนส่งและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และเป็นสถานที่ที่ได้เปรียบในการค้าเนื่องจากตรงเข้าถึงทะเลอันดามันและมหาสมุทรอินเดียในการขนส่งสินค้า นอกจากนี้ในนิคมอุตสาหกรรมยังช่วยสร้างตลาดใหม่สำหรับการลงทุนของต่างประเทศ จากความต้องการที่เพิ่มขึ้นและการคมนาคมเชื่อมต่อระหว่างภูมิภาค ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้า และการพัฒนาระหว่างประเทศในภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง

3. เขตเศรษฐกิจเจ้าผิว

เมียนมาจะพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone-SEZ) แห่งที่ 3 ที่เมืองเจ้าผิว รัฐยะไข่ ครอบคลุมพื้นที่ 75 ตร.กม. โดยบริษัท CPG Consultancy Ltd. ของสิงคโปร์ เป็นผู้พัฒนา

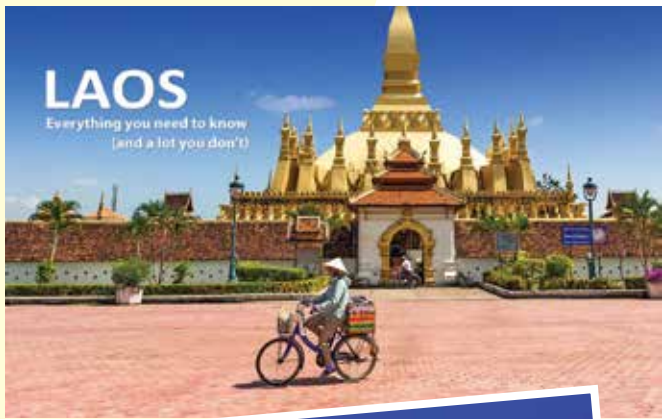
แผนหลัก และที่ปรึกษาของรัฐบาลเมียนมาในการคัดเลือกและเชิญบริษัทต่างชาติเข้าร่วมโครงการ ซึ่งจะเสร็จสมบูรณ์ในปี 2568 โดยนักวิเคราะห์คาดการณ์ว่าเงินจะเข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจเจ้าผิวอย่างเต็มที่ แม้ว่าเงินจะมีพื้นที่กว้างใหญ่แค่ไหนแต่ก็มีจุดอ่อนจากการมีทางออกทะเลเพียงด้านเดียว คือ มหาสมุทรแปซิฟิก

การเชื่อมโยงจากชายแดนจีนไปยังเมืองเจียวเพียว เริ่มจากเมืองรูยลี่ (Ruili) ของจีนในมณฑลยูนนานข้ามไปยังชายแดนเมียนมาที่เมืองมุเซ (Muse) ต่อไปที่เมืองลาโช (Lashio) เชื่อมผ่านเมืองมันตะเลย์ (Mandalay) ไปจนถึงยังเมืองเจียวเพียวด้วยระยะทางประมาณ 800 - 1,000 กิโลเมตร ซึ่งโครงการลงทุนขนาดใหญ่ของจีนในเมืองเจียวเพียวก็ล้วนแล้วแต่สำคัญในเชิงยุทธศาสตร์ โดยโครงการสำคัญของจีนในเมียนมาเริ่มจากโครงการท่าเรือน้ำลึกและนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในเมืองเจียวเพียวซึ่งมีขนาดใหญ่และมีเงินทุนสูงกว่า“โครงการทวาย”



รัฐบาลไทยพยายามผลักดันภายใต้นิคมฯเจียวเพียว มีการจัดแบ่งเป็นโซนต่างๆ เช่น โซนอุตสาหกรรมปิโตรเคมี โซนอุตสาหกรรมถลุงเหล็ก ตลอดจนการสร้างสนามบิน โดยเฉพาะท่าเรือน้ำลึกเจียวเพียวจะมีท่าเรือรองรับสินค้าคอนเทนเนอร์และท่าเรือน้ำมันพร้อมคลังเก็บน้ำมันดิบ ซึ่งกลุ่ม China National Petroleum Corporation (CNPC) ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ด้านพลังงานของจีนได้เข้าไปก่อสร้าง Tanker Port ซึ่งมีร่อนน้ำลึกมากจนสามารถรองรับเรือบรรทุกน้ำมันขนาดใหญ่ถึง 3 แสนตัน

ปัจจุบันมีการเร่งรัดให้เกิดเขตเศรษฐกิจชายแดนอีก 19 แห่งตามแนวพรมแดนโดยเฉพาะชายแดนไทยและจีน



เขตเศรษฐกิจพิเศษและเขตเศรษฐกิจเฉพาะใน สปป.ลาว

สปป.ลาว ได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าใน ปี พ.ศ.2563 จะพัฒนาขพส.ทั่วประเทศให้ได้ จำนวน 25 แห่ง ทั่วประเทศ ซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2554 หรือในช่วง 8 ปี ได้อนุมัติให้สร้างแล้วจำนวน 8 แห่ง ด้วยเงินลงทุนนับพันล้านบาท หลายคนสงสัยว่า **เขตเศรษฐกิจพิเศษและเขตเศรษฐกิจเฉพาะ** มันแตกต่างกันตรงไหน อะไรน่าสนใจกว่ากัน ลองมาดูนิยามที่ สปป.ลาว กำหนดไว้

1. เขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวัน-เซโน

เป้าหมายสร้างเป็นเขตการค้า การบริการ อุตสาหกรรมแปรรูปในปัจจุบันมีเกือบ 30 บริษัท ที่เข้ามาจดทะเบียนลงทุนในเขตดังกล่าว ตั้งอยู่ในแขวงสะหวันเขต พื้นที่ 954 เฮกตาร์ (4,962 ไร่) สร้างขึ้นในปี 2546 ซึ่งรัฐบาลเป็นผู้ลงทุนพัฒนาด้วยเงินทุน 73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลงทุนไปแล้ว 9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

2. เขตเศรษฐกิจพิเศษบ่อเต็นแดนคำ

เป้าหมายเพื่อการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจและบริการเช่น คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้าศูนย์การค้าครบวงจร ร้านค้า แหล่งบันเทิง โรงแรม อยู่ใกล้บริเวณเขตชายแดนลาว-จีนตอนใต้ โดยมีนักลงทุนจาก จีน อังกฤษ เกาหลี รัสเซีย รวมทั้งจากไทยเข้ามาลงทุนในเขตดังกล่าวตั้งอยู่ในแขวงหลวงน้ำทา พื้นที่ 1,640 เฮกตาร์ (10,250 ไร่) เป็นเขตบริการการค้า สร้างเมื่อปี 2553 โดยบริษัทจากประเทศจีนเป็นผู้พัฒนาด้วยเงินทุน 103 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปัจจุบันมีการลงทุนมากกว่า 130 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

3. เขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำ

เพื่อในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งรองรับการลงทุน การท่องเที่ยวและบริการ มีแผนในการสร้างสนามบินนานาชาติ ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการสำรวจออกแบบ ตั้งอยู่ในเมืองต้นผึ้ง แขวงบ่อแก้ว พื้นที่ 3,000 เฮกตาร์ (18,750ไร่) เป็นเขตบริการการค้าการท่องเที่ยว ตั้งขึ้นเมื่อปี 2553 ซึ่งกลุ่มบริษัทดอกจิวคาจากประเทศจีนเป็นผู้ลงทุนพัฒนา ปัจจุบันมีการลงทุนไปแล้ว 602 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. เขตเศรษฐกิจเฉพาะภูเขียว

เพื่อพัฒนาเป็นตัวเมืองใหม่ที่ประกอบด้วย การบริการ การค้า การศึกษา การท่องเที่ยว โรงพยาบาล โรงงาน อุตสาหกรรมและอื่นๆ โดยในปัจจุบันได้จัดวางผังเมืองเพื่อเตรียมรองรับการก่อสร้าง ตั้งอยู่ในแขวงคำม่วน เป็นเขตการค้า บริการ และอุตสาหกรรมแปรรูป ตั้งเมื่อปี 2553 พื้นที่ 4,850 เฮกตาร์ (30,312 ไร่) โดยนักลงทุนภายในประเทศเป็นผู้พัฒนาด้วยเงินลงทุน 708 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

5. เขตเศรษฐกิจเฉพาะอุตสาหกรรมและการค้าในทอง

เป้าหมายเพื่อพัฒนาเป็นเขตอุตสาหกรรมแปรรูป ตั้งอยู่ในนครหลวงเวียงจันทน์ พื้นที่ 110 เฮกตาร์ (687 ไร่) สร้างในปี 2554 โดยมีนักธุรกิจจากจีนได้หวั่น เป็นผู้พัฒนาในมูลค่า 43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ร่วมกับรัฐบาลลาว การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แบ่งออกเป็น 4 ระยะคือ ขั้นตอนสำรวจที่ดิน ขั้นตอนการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ขั้นตอนจัดสรรแบ่งเขตการลงทุนและขั้นตอนการก่อสร้างโรงงาน อาคารต่างๆ ปัจจุบันยังอยู่ในระยะเริ่มต้น

6. เขตพัฒนาไซสาก

เป้าหมายเพื่อพัฒนาเป็นเขตอุตสาหกรรมเบา อุตสาหกรรมแปรรูปเพื่อการส่งออก ตั้งอยู่ที่นครหลวงเวียงจันทน์ สร้างเมื่อปี 2554 พื้นที่ 1,000 เฮกตาร์ (6,250 ไร่) โดยมีบริษัทร่วมทุนลาว-จีน เป็นผู้พัฒนา มีมูลค่าการลงทุน 128 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

7. เขตเศรษฐกิจเฉพาะดงโพลี

เป้าหมายเพื่อพัฒนารองรับการลงทุนด้านการค้า การบริการ การท่องเที่ยว และการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งส่งเสริมการค้าบริเวณชายแดน ตั้งอยู่ที่นครหลวงเวียงจันทน์ สร้างเมื่อปี 2555 พื้นที่ 53.9 เฮกตาร์ (337 ไร่) บริเวณการค้าชายแดนผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 (หนองคาย-เวียงจันทน์) โดยได้มีการลงนามเซ็นสัญญาฉบับบริษัท ยูพีแอร์ลาว จำกัด รัฐบาลถือหุ้น 15 % นักธุรกิจภายใน สปป.ลาวถือหุ้น 5% บริษัท ยูนิเวอร์ซัลแปซิฟิก จำกัด (จากประเทศมาเลเซีย) ถือหุ้น 80 % เป็นผู้พัฒนาโครงการ ในระยะที่ผ่านมามีประชาชนลาวเข้าไปซื้อสินค้าไทยในเขตเศรษฐกิจเฉพาะดงโพลีเป็นจำนวนมาก

8. เขตเศรษฐกิจเฉพาะบึงธาตุหลวง

ตั้งอยู่ในนครหลวงเวียงจันทน์ เป็นเขตอุตสาหกรรมแปรรูป พื้นที่ 365 เฮกตาร์ (2,281 ไร่) โดยมีนักธุรกิจจากจีน บริษัท อสังหาริมทรัพย์ จำกัด เป็นผู้พัฒนาในมูลค่า 1,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลงนามเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2554 เริ่มการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

** สำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษของ สปป.ลาว ที่มีความโดดเด่นได้แก่ เขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวัน-เซโน (Savan-Seno Special Economic Zone : SASEZ) ในแขวงสะหวันนะเขต ซึ่งถือเป็น

เขตเศรษฐกิจพิเศษแห่งแรกใน สปป. เป็นพื้นที่ที่รัฐบาล สปป. ลาว ต้องการฟื้นฟูและพัฒนาเพื่อให้เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุนและการบริการแห่งหนึ่งในภูมิภาค โดยอาศัยจุดเด่น ในด้านที่ตั้งของเขตเศรษฐกิจในการดึงดูดและส่งเสริมการลงทุน รวมทั้งสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเอื้ออำนวยให้เป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่ทันสมัยของประเทศ ตลอดจนมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ **

เขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศกัมพูชา

การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zones: SEZs) ที่ผ่านมารัฐบาลได้ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษขึ้นหลายแห่ง ทั่วประเทศเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาตั้งฐานการผลิต เพื่อการส่งออก อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศด้วยการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี และอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดย Cambodian Special Economic Zone Board รายงานว่ามีผู้ขอจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษจาก CDC รวมทั้งสิ้น 11 ราย และอยู่ในระหว่างการดำเนินการขอจัดตั้งอีก 4 ราย ในจำนวนทั้งหมดนี้มี 4 ราย ที่จัดตั้งขึ้นในกรุงสีหนุวิลล์ ได้แก่

1. Sihanoukville Port SEZs

เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษขนาด 70 เฮกตาร์ (ประมาณ 437.5 ไร่) ตั้งอยู่ใกล้ท่าเรือสีหนุวิลล์ ซึ่งแล้วเสร็จเมื่อเดือนพฤษภาคม 2552 มีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศ ส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก และพัฒนาพื้นที่บริเวณท่าเรือสีหนุวิลล์ รวมทั้งเพื่อให้มีการจ้างงานในพื้นที่ดังกล่าวและบริเวณใกล้เคียงเพิ่มขึ้นด้วย โดยรัฐบาลคาดว่าภายในปี 2555 SEZs แห่งนี้จะสามารถดึงดูดเงินลงทุนทางตรงจากต่างประเทศได้ราว 170 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีการส่งออกผ่าน SEZs แห่งนี้ราวปีละ 116 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้ยังคาดว่าจะสามารถรองรับโรงงานอุตสาหกรรมที่จะเข้ามาเปิดดำเนินการได้ราว 20-30 แห่ง ซึ่งจะทำให้เกิดการจ้างงานได้สูงถึง 29,200 ตำแหน่งโดยมี Sihanoukville Autonomous Port เป็นเจ้าของโครงการซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ



2. Stung Hao SEZ

มีพื้นที่ 192 เฮกตาร์ ตั้งอยู่ใน Stung Hav District ของกรุงสีหนุวิลล์ โดยมีบริษัท Attwood Investment Group Co.,Ltd. เป็นเจ้าของโครงการ

3. Sihanoukville SEZ

มีพื้นที่ 178 เฮกตาร์ ตั้งอยู่ใน Stung Hav District ของกรุงสีหนุวิลล์เช่นเดียวกับ Stung Hao SEZ โดยมีบริษัท Cambodia International Investment Development Group Co.,Ltd. เป็นเจ้าของโครงการ

4. S.N.C. SEZ

มีพื้นที่ 150 เฮกตาร์ ตั้งอยู่ใน Prey Nob District ของกรุงสีหนุวิลล์ โดยมีบริษัท SNC Lavillin (Cambodia) Holding Ltd. เป็นเจ้าของโครงการ

ปัจจุบันรัฐบาลกัมพูชาได้จัดตั้งอุตสาหกรรมขึ้นหลายแห่ง เช่น นิคมอุตสาหกรรมปอยเปต-โอเนียง ใกล้กับเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนจังหวัดสระแก้ว นิคมอุตสาหกรรมโพลิน นิคมอุตสาหกรรมสีหนุวิลล์

นิคมอุตสาหกรรม Nearng Kok หรือนิคมอุตสาหกรรมเกาะกง ซึ่งใกล้กับเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนจังหวัดตราด เป็นโครงการที่เน้นการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เป็นนิคมอุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจพิเศษแห่งแรกของกัมพูชาที่มีมาตรฐาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนสมบูรณ์ นิคมอุตสาหกรรม Nearng Kok ตั้งอยู่ในอำเภอมณฑลสีมา จังหวัดเกาะกง ครอบคลุมพื้นที่ราว 2,000 ไร่ ห่างจากจุดผ่านแดนไทย-กัมพูชา (บ้านหาดเล็ก-จามเยียม) ประมาณ 2 กิโลเมตร และห่างจากตัวเมืองจังหวัดเกาะกงราว 4 กิโลเมตร มีเส้นทางหมายเลข 48 จากนิคมอุตสาหกรรมเชื่อมต่อไปยังทางหลวงหมายเลข 4 เพื่อต่อไปยังกรุงพนมเปญและกรุงสีหนุวิลล์

เขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นประเทศที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่าประเทศอื่นๆ ที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทย การจัดการเขตเศรษฐกิจพิเศษจึงแตกต่างจากประเทศอื่นๆ รัฐบาลมาเลเซียจึงได้คัดเลือกพื้นที่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ 5 พื้นที่สำหรับพัฒนาเป็นระเบียงเศรษฐกิจของประเทศ โดยระบุโอกาสการลงทุนและให้สิทธิประโยชน์อัตราที่สูงกว่าปกติ เพื่อสร้างบรรยากาศการลงทุนและเป็นการวางแผนระยะยาวในการพัฒนาประเทศเข้าสู่การเป็นประเทศรายได้สูง ทั้งนี้พื้นที่ที่ได้รับเลือกเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ 5 แห่ง ตั้งอยู่ในฝั่งมาเลเซียตะวันตก 3 พื้นที่ และในฝั่งมาเลเซียตะวันออก 2 พื้นที่ มีรายละเอียดดังนี้

1. เขตเศรษฐกิจพิเศษ Iskandar

อยู่ในรัฐยะโฮร์ ตอนใต้ฝั่งมาเลเซียตะวันตก ตั้งขึ้นในปี 2549 โดยจัดตั้งเป็นพื้นที่แรกในระเบียงเศรษฐกิจห้าแห่ง เน้นการพัฒนาการบริการที่ใช้แรงงานวิชาชีพ ได้แก่ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการศึกษา ด้านสุขภาพ ด้านโลจิสติกส์ ด้านการท่องเที่ยวและสันทนาการ และด้านธุรกรรมทางการเงิน และอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมีทักษะ ได้แก่ ปิโตรเคมี



ข้อคิดสำหรับนักลงทุนไทย โอกาสลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษของ ประเทศเพื่อนบ้าน

เมื่อเห็นความคืบหน้าต่างๆ แล้ว คงต้องถามนักลงทุนไทย ที่สนใจจะไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านว่ามีโอกาสหรือไม่ ซึ่งจากข้อมูลเราจะพบว่านักลงทุนชั้นแนวหน้า ทุนหนา รายใหญ่ ของไทย ได้มีการขยายธุรกิจไปลงทุนในประเทศเมียนมา สปป.ลาว และกัมพูชา เป็นส่วนใหญ่ แต่ถือว่ามีสัดส่วนน้อย เมื่อเทียบกับนักลงทุนจาก จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลี และ ชาติยุโรป ที่มาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษของเพื่อนบ้านเรา แต่สำหรับ SMEs ของไทย ที่สนใจจะไปลงทุนที่นั่นคงต้อง ตรวจสอบคุณสมบัติว่าเราพร้อมหรือไม่ และศึกษาข้อดี-ข้อเสีย ของแต่ละประเทศว่าเหมาะสมกับธุรกิจเราหรือไม่ เราไป ตั้งธุรกิจที่นั่นเพื่อตอบโจทย์อะไร เช่น สิทธิประโยชน์ทางการค้า ที่จะได้รับ อัตราค่าจ้างแรงงาน หรือวัตถุดิบที่มีอย่างเพียงพอ หรือย้ายไปเพื่อเห็นกำไรแหล่งตลาด เป็นต้น และที่สำคัญที่สุด คือ ระบบการจัดการของเราพร้อมมากแค่ไหน เพราะเรากำลัง ไปต่อสู้กับธุรกิจข้ามชาติที่มีทุนหนาและระบบการจัดการที่ดี.

และไบโอดีเซล อิเล็กทรอนิกส์ และการแปรรูปอาหารและวัตถุดิบทางการเกษตร)

2. เขตเศรษฐกิจ Koridor Utara (Northern Corridor)

อยู่ทางตอนเหนือของฝั่งมาเลเซียตะวันตก ตั้งขึ้นในปี 2550 เน้นการพัฒนาในภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว

3. เขตเศรษฐกิจ East Coast

อยู่บริเวณชายฝั่งตะวันออกของมาเลเซียตะวันตก ตั้งขึ้นในปี 2551 เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรม Oil & Gas ปิโตรเคมี การท่องเที่ยว การศึกษา และเกษตรกรรม

4. เขตเศรษฐกิจ Sarawak

อยู่ทางตอนใต้ของมาเลเซียตะวันออก ตั้งขึ้นในปี 2551 เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน (Oil-based) เหล็ก กระจก อะลูมิเนียม และวิศวกรรมทางน้ำ

5. เขตเศรษฐกิจ Sabah

อยู่ตอนเหนือของมาเลเซียตะวันออก ตั้งขึ้นในปี 2550 เน้นการพัฒนาด้านเกษตรกรรม เทคโนโลยีชีวภาพ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์

เขตเศรษฐกิจพิเศษที่มีการพัฒนาและเติบโตมากที่สุด คือ เขตเศรษฐกิจพิเศษ Iskandar โดยมีนักลงทุนรายใหญ่ที่สุด ภาคธุรกิจที่ลงทุนภายในอิสกันดาร์ จะได้รับสิทธิพิเศษด้านต่างๆ เช่น ขั้นตอนทางราชการ ศุลกากร เพื่ออำนวยความสะดวกทางธุรกิจ แผนในอนาคตจะมีการขยายธุรกิจไปในด้านการบริการมากขึ้น เช่น ศูนย์การแพทย์ สวนสนุก ที่อยู่อาศัย เพื่อดึงดูดเงินลงทุนจากทั่วโลกมายังเขตเศรษฐกิจแห่งนี้ ถือได้ว่าเป็นโครงการที่ต้องจับตาก่อนการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2559 นักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ Iskandar ส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนในประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ที่เหลือเป็นนักลงทุนต่างประเทศ โดยเป็นการลงทุนจากสิงคโปร์เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ สเปน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ออสเตรเลีย เลบานอน ฝรั่งเศส จีน และเยอรมันนี ตามลำดับ



แหล่งข้อมูล

- ธนาคารกสิกรไทย. สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา การค้าและการลงทุน ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจระหว่างประเทศ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจต่างประเทศ กรุงเทพฯ 2556
- สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ กรุงเทพฯ/แผนกเศรษฐกิจการค้า สถานเอกอัครราชทูต สปป.ลาว กรุงเทพฯ
- DITP ชี้ช่องการค้า ปีที่ 3 ฉบับที่ 25 กันยายน 2556
- ส่วนบริหารงานทวิภาคี สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ธันวาคม 2557
- ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน (ยุทธศาสตร์การพัฒนาความร่วมมือ ด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบโครงการ พัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย IMT-GT)
- สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงาน การศึกษาดูงานการบริหารจัดการเขตเศรษฐกิจพิเศษอิสกันดาร์ ประเทศมาเลเซีย และการวางผังเมืองประเทศสิงคโปร์



นนทช ปัญญาปัทม ผู้บริหาร
หนุ่มวัย 31 ปี ผู้เป็นกำลังหลักผลักดันให้
วัตถุประสงค์ชาติไทยโกอินเตอร์ นับเป็น
หนึ่งในผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวเจ้าแรกๆ ที่
ทำให้วงการอาหารไทยตื่นตัวกับ
ภาพลักษณ์ “สินค้าเล่าเรื่อง” ซึ่งความคิด
สร้างสรรค์อันโดดเด่นของแบรนด์
เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนคิดชื่อตราสินค้า ซึ่งมา
จากคำว่า เว-ทะ-นา ในภาษาบาลีแปลว่า
ความรู้สึก จึงเป็นที่มาของการนำเสนอ
ฉลากที่ขบกรอบ ผลไม้อบแห้ง ขนม
และสินค้าไทยคุณภาพใส่ความรู้สึก
“ปรารถนาดี” ต่อผู้บริโภคออกสู่ตลาด
ตั้งแต่ปี 2550

ไม่เพียงแต่ชื่อตราสินค้าเท่านั้น
ชื่อสินค้าแต่ละชนิดของเวย์ต่านาก็สะท้อน
กระบวนการคิด “ให้ความรู้สึกมากกว่า”
ได้เป็นอย่างดี อาทิ บัวเย็นซีฟ เม็ดบัว
ฉาบอบความสุข ลูกเดือยยิ้มแ้มรสอบ
เกลือ มะขามจัดพริก ร้อยเม็ด ส้มโฮม
อโรคิด เป็นต้น พร้อมด้วยคำบรรยาย
สรรพคุณที่ให้ความรู้สึกดีใจมากกว่า
ประกาศขายอย่างใจจืดจาง ทั้งหมดนี้
ปรากฏชัดบนบรรจุภัณฑ์ที่มีความ
เรียบง่ายและสบายตา กลายเป็นภาพจำ
ของผู้บริโภคได้ในที่สุด

“ผมอยากยกระดับขนมทานเล่น
บ้านๆ ที่คนไทยคุ้นเคยกันดี อย่าง บัว
ก้อย ฉาบ ลูกเดือย เม็ดบัว มะขามจัด
จืดจาง ขนมผิง มะม่วงอบ จากแหล่งผลิตที่ดีที่สุด
กระจายอยู่ทั่วประเทศ และไม่ซื้อขายผ่าน
พ่อค้าคนกลาง เพื่อให้รายได้เข้าถึงชุมชน
จริงๆ พร้อมตั้งโรงงานใกล้แหล่งวัตถุดิบ
เช่น โรงงานที่พิษณุโลก และทางภาคใต้
เป็นต้น แล้วจัดส่งกลับเข้ามาแพ็คเกจที่
กรุงเทพฯ นั้นทำให้ราคาสินค้าของเราสูง
เป็น การ สะ ท้อ น ต้นทุนที่สูงจาก
กระบวนการผลิตที่ซับซ้อน ทำยาก
กว่าปกติ หากมองภายนอกอาจคิดว่า
เหมือนกัน แต่เมื่อลิ้มรสแล้วความรู้สึกนั้น
แตกต่างกัน และผมก็ยังมีมองถึงการวาง
ตำแหน่งสินค้า (Positioning) และกลุ่ม
เป้าหมายที่ชัดเจนด้วย เราอยากทำของดี
ของพรีเมียมสำหรับผู้บริโภคที่ชื่นชอบ
อาหารและขนมไทยอยู่แล้ว ซึ่งตอนนี้

เวย์ต่าน่า



เรื่องราวแสนหวาน ของขนมไทยสไตล์คลาสสิก

ขนมขบเคี้ยวจากวัตถุดิบชั้นซ็องงไทยถูก
แปรรูปใหม่ให้บริโภคได้ “ง่าย” ขึ้น โดยใส่
บรรจุภัณฑ์ที่มีอักษรตัวใหญ่สะกดตา พร้อม
ตั้งชื่อขนมแต่ละชนิดให้โดดเด่นกว่าใคร
จนสามารถสร้างเอกลักษณ์และชื่อเสียงให้กับ
“เวย์ต่าน่า” (WAYDHANAR) เป็นที่รู้จักใน
กลุ่มผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศ ทุกวันนี้
ผู้ก่อตั้งและปลูกปั้นแบรนด์เสริมความพร้อม
เดินทางสู่การตลาดต่างแดนอย่างจริงจัง
มุ่งกระจายสร้างชุมชนพลังรอบทิศ ศึกษา
พฤติกรรมลูกค้าและมองหาพันธมิตรที่
เข้มแข็ง บวกแรงสนับสนุนด้านความรู้จาก
ภาครัฐ



เรามีความภาคภูมิใจในคุณภาพของสินค้า รสชาติ และความเป็นไทยที่มีลักษณะโดดเด่น นั่นจึงเป็นเหตุผลให้สินค้าของเราเป็นที่ยอมรับในระดับสากล” นนทกชเผยแรงบันดาลใจในการสร้างตราสินค้าของตนเอง

เวย์ตาน่า : หวานถึงใจลูกค้าต่างแดน

ก่อนที่สินค้าไทยพรีเมียมของเวย์ตาน่าจะเป็นที่ต้องการในกลุ่มตลาด AEC และต่างประเทศอย่างมากในปัจจุบัน ผู้บริหารหนุ่มวัย 31 ปี เผยถึงสถานการณ์ตลาดต่างประเทศของแบรนด์นั้นเริ่มจริงจังมาตั้งแต่ 1-2 ปีที่ผ่านมา (2557) ภายหลังเปิดตลาดแนะนำตัวตามงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ในไทย รวมทั้งได้รับโอกาสจากภาครัฐ อย่างกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการต่างประเทศ และหน่วยงานการค้าและพาณิชย์ ร่วมกันสนับสนุนและอำนวยความสะดวกเรื่องการค้าและการลงทุน จนทำให้เวย์ตาน่าเป็นที่ชื่นชอบของตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ เกิดการเจรจาซื้อขายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตลาดต่างประเทศสำคัญของเวย์ตาน่าคือ ย่อกง เพื่อกระจายต่อไปยังประเทศจีน รวมทั้งออสเตรเลีย มาเลเซีย และ สเปน. ลาว

“ผมคิดตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจแล้วว่าต้องทำตลาดต่างประเทศด้วย จึงพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ตอบโจทย์การตลาดมากที่สุด เริ่มต้นจากการนำสินค้าไปโชว์ในงานแสดงสินค้า กระจายตามศูนย์การค้า จนจับใจลูกค้า (Touch Point) จากนั้นก็มี

ผู้สนใจเสนอตัวเป็นตัวแทนจำหน่ายไปยังประเทศต่างๆ เรายังเป็น SMEs เจ้าเล็กๆ เลยต้องค่อยๆ เลือกสรรตัวแทน พุดคุยกันอยู่นานเพื่อให้ได้ตัวแทนที่น่าจะเหมาะกับเราที่สุด เราตั้งพื้นฐานกลุ่มเป้าหมายของเราที่เรารู้สึกว่าต้องตรงกัน รวมถึงคาแร็กเตอร์ไลฟ์สไตล์การทำงานก็ต้องแมชท์ (Matching) ให้เหมาะกับเราด้วย”

นนทกชกล่าวต่อว่า และถึงแม้ว่าอาหารไทยและขนมไทยจะมีมาตรฐานอาหารค่อนข้างสูงในสายตาลูกค้าต่างชาติอยู่แล้วก็ตาม แต่ เวย์ตาน่า ในชื่อใหม่สำหรับการค้าต่างประเทศโดยเฉพาะคือ Mag Mag by WAYDHANAR ก็ยังต้องใส่ใจเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าสากล พร้อมทั้งทำวิจัยการตลาด (Marketing Research) สืบหาพฤติกรรมผู้บริโภคและวัฒนธรรมการกินอยู่ต่างแดนอย่างสม่ำเสมอ

เดิมเวย์ตาน่าทดลองนำสินค้าที่มีอยู่แล้วไปจำหน่ายก่อน แต่เมื่อวิจัยและสำรวจตลาดร่วมกับตัวแทนจำหน่ายหรือพาร์ทเนอร์แล้ว จึงนำเสนอสินค้าใหม่ 7 ตัวที่จะนำไปจำหน่ายต่างประเทศ โดยเลือกจากวัตถุดิบซึ่งเป็นที่รู้จักดีอยู่แล้ว เช่น ทุเรียนทองของนางฟ้า (Angel Punch Crispy Durian) มะม่วงหอมจากบางกอก (Bangkok Kiss Mango) รวมทั้งลำไย ออร์แกนิก บัว และเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เป็นต้น เช่นเดียวกับความชื่นชอบในรสชาติ โดยเฉพาะรสหวานที่ต้องการมากหรือน้อย ซึ่งจากการสำรวจแล้ว

พบว่าผู้บริโภคชาวลาวยชอบหวานมาก ใกล้เคียงกับคนไทย แต่คนฮ่องกงนั้นจะไม่ชอบรสหวานมากนัก เป็นต้น

นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านบรรจภัณฑ์ด้วย เพราะในมุมมองของผู้บริโภคประเทศอื่นอาจไม่เข้าใจวัตถุดิบบางตัวของไทย จึงจำเป็นต้องปรับการสื่อสารให้ตรงกับการรับรู้ (Mindset) ของผู้บริโภคประเทศนั้นๆ จากนั้นก็จะนำข้อมูลที่ได้มาเพื่อปรับเปลี่ยนรสชาติให้เหมาะสม รวมทั้งการตกแต่งรูปลักษณ์และฉลากให้เหมาะสมกับความต้องการของประเทศต่างๆ เช่น สินค้าที่จะนำไปขายยังประเทศจีน โดยเฉพาะในเขตเมืองหลวงผู้คนอาศัยอยู่บนตึกสูงเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นลักษณะสินค้าจะต้องเน้นขนาดเล็กและสะดวกซื้อมากกว่าชิ้นใหญ่

ก้าวต่อไปบนดินแดนเพื่อนบ้าน

ผู้ก่อตั้งแบรนด์เวย์ตาน่าอธิบายต่อว่า ตลอดระยะเวลาที่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ จำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งติดตามพฤติกรรมของลูกค้าและการเลือกเสฟสื่อในปัจจุบัน เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวคิดทางการตลาดของขนมขบเคี้ยวสัญชาติไทยแบรนด์นี้ต่อไป

“เราเติบโตทุกปีซึ่งปีที่แล้ว (2558) เราเติบโตประมาณ 10% เพราะเรามีหลายช่องทางสร้างรายได้ และในต่างประเทศก็เติบโตขึ้นมาก นั่นทำให้ปัจจุบัน เราต้องค่อยๆ ทำตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ดีทั้งสองทาง โดยให้ความสำคัญทุกส่วน ทั้งการผลิต การติดต่อ ฝ่ายขาย แอดมิน โดยจะเตรียมความพร้อมแบบค่อยเป็นค่อยไปตามขั้นตอน คาดว่าในปี 2559 การค้าจะดีขึ้นโดยเฉพาะต่างประเทศ เนื่องจากเราไปก็สม่ำเสมอแล้ว และตอนนี้การตลาดต่างประเทศก็สามารถทำได้อย่างลื่นไหลมากขึ้น”

และเนื่องจากในปี 2559 เหล่าประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะมีโอกาสทางการค้าระหว่างกันมากขึ้น ส่งผลให้เวย์ตาน่ามองถึงการขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศในอาเซียนเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน นนทกช เผยว่าการเข้าร่วม



โครงการ “การพัฒนาสถานประกอบการเข้าสู่ AEC” จัดขึ้นโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทำให้มองเห็นข้อมูลและช่องทางที่จะมาปรับใช้กับธุรกิจ ทีมที่ปรึกษาทำให้เขาและทีมงานเกิดการวิเคราะห์ทั้งตลาดภายนอก การค้าต่างประเทศ ตลอดจนการกลับเข้ามาทบทวนการบริหารจัดการภายในองค์กร ส่งผลให้บริษัทได้จัดระเบียบแนวคิดองค์กร เพื่อให้เห็นภาพต่างๆ ชัดเจนมากขึ้น ก่อนจะเตรียมความพร้อมเดินหน้าตลาด AEC อย่างจริงจัง

“การเข้าสู่ AEC นั้น ผมคิดว่าผู้ประกอบการเจ้าใหญ่มีความพร้อมอยู่แล้ว ดังนั้นการที่ SMEs มีภาครัฐเข้ามาช่วย ก็ทำให้เห็นช่องทางได้มากขึ้น อย่าง การมีธุรกิจตัวแทนมาอาสาช่วยทำตลาดต่างประเทศให้ ก็จะทำให้เราได้คนที่มีความพร้อมมาช่วยทำตลาดให้ เป็นต้น ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีเราเริ่มสตาร์ทตลาด AEC ที่สปป.ลาว จากคำแนะนำของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งผู้บริหารลาวเอง บริโภคสินค้าจากประเทศไทยอยู่แล้วแต่ยังมีข้อจำกัดด้านภาษีในอัตราสูงอยู่อีกทั้งด้วยลักษณะการทำงานที่ต่างกัน ทำให้เราต้องประสานงานอยู่เรื่อยๆ และบ่อยครั้ง ตอนนี้องค์กรเริ่มไปพูดคุยเจรจาธุรกิจกับกัมพูชาและเมียนมาเพิ่มเติมด้วย แต่เราก็ต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพราะเรามีกำลังขับเคลื่อน (Capacity) ระดับหนึ่ง และยังต้องบริหารจัดการภายในบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับเรื่องแรงงานอีกมาก ซึ่งเราเน้นอบรมเรื่องมาตรฐานต่างๆ ตลอดจนความสามารถรับงานที่ซับซ้อนได้ หากขยายงานต่างประเทศเพิ่มขึ้น”

สนใจลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

เวย์ตาน่าสนใจที่จะลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ เมื่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีโครงการเกี่ยวกับเรื่องนี้ จึงตัดสินใจเข้าร่วม “โครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ” โดยให้เหตุผลว่า ในฐานะ SMEs รายหนึ่งก็ต้องการทราบสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้พื้นที่

ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพราะเวย์ตาน่ามีเป้าหมายขยายกิจการต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อนบ้าน

เมื่อถามถึงเหตุผลที่เวย์ตาน่ายังคงอยู่ในใจลูกค้าเสมอ นนทกช กล่าวว่ายเวย์ตาน่า ช่วงซึ่งความได้เปรียบ พุดก่อนแบรนด์อื่น พร้อมขยายคุณภาพ ความจริงใจกับลูกค้า ความสม่ำเสมอ และความพึงพอใจในการจัดส่งสินค้าและตรวจงาน เป็นหัวใจในการทำธุรกิจเสมอมา นอกเหนือจากความสามารถใน



การตอบใจത്യ่ลูกค้า และการพัฒนาแพคเกจจิ้งถูกถูกใจลูกค้า

“ที่เรามาได้ขนาดนี้ เพราะเราเริ่มต้นอย่างถูกต้อง เราเอาสิ่งที่ Success อยู่แล้วมาทำใหม่ในแบบของเราเอง และต้องยกความดีให้จังหวัดเวลา แผนการสื่อสารที่เหมาะสม มีความเข้าใจเรื่องแบรนด์ดิ้ง คอนเซ็ปต์ และมีแผนการตลาดที่ชัดเจน เราต้องคุยในสิ่งที่ลูกค้าอยากฟัง แล้วเขาจะบอกสิ่งที่ต้องการกลับมาเอง อย่าคิดแทนลูกค้า ต้องทำการวิจัยตลาดเพื่อยืนยันข้อมูลก่อนนำมาปรับใช้ ผมไม่ค่อยกังวลเรื่องเจ้าอื่นคัดลอกสินค้า ผมคิดว่าการทำที่ลูกค้าชอบแบรนด์หนึ่ง เพราะรสชาติแล้ว ก็ยากที่เขาจะเปลี่ยนใจไปจากเรา และจะประสบความสำเร็จ

หรือไม่ นั่นผมขอวัดผลที่ทำแล้วความสุขทำของดี จริงใจ ไม่ทำลายสุขภาพให้ลูกค้ามากกว่าที่ขอ เท่านั้นก็เพียงพอแล้วครับ”



บริษัท เวย์ตาน่า จำกัด

108 ถนนบางขุนนนท์ 10 เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700

โทร. 0 2424 4565

อีเมล. nonthakogh.md@waydhanar.com

เว็บไซต์. www.waydhanar.com

ที.เค. การ์เมนต์

ขยายฐานอุตสาหกรรมแฟชั่นสู่กับพูซ่า ปิดหมุดนิคมอุตสาหกรรมศรีโสภณ แตกไลน์บริการท่องเที่ยว-ร้านอาหาร

คุณสิริโชค จตุรเจริญคุณ ผู้จัดการฝ่ายวิเคราะห์และพัฒนา บริษัท ที.เค.การ์เมนต์ จำกัด เปิดเผยว่า จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน กว่า 36 ปี ทำให้บริษัท ที.เค.การ์เมนต์ จำกัด เป็นหนึ่งในผู้นำที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในแวดวงธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับโลก สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างหลากหลายทั้งในแง่ของประเภทผลิตภัณฑ์และเทคนิคการตัดเย็บ โดยมีลูกค้าให้ความไว้วางใจมากกว่า 70 แบรนด์ พร้อมตอบสนองตลาดแฟชั่นที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ก็คือ เรื่องของบุคลากรที่จะต้องได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพด้านการบริการที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้ง การปรับปรุงเครื่องมือในการผลิตที่นำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาเป็นส่วนประกอบอยู่เสมอ เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในรูปแบบ “One stop shop” ซึ่งถือเป็นมิติใหม่ของการบริการด้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปทุกประเภท ที่ครอบคลุมอย่างครอบคลุมภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว และการพัฒนาไปอย่างไม่หยุดนิ่งนี้เองที่เป็นเครื่องการันตีความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าอย่างกว้างขวางและต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

หากย้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น บริษัทเริ่มต้นตั้งโรงงานแห่งแรกที่กรุงเทพมหานคร ก่อนจะขยายโรงงานไปเปิดในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษของไทยและยังเป็นแหล่งผลิตใหญ่ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (การ์เมนต์) ซึ่งมีจำนวนโรงงานประเภทการ์เมนต์ที่ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) ให้กับแบรนด์ที่มีชื่อเสียงตั้งอยู่เกือบครึ่งของโรงงานทั้งหมดในจังหวัดตาก และได้กำลังผลิตจากแรงงานพม่าที่เข้ามาทำงานในเมืองไทย แต่ในช่วงหลังภาคอุตสาหกรรมมีการชะลอตัวลงพร้อมกับการกำหนดค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้บริษัทต้องปรับกลยุทธ์ด้านการผลิตอย่างหนักเพื่อประคองค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้เริ่มมองหา





ช่องทางการขยายการลงทุนออกสู่ต่างประเทศ โดยทำการศึกษาถึงข้อดี ข้อเสียของการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านรอบๆ อย่างละเอียด ก่อนตัดสินใจขยายการลงทุนมายังประเทศกัมพูชาในที่สุด ด้วยการปักธงตั้งโรงงานผลิตเมื่อต้นปี 2557 โดยใช้ชื่อ บริษัท ที.เค.การ์เมนต์ศรีโสภณ จำกัด สร้างขึ้นด้วยงบประมาณกว่า 200 ล้านบาท พร้อมร่วมลงทุนเปิดนิคมอุตสาหกรรมศรีโสภณขึ้น บนพื้นที่กว่า 400 ไร่ ในจังหวัดบันเตียเมียนเจย ประเทศกัมพูชา เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตที่เพียงพอต่อการรับจ้างผลิตสินค้าให้กับเสื้อผ้าแบรนด์ดังต่างๆ โดยมีสัดส่วนแบรนด์ไทยที่ 90% และแบรนด์ต่างชาติ 10% โดยเฉพาะแบรนด์จากประเทศญี่ปุ่น สเปน และตลาดยุโรป ซึ่งให้การยอมรับในคุณภาพสินค้าของบริษัทเป็นอย่างมาก รวมทั้งยังสร้างขึ้นเพื่อรองรับการย้ายฐานการผลิตของผู้ประกอบการต่างชาติในอนาคตอีกด้วย

ซึ่งเหตุผลหลักในการตัดสินใจเข้าร่วมลงทุนตั้งนิคมอุตสาหกรรมศรีโสภณ ก็เพราะอัตราค่าแรงที่ต่ำกว่าประเทศไทย เป็นแรงจูงใจสำคัญในการกระตุ้นให้นักลงทุน





CLOTHING MANUFACTURER SINCE 1980

ต่างชาติ โดยเฉพาะนักลงทุนไทย เข้าไปลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมฯ เนื่องจากตัวนิคมฯตั้งอยู่ห่างจากชายแดน จังหวัดสระแก้ว ประมาณ 80 กิโลเมตร อยู่ในอำเภอเมือง ที่มีจำนวนแรงงานเพียงพอ และเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานราชการประจำพื้นที่ มีระบบสาธารณูปโภคและพลังงานพร้อมรองรับการผลิตของโรงงานต่างๆ ซึ่งเอื้อต่อสะดวกของนักลงทุนและรัฐบาลกัมพูชาเองก็ได้ลงทุนโครงสร้างพื้นฐานไว้รองรับการลงทุนภาคเอกชนและส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ ในรูปแบบของสภาเพื่อการพัฒนา กัมพูชา (The Council for the Development of Cambodia: CDC) เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องเอกสารต่างๆ ที่เป็นระบบ นำขั้นตอนที่เป็นสากลเข้ามาใช้ และดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก รวมทั้งยังได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี (GSP) ส่งออกสินค้าไปประเทศกลุ่มสหภาพยุโรปและสหรัฐ ประกอบกับข้อมูลพื้นฐานของกัมพูชาในปัจจุบันที่มีจำนวนประชากรเกือบ 15 ล้านคน และ DGP ก็เติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี กำลังการจับจ่ายก็เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งอุตสาหกรรมหลักของกัมพูชาเองก็เป็นโรงงานการ์เมนต์และรองเท้า กระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ เป็นหลักพันโรง ทั้งที่พนมเปญ เกาะกง นิคมอุตสาหกรรมที่ติดกับทางเวียดนาม โดยที.เค.การ์เมนต์ เองไม่ใช่โรงงานแรกที่มาเปิดที่นี่ ดังนั้นความช่วยเหลือและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจึงเป็นไปได้ง่าย รวดเร็ว แต่ก็ยังมีข้อด้อยที่นักลงทุน



ต้องคำนึงถึงอยู่บ้างก็คือ เรื่องของค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน โดยเฉพาะค่าไฟ ซึ่งสูงกว่าประเทศไทยประมาณ 70% เนื่องจากต้องนำเข้ากระแสไฟฟ้าจากไทย และอาจจะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายด้านการลงทุน

นอกจากนี้ ที.เค.การ์เมนต์ ยังแตกไลน์จับธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับกัมพูชาที่มีแนวโน้มการเติบโตแบบก้าวกระโดดต่อเนื่องทุกปี เพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งและต่อยอดความยั่งยืน ด้วยการลงทุนในธุรกิจโรงแรมที่กัมพูชา โดยใช้ชื่อโรงแรมธารา อังกอร์ เป็นโรงแรม 4 ดาว ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเสียมเรียบ ซึ่งเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม และวางตลาดเป้าหมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว





ยุโรปและเอเชีย โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นและไทย ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในกัมพูชาเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากทางภาครัฐที่คาดการณ์ว่าภายในอีก 5 ปีข้างหน้าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในกัมพูชาจะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว รวมทั้งยังเปิดร้านอาหารในเสียมเรียบ ทั้งหมด 3 ร้าน ได้แก่ ร้านอาหารโตนเลจตุมุข ร้านอาหารโตนเลสลาบ และร้านอาหารโตนเลแม่โขง เสิร์ฟอาหารในรูปแบบบุฟเฟต์ แต่ประเภทอาหารจะแตกต่างกันตามคอนเซ็ปต์ของแต่ละร้านเพื่อความหลากหลายที่รองรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีมาก

คุณสิทธิโชคยังให้ความเห็นถึงโอกาสการลงทุนในกัมพูชาว่า มีหลายกลุ่มธุรกิจที่น่าลงทุนในกัมพูชา เนื่องจากเป็นประเทศที่มีการเติบโตของเมืองที่เจริญขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นจะถูกจับตามองจากนักลงทุนทั่วโลก โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และการบริการ ค่อนข้างมีอนาคต



ตัวอย่างแบบเสื้อผ้าที่ ที.เค.การ์เมนท์ รับผิดชอบผลิต

ที่สดใสและมีแต่มีแต่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามายังเมืองท่องเที่ยวของกัมพูชา แต่อย่างไรก็ตามจะต้องคำนึงถึงอัตราการแข่งขันที่สูงมากเช่นเดียวกัน ผู้ลงทุนควรมีความชัดเจนและรู้จักโครงสร้างของธุรกิจตัวเองดีพอ รวมทั้งต้องศึกษาโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดกับธุรกิจว่าคุ้มค่าสำหรับการลงทุนหรือไม่

ที.เค.การ์เมนท์ แม่สอด เข้าร่วมโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขัน : DMICP ของ กสอ. เมื่อปี 2556 หลังเข้าโครงการแล้วได้เปลี่ยนไลน์การผลิต โดยใช้ระบบไลน์บาลานซ์ จัดระบบผลิตและการผังเครื่องจักรและจัดทำคู่มือการฝึกพนักงานใหม่ เป็นต้น.



บริษัท ที.เค.การ์เมนท์ จำกัด
 2,13 ซอยพระราม 2 ซอย 35 ถนนพระราม 2
 เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150
 โทร. 0 2840 2250-4 อีเมล. tkbkk@tkgarment.com

แหล่งข้อมูลและรูปภาพ
www.tkgarment.com
http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1428483658
www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1360716670
www.posttoday.com/ธุรกิจ-ตลาด/AEC/288361/
 ไทยเร่งบุกลงทุนกัมพูชา
www.smartsme.tv/knowledge-detail.php?gid=6&id=519

โครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs

เพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพิ่มศักยภาพและสร้างโอกาสตลาดให้ SMEs

จากนโยบายของรัฐบาลนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone : SEZ) มาตั้งแต่ปี 2557 เพื่อส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ชายแดน ให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจเป็นศูนย์กลางการขนส่ง การเปลี่ยนถ่ายสินค้าระหว่างประเทศ การใช้แรงงานต่างด้าว การให้บริการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค รวมทั้งเพื่อสร้างประโยชน์จากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) โดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ประกาศตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษใน 12 แห่ง ครอบคลุม 10 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก จังหวัดน่าน จังหวัดสระแก้ว จังหวัดตราด จังหวัดสงขลา จังหวัดเชียงราย จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม และจังหวัดนราธิวาส โดยรัฐบาลมีมาตรการสนับสนุนและส่งเสริมในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การให้สิทธิและประโยชน์ ทั้งที่เป็นภาษีและไม่ใช่อุตสาหกรรม การตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service : OSS) และมาตรการอำนวยความสะดวกต่างๆ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมขนานรับนโยบายดังกล่าวของรัฐบาล โดยให้ความสำคัญด้านการส่งเสริม SMEs ให้สามารถรองรับการเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้จัดทำ “โครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาองค์ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากเขตเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศให้เกิดการค้าและการลงทุนร่วมกัน



นางยุพรัตน์ ศตวิระยะ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวถึงที่มาของโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งสำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนร่วมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและมีพื้นที่รับผิดชอบอยู่ในเขตเศรษฐกิจจำนวน 7 ศูนย์ภาคฯ

“เนื่องจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีหน่วยงานในพื้นที่ที่ถูกกำหนดเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษนี้ด้วย จึงให้ความ



สำคัญกับการส่งเสริม SMEs สาขาที่มีศักยภาพในพื้นที่ให้สามารถรองรับการเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้จัดทำ “โครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ” ขึ้นโดยมุ่งหวังว่าการดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดจะเป็นการสนับสนุนให้ SMEs ได้ใช้โอกาสและประโยชน์จากนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อให้ SMEs สามารถพัฒนาศักยภาพองค์กรธุรกิจ ผู้บริหารและบุคลากร อันจะส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs รวมถึงสามารถเชื่อมโยงเข้ากับภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศที่จะมาลงทุนในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมและบรรลุผลในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

เนื่องจากตัวเลขมูลค่าการค้าชายแดนของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้ง 10 จังหวัด เมื่อปี 2557 มีมูลค่าสูงถึง 968,515 ล้านบาท หรือร้อยละ 98 ของการค้าชายแดนรวมทั้งประเทศ และมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น ปัจจุบันธุรกิจประเภทศูนย์กระจายสินค้าและอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานจำนวนมากเริ่มสนใจไปลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวเนื่องจากสามารถเข้าถึงแรงงานจำนวนมาก และสะดวกในการกระจายสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งนำเข้าวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนต่างๆ จากประเทศ

เพื่อนบ้านเข้ามายังประเทศไทย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้ SMEs ซึ่งเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถใช้เป็นกลไกสนับสนุนและเชื่อมโยงในลักษณะอุตสาหกรรมกาดลิตร่วมในเขตเศรษฐกิจพิเศษ”

สำหรับรูปแบบที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพของ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม นำมาใช้เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการและสถานประกอบการนั้น ผอ.ยุพรัตน์ ศตวิริยะ กล่าวอธิบายถึงรูปแบบและวิธีการดำเนินการ ไว้ดังนี้

รูปแบบการพัฒนามี 2 แนวทาง คือ



1. การพัฒนาศักยภาพของ SMEs เพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยรูปแบบที่นำมาใช้ในการดำเนินการ ได้แก่ 1) ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อพัฒนาศักยภาพรายวิสาหกิจ ไม่น้อยกว่า 4 Man-Day (1 Man-Day เท่ากับ 6 ชั่วโมง) 2) จัดทำแผนธุรกิจเพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ Business Roadmap) รายวิสาหกิจให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายแต่ละพื้นที่ 3) จัดกิจกรรม Business Forum เพื่อถ่ายทอดแนวคิดเขตเศรษฐกิจพิเศษและการใช้ประโยชน์จากเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ผู้ประกอบการไทยจะได้รับ

2. การสร้างโอกาสทางการตลาด และเชื่อมโยงเครือข่ายในเขตเศรษฐกิจพิเศษ รูปแบบที่นำมาใช้ในการดำเนินการ ได้แก่ 1) การจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษในลักษณะ Cross Border โดยมีวิธีการดำเนินการ ได้แก่ การจัดสัมมนาสร้างเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะ Cross Border ในแต่ละพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ให้มีการเชื่อมโยงธุรกิจอุตสาหกรรมระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการประเทศเพื่อนบ้าน และสร้างผู้ประกอบการใหม่ตามแนวชายแดน 2) อำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ



หน่วยงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ตามโครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ

หน่วยงาน	เขตเศรษฐกิจพิเศษ	จำนวนกิจการ	จำนวนคน
สพจ.		30	-
ศภ.1	จังหวัดเชียงราย	12	40
ศภ.2	จังหวัดตาก	12	40
ศภ.4	จังหวัดหนองคาย / จังหวัดนครพนม	24	80
ศภ.5	จังหวัดมุกดาหาร	12	40
ศภ.8	จังหวัดกาญจนบุรี	12	40
ศภ.9	จังหวัดสระแก้ว / จังหวัดตราด	24	80
ศภ.11	จังหวัดสงขลา	16	} 80
	จังหวัดนราธิวาส	8	
รวม		150	400

สพจ. : สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ศภ. : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

การเจรจาธุรกิจ การค้า การลงทุน รวมทั้งประสานงานการต่อรองซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างประเทศ 3) จัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในแต่ละพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่รับผิดชอบเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เช่น แผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษสถานการณ์และศักยภาพของอุตสาหกรรม และ SMEs ในพื้นที่เป้าหมาย สภาพการจ้างงาน สถานะการแข่งขัน และการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการ การเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจอื่นๆ โอกาสในการเติบโตของตลาดทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ประเด็นความสามารถในการแข่งขันที่โดดเด่นด้านอื่นๆ เป็นต้น

ผอ. สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวในตอนท้ายว่า ในการดำเนินการครั้งนี้ ทางสำนักฯ ได้งบประมาณในการดำเนินการ 22.1 ล้านบาท โดยมีเป้าหมาย SMEs ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัด รวม 150 กิจการ จำนวนคนที่เข้าร่วมโครงการ 400 คน และคาดหวังจากโครงการนี้ว่า 1) วิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมมีองค์ความรู้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของจำนวนกิจการที่เข้าร่วมโครงการ 2) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านด้านความร่วมมือในการวางแผนการพัฒนาตลาดใหม่ การพัฒนาบุคลากร การจัดหาวัตถุดิบ การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า เป็นต้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 20 ของจำนวนกิจการที่เข้าร่วมโครงการ 3) เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศไม่น้อยกว่า 1 เครือข่าย.

กลุ่ม SMEs เป้าหมาย

- วิสาหกิจที่อยู่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ร้อยละ 80
- วิสาหกิจที่สนใจการค้าชายแดนทั้งส่วนกลางและภูมิภาค ร้อยละ 20
- หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่รัฐบาลกำหนด
- สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องในพื้นที่
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สมาคม ชุมชน สมาคมอุตสาหกรรมจังหวัด หอการค้าจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

ส่วนพัฒนาขีดความสามารถบริการอุตสาหกรรม

สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม ชั้น 5

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทร. 0 2202 4493

ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม สร้างสรรค์-ส่งเสริม-ซ่อมแซม

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจย่อมเป็นหัวใจหลักต่อการก้าวผ่านกับดักจากประเทศกำลังพัฒนาสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่เนื่องด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ยของเศรษฐกิจไทยเติบโตช้าลงมากหากเปรียบเทียบกับอดีตที่ผ่านมา เนื่องด้วยประเทศไทยพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก พร้อมด้วยการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติ มีการชะลอการลงทุน จากปัจจัยความผันผวนและความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก รวมทั้งปัจจัยภายในประเทศและภายนอกประเทศ รวมถึงภัยคุกคามที่ส่งผลต่อความมั่นคงของมนุษย์ วิกฤตการณ์ต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและรวดเร็วขึ้น จากการคาดการณ์ในปี 2559 เศรษฐกิจไทยจะโตได้ประมาณ 3% บริษัทแห่งยุค การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมผู้บริโภค มากขึ้น การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอีก 10 ปีข้างหน้าของไทย ส่งผลต่อผลิตภาพการผลิตและการสร้างสรรค์ในทุกด้านจะลดลง สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยให้ลดลง หากไม่มีการเตรียมการและรู้เท่าทัน พร้อมสร้างภูมิคุ้มกันทั้งระบบอย่างรวดเร็วที่สุด



SME

ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้เศรษฐกิจไทยแข็งแกร่งและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลกนั้นคือ ภาคอุตสาหกรรม การพัฒนาอุตสาหกรรมนั้น ผู้ที่จะได้เปรียบในการแข่งขันและอยู่รอดได้ในสภาวะปัจจุบัน คือ ผู้ที่ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในสเกลใหญ่ มีต้นทุนต่ำ ใช้แรงงานน้อย แต่ประเทศไทยมีเศรษฐกิจภายในประเทศเล็ก จึงเน้นการส่งออก แต่ในอนาคตคงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยใช้เทคโนโลยีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างนวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ เพิ่มมูลค่าให้เศรษฐกิจโดยรวมทั้งประเทศเข้มแข็ง ตั้งแต่ชุมชน ท้องถิ่น จังหวัด เมืองใหญ่ๆ และประเทศ มีฐานเศรษฐกิจที่เกิดความสมดุล มีขีดความสามารถในการแข่งขันและได้รับความเชื่อมั่นจากนักลงทุน อย่างมั่นคงและยั่งยืน

นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ด้านเศรษฐกิจ ได้มอบนโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมสำคัญ 3 ด้าน



moneycontrol
SME



1. ให้นั้น 3 ปัจจัยประกอบการด้วยการสร้างมาตรฐาน การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและนวัตกรรม

2. สร้างเครื่องยนต์ขับเคลื่อนตัวใหม่โดยมุ่ง 10 อุตสาหกรรม โดยกระทรวงอุตสาหกรรมต้องมีบุคลากรมารองรับและสอดคล้องนโยบายคลัสเตอร์

3. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs และการสร้างผู้ประกอบการใหม่ใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย

ดร.อรรชกา สีบุญเรือง ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมกล่าวว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมไทยมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ผู้ประกอบการทุกกลุ่มธุรกิจจำเป็นต้องเตรียมตัวให้มีความพร้อม เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดที่ใหญ่ขึ้นจากตลาดภายในประเทศที่มีฐานผู้บริโภคกว่า 65 ล้านคนสู่ระดับอาเซียนที่มีผู้บริโภคกว่า 600 ล้านคน

1.

ปรับโครงสร้างการเติบโตของเมืองไทยให้มีความสมดุล ต้องพัฒนาอย่างสมดุล หันมองชนบท ต้องปรับโครงสร้างการเติบโตของเมืองไทยให้มีความสมดุลมากขึ้นกว่า 30 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเราเติบโตจากการส่งออกเป็นพื้นฐาน ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเข้ามา

2.

สร้างนวัตกรรมเพิ่มมูลค่า แปรสภาพจากที่เน้นความถูกต้องทุนต่ำ เน้นปริมาณ ไปสู่สิ่งที่เรียกว่าผลิดภาพการผลิต นวัตกรรม ผู้การเพิ่มคุณค่าของสินค้า จะทำให้ผู้ประกอบการในประเทศลงทุนในสิ่งที่เพิ่มความสามารถในการผลิต ในเชิงนวัตกรรม

3.

สร้าง cluster ชุ่ข้องเกี่ยว เชื่อมโยงอาเซียน ระบบ cluster เป็นสิ่งจำเป็นมากที่จะดึงดูดลงทุนจากต่างประเทศให้มาลงทุน พร้อมดึงเอกชนร่วมลงทุน ลดภาระรัฐ พัฒนาตลาดการเงิน

ดร.สมชาย หาญหิรัญ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกล่าวว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ได้กำหนดยุทธศาสตร์หลัก (ปี 2559-2560) ในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ไทย เพื่อเพิ่มศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียนและระดับโลก ซึ่งนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศได้ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างสรรค์ เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs) ซึ่งการเกิดขึ้นของธุรกิจใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องส่งผลโดยตรงต่อความเข้มแข็งของเศรษฐกิจของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริม เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งผลักดันผู้ประกอบการ รายเดิมและสถานประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจได้และมีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ช่อมแซม เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ต้องการฟื้นฟูกิจการ หรือผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจ ทั้งในเรื่องกระบวนการผลิต การเข้าถึงแหล่งเงินทุน หรือขาดแคลนแรงงานมีฝีมือ

SME
มาลงเลย

moneycontrol
SME

นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรม



โครงการเตรียมความพร้อมภาคอุตสาหกรรม
ในการเข้าสู่ AEC



โครงการพัฒนาศักยภาพภาคอุตสาหกรรมระดับไทย
โดยมุ่งผลักดัน สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องมือ
อุปกรณ์และเครื่องประดับ



โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม
ไทย ด้วยการเป็นเจ้าแม่ใหม่ มุ่งเน้นการสร้างผู้
ประกอบการให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจและดำเนิน
ธุรกิจให้เติบโตและเข้มแข็ง



นอกจากนี้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้กำหนดแนวทาง
ผลักดันธุรกิจ SMEs ไทยให้มีศักยภาพและมีความเข้มแข็ง
และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้วยกลยุทธ์ “อินเทลลิเจนท์
เอสเอ็มอี” (ISMEs – Intelligent SMEs) โดยมี 4 องค์ประกอบ
ดังนี้

1. **ไอโปรดักส์ : iProduct** การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์
ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

2. **ไอโพรเซส : iProcess** สร้างความสามารถใน
การวางแผนและบริหารจัดการกระบวนการผลิตได้อย่าง
ชาญฉลาดเพื่อศักยภาพการผลิตที่สมบูรณ์

3. **ไอเน็ตเวิร์ค : iNetwork** ฉลาดในการสร้าง
เครือข่ายธุรกิจ ด้วยการรวมกลุ่มและสร้างความเชื่อมโยง
ในเครือข่ายอุตสาหกรรมเดียวกัน

4. **ไออองเทรอปเรเนอร์ส : iEntrepreneurs** เน้น
การพัฒนาผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพบริหารจัดการ
กิจการได้ทุกสถานการณ์ ทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและ
รายใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงมีแนวคิดที่เรียกว่า
“Shining to the World” คือ การผลักดันผู้ประกอบการใน
สถานะที่มีความพร้อมออกสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อช่วยให้
ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสามารถรองรับความต้องการ
ของผู้บริโภคได้ทั่วโลก โดยในปี 2559 ได้เน้นการส่งเสริม 4

อุตสาหกรรมดาวเด่นที่สอดคล้องกับนโยบายคลัสเตอร์
อุตสาหกรรมของรัฐบาล ได้แก่

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ผ่านการ
ดำเนินโครงการต่างๆ อาทิ โครงการพัฒนาขีดความสามารถ
อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์และอะไหล่ยานยนต์ (OEM/REM)
โครงการพัฒนา Cluster อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อ
ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอะไหล่ของโลก อุตสาหกรรมเครื่องมือ
และอุปกรณ์ทางการแพทย์ อาทิ กลุ่มวัสดุสิ้นเปลือง กลุ่มไฟฟ้า
และอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มน้ำยาเคมีและชุดตรวจวินิจฉัย และ
กลุ่มบริการและซอฟต์แวร์ทางการแพทย์ เป็นต้น

อุตสาหกรรมเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ อาทิ
กลุ่มวัสดุสิ้นเปลือง กลุ่มไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มน้ำยา
เคมีและชุดตรวจวินิจฉัย และกลุ่มบริการและซอฟต์แวร์
ทางการแพทย์

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่จะเน้นการนำวิทยาศาสตร์
เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม และ
พัฒนามาตรฐานในระดับสากล

อุตสาหกรรมแฟชั่น โดยมีแนวทางการพัฒนา
อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยให้เข้มข้นมากขึ้นเพื่อยกระดับทักษะ
องค์ความรู้ให้กับ SMEs ตลอดจนการส่งเสริมการจัดประกวด
หาดีไซเนอร์รุ่นใหม่ ผลักดันแฟชั่นไทยสู่สากล ทั้งในระดับ
อาเซียนหรือระดับโลกต่อไป.



Product Design

เรื่อง : นุชเนตร จักรกลม

5 ผลิตภัณฑ์โอท็อปอนาคตไกลจาก 5 จังหวัดในเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ สร้างสรรค์ผลงานจากต้นทุนทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นลงตัวทั้งด้านคุณภาพ งานดีไซน์ และผสมผสมผสานนวัตกรรมทันสมัย เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้าในตลาดปัจจุบันได้อย่างน่าจับตามอง

“ถ่านก้อนดูดกลิ่น” แบนด์รูปหอมอัมพัน ภูมิปัญญาดังเดิมเติมไอเดีย

ผลิตภัณฑ์ “ถ่านก้อนดูดกลิ่น” ผลงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์หอมอัมพัน ในตำบลแม่ตาว อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่โชว์ไอเดียการต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการออกแบบให้มีรูปลักษณะสวยงาม สีสันสดใส มีให้เลือกหลากหลายสไตล์ ซึ่งถือเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยเอาไว้ประดับตกแต่งและใช้ดูดกลิ่นไม่พึงประสงค์ เพิ่มคุณค่าให้กับการใช้งานแบบ 2 เพิ่มมูลค่าได้อย่างมหาศาล สามารถสร้างรายได้เข้าชุมชนจากทั้งในและต่างประเทศนับแสนบาทต่อเดือน

- ข้อมูลจาก www.amphan.in.th



“กะลาโมเดิร์น”จาก“บ้านรักทะเล” แต่งตัวกะลา สร้างมูลค่าสู่ชุมชน

อีกหนึ่งต้นแบบของการพลิกสิ่งไร้ค่าและกลายเป็นโอกาส และสร้างมูลค่าสู่ชุมชนได้อย่างยั่งยืนด้วยสาระพินข้าวของเครื่องใช้และของตกแต่งบ้านนาชนาชนิดที่ชาวบ้านในกลุ่มชุมชนวิสาหกิจบ้านรักทะเล ตั้งใจแปรรูปขึ้นมาจากกะลามะพร้าวสีดาขลับ มันทวน ที่มีมากบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์และความงามที่ธรรมชาติมอบให้นำมาดัดแปลงด้วยแนวคิดสร้างสรรค์จนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นน้อยใหญ่ เช่น โคมไฟกะลา ที่ถูกตาต้องใจกลุ่มลูกค้าและจำหน่ายเป็นสินค้าโอท็อปของเกาะช้างได้อย่างน่าชื่นชม

- ข้อมูลจาก กลุ่มชุมชนวิสาหกิจบ้านรักทะเล 096-807-2731

ประยุกต์ไลฟ์สไตล์ “ตะกร้าสานพลาสติก”

ยอดสินค้าโอท็อป 5 ดาว แห่งเมืองมุกดาหาร จากฝีมือของกลุ่มแม่บ้านสถานีตำรวจภูธรอำเภอนิคมน้ำอรัญ ที่สืบสานทักษะด้านงานหัตถกรรมจักสานมาประยุกต์ใช้เส้นพลาสติกสีสดใสหลากหลายชนิดจากธรรมชาติ เนื่องจากมีความยืดหยุ่นได้ดี ทักพับได้ น้ำหนักเบา ดูแลรักษาง่าย คงทนแข็งแรง และไม่เกิดเชื้อรา นำมาพัฒนาแตกแขนงให้เป็นของใช้ในชีวิตรประจำวันรูปทรงต่างๆ ที่ทันสมัยและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวันของกลุ่มลูกค้าจากนานาประเทศมากขึ้น

- ข้อมูลจาก <http://srratana.orgfree.com/>



“พระมองตาม” งานศิลปะศุดตาพาสาน สรริธาภิเษกลักษณ์

คุณพรพล เอกอรรถพล เจ้าของผลงาน “พระมองตาม” สินค้าโอท็อป 5 ดาว ของดีแห่งรัฐประเทศสระแก้ว โชว์ไอเดียการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะหัตถกรรมพระพุทธรูป ที่ทำขึ้นจากหินทรายซึ่งมีมากที่สุด ในภาคตะวันออกของไทย มาผสมผสานหลักการหักเหของแสงที่ส่งผลให้ภาพพระพุทธรูปเปลี่ยนไปตามมุมมองต่างๆ และมีลักษณะเหมือนมองตามสายตาเวลาจ้องมอง สร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นได้อย่างสวยงามสะกดตา เป็นของประดับตกแต่งที่มอบความเป็นสิริมงคลได้อย่างยอดเยี่ยม

- ข้อมูลจาก <http://mongtaam.lnwshop.com>



ชุดเครื่องแกงสำเร็จรูปตำรับปักษ์ใต้ “สมใจนึก” ของอร่อยเมืองสะเดาสายปักษ์ใต้

จากพรสวรรค์และประสบการณ์ด้านการครัวกว่า 25 ปี ทำให้คุณสารภี อิศโร เจ้าของร้านสมใจนึก ต่อยอดเมนูรสเด็ดที่ขึ้นชื่อคือข้าวอาทิ แกงส้ม ส้มตำ ให้เกิดเป็นชุดเครื่องแกงสำเร็จรูปตำรับปักษ์ใต้ ที่มีให้เลือกทั้ง น้ำต้มยำ น้ำแกงส้ม น้ำต้มส้ม ไตนด เครื่องแกงคั่วกลิ้ง เครื่องแกงกะทิ เครื่องแกงปลา เครื่องแกงผัดเผ็ด ที่คงรสชาติอร่อยเข้มข้น ปราศจากสารกันบูด และสามารถเก็บได้นาน 3 เดือน รวมทั้งยังมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ออย., ฮาลาล, HACCP และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ขึ้นแท่นของฝากประจำเมืองสะเดาที่ลูกค้าพูดถึงมากที่สุด แถมยังขยายตลาดสู่ประเทศมาเลเซียและตะวันออกกลางเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

- ข้อมูลจาก www.somjainuek.com



ในขณะที่สถานการณ์การค้าไทยในตลาดโลกกำลังชะลอตัว การค้าชายแดนกลับมีทิศทางสดใส โดยเฉพาะกับกัมพูชา ลาว และเมียนมา ที่มีความต้องการบริโภคสินค้าต่างๆ สูงขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว แม้ว่าประเทศเหล่านี้กำลังเป็นที่หมายตาของนักลงทุนต่างชาติ แต่ไทยนับว่ามีความได้เปรียบด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และคุณภาพของสินค้าไทยก็ได้รับการยอมรับในประเทศเพื่อนบ้านมายาวนาน จึงทำให้ในช่วงที่ผ่านมา SMEs ไทยสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกสินค้าผ่านชายแดนได้ในอัตราเติบโตที่สูงมากอย่างไรก็ตามผู้ประกอบการไม่ควรนิ่งนอนใจ เพราะรูปแบบการบริโภคสินค้าในประเทศเหล่านี้กำลังเปลี่ยนแปลงไป และผู้เล่นในตลาดเริ่มมีมากขึ้น ฮีไอซีจึงแนะว่า SMEs ควรเข้าไปทำตลาดด้วยตนเอง แต่ต้องมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนว่าจะนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มหนึ่งกลุ่มใด นอกจากนี้ การโฆษณาสินค้านับว่าเป็นตัวช่วยสำคัญ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคยกับสินค้าใหม่ ดังนั้น ถ้าใครทำตลาดได้ไวก็จะได้เปรียบคู่แข่ง

เจาะตลาดการค้าชายแดน โอกาสและความท้าทายของ SMEs

ตลาดชายแดนเป็นช่องทางการค้าที่มีศักยภาพของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน กับตลาดเกิดใหม่ที่มาแรงอย่างกัมพูชา ลาว และเมียนมา

จากการที่ไทยมีพรมแดนติดกับกัมพูชา ลาว เมียนมา และมาเลเซีย (CLMM) ทำให้การค้าชายแดนมีความสำคัญมาก คิดเป็น 70% ของมูลค่าการค้าทั้งหมดของไทยกับ CLMM ในปี 2014 โดยมาเลเซียซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่สุดในบรรดา 4 ประเทศ เป็นตลาดค้าชายแดนที่สำคัญที่สุดของไทย มีสัดส่วนราว 50% ของมูลค่าการค้าชายแดนทั้งหมด (รูปที่ 1) อย่างไรก็ตาม กัมพูชา ลาว และเมียนมา (CLM) นับว่าเป็นตลาดเกิดใหม่ที่น่าจับตามอง เห็นได้ชัดจากมูลค่าการค้าชายแดนที่เติบโตเฉลี่ยสูงสุดถึง 20% ต่อปี ซึ่งมากกว่าการเติบโตของการค้าไทยในตลาดโลกที่อยู่ในระดับ 8% ต่อปีเท่านั้น (รูปที่ 2)[1] และแม้ว่าการค้าระหว่างประเทศของไทยจะประสบกับภาวะขาดดุลมานับตั้งแต่ปี 2011 แต่ไทย

กลับเกินดุลการค้าในส่วนของการค้าชายแดนมาอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 3) ดังนั้นตลาดชายแดนจึงนับว่าเป็นตลาดการค้าระหว่างประเทศที่มีศักยภาพสูงที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถทำรายได้จากการส่งออกสินค้าผ่านชายแดนได้ในอัตราเติบโตที่สูงกว่าปกติถึง 4 เท่า แสดงให้เห็นถึงโอกาสของทางการค้าที่เอื้อให้แก่ผู้ประกอบการ

ตลาดชายแดนเป็นตลาดการค้าระหว่างประเทศที่ใกล้ไทยมากที่สุด ทำให้ระยะเวลาและต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่ำกว่าการค้ากับประเทศอื่นๆ ที่อยู่ไกลออกไป นอกจากนี้ไทยยังมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับ CLMM มาอย่างยาวนาน จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้ประกอบการ SMEs จะมีส่วนร่วมในการค้าชายแดนมากกว่าการค้าระหว่างประเทศโดยรวม ซึ่งฮีไอซีพบว่ามูลค่าส่งออกสินค้าชายแดนของ SMEs มีสัดส่วนสูงเกือบ 40% ของมูลค่าส่งออกชายแดนทั้งหมด ในขณะที่มูลค่าส่งออกโดยรวมของ SMEs ในตลาดการค้าระหว่างประเทศมีสัดส่วนเพียงราว 25% ของมูลค่าส่งออกเท่านั้น นอกจากนี้ SMEs ที่เข้าไปบุกตลาดชายแดนยังสามารถส่งออกสินค้าได้ในอัตราเติบโตเฉลี่ยที่สูงถึง 10% ต่อปี ซึ่งมากกว่ามูลค่าส่งออกรวมของ SMEs ในตลาดโลกที่เติบโตได้เพียง 2% ต่อปี ถึง 4 เท่า จึงอาจกล่าวได้ว่า ตลาดชายแดนเป็นจุดเริ่มต้นที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่เล็งการลงทุนในธุรกิจส่งออก เพราะเป็นตลาดการค้าระหว่างประเทศที่ไม่ไกลและมีโอกาสเติบโตได้สูงในอนาคต





สินค้าอุปโภคและบริโภคยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดชายแดน แต่ผู้ประกอบการควรปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะสินค้าเริ่มเปลี่ยนจากสินค้าขั้นพื้นฐานเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

เป็นที่ทราบกันดีว่า CLM กำลังมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดย GDP เฉลี่ยของทั้ง 3 ประเทศในปี 2014 เติบโตสูงถึง 7% YOY ซึ่งให้เห็นว่าประชากรมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นและมีความต้องการบริโภคสินค้าประเภทต่างๆ เพิ่มขึ้นตามลำดับ อย่างไรก็ตาม รูปแบบการบริโภคได้เปลี่ยนแปลงจากสินค้าขั้นพื้นฐาน เช่น สินค้าเกษตรไปเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองมากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ กัมพูชาที่เมื่อปี 2009 นำเข้าสินค้าประเภทน้ำตาลผ่านชายแดนไทยมากที่สุด แต่ในปี 2014 พบว่ามูลค่าสินค้าที่ไทยส่งออกผ่านชายแดนไปยังกัมพูชามากที่สุดกลับเป็นเครื่องดื่ม เช่น น้ำอัดลม และเบียร์ เช่นเดียวกับเมียนมาที่มีความต้องการนำเข้าเครื่องดื่มมากขึ้นจนกลายเป็นสินค้าส่งออกอันดับ 1 ของไทยแทนที่สินค้าดั้งเดิมอย่าง น้ำมันดีเซล นอกจากนี้สินค้าขั้นต้น เช่น พืชผัก ไข่ และไม้ ที่ไทยเคยนำเข้าทางชายแดนลาวและกัมพูชายังถูกแทนที่ด้วยสินค้าขั้นกลางที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงขึ้น เช่น เครื่องรับส่งสัญญาณในโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์ต่างๆ เนื่องจากค่าแรงและต้นทุนการผลิตในลาวและกัมพูชาค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้ผลิตหลายรายเข้าไปตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งออก ดังนั้น โครงสร้างสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการสรรหาสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตผู้บริโภคทั้งในฝั่งไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

สินค้าไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ที่ SMEs ส่งออกได้ในอัตราเติบโตที่สูงมาก สะท้อนถึงโอกาสทางธุรกิจที่เริ่มมีความหลากหลาย แต่ก็เต็มไปด้วยความท้าทายที่ต้องจับตามอง

แม้ว่าโครงสร้างสินค้าส่งออกและนำเข้าทางชายแดนของ SMEs จะไปในทิศทางเดียวกับการค้าชายแดนโดยรวม แต่สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนกว่าคือ อัตราเติบโตที่สูงมากของมูลค่าสินค้าส่งออกที่ตอบโจทย์

วิถีชีวิตสมัยใหม่ อาทิ เครื่องดื่ม ขนม และสิ่งของเครื่องใช้ที่ทำจากพลาสติก เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านโดยเฉพาะ CLM ยังไม่สามารถผลิตสินค้าเหล่านี้ได้เพียงพอต่อความต้องการของคนในประเทศที่เริ่มใช้ชีวิตแบบตะวันตก และจับจ่ายใช้สอยเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกจากนี้มาตรฐานของสินค้าไทยยังเป็นที่ยอมรับในประเทศเพื่อนบ้านว่ามีคุณภาพดี โดยเฉพาะสินค้าที่มีแบรนด์หรือสินค้าที่ได้รับการแนะนำบอกต่อกันมา อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใน CLM ยังมีกำลังซื้อไม่สูงนัก จึงยังคงเลือกซื้อสินค้าสมัยใหม่ที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันโดยเฉพาะหมวดอาหารและเครื่องดื่ม เช่น อาหารแปรรูป และเครื่องดื่มชูกำลัง ขณะที่กลุ่มผู้บริโภครายได้สูงซึ่งยังมีจำนวนไม่มากนักยินดีจ่ายเพื่อสินค้าฟุ่มเฟือยและสินค้าที่แสดงถึงความทันสมัย เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น และเครื่องใช้ไฟฟ้า ดังนั้นผู้ประกอบการ SMEs จึงควรศึกษาตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตสูงเหล่านี้อย่างรอบคอบ เพื่อที่จะได้จัดหาหรือผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

การซื้อขายสินค้าออนไลน์ (e-commerce) ยังเปิดโอกาสให้ SMEs เป็นตัวกลางการค้าระหว่างพ่อค้าชายแดนกับผู้บริโภคในไทย และเป็นช่องทางใหม่ให้ SMEs เข้าไปบุกตลาดประเทศเพื่อนบ้านได้ในอนาคต

ปฏิเสธไม่ได้ว่า e-commerce กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในไทย ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs หลายรายเล็งเห็นถึงช่องทางในการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ โดยนำสินค้าที่ถูกส่งเข้ามาจากชายแดนมาประกาศขายบนเว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย แล้วให้พ่อค้าในบริเวณชายแดนจัดส่งสินค้าไปยังผู้สั่งซื้อปลายทาง เช่น ในกรณีของจังหวัดสระแก้วซึ่งเป็นตลาดค้าชายแดนที่สำคัญของไทยและกัมพูชา พบว่ายอดส่งสินค้าทางไปรษณีย์จากตลาดโรงเกลือในช่วงครึ่งแรกของปี 2015 เพิ่มขึ้นราว 35% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทเสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องใช้ ที่ถูกนำเข้ามาจากชายแดนไทย-กัมพูชาอีกทอดหนึ่ง ดังนั้นโอกาสทางการค้าจึงไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แต่เฉพาะบริเวณชายแดนเท่านั้น หากผู้ประกอบการ SMEs เห็นว่าผู้บริโภคในไทยยังมีความต้องการสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน แม้จะดำเนินการนำเข้ามาด้วยตนเองไม่ได้ก็สามารถทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการค้าให้กับพ่อค้าชายแดนและผู้สั่งซื้อปลายทางได้เช่นกัน หรือในอนาคตหากผู้บริโภคในประเทศเพื่อนบ้านนิยมใช้ e-commerce กันมากขึ้นและมีระบบจัดส่งสินค้าที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น ก็อาจจะเปิดโอกาสให้ SMEs ไทยเป็นสื่อกลางทางการค้าในประเทศเหล่านั้นได้



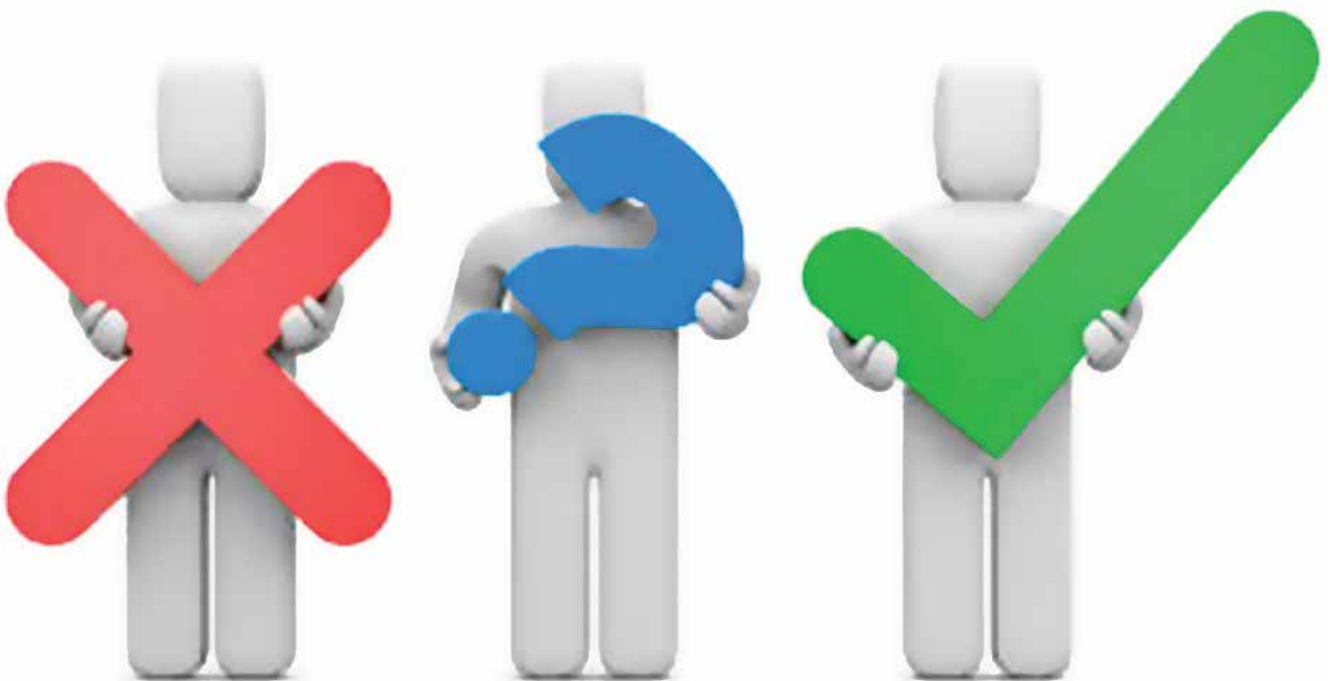
เด็กชายคนหนึ่งมีสีหน้าแสดงให้รู้กันที่ว่าอารมณ์ไม่ดีนัก พ่อเองเด็กจึงให้ตะปูลูกไป กูหนึ่งแล้วบอกกับลูกว่า ทุกครั้งที่ลูกรู้สึกโมโห หรือโกรธใครมา ให้ลูกไปตอกตะปู 1 ตัว ที่รั้วหลังบ้าน ผ่านไปแค่เพียงวันเดียว เด็กชายคนนั้นตอกตะปูเข้าไปที่รั้วหลังบ้านถึง 37 ตัว แสดงว่ามีเรื่องให้โมโหหรือโกรธเรื่องถึง 37 ครั้งในวันเดียว วันต่อมาจำนวนตะปูก็ค่อยๆ ลดลงไปเรื่อยๆ น้อยลงไปเรื่อยๆ เพราะเด็กเริ่มรู้สึกว่า ถ้าเขาควบคุมอารมณ์ได้ มันง่ายกว่า การเดินไปตอกตะปูที่รั้วหลังบ้านตั้งเยอะ

พ่อสอนลูก ตอกตะปูระบายอารมณ์

หลังจากที่เด็กชายสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้น ใจเย็นมากขึ้น เขาจึงเข้าไปหาพ่อและบอกกับพ่อว่า “พ่อครับ ผมควบคุมอารมณ์ตัวเองได้แล้ว ไม่ซีโมโห ไม่มั่วทะลเหมือนแต่ก่อนแล้วครับ” พ่อยิ้มแล้วเอ่ยปากบอกกับลูกชายว่า “จริงหรือลูก ถ้าเป็นเช่นนั้นจริง ลูกต้องพิสูจน์ให้พ่อดู ถ้าลูกควบคุมอารมณ์ของลูกไม่ให้โกรธ ไม่ให้โมโห ไม่ให้อุ่นเคี้ยวได้ ก็ให้ลูกไปถอนตะปูลอกจากรั้วหลังบ้าน 1 ตัว ทุกครั้งที่ควบคุมอารมณ์ได้” วันแล้ววันเล่า เด็กชายค่อยๆ ถอนตะปูลอกจากรั้วหลังบ้านทีละตัว จาก 1 เป็น 2 จาก 2 เป็น 3 จนในที่สุด ตะปูลับร้อยที่ถูกตอกลงบนรั้วหลังบ้านก็ถูกถอนออกจนหมดสิ้น

การถอนตะปูลอกจนหมดเกลี้ยงนั้น ดูเหมือนจะเป็นการประกาศชัยชนะบางอย่าง เด็กชายจึงร้องตะโกนบอกกับตัวเองว่า “ฉันทำได้แล้ว ฉันทำสำเร็จแล้ว” เด็กชายดีใจรีบวิ่งไปบอกพ่อว่า “ผมทำได้แล้ว ในที่สุดผมก็ทำสำเร็จครับพ่อ” พ่อไม่ได้พูดอะไรแต่จึงมือลูกชายออกไปที่รั้วหลังบ้านแล้วพูดกับลูกชายว่า

“ทำได้ดีมากลูกพ่อ แต่ลูกลองมองกลับไปรั้วนั้นสิ ลูกเห็นหรือเปล่า รั้วนั้นมันไม่เหมือนเดิม ไม่เหมือนตอนแรกที่มันเคยเป็น จำไว้นะลูกเมื่อใดก็ตามที่ลูกทำอะไรลงไปโดยใช้อารมณ์ สิ่งนั้นมันจะเกิดเป็นรอยแผลเหมือนกับการเอามือที่แหลมคมไปแทงใครสักคน ต่อให้ใช้คำพูดว่า “ขอโทษ” สักกี่หน ก็ไม่อาจลดความเจ็บปวด ไม่อาจลบรอยแผลที่เกิดขึ้นกับเขาคนนั้นได้ ฉะนั้นไม่ว่าจะเป็น





เพื่อนหรือคนที่อยู่รอบข้าง ให้ระวังสิ่งที่ทำลงไป ไม่ว่าจะป็นคำพูด การกระทำ หรือแม้กระทั่งความคิด สิ่งที่ถูกทำไป ลูกอาจจะขอโทษ ขออโหสิกรรม แม้เขาจะยกโทษให้เราหรือไม่ก็ตาม แต่สิ่งที่มันเกิดแล้วลบไม่ได้คือ รอยร้าวที่เกิดขึ้นในใจของเราและเกิดขึ้นในใจของเขา ได้กลายเป็นแผลเป็นที่อยากจะมีเลือดเหมือนรอยตะปูที่เกิดขึ้นบนรั้วหลังบ้านนี่เอง”

ลำดับ ขั้นตอน ของ “รอยแผลเป็นที่เกิดขึ้นในใจเขา และใจเรา ส่วนมากเกิดจากการกระทบกระทั่งกันเล็กๆ น้อยๆ จากการกระทบกระทั่งกลายเป็นความไม่พอใจ จากความไม่พอใจค่อยๆ ขยายตัวเป็นความโกรธ เมื่อความโกรธมีมากขึ้น จึงลุกลามเป็นโทสะ ซึ่งมักจะแสดงออกทางกายและวาจา จากโทสะกลายเป็นความพยาบาท ดังจะแสดงให้เห็นเป็นภาพชัดขึ้น ดังนี้

กระทบกระทั่ง ▶ ไม่ชอบ ▶ ขัดใจ ▶ โกรธ ▶ โทสะ ▶ พยาบาท/อาฆาต

- **ไม่ชอบ** คือ จุดเริ่มต้นของความพยาบาท
- **ขัดใจ** เกิดจากความไม่ชอบ จากไม่ชอบกลายเป็นความขุ่นเคืองใจ ความขัดใจ
- **โกรธ** คือ ความเดือดดาลของจิต ตามปกติจิตต้องทำงานด้านการคิด เมื่อมีความโกรธเกิดขึ้นจะทำให้จิตร้อนรนเกิดความวุ่นวายในตัว ถ้าโกรธจัดๆ จะมีอาการตัวสั่น มือสั่น ปากสั่น ถ้าระงับความโกรธไม่ได้ จิตก็จะมีอาการ คิดหาทางประทุษร้ายขึ้นมา
- **โทสะ** ได้แก่ ความคิดประทุษร้าย คือ คิดทำลาย คิดล้างผลาญ คิดให้เขาเสียหาย ให้ฉิบหายวอดวายไป เช่น ฆ่าเขา หรือฟ้องร้อง ยึดทรัพย์ เผาบ้านเรือน โทสะนี้เมื่อเกิดขึ้นย่อมเป็นโทษทั้งแก่ตนเองและแก่ผู้อื่น เวลาคนถูกโทสะเผาไหม้ใจ พวกเพื่อนฝูงแม้กระทั่ง พ่อแม่ ลูก ก็มองเห็นเป็นศัตรูไปหมด ที่สุดแม้แต่ตัวเองก็ไม่เป็นที่พอใจของตัวเองเช่นกัน เมื่อจิตถูกครอบงำด้วยโทสะ เปรียบเสมือนลูกกระเบิดพอระเบิดก็จะทำลายตัวเองก่อนเป็นอันดับแรก แล้วจึงไปทำลายวัตถุอื่นๆ ต่อไป

• **พยาบาท** คือ ความคิดร้าย ความรู้สึกไม่ชอบใจสิ่งทั้งหลายทั้งปวง ได้แก่ ความขุ่นใจ ความขัดเคืองใจ ความไม่พอใจ ความโกรธ ความผูกโกรธ ความเกลียด ความผูกใจเจ็บ การมองในแง่ร้าย การคิดร้าย มองเห็นคนอื่นเป็นศัตรู ความรู้สึกเหล่านี้ทำให้ใจกระสับกระส่าย เตือนร้อน กระวนกระวาย ลักษณะของพยาบาทกับการจองเวรต่างกันในเรื่องที่ว่า **พยาบาท** : เป็นการผูกใจเจ็บ ถ้าสามารถแก้แค้นได้แล้ว อาจจะหายได้ **การจองเวร** : แม้ได้แก้แค้นแล้วยังไม่หาย คือต้องล้างผลาญกันไปทุกภพทุกชาติ การผูกพยาบาทจึงเหมือนกับการผูกเชือกที่มี “เงื่อนเป็น” ส่วนการจองเวรเหมือนการผูกเชือกที่มี “เงื่อนตาย” คือแก้ยาก การจองเวรจึงมีความร้ายแรงกว่าความพยาบาท ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นการลำดับขั้นตอนของการสร้างรอยแผลเป็นที่เกิดขึ้นในใจ

เมื่อหันมามองรอบตัวบนโลกแห่งความเป็นจริง รอยตะปูที่พ่อชี้ให้ลูกดู มันไม่ใช่แค่รั้วหลังบ้านของพ่อ-ลูกคุณนั้น แต่รั้วหลังบ้านระหว่างนายจ้าง-ลูกจ้าง / ครู-นักเรียน / พี่-น้อง / ผู้บังคับบัญชา-ผู้ใต้บังคับบัญชา / เพื่อนร่วมงาน-เพื่อนร่วมโลก ฯลฯ ต่างตั้งร่องรอยตะปูที่เป็น “รอยแผลเป็นที่เกิดขึ้นในใจ” ด้วยกันทั้งนั้น.





คิดใหม่สู่อาเซียน Think New Asean

ผู้เขียน : Philip Koter

รหัส : E 330 ฅ58

ความน่าสนใจโดดเด่นของหนังสือเล่มนี้ คือ โมเดลธุรกิจ กลยุทธ์ กลวิธี ปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยการหยิบยกกรณีศึกษาของธุรกิจอาเซียนและธุรกิจต่างชาติที่มาทำธุรกิจในอาเซียนมาบอกเล่า วิเคราะห์ถึงปฏิบัติการภาคสนามของบริษัทเหล่านั้น ผสมกับการนำเสนอหลักวิชาทางการตลาด โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ นวัตกรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในหลายๆ ธุรกิจ เป็นตัวอย่างที่น่าสนใจและชวนศึกษาติดตามต่อไป



รุกชาติอาเซียน

ผู้เขียน : ปิติ ศรีแสงนาม

รหัส : E 330 ร57

อาเซียนบนบก” หรือที่เรียกกันว่า “CLMV” อันประกอบด้วย “กัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม” กำลังเป็นประเด็นการสนทนาถึงบทบาทของประเทศไทยในการชิงความได้เปรียบด้าน

การค้า การลงทุน ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ ตลอดจนบทบาทของ CLMV กำลังถูกจับตามองเป็นพิเศษในกลุ่มอาเซียน ในฐานะที่มีการสร้างระบบการเชื่อมโยงด้านสาธารณูปโภค ถนนและรถไฟ “รุกชาติอาเซียน” เล่มนี้ ถือเป็นเล่มแรกในเมืองไทยที่กล่าวถึงบทบาทและความสำคัญของกลุ่มประเทศ CLMV และไขความลับสำคัญที่จะให้คำตอบว่า ทำไมกลุ่มประเทศเหล่านี้ จึงถูกจับตามองเป็นพิเศษ ทั้งจากจีน อินเดีย และญี่ปุ่น ภายในเล่ม เน้นเนื้อหาถึงโอกาส ความท้าทายและแก้ไขประเด็นความเข้าใจผิดหลายๆ เรื่องสำหรับการทำการค้า การลงทุน การออกไปทำงานกับประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงและความเชื่อมโยงจาก “อาเซียนบนบก” ไปสู่ตลาดที่ใหญ่ขึ้นอย่างจีนและอินเดีย ซึ่งมีปัจจัยเอื้อสำหรับการค้าและการลงทุน อันเป็นโอกาสมหัศจรรย์และก้าวสู่ความสำเร็จของคนไทยในการทำการค้าในภูมิภาคนี้



17 ผู้ทรงอิทธิพลในอาเซียน

ผู้เขียน : จุลนา ศานติพงศ์

รหัส : E 330 ๑56

หนังสือเล่มนี้จะพาคุณไปทำความรู้จักกับ 17 บุคคลสำคัญจากทุกประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้มีชีวิตและมีบทบาทสำคัญอยู่ในช่วงอาณานิคมถึงปัจจุบัน ว่าด้วยเรื่องราวประวัติ

ภูมิหลังครอบครัว ตลอดจนผลงานสำคัญที่พวกเขาและเธอเหล่านั้นได้ทำให้แก่ประเทศ ซึ่งล้วนแต่สร้างผลสะท้อนแก่บ้านเมืองของตนจนเกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวง นำเสนอในรูปแบบที่อ่านเข้าใจง่าย มีภาพประกอบ โดยนอกจากที่คุณจะได้รู้จักประวัติชีวิตของบุคคลเหล่านั้นแล้วก็ได้ทราบความเป็นมาของอาเซียนไปพร้อมกันด้วย

ผ่าอนาคตพลังงานไทยในมิติ AEC

ผู้เขียน : กานต์ เหมสมิต

รหัส : E 330 ฅ56

หนังสือเล่มนี้จะบอกทุกเรื่องราวที่คุณอยากรู้อะไรทุกมิติของความมั่นคงด้านพลังงานไทยจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐและของเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการปรับตัวเพื่อรับมือ AEC ความท้าทายแห่งอนาคต



รับมือ AEC ด้วยแนวทางของสิงคโปร์

ผู้เขียน : ปัญญาสิริ จรุญโกศล

รหัส : E 330 ร57ส

การสร้างชาติและความสามารถของ “สิงคโปร์” นับว่าเป็นสิ่งมหัศจรรย์อันดับต้นๆ ของโลก เนื่องจากเกาะเล็กแห่งนี้ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติ ไม่มีแม้กระทั่งน้ำจืด แต่สามารถสร้างชาติให้

เป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจในอาเซียน หนังสือ “รับมือ AEC ด้วยแนวทางของสิงคโปร์” เล่มนี้ จะไขทุกความลับในการพัฒนาตนเองของชาวสิงคโปร์ จากประเทศยากจนสู่เสือเศรษฐกิจแห่งอาเซียน หากไทยสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาชาติหรือพัฒนาทุนมนุษย์ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ย่อมเป็นโอกาสทองของคนไทยอย่างแน่นอน

ผ่าทุนทรัพย์พม่าเปิดประตูการค้า-วันค

ผู้เขียน : บุญรัตน์ อภิชาติไตรธรรม

รหัส : E 330 พ411

พม่าจะขึ้นเป็นดาวรุ่งดวงใหม่ของเอเชีย อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจมีศักยภาพที่จะขยายตัวปีละ 7-8% ขณะที่รายได้ต่อหัวอาจเพิ่มขึ้น 3 เท่า ในช่วง 18 ปีข้างหน้า จากปัจจุบัน ที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ต่อหัวต่ำที่สุดในภูมิภาค แค่ 860 ดอลลาร์ต่อปี ต่ำกว่ากัมพูชากับเวียดนามเสียอีกการเปิดประตูการค้าด่านตะวันออกสุดพม่าเป็นเรื่องเร่งด่วนเพื่อสร้างโอกาสให้แก่จังหวัดชายแดนไทย-พม่าทั้ง 10 จังหวัด รวมทั้งช่วยเพิ่มศักยภาพในฐานะจังหวัดท่องเที่ยวที่น่าลงทุน ที่สำคัญยังเท่ากับเชื่อมโยงเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนไทย-พม่า ด้วยเส้นทางโลจิสติกส์รถไฟสายกาญจนบุรี-ทวาย ทะลุสู่มหานครย่างกุ้ง เมืองเศรษฐกิจอันดับ 1 ของพม่า ก่อนจะทะลวงเข้าสู่นครหนิง ทางภาคใต้ของจีน และอีกหลากหลายการลงทุนที่น่าสนใจในพม่า ซึ่งอยู่ที่ว่าใครจะยื่นมือไปไขว่คว้าเร็วกว่ากันเท่านั้นเอง



ถอดรหัสลับทุนทรัพย์ลาว

ตอน 4 เคล็ดลับลงทุนในลาว

ผู้เขียน : ก้องภพ วังสุนทร

รหัส : E 330 ล212

ถอดรหัสลับทุนทรัพย์ลาว ตอน 4 เคล็ดลับลงทุนในลาว” เล่มนี้ จะพาคุณไปรู้จักประเทศลาวมากกว่าคนลาวอีกไม่น้อยกว่า 90% พร้อมได้อาวุธส่อง อาวุธปัญญา อาวุธการค้า และ

อาวุธการลงทุนติดตัว คุณจะรู้ว่า ทำไมคนไทยส่วนใหญ่ถึงหมดเนื้อหมดตัวกับประเทศลาว วันไหนที่คุณไปลงทุนในลาว คุณจะสามารรถใช้ข้อมูลที่คัดสรรมาให้ในหนังสือเล่มนี้ปิดช่องโหว่ได้เลยสำหรับนักลงทุนที่อยากโตในยุค AEC ไม่ควรพลาด



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2559



วันที่สมัคร.....

ชื่อ / นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... เว็บไซต์บริษัท.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

ตำแหน่ง..... อีเมล.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....
- ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป
 ดีที่สุด ดีมาก ดี พอใช้ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด
 ดีที่สุด ดีมาก ดี พอใช้ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)
 การตลาด การให้บริการของรัฐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลอุตสาหกรรม อื่นๆ ระบุ.....
- คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)
 Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) Good Governance (ธรรมาภิบาล)
 SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) Report (รายงาน / ข้อมูล) Innovation (นวัตกรรมใหม่)
 Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) Book Corner (แนะนำหนังสือ) อื่นๆ ระบุ.....
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน
 ได้ประโยชน์มาก ได้ประโยชน์พอสมควร ได้ประโยชน์น้อย ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
 91-100 คะแนน 81-90 คะแนน 71-80 คะแนน 61-70 คะแนน ต่ำกว่า 60 คะแนน

หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน)
158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226
โทรสาร (053) 248 315
e-mail: ipc1@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)
292 ถนนเลี่ยงเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านกร่าง
อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
โทรศัพท์ (055) 282 957-9 โทรสาร (055) 283 021
e-mail: ipc2@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี
ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี)
200 ม.8 ถนนเลี่ยงเมือง ต.ท่าหลวง
อ.เมือง จ.พิจิตร 66000 โทรศัพท์ (056) 613 161-5
โทรสาร (056) 613 559 e-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา
นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม
เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.ดอนก่ายาน
อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000
โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031
โทรสาร (035) 441 030
e-mail: ipc8@dip.go.th

หน่วยงานส่วนกลาง

(กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ
นนทบุรี ปทุมธานี) ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี
กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4422-3 โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

(สงขลา ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)
165 ถนนกาญจนวนิช ต.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
e-mail: ipc11@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย เลย)
399 ม.11 ถนนมิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330
โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207-238 โทรสาร (042) 207 241
e-mail: ipc4@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด
มุกดาหาร สกลนคร)
86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302
e-mail: ipc5@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

(อุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ)
222 หมู่ที่ 24 ถนนคลังอาวุธ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี 34000
โทรศัพท์ (045) 313 772, (045) 313 945,
(045) 314 216, (045) 314 217
โทรสาร (045) 312 378, (045) 312 493
e-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)
333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา 30170
โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089
e-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

(ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี สระบุรี
ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
67 ม.1 ถนนสุขุมวิท ต.เสม็ด อ. เมือง จ.ชลบุรี 20000
โทรศัพท์ (038) 261-203, 273-702, 784 654-5
โทรสาร (038) 273 701
e-mail: ipc9@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)
131 ม.2 ถนนเทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
e-mail: cre-pic10@dip.go.th

● เปลี่ยนแปลงพื้นที่จังหวัดในความรับผิดชอบของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคและหน่วยงานส่วนกลาง
ตามคำประกาศกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ลงวันที่ 12 ตุลาคม 2554

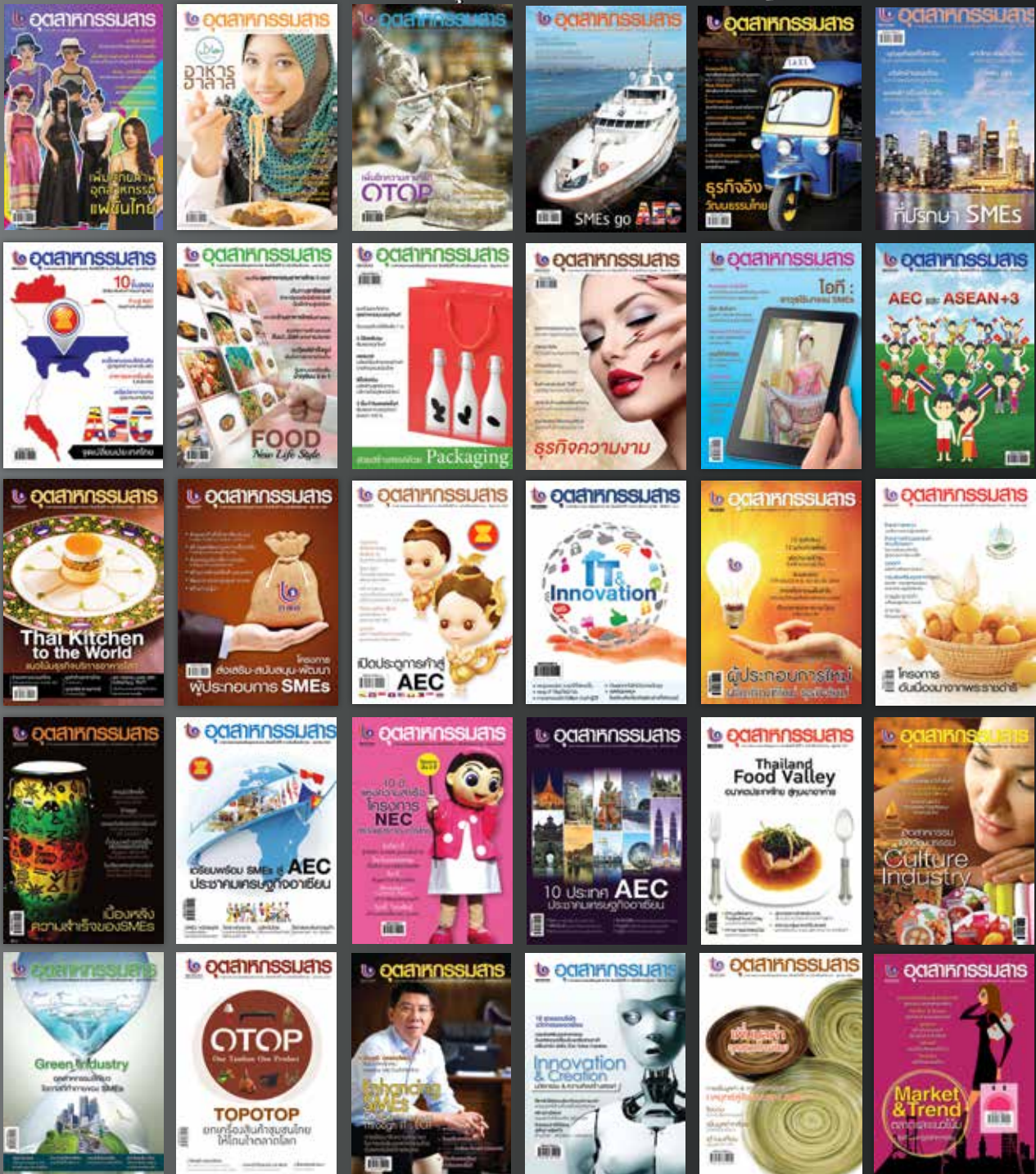


อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

เว็บวารสารปรับโฉมใหม่! อุตสาหกรรมสารออนไลน์ <http://e-journal.dip.go.th> ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากรับข้อมูลดาวน์โหลดได้เลย



สมัครเป็นสมาชิกได้ที่

วารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข **0 2354 3299** หรือ สมัครผ่าน email : **e-journal@hotmail.com**