



(ร่าง) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการย่อยที่ 2 “การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยใน
การค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน”

โดย

รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ และคณะ

31 ตุลาคม 2559

(งานวิจัยยังไม่เสร็จสมบูรณ์ โปรดอย่านำไปใช้อ้างอิง)

สัญญาเลขที่ RDG5850116

(ร่าง) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการย่อยที่ 2 “การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยใน
การค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน”

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์	สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. รศ. (พิเศษ) ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา	สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. อ.ดร.จิตติมา วงศ์อินตา	คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สารบัญ

	หน้า
1. ความเป็นมา.....	1
1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 ทฤษฎี สมมติฐานและ / หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย	2
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	3
1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย.....	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
2. การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมผู้ประกอบการ	5
2.1 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมผู้ประกอบการ	5
2.2 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศในการส่งเสริม ผู้ประกอบการ	14
3. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน.....	21
3.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน	21
3.2 แนวโน้มการค้าข้ามแดนไทย-เมียนมา.....	22
3.3 การพัฒนาพื้นที่ชายแดน	23
4. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจการให้บริการขนส่ง และโลจิสติกส์ข้ามแดน.....	25
4.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการขนส่ง และโลจิสติกส์ข้ามแดน	25
4.2 ข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง	26
4.3 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดน.....	30
4.4 ยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ของประเทศเมียนมา	33
4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการขนส่งข้ามแดน	37
5. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการลงทุนในเมียนมา.....	40
5.1 กลยุทธ์การส่งเสริมการลงทุนในเมียนมา	40
5.2 ข้อมูลพื้นฐานประเทศเมียนมา	43
5.3 ภาพรวมเศรษฐกิจ	45
5.4 การลงทุนในเมียนมา	48
5.5 อุตสาหกรรมหลัก	51
5.6 สภาพแวดล้อมการทำธุรกิจ.....	52
5.7 ยุทธศาสตร์ประเทศเมียนมา.....	59
5.8 ธุรกิจน่าลงทุนสำหรับผู้ประกอบการไทย	60

6.	ศักยภาพของผู้ประกอบการไทย	61
6.1	เมียนมาในฐานะที่เป็นตลาดเกิดใหม่	63
6.2	กรอบความคิดในการเข้าสู่ตลาดเมียนมา	63
6.3	คุณสมบัติของผู้ประกอบการในตลาดประเทศเมียนมา	67
6.4	การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและ การลงทุนเข้าไปในเมียนมา	69
7.	กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย.....	70
7.1	กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและ ขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา	72
7.2	กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและ ลงทุนในเมียนมา	74

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แผนงานการดำเนินงานโครงการ	4
2	สรุปนโยบายและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมศักยภาพในการการแข่งขันของผู้ประกอบการ ไทยของหน่วยงานภาครัฐ	6
3	สรุปมาตรการส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการจากโครงการศึกษาต่างๆ	10
4	สรุปเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในรายงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของประเทศ สหรัฐอเมริกา.....	14
5	กิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกตามแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของประเทศ สหรัฐอเมริกา.....	15
6	มาตรการเชิงนโยบายและโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการของประเทศต่างๆ	18
7	การเปรียบเทียบนโยบายการส่งเสริมการลงทุนขาออกไปต่างประเทศของ 3 ประเทศ	21
8	โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทย	25
9	เขตการปกครองประเทศเมียนมา	44
10	เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเมียนมา ปี พ.ศ. 2550-2555.....	45
11	การลงทุนภายในประเทศตามภาคอุตสาหกรรม (ล้านจ๊าด).....	49
12	เปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเมียนมาตามประเทศ ปีพ.ศ. 2532-2556	50
13	การลงทุนโดยตรงสะสมของไทยในเมียนมา	50
14	ภาพรวมอุตสาหกรรมหลักของประเทศเมียนมา.....	51
15	รายละเอียดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	54
16	รายละเอียดภาษีหัก ณ ที่จ่ายของเมียนมา.....	54
17	รายละเอียดภาษีการค้าของเมียนมา	55
18	เขตอุตสาหกรรมในเมียนมา.....	56
19	ตัวแบบการเชื่อมโยงการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนในเมียนมาแยกตาม อุตสาหกรรมเป้าหมาย.....	66
20	สรุปกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้า ชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา	73
21	สรุปกลยุทธ์และมาตรการสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จใน การเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา.....	75

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	เส้นทางจากกรุงเทพฯ – เมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา.....	29
2	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งของเมียนมา	32
3	หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบการขนส่งในเมียนมา	32
4	สัดส่วนประเภทรถบรรทุกในเมียนมา.....	38
5	แผนที่ประเทศเมียนมา.....	43
6	แผนที่นิคมอุตสาหกรรมในเมียนมา.....	57
7	เขตเศรษฐกิจพิเศษของเมียนมา	58
8	ตัวแบบการเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนประกอบ กิจการใน เมียนมา.....	65

บทสรุปผู้บริหาร

1. ความเป็นมา

1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

ประเทศไทยมีเขตชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ ประกอบด้วย เมียนมา ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย โดยในปัจจุบัน การค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจและการเปิดเสรีการค้า และการลงทุนในภูมิภาค และการขยายตัวของประชากรในภูมิภาคที่มีรายได้สูงขึ้น ปัจจุบันสถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของประเทศไทย ที่นำเสนอโดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในปัจจุบัน มีมูลค่าสูงกว่า 9 แสนล้านบาทต่อปี

อย่างไรก็ดี แนวโน้มที่จะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วของการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ก็ย่อมเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการจากชาติต่างๆ เข้ามาแสวงหาโอกาสและช่องทางในการประกอบธุรกิจด้วยเช่นกัน ทั้งผู้ประกอบการในกลุ่มสมาชิกอาเซียน และจากประเทศนอกกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจสูงจากประเทศที่พัฒนาแล้วและมีอำนาจทางเศรษฐกิจสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปในอาเซียน จึงมีแนวโน้มที่ธุรกิจการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านจะเกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสและช่องทางในการประกอบธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไทยในตลาดการค้าและการขนส่งชายแดน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการทบทวนและกำหนดแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการทั้งการค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยให้มีขีดความสามารถและศักยภาพในการประกอบธุรกิจการค้าและการขนส่งผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้อย่างยั่งยืน โดยจะต้องมีความสามารถรับมือกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และในขณะเดียวกันก็สามารถจะได้ประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้าภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ก. วิเคราะห์ โอกาสและช่องทางทางธุรกิจของการค้าและการขนส่งข้ามแดนที่จะเกิดขึ้นภายหลังประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ข. วิเคราะห์โอกาสและช่องทางในการขยายผลจากการค้าและการขนส่งข้ามแดน ไปสู่การลงทุนของผู้ประกอบการไทยเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน
- ค. ประเมินศักยภาพในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Competitiveness) ของผู้ประกอบการไทยในสถานการณ์การแข่งขันที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับการค้าและการขนส่งข้ามแดน และในการเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน
- ง. นำเสนอแผนงานในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยทั้งภาคการค้า และภาคการให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย ในการแข่งขันในธุรกิจการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน และในการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- ก. เนื่องจากข้อจำกัดของเวลาและงบประมาณในการศึกษา การศึกษานี้จะครอบคลุมเฉพาะการค้าและการขนส่งผ่านด่านแม่สอด จังหวัดตาก เข้าไปยังนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นด้านที่คาดว่าจะปริมาณการค้าและการขนส่งจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูง ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเมียนมาภายหลังการเปิดประเทศ
- ข. แผนงานในการเสริมศักยภาพในการประกอบการของผู้ประกอบการไทยจะมีรายละเอียดเนื้อหา มุ่งเน้นศักยภาพในการประกอบการค้าและการขนส่งผ่านด่านแม่สอดของกลุ่มสินค้าที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆของการค้าขายในระบบแบบ Formal Trade เป็นหลัก
- ค. ผู้ประกอบการไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาจะรวมถึงผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการขนส่ง

1.4 ทฤษฎี สมมติฐาน และ/หรือ กรอบแนวความคิดของการวิจัย

การค้าชายแดนและข้ามแดนมีรูปแบบการค้า ดังนี้¹

- ก. การค้าชายแดนแท้จริงในลักษณะที่เป็น Consumer Trade ซึ่งเป็นการซื้อ-ขายกันระหว่างประชาชนในบริเวณแนวชายแดนของทั้งสองประเทศส่วนมากจะเป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันของประชาชนที่อยู่อาศัยตามพื้นที่ชายแดน โดยเป็นการค้าชายแดนนอกระบบที่มีอยู่ในท้องถิ่น และไม่สามารถเก็บเป็นสถิติข้อมูลปริมาณการค้าได้
- ข. การค้าชายแดนที่ทำการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง โดยไม่ผ่านพิธีการศุลกากร ถือเป็นการค้าชายแดนนอกระบบ มักจะนำสินค้าผ่านช่องทางที่เรียกว่า “กองทัพนมด”
- ค. การค้าชายแดน (Cross-border Trade) เป็นการค้าในระบบ ซึ่งดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากร เช่นเดียวกับการค้าระหว่างประเทศทั่วไป

การค้าผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การค้าชายแดน ซึ่งเป็นการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีอาณาเขตติดต่อกันโดยตรงและการค้าผ่านแดน ซึ่งหมายถึง การค้าที่อาศัยการขนส่งสินค้าจากฝั่งหนึ่งผ่านดินแดนของอีกฝั่งหนึ่งไปยังประเทศที่สาม หรือในทางกลับกันจากประเทศที่สามผ่านดินแดนของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไปยังดินแดนของอีกฝ่ายหนึ่ง

จากการที่ประเทศไทยมีการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นปริมาณที่สูงมาก จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ไทยควรจะใช้ประโยชน์จากการค้าชายแดนและการขนส่งข้ามแดนที่มีอยู่แล้วนี้ เบิกทางให้ผู้ประกอบการไทยขยายธุรกิจและการลงทุนเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นประเทศที่คาดว่าจะมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงมาก

โดยการขยายธุรกิจของไทยเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้านสามารถดำเนินการได้ 2 ช่องหลัก คือ

- การขยายการค้าและการส่งออกสินค้าและบริการด้านโลจิสติกส์)
- การขยายการลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการผลิตการค้าและการบริการ

การศึกษานี้ นอกจากจะพิจารณาถึงศักยภาพในการประกอบธุรกิจการค้าและการขนส่งชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ยังจะครอบคลุมไปถึงการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายธุรกิจ

¹สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก รายงานวิจัย

(Business Connectivity) และช่องทางที่เกิดจากการค้าและการขนส่งชายแดนนี้ ไปต่อยอดให้เกิดศักยภาพในการขยายการลงทุนของผู้ประกอบการไทยเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

การยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการจำเป็นต้องอาศัยการดำเนินงานทั้งในส่วนของภาครัฐและในส่วนของภาคเอกชน ดังนั้น การจัดทำแผนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ จึงพิจารณาครอบคลุมถึงแผนการดำเนินงานที่ธุรกิจควรดำเนินการเอง และที่อยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐ

1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาดำเนินการภายใต้ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1) ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

เนื่องจากในปัจจุบัน หลายหน่วยงานในประเทศไทยได้ดำเนินมาตรการและกิจกรรมหลายประเภทเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการให้บริการขนส่งทางบกผ่านชายแดนประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านอยู่แล้ว เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา การทบทวนนโยบายและมาตรการจะพิจารณาทั้งนโยบายและมาตรการสำหรับการสนับสนุนการส่งออกสินค้าและบริการขนส่งของไทยไปยังต่างประเทศ และนโยบายและมาตรการที่จะส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ โดยการศึกษาจะได้รวบรวมการดำเนินมาตรการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องแล้วทำการประมวลรูปแบบและความเชื่อมโยงของมาตรการและกิจกรรม

2) ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการการค้าและการขนส่งระหว่างประเทศ

เป็นการทบทวนเอกสารและรายงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการต่างๆที่ได้ดำเนินการในต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการค้าการขนส่งระหว่างประเทศ และการลงทุนขาออกไปในต่างประเทศ โดยจะพิจารณาเปรียบเทียบกับแนวนโยบายและการดำเนินการในประเทศไทยตามที่ได้ทบทวนในขั้นตอนที่ 1 โดยการทบทวนแนวทางและมาตรการที่นำมาใช้ในการส่งเสริมผู้ประกอบการในการขยายธุรกิจไปในต่างประเทศทั้งในรูปของการส่งออกสินค้าและบริการ และการลงทุนในต่างประเทศ

3) วิเคราะห์โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจไทยเข้าไปในเศรษฐกิจเมียนมา

เป็นการวิเคราะห์โอกาสและช่องทางของโอกาสที่ธุรกิจไทยจะสามารถขยายตัวเข้าไปในเศรษฐกิจของประเทศเมียนมาในอนาคต ทั้งนี้เมียนมาเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงที่จะเป็นตลาดสำคัญของสินค้าส่งออกของไทยและแหล่งลงทุนของนักธุรกิจไทยที่ต้องการจะขยายกิจการ ดังนั้น การวิเคราะห์จึงแบ่งโอกาสออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) โอกาสในการขยายการส่งออกสินค้าและบริการขนส่งของไทยข้ามแดนผ่านอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เข้าไปในเมียนมา และ 2) โอกาสในการขยายการลงทุนของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจของเมียนมา ผลการศึกษาและวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสและช่องทางของตลาดการส่งออกสินค้าและบริการและการขนส่งข้ามแดนจากไทยไปเมียนมา ว่าจะมีแนวโน้มการขยายตัวไปในกลุ่มสินค้าใดเป็นหลัก และ

จะเติบโตมากขึ้นเพียงใดในอนาคต รวมถึงประเภทของธุรกิจและโอกาสทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยจะมีโอกาสเข้าไปลงทุนในเมียนมาด้วยการต่อยอดจากการค้าและการขนส่งข้ามแดนที่เกิดขึ้น

4) วิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบของผู้ประกอบการไทย

เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบ (Comparative competency) ของผู้ประกอบการไทย ทั้งในการส่งออกสินค้าและบริการข้ามแดนไปยังเมียนมา และการเข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมาภายใต้บริบทสถานการณ์ โอกาสของการค้าและการขนส่งข้ามแดน และการลงทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตามผลการศึกษาในขั้นตอนที่ 3 โดยจะทำการเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการท้องถิ่นของเมียนมา และผู้ประกอบการชาติอื่นที่อาจจะเป็นคู่แข่งโดยตรงของผู้ประกอบการไทย โดยงานในขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นเกี่ยวกับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในบริบทของการก้าวเข้าไปสู่การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ (Internationalization) ซึ่งครอบคลุมทั้งการส่งออกสินค้าและบริการและการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ ซึ่งผลการวิเคราะห์คาดว่าจะชี้ให้เห็นถึงศักยภาพที่เป็นอยู่ของผู้ประกอบการเทียบกับผู้ประกอบการชาติอื่นในการขยายการค้า การขนส่ง และการลงทุนไปในเมียนมา

5) จัดทำแผนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการการค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย

การศึกษาจึงจะจัดทำแผนและมาตรการที่ควรดำเนินการ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย โดยครอบคลุมทั้งการดำเนินการโดยภาครัฐ การดำเนินการโดยภาคธุรกิจ และการดำเนินการด้วยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

โครงการนี้ใช้ระยะเวลาในการทำวิจัย 12 เดือน ดังแผนงานการดำเนินงานโครงการแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แผนงานการดำเนินงานโครงการ

กิจกรรม	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทย												
ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศ												
วิเคราะห์โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจไทยเข้าไปในเศรษฐกิจเมียนมา												
วิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบของผู้ประกอบการไทย												
จัดทำแผนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน												

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ทราบถึงโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจการค้าและการขนส่งข้ามแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ทราบถึงโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในการเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการต่างชาติที่เป็นคู่แข่ง
- แผนการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งข้ามแดน และการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน

2. การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมผู้ประกอบการ

การทบทวนแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนแรก นำเสนอแนวนโยบายและมาตรการของไทย และส่วนที่สองครอบคลุมแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศ

2.1 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมผู้ประกอบการ

การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมผู้ประกอบการแบ่งการทบทวนเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยทั้งภาคการค้า ภาคการผลิต และภาคการขนส่ง ในการส่งออกสินค้าและบริการ และการลงทุนในต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อันประกอบด้วย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงคมนาคม

การทบทวนในส่วนที่ 2 คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนรายงานการศึกษาที่ได้นำเสนอแนวทางและมาตรการต่างๆที่จะช่วยส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการส่งออกสินค้าและขนส่งข้ามแดนไปยังเพื่อนบ้าน และการเข้าไปลงทุนประกอบการในประเทศเพื่อนบ้าน

2.1.1 การทบทวนแนวนโยบายและยุทธศาสตร์ของหน่วยงานไทยในการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดน และการลงทุนในต่างประเทศ

ที่ผ่านมาหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการทั้งการค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลกได้ โดยได้ดำเนินการรูปของการกำหนดนโยบาย มาตรการรวมถึงกิจกรรมสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อเป็นกลไกในการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย คณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมนโยบาย ยุทธศาสตร์ รวมทั้งโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดน และการลงทุนในต่างประเทศของหน่วยงานภาครัฐ สรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปนโยบายและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมศักยภาพในการการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยของหน่วยงานภาครัฐ

มิติการส่งเสริม	กลุ่มยุทธศาสตร์/โครงการศึกษา	โครงการ/กิจกรรมสนับสนุนยุทธศาสตร์	หน่วยงาน
การส่งออกสินค้าและบริการ	การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้า	— การพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าในการลดต้นทุนการผลิตและส่งออก — พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน — พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไทยและกลุ่มธุรกิจรองรับ AEC — ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจบริการภายใต้ข้อตกลง AFAS — สร้างความเข้มแข็งศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก — พัฒนาศักยภาพการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ — ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ — พัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจเตรียมความพร้อมสู่สากล	กระทรวงพาณิชย์
	การเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก	— โครงการเตรียมความพร้อมภาคอุตสาหกรรมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) — โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองรสนิยมการบริโภคในตลาดอาเซียน — โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพื้นฐานต่อเนื่องจากแร่ — โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน — โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) “หลักสูตรกลยุทธ์การค้าชายแดน” — โครงการพัฒนาผลผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ด้านการค้าและบริการ	กระทรวงอุตสาหกรรม

มิติการส่งเสริม	กลุ่มยุทธศาสตร์/โครงการศึกษา	โครงการ/กิจกรรมสนับสนุนยุทธศาสตร์	หน่วยงาน
	การพัฒนาส่งเสริม และกำกับดูแลระบบการขนส่งทางถนนให้มีประสิทธิภาพและสนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	— โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน — โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของประเทศ — โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเชิงรุกเพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม
การลงทุนในต่างประเทศ	การส่งเสริมการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน	— การส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน — การส่งเสริมการผลิตและการค้าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ/เมืองคู่แฝด — การส่งเสริมการลงทุนทำการเกษตรแบบมีสัญญากับประเทศเพื่อนบ้าน — การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน — พัฒนาศักยภาพการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ — พัฒนาศักยภาพธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์สู่สากล	กระทรวงพาณิชย์
	การส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและพัฒนาอุตสาหกรรม	— โครงการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารขนาดกลางในกลุ่มประเทศ CLMV — โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไทยในภูมิภาคอาเซียน — โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มทักษะในการเจรจาการค้าและการลงทุน	กระทรวงอุตสาหกรรม

มิติการส่งเสริม	กลุ่มยุทธศาสตร์/โครงการศึกษา	โครงการ/กิจกรรมสนับสนุนยุทธศาสตร์	หน่วยงาน
	การพัฒนาส่งเสริม และกำกับดูแลระบบการขนส่งทางถนนให้มีประสิทธิภาพและสนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	— โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน — โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของประเทศ — แผนงานการส่งเสริมความรู้กับการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศและการติดตามผลการดำเนินการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง — โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเชิงรุกเพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

2.1.2 การทบทวนโครงการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน และในการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ

นอกจากภารกิจของหน่วยงานต่างๆ ที่ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการแล้วยังมีงานศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ โดยผู้วิจัยได้ทบทวนโครงการที่เกี่ยวข้อง 4 ได้แก่ 1) โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ 2) โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก 3) การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย และ 4) รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย โดยมาตรการที่สำคัญในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปมาตรการส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการจากโครงการศึกษาต่างๆ

มาตรการส่งเสริม	โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ	โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก	การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย	รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
การบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแลผู้ประกอบการอย่างเข้มงวดและจริงจัง	✓			
การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	✓		✓	✓
ปรับปรุง/ขยายบทบาทขององค์กร กลไก ระบบและกฎหมายในการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ			✓	✓
การสร้างมาตรฐานการดำเนินงานและปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	✓	✓		
การจัดตั้งหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาด้านกฎหมายการค้าและการลงทุนในประเทศที่ผู้ประกอบการเข้าไปลงทุน			✓	✓

มาตรการส่งเสริม	โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ	โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก	การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย	รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
การสร้างความชัดเจนในการเจรจาความตกลงอำนวยความสะดวกทางการค้า	✓			✓
การสร้างแรงจูงใจในการให้ผู้ประกอบการออกไปลงทุนทั้งในแง่ภาษีและมีใช้ภาษี			✓	✓
การส่งเสริมด้านเงินทุน	✓		✓	✓
การส่งเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	✓			
การส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลและการดำเนินงานของผู้ประกอบการและการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ของรัฐ	✓			
การส่งเสริมการพัฒนาศูนย์โลจิสติกส์และการค้า (Logistics and Trade Center)	✓	✓		

มาตรการส่งเสริม	โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ	โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก	การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย	รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้บริการแบบครบวงจร	✓			
การส่งเสริมการประเมินสมรรถนะผู้ประกอบการ	✓			
การส่งเสริมการรวมตัวระหว่างผู้ประกอบการในประเทศ	✓			✓
การส่งเสริมการรวมตัวระหว่างผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ	✓		✓	✓
การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปประกอบกิจการในต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓
การส่งเสริมความร่วมมือกันทางธุรกิจกับคู่ค้า	✓	✓		✓
การส่งเสริมการพัฒนาความรู้ภายในองค์กร	✓	✓		
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างสินค้าหรือธุรกิจใหม่โดยต่อ		✓		

มาตรการส่งเสริม	โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ	โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก	การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย	รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
ยอดจากความชำนาญในธุรกิจเดิม				

2.2 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศในการส่งเสริมผู้ประกอบการ

2.2.1 การส่งเสริมการส่งออกของสหรัฐอเมริกา

ในปี ค.ศ. 2010 ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาได้ประกาศยุทธศาสตร์ความคิดริเริ่มในการส่งเสริมการส่งออกของประเทศ (National Export Initiative, NEI) โดยมีเป้าหมายท้าทายที่จะขยายการส่งออกเป็นสองเท่าภายในระยะเวลา 5 ปี และยังได้ประกาศอย่างชัดเจนว่า การกระตุ้นการส่งออกสินค้าของประเทศไม่ใช่เป็นเพียงกลยุทธ์ระยะสั้น แต่เป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อการรักษาความมั่งคั่งในระยะยาวของประเทศในระยะยาว การดำเนินการ NEI พร้อมกับการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการส่งออก (Export Promotion Cabinet, EPC) เป็นเพียงก้าวแรกของความพยายามของรัฐบาลกลางสหรัฐที่จะส่งเสริมการส่งออกสินค้าของประเทศ เพื่อให้สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำการส่งออกของโลก ทั้งนี้ คณะกรรมการ EPC ได้จัดลำดับความสำคัญของเป้าหมายเพื่อเป็นกรอบให้การดำเนินการของรัฐบาลกลางเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

ตารางที่ 4 สรุปเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในรายงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของประเทศสหรัฐอเมริกา

เป้าหมาย	วัตถุประสงค์
เป้าหมายที่ 1: เพิ่มฐานระดับชาติของผู้ส่งออก ธุรกิจขนาดเล็ก	วัตถุประสงค์ที่ 1: พัฒนาแผนการตลาดระดับชาติโดยมุ่งเป้าไปที่ผู้ส่งออก ระดับกลางและระดับเล็ก วัตถุประสงค์ที่ 2: ขยายการเข้าถึงการเงินการค้าของธุรกิจขนาดเล็ก วัตถุประสงค์ที่ 3: เสริมสร้างการส่งเสริมการค้าโดยสนับสนุนผู้ส่งออก ระดับกลางและขนาดเล็ก
เป้าหมายที่ 2: ทำให้ธุรกิจของสหรัฐอเมริกา เข้าถึงความช่วยเหลือด้านการ ส่งออกจากรัฐบาลกลางได้ง่าย ขึ้น	วัตถุประสงค์ที่ 4: ขยายการเข้าถึงความช่วยเหลือการส่งออกของรัฐบาล กลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้าประเภทบริการที่มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น วัตถุประสงค์ที่ 5: จัดตั้งโครงการอบรมระดับชาติสำหรับที่ปรึกษาการค้า ของรัฐบาลกลางและคู่ค้าสำหรับทรัพยากร วัตถุประสงค์ที่ 6: พัฒนาและบูรณาการเสมือนร้านค้าจุดเดียว “one-stop shop” สำหรับความช่วยเหลือการส่งออกของรัฐบาลกลาง วัตถุประสงค์ที่ 7: พัฒนามาตรการนำร่องในการติดตามความคืบหน้า
เป้าหมายที่ 3: ปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการ ของรัฐบาลกลางในการให้ความ ช่วยเหลือด้านการส่งออก	วัตถุประสงค์ที่ 8: ปรับปรุงการเชื่อมโยงของกลยุทธ์และการประสานการ ดำเนินงานระหว่างหน่วยงานราชการเพื่อให้การจัดสรรการใช้ทรัพยากร ของรัฐบาลกลางที่อยู่ในต่างประเทศเกิดประสิทธิภาพ วัตถุประสงค์ที่ 9: พัฒนาและทดลองแนวทางใหม่ในการให้บริการด้านการ พาณิชย์ การเกษตรและการค้า

โดยสามารถแบ่งกิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกเป็น 8 ลำดับ ดังนี้²

² Trade Promotion Coordinating Committee (2012). NATIONAL EXPORT STRATEGY (Powering the National Export Initiative: Year 3).

ตารางที่ 5 กิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกตามแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
ลำดับที่ 1: การสนับสนุนการส่งออกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก	1) ระบุธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีศักยภาพที่จะเริ่มส่งออกสินค้า หรือ ขยายการส่งออก - การปรับปรุงเว็บไซต์ “Export.gov” เว็บไซต์เพื่อช่วยผู้ส่งออกรายใหม่ - เพิ่มจำนวนกิจกรรมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระดับชาติ และโฆษณาและการใช้ช่องทางเข้าถึงโดยตรงเพื่อเพิ่มความตระหนักของ SME - ประสานและยกระดับความสามารถในการเข้าถึงของรัฐบาลกลางเพื่อค้นหาผู้ส่งออกที่มีศักยภาพ - เพิ่มความร่วมมือกับภาคเอกชน - วิเคราะห์ผลงานวิจัยที่มีอยู่เพื่อให้ทราบถึงประเภทและคุณสมบัติของ SMEs ที่เป็นผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จ - วิเคราะห์ฐานข้อมูลที่มีอยู่เพื่อให้เห็นถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพและควรได้รับการสนับสนุน 2) เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการ SMEs ประสบความสำเร็จ ในการส่งออก - เพิ่มทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ ในเว็บไซต์ Export.gov - ดำเนินโครงการ "การพัฒนาผู้ฝึกสอน" - ส่งเสริมโอกาสการส่งออก ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการแข่งขัน - พัฒนาศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ ITA ที่จะแนะนำทรัพยากรในท้องถิ่นให้กับผู้ส่งออกที่มีศักยภาพ 3) เชื่อมผู้ประกอบการ SMEs ให้เข้าถึงโอกาสในการส่งออก - นำร่องโครงการจัดหาคู่ค้า (Matchmaking) - พัฒนาแพคเกจความช่วยเหลือการส่งออกที่มีประสิทธิภาพที่รวม โครงการของหน่วยงานต่างๆ - ดำเนินโครงการเชื่อมโยง SMEs-กับ-SMEs ทั้งในระดับทวิภาคี และพหุภาคี เพื่อให้ SMEs ของสหรัฐเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศ 4) สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสการส่งออกที่เกิดขึ้นแล้ว - ผลิตสื่อที่สรุปอย่างชัดเจนถึงโครงการต่างๆของรัฐที่ให้ความช่วยเหลือทางการเงินให้กับการค้าและการลงทุน - จัดให้มีการให้คำปรึกษาด้านการเงินการค้า ในงานแสดงสินค้านานาชาติระหว่างประเทศที่สำคัญ - ฝึกอบรมผู้ที่ให้กู้ในโครงการให้ความช่วยเหลือทางการเงินของรัฐบาล - พัฒนาโปรแกรมให้ความช่วยเหลือทางการเงินที่บูรณาการโครงการของทุกหน่วยงานของรัฐบาล เพื่อตอบสนอง ความต้องการของทั้งผู้ส่งออก SMEs และผู้ให้กู้ - สืบหาความเป็นไปได้ของการสร้างชุดตัวชี้วัดที่สามารถนำปัดตามผลการดำเนินงานของทุกหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทางการเงิน

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
<u>ลำดับที่ 2:</u> การให้ความสนับสนุนการส่งออกโดยรัฐบาลกลาง	<u>ข้อเสนอแนะใน ระยะสั้น:</u> - เน้นการส่งออกในตลาดเกิดใหม่ - ชักชวนผู้ซื้อจากต่างประเทศที่มีศักยภาพให้เข้ามาร่วมงานแสดงสินค้าในสหรัฐ รวมถึงการเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจ - เพิ่มการสนับสนุนของรัฐบาลสหรัฐในการส่งออกอันเป็นผลจากศักยภาพในการใช้พลังงานหมุนเวียนและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพของสหรัฐ - ขยายโอกาสให้กับอุตสาหกรรมพลังงานปรมาณูเพื่อสันติของสหรัฐ - ใช้ประโยชน์จากความสามารถของผู้ประกอบการที่เป็นชนกลุ่มน้อย (Minority) ของประเทศ - เพิ่มงบประมาณให้กับโครงสร้างพื้นฐานในการส่งเสริมการค้า <u>ข้อเสนอแนะในระยะยาว:</u> - เพิ่มการประสานงานระหว่างโครงการส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐกับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร - ส่งเสริมการส่งออกเทคโนโลยีไปในตลาดที่มีการเจริญเติบโตสูง - เพิ่มการสนับสนุนการส่งออกของรัฐบาลกลางให้กับบริษัท ที่ส่งออกไปยังบราซิลอินเดีย และจีน - ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกสำหรับตลาดที่อยู่ในลำดับชั้นถัดไป
<u>ลำดับที่ 3:</u> การนำคณะนักธุรกิจไปเจรจาในต่างประเทศ	- ขยายการจัดคณะนักธุรกิจไปต่างประเทศอย่างมีเป้าหมาย - เพิ่มจำนวนของคณะเจรจาของนักธุรกิจ นำโดยเจ้าหน้าที่อาวุโส จากหน่วยงาน EPC และ TPCC - ติดตามผลการเจรจากับบริษัทที่เข้าร่วมในคณะ - เพิ่มการนำคณะนักจัดซื้อจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาพบกับซัพพลายเออร์ในสหรัฐ - ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลกลาง เพื่อสนับสนุนการจัดการเจรจาให้กับคณะนักธุรกิจ - จัดการเจรจาของคณะนักธุรกิจให้เชื่อมโยงกับงานแสดงสินค้าที่สำคัญ
<u>ลำดับที่ 4:</u> การเจรจาโน้มน้าวเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ	<u>ข้อเสนอแนะใน ระยะสั้น:</u> - เพิ่มการประสานงานระหว่างหน่วยงาน - นำเสนอประเด็นการเจรจาโน้มน้าวที่มีความสำคัญพิเศษให้ผู้บริหารประเทศได้รับทราบ - เพิ่มความตระหนักของบริษัทรัฐในประโยชน์ที่จะได้รับจากการเจรจาโน้มน้าว - ปรับปรุงข้อมูลข่าวกรองเกี่ยวกับโอกาสการส่งออกที่มีความสำคัญ <u>ข้อเสนอแนะ ในระยะยาว:</u> - จัดคณะเจรจาที่ประกอบด้วยผู้แทนจากหลายหน่วยงานเข้าไปในตลาดต่างประเทศและภาคการค้าที่สำคัญ - ทบทวนผลลัพธ์จากการเจรจาโน้มน้าวที่ผ่านมา

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
ลำดับที่ 5: การเพิ่มการสนับสนุนทางการเงินให้กับการส่งออก	- เพิ่มการช่วยเหลือผ่านช่องทางที่มีอยู่แล้วและช่องทางใหม่ - ตรวจสอบการจัดหาเงินทุนมากขึ้น ผ่านแพลตฟอร์ม การจัดหาเงินทุนที่มีอยู่และผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ - ปรับปรุงเกณฑ์ในการให้กู้ยืมเงิน - จำกัดกิจกรรมไปยังตลาดต่างประเทศ มีความสำคัญ - เพิ่มกิจกรรมไปยังตลาดที่มีการแข่งขันสูงในระดับโลก รวมถึงภาคส่วนที่ยังได้รับความสนใจน้อยในเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูง - เพิ่มจำนวนและขอบเขตของความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชน - ปรับปรุงกระบวนการออกใบอนุญาตในการส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SMEs
ลำดับที่ 6: ปรับสมดุลเศรษฐกิจมหภาค	- วัตถุประสงค์ระยะสั้น: รักษาและช่วยเสริมการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก - วัตถุประสงค์ระยะยาว: ปรับสมดุลอุปสงค์ของโลก
ลำดับที่ 7: ลดปัญหาและอุปสรรคทางการค้า	1) เจรจาต่อรองการเข้าถึงตลาดใหม่ - ดำเนินการให้การทำงานขององค์การการค้าโลก (WTO) เกิดผลลัพธ์ที่แท้จริงที่นำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างแท้จริง - จัดทำข้อตกลง Trans-Pacific Partnership (TPP) - แก้ไขประเด็นปัญหาที่ค้างอยู่และขอความเห็นชอบจากรัฐสภา ในการดำเนินการตามข้อตกลงกับเกาหลีใต้ ปานามาและ โคลอมเบีย - สร้างโอกาสทางการตลาด สำหรับสินค้า และบริการด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการลดภาษี การยกเว้นภาษี และนโยบายอื่นๆ - สร้างโอกาสในการแข่งขันที่เท่าเทียมกันให้กับธุรกิจของสหรัฐในประเทศเกิดใหม่ผ่านการเจรจาวิภาคี 2) ใช้ประโยชน์จากข้อตกลงหรือเวทีการเจรจาทางการค้าที่มีอยู่ - เสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการค้าร่วมกับประเทศพันธมิตรที่สำคัญเช่น แคนาดา, เม็กซิโก, ญี่ปุ่นและ สหภาพยุโรป - ใช้ประโยชน์จากแรงขับเคลื่อนอันเป็นผลจากการเจ้าภาพการประชุม APEC ในปี ค.ศ. 2011 - มีบทบาทมากขึ้นในตลาดเกิดใหม่ที่สำคัญ เช่น จีน อินเดีย และบราซิล - ขยายการมีส่วนร่วมในนโยบายการค้ากับตลาดเกิดใหม่ที่สำคัญเช่น โคลอมเบีย, อินโดนีเซีย, ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย, แอฟริกาใต้, ตุรกี และเวียดนาม - ใช้กลไกนโยบายการค้าแบบวิภาคีเพื่อเปิดตลาด - ลดอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม - เพิ่มความสามารถในการรับมือกับความท้าทายที่ส่งผลการส่งออกของ SMEs ในการพัฒนาและการดำเนินการตามนโยบายการค้าของสหรัฐ - แสวงหาโอกาสในการเข้าร่วมอย่างจริงจังในการพัฒนาขีดความสามารถทางการค้ากับตลาดเกิดใหม่

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
	3) ยกระดับการบังคับใช้ข้อตกลงอย่างมีประสิทธิภาพ - ยกระดับการตรวจสอบและการบังคับใช้ - ทวีความพยายามในการตรวจสอบและบังคับใช้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่มีอยู่ - ใช้กลไกของรัฐบาลในการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา - ลดปัญหาการทุจริต ผ่านข้อตกลงทางการค้าและการสร้างขีดความสามารถ 4) สร้างความเข้มแข็งให้กับระบบการค้าพหุภาคี - เสริมบทบาทผู้นำของสหรัฐในองค์การการค้าโลก - สนับสนุนรัสเซียและประเทศอื่นๆให้เข้าร่วมในองค์การการค้าโลก - เสริมความพยายามของสหรัฐในกระบวนการประจำองค์การการค้าโลก
ลำดับที่ 8: ส่งเสริมการส่งออกการค้าบริการ	- ปรับปรุงระบบข้อมูลเศรษฐกิจการค้าบริการ - มุ่งเน้นไปที่ภาคส่วนหรือตลาดที่มีการเติบโตอย่างสำคัญ เพื่อพัฒนาการประสานงานการส่งเสริมการส่งออกให้เกิดประโยชน์กับการค้าบริการ - จัดอุปสรรคต่อการส่งออกการค้าบริการของสหรัฐ

2.2.2 การทบทวนมาตรการขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development - OECD) ในการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ

มาตรการเชิงนโยบายและโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการของประเทศต่างๆ ในองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่มมาตรการดังนี้

ตารางที่ 6 มาตรการเชิงนโยบายและโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการของประเทศต่างๆ

มาตรการ (Measure)	โครงการ
1. การจัดเตรียมข้อมูลด้านการตลาด	— การบริการข้อมูลต่างๆ ผ่านเว็บไซต์ (Portal service) — ให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ
2. การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในต่างประเทศ	— การจัดงานแสดงสินค้าในตลาดเป้าหมาย — การช่วยเหลือลูกค้าในตลาดเป้าหมาย — การจัดศึกษาดูงานในตลาดเป้าหมาย — การวิจัยและพัฒนาและการสนับสนุนด้านนวัตกรรม สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญา
3. การสนับสนุนด้านการเงิน	— การสนับสนุนด้านเงินทุน — การสนับสนุนด้วยการประกันในรูปแบบของ Insurance/Export Credit — การให้สิทธิประโยชน์จูงใจในรูปแบบของภาษี (Tax Incentives) — การให้เงินชดเชย (Subsidy)

มาตรการ (Measure)	โครงการ
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human resource support)	— การฝึกอบรม — การจัดหาทีมงาน
5. การสนับสนุนด้านอื่นๆ	— เขตการค้าเสรี (Free Trade Area – FTA) — โครงการความช่วยเหลือเฉพาะกลุ่ม — อื่นๆ

โดยทั่วไปแล้วมาตรการเชิงนโยบายต่างๆ มีขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาองค์กรมุ่งสู่ความเป็นสากล (Internationalization) ครอบคลุมกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐ โดย 12 ประเทศจาก 17 ประเทศมีโครงการสำคัญที่มีความคล้ายคลึงกันก็คือ การลดภาระเงื่อนไขทางการเงิน โดยภาครัฐจะให้วงเงินเครดิตสำหรับบริษัทต่างๆ ที่ต้องการส่งสินค้าไปขายต่างประเทศ วิธีนี้พบมากกว่าวิธีการให้เงินอุดหนุนหรือการให้สิทธิประโยชน์จูงใจในรูปของภาษี

2.2.3 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย

2.2.3.1 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศสิงคโปร์

นโยบายที่สำคัญในการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศขาออกของประเทศสิงคโปร์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระยะ คือ การส่งเสริมการออกไปลงทุนตามแผน Regionalisation 2000 และการส่งเสริมการออกไปลงทุนผ่านหน่วยงาน International Enterprise Singapore (IE)

ก. การส่งเสริมการออกไปลงทุนตามแผน Regionalisation 2000

เป็นการส่งเสริมที่อาศัยรัฐบาลรับบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการลงทุน และในการเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการในประเทศที่เป็นเป้าหมายของการลงทุน ภายใต้มาตรการที่สำคัญ ดังนี้

- การเจรจากับประเทศที่เป็นผู้รับทุนในลักษณะรัฐบาลต่อรัฐบาล
- การเริ่มต้นเข้าไปลงทุนของกิจการที่มีความสัมพันธ์กับรัฐ (GLC)
- การให้ความช่วยเหลือกับภาคเอกชนที่ไปลงทุนของสิงคโปร์

ข. การส่งเสริมการออกไปลงทุนผ่าน International Enterprise Singapore (IE)

เป็นการดำเนินการภายใต้แผนที่เรียกว่า Global Company Partnership (GCP) ซึ่งการส่งเสริมจะเป็นการช่วยเหลือทั้งทางการเงินและไม่ใช้การเงินในทั้งหมด 4 ด้าน คือ

- การสร้างศักยภาพ (Capacity Building)
- การประเมินตลาด (Market Assessment) และการเข้าสู่ตลาด (Market Access)
- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Manpower Development)
- การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน แบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน คือ

นอกจากการให้การสนับสนุนผ่าน IE ดังนำเสนอข้างต้นแล้ว รัฐบาลสิงคโปร์ยังได้ออกกฎหมายซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน ค.ศ. 2003 ยกเว้นภาษีรายได้จากต่างประเทศ³

- เงินปันผลจากกิจการในต่างประเทศ
- กำไรของสาขาในต่างประเทศ
- รายได้จากการให้บริการในต่างประเทศ

2.2.3.2 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศมาเลเซีย

บริษัทมาเลเซียที่ออกไปลงทุนในต่างประเทศโดยมาก จะเป็นบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับรัฐบาล (GLC) โดยเป็นการออกไปลงทุนในธุรกิจที่ต้องใช้เงินทุนที่สูง เช่น การทำเหมืองแร่ การขุดเจาะน้ำมันและก๊าซ และบริการด้านโทรคมนาคม เป็นต้น ส่วนการลงทุนในต่างประเทศของบริษัทเอกชนจะเป็นการลงทุนในภาคการผลิต การค้าปลีกและค้าส่ง การเกษตร การก่อสร้าง โรงแรมและร้านอาหาร และบริการทางการเงิน ทั้งนี้การส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศของมาเลเซียพอสรุปออกได้เป็น 3 ช่วงเวลา

ก. ช่วงค.ศ. 1991-วิกฤตการณ์ทางการเงินในภูมิภาคเอเชีย

- การลดภาษี (Tax abatement) สำหรับรายได้ที่ได้รับจากการลงทุนในต่างประเทศและส่งกลับมายังมาเลเซีย
- การลดหย่อนภาษีให้กับค่าใช้จ่ายที่เสียไปก่อนการเริ่มดำเนินการ
- การยกเว้นภาษีเงินได้จากรายได้ของบริษัทที่ทำการลงทุนในต่างประเทศ

ข. ช่วง Outline Perspective Plan III (OPPIII) ระหว่าง ค.ศ. 2001-2010

เน้นการออกไปลงทุนในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำและมีทรัพยากรเป็นจำนวนมาก โดยมีมาตรการที่สำคัญ คือ

- การจัดตั้ง Malaysia-Singapore Third Country Business Development Fund การให้การสนับสนุนเงินทุนร่วมของรัฐบาลทั้งสองประเทศ ให้กับบริษัทสิงคโปร์และมาเลเซียที่จะทำการสำรวจโอกาสทางธุรกิจหรือเข้าไปลงทุนในประเทศที่สามร่วมกัน
- การให้ความช่วยเหลือทางการเงินผ่าน Exim Bank ของมาเลเซียให้กับบริษัทที่ออกไปลงทุนในต่างประเทศ
- การจัดตั้ง Overseas Investment Fund เพื่อกระตุ้นและช่วยเหลือผู้ประกอบการมาเลเซียออกไปลงทุนในต่างประเทศ

ค. ช่วงปัจจุบัน

ส่วนใหญ่จะดำเนินการตามแนวทางในช่วง OPPIII โดยมีมาตรการสนับสนุนเพิ่มเติมด้านเงินทุนให้กับผู้ประกอบการที่จะเข้าไปประกอบธุรกิจร้านอาหารมาเลเซียในต่างประเทศ

³ภายใต้เงื่อนไข 1) กฎหมายของประเทศที่เข้าไปลงทุนมีการจัดการภาษีรายได้นิติบุคคลขั้นต่ำร้อยละ 15 ขึ้นไป 2) ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้จากการลงทุน และ 3) ต้องเป็นบุคคลที่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในสิงคโปร์

ทั้งนี้ การศึกษาข้างต้นได้ทำการเปรียบเทียบนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งพอสามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการลงทุนขาออกของไทยยังอยู่ในวงจำกัดมากเมื่อเทียบกับการส่งเสริมของสิงคโปร์และมาเลเซีย ดังนำเสนอในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบนโยบายการส่งเสริมการลงทุนขาออกไปต่างประเทศของ 3 ประเทศ

มาตรการส่งเสริมการลงทุน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ไทย
การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	/	/	---
อนุสัญญาภาษีซ้อน	/	/	/
การนำค่าใช้จ่ายก่อนการลงทุนมาลดหย่อนภาษี	/	/	---
ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่ออกไปลงทุน	/	/	/
ข้อมูลทางธุรกิจ	/	---	---
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	/	---	---
การให้ความช่วยเหลือเงินทุนในรูปของเงินกู้	/	/	---
การให้ความช่วยเหลือเงินทุนในรูปของเงินให้เปล่า	/	---	---
การให้ความช่วยเหลือในรูปแบบของการประกัน	/	/	---
การสร้างนิคมอุตสาหกรรม โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการลงทุน	/	/	---

ที่มา: กรกรัณย์ ชีวะตระกูลพงษ์ และ อาภากร นพรัตยาภรณ์ (บรรณาธิการ). การออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย: การวิเคราะห์แนวโน้ม ปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้น. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.2558

3. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน

3.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน

งานศึกษาเรื่อง การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก โดย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค แนวโน้ม รูปแบบ โอกาสทางการค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตกของประเทศไทย งานศึกษาได้เสนอแนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาการค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก แบ่งออกเป็น 6 แนวทาง โดยแต่ละแนวทางมีกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าฯ ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การดำเนินการค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้⁴

แนวทางที่ 1 การกำหนดนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทยที่เชื่อมโยงกับเมียนมาเพื่อส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน

แนวทางที่ 2 การกระชับความสัมพันธ์ระดับพื้นที่เพื่อสานประโยชน์ด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าบริเวณพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา

⁴การศึกษาวิจัยเรื่อง “การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก” (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2557)

แนวทางที่ 3 การปรับปรุงกฎระเบียบทางการค้า

แนวทางที่ 4 การสร้างความพร้อมและความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการการค้าชายแดน/การค้าผ่านแดน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวและความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางที่ 5 การเสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าให้เอื้อประโยชน์ต่อการค้า

แนวทางที่ 6 สนับสนุนกลไกการพัฒนาในระดับพื้นที่

ทั้งนี้ งานศึกษาดังกล่าวได้มีข้อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการค้าระหว่างประเทศ รัฐบาลควรกำหนดนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศในระยะยาว (2-3 ปี) ภายใต้การนำเสนอแนวทางจากภาคเอกชนที่เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนเป็นหลัก
2. ด้านการบริหารการปกครองในระดับจังหวัด การคัดเลือกผู้ว่าราชการจังหวัด ควรเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจชายแดน
3. ด้านความเชื่อมโยงระบบข้อมูลข่าวสาร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของไทยและของเมียนมา ต้องร่วมมือกันในการปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสาร
4. ด้านการให้ความสำคัญของภาครัฐที่มีต่อภาคเอกชน ในการเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าชายแดน
5. ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาการลักลอบนำเข้าสินค้า ควรดำเนินการแก้ไขปัญหาลักลอบนำเข้าสินค้าให้ได้ผลอย่างจริงจัง
6. ด้านการดำเนินการกับชนกลุ่มน้อย

และได้มีข้อเสนอต่อภาคเอกชน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการผลิตต้นยุทธศาสตร์ของประเทศ หากภาครัฐหรือภาคเอกชนได้มีการทำยุทธศาสตร์ร่วมกัน ผู้ที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการเพิ่มมูลค่าการค้าได้ดี คือ ภาคเอกชน โดยเฉพาะพ่อค้าบริเวณแนวชายแดน ที่จะต้องมีการประเมินยุทธศาสตร์ต่างๆ เป็นระยะ
2. ด้านการพัฒนาทายาทธุรกิจของพ่อค้าชายแดนหรือนักธุรกิจที่เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศบริเวณชายแดนรุ่นใหม่
3. ด้านการให้ความร่วมมือกับฝ่ายความมั่นคง
4. ด้านการรวมตัวเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับกลุ่มธุรกิจโมเดิร์นเทรด หรือกลุ่มธุรกิจจากบริษัทระดับโลกหรือบริษัทข้ามชาติ

3.2 แนวโน้มการค้าข้ามแดนไทย-เมียนมา

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มการค้าที่จะเกิดขึ้นจากข้อมูลสถิติการส่งออกของไทย-เมียนมา ในช่วงที่ผ่านมาดังแสดงในภาพที่ 3-1 ซึ่งพบว่าปริมาณการค้าชายแดนไทย-เมียนมาบริเวณด่านชายแดนแม่สอดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยเฉพาะหลังจากที่เมียนมาเปิดประเทศในปี พ.ศ. 2554 ปริมาณการส่งออกสินค้าจากไทยไปเมียนมาใน ปี พ.ศ. 2555 โตขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 ถึงกว่าร้อยละ 80 โดยเมื่อพิจารณาถึงประเภทสินค้าที่ปริมาณการส่งออกสูงสุด พบว่าสินค้าที่มีปริมาณการส่งออกมากที่สุด 5 ลำดับแรกในช่วง

ปีงบประมาณ 2558 (ตุลาคม 2557 – กันยายน 2558) คือ โทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ รองลงมาคือ เปียร์ น้ำมัน เบนซิน ผ้าพิมพ์ผ้าย และน้ำมันดีเซลตามลำดับ

จากข้อมูลสถิติปริมาณการส่งออกไทย-เมียนมา ผ่านช่องทางด้านศุลกากรแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี ชี้ให้เห็นว่าช่องทางการค้าผ่านอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ถือว่าเป็นช่องทางที่มีศักยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษา เรื่อง การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก โดย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) ที่ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพ ปัจจัยสนับสนุนทางการค้า ทั้งจากทางไทยและเมียนมา และการวิเคราะห์แนวโน้มการค้าชายแดนและศักยภาพของพื้นที่ชายแดนจังหวัดตากไว้⁵ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพแก่การค้าชายแดนอย่างยิ่ง ด้วยการเติบโตทางเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ซึ่งก็คือเมืองที่ถูกกำหนดให้เป็น Sister City ได้แก่ อำเภอแม่สอดและเมียวดีที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีปัจจัยสนับสนุนอีกหลายประการทั้งจากตัวพ่อค้าชายแดนเองที่ถือว่ามีความรู้ความสามารถทางการค้าสูง และมีประสบการณ์ด้านการค้าชายแดนมาอย่างยาวนาน มีสายป่านและสายสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับผู้ซื้อและผู้ขายในเมียนมา รวมถึงแรงผลักดันจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด ย่อมเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการค้าที่ดีต่อไปในอนาคต

3.3 การพัฒนาพื้นที่ชายแดน

3.3.1 การพัฒนาพื้นที่ชายแดนฝั่งไทย

อำเภอแม่สอดเป็นอำเภอหนึ่งทางตอนกลางของจังหวัดตาก ที่มีการค้าระหว่างประเทศไทยกับเมียนมาได้ เนื่องจากเป็นอำเภอที่อยู่ติดชายแดน และเป็นที่ตั้งจุดผ่านแดนถาวรด่านพรมแดนแม่สอดเชื่อมเยนเมืองเมียวดี รัฐกะเหรี่ยง ประเทศเมียนมาตามที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เข้ามาบริหารประเทศ และกำหนดแนวทางในการดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการค้าชายแดนผ่านการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยมีคำสั่ง ที่ 72/2557 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ลงวันที่ 19 มิถุนายน 2557 ซึ่งกำหนดจัดการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันอังคารที่ 15 กรกฎาคม 2557 โดยที่ประชุมมีมติเห็นชอบให้พื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทยใน 5 พื้นที่ชายแดน รวมถึงพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตากเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากได้ดำเนินการ ดังนี้

- 1) จัดทำแผนแม่บทเพื่อศึกษาความเหมาะสมในการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากควบคู่กับการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (คสช.) ภายใต้โครงการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ
- 2) การนำระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ พ.ศ. 2556 มาใช้ร่วมกับอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่เดิมของรัฐมนตรีว่าการประจำกระทรวง อธิบดี และปลัดกระทรวงต่างๆ เพื่อให้

⁵การศึกษาวิจัยเรื่อง “การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก” (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2557)

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีประสิทธิภาพและมีความชัดเจนในแนวทางการดำเนินงานมากขึ้น

- 3) จัดทำประชาพิจารณ์และร่วมรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ 3 อำเภอ ที่กำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภอพบพระ อำเภอแม่ระมาด

3.3.2 การพัฒนาพื้นที่ชายแดนฝั่งเมียนมา

3.3.2.1 การพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเมียวดีปัจจุบัน

เมืองเมียวดีเป็นเมืองชายแดนที่มีความสำคัญต่อการกระจายสินค้าไปยังเมืองอื่นๆ ในเมียนมาเปรียบเสมือนเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญที่จะขนส่งสินค้าจากประเทศไทยและลำเลียงส่งต่อไปยังย่างกุ้งและมณฑลยะลาเพื่อที่จะกระจายสินค้าต่อไปยังภูมิภาคต่างๆ ซึ่งการค้าชายแดนระหว่างไทย - เมียนมาจะมีสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมาเป็นเส้นทางเชื่อมโยงการค้าระหว่างไทยกับสหภาพเมียนมา โดยเมืองเมียวดีมีการพัฒนาพื้นที่การค้าและอุตสาหกรรมดังนี้

- เขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone)

รัฐบาลเมียนมาให้สัมปทานการพัฒนาพื้นที่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเมียวดีขนาด 466 เอเคอร์หรือประมาณ 1,165 ไร่ ซึ่งรัฐบาลเมียนมาให้สัมปทานแก่เอกชน 5 บริษัทเป็นระยะเวลา 30 ปี เพื่อก่อสร้างคลังสินค้าอาคารพาณิชย์โรงแรมและที่พักอาศัยเพื่อรองรับการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยวภายในเขตการค้าดังกล่าวมีการให้บริการแบบ One Stop Service โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้บริการได้แก่ Department of Commerce and Consumer Affairs, Customs Department, Department of Internal Revenue, Myanmar Economic Bank, Department of Immigration และ Myanmar Police Force รวมทั้งมีการนำระบบ Border TradeOnline System (BTOS) มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเข้า - ส่งออกสินค้านระหว่างไทยกับเมียนมาซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

- เขตอุตสาหกรรมเมียวดี (Myawaddy Industrial Zone)

เขตอุตสาหกรรมเมียวดีตั้งอยู่บนถนนเมียวดี - กอกะเร็กห่างจากด่านชายแดนเมียวดี-แม่สอด 11 กิโลเมตรเป็นการลงทุนร่วมกันของรัฐมนตรีรัฐกะเหรี่ยงบริษัท Mother Construction จำกัดและบริษัทจากย่างกุ้งการพัฒนาแบ่งออกเป็น 2 ระยะดังนี้

- 1) ระยะแรกมีพื้นที่ขนาด 349 ไร่เริ่มก่อสร้างตั้งแต่เดือนเมษายนพ.ศ. 2556 ในระยะแรกผู้พัฒนาโครงการคาดว่าจะอุตสาหกรรมเช่น อุตสาหกรรมเย็บผ้าเครื่องตัดอัญมณีน่าจะเข้ามาลงทุน
- 2) ระยะที่ 2 ขนาดพื้นที่ประมาณ 149 ไร่จะพัฒนาในภายหลังโดยระยะที่ 2 จะเป็นการพัฒนาที่พักอาศัยโรงพยาบาลและโรงเรียนซึ่งเมื่อรวมพื้นที่ทั้งสองระยะเข้ากับพื้นที่ถนนและสำนักงานส่วนกลางโครงการมีเนื้อที่ประมาณ 786 ไร่สำหรับไฟฟ้าที่ใช้ในโครงการจะใช้ไฟฟ้าจากอำเภอแม่สอด

3.3.2.2 แนวความคิดการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในอนาคต

เพื่อช่วยแก้ปัญหาการว่างงานในเมียนมาจึงได้เกิดโครงการศึกษา“The Study on the Myawaddy – Hpa-an SEZ PPP Project in the Union of Myanmar” ศึกษาโดย the Japan Development

Institute Ltd. และ NIPPON STEEL & SUMIKIN BUSSAN CORPORATION โดยศึกษาข้อมูลปัจจุบันของ เขตอุตสาหกรรมเมียวดี (Myawaddy Industrial Zone) และ เขตอุตสาหกรรมพะอัน (Hpa-an Industrial Zone) ในรัฐกะเหรี่ยง เพื่อหาเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาลงทุนโดยการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมให้ได้ มาตรฐานสากล

โครงการเขตอุตสาหกรรมเมียวดี (Myawaddy Industrial Zone) และ เขตอุตสาหกรรมพะอัน (Hpa-an Industrial Zone) ในรัฐกะเหรี่ยง มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงานในประเทศเมียนมาโดยการพัฒนาเขต อุตสาหกรรมเมียวดี พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐานสากล โดยมีการจะเชิญการลงทุนโดยตรงใน ประเทศ (DDI) และยังการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) เขตอุตสาหกรรมพะอันได้ดำเนินงาน โดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานสากล

4. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจการให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดน

4.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดน

งานการศึกษาการแสวงหาประโยชน์และโอกาสจากความตกลงการค้าบริการของอาเซียนในภาค ธุรกิจการขนส่งโลจิสติกส์ (2558)⁶ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพธุรกิจ ศักยภาพในการ แข่งขัน รวมถึงการแสวงหาประโยชน์และโอกาส ผลกระทบที่ได้อาจเกิดจากการเปิดเสรีตามกรอบความ ตกลง AFAS เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและแนวทางในการปรับตัวของธุรกิจให้บริการขนส่ง โลจิสติกส์ไทย ทั้งนี้งานศึกษาได้วิเคราะห์โอกาสของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยจากการจัดทำเขตการค้า เสรีอาเซียนของแต่ละสาขาย่อยบริการโลจิสติกส์โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงลงไปในแต่ละประเทศสมาชิกดังนี้

ตารางที่ 8 โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทย

ที่	กลุ่มธุรกิจ	โอกาสและอุปสรรค
1	กลุ่มขนส่ง	
	(1) การขนส่งโดยรถพ่วงและกึ่งพ่วง	- มีกำลังการขนส่งที่เกินความจำเป็นและมีรถที่ทำงานไม่เต็มประสิทธิภาพ - มีการแข่งขันด้านราคาขนส่งอย่างรุนแรง - ไม่มีขีดความสามารถที่จะไปแข่งขันกับต่างชาติได้
	(2) การขนส่งโดยรถบรรทุก	- ขาดมาตรฐานทางธุรกิจ - ไม่มีการพัฒนาไปสู่ลูกค้าใหม่ๆ มากนัก - ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย - ขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและมีความรู้ความเข้าใจระบบโลจิสติกส์

⁶ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2558)

ที่	กลุ่มธุรกิจ	โอกาสและอุปสรรค
	(3) ภาคบริการขนส่งสินค้าทางเรือ	- สภาพแวดล้อมของธุรกิจขนส่งทางเรือไทยยังเป็นอุปสรรคค่อนข้างมาก - เครือข่ายในการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศสำหรับเจ้าของเรือไทยยังอยู่ในวงจำกัด
	(4) ภาคบริการขนส่งทางเรือรถไฟ	- กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งยังขาดความชัดเจนและมีความซ้ำซ้อน - การใช้เทคโนโลยียังล้าสมัย - ขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี - โครงสร้างพื้นฐานก็ยังไม่ค่อยพัฒนาเท่าที่ควร
	(5) ภาคบริการขนส่งสินค้าทางอากาศ	- ท่าอากาศยานดอนเมืองของไทยมีสินค้าผ่านท่าติดอันดับ 1 ใน 30 ของโลก - ยังคงมีศักยภาพที่จะพัฒนาขึ้นได้อีกในอนาคต
2	กลุ่มคลังสินค้าและกระจายสินค้า	- มีศักยภาพการแข่งขันในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ - ประเทศไทยยังไม่มีระบบการบริหารจัดการ - ศูนย์กระจายสินค้าน่าจะเป็นศูนย์ที่ให้บริการเฉพาะสำหรับผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ค้าปลีกต่างชาติรายใหญ่ที่มีธุรกิจในประเทศไทยเท่านั้น
3	กลุ่มส่งพัสดุและเอกสาร	- ส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 เป็น SME บริษัทที่เป็นของคนไทยมักจะเป็นผู้รับเหมาช่วง - ผู้ใช้บริการอาจต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 2 ต่อ โดยไม่จำเป็น
4	การบรรจุหีบห่อสินค้า	- การขาดพนักงานที่มีทักษะ - ต้องพึ่งพาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีต้นทุนสูงและมีคุณภาพที่ไม่เหมาะสม - ขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ
5	กลุ่มพิธีการศุลกากร	- ผู้ประกอบการไทยอาจประสบปัญหาการแข่งขันด้านราคาที่ไม่สามารถกำหนดราคาต่ำตามผู้ประกอบการต่างชาติได้ - ถ้าผู้ประกอบการมีเงินทุนไม่มากพอ ก็ไม่สามารถแข่งขันในระยะยาวได้
6	กลุ่มบริการระบบสารสนเทศสำหรับโลจิสติกส์	- ผู้ประกอบการไทยยังขาดศักยภาพในการแข่งขันเนื่องจากคู่แข่งชาวต่างชาติมีความรู้ความสามารถมากกว่า - ผู้ประกอบการไทยมีการจัดการเทคโนโลยีที่ด้อยกว่า - ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุของไทยที่มีขนาดใหญ่และมีศักยภาพที่พอจะแข่งขันได้ปัจจุบันยังมีอยู่น้อยราย

ที่	กลุ่มธุรกิจ	โอกาสและอุปสรรค
7	กลุ่มตัวแทนบริหารจัดการขนส่ง	- ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ของไทยเป็นผู้รับเหมาเช่าช่วงให้กับผู้ให้บริการต่างชาติอีกทอดหนึ่ง - มีเพียงผู้ให้บริการไทยไม่กี่รายที่เข้าข่ายเป็นผู้ให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ประเภทกิจการแบบเบ็ดเสร็จ - การไม่สามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมาย - ขาดปัจจัยส่งเสริมด้านการลงทุน - มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ค่อนข้างน้อย - ขาดความพร้อมด้านเทคนิคการบริหารจัดการ

ที่มา: การแสวงหาประโยชน์และโอกาสจากความตกลงการค้าบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Service: AFAS) ภาครัฐกิจการขนส่งโลจิสติกส์ (2558)

4.2 ข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ของเมียนมาในภาพรวมนั้น ยังถือว่ามีความล้าหลังกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน ระบบโครงข่ายการขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้าภายในประเทศยังไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน โครงข่ายถนนในประเทศส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐานพื้นผิวถนนยังไม่ได้ลาดยาง มีเพียงบางพื้นที่ที่ได้รับพัฒนา การขนส่งทางน้ำและทางรถไฟยังต้องได้รับการพัฒนา ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุม นอกจากนี้โครงข่ายการขนส่งที่ใช้ในการเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านยังไม่มีประสิทธิภาพและไม่ได้มาตรฐานถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านบางส่วนยังอยู่ระหว่างการก่อสร้างยังไม่พร้อมที่จะให้บริการได้เต็มที่

4.2.1 ภาพรวมโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งภายในประเทศเมียนมา

สำหรับหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคมของประเทศเมียนมา มีหลายหน่วยงานที่ร่วมกันรับผิดชอบ โดยสามารถสรุปแยกตามรูปแบบการขนส่งได้ดังต่อไปนี้

- กระทรวงการคมนาคม - รับผิดชอบการขนส่งทางทะเลและทางอากาศ
- กระทรวงการขนส่งทางราง - รับผิดชอบการขนส่งทางถนนและทางรถไฟ
- กระทรวงการก่อสร้าง - รับผิดชอบการก่อสร้าง และบำรุงรักษาถนน สะพาน และสนามบินในประเทศ
- กระทรวงกิจการชายแดน - รับผิดชอบการก่อสร้าง และบำรุงรักษาถนนและสะพานที่บริเวณชายแดน
- คณะกรรมการพัฒนาเมือง 3 เมือง อันได้แก่ เนย์ปีดอว์ ย่างกุ้ง และมันตะเล่ย์ - รับผิดชอบการคมนาคมขนส่งใน 3 เมืองเหล่านี้

โดยภาพรวมโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมของประเทศเมียนมา พิจารณาตามแต่ละรูปแบบการขนส่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- **การคมนาคมทางบก ถนนและทางหลวง (Roads and Highways)**

การคมนาคมทางถนนเป็นการคมนาคมหลักในประเทศเมียนมาอย่างไรก็ตาม ด้วยเนื้อที่ 676,577 ตร.กม. และประชากรกว่า 60 ล้านคน ถือได้ว่าเมียนมาเป็นประเทศที่มีความหนาแน่นของถนนต่ำเมื่อเทียบกับเนื้อที่และจำนวนประชากร ทั้งในแง่ของระยะทางทั้งหมดของถนนและถนนที่ได้มาตรฐาน ถนนในประเทศเมียนมามีระยะทางรวมประมาณ 130,000 กิโลเมตร ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนถนน 2 กม. ต่อประชากร 1,000 คน ปัจจุบันรัฐบาลเมียนมาได้ก่อสร้าง ปรับปรุงและพัฒนาถนนภายในตัวเมืองและชานเมืองให้ได้มาตรฐานเพื่อเชื่อมต่อการคมนาคมภายในประเทศ กระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น และรองรับกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นจากการเปิดประเทศ

- **การคมนาคมทางรถไฟ (Railways)**

การรถไฟเมียนมา (Myanmar Railways – MR) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลการขนส่งทางรถไฟทั่วประเทศ ปัจจุบัน ศูนย์กลางการเส้นทางรถไฟอยู่ที่เมืองย่างกุ้ง เส้นทางสายหลักคือ สายย่างกุ้ง-มันตะเลย์ มีระยะทางประมาณ 716 กิโลเมตร ซึ่งเป็นเส้นทางและขบวนรถไฟที่ได้มาตรฐานที่สุดของประเทศ ประเทศเมียนมาได้เปิดให้บริการการคมนาคมทางรถไฟครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2420 ทางรถไฟสายแรกคือ สายย่างกุ้ง-แปร (Pyay) การรถไฟฯ ได้ขยายโครงข่ายการขนส่งทางรถไฟมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ห่างไกล ในปัจจุบัน โครงข่ายของการรถไฟฯ ทั้งรางเดี่ยวและรางคู่ รวมทั้งหมดความยาว 5,878.14 กิโลเมตร จาการรถไฟทั่วประเทศที่ความยาว 7,693.44 กิโลเมตร

- **การคมนาคมทางน้ำ (Inland Waterways)**

เมียนมามีแม่น้ำหลายสายภายในประเทศ ซึ่งมีระยะทางที่ใช้ขนส่งทางน้ำได้ประมาณ 2,400 กิโลเมตร สินค้าที่มีการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ ได้แก่ ไม้สักซุง ข้าว ปูนซีเมนต์ ปุ๋ย วัสดุก่อสร้าง และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม โดยแม่น้ำที่สำคัญมี 4 สายดังนี้

1. แม่น้ำอิระวดี (Ayeyarwaddy) เป็นแม่น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจสูงสุดของประเทศ มีความยาว 2,170 กิโลเมตร
2. แม่น้ำสาละวิน (Thanlyin) มีความยาว 1,270 กิโลเมตร โดยไหลมาจากทิเบตผ่านมณฑลยูนนาน และประเทศไทย ออกสู่ทะเล อันดามันที่เมืองมะละแหม่ง
3. แม่น้ำสะโตง (Sittaung) มีความยาว 400 กิโลเมตร อยู่บริเวณภาคกลางฝั่งตะวันออกของประเทศ ไหลมาจากทางทิศใต้ของที่ราบสูงในรัฐฉาน ออกสู่ทะเลอันดามันที่อำเภอมะตะบัน (Martaban) แม่น้ำสะโตงเป็นเส้นทางสำคัญในการขนส่งไม้ซุงเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะไม้สัก
4. แม่น้ำชินวิน (Chindwin) มีความยาว 960 กิโลเมตร ไหลจากทิศเหนือลงใต้มาบรรจบกับแม่น้ำอิระวดีที่มันตะเลย์

สำหรับการขนส่งทางทะเล การท่าเรือเมียนมา (Myanmar Port Authority – MPA) การขนส่งทางลำน้ำแห่งเมียนมา (Myanmar Inland Water Transport – MIWT) และองค์การอู่ต่อเรือเมียนมา (Myanmar Shipyards) มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบและอำนวยความสะดวกในการขนส่งทางทะเล และการขนส่งทางแม่น้ำของเมียนมา โดยท่าเรือย่างกุ้ง (Yangon Port) คือท่าเรือที่สำคัญที่สุดของเมียนมา การขนส่งผ่านท่าเรือย่างกุ้งนับเป็นร้อยละ 90 ของการขนส่งทางทะเลของเมียนมาทั้งหมด นอกจากนี้เมียนมามีท่าเรือชายฝั่งอีก 8 แห่งตามชายฝั่งของเมียนมา

นอกจากนี้ เมียนมายังมีท่าเทียบเรือขนถ่ายสินค้าระหว่างประเทศอีก 6 ท่าที่ท่าเรือติละวา (Tilawaport) ซึ่งบริหารจัดการโดย Myanmar International Terminal Thilawa (MITT) และ Myanmar Integrated Port Limited (MIPL)

- การขนส่งทางอากาศ

กรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation - DCA) เป็นผู้ควบคุมกิจการขนส่งทางอากาศตามกฎหมายในเมียนมาเมียนมามีสนามบินทั้งหมด 33 สนามบินทั่วประเทศ ในจำนวนนี้มีสนามบินนานาชาติ 3 แห่ง คือ

- สนามบินนานาชาติย่างกุ้ง รองรับผู้โดยสารได้ 2.7 ล้านคน
- สนามบินนานาชาติมันตะเล่ย์ รับรองผู้โดยสารได้ 3 ล้านคน
- สนามบินนานาชาติเนย์ปีดอว์ รองรับผู้โดยสารได้ 3.5 ล้านคน

สนามบินที่เหลืออีก 30 แห่งเป็นสนามบินภายในประเทศ เมียนมามีสายการบินภายในประเทศทั้งหมด 7 สายการบิน ให้บริการการขนส่งทางอากาศสำหรับ 27 สนามบินในประเทศ สำหรับ Myanmar Airways International (MAI), Golden Myanmar Airlines และ Air Bagan ให้บริการระหว่างประเทศ และระหว่างเมียนมากับบางภูมิภาค นอกจากนี้ ยังมีสายการบินต่างชาติที่ให้บริการการขนส่งทางอากาศ

4.2.2 เส้นทางการค้าผ่านอำเภอแม่สอด

เส้นทางหลักที่ใช้ในการขนส่งสินค้าทางบก จากประเทศไทยไปยังย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา ผู้ประกอบการขนส่งส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้เส้นทางออกจากชายแดนประเทศไทยที่ อ.แม่สอด จ.ตาก ผ่านไปยังเมืองเมียวดี ในรัฐกะเหรี่ยง เพื่อขนส่งต่อไปยังย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาซึ่งจะเป็นจุดกระจายสินค้า (Distribution center) ออกไปยังภูมิภาคต่างๆ ต่อไป โดยระยะทางจากกรุงเทพมหานคร ถึงเมียวดี ประมาณ 490 กม. และระยะทางจากเมืองเมียวดีถึงเมืองย่างกุ้งประมาณ 455 กม. ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 เส้นทางจากกรุงเทพฯ – เมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา

4.3 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดน

4.3.1 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดนของประเทศไทย

การดำเนินการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมาสามารถดำเนินการภายใต้กรอบความตกลงระหว่างประเทศ คือ⁷

1. **กรอบความตกลงอาเซียน (Asean Framework Agreement)** เป็นกรอบความตกลงที่กำหนดหลักการให้แต่ละประเทศยอมรับให้มีการขนส่งข้ามแดน ผ่านแดนระหว่างกัน ยอมรับใบอนุญาตขับขี่และหนังสือรับรองการตรวจสภาพรถเชิงพาณิชย์ของแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน และการยอมรับการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบภายในประเทศสมาชิก

กรอบความตกลงอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมา

1. กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดน
2. กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าข้ามแดน
3. กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ
4. ความตกลงว่าด้วยการยอมรับใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ในประเทศที่ออกโดยประเทศสมาชิกอาเซียน
5. ความตกลงว่าด้วยการยอมรับหนังสือรับรองการตรวจสภาพรถยนต์ที่ใช้ในการพาณิชย์สำหรับรถบรรทุกสินค้าและการบริการสาธารณะที่ออกโดยประเทศสมาชิกอาเซียน

2. **ความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS Cross-Border Transport Agreement: GMS CBTA)** กรณีขนส่งสินค้าข้ามแดนและ/หรือผ่านแดนระหว่าง 6 ประเทศสมาชิก ได้แก่ ไทย สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาและจีน (มณฑลยูนนานและมณฑลกว่างซี) โดยหลักการของความตกลงนี้จะครอบคลุมถึงเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การดำเนินการพิธีการศุลกากรแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (Single-Stop Inspection : SSI) หรือโดยการตรวจปล่อยสินค้าในบริเวณเดียวกัน (Single-Window Inspection : SWI)
2. การอำนวยความสะดวกในการข้ามพรมแดนของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง
3. การยกเว้นการตรวจด้านศุลกากรสำหรับสินค้าผ่านแดน การวางหลักประกันทัณฑ์บน และการอารักขาศุลกากร
4. ความตกลงฯ ไม่ใช่บังคับการขนส่งสินค้าอันตราย ส่วนการขนส่งสินค้าเน่าเสียง่าย จะต้องได้รับการปฏิบัติตามข้อกำหนดเพื่อมิให้เกิดความล่าช้า
5. การยอมรับข้อกำหนดสำหรับการยอมรับรถในประเทศภาคีสัญญาอื่น การจดทะเบียน การแสดงเอกสารและเครื่องหมายตามที่กำหนดข้อกำหนดทางเทคนิคของรถตามมาตรฐานของประเทศผู้ส่งและผู้รับ การยอมรับหนังสือรับรองการตรวจสภาพรถและใบอนุญาตขับขี่ของประเทศสมาชิกรวมทั้งการปฏิบัติตาม

⁷ คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา) (2556)

ข้อบังคับเกี่ยวกับการประกันภัยความเสียหายที่เกิดจากรถต่อบุคคลที่สามารถนำรถเข้าประเทศเป็นการชั่วคราวโดยปราศจากภาษีนำเข้าและการวางประกันพันธบัตรศุลกากร

6. การแลกเปลี่ยนสิทธิจราจรเพื่อการพาณิชย์

7. การวางโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งรวมถึงมาตรฐานเกี่ยวกับการสร้างถนน สะพาน เครื่องหมายและสัญญาณจราจร

ทั้งนี้ ความตกลงฯ ดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้เฉพาะกับเส้นทางและด่านนำเข้าหรือส่งออกที่ประเทศภาคีจะตกลงกัน

4.3.2 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดนของประเทศเมียนมา

ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาการขนส่ง และการปฏิบัติการทางถนนอยู่ภายใต้กฎระเบียบ และกฎหมาย ซึ่งมีการบังคับใช้ในปี พ.ศ.2458 ดังต่อไปนี้⁸

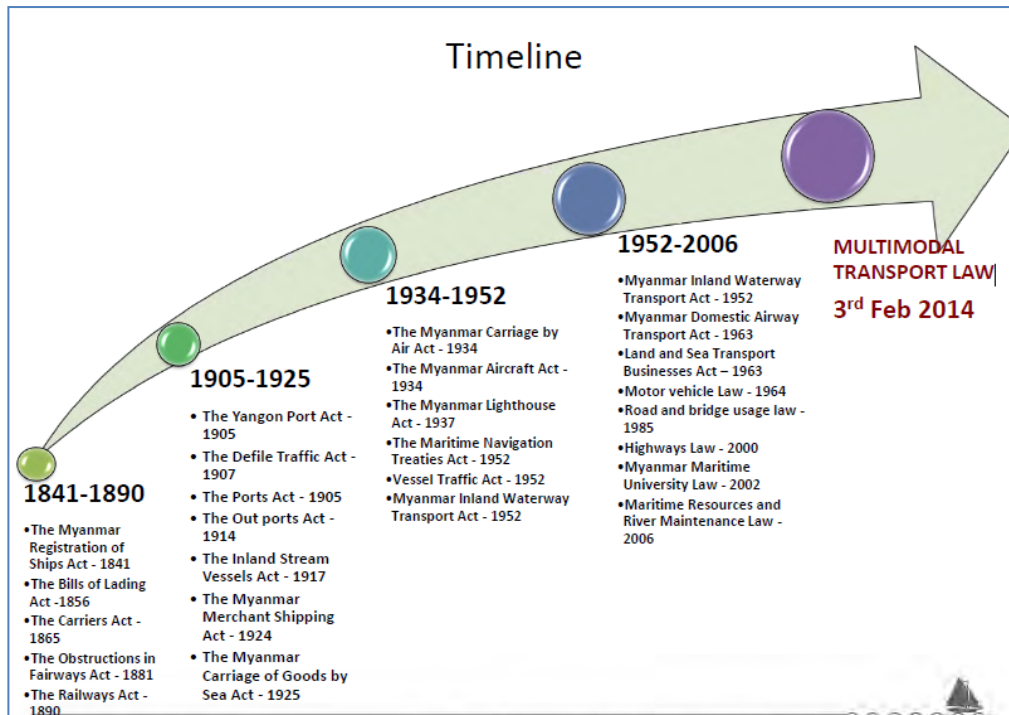
- 1) กฎระเบียบเกี่ยวกับการขนส่งโดยยานพาหนะปีพ.ศ. 2458
- 2) กฎระเบียบว่าด้วยการว่าจ้างขนส่งด้วยยานพาหนะปี พ.ศ. 2508
- 3) กฎระเบียบว่าด้วยการเคลื่อนย้ายยานพาหนะระหว่างประเทศปี พ.ศ. 2476
- 4) กฎหมายว่าด้วยยานพาหนะ ปี พ.ศ. 2507
- 5) กฎระเบียบเกี่ยวกับยานพาหนะ ปี พ.ศ. 2532

หน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางถนนและรับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งทางถนนในประเทศเมียนมาคือ กรมการจัดการการขนส่งทางถนน (Road Transport Administration Department หรือ RTAD) ภายใต้กระทรวงการขนส่งทางราง

เมียนมาได้จัดตั้งคณะกรรมการประสานงานการขนส่งผ่านแดนแห่งชาติ(National Transit Transport Coordinating Committee หรือ NTTCC) เพื่อประสานงานการนำกรอบข้อตกลงในการขนส่งผ่านแดนของอาเซียน โดยกระทรวงการขนส่งทางรางรับผิดชอบในการเป็นตัวหลักสำหรับNTTCC ซึ่งมีความรับผิดชอบหลักในการพัฒนา และจัดทำแผนในภาพรวมในระดับชาติ ในขณะที่คณะกรรมการการขนส่งผ่านแดนในระดับภูมิภาค (Transit Transport Coordinating Board หรือ TTCB) มีหน้าที่กำกับดูแลการประสานงาน และการนำกรอบความตกลงต่างๆ มาปฏิบัติใช้

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายของเมียนมาที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งข้ามแดนที่สำคัญ คือ กฎหมายว่าด้วยการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Myanmar Multimodal Transport Law) ซึ่งปัจจุบันกฎหมายฉบับนี้ได้ผ่านความเห็นชอบจากรัฐสภาเมียนมาแล้ว โดยเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2014

⁸ คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา)(2556)



ภาพที่ 2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งของเมียนมา
ที่มา: Myanmar International Freight Forwarder's Association (2014)

ทั้งนี้หน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลผู้ประกอบการขนส่งในแต่ละรูปแบบการขนส่งของเมียนมา ขึ้นอยู่กับหลายหน่วยงาน ดังแสดงในภาพที่ 3

Operator		Responsible government agency
Freight forwarder	International & Domestic	Ministry of Transport
NVOCC	International & Domestic	Ministry of Transport
MTO	ASEAN	Ministry of Transport
Shipping	International & Domestic	Ministry of Transport
Air Transport	International & Domestic	Ministry of Transport
Road Transport	Domestic CBTA, Inter state	Ministry of Rails
Rail Transport	Domestic	Ministry of Rails
Road & Bridge Construction	Domestic	Ministry of Construction
Logistics	ASEAN	Ministry of Transport

ภาพที่ 3 หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบการขนส่งในเมียนมา
ที่มา : Myanmar International Freight Forwarder's Association (2014)

อย่างไรก็ดี ยังไม่มีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการกำกับดูแลตัวแทนผู้ส่งสินค้า (Freight Forwarders) จากหน่วยงานภาครัฐของเมียนมาอย่างไรก็ดี ภาคเอกชนใช้วิธีในการกำกับดูแลกันเอง ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกันกับประเทศไทย

4.3.3 การขนส่งข้ามแดนด้านศุลกากรแม่สอด⁹

รถบรรทุกสินค้าของไทยที่มีน้ำหนักบรรทุกรวม (Gross Weight) ไม่เกิน 25 ตัน สามารถที่จะบรรทุกสินค้าข้ามสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมาเพื่อไปขนถ่ายสินค้าที่เขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) แต่หากมีน้ำหนักบรรทุกรวม (Gross Weight) เกิน 25 ตัน จะต้องมีการขนถ่ายสินค้า ณ บริเวณด้านศุลกากรแม่สอด โดยจะขนถ่ายสินค้าลง รถบรรทุกของผู้ประกอบการเมียนมา ซึ่งทำให้การขนส่งสินค้าต้องมีต้นทุนและระยะเวลาที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่จะต้องมีการขนถ่ายสินค้าก่อนขึ้นสะพานน่าจะหมดไป เมื่อมีการสร้างสะพานมิตรไทยเมียนมาใหม่แล้ว

หลังจากที่รถบรรทุกสินค้าผ่านกระบวนการข้ามแดนและดำเนินการพิธีการศุลกากรขาออก ณ ด้านศุลกากรแม่สอดแล้ว จะต้องเดินทางไปเปลี่ยนถ่ายสินค้า (Transshipment) ขึ้นรถบรรทุกที่คลังสินค้าของผู้ประกอบการขนส่งเมียนมาที่เขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) ซึ่งมีระยะทางห่างจากด้านศุลกากรแม่สอดประมาณ 8 กิโลเมตร หลังจากนั้น จึงทำเรื่องดำเนินการพิธีการศุลกากรขาเข้า ที่สำนักงานศุลกากรเมียวดี ซึ่งอยู่ห่างจากเขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) ประมาณ 2 กิโลเมตร

ทั้งนี้ ก่อนนำสินค้าเข้าไปยังประเทศเมียนมาจะต้องทำเรื่องขอ Import License จากกรมการค้าชายแดน (Department of Border Trade) ของเมียนมาที่มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ เนปิดอว์ ย่างกุ้ง และเมียวดี โดยใช้เวลาในการดำเนินการ 2-3 วัน โดยผู้ดำเนินการขอ Import License จะเป็นผู้ประกอบการขนส่งหรือผู้นำเข้าสินค้าชาวเมียนมา แต่หากเป็นนักธุรกิจชาวไทยที่ดำเนินธุรกิจในเมียนมาเป็นผู้ขอ จะใช้ระยะเวลาในการดำเนินการประมาณ 3 เดือนโดย Import License จะมีอายุ 3 เดือน หากผู้ขอ Import License ยังนำเข้าสินค้าไม่ครบตามปริมาณที่ขอ จะสามารถต่ออายุได้อีก 3 เดือน แต่ถ้าเกิน 6 เดือนไปแล้ว การนำเข้าสินค้าครั้งต่อไป จะต้องทำการขอ Import License อีกครั้งหนึ่ง

4.4 ยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ของประเทศเมียนมา

4.4.1 กลยุทธ์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางโลจิสติกส์ของเมียนมา

รัฐบาลเมียนมาเน้นอย่างมากในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการขนส่งในทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นทางถนน รถไฟ ทางทะเล และทางอากาศโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนน
- สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนนที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ในเมียนมา มีหลายโครงการที่อยู่ภายใต้การพัฒนาในระดับภูมิภาค อาทิ

⁹ คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐสหภาพเมียนมา) (2558)

- ทางหลวงเอเชีย (AsianHighways)
- ทางหลวงอาเซียน (ASEANHighways)
- ระเบียงเศรษฐกิจอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS EconomicCorridors)
- ถนนเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน (Roadconnectivitywithneighboringcountries)

บางโครงการได้รับเงินช่วยเหลือจากยูเนสแคป (UNESCAP) เอทีบี (ADB) และไจก้า (JICA) บางโครงการได้ภาคเอกชนมาออกแบบดำเนินการก่อสร้าง บริหารจัดการ และโอนคืนรัฐเมื่อครบสัญญา (BOT) ตามรูปแบบการลงทุนร่วมกันของภาครัฐและเอกชน (Public-private partnership - PPP)

โครงการถนนเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน (Road connectivity with neighboring countries) ภายใต้ความตกลงทวิภาคีกำลังอยู่ในระหว่างดำเนินการดำเนินงานอีกหลายโครงการเช่นกัน อาทิ ถนนเชื่อมต่อกับจีน (ระเบียงเศรษฐกิจจู๋ลี่-จ้าวผิว) ถนนเชื่อมต่อกับอินเดียลาว (สะพานเมียนมา-ลาว) และไทย (สะพานมิตรภาพ ไทย-เมียนมาที่ 2) นอกจากนี้ เมียนมากำลังก่อสร้างถนนและสะพานอีกหลายสาย รวมไปถึงบำรุงรักษา และปรับปรุงให้ได้ตามมาตรฐานระหว่างประเทศของการบริการทางโลจิสติกส์

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางรถไฟ

เมียนมาพยายามปรับปรุงการให้บริการการขนส่งทางรถไฟให้มีความเชื่อถือและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางรถไฟที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ผ่านโครงการระยะสั้นและระยะยาวเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในพื้นที่ห่างไกล โครงการส่วนมากเน้นหนักไปที่การก่อสร้างรางใหม่ และปรับปรุงรางเก่า ตู๋โดยสารและหัวรถจักร รวมไปถึงการเชื่อมโยงทางรถไฟข้ามแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งจีน อินเดีย และประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าข้ามชายแดน นอกจากนี้ เมียนมายังวางแผนสร้างสัมพันธ์อันเหนียวแน่นกับประเทศอื่นๆ ด้วยการเข้าร่วมโครงการข่ายการขนส่งสินค้าทางรถไฟกับ Trans-Asian Railways และ Pan-Asian Trunk Railways

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางทะเล

เมียนมาวางแผนพัฒนาบริเวณท่าเรืออย่างกุ่มให้มีความมีประสิทธิภาพในการจัดการกับปริมาณของสินค้าที่หลากหลายและมีปริมาณที่มากขึ้นผ่านโครงการดังต่อไปนี้

- โครงการขยายพื้นที่สำรองตามชายฝั่งโบตาทาว (Botatung) ก่อสร้างกำแพงกันคลื่น และถมพื้นที่ไร้ประโยชน์ให้เป็นแหล่งสันตนาการ และอาคารพาณิชย์
- โครงการปรับปรุงท่าเทียบเรือโดยสารนันทิดา (Nanthida) และพันโซดาน (Pansodan) ให้เป็นสถานีโดยสารที่ทันสมัย
- โครงการปรับปรุงท่าเทียบเรือสุเหร่ (Sule) ให้เป็นท่าเทียบเรืออเนกประสงค์ รองรับเรือบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ได้
- โครงการปรับปรุงท่าเทียบเรือท้องถิ่นให้เป็นสถานีท่าเรือระหว่างประเทศ

นอกจากนี้ เมียนมายังปรับปรุงและพัฒนาบริเวณรอบๆ ท่าเรือติละวา (Thilawaport) โครงการนี้เป็นโครงการเพื่อการขยายท่าเรือ จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวา และลดค่าใช้จ่ายทางโลจิสติกส์ในการค้าขาย

ทางทะเลให้เรือขนาดใหญ่สามารถเข้ามาเทียบท่าที่ท่าเรืออย่างถาวรและท่าเรือติละวาได้ โดยรัฐบาลเมียนมาได้รับเงินลงทุนจากต่างชาติและคนท้องถิ่น

การทำเรือฯ พยายามปรับปรุงร่องน้ำของท่าเรืออย่างถาวรให้ดีขึ้นจากสภาพที่เป็นอยู่อีกด้วย เนื่องจากท่าเรือที่มีอยู่ของเมียนมาเป็นท่าเรือแม่น้ำ ไม่ลึกพอสำหรับเรือขนาดใหญ่และเรือบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ เมียนมาจึงพัฒนาท่าเรือน้ำลึก 3 แห่ง คือ

- ท่าเรือน้ำลึกจ้าวผิว (Kyaukphyu Deep Sea Port) ในรัฐยะไข่ทางตะวันตก
- Kalagauk Deep Sea Port ที่ชายฝั่งทางใต้
- เขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย และท่าเรือน้ำลึกทวายในภูมิภาคตะนาวศรีทางตอนใต้

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางอากาศ

เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการขนส่งทางอากาศ เมียนมา (1) ปรับปรุงกฎหมายและข้อบังคับให้ทันสมัยขึ้น (2) จัดตั้งการทำอากาศยาน (Airport Authority) (3) ร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ (4) ส่งเสริมทางด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (5) ปรับปรุงสนามบินระหว่างประเทศและในประเทศให้ได้ตามมาตรฐานสากล โดยเมียนมาเน้นการนำเงินลงทุนจากต่างชาติมาช่วยในการพัฒนาการขนส่งทางอากาศผ่าน และโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์ผ่านโครงการ PPP

4.4.2 การอำนวยความสะดวกในการขนส่งของเมียนมาเพื่อเชื่อมต่อกับโลจิสติกส์อาเซียน

เมียนมาเร่งพัฒนาตนเองเพื่อให้สามารถเชื่อมรวมเข้ากับโครงข่ายโลจิสติกส์อาเซียน เพื่อยกระดับความสามารถและพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของภูมิภาคโดยใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

- ดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment – FDI) เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง - กฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ (FIL) ฉบับใหม่ของเมียนมาที่ประกาศใช้เป็นทางการเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2555 ให้สิทธิประโยชน์นักลงทุนต่างชาติเพิ่มมากขึ้น
- ทบทวนกรอบและกฎหมายที่เกี่ยวกับการให้บริการโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง - นักลงทุนต่างชาติสามารถให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งได้ โดยต้องร่วมทุนกับทางรัฐหรือชาวเมียนมา
- บูรณาการระเบียบศุลกากรทางโลจิสติกส์

พัฒนาภาคโลจิสติกส์ - โลจิสติกส์เป็น 1 ใน 12อุตสาหกรรมที่ได้รับการจัดลำดับความสำคัญเพื่อจุดประสงค์ในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กระทรวงคมนาคมเมียนมาจึงได้จัดตั้งองค์กรต่างๆ (คณะกรรมการที่ปรึกษาคณะกรรมการพัฒนาโลจิสติกส์แห่งชาติ สมาคมโลจิสติกส์แห่งชาติ) โดยมีการแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ (1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (2) การพัฒนาการบริการการขนส่ง (3) กฎหมายข้อบังคับและกฎเกณฑ์ (4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (5) การพัฒนาไอที งานที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือและการประสานงานทางด้านโลจิสติกส์

4.4.3 แผนแม่บทการพัฒนาโครงข่ายการขนส่งของเมียนมา

จากความช่วยเหลือของหน่วยงาน Japan International Cooperation Agency ที่ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาระบบการขนส่งแบบบูรณาการและยั่งยืนให้กับเมียนมา เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยของแผนพัฒนาระบบขนส่งของประเทศ คือ “มุ่งพัฒนาระบบการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้เกิดการเชื่อมโยงอย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกรูปแบบการขนส่งเพื่อประโยชน์แก่ประเทศและประชาชนชาวเมียนมา” ซึ่งแผนแม่บทนี้จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบการขนส่งเพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อของโครงข่ายคมนาคมภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมต่อกับ 4 เส้นทาง ได้แก่

- Central North-South Corridor (Yangon–Nay Pyi Taw–Mandalay)
- East-West Corridor (Yangon–Hpa An–Myawaddy)
- Northern Corridor (Mandalay–Muse)
- Western North-South Corridor (Yangon–Pyay–Magway)

โดยองค์ประกอบที่สำคัญของแผนแม่บทประกอบด้วย¹⁰

1. **การวางแผนและการประสานงานที่ดีขึ้น** โดยจะต้องมีการจัดทำฐานข้อมูลสถิติการขนส่งที่มีความทันสมัย การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในการวางแผนการขนส่งและการบริหารจัดการ มุ่งเน้นการพัฒนาระบบและกลไกในการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขนส่งทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันและการวางแผนระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต
2. **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน** จะต้องมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบขนส่งในชนบทและการขนส่งข้ามแดน โดยการพัฒนาระบบโครงข่ายการขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การปรับปรุงระบบการเชื่อมต่อต่างๆ ของโครงข่ายหลัก ศูนย์กระจายสินค้า และศูนย์กลางธุรกิจ เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของโครงข่ายการขนส่งที่มีอยู่ทั้ง ถนน รถไฟ อากาศ การขนส่งทางลำน้ำและทะเลให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. **สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีขึ้น** การส่งเสริมให้เห็นความสำคัญกับระบบขนส่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและปลอดภัย การปรับปรุงความปลอดภัยของการจราจร การปรับปรุงและการบังคับใช้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยและความปลอดภัยของระบบขนส่ง รวมทั้งการวางแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินของทุกรูปแบบการขนส่ง
4. **การพัฒนาระบบการกำกับดูแลและกฎระเบียบ** การกำหนดบทบาทของหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและออกกฎระเบียบ จะต้องมีการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความทันสมัยเพื่อเป็นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้ามาลงทุน การกำหนดบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนา การดำเนินงาน และการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่ง และการดำเนินการให้เป็นมาตรฐานสากล

¹⁰ Myanmar Unlocking the Potential Country Diagnostic Study, ADB (2014)

5. การกำหนดราคาที่เหมาะสม ผล ทั้งนี้การกำหนดราคาการให้บริการขนส่งควรเป็นไปตามกลไกตลาด โดยที่ราคาไม่แพงเกินไปแต่ยังคงรักษาความปลอดภัย และมีงบประมาณเหลือเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการต่อไป

4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการขนส่งข้ามแดน

4.5.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าของเมียนมา

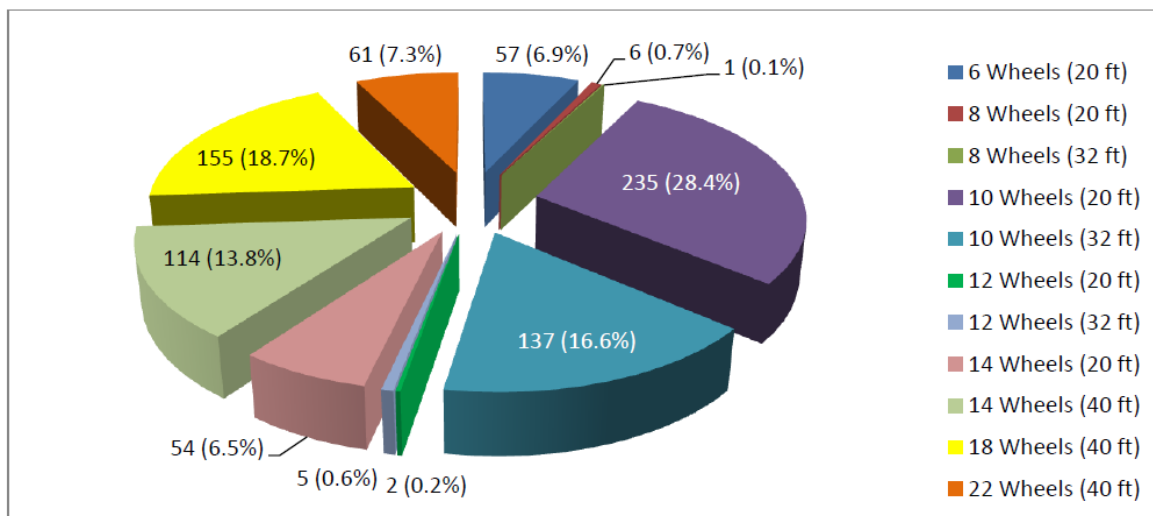
การขนส่งสินค้าภายในประเทศของเมียนมา ส่วนใหญ่ใช้การขนส่งทางถนนเป็นหลักเนื่องจากมีโครงข่ายที่เชื่อมโยงกับทุกภูมิภาคของเมียนมา อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในงานศึกษาที่ผ่านมาพบว่า เส้นทางส่วนใหญ่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จะมีเฉพาะเมืองหลักๆ เท่านั้นที่เป็นถนนลาดยางหรือคอนกรีต ในขณะที่เมืองอื่นๆ ยังเป็นถนนลูกรังและเป็นหลุม ส่งผลให้การเดินทางระหว่างเมืองใช้เวลาค่อนข้างนาน ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางระหว่างเมืองย่างกุ้ง-มันตะเลย์ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 24 ชั่วโมง (รวมเวลาพัก 6 ชั่วโมง)

จำนวนผู้ประกอบการขนส่งของเมียนมายังมีไม่มาก โดยข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการขนส่งในปี ค.ศ. 2010 มีจำนวนผู้ประกอบการขนส่ง 546 บริษัท และตัวแทนผู้ส่งสินค้า (Freight Forwarders) จำนวน 734 บริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่มีรถบรรทุกของตัวเองประมาณ 17 คัน โดยมุ่งเน้นให้บริการรับขนส่งสินค้าภายในประเทศ ยังไม่มีการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ โดยการให้บริการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยพบว่า (1) รูปแบบการขนส่งยังไม่ตรงต่อเวลา (2) การติดตามสถานะการจัดส่งทำได้ยาก¹¹

ในส่วนของภาพรวมของอุตสาหกรรมการขนส่งด้วยรถบรรทุก เมียนมามีหน่วยงานหรือองค์กรที่ดูแลอุตสาหกรรมการขนส่งด้วยรถบรรทุก เรียกว่า Gates ซึ่ง Gates จะตั้งอยู่ในเมืองหลักของเมียนมา โดยแต่ละ Gate จะมีความเชี่ยวชาญการขนส่งเฉพาะเส้นทาง เช่น เส้นทาง ย่างกุ้ง-มันตะเลย์ Gate จะตัวแทนสมาชิกที่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ มีหน้าที่บริหารจัดการและรวบรวมสินค้า (Consolidate) เพื่อเปลี่ยนถ่ายรถเตรียมขนถ่ายไปยังศูนย์กระจายสินค้าปลายทางต่อไป ในกรณีที่เป็นการขนส่งสินค้าแบบเต็มคันจะสามารถขนส่งตรงไปยังปลายทางได้เลย โดยไม่จำเป็นต้องผ่านศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ของ Gates ทั้งนี้ Gates จะมีบทบาทสำคัญในกรณีที่ช่วงที่มีความต้องการใช้รถมาก (Peak periods) โดย Gates จะเป็นผู้ประกอบการขนส่งและมีรถบรรทุกของตนเอง รวมทั้งอาจจะมียานพาหนะขนาดเล็กอยู่แล้วจะสามารถช่วยเหลือสมาชิกให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ อย่างไรก็ตามรูปแบบการให้บริการของ Gates และสมาชิกยังไม่ได้มาตรฐานสากล รูปแบบการดำเนินธุรกิจยังเป็นแบบไม่เป็นทางการ

ทั้งนี้รถบรรทุกที่ใช้กันในเมียนมา มีหลากหลายประเภท ตั้งแต่ 6 ล้อ ไปจนถึง 22 ล้อ โดยสัดส่วนของประเภทต่างๆ ดังแสดงในภาพที่ 4 โดยอายุรถมีทั้งแต่รถใหม่ ไปจนถึงมากกว่า 30 ปี ซึ่งรถใหม่ (22 ล้อ) เป็นรถที่มาจากประเทศจีน ในขณะที่รถที่อายุประมาณ 7-15 ปี (12-14 ล้อ) เป็นรถที่มาจากญี่ปุ่น บางส่วนเป็นรถที่มาจากทหารอังกฤษซึ่งในการกระจายสินค้า โดยที่รถที่มาจากประเทศจีนจะเป็นรถพวงมาลัยซ้าย ขณะที่รถที่มาจากญี่ปุ่นเป็นพวงมาลัยขวา โดยรถจากประเทศจีนเริ่มเข้าสู่ตลาดมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนส่งรายใหม่ที่ใช้รถบรรทุกจากประเทศจีนมากขึ้นแต่เมื่อมองในเชิงของประสิทธิภาพของน้ำมันเชื้อเพลิงแล้วพบว่ารถบรรทุกจากประเทศญี่ปุ่นจะมีอัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงน้อยกว่ารถจากประเทศจีน

¹¹ Asean Logistics Survey Volume 5, Japan International Freight Forwarders (2012)



ภาพที่ 4 สัดส่วนประเภทรถบรรทุกในเมียนมา
ที่มา : Myanmar Container Trucks Association (2012).

ในส่วนของการขนส่งพบว่าต้นทุนค่าเชื้อเพลิงคิดเป็นประมาณร้อยละ 85 ของต้นทุนรวม นอกจากนี้ต้นทุนการขนส่งยังจะขึ้นอยู่กับแต่ละเส้นทางซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศแตกต่างกัน โดยพบว่าเส้นทางมัณฑะเลย์-มูเซ (ระยะทางไป-กลับ 900 กม.) มีต้นทุนการขนส่งสูงกว่า ย่างกุ้ง-มัณฑะเลย์ (ระยะทางไป-กลับ 1500 กม.) เนื่องจากภูมิประเทศเป็นภูเขา¹² ทั้งนี้ในส่วนของการจ้างพนักงานขับรถในเมียนมา มีสัดส่วนของช่างสูงเนื่องจาก เมียนมายังขาดแคลนพนักงานขับรถที่มีทักษะ อัตราค่าจ้างพนักงานขับรถในเส้นทาง ย่างกุ้ง-มัณฑะเลย์ และย่างกุ้ง-มูเซ เมื่อเปรียบเทียบโดยภาพรวมของอุตสาหกรรมขนส่งด้วยรถบรรทุกระหว่างไทยกับเมียนมา พบว่าสถานการณ์ปัจจุบันของเมียนมา คล้ายคลึงกับประเทศไทยเมื่อ 40 ปี ก่อน ที่ใช้รถเก่า กำไรน้อย การใช้ประโยชน์จากรถยังไม่คุ้มค่า อีกทั้งยังประสบปัญหาเรื่องความผันผวนของสินค้าเกษตร

สำหรับธุรกิจผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ถือเป็นอุตสาหกรรมการให้บริการใหม่ในเมียนมา ซึ่งกระทรวงคมนาคมเชื่อว่าจะมีความสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะยังไม่มีกรอบนโยบายที่ครอบคลุมการธุรกิจผู้รับจัดการขนส่งสินค้าในเมียนมา แต่จะต้องได้รับการรับรองจากคณะกรรมการของกระทรวง Maritime Transport Services Supervisory Committee จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ในย่างกุ้งมีผู้รับจัดการขนส่งสินค้าท้องถิ่นมากกว่า 100 ราย มีเพียงส่วนน้อยที่ให้บริการทั้งตัวแทนผู้ส่งสินค้าและพิธีการศุลกากร ส่วนใหญ่จะมีบทบาทในการให้เป็นตัวแทนในประเทศ มีบางส่วนที่สามารถดำเนินการในต่างประเทศ

ในเมียนมาไม่มีกฎหมายเฉพาะควบคุมการธุรกิจตัวแทนผู้ขนส่งสินค้า มีเพียงหน่วยงาน สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศแห่งเมียนมา Myanmar International Freight Forwarders' Association (MIFFA) ซึ่งก่อตั้งตั้งแต่ปี 1999 อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงคมนาคม ทำหน้าที่ในการกำหนดเงื่อนไขมาตรฐานทางการค้า (Standard Trading Conditions) สำหรับการให้บริการทางทะเล ทางอากาศและการขนส่งต่อเนื่อง

¹² Private Sector Views on Road Transport along the Yangon – Mandalay – Muse/Ruili – Kunming Corridor

4.5.2 สถานการณ์ปัญหาและอุปสรรคของการขนส่งข้ามแดนอำเภอแม่สอด

ในภาพรวมยังประสบปัญหาที่รถบรรทุกของไทยสามารถผ่านแดนไปได้เพียง 10 กิโลเมตร เพื่อเปลี่ยนถ่ายสินค้าขึ้นรถบรรทุกของเมียนมา เนื่องจากยังไม่มีความตกลงว่าด้วยการขนส่งสินค้าข้ามแดน¹³ จึงทำให้รถบรรทุกไทยไม่สามารถวิ่งบนถนนในเมียนมาได้ เมื่อพิจารณาปัญหาการขนส่งทางถนนระหว่างไทย-เมียนมาในกรณีที่ผู้ประกอบการไทยจะดำเนินธุรกิจการขนส่งข้ามแดนจากงานศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปประเด็นปัญหาได้ดังนี้¹⁴

ก. สภาพการขนส่ง

- รถไทยจะเข้าไปทำการส่งสินค้าบริเวณชายแดนเมียนมา แล้วจึงมีรถเมียนมาเข้ามารับสินค้า
- รถเมียนมาจะเข้ามาถ่ายสินค้าให้รถไทยบริเวณสะพาน หรือ จุดผ่านแดน
- ในปัจจุบันการขนส่งทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมาได้มีการตกลงกำหนดโควตาการบรรทุกข้ามแดนไว้ที่ 200 คัน แต่ยังไม่ได้มีการบังคับใช้

ข. สภาพปัญหา

- ปัญหาที่เกิดจากความไม่สงบบริเวณชายแดนไทย-เมียนมา ทำให้มีการปิดจุดผ่านแดนอยู่บ่อยครั้ง โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้า
- ปัญหาการเก็บเงินรายทางจำนวนมากจากรถบรรทุกสินค้าที่ขนส่งสินค้าจากชายแดนไทยไปอย่างกึ่ง
- การขนส่งผ่านสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมา (แม่สอด) ยังไม่สามารถขนส่งด้วยรถพ่วงได้ เนื่องจากตัวสะพานจะรับน้ำหนักไม่ไหว จึงอนุญาตให้ขนส่งผ่านสะพานได้เพียงรถบรรทุก 6 ล้อ และ 10 ล้อ น้ำหนักไม่เกิน 15 ตันเท่านั้น

ค. อุปสรรค (Threats)

จากที่ได้มีการติดตามศึกษาข้อมูลได้พบว่านักธุรกิจไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับทราบกลายเป็นข้อมูลด้านลบที่ส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิด ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับมาจากแหล่งต่างๆ เป็นข้อมูลเชิงด้านการเมือง ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้ในภาคธุรกิจอย่างสิ้นเชิง จึงส่งผลให้เกิดความผิดพลาดในการวางแผนการประสานงานระหว่างกัน รวมทั้งสิ่งที่สำคัญคือข้อมูลต่างๆ ของทางการเมียนมาจะไม่เผยแพร่ให้แก่สาธารณชนได้รับรู้ปัญหาในเรื่องความไม่เข้าใจแนวทางหรือพฤติกรรมด้านการค้าของตลาดเมียนมาก็เป็นปัญหาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่เป็นอุปสรรคการค้าระหว่างไทยกับเมียนมา คือผู้ประกอบการไทยมีความต้องการที่จะรองรับระบบการค้าของตลาดเมียนมาทั้งหมดแต่ไม่สามารถหาข้อมูลดังกล่าวได้ จึงทำให้เกิดปัญหาความไม่แน่ใจในการทำการค้า

¹³ <http://www.thunhoon.com/colum/21340/21340.html>

¹⁴ สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) (26 ธันวาคม 2014) สืบค้น : http://www.aseanthai.net/ewt_news.php?nid=3247&filename=index

ง. ค่าใช้จ่ายๆ ที่เกี่ยวข้องในการขนส่งระหว่างประเทศ

ตามปกติ เจ้าของสินค้าจากประเทศไทยมักจะให้ผู้ขนส่งสินค้าเมียนมาเป็นผู้ดำเนินการในเรื่องขั้นตอนการข้ามแดนทั้งหมด จนกระทั่งขนส่งสินค้าถึงยังลูกค้าปลายทางในเมืองย่างกุ้ง โดยคิดค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดเป็นรายเที่ยว ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้จะครอบคลุมถึง

- ค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้า
- ค่าใช้จ่ายด้านคลังสินค้า
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินพิธีการศุลกากร
- ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับภาษีนำเข้าทั้งหมด
- ค่าใช้จ่ายด้านการขอ Import License
- ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า

ค่าบริการดังกล่าวทั้งหมดจะอยู่ที่ประมาณ 1,200,000 – 1,500,000 จ๊าด ต่อการขนส่ง 1 เที่ยวจากเมืองเมียวดีไปยังเมืองย่างกุ้ง (ไม่รวมถึงภาษีที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า) โดยรถบรรทุก 12 ล้อ อย่างไรก็ตาม อาจมีลูกค้าบางรายที่มีการดำเนินกิจกรรมบางอย่างด้วยตนเอง เช่น การดำเนินพิธีการศุลกากรการขอ Import License เป็นต้น

5. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการลงทุนในเมียนมา

5.1 กลยุทธ์การส่งเสริมการลงทุนในเมียนมา

ที่ผ่านมาภาครัฐและภาคธุรกิจไทยมีความตื่นตัวที่สนใจเข้าไปลงทุนและขยายตลาดในเมียนมา โดยเฉพาะในช่วงหลังจากที่ประเทศเมียนมาได้เปิดประเทศ โดยพบการศึกษาอยู่จำนวนหนึ่งที่ได้วิเคราะห์ถึงโอกาสและแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยออกไปลงทุนในเมียนมา ซึ่งผลการทบทวนการศึกษาเหล่านี้พอสรุปกลยุทธ์ที่ได้มีการนำเสนอไว้ดังนี้

5.1.1 กลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าไทยในระดับมหภาค

รายงานการศึกษาโครงการกิจกรรมจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน¹⁵ ได้แนะนำกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าไทยในระดับมหภาค โดยได้แบ่งช่วงเวลาของการวางกลยุทธ์ออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

1. ระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี)

ระยะแรกของการดำเนินการ เป็นช่วงเวลาของการเร่งนำเสนอและชักชวนให้ผู้ประกอบการทราบถึงประโยชน์และโอกาสการค้าและการลงทุนในประเทศเมียนมา โดยอาศัยความได้เปรียบที่ประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเมียนมา ทำให้มีต้นทุนในการบุกเบิกตลาดที่ต่ำ และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปสู่ตลาดเสรีในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงภายหลังการเลือกตั้ง ซึ่งหากผู้ประกอบการไทยเริ่มเข้าไป

¹⁵ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2554. กิจกรรมจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) กลุ่มที่ 1 ประเทศพม่า และลาว ภายใต้โครงการ SMEs Capacity Building: Win for ASEAN Market). รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

บุกเบิกตลาดเมียนมาล่าช้า ย่อมจะเสียโอกาสให้กับผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งจากประเทศอื่น เช่นกลุ่มนักธุรกิจชาวจีน หรือกลุ่มนักธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMV หรือแม้แต่กลุ่มนักธุรกิจชาวยุโรป ซึ่งได้เริ่มเข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศเมียนมาบ้างแล้ว

2. ระยะปานกลาง (1 – 2 ปี)

ระยะปานกลาง ในช่วง 1 – 2 ปี เป็นช่วงเวลาของการสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจ SMEs ของไทย เพื่อให้สามารถแข่งขันในระดับภูมิภาคได้ โดยรัฐควรมีนโยบายจัดตั้งสภาธุรกิจ SMEs เพื่อติดตามการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs และเป็นหน่วยงานกลางเพื่อรวบรวมปัญหา ทำการระดมสมองหรือเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐเพื่อหาแนวทางแก้ไขต่อไป

3. ระยะยาว (>3 ปี)

สำหรับการดำเนินการในระยะยาวนี้ จะเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการ SMEs ของไทย เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยนโยบายหรือกลยุทธ์ที่น่าสนใจ ประกอบด้วย การจัดตั้งหน่วยงานวิจัยระดับอาเซียนเพื่อส่งเสริมสนับสนุน SMEs ไทย รวมทั้งการส่งเสริมการค้าชายแดนในแถบภูมิภาคอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เช่น การผลักดันการเปิดด่านการค้าชายแดน การลดมาตรการกีดกันทางการค้า และยกระดับด้านการค้าให้เป็นด้านสากล ซึ่งทุกประเทศสามารถค้าขายกันได้ภายใต้กฎระเบียบเดียวกัน

5.1.2 กลยุทธ์การส่งเสริมสินค้าไทยสู่ประเทศเมียนมา

ผลการทบทวนรายงานการศึกษาที่ผ่านมา พบการนำเสนอกลยุทธ์การส่งเสริมสินค้าไทยสู่ประเทศเมียนมา เพื่อให้ผู้ส่งออกของไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดพร้อมทั้งขยายฐานการตลาดในประเทศเมียนมาได้ โดยได้มีการแบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้¹⁶

1. กลยุทธ์ด้านลักษณะสินค้าและบริการ

- 1.1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลยุทธ์ที่สำคัญคือการรักษาระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของไทยให้ดี
- 1.2 กลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า เนื่องจากสินค้ากลุ่มนี้ เมียนมาได้นำเข้าจากประเทศจีนเป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบ กลยุทธ์ที่สำคัญคือการพัฒนารูปแบบสินค้าให้เหมาะสม และขายในราคาที่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากประเทศจีนได้
- 1.3 กลุ่มสินค้าผ้าผืน เนื่องจากตลาดเมียนมาค่อนข้างอนุรักษ์นิยมและใช้ผ้าจากไทยมาก จึงไม่ควรเปลี่ยนแปลงการออกแบบและสีสันทไปจากเดิมมากนัก เพราะหากมีการเปลี่ยนสีหรือแบบจะทำให้คิดว่าเป็นสินค้าจากประเทศอื่น
- 1.4 กลุ่มสินค้าวัตถุดิบทางอุตสาหกรรม เช่น ยางพารา เหล็กและเหล็กกล้า พลาสติก และเส้นใยประดิษฐ์ การรักษาส่วนแบ่งตลาดและขยายตลาดคือการติดต่อกับโรงงานต่างๆ ในเมียนมาโดยตรงให้มากขึ้น เนื่องจากเมียนมามีการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปมาก

¹⁶ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

- 1.5 เน้นการขนส่งสินค้าผ่านชายแดนให้มากขึ้น โดยมีด่านชายแดนที่สำคัญคือด่านแม่สอด จังหวัดตาก และด่านแม่สาย จังหวัดเชียงราย เพื่อลดต้นทุนในการกระจายสินค้าและประหยัดเวลาในการขนส่ง

2. กลยุทธ์ด้านราคา

สินค้าระดับกลางถึงระดับสูงควรตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับสินค้าจากประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย ส่วนสินค้าที่มีคุณภาพต่ำที่เข้าสู่ตลาดบริเวณชายแดน ควรตั้งราคาให้ต่ำ เพราะหมู่บ้านในแถบชายแดนมีชนมาส่วนใหญ่ยังมีกำลังซื้อน้อย และไม่ควรกระจายสินค้าคุณภาพต่ำเหล่านี้เข้าไปในเมืองใหญ่ เนื่องจากจะไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับสินค้าจากประเทศจีนได้

3. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวของสินค้า

- 3.1 ผู้ส่งออกของไทยจะต้องเข้าไปร่วมทำการค้ากับผู้นำเข้ารายใหญ่ๆ ของเมียนมา โดยคัดเลือกบริษัทที่มีเครือข่ายในการกระจายสินค้าได้มาก
- 3.2 เน้นการค้าตามแนวชายแดน เนื่องจากประเทศไทยและประเทศเมียนมามีชายแดนติดต่อกันเป็นแนวยาว และการขนส่งสินค้าไปยังท้องถิ่นยังไม่สะดวก ดังนั้นชาวเมียนมาจึงนิยมซื้อสินค้าจากชายแดนไทยเป็นหลัก
- 3.3 เนื่องจากประเทศเมียนมามีพรมแดนติดประเทศจีน อินเดีย และบังกลาเทศ ดังนั้นจึงควรใช้ผู้นำเข้า-ส่งออกของเมียนมา เป็นผู้กระจายสินค้าไทยไปสู่ประเทศเหล่านี้
- 3.4 ผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทย ควรจะตั้งสำนักงานหรือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายตามแนวชายแดนไทย-เมียนมา เพื่อการบริการที่รวดเร็ว และการจัดแสดงสินค้าให้กับผู้นำเข้าชาวเมียนมา โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมายังโรงงาน
- 3.5 ผู้ส่งออกที่จะเข้าไปทำการค้า หรือลงทุนในธุรกิจขนาดใหญ่ ควรเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับรัฐบาลทหารเมียนมา เพราะเป็นผู้มีอำนาจในการอนุมัติในการดำเนินโครงการต่างๆ

4. กลยุทธ์ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

- 4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ การติดโปสเตอร์ การลงโฆษณาในสมุดหน้าเหลืองของเมียนมา การโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ ซึ่งชาวเมียนมาที่อาศัยอยู่ชายแดนประเทศไทยสามารถรับสื่อเหล่านี้ได้
- 4.2 ทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับตัวแทนจำหน่ายในเมียนมา โดยให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น แจกตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้านำไปทดลองใช้ก่อน รับแลกสินค้าจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเป็นประจำหรือซื้อสินค้าจากไทยในปริมาณมาก การให้ค่าคอมมิชชั่นกับผู้นำเข้าชาวเมียนมาที่สามารถทำยอดขายได้ตรงตามเป้าหมาย
- 4.3 การติดต่อผ่านสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงย่างกุ้ง เพื่อเป็นผู้ประสานงานในการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยและผู้ส่งออกไทยให้กับผู้นำเข้าชาวเมียนมาที่สนใจสินค้าไทย
- 4.4 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าประจำปีของเมียนมา เช่น งาน Myanmar Building

5.2 ข้อมูลพื้นฐานประเทศเมียนมา¹⁷

5.2.1 สภาพภูมิประเทศ

ประเทศเมียนมา (Myanmar) มีชื่ออย่างเป็นทางการว่า สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (Republic of the Union of Myanmar) มีพรมแดนติดต่อกับ 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย จีน ลาว อินเดีย และบังคลาเทศ ตั้งอยู่ที่ละติจูดที่ 28 องศา 30 ลิปดา ถึง 10 องศา 20 ลิปดาเหนือ มีพื้นที่ 677,000 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศตั้งอยู่ตามแนวอ่าวเบงกอลและทะเลอันดามันทำให้มีชายฝั่งทะเลยาวกว่า 2,000 ไมล์ มีชายแดนด้านตะวันตกเฉียงเหนือติดกับบังคลาเทศและอินเดีย และทางตะวันออกเฉียงเหนือติดกับทิเบตและจีน ส่วนทางตะวันออกติดกับลาว และทางตอนใต้ติดกับไทย มีภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ มียอดเขาสูงมากมาย หลายยอดที่สูงเกินกว่า 10,000 ฟุตตามแนวเทือกเขาของเมียนมา และมียอดเขาที่สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เรียกว่า “ฮากกาโบราซี” อยู่แนวชายแดนพม่ากับไทย มีภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ มียอดเขาสูงมากมาย หลายยอดที่สูงเกินกว่า 10,000 ฟุตตามแนวเทือกเขาของเมียนมา และมียอดเขาที่สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เรียกว่า “ฮากกาโบราซี” อยู่แนวชายแดนพม่ากับไทย มีภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ มียอดเขาสูงมากมาย หลายยอดที่สูงเกินกว่า 10,000 ฟุตตามแนวเทือกเขาของเมียนมา และมียอดเขาที่สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เรียกว่า “ฮากกาโบราซี” อยู่แนวชายแดนพม่ากับไทย



ภาพที่ 5 แผนที่ประเทศเมียนมา

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2555. คู่มือการค้าและการลงทุนสำหรับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

¹⁷ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2555. คู่มือการค้าและการลงทุนสำหรับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

5.2.2 การแบ่งเขตการปกครอง

การแบ่งเขตการปกครองประเทศเมียนมาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 มณฑลสำหรับพื้นที่ซึ่งประชากรส่วนใหญ่เป็นชาติพันธุ์เมียนมา และ 7 รัฐสำหรับพื้นที่ซึ่งประชากรส่วนใหญ่เป็นชนกลุ่มน้อย ดังนี้

ตารางที่ 9 เขตการปกครองประเทศเมียนมา

ชื่อมณฑล/รัฐ	เมืองหลวง	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ประชากร (พ.ศ.2557)
มณฑลตะนาวศรี	ทวาย	43,328	1,406,434
มณฑลหงสาวดี	พะโค	39,404	4,863,455
มณฑลมัณฑะเลย์	มัณฑะเลย์	37,023	6,442,000
มณฑลมาเกว	มาเกว	44,819	3,912,711
มณฑลย่างกุ้ง	ย่างกุ้ง	10,170	7,355,075
มณฑลสะกาย	สะกาย	93,527	5,320,299
มณฑลอิวรดี	พะสิม	35,138	6,175,123
รัฐกะฉิ่น	มิตจีนา	89,041	1,689,654
รัฐกะยา	หลอยก่อ	11,670	286,738
รัฐกะเหรี่ยง	พะอาน	30,383	1,572,657
รัฐฉาน	ตองยี	155,800	5,815,384
รัฐชิน	ฮาคา	36,018	478,690
รัฐมอญ	เมะล่ำเลิง	12,155	2,050,282
รัฐยะไข่	ซิตตเว	36,780	3,118,963

ที่มา: Wikipedia.org

5.2.3 โครงสร้างพื้นฐาน

ในภาพรวม ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของเมียนมายังไม่ได้มาตรฐานทั้งในเรื่องโครงสร้างการคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค และโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของการคมนาคมขนส่งขั้นพื้นฐานนั้น ในปี 2555 เมียนมามีค่าดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เพียง 2.37 ซึ่งต่ำที่สุดในอาเซียนและเป็นอันดับที่ 128 จากที่มีการจัดอันดับทั้งหมด 154 ประเทศทั่วโลก โดยปัญหาที่สำคัญ คือ คุณภาพถนนที่ไม่ได้มาตรฐาน

นอกจากนี้ อุปสรรคต่อการลงทุนที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ บริการกระแสไฟฟ้าที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนจนต้องประกาศงดจ่ายกระแสไฟฟ้าในบางช่วงเวลา โดยมีอัตราการเข้าถึงไฟฟ้าของประชาชนในเมียนมา เป็นเพียงร้อยละ 48.8 ของประชากรทั้งหมด นับว่าต่ำเกือบที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยสูงกว่าแค่กัมพูชาเท่านั้น สำหรับอัตราค่าไฟฟ้า ล่าสุดเมื่อเดือนตุลาคม ปี 2556 ทางกรมโยธาธิการและผังเมืองประกาศขึ้นค่าไฟฟ้าตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนเป็นต้นไป โดยค่าไฟฟ้าในครัวเรือนจะเพิ่มขึ้นจาก 35 จัสดต่อหน่วย (ประมาณ 1.13 บาท) เป็น 50 จัสดต่อหน่วย (ประมาณ 1.61 บาท) ส่วนภาคธุรกิจ หากใช้เกิน 5,000 หน่วย ค่าไฟฟ้าส่วนที่เกินจะถูกคิดเพิ่มยูนิตละ 150 จัสด (ประมาณ 4.83 บาท) อย่างไรก็ตาม เมียนมามีทรัพยากรน้ำที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีปริมาณน้ำที่นำมาใช้ได้มากเป็นอันดับสามในอาเซียน รองจาก สปป. ลาว และบรูไน คิดเป็น 20,750.25 ลูกบาศก์เมตรต่อประชากรหนึ่งคน

ส่วนโครงสร้างพื้นฐานด้านกิจการโทรคมนาคมและไปรษณีย์¹⁸ รัฐบาลเมียนมาเป็นผู้ควบคุมกิจการทั้งหมด ในช่วงปี 2550 ได้มีการติดตั้งสายส่งโทรคมนาคมถึง 503,900 สาย เพิ่มขึ้นจาก 447,097 สาย ในปี 2548 แต่ยังไม่เพียงพอ จึงเปิดให้นักลงทุน เอกชนเข้าร่วมดำเนินกิจการ โทรศัพท์มือถือ พบว่าในปี 2551 มีประชาชนใช้เพิ่มขึ้นเป็น 214,200 หมายเลข คิดเป็นร้อยละ 0.4 ของประชากรทั้งหมด ถือว่าเป็นสัดส่วนที่ต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่ม CLMV เช่น กัมพูชา มีร้อยละ 18 และ เวียดนามมีร้อยละ 27 อินเทอร์เน็ตมีสองหน่วยงานหลัก ได้แก่ กระทรวงโทรคมนาคมและไปรษณีย์ (MPT) และ Myanmar แต่ยังมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างต่ำ โดยพบว่าในปี 2550 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียง 40,000 คน หรือคิดเป็นอัตราส่วน 1 : 1,000 คน เท่านั้น ในขณะที่เวียดนามมีอัตราส่วนผู้ใช้งานที่สูงที่สุดในกลุ่ม CLMV คือ 205 : 1,000 คน รองลงมาคือ ลาวมี 17 : 1,000 คนและประเทศกัมพูชา 5 : 1,000 คน

5.2.4 โอกาสในการลงทุนของธุรกิจไทยในประเทศเมียนมา

ภาพรวมของประเทศเมียนมา เป็นประเทศที่มีประชากรมาก จึงเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่น่าจะมีกำลังซื้อสูง เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ เมียนมาถือว่าเป็นตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่สูง จึงเป็นโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทยอย่างยิ่ง

5.3 ภาพรวมเศรษฐกิจ

5.3.1 ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค

สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมายังมีขนาดเศรษฐกิจที่เล็กในปัจจุบัน แต่มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของเมียนมาในปี 2555 มีมูลค่า 54.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 6.3 และมีอัตราเงินเฟ้ออยู่ที่ร้อยละ 1.47 ลดลงจากปีก่อนหน้า ส่วนด้านสกุลเงินหลัก เมียนมาใช้เงินสกุลจ๊าด (Kyat) เป็นเงินสกุลหลัก อัตราแลกเปลี่ยนทางการในปี พ.ศ.2555 อยู่ที่ 640.65 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากเมียนมายกเลิกการใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ มาใช้อัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวแบบจัดการ

ตารางที่ 10 เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเมียนมา ปี พ.ศ. 2550-2555

เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)	20.1	31.4	35.2	45.4	51.4	54.1
อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ร้อยละ)	12.0	3.6	5.1	5.3	5.5	6.3
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว (ดอลลาร์สหรัฐต่อคน)	350.1	533.5	587.3	741.7	824.2	848.9
อัตราเงินเฟ้อ (ร้อยละ)	35.02	26.8	1.47	7.72	5.02	1.47
อัตราแลกเปลี่ยนทางการ (จ๊าด/ดอลลาร์สหรัฐ)	5.62	5.44	5.58	5.63	5.44	640.65

¹⁸ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2555. คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของเมียนมาในปี พ.ศ.2556 อยู่ที่ประมาณ 868.7 ดอลลาร์สหรัฐต่อคน โดยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 สาเหตุหลักเกิดจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ การรายงานรายได้ประชาชาติเกินจริงตั้งแต่ปีงบประมาณ 2542 และการแข็งตัวของค่าเงินจ๊าด อย่างไรก็ตาม เมียนมายังคงมี GDP อยู่ในกลุ่มที่ต่ำที่สุดของเอเชีย ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตามสัดส่วนของภาคเศรษฐกิจจริงต่อ GDP พบว่า ภาคบริการมีสัดส่วนต่อ GDP มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.6 ภาคเกษตร คิดเป็นร้อยละ 36.4 และภาคอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ

5.3.2 ขนาดและโครงสร้างเศรษฐกิจ

โครงสร้างเศรษฐกิจของเมียนมาอยู่บนพื้นฐานของภาคเกษตรกรรมและการส่งออกทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ เป็นหลัก ในปีพ.ศ. 2555 เศรษฐกิจของเมียนมาเติบโตจากการขยายตัวของการลงทุน โดยเฉพาะเงินลงทุนในโครงการด้านพลังงานน้ำมันและก๊าซธรรมชาติเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นผลจากความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติที่เพิ่มสูงขึ้นจากการปฏิรูปเศรษฐกิจและการเมืองตลอดจนเติบโตจากการขยายตัวของการส่งออกและการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายตัวของสินเชื่อ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากแผนยุทธศาสตร์ระยะห้าปีของเมียนมา (พ.ศ.2554/55-2558/59) ซึ่งตั้งเป้าหมายที่จะลดสัดส่วนภาคเกษตรต่อ GDP จากร้อยละ 36.4 เหลือร้อยละ 29.2 และเพิ่มสัดส่วนของภาคอุตสาหกรรมและบริการจากร้อยละ 26 เป็นร้อยละ 32.1 และจากร้อยละ 37.8 เป็นร้อยละ 38.7 ตามลำดับ

5.3.3 การส่งออกและการนำเข้า

ในปีพ.ศ. 2555 เมียนมาขาดดุลการค้าเป็นมูลค่า 1,779 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และขาดดุลบัญชีเดินสะพัดเป็นมูลค่า 2,382 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ภาพที่ 5-3 [กราฟเส้นข้างล่าง]) โดยมีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าคิดเป็น 10,491 และ 12,270 ล้านดอลลาร์สหรัฐตามลำดับ ซึ่งเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา สินค้านำเข้าที่สำคัญของเมียนมา ได้แก่ สินค้าทุน เครื่องจักรกลและอุปกรณ์โลหะและผลิตภัณฑ์โลหะ และน้ำมันดิบ ส่วนด้านการส่งออกนั้นขาดความหลากหลาย โดยสินค้าส่งออกสำคัญของเมียนมา ได้แก่ ก๊าซ ไม้ซุง เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของเมียนมา โดยมูลค่าการส่งออกก๊าซธรรมชาติคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

5.3.4 การค้าระหว่างไทยและเมียนมา

ในปี พ.ศ. 2556 การค้าระหว่างประเทศของไทยและเมียนมามีมูลค่า 7.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 15.01 จากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกและนำเข้า กล่าวคือมูลค่าการส่งออกจากไทยไปยังเมียนมาในปี 2556 อยู่ที่ 3.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 21.16 โดยมีสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน เครื่องดื่ม ผ้าผืนและด้าย

แม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะขยายตัวจากปีก่อนหน้ามากถึงกว่าร้อยละ 20 มูลค่าการส่งออกยังคงน้อยกว่ามูลค่าการนำเข้าจากเมียนมา ซึ่งมีมูลค่า 4.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 9.77 ส่วนสินค้านำเข้าที่สำคัญ คือ ก๊าซธรรมชาติ ในภาพรวม ไทยจึงมีดุลการค้าขาดดุลกับเมียนมาเป็นมูลค่า 244.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งลดลงจากปีก่อนหน้า

5.3.5 เงินสกุลหลักและอัตราแลกเปลี่ยน

เมียนมาใช้เงินสกุลจ๊าด (Kyat) เป็นเงินสกุลหลัก โดยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2520 จนถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2555 เมียนมาใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ โดยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนทางการไว้ที่ 6.4 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนทางการจะใช้สำหรับหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น จึงมีตลาดคู่ขนานเกิดขึ้นในภาคเอกชน ทั้งนี้ อัตราแลกเปลี่ยนคู่ขนานอยู่ที่อัตราประมาณ 800 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งต่างจากอัตราทางการมากถึง 125 เท่า ในปัจจุบันเมียนมาจึงดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อปรับรูปตลาดอัตราแลกเปลี่ยนให้เป็นระบบเดียวดังนี้

- ตุลาคม 2554: เปิดให้มีเคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (จากเดิมเป็นการซื้อขายเงินตราต่างประเทศในตลาดมืด)
- พฤศจิกายน 2554: ให้ใบอนุญาตแก่ผู้ค้าเงินตราต่างประเทศแก่ธนาคาร 11 แห่ง (ต่อมาเพิ่มเป็น 14 แห่ง)
- เมษายน 2555: เปลี่ยนแปลงสู่ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัวภายใต้การจัดการ (Managed Float System)
 - ประกาศอัตราอ้างอิงของธนาคารกลางเป็นรายวัน
 - บริหารอัตราแลกเปลี่ยนให้ใกล้เคียงกับอัตราแลกเปลี่ยนขนานที่ 820 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ โดยให้มีช่วงเคลื่อนไหวได้ไม่เกินร้อยละ 2
- เมษายน 2555: ยกเลิกนโยบาย “export-first” โดยอนุญาตให้ประชาชนที่มีบัญชีเงินตราต่างประเทศกับธนาคารของรัฐสามารถนำเข้าได้อย่างเสรีโดยไม่ต้องแสดงบัญชีรายได้จากการส่งออก

5.3.6 ระบบธนาคาร

ในปัจจุบันระบบการธนาคารของเมียนมาประกอบด้วย 5 หน่วยงานหลัก ได้แก่ ธนาคารกลาง ธนาคารเฉพาะด้านของรัฐ ธนาคารพาณิชย์เอกชน บริษัทการเงิน และสำนักงานตัวแทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ มีลักษณะการดำเนินงานดังนี้

(1) ธนาคารกลาง (Central Bank of Myanmar: CBM)

หน้าที่หลักของธนาคารกลาง คือ เป็นธนาคารและที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจให้กับรัฐบาล เป็นผู้กำหนดและปรับใช้นโยบายด้านการคลังของประเทศ รวมทั้ง มีหน้าที่ออกเงินตราเมียนมาทุกชนิด ควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และควบคุมกำกับดูแลออกใบอนุญาตแก่สถาบันการเงิน

อย่างไรก็ตาม เมื่อเดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2556 ประธานาธิบดีเต็งเส่งได้ลงนามเห็นชอบในกฎหมายธนาคารกลาง โดยมีเนื้อหาหลัก คือ ธนาคารกลางจะไม่ได้อยู่ภายใต้กระทรวงการคลังและสรรพากร แต่จะดำเนินนโยบายการเงินร่วมกับกระทรวงการคลังและสรรพากร เพื่อให้ธนาคารกลางมีความเป็นอิสระในการดำเนินนโยบายการเงิน นอกจากนี้ ธนาคารกลางเมียนมาจะมีหน้าที่กำกับดูแลสถาบันการเงินของรัฐบาลและเอกชนจำนวน 22 แห่ง เพื่อรักษาเสถียรภาพทางการเงิน โดยปัจจุบันธนาคารกลางเมียนมาอยู่ในระหว่างปรับปรุงกฎหมายสถาบันการเงิน ซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากธนาคารโลก

(2) ธนาคารเฉพาะด้านของรัฐ

- Myanmar Economic Bank (MEB)
- Myanmar Foreign Trade Bank (MFTB)

- Myanmar Investment and Commercial Bank (MICB)
- Myanmar Agriculture and Development Bank (MADB)

(3) ธนาคารพาณิชย์เอกชน

อุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งของการลงทุนในเมียนมา คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จำกัด เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ท้องถิ่นขาดแคลนเงินทุนหรือมีปริมาณเงินทุนต่ำ ในช่วงสามปีที่ผ่านมารัฐบาลเมียนมาจึงดำเนินการปฏิรูประบบธนาคาร โดยปัจจุบัน อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เอกชนทั้งหมด 22 แห่ง สามารถให้บริการโอนเงินได้รวมทั้ง ยังมีการนำระบบบัตรเดบิตและบัตรเครดิตมาใช้

(4) บริษัททางการเงิน

บริษัททางการเงินในเมียนมา ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 มี 4 บริษัท ได้แก่ Myanmar Orient Leasing Company Ltd., Myaat Nan Yone Company Ltd., National Finance Company Ltd. และ Ryuji Finance Company Ltd.

(5) สำนักงานตัวแทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

สำนักงานตัวแทนของธนาคารต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในเมียนมา ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 มีดังนี้

5.3.7 การถือครองที่ดิน

พระราชบัญญัติการจำกัดการโอนอสังหาริมทรัพย์ปีพ.ศ. 2530 (Transfer of Immovable Property Restriction Law, 1987) และกฎหมายการลงทุนต่างชาติปีพ.ศ. 2531 (The Union of Myanmar Foreign Investment Law, 1988) ของเมียนมาไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาติหรือบริษัทต่างชาติถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ แต่อนุญาตให้เช่าที่ดินจากรัฐบาลได้ จนกระทั่งปีพ.ศ. 2544 เมียนมาออกประกาศฉบับที่ 39/2011 ภายใต้กฎหมายการลงทุนต่างชาติปีพ.ศ. 2531 อนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถเช่าที่ดินจากรัฐบาลหรือเอกชนได้ 30 ปี และมีสิทธิต่ออายุการเช่าที่ดินได้ 2 ครั้งๆ ละ 15 ปี

อย่างไรก็ตาม ภายใต้กฎหมายการลงทุนต่างชาติฉบับใหม่ของเมียนมา (The Union of Myanmar Foreign Investment Law, 2012) ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 เมียนมาอนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถเช่าที่ดินจากรัฐบาลหรือเอกชนได้ถึง 50 ปี และสามารถขอต่ออายุการเช่าที่ดินได้ 2 ครั้งๆ ละ 10 ปี ขึ้นอยู่กับประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย ในการนี้ ชาวต่างชาติหรือนักลงทุนต่างชาติต้องยื่นเอกสารข้อตกลงเช่าที่ดิน หรือเอกสารที่แสดงความยินยอมให้เจ้าของที่ดินไปยังคณะกรรมการว่าด้วยการลงทุนของเมียนมา (Myanmar Investment Commission: MIC) เพื่อขออนุมัติเช่าที่

5.4 การลงทุนในเมียนมา

5.4.1 การลงทุนจากในประเทศ

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการลงทุนภายในประเทศเมียนมา¹⁹ พบว่าการลงทุนที่สำคัญอยู่ในภาคการผลิต การก่อสร้าง โรงแรมและการท่องเที่ยว กระทรวงการโรงแรมและท่องเที่ยวคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 4.5 ล้านคนในปี 2015 การลงทุนภายในประเทศจะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว

¹⁹ PwC. 2014. Myanmar Business Guide.

ตารางที่ 11 การลงทุนภายในประเทศตามภาคอุตสาหกรรม (ล้านจ๊าด)

ลำดับ	อุตสาหกรรม	มูลค่าการลงทุน	ร้อยละ
1	การผลิต	1,265	27.66
2	การก่อสร้าง	757	16.55
3	การโรงแรมและท่องเที่ยว	667	14.58
4	อื่นๆ	521	11.39
5	การผลิตไฟฟ้า	455	9.96
6	การขนส่ง	399	8.73
7	การนิคมอุตสาหกรรม	301	6.57
8	อสังหาริมทรัพย์	167	3.66
9	ประมง	28	0.61
10	แร่	13	0.28
11	เกษตรกรรม	1	0.01
	รวม	4,574	100.00

5.4.2 การลงทุนจากต่างประเทศ

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการลงทุนจากต่างประเทศ^{20 21} สรุปได้ว่าเมียนมาเพิ่งเริ่มเปิดประเทศ และเริ่มปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการค้าลงทุน โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมการลงทุนขึ้นเพื่อทำการส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศและดำเนินการอำนวยความสะดวกต่อการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ หากพิจารณาจากสถิติเปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเมียนมาแยกตามประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2532-2544 และช่วงปี พ.ศ. 2532-2556 ดังตารางที่ 12

ส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในเมียนมานับตั้งแต่เปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศในปี 2531 ถึงปี 2551 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งเมียนมา (Myanmar Investment Commission: MIC) อนุมัติโครงการลงทุนจากต่างประเทศรวม 418 โครงการ จาก 28 ประเทศโดยสิงคโปร์มีจำนวนโครงการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ไทย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย และฮ่องกงตามลำดับ และธุรกิจที่ชาวต่างชาติลงทุนมากที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต รองลงมา ได้แก่ การขุดเจาะน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนรวม 14.74 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยไทยมีมูลค่าการลงทุนสูงที่สุด คือ มีมูลค่าการลงทุนถึง 7,391.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 50.14 ของมูลค่าการลงทุน โดยธุรกิจที่นักลงทุนไทยลงทุนในเมียนมา ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญ อาทิ โรงงานน้ำตาล ผลิตหม้อแปลงไฟฟ้า ไม้แปรรูป โรงแรมและท่องเที่ยว ประมง เหมืองแร่ การขนส่งการขุดเจาะน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ไฟฟ้า การก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์และเกษตรกรรม เป็นต้น

²⁰ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2557. โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา.

²¹ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเมียนมาตามประเทศ ปีพ.ศ. 2532-2556

ลำดับ ที่	ประเทศ	พ.ศ. 2532-2544 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ประเทศ	พ.ศ. 2545-2556 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
1	สหราชอาณาจักร	1,380	จีน	14,180.17
2	สิงคโปร์	1,351	ไทย	9,568.89
3	ไทย	1,187	ฮ่องกง	6,381.33
4	มาเลเซีย	599	สาธารณรัฐเกาหลี	2,979.23
5	สหรัฐอเมริกา	583	สหราชอาณาจักร	2,989.49
6	ฝรั่งเศส	470	สิงคโปร์	2,216.25
7	อินโดนีเซีย	239	มาเลเซีย	1,031.29
8	เนเธอร์แลนด์	238	ฝรั่งเศส	469.00
9	ญี่ปุ่น	229	เวียดนาม	371.19
10	สาธารณรัฐเกาหลี	156	อินเดีย	273.50
	อื่นๆ	665	อื่นๆ	1,635.09
	รวม	7,097	รวม	42,095.42

5.4.3 การลงทุนจากประเทศไทย

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการลงทุนจากประเทศไทย^{22 23} รายงานสถิติยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงของไทยในอาเซียน ณ สิ้นสุดปีพ.ศ. 2554 พบว่าเมียนมาเป็นแหล่งลงทุนอันดับ 5 ของไทยในกลุ่มอาเซียน มีมูลค่าเท่ากับ 1,060.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สำหรับสาขาการลงทุนที่สำคัญในเมียนมา หากพิจารณาจากรายงานการลงทุนโดยตรงสะสมของไทยในเมียนมา (ถึง 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550) สามารถแสดงได้ดังตาราง

ตารางที่ 13 การลงทุนโดยตรงสะสมของไทยในเมียนมา

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (โครงการ)	เงินลงทุน (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วน (ร้อยละ)
พลังงาน	2	6,046.2	81.8
อุตสาหกรรมการผลิต	16	614.6	8.3
โรงแรมและการท่องเที่ยว	12	228.6	3.1
ประมงและปศุสัตว์	7	171.0	2.3
เหมืองแร่	8	121.2	1.6
การขนส่ง	4	107.3	1.5
น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ	5	48.4	0.7
การก่อสร้าง	2	37.8	0.5
อสังหาริมทรัพย์	1	14.0	0.2
เกษตรกรรม	1	2.7	0.04
รวม	58	7,391.8	100.00

²² สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2557. โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา.

²³ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

5.5 อุตสาหกรรมหลัก

5.5.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมหลักของประเทศเมียนมา

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมา พบการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมหลักของเมียนมา²⁴ โดยการค้าการณเศรษฐกิจเมียนมามีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้น แม้ว่าตลาดการค้าภายในประเทศเมียนมา จะยังไม่เปิดมากนัก แต่มูลค่าการค้าภายในประเทศมีมูลค่าที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี จึงเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ ในส่วนของประเภทของสินค้าในปัจจุบันที่กำลังได้รับความนิยมในเมียนมา สามารถอธิบายภาพรวมแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมได้ดังนี้

ตารางที่ 14 ภาพรวมอุตสาหกรรมหลักของประเทศเมียนมา

กลุ่มอุตสาหกรรม	ภาพรวม
ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ	- สิ่งทอที่มีการขึ้นรูปจากเส้นใยเป็นเส้นด้าย การถักทอขึ้นรูปเป็นผืนผ้า ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น เชือก เสื้อผ้า เป็นต้น - สิ่งทอที่มีการนำเข้าในปัจจุบัน ได้แก่ สิ่งทอจากใยสังเคราะห์ สิ่งทอจากฝ้าย เป็นต้น - สภาพความต้องการผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี
เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง	- เมียนมามีความต้องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรม และระบบการคมนาคม ทำให้มีความจำเป็นที่ต้องนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งต่างๆ เข้าไปเพื่อใช้ในการผลิตอุตสาหกรรมบางประเภทเพิ่มมากขึ้น - ตลาดที่มีความสำคัญกับการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งดังกล่าว เช่น กรุงย่างกุ้ง มณฑลพะโล่ เป็นต้น
อุปกรณ์ไฟฟ้า	- เมียนมามีความต้องการอุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการ และบริษัทห้างร้านต่างๆ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ความสามารถในการผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้าของเมียนมายังอยู่ในระดับต่ำ และอุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีการผลิตที่ค่อนข้างสูง - คาดว่าอนาคตของสินค้าอุปกรณ์ไฟฟ้า จะยังมีความความต้องการสูงขึ้นในระยะเวลาอย่างน้อย 10 ปี
น้ำมันเพื่อการบริโภค	- ชาวเมียนมามีแนวโน้มใช้น้ำมันเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
ยารักษาโรค	- สินค้าประเภทยารักษาโรค มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ด้านสาธารณสุขของประชาชนในประเทศเมียนมา - เมียนมาไม่สามารถผลิตยารักษาโรคได้ภายในประเทศ มีความจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนำเข้าจากประเทศในภูมิภาคเอเชียซึ่งเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตยาที่มีคุณภาพสูงแต่ราคาไม่แพง
เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	- เป็นกลุ่มสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมของชาวเมียนมา โดยเฉพาะกลุ่มสตรี และวัยรุ่นที่เริ่มสนใจในด้านความงาม

²⁴ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

5.6 สภาพแวดล้อมการทำธุรกิจ

ผลการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมา พบสรุปการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการลงทุน^{25 26 27 28 29} พบว่าในอดีตที่ผ่านมา เศรษฐกิจในภาพองค์กรรวมของเมียนมาถือว่าไม่มีความชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานขาดความชัดเจน ประกอบกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อันเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งได้แก่ ความไม่มั่นคงทางการเมือง ปัญหาคอร์รัปชัน และความขัดแย้งแนวเขตชายแดน รวมทั้งปัญหาชนกลุ่มน้อย ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของเมียนมาทั้งสิ้น อีกทั้งประเทศคู่ค้าสำคัญก็ประสบการชะงักตัวทางเศรษฐกิจสำหรับปี 2557-58 ที่เพิ่งผ่านมานี้ เศรษฐกิจของเมียนมาเติบโตขึ้นอย่างมาก อันมีผลมาจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งของภาครัฐและเอกชน อันสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ภาครัฐมีการสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม มีการใช้จ่ายในโครงการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค รวมถึงการส่งออกก๊าซธรรมชาติ แต่ต้องไม่ลืมว่าการนำเข้าสินค้าทุนจำนวนมาก ทำให้เมียนมาตกอยู่ในภาวะขาดดุลถึงร้อยละ 6.3 ในปี 2557/58 รัฐบาลได้ประกาศอัตราค่าจ้างขั้นต่ำอย่างชัดเจน สร้างความโปร่งใสในเรื่องของต้นทุน ส่วนภาคบริการนั้นมีความเติบโตอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องโทรคมนาคม การขนส่งและการท่องเที่ยว
2. ภาคเอกชนมีการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น อีกทั้งธนาคารพาณิชย์จากต่างประเทศต่างพากันมาเปิดกิจการ ทำให้ธุรกิจต่างๆ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น

5.6.1 นโยบายการลงทุน

รัฐบาลเมียนมาให้ความสำคัญกับการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ (Foreign direct investment – FDI) เพื่อเป็นการเรียนรู้เทคโนโลยีและความรู้ในการบริหารจัดการจากต่างชาติ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเมียนมา เพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ เมียนมาได้ประกาศใช้กฎหมายการลงทุนของต่างชาติ (Foreign Investment Law - FIL) ฉบับใหม่ในปี พ.ศ. 2555 และในปี พ.ศ. 2556 เมียนมาได้ลงมติยอมรับกฎหมายการลงทุนของประชาชน (Citizens' Investment Law - CIL) เพื่อเป็นการวางกรอบขอบข่ายการลงทุนและขั้นตอนการลงทุนสำหรับนักลงทุนชาวเมียนมาและนักลงทุนต่างชาติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ด้วย FIL และ CIL ใหม่ นักลงทุนชาวต่างชาติสามารถลงทุนและเป็นเจ้าของได้ 100% ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีมากขึ้น สามารถเช่าที่ดินได้นานขึ้น ลดปริมาณเงินลงทุนขั้นต่ำ และมีมาตรฐานการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เข้มงวดขึ้น

ในปี พ.ศ. 2555 เมียนมาได้มีการดำเนินการให้มีขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทที่มีความเป็นเสรีขึ้น เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และในปี พ.ศ. 2556 เมียนมาได้เปิดจุดบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One-stop service) ณ สำนักงานคณะกรรมการการลงทุนและคณะกรรมการบริหาร (Directorate of Investment and Company Administration – DICA) สำหรับคนต่างชาติและคนท้องถิ่นอย่างกึ่ง และเข้าร่วมกลุ่มกับอนุสัญญาฉบับนครนิวยอร์ก (New York Convention) ว่าด้วยอนุญาโตตุลาการ ซึ่งเป็นหนึ่งของกฎหมายสำคัญในเรื่องอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ

²⁵ Myanmar. 2014. OECD Investment Policy Reviews.

²⁶ World Trade Organization. 2015. Myanmar, Trade Policy Review Report by the Secretariat 2014.

²⁷ ธนาคารแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือ. 2558. รายงานเศรษฐกิจการเงินสาธารณะรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ปี 2557/8.

²⁸ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558. เมียนมา: โอกาสการค้าและการลงทุน.

²⁹ ธนาคารกรุงเทพ. 2557. จัดทัพธุรกิจ พิชิตชายแดนเมียนมา. เอกสารประกอบการสัมมนาเพื่อนคู่คิด มิตรคู่ AEC.

5.6.2 กฎหมายการลงทุนในเมียนมา

กฎหมายการลงทุนปี 2012 (Foreign Investment Law 2012) กำหนดให้นักลงทุนต่างชาติลงทุนในกิจการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม สุขภาพประชาชน และต้องเป็นกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ห้ามนำเข้าวัตถุเป็นพิษ ของเสีย การผลิตสารเคมีที่เป็นอันตราย และห้ามนำเข้าเทคโนโลยี ยาและเครื่องมือที่ยังไม่ได้รับการยอมรับ รวมทั้งห้ามลงทุนในรัศมี 10 ไมล์จากแนวชายแดน ยกเว้นพื้นที่ที่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ นอกจากนี้คณะกรรมการการลงทุนเมียนมา (Myanmar Investment Commission) ได้ประกาศเพิ่มเติมลำดับที่ 1/2013 ภายใต้กฎหมายการลงทุนของต่างชาติ (Foreign Investment Law) เพื่อกำหนดธุรกิจสำหรับนักลงทุนต่างชาติ 3 ประเภทคือ

1. ธุรกิจที่ห้ามชาวต่างชาติลงทุน 21 ประเภท
2. ธุรกิจที่ต้องดำเนินการในรูปแบบกิจการร่วมค้ากับชาวเมียนมา (Joint Venture) 42 ประเภท
3. ธุรกิจที่ต้องได้รับอนุญาตภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ได้แก่
 - ธุรกิจที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง 115 กิจกรรม ภายใต้ 13 กระทรวง
 - ธุรกิจที่ต้องได้รับอนุญาตภายใต้เงื่อนไขอื่น 27 กิจกรรม
 - ธุรกิจที่ต้องผ่านการประเมินผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) 32 กิจกรรม

5.6.3 ระบบภาษีของเมียนมา

เพื่อก้าวเข้าสู่การค้าระหว่างประเทศ และรับนักลงทุนจากต่างชาติ เมียนมาได้ปรับปรุงระบบภาษีต่างๆ โดยเฉพาะครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558 ที่ผู้ประกอบการควรต้องศึกษาและเรียนรู้ เมียนมามีรอบปีภาษีเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายนถึง 31 มีนาคม ต้องยื่นแบบภาษีภายในวันที่ 30 มิถุนายนของปีภาษีนั้น และหากเลิกกิจการกลางปีภาษี ต้องยื่นแบบชำระภาษีภายใน 1 เดือนนับจากวันเลิกกิจการ ภาษีที่สำคัญ ที่นักลงทุนต้องรู้มีดังต่อไปนี้

1. ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate income tax) - เมียนมาใช้ระบบภาษีชั้นเดียว โดยเก็บจากรายได้ตรงของนิติบุคคล แต่ไม่เก็บภาษีจากเงินปันผลที่ได้รับของนิติบุคคล ประเภทภาษีนิติบุคคลของเมียนมามี 3 ประเภทคือ
 - 1.1 นิติบุคคล (Resident) ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายการลงทุนต่างประเทศและนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายจดทะเบียนบริษัทของเมียนมา (Myanmar Companies Act) - เสียภาษีในอัตราร้อยละ 25
 - 1.2 นิติบุคคลที่ไม่มีถิ่นที่อยู่ในเมียนมา (Non-resident) รวมทั้งสาขาของธุรกิจต่างชาติที่จดทะเบียนในเมียนมา - เสียภาษีในอัตราร้อยละ 35
 - 1.3 องค์กรต่างประเทศในเมียนมาที่กำลังปฏิบัติงาน ภายใต้การอนุญาตเป็นกรณีพิเศษในพื้นที่ที่ภาครัฐให้การสนับสนุนโครงการ หรือองค์กรตามข้อผูกพัน - เสียภาษีในอัตราร้อยละ 25

นอกจากนี้ การลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษยังได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีตามกฎหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone Law 2014) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม 2557 สาระสำคัญมีดังนี้

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วง 7 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ
- ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 ในช่วงปีที่ 8-12

สำหรับธุรกิจที่อยู่ในเขตยกเว้นภาษี (Exempted Zone) มีสาระสำคัญดังนี้

- ยกเว้นภาษีนิติบุคคลในช่วง 5 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ
- ลดหย่อนภาษีนิติบุคคลร้อยละ 50 ในช่วงปีที่ 6-10 สำหรับธุรกิจที่อยู่ในเขตส่งเสริม (Promotion Zone)

2. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax) - เมียนมาจัดเก็บในอัตราก้าวหน้าในอัตราร้อยละ 3-30 แต่ชาวต่างชาติที่ไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมาหรือทำงานในเมียนมาน้อยกว่า 183 วันต่อปี ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราร้อยละ 35 รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 15 รายละเอียดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

รายได้สุทธิ (จีดี)	อัตราร้อยละ
ชาวเมียนมา และผู้มีถิ่นพำนักในเมียนมา	3-30
ชาวต่างชาติที่ไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมา	35
ชาวต่างชาติที่ได้รับอนุญาตเป็นกรณีพิเศษ เพื่อดำเนินการภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ	20

3. ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) - ชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในเมียนมา และไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมาจะถูกเรียกเก็บภาษีหัก ณ ที่จ่ายในอัตราร้อยละในตารางที่ 16 ต่อไปนี้

ตารางที่ 16 รายละเอียดภาษีหัก ณ ที่จ่ายของเมียนมา

ประเภทของภาษี	ชาวต่างชาติที่พำนักในเมียนมา (ร้อยละ)	ชาวต่างชาติที่ไม่พำนักในเมียนมา (ร้อยละ)
ภาษีดอกเบี้ย	0	15
เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร และใบอนุญาตต่างๆ	15	20
การจ่ายเงินเพื่อการซื้อสินค้าและการให้บริการ	2	3.5

4. ภาษีการค้า (Commercial Tax) - เมียนมายังไม่ได้ใช้ระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม จึงมีการเรียกเก็บภาษีการค้า จากผู้ผลิตสินค้าในประเทศ การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ การส่งออกสินค้าบางประเภท และการให้บริการ เช่น การขนส่งผู้โดยสาร กิจการบันเทิง กิจการโรงแรม ซึ่งมีอัตราร้อยละดังนี้

ตารางที่ 17 รายละเอียดภาษีการค้าของเมียนมา

ประเภทสินค้าและบริการ	อัตราร้อยละ
การผลิตสินค้า นำเข้าสินค้าและการบริการ	0-100 ขึ้นกับประเภทสินค้าและบริการ
การส่งออกสินค้า (ยกเว้นก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ หยก อัญมณี และไม้)	ได้รับการยกเว้น
การส่งออกก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ หยก อัญมณี และไม้	5-50 ขึ้นกับประเภทสินค้า
การบริการ เช่นการค้า การขนส่ง การบันเทิง ประกันภัย และอื่นๆ	5 (ของรายได้รวม)
สินค้าที่ผลิตจากเขตอุตสาหกรรม	3
รายได้จากการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าไม่เกิน 10 ล้านจัต	ได้รับการยกเว้น

5. ภาษีศุลกากร (Customs Duty) - สินค้าที่นำเข้าประเทศเมียนมา ส่วนใหญ่ต้องเสียภาษีนำเข้าผ่านพิธีศุลกากร ขณะที่สินค้าบางอย่างอาจได้รับการยกเว้นภาษี อัตราภาษีในปัจจุบันอยู่ในระหว่างอัตราร้อยละ 0-40 เมียนมาเป็นสมาชิกอาเซียนโดยมีข้อผูกพันที่จะต้องลดอัตราภาษีศุลกากรลงให้เหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2558 ซึ่งได้เริ่มดำเนินการลดภาษีศุลกากรแล้วหลายรายการ และจะทยอยลดลงเรื่อยๆ จนกระทั่งสินค้าทั้งหมดเหลือ 0 ตามที่ตกลงไว้ สินค้าจากประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ จะได้รับสิทธิในการเสียภาษีศุลกากรต่ำกว่าประเทศอื่นๆ

นอกจากภาษีดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เมียนมายังมีภาษีแสดมป์:

- (1) จากการขายหรือโอนอสังหาริมทรัพย์ของพื้นที่ทั่วไปร้อยละ 5 พื้นที่อย่างถาวรร้อยละ 7
- (2) การโอนหุ้นร้อยละ 0.3
- (3) การเช่าอสังหาริมทรัพย์ร้อยละ 1.5-5 ของค่าเช่า

ภาษีทรัพย์สินที่เรียกเก็บจากที่ดินและอาคารในเขตพัฒนาอย่างกึ่งแบ่งเป็น

- ภาษีทั่วไปไม่เกินร้อยละ 20 ต่อปี
- ภาษีการใช้ไฟฟ้าไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปี
- ภาษีการใช้น้ำไม่เกินร้อยละ 12 ต่อปี
- ภาษีสิ่งแวดล้อมไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี

5.6.5 นโยบายตลาดทุนของเมียนมา

ตลาดทุนของเมียนมายังล้าหลังอยู่ เมียนมาจึงได้ทำงานร่วมกับธนาคารโลก ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) สมาชิกอาเซียน รวมทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีเพื่อพัฒนาตลาดทุน โดยมีการปรับปรุงกฎหมายดังต่อไปนี้

- กฎหมายสถาบันการเงินแห่งเมียนมา (Financial Institutions of Myanmar Law)
- กฎหมายธนาคารแห่งประเทศไทยเมียนมา (Central Bank of Myanmar Law)
- กฎหมายตลาดหลักทรัพย์ (Securities Exchange Law)

5.6.6 นิคมอุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจพิเศษในเมียนมา

1. นิคมอุตสาหกรรม

ปัจจุบันปีพ.ศ. 2555 เมียนมามีเขตอุตสาหกรรม 18 แห่ง ตามเขตและรัฐ มีบริษัทและโรงงานตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมทั้ง 18 เขต รวม 6,830 แห่ง (ตั้งอยู่นอกนิคมดังกล่าวรวม 37,500 แห่ง ทั่วประเทศ) โดยนิคมอุตสาหกรรมในเขตย่างกุ้งมีขนาดใหญ่ที่สุด มีสัดส่วนจำนวนอุตสาหกรรมถึงร้อยละ 44 ของจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมด ใช้เทคโนโลยีทันสมัยที่สุดเทียบกับนิคมอุตสาหกรรมเขตอื่น ๆ รองลงมา คือ นิคมอุตสาหกรรมมันตะเลย์ มีสัดส่วนจำนวนอุตสาหกรรมร้อยละ 11 ของทั่วประเทศ โดยเขตอุตสาหกรรมในเมียนมาได้ดังนี้

ตารางที่ 18 เขตอุตสาหกรรมในเมียนมา

	เขตอุตสาหกรรม	ปีจัดตั้ง	จำนวนผู้ประกอบการ			
			ใหญ่	กลาง	เล็ก	รวม
1	Mandalay Industrial Zone	2540	287	189	633	1109
2	Myinyan Industrial Zone	n.a.	37	170	123	330
3	Meikhtila Industrial Zone	2540	21	110	218	349
4	East Yangon Industrial Zone	2535	444	679	193	1316
5	West Yangon Industrial Zone	n.a.	148	274	612	1034
6	South Yangon Industrial Zone	n.a.	76	150	673	899
7	North Yangon Industrial Zone	2533	559	90	56	705
8	Myaungmya Industrial Zone	n.a.	40	33	291	364
9	Hinthada Industrial Zone	n.a.	13	41	389	443
10	Patheingyi Industrial Zone	2536	28	86	241	355
11	Monywa Industrial Zone	2535	87	226	582	895
12	Kalay Industrial Zone	n.a.	8	34	212	254
13	Pyaw Bye Industrial Zone	n.a.	19	87	84	190
14	Yenangyaung Industrial Zone	2541	8	20	60	88
15	Pakoku Industrial Zone	n.a.	38	113	122	273
16	Mawlamyine Industrial Zone	n.a.	41	149	19	209
17	Taunggyi Industrial Zone	n.a.	40	41	669	750
18	Myeik Industrial Zone	n.a.	19	2	5	26

ในช่วงเดือนกันยายน 2555 ทางกรมเมียนมาได้ประกาศที่จะจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมเพิ่มเติมอีก 7 แห่ง โดยให้ความสำคัญกับเขตอุตสาหกรรมบริเวณชายแดน โดยมุ่งหวังให้พื้นที่ดังกล่าวก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและเป็นการกระจายความเจริญเติบโตไปยังพื้นที่รอบนอกกรุงย่างกุ้ง โดยบางแห่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างไทย-เมียนมาภายใต้กรอบความร่วมมือ ACMECS ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมเมียวดี และนิคมอุตสาหกรรมพะอัน

นอกจากนี้ เมียนมายังได้ตั้งเขตอุตสาหกรรมเฉพาะด้านที่อย่างกุ่ม เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ อาทิ Mingaladon Industrial Park (MIP) เป็นโครงการร่วมทุนระหว่าง Department of Human Settlement & Housing Department (DHSHD) ซึ่งเป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงก่อสร้าง กับบริษัท Mitsui & Co. Ltd ของญี่ปุ่น นับเป็นเขตอุตสาหกรรมแห่งแรกที่ได้มาตรฐานระดับสากล ตั้งขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศและเป็นแหล่งรองรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ ของเมียนมา มีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดเล็กจนถึงขนาดกลางในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ พลาสติกและเครื่องหนัง และการผลิตผลิตภัณฑ์ยา เป็นต้น



ภาพที่ 6 แผนที่นิคมอุตสาหกรรมในเมียนมา

2. เขตเศรษฐกิจพิเศษ

การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นความมุ่งหวังของรัฐบาลเมียนมาในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลเมียนมาได้ประกาศกฎหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษเมื่อเดือนมกราคม 2554 เพื่อรองรับการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone – SEZ) โดยกำหนดให้เป็นพื้นที่ลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมหนักต่างๆ อาทิ ปิโตรเคมีและเหล็ก อุตสาหกรรมสินค้าไฮเทคจำพวกอิเล็กทรอนิกส์ ไอทีและการสื่อสาร แต่ละเขตจะมีการก่อสร้างท่าเรือน้ำลึกและระบบการขนส่งทั้งถนนและระบบรางเพื่อรองรับการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ปัจจุบันเขตเศรษฐกิจพิเศษในเมียนมามีจำนวน 3 แห่ง คือ เขตเศรษฐกิจพิเศษติลลวา (Thilawa SEZ) เขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย (Dawei SEZ) และเขตเศรษฐกิจพิเศษเจ้าผิว (Kyaukphyu SEZ) ดังแสดงในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 เขตเศรษฐกิจพิเศษของเมียนมา

ที่มา: กองการต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย

- เขตเศรษฐกิจพิเศษติลลวา มีพื้นที่ 2,400 เฮกตาร์ หรือ 24 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากย่างกุ้งประมาณ 25 กิโลเมตร เหมาะกับการเป็นฐานการผลิตใหม่ เพราะใกล้พื้นที่เศรษฐกิจหลัก รวมทั้งเป็นศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์กลางการขนส่ง โครงการนี้มีกลุ่มนักลงทุนหลักมาจากญี่ปุ่น เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีระดับสูง รวมทั้งเป็นท่าเรือน้ำลึก ซึ่งญี่ปุ่นถือสัดส่วนการลงทุน ร้อยละ 49
- เขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย ตั้งอยู่ในมณฑลตะนาวศรี มีขนาดพื้นที่ 400,000 ไร่ หรือ 250 ตารางกิโลเมตร บริษัทอิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ได้รับสัมปทานจากรัฐบาลเมียนมาในการบริหารจัดการโครงการท่าเรือน้ำลึกทวาย ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในเมืองทวาย มณฑลตะนาวศรี ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเมียนมา

- เขตเศรษฐกิจพิเศษเจ้าฟ้าว ขนาดพื้นที่ 3,704 ตารางไมล์ หรือ 9,593 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ที่เกาะ Yanbyae ทางฝั่งตะวันตกของประเทศ เงินลงทุนในโครงการประมาณ 10,000 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. โดยจากโครงการนี้จะสามารถเชื่อมโยงไปยังอินเดียและจีนได้ ภายในโครงการจะมีการสร้างท่าเรือเพื่อการส่งออก เน้นเพื่อการส่งออกข้าว และโครงการสร้างท่อน้ำมันและก๊าซ ซึ่งเป็นโครงการร่วมระหว่างบริษัทเมียนมาออยแอนด์ก๊าซ เอ็นเตอร์ไพรส์ บริษัทน้ำมันแห่งชาติของเมียนมา รัฐวิสาหกิจจีน China National Petroleum Corporation (CNPC) อินเดีย และเกาหลีใต้

5.7 ยุทธศาสตร์ประเทศเมียนมา

เมื่อไม่นานมานี้เมียนมายังไม่เป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ แต่หลังจากการเลือกตั้งทั่วไปในปี พ.ศ. 2553 รัฐบาลพลเรือน อุ เต็ง เสง์ ได้รับเลือกเป็นประธานาธิบดี เน้นให้ความสำคัญของการปฏิรูปประเทศ และการดำเนินงานอย่างตรงไปตรงมาเพื่อความเป็นปึกแผ่นและความความปรองดองของชาติ โดยเน้นการปฏิรูปเศรษฐกิจและสังคมเป็นสำคัญเพื่อต้องการผลักดันให้ประเทศทัดเทียมนานาชาติ อีกทั้งสนับสนุนการลงทุนทั้งในและนอกประเทศเพื่อลดปัญหาความยากจนและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร

ภายใต้นโยบายการค้าฉบับใหม่ (Trade Policy Review) ที่เปลี่ยนจากเศรษฐกิจแบบวางแผนจากส่วนกลาง (Centrally-planned economy) ไปสู่เศรษฐกิจแบบตลาดเสรี (Market economy) เมียนมามุ่งเน้นตลาดที่เปิดเสรีมากขึ้นและเพื่อเปิดตัวสู่ทวีปเอเชียและโลกอีกครั้ง นโยบายการค้าฉบับนี้ทำให้ชาวเมียนมาเกิดความตื่นตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนจากต่างชาติกลายเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิรูปเศรษฐกิจดังกล่าว รัฐบาลเมียนมาให้ความสำคัญสนับสนุนเต็มที่กับระบบการค้าแบบพหุภาคี (Multilateral Trading System, MTS) อันหมายถึงการเข้าถึงตลาดส่งออกทั่วโลก รวมทั้งกระแสรไหลเข้าของเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและลดปัญหาความยากจน อีกทั้ง

ผลพวงจากการเป็นสมาชิกอาเซียน (Association of South East Asian Nations, ASEAN) บวกกับความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดขึ้นทางด้านเศรษฐกิจกับประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ อีกทั้ง การเข้าร่วมระเบียบเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region, GMS) อันประกอบไปด้วยเมียนมา กัมพูชา ลาว ไทย เวียดนามและมณฑลยูนนานของจีน ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อยกระดับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจข้ามชายแดนของประเทศเหล่านี้ และในปี พ.ศ. 2553 ประเทศในกลุ่ม GMS ยังได้ตกลงทางด้านการอำนวยความสะดวกทางการขนส่งและการค้า (Actions for Transport and Trade Facilitation) นอกจากนี้ เมียนมายังเป็นสมาชิกความร่วมมือทางเศรษฐกิจประเทศเอเชียใต้ (BIMSTEC) ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การลงทุน และทางเทคโนโลยีระหว่างบังกลาเทศ ภูฏาน อินเดีย เนปาล ศรีลังกาและประเทศไทย ทำให้เมียนมากลายเป็นหุ้นส่วนทางการค้าของภูมิภาคนี้

5.8 ธุรกิจนำลงทุนสำหรับผู้ประกอบการไทย

รายงานการศึกษาที่ผ่านมาได้นำเสนอธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจเข้าไปลงทุนในเมียนมา ประกอบด้วย^{30, 31, 32}

1. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

สินค้าอุปโภคบริโภคถือเป็นสินค้าที่ต้องการอย่างมากในเมียนมา มีการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภค แนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะเมียนมายังขาดเทคโนโลยีและเงินลงทุนในการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันพืช อุตสาหกรรมน้ำตาล อุตสาหกรรมอาหารกึ่งสำเร็จรูป เครื่องใช้ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์เซรามิก ของเล่นเด็ก รองเท้า เป็นต้น ทำให้เมียนมาไม่สามารถผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคได้เพียงพอกับความต้องการในประเทศ นำไปสู่ความจำเป็นต้องพึ่งพาสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทย ในการเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคเข้าสู่ตลาดเมียนมาและเมืองในพื้นที่เป้าหมายให้มากขึ้น รวมถึงการใช้เมียนมาเป็นฐานกระจายสินค้าต่อไปสู่ประเทศในเอเชียใต้ เช่น อินเดีย บังกลาเทศ

สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีศักยภาพสูงในตลาด ได้แก่ สินค้าจำพวกอาหาร อาหารแปรรูป และขนมขบเคี้ยวต่างๆ รวมถึงสินค้าประเภทน้ำมันพืชและผงชูรสที่เคยเป็นสินค้าที่ห้ามนำเข้าประเทศตามแนวชายแดน แต่กลับกลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการค้าสูงและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวเมียนมาเป็นอย่างมาก ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางการค้าของสินค้าไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในปัจจุบันและที่จะเริ่มเข้าไปจำหน่ายในเมียนมาในอนาคต ทั้งที่เป็นสินค้าคุณภาพ มีตราหือสินค้าเป็นที่รู้จัก และสินค้ากลุ่มตลาดล่างที่เน้นเจาะตลาดล่างในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย

2. กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับการเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร

สินค้าเกี่ยวกับการเกษตรถือเป็นสินค้าที่สำคัญของเมียนมา ดังเห็นได้จากพื้นที่ในการทำเกษตรกรรม และกิจกรรมต่างๆ ซึ่งการทำเกษตรกรรมสมัยใหม่จำเป็นต้องอาศัยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์การเกษตรและเทคโนโลยี มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

สินค้าที่เกี่ยวกับการเกษตรที่มีโอกาสของไทย ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ เครื่องจักรกลการเกษตรขนาดเล็ก และปุ๋ย และเคมีภัณฑ์

3. กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับวัสดุ อุปกรณ์ในการก่อสร้าง

ปัจจุบันเมียนมาอยู่ในช่วงของการพัฒนาประเทศในทุกมิติ จำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในทุกด้าน อีกทั้งความต้องการจากภาคธุรกิจและประชาชนที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น จึงมีความจำเป็นในการนำเข้ากลุ่มสินค้าประเภทวัสดุและอุปกรณ์การก่อสร้าง เป็นจำนวนมาก

³⁰ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2557. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

³¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558. เมียนมา: โอกาสการค้าและการลงทุน.

³² กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

4. กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วน

จากการพัฒนาของระบบคมนาคมขนส่งที่เติบโตพร้อมกับการค้าและการพัฒนาของประเทศ ถึงแม้ว่าสินค้าประเภทนี้จะมีข้อจำกัดทางการค้าในแง่ของกฎระเบียบทางการค้าและกฎหมายท้องถิ่น แต่ก็ยังเป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการ สินค้ากลุ่มนี้มีโอกาสในการเพิ่มปริมาณและมูลค่าทางการค้า ได้แก่ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน อะไหล่และชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงอุปกรณ์ประดับยนต์ สินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วนจึงกลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ต่าง ๆ อยู่มาก ในขณะที่ประเทศไทยมีจุดแข็งในคลัสเตอร์นี้

5. กลุ่มสินค้าบริการ สุขภาพ

กลุ่มสินค้าบริการ สุขภาพ เป็นกลุ่มที่มีโอกาสและเหมาะกับธุรกิจ SMEs ของไทย ได้แก่ สปา นวดแผนโบราณ ร้านกาแฟ และร้านเสริมสวย เป็นต้น โดยอาจจะอยู่ในรูปของการดำเนินธุรกิจระบบแฟรนไชส์ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในไทยและคาดว่าจะเติบโตและมีอนาคตที่ดีในเมียนมา โดยเฉพาะธุรกิจที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว อาทิ สปาและนวดแผนโบราณ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่เมืองย่างกุ้ง มัณฑะเลย์ หรือตองยี

6. ศักยภาพของผู้ประกอบการไทย

ปัจจัยสำคัญๆที่ถูกมองว่าเป็นโอกาสของนักธุรกิจไทยที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมา มีดังนี้

- ฐานประชากร ถึงแม้เมียนมาจะเป็นตลาดที่มีขนาดปานกลางด้วยประชากรประมาณ 60 ล้านคน แต่จากการที่เมียนมามีอาณาเขตติดต่อกับจีน อินเดีย บังคลาเทศ และไทย นักธุรกิจสามารถใช้เมียนมาเป็นฐานในการส่งออกและนำเข้าสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งมีจำนวนประชากรรวมกันกว่า 2 พันล้านคน
- การเปิดประเทศให้กับการลงทุนจากต่างประเทศ ระบบกฎหมายในเมียนมากำลังได้รับการปรับปรุงอย่างรวดเร็ว รัฐบาลของเมียนมาได้เร่งดำเนินการผ่อนคลายนโยบายต่างๆ และปรับปรุงกฎหมายให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ อันจะช่วยเร่งการพัฒนาและยกระดับความเป็นอยู่ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประชาชน
- อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูง เศรษฐกิจของเมียนมามีอัตราการเติบโตในระดับสูง มาเป็นเวลาดูติดต่อกัน
- ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรที่อยู่บนบก เช่น เหมืองแร่ และป่าไม้ และทรัพยากรทางทะเล เนื่องจากมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลที่ค่อนข้างยาว อีกทั้งยังมีพื้นที่ขนาดใหญ่และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การเกษตรเป็นอย่างมาก
- การยอมรับคนไทยและสินค้าไทย ประชาชนเมียนมามีความนิยมในสินค้าไทย เพราะเห็นว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และในขณะเดียวกัน ประชาชนบางส่วนก็ยังมีความผูกพันกับประเทศไทยผ่านประสบการณ์ที่เคยเข้ามาทำงานในประเทศไทย หากบริษัทไทยหรือสินค้าไทยเข้าไปสร้างความรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand awareness) ในตลาดเมียนมาแล้ว การขยายธุรกิจเข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมาจะเป็นเรื่องไม่ยาก

อย่างไรก็ดี การเข้าไปทำธุรกิจในเมียนมาในปัจจุบันยังไม่ได้ราบรื่นเสียทีเดียวนัก เนื่องจากมีอุปสรรคที่เกิดจากความท้าทายในหลายรูปแบบ ดังพอสรุปได้ ดังนี้

- โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ได้มาตรฐานในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องโครงสร้างการคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภคพื้นฐาน และโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะปัญหาที่สำคัญคือ ความไม่เพียงพอของบริการกระแสไฟฟ้า จนต้องมีการจ่ายกระแสไฟฟ้าอยู่เนืองๆ
- ที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ราคาสูงหรือมีค่าเช่าแพง โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ธุรกิจสำคัญของประเทศ อีกทั้งราคาและค่าเช่าก็มีการปรับตัวสูงขึ้นบ่อยมาก
- ขาดแคลนข้อมูลในทุกมิติและในทุกระดับ อันเป็นผลจากการปิดประเทศมาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดแคลนข้อมูลที่ผู้ประกอบการไทยจะใช้ในการตัดสินใจลงทุน ส่งผลให้การลงทุนในเมียนมามีความเสี่ยงค่อนข้างสูงในเกือบทุกด้าน
- ขาดแคลนแรงงานมีฝีมือ ถึงแม้เมียนมามีประชากรในวัยทำงานเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานมีฝีมือในทุกด้าน เช่น ช่างเชื่อม ช่างก่อสร้าง เป็นต้น
- ความไม่แน่นอนทางการเมือง โดยเฉพาะปัญหาความขัดแย้งกับชนกลุ่มน้อย อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการเลือกตั้งล่าสุดที่ผ่านไปด้วยดีเมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 และการจัดตั้งรัฐบาลใหม่เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 น่าจะทำให้สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น
- เมียนมากำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนถ่ายไปสู่การเปิดประเทศเพื่อเข้าร่วมกับการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น กฎหมายและกฎระเบียบกำลังได้รับการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดบรรยากาศที่เป็นมิตรกับการลงทุน กฎหมายของเมียนมาจึงอยู่ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บางครั้งกฎหมายที่เพิ่งปรับใหม่เพียง 6 เดือนก็มีการเปลี่ยนแปลงแล้ว อีกทั้งยังไม่มีระบบเครดิตที่ได้มาตรฐานสากล เพราะยังขาดกฎหมายรองรับ
- ความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างพื้นที่ เมียนมาประกอบด้วยชนกลุ่มน้อยหลายกลุ่ม และแต่ละกลุ่มก็จะมีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และวิถีการค้าที่แตกต่างกันออกไป ตลาดเมียนมาจึงไม่ใช่ตลาดที่เป็นหนึ่งเดียว (Homogeneous) แต่เป็นตลาดที่แตกแยกย่อยออกเป็นหลายตลาดย่อยที่มีวิถีการค้า รูปแบบการค้า ช่องทางการค้า และความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน อันจะสร้างความยุ่งยากให้กับผู้ประกอบการที่ขาดประสบการณ์ในตลาดที่มีลักษณะแตกย่อยแบบนี้ เพราะไม่สามารถใช้นโยบายเดียวหรือกลยุทธ์เดียวในการทำตลาดและกระจายสินค้าไปทั่วประเทศเมียนมาได้

เป็นที่น่าสังเกตว่า สถานการณ์ทางธุรกิจทั้งที่เป็นโอกาสและความท้าทายในการเข้าไปลงทุนในเมียนมา ตามที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้น มีรูปแบบและลักษณะที่คล้ายกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับประเทศที่จัดว่าเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตเศรษฐกิจที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ และกำลังได้รับความสนใจจากนักธุรกิจและนักลงทุนทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ตลาดเกิดใหม่นี้มีลักษณะพิเศษที่ทำให้การประเมิน สภาพแวดล้อม สถานการณ์การแข่งขัน และโอกาสในการประกอบธุรกิจ จำเป็นต้องอาศัยฐานความคิดที่ค่อนข้างแตกต่างจากวิธีการประเมินสถานการณ์การลงทุนที่เกิดขึ้นในประเทศที่เป็นตลาดที่มีการพัฒนามาในระดับหนึ่งแล้ว (Mature Markets) เช่น ตลาดในสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

6.1 เมียนมาในฐานะที่เป็นตลาดเกิดใหม่

ประเทศเมียนมาสามารถจัดให้เข้าข่ายเป็นตลาดเกิดใหม่ได้อย่างไรก็ดี มีปัจจัยสำคัญหลายประการที่เป็นแหล่งก่อให้เกิดความเสี่ยงในการทำธุรกิจในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์และหุ้นในตลาดเกิดใหม่มีความผันผวน มีความเสี่ยงในเรื่องของอัตราและเปลี่ยน ปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดอัตราดอกเบี้ย โครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาไปมาก และการขาดองค์กรตัวกลางต่างๆ เช่น บริษัทตรวจสอบบัญชี สถาบันการศึกษาหรือบริษัทวิจัยทางการตลาดที่น่าเชื่อถือ ซึ่งทำหน้าที่ในการช่วยให้กลไกของตลาดดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ต่างก่อให้เกิดผลกระทบต่อการลงทุนในกลุ่มประเทศเกิดใหม่

การขาดตัวกลางในการประกอบธุรกิจเหล่านี้คืออุปสรรคเบื้องต้นของการทำธุรกิจในตลาดเกิดใหม่ ส่งผลให้ผู้ซื้อและผู้ขายไม่สามารถติดต่อกันได้ง่าย หรือมีประสิทธิภาพได้ดังเช่นในระบบเศรษฐกิจของตลาดที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ทำให้ต้นทุนธุรกรรม (Transaction cost) สูงขึ้นและก่อให้เกิดความท้าทายในด้านต่างๆ มากมาย การทำธุรกรรมที่สูงส่งผลให้เศรษฐกิจด้อยประสิทธิภาพ และเพิ่มต้นทุนในการทำการค้า ผู้บริโภคทั้งต่างชาติและท้องถิ่น รวมไปถึงนักลงทุนทั้งหลายต่างพากันลังเลที่จะทำธุรกิจในตลาดเกิดใหม่

อย่างไรก็ดี การขาดแคลนตัวกลางตัวกลางในการประกอบธุรกิจเหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งอุปสรรคหรือโอกาสแก่นักลงทุนท้องถิ่นและต่างชาติ โดยนักลงทุนที่จะมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในตลาดเกิดใหม่คือ ผู้ที่สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจขึ้นได้ด้วยความสามารถในการดำเนินการเติมเต็มช่องว่างที่มีอยู่เหล่านี้ ทั้งนี้ ในกรณีของปัญหาการขาดแคลนตัวกลางที่นักลงทุนมักประสบในประเทศเมียนมา การศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักจัดให้ปัจจัยเหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อความพยายามที่จะขยายการค้าและการลงทุนของไทยเข้าไปในประเทศเมียนมา อย่างไรก็ตาม หากวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบเพื่อพิจารณาศักยภาพการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการต่างประเทศ สถานการณ์ที่เป็น Institutional Voids แบบนี้นั้น น่าจะสร้างความได้เปรียบให้กับผู้ประกอบการไทยเหนือกว่าผู้ประกอบการจากหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มาจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เพราะผู้ประกอบการไทยเคยมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจในสถานการณ์ที่คล้ายกันมาก่อนในประเทศไทยแล้ว และน่าจะมีประสบการณ์ในการค้นหาวิธีการบรรเทาหรือลดปัญหาความไม่สมบูรณ์เหล่านี้ได้ดีกว่าผู้ประกอบการที่มีพื้นฐานมาจากการค้าในประเทศที่พัฒนาแล้ว

ทั้งนี้ บริษัทที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจในกลุ่มประเทศที่ขาดองค์กรตัวกลางเหล่านี้ต้องเป็นบริษัทที่สามารถปรับตัวได้ และเปิดกว้างต่อการทดลองสิ่งใหม่ๆ ที่แปลกใหม่ โดยสามารถเริ่มต้นจากการตระหนักถึงความขาดแคลนตัวกลาง และพยายามแสวงหาวิธีทางต่างๆ ที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับตลาดเกิดใหม่จากการเติมเต็มตัวกลางเหล่านี้

6.2 กรอบความคิดในการเข้าสู่ตลาดเมียนมา

ในการเลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดเมียนมานั้น การศึกษาเห็นว่า ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากการค้าการขนส่งชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา เป็นสะพานที่จะนำผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนในเมียนมาได้โดยสะดวกขึ้น ทั้งนี้ การประเมินโอกาสการลงทุนในเมียนมาในการศึกษาอื่นๆ ที่ผ่านมา ไม่ได้วิเคราะห์ถึงรูปแบบของธุรกิจในเมียนมาที่มีโอกาสที่จะเชื่อมโยงกับการผลิตและการดำเนินงานในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการพิจารณาถึง การลงทุนในเมียนมาที่แยกเป็นเอกเทศกับการประกอบธุรกิจที่มี

อยู่ในประเทศไทย เช่น การลงทุนในการผลิตและบริการในเมียนมา ที่พึ่งวัตถุดิบในเมียนมา แล้วจำหน่ายในตลาดเมียนมา เป็นต้น

แนวความคิดที่ใช้เป็นกรอบในการดำเนินการพิจารณาแนวทางในการเข้าสู่ตลาดเมียนมา มีอยู่ 3 กรอบแนวความคิดหลักด้วยกัน ประกอบด้วย

1) การเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน การขนส่งข้ามแดน และการลงทุนในเมียนมา

ให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน การขนส่งชายแดน และการลงทุนในเมียนมา ซึ่งมีความสัมพันธ์ใน 2 ระดับ ความสัมพันธ์ระดับแรกเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการค้าข้ามแดนกับการขนส่งข้ามแดน ส่วนความสัมพันธ์ระดับที่สองเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการค้าและการขนส่งข้ามแดนผ่านด่านแม่สอดกับการขยายการลงทุนเข้าไปในเมียนมา ในระดับแรก การค้าข้ามแดนเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นต้นกำเนิดของการขนส่งข้ามแดน ซึ่งเป็นไปตามหลักทฤษฎีที่ว่า ความต้องการบริการขนส่งและโลจิสติกส์เป็นความต้องการตาม (Derived Demand) โดยบริการขนส่งและโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้การค้าและการผลิตสามารถส่งมอบสินค้าและบริการสมตามเป้าหมายของธุรกิจ กล่าวคือ ควรดำเนินการสัมพันธ์ไปกับการส่งเสริมการค้าชายแดน การขยายตัวของการค้าชายแดนของสินค้าไทยย่อมเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้การขนส่งข้ามแดนโดยผู้ประกอบการไทย สำหรับความสัมพันธ์ระดับที่สอง คือ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจและเครือข่ายทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการเมียนมาที่มีอยู่แล้วภายใต้การค้าและการขนส่งข้ามแดน ช่วยเปิดโอกาสและช่วยลดความเสี่ยงในการที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนผลิตหรือค้าขายในเมียนมา เพราะช่วยให้นักลงทุนไทยไม่จำเป็นต้องเริ่มสร้างทุกอย่างจากศูนย์ แต่สามารถอาศัยช่องทางทางธุรกิจที่มีอยู่แล้วกับธุรกิจท้องถิ่น ไปขยายการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าเข้าไปในประเทศเมียนมา และใช้เป็นบันไดเพื่อสร้างอำนาจต่อรองให้กับธุรกิจไทยในตลาดเมียนมา อันจะกลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนหรือสนับสนุนให้การค้าชายแดนเกิดการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2) การเชื่อมโยงของเครือข่ายการผลิตภายใต้การดำเนินงานในรูปแบบ Global Value Chain (GVC)

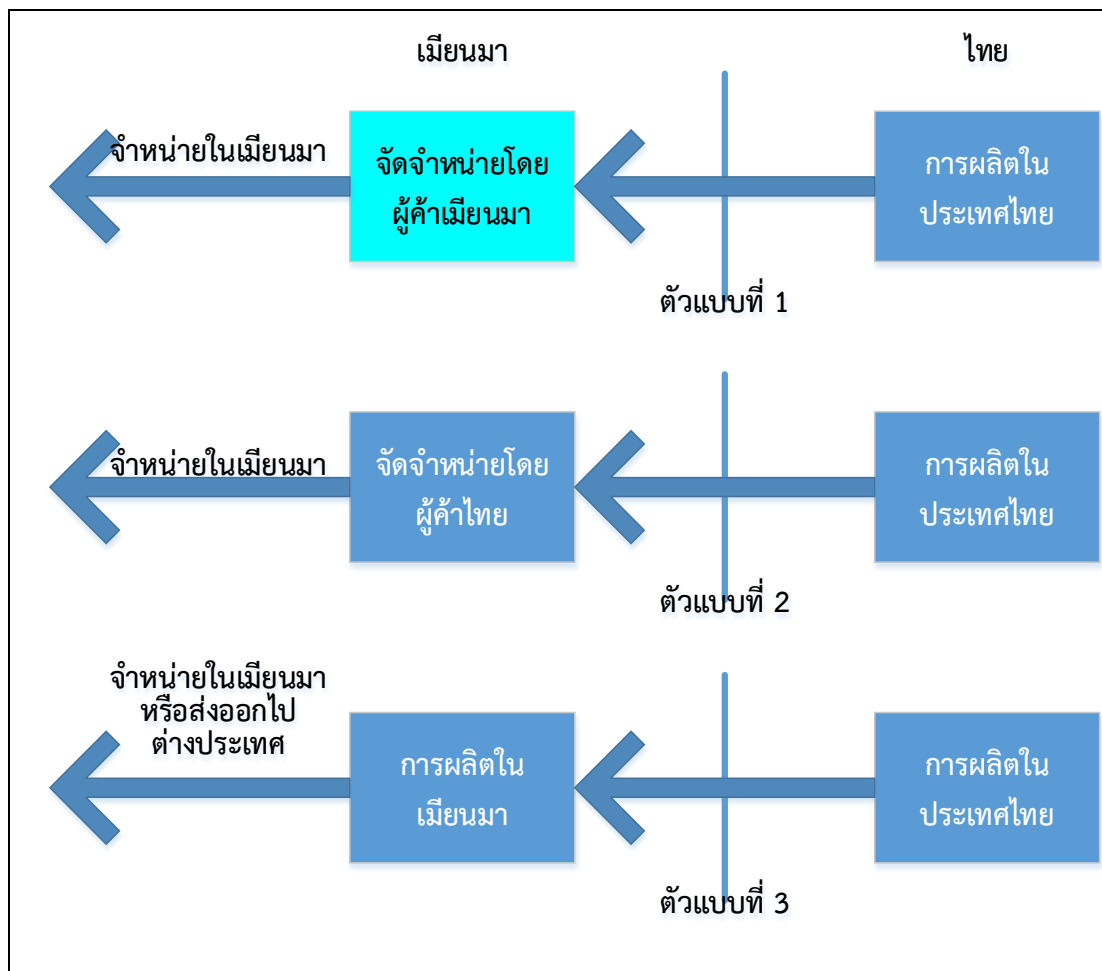
ภายใต้กรอบการดำเนินงานในรูปแบบ Global Value Chain กระบวนการผลิตสินค้าและกระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานไปจนถึงมือผู้บริโภค จะถูกซอยย่อยเป็นหลายส่วนหรือหลายขั้นตอน และฐานการผลิตและฐานปฏิบัติการในแต่ละส่วนของการผลิตและการดำเนินงาน จะกระจายไปอยู่ในทำเลในประเทศต่างๆที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตและการดำเนินงาน โดยพิจารณาจากปัจจัยสถานะแวดล้อมทางธุรกิจของแต่ละทำเลที่ตั้ง ในหลายมิติ ทั้งนี้ ในการดำเนินงานภายใต้ Global Value Chain ฐานการผลิตไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ใกล้ลูกค้าเสมอไป ทั้งนี้ การดำเนินการธุรกิจในรูปแบบ GVC เป็นรูปแบบทางธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งมีความแตกต่างจากรูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิม ที่มักนำการผลิตและการปฏิบัติการทุกขั้นตอนมาดำเนินการรวมกันอยู่ ณ ที่เดียวกันทั้งหมด รูปแบบการผลิตแบบ GVC มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกแล้ว

3) การสร้างมูลค่าของกิจกรรมใน Value Chain

พบว่า กิจกรรมแต่ละส่วนจะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการไม่เท่ากัน โดย Global Value Chain (GVC) ส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายการผลิตและธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมีธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่เข้าร่วม GVC รับบทบาทและหน้าที่แตกต่างกันออกไป ตามขีดความสามารถของแต่ละราย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่ถึงแม้ร่วมประกอบการอยู่ใน GVC เดียวกัน จะได้รับผลประโยชน์ไม่เท่ากัน โดยความสามารถในการสร้าง

ประโยชน์จากการเข้าร่วมใน GVC จะขึ้นอย่างมากกับขีดความสามารถ บทบาท ตำแหน่ง (Positioning) และอำนาจต่อรองที่ผู้ประกอบการแต่ละรายมีอยู่เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นๆที่ร่วมใน GVC

เมื่อนำกรอบความคิดทั้ง 3 กรอบข้างต้นมาพิจารณาร่วมกัน เราสามารถพอสรุปรูปแบบการเชื่อมโยงการผลิต/การดำเนินงานในประเทศไทย การค้าและการขนส่งข้ามแดน และการผลิต/การดำเนินงานในประเทศเมียนมา ได้เป็น 3 ตัวแบบ (Models) ดังนี้ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 ตัวแบบการเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนประกอบกิจการใน เมียนมา

ตัวแบบที่ 1 เป็นรูปแบบของการส่งออกสินค้าแบบปกติ โดยสินค้าสำเร็จรูปจะส่งออกเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods) ไปจำหน่ายให้กับตลาดในเมียนมา โดยผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือผู้ค้าที่เป็นคนเมียนมา ความสำเร็จของการขยายการค้าในรูปแบบนี้คือ คุณภาพและชื่อเสียงของสินค้า และความสามารถของผู้แทนจำหน่ายหรือผู้ค้าท้องถิ่น

ตัวแบบที่ 2 เป็นรูปแบบของการส่งออกเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคเช่นเดียวกับรูปแบบที่ 1 แต่มีความแตกต่างกันที่การเพิ่มขึ้นในบทบาทของผู้ประกอบการไทยใน Value Chain โดยกิจกรรมการผลิตในประเทศไทย และกิจกรรมการจัดจำหน่ายในประเทศเมียนมา เป็นการประกอบการโดยนักลงทุนไทยทั้งหมด โดยนักลงทุนไทยจะรับบทบาทเป็นทั้งผู้นำเข้า (Importer) และผู้จัดจำหน่าย (Distribution) ในประเทศเมียนมา ซึ่ง

การที่ผู้ส่งออกเข้าไปลงทุนเป็นผู้นำเข้าในประเทศเป้าหมายด้วยตนเอง ทำให้สามารถควบคุมช่องทางการค้า และการเข้าถึงลูกค้าท้องถิ่นได้โดยตรง ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในการส่งออกสินค้าของตน เพราะช่วยลดการพึ่งพาอาศัยผู้นำเข้าท้องถิ่น ซึ่งในภายหลังกอาจตัดสินใจนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกันจากประเทศอื่นได้ นอกจากนี้ การค้าในรูปแบบนี้ ผู้ประกอบการไทยยังได้ประโยชน์เพิ่มเติมในแง่ที่ว่า กิจกรรมส่วนที่เป็นการค้าเป็นส่วนกิจกรรมที่มีประโยชน์และผลตอบแทนทางธุรกิจที่ค่อนข้างสูงตามหลักของ Smile Curve

ตัวแบบที่ 3 เป็นกรณีที่สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยจะถูกส่งออกไปเป็น Industrial Goods บ้อนให้กับ การผลิตในเมียนมา ซึ่งก็เป็นการลงทุนของผู้ประกอบการไทย การค้ารูปแบบนี้เป็นการใช้ประโยชน์จากความแตกต่างในระดับของการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและเมียนมา เกิดเป็นฐานการผลิตร่วมกัน ภายใต้การค้ารูปแบบนี้ ผู้ประกอบการไทยจะมีบทบาทในการควบคุม Value Chain ในการผลิต และสามารถกำหนดว่าการผลิตแบบใดควรจะผลิตในประเทศไทย และการผลิต เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้ง 2 ประเทศ ทั้งนี้จากการเปรียบเทียบระดับการพัฒนาและความได้เปรียบเสียเปรียบของความสามารถในการผลิตของไทย กับของเมียนมาในปัจจุบัน การผลิตด้านต้นน้ำในประเทศไทยควรเป็นการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะของ แรงงานที่สูงกว่าการผลิตที่จะเกิดขึ้นในเมียนมา ซึ่งในปัจจุบันน่าจะเน้นการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น โดยสินค้า สำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศเมียนมา อาจจะจัดจำหน่ายเฉพาะในประเทศเมียนมา หรือส่งไปขายยังตลาดทั่วโลก (รวมถึงส่งกลับมาขายในประเทศไทย)

โครงการย่อยนี้ได้สรุปอุตสาหกรรมและกิจการเป้าหมาย ตลอดจนตัวแบบการเชื่อมโยงการค้า-การลงทุนที่เหมาะสม ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ตัวแบบการเชื่อมโยงการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนในเมียนมา
แยกตามอุตสาหกรรมเป้าหมาย

ประเภทสินค้า/ อุตสาหกรรม/กิจการ	ตัวแบบที่ 1 ส่งออกอย่างเดียว	ตัวแบบที่ 2 ส่งออกและจัดจำหน่าย	ตัวแบบที่ 3 เชื่อมโยงการผลิต
น้ำมัน	✓	✓	ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากฝั่งไทย เป็นสินค้าสำเร็จรูปอยู่แล้ว
อุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้า	✓	✓	✓
เครื่องดื่มและอาหาร	✓	✓	ขั้นตอนการผลิตปลายน้ำมี Value added สูงกว่าด้านต้น น้ำ ดังนั้นควรจะตั้งอยู่ที่ฝั่งไทย
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	✓	✓	✓
วัสดุก่อสร้าง	✓	✓	ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากฝั่งไทย เป็นสินค้าสำเร็จรูปอยู่แล้ว
เครื่องจักรกลการเกษตร	✓	✓	ควรจะผลิตในประเทศไทย ทั้งหมด
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	✓	✓	ควรจะผลิตในประเทศไทย ทั้งหมด

ในส่วนของโอกาสและการส่งเสริมการขนส่งสินค้าข้ามทางถนนผ่านด่านแม่สอดโดยผู้ประกอบการไทยนั้น เนื่องจากปัจจุบัน รถขนส่งสินค้าจากไทยไม่สามารถวิ่งตรงเข้าไปส่งสินค้าภายในประเทศเมียนมาได้ จะต้องทำการถ่ายสินค้าไปสู่รถขนส่งของเมียนมาบริเวณชายแดน ซึ่งจะรับหน้าที่นำสินค้าไปส่งยังปลายทางในประเทศเมียนมาอีกทอดหนึ่ง ผู้ประกอบการขนส่งไทยจะได้รับประโยชน์อย่างมาก หากการขนส่งของรถที่เข้ามารับการถ่ายสินค้าเพื่อขนส่งเข้าไปในเมียนมา เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีส่วนเป็นเจ้าของอยู่ด้วย เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ครอบคลุมตั้งแต่จุดต้นทางของการขนส่งไปยังปลายทางสุดท้ายของการขนส่ง ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจที่สูงขึ้น และสามารถกำกับดูแลให้บริการการขนส่งทั้ง 2 ทอดมีการประสานกันอย่างแท้จริง ดังนั้น แนวทางการส่งเสริมการขนส่งข้ามแดนของผู้ประกอบการไทยในกรอบของการศึกษานี้ คือ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยที่ทำการขนส่งข้ามแดนอยู่แล้ว มีโอกาสและศักยภาพที่จะเข้าไปจัดตั้งธุรกิจการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ในประเทศเมียนมาได้ ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถควบคุมการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จากต้นทางในไทยไปยังปลายทางเมียนมาได้อย่างครบวงจร ยังเป็นช่องทางหรือบันไดที่ผู้ประกอบการไทยใช้ต่อยอด เพื่อขยายไปสู่ธุรกิจบริการขนส่งและโลจิสติกส์ให้กับลูกค้ารายใหม่ภายในประเทศเมียนมาได้อีกด้วย

6.3 คุณสมบัติของผู้ประกอบการในตลาดประเทศเมียนมา

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนี้ ทำให้บริษัทต้องเตรียมความพร้อมและปรับตัวรับกับสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นจากการเปิดเสรีทางการค้า จึงเกิดกลุ่มบริษัทที่เรียกว่า **Born Global** ซึ่งมีลักษณะกล้าได้กล้าเสียที่จะใช้โอกาสที่เกิดจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจระหว่างประเทศ ขยายธุรกิจของตนไปสู่ตลาดโลกในระยะเวลาอันสั้น แทนที่จะขยายเข้าสู่ตลาดแบบค่อยเป็นค่อยไป

เนื่องจากประเทศเมียนมามีลักษณะเป็นตลาดเกิดใหม่ (**Emerging markets**) ซึ่งจะมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันก็เป็นตลาดที่เริ่มได้รับความสนใจของนักลงทุนทั่วโลก และในอนาคตอันใกล้ หากการเมืองในประเทศเมียนมามีความมั่นคงขึ้น และมีมติยกเลิกการค้าขายกับประเทศเมียนมา ธุรกิจจากประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีประสบการณ์ในการประกอบกิจการระหว่างประเทศสูงกว่าผู้ประกอบการไทย ก็มักจะขยายการลงทุนเข้าไปในตลาดเมียนมา ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงมีช่วงเวลาที่เป็นหน้าต่างของโอกาส (**Windows of opportunities**) ไม่มากนักในการเร่งขยายอิทธิพลทางการค้าและการลงทุนของตนเข้าไปในตลาดเมียนมา นอกจากนั้น ประเทศเมียนมายังอยู่ในช่วงของการเริ่มพัฒนา ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนสถาบันกลางต่างๆ ที่จะทำหน้าที่ขับเคลื่อนการค้าและการลงทุนในตลาดตามที่นำเสนอมาแล้ว ธุรกิจที่จะเข้าไปประกอบการในเมียนมาย่อมต้องเผชิญกับความเสี่ยงในรูปแบบต่างๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่จะขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปยังตลาดเมียนมาในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนานี้ จำเป็นต้องมีความกล้าได้กล้าเสีย และรู้จักเลือกใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการความเสี่ยงและความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะ **SMEs** ที่ประสงค์จะขยายการค้าและการลงทุนเข้าสู่ตลาดเมียนมา จึงควรมีคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกับธุรกิจที่เป็น **Born Global**

จากการสังเคราะห์คุณสมบัติของ **Born Global** พอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในตลาดเมียนมานั้นผู้บริหารและระบบบริหารจัดการขององค์กรจะต้องมีขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศและความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ซึ่งแบ่งออกเป็นความสามารถด้านต่างๆ และประเด็นสำคัญในแต่ละด้าน คือ

- 1) ด้านพื้นฐานของธุรกิจ
 - ความสามารถในการปรับตัวในการทำธุรกิจในเมียนมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) ที่ยังคงขาดความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ กฎหมาย ระบบสาธารณูปโภค
 - ความพร้อมของสินค้าและบริการในการทำตลาดในเมียนมา
 - เงินทุนในการทำธุรกิจในเมียนมา
 - ความรู้ความเข้าใจในตลาดเมียนมา
 - ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับเมียนมา
 - ความสามารถในการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงและความอ่อนไหวของสถานการณ์ทางธุรกิจที่เป็นลักษณะของตลาดเกิดใหม่
- 2) ด้านพื้นฐานของผู้บริหาร
 - ความมุ่งมั่นในการประกอบการระหว่างประเทศ (International entrepreneurship)
 - ความชัดเจนในยุทธศาสตร์และกรอบความคิดในการประกอบธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ (Global mindset)
 - ประสบการณ์และองค์ความรู้ในการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ
 - ความสามารถในการบริหารและยอมรับความเสี่ยง
 - ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่
- 3) ด้านการตลาด ความสามารถในการเข้าถึงตลาดและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาด
 - ความสามารถในการจัดการความรู้จากแหล่งต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการค้าขายกับเมียนมา
 - การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด
 - การเข้าถึงตลาด
 - การพัฒนาศักยภาพ สินค้า และการบริการให้มีความโดดเด่น
 - การวางภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการให้เป็นสากล
 - การพัฒนานวัตกรรม
 - ความรู้ความเข้าใจในตลาดเมียนมา
 - ภาษาและวัฒนธรรม
- 4) ด้านการพัฒนาตนเอง ความสามารถในการแสวงหาข้อมูล และการพัฒนาบุคลากร
 - การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อต่อยอดความรู้และสร้างความรู้ใหม่
 - การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการค้าขายและแข่งขัน
 - บุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจกับเมียนมา
- 5) การพัฒนาเครือข่าย
 - มีเครือข่ายระดับท้องถิ่น
 - มีเครือข่ายระดับนานาชาติ
 - มีเครือข่ายในการแบ่งปันความรู้

6.4 การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมา

ภายใต้กรอบความคิดที่เมียนมาเป็นตลาดเกิดใหม่และผู้ประกอบการที่มีโอกาสประสบความสำเร็จในตลาดเมียนมาจะมีคุณสมบัติที่เป็น Born Global โครงการนี้ได้ทำการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยโดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ผ่านการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีความเข้าใจหรือประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจและการลงทุนในเมียนมา และได้ข้อสรุปที่สำคัญ ดังนี้

- ผู้ประกอบการไทยมีความคิดเห็นที่ค่อนข้างก้าวหน้าเกี่ยวกับประโยชน์ทางธุรกิจที่ได้รับจากการขยายการค้าและธุรกิจเข้าไปในเมียนมา ผู้ประกอบการไม่ค่อยสนใจในผลประโยชน์ขั้นพื้นฐาน เช่น การลดต้นทุนหรือการลดค่าใช้จ่ายทางธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการกลับให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ขั้นก้าวหน้าที่จะได้รับการลงทุนในเมียนมา ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถที่จะพื้นฐานของความยั่งยืนของการประกอบธุรกิจในระยะยาว ได้แก่ โอกาสในการขยายตัวทางธุรกิจอันเป็นผลจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดเมียนมา การกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ และการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจระหว่างประเทศระยะยาว
- ผู้ประกอบการไทยยังไม่อยากเสี่ยงที่จะเข้าไปลงทุนเป็นจำนวนมากในเมียนมา ทั้งในการลงทุนตั้งสาขา หรือการลงทุนด้านการผลิต ส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่า อยากจะขยายธุรกิจผ่านการส่งออก และการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายในเมียนมาเป็นหลัก ยกเว้นในกรณีของธุรกิจสิ่งทอและและธุรกิจวัสดุก่อสร้าง
- ผู้ประกอบการไทยมองว่าปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา คือ ปัญหาเชิงสถาบันและโครงสร้างพื้นฐาน แต่ไม่ได้มองที่จะใช้ประโยชน์จากความคุ้นเคยและประสบการณ์ของผู้ประกอบการไทย มาสร้างเป็นโอกาสและความได้เปรียบของผู้ประกอบการไทยที่เหนือกว่าผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งจากต่างชาติ
- ผู้ประกอบการไทยทุกกลุ่มมีความเห็นตรงกันว่า ผู้ประกอบการจีน เป็นคู่แข่งที่มีความสำคัญที่สุด รองลงมามองว่าเป็นผู้ประกอบการเมียนมาเอง (ในระดับท้องถิ่น) และญี่ปุ่น (ในระดับธุรกิจใหญ่)
- ผู้ประกอบการไทยมองว่ามีความได้เปรียบจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ติดกับเมียนมา และความเข้าใจในวัฒนธรรมของเมียนมาและการมีเครือข่ายท้องถิ่นที่พัฒนาจากการค้า แต่เสียเปรียบเรื่องความชัดเจนของยุทธศาสตร์และกรอบความคิดในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ความสามารถในการยอมรับความเสี่ยง ความสามารถด้านการตลาดและการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมให้เหมาะสมกับตลาดเมียนมา
- ความพึงพอใจของผู้ประกอบการไทยที่มีต่อการสนับสนุนจากภาครัฐในทุกมิติอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ และสิ่งที่ต้องการหลักคือ การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศ การพัฒนาความสามารถในการบริหารความเสี่ยงจากการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในเมียนมา และการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการเมียนมา

จากการประเมินขีดความสามารถ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการไทยควรได้รับการยกระดับขีดความสามารถที่สำคัญในด้านต่างๆ คือ ความสามารถในการปรับตัวในการทำธุรกิจในเมียนมา (ประกอบด้วยความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ ความสามารถในการยอมรับและบริหารจัดการความเสี่ยง) ความสามารถในการตลาดและการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมให้เหมาะสมกับตลาดเมียนมา และการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจในเมียนมา

7. กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

กรอบความคิดที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่จะช่วยยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย ในการประกอบการค้าการขนส่งชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา และในการเข้าไปลงทุนในเมียนมาได้นี้

- ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากความนิยมในตัวสินค้าไทยในตลาดเมียนมา อันเนื่องมาจากอิทธิพลของการค้าชายแดนที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ มีชาวเมียนมาเข้ามาทำงานในไทยในฐานะแรงงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งชาวเมียนมาเหล่านี้จะมีความคุ้นเคยและยอมรับในสินค้าไทยเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว
- ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่มีมายาวนานกับเมียนมา นักลงทุนไทยได้เปรียบอันเนื่องมาจากความสัมพันธ์ทางการค้าชายแดน และความใกล้ชิดเชิงวัฒนธรรม ทำให้สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าชาวเมียนมา และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเมียนมาได้อย่างค่อนข้างถูกต้อง อย่างไรก็ดี เมียนมาและประเทศไทยยังคงขาดกลไกในการประสานงานที่ดี ส่วนใหญ่ที่ผ่านมา การค้าได้อาศัยการประสานงานแบบไม่เป็นทางการ อันเนื่องจากอุปสรรคด้านนโยบายจากส่วนกลางของเมียนมาที่จำกัดการค้าระหว่างประเทศในหลายๆ ด้าน
- ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือต่างๆ ทั้งระดับพหุภาคี หรือทวิภาคีระหว่างไทยและเมียนมา เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือทางด้านการค้าและการลงทุน
- ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้เมียนมาเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ยังคงเน้นการใช้แรงงานแบบเข้มข้นเพราะสินค้าที่ผลิตในเมียนมาจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี GSP จากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว
- สถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเมียนมา มีลักษณะเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ซึ่งเป็นตลาดที่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงมาก แต่ในขณะเดียวกัน ยังมีความไม่พร้อมในหลายด้าน เกิดเป็นการขาดแคลนองค์กรกลาง (Institutional Voids) ที่จะสนับสนุนให้ตลาดทุน ตลาด และตลาดแรงงานขับเคลื่อนได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งความไม่พร้อมนี้เป็นเงื่อนไขทางธุรกิจที่เป็นได้ทั้งปัญหาหรือความท้าทายและโอกาส โดยความไม่พร้อมนี้จะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่สามารถหาวิธีแก้หรือบริหารจัดการปัญหาที่เกิดจากการขาดแคลนองค์กรกลางได้ เพราะจะเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือผู้ประกอบการรายอื่นที่ถูกลดทอนศักยภาพจากความไม่พร้อมเหล่านั้น
- ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในตลาดเกิดใหม่จะมีลักษณะเป็น Born Global ซึ่งมีคุณสมบัติที่เป็นปัจจัยของความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่ประกอบด้วย กรอบความคิดแบบ

- ทันโลก (Global mindset) ความสามารถในการสร้างเครือข่ายทั้งกับผู้ประกอบการจากชาติเดียวกัน และกับผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยง
- ผู้ประกอบการไทยน่าจะมีความได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการต่างชาติที่มาจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เพราะยังมีผู้ประกอบการไทยบางราย ที่เคยผ่านประสบการณ์การทำธุรกิจในประเทศไทยเมื่อประมาณ 30 ปีที่แล้ว ซึ่งเป็นช่วงเวลาสถานการณ์ทางธุรกิจคล้ายกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในเมียนมา ในขณะที่ผู้ประกอบการต่างชาติที่มาจากประเทศที่พัฒนา ไม่ค่อยมีประสบการณ์ทำธุรกิจในสถานการณ์ที่ทุกอย่างดูขาดแคลนไปหมด
 - บทเรียนและประสบการณ์ของการลงทุนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่โดยผู้ประกอบการเกาหลีใต้ ชี้ให้เห็นว่า ในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่ ซึ่งประชาชนยังมีรายได้ต่ำอยู่ ควรจะให้ความสำคัญกับการสร้างฐานตลาดในกลุ่มลูกค้าที่เป็นตลาดกลางและตลาดล่างที่อยู่ในชนบทซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ แทนการทำธุรกิจที่มุ่งเน้นเฉพาะตลาดบนในเมืองหลักของประเทศเท่านั้น เพราะเราสามารถใช้เครือข่ายที่มีอยู่ในการกระจายสินค้าไปตามพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ เป็นรากฐานในการต่อยอดให้กับการขยายธุรกิจไปในสินค้าทุกระดับในอนาคต
 - สินค้าที่เข้าสู่ตลาดเกิดใหม่อาจต้องมีการพัฒนาขึ้นในลักษณะเป็นนวัตกรรมแบบประหยัด (Frugal Innovation) ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าท้องถิ่นในราคาที่ย่อมเยา
 - ในการพิจารณาแนวทางในการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไทย ชัดความสามารถที่ควรให้ความสำคัญในลำดับสูง คือความสามารถในการปรับตัวในการทำธุรกิจในเมียนมา (ประกอบด้วยความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ ความสามารถในการยอมรับและบริหารจัดการความเสี่ยง) ความสามารถด้านการตลาดและการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมให้เหมาะสมกับตลาดเมียนมา และการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจในเมียนมา
 - จากการทบทวนยุทธศาสตร์เชิงรุกในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไปลงทุนในต่างประเทศของประเทศจีนและเกาหลีใต้ จะเห็นถึง 1) ในส่วนของภาครัฐ การดำเนินการในด้านต่างๆ อย่างครบวงจร ตั้งแต่การกำหนดนโยบายที่แน่วแน่และชัดเจนในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการของตนออกไปลงทุนในต่างประเทศ การจัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีนและส่งเสริมให้หน่วยงานเหล่านี้ทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ การออกมาตรการอำนวยความสะดวก มาตรการส่งเสริม และมาตรการในการติดตามประเมินผล 2) ในส่วนของเอกชน ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือกันของผู้ประกอบการที่เข้าไปลงทุนในต่างประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างอำนาจต่อรองให้กับผู้ประกอบการ

การศึกษาได้ สรุปแผนงานกลยุทธ์ออกเป็น 2 กลุ่มตามรูปแบบและขอบเขตของการขยายธุรกิจ โดยกลยุทธ์กลุ่มแรกคือ การยกระดับโอกาสและขีดความสามารถของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยในการทำการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดนระหว่างไทยกับเมียนมา ส่วนกลยุทธ์กลุ่มที่สองคือ การส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่เป็นทั้งผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการ ในการเข้าไปลงทุนขยายธุรกิจของตนในประเทศเมียนมา

7.1 กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา

การขยายการค้าและการขนส่งชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมาอาจเกิดได้ใน 3 แนวทาง คือ

- ก. การปรับปรุงการอำนวยความสะดวกทางการค้า เป็นการขยายการค้าชายแดน ด้วยการลดความยุ่งยาก ขั้นตอน และค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆที่เกี่ยวกับการค้าชายแดน
- ข. ความสามารถในการขายสินค้าของไทยข้ามชายแดนเข้าไปในเมียนมา เป็นการขยายตัวของการค้าและขนส่งข้ามแดนเมื่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีความสนใจหรือความต้องการในสินค้าไทยมากขึ้น เป็นแนวทางที่จะส่งเสริมให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักของลูกค้าในเมียนมามากขึ้น ทำให้ความต้องการสินค้าไทยของชาวเมียนมาเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเมียนมาในปัจจุบัน
- ค. ความสามารถในการขยายขอบเขตของการให้บริการ ปัจจุบัน โอกาสที่รถบรรทุกจะสามารถวิ่งทะลุเข้าไปให้บริการส่งสินค้าจนถึงผู้รับสินค้าในประเทศเมียนมายังมีอยู่น้อยมาก ดังนั้น ควรส่งเสริมในเชิงรุก ให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกของไทยมีขอบเขตการให้บริการเพิ่มขึ้น ด้วยการเข้าไปมีบทบาทในการประกอบการของรถบรรทุกของเมียนมาที่จะมารับสินค้าต่อจากรถบรรทุกไทยที่บริเวณชายแดน ผ่านการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจบริการขนส่งในเมียนมา

ทั้งนี้ ในการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการค้าและขนส่งข้ามแดนระหว่างไทยกับเมียนมาเราได้จำแนกเป้าหมายของกลยุทธ์ออกเป็น 3 ด้าน

- กลยุทธ์ในการสร้างโอกาส เป็นกลยุทธ์ในการปรับปรุงปัจจัยภายนอก คือ สภาพแวดล้อมภายนอก (Ecosystems) เพื่อสร้างโอกาสใหม่หรือธุรกิจใหม่ๆ ให้กับการค้าชายแดนและบริการขนส่งของไทยที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน
- กลยุทธ์ในการลดความเสี่ยง เป็นอีกกลุ่มกลยุทธ์ที่ใช้ปรับสภาพแวดล้อมภายนอก แต่มุ่งเน้นการช่วยลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในเมียนมา ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่
- กลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพ เป็นกลยุทธ์ที่ปรับปรุงปัจจัยภายใน คือ ความสามารถในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการไทย

ทั้งนี้การขับเคลื่อนกลยุทธ์จะต้องอาศัยการนำและการดำเนินงานทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ และในส่วนของภาคเอกชนที่เป็นทั้งตัวผู้ประกอบการเองและสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยตารางที่ 20 สรุปและจำแนกกลยุทธ์ตามเป้าหมายของกลยุทธ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 20 สรุปกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
การร่วมทุนกับผู้ประกอบการขนส่งท้องถิ่น	✓	✓	✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่อ้อให้เป็นศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาค	✓			นำ	สนับสนุน	
การทำความเข้าใจการขนส่งระหว่างไทยกับเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
การให้การสนับสนุนการศึกษาการพัฒนากระบวนการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ให้กับเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
การสนับสนุนการก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้า (Truck Terminal) หรือ ย่านขนส่งสินค้า (Freight Park) ที่ชายเมืองอย่างกุ้ง	✓	✓		นำ	สนับสนุน	

7.2 กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและลงทุนในเมียนมา

เป็นมาตรการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยมีโอกาและความสามารถในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา อาจแบ่งแยกตามรูปแบบของการสนับสนุนได้เป็น 6 ด้าน คือ

- ก. การสนับสนุนด้านข้อมูล
- ข. การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร
- ค. การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทย
- ง. การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการท้องถิ่น
- จ. การสนับสนุนด้านการเงิน
- ฉ. การสนับสนุนด้านอื่นๆ

กลยุทธ์ที่นำเสนอไม่ได้มีเป้าหมายมุ่งเน้นการให้การสนับสนุนทางการเงินโดยตรงแก่ผู้ประกอบการ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นแนวทางการสนับสนุนที่จะหนุนให้ผู้ประกอบการไทยสามารถจัดการความเสี่ยงและลดความเสี่ยงในด้านต่างๆที่อาจเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจในเมียนมา ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ ตารางที่ 21 สรุปกลยุทธ์และมาตรการสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา

ตารางที่ 21 สรุปกลยุทธ์และมาตรการสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
การสนับสนุนด้านข้อมูล						
ให้การสนับสนุนทางวิชาการในด้านต่างๆให้กับรัฐบาลเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
ใช้ประโยชน์จากแรงงานเมียนมาในไทยในการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเมียนมา	✓	✓	✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
ยกระดับหน่วยงานของรัฐที่มีสำนักงานในเมียนมาให้มีขีดความสามารถในการให้คำปรึกษาการค้าและการลงทุนเชิงลึก	✓	✓	✓	นำ		
ส่งเสริมการจัดตั้งบริษัทให้บริการที่ปรึกษาการค้าและการลงทุนเชิงลึก แก่ผู้ประกอบการไทย	✓	✓	✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
พัฒนาระบบติดตามประเมินผลการลงทุนในต่างประเทศ และรวบรวมประสบการณ์มาจัดทำบทเรียนและกรณีศึกษาต่างๆ เพื่อนำมาเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการรายอื่น			✓	นำ	สนับสนุน	
จัดทำทำเนียบผู้ให้บริการด้านกฎหมาย และที่ปรึกษาการลงทุน ที่ผ่านการคัดกรองจากหน่วยงานของรัฐ		✓		นำ	สนับสนุน	
การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร						
พัฒนากระบวนการคัดเลือกแรงงานชาวเมียนมาในไทยที่มีศักยภาพเพียงพอ ที่จะนำมาฝึกอบรมยกระดับขีดความสามารถ เพื่อกลับไปเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ให้กับธุรกิจไทยในเมียนมา			✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
จัดหลักสูตรการเรียนและอบรมให้กับคนท้องถิ่นในประเทศเมียนมา เช่น หลักสูตร Global MBA โดยหอการค้าไทย เป็นต้น และใช้โอกาสนี้ในการคัดเลือก (Recruit) ผู้เข้าเรียนหรือผู้เข้าอบรมชาวเมียนมาเป็นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ให้กับธุรกิจไทยในเมียนมา			✓	นำ	นำ	สนับสนุน

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
จัดให้มีหลักสูตรพัฒนาคนรุ่นใหม่ของไทย ให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารการค้าและการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ โดยจัดในจังหวัดหลักที่อยู่ชายแดน และอาศัยความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและผู้ประกอบการไทยที่มีประสบการณ์จริงในตลาดเกิดใหม่			✓	นำ	นำ	
กลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกัน						
ใช้สถานีน้ำมันของ ปตท. ที่จะตั้งขึ้นในเมียนมา เป็นช่องทางการค้าให้กับสินค้าไทย	✓			นำ		
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมา รับบทบาทเป็นผู้นำในการพาผู้ประกอบการไทยรายอื่น และผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทย เข้าไปประกอบกิจการในเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
สนับสนุนการสร้างนิคมอุตสาหกรรมและคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการไทยในเมียนมา	✓	✓		นำ	นำ	
การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการเมียนมา						
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยและเมียนมาใช้ชีวิตร่วมกันเพื่อสร้างสายสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน เช่น โครงการ Young Entrepreneur Network Development Program (YEN-D) ของกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น โดยให้ครอบคลุมทั้งผู้ประกอบการที่มีชนชาติพม่าและชนกลุ่มน้อยต่างๆ	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
การสนับสนุนด้านการเงิน						
ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาความเหมาะสมในการลงทุน	✓	✓		นำ		
รัฐบาลพัฒนาโครงการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสามารถ มาทำหน้าที่เป็นผู้รับฝากขายสินค้าที่เป็น National champion ในตลาดเมียนมา		✓		นำ		✓
จัดให้มีบริการประกันความเสี่ยงในด้านต่างๆให้กับผู้ประกอบการไทย		✓		นำ	สนับสนุน	

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
ใช้การเจรจาในระดับรัฐต่อรัฐ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การจัดตั้งสถาบันทางการเงินและบริษัทประกันภัยที่ให้บริการแก่นักธุรกิจไทย		✓		นำ		
การสนับสนุนด้านอื่นๆ						
ส่งเสริมการสร้างสื่อด้านวัฒนธรรม เพื่อให้ชาวเมียนมามีความรู้สึกที่ดีและถูกต้องต่อประเทศไทย วัฒนธรรมไทย และสินค้าไทย	✓			นำ	สนับสนุน	
จัดทำความตกลงทวิภาคีระหว่างไทยกับเมียนมา เช่น ความตกลงว่าด้วยการขนส่งทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมา เป็นต้น	✓			นำ	สนับสนุน	
ให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ โดยขอสิทธิพิเศษในการลงทุน และการประกอบการให้กับนักลงทุนไทย	✓			นำ	สนับสนุน	
ปรับปรุงแบบเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนแม่สอดให้เป็นศูนย์กลางการค้าส่งสินค้าไทยในภูมิภาค	✓			นำ	สนับสนุน	✓



(ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 “การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยใน
การค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน”

โดย

รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ และคณะ

31 ตุลาคม 2559

(งานวิจัยยังไม่เสร็จสมบูรณ์ โปรดอย่านำไปใช้อ้างอิง)

สัญญาเลขที่ RDG5850116

(ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2 “การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยใน
การค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน”

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์	สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. รศ. (พิเศษ) ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา	สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. อ.ดร.จิตติมา วงศ์อินตา	คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สารบัญ

บทคัดย่อ	หน้า
บทที่	
1. แนวทางการศึกษา	1-1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1-2
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	1-2
1.4 ทฤษฎี สมมติฐานและ / หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย	1-2
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	1-4
1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย.....	1-8
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-8
2. ผลการทบทวนแนวนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมผู้ประกอบการ.....	2-1
2.1 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมผู้ประกอบการ	2-1
2.2 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศในการส่งเสริม ผู้ประกอบการ	2-41
3. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน.....	3-1
3.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน	3-1
3.2 แนวโน้มการค้าข้ามแดนไทย-เมียนมา.....	3-5
3.3 กฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ที่ส่งผลต่อการค้าชายแดน	3-11
3.4 การพัฒนาพื้นที่ชายแดน	3-18
4. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจการให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ ข้ามแดน.....	4-1
4.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการขนส่ง และโลจิสติกส์ข้ามแดน.....	4-1
4.2 ข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง	4-7
4.3 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดน.....	4-19
4.4 ยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ของประเทศเมียนมา	4-25
4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการขนส่งข้ามแดน	4-31
5. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการลงทุนในเมียนมา.....	5-1
5.1 กลยุทธ์การส่งเสริมการลงทุนในเมียนมา.....	5-1
5.2 ข้อมูลพื้นฐานประเทศเมียนมา	5-8
5.3 ภาพรวมเศรษฐกิจ	5-13
5.4 การลงทุนในเมียนมา	5-25
5.5 อุตสาหกรรมหลัก	5-32

บทที่	หน้า
5.6 สภาพแวดล้อมการทำธุรกิจ.....	5-41
5.7 ยุทธศาสตร์ประเทศเมียนมา.....	5-51
5.8 ธุรกิจนำลงทุนสำหรับผู้ประกอบการไทย	5-53
6. ศักยภาพของผู้ประกอบการไทย	6-1
6.1 ประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่	6-3
6.2 กรอบความคิดในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalization)	6-19
6.3 การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและ การลงทุนเข้าไปในเมียนมา.....	6-45
7. กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย.....	7-1
7.1 กรอบความคิดในการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทย	7-2
7.2 ยุทธศาสตร์ของต่างประเทศในการส่งเสริมผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่าง ประเทศ	7-3
7.3 กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย	7-33
ภาคผนวก	
ก. รายงานการเดินทาง การสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นและเก็บข้อมูล.....	ก-1
ข. สรุปการประชุมกลุ่มย่อย ณ สมาคมขนส่งสินค้าจังหวัดตาก	ข-1
ค. แบบสอบถาม การค้าและการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในเมียนมา.....	ค-1
ง. แบบสอบถาม ผู้ประกอบการขนส่งข้ามแดนไทย-เมียนมา	ง-1
จ. รายงานผลการสำรวจความคิดเห็น	จ-1
ฉ. รายงานการจัดสัมมนารวบรวมความคิดเห็น	ฉ-1
ช. โครงการพัฒนาชายแดนร่วมกันของประเทศในสหภาพยุโรป.....	ช-1

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1-1	มูลค่ารวมของการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน	1-3
1-2	มูลค่ารวมของการส่งออกของการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับ ประเทศเพื่อนบ้าน.....	1-3
1-3	มูลค่ารวมของการนำเข้าของการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับ ประเทศเพื่อนบ้าน.....	1-3
1-4	แผนงานการดำเนินงานโครงการ.....	1-8
2-1	สรุปยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนากการค้าชายแดน ปี พ.ศ.2558	2-6
2-2	สรุปกิจกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์	2-7
2-3	สรุปแผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2555 – 2558.....	2-8
2-4	สรุปยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของกระทรวง อุตสาหกรรมและสำนักปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2557-2561	2-10
2-5	โครงการนำร่อง (Flagship Project)	2-11
2-6	กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1	2-16
2-7	กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2	2-17
2-8	กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3	2-20
2-9	กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4	2-20
2-10	ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน ปี พ.ศ. 2554 – 2558.....	2-22
2-11	โครงการภายใต้งบประมาณของกรมการขนส่งทางบก พ.ศ. 2556-2558	2-24
2-12	สรุปนโยบายและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมศักยภาพในการการแข่งขันของ ผู้ประกอบการไทยของหน่วยงานภาครัฐ	2-26
2-13	แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ ผู้ประกอบการขนส่งของไทยในเวทีการขนส่งระหว่างประเทศของกระทรวง คมนาคม	2-29
2-14	สรุปปัญหาของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค....	2-31
2-15	แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	2-33
2-16	สรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแยกตามหน่วยงานที่รับผิดชอบ	2-35
2-17	สรุปแนวทางการปฏิรูปเพื่อแก้ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการลงทุนโดยตรงใน ต่างประเทศ	2-36
2-18	สรุปมาตรการส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการจากโครงการศึกษาต่างๆ	2-38
2-19	สรุปเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในรายงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของ ประเทศสหรัฐอเมริกา.....	2-41
2-20	กิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกตามแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของ ประเทศสหรัฐอเมริกา.....	2-42

ตารางที่		หน้า
2-21	มาตรการเชิงนโยบายและโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการของประเทศต่างๆ	2-47
2-22	มาตรการสนับสนุนของแต่ละประเทศสมาชิก.....	2-48
2-23	การเปรียบเทียบนโยบายการส่งเสริมการลงทุนขาออกไปต่างประเทศของ 3 ประเทศ.....	2-55
3-1	25 อันดับแรกสินค้าส่งออก ปีงบประมาณ 2558 (ตุลาคม พ.ศ. 2557 - กันยายน พ.ศ. 2558).....	3-7
3-2	ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตการนำเข้าสินค้า (Import License)	3-16
3-3	ลำดับเหตุการณ์ในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด จ.ตาก.....	3-19
3-4	ข้อกำหนดสำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ	3-52
3-5	ต้นทุนในการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเมียวดี	3-57
3-6	แผนการดำเนินการในระยะสั้นของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี.....	3-58
3-7	ข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ทางการเงิน	3-59
3-8	ต้นทุนค่าก่อสร้างสำหรับแต่ละ Phase	3-60
4-1	โอกาสของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยจากการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน	4-3
4-2	รายละเอียดความยาวของถนนในเมียนมา ณ ปี พ.ศ. 2555.....	4-8
4-3	ปริมาณผู้โดยสารและการขนส่งสินค้าทางราง.....	4-10
4-4	รายละเอียดการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ	4-12
4-5	สถิติปริมาณการขนส่งสินค้าทางน้ำภายในประเทศ ปี ค.ศ. 2004 – 2010	4-12
4-6	สถิติปริมาณตู้สินค้าที่ผ่านท่าเรืออย่างกว้างระหว่าง ปี ค.ศ. 2005 – 2010	4-13
4-7	รายละเอียดข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าเทียบเรือระหว่างประเทศของ เมียนมา	4-14
4-8	สายการบินต่างชาติที่ให้บริการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ	4-15
4-9	โครงการถนนในระดับภูมิภาคในเมียนมา.....	4-26
4-10	แผนการพัฒนามอเตอร์เวย์ต่างๆ ของเมียนมา	4-28
4-11	ค่าจ้างพนักงานขับรถบรรทุกในเมียนมา	4-32
4-12	ประเภทสินค้าที่กระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ ของเมียนมา	4-33
4-13	ข้อกำหนดน้ำหนักบรรทุกของรถแต่ละประเภท ปี ค.ศ. 2012	4-36
5-1	เขตการปกครองประเทศเมียนมา.....	5-9
5-2	เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเมียนมา ปี พ.ศ. 2550-2555	5-14
5-3	การค้าระหว่างไทยและเมียนมา ปีพ.ศ. 2551 – 2556 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	5-16
5-4	รายชื่อธนาคารพาณิชย์เอกชนในเมียนมาทั้งหมด ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557	5-19
5-5	รายชื่อสำนักงานตัวแทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในเมียนมา ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557	5-20
5-6	การลงทุนภายในประเทศตามภาคอุตสาหกรรม (ล้านจ๊าด).....	5-26

ตารางที่		หน้า
5-7	เปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเมียนมาตามประเทศ ปี พ.ศ. 2532-2556.....	5-27
5-8	จำนวนบริษัทที่เข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมา (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ).....	5-28
5-9	แสดงจำนวนบริษัทตามประเภทของธุรกิจซึ่งลงทุนในประเทศเมียนมา (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	5-29
5-10	การลงทุนโดยตรงสะสมของไทยในเมียนมา	5-30
5-11	ตัวอย่างรายชื่อบริษัทของไทยที่เข้าไปลงทุนในเมียนมา	5-30
5-12	ภาพรวมอุตสาหกรรมหลักของประเทศเมียนมา	5-33
5-13	วิเคราะห์ SWOT เมืองย่างกุ้ง	5-34
5-14	กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในพื้นที่ของกรุงย่างกุ้ง.....	5-35
5-15	วิเคราะห์ SWOT เมืองมัณฑะเลย์.....	5-35
5-16	กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในพื้นที่มัณฑะเลย์.....	5-36
5-17	วิเคราะห์ SWOT เมียวดี.....	5-36
5-18	กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในเมียวดี	5-37
5-19	แสดงถึงรายละเอียดธุรกิจสรวงต่างๆ สำหรับบุคคลสัญชาติเมียนมา	5-43
5-20	รายละเอียดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	5-45
5-21	รายละเอียดภาษีหัก ณ ที่จ่ายของเมียนมา.....	5-45
5-22	รายละเอียดภาษีการค้าของเมียนมา	5-46
5-23	เขตอุตสาหกรรมในเมียนมา	5-48
5-24	วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค.....	5-55
5-25	วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับการเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร	5-56
5-26	วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง	5-57
5-27	วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วน	5-57
5-28	วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าบริการ สุขภาพ	5-59
6-1	เกณฑ์ในการกำหนดค่าจำกัดความของค่าตลาดเกิดใหม่	6-3
6-2	โครงสร้างองค์กรตัวกลางของตลาดที่พัฒนาแล้ว (สหรัฐอเมริกา).....	6-6
6-3	ตัวกลางในการดำเนินธุรกิจประเภทต่างๆ	6-10
6-4	กลยุทธ์ในการตอบสนองต่อการขาดแคลนองค์กรตัวกลางในการดำเนินธุรกิจ ...	6-13
6-5	การแบ่งส่วนตลาดในตลาดเกิดใหม่ (Market segments in emerging economies).....	6-15
6-6	ตัวแบบการเชื่อมโยงการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนในเมียนมา แยกตามอุตสาหกรรมเป้าหมาย	6-31
6-7	ตัวแบบหลัก 4 แบบในการก้าวสู่ความเป็นสากลของบริษัทผ่านการวิจัยและ ทดลอง (Innovation-related perspective)	6-34
6-8	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมา	6-49

ตารางที่		หน้า
6-9	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา	6-50
6-10	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมาแยกตาม ประเภทสินค้าเป้าหมาย	6-50
6-11	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา.....	6-51
6-12	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการแข่งขันจากผู้ประกอบการต่างชาติ	6-52
6-13	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของศักยภาพในการแข่งขัน	6-52
6-14	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการ ต่างชาติ	6-54
6-15	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการสนับสนุนจากภาครัฐ.....	6-55
6-16	สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ	6-57
7-1	มูลค่าการลงทุนต่างชาติทั้งหมดในเมียนมาแยกตามภูมิภาคและประเทศ (ธันวาคม 2555).....	7-7
7-2	การเปลี่ยนแปลงนโยบายที่สำคัญของนโยบายการลงทุนต่างประเทศของ สาธารณรัฐประชาชนจีน	7-16
7-3	การลงทุนทางตรงเข้าและขาออกของประเทศเกาหลี (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)....	7-30
7-4	สรุปกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและ ขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา	7-35
7-5	โอกาสและความท้าทายในการขยายบทบาทของการประกอบการรถบรรทุก ของไทยเข้าไปในเมียนมา	7-36
7-6	สรุปกลยุทธ์และมาตรการสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยประสบ ความสำเร็จในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา	7-43

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2-1	แบบจำลองการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการ.....	2-32
2-2	แบบจำลองระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่เหมาะสมของเขตการค้าชายแดนแม่สอด	2-33
3-1	ปริมาณการส่งออกไทย-เมียนมา ด้านศุลกากรแม่สอด จังหวัดตาก.....	3-6
3-2	พื้นฐานของโครงการเขตอุตสาหกรรมเมียวดี	3-50
3-3	แผนพัฒนาการดำเนินงานของรัฐ กะเหรี่ยง.....	3-51
3-4	หลักการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ Myawady-Hpa an- Mawlamyine.....	3-52
3-5	แผนพัฒนาพะอันและเขตอุตสาหกรรมเมียวดี	3-53
3-6	แผนภาพแสดงการกระจายสินค้าใน เขตปลอดภาษี DFZ	3-54
3-7	แผนการพัฒนาพื้นที่เขตอุตสาหกรรมเมียวดี.....	3-55
3-8	ผังการใช้ประโยชน์ที่ดินของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี.....	3-56
3-9	แผนที่ของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี	3-56
3-10	รูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเขตอุตสาหกรรมเมียวดี	3-58
4-1	Logistics Performance and Quality of Infrastructure ของประเทศเมียนมา ในปี ค.ศ. 2014	4-7
4-2	สถิติปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศทางถนนปี ค.ศ. 2004 – 2010	4-9
4-3	สถิติปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางถนนปี ค.ศ. 2004 – 2010.....	4-9
4-4	โครงข่ายถนนและทางรถไฟภายในประเทศ	4-11
4-5	ปริมาณผู้โดยสารระหว่างประเทศและผู้โดยสารในประเทศ.....	4-16
4-6	เส้นทางจากกรุงเทพฯ – เมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา.....	4-16
4-7	ระยะทางจากเมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา มายังอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก	4-17
4-8	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งของเมียนมา	4-22
4-9	หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบการขนส่งในเมียนมา	4-22
4-10	เปรียบเทียบการกับดูแลตัวแทนผู้ส่งออกสินค้า (Freight Forwarders) ของ เมียนมา	4-23
4-11	เงินลงทุนขั้นต่ำของตัวแทนผู้ส่งออกสินค้า (Freight Forwarders) ของเมียนมา	4-23
4-12	กระบวนการทำพิธีการศุลกากรนำเข้าของเมียนมาที่ด่านเมียวดี	4-24
4-13	สัดส่วนประเภทรถบรรทุกในเมียนมา.....	4-32
4-14	ปริมาณสินค้าเฉลี่ยต่อเดือนที่เข้า-ออกจากย่างกุ้ง แยกตามประเภทสินค้า (เมตริกตัน) ในปี ค.ศ. 2012.....	4-33
4-15	การกระจายสินค้าจากเมืองย่างกุ้งไปยังรัฐต่างๆ ของเมียนมา	4-34
4-16	จำนวนรถและปริมาณสินค้าที่ออกจากย่างกุ้ง ในปี ค.ศ. 2010 – 2012	4-35
5-1	แผนที่ประเทศเมียนมา.....	5-8

ภาพที่		หน้า
5-2	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของเมียนมาปีพ.ศ.2541 – 2556 (ดอลลาร์สหรัฐต่อคน).....	5-14
5-3	ดุลการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัดของเมียนมา (ล้านดอลลาร์สหรัฐ).....	5-15
5-4	การนำเข้าและส่งออกแยกตามรายไตรมาสตั้งแต่ปีพ.ศ. 2553 – 2558	5-16
5-5	ผลิตภาพแรงงานในปัจจุบันของเมียนมาและอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภาพแรงงานที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศของเมียนมา	5-38
5-6	ศักยภาพและขนาดของ 7 อุตสาหกรรมหลักของเมียนมาและการประเมินสัดส่วนของ 7 อุตสาหกรรมหลักต่อจีดีพีของเมียนมาในปี พ.ศ. 2573	5-38
5-7	ปริมาณสำรองก๊าซธรรมชาติที่ถูกสำรวจและยังไม่ได้ถูกสำรวจ (ล้านล้านลูกบาศก์ฟุต).....	5-40
5-8	งบประมาณการลงทุนในโครงการพื้นฐานในปี พ.ศ. 2553 และศักยภาพในอนาคต	5-41
5-9	แผนที่นิคมอุตสาหกรรมในเมียนมา.....	5-49
5-10	เขตเศรษฐกิจพิเศษของเมียนมา	5-50
6-1	ความสัมพันธ์ระหว่างการค้าชายแดน การขนส่งชายแดน และการออกไปลงทุนในเมียนมา	6-24
6-2	Global Value Chain ในการผลิตกางเกงยี่ห้อ Levi.....	6-26
6-3	ความสามารถในการสร้างคุณค่าตามทฤษฎี Smile Curve	6-27
6-4	ตัวแบบการเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนประกอบกิจการในเมียนมา.....	6-28
6-5	ความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม.....	6-29
6-6	รูปแบบการขนส่งข้ามแดนจากไทยไปยังปลายทางในเมียนมา.....	6-31
6-7	วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ในตลาดและตำแหน่งของการทำให้อุตสาหกรรมก้าวสู่ความเป็นสากล.....	6-36
6-8	การก้าวสู่ความเป็นสากลผ่านพันธมิตรของทฤษฎีเครือข่าย	6-37
6-9	การแบ่งประเภทของ Born Global.....	6-39
6-10	กรอบความสามารถเชิงพลวัตของบริษัทเกิดใหม่ระดับโลกในการเร่งสู่ความเป็นสากล.....	6-43
6-11	4 ประเด็นหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการก้าวสู่ความเป็นสากล.....	6-49
7-1	มูลค่าการค้าของเมียนมากับจีน.....	7-5
7-2	สัดส่วนปริมาณการค้าระหว่างจีนและเมียนมาจากปริมาณการค้าทั้งหมดของเมียนมา	7-5
7-3	ปริมาณสินค้าส่งออกของเมียนมาสู่จีนต่อปริมาณสินค้าส่งออกของเมียนมาทั้งหมด	7-5
7-4	ปริมาณสินค้านำเข้าจากจีนสู่เมียนมาต่อปริมาณสินค้านำเข้าทั้งหมด	7-6ข

ภาพที่		หน้า
7-5	แนวโน้มการลงทุนทางตรงต่างประเทศขาออกของจีน.....	7-11
7-6	แนวโน้มมูลค่าการลงทุนควบรวมกิจการในต่างประเทศของจีน.....	7-12
7-7	แนวโน้มการลงทุน OFDI ของจีนในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ	7-16
7-8	วิวัฒนาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศขาออก ของจีน.....	7-24
7-9	ภาพรวมนโยบายส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีน	7-26
7-10	การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเครือข่ายผู้ประกอบการจีน (He, 2011).....	7-28
7-11	Y Mode of Entry	7-29
7-12	United Mode of Entry.....	7-29
7-13	The Value Chain Alliance Mode of Entry	7-30
7-14	สรุปแนวความคิดของรูปแบบศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาค	7-39
7-15	ตัวอย่างบริษัทที่ปรึกษาการค้าและการลงทุนในเมียนมา	7-47

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจและการเปิดเสรีการค้าและการลงทุนในภูมิภาค และการขยายตัวของ การบริโภคของประชากรในภูมิภาคที่มีรายได้สูงขึ้น การที่ประเทศไทยมีการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นปริมาณที่สูงมาก จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ไทยควรจะใช้ประโยชน์จากการค้าชายแดนและการขนส่งข้ามแดนที่มีอยู่แล้วนี้ เบิกทางให้ผู้ประกอบการไทยขยายธุรกิจและการลงทุนเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน การศึกษานี้จึงได้นำเสนอแผนงานกลยุทธ์เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยการศึกษาครอบคลุมเฉพาะการค้าและการขนส่งผ่านด่านชายแดนอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เข้าไปยังนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นด่านที่คาดว่าจะปริมาณการค้าและการขนส่งจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูง ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเมียนมาภายหลังการเปิดประเทศ ใน 2 กลยุทธ์ คือ

1) กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา ซึ่งการขยายการค้าและการขนส่งชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมาอาจเกิดได้ใน 3 แนวทาง คือ การปรับปรุงการอำนวยความสะดวกทางการค้า ความสามารถในการขายสินค้าของไทยข้ามชายแดนเข้าไปในเมียนมา และ ความสามารถในการขยายขอบเขตของการให้บริการ โดยมีเป้าหมายของกลยุทธ์ 3 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ในการสร้างโอกาส กลยุทธ์ในการลดความเสี่ยง และกลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพ ทั้งนี้การขับเคลื่อนกลยุทธ์จะต้องอาศัยการนำและการดำเนินงานทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ และในส่วน of ภาคเอกชนที่เป็นทั้งตัวผู้ประกอบการเองและสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

2) กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและลงทุนในเมียนมาเป็นมาตรการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสและความสามารถในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา อาจแบ่งแยกตามรูปแบบของการสนับสนุนได้เป็น 6 ด้าน คือ การสนับสนุนด้านข้อมูล การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทย การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการท้องถิ่น การสนับสนุนด้านการเงิน และการสนับสนุนด้านอื่นๆ ทั้งนี้กลยุทธ์ที่นำเสนอไม่ได้มีเป้าหมายมุ่งเน้นการให้การสนับสนุนทางการเงินโดยตรงแก่ผู้ประกอบการ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นแนวทางการสนับสนุนที่จะหนุนให้ผู้ประกอบการไทยสามารถจัดการความเสี่ยงและลดความเสี่ยงในด้านต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจในเมียนมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่

บทที่ 1

แนวทางการศึกษา

1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

ประเทศไทยมีเขตชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ ประกอบด้วย เมียนมา ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย โดยในปัจจุบัน การค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจและการเปิดเสรีการค้า และการลงทุนในภูมิภาค และการขยายตัวของธุรกิจบริการในภูมิภาคที่มีรายได้สูงขึ้น ปัจจุบันสถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของประเทศไทย ที่นำเสนอโดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ แสดงให้เห็นว่า มูลค่าการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในปัจจุบัน มีมูลค่าสูงกว่า 9 แสนล้านบาทต่อปี

นอกจากนี้ การเปิดเสรีทางการค้าในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นผลจากการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะลดอุปสรรคทางการค้า และในขณะเดียวกัน ส่งเสริมการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการระหว่างประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน อันจะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการค้า และการขนส่งระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียนด้วยตนเอง (Intra ASEAN Trade and Transportation) อีกทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านต่างก็เห็นความสำคัญของการสนับสนุนการค้าผ่านชายแดนทางบก ด้วยการผลักดันและมาตรการต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการขนส่งทางบก และการสร้างโอกาสทางการลงทุนและช่องทางธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ ให้กับพื้นที่บริเวณชายแดน เช่น การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษของไทย ลาว เมียนมา และกัมพูชา เป็นต้น จึงมีความจำเป็นที่ธุรกิจไทยควรให้ความสำคัญกับโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการค้าและการขนส่งผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยและเพื่อนบ้าน

อย่างไรก็ดี แนวโน้มที่จะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วของการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ก็ย่อมเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการจากชาติต่างๆ เข้ามาแสวงหาโอกาสและช่องทางในการประกอบธุรกิจด้วยเช่นกัน ทั้งผู้ประกอบการในกลุ่มสมาชิกอาเซียน และจากประเทศนอกกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการประกอบการสูงจากประเทศที่พัฒนาแล้วและมีอำนาจทางเศรษฐกิจสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไปในอาเซียน จึงมีแนวโน้มที่ธุรกิจการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านจะเกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสและช่องทางในการประกอบธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไทยในตลาดการค้าและการขนส่งชายแดน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการทบทวนและกำหนดแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการทั้งการค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยให้มีขีดความสามารถและศักยภาพในการประกอบธุรกิจการค้าและการขนส่งผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้อย่างยั่งยืน โดยจะต้องมีความสามารถรับมือกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และในขณะเดียวกันก็สามารถจะได้ประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้าภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ก. วิเคราะห์ โอกาสและช่องทางทางธุรกิจของการค้าและการขนส่งข้ามแดนที่จะเกิดขึ้นภายหลังจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ข. วิเคราะห์โอกาสและช่องทางในการขยายผลจากการค้าและการขนส่งข้ามแดน ไปสู่การลงทุนของผู้ประกอบการไทยเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน
- ค. ประเมินศักยภาพในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Competitiveness) ของผู้ประกอบการไทยในสถานการณ์การแข่งขันที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับการค้าและการขนส่งข้ามแดน และในการเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน
- ง. นำเสนอแผนงานในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยทั้งภาคการค้า และภาคการให้บริการโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย ในการแข่งขันในธุรกิจการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน และในการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- ก. เนื่องจากข้อจำกัดของเวลาและงบประมาณในการศึกษา การศึกษานี้จะครอบคลุมเฉพาะการค้าและการขนส่งผ่านด่านแม่สอด จังหวัดตาก เข้าไปยังนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นด่านที่คาดว่าปริมาณการค้าและการขนส่งจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูง ตามการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเมียนมาภายหลังการเปิดประเทศ
- ข. แผนงานในการเสริมศักยภาพในการประกอบการของผู้ประกอบการไทยจะมีรายละเอียดเนื้อหา มุ่งเน้นศักยภาพในการประกอบการค้าและการขนส่งผ่านด่านแม่สอดของกลุ่มสินค้าที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ ของการค้าขายในระบบแบบ Formal Trade เป็นหลัก (โดยจะกล่าวถึงการประกอบการค้าในระบบในรูปแบบ Informal Trade การแลกเปลี่ยนสินค้ากันเองระหว่างผู้ประกอบการ และการค้าระหว่างประชาชนที่อาศัยในแนวบริเวณใกล้ชายแดน เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายในระบบเท่านั้น)
- ค. ผู้ประกอบการไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาจะรวมถึงผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการขนส่ง

1.4 ทฤษฎี สมมติฐานและ / หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย

การค้าชายแดนและข้ามแดนมีรูปแบบการค้า ดังนี้¹

- 1) การค้าชายแดนแท้จริงในลักษณะที่เป็น Consumer Trade ซึ่งเป็นการซื้อ-ขายกันระหว่างประชาชนในบริเวณแนวชายแดนของทั้งสองประเทศส่วนมากจะเป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันของประชาชนที่อยู่อาศัยตามพื้นที่ชายแดน โดยเป็นการค้าชายแดนนอกระบบที่มีอยู่ในท้องถิ่น และไม่สามารถเก็บเป็นสถิติข้อมูลปริมาณการค้าได้
- 2) การค้าชายแดนที่ทำการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง โดยไม่ผ่านพิธีการศุลกากร ถือเป็นการค้าชายแดนนอกระบบ มักจะนำสินค้าผ่านช่องทางที่เรียกว่า “กองทัพนมด”
- 3) การค้าชายแดน (Cross-border Trade) เป็นการค้าในระบบ ซึ่งดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากร เช่นเดียวกับการค้าระหว่างประเทศทั่วไป

¹สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก รายงานวิจัย

การค้าผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การค้าชายแดน ซึ่งเป็นการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีอาณาเขตติดต่อกันโดยตรง และการค้าผ่านแดน ซึ่งหมายถึง การค้าที่อาศัยการขนส่งสินค้าจากฝั่งหนึ่งผ่านดินแดนของอีกฝั่งหนึ่งไปยังประเทศที่สาม หรือในทางกลับกันจากประเทศที่สามผ่านดินแดนของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไปยังดินแดนของอีกฝ่ายหนึ่ง

การค้าผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมีมูลค่าสูงมาก จากรายงานสถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของประเทศไทยที่รวบรวมและนำเสนอโดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์² สามารถสรุปสถานการณ์การค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของประเทศไทยได้ว่า การค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าการค้ารวม 924,241.79 ล้านบาท เป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจากช่วงระยะเดียวกันของปี พ.ศ. 2556 ร้อยละ 1.51 โดยมีมูลค่าแยกตามประเทศเพื่อนบ้านได้ตามตารางที่ 1-1 ดังนี้

ตารางที่ 1-1 มูลค่ารวมของการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
มาเลเซีย	501,401.99	54.25
เมียนมา	196,866.33	21.30
สปป. ลาว	132,137.16	14.30
กัมพูชา	93,836.31	10.15

โดยสามารถแบ่งมูลค่าตามการส่งออกและนำเข้าได้ตามตารางที่ 1-2 และตารางที่ 1-3 ดังนี้

ตารางที่ 1-2 มูลค่ารวมของการส่งออกของการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
มาเลเซีย	288,051.23	51.42
สปป. ลาว	108,606.38	19.39
กัมพูชา	84,098.90	15.01
เมียนมา	79,451.95	14.18

ตารางที่ 1-3 มูลค่ารวมของการนำเข้าของการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
มาเลเซีย	213,350.76	58.61
เมียนมา	117,414.38	32.25
สปป. ลาว	23,531.78	6.46
กัมพูชา	9,748.41	2.68

² สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ (2556). สถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของประเทศไทย ปี 2553-2556.

จากการที่ประเทศไทยมีการค้าขายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นปริมาณที่สูงมาก จึงเป็นโอกาสที่ดีที่ไทยควรจะใช้ประโยชน์จากการค้าขายแดนและการขนส่งข้ามแดนที่มีอยู่แล้วนี้ เบิกทางให้ผู้ประกอบการไทยขยายธุรกิจและการลงทุนเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นประเทศที่คาดว่าจะมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงมาก

โดยการขยายธุรกิจของไทยเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้านสามารถดำเนินการได้ 2 ช่องหลัก คือ

- การขยายการค้าและการส่งออกสินค้าและบริการด้านโลจิสติกส์)
- การขยายการลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการผลิตการค้าและการบริการ

การศึกษานี้นอกจากจะพิจารณาถึงศักยภาพในการประกอบธุรกิจการค้าและการขนส่งชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ยังจะครอบคลุมไปถึงการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายธุรกิจ (Business Connectivity) และช่องทางที่เกิดจากการค้าและการขนส่งชายแดนนี้ ไปต่อยอดให้เกิดศักยภาพในการขยายการลงทุนของผู้ประกอบการไทยเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

การยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการจำเป็นต้องอาศัยการดำเนินงานทั้งในส่วนของภาครัฐและในส่วนของภาคเอกชน ดังนั้น การจัดทำแผนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ จึงพิจารณาครอบคลุมถึงแผนการดำเนินงานที่ธุรกิจควรดำเนินการเอง และที่อยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐ

1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาดำเนินการภายใต้ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

- 1) ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

เนื่องจากในปัจจุบัน หลายหน่วยงานในประเทศไทยได้ดำเนินมาตรการและกิจกรรมหลายประเภทเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการให้บริการขนส่งทางบกผ่านชายแดนประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านอยู่แล้ว อาทิเช่น

- กระทรวงพาณิชย์
- กระทรวงอุตสาหกรรม
- กระทรวงคมนาคม

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา การทบทวนนโยบายและมาตรการจะพิจารณาทั้งนโยบายและมาตรการสำหรับการสนับสนุนการส่งออกสินค้าและบริการขนส่งของไทยไปยังต่างประเทศ และนโยบายและมาตรการที่จะส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ โดยการศึกษาจะได้รวบรวมการดำเนินมาตรการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการประมวลรูปแบบและความเชื่อมโยงของมาตรการและกิจกรรม

2) ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการการค้าและการขนส่งระหว่างประเทศ

เป็นการทบทวนเอกสารและรายงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการต่างๆที่ได้ดำเนินการในต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการค้าการขนส่งระหว่างประเทศ และการลงทุนขาออกไปในต่างประเทศ โดยจะพิจารณาเปรียบเทียบกับแนวนโยบายและการดำเนินการในประเทศไทยตามที่ได้ทบทวนในขั้นตอนที่ 1

ทั้งนี้ในเบื้องต้นได้วางแผนที่จะทำการทบทวนให้ครอบคลุม 3 กลุ่มประเทศ คือ

- ประเทศในอเมริกาเหนือ
- ประเทศในทวีปยุโรป
- ประเทศในทวีปเอเชีย

โดยการทบทวนแนวทางและมาตรการที่นำมาใช้ในการส่งเสริมผู้ประกอบการในการขยายธุรกิจไปในต่างประเทศทั้งในรูปของการส่งออกสินค้าและบริการ และการลงทุนในต่างประเทศ

3) วิเคราะห์โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจไทยเข้าไปในเศรษฐกิจเมียนมา

เป็นการวิเคราะห์โอกาสและช่องทางของโอกาสที่ธุรกิจไทยจะสามารถขยายตัวเข้าไปในเศรษฐกิจของประเทศเมียนมาในอนาคต ทั้งนี้เมียนมาเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงที่จะเป็นตลาดสำคัญของสินค้าส่งออกของไทยและแหล่งลงทุนของนักธุรกิจไทยที่ต้องการจะขยายกิจการ ดังนั้น การวิเคราะห์จึงแบ่งโอกาสออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) โอกาสในการขยายการส่งออกสินค้าและบริการขนส่งของไทยข้ามแดนผ่านอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เข้าไปในเมียนมา และ 2) โอกาสในการขยายการลงทุนของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจของเมียนมา

ในการศึกษาโอกาสในการขยายการส่งออกสินค้าและบริการโลจิสติกส์ของไทยข้ามแดนผ่านแม่สอดนั้น จะดำเนินการด้วยการรวบรวมข้อมูล จากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

ก. รายงานและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องเช่น

- โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย – เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอดจังหวัดตาก โดยกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม
- รายงานการสำรวจศักยภาพพื้นที่ชายแดนและเขตเศรษฐกิจพิเศษไทย-เมียนมา ณ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก-เมืองเมียวดี เมืองพะอัน และกรุงย่างกุ้ง โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก โดยสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา
- รายงานฉบับสมบูรณ์ การเปิดเสรีโลจิสติกส์อาเซียน: โอกาส ผลกระทบ และการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ
- คู่มือ "เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน": สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา โดยกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

- ข. สถิติการค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมาโดยพิจารณาทั้งปริมาณและประเภทสินค้า
- ค. การคาดคะเนแนวโน้มและทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอนาคตของเมียนมา
- ง. แผนนโยบายและแผนต่างๆของทั้งของไทยและของเมียนมาในการพัฒนาพื้นที่เมืองชายแดนของทั้ง 2 ประเทศ เช่น การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เป็นต้น ซึ่งน่าจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อการค้าและการขนส่งข้ามแดนผ่านแม่สอด
- จ. กฎหมายและระเบียบต่างๆที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าชายแดนและการขนส่งข้ามแดนระหว่างไทยกับเมียนมาผ่านแม่สอด
- ฉ. การสัมภาษณ์หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าและบริการขนส่งของไทยไปยังเมียนมา โดยครอบคลุมทั้งฝั่งไทยและฝั่งเมียนมา โดยจะเน้นหน่วยงานของรัฐและธุรกิจที่ตั้งอยู่ในบริเวณชายแดนทั้งสองประเทศ

ถัดมาจะเป็นการวิเคราะห์ส่วนที่สอง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โอกาสที่ธุรกิจไทยจะขยายการลงทุนเข้าไปในเมียนมา โดยอาศัยช่องทางที่เกิดจากการค้าและการขนส่งชายแดนผ่านอำเภอแม่สอด โดยข้อมูลที่จะนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ในส่วนนี้จะได้จาก

- ก. ผลการวิเคราะห์โอกาสในการขยายการส่งสินค้าและบริการขนส่งข้ามแดนไปยังเมียนมา อันเป็นผลจากการวิเคราะห์ส่วนที่หนึ่งตามที่น่าเสนอข้างต้น ซึ่งจะถูกนำไปวิเคราะห์ขยายผลต่อยอดถึงโอกาสที่จะใช้เครือข่ายธุรกิจจากการส่งสินค้าและบริการขนส่งข้ามแดน เป็นช่องทางให้ธุรกิจไทยเข้าไปขยายการลงทุนในเมียนมาต่อไป
- ข. รายงานและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น
 - รายงาน การออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย: การวิเคราะห์รายอุตสาหกรรม โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
 - คู่มือ การค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์
 - เมียนมา: โอกาสการค้าและการลงทุน โดยธนาคารแห่งประเทศไทย
 - ดัชนีและคู่มือการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
 - รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน กลุ่มที่ 1 ประเทศพม่า และลาว ภายใต้โครงการ SMEs Capacity Building: Win for ASEAN Market โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม
 - โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา โดยสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา
- ค. สถิติการนำเข้าสินค้าและบริการของประเทศเมียนมา โดยพิจารณาทั้งปริมาณและประเภทสินค้า
- ง. การคาดคะเนแนวโน้มและทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอนาคตของเมียนมา
- จ. นโยบายและกฎระเบียบของเมียนมาในการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ

ฉ. การสัมภาษณ์หน่วยงานของรัฐและภาคธุรกิจ โดยกลุ่มเป้าหมายของการสัมภาษณ์ประกอบด้วย

- นักธุรกิจไทยที่เข้าไปลงทุนในเมียนมา
- นักธุรกิจเมียนมาในนครย่างกุ้ง
- นักธุรกิจไทยในประเทศไทยที่มีประสบการณ์การค้า การขนส่ง และการลงทุนในเมียนมา

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสและช่องทางของตลาดการส่งออกสินค้าและบริการและการขนส่งข้ามแดนจากไทยไปเมียนมา ว่าจะมีแนวโน้มการขยายตัวไปในกลุ่มสินค้าใดเป็นหลัก และจะเติบโตมากน้อยเพียงใดในอนาคต รวมถึงประเภทของธุรกิจและโอกาสทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยจะมีโอกาสเข้าไปลงทุนในเมียนมาด้วยการต่อยอดจากการค้าและการขนส่งข้ามแดนที่เกิดขึ้น

4) วิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบของผู้ประกอบการไทย

เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบ (Comparative competency) ของผู้ประกอบการไทยทั้งในการส่งออกสินค้าและบริการข้ามแดนไปยังเมียนมา และการเข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมาภายใต้บริบทสถานการณ์ โอกาสของการค้าและการขนส่งข้ามแดน และการลงทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตามผลการศึกษาในขั้นตอนที่ 3 โดยจะทำการเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการท้องถิ่นของเมียนมา และผู้ประกอบการชาติอื่นที่อาจจะเป็นคู่แข่งโดยตรงของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการจีน

โดยงานในขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นเกี่ยวกับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในบริบทของการก้าวเข้าไปสู่การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ (Internationalization) ซึ่งครอบคลุมทั้งการส่งออกสินค้าและบริการและการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ โดยผลการทบทวนทฤษฎีจะนำมาสรุปเป็นองค์ประกอบด้านต่างๆ ที่สำคัญสำหรับการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการที่จะขยายการค้าและธุรกิจเข้าไปในเมียนมา

ต่อจากนั้น จะเป็นการออกแบบการสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบของผู้ประกอบการไทย ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการประเมินประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิและเอกสารรายงานจากแหล่งต่างๆ ที่ศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในมิติต่างๆ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face-to-Face Interviews) ผู้ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- ผู้ประกอบการไทยที่มีประสบการณ์การส่งออกสินค้าและบริการ และการขนส่งข้ามแดนไปยังเมียนมา
- ผู้ประกอบการไทยที่เข้าไปลงทุนในเมียนมา
- ผู้ประกอบการของเมียนมา

ผลการวิเคราะห์คาดว่าจะชี้ให้เห็นถึงศักยภาพที่เป็นอยู่ของผู้ประกอบการเทียบกับผู้ประกอบการชาติอื่นในการขยายการค้า การขนส่ง และการลงทุนไปในเมียนมา

5) จัดทำแผนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการการค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทย

การศึกษาในขั้นตอนนี้จะเริ่มด้วยการนำผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของศักยภาพเชิงเปรียบเทียบของผู้ประกอบการไทยจากขั้นตอนที่ 4 มาพิจารณาร่วมกับโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายการส่งออกสินค้าและบริการโลจิสติกส์และการลงทุนในประเทศเมียนมาซึ่งเป็นผลการศึกษาจากขั้นตอนที่ 3 เพื่อกำหนดกรอบแนวทางหรือ Business Model ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ขนส่งในการดำเนินการขยายการส่งออกสินค้าและบริการขนส่ง และการลงทุนในประเทศเมียนมา

ต่อจากนั้น การศึกษาจึงจะจัดทำแผนและมาตรการที่ควรดำเนินการ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย โดยครอบคลุมทั้งการดำเนินการโดยภาครัฐ การดำเนินการโดยภาคธุรกิจ และการดำเนินการด้วยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

โครงการนี้ใช้ระยะเวลาในการทำวิจัย 12 เดือน ดังแผนงานการดำเนินงานโครงการแสดงในตารางที่ 1 - 4

ตารางที่ 1-4 แผนงานการดำเนินงานโครงการ

กิจกรรม	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทย												
ทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศ												
วิเคราะห์โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจไทยเข้าไปในเศรษฐกิจเมียนมา												
วิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบของผู้ประกอบการไทย												
จัดทำแผนการยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน												

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ทราบถึงโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจการค้าและการขนส่งข้ามแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ทราบถึงโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในการเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการต่างชาติที่เป็นคู่แข่ง
- แผนการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งข้ามแดน และการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน

บทที่ 2

ผลการทบทวนแนวนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมผู้ประกอบการ

การทบทวนแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนแรก นำเสนอแนวนโยบายและมาตรการของไทย และส่วนที่สองครอบคลุมแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศ

2.1 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมผู้ประกอบการ

การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของไทยในการส่งเสริมผู้ประกอบการแบ่งการทบทวนเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยทั้งภาคการค้า ภาคการผลิต และภาคการขนส่ง ในการส่งออกสินค้าและบริการ และในการลงทุนในต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อันประกอบด้วย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงคมนาคม

การทบทวนในส่วนที่ 2 คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนรายงานการศึกษาที่ได้นำเสนอแนวทางและมาตรการต่างๆที่จะช่วยส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการส่งออกสินค้าและขนส่งข้ามแดนไปยังเพื่อนบ้าน และการเข้าไปลงทุนประกอบธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้าน

2.1.1 การทบทวนแนวนโยบายและยุทธศาสตร์ของหน่วยงานไทยในการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดน และการลงทุนในต่างประเทศ

ที่ผ่านมาหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการทั้งการค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลกได้ โดยได้ดำเนินการรูปของการกำหนดนโยบาย มาตรการรวมถึงกิจกรรมสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อเป็นกลไกในการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย พอสรุปได้ดังนี้

2.1.1.1 กระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมและพัฒนาธุรการค้าทั้งสินค้าและธุรกิจบริการ โดยกระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในกระทรวง ปี พ.ศ. 2558 ที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ 4 ด้าน ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการข้าวและสินค้าเกษตรหลักที่สำคัญในเชิงรุก
2. ยุทธศาสตร์การดูแลค่าครองชีพให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อย
3. ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการส่งออก
4. ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนสู่ประชาคมอาเซียน

ทั้งนี้ยุทธศาสตร์ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าผ่านชายแดนประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนสู่ประชาคมอาเซียนโดยประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ย่อย คือ

- 1) ส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน เน้นการผลักดัน Investment For Trade และการพัฒนาเมืองหน้าด่าน เมืองคู่แฝด และเชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยมีแผนการดำเนินการ ดังนี้
 - พัฒนาเมืองคู่แฝด เมืองหน้าด่าน
 - การพัฒนาเพื่อความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้า
 - การเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
 - การส่งเสริมการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน
 - การเร่งรัดแก้ไขปัญหาและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือในอนุภูมิภาค
- 2) เร่งสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจผลักดันยุทธศาสตร์กลุ่มธุรกิจเชื่อมโยง (Cluster Driven) โดยมีแผนการดำเนินการ ดังนี้
 - การสร้างองค์ความรู้การประกอบธุรกิจ
 - การสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดี
 - การสร้างโอกาสการตลาดและขยายเครือข่ายธุรกิจ
- 3) ผลักดันให้เกิดสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าลงทุนใน ASEAN (เร่งปรับปรุง Ease of Doing Business) โดยมีแผนการดำเนินการ ดังนี้
 - การอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ
 - การดำเนินการเชิงรุกในการยกระดับอันดับทางการแข่งขันของไทย
 - การพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อรองรับการออกจาก Middle Income Trap

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของกระทรวงพาณิชย์ได้นำเสนอรายงานผลการดำเนินงานสำคัญของกระทรวงพาณิชย์รอบ 6 เดือน (12 กันยายน 2557 – 12 มีนาคม 2558) ดังนี้¹

● การพัฒนาการค้าชายแดนในปี พ.ศ. 2558

กระทรวงพาณิชย์มีเป้าหมายผลักดันมูลค่าการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นให้ถึงเป้าหมาย 1.5 ล้านล้านบาท โดยผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์เดินทางไปสำรวจพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเพื่อพบหารือกับรัฐมนตรีของประเทศเพื่อนบ้านไปแล้ว จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่

- เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในโอกาสนี้ได้เจรจารื้อถอนรั้วพรมแดนพรมแดนของเมียนมา มีการกำหนดเป้าหมายการค้าชายแดน ปี พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นเท่าตัวจาก 2 แสนล้านบาท เป็น 4 แสนล้านบาท และได้สถาปนา “บ้านพี่เมืองน้อง” ระหว่างอำเภอแม่สอด กับเมืองเมียวดี
- เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดมุกดาหาร ได้เจรจาส่งเสริมการค้าชายแดนกับรัฐมนตรีของสปป.ลาวมีการตั้งเป้าหมายการค้าระหว่างกันเพิ่มขึ้นเป็น 8,000 ล้านบาทหรือสหรัฐ
- เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว ได้เจรจารื้อถอนแนวทางการส่งเสริมการค้าชายแดนกับรัฐมนตรีพาณิชย์ของกัมพูชา โดยได้ตั้งเป้าหมายการค้าระหว่างกันให้ขยายตัวร้อยละ 30 ต่อปี นอกจากนี้ยังมีกำหนดเดินทางไปยังพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ณ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลาในระยะต่อไปอีกด้วยทั้งนี้มูลค่าการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน

¹ กระทรวงพาณิชย์. สืบค้นจาก http://www2.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7669 (เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2558)

และการค้า ณ เมืองหน้าด่านของไทยในระยะ 6 เดือน (ตุลาคม 2557 – มีนาคม 2558) รวมทั้งสิ้นกว่า 700,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 47 ของเป้าหมายการค้าชายแดน

- **ความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) หลังปี 2558**

ผลงานสำคัญที่ทำให้การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีสมบรูณ์มากยิ่งขึ้นคือการจัดทำคลังข้อมูลทางการค้าของไทยผ่านเว็บไซต์ “www.thailandntr.com” เพื่อเป็นช่องทางส่งเสริมประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกด้านการค้าระหว่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการภาคเอกชนไทยในการเข้าถึงข้อมูลด้านภาษีศุลกากร กฎระเบียบ มาตรการทางการค้าระหว่างประเทศ ณ จุดเดียวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตก่อนจะเชื่อมโยงกับคลังข้อมูลทางการค้าของอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 พร้อมกับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภารกิจที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การสร้างความรู้ความเข้าใจ พัฒนาความพร้อมและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและทุกภาคส่วนได้ใช้ประโยชน์จากประชาคมอาเซียนและความตกลงการค้าเสรีต่างๆ ให้มากที่สุดเพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตโดยได้จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายภาครัฐและเอกชนรวม 41 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมกว่า 9,100 รายรวมถึงโครงการประกวดแผนธุรกิจเพื่อเป็นเวทีให้นิสิต นักศึกษาแสดงศักยภาพในการเข้าสู่ AEC ทั้งนี้จากสถิติการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า สามารถเข้าถึงผู้ประกอบการเกษตรกร นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปได้มากกว่า 1 ล้านคน นอกจากนี้ ยังมีศูนย์บริการข้อมูลประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ศูนย์ AEC) ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 37,500 ราย และมีผู้เข้าใช้บริการกว่า 32,000 ราย รวมทั้งได้ขยายการดำเนินงานโดยจัดตั้ง “ศูนย์ AEC จังหวัด” ขึ้นใน 76 จังหวัด ปัจจุบันมีผู้เข้าใช้บริการรวมกว่า 70,000 ราย

- **การพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของไทย**

กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงสามารถยกระดับการประกอบการได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างมีประสิทธิภาพสามารถก้าวสู่เวทีการแข่งขันในระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลกได้อย่างเข้มแข็ง รวมทั้งส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม มีผลการดำเนินงาน อาทิ

- 1) **พัฒนาการให้บริการภาคธุรกิจในการรับชำระเงิน** โดยนำเทคโนโลยีมาตรฐานสากลสำหรับการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ “DBD e-Filing” มาสนับสนุนการให้บริการในการรับชำระเงินเป็นครั้งแรกของประเทศไทยและเป็นลำดับสองในอาเซียน และจัดทำรหัสรายการทางบัญชี (Taxonomy) ให้มีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับชำระเงินของไทย (e-Filing Single Point) และเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานอื่นทำให้ธุรกิจได้ใช้ข้อมูลที่ต้องการ รวดเร็ว เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ได้เปิดให้บริการแล้วมีผู้สมัครใช้บริการรวม 3,200 ราย
- 2) **บริการออกหนังสือรับรองนิติบุคคลเป็นภาษาอังกฤษทางอิเล็กทรอนิกส์** โดยใช้เทคโนโลยีการลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ ลดภาระทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเอกสารต้นฉบับทางราชการที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในและต่างประเทศ ได้เปิดให้บริการแล้ว มีผู้ให้บริการรวม 450 ราย

- 3) **กำกับดูแลการจดทะเบียนนิติบุคคลให้มีความน่าเชื่อถือ** อาทิ ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ฯลฯ รวมทั้งตรวจสอบบัญชีหรืองบการเงินนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียน 5,000 – 10,000 ล้านบาทและตั้งแต่ 10,000 ล้านบาทขึ้นไป เพื่อสร้างความโปร่งใสในการทำธุรกิจ
- 4) **พัฒนาและส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญา** ได้มีการเร่งรัดการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยลดระยะเวลาการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากเดิม 20 เดือนเหลือ 9 เดือน รวมทั้งพัฒนาปรับปรุงกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นสากล และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของการค้ายุคใหม่ ได้แก่ กฎหมายลิขสิทธิ์ เพื่อป้องปรามการละเมิดลิขสิทธิ์กรณีมีการแอบถ่ายในโรงภาพยนตร์ ช่วยป้องกันความเสียหายทางเศรษฐกิจต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการออกกฎหมายเพื่อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ให้แก่คนพิการทางการได้ยินและทางสติปัญญาให้สามารถเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ได้สะดวกยิ่งขึ้น และเพิ่มมาตรการคุ้มครองงานลิขสิทธิ์ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยียุคดิจิทัล เช่น การกำหนดความผิดสำหรับผู้ที่ยกยอหาวิธีการหรือช่องโหว่ของระบบ เพื่อละเมิดลิขสิทธิ์ในระบบคอมพิวเตอร์ (แฮกเกอร์) ซึ่งเจ้าของลิขสิทธิ์ทำไว้เพื่อเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ เป็นต้นสำหรับการป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้มีการร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมศุลกากร กรมสอบสวนคดีพิเศษ และภาคเอกชนเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา จัดทำลายของกลางละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่คดีถึงที่สุดแล้ว รวม 7 แสนชิ้น มูลค่าความเสียหายของจริงกว่า 2,000 ล้านบาทเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาและนักลงทุนว่าจะไม่มีสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญากลับไปสู่ท้องตลาด หรือส่งออกไปยังต่างประเทศ

นอกจากนี้ ได้จัดสัมมนา ณ โรงแรมสร้างจิตสำนึกในทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีผู้เข้าร่วมกว่า 900 ราย รวมทั้ง ส่งเสริมและจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ การจัดงานมหกรรมทรัพย์สินทางปัญญา 2558 (IP Fair 2015) และตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI Market 2015) เพื่อยกระดับสินค้าและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในการเข้าสู่ตลาดธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) อีกทั้งสร้างความเข้าใจ การใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าและรองรับเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้แก่ผู้ประกอบการรวมกว่า 5,600 ราย ตลอดจนจัดหน่วยบริการให้คำปรึกษาและรับคำขอจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ในด้านการปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

กระทรวงพาณิชย์ซึ่งมีกฎหมายในการกำกับดูแลรวมทั้งหมด 34 ฉบับ ได้มีการเสนอแก้ไขกฎหมาย 17 ฉบับ โดยมีร่าง พ.ร.บ.ที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จและลงประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วจำนวน 5 ฉบับ ได้แก่ พ.ร.บ.มาตราชั่งตวงวัด พ.ร.บ.ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (จัดตั้งสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า) พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ (การคุ้มครองข้อมูลการบริหารสิทธิฯ) พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ (กำหนดความผิดสำหรับการทำซ้ำในโรงภาพยนตร์ฯ) และ พ.ร.บ.ความลับทางการค้า (ปรับปรุงเกี่ยวกับคณะกรรมการความลับทางการค้าฯ) และในส่วน ร่าง พ.ร.บ.ที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการดำเนินงาน เช่น ร่าง พ.ร.บ.ยกเลิก พ.ร.บ.ส่งเสริมสินค้าขาออก พ.ศ. 2503ฯ (เป็นการยกเลิกกฎหมายเก่าที่ไม่ได้ใช้แล้วในปัจจุบัน) ร่าง พ.ร.บ.คลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น (ยกเว้นใหม่ทั้งฉบับ) และร่าง พ.ร.บ. การส่งออกไปนอกและการนำเข้าฯ (เพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับเรื่อง การนำเข้าสินค้าที่เป็นการลำเลียงผ่านแดนหรือถ่ายลำ) เป็นต้นนอกจากนี้ยังได้เตรียมศึกษา ร่าง พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้าให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

นอกจากนี้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ที่มีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ เช่น

กรมการค้าต่างประเทศ

เป็นหน่วยงานที่มีพันธกิจในการสร้างและรักษาผลประโยชน์สูงสุดจากโอกาสทางการค้า รวมทั้งการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้กับผู้ประกอบการนำเข้า-ส่งออก โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ขององค์ไว้ดังนี้²

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารการค้าเชิงรุก มีเป้าประสงค์คือ
 - บริหารการส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตรสำคัญ
 - พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้
 - พัฒนากลไกการปกป้องและสร้างความเป็นธรรมเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างและขยายโอกาสทางการค้า
 - ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการค้าชายแดน
 - ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงทางการค้า
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าสู่สากล
 - ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการค้า
 - บริหารจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน
 - พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการค้าชายแดน ปี พ.ศ.2558³ ที่เชื่อมโยงกันของยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ 4 ยุทธศาสตร์ คือ

- ยุทธศาสตร์ที่ 1
การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดน มุ่งพัฒนาในด้านการอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานการเพิ่มพูนสิทธิประโยชน์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนรวมทั้งการอำนวยความสะดวกด้านแรงงานต่างด้าวมาทำงานในพื้นที่ชายแดนแบบเข้าไป-เย็นกลับ
- ยุทธศาสตร์ที่ 2
การสร้างเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน โดยกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบการค้าชายแดน การส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ มีการส่งเสริมพัฒนาสร้างเครือข่ายให้กับนักธุรกิจไทยและประเทศเพื่อนบ้านให้มีการพบปะสร้างความใกล้ชิดใน การดำเนินธุรกิจระหว่างกัน

² กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. แผนยุทธศาสตร์กรมการค้าต่างประเทศ. สืบค้นจาก

<http://www.dft.go.th/Default.aspx?tabid=155> (เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2558)

³ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการค้าชายแดน ปี 2558. สืบค้นจาก [http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=4421&filename=index_\(เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2558\)](http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=4421&filename=index_(เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2558))

— ยุทธศาสตร์ที่ 3

การส่งเสริมการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยเหตุที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นฐานการผลิตร่วมและสามารถใช้ข้อได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตจากราคาค่าแรง รวมถึงการใช้สิทธิประโยชน์ จีเอสพี (GSP) ไปยังประเทศต่างๆ เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา

— ยุทธศาสตร์ที่ 4

เร่งรัดแก้ไขปัญหาและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค กระทรวงพาณิชย์มีบทบาทนำทางด้านการค้าในกรอบความร่วมมือทั้งระดับภูมิภาคและอนุภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนในกรอบต่างๆ ที่จะอำนวยความสะดวกและแก้ไขกฎระเบียบต่างๆ เพื่อให้การค้าชายแดนมีความคล่องตัวมากขึ้น

ทั้งนี้แต่ละยุทธศาสตร์ได้มีการกำหนดกิจกรรมที่สนับสนุนดังนี้

ตารางที่ 2-1 สรุปยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการค้าชายแดน ปี พ.ศ.2558

ยุทธศาสตร์	กิจกรรม
1. การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้า	— การพัฒนาด่าน (ยกระดับ/เปิดจุด/ขยายเวลา เช่น ยกระดับด้านสิ่งขจร เปิดจุดผ่านแดนถาวรบ้านหนองเอี่ยน — การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า เช่น การสร้างสะพานข้ามแม่น้ำเมย แห่งที่ 2 การจัดตั้งศูนย์ OSS การปรับปรุงด่านสะเดา — การผลักดันการลงทุนในจังหวัดชายแดนให้ได้รับสิทธิประโยชน์เป็นพิเศษ รวมทั้งอนุญาตให้ใช้แรงงานต่างด้าวแบบเข้าไป-เย็นกลับ — การจัดมหกรรมการค้าชายแดนร่วมกับเพื่อนบ้าน
2. การเสริมขีดความสามารถของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน	— การพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าในการลดต้นทุนการผลิตและส่งออก — พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน
3. การส่งเสริมการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน	— การส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน — การส่งเสริมการผลิตและการค้าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ/เมืองคู่แฝด — การส่งเสริมการลงทุนทำการเกษตรแบบมีสัญญา กับประเทศเพื่อนบ้าน — การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน
4. การเร่งรัดการแก้ไขปัญหาและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือในอนุภูมิภาค	— โครงการหารือ 5ฝ่าย (ไทย สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม จีน (ยูนนาน)) (ม.ค.-ก.พ. 58) — การประชุม JTC กับประเทศเพื่อนบ้าน — การประชุมภายใต้กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาค ได้แก่ GMS/ACMECS/IMT-GT

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถบริหารธุรกิจอย่างเป็นระบบ มีศักยภาพ ความพร้อม มีความแข็งแกร่งและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ 2555 – 2558 ไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 – พัฒนาระบบบริการจดทะเบียนธุรกิจให้ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 – สร้างคลังข้อมูลธุรกิจที่สมบูรณ์และเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 – เพิ่มศักยภาพการกำกับดูแลและบังคับใช้กฎหมายเพื่อสร้างธรรมาภิบาลธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 – เสริมสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการรายย่อยและยกระดับธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 – พัฒนางองค์กรแห่งการเรียนรู้

โดยหน่วยงานได้มีการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ซึ่งกิจกรรมหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการสรุปได้ดังนี้⁴

ตารางที่ 2-2 สรุปกิจกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์

ปีงบประมาณ	กิจกรรม/โครงการ
2558	— พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไทยและกลุ่มธุรกิจรองรับ AEC — ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจบริการภายใต้ข้อตกลง AFAS — สร้างความเข้มแข็งศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก — พัฒนาศักยภาพการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ — ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ — พัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจเตรียมความพร้อมสู่สากล
2557	— สร้างนักการตลาดและพัฒนาศักยภาพกลุ่มธุรกิจรองรับ AEC — พัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจเตรียมความพร้อมสู่สากล — สร้างความเข้มแข็งธุรกิจในระบบแฟรนไชส์สู่สากล — สร้างความเข้มแข็งธุรกิจค้าส่งค้าปลีก — พัฒนาศักยภาพธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์สู่สากล
2556	— สร้างนักการตลาดและพัฒนาศักยภาพกลุ่มธุรกิจรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน — พัฒนาและสร้างโอกาสทางการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ — พัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจเตรียมความพร้อมสู่สากล — ยกระดับมาตรฐานคุณภาพและสร้างเครือข่ายด้านการตลาดธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์

⁴ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. แผนยุทธศาสตร์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า พ.ศ. 2555 – 2558. สืบค้นจาก <http://www.dbd.go.th/> (เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2558)

2.1.1.2 กระทรวงอุตสาหกรรม

กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม การพัฒนาผู้ประกอบการและราชการอื่นตามที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวง อุตสาหกรรมหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดแผน ยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2555 – 2558 ฉบับปรับปรุง มีจำนวน 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตารางที่ 2-3 สรุปแผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2555 – 2558

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และปรับโครงสร้าง การผลิตสู่อุตสาหกรรมฐานความรู้	1. สร้าง ความพร้อม และ พัฒนา ศักยภาพ ภาคอุตสาหกรรม ให้มีคุณค่าในเชิงสร้างสรรค์ นำครัว ไทยสู่ครัวโลกและเมืองแฟชั่น รองรับ การเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2. การเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรมสู่อุตสาหกรรมเศรษฐกิจ อาเซียน และเขตเศรษฐกิจอื่นๆ 3. สนับสนุนอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาบนพื้นฐานของ การผลิตที่ใช้ฐานความรู้ เพื่อเพิ่มผลิตภาพการผลิต
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการลงทุนและ พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการประกอบ ธุรกิจและพัฒนาอุตสาหกรรม	1. ส่งเสริมการลงทุนไทยทั้งในและต่างประเทศ และการ ลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคงทาง เศรษฐกิจให้แก่ประเทศและภูมิภาค 2. สนับสนุนและจัดการพื้นที่อุตสาหกรรม (Zoning Planning) อย่างเหมาะสม 3. ผลักดันการแก้ไข ปรับปรุง และออกกฎหมายและ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เพื่อลด อุปสรรคและต้นทุนในการประกอบธุรกิจ และส่งเสริม การยกระดับของภาคอุตสาหกรรม 4. จัดตั้งกองทุน และเชื่อมโยงการใช้ประโยชน์จาก กองทุน 5. พัฒนาระบบข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจ เพื่อเตือนภัย การตัดสินใจการลงทุนในอาเซียนและด้านอื่นๆ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างขีดความสามารถ ของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ใน ตลาดโลก	1. เสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้มี ศักยภาพเพิ่มขึ้น 2. เสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่ อุปทานของภาคอุตสาหกรรมให้มีความได้เปรียบใน การแข่งขัน

⁵ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม (2556) แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2555 – 2558.

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
	3. พัฒนามาตรฐานระบบและผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบังคับใช้ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อประชาชนและเอื้อต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม 4. สร้างเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ของอุตสาหกรรม 5. สนับสนุนและผลักดันการเตรียมกำลังคนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม ให้มีจำนวนเพียงพอและมีทักษะสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมแต่ละสาขา 6. ผลักดันให้มีการวิจัยและพัฒนาการออกแบบในเชิงพาณิชย์ 7. ผลักดันการเพิ่มผลิตภาพภาคอุตสาหกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมสถานประกอบการสู่อุตสาหกรรมสีเขียว	1. ส่งเสริมสถานประกอบการให้มีการพัฒนากระบวนการผลิตและยกระดับของการได้รับการรับรองเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว 2. พัฒนาปัจจัยแวดล้อมเพื่อผลักดันและจูงใจให้สถานประกอบการมีการปรับปรุงไปสู่มาตรฐานสีเขียว 3. พัฒนาเครือข่ายเฝ้าระวังและจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นและชุมชน
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาสมรรถนะองค์กรเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ประกอบการและประชาชน	1. ปรับโครงสร้างองค์กร พัฒนาระบบบริหารจัดการ จัดหาเครื่องมือ จัดการองค์ความรู้ เพื่อยกระดับศักยภาพการปฏิบัติงาน 2. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการบริหารและการบริการที่มีประสิทธิภาพ 3. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการบริหารและการบริการที่มีประสิทธิภาพ 4. สร้างระบบบูรณาการการดำเนินงานกับพันธมิตรทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน 5. ส่งเสริมธรรมาภิบาลและสร้างโปร่งใสในการปฏิบัติราชการ เพื่อต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

จากการที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีเป้าหมายที่จะรวมตัวทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกภายในปี พ.ศ. 2558 นี้ ย่อมมีผลกระทบทั้งทางบวกและลบต่อภาคเศรษฐกิจและสังคมของประเทศสมาชิก ดังนั้นประเทศสมาชิกทุกประเทศ จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์และกลยุทธ์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้จากการรวมกลุ่มของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งมีภารกิจหลักในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมและสำนักปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้มอบหมายให้ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจศาสตร์ประยุกต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทำการศึกษา วิเคราะห์และประมวลผลกระทบที่เกิดจากการเข้าสู่ประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของกระทรวงอุตสาหกรรมและสำนักปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2557-2561

ตารางที่ 2-4 สรุปยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของกระทรวงอุตสาหกรรมและสำนักปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2557-2561

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างสมรรถนะองค์กรให้สามารถรองรับบริบทการเปลี่ยนแปลงของประชาคมเศรษฐกิจ	1. การปรับโครงสร้างองค์กรของกระทรวงอุตสาหกรรมให้เหมาะสม 2. การพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ของกระทรวงอุตสาหกรรม 3. การใช้ประโยชน์สถาบันเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในทุกระดับ	1. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดด้วยการสร้างสรรค์เอกลักษณ์เฉพาะด้วยการเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Industry) 2. การสนับสนุนความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในการปรับกระบวนการผลิตและพัฒนาสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3. การบริหารจัดการด้านต้นทุนการผลิตเพื่อผลิตภาพการผลิตของผู้ประกอบการ SMEs ด้วยนวัตกรรมการบริหารจัดการแนวใหม่ 4. การจัดตั้งสภาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของภาคอุตสาหกรรมไทย 5. การป้องกันและบรรเทาผลกระทบเชิงลบของผู้ประกอบการไทยจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการผลิตของไทยสู่ประเทศสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	1. สร้างบรรยากาศให้เอื้อต่อการผลิตและการลงทุนจากต่างประเทศผ่านการปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายกฎระเบียบ และสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง 2. การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 3. การพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม

จากประเด็นยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อสามารถแปลงประเด็นยุทธศาสตร์ให้สามารถไปสู่การปฏิบัติจริงและเพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้ จึงได้เสนอโครงการนำร่อง (Flagship Project) จำนวน 10 โครงการ ดังนี้

ตารางที่ 2-5 โครงการนำร่อง (Flagship Project)

โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1. โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองรสนิยมการบริโภคในตลาดอาเซียน	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
2. โครงการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารขนาดกลางในกลุ่มประเทศ CLMV	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
3. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพื้นฐานต่อเนื่องจากแร่	กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่
4. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจพิเศษ	การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.)
5. โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการสถานประกอบการเพื่อสังคม	กรมโรงงานอุตสาหกรรม
6. โครงการสร้างความเข้าใจในบริบทการตลาดของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
7. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไทยในภูมิภาคอาเซียน	สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
8. โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านและอาหารเสริมในกลุ่มประเทศอาเซียน	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
9. โครงการพัฒนาบุคลากรกระทรวงอุตสาหกรรมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
10. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ AEC ประจำกระทรวงอุตสาหกรรม	สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

ตัวอย่างโครงการต่างๆ ที่กระทรวงอุตสาหกรรมได้ดำเนินงานมาช่วงปี พ.ศ.2557 – 2558 ที่เกี่ยวข้อง กับกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เช่น⁶

- โครงการเตรียมความพร้อมภาคอุตสาหกรรมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- โครงการเพิ่มศักยภาพด้านการค้าและการลงทุนด้านอุตสาหกรรมแร่และอุตสาหกรรมพื้นฐานของ ไทย เพื่อการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน
- โครงการพัฒนาสภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรม
- โครงการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยธุรกิจในโซ่อุปทานของ ภาคอุตสาหกรรม
- โครงการสนับสนุนให้เกิดปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของโซ่ อุปทานในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

⁶ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2558) รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม รอบ 9 เดือน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 (1 ต.ค. 57 – 30 มิ.ย.58)

นอกจากนี้ จากนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งพัฒนาพื้นที่บริเวณชายแดนที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ในภูมิภาคอาเซียนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ส่งเสริมการค้าและการลงทุน และที่สำคัญเพื่อการเตรียมความพร้อมรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงได้กำหนดให้ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนขึ้น โดยรัฐบาลมีมาตรการสนับสนุนและส่งเสริมต่างๆ ทำการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การให้สิทธิและประโยชน์ ทั้งที่เป็นภาษีและไม่ใช่อาชี ตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service: OSS) และมาตรการอำนวยความสะดวกอื่นๆ

อย่างไรก็ดี นอกจากมาตรการสนับสนุนต่างๆ ดังกล่าวนั้น การสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่ตามไปด้วย แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นที่การพัฒนาใน 4 เรื่องหลัก ซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการควรตระหนักและให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับกิจการของตนเองได้แก่⁷

1. **การพัฒนาผลิตภาพ (Productivity)** ตามแนวทางยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรม พ.ศ. 2551 – 2555 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 5 ด้าน ได้แก่
 - การยกระดับความสามารถทักษะแรงงาน (Human Skill) ทั้งแรงงานที่มีอยู่เดิมและแรงงานที่กำลังเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม
 - การยกระดับความสามารถทางด้านการบริหารจัดการ (Management)
 - การปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร
 - การพัฒนาระบบ Logistics ภายในกลุ่มอุตสาหกรรม
 - การสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจและ Supply Chain

ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมมาปรับใช้เข้ากับกิจการของตนเองได้ เช่น ยกระดับความรู้ ทักษะแรงงานใหม่และทักษะแรงงานเดิมที่มีอยู่ให้มีความสามารถเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับและทันต่อความเปลี่ยนแปลงการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาใช้ในกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ การพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง (Continual Quality Improvement) การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต การพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักรในกิจการของตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพในการผลิต การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ (Logistics) ภายในกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพลดต้นทุนด้าน Logistics โดยการรวมกลุ่มธุรกิจในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และ Supply Chain เพื่อเชื่อมโยงการผลิต โดยเน้นการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็ก

⁷ เรวดี แก้วมณี สำนักงานนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค (สม.) กระทรวงอุตสาหกรรม

(http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/enhancingcompetitivenessspecialeconomiczone_23012558.pdf)

2. **การสร้างมูลค่า (Value Added) และคุณค่า (Value Creation) ให้กับสินค้าและบริการ**
กลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ ในยุคที่ต้องขับเคลื่อนด้วยทุนสมอง สติปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ แทนการแข่งขันด้วยการใช้ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ แรงงาน และความสามารถในการผลิต ตามแนวคิดเดิมของระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรม การผลิตจำนวนมาก (Mass Production) ซึ่งกำลังหมดสมัย ไม่สามารถแข่งขันได้ในปัจจุบัน ควรให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณค่า (Value up) ซึ่งเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์คุณค่า อันจะนำไปสู่มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สูงขึ้น สร้างภูมิคุ้มกันจากการลอกเลียนแบบและการตัดราคา รวมทั้งปรับตำแหน่งของธุรกิจสู่ตำแหน่งที่สามารถเป็นผู้กำหนดราคาได้ตามความเหมาะสม นำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้น โดยมีแนวทางในการสร้างมูลค่าและคุณค่า เช่น การพัฒนาออกแบบสินค้าให้มีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งจะทำให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ รวมทั้งพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น
3. **การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์** ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดีขึ้น และผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า เรื่องมาตรฐานเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นที่จะต้องมีการยกระดับเพื่อสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ และสนองความต้องการของประเทศคู่ค้า ทั้งในเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัย สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม เนื่องจากประเทศต่างๆ ได้สร้างเกราะคุ้มกันและปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของตนเองด้วยการกำหนดมาตรการต่างๆ ขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือกีดกันทางการค้าโดยมาตรฐานสินค้า อุตสาหกรรมมีอยู่หลายระดับ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับประเทศที่มีข้อกำหนดเพื่อยกระดับคุณภาพการผลิตสินค้าของประเทศให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานที่ยึดถือกันระหว่างประเทศที่ผู้ประกอบการส่งออกของไทยต้องถือปฏิบัติซึ่งมาตรฐานระหว่างประเทศเป็นมาตรฐานที่พัฒนาขึ้นโดยองค์การระหว่างประเทศที่มีการยอมรับและใช้กันโดยหลักๆ ได้แก่ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) และ International Organization of Standardization :ISO) คือ อีกองค์กรหนึ่งที่พัฒนามาตรฐานระหว่างประเทศกว่า 17,000 รายการ ในขณะที่แต่ละปีหน่วยงานนี้จะพัฒนามาตรฐานใหม่ๆ เพิ่มขึ้นถึง 1,100 รายการต่อปี โดยแบ่งออกเป็น 40 สาขา เช่น เกษตรกรรม เทคโนโลยีอาหาร อุตสาหกรรมเสื้อผ้า สื่อสารโทรคมนาคม และด้านการปกป้องสุขอนามัย ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
4. **การหาช่องทางขยายตลาด** มีการวางแผนกลยุทธ์การขยายโอกาสทางการตลาด โดยการศึกษาวิจัยเพื่อหาตลาดใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งมีตลาดใหม่ที่น่าสนใจ เช่น ตลาดในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และตลาดในกลุ่มประเทศ BRICS ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีความร่วมมือในกรอบทวิภาคีและพหุภาคีรวมถึงมีความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนกับประเทศต่างๆ ในกลุ่ม BRICS ที่สำคัญหลายกรอบความร่วมมือ อาทิ ไทย-จีน ได้แก่ การทำ ASEAN+China FTA ในกรอบพหุภาคีความร่วมมือในกรอบทวิภาคีต่างๆ ไทย-อินเดีย อยู่ระหว่างการเจรจา FTA ระหว่างกัน และอินเดียยังเป็นตลาดใหม่ที่สำคัญของไทย ไทย-รัสเซีย ซึ่งรัสเซียเป็นประเทศคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทยในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันออกและ

กลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (Commonwealth of Independent States: CIS) ไทย-บราซิล ได้มีการลงนามความตกลงทวิภาคีทางการค้าระหว่างกัน ไทย-แอฟริกาใต้ แอฟริกาใต้เป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทยในทวีปแอฟริกาและเป็นตลาดส่งออกข้าวที่ใหญ่ที่สุดของไทยในอนุภูมิภาคแอฟริกาตอนใต้

นอกจากนี้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรมที่มีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ เช่น

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เป็นส่วนงานในกำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งมีภารกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ให้มีขีดความสามารถในการประกอบการ โดยได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2559 – 2563 ไว้ดังนี้⁸

ยุทธศาสตร์ที่ 1 - การพัฒนาธุรกิจในเชิงนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมเป้าหมายและตามศักยภาพพื้นที่ และส่งเสริมให้เชื่อมโยงกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อการแข่งขันในระดับสากล

กลยุทธ์

- 1.1. ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล
- 1.2. พัฒนาศักยภาพในเชิงนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สำคัญและตามศักยภาพของพื้นที่
- 1.3. ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพให้เกิดการเชื่อมโยงกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 - การเพิ่มผลิตภาพและสนับสนุนปัจจัยเอื้อ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการและธุรกิจอุตสาหกรรม

กลยุทธ์

- 2.1. เพิ่มผลิตภาพอุตสาหกรรมและส่งเสริมการรวมกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 2.2. สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจใหม่
- 2.3. พัฒนาผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมให้มีมาตรฐานและรองรับการบริการในรูปแบบใหม่ๆ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 - การเพิ่มขีดสมรรถนะองค์กรและบุคลากร เพื่อรองรับการบริการที่มีศักยภาพ”

กลยุทธ์

- 3.1. พัฒนาระบบเทคโนโลยี ฐานข้อมูล สารสนเทศ เครื่องมือ อุปกรณ์ เพื่อการบริหารและบริการที่ทั่วถึงมีคุณภาพ
- 3.2. พัฒนาศักยภาพบุคลากรและระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ เพื่อยกระดับการปฏิบัติงานให้มีศักยภาพ
- 3.3. เสริมสร้างระบบธรรมาภิบาลและความโปร่งใสในการปฏิบัติราชการ
- 3.4. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร โดยการประชาสัมพันธ์บริการและผลงานอย่างต่อเนื่องทั่วถึง

⁸ www.dip.go.th

การดำเนินงานที่ผ่านมารวมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้มีโครงการต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมและขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เช่น⁹

- การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนสินค้าและบริการ
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มศักยภาพการวางแผนทางภาษี สำหรับ SMEs
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารทุนมนุษย์และองค์กร (HCME)
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มทักษะในการเจรจาการค้าและการลงทุน
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการผลิตเพื่อการลดต้นทุน
- โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขัน (MDICP Standard)
- โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขัน (MDICP ภูมิภาค)
- การใช้บริการเงินสมทบเพื่อจูงใจในการพัฒนาบุคลากรภาคอุตสาหกรรมในสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย (TF)
- โครงการสร้างขีดความสามารถอุตสาหกรรมในเชิงพาณิชย์
- โครงการกิจกรรมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสู่ชนบท (สอช.)
- การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Clusters)
- โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) “หลักสูตรกลยุทธ์การค้าชายแดน” เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานในกำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งมีการกิจหลักในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งในด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในทุกๆระดับ ซึ่งต้องสร้างสมรรถนะเพื่อแข่งขันในเชิงคุณภาพจึงได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557-2559 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 วางแผนและจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยมีกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ

⁹ ศูนย์ข้อมูลข่าวสาวของราชการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ตารางที่ 2-6 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ 1.1 กำหนดและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	1.1.1 จัดทำแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาและประจำปี 1.1.2 ประสานและบูรณาการทำงานร่วมกับส่วนราชการหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจและองค์กรเอกชนในด้านการวางนโยบายและออกมาตรการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 1.1.3 กำหนดประเภทและขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สมควรได้รับการส่งเสริมรวมทั้งเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนางองค์ความรู้และฐานข้อมูล	1.2.1 พัฒนาข้อมูลและองค์ความรู้ SMEs ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ให้ได้มาตรฐานน่าเชื่อถือรวมถึงคัดเลือกประเภทของข้อมูลที่เหมาะสมตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ 1.2.2 จัดทำฐานข้อมูลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs 1.2.3 จัดทำรายงานสถานการณ์ ดัชนีความเชื่อมั่น เพื่อใช้ เป็นเครื่องมือในการเตือนภัยและเครื่องมือในการวางนโยบายการส่งเสริม SMEs ที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับและเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ 1.2.4 ศึกษาวิจัยทบทวนปรับปรุงและผลักดันองค์ความรู้ต่างๆ รวมทั้งกฎหมาย ระเบียบ มาตรการภาษีและการให้สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการทางด้านธุรกิจ
กลยุทธ์ที่ 1.3 เพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินผลการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	1.3.1 ติดตามประเมินผลนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งที่ใช้เงินกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและเงินงบประมาณอื่น 1.3.2 สร้างกลไกที่มีประสิทธิภาพในการติดตามและประเมินผลและพัฒนาตัวชี้วัดการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน สนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

ตารางที่ 2-7 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ 2.1 สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย	2.1.1 พัฒนาศักยภาพหน่วยงานและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ โดยการสร้างกลไกและระบบการยกระดับความรู้ความสามารถทักษะบุคลากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการจัดการการผลิต ให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ เพื่อให้บริการ แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (นักวิจัย นักพีเอ และที่ปรึกษา) มีศักยภาพและความสามารถในการให้บริการ มีจำนวนที่เพียงพอและมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงได้ 2.1.2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและข้อมูลองค์ความรู้โดยเชื่อมโยงและบูรณาการการจัดทำข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ให้มีความสมบูรณ์และแม่นยำ เป็นปัจจุบัน รวมทั้งขยายและสร้างช่องทางให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงข้อมูลการส่งเสริมจากภาครัฐ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและของโลก 2.1.3 เสริมสร้างระบบและเตรียมความพร้อมเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงเงินทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการทางการเงิน โดยเตรียมความพร้อมให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงินให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การเชื่อมโยงบริการทางการเงินกับโครงการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมของหน่วยงานต่างๆ การเพิ่มช่องทางหรือโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทั้งตลาดเงิน ตลาดทุน และแหล่งเงินทุนอื่นๆ การปรับปรุงระบบการค้า ประกันสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการส่งเสริมระบบข้อมูลกลางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และผลักดันให้หน่วยงานแหล่งเงินทุนต่างๆ นำข้อมูลจากฐานข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อประกอบการพิจารณา 2.1.4 สร้างความเข้มแข็งให้แก่กลไกและเครือข่ายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลักดันและส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นำแผนการ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปใช้เป็น กรอบการดำเนินงาน และขอรับการจัดสรรงบประมาณ รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 2.1.5 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้หลักธรรมาภิบาล และสนับสนุนการประกอบธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในการให้ความรู้ ความเข้าใจต่อการดำเนินธุรกิจและใช้ธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจ 2.1.6 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาดให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและ

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
	ขนาดย่อม รวมทั้งสร้างเครื่องมือและกลไก เพื่ออำนวยความสะดวกทางด้านการตลาดให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การส่งเสริมพื้นที่ทางการค้า ส่งเสริมด้านโลจิสติกส์ 2.1.7 สร้างภูมิคุ้มกัน พื้นฟู และบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินโดยกำหนดมาตรการช่วยเหลือต่างๆ เช่น การจัดสรรเงินกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การระดมทุน การลดภาระค่าใช้จ่ายการเสริมสภาพคล่อง การจัดหาพื้นที่ประกอบการรวมทั้งจัดทำระบบศูนย์ข้อมูลระบบเตือนภัยให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2.1.8 สนับสนุนการเงินแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในรูปการเข้าร่วมลงทุน (Venture Capital) ในธุรกิจที่มีศักยภาพเพื่อช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน ลดค่าใช้จ่ายทางด้านดอกเบี้ย และช่วยปรับปรุงอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนให้ต่ำลง ตลอดจนยังเป็นการเตรียมความพร้อม SMEs ให้สามารถระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ หรือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
กลยุทธ์ที่ 2.2 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย	2.2.1 เพิ่มผลิตภาพและพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิต โดยในระยะเริ่มต้นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาหรืออาจนำรูปแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีความรู้และทักษะในการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของธุรกิจได้ 2.2.2 ส่งเสริมการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจการรวมกลุ่ม และการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ โดยนำศักยภาพที่แตกต่างกันมาเกื้อหนุนกัน และเชื่อมโยงการดำเนินธุรกิจร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อพัฒนาเครือข่ายร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันที่เกี่ยวข้อง อันจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้ระหว่างสมาชิก 2.2.3 พัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม ภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรม กระตุ้นให้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ประยุกต์ภูมิปัญญาผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้มีการริเริ่มผลิตสินค้าและบริการใหม่ 2.2.4 ยกย่องคุณภาพสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ได้มาตรฐานสากล โดยส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพได้การรับรองมาตรฐานระดับสากล เพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมให้ธุรกิจบริการนำแนวทางวิศวกรรมและการจัดการบริการมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจมีการดำเนินงานที่เป็นระบบและมีความน่าเชื่อถือ 2.2.5 ให้ความรู้พื้นฐานด้านการตลาด สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาด พัฒนาราคาสินค้า และเพิ่มช่องทางการตลาดอย่างทั่วถึงในประเทศและระหว่าง

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
	ประเทศ 2.2.6 พลิกฟื้นธุรกิจเพื่อความอยู่รอดการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการสนับสนุนที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญในการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนด้วยมาตรการทางการเงิน 2.2.7 สร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ โดยการสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการเสริมสร้างทัศนคติและประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจให้นักเรียนนักศึกษาประชาชนทั่วไป เสริมสร้างความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าสูง และส่งเสริมให้มีการจดทะเบียนนิติบุคคลสนับสนุนให้มีวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) และเครือข่ายของวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้รวมทั้งสร้างผู้ประกอบการการค้า (Merchandiser)
กลยุทธ์ที่ 2.3 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่	2.3.1 ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการชุมชนให้พัฒนาบนพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นรวมทั้งคำนึงถึงความหลากหลาย ความแตกต่างของพื้นที่ พัฒนาความรู้และทักษะฝีมือแรงงาน สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ พัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพ ให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าและ/หรือแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว 2.3.2 เพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตเศรษฐกิจชายแดนและพื้นที่ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ โดยพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและแรงงานในพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดนและพื้นที่ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ ให้มีความรู้ความสามารถ พร้อมรับและพร้อมรุก ภายใต้บริบทใหม่ทางเศรษฐกิจซึ่งจะเกิดขึ้นภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาคตลอดจนพัฒนาพื้นที่ให้เอื้อต่อการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว 2.3.3 สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้ประโยชน์และบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เพื่อนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการที่มีคุณลักษณะพิเศษ สะท้อนลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ตามแหล่งภูมิศาสตร์ รวมทั้งผลักดันให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ 2.3.4 บูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายในระดับพื้นที่และสร้างเครือข่ายการทำงาน ทั้งในระดับพื้นที่ และระหว่างพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศกลยุทธ์

ตารางที่ 2-8 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ 3.1 เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ	3.1.1 เสริมสร้างความพร้อมให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนโดยเสริมสร้างองค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศซึ่งมีผลต่อการประกอบธุรกิจในหลายๆสาขาธุรกิจรวมทั้งสนับสนุนการศึกษาทิศทางผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่อชี้แนะสาขาธุรกิจที่ คาดว่าจะได้รับผลกระทบตลอดจนปรับปรุงการประกอบธุรกิจให้สามารถรองรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ 3.1.2 เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเสริมสร้างความรู้ความสามารถให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการดำเนินธุรกิจการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ 3.1.3 สร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับธุรกิจในต่างประเทศโดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจในต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนเพื่อการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทั้งในระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการองค์กรกลยุทธ์

ตารางที่ 2-9 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
กลยุทธ์ที่ 4.1 สนับสนุนการบริหารจัดการองค์กร	4.1 จัดทำทบทวนและปรับปรุงแก้ไข กฎระเบียบ ข้อบังคับประกาศของ สสว. รวมทั้งผลักดันให้มีการแปลง กฎระเบียบข้อบังคับให้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยการสร้างระบบการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายระดับองค์กรไปสู่ระดับบุคคล 4.2 เสริมสร้างการบริหารงานบุคคลและพัฒนาบุคคลโดยจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรระยะสั้น และแผนพัฒนาบุคลากรประจำปีปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานที่เน้นการทำงานเป็นทีมสนับสนุนการหมุนเวียนการทำงานระหว่างสำนักพัฒนาการจัดการความรู้ (KM) ภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพรวมทั้งปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานและระบบสวัสดิการ เพื่อเสริมสร้างขวัญและกำลังใจ 4.3 เสริมสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ โดยจัดทำแผนแม่บทสารสนเทศ และ แผนสารสนเทศประจำปี ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกระบวนการทำงานในทุกระดับ เพื่อความรวดเร็วประหยัดทรัพยากรและลดมลภาวะให้กับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรและบุคลากร โดยการเสริมสร้างการถ่ายโอนองค์ความรู้

กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
	และการเรียนรู้ระหว่างกัน 4.4 เสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมและธรรมาภิบาลเพื่อนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร โดยจัดทำแผนงานมาตรการ และกิจกรรมที่สนับสนุน ส่งเสริมด้านวัฒนธรรม จริยธรรมและธรรมาภิบาล 4.5 จัดทำแผนกลยุทธ์องค์กรแผนบริหารราชการแผ่นดินแผนปฏิบัติการประจำปี แผนบริหารความเสี่ยง รายงานการควบคุมภายในบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียนประจำปีบัญชีและวิเคราะห์ รวบรวมจัดทำงบประมาณของสำนักงานฯ รวมทั้งดำเนินการนำเสนอขออนุมัติงบประมาณประจำปีของสำนักงานฯ ทั้งในส่วนของการกิจพื้นฐานและโครงการตามแผนปฏิบัติการฯ

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปีงบประมาณ 2556 - 2557 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการสรุปได้ดังนี้¹⁰

- โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ SMEs และพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
- งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center
- โครงการจัดงาน SMEs National Awards ภาคการผลิต การค้าและบริการ
- โครงการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ SMEs
- โครงการเสริมสร้างโอกาสเป็นผู้ประกอบการใหม่
- โครงการพัฒนาผลิตภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ด้านการค้าและบริการ เป็นต้น

2.1.1.3 กระทรวงคมนาคม

กระทรวงคมนาคมได้กำหนดทิศทางในการพัฒนาการคมนาคมขนส่งของประเทศเพื่อให้หน่วยงานในสังกัดใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน และบูรณาการการทำงานไปในทิศทางเดียวกันตามแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวง ไว้ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเชื่อมต่อโครงข่ายระบบขนส่งภายในประเทศเพื่อเชื่อมต่อประเทศเพื่อนบ้าน
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การขนส่ง
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบการขนส่งให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบการขนส่งให้ครอบคลุมทุกพื้นที่เศรษฐกิจชุมชน อย่างทั่วถึง พอเพียง และประชาชนสามารถเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะเพิ่มขึ้น
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาการบริหารจัดการระบบขนส่งและการจราจร
- ยุทธศาสตร์ที่ 6 การเป็นองค์กรสมรรถนะที่ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

¹⁰ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (www.sme.go.th)

หน่วยงานในสังกัดของกระทรวงคมนาคม ที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ได้แก่

กรมการขนส่งทางบก

เนื่องจากการค้า การขนส่งข้ามแดนและผ่านแดนของประเทศไทยนั้นพึ่งพาการขนส่งทางถนนเป็นหลัก ดังนั้นหน่วยงานกรมการขนส่งทางบกถือเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลรวมทั้งหาแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการการขนส่งข้ามแดนและผ่านแดน ซึ่งกรมการขนส่งทางบกเองได้กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน ปี พ.ศ. 2554 – 2558 ของหน่วยงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงคมนาคมไว้ดังนี้

ตารางที่ 2-10 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน ปี พ.ศ. 2554 – 2558

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
1. การพัฒนาส่งเสริมและกำกับดูแลระบบการขนส่งทางถนนให้มีประสิทธิภาพและสนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	1. พัฒนาและควบคุมมาตรฐานการให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางถนนเพื่อส่งเสริมการใช้บริการรถสาธารณะเพื่อตอบสนองความต้องการและคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ใช้บริการ	- พัฒนาเส้นทางการเดินรถโดยสารประจำทางให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และเชื่อมโยงการขนส่งทางถนนกับเครือข่ายการขนส่งมวลชนอื่น ๆ เช่นการขนส่งทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ - พัฒนาสถานีขนส่งผู้โดยสารให้เป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อการขนส่งที่สะดวกและปลอดภัยรวมถึงการจัดให้มีป้ายหยุดรับ-ส่งผู้โดยสารที่เหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ประชาชน - พัฒนาให้มีรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย เชื่อถือได้ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการโดยการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการขนส่งให้มีการบริหารจัดการที่ดี รวมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้มากที่สุด - ใช้กลไกควบคุม กำกับดูแลจากเครือข่ายหน่วยงานที่กระจายอยู่ทั่วประเทศในการเข้มงวด กวดขัน ตรวจสอบ ทำให้มีการรักษาคุณภาพการให้บริการที่ดีและส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการให้บริการทุกระดับ
	2. พัฒนาและส่งเสริมมาตรฐานการให้บริการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกเพื่อสนับสนุนการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ของประเทศ	- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนส่งมีการพัฒนาการให้บริการขนส่งสินค้าที่เป็นมาตรฐานทั่วไปก่อนพัฒนาสู่มาตรฐานขั้นก้าวหน้าจนถึงมีมาตรฐานในรายการกลุ่มอุตสาหกรรมขนส่ง เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งให้สามารถแข่งขันได้ รวมถึงส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนส่งพัฒนาการให้บริการในลักษณะครบวงจรโดยคำนึงถึง Supply Chain ให้มากขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
		- สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการขนส่งระหว่างภูมิภาคในเมืองหลักและเมืองชายแดน โดยมีสถานีขนส่งสินค้าเป็นจุดศูนย์รวมและเชื่อมต่อการขนส่งสินค้า รวมทั้งให้ส่งเสริมภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น - ประสาน (Harmonize) เกี่ยวกับมาตรฐานการขนส่งเพื่อส่งเสริมการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศเพื่อรองรับการเปิดเสรีการค้าบริการในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. การพัฒนาส่งเสริม และกำกับดูแลการขนส่งทางถนนให้มีความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	1. เสริมสร้างระบบความปลอดภัยในการขนส่งทางถนนรวมถึงการใช้รถให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	- ศึกษา พัฒนา และกำกับดูแลด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมจากรถ โดยพัฒนาข้อกำหนดด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมของตัวรถให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลรวมถึงการพัฒนาและกำกับดูแลการประกอบตัวรถให้มีมาตรฐานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและประกอบรถภายในประเทศ - พัฒนาระบบตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงและความปลอดภัยของรถที่นำไป ใช้งานบนท้องถนน และกำกับดูแลการดำเนินงานของสถานตรวจสภาพรถเอกชนให้มีมาตรฐาน - พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผู้ขับรถ และโรงเรียนสอนขับรถเอกชนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด - เสริมสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยแก่ผู้ใช้รถใช้ถนนรวมถึงการส่งเสริมสวัสดิภาพการขนส่งทางถนน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงอุบัติเหตุอันเกิดจากการใช้รถใช้ถนนอันจะนำไปสู่การใช้รถใช้ถนนร่วมกันอย่างถูกต้อง เพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนน - การกำกับดูแลและควบคุมการกระทำการฝ่าฝืนหรือละเว้นการปฏิบัติตามกฎหมายทั้งด้านตัวรถ ผู้ขับรถและผู้ประจำรถ
3. การพัฒนาการบริหารงานและการบริการสู่ความเป็นเลิศ	1. พัฒนางานด้านบริการประชาชน	- พัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงาน ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพประสิทธิผล และพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและจิตสำนึกในการให้บริการประชาชน - ปรับปรุงระบบงานให้สะดวก รวดเร็ว เป็นธรรม ลดขั้นตอนการติดต่อราชการ มีระบบงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้ คำนึงถึงความพอใจของประชาชนเป็นหลัก - นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยให้การทำงานให้

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	แนวทางการดำเนินงาน
		รวดเร็ว เป็นระบบ และถูกต้อง - พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ และเพิ่มช่องทางการให้บริการประชาชน - รวมถึงการให้ความสำคัญกับแผนกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรในองค์กรโดยเน้นการจัดหาลำโพงคนและการจัดการความรู้ในสาขาที่ขาดแคลน และแผนแม่บทการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะการพัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพและมีเสถียรภาพ

เมื่อพิจารณาแผนงานของกรมการขนส่งทางบกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 – 2558 ได้แก่¹¹

ตารางที่ 2-11 โครงการภายใต้งบประมาณของกรมการขนส่งทางบก พ.ศ. 2556-2558

ปีงบประมาณ	โครงการ
2558	1. โครงการแนะแนวแก้ไขปัญหาการประกอบการขนส่งประจำทางเชิงรุก
	2. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งไม่ประจำทางด้วยรถโดยสาร
	3. โครงการส่งเสริมคุณภาพผู้ประกอบการขนส่งรุ่นใหม่
	4. โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถโดยสารในส่วนภูมิภาค
2557	5. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
	6. โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของประเทศ
	7. แผนงานการส่งเสริมความรู้กับการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศและการติดตามผลการดำเนินการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง
2556	8. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเชิงรุกเพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการทบทวนนโยบายและโครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยของหน่วยงานต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปมิติของนโยบายการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการได้ใน 2 มิติ คือ

- มิติส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการหมายถึง นโยบายหรือโครงการของหน่วยงานต่างๆ ที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต การค้า และการให้บริการโลจิสติกส์เพิ่มขีดความสามารถในการขยายธุรกิจเดิมของตนเอง รวมทั้งการป้องกันตนเองจากนักลงทุนต่างชาติ ที่เข้ามาแข่งขันเนื่องจากตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นภายหลังจากการเปิดเสรีการค้าภายใต้กรอบ AEC

¹¹ กรมการขนส่งทางบก (<http://www.dlt.go.th/>)

- **มิติส่งเสริมการลงทุนไปในต่างประเทศ** หมายถึง นโยบายหรือโครงการของหน่วยงานต่างๆ ที่เป็นการสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ ทั้งด้านการผลิต การค้า และการให้บริการโลจิสติกส์

ทั้งนี้ในแต่ละมตินโยบาย/กิจกรรมหลักที่สำคัญที่มีส่วนในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นนโยบายที่ออกมาจากส่วนกลางในการสนับสนุนในภาพรวม ไม่ได้เฉพาะเจาะจงเป็นพิเศษสำหรับด้านการค้าชายแดนด่านแม่สอด จ.ตาก สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2-12 สรุปนโยบายและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมศักยภาพในการการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยของหน่วยงานภาครัฐ

มิติการส่งเสริม	กลุ่มยุทธศาสตร์/โครงการศึกษา	โครงการ/กิจกรรมสนับสนุนยุทธศาสตร์	หน่วยงาน
การส่งออกสินค้าและบริการ	การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้า	— การพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าในการลดต้นทุนการผลิตและส่งออก — พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน — พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไทยและกลุ่มธุรกิจรองรับ AEC — ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจบริการภายใต้ข้อตกลง AFAS — สร้างความเข้มแข็งศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก — พัฒนาศักยภาพการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ — ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ — พัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจเตรียมความพร้อมสู่สากล	กระทรวงพาณิชย์
	การเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก	— โครงการเตรียมความพร้อมภาคอุตสาหกรรมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) — โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองรสนิยมการบริโภคในตลาดอาเซียน — โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพื้นฐานต่อเนื่องจากแร่ — โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน — โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) “หลักสูตรกลยุทธ์การค้าชายแดน” — โครงการพัฒนาผลิตภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ด้านการค้าและบริการ	กระทรวงอุตสาหกรรม

มิติการส่งเสริม	กลุ่มยุทธศาสตร์/โครงการศึกษา	โครงการ/กิจกรรมสนับสนุนยุทธศาสตร์	หน่วยงาน
	การพัฒนาส่งเสริม และกำกับดูแลระบบการขนส่งทางถนนให้มีประสิทธิภาพและสนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	— โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน — โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของประเทศ — โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเชิงรุกเพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม
การลงทุนในต่างประเทศ	การส่งเสริมการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน	— การส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน — การส่งเสริมการผลิตและการค้าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ/เมืองคู่แฝด — การส่งเสริมการลงทุนทำการเกษตรแบบมีสัญญากับประเทศเพื่อนบ้าน — การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน — พัฒนาศักยภาพการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ — พัฒนาศักยภาพธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์สู่สากล	กระทรวงพาณิชย์
	การส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและพัฒนาอุตสาหกรรม	— โครงการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารขนาดกลางในกลุ่มประเทศ CLMV — โครงการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไทยในภูมิภาคอาเซียน — โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มทักษะในการเจรจาการค้าและการลงทุน	กระทรวงอุตสาหกรรม

มิติการส่งเสริม	กลุ่มยุทธศาสตร์/โครงการศึกษา	โครงการ/กิจกรรมสนับสนุนยุทธศาสตร์	หน่วยงาน
	การพัฒนาส่งเสริม และกำกับดูแลระบบการขนส่งทางถนนให้มีประสิทธิภาพและสนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	— โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน — โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของประเทศ — แผนงานการส่งเสริมความรู้กับการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศและการติดตามผลการดำเนินการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง — โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเชิงรุกเพื่อรองรับการเปิดการค้าเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

2.1.2 การทบทวนโครงการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการค้าและการขนส่งทางบกผ่านชายแดนประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน และในการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ

นอกจากภารกิจของหน่วยงานต่างๆ ที่ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการแล้วยังมีงานศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ เช่น

2.1.2.1 โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ (2553)

ด้วยกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม ร่วมกับสถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยภายใต้กรอบความร่วมมืออาเซียนและอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งส่วนหนึ่งของงานศึกษาได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งของไทยในเวทีการขนส่งระหว่างประเทศ 2 เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตารางที่ 2-13 แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งของไทยในเวทีการขนส่งระหว่างประเทศของกระทรวงคมนาคม

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์	ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
1) การยกระดับศักยภาพในการประกอบการของผู้ประกอบการการขนส่งทางถนน	1.1 การปรับปรุงสภาวะแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ	1.1.1 การบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแลการประกอบการขนส่งอย่างเข้มงวดและจริงจัง 1.1.2 การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของยานพาหนะอย่างเข้มงวด 1.1.3 การกำหนดอัตราค่าบริการ 1.1.4 การกำหนดคุณสมบัติด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด 1.1.5 การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้บริการแบบครบวงจร 1.1.6 การสร้างความตระหนักแก่ผู้ใช้บริการ
	1.2 การเสริมสร้างขีดความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการขนส่ง	1.2.1 การสร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง 1.2.2 การส่งเสริมการประเมินสมรรถนะในการประกอบการของผู้ประกอบการ 1.2.3 การพัฒนาองค์ความรู้การประกอบการขนส่งทางถนน 1.2.4 การส่งเสริมด้านเงินทุนและเทคโนโลยีสารสนเทศ

เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์	ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
	1.3 กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Implementation Mechanisms)	1.3.1 การส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลและการดำเนินงานของผู้ประกอบการและการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ของรัฐ 1.3.2 การพัฒนาฐานข้อมูลผู้ประกอบการขนส่งทางถนน 1.3.3 การส่งเสริมการรวมตัวกันระหว่างผู้ประกอบการขนส่งในประเทศ 1.3.4 การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบ 1.3.5 การกำหนดมาตรฐานการให้บริการ
2) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนส่งไทยสามารถขยายการให้บริการไปในต่างประเทศ	2.1 การส่งเสริมการขนส่งข้ามแดน	2.1.1 การส่งเสริมการขนส่งสินค้าตามเส้นทางกรุงเทพ-กวางโจว 2.1.2 การส่งเสริมการขนส่งผู้โดยสารไม่ประจำทางตามเส้นทางกรุงเทพ-กวางโจว
	2.2 การส่งเสริมการจัดตั้งธุรกิจการขนส่งในต่างประเทศ	2.2.1 การส่งเสริมการลงทุนประกอบการธุรกิจการขนส่งสินค้าทางถนนใน สปป.ลาว 2.2.2 การส่งเสริมการลงทุนประกอบธุรกิจการขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม 2.2.3 การส่งเสริมการลงทุนประกอบธุรกิจการขนส่งสินค้าตู้คอนเทนเนอร์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน (มณฑลกวางซี)
	2.3 กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Implementation Mechanisms)	2.3.1 การกำหนดทำที่ที่ชัดเจนในการเจรจาความตกลงอำนวยความสะดวกการขนส่งข้ามแดน 2.3.2 การให้ความรู้และทักษะแก่บุคลากรในภูมิภาค 2.3.3 การส่งเสริมความร่วมมือทางธุรกิจ 2.3.4 การส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ 2.3.5 การส่งเสริมการพัฒนาศูนย์โลจิสติกส์และการค้า (Logistics and Trade Center) 2.3.6 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการขนส่งระหว่างประเทศ

2.1.2.2 โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดน ไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก (พ.ศ.2557)

ด้วยสถาบันวิจัยและพัฒนาโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร่วมกับกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม จัดทำโครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก

จากการศึกษาภาพรวมของการค้าชายแดนไทย-เมียนมา อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ผู้ประกอบการที่มีส่วนสำคัญในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ประกอบด้วย ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ผู้ประกอบการค้าขายสินค้า และผู้ประกอบการด้านการเป็นตัวแทนดำเนินพิธีการนำเข้า/ส่งออกสินค้า โดยปัญหาของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักของไทย ไปเมียนมา สรุปได้ดังนี้

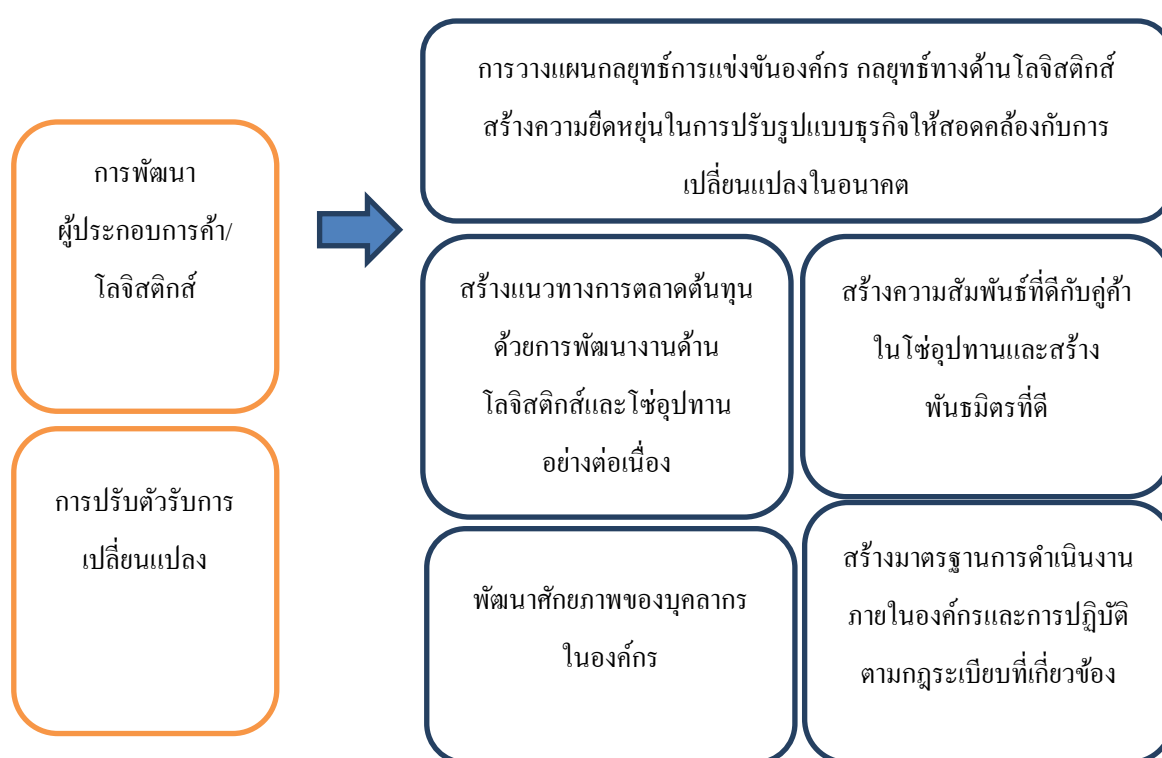
ตารางที่ 2-14 สรุปปัญหาของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

ผู้ประกอบการ	ปัญหา
ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	- เลือกใช้รถขนส่งสินค้าที่มีขนาดไม่เหมาะสม - จัดเรียงสินค้าบนรถขนส่งสินค้าไม่เหมาะสม ทำให้ไม่สามารถใช้รถขนส่งสินค้าให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุดได้และอาจเกิดความเสียหายต่อตัวสินค้า - ขาดระบบจัดการเอกสารที่ดี หรือขาดระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกับการทำงาน ทำให้มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนหลงลืม ตกหล่นของเอกสารและสินค้านระหว่างต้นทาง-ปลายทาง
ผู้ประกอบการค้าขายสินค้า	- เป็นช่วงรอยต่อระหว่างผู้ประกอบการรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ที่ดีระบบการจัดการและการดำเนินงานแบบเดิม - ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการสินค้าคงคลังสินค้า - มีคู่แข่งหลายรายทั้งจากผู้ค้าหรือผู้ประกอบการในจังหวัดส่วนกลาง และคู่แข่งประเภท Modern Trade
ผู้ประกอบการดำเนินพิธีการนำเข้า/ส่งออกสินค้า	- ปัญหาอันเนื่องมาจากการทำงานของหน่วยราชการที่สนับสนุนการนำเข้าและส่งออก

งานศึกษาได้นำเสนอแบบจำลองโซ่อุปทานและโลจิสติกส์โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ มิติด้านผู้ประกอบการและมิติของด่านแม่สอด ซึ่งการพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ควรดำเนินการไปพร้อมๆ กัน รายละเอียดในแต่ละมิติสรุปได้ดังนี้

ก. แบบจำลองโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ในมิติผู้ประกอบการ

แบบจำลองในมิติผู้ประกอบการมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการพัฒนาตนเองด้านการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้มากขึ้น ลดต้นทุนลงได้ และช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานหรือการประสานงานภายในโซ่อุปทานของสินค้าอุปโภคบริโภคมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้ว การเตรียมพร้อมของผู้ประกอบการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น ทั้งด้านการขยายหรือลดขนาดของธุรกิจ การย้ายสถานประกอบการไปยังเขตอื่นๆ ของประเทศไทยหรือไปยังเมียนมา การเข้าสู่ธุรกิจใหม่ เรียกว่า การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ภายในองค์กร (Internal supply chain and logistics management) ดังภาพที่ 2-1

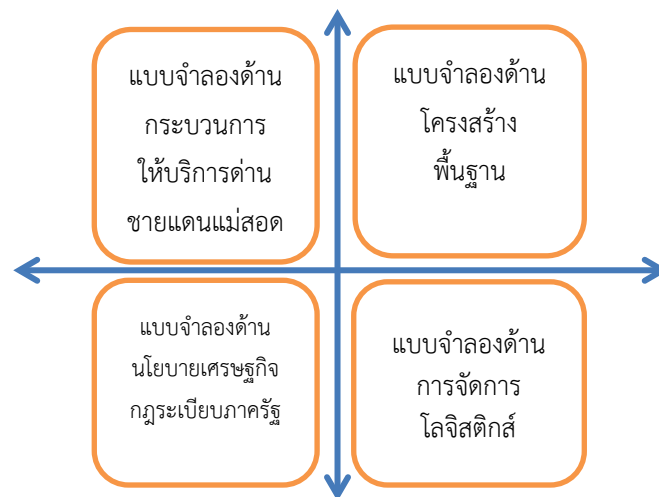


ภาพที่ 2-1 แบบจำลองการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับผู้ประกอบการ

ข. แบบจำลองโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ในมิติด่านแม่สอด จังหวัดตาก

แบบจำลองระบบจัดการโลจิสติกส์ที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาการค้าชายแดนแม่สอด มี 4 แบบจำลอง ดังแสดงในภาพที่ 2-2

ทั้งนี้โครงการศึกษาได้เสนอปัจจัยสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ในเขตเศรษฐกิจชายแดนที่ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังในตารางที่ 2-15



ภาพที่ 2-2 แบบจำลองระบบการจัดการโลจิสติกส์ที่เหมาะสมของเขตการค้าชายแดนแม่สอ

ตารางที่ 2-15 แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเด็น	แนวทางเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
ความรู้ความเข้าใจถึง แบบการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่ อุปทาน	ผู้ประกอบการต้องการศึกษาเพิ่มเติมหรือเข้ารับการอบรมเพื่อให้เข้าใจถึงรูปแบบ โมเดลการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่มีความทันสมัย แนวทางการบริหารการ ขนส่ง เส้นทางการขนส่ง การวางแผนจัดการคลังสินค้า สินค้าคงคลังและวางแผน และ ควบคุม ติดตาม ประเมินผลการวางแผนในรูปแบบต่างๆ
การสร้างพันธมิตร ระหว่างอุตสาหกรรม เดียวกัน	ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างพันธมิตรระหว่างอุตสาหกรรม เดียวกัน และมีการพัฒนาแผนการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรในอุตสาหกรรม เดียวกัน เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับตนเอง ทำให้สามารถเป็นการลดต้นทุนระยะยาวและ สร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจของตน
การสร้างพันธมิตรกับ คู่ค้าทั้งในประเทศ ไทยและเมียนมา	ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างพันธมิตรกับคู่ค้าหรือ ผู้ประกอบการในโซ่อุปทานทั้งภายในประเทศไทยและในเมียนมาเพื่อสร้างความ เข้มแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง และมีการวางแผนคัดเลือกผู้ที่จะเป็นพันธมิตรพร้อมทั้ง มีแผนการดำเนินการที่มีการกำหนดข้อตกลงที่จะส่งผลให้เกิดการได้ผลประโยชน์ ร่วมกัน (Win-Win agreement)
การบริหารสินค้า คงคลัง	การบริหารสินค้าคงคลังที่ดีทำให้เกิดต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำลง ผู้ประกอบการควร นำเทคนิคการบริหารสินค้าคงคลังมาประยุกต์ใช้ รวมถึงมีการพัฒนาการกำหนด นโยบายการบริหารสินค้าในแต่ละกลุ่มสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการสินค้า อีกทั้ง ให้มีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับนโยบายการถือครองสินค้าคงคลังเมื่อลักษณะ ความต้องการสินค้าคงคลังเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจากเดิม
วางแผนกลยุทธ์เพื่อ แข่งขันในระยะยาว	ผู้ประกอบการสามารถวางแผนกลยุทธ์เพื่อแข่งขันในระยะยาวจากการวิเคราะห์ปัจจัย แวดล้อมทางธุรกิจ การแข่งขันในอุตสาหกรรม รวมถึงจุดแข็งจุดอ่อนโดยใช้เครื่องมือ ประกอบการวิเคราะห์อย่างเหมาะสม สร้างความยืดหยุ่นให้กับธุรกิจที่มีอยู่ของตนเอง เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ต่อสถานะการแข่งขันที่รุนแรง อีกทั้งมีการสร้างสินค้าหรือ ธุรกิจใหม่ขึ้นโดยต่อยอดจากความชำนาญในธุรกิจเดิมของตนเอง โดยควรมีการ ทบทวนความเหมาะสมหรือปรับกลยุทธ์การแข่งขันทุกปี

2.1.2.3 การวิเคราะห์แนวโน้ม ปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย¹²

งานศึกษานี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานศึกษาในชุดโครงการ “การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย” ดำเนินการโดยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายนโยบายและความสัมพันธ์ข้ามชาติ (ฝ่าย 1) ซึ่งในชุดโครงการและสกว. ได้กล่าวถึงความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องผลักดันการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตผลการศึกษาระบุว่าในอดีตที่ผ่านมา รัฐบาลไทยไม่ได้มีนโยบายการส่งเสริมการออกไปลงทุนที่ชัดเจนนัก อย่างไรก็ตาม ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา การส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้น ซึ่งทางรัฐบาลได้มีการวางนโยบายด้านการส่งเสริมออกไปลงทุนมากยิ่งขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2555 ได้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาการลงทุนไทยในต่างประเทศ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งทำหน้าที่

- ให้คำปรึกษาและฝึกอบรมเกี่ยวกับการออกไปลงทุนในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศเป้าหมาย อาทิเช่น กลุ่มประเทศ CLMV
- การดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษาช่องทางในการลงทุนในต่างประเทศ เพื่อเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับอุปสรรคและปัญหาในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ รวมถึงศักยภาพในการออกไปลงทุน
- การรณรงค์การส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ
- การเป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ในด้านการลงทุนในต่างประเทศ

ซึ่งจะเห็นได้ว่า การทำงานของศูนย์พัฒนาการลงทุนไทยในต่างประเทศจะอยู่ในลักษณะของการให้ข้อมูลและคำปรึกษาในการลงทุนเป็นหลัก

ในงานศึกษาได้ทำการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของเงินทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย ปัญหาและอุปสรรคในการลงทุนในต่างประเทศโดยเฉพาะในกรณีของประเทศลาว กัมพูชา เมียนมาและเวียดนาม เปรียบเทียบกับการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศของประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งหากเปรียบเทียบในเชิงนโยบายการส่งเสริมการลงทุนขาออกระหว่างประเทศไทย กับประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย จะพบว่าประเทศไทยนั้นมีระดับการส่งเสริมการออกไปลงทุนที่ต่ำกว่าสองประเทศข้างต้นเป็นอย่างมากทั้ง นโยบายแรงจูงใจที่อยู่ในรูปของภาษี และที่ไม่อยู่ในรูปของภาษี โดยนโยบายการส่งเสริมการลงทุนขาออกของประเทศไทยที่ด้อยไปกว่าสองประเทศเกิดจาก การไม่มียกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลของบริษัทที่ออกไปลงทุนและไม่อนุญาตให้นำค่าใช้จ่ายในการศึกษาความเป็นไปได้มาใช้ในการลดหย่อนภาษีเพิ่มเติม การขาดอนุสัญญาภาษีซ้อนกับประเทศผู้รับทุนสำคัญบางประเทศ การขาดข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวกับประเทศผู้รับทุนสำคัญ การขาดความช่วยเหลืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุน ความช่วยเหลือทางด้านประกัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในประเทศผู้รับทุนสำคัญโดยรัฐบาล เช่น การสร้างนิคมอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ในงานศึกษาดังกล่าว ได้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแยกตามหน่วยงานที่รับผิดชอบและระยะเวลาในการปฏิบัตินโยบายได้ดังนี้

¹² จันทรรัตน์ และคณะ (2558). การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย.

ตารางที่ 2-16 สรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแยกตามหน่วยงานที่รับผิดชอบ

ก. นโยบายระยะสั้น

หน่วยงานที่รับผิดชอบ	นโยบาย
คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	- การจัดทำอนุสัญญาภาษีซ้อนกับประเทศที่เป็นผู้รับทุนสำคัญทั้งหมด - การอุดหนุนค่าใช้จ่ายการรับประกันความเสี่ยงจากการลงทุนในประเทศที่เข้าไปลงทุนให้มีค่าเบี้ยประกันที่ลดลง - การวางนโยบายให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในการออกไปลงทุน - การประสานงานกับรัฐบาลของประเทศที่ BOI จัดลำดับความสำคัญในการเข้าไปลงทุนในระดับที่ 1 และ 2 เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนที่ทันสมัยและเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการได้รับทราบ - การจัดตั้งหน่วยงานที่ปรึกษาด้านกฎหมายการค้าและการลงทุนในสถานทูตหรือสถานกงสุลของแต่ละประเทศ
กระทรวงพาณิชย์	- การเพิ่มบทบาทของทูตพาณิชย์ในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุนในประเทศผู้รับทุน - การจัดตั้ง cluster ของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ
กระทรวงการต่างประเทศ	- การจัดตั้งหน่วยงานที่ปรึกษาด้านกฎหมายการค้าและการลงทุนในสถานทูตหรือสถานกงสุลของแต่ละประเทศ - การจัดตั้ง cluster ของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ

ข. นโยบายระยะยาว

หน่วยงานที่รับผิดชอบ	นโยบาย
การวางนโยบายของรัฐบาล	- การปรับปรุงโครงสร้างองค์กรที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและกำกับดูแลการออกไปลงทุนในต่างประเทศ
BOI หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการออกไปลงทุนของประเทศไทย	- การปรับปรุงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่เข้าไปลงทุนเชิงลึก - การพิจารณาเพิ่มแรงจูงใจในการออกไปลงทุนทั้งในแง่แรงจูงใจทางภาษีและมีใช้ภาษี
การนิคมฯ และรัฐวิสาหกิจด้านโครงสร้างพื้นฐาน	- การเพิ่มบทบาทของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจในการออกไปลงทุนในธุรกิจที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการลงทุนของผู้ประกอบการไทย

2.1.2.4 รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย¹³

สภาพัฒน์ฯ ได้ปฏิบัติภารกิจในการศึกษาและเสนอแนะเพื่อให้เกิดการปฏิรูปในด้านต่างๆ ของประเทศไทยกำหนดขึ้นเป็นวาระปฏิรูปที่สำคัญๆ รวม 67 วาระปฏิรูป และเป็นวาระพัฒนาที่ต้องดำเนินการ

¹³ คณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชย์ การท่องเที่ยวและบริการ โดยได้ผ่านความเห็นชอบของสภาพัฒน์ฯ แห่งชาติเมื่อ 28 กรกฎาคม 2558 และได้จัดส่งคณะรัฐมนตรีเมื่อ 11 สิงหาคม 2558

ต่อเนื่องภายหลังจากการปฏิรูปแบบ อีก 6 วาระพัฒนา โดยในวาระพัฒนาที่ 3 เรื่อง การส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย ดำเนินการโดยคณะกรรมการปฏิรูปการเกษตร อุตสาหกรรม พาณิชย์ การท่องเที่ยวและบริการ ได้รวบรวมประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย ดังนี้

- 1) การขาดนโยบาย/ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศที่แข่งขัน/จริงจัง/ต่อเนื่อง
- 2) การขาดระบบ/กลไกในการจูงใจ/สนับสนุนการลงทุนโดยตรงของไทยในต่างประเทศทางด้านต่างๆ อย่างครบครันและเพียงพอ
- 3) องค์กร กลไก และระบบส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศของไทยทางด้านการตกลง (Agreements) และการอำนวยความสะดวก (Facilitations) และการแก้ปัญหาให้นักลงทุนของไทยในเชิงกฎหมาย ฎ ประเทศปลายทางยังไม่สมบูรณ์เพียงพอ
- 4) องค์กรและกลไกในการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญและนโยบาย/มาตรการในการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ ยังทำงานไม่มีประสิทธิภาพ/ไม่ครอบคลุมในวงกว้าง

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงได้มีการเสนอแนวทางการปฏิรูปเพื่อแก้ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย ดังนี้

ตารางที่ 2-17 สรุปแนวทางการปฏิรูปเพื่อแก้ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ

ข้อเสนอปฏิรูป	แนวทางการดำเนินการ
(1) การกำหนดให้นโยบาย/ยุทธศาสตร์การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศเป็นแนวนโยบายทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชาติและมีการดำเนินการอย่างจริงจัง	- ให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศเป็นองค์กรถาวรที่มีการดำเนินการต่อเนื่อง - การใช้การเจรจาต่อรองในระดับ G to G ในเรื่องต่างๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับการลงทุนในต่างประเทศ
(2) การปรับปรุง/ขยายระบบ/กลไกการจูงใจ/สนับสนุนการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศในแต่ละด้านอย่างครบครันและเพียงพอ	- การเพิ่มงบประมาณและการใช้เครือข่ายในการพัฒนาฐานข้อมูล การให้ความรู้/อบรม/คำปรึกษาในเชิงลึก และการสำรวจกลุ่มทางการลงทุนในต่างประเทศและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสมบูรณ์ เพียงพอกับความต้องการและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา - การปรับปรุงและขยายบทบาทขององค์กร กลไก ระบบ และกฎระเบียบในการจูงใจ/สนับสนุนทางการเงิน/การคลังและการสนับสนุนโดยตรงของภาครัฐในด้านที่สำคัญ
(3) การปรับปรุง/ขยายบทบาทขององค์กร กลไก ระบบ และกฎระเบียบในการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศทางด้านการเจรจาทำข้อตกลง แก้ไขปัญหา และอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	- การขยายการเจรจาทำข้อตกลงต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครอง/สนับสนุนการลงทุนและการแก้ไขปัญหาการลงทุนในประเทศเป้าหมาย - การสร้าง/ขยายมาตรการอำนวยความสะดวกทางด้านการลงทุนต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอปฏิรูป	แนวทางการดำเนินการ
(4) การใช้กลไกการประชาสัมพันธ์นโยบาย/ยุทธศาสตร์การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศอย่างเข้มข้น	- เสนอให้รัฐบาลใช้สื่อต่างๆ ของรัฐบาลที่มีอยู่ การเจรจา G to G และใช้การจัดทำโรดโชว์ ทางด้านการลงทุนของไทยในต่างประเทศแต่ละครั้ง โดยร่วมมืออย่างเข้มข้นกับหน่วยงานภาคเอกชนในการประชาสัมพันธ์นโยบาย/ยุทธศาสตร์การลงทุนในต่างประเทศอย่างเข้มข้น - เสนอสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ให้แยกส่วนงานในการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล/ความรู้/คำปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญ และนโยบาย/มาตรการในการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศออกมาเป็นการเฉพาะภายใต้ OSOS ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและให้ส่วนงานนั้นตลอดจนหน่วยงานรัฐอื่นๆ ที่รวมอยู่ใน OSOS (10 กระทรวงและ 21 กรม) ประชาสัมพันธ์ความสำคัญ และนโยบาย/มาตรการในการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศที่อยู่ให้เกิดประสิทธิผลและครอบคลุมในวงกว้างที่สุด

จากโครงการศึกษาดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปมาตรการที่สำคัญในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้ดังตารางที่ 2-18

ตารางที่ 2-18 สรุปมาตรการส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการจากโครงการศึกษาต่างๆ

มาตรการส่งเสริม	โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ	โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก	การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย	รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
การบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแลผู้ประกอบการอย่างเข้มงวดและจริงจัง	✓			
การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	✓		✓	✓
ปรับปรุง/ขยายบทบาทขององค์กรกลไก ระบบและกฎหมายในการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ			✓	✓
การสร้างมาตรฐานการดำเนินงานและปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	✓	✓		
การจัดตั้งหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาด้านกฎหมายการค้าและการลงทุนในประเทศที่ผู้ประกอบการเข้าไปลงทุน			✓	✓
การสร้างความชัดเจนในการเจรจาความตกลงอำนวยความสะดวกทางการค้า	✓			✓

มาตรการส่งเสริม	โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ	โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก	การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย	รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
การสร้างแรงจูงใจในการให้ผู้ประกอบการออกไปลงทุนทั้งในแง่ภาษีและมีใช้ภาษี			✓	✓
การส่งเสริมด้านเงินทุน	✓		✓	✓
การส่งเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	✓			
การส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลและการดำเนินงานของผู้ประกอบการและการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ของรัฐ	✓			
การส่งเสริมการพัฒนาศูนย์โลจิสติกส์และการค้า (Logistics and Trade Center)	✓	✓		
การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้บริการแบบครบวงจร	✓			
การส่งเสริมการประเมินสมรรถนะผู้ประกอบการ	✓			
การส่งเสริมการรวมตัวระหว่างผู้ประกอบการในประเทศ	✓			✓

มาตรการส่งเสริม	โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศ	โครงการพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรมในเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-เมียนมา ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก	การวิเคราะห์แนวโน้มปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย	รายงานสรุปการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
การส่งเสริมการรวมตัวระหว่างผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ	✓		✓	✓
การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปประกอบกิจการในต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓
การส่งเสริมความร่วมมือกันทางธุรกิจกับคู่ค้า	✓	✓		✓
การส่งเสริมการพัฒนาความรู้ภายในองค์กร	✓	✓		
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างสินค้าหรือธุรกิจใหม่โดยต่อยอดจากความชำนาญในธุรกิจเดิม		✓		

2.2 การทบทวนแนวนโยบายและมาตรการของต่างประเทศในการส่งเสริมผู้ประกอบการ

2.2.1 การส่งเสริมการส่งออกของสหรัฐอเมริกา

ในปี ค.ศ. 2010 ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาได้ประกาศยุทธศาสตร์ความคิดริเริ่มในการส่งเสริมการส่งออกของประเทศ (National Export Initiative, NEI) โดยมีเป้าหมายท้าทายที่จะขยายการส่งออกเป็นสองเท่าภายในระยะเวลา 5 ปี และยังได้ประกาศอย่างชัดเจนว่า การกระตุ้นการส่งออกสินค้าของประเทศไม่ใช่เป็นเพียงกลยุทธ์ระยะสั้น แต่เป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อการรักษาความมั่นคงในระยะยาวของประเทศในระยะยาว การดำเนินการ NEI พร้อมกับการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการส่งออก (Export Promotion Cabinet, EPC) เป็นเพียงก้าวแรกของความพยายามของรัฐบาลกลางสหรัฐที่จะส่งเสริมการส่งออกสินค้าของประเทศ เพื่อให้สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำการส่งออกของโลก อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าของสหรัฐต้องเผชิญอุปสรรคจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชีย และยุโรป รัฐบาลจึงต้องปรับแผนในการส่งเสริมธุรกิจของสหรัฐโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ภายใต้สถานการณ์ทางธุรกิจของโลกที่ผันแปรอยู่ตลอดเวลา รัฐบาลกลางจำเป็นต้องปรับกระบวนการความคิดในการส่งเสริมการส่งออก ด้วยการผนึกสรรพกำลังทั้งหมดของรัฐบาล เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการกับลูกค้าพันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสหรัฐอเมริกา

รายงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของประเทศ (National Export Strategy) ได้ถูกนำเสนอต่อรัฐสภา โดยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการตามแผนงานของคณะกรรมการ EPC ภายใต้เป้าหมายของยุทธศาสตร์ NEI เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้า ทำให้เกิดการสร้างงานในสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ คณะกรรมการ EPC ได้จัดลำดับความสำคัญของเป้าหมายเพื่อเป็นกรอบให้การดำเนินการของรัฐบาลกลางเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

ตารางที่ 2-19 สรุปเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในรายงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออกของประเทศ
สหรัฐอเมริกา

เป้าหมาย	วัตถุประสงค์
เป้าหมายที่ 1: เพิ่มฐานระดับชาติของผู้ส่งออกธุรกิจขนาดเล็ก	วัตถุประสงค์ที่ 1: พัฒนาแผนการตลาดระดับชาติโดยมุ่งเป้าไปที่ผู้ส่งออกระดับกลางและระดับเล็ก วัตถุประสงค์ที่ 2: ขยายการเข้าถึงการเงินการค้าของธุรกิจขนาดเล็ก วัตถุประสงค์ที่ 3: เสริมสร้างการส่งเสริมการค้าโดยสนับสนุนผู้ส่งออกระดับกลางและขนาดเล็ก
เป้าหมายที่ 2: ทำให้ธุรกิจของสหรัฐอเมริกาเข้าถึงความช่วยเหลือด้านการส่งออกจากรัฐบาลกลางได้ง่ายขึ้น	วัตถุประสงค์ที่ 4: ขยายการเข้าถึงความช่วยเหลือการส่งออกของรัฐบาลกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้าประเภทบริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น วัตถุประสงค์ที่ 5: จัดตั้งโครงการอบรมระดับชาติสำหรับที่ปรึกษาการค้าของรัฐบาลกลางและคู่ค้าสำหรับทรัพยากร วัตถุประสงค์ที่ 6: พัฒนาและบูรณาการเสมือนร้านค้าจุดเดียว “one-stop shop” สำหรับความช่วยเหลือการส่งออกของรัฐบาลกลาง วัตถุประสงค์ที่ 7: พัฒนามาตรการนำร่องในการติดตามความคืบหน้า

เป้าหมายที่ 3: ปรับปรุงกลยุทธการให้บริการของ รัฐบาลกลางในการให้ความ ช่วยเหลือด้านการส่งออก	วัตถุประสงค์ที่ 8: ปรับปรุงการเชื่อมโยงของกลยุทธ์และการประสาน การดำเนินงานระหว่างหน่วยงานราชการเพื่อให้การจัดสรรการใช้ ทรัพยากรของรัฐบาลกลางที่อยู่ในต่างประเทศเกิดประสิทธิภาพ วัตถุประสงค์ที่ 9: พัฒนาและทดลองแนวทางใหม่ในการให้บริการด้าน การพาณิชย์ การเกษตรและการค้า

โดยสามารถแบ่งกิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกเป็น 8 ลำดับ ดังนี้¹⁴

ตารางที่ 2-20 กิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกตามแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการส่งออก
ของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
ลำดับที่ 1: การสนับสนุนการส่งออก ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก	1) ระบุธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีศักยภาพที่จะเริ่มส่งออก สินค้า หรือขยายการส่งออก - การปรับปรุงเว็บไซต์ “Export.gov” เว็บไซต์เพื่อช่วยผู้ส่งออก รายใหม่ - เพิ่มจำนวนกิจกรรมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ระดับชาติ และ โฆษณาและการใช้ช่องทางเข้าถึงโดยตรงเพื่อเพิ่มความตระหนัก ของ SME - ประสานและยกระดับความสามารถในการเข้าถึงของรัฐบาลกลาง เพื่อค้นหาผู้ส่งออกที่มีศักยภาพ - เพิ่มความร่วมมือกับภาคเอกชน - วิเคราะห์ผลงานวิจัยที่มีอยู่เพื่อให้ทราบถึงประเภทและคุณสมบัติ ของ SMEs ที่ เป็นผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จ - วิเคราะห์ฐานข้อมูลที่มีอยู่เพื่อให้เห็นถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ และควรได้รับการสนับสนุน 2) เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการ SMEs ประสบความสำเร็จ ในการส่งออก - เพิ่มทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ในเว็บไซต์ Export.gov - ดำเนินโครงการ "การพัฒนาผู้ฝึกสอน" - ส่งเสริมโอกาสการส่งออก ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการ แข่งขัน - พัฒนาศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ ITA ที่ จะแนะนำทรัพยากรในท้องถิ่นให้กับผู้ส่งออกที่มีศักยภาพ 3) เชื่อมผู้ประกอบการ SMEs ให้เข้าถึงโอกาสในการส่งออก - นำร่องโครงการจัดหาคู่ค้า (Matchmaking)

¹⁴ Trade Promotion Coordinating Committee (2012). NATIONAL EXPORT STRATEGY (Powering the National Export Initiative: Year 3).

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
	- พัฒนาแพคเกจความช่วยเหลือการส่งออกที่มีประสิทธิภาพที่รวมโครงการของหน่วยงานต่างๆ - ดำเนินโครงการเชื่อมโยง SME-กับ-SME ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อให้ SMEs ของสหรัฐเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศ 4) สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs เพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสการส่งออกที่เกิดขึ้นแล้ว - ผลិតสื่อที่สรุปอย่างชัดเจนถึงโครงการต่างๆของรัฐที่ให้ความช่วยเหลือทางการเงินให้กับการค้าและการลงทุน - จัดให้มีการให้คำปรึกษาด้านการเงินการค้า ในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ - ฝึกอบรมผู้ที่ให้กู้ในโครงการให้ความช่วยเหลือทางการเงินของรัฐบาล - พัฒนาโปรแกรมให้ความช่วยเหลือทางการเงินที่บูรณาการโครงการของทุกหน่วยงานของรัฐบาล เพื่อตอบสนอง ความต้องการของทั้งผู้ส่งออก SMEs และผู้ให้กู้ - สำรวจความเป็นไปได้ของการสร้างชุดตัวชี้วัดที่สามารถนำไปติดตามผลการดำเนินงานของทุกหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทางการเงิน
ลำดับที่ 2: การให้ความสนับสนุนการส่งออกโดยรัฐบาลกลาง	<u>ข้อเสนอแนะใน ระยะสั้น:</u> - เน้นการส่งออกในตลาดเกิดใหม่ - ชักชวนผู้ซื้อจากต่างประเทศที่มีศักยภาพให้เข้ามาร่วมงานแสดงสินค้าในสหรัฐ รวมถึงการเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจ - เพิ่มการสนับสนุนของรัฐบาลสหรัฐในการส่งออกอันเป็นผลจากศักยภาพในการใช้พลังงานหมุนเวียนและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพของสหรัฐ - ขยายโอกาสให้กับอุตสาหกรรมพลังงานปรมาณูเพื่อสันติของสหรัฐ - ใช้ประโยชน์จากความสามารถของผู้ประกอบการที่เป็นชนกลุ่มน้อย (Minority) ของประเทศ - เพิ่มงบประมาณให้กับโครงสร้างพื้นฐานในการส่งเสริมการค้า <u>ข้อเสนอแนะในระยะยาว:</u> - เพิ่มการประสานงานระหว่างโครงการส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐกับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร - ส่งเสริมการส่งออกเทคโนโลยีไปในตลาดที่มีการเจริญเติบโตสูง - เพิ่มการสนับสนุนการส่งออกของรัฐบาลกลางให้กับบริษัท ที่

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
	ส่งออกไปยังบราซิลอินเดีย และจีน - ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกสำหรับตลาดที่อยู่ในลำดับชั้นถัดไป
ลำดับที่ 3: การนำคณะนักธุรกิจไปเจรจาในต่างประเทศ	- ขยายการจัดคณะนักธุรกิจไปต่างประเทศอย่างมีเป้าหมาย - เพิ่มจำนวนของคณะเจรจาของนักธุรกิจ นำโดยเจ้าหน้าที่อาวุโสจากหน่วยงาน EPC และ TPCC - ติดตามผลการเจรจากับบริษัทที่เข้าร่วมในคณะ - เพิ่มการนำคณะนักจัดซื้อจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาพบกับซีพีฟลายเออร์ในสหรัฐ - ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลกลาง เพื่อสนับสนุนการจัดการเจรจาให้กับคณะนักธุรกิจ - จัดการเจรจาของคณะนักธุรกิจให้เชื่อมโยงกับงานแสดงสินค้าที่สำคัญ
ลำดับที่ 4: การเจรจาโน้มน้าวเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ	<u>ข้อเสนอแนะใน ระยะสั้น:</u> - เพิ่มการประสานงานระหว่างหน่วยงาน - นำเสนอประเด็นการเจรจาโน้มน้าวที่มีความสำคัญพิเศษให้ผู้บริหารประเทศได้รับทราบ - เพิ่มความตระหนักของบริษัทสหรัฐในประโยชน์ที่จะได้รับจากการเจรจาโน้มน้าว - ปรับปรุงข้อมูลข่าวกรองเกี่ยวกับโอกาสการส่งออกที่มีความสำคัญ <u>ข้อเสนอแนะ ในระยะยาว:</u> - จัดคณะเจรจาที่ประกอบด้วยผู้แทนจากหลายหน่วยงานเข้าไปในตลาดต่างประเทศและภาคการค้าที่สำคัญ - ทบทวนผลลัพธ์จากการเจรจาโน้มน้าวที่ผ่านมา
ลำดับที่ 5: การเพิ่มการสนับสนุนทางการเงินให้กับการส่งออก	- เพิ่มการช่วยเหลือผ่านช่องทางที่มีอยู่แล้วและช่องทางใหม่ - ตรวจสอบการจัดหาเงินทุนมากขึ้น ผ่านแพลตฟอร์ม การจัดหาเงินทุนที่มีอยู่และผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ - ปรับปรุงเกณฑ์ในการให้กู้ยืมเงิน - จำกัดกิจกรรมไปยังตลาดต่างประเทศ มีความสำคัญ - เพิ่มกิจกรรมไปยังตลาดที่มีการแข่งขันสูงในระดับโลก รวมถึงภาคส่วนที่ยังได้รับความสนใจน้อยในเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูง - เพิ่มจำนวนและขอบเขตของความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชน - ปรับปรุงกระบวนการออกใบอนุญาตในการส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SMEs
ลำดับที่ 6: ปรับสมดุลเศรษฐกิจมหภาค	- วัตถุประสงค์ระยะสั้น: รักษาและช่วยเสริมการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
	- วัตถุประสงค์ระยะยาว: ปรับสมดุลอุปสงค์ของโลก
ลำดับที่ 7: ลดปัญหาและอุปสรรคทางการค้า	1) เจรจาต่อรองการเข้าถึงตลาดใหม่ - ดำเนินการให้การทำงานขององค์การการค้า โลก (WTO) เกิดผลลัพธ์ที่แท้จริงที่นำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างแท้จริง - จัดทำข้อตกลง Trans-Pacific Partnership (TPP) - แก้ไขประเด็นปัญหาที่ค้างอยู่และขอความเห็นชอบจากรัฐสภา ในการดำเนินการตามข้อตกลงกับเกาหลีใต้ ปานามาและโคลอมเบีย - สร้างโอกาสทางการตลาด สำหรับสินค้า และบริการด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการลดภาษี การยกเว้นภาษี และนโยบายอื่นๆ - สร้างโอกาสในการแข่งขันที่เท่าเทียมกันให้กับธุรกิจของสหรัฐในประเทศเกิดใหม่ผ่านการเจรจาวิภาคี 2) ใช้ประโยชน์จากข้อตกลงหรือเวทีการเจรจาทางการค้าที่มีอยู่ - เสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการค้าร่วมกับประเทศพันธมิตรที่สำคัญเช่น แคนาดา, เม็กซิโก, ญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป - ใช้ประโยชน์จากแรงขับเคลื่อนอันเป็นผลจากการเจ้าภาพการประชุม APEC ในปี ค.ศ. 2011 - มีบทบาทมากขึ้นในตลาดเกิดใหม่ที่สำคัญ เช่น จีน อินเดีย และบราซิล - ขยายการมีส่วนร่วมในนโยบายการค้ากับตลาดเกิดใหม่ที่สำคัญ เช่น โคลอมเบีย , อินโดนีเซีย , ซาอุดีอาระเบีย , แอฟริกาใต้, ตุรกี และเวียดนาม - ใช้กลไกนโยบายการค้าแบบวิภาคีเพื่อเปิดตลาด - ลดอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีที่สำคัญที่ส่งผลต่อสินค้าอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม - เพิ่มความสามารถในการรับมือกับความท้าทายที่ส่งผลต่อการส่งออกของSME ในการพัฒนาและการดำเนินการตามนโยบายการค้าของสหรัฐ - แสวงหาโอกาสในการเข้าร่วมอย่างจริงจังในการพัฒนาขีดความสามารถทางการค้ากับตลาดเกิดใหม่ 3) ยกระดับการบังคับใช้ข้อตกลงอย่างมีประสิทธิภาพ - ยกระดับการตรวจสอบและการบังคับใช้ - ทวีความพยายามในการตรวจสอบและบังคับใช้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่มีอยู่ - ใช้กลไกของรัฐบาลในการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา

ประเด็นกิจกรรม	ข้อเสนอแนะ
	- ลดปัญหาการทุจริต ผ่านข้อตกลงทางการค้าและการสร้างขีดความสามารถ 4) สร้างความเข้มแข็งให้กับระบบการค้าพหุภาคี - เสริมบทบาทผู้นำของสหรัฐในองค์การการค้าโลก - สนับสนุนรัสเซียและประเทศอื่นๆให้เข้าร่วมในองค์การการค้าโลก - เสริมความพยายามของสหรัฐในกระบวนการประจำองค์การการค้าโลก
ลำดับที่ 8: ส่งเสริมการส่งออกการค้าบริการ	- ปรับปรุงระบบข้อมูลเศรษฐกิจการค้าบริการ - มุ่งเน้นไปที่ภาคส่วนหรือตลาดที่มีการเติบโตอย่างสำคัญ เพื่อพัฒนาการประสานงานการส่งเสริมการส่งออกให้เกิดประโยชน์กับการค้าบริการ - ขจัดอุปสรรคต่อการส่งออกการค้าบริการของสหรัฐ

2.2.2 การทบทวนมาตรการขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development - OECD) ในการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ

จากเหตุการณ์วิกฤตการเงินในปี ค.ศ. 2008 เศรษฐกิจของประเทศสมาชิกในกลุ่มองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนาต้องเผชิญกับปัญหาอย่างหนัก ทั้งอัตราการว่างงานที่เพิ่มสูงขึ้นและการมีหนี้สาธารณะที่อยู่ในระดับสูง ในขณะที่เศรษฐกิจในตลาดเกิดใหม่ยังคงเติบโตต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปีคริสต์ศักราช 1990 เพราะฉะนั้นการขยายตลาดสู่ตลาดที่ยังมีการเติบโตในระดับสูง จึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกในกลุ่ม OECD

สำหรับตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูง ที่องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนาได้กล่าวไว้ คือตลาดในกลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบไปด้วยประเทศบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ผู้ประกอบการ SMEs และผู้กำหนดนโยบายของรัฐให้ความสำคัญ เนื่องด้วยตลาดในกลุ่มประเทศนี้จะมีการกีดกันทางการค้าสูงกว่าตลาดในกลุ่มประเทศ OECD และสูงกว่าตลาดในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว

มาตรการเชิงนโยบายและโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการของประเทศต่างๆ ในองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่มมาตรการดังนี้

ตารางที่ 2-21 มาตรการเชิงนโยบายและโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการของประเทศต่างๆ

มาตรการ (Measure)	โครงการ
1. การจัดเตรียมข้อมูลด้านการตลาด	— การบริการข้อมูลต่างๆ ผ่านเว็บไซต์ (Portal service) — ให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ
2. การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในต่างประเทศ	— การจัดงานแสดงสินค้าในตลาดเป้าหมาย — การช่วยเหลือลูกค้าในตลาดเป้าหมาย — การจัดศึกษาฐานงานในตลาดเป้าหมาย — การวิจัยและพัฒนาและการสนับสนุนด้านนวัตกรรม สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญา
3. การสนับสนุนด้านการเงิน	— การสนับสนุนด้านเงินกู้ — การสนับสนุนด้วยการประกันในรูปแบบของ Insurance/Export Credit — การให้สิทธิประโยชน์จูงใจในรูปแบบของภาษี (Tax Incentives) — การให้เงินชดเชย (Subsidy)
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human resource support)	— การฝึกอบรม — การจัดหาทีมงาน
5. การสนับสนุนด้านอื่นๆ	— เขตการค้าเสรี (Free Trade Area – FTA) — โครงการความช่วยเหลือเฉพาะกลุ่ม — อื่นๆ

โดยทั่วไปแล้วมาตรการเชิงนโยบายต่างๆ มีขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาองค์กรมุ่งสู่ความเป็นสากล (Internationalization) ครอบคลุมกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐ โดย 12 ประเทศจาก 17 ประเทศมีโครงการสำคัญที่มีความคล้ายคลึงกันก็คือ การลดภาระเงื่อนไขทางการเงิน โดยภาครัฐจะให้ออกเงินเครดิตสำหรับบริษัทต่างๆ ที่ต้องการส่งสินค้าไปขายต่างประเทศ วิธีนี้พบมากกว่าวิธีการให้เงินอุดหนุนหรือการให้สิทธิประโยชน์จูงใจในรูปแบบของภาษี

มาตรการและโครงสร้างสนับสนุนของแต่ละประเทศสมาชิก จำนวน 16 ประเทศ ในกลุ่ม OECD สามารถสรุปได้ในตารางที่ 2-22¹⁵

¹⁵ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (4 Jul 2013), *Fostering SMEs' Participation in Global Markets: Final Report*, OECD Centre for SMEs, Entrepreneurship and Local Development, Paris

ตารางที่ 2-22 มาตรการสนับสนุนของแต่ละประเทศสมาชิก

ประเทศ	การจัดเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตลาดเป้าหมาย		การสนับสนุนกิจกรรมในต่างประเทศ			การสนับสนุนด้านการเงิน		การสนับสนุนด้านทรัพยากรมนุษย์	อื่นๆ	หน่วยงานสนับสนุนการค้า
	บริการข้อมูล	ที่ปรึกษา / สนับสนุนการตลาด	งานแสดงสินค้า	การหาลูกค้าในตลาดต่างประเทศ	นวัตกรรม / การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต	เงินทุน / เงินช่วยเหลือ	การประกัน			
ออสเตรเลีย	1) Business.gov.au 2) IP Australia			โครงการ Supplier Access to Major Project (SAMP)	1) สิทธิประโยชน์ภาษีด้านการวิจัยและพัฒนา 2) จัดตั้งศูนย์วิจัย The Cooperative Research Centres	Export Finance and Insurance Corporation (EFIC)	Export Finance and Insurance Corporation (EFIC)		1) โครงการส่งออกยานยนต์ (Automotive Access Program) 2) ใช้ประโยชน์จากความคิดริเริ่มที่เป็นของคนออสเตรเลียที่อยู่ในประเทศและอยู่ต่างประเทศ 3) มีทุนพัฒนาตลาดเพื่อการส่งออก (Export Market Development Grants)	AUSTRADE
ออสเตรีย	Internationalisation Initiative	1) Lfe Science Austria 2) Internationalisation Initiative	1) Lfe Science Austria 2) Internationalisation Initiative					Internationalisation Initiative		
แคนาดา	Virtual Trade Commissioner				1) โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) โครงการสร้างเสริมนวัตกรรมระดับโลก	1) Export Development Canada (EDC) – Credit insurance organization 2) โครงการ Market Xpansion Load	Export Development Canada (EDC) – Credit insurance organization		1) ยุทธศาสตร์ยึดความได้เปรียบระดับโลกเพื่อการเติบโตและความมั่งคั่ง (“Seizing Global Advantage. A Global Commerce Strategy for Securing Canada’s Growth and Prosperity 2) โครงการสนับสนุนการค้าระดับโลก (Global Commerce Support Program)	The Canadian Trade Commissioner Service (TCS)
สาธารณรัฐเช็ก	Operational Programme Enterprise and Innovation	สายด่วนการส่งออก (Czech Export Hotline – Businessinfo.cz)				Czech Export Bank				

ประเทศ	การจัดเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตลาดเป้าหมาย		การสนับสนุนกิจกรรมในต่างประเทศ			การสนับสนุนด้านการเงิน		การสนับสนุนด้านทรัพยากรมนุษย์	อื่นๆ	หน่วยงานสนับสนุนการค้า
	บริการข้อมูล	ที่ปรึกษา / สนับสนุนการตลาด	งานแสดงสินค้า	การหาลูกค้าในตลาดต่างประเทศ	นวัตกรรม / การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต	เงินกู้ / เงินช่วยเหลือ	การประกัน			
เดนมาร์ก		Vitus Growth				Export Start Growth Vitus Growth				
กรีซ		อำนวยความสะดวกแก่การส่งออกด้วย Single window for Exports				เงินกู้โดยกองทุน ETEAN SA	1) วงเงินประกันระยะสั้นสำหรับการส่งออก 2) EXTROVERSION			
ไอร์แลนด์		1) โครงการเปิดตลาดต่างประเทศ (International Selling Programme) 2) เงินช่วยเหลือการมุ่งสู่สากล (Internationalisation Grant)				1) เงินช่วยเหลือการมุ่งสู่สากล (Internationalisation Grant) 2) กองทุน Going Global Fund		โครงการ Leadership4Growth		
อิสราเอล		1) โครงการที่ปรึกษาการตลาดเพื่อการส่งออกสำหรับ SME 2) 200 double 2 3) Tevel								
เกาหลีใต้	1)โครงการเพิ่มศักยภาพการส่งออก 2)โครงการสนับสนุนการตลาดเพื่อธุรกิจต่างแดน	1) โครงการเพิ่มศักยภาพการส่งออก 2) โครงการสนับสนุนการตลาดเพื่อธุรกิจในต่างแดน	การสนับสนุนการแสดงสินค้าในต่างประเทศโดยโครงการสนับสนุนการตลาดเพื่อธุรกิจในต่างแดน		การสนับสนุนเพื่อให้ได้การรับรองตามมาตรฐานในต่างประเทศ		ประกันการส่งออกระยะสั้น สำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรและประมง	โครงการสนับสนุนการตลาดเพื่อธุรกิจในต่างแดน		1) KOTRA 2) สมาคมการส่งออก
เม็กซิโก			International Trade Fair		โครงการความร่วมมือเม็กซิโก – อียูเพื่อการแข่งขันและนวัตกรรม			การสนับสนุนการศึกษาด้านธุรกิจระหว่างประเทศ		
นิวซีแลนด์		1) International Business Growth Service 2) Beachhead program		Industry Capability Network		กองทุนสนับสนุนการเติบโตระหว่างประเทศ (International Growth Funds)	Export credit office		ข้อตกลง FTA นิวซีแลนด์ – จีน	
โปแลนด์	ศูนย์สำหรับผู้ส่งออก									

ประเทศ	การจัดเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตลาดเป้าหมาย		การสนับสนุนกิจกรรมในต่างประเทศ			การสนับสนุนด้านการเงิน		การสนับสนุนด้านทรัพยากรมนุษย์	อื่นๆ	หน่วยงานสนับสนุนการค้า
	บริการข้อมูล	ที่ปรึกษา / สนับสนุนการตลาด	งานแสดงสินค้า	การหาลูกค้าในตลาดต่างประเทศ	นวัตกรรม / การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต	เงินทุน / เงินช่วยเหลือ	การประกัน			
โปรตุเกส	Protugalglobal.pt	Export Shops	International Trade Fairs and Business Missions Organization	1) Aicep Protual Global Overseas Network 2) Sourcing in Portugal	การสนับสนุนสิทธิบัตรสากล (Support to the internationalization of Patents)	1) การสนับสนุนเงินลงทุน 2) QREN Investe 3) ระบบสนับสนุนคุณภาพผู้ประกอบการและการมุ่งสู่สากล		1) InovContacto 2) INOV-Export		Aicep Portugal Global Trade & Investment Agency
สโลวีเนีย	เว็บไซต์ IzvoznoOKno					การช่วยเหลือด้านการเงินแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการเข้าร่วมการแสดงสินค้าในต่างประเทศ				
สวีเดน	1)Enterprise Europe Network 2)การรวบรวมข้อมูลท้องถิ่น โดย Swedish Trade	การให้คำปรึกษา โดย Swedish Trade	1) Enterprise Europe Network 2) การรวบรวมข้อมูลท้องถิ่น โดย Swedish Trade					ความช่วยเหลือในการอบรมและการจ้างงาน โดย Swedish Trade		Swedish Trade Council
ตุรกี		ความช่วยเหลือในการทำวิจัยตลาดและการทำการตลาด			โครงการสนับสนุนและช่วยเหลือการยื่นขอสิทธิบัตร	การสนับสนุนเพื่อเข้าร่วมการแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (Kosgeb)	เครดิตเพื่อการส่งออก (Kosgeb)			KOSGEB

2.2.3 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย

รายงาน “การออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย: การวิเคราะห์แนวโน้ม ปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้น”¹⁶ เป็นการรวบรวมงานวิจัยภายใต้ชุดโครงการประสานงานการศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย ระยะที่ 1 และระยะ ที่ 2 ซึ่งหาการศึกษาประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับการออกไปลงทุนในต่างประเทศของประเทศไทยในเชิงมหภาค ทั้งสถานการณ์การลงทุนในปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการออกไปลงทุน ปัจจัยที่กำหนดการออกไปลงทุน นโยบายการส่งเสริมการออกไปลงทุนของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน รวมถึงผลกระทบของการออกไปลงทุนในต่างประเทศทั้งต่อเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาคและต่อผลการดำเนินงานของกิจการ เพื่อนำไปใช้ประกอบการวางนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศของประเทศไทย

รายงานได้นำเสนอผลการทบทวนระหว่างประเทศขาออกของทั้งประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย และนำมาเปรียบเทียบกับประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านของไทย และเป็นประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนได้ดำเนินการส่งเสริมการลงทุนขาออกอย่างจริงจังมาระยะหนึ่งแล้ว และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก

2.2.3.1 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศสิงคโปร์

ในอดีตยุคทศวรรษที่ 60 ประเทศสิงคโปร์ได้ดำเนินนโยบายเช่นเดียวกับประเทศไทยในการดึงดูดการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ ด้วยการใช้นโยบายเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกในอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น จนประสบความสำเร็จในการดึงดูดเงินลงทุนจากสหรัฐอเมริกาและยุโรป สามารถผลักดันให้ประเทศมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูง อย่างไรก็ดี ในยุคทศวรรษที่ 70 สิงคโปร์ได้เริ่มประสบปัญหาจากการขาดแคลนแรงงาน อัตราค่าจ้างแรงงานที่เริ่มปรับตัวสูงขึ้น และทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ประเทศสิงคโปร์ได้หันถึงความจำเป็นที่จะต้องออกไปลงทุนในต่างประเทศ จึงได้ปรับทิศทางการกระตุ้นการลงทุนจากต่างประเทศให้หันไปมุ่งเน้นอุตสาหกรรมที่เน้นใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและแรงงานที่มีทักษะสูงมาก และการเปลี่ยนบทบาทของประเทศให้เป็นศูนย์กลางด้านการบริการและการเป็นสำนักงานใหญ่ในภูมิภาค

แผนการส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศได้เกิดขึ้นอย่างจริงจังในปี ค.ศ. 1988 ภายใต้รูปแบบของการร่วมลงทุนกับบริษัทต่างประเทศในสหรัฐอเมริกาและยุโรป เพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีและพัฒนางานวิจัยและพัฒนาของบริษัทในสิงคโปร์ แต่การลงทุนในระยะแรกนี้ก็กลับไม่ประสบความสำเร็จ

การผลักดันการลงทุนในต่างประเทศในระยะถัดมาจึงเปลี่ยนทิศทางมาเป็นการลงทุนในภูมิภาคเอเซียแทน ภายในกลยุทธ์ที่เรียกว่า “Regionalisation 2000” โดยเริ่มด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ (Committee to Promote Enterprise Overseas) ในปี ค.ศ. 1993 การลงทุนใน

¹⁶ กรรณีย์ ชีวะตระกูลพงษ์ และ อาภากร นพรัตน์ภรณ์ (บรรณาธิการ). การออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย: การวิเคราะห์แนวโน้ม ปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้น. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2558

ต่างประเทศของประเทศสิงคโปร์โดยมากจึงอยู่ในเอเชีย แต่เป็นการลงทุนที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์จากข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอาเซียน

หัวใจในการขับเคลื่อนการออกไปลงทุนในต่างประเทศของสิงคโปร์ในระยะแรก คือ บริษัทเดิมที่เคยเป็นรัฐวิสาหกิจ หรือมีความสัมพันธ์กับรัฐบาล (Government-Linked Companies: GLC) และได้กลายเป็นกลไกที่สำคัญในการผลักดันกลยุทธ์ “Regionalisation 2000” และส่งผลให้การออกไปลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสิงคโปร์ทำได้สะดวกขึ้น

ทั้งนี้นโยบายที่สำคัญในการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศขาออกของประเทศสิงคโปร์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระยะ คือ การส่งเสริมการออกไปลงทุนตามแผน Regionalisation 2000 และการส่งเสริมการออกไปลงทุนผ่านหน่วยงาน International Enterprise Singapore (IE)

ก. การส่งเสริมการออกไปลงทุนตามแผน Regionalisation 2000

เป็นการส่งเสริมที่อาศัยรัฐบาลรับบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการลงทุน และในการเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการในประเทศที่เป็นเป้าหมายของการลงทุน ภายใต้มาตรการที่สำคัญ ดังนี้

- การเจรจากับประเทศที่เป็นผู้รับทุนในลักษณะรัฐบาลต่อรัฐบาล รัฐบาลสิงคโปร์ดำเนินการเจรจากับรัฐบาลหรือเอกชนในประเทศที่เป็นเป้าหมายของการลงทุน ให้ทำการจัดตั้งกรอบทางสถาบัน (Institutional Framework) กำหนดสิทธิประโยชน์พิเศษในการลงทุน สร้างศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จและบริการให้คำปรึกษาทางด้านกฎหมาย รวมถึงจัดทำโครงการขนาดใหญ่ให้กับนักลงทุนสิงคโปร์
- การเริ่มต้นเข้าไปลงทุนของกิจการที่มีความสัมพันธ์กับรัฐ (GLC) หลังจากการเจรจาในระดับรัฐต่อรัฐแล้ว ธุรกิจที่เริ่มเข้าไปลงทุนในประเทศเป้าหมายจะเป็นธุรกิจที่ได้รับการคัดเลือกโดยรัฐ ซึ่งมักจะเป็นธุรกิจ GLC เข้าไปลงทุนโครงการที่เป็นโครงการนำร่อง (Flagship Projects) ที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการลงทุนและมีความเสี่ยงสูง เพื่อเปิดทางและอำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจอื่นๆของสิงคโปร์ที่จะเข้ามาลงทุนตามหลังมา
- การให้ความช่วยเหลือกับภาคเอกชนที่ไปลงทุนของสิงคโปร์ รัฐบาลทำการประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจเอกชนภายในประเทศเข้าไปลงทุนในประเทศที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกโดย GLC แล้ว พร้อมกับให้การช่วยเหลือแก่ผู้ที่เข้าลงทุน ดังนี้
 - การให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการลงทุน
 - การยกเลิกการจัดเก็บภาษีซ้อน
 - การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายทางธุรกิจระหว่าง GLC กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสิงคโปร์
 - การจัดตั้ง International Business Development Strategic Business Unit (SBU) เพื่อช่วยเหลือในด้านข้อมูลโอกาสทางธุรกิจ และการเข้าสู่ตลาด
 - การให้ความช่วยเหลือทางการเงินและแรงจูงใจการเงินต่างๆ เช่น การยกเว้นภาษี การอนุญาตให้ใช้ค่าใช้จ่ายบางประเภทลดหย่อนภาษีได้เป็น 2 เท่า เป็นต้น

ข. การส่งเสริมการออกไปลงทุนผ่าน International Enterprise Singapore (IE)

เป็นการดำเนินการภายใต้แผนที่เรียกว่า Global Company Partnership (GCP) ซึ่งการส่งเสริมจะเป็นการช่วยเหลือทั้งทางการเงินและไม่ใช้การเงินในทั้งหมด 4 ด้าน คือ

- การสร้างศักยภาพ (Capacity Building) ประกอบด้วยการสร้างตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างกลยุทธ์ความเป็นสากล การจัดการด้านสินทรัพย์ทางปัญญา
- การประเมินตลาด (Market Assessment) และการเข้าสู่ตลาด (Market Access) การให้ทุนสนับสนุนแบบ Co-fund ไม่เกินร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังต่อไปนี้
 - การประเมินสินค้าหรือบริการของบริษัทในตลาดเป้าหมาย
 - การศึกษาศักยภาพของตลาดเป้าหมาย
 - การหาคำแนะนำสำหรับวิธีการเข้าตลาดที่เหมาะสมสำหรับบริษัท
 - การหาประเด็นข้อกฎหมาย
 - การจัดทำเอกสารทางกฎหมาย การจดทะเบียนกิจการ เครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ การจดทะเบียนตัวแทนการค้า
 - การหาคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจในการเป็นตัวแทนการค้า แฟรนไชส์ หรือเป็นผู้จัดจำหน่าย
- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Manpower Development)
 - จัดหาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพผ่านการให้ทุนการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย การให้ทุนการฝึกงาน รวมถึงการเฟ้นหาทรัพยากรมนุษย์ในต่างประเทศ
 - ให้คำปรึกษาในการหาทรัพยากรมนุษย์ในต่างประเทศ และการพัฒนากลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ในระดับสากล
 - ให้การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพในตลาดโลก
- การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน แบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน คือ
 - การให้เงินกู้ในการจัดตั้งกิจการในต่างประเทศ
 - การให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนในแบบ Co-fund ร้อยละ 50 ของพรีเมียมการประกันความเสี่ยงทางการเงิน
 - การประกันเงินกู้ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับสถาบันการเงินที่เข้าร่วมสามารถขยายการให้เงินกู้ระยะสั้นได้
 - การประกันลูกหนี้การค้า (Trade Credit Insurance Scheme: TCIS) เพื่อป้องกันความเสี่ยงในกรณีที่ลูกค้าในต่างประเทศไม่สามารถชำระเงินได้ตามกำหนด

นอกจากการให้การสนับสนุนผ่าน IE ดังนำเสนอข้างต้นแล้ว รัฐบาลสิงคโปร์ยังได้ออกกฎหมายซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน ค.ศ. 2003 ยกเว้นภาษีรายได้จากต่างประเทศ¹⁷

- เงินปันผลจากกิจการในต่างประเทศ
- กำไรของสาขาในต่างประเทศ
- รายได้จากการให้บริการในต่างประเทศ

¹⁷ ภายใต้เงื่อนไข 1) กฎหมายของประเทศที่เข้าลงทุนมีการจัดการภาษีรายได้บุคคลขั้นต่ำร้อยละ 15 ขึ้นไป 2) ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้จากการไปลงทุน และ 3) ต้องเป็นบุคคลที่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในสิงคโปร์

2.2.3.3 นโยบายการส่งเสริมการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย

เช่นเดียวกับประเทศไทยและประเทศสิงคโปร์ ในยุคแรกของการกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ประเทศมาเลเซียพึ่งพาการลงทุนจากต่างประเทศ จนถึงปี ค.ศ. 1985 ซึ่งประเทศประสบปัญหาการถดถอยทางเศรษฐกิจ ทำให้มาเลเซียตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศเป็นส่วนหนึ่งของแผนการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ มาเลเซียได้เริ่มมีนโยบายการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศที่เข้มข้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991

บริษัทมาเลเซียที่ออกไปลงทุนในต่างประเทศโดยมาก จะเป็นบริษัทที่มีความสัมพันธ์กับรัฐบาล (GLC) โดยเป็นการออกไปลงทุนในธุรกิจที่ต้องใช้เงินทุนที่สูง เช่น การทำเหมืองแร่ การขุดเจาะน้ำมันและก๊าซ และบริการด้านโทรคมนาคม เป็นต้น ส่วนการลงทุนในต่างประเทศของบริษัทเอกชนจะเป็นการลงทุนในภาคการผลิต การค้าปลีกและค้าส่ง การเกษตร การก่อสร้าง โรงแรมและร้านอาหาร และบริการทางการเงิน

การส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศของมาเลเซียพอสรุปออกได้เป็น 3 ช่วงเวลา

ก. ช่วงค.ศ. 1991-วิกฤตการณ์ทางการเงินในภูมิภาคเอเชีย

- การลดภาษี (Tax abatement) สำหรับรายได้ที่ได้รับจากการลงทุนในต่างประเทศและส่งกลับมายังมาเลเซีย
- การลดหย่อนภาษีให้กับค่าใช้จ่ายที่เสียไปก่อนการเริ่มดำเนินกิจการ
- การยกเว้นภาษีเงินได้จากรายได้ของบริษัทที่ทำการลงทุนในต่างประเทศ

ข. ช่วง Outline Perspective Plan III (OPPIII) ระหว่าง ค.ศ. 2001-2010

เน้นการออกไปลงทุนในประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำและมีทรัพยากรเป็นจำนวนมาก โดยมีมาตรการที่สำคัญ คือ

- การจัดตั้ง Malaysia-Singapore Third Country Business Development Fund การให้การสนับสนุนเงินทุนร่วมของรัฐบาลทั้งสองประเทศ ให้กับบริษัทสิงคโปร์และมาเลเซียที่จะทำการสำรวจโอกาสทางธุรกิจหรือเข้าไปลงทุนในประเทศที่สามร่วมกัน
- การให้ความช่วยเหลือทางการเงินผ่าน Exim Bank ของมาเลเซียให้กับบริษัทที่ออกไปลงทุนในต่างประเทศ
- การจัดตั้ง Overseas Investment Fund เพื่อกระตุ้นและช่วยเหลือผู้ประกอบการมาเลเซียออกไปลงทุนในต่างประเทศ

ค. ช่วงปัจจุบัน

ส่วนใหญ่จะดำเนินการตามแนวทางในช่วง OPPIII โดยมีมาตรการสนับสนุนเพิ่มเติมด้านเงินทุนให้กับผู้ประกอบการที่จะเข้าไปประกอบธุรกิจร้านอาหารมาเลเซียในต่างประเทศ

ทั้งนี้ การศึกษาข้างต้นได้ทำการเปรียบเทียบนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งพอสามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการลงทุนขาออกของไทยยังอยู่ในวงจำกัดมากเมื่อเทียบกับการส่งเสริมของสิงคโปร์และมาเลเซีย ดังนำเสนอในตารางที่ 2-23

ตารางที่ 2-23 การเปรียบเทียบนโยบายการส่งเสริมการลงทุนขาออกไปต่างประเทศของ 3 ประเทศ

มาตรการส่งเสริมการลงทุน	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ไทย
การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	/	/	---
อนุสัญญาภาษีซ้อน	/	/	/
การนำค่าใช้จ่ายก่อนการลงทุนมาลดหย่อนภาษี	/	/	---
ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่ออกไปลงทุน	/	/	/
ข้อมูลทางธุรกิจ	/	---	---
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	/	---	---
การให้ความช่วยเหลือเงินทุนในรูปของเงินกู้	/	/	---
การให้ความช่วยเหลือเงินทุนในรูปของเงินให้เปล่า	/	---	---
การให้ความช่วยเหลือในรูปแบบของการประกัน	/	/	---
การสร้างนิคมอุตสาหกรรม โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการลงทุน	/	/	---

ที่มา: กรรณีย์ ชีวะตระกูลพงษ์ และ อาภากร นพรัตยาภรณ์ (บรรณาธิการ). การออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทย: การวิเคราะห์แนวโน้ม ปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้น. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.2558

บรรณานุกรม

- กรกรณ์ ชีวะตระกูลพงษ์ และ อาภากร นพัตยาภรณ์ (บรรณาธิการ). การออกไปลงทุนในต่างประเทศของ ไทย: การวิเคราะห์แนวโน้ม ปัจจัยกำหนดการออกไปลงทุนและผลกระทบที่เกิดขึ้น. สำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย, 2558.
- กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. แผนยุทธศาสตร์กรมการค้าต่างประเทศ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dft.go.th/Default.aspx?tabid=155> [วันที่ 10 ตุลาคม 2558]
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. แผนยุทธศาสตร์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า พ.ศ. 2555 – 2558. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dbd.go.th/> [วันที่ 10 ตุลาคม 2558]
- กระทรวงพาณิชย์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www2.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7669 [วันที่ 15 ตุลาคม 2558]
- กระทรวงอุตสาหกรรม. รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม รอบ 9 เดือน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 (1 ต.ค. 57 – 30 มิ.ย.58). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/enhancingcompetitivene ssspecialeconomiczone_23012558.pdf]
- จันทร์ทิพย์ และคณะ. การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย, 2558.
- นิยมไว รัชพานิช. เอกสารคำบรรยายสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. 2550. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.arancustoms.org/index.php?lay=show&ac=article&id=570872> [วันที่ 5 สิงหาคม 2558]
- วีระยุทธ ทนทาน (2555). แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการค้าชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน. *Naresuan University Journal* 2012, 20 (2), 67-77.
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาค้าชายแดน ปี 2558. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=4421&filename=index [วันที่ 10 ตุลาคม 2558]
- สถาบันการขนส่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ ผู้ประกอบการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศ, 2554.
- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. เอกสารคำบรรยายคุณนิยม ไวยรัชพานิช. 2550. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.arancustoms.org/index.php?lay=show&ac=article&id=570872>
- สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุนกรมการค้าต่างประเทศ. สถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนของ ประเทศไทย ปี 2553-2556. [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา: http://www.m-society.go.th/article_attach/11272/15595.pdf [วันที่ 5 สิงหาคม 2558]
- สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน. กรมการค้าต่างประเทศ. สถิติการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน ของประเทศไทย ปี 2553-2556, 2556.
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2555 – 2558, 2556.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). Fostering SMEs' Participation in Global Markets: Final Report, OECD Centre for SMEs, Entrepreneurship and Local Development, Paris, 2013.

Trade Promotion Coordinating Committee. 2012 NATIONAL EXPORT STRATEGY Powering the National Export Initiative: Year 3. [online]. 2010. Available from : www.trade.gov/publications/pdfs/nes2012.pdf

บทที่ 3

โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน

3.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดน

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าข้ามแดนอำเภอแม่สอด จังหวัดตากภายหลังจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการทบทวนพบว่าม้งานศึกษาที่เกี่ยวข้องคือ เรื่อง การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก โดย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค แนวโน้ม รูปแบบโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตกของประเทศไทย งานศึกษาได้เสนอแนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาการค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก แบ่งออกเป็น 6 แนวทาง โดยแต่ละแนวทางมีกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าฯ ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การดำเนินการค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพดังต่อไปนี้¹

3.1.1 แนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ

แนวทางที่ 1 การกำหนดนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทยที่เชื่อมโยงกับเมียนมาเพื่อส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน

เป้าประสงค์

- 1) ประเทศไทยมียุทธศาสตร์การค้าชายแดนที่เน้นความสอดคล้อง/เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การค้าชายแดนของเมียนมาที่เน้นเป้าหมายหลัก คือ เศรษฐกิจนำความมั่นคง
- 2) มีวาระการทบทวนและปรับกลยุทธ์แผนพัฒนาการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน
- 3) เมืองคักระดับชาติในลักษณะภาครัฐร่วมกับภาคเอกชนร่วมรับผิดชอบโดยตรงด้านการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนเมียนมา

กลยุทธ์

- 1.1) กลยุทธ์ความร่วมมือระหว่างผู้นำประเทศต่อนโยบายการค้าระหว่างประเทศ
- 1.2) กลยุทธ์การสร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในบริเวณพื้นที่ชายแดน
- 1.3) กลยุทธ์การปฏิรูปบทบาทหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

แนวทางที่ 2 การกระชับความสัมพันธ์ระดับพื้นที่เพื่อสานประโยชน์ด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าบริเวณพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา

เป้าประสงค์

- 1) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนระดับจังหวัด คือจังหวัดตาก มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเมียนมา
- 2) มีการประสานงานความร่วมมือระดับท้องถิ่นที่นำไปสู่การกระชับความสัมพันธ์ที่ดีระดับประเทศ

¹การศึกษาวิจัยเรื่อง “การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก” (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2557)

กลยุทธ์

- 2.1) กลยุทธ์การสร้างและกระชับความสัมพันธ์ของเครือข่ายความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกทางการค้าของภาคเอกชนและเอกชน
- 2.2) กลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้ทางการค้าระหว่างประเทศร่วมกัน

แนวทางที่ 3 การปรับปรุงกฎระเบียบทางการค้า

เป้าประสงค์

- 1) มีการปรับปรุง/พัฒนากฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้า
- 2) มีการเชื่อมโยงข้อมูลด้านกฎระเบียบของทั้งสองประเทศ
- 3) มีการใช้ประโยชน์จากพิธีการศุลกากรอย่างเต็มประสิทธิภาพ

กลยุทธ์

- 3.1) กลยุทธ์การพัฒนาและปรับปรุง กฎระเบียบทางการค้าสองฝ่าย
- 3.2) กลยุทธ์ด้านการเชื่อมโยงและเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบทางการค้า
- 3.3) กลยุทธ์ด้านการพิธีการศุลกากร

แนวทางที่ 4 การสร้างความพร้อมและความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการการค้าชายแดน/การค้าผ่านแดน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวและความสามารถในการแข่งขัน

เป้าประสงค์

- 1) ผู้ประกอบการการค้าชายแดน/การค้าผ่านแดนมีความพร้อมและเข้มแข็งในการดำเนินการค้าสู่สากลมากยิ่งขึ้น
- 2) ผู้ประกอบการการค้าชายแดน/การค้าผ่านแดนมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจตลอดแนวชายแดนเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองทางการค้า ให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโต
- 3) ผู้ประกอบการการค้าชายแดน/การค้าผ่านแดนมีความสามารถในการปรับตัวและการแข่งขันมากขึ้น
- 4) ผู้ประกอบการการค้าชายแดน/การค้าผ่านแดนสามารถขยายฐานจากการค้าไปสู่การลงทุนยังประเทศเมียนมา บังคลาเทศ อินเดียได้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์

- 4.1) กลยุทธ์การวิจัยตลาดการค้า
 - มีการจัดทำงบประมาณในการสนับสนุนงานวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่อง
 - เร่งจัดตั้งหน่วยงานที่จัดทำฐานข้อมูลการตลาดเชิงลึก
 - สนับสนุนการจัดตั้งเครือข่ายสารสนเทศด้านตลาดการค้า
 - สนับสนุนการเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ ควบคู่กับบุคลากรหน่วยงานต่างๆ จากภาครัฐ
- 4.2) กลยุทธ์การรวมกลุ่มทางการค้าในรูปแบบของห่วงโซ่ทางการค้า (Value Chain) หรือกลุ่มที่มีความเกี่ยวเนื่องกันในลักษณะของคลัสเตอร์(Cluster)

- สนับสนุนการรวมกลุ่มของนักธุรกิจ/พ่อค้าชายแดน ในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกันตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำที่เรียกว่า ในรูปแบบของห่วงโซ่ทางการค้า (Value Chain) หรือกลุ่มธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องกันในลักษณะของคลัสเตอร์(Cluster)
- ส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ ทั้งที่เป็นพ่อค้าส่งหรือพ่อค้ารายย่อยจากพื้นที่จังหวัดอื่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในระบบการค้าชายแดนให้มากยิ่งขึ้น

4.3) กลยุทธ์การสร้างและขยายตลาดการค้า

- ส่งเสริมและสนับสนุนการสำรวจตลาดสินค้าและแหล่งวัตถุดิบ ทั้งในประเทศเมียนมาและประเทศอื่นๆ ที่เชื่อมต่อกัน เพื่อแสวงหาตลาดใหม่
- ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการร่วมทุนระหว่างพ่อค้าทั้งสองประเทศ
- ภาครัฐควรให้การสนับสนุนช่วยเหลือในด้านเงินทุน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้โดยสะดวกมากขึ้น
- ส่งเสริมการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายและมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่จัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

แนวทางที่ 5 การเสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าให้เอื้อประโยชน์ต่อการค้า

เป้าประสงค์

- 1) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบการขนส่งสินค้า/บริการ อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีการวางแผนและวางระบบร่วมกันระหว่างไทย-เมียนมา เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ของการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะบริเวณชายแดนให้ลดลง
- 3) มีการพัฒนาระบบการชำระเงินให้เข้าสู่ระบบสากล
- 4) มีการพัฒนาและติดตั้งอุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศอย่างเป็นระบบ ครบวงจรทั้งสองประเทศ

กลยุทธ์

5.1) กลยุทธ์การพัฒนาและเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์

- การเร่งรัดและพัฒนาบริการและบุคลากรด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ตามแนวเส้นทางถนนที่เชื่อมต่อหรือภายในเมียนมาให้แล้วเสร็จและได้มาตรฐานสากล
- ปรับปรุงกฎ ระเบียบ การขนส่งคนและสินค้า และเร่งผลักดันการดำเนินงานตามความตกลงขนส่งข้ามพรมแดนของไทยกับเมียนมาสู่แนวการปฏิบัติโดยเร็ว
- สนับสนุนแผนงานพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ
- ศึกษาการวางระบบการขนส่งเพื่อเชื่อมต่อจากไทยผ่านเมียนมา และไปยังประเทศอื่นๆ อาทิ จีน อินเดีย บังคลาเทศ เพราะไทยยังมีโอกาสทางการค้าอยู่มากที่จะขยายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ

5.2) กลยุทธ์ด้านระบบการชำระเงินและการเคลื่อนย้ายเงินออกนอกประเทศ

แนวทางที่ 6 สนับสนุนกลไกการพัฒนาระดับพื้นที่

เป้าประสงค์

- 1) มีการพัฒนาพื้นที่การค้า และเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่บริเวณชายแดน
- 2) มีการพัฒนาในพื้นที่ ที่เชื่อมโยงกับภูมิภาคอินโดจีน

กลยุทธ์

- 6.1) กลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่การค้า และเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่บริเวณชายแดน
 - ประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงานผังเมือง เพื่อจัดสรรพื้นที่ทางการค้า
 - การพัฒนาพื้นที่จังหวัดตาก
- 6.2) กลยุทธ์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ และนิคมอุตสาหกรรมชายแดนไทย

3.1.2 ข้อเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ

1. ด้านการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการค้าระหว่างประเทศ รัฐบาลควรกำหนดนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศในระยะยาว (2-3 ปี) ภายใต้การนำเสนอแนวทางจากภาคเอกชนที่เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนเป็นหลัก
2. ด้านการบริหารการปกครองในระดับจังหวัด การคัดเลือกผู้ว่าราชการจังหวัด ควรเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจชายแดน
3. ด้านความเชื่อมโยงระบบข้อมูลข่าวสาร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของไทยและของเมียนมา ต้องร่วมมือกันในการปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสาร
4. ด้านการให้ความสำคัญของภาครัฐที่มีต่อภาคเอกชน ในการเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าชายแดน
5. ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาการลักลอบนำเข้าสินค้า ควรดำเนินการแก้ไขปัญหการลักลอบนำเข้าสินค้าให้ได้ผลอย่างจริงจัง
6. ด้านการดำเนินการกับชนกลุ่มน้อย

3.1.3 ข้อเสนอต่อภาคเอกชน

1. ด้านการผลักดันยุทธศาสตร์ของประเทศ หากภาครัฐหรือภาคเอกชนได้มีการทำยุทธศาสตร์ร่วมกัน ผู้ที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการเพิ่มมูลค่าการค้าได้ดี คือ ภาคเอกชน โดยเฉพาะพ่อค้าบริเวณแนวชายแดน ที่จะต้องมีการประเมินยุทธศาสตร์ต่างๆ เป็นระยะ
2. ด้านการพัฒนาทายาทธุรกิจของพ่อค้าชายแดนหรือนักธุรกิจที่เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศบริเวณชายแดนรุ่นใหม่
3. ด้านการให้ความร่วมมือกับฝ่ายความมั่นคง
4. ด้านการรวมตัวเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับกลุ่มธุรกิจโมเดิร์นเทรด หรือกลุ่มธุรกิจจากบริษัทระดับโลกหรือบริษัทข้ามชาติ

3.2 แนวโน้มการค้าข้ามแดนไทย-เมียนมา

เมียวดี (Myawaddy) เป็นเมืองชายแดนอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเมียนมา ตั้งอยู่ในรัฐกะเหรี่ยง (Kayin State) มีขนาดพื้นที่ 3,135.11 ตารางกิโลเมตร ห่างจากเมืองย่างกุ้งซึ่งเคยเป็นเมืองหลวงและเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญ 450 กิโลเมตร และห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 500 กิโลเมตร เมืองเมียวดีถือเป็นเมืองชายแดนที่สำคัญระหว่างไทย-เมียนมา ซึ่งมีกิจกรรมการค้าชายแดนที่สำคัญของเมียนมา โดยมีแม่น้ำเมยเป็นพรมแดนกัน มีสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมา (Thai-Myanmar Friendship Bridge) ที่สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1997 เพื่อเชื่อมการคมนาคมของ 2 ประเทศ อีกทั้งสะพานแห่งนี้ยังเป็นเส้นทางนี้ยังเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางสายเอเชีย AH1 ที่เชื่อมโยงตั้งแต่เมืองแม่สอด – เมียวดี – กอการะเกด – ไปจนถึงเมืองย่างกุ้ง ซึ่งนับเป็นพื้นที่ที่สำคัญ ที่มีการเติบโตในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการค้าข้ามแดนในพื้นที่ (ทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย) และส่งผลให้เกิดผู้ค้า (Traders) และแรงงาน (Workers) ที่มีการเดินทางเข้าพื้นที่และออกพื้นที่ไปยังพื้นที่อื่นๆ ทั่วเมียนมา

การค้าข้ามแดนระหว่างไทย-เมียนมา เมืองเมียวดีถือว่าเป็นเมืองที่มีความสำคัญต่อการกระจายสินค้าไปยังเมืองอื่นๆ ในเมียนมา อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการค้าและการขนส่งสินค้าจากเมืองเมียวดีไปยังกั๋ง เนปิดอร์ และเมืองอื่นๆ จะถูกควบคุมโดย กองกำลังสหภาพแห่งชาติกะเหรี่ยงอิสระ (Kayin National Union, KNU) และกองกำลังทหารกะเหรี่ยงพุทธเพื่อประชาธิปไตย (Democratic Kayin Buddhist Army, DKBA) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอิสระที่เกิดจากความขัดแย้งในสงครามชาติพันธุ์ซึ่งรัฐบาลเมียนมาไม่สามารถควบคุมได้อีก 16 กลุ่ม

การค้าข้ามแดนเมืองเมียวดีกับประเทศไทยเติบโตต่อเนื่องมาตั้งแต่ในยุค “Socialist Period” (ปี ค.ศ. 1962 – 1988) แต่ด้วยเมืองเมียวดีอยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่ม KNU ซึ่งเป็นกลุ่มติดอาวุธชาวกะเหรี่ยงในเมียนมา ในช่วงปี ค.ศ. 1980s ทำให้เมืองเมียวดีถือเป็นเมืองที่ไม่ปลอดภัยในทางการค้าและการเดินทาง ทั้งนี้เป็นที่ทราบกันดีโดยทั่วกันว่ากลุ่ม KNU จะมีการจัดเก็บค่าผ่านทาง “Toll Fees” ของสินค้าที่ผ่านชายแดนเพื่อเป็นรายได้ของกลุ่ม การเดินทางในเส้นทางนี้จึงถือว่าไม่ปลอดภัยต่อทั้งกับผู้ค้าและผู้เดินทางด้วยเหตุนี้จึงทำให้สินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทยเมื่อมาขายในเมียนมาจะมีราคาขายที่สูงขึ้นเนื่องจากต้องแบกรับความเสี่ยงในพื้นที่ ซึ่งพบว่าในขนส่งสินค้าในเส้นทางนี้บางครั้งพ่อค้าก็อาจถูกยึดสินค้าและอาจจะต้องเผชิญกับกลุ่มก่อความไม่สงบต่างๆ รวมทั้งมีกรณีที่ผู้ก่อความไม่สงบกลุ่มต่างๆ ยึดสินค้าไปแล้วนำกลับมาขายคืนให้กับพ่อค้าอีกครั้งหนึ่ง

กลุ่ม KNU มีเงินสนับสนุนเพื่อใช้ในกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม มาจากเงินที่ได้จากการควบคุมการค้าข้ามแดนกับไทยในรูปแบบที่ผิดกฎหมายดังกล่าวข้างต้น และผ่านการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น ต่อมาในปี ค.ศ. 1994 กะเหรี่ยงเคเอ็นแอลเอที่เป็นกะเหรี่ยงฝ่ายนับถือพุทธได้ที่เรียกตนเองว่า กองกำลังกะเหรี่ยงประชาธิปไตยฝ่ายพุทธ (Democratic Karen Buddhist Army - DKBA) ได้ก่อตั้งขึ้น กองกำลังกลุ่มนี้ได้รับมอบอาณาเขตพื้นที่ส่วนหนึ่งให้ปกครองตนเองเป็นการแลกเปลี่ยนที่ยอมรับร่วมมือกับรัฐบาล กองกำลังกะเหรี่ยงพุทธนี้เองที่มีส่วนสำคัญช่วยรัฐบาลทหารพม่ายึดกองบัญชาการ KNU ที่เมืองมานะพลใกล้กับชายแดนไทยได้ เหตุผลที่กะเหรี่ยงกลุ่มนี้อ้างในการเข้ากับฝ่ายรัฐบาลคือการถูกเอาเปรียบ เหลื่อมล้ำและไม่ได้รับความเป็นธรรมจากกะเหรี่ยงฝ่าย KNU ซึ่งนับถือศาสนาคริสต์ (วิกิพีเดีย, 2559) ซึ่งการที่มีกลุ่ม DKBA นี้เองนับเป็นการเปิดโอกาส

ทางธุรกิจและการค้าชายแดนของเมืองเมียวดี ในขณะที่กลุ่มนี้ได้ผลประโยชน์จากการจัดเก็บภาษีการค้าข้ามแดนจากสินค้าและการขนส่ง นอกจากนี้ยังมีอีก 8 ใน 16 กลุ่มกะเหรี่ยงอิสระที่อยู่ภายใต้การควบคุมของกลุ่ม DKBA มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997

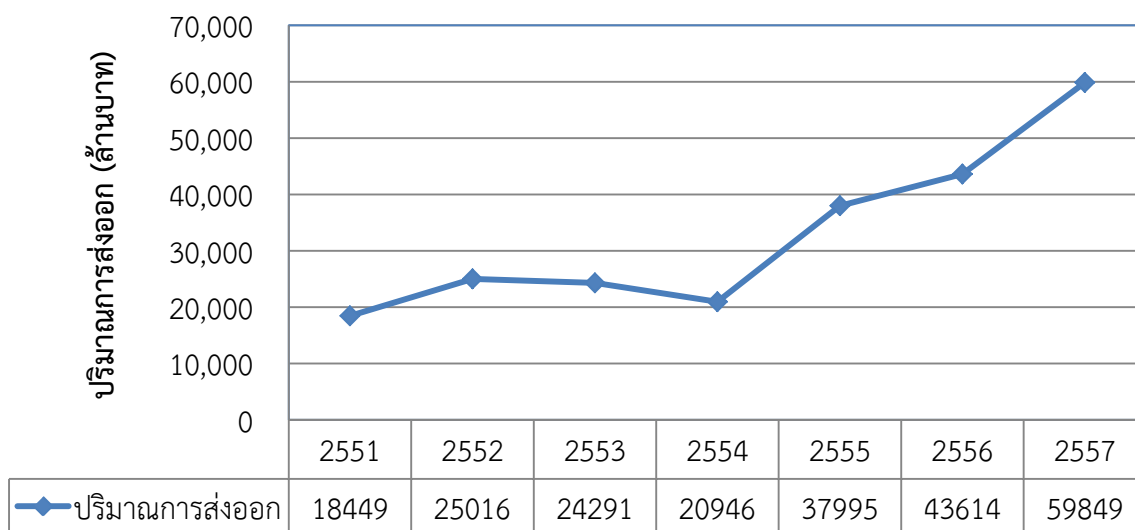
ในช่วงเวลานั้นกระบวนการค้าข้ามแดนของเมืองเมียวดีนั้นว่าค่อนข้างมีคึกคักและเฟื่องฟูมากกว่าการค้าชายแดนอื่นๆ ทั้งนี้เพราะว่ารายการสินค้านำเข้าต้องห้ามต่างๆ สามารถขนส่งผ่านไปได้โดยกลุ่ม DKBA เป็นผู้อนุญาต

กล่าวได้ว่าการค้าข้ามแดนที่เมียวดีแตกต่างจากแม่สอด ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่ม KNU และกลุ่ม DKBA ควบคุมเกือบครึ่งหนึ่งของการค้าชายแดนเมียวดี ซึ่งในช่วงเวลานั้นรัฐบาลเมียนมาไม่สามารถควบคุมการค้าชายแดนที่เมืองเมียวดีได้เลย จึงทำให้ปริมาณการค้าชายแดนผ่านเมืองเมียวดีกลายเป็นอันดับที่สองของการค้าชายแดนเมียนมา-ไทย

กล่าวโดยรวมแล้วกลุ่ม KNU และ กลุ่ม DKBA กลายเป็นผู้มีอิทธิพลในพื้นที่เมืองเมียวดีและพื้นที่ใกล้เคียง โดยจะเป็นผู้ควบคุมการค้าแบบผิดกฎหมายและการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น²

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มการค้าที่จะเกิดขึ้นจากข้อมูลสถิติการส่งออกของไทย-เมียนมาในช่วงที่ผ่านมาดังแสดงในภาพที่ 3-1 ซึ่งพบว่าปริมาณการค้าชายแดนไทย-เมียนมาบริเวณด่านชายแดนแม่สอดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยเฉพาะหลังจากที่เมียนมาเปิดประเทศในปี พ.ศ. 2554 ปริมาณการส่งออกสินค้าจากไทยไปเมียนมาใน ปี พ.ศ. 2555 ไต่ขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 ถึงกว่าร้อยละ 80

ปริมาณการส่งออกไทย-เมียนมา ด้านศุลกากรแม่สอด จ.ตาก



ภาพที่ 3-1 ปริมาณการส่งออกไทย-เมียนมา ด้านศุลกากรแม่สอด จังหวัดตาก
ที่มา: ด้านศุลกากรแม่สอด

² Myint, K.N. (2015) The Situation of Myawaddy Border Trade (1989 – 2011). Yangon University of Education Research Journal 2015, Vol.5, No.1

จากสถิติดังกล่าวเมื่อพิจารณาถึงประเภทสินค้าที่ปริมาณการส่งออกสูงสุด พบว่าสินค้าที่มีปริมาณการส่งออกมากที่สุด 5 ลำดับแรกในช่วงปีงบประมาณ 2558 (ตุลาคม 2557 – กันยายน 2558) คือ โทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์ รองลงมาคือ เปียร์ น้ำมันเบนซิน ผ้าพิมพ์ฝ้าย และน้ำมันดีเซลตามลำดับ ส่วนรายการอื่นๆ ดังแสดงในตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 25 อันดับแรกสินค้าส่งออก ปีงบประมาณ 2558³ (ตุลาคม พ.ศ. 2557 - กันยายน พ.ศ. 2558)

ที่	ชนิดสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)
1.	โทรศัพท์พร้อมอุปกรณ์	4,823.953
2.	เปียร์	3,224.136
3.	น้ำมันเบนซิน	2,362.058
4.	ผ้าพิมพ์ฝ้าย	1,946.723
5.	น้ำมันดีเซล	1,794.527
6.	รถจักรยานยนต์	1,264.714
7.	เครื่องจักรที่มีทั้งเครื่องเก็บและนวด	1,128.256
8.	รองเท้าแตะ	1,063.523
9.	โทรทัศน์	1,058.000
10.	ขนมปังกรอบ	904.699
11.	น้ำตาลทราย	860.220
12.	นมถั่วเหลือง	793.037
13.	กาแฟชนิดผงสำเร็จรูป	712.637
14.	รถแทรกเตอร์พร้อมอุปกรณ์	671.002
15.	ผ้าทอด้วยใยสังเคราะห์ร้อยละ 85%	624.842
16.	บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	621.503
17.	ปูนซีเมนต์	591.185
18.	ผงชูรส	570.959
19.	รังนกสำเร็จรูป	556.428
20.	วีสกี	535.631
21.	ยารักษาโรค	532.632
22.	น้ำมันปาล์ม	523.573
23.	ยางนอกรถจักรยานยนต์	522.791
24.	เครื่องดื่มบำรุงกำลัง	447.787
25.	ผ้าทอด้วยเส้นใยสังเคราะห์	426.541

ที่มา: ด้านศุลกากรแม่สอด จ.ตาก

³ ด้านศุลกากรแม่สอด สืบค้นที่ : <http://www.danmaesot.com/25-export.html>

จากข้อมูลสถิติปริมาณการส่งออกไทย-เมียนมา ผ่านช่องทางด่านศุลกากรแม่สอด จังหวัดตาก ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี ชี้ให้เห็นว่าช่องทางการค้าผ่านอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ถือว่าเป็นช่องทางที่มีศักยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษา เรื่อง การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก โดย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) ที่ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพ ปัจจัยสนับสนุนทางการค้า ทั้งจากทางไทยและเมียนมา และการวิเคราะห์แนวโน้มการค้าชายแดนจังหวัดตากของพื้นที่ชายแดนจังหวัดตากไว้ดังนี้⁴

ก. ศักยภาพของพื้นที่ชายแดนจังหวัดตาก

จุดแข็ง (Strength: S)

- 1) ภูมิศาสตร์จากอำเภอแม่สอด จังหวัดตากมีเส้นทางมีเส้นทางเชื่อมต่อกับจังหวัดเมียวดี ซึ่งกำลังเติบโตตามนโยบายส่งเสริมให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเป็นประตูที่เชื่อมต่อไปเมืองย่างกุ้งและเขตชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศเมียนมา
- 2) มีความสัมพันธ์อันยาวนานและผูกพันยิ่งระหว่างพ่อค้าชายแดนไทย เมียนมา
- 3) เป็นแหล่งอุตสาหกรรมและงานฝีมือ เนื่องจากมีต้นทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ต่ำจากแหล่งแรงงานต่างด้าว โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องประดับ กลุ่มสิ่งทอ และเซรามิก
- 4) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยปราศจากความขัดแย้ง ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อการค้าและการท่องเที่ยวในพื้นที่

จุดอ่อน (Weakness: W)

- 1) ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานยังมีการบริหารจัดการในเรื่องของชุมชนที่ไม่เพียงพอ ตลอดจนระบบสาธารณูปโภคที่ต้องมีการปรับปรุง
- 2) ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง ทางบก ยังมีเส้นทางการขนส่งสินค้าที่ไม่สะดวกนักเนื่องจากเป็นเส้นทางวิ่งที่คดเคี้ยวอันเนื่องจากภูมิประเทศที่เป็นภูเขา ส่วนทางอากาศยังมีสนามบินขนาดเล็กที่ไม่สามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่ได้
- 3) การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าว เนื่องจากมีแรงงานต่างด้าวจำนวนมากหลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทย การบริหารจัดการแรงงานดังกล่าวในปัจจุบัน ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอแรงงานส่วนใหญ่ใช้เป็นทางผ่านเข้าสู่ส่วนกลางของประเทศไทย
- 4) ขาดเอกภาพในการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากเป็นพื้นที่ชายแดน ดังนั้นจึงมีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีหน้าที่หลักที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในด้านเศรษฐกิจ ด้านการปกครอง และด้านความมั่นคง จึงทำให้เกิดการขาดเอกภาพในการบริหารจัดการ
- 5) ขาดกลไกการประสานงานกับประเทศเมียนมา ปัจจุบันเป็นการประสานงานแบบไม่เป็นทางการ กล่าวคือ การประสานงานจะกระทำผ่านเอกชนก่อนเสียเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการประสานงานที่เป็นทางการนั้นทำได้ลำบากเนื่องจากมีอุปสรรคทางด้านนโยบายส่วนกลางจากประเทศเมียนมาที่ยังสงวนสิทธิ์ในการดำเนินการเชิงนโยบายการค้าต่อกัน

⁴การศึกษาวิจัยเรื่อง “การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันตก” (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2557)

โอกาส (Opportunities: O)

- 1) บริเวณ อำเภอแม่สอด เป็นจุดเชื่อมโยงกลุ่มเศรษฐกิจ GMS และ BIMSTEC ซึ่งเป็นการส่งเสริมด้านการค้า การท่องเที่ยว และการคมนาคม
- 2) มีเส้นทางการขนส่งที่เชื่อมโยงตามแนว East-West Economic Corridor (EWEC) รวมถึงการมีโครงข่ายคมนาคมพื้นฐานที่รองรับการเชื่อมโยงทั้งทางบก
- 3) มีแรงงานจำนวนมาก มาจากประเทศเมียนมาที่ตอบสนองต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและการบริการในพื้นที่จุดผ่านของแหล่งแรงงานในเมียนมา
- 4) ความตื่นตัวของประชาชน ที่มีในด้านต่างๆ ได้แก่ ASEAN Economic Community (AEC) ภาคเอกชนและผู้ประกอบการมีการรวมตัวกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการค้า การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม

อุปสรรค (Threat: T)

- 1) นโยบาย กฎ ระเบียบการค้าของเมียนมา ยังมีข้อจำกัดและมีขั้นตอนที่ซับซ้อนไม่เอื้ออำนวยต่อการค้า
- 2) ความไม่แน่นอนของนโยบายด้านชายแดน โดยเฉพาะด้านความมั่นคง ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อการค้าชายแดน
- 3) ความไม่แน่นอนในด้านการเมืองระหว่างประเทศ
- 4) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและภัยคุกคามจากธรรมชาติ

ข. ปัจจัยสนับสนุนทางการค้าทั้งจากทางไทยและเมียนมา

นโยบายและทิศทางในการส่งเสริมการค้าชายแดนของไทยทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดตากมีดังนี้

(1) การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด

พื้นที่ชายแดนแม่สอดเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญในการทำการค้ากับประเทศเมียนมา ดังนั้นรัฐบาลจึงให้การสนับสนุนโดยเร่งผลักดันให้เกิดเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดขึ้น เพื่อสนับสนุนและรองรับการขยายตัวของการค้าชายแดนและระเบียงเศรษฐกิจตะวันตก โดยในส่วนขององค์ประกอบเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่ง เขตนิคมอุตสาหกรรม ศูนย์ขนถ่ายและกระจายสินค้า (ICD) เขตปลอดอากร คลังสินค้าทัณฑ์บน ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) การตรวจปล่อยจุดเดียว (Single Service Inspection) และด่านศุลกากร ซึ่งปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ในฐานะหน่วยงานหลักได้เร่งดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรี เพื่อผลักดันให้เขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

(2) การส่งเสริมการค้าชายแดน โดยหอการค้าจังหวัด

หอการค้าจังหวัดตากมีบทบาทสำคัญอย่างมากในด้านการส่งเสริมและพัฒนาการค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์อันดีกับทางเมียนมา

(3) สนับสนุนภาคการผลิตเพื่อเชื่อมโยงกับการค้าชายแดน โดยสภาอุตสาหกรรม

สภาอุตสาหกรรมจังหวัดตาก ได้มีการผลักดันให้มีเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยในเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด จะมีพื้นที่สำหรับโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งจะได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ทั้งทางด้านภาษีอากร และอื่นๆ ตลอดจนนโยบายด้านแรงงานต่างด้าว เพื่อก่อให้เกิดการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวที่เหมาะสม และรวมถึงค่าจ้างแรงงานภายในเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดที่อาจเป็นพื้นที่ที่มีการผ่อนปรนการใช้แรงงานต่างด้าวพิเศษเฉพาะชายแดน โดยมุ่งเน้นในด้านการลดต้นทุนของอุตสาหกรรมไทย

นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้พื้นที่นี้ เป็นฐานอุตสาหกรรมแห่งใหม่ของประเทศ และรองรับการย้ายฐานอุตสาหกรรม ให้แรงงาน/วัตถุดิบที่เป็นอุตสาหกรรมสะอาด อุตสาหกรรมเป้าหมายเบื้องต้น คือ กลุ่มฐานการผลิตเดิม ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ/ตัดเย็บเสื้อผ้า อุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร อุตสาหกรรมอัญมณี เครื่องประดับ อุตสาหกรรมแปรรูปไม้และทำเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมบริการขนส่ง อุตสาหกรรมที่มีตลาดเป็นตัวนำ (Market-Lead Industries) ได้แก่ สินค้าอุปโภค/บริโภค เครื่องจักรกลเกษตร วัสดุก่อสร้าง เซรามิกส์ พลาสติก ยานยนต์ ชิ้นส่วน ของเด็กเล่น รองเท้า สินค้าหัตถกรรม และอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการ

ค. การวิเคราะห์แนวโน้มการค้าชายแดนจังหวัดตาก

การส่งออกสินค้าไทยที่ผ่านมาพบว่า การส่งออกรถยนต์สามารถครองตลาดมาเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่สินค้าส่งออกอื่นๆ ที่สำคัญจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งเป็นสินค้าไทยที่ได้รับความนิยม รวมถึงผ้าฝืน และด้าย น้ำมันชนิดต่างๆ และเคมีภัณฑ์ ซึ่งยังเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่มาก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางการค้าในช่วงปี พ.ศ. 2552 – 2554 สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มสินค้าที่มีทิศทางการค้าขยายตัว

- กลุ่มสินค้าที่มีการขยายตัวทางการค้าอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ น้ำมันเบนซิน และเครื่องดัดที่ไม่มีแอลกอฮอล์ โดยมีมูลค่าการค้าและส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อาจจะเนื่องมาจากการที่ชาวเมียนมามีอำนาจซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคเครื่องดัด จากเดิมที่เคยนิยมการบริโภคชา หันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ออกมาวางจำหน่ายมากขึ้น เพื่อสร้างทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้การที่ชาวเมียนมามีการใช้รถยนต์และรถจักรยานยนต์มากขึ้น ก็ย่อมส่งผลต่อความต้องการน้ำมันเบนซินของไทยนั่นเอง
- กลุ่มสินค้าที่มีการขยายตัวทางการค้าที่ค่อนข้างผันผวน ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผ้าฝืนและด้าย เครื่องดัดที่มีแอลกอฮอล์ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ สินค้ากลุ่มนี้เป็นสินค้าที่เผชิญกับการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างจีน และเวียดนาม

กลุ่มสินค้าที่มีทิศทางการค้าหดตัว

กลุ่มสินค้าที่มีทิศทางการค้าหดตัว ได้แก่ น้ำมันปาล์ม น้ำมันดีเซล และเคมีภัณฑ์อินทรีย์ โดยเฉพาะปาล์มน้ำมัน ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่สินค้าขาดแคลนและความต้องการบริโภคในไทยมีอยู่มาก ปริมาณการส่งออกจึงค่อนข้างจำกัด

กล่าวโดยสรุปโอกาสการค้าชายแดนในพื้นที่จังหวัดตาก ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพแก่การค้าชายแดนอย่างยิ่ง ด้วยการเติบโตทางเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ซึ่งก็คือเมืองที่ถูกกำหนดให้เป็น Sister City ได้แก่ อำเภอแม่สอดและเมียวดีที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีปัจจัยสนับสนุนอีกหลายประการทั้งจากตัวพ่อค้าชายแดนเองที่ถือว่ามีศักยภาพทางการค้าสูง และมีประสบการณ์ด้านการค้าชายแดนมาอย่างยาวนาน มีสายป่านและสายสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับผู้ซื้อและผู้ขายในเมียนมา รวมถึงแรงผลักดันจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด ย่อมเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการค้าที่ดีต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้จากผลการทบทวนงานศึกษาและสถิติการส่งออกของไทยไปเมียนมาในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา สามารถสรุปเบื้องต้นได้ว่ากลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตทางการค้า ได้แก่ กลุ่มสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องจักรกลการเกษตร ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ วัสดุก่อสร้าง น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น ซึ่งกลุ่มสินค้าเหล่านี้จะเป็นโอกาสที่จะทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขยายขนาดการค้าข้ามแดนผ่านอำเภอแม่สอด จังหวัดตากภายหลังจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

3.3 กฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ที่ส่งผลต่อการค้าชายแดน

นโยบายการค้าระหว่างประเทศย่อมส่งผลต่อภาคการค้า ทั้งผลทางบวกที่จะส่งเสริมการขยายการค้าทั้งในแง่ของมูลค่าและปริมาณการค้า หรืออาจจะส่งผลลบด้วยการกีดกันทางการค้าทั้งทางด้านภาษีและมีใช้ภาษี ซึ่งกลายเป็นอุปสรรคทางการค้าและก่อให้เกิดปัญหาแก่ผู้ประกอบการ จนทำให้เกิดการค้านอกระบบโดยการลักลอบนำเข้าหรือส่งออกสินค้าอย่างผิดกฎหมาย

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวม นโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการค้าชายแดน ไทย-เมียนมา บริเวณ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ทั้งนโยบายของประเทศไทยและประเทศเมียนมาที่จะเป็นปัจจัยเกื้อหนุนนำไปสู่โอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการไทยในอนาคต โดยนโยบายที่สำคัญของไทย คือนโยบายการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด และนโยบายของเมียนมาคือ การพัฒนาเขตการค้าและการผลิตเมืองเมียวดีโดยรายละเอียดและความคืบหน้าในการดำเนินการของนโยบายต่างๆ สรุปได้ดังนี้

3.3.1 กฎระเบียบของไทย

ในส่วนของไทยอัตราภาษีนำเข้าส่วนใหญ่ลดลงเป็นร้อยละ 0 แล้ว เนื่องจากพันธกรณีที่ประเทศไทยทำไว้กับกลุ่มประเทศต่างๆ โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดกัน เช่น

- เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA)
- ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Ayeyawady- Chao Phraya-Me-kong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) เป็นต้น

ทั้งนี้กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดสินค้าที่มีมาตรการนำเข้า-ส่งออกของไทย มีรายการต่อไปนี้⁵

⁵ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ก. สินค้าที่มีมาตรการนำเข้า

(1) สินค้าห้ามนำเข้า (8 รายการ)

- เครื่องเล่นเกม
- ตู้เย็น ตู้ทำน้ำเย็น ตู้แช่หรือตู้แช่แข็งที่ใช้สารซีเอฟซี
- เครื่องยนต์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่ใช้แล้วของรถจักรยานยนต์
- ยางรถยนต์ที่ใช้แล้ว
- มาตรการคว่ำบาตรต่อสาธารณรัฐเชียร์ราลีโอน
- มาตรการคว่ำบาตรต่อสาธารณรัฐไลบีเรีย
- ไม้ซุงและไม้แปรรูปประเภทไม้สัก ไม้ยาง และไม้ที่มีชนิดตรงกับไม้หวงห้ามตามแนวชายแดนจังหวัดตากและจังหวัดกาญจนบุรี
- ภาชนะเซรามิกและภาชนะโลหะเคลือบที่ใช้บรรจุอาหาร

(2) สินค้าที่ต้องขออนุญาตนำเข้า (17 รายการ)

- ยาเภสัชเคมีภัณฑ์ เกลือของเภสัชเคมีภัณฑ์ และเภสัชเคมีภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป
- สารเคลือบผิวเตอรอล
- สารอัลบิวเตอรอลหรืออัลบิวตามอล
- ชิ้นส่วนเครื่องแต่งกายเฉพาะที่ยังไม่สำเร็จรูป
- หิน
- รถยนต์ใช้แล้ว
- รถจักรยานยนต์ใช้แล้ว
- รถยนต์บรรทุกทุกคนโดยสารที่ใช้แล้ว
- เครื่องยนต์ดีเซลที่ใช้แล้ว
- ทองคำ
- เหมืองโลหะ
- โบราณวัตถุ
- เครื่องจักรที่สามารถใช้เพื่อประโยชน์ในการละเมิดลิขสิทธิ์เทปเพลง วีดีโอเทป และแผ่นซีดี
- เครื่องพิมพ์รื่องลึกหรือเครื่องพิมพ์อินทาลโย และเครื่องถ่ายเอกสารชนิดสอดสี
- เศษ เศษตัด และของที่ใช้ไม่ได้ซึ่งเป็นพลาสติก
- เลื่อยโซ่

(3) ปลาปนชนิดโปรตีนต่ำกว่า 60%

สินค้าที่ต้องชำระค่าธรรมเนียมพิเศษการนำเข้า (3 รายการ)

- ปลาปนชนิดโปรตีนตั้งแต่ร้อยละ 60 ขึ้นไป
- ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
- กากถั่วเหลือง

(4) สินค้าเปิดตลาดตามข้อตกลง WTO (22 รายการ)

- น้ำมันดิบและเครื่องดัดประเภทนมปรุงแต่ง
- นมผงขาดมันเนย
- หัวมันฝรั่ง

- หอมหัวใหญ่
 - กระเทียม
 - มะพร้าว
 - ลำไยแห้ง
 - เมล็ดกาแฟ
 - ชา
 - พริกไทย
 - ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
 - ข้าว
 - เมล็ดถั่วเหลือง
 - เนื้อมะพร้าวแห้ง
 - เมล็ดพันธุ์หอมหัวใหญ่
 - น้ำมันถั่วเหลือง
 - น้ำมันปาล์ม และน้ำมันเนื้อในเมล็ดปาล์ม
 - น้ำมันมะพร้าว
 - น้ำตาล
 - ผลิตภัณฑ์กาแฟ
 - กากถั่วเหลือง
 - เส้นไหมดิบ
- (5) สินค้าที่ต้องมีหนังสือรับรอง/ขึ้นทะเบียนประกอบการนำเข้า
- น้ำมันเนฟทา
 - น้ำมันเบนซิน
 - น้ำมันก๊าด
 - น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว
 - ก๊าซปิโตรเลียม
 - เพชรที่ยังไม่ได้เจียรไน
 - ไม้และไม้แปรรูปทุกชนิดรวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ เครื่องใช้หรือสิ่งอื่นใดที่ทำด้วยไม้
 - ปลาทูนาชนิดครีบน้ำเงินและผลิตภัณฑ์
 - ภาชนะเซรามิกและภาชนะโลหะเคลือบที่ใช้บรรจุอาหาร

ข. สินค้าที่มีมาตรการส่งออก

- (1) สินค้าห้ามส่งออก (6 รายการ)
- ทราย
 - มาตรการคว่ำบาตรต่อสาธารณรัฐเซียร์ราลีโอน
 - มาตรการคว่ำบาตรต่อสหพันธ์สาธารณรัฐประชาธิปไตยเอธิโอเปียและประเทศเอริเทรีย
 - มาตรการคว่ำบาตรต่อสาธารณรัฐไลบีเรีย
 - มาตรการคว่ำบาตรต่อสาธารณรัฐประชาธิปไตยโซมาเลีย
 - มาตรการคว่ำบาตรต่อสาธารณรัฐประชาธิปไตยคองโก

(2) สินค้าที่ต้องขออนุญาตส่งออก (18 รายการ)

สินค้าเกษตรกรรม

- ข้าว
- ข้าวส่งออกภายใต้โควตาภาษีของสหภาพยุโรป
- ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
- กาแฟ
- กากถั่ว
- ไม้และไม้แปรรูป
- ถ่านไม้
- ช้าง
- กุ้งกุลาดำมีชีวิต
- ปลาทะเลสวยงามที่มีชีวิต
- หอยมุกและผลิตภัณฑ์

สินค้าอุตสาหกรรม

- น้ำตาลทราย
- ถ่านหิน
- ทองคำ
- เทวรูป
- พระพุทธรูป
- แร่ที่มีทรายเป็นส่วนประกอบ
- สินค้ารี-เอ็กซ์พอร์ต

สินค้าที่ต้องมีหนังสือรับรอง/ขึ้นทะเบียน/ขึ้นบัญชีประกอบการส่งออก (10 รายการ)

- ผัก และผลไม้
- ดอกกกล้วยไม้
- ลำไย
- ทุเรียน
- กุ้ง ปลาหมึกและผลิตภัณฑ์
- ปลาทูนาบรรจุภาชนะอัดลม
- สับปะรดกระป๋อง
- เครื่องนุ่งห่ม ด้าย ผ้าผืน และผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่นที่มีใช้เครื่องนุ่งห่ม
- รถยนต์และชิ้นส่วนของรถยนต์ที่ส่งออกไปได้ทุกวัน
- เพชรที่ยังไม่ได้เจียรไน

ค. สินค้าที่มีมาตรการนำเข้าและส่งออก

สินค้าห้ามนำเข้าและส่งออก

- สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์
- สินค้าปลอมหรือเลียนแบบเครื่องหมายการค้า

- การห้ามส่งออกอาวุธและยุทธโศปกรณ์ไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี และการห้ามนำเข้าอาวุธและยุทธโศปกรณ์ที่ส่งมาจากหรือมีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี
- การห้ามส่งออกอาวุธและยุทธโศปกรณ์ไปยังสาธารณรัฐอิสลามอิหร่านและการห้ามนำเข้าอาวุธยุทธโศปกรณ์ที่ส่งมาจากหรือมีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐอิสลามอิหร่าน
- สินค้าที่ต้องขออนุญาตนำเข้าและส่งออก
- สารกาเฟอีน
- สารโพแทสเซียมเปอร์แมงกาเนต

3.3.2 กฎระเบียบของเมียนมา

มาตรการนำเข้า-ส่งออก

ผู้ทำธุรกิจนำเข้าส่งออกสินค้าต้องยื่นจดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าส่งออกที่สำนักงานทะเบียนนำเข้า – ส่งออก (Export Import Registration Office) กระทรวงพาณิชย์ของเมียนมา ค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนธุรกิจนำเข้า – ส่งออกเป็นเงิน 50,000 และ 100,000 จ๊าดโดยมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 1 และ 3 ปีตามลำดับ ผู้ที่จะทำธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าจะต้องยื่นขอจดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและส่งออกที่สำนักงานทะเบียนนำเข้า-ส่งออก (Export-Import Registration Office) กรมการค้าพาณิชย์กระทรวงพาณิชย์ โดยมาตรการนำเข้าและส่งออกของเมียนมา คือ⁶

มาตรการนำเข้า

1. ปัจจุบันได้มีการยกเลิกการห้ามนำเข้าสินค้าจำนวน 14 ชนิด ในการค้ารูปแบบปกติผ่านทะเล (Overseas Trade) ได้แก่ ผงชูรส น้ำหวานและเครื่องดื่ม (Soft Drink) ขนมปังกกรอบทุกชนิด หมากฝรั่ง ขนมหัก ขนมหเวเฟอร์ ช็อกโกแลต อาหารกระป๋อง (เนื้อสัตว์และผลไม้) เส้นหมี่ทุกชนิด เหล้า เบียร์ บุหรี่ ผลไม้สดทุกชนิด
2. การนำเข้าสินค้าต้องใช้เงินที่ได้จากการส่งออกเท่านั้น (Export First, Import Later System) ดังนั้น ผู้นำเข้าในเมียนมาที่ไม่มีรายได้เงินตราต่างประเทศจากการส่งออกจึงต้องซื้อบัญชีเงินดอลลาร์สหรัฐจากผู้ส่งออกที่มีรายได้เงินตราต่างประเทศ เพื่อเป็นหลักฐานสำหรับใช้ประกอบขอใบอนุญาตนำเข้าจากรัฐบาลเมียนมา ทั้งนี้ผู้นำเข้าต้องซื้อเงินตราต่างประเทศที่จากการส่งออก (Export Earning) ในอัตราสูงกว่าอัตราตลาดเล็กน้อย
3. ผู้นำเข้าจะต้องเปิดบัญชีเงินฝากสกุลเงินตราต่างประเทศที่ Myanmar Investment and Commercial Bank (MICB) หรือ Myanmar Foreign Trade Bank (MFTB) เพื่อยื่นใบอนุญาตนำเข้าสินค้าจากกระทรวงพาณิชย์ แบบสัญญาขาย (Sale Contract) และเอกสารใบแสดงรายละเอียดสินค้า (Performa Invoice) ซึ่งมีรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าบรรจุภัณฑ์และระยะเวลาการส่งมอบ
4. การนำเข้าสินค้าหรือเครื่องจักรอุปกรณ์จากต่างประเทศผู้ประกอบการในเมียนมาสามารถเปิด L/C ได้กับ 2 ธนาคาร คือ MICB และ MFTB โดยต้องใช้เงินสดค้ำประกันเต็มมูลค่า L/C เสมือนการซื้อสินค้าด้วยเงินสด ทั้งนี้ ในการนำเข้าต้องเสียภาษีศุลกากร (Customs Duty) และภาษีการค้า (Commercial Tax)

⁶ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2555)

5. ในกรณีที่ซื้อเป็นราคา FOB ผู้นำเข้าจะต้องประกันภัยสินค้ากับ Myanmar Five Star Line เป็นผู้ขนส่งสินค้าเท่านั้น

หมายเหตุ:

1. โดยปกติการนำเข้าและส่งออก นิยมใช้รูปแบบการขนส่งเพียง 2 ประเภท คือ ทางเรือกับทางบก (ชายแดน)
 2. การค้าผ่านระบบหมายถึง การทำการค้าที่ผ่านระบบการตรวจสอบและอนุญาตของทางการอย่างถูกต้อง
6. ค่าธรรมเนียมในการอนุญาตนำเข้าสินค้า (Import License Fees) กระทรวงพาณิชย์ของเมียนมาจะคิดในอัตราส่วนของราคานำเข้าโดยกำหนดไว้ดังนี้

ตารางที่ 3-2 ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตการนำเข้าสินค้า (Import License)

มูลค่าสินค้าที่นำเข้า (จ๊าด)	ค่าธรรมเนียมการนำเข้า (จ๊าด)
ไม่เกิน 10,000	250
10,001 – 25,000	625
25,001 – 50,000	1,250
50,001 – 100,000	2,500
100,001 – 200,000	5,000
200,001 – 400,000	10,000
400,001 – 1,000,000	20,000
1,000,001 ขึ้นไป	50,000

มาตรการส่งออก

1. สินค้าที่ห้ามเอกซนออกภายใต้ระบบการค้าปกติผ่านทางทะเลมี 6 ประเภท 31 รายการ ได้แก่

กลุ่มสินค้า	รายการสินค้า
สินค้าเกษตร	1. ข้าว ปลายข้าว รำข้าว
	2. น้ำตาลทรายขาว น้ำตาลทรายแดง น้ำตาลดิบ
	3. ถั่วลิสง น้ำมันจากถั่วเหลือง
	4. งา น้ำมันงา
	5. เมล็ด Niger และน้ำมัน
	6. เมล็ดมัสตาร์ด และน้ำมัน
	7. เมล็ดทานตะวันและน้ำมัน
	8. กากพืชไขมันทุกชนิด
	9. ฝ้ายและผลิตภัณฑ์ฝ้าย
	10. งาช้าง
	11. โค กระบือ ช้าง ม้า สัตว์หายาก
	12. หนังสัตว์
สัตว์น้ำ	13. เปลือกกุ้งป่น
ผลิตภัณฑ์จากป่า	14. ยางพารา

กลุ่มสินค้า	รายการสินค้า
แร่ธาตุ ผลิตภัณฑ์โลหะ	15. น้ำมันปิโตรเลียม
	16. อัญมณี
	17. ทองคำ
	18. หยก
	19. ไช้มุก
	20. เพชร
	21. ตะกั่ว
	22. ดีบุก
	23. วุลแฟรม
	24. ส่วนผสมดีบุกและซีไลท์
	25. เงิน
	26. ทองแดง
	27. สังกะสี
	28. ถ่านหิน
	29. แร่โลหะอื่นๆ
อื่นๆ	30. วัตถุโบราณ
	31. อาวุธและเครื่องกระสุน

- สินค้าที่ห้ามเอกชนส่งออกภายใต้ระบบการค้าปกติผ่านทางชายแดน (Border Trade) มี 32 รายการ โดยเพิ่มจากกลุ่มแรก 1 รายการคือ ไม้สัก
- การค้าชายแดน ต้องผ่านระบบธนาคารพาณิชย์โดยรัฐบาลเมียนมาอนุญาตให้ใช้เงินบาท เงินจ๊าดและเงินดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการค้าชายแดนได้ เพื่อให้การค้าชายแดนมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ ในทางปฏิบัติที่เกิดขึ้น ผู้ประกอบการชาวเมียนมาจะนิยมทำการค้าชายแดนแบบไม่ผ่านระบบ
- เมียนมาจะเก็บค่าธรรมเนียมการส่งออกเพิ่มขึ้น 7% จากค่าธรรมเนียมปกติ สำหรับสินค้าที่ส่งออกผ่านทางชายแดนโดยเมียนมาจะหักค่าธรรมเนียมดังกล่าวนี้จากบัญชีเงินตราต่างประเทศของผู้ส่งออก เมื่อได้รับการโอนเงินชำระค่าสินค้า
- การส่งออกต้องมีใบอนุญาตส่งออก (กระทรวงพาณิชย์เป็นผู้ส่งออกใบอนุญาตส่งออก ซึ่งมีอายุ 6 เดือน) โดยผู้ซื้อในต่างประเทศจะต้องปิด L/C มาที่ The Myanmar Investment and Commercial Bank (MICB) หรือ The Myanmar Foreign Trade Bank (MFTB)

มาตรการด้านภาษี

- ภาษีการค้า

- ธุรกิจประเภทผลิตสินค้าเพื่อขาย จัดเก็บในอัตรา 5-20% ของรายได้
- ธุรกิจบริการ เฉพาะธุรกิจขนส่งทางน้ำ ทางอากาศ รถยนต์ รถไฟ ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจการค้า จัดเก็บในอัตรา 8-30%
- ธุรกิจ โรงแรม และภัตตาคาร จัดเก็บในอัตรา 10% ของรายได้

- **ภาษีนำเข้า**

สินค้าที่สำคัญที่จัดเก็บมีดังนี้

1. รัฐบาลเมียนมาได้ประกาศเก็บภาษีนำเข้าสินค้าหลายชนิดเป็นอัตราเดียวที่ระดับ 25% (ไม่ได้ระบุประเภทสินค้า แต่ไม่รวมสินค้าคอมพิวเตอร์ ปู่ และเวชภัณฑ์ ฯลฯ) จากเดิมที่สินค้าเหล่านั้นต้องเสียภาษีในอัตรา 2-20% และได้เปลี่ยนอัตราแลกเปลี่ยนที่ใช้คำนวณราคาสินค้าสำหรับการคำนวณภาษีศุลกากรที่ระดับ 450 จ๊าด/ดอลลาร์สหรัฐ จากเดิมที่ใช้อัตราแลกเปลี่ยน 100 จ๊าด/ดอลลาร์สหรัฐ
2. สิ่งทอ จัดเก็บในอัตรา 5-300 % ของมูลค่านำเข้า
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ จัดเก็บในอัตรา 15-200 % ของมูลค่านำเข้า
4. อุปกรณ์ในการขนส่ง จัดเก็บในอัตรา 5-300% ของมูลค่านำเข้า
5. สินค้าอุปโภคบริโภค จัดเก็บในอัตรา 50-200% ของมูลค่านำเข้า

- **ภาษีส่งออก**

มี 5 ประเภทคือ

1. แป้ง แป้งข้าวเจ้า จัดเก็บในอัตรา 10 จ๊าดต่อเมตริกตัน
2. รำข้าว จัดเก็บในอัตรา 10 จ๊าดต่อเมตริกตัน
3. กากน้ำมันพืช จัดเก็บในอัตรา 5 % ของมูลค่าส่งออก
4. ธัญพืช จัดเก็บในอัตรา 5 % ของมูลค่าส่งออก
5. ไม้ ไม้เนื้อแข็ง จัดเก็บในอัตรา 5% และ 10% ของมูลค่าส่งออก

3.4 การพัฒนาพื้นที่ชายแดน

3.4.1 การพัฒนาพื้นที่ชายแดนฝั่งไทย

อำเภอแม่สอดเป็นอำเภอหนึ่งทางตอนกลางของจังหวัดตาก ที่มีการค้าระหว่างประเทศไทยกับเมียนมาได้ เนื่องจากเป็นอำเภอที่อยู่ติดชายแดน และเป็นที่ตั้งจุดผ่านแดนถาวรด่านพรมแดนแม่สอดเชื่อมโยงเมืองเมียวดี รัฐกะเหรี่ยง ประเทศเมียนมา ตามที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เข้ามาบริหารประเทศ และกำหนดแนวทางในการดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการค้าชายแดนผ่านการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยมีคำสั่ง ที่ 72/2557 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ลงวันที่ 19 มิถุนายน 2557 ซึ่งกำหนดจัดการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันอังคารที่ 15 กรกฎาคม 2557 โดยที่ประชุมมีมติเห็นชอบให้พื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทยใน 5 พื้นที่ชายแดน รวมถึงพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากได้ดำเนินการ ดังนี้

- 1) จัดทำแผนแม่บทเพื่อศึกษาความเหมาะสมในการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากควบคู่กับการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (คสช.) ภายใต้โครงการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ
- 2) การนำระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ พ.ศ. 2556 มาใช้ร่วมกับอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่เดิมของรัฐมนตรีว่าการกระทรวง อธิบดี และปลัดกระทรวงต่างๆ เพื่อให้การ

ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีประสิทธิภาพและมีความชัดเจนในแนวทางการดำเนินงานมากขึ้น

- 3) จัดทำประชาพิจารณ์และร่วมรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ 3 อำเภอ ที่กำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภอพบพระ อำเภอแม่ระมาด

หลังจากที่มีคำสั่งดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้รวบรวมลำดับเหตุการณ์สำคัญของการพัฒนาเขตเศรษฐกิจแม่สอด จ.ตาก ไว้ดังตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 ลำดับเหตุการณ์ในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด จ.ตาก

วันที่	เรื่อง
19 มิถุนายน 2557	คำสั่งคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 72/2557⁷ เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) โดยหัวหน้าคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติเป็นประธานกรรมการ 1. อำนาจหน้าที่ 1.1. พิจารณาให้ความเห็นชอบและเสนอร่างหลักเกณฑ์และวิธีการสนับสนุนการจัดตั้ง และดำเนินการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ตลอดจนร่างแผนแม่บท แผนงานหรือโครงการและแผนปฏิบัติการต่อคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติเพื่อพิจารณาอนุมัติ 1.2. กำหนดแนวทางให้หน่วยงานถือปฏิบัติเพื่อให้การพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้งการส่งเสริมการค้าเสรีภายใต้กรอบอาเซียนหรือข้อตกลงภายใต้กรอบเศรษฐกิจอื่น หรือการค้าบริเวณพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นไปโดยเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ 1.3. กำกับดูแล ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บท ตลอดจนให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการตามแผนแม่บท แผนงานหรือโครงการหรือแผนปฏิบัติการ และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ 1.4. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงานได้ตามความเหมาะสม 1.5. เชิญเจ้าหน้าที่ บุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาชี้แจง หรือเรียกเอกสารจากบุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเพื่อประกอบการพิจารณาได้ตามความจำเป็น 1.6. ออกระเบียบ ประกาศ และคำสั่ง เพื่อปฏิบัติการตามคำสั่งนี้ 1.7. เสนอแนะต่อคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติเพื่อให้มีกฎระเบียบ หรือปรับปรุงแก้ไข กฎระเบียบที่จำเป็นต่อการจัดตั้งและดำเนินการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 1.8. ปฏิบัติการอื่นใดเพื่อให้เป็นไปตามคำสั่งนี้ หรือตามที่คณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติหรือหัวหน้าคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติมอบหมาย

⁷ คำสั่งคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 72/2557 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจ

วันที่	เรื่อง
15 กรกฎาคม 2557	ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2557⁸ ที่ประชุมฯ กนพ. ได้ให้ความเห็นชอบพื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทยใน 5 พื้นที่ชายแดน เพื่อให้สามารถก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้อย่างสมบูรณ์ในปี 2558 ได้แก่ 1) แม่สอด 2) รัษฎาประเทศ 3) ตราด 4) มุกดาหาร 5) สะเดา (ด้านศุลกากรสะเดาและปาดังเบซาร์) โดยเน้นการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มการจ้างงานและสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้ประชาชน แก้ปัญหาแรงงานต่างด้าวลักลอบเข้ามายังพื้นที่ตอนใน ปัญหาการลักลอบนำเข้าสินค้าเกษตรผิดกฎหมายจากประเทศเพื่อนบ้าน และปัญหาความแออัดบริเวณด้านชายแดน อีกทั้ง ที่ประชุม กนพ. ได้เห็นชอบหลักเกณฑ์และวิธีการสนับสนุนการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 เรื่อง ได้แก่ 1) สิทธิประโยชน์สำหรับการลงทุน 2) การให้บริการจุดเดียวแบบเบ็ดเสร็จ 3) มาตรการสนับสนุนการใช้แรงงานต่างด้าว และ 4) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากรในพื้นที่เพื่อให้สามารถรองรับกิจกรรมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและเชื่อมโยงในภูมิภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
28 กรกฎาคม 2557	คำสั่งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ 1/2557⁹ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการ 3 คณะประกอบด้วย (1) คณะอนุกรรมการด้านสิทธิประโยชน์ ขอบเขตพื้นที่ และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (2) คณะอนุกรรมการศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงานสาธารณสุข และความมั่นคง (3) คณะอนุกรรมการด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร
29 กรกฎาคม 2557	คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 109/2557¹⁰ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการเพิ่มเติมในคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

⁸ ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2557

⁹ คำสั่งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ 1/2557 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.

¹⁰ คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 109/2557 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการเพิ่มเติมในคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.

วันที่	เรื่อง
17 พฤศจิกายน 2557	ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 2/2557¹¹ ที่ประชุม กนพ. ให้ความเห็นชอบเขตพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษใน 5 พื้นที่ชายแดน เป้าหมาย รวม 36 ตำบล ใน 10 อำเภอ พื้นที่รวมประมาณ 1.83 ล้านไร่ (2,932 ตร.กม.) โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่ในระดับตำบลที่อยู่ติดชายแดนและไม่ทับซ้อนพื้นที่ป่าไม้ ดังนี้ ● ตาก : 14 ตำบล 886,875 ไร่ (1,419 ตร.กม.) ใน อ.แม่สอด อ.พบพระ และ อ.แม่ระมาด ● มุกดาหาร : 11 ตำบล 361,542 ไร่ (578.5 ตร.กม.) ใน อ.เมือง อ.หว้านใหญ่ และ อ.ดอนตาล ● สงขลา : 4 ตำบล 354,187 ไร่ (552.3 ตร.กม.) ใน อ.สะเดา ● สระแก้ว : 4 ตำบล 207,500 ไร่ (332.2 ตร.กม.) ใน อ.อรัญประเทศ และ อ.วัฒนานคร ● ตราด : 3 ตำบล 31,375 ไร่ (50.2 ตร.กม.) ซึ่งเป็นพื้นที่ อ.คลองใหญ่ ทั้งอำเภอ ที่ประชุมให้ความเห็นชอบแผนการดำเนินงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ปี 2558 – 2559 โดยตั้งเป้าหมายให้วันที่ 1 มกราคม 2558 เป็นจุดเริ่มต้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษใน 5 พื้นที่ชายแดน เป้าหมายจะได้รับการสนับสนุนในลักษณะ package ที่ชัดเจนในทางปฏิบัติ โดยจะเริ่มให้ภาคเอกชนขอรับการส่งเสริมการลงทุน ได้รับสิทธิประโยชน์ในระดับสูงสุดและเริ่มใช้บริการศูนย์บริการเบ็ดเสร็จสำหรับการลงทุนในพื้นที่ที่ได้ที่ศูนย์ดำรงธรรม นอกจากนี้ ยังมีการอนุญาตให้ใช้แรงงานต่างด้าวในพื้นที่ได้ในลักษณะไป – กลับ มีการก่อสร้าง/ปรับปรุงถนน ด้านชายแดน โครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคที่สำคัญ และเริ่มเตรียมการใช้สิทธิประโยชน์ในบางพื้นที่เป้าหมายเพื่อบริหารจัดการผลิตผลการเกษตรรายละเอียดของแผนการดำเนินงาน 3 เรื่อง มีดังนี้ 1. สิทธิประโยชน์ ขอบเขตพื้นที่ และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน 1.1 สิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุน เห็นชอบให้การลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้รับสิทธิประโยชน์ในระดับสูงสุดหรือใกล้เคียงกับนโยบายส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กรณีทั่วไปทั้งอนุญาตให้ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในลักษณะ ไป-กลับ ในโครงการที่ได้รับการส่งเสริมทั้งโครงการใหม่หรือขยาย ทั้งในและนอกเขตพัฒนาอุตสาหกรรม ใกล้เคียงกับสิทธิประโยชน์ที่ให้กับจังหวัดชายแดนใต้ และให้ได้รับสิทธิประโยชน์ที่มีใช้ทางภาษีเหมือนเขต 3 รวมทั้งพิจารณาอนุญาตให้ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในโครงการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นรายๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในพื้นที่โดยเร็ว ทั้งนี้ โดยให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเสนอเข้าที่ประชุมคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาต่อไป นอกจากนี้ เห็นชอบให้ได้รับสิทธิประโยชน์

¹¹ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 2/2557

วันที่	เรื่อง
	ทางมาตรการการเงินโดยรัฐจัดเงินกู้ดอกเบี้ยผ่อนปรนและค้ำประกันสินเชื่อ วงเงิน 1 – 20 ล้านบาท ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด 1.2 ขอบเขตพื้นที่ ที่ประชุม กนพ. ให้ความเห็นชอบขอบเขตพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ใน 5 พื้นที่ชายแดนเป้าหมาย รวม 36 ตำบล ใน 10 อำเภอ พื้นที่รวมประมาณ 1.83 ล้านไร่ (2,932ตร.กม.) 1.3 ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน ในระยะแรกใช้พื้นที่ศูนย์ดำรงธรรมระดับจังหวัดหรืออำเภอ โดยสำนักงานจังหวัดหรือหน่วยงานในท้องถิ่นเป็นผู้ให้บริการภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 2. โครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร ที่ประชุมเห็นชอบในหลักการแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากรระยะเร่งด่วน (ปี 2558 - 2559) โดยมอบหมายให้กระทรวงคมนาคมพิจารณาจัดทำรายละเอียดโครงการและวงเงินให้ชัดเจน โดยให้จัดทำเป็นแผนการดำเนินงานในรายละเอียดโครงการรายปี ในระหว่างปีงบประมาณ 2557 - 2559 เพื่อเสนอ กนพ. ต่อไป 3. แรงงานและศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงานสาธารณสุข และความมั่นคง เห็นชอบให้มีการจัดระบบแรงงานต่างด้าวให้มาทำงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษได้ ลักษณะไป - กลับและให้มีการจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงาน ซึ่งให้บริการเรื่องอนุญาตให้แรงงานต่างด้าวเข้ามาในราชอาณาจักร การตรวจสุขภาพการประกันสุขภาพและการคุ้มครองแรงงาน โดยให้ใช้รูปแบบของศูนย์บริการจดทะเบียนต่างด้าวแบบเบ็ดเสร็จ รวมทั้งมีแผนการฝึกอบรมฝีมือแรงงานไทยบริเวณชายแดนและแรงงานต่างด้าวที่มาทำงานในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคเอกชน ที่ประชุมมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดดำเนินการตามแผนการดำเนินงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ปี พ.ศ. 2558 - 2559 โดยมี สศช. ในฐานะฝ่ายเลขานุการ กนพ. ทำหน้าที่บูรณาการการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกในปี พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย - ด้านสิทธิประโยชน์ ขอบเขตพื้นที่ และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน 9 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมป่าไม้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดที่เกี่ยวข้อง ท้องถิ่น และภาคเอกชน - ด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร 6 หน่วยงาน กระทรวงคมนาคม (กรมทางหลวง กรมการขนส่งทางบก กรมเจ้าท่า) กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมศุลกากร สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย - ด้านแรงงานศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงาน สาธารณสุข และความมั่นคง 10 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

วันที่	เรื่อง
	สำนักงานประกันสังคม สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
18 ธันวาคม 2557	ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 4/2557¹² เรื่อง นโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ การส่งเสริมการลงทุนของโครงการที่ตั้งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังนี้ ข้อ 1 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ หมายความว่า เขตที่ตั้งหรือพื้นที่ ที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ข้อ 2 กรณีเป็นประเภทกิจการทั่วไปตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 ลงวันที่ 3 ธันวาคม 2557 และตั้งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้รับสิทธิและประโยชน์ ดังนี้ 2.1 ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติมเป็นเวลา 3 ปี แต่รวมแล้วไม่เกิน 8 ปี 2.2 หากเป็นกิจการในกลุ่ม A 1 หรือ A 2 ซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นเวลา 8 ปีแล้ว ให้ได้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมโดยให้ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นเวลา 5 ปี นับจากวันสิ้นสุดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 2.3 ให้ได้รับอนุญาตหักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา 2 เท่าของค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันเริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ 2.4 ให้ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ 2.5 ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร 2.6 ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 5 ปี 2.7 อนุญาตให้ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในโครงการที่ได้รับการส่งเสริม โดยให้เป็นไปตามแนวทางที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกำหนด 2.8 สิทธิและประโยชน์มิใช่ภาษีอากร ข้อ 3 กรณีเป็นกิจการเป้าหมายตามที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกำหนดและตั้งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้รับสิทธิและประโยชน์ดังนี้ 3.1 ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี โดยจำกัดวงเงินไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน 3.2 ให้ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการลงทุน ในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นระยะเวลา 5 ปี นับจากวันสิ้นสุดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3.3 ให้ได้รับอนุญาตหักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา 2 เท่าของค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันเริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ 3.4 ให้ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก

¹² ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 4/2557 เรื่อง นโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจ

วันที่	เรื่อง
	ร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ 3.5 ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร 3.6 ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 5 ปี 3.7 อนุญาตให้ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในโครงการที่ได้รับการส่งเสริม โดยให้เป็นไปตามแนวทางที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกำหนด 3.8 สิทธิและประโยชน์ที่มีใช้ภาษีอากร ข้อ 4 ต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป
19 มกราคม 2558	ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2558¹³ ที่ประชุม กนพ. มีมติที่สำคัญ ดังนี้ (1) เห็นชอบในหลักการกิจการเป้าหมายสำหรับการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมหารือในรายละเอียดของกิจการเป้าหมายสำหรับการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อให้นักลงทุนสามารถเริ่มขอรับการสนับสนุนการลงทุนตามประกาศของ BOI ในกรณีเป็นกิจการเป้าหมายสำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้โดยเร็ว (2) กำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการให้ข้อมูลและประสานการดำเนินงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในระยะแรก 4 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สศช. ศูนย์ดำรงธรรม และกระทรวงการต่างประเทศ (3) ตั้งคณะอนุกรรมการพิจารณาขอบเขตพื้นที่และการจัดหาที่ดิน โดยให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยเป็นประธาน (แยกออกจากคณะอนุกรรมการด้านขอบเขตพื้นที่ สิทธิประโยชน์ และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน ที่มีปลัดกระทรวงการคลังเป็นประธาน) โดยรับข้อเสนอของจังหวัดเป้าหมายไปพิจารณาต่อไป นอกจากนี้ ให้จัดหาพื้นที่ของรัฐเพื่อให้เอกชนเช่าเพื่อดำเนินการได้โดยเร็ว (4) เห็นชอบในหลักการแผนโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร ปี 2557-2565 รองรับพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรก จำนวน 6 พื้นที่ (7 ด้าน) ได้แก่ จังหวัดตาก จังหวัดสระแก้ว จังหวัดตราดจังหวัดมุกดาหาร จังหวัดสงขลา (สะเดาและปาดังเบซาร์) และ จังหวัดหนองคาย และให้ความเห็นชอบแผนระยะเร่งด่วน (ปี 2557- 2559) โดยในระยะแรกมี 45 โครงการ ที่ขอรับจัดสรรงบประมาณปี 2558 (งบกลาง) วงเงิน 2,622.088 ล้านบาท และ 79 โครงการ จะขอรับจัดสรรงบประมาณปี 2559 วงเงิน 7,924.35 ล้านบาท (5) ให้กระทรวงแรงงานประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดแนวทางการจัดระบบ

¹³ ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2558

วันที่	เรื่อง
	แรงงานต่างด้าวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่เข้ามาทำงานในลักษณะไป-กลับให้เป็นรูปธรรมโดยเร็ว และ (6) ให้มีการเตรียมการด้านสาธารณสุข การศึกษา ความปลอดภัยเพื่อรองรับการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
19 มกราคม 2558	ประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ 1/2558¹⁴ เรื่องกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เห็นสมควรกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษให้ชัดเจน เพื่อให้การจัดตั้งและดำเนินการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอำเภอแม่สอด คือ ให้ท้องที่ตำบลท่าสายลวด ตำบลพระธาตุผาแดง ตำบลแม่กาษา ตำบลแม่กุ่ม ตำบลแม่ตาว ตำบลแม่ปะ ตำบลแม่สอด และตำบลมหาวัน อำเภอแม่สอด ตำบลช่องแคบ ตำบลพบพระ และตำบลวาลีย์ อำเภอพบพระ ตำบลชะเนือ ตำบลแม่จะรา และตำบลแม่ระมาด อำเภอระมาด จังหวัดตาก เป็น “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก”  เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ คือ อ.แม่สอด อ.พบพระ อ.แม่ระมาด
12 กุมภาพันธ์ 2558	คำสั่งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่ 1/2558¹⁵ เรื่องแต่งตั้งคณะอนุกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ยกเลิกคำสั่งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ 1/2557 และแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ 4 คณะ ดังต่อไปนี้

¹⁴ ประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ 1/2558 เรื่องกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.

¹⁵ คำสั่งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่ 1/2558 เรื่องแต่งตั้งคณะอนุกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.

วันที่	เรื่อง
	1. แต่งตั้งคณะกรรมการด้านสิทธิประโยชน์ กำหนดพื้นที่ และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นประธานอนุกรรมการ <u>อำนาจหน้าที่</u> (1) พิจารณาวิเคราะห์ความเหมาะสมและกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยใช้เขตการปกครองและพิจารณาจากข้อเสนอของพื้นที่/จังหวัด (2) กำหนดการให้สิทธิประโยชน์ทั้งที่เกี่ยวกับภาษีอากรและมีใช้ภาษีอากรสำหรับการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (3) พิจารณาจัดทำและขับเคลื่อนแผนพัฒนาระบบบริการแบบเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (On site – mobile – internet) (4) ปฏิบัติภารกิจอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมอบหมาย (5) รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นระยะๆ 2. แต่งตั้งคณะกรรมการศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงาน สาธารณสุข และความมั่นคง โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน เป็นประธานอนุกรรมการ <u>อำนาจหน้าที่</u> (1) พิจารณากำหนดแนวทางและขับเคลื่อนการจัดระบบแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในลักษณะไป-กลับ (2) พิจารณาจัดทำและขับเคลื่อนแผนการจัดตั้งศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (OSS) ด้านแรงงานต่างด้าว โดยครอบคลุมงานสาธารณสุข สวัสดิการ ค่าจ้าง และการตรวจคนเข้าเมืองในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (3) พิจารณาแนวทางฝึกอบรมฝีมือแรงงานไทยบริเวณชายแดนและแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (4) ปฏิบัติภารกิจอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมอบหมาย (5) รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นระยะๆ 3. แต่งตั้งคณะกรรมการด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากรโดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม เป็นประธานอนุกรรมการ <u>อำนาจหน้าที่</u> (1) พิจารณาจัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษและบริเวณใกล้เคียง ให้มีคุณภาพที่ดี และสามารถเชื่อมต่อกับโครงข่ายหลักของประเทศได้ (2) กำหนดแนวทางการพัฒนาด้านศุลกากรและจุดผ่านแดนให้เกิดความสะดวกและได้มาตรฐานสากล ซึ่งรวมถึงแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการผ่านแดน

วันที่	เรื่อง
	บริเวณด้านศุลกากรและจุดผ่านแดน รวมทั้งการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความสะดวกในการขนส่งสินค้าและการสัญจรของคนข้ามพรมแดน (3) พิจารณาแนวทางการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมและแนวทางการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ให้มีความสอดคล้องกับศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และความต้องการของประชาชน (4) ปฏิบัติภารกิจอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมอบหมาย (5) รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นระยะๆ 4. แต่งตั้งคณะกรรมการด้านการจัดหาที่ดินและบริหารจัดการโดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นประธานอนุกรรมการ <u>อำนาจหน้าที่</u> (1) พิจารณากำหนดพื้นที่ของทางราชการที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (2) จัดทำผังการใช้ที่ดินและกำหนดแผนการนำที่ดินของราชการมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (3) ดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งที่ดินเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ทั้งนี้ ให้ดำเนินการตามระเบียบและขั้นตอนของทางราชการ (4) ปฏิบัติภารกิจอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมอบหมาย (5) รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นระยะๆ
24 กุมภาพันธ์ 2558	มติคณะรัฐมนตรีรับทราบและเห็นชอบตามมติคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2558¹⁶ 1. เห็นชอบในหลักการแผนโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร ปี 2557-2565 รองรับพื้นที่ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรก จำนวน 6 พื้นที่ (7 ด้าน) 2. ให้ความเห็นชอบแผนระยะเร่งด่วน (ปี 2557 – 2559) โดยในระยะแรกมี 45 โครงการ ที่ขอรับจัดสรรงบประมาณปี 2558 (งบกลาง) วงเงิน 2,622.088 ล้านบาท
13 มีนาคม 2558	คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 3/2558¹⁷ เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ "คณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ" มีอำนาจหน้าที่

¹⁶ มติคณะรัฐมนตรีรับทราบและเห็นชอบตามมติคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1/2558

¹⁷ คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 3/2558 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.

วันที่	เรื่อง
	2.1 กำกับดูแล ประสานงาน และเร่งรัดการจัดหาที่ดินและโครงสร้างพื้นฐานที่มีความจำเป็นโดยเฉพาะด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค สำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ตาก มุกดาหาร สงขลา สระแก้ว ตราด และหนองคาย รวมทั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษหรือนิคมอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่จะจัดตั้งขึ้นในอนาคต 2.2 ดำเนินการเร่งรัดให้ส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐดำเนินการอนุมัติหรืออนุญาตในเรื่องต่างๆ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี รวมทั้งกำหนดมาตรการเพื่ออำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ ให้กับภาคเอกชนที่เข้ามาลงทุนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษหรือนิคมอุตสาหกรรมตามข้อ 2.1 2.3 แต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อพิจารณาหรือช่วยเหลือในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตามความจำเป็น 2.4 ดำเนินการอื่นใดตามที่หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานและรับผิดชอบงานธุรการของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และคณะทำงานตามคำสั่งนี้ และให้การเบิกจ่ายเบี้ยประชุมเป็นไปตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยเบี้ยประชุมกรรมการและการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอื่นๆ ที่จำเป็น ให้เบิกจ่ายได้ตามระเบียบของทางราชการโดยเบิกจ่ายจากงบประมาณของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
16 มีนาคม 2558	ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 2/2558¹⁸ ที่ประชุมกนพ. มีมติที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษให้บรรลุเป้าหมายและพร้อมรองรับการลงทุนของภาคเอกชนในปี 2558 รวมถึงเริ่มเตรียมการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในระยะต่อไป ดังนี้ 1. เห็นชอบให้ตั้งอนุกรรมการภายใต้ กนพ. เพิ่มเติมอีก 1 ชุด โดยประกอบด้วยผู้แทนภาคเอกชนเพื่อให้ข้อเสนอแนะด้านการตลาดและเชิญชวนนักลงทุนเพื่อให้เกิดเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่เป็นรูปธรรม 2. เห็นชอบกิจการเป้าหมายในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์ระดับสูงตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 4/2557 จำนวน 13 กลุ่มกิจการ ได้แก่ (1) อุตสาหกรรมการเกษตรประมงและกิจการที่เกี่ยวข้อง (2) เซรามิกส์ (3) อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องหนัง (4) อุตสาหกรรมผลิตเครื่องเรือน (5) อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (6) การผลิตเครื่องมือแพทย์ (7) อุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องจักรและชิ้นส่วน (8) อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (9) การผลิตพลาสติก (10) การผลิตยา (11) กิจการโลจิสติกส์ (12) นิคมหรือเขตอุตสาหกรรม และ (13) กิจการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยให้สกท. เสนอคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาและออกเป็นประกาศคณะกรรมการ

¹⁸ ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 2/2558

วันที่	เรื่อง
	ส่งเสริมการลงทุนต่อไป และกนพ. ยังได้เห็นชอบกิจการเป้าหมายรายพื้นที่ของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สระแก้ว ตราด มุกดาหาร และสงขลา โดยให้ สกท. นำเสนอคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาและออกเป็นประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนต่อไป 3. เห็นชอบการกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 2 ใน 5 จังหวัด ได้แก่ หนองคาย เชียงราย นครพนม นราธิวาสและกาญจนบุรีรวม 54 ตำบล ใน 13 อำเภอ ดังนี้ • หนองคาย 13 ตำบล ใน 2 อำเภอ คือ อ.เมือง/อ.สระใคร • เชียงราย 21 ตำบล ใน 3 อำเภอ คือ อ.แม่สาย/อ.เชียงแสน/อ.เชียงของ • นราธิวาส 5 ตำบล ใน 5 อำเภอ คือ อ.สุไหงโกลก/อ.ตากใบ/อ.แว้ง/อ.ยี่งอ/อ.เมืองนราธิวาส • นครพนม 13 ตำบล ใน 2 อำเภอ คือ อ.เมือง/อ.ท่าอุเทน • กาญจนบุรี 2 ตำบล ใน 1 อำเภอ คือ อ.เมืองกาญจนบุรี 4. เห็นชอบพื้นที่แปลงที่ดินเพื่อเป็นพื้นที่นำมาจัดตั้งเป็นนิคมอุตสาหกรรมหรือให้เช่า ใน 6 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รวมประมาณ 24,000 ไร่ ได้แก่ • ตาก ใน ต.ท่าสายลวด และ อ.แม่ปะ (อ.แม่สอด) • สระแก้ว ใน ต.บ้านป่าไร่และต.บ้านใหม่หนองไทร (อ.อรัญประเทศ) • ตราด ใน ต.ไม้รูด (อ.คลองใหญ่) • มุกดาหาร ใน ต.คำอาฮวน (อ.เมือง) • สงขลา ใน ต.สำนักขาม (อ.สะเดา) • หนองคาย ใน ต.หนองกอมเกาะ ต.มีชัย ต.โพนสว่าง (อ.เมือง) และ ต.สระใคร (อ.สระใคร) โดยมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทย และสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาจัดทำรายละเอียดทางด้านกฎหมายและการชดเชย เสนอ คสช. เพื่อถอนสภาพที่ดินของรัฐประเภทต่างๆ ให้แล้วเสร็จโดยเร็วแทนการดำเนินงานตามกระบวนการปกติ และให้กรมธนารักษ์เป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่มีการถอนสภาพแทนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษต่อไป 5. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร ให้ความเห็นชอบการดำเนินงานในส่วนของ อ.แม่สอด ดังนี้ • โครงการก่อสร้างทางเลี้ยวเมืองแม่สอดพร้อมสะพานข้ามแม่น้ำเมยแห่งที่ 2 มอบหมายกรมทางหลวงดำเนินการ วงเงินรวม 3,900 ลบ. โดยเห็นชอบให้ใช้งบกลางปี 2558 วงเงิน 500 ลบ. เพื่อดำเนินงานระยะเริ่มต้น 6. มอบหมายให้ สศช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชนดำเนินการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งปัจจุบันมีความพร้อมทั้งในเรื่องพื้นที่ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และสิทธิประโยชน์ด้านภาษีและการส่งเสริมการลงทุนตามนโยบายของ สกท.

วันที่	เรื่อง
3 เมษายน 2558	คำสั่งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่ 2/2558¹⁹ เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ อำนาจหน้าที่ (1) พิจารณาให้ข้อเสนอแนะทางการตลาดที่สนับสนุนการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (2) ดำเนินการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ จัดสัมมนา เพื่อเชิญชวนนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และจัดทำข้อมูลการประชาสัมพันธ์และคู่มือสำหรับนักลงทุน (3) แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อปฏิบัติงานได้ตามความเหมาะสม (4) ปฏิบัติภารกิจอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมอบหมาย (5) รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นระยะๆ 2. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระดับพื้นที่ อำนาจหน้าที่ (1) ประสาน ติดตามความก้าวหน้า และประเมินผลการดำเนินงานของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระดับพื้นที่ (2) รายงานปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงาน และจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษระดับพื้นที่ และข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (3) แต่งตั้งคณะทำงาน เพื่อปฏิบัติงานได้ตามความเหมาะสม (4) ปฏิบัติภารกิจอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมอบหมาย (5) รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นระยะๆ
10 เมษายน 2558	คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 5/2558²⁰ เรื่องแต่งตั้งรองประธานกรรมการและกรรมการเพิ่มเติมในคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
23 เมษายน 2558	ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 2/2558²¹ เรื่องนโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก

¹⁹ คำสั่งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่ 2/2558 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.

²⁰ คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 5/2558 เรื่องแต่งตั้งรองประธานกรรมการและกรรมการเพิ่มเติมในคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.

²¹ ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 2/2558 เรื่องนโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก.

วันที่	เรื่อง																								
	ข้อ 1 กำหนดประเภทกิจการเป้าหมายและเงื่อนไขของกิจการที่ให้การส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก ดังต่อไปนี้ หมวด 1 เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร <table><tr><td>ประเภทกิจการ</td></tr><tr><td>1.5.1 กิจการขยายพันธุ์ปศุสัตว์หรือสัตว์น้ำ</td></tr><tr><td>1.5.2 กิจการเลี้ยงปศุสัตว์หรือสัตว์น้ำ (ยกเว้นกุ้ง)</td></tr><tr><td>1.6 กิจการฆ่าและชำแหละสัตว์</td></tr><tr><td>1.8 กิจการคัดคุณภาพ บรรจุ และเก็บรักษาพืช ผัก ผลไม้ หรือดอกไม้</td></tr><tr><td>1.9 กิจการผลิตแปรรูป (โมดิไฟด์สตาร์ช) หรือแปรงจากพืช ที่มีคุณสมบัติพิเศษ</td></tr><tr><td>1.10 กิจการผลิตน้ำมันหรือไขมันจากพืชหรือสัตว์ (ยกเว้นจากน้ำมันถั่วเหลือง)</td></tr><tr><td>1.11 กิจการผลิตสารสกัดจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์จากสารสกัดจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ (ยกเว้น ยา สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน และเครื่องสำอาง)</td></tr><tr><td>1.14.1 กิจการแปรรูปยางขั้นต้น</td></tr><tr><td>1.17 กิจการผลิตหรือถนอมอาหาร เครื่องดื่มวัตถุเจือปนอาหาร (Food Additive) หรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร (Food Ingredient) โดยใช้เทคโนโลยีทันสมัย (ยกเว้นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์)</td></tr><tr><td>1.19 กิจการห้องเย็น หรือกิจการห้องเย็นและขนส่งห้องเย็น</td></tr><tr><td>1.20 กิจการศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตร</td></tr></table> หมวด 2 เซรามิกส์ <table><tr><td>ประเภทกิจการ</td></tr><tr><td>2.4.3 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ (ยกเว้น Earthen Ware และกระเบื้องเซรามิกส์)</td></tr></table> หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา <table><tr><td>ประเภทกิจการ</td></tr><tr><td>3.1.1 กิจการผลิตเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยประดิษฐ์</td></tr><tr><td>3.1.2 กิจการผลิตด้ายหรือผ้า</td></tr><tr><td>3.1.4 กิจการผลิตเครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอ</td></tr><tr><td>3.2 กิจการผลิต Non-woven Fabric หรือผลิตภัณฑ์สุขอนามัย (Hygienic Products) จาก Non-woven Fabric</td></tr><tr><td>3.3 กิจการผลิตกระเป๋าหรือรองเท้า หรือผลิตภัณฑ์จากหนังสัตว์หรือหนังเทียม</td></tr><tr><td>3.4 กิจการผลิตเครื่องกีฬาหรือชิ้นส่วน</td></tr><tr><td>3.6 กิจการผลิตเครื่องเรือนหรือชิ้นส่วน</td></tr><tr><td>3.8 กิจการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับหรือชิ้นส่วน รวมถึงวัตถุดิบและต้นแบบ</td></tr><tr><td>3.11 กิจการผลิตเครื่องมือแพทย์หรือชิ้นส่วน</td></tr></table>	ประเภทกิจการ	1.5.1 กิจการขยายพันธุ์ปศุสัตว์หรือสัตว์น้ำ	1.5.2 กิจการเลี้ยงปศุสัตว์หรือสัตว์น้ำ (ยกเว้นกุ้ง)	1.6 กิจการฆ่าและชำแหละสัตว์	1.8 กิจการคัดคุณภาพ บรรจุ และเก็บรักษาพืช ผัก ผลไม้ หรือดอกไม้	1.9 กิจการผลิตแปรรูป (โมดิไฟด์สตาร์ช) หรือแปรงจากพืช ที่มีคุณสมบัติพิเศษ	1.10 กิจการผลิตน้ำมันหรือไขมันจากพืชหรือสัตว์ (ยกเว้นจากน้ำมันถั่วเหลือง)	1.11 กิจการผลิตสารสกัดจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์จากสารสกัดจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ (ยกเว้น ยา สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน และเครื่องสำอาง)	1.14.1 กิจการแปรรูปยางขั้นต้น	1.17 กิจการผลิตหรือถนอมอาหาร เครื่องดื่มวัตถุเจือปนอาหาร (Food Additive) หรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร (Food Ingredient) โดยใช้เทคโนโลยีทันสมัย (ยกเว้นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์)	1.19 กิจการห้องเย็น หรือกิจการห้องเย็นและขนส่งห้องเย็น	1.20 กิจการศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตร	ประเภทกิจการ	2.4.3 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ (ยกเว้น Earthen Ware และกระเบื้องเซรามิกส์)	ประเภทกิจการ	3.1.1 กิจการผลิตเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยประดิษฐ์	3.1.2 กิจการผลิตด้ายหรือผ้า	3.1.4 กิจการผลิตเครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอ	3.2 กิจการผลิต Non-woven Fabric หรือผลิตภัณฑ์สุขอนามัย (Hygienic Products) จาก Non-woven Fabric	3.3 กิจการผลิตกระเป๋าหรือรองเท้า หรือผลิตภัณฑ์จากหนังสัตว์หรือหนังเทียม	3.4 กิจการผลิตเครื่องกีฬาหรือชิ้นส่วน	3.6 กิจการผลิตเครื่องเรือนหรือชิ้นส่วน	3.8 กิจการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับหรือชิ้นส่วน รวมถึงวัตถุดิบและต้นแบบ	3.11 กิจการผลิตเครื่องมือแพทย์หรือชิ้นส่วน
ประเภทกิจการ																									
1.5.1 กิจการขยายพันธุ์ปศุสัตว์หรือสัตว์น้ำ																									
1.5.2 กิจการเลี้ยงปศุสัตว์หรือสัตว์น้ำ (ยกเว้นกุ้ง)																									
1.6 กิจการฆ่าและชำแหละสัตว์																									
1.8 กิจการคัดคุณภาพ บรรจุ และเก็บรักษาพืช ผัก ผลไม้ หรือดอกไม้																									
1.9 กิจการผลิตแปรรูป (โมดิไฟด์สตาร์ช) หรือแปรงจากพืช ที่มีคุณสมบัติพิเศษ																									
1.10 กิจการผลิตน้ำมันหรือไขมันจากพืชหรือสัตว์ (ยกเว้นจากน้ำมันถั่วเหลือง)																									
1.11 กิจการผลิตสารสกัดจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์จากสารสกัดจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ (ยกเว้น ยา สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน และเครื่องสำอาง)																									
1.14.1 กิจการแปรรูปยางขั้นต้น																									
1.17 กิจการผลิตหรือถนอมอาหาร เครื่องดื่มวัตถุเจือปนอาหาร (Food Additive) หรือสิ่งปรุงแต่งอาหาร (Food Ingredient) โดยใช้เทคโนโลยีทันสมัย (ยกเว้นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์)																									
1.19 กิจการห้องเย็น หรือกิจการห้องเย็นและขนส่งห้องเย็น																									
1.20 กิจการศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตร																									
ประเภทกิจการ																									
2.4.3 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ (ยกเว้น Earthen Ware และกระเบื้องเซรามิกส์)																									
ประเภทกิจการ																									
3.1.1 กิจการผลิตเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยประดิษฐ์																									
3.1.2 กิจการผลิตด้ายหรือผ้า																									
3.1.4 กิจการผลิตเครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอ																									
3.2 กิจการผลิต Non-woven Fabric หรือผลิตภัณฑ์สุขอนามัย (Hygienic Products) จาก Non-woven Fabric																									
3.3 กิจการผลิตกระเป๋าหรือรองเท้า หรือผลิตภัณฑ์จากหนังสัตว์หรือหนังเทียม																									
3.4 กิจการผลิตเครื่องกีฬาหรือชิ้นส่วน																									
3.6 กิจการผลิตเครื่องเรือนหรือชิ้นส่วน																									
3.8 กิจการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับหรือชิ้นส่วน รวมถึงวัตถุดิบและต้นแบบ																									
3.11 กิจการผลิตเครื่องมือแพทย์หรือชิ้นส่วน																									

วันที่	เรื่อง
	หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์การขนส่ง
	ประเภทกิจการ
	4.4 กิจการผลิตเครื่องยนต์เนกประสงค์หรืออุปกรณ์
	4.5.2 กิจการผลิตเครื่องจักร อุปกรณ์หรือชิ้นส่วน และ/หรือการซ่อมแซมแม่พิมพ์
	4.5.3 กิจการประกอบเครื่องจักร และ/หรืออุปกรณ์เครื่องจักร
	4.8.5 กิจการผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะอื่นๆ
	4.12 กิจการผลิตรถจักรยานยนต์ (ยกเว้นที่มีความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 248 ซีซี)
	หมวด 5 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
	ประเภทกิจการ
	5.1 กิจการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า
	5.2.2 กิจการผลิตหลอดไฟแบบ LED
	5.2.3 กิจการผลิต Compressor และ/หรือ Motor สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า
	5.2.4 กิจการผลิต Wire Harness
	5.2.5 กิจการผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ
	5.3.5 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มภาพและเสียง (Audio Visual Product)
	5.3.6 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสำนักงาน
	5.3.7 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ
	5.4.6.2 กิจการผลิต Hard Disk Drive ทัวไป และ/หรือชิ้นส่วน (ยกเว้น Top Cover หรือ Base Plate หรือ Peripheral)
	5.4.6.3 กิจการผลิต Top Cover หรือ Base Plate หรือ Peripheral สำหรับ Hard Disk Drive
	5.4.12 กิจการผลิต Flexible Printed Circuit และ/หรือ Multi Layer Printed Circuit Board และ/หรือชิ้นส่วน
	5.4.13 กิจการผลิตอุปกรณ์หน่วยความจำอื่นๆ
	5.4.14 กิจการผลิต Printed Circuit Board Assembly (PCBA) ทัวไป
	5.4.17 กิจการผลิตชิ้นส่วนสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มภาพและเสียง
	5.4.18 กิจการผลิตชิ้นส่วนสำหรับผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสำนักงาน
	5.4.19 กิจการผลิตชิ้นส่วนสำหรับผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ
	หมวด 6 เคมีภัณฑ์และพลาสติก
	ประเภทกิจการ
	6.6 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับอุตสาหกรรม (Plastic Products for Industrial Goods)
	6.7.1 กิจการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดหลายชั้น (MultiLayer Plastics Packaging)

วันที่	เรื่อง
	6.7.3 กิจกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดป้องกันไฟฟ้าสถิต (Antistatic Plastics Packaging)
	6.8 กิจกรรมผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล
	6.10 กิจกรรมผลิตยา
	หมวด 7 กิจกรรมบริการและสาธารณูปโภค
	ประเภทกิจการ
	7.1.3 กิจกรรมสถานที่ตรวจปล่อยและบรรจุสินค้าเข้าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อส่งออก หรือ โรงพักสินค้าเพื่อตรวจปล่อยของขาเข้า และบรรจุของขาออกที่ขนส่ง โดยระบบคอนเทนเนอร์นอกเขตท่าเทียบเรือ (รพท.) (Inland Container Depot: ICD)
	7.4.1 กิจกรรมศูนย์กระจายสินค้าด้วยระบบทันสมัย (Distribution Center: DC)
	7.4.2 กิจกรรมศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศด้วยระบบที่ทันสมัย (International Distribution Center: IDC)
	7.9.1.1 กิจกรรมนิคมหรือเขตอุตสาหกรรม
	7.9.1.2 กิจกรรมนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมอู่เรือและเครื่องประดับ
	7.9.1.3 กิจกรรมนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ (Logistics Park)
	7.22.1 กิจกรรมเฟอร์รี่ หรือเดินเรือท่องเที่ยว หรือให้เช่าเรือท่องเที่ยว
	7.22.2 กิจกรรมบริการที่จอดเรือท่องเที่ยว
	7.22.3 กิจกรรมสวนสนุก
	7.22.4 กิจกรรมศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมหรือศูนย์ศิลปหัตถกรรม
	7.22.5 กิจกรรมสวนสัตว์เปิด
	7.22.6 กิจกรรมพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ
	7.23.3 กิจกรรมศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ
	7.23.4 กิจกรรมศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ
	ข้อ 2 สิทธิและประโยชน์ที่ได้รับตามหลักเกณฑ์ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 4/2557 ลงวันที่ 18 ธันวาคม 2557 เรื่อง นโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
	ข้อ 3 ต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2560
15 พฤษภาคม 2558	ประกาศราชกิจจานุเบกษาที่ 17/2558 ²² ให้มีการเพิกถอนเขตป่าไม้ถาวร เขตป่าสงวนแห่งชาติ ที่ดินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินสำหรับพลเมืองใช้ร่วมกันเป็นพื้นที่สำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอำเภอแม่สอดมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

²²ประกาศราชกิจจานุเบกษาที่ 17/2558.สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2558.

วันที่	เรื่อง
	ที่ดินในท้องที่ตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เฉพาะภายในแนวเขตตามแผนที่หมายเลข 1/8 ท้ายคำสั่งนี้ โดยให้มีผลเป็นการเพิกถอนป่าสงวนแห่งชาติตามกฎหมาย กฎกระทรวงฉบับที่ 945 (พ.ศ. 2524) ออกตามความในพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 และเขตป่าไม้ถาวรตามมติคณะรัฐมนตรี และถอนสภาพที่ดินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินสำหรับพลเมืองใช้ร่วมกัน
25 มิถุนายน 2558	ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 3/2558²³ ที่ประชุม กนพ. มีมติที่สำคัญ 7 เรื่อง ในการขับเคลื่อนงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อสนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงเตรียมเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในระยะต่อไป ดังนี้ 1. เห็นชอบกิจการเป้าหมายรายพื้นที่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 2 ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ หนองคาย เชียงราย กาญจนบุรี นครพนม 2. เห็นชอบการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยผ่อนปรนเงื่อนไขสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ อาทิ ลดเงินลงทุนขั้นต่ำจาก 1 ล้านบาท เหลือ 5 แสนบาท 3. มอบหมายให้คณะกรรมการด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร และสำนักงานงบประมาณทบทุนแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร ตามลำดับความสำคัญ ความจำเป็นเร่งด่วน 4. เห็นชอบการจัดสรรที่ดินให้หน่วยราชการใช้ประโยชน์ และให้เอกชน และการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) เข้าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก สระแก้ว มุกดาหาร ตราด สงขลา และหนองคาย 5. มอบหมายสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ (สมช.) เป็นหน่วยงานหลักในการพิจารณาเปิดจุดผ่านแดน ณ พื้นที่ บ.ป่าไร่ จ.สระแก้ว และช่องอานม้า จ.อุบลราชธานี 6. มอบหมายกระทรวงพาณิชย์ร่วมกับกระทรวงมหาดไทย (มท.) สกท. และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พิจารณาแนวทางการดำเนินงาน ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service : OSS) ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ให้การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลเป็นไปในแนวทางเดียวกัน 7. มอบหมายคณะกรรมการด้านการจัดหาที่ดินและบริหารจัดการ พิจารณากำหนดพื้นที่สำหรับนำมาใช้ประโยชน์ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจ ระยะที่ 2

²³ ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 3/2558

วันที่	เรื่อง
15 กรกฎาคม 2558	ประกาศกรมศุลกากร ที่ 154/2558²⁴ เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์คุณสมบัติ ผู้ขอจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนและเขตปลอดอากรในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ข้อ 1 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ หมายความว่า บริเวณพื้นที่ที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ข้อ 2 หลักเกณฑ์คุณสมบัติการจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนและเขตปลอดอากรในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นกรณีพิเศษ ดังนี้ 2.1 คลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป ผู้ขอจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไปในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ 2.1.1 เป็นรัฐวิสาหกิจ หรือส่วนราชการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย กรณีเป็นนิติบุคคลที่ไม่ใช่รัฐวิสาหกิจหรือส่วนราชการ ต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในจำนวนที่อธิบดีเห็นว่าเหมาะสมกับประเภทกิจการ 2.1.2 เป็นผู้มีความซื่อสัตย์ หรือสิทธิครอบครอง หรือมีสิทธิในการใช้พื้นที่ที่ขอจัดตั้งโดยชอบด้วยกฎหมาย 2.1.3 ต้องไม่มีประวัติการกระทำความผิดร้ายแรงตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศุลกากร โดยการตรวจสอบย้อนหลัง 3 ปี นับตั้งแต่วันยื่นขอ 2.1.4 สำหรับคุณสมบัติอื่นที่ไม่ได้กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งวิธีปฏิบัติหรือพิธีการศุลกากร ให้ปฏิบัติตามประกาศกรมศุลกากรที่ 4/2557 หรือประกาศกรมศุลกากรในส่วนที่เกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้าที่บังคับใช้ 2.2 คลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า ผู้ขอจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้าในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ 2.2.1 เป็นรัฐวิสาหกิจ หรือส่วนราชการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย กรณีเป็นนิติบุคคลที่ไม่ใช่รัฐวิสาหกิจหรือส่วนราชการ ต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท 2.2.2 เป็นผู้มีความซื่อสัตย์ หรือสิทธิครอบครอง หรือมีสิทธิในการใช้พื้นที่ที่ขอจัดตั้งโดยชอบด้วยกฎหมาย 2.2.3 ต้องไม่มีประวัติการกระทำความผิดร้ายแรงตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรหรือ

²⁴ ประกาศกรมศุลกากร ที่ 154/2558 เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์คุณสมบัติ ผู้ขอจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนและเขตปลอดอากรในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

วันที่	เรื่อง
	กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศุลกากร โดยการตรวจสอบย้อนหลัง 3 ปี นับตั้งแต่วันยื่นขอ 2.2.4 สำหรับคุณสมบัติอื่นที่ไม่ได้กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งวิธีปฏิบัติหรือพิธีการศุลกากร ให้ปฏิบัติตามประกาศกรมศุลกากรที่ 5/2557 หรือประกาศกรมศุลกากรในส่วนที่เกี่ยวกับคลังสินค้าทัณฑ์บนทั่วไป ที่บังคับใช้ 2.3 เขตปลอดอากร ผู้ขอจัดตั้งเขตปลอดอากรในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ 2.3.1 เป็นรัฐวิสาหกิจ หรือส่วนราชการที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย กรณีเป็นนิติบุคคลที่ไม่ใช่รัฐวิสาหกิจหรือส่วนราชการ ต้องมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาทหรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในจำนวนที่อธิบดีเห็นว่าเหมาะสมกับประเภทกิจการ 2.3.2 เป็นกิจการที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง 2.3.3 เป็นผู้มีการมสิทธิ หรือสิทธิครอบครอง หรือมีสิทธิในการใช้พื้นที่ที่ขอจัดตั้งโดยชอบด้วยกฎหมาย 2.3.4 ต้องไม่มีประวัติการกระทำผิดร้ายแรงตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศุลกากร โดยการตรวจสอบย้อนหลัง 3 ปี นับตั้งแต่วันยื่นขอ 2.3.5 สำหรับคุณสมบัติอื่นที่ไม่ได้กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งวิธีปฏิบัติหรือพิธีการศุลกากร ให้ปฏิบัติตามประกาศกรมศุลกากรที่ 87/2546 หรือประกาศกรมศุลกากรในส่วนที่เกี่ยวกับเขตปลอดอากรที่บังคับใช้ 2.4 การขอประกอบกิจการในเขตปลอดอากร ผู้ขอประกอบกิจการในเขตปลอดอากรในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ 2.4.1 เป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย มีฐานะการเงินที่มั่นคง เป็นผู้มีการมสิทธิหรือสิทธิครอบครองในที่ดินหรือพื้นที่ที่ขอประกอบกิจการในเขตปลอดอากร 2.4.2 ได้รับความยินยอมจากผู้ได้รับอนุมัติให้จัดตั้งเขตปลอดอากร 2.4.3 ผู้ประกอบกิจการในเขตปลอดอากรต้องดำเนินกิจการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเขตปลอดอากร หรือกิจการอื่นใดที่อธิบดีหรือผู้ที่อธิบดีมอบหมายเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศ 2.4.4 ต้องไม่มีประวัติการกระทำผิดร้ายแรงตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการศุลกากร โดยการตรวจสอบย้อนหลัง 3 ปี นับตั้งแต่วันยื่นขอ 2.4.5 สำหรับคุณสมบัติอื่นที่ไม่ได้กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งวิธีปฏิบัติหรือพิธีการศุลกากร ให้ปฏิบัติตามประกาศกรมศุลกากรที่ 87/2546 หรือประกาศกรมศุลกากรในส่วนที่เกี่ยวกับเขตปลอดอากรที่บังคับใช้

วันที่	เรื่อง
	ข้อ 3 ให้ผู้ขอจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บน เขตปลอดอากร รวมถึงการประกอบกิจการในเขตปลอดอากร ยื่นคำขอจัดตั้งตามแบบแนบท้ายประกาศกรมศุลกากรที่เกี่ยวข้อง พร้อมเอกสารประกอบที่สำนักสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร หรือสำนักงานศุลกากรภาคหรือด่านศุลกากรที่กำกับดูแลพื้นที่ ข้อ 4 ให้ผู้นำของเข้ายื่นคำขออนุมัติสูตรการผลิต รวมถึงการขอแก้ไขเพิ่มเติมสูตรการผลิตสำหรับคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภทโรงผลิตสินค้า ตามแบบแนบท้ายประกาศกรมศุลกากรที่ 35/2545 ต่อด่านศุลกากรที่กำกับดูแลพื้นที่
10 สิงหาคม 2558	ประกาศนโยบายส่งเสริมการลงทุน ที่ 8/2558²⁵ เรื่องการแก้ไขเพิ่มเติมนโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ตั้งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 16 และมาตรา 18 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงออกประกาศกำหนดหลักเกณฑ์การให้การส่งเสริมการลงทุนและเงื่อนไข ดังนี้ 1. ต้องมีเงินลงทุนขั้นต่ำของแต่ละโครงการไม่น้อยกว่า 500,000 บาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) 2. ต้องมีบุคคลธรรมดาสัญชาติไทยถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน 3. ต้องมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนไม่เกิน 3 ต่อ 1 4. อนุญาตให้นำเครื่องจักรใช้แล้วในประเทศไทยมาใช้ในโครงการที่ขอรับการส่งเสริมได้มีมูลค่าไม่เกิน 10 ล้านบาท โดยจะคำนวณราคาเครื่องจักรที่ใช้แล้วในประเทศ โดยใช้มูลค่าตามบัญชีและต้องลงทุนใหม่ในเครื่องจักรหลักเป็นสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าเครื่องจักรที่ใช้ในโครงการ 5. เมื่อรวมกิจการทั้งหมดทั้งที่ได้รับการส่งเสริมและไม่ได้รับการส่งเสริมแล้ว ผู้ขอรับการส่งเสริมต้องมีสินทรัพย์ถาวรสุทธิหรือเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่เกิน 200 ล้านบาท สิทธิประโยชน์ ให้ได้รับตามหลักเกณฑ์ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 4/2557 ลงวันที่ 18 ธันวาคม 2557 เรื่องนโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

²⁵ ประกาศนโยบายส่งเสริมการลงทุน ที่ 8/2558 เรื่องการแก้ไขเพิ่มเติมนโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

วันที่	เรื่อง
9 กันยายน 2558	พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร (ฉบับที่ 591) พ.ศ. 2558²⁶ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล บางกรณี อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 22 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2557 และมาตรา 3 (1) แห่งประมวลรัษฎากร ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 10) พ.ศ. 2496 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชกฤษฎีกาขึ้นไว้ดังต่อไปนี้ มาตรา 1 พระราชกฤษฎีกานี้เรียกว่า “พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร (ฉบับที่ 591) พ.ศ. 2558” มาตรา 2 พระราชกฤษฎีกานี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป มาตรา 3 ในพระราชกฤษฎีกานี้ “สินค้า” หมายความว่า ทรัพย์สินที่มีรูปร่างและไม่มีรูปร่างที่อาจมีราคาและถือเอาได้ที่มิใช่เพื่อขายเท่านั้น “บริการ” หมายความว่า การกระทำใดๆ อันอาจหาประโยชน์อันมีมูลค่าซึ่งมิใช่การผลิตสินค้าหรือการขายสินค้า “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ” หมายความว่า เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ พ.ศ. 2556 มาตรา 4 ให้ลดอัตราภาษีเงินได้ตาม (ก) ของ (2) สำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลของบัญชีอัตราภาษีเงินได้ท้ายหมวด 3 ในลักษณะ 2 แห่งประมวลรัษฎากร และคงจัดเก็บในอัตราร้อยละสิบของกำไรสุทธิ ให้แก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งมีสถานประกอบกิจการตั้งอยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ไม่ว่าจะมีส่วนงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ ที่ใด สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ หรือรายได้ที่เกิดจากการให้บริการและมีการใช้บริการนั้นในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นเวลาสิบรอบระยะเวลาบัญชีต่อเนื่องกัน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามวรรคหนึ่ง หากจดทะเบียนจัดตั้งนับแต่วันที่พระราชกฤษฎีกานี้ใช้บังคับ สถานประกอบกิจการที่ตั้งขึ้นในเขตพัฒนาเศรษฐกิจ

²⁶พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร (ฉบับที่ 591)พ.ศ. 2558

วันที่	เรื่อง
	พิเศษต้องเป็นอาคารถาวร แต่ถ้าจดทะเบียนก่อนวันที่พระราชกฤษฎีกานี้ใช้บังคับ สถานประกอบกิจการที่ตั้งขึ้นในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ต้องเป็นอาคารถาวรที่ขยายหรือเพิ่มเติมจากสถานประกอบกิจการที่มีอยู่เดิม มาตรา 5 การนับรอบระยะเวลาบัญชีตามมาตรา 4 ให้นับรอบระยะเวลาบัญชีดังต่อไปนี้ (1) กรณีที่รอบระยะเวลาบัญชีเริ่มในหรือหลังวันที่ได้จัดแจ้งขอใช้สิทธิประโยชน์ต่อกรมสรรพากรตามมาตรา 6 (1) ให้นับรอบระยะเวลาบัญชีนั้นเป็นรอบระยะเวลาบัญชีแรก (2) กรณีที่มีการจัดแจ้งขอใช้สิทธิประโยชน์ต่อกรมสรรพากรตามมาตรา 6 (1) ระหว่างรอบระยะเวลาบัญชีใด ให้นับรอบระยะเวลาบัญชีนั้นเป็นรอบระยะเวลาบัญชีแรก แม้ว่าจะมีระยเวลาน้อยกว่าสิบสองเดือนก็ตาม มาตรา 6 บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่จะได้รับสิทธิในการลดอัตราภาษีเงินได้ตามมาตรา 4 จะต้องมีความสมบัติดังต่อไปนี้ (1) ได้จัดแจ้งการขอใช้สิทธิการเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษก่อนหรือในปี พ.ศ. 2560 (2) ต้องไม่ใช่สิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน (3) ต้องไม่ใช่สิทธิลดอัตราภาษีเงินได้ตามมาตรา 6 แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตราและยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 530) พ.ศ. 2554 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตราและยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 583) พ.ศ. 2558 หรือยกเว้นภาษีเงินได้ตามมาตรา 7 แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตราและยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 530) พ.ศ. 2554 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตราและยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 564) พ.ศ. 2556 (4) ต้องจัดทำบัญชีแยกรายการสำหรับกิจการที่ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและกิจการที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (5) ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขอื่นที่อธิบดีประกาศกำหนด ในกรณีที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลขาดคุณสมบัติตามวรรคหนึ่งข้อหนึ่งข้อใดในรอบระยะเวลาบัญชีใด ให้การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีสิ้นสุดลงตั้งแต่นับรอบระยะเวลาบัญชีนั้น มาตรา 7 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังรักษาการตามพระราชกฤษฎีกานี้

วันที่	เรื่อง
8 ตุลาคม 2558	ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 4/2558²⁷ ผลการประชุม สรุปสาระสำคัญว่า ที่ประชุม กนพ. ได้พิจารณาผลการดำเนินงานของอนุกรรมการทั้ง 6 คณะ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีมติที่สำคัญในการขับเคลื่อนงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ในส่วนของอำเภอแม่สอด ดังนี้ - เห็นชอบการเพิ่มเติมประเภทกิจการเป้าหมายที่จะได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) นำเสนอคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (กกท.) พิจารณาและออกเป็นประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนต่อไป และให้จังหวัดที่มีเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้ง 10 จังหวัดให้ข้อมูลกับภาคส่วนในพื้นที่อย่างต่อเนื่องและประสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อสนับสนุนการลงทุน โดยประเภทกิจการเป้าหมายเพิ่มเติม ได้แก่ - กลุ่มที่ สกท. ให้การส่งเสริมอยู่ในปัจจุบัน 4 ประเภทกิจการ ได้แก่ (1) กิจการอบปซและไซโล (2) กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากผลพลอยได้หรือเศษวัสดุทางการเกษตร (3) กิจการผลิตโครงสร้างโลหะสำหรับงานก่อสร้างหรืองานอุตสาหกรรม (4) กิจการผลิตสิ่งพิมพ์ทั่วไป ทั้งนี้ จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี และได้ลดหย่อนภาษีร้อยละ 50 ในปี 9-13 - กลุ่มที่ สกท. ยกเลิกการส่งเสริมไปแล้ว แต่นำกลับมาให้สิทธิประโยชน์ 6 ประเภทกิจการ เฉพาะเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 10 พื้นที่ โดยมีเงื่อนไขให้ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนภายในเดือนมิถุนายน 2559 ได้แก่ (1) กิจการผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์ (2) กิจการผลิตวัสดุก่อสร้าง และกิจการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรงสำหรับงานสาธารณูปโภค (ยกเว้นการผลิตกระเบื้องมุงหลังคา และกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง) (3) กิจการผลิตสิ่งปรุงแต่งสำหรับประติณร่างกาย เช่น สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน (4) กิจการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับสินค้าอุปโภค (5) กิจการผลิตสิ่งของจากเยื่อหรือกระดาษ (6) กิจการพัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมและ/หรือคลังสินค้า ทั้งนี้ จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี - มอบหมายกระทรวงการคลัง กระทรวงมหาดไทย การนิคมอุตสาหกรรมและภาคเอกชนหารือร่วมกันเพื่อปรับปรุงข้อเสนออัตราค่าเช่าที่ดินราชพัสดุในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษให้เหมาะสม รวมทั้งพิจารณาแนวทางการให้เช่าที่ดินในระยะหลังจาก 50 ปีแรก - เห็นชอบให้กรมทางหลวงใช้ประโยชน์ที่ราชพัสดุในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากบางส่วน ประมาณ 225 ไร่ ในการก่อสร้างถนน 4 ช่องจราจร และการก่อสร้าง CIQ โดยให้กรมธนารักษ์ ดำเนินการตามระเบียบของกรมธนารักษ์ในเรื่องการให้หน่วยงานของรัฐใช้ประโยชน์ในที่ราชพัสดุ

²⁷ ผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 4/2558

วันที่	เรื่อง
	5. เห็นชอบในหลักการของร่างแผนบริหารจัดการชายแดนด้านความมั่นคง (ปี 2558-2564) ในพื้นที่ 31 จังหวัดทางบก และ 23 จังหวัดทางทะเล โดยกำหนดให้พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สระแก้ว ตราด มุกดาหาร สงขลา และหนองคาย เป็นพื้นที่เป้าหมายระยะที่ 1 โดยให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ ให้เพิ่มเรื่องโรคระบาดทั้งคนและสัตว์ การจัดระบบแรงงานไป-กลับตามฤดูกาลและรายปี การพัฒนาฝีมือแรงงานไทยและต่างด้าวบริเวณชายแดน โดยให้มีการประชุมหารือ ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีการบูรณาการ 7. เห็นชอบให้มีการยกระดับศักยภาพสหกรณ์การเกษตรให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นโดยเชื่อมโยงกับวิสาหกิจชุมชน และพิจารณาส่งเสริมการอำนวยความสะดวกการนำเข้าผลผลิตสินค้าเกษตรจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะจากเกษตรกรรายย่อยเพื่อลดปัญหาการลักลอบนำเข้า นอกจากนี้ ที่ประชุม กนพ. มีมติรับทราบในเรื่องที่สำคัญ ได้แก่ มติคณะรัฐมนตรีเรื่องนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ ผลการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงาน การสาธารณสุข และความมั่นคง ผลการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระดับพื้นที่ ผลการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ความก้าวหน้าการดำเนินงานเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และแผนบูรณาการงบประมาณเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
29 ตุลาคม 2558	ประกาศอธิบดีกรมสรรพากรเกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ 262)²⁸ เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการลดอัตราภาษีเงินได้ ของบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 6 (5) แห่งพระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตราภาษีเงินได้ (ฉบับที่ 591) พ.ศ. 2558 อธิบดีกรมสรรพากรกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการลดอัตราภาษีเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังต่อไปนี้ ข้อ 1 ในประกาศนี้ “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ” หมายความว่า เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ พ.ศ. ๒๕๕๖ ซึ่งได้ประกาศกำหนดพื้นที่โดยประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ 1/2558 เรื่อง กำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ลงวันที่ 19 มกราคม พุทธศักราช 2558 และประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่ 2/2558 เรื่อง กำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ระยะที่ 2 ลงวันที่ 24 เมษายน พุทธศักราช 2558

²⁸ ประกาศอธิบดีกรมสรรพากรเกี่ยวกับภาษีเงินได้ (ฉบับที่ 262) เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการลดอัตราภาษีเงินได้ ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

วันที่	เรื่อง
	“รายได้จากการผลิตสินค้า” หมายความว่า (1) รายได้จากการผลิตสินค้าตามประเภทที่อ้างอิงจากสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยประเภทเป็นสินค้านำเข้าซึ่งจัดทำโดยกระทรวงพาณิชย์เพื่อทดแทนการนำเข้า (2) รายได้จากการผลิตสินค้าที่มีการส่งออกไม่น้อยกว่าอัตราร้อยละ 50 ของการผลิตทั้งหมด (3) รายได้จากการผลิตสินค้าที่มีแนวโน้มจะสูญเสียการแข่งขันตามที่ระบุในแผนธุรกิจซึ่งได้ยื่นต่ออธิบดีกรมสรรพากร “รายได้จากการให้บริการ” หมายความว่า รายได้ที่เกิดจากการให้บริการและได้มีการให้บริการนั้นในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเท่านั้น “รายได้จากกิจการอื่น” หมายความว่า รายได้ของกิจการซึ่งไม่ใช่รายได้ที่ได้รับการลดอัตราภาษีเงินได้ตามมาตรา 4 แห่งพระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร (ฉบับที่ 591) พ.ศ. 2558 ข้อ 2 ให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ประสงค์จะใช้สิทธิตามมาตรา 4 แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร (ฉบับที่ 591) พ.ศ. 2558 แจ้งการขอใช้สิทธิต่ออธิบดีกรมสรรพากร ตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2558 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2560 ตามแบบที่แนบท้ายประกาศนี้ โดยให้ยื่น ณ สำนักบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่ กรมสรรพากร ในกรณีบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่ หรือยื่น ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีสถานประกอบกิจการซึ่งเป็นสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ข้อ 3 ให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามข้อ 2 ยื่นแผนธุรกิจเพื่อประกอบการพิจารณาดังต่อไปนี้พร้อมแบบแจ้งการใช้สิทธิต่ออธิบดีกรมสรรพากร แผนธุรกิจต้องมีรายละเอียดอย่างน้อยดังต่อไปนี้ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ และเลขประจำตัวนิติบุคคลของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล (2) รายละเอียดธุรกิจที่ขอจดทะเบียนการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ประกอบด้วย (ก) ประเภทกิจการการผลิต ได้แก่ การผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า การผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกเป็นหลัก หรือการผลิตสินค้าที่มีแนวโน้มจะสูญเสียการแข่งขัน (ข) ประเภทสินค้าที่ผลิต ทั้งนี้หากเป็นการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกเป็นหลักให้ระบุสัดส่วนการผลิตเพื่อการส่งออกในแผนธุรกิจด้วย (ค) รายละเอียดอื่นๆ (ถ้ามี) (3) วิสัยทัศน์และเป้าหมายธุรกิจในระยะยาว (4) แผนการดำเนินงานปัจจุบัน

วันที่	เรื่อง
	(5) แผนการจัดหาเงินทุน (6) ประมาณการรายได้ และรายจ่ายจากการประกอบกิจการ ข้อ 4 การคำนวณกำไรสุทธิและขาดทุนสุทธิของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในมาตรา 65 มาตรา 65 ทวิ และมาตรา 65 ตริ แห่งประมวลรัษฎากร กรณีบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมีรายได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการลดอัตราภาษีเงินได้และรายได้จากกิจการอื่น ให้คำนวณกำไรสุทธิ และขาดทุนสุทธิของแต่ละกิจการแยกต่างหากจากกัน หากรายจ่ายใดไม่สามารถแยกกันได้โดยชัดแจ้งว่าส่วนใดเป็นรายจ่ายของกิจการใด ให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลเฉลี่ยรายจ่ายดังกล่าวตามส่วนของรายได้แล้วให้ยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและใช้เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากรเดียวกัน โดยให้แยกกระดาดำทำการซึ่งแสดงรายละเอียดการคำนวณกำไรขาดทุนของแต่ละกิจการออกจากกัน ข้อ 5 กรณีบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษและกิจการอื่น มีรายได้จากกิจการที่ได้รับการลดอัตราภาษีเงินได้และรายได้จากกิจการอื่น หากมีผลขาดทุนสุทธิสำหรับกิจการใด ให้คงผลขาดทุนสุทธิดังกล่าวไว้สำหรับกิจการนั้นเท่านั้น ข้อ 6 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป
15 ธันวาคม 2558	ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 11/2558²⁹ เรื่อง มาตรการพิเศษเพื่อเร่งรัดการลงทุน ข้อ 1 กำหนดให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติมสำหรับประเภทกิจการที่อยู่ในข่ายได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามมาตรา 31 ที่ตั้งสถานประกอบการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษและพื้นที่ทั่วไป ดังต่อไปนี้ 1.1 กรณีมีการลงทุนจริงนับตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 จนถึง 30 มิถุนายน 2559 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของเงินลงทุนที่ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติมอีก 4 ปีแต่รวมแล้วไม่เกิน 8 ปีและได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 อีก 5 ปี 1.2 กรณีมีการลงทุนจริงนับตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 จนถึง 30 มิถุนายน 2559 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของเงินลงทุนที่ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติมอีก 3 ปีแต่รวมแล้วไม่เกิน 8 ปีและได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 อีก 5 ปี

²⁹ ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 11/2558เรื่อง มาตรการพิเศษเพื่อเร่งรัดการลงทุน

วันที่	เรื่อง						
	1.3 กรณีมีการลงทุนจริงนับตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 จนถึง 31 ธันวาคม 2559 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของเงินลงทุนที่ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติมอีก 2 ปีแต่รวมแล้วไม่เกิน 8 ปีและได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 อีก 5 ปี 1.4 กรณีมีการลงทุนจริงนับตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 จนถึง 31 ธันวาคม 2559 น้อยกว่าร้อยละ 50 ของเงินลงทุนที่ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน (1) กรณีตั้งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มอีก 2 ปี แต่รวมไม่เกิน 8 ปี (2) กรณีตั้งในสถานประกอบการในพื้นที่ทั่วไป ให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มอีก 1 ปี แต่รวมไม่เกิน 8 ปี ข้อ 2 จะต้องเริ่มการผลิตหรือการให้บริการ และมีรายได้ภายในปี 2560 ข้อ 3 มาตรการนี้ใช้บังคับกับคำขอรับการส่งเสริมที่ยื่นตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2559 และต้องไม่มีรายได้ก่อนวันที่ 16 พฤศจิกายน 2558						
15 ธันวาคม 2558	ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 18/2558³⁰ เรื่อง แก้ไขเพิ่มเติมกิจการเป้าหมายในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก ข้อ 1 ให้เพิ่มเติมกิจการเป้าหมายในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดหนองคายในหมวดต่างๆ ดังต่อไปนี้ หมวด 1 เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร <table><tr><td>ประเภทกิจการ</td></tr><tr><td>1.4 กิจการอบพืชและไซโล</td></tr><tr><td>1.15 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากผลพลอยได้หรือเศษวัสดุทางการเกษตร</td></tr><tr><td>1.21 กิจการผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์</td></tr></table> หมวด 2 แร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน <table><tr><td>ประเภทกิจการ</td></tr><tr><td>2.17 กิจการผลิตวัสดุก่อสร้างและกิจการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรงสำหรับงานสาธารณูปโภค (ยกเว้นการผลิตกระเบื้องมุงหลังคาเซรามิกส์และการผลิตกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง)</td></tr></table>	ประเภทกิจการ	1.4 กิจการอบพืชและไซโล	1.15 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากผลพลอยได้หรือเศษวัสดุทางการเกษตร	1.21 กิจการผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์	ประเภทกิจการ	2.17 กิจการผลิตวัสดุก่อสร้างและกิจการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรงสำหรับงานสาธารณูปโภค (ยกเว้นการผลิตกระเบื้องมุงหลังคาเซรามิกส์และการผลิตกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง)
ประเภทกิจการ							
1.4 กิจการอบพืชและไซโล							
1.15 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์จากผลพลอยได้หรือเศษวัสดุทางการเกษตร							
1.21 กิจการผลิตอาหารสัตว์หรือส่วนผสมอาหารสัตว์							
ประเภทกิจการ							
2.17 กิจการผลิตวัสดุก่อสร้างและกิจการผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตอัดแรงสำหรับงานสาธารณูปโภค (ยกเว้นการผลิตกระเบื้องมุงหลังคาเซรามิกส์และการผลิตกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง)							

³⁰ ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 18/2558 เรื่อง แก้ไขเพิ่มเติมกิจการเป้าหมายในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตาก

วันที่	เรื่อง
	หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง
	ประเภทกิจการ
	4.14 กิจการผลิตโครงสร้างโลหะสำหรับงานก่อสร้างหรืองานอุตสาหกรรม (Fabrication Industry)
	หมวด 6 เคมีภัณฑ์ พลาสติก และกระดาษ
	ประเภทกิจการ
	6.14.2 กิจการผลิตสิ่งพิมพ์ทั่วไป
	6.15 กิจการผลิตสิ่งปรุงแต่งสำหรับประติมากรรมร่างกาย เช่น สบู่ ยาสีฟัน (ยกล้วน เครื่องสำอาง)
	6.16 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับสินค้าอุปโภค เช่น บรรจุภัณฑ์พลาสติก
	6.17 กิจการผลิตสิ่งของจากเยื่อ หรือกระดาษ เช่น กล่องกระดาษ
	หมวด 7 กิจการบริการและสาธารณูปโภค
	ประเภทกิจการ
	7.24 กิจการพัฒนาอาคารสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมและ/หรือคลังสินค้า
	ข้อ 2 สิทธิและประโยชน์ที่ได้รับตามหลักเกณฑ์ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 4/2557 ลงวันที่ 18 ธันวาคม 2557 เรื่องนโยบายส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
	ข้อ 3 ต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนภายในวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2560

3.4.2 การพัฒนาพื้นที่ชายแดนฝั่งเมียนมา

3.4.2.1 การพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเมียวดีปัจจุบัน

เมืองเมียวดีอยู่ในเขตการปกครองของรัฐคะยิ่นหรือกะเหรี่ยงมีเส้นทางสายหลักเชื่อมต่อไปยังเมืองผาอันและเมะละแหม้งรวมถึงอำเภอแม่สอดจังหวัดตากซึ่งการขนส่งสินค้าต่างๆ ต้องอาศัยเส้นทางนี้เมืองเมียวดีมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจในรูปแบบของระบบสังคมนิยมซึ่งมีความสำคัญต่อเมียนมาในฐานะเมืองการค้าชายแดนทางตะวันออกของเมียนมาเมียวดีเป็นประตูด่านแรกสำหรับการค้าก่อนจะกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ สินค้าที่สำคัญได้แก่ เครื่องอุปโภคบริโภคเมืองเมียวดีมีความเหมาะสมสำหรับนักลงทุนไทยเพราะพื้นที่ติดกับชายแดนประเทศไทยสามารถเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมต่างๆ ได้เช่นสิ่งทอเสื้อผ้าสำเร็จรูปการแปรรูปสินค้าเกษตรการผลิตสินค้าอุปโภค-บริโภคเครื่องจักรกลการเกษตรและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น³¹

³¹โครงการศึกษาข้อมูลการวิเคราะห์เชิงลึกอุตสาหกรรมและพื้นที่เป้าหมายของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา: เมืองเมียวดี สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2557)

เมืองเมียวดีเป็นเมืองชายแดนที่มีความสำคัญต่อการกระจายสินค้าไปยังเมืองอื่นๆในเมียนมาเปรียบเสมือนเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญที่จะขนส่งสินค้าจากประเทศไทยและลำเลียงส่งต่อไปยังย่างกุ้งและมัณฑะเลย์เพื่อที่จะกระจายสินค้าต่อไปยังภูมิภาคต่างๆซึ่งการค้าชายแดนระหว่างไทย - เมียนมาจะมีสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมาเป็นเส้นทางเชื่อมโยงการค้าระหว่างไทยกับสหภาพเมียนมาตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านริมเมยตำบลท่าสายลวดอำเภอแม่สอดจังหวัดตากสุดทางหลวงหมายเลข 105 (สายตาก- แม่สอด) เป็นสะพานที่มีความยาว 420 เมตรกว้าง 13 เมตรสร้างเพื่อเชื่อมถนนสายเอเชียจากประเทศไทยสู่เมียนมาเปรียบเสมือนเป็นประตูสู่อินโดจีนและอันดามันตลอดจนภูมิภาคเอเชียใต้

- เขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone)

รัฐบาลเมียนมาให้สัมปทานการพัฒนาพื้นที่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษเมียวดีขนาด 466 เอเคอร์หรือประมาณ 1,165 ไร่ซึ่งรัฐบาลเมียนมาให้สัมปทานแก่เอกชน 5 บริษัทเป็นระยะเวลา 30 ปีได้แก่ Asia Wealth Ltd, Eden Construction Ltd, Ngwe Sin Construction Ltd, Shwe Nagar Min Construction Ltd, และ Lah Construction Ltd เพื่อก่อสร้างคลังสินค้าอาคารพาณิชย์โรงแรมและที่พักอาศัยเพื่อรองรับการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยวภายในเขตการค้าดังกล่าวมีการให้บริการแบบ One Stop Service โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้บริการได้แก่ Department of Commerce and Consumer Affairs, Customs Department, Department of Internal Revenue, Myanmar Economic Bank, Department of Immigration และ Myanmar Police Force รวมทั้งมีการนำระบบ Border Trade Online System (BTOS) มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเข้า - ส่งออกสินค้านี้ระหว่างไทยกับเมียนมาซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

ภายในเขตการค้าเมียวดีพื้นที่เป็น 2 บริเวณได้แก่

- 1) **บริเวณฝั่งสินค้าส่งออก (Export Zone)**ซึ่งอยู่ในฝั่งเดียวกับช่องทางเดินรถขาออกที่มุ่งไปชายแดนฝั่งไทยเนื่องจากมีสินค้าเข้าจำนวนมากดังนั้นรถบรรทุกสินค้านำเข้าจึงมักต้องเข้ามาจอดในเขตสินค้าส่งออกปัจจุบันมีนักธุรกิจไทยบางส่วนได้เข้ามาเช่าอาคารคลังสินค้าเพื่อเก็บสต็อกสินค้าเพื่อส่งต่อไปยังเมืองมะละแหม่ง ผาอันและย่างกุ้ง
- 2) **บริเวณฝั่งสินค้านำเข้า (Import Zone)**ซึ่งอยู่ในฝั่งเดียวกับช่องทางเดินรถขาเข้าจากชายแดนที่มุ่งหน้าไปทางเมืองกอกะเร็กมีเจ้าหน้าที่ให้บริการจัดเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากประเทศไทย ณ จุดตรวจเช็คโดยในการขนส่งสินค้าจำเป็นต้องมีการขอใบอนุญาตมี 3 รูปแบบได้แก่
 - Border trade license ใช้กับการค้าชายแดน
 - Import/Export license ใช้ในการนำเข้าและส่งออก
 - Naypyidaw license ใช้ในกรณีที่มีการขนส่งสินค้าที่มีมูลค่าสูงกว่าสองแสนบาท

- เขตอุตสาหกรรมเมียวดี (Myawaddy Industrial Zone)

เขตอุตสาหกรรมเมียวดีตั้งอยู่บนถนนเมียวดี - กอกะเร็กห่างจากด่านชายแดนเมียวดี-แม่สอด 11 กิโลเมตรเป็นการลงทุนร่วมกันของรัฐมนตรีรัฐกะเหรี่ยงบริษัท Mother Construction จำกัดและบริษัทจากย่างกุ้งการพัฒนาแบ่งออกเป็น 2 ระยะดังนี้

- 1) ระยะแรกมีพื้นที่ขนาด 349 ไร่เริ่มก่อสร้างตั้งแต่เดือนเมษายนพ.ศ. 2556 ในระยะแรกผู้พัฒนาโครงการคาดว่าจะอุตสาหกรรมเช่น อุตสาหกรรมเย็บผ้าเครื่องตัดอัญมณีน่าจะเข้ามาลงทุน
- 2) ระยะที่ 2 ขนาดพื้นที่ประมาณ 149 ไร่จะพัฒนาในภายหลังโดยระยะที่ 2 จะเป็นการพัฒนาที่พักอาศัยโรงพยาบาลและโรงเรียนซึ่งเมื่อรวมพื้นที่ทั้งสองระยะเข้ากับพื้นที่ถนนและสำนักงาน ส่วนกลางโครงการมีเนื้อที่ประมาณ 786 ไร่สำหรับไฟฟ้าที่ใช้ในโครงการจะใช้ไฟฟ้าจากอำเภอแม่สอด

รัฐบาลเมียนมาเริ่มเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนของเมืองชายแดน มีบทบาทในการสนับสนุน และส่งเสริมการค้า การลงทุนในพื้นที่มากขึ้น โดยหอการค้าจังหวัดเมียวดีตั้งขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ. 2534 ปัจจุบันมีสมาชิก 2,000 ราย เป็นผู้ประกอบการทุกแขนงที่มีการรวมตัวกัน แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ซิปป์ และสินค้าอุปโภคบริโภค โดยขณะนี้ได้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการจับคู่ผู้ประกอบการในเมียนมาและต่างประเทศให้มาร่วมทำการค้ากัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเข้ามาลงทุนในประเทศเมียนมา ทั้งนี้ รัฐบาลเมียนมาได้มีการปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเดินทางยกระดับเมืองเมียวดีซึ่งเป็นหัวเมืองชายแดน พร้อมนำระบบ One Stop Service ด้านศุลกากรมาใช้ในเขตการค้าเมียวดี เพื่อสนับสนุนการค้าการลงทุนในด้านอุตสาหกรรมซึ่งได้กล่าวในข้างต้นแล้วว่าในเมียวดีได้มีการจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมเมียวดี (Myawaddy Industrial Zone) ซึ่งมีพื้นที่รวมใน 2 ระยะของการพัฒนา อยู่ที่ประมาณ 500 ไร่ จะเป็นพื้นที่หนึ่งที่จะรองรับการลงทุนในเมียวดี โดยพร้อมที่จะรองรับการลงทุนในอุตสาหกรรมเกษตรอุตสาหกรรมแปรรูป และอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น โดยในการลงทุนในสาขาธุรกิจต่างๆ จะต้องผ่านการอนุมัติโครงการลงทุนจากคณะกรรมการการลงทุนเมียนมา (Myanmar Investment Commission: MIC)³²

อย่างไรก็ตาม ตามคำสั่งหมายเลข 1/2013 ว่าด้วยกฎระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนจากต่างประเทศ ปีพ.ศ. 2556 (Foreign Investment Rules 2013) ได้กำหนดรายละเอียดกิจกรรมทางเศรษฐกิจสาขาต่างๆ ที่ไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาติดำเนินการในเมียนมา ทั้งสิ้น 21 สาขา ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติ กิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขอนามัยของประชาชนรวมถึงสาขาที่เป็นผลประโยชน์หลักของชาติดังรายการต่อไปนี้

- (1) การผลิตและกิจการที่เกี่ยวข้องกับอาวุธหรือระเบิดที่จะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ
- (2) กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทำลายลุ่มน้ำป่าต้นน้ำ สถานที่ทางศาสนา ความเชื่อ พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เลี้ยงสัตว์ และทรัพยากรน้ำ
- (3) การผลิตและการเกษตรที่ขัดแย้งต่อกฎหมายปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ และกฎหมายเกษตรกรรมอื่นๆ ที่ประกาศเป็นครั้งคราว
- (4) การตั้งโรงงานนำเข้าของเสียหรือของเหลือใช้มาใช้ในกระบวนการผลิต
- (5) การผลิตเคมีที่ทำลายชั้นบรรยากาศ 34 ชนิด ภายใต้อนุสัญญากรุงเวียนนาและพิธีสารมอนทรีออลว่าด้วยการป้องกันชั้นบรรยากาศโอโซน (Vienna Convention and Montreal Protocol to Ozone Protection)

³² ข้อมูลการวิเคราะห์เชิงลึกอุตสาหกรรมและพื้นที่เป้าหมายของสหภาพเมียนมา: เมืองเมียวดี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2557)

- (6) การผลิตสารประกอบอินทรีย์ (Organic Compound) 21 ชนิด ที่ต้องห้ามตามอนุสัญญาสตอกโฮล์มว่าด้วยเรื่องการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมจากสารมลพิษที่ตกค้างยาวนาน (Stockholm Convention on Persistent Organic Pollutants: POPs)
- (7) การผลิตวัตถุอันตรายที่ขัดแย้งกับกฎหมายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและกฎระเบียบที่ประกาศเป็นครั้งคราว
- (8) การบริหารจัดการป่าไม้ธรรมชาติ
- (9) การสำรวจ ขุดเจาะ และการผลิตหยกและอัญมณี
- (10) กิจกรรมเหมืองแร่ที่เป็นกิจการขนาดเล็กหรือขนาดกลาง
- (11) การผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนประกอบของ Asbestos
- (12) การบริหารจัดการระบบไฟฟ้า
- (13) การซื้อขายไฟฟ้า
- (14) บริการการตรวจสอบที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า
- (15) การใช้และการนำเข้า Methyl Tertiary Butyl Ether (MTBE), Tetra Ethyl Lead (TEL) ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
- (16) กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ปล่อยสารเคมี รังสีเสียงดัง ฝุ่น และอื่นๆ ที่เป็นอันตราย และก่อให้เกิดมลภาวะทางน้ำ ทางอากาศ ที่จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพ
- (17) การขุดเจาะแร่ธาตุรวมทั้งทองในบริเวณทางน้ำไหลผ่าน
- (18) บริการที่เกี่ยวข้องกับการนำร่องทางอากาศ (Air Navigation Services)
- (19) บริการที่เกี่ยวข้องกับการเดินเรือทางทะเล (Pilotage Services)
- (20) กิจกรรมการพิมพ์และธุรกิจสื่อกระจายเสียง
- (21) กิจกรรมการพิมพ์นิตยสารหรือวารสารที่ออกตามกำหนดเวลาที่ใช้ภาษาของชนกลุ่มน้อยและภาษาเมียนมา

ในส่วนของสิทธิประโยชน์ในการลงทุนในเขตอุตสาหกรรมสำหรับโครงการที่ได้รับอนุมัติโครงการลงทุนแล้ว (MIC Permit) ได้ระบุไว้ในกฎหมายว่าด้วยการลงทุนจากต่างชาติ (Foreign Investment Law 2012) สรุปได้ดังนี้

- 1) สิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้
 - 1.1) การลงทุนจากต่างประเทศจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ติดต่อกันเป็นเวลา 5 ปีนับจากปีที่เริ่มดำเนินการ
 - 1.2) ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้จากกำไรสะสมที่นำกลับมาลงทุนใหม่อีกครั้งภายในระยะเวลา 1 ปีหลังจากที่มีกำไรเกิดขึ้น
- 2) สิทธิประโยชน์ในการลงทุนเพื่อการส่งออก
 - 2.1) ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้สูงสุดร้อยละ 50 ของกำไรจากการส่งออก
 - 2.2) การผลิตเพื่อการส่งออกจะได้รับการยกเว้นภาษีการค้า (Commercial Tax)
- 3) สิทธิประโยชน์ด้านภาษีศุลกากร
 - 3.1) ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัสดุ (Materials) เพื่อใช้ในการก่อสร้างในช่วงระยะเวลาการก่อสร้างโครงการ
 - 3.2) ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ (Raw Materials) เป็นระยะเวลา 3 ปีในการผลิตเชิงพาณิชย์ นับจากปีที่เริ่มดำเนินการ

- 3.3) ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ (Machinery and Equipments) เป็นระยะเวลา 5 ปีนับจากปีที่เริ่มดำเนินการ
- 4) สิทธิประโยชน์ในการหักลดหย่อนภาษี
 - 4.1) ในกรณีที่บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการท ารวิจัยและพัฒนา (Research & Development) สามารถนำค่าใช้จ่ายดังกล่าวมาใช้ในการหักลดหย่อนภาษีได้
 - 4.2) ได้สิทธิในการหักลดหย่อนภาษีจากค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์
- 5) สิทธิประโยชน์ในการเช่าที่ดินนักลงทุนต่างชาติไม่มีสิทธิในการถือครองที่ดิน แต่สามารถเช่าที่ดินจากรัฐบาลและเอกชนชาวเมียนมาได้ โดยมีระยะเวลาการเช่าสูงสุด 50 ปี ขึ้นอยู่กับประเภทและขนาดของการลงทุน และสามารถต่อสัญญาได้ครั้งละ 10 ปีจำนวน 2 ครั้ง รวมระยะเวลาเช่าซื้อที่ดินได้นานที่สุดถึง 70 ปี
- 6) การให้หลักประกัน
 - 6.1) รัฐบาลเมียนมารับประกันว่าจะไม่ระงับการทำธุรกิจที่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนก่อนครบกำหนดตามระยะเวลาที่ได้รับอนุญาต โดยปราศจากเหตุผลที่เพียงพอ
 - 6.2) เมื่อครบกำหนดระยะเวลาของสัญญา รัฐบาลเมียนมารับประกันว่า นักลงทุนที่ลงทุนด้วยเงินทุนต่างประเทศจะมีสิทธิในการเบิกจ่ายเงินทุนนั้นตามประเภทของเงินตราต่างประเทศที่ได้ลงทุนไว้
- 7) สิทธิในการชำระภาษีเงินได้ของแรงงานชาวต่างชาติสิทธิในการชำระภาษีเงินได้สำหรับแรงงานชาวต่างชาติในอัตราเดียวกับผู้ปฏิบัติงานสัญชาติเมียนมา

3.4.2.2 แนวความคิดการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในอนาคต

จากปัญหาด้านจ้างงานของเมียนมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาการว่างงานในเมียนมาจึงได้เกิดโครงการศึกษา “The Study on the Myawaddy – Hpa-an SEZ PPP Project in the Union of Myanmar” ศึกษาโดย the Japan Development Institute Ltd. และ NIPPON STEEL & SUMIKIN BUSSAN CORPORATION โดยศึกษาข้อมูลปัจจุบันของเขตอุตสาหกรรมเมียวะดี (Myawaddy Industrial Zone) และ เขตอุตสาหกรรมหะอัน (Hpa-an Industrial Zone) ในรัฐกะเหรี่ยง เพื่อหาเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาลงทุนโดยการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมให้ได้มาตรฐานสากล โดยมีรายละเอียดของโครงการศึกษาดังนี้

(1) ที่มาและความจำเป็นของโครงการ

ก. ประเทศเมียนมา

ในขณะนี้ประเทศเมียนมากลายเป็นประเทศที่ดึงดูดความสนใจของทั่วโลกเป็นอย่างมากโดยเฉพาะเรื่องของการพัฒนาเศรษฐกิจการเปิดเสรีและเรื่องของการระบบการปกครองที่มีการปรับให้เป็นประชาธิปไตย นับได้ว่าเป็นประเทศสุดท้ายของอาเซียน ซึ่งตลอด 50 ปีที่ผ่านมาเมียนมาต้องประสบปัญหา เรื่องการกีดกันการค้า (Sanction) และเรื่องความแตกต่างทางความคิดอย่างมากซึ่งการกีดกันทางการค้า จากประเทศฝั่งตะวันตกนั้น ยังส่งผลกระทบต่อ การเข้ามาลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) อีกด้วยการว่างงานและความยากจนกลายเป็นปัญหาใหญ่ของเมียนมาซึ่งทางรัฐบาลเมียนมาได้พยายามที่เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศแต่ก็ยากที่จะพัฒนาเนื่องจากยังขาดแหล่งจ่ายไฟฟ้าซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่จะใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศทั้งนี้ เรื่องของการพัฒนาแหล่งจ่ายไฟฟ้าของประเทศเมียนมานั้นจึงเป็นเรื่องที่เร่งด่วนที่สุดของเมียนมา

ข. ประเทศไทย

การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามการกำหนดอัตราค่าแรงขั้นต่ำของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นเป็น 300 บาท/วัน ส่งผลที่ตามมาคือความพยายามที่จะลดต้นทุนการผลิตโดยการถ่ายโอนงานที่ใช้แรงงานเข้มข้น (Labor-intensive) ไปยังประเทศเพื่อนบ้านเพื่อใช้ประโยชน์จากค่าแรงที่ต่ำกว่าประเทศไทย ขณะนี้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ของไทยมีการพิจารณากำหนดนโยบายที่จะส่งเสริมให้มีการถ่ายโอนของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นไปยังประเทศเพื่อนบ้านผ่านนโยบายการส่งเสริมการลงทุนใหม่ที่จะประกาศใช้ในปีพ.ศ. 2558

ค. ความจำเป็น

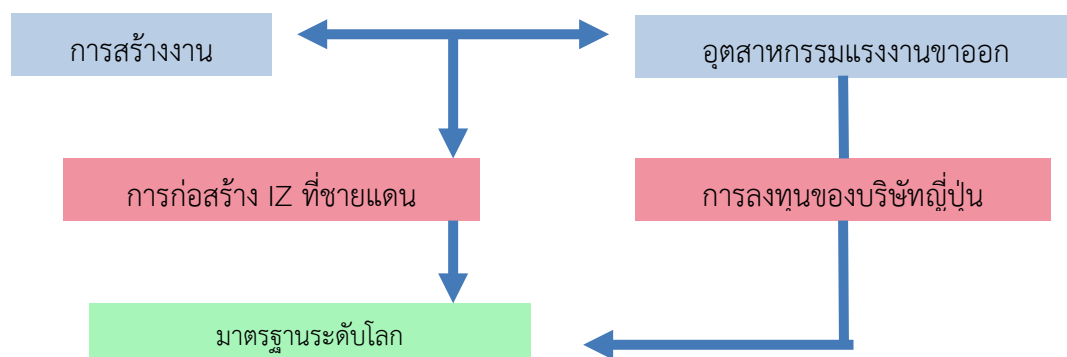
- การก่อสร้างเขตอุตสาหกรรม (IZ) ที่ชายแดนกับประเทศไทย ได้มีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการตัดสินใจทางนโยบายการเมืองในฝั่งประเทศไทย ที่รัฐกะเหรี่ยงจัดทำเขตพื้นที่ชายแดนร่วมกันกับประเทศไทย ซึ่งได้ตัดสินใจที่จะสร้างเขตอุตสาหกรรม ในเขตชายแดนเมียวดี เพื่อที่จะสร้างการจ้างงานในท้องถิ่นและสอดคล้องกับ ความต้องการของเพื่อนบ้านและประเทศไทย
- การนำมาตรฐานสากลเพื่อดึงดูดการลงทุนจากญี่ปุ่น แผนพัฒนาฉบับของรัฐบาลกะเหรี่ยงที่วางแผนสำหรับการก่อสร้างเขตอุตสาหกรรมนั้นยังไม่เพียงพอที่จะดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากชาวต่างชาติได้ เนื่องจากยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบบำบัดน้ำทิ้ง และรวมถึงระบบกำจัดขยะมูลฝอย ซึ่งโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเขตอุตสาหกรรม ระหว่างเมียวดีและพะออัน ซึ่งสำหรับการพัฒนาเขตก่อสร้างอุตสาหกรรมเมียวดีนี้ นักพัฒนาญี่ปุ่นยังพยายามที่จะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเขตอุตสาหกรรมนี้ด้วย

เมียนมา

- ยังไม่ได้พัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ
- ปัญหาการขาดแคลนการจ้างงาน
- ปัญหาของแรงงานข้ามชาติที่ผิดกฎหมาย
- ปัญหาการขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน

ประเทศไทย

- ค่าจ้างขั้นต่ำรายวัน 300 บาท
- การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายสำหรับอุตสาหกรรมแรงงาน
- การเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุนที่คณะกรรมการของการลงทุน (BOI)



ภาพที่ 3-2 พื้นฐานของโครงการเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

ที่มา: โครงการศึกษา “The Study on the Myawaddy – Hpa-an SEZ PPP Project in the Union of Myanmar”

(2) ข้อมูลทั่วไป

ก. วัตถุประสงค์ของโครงการนี้

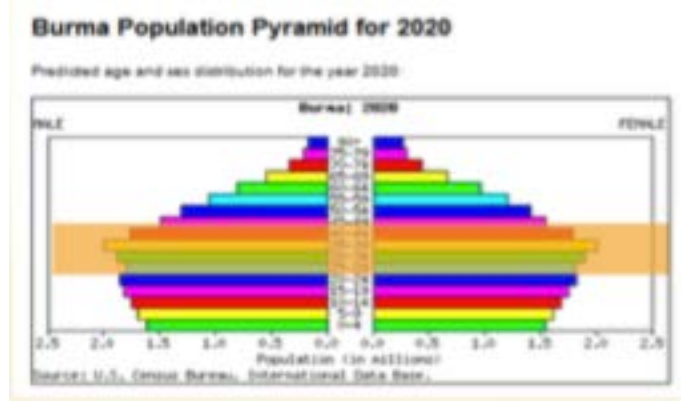
โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงานในประเทศเมียนมาโดยการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเมียวดี พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐานสากล โดยมีการจะเชิญการลงทุนโดยตรงในประเทศ (DDI) และยังการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) เขตอุตสาหกรรมพองันได้ดำเนินงาน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานสากล

ข. แผนพัฒนาโครงการระยะยาวที่ครบวงจร"งานแผนพัฒนาสร้างแรงงานในรัฐกะเหรี่ยง จำนวน 100,000 คน (ในปี 2030)"

แผนการพัฒนาความการแข่งขัน : แผนพัฒนาการสร้างงานของรัฐกะเหรี่ยง จำนวน 100,000 คน (2030)

การสร้างงาน

เมียวดี: 200คน ต่อ เฮกเตอร์-> 100,000คนต่อ 500 เฮกเตอร์



การจ้างงานเพิ่มขึ้น

เป็น 100,000 คน

การฝึกการเป็นผู้บริหารให้

คนรุ่นใหม่

การสร้างชนชั้นกลาง

ที่มา: ทีมผู้ศึกษา

ภาพที่ 3-3 แผนพัฒนาการสร้างงานของรัฐ กะเหรี่ยง

ในแผนพัฒนาโครงการระยะยาวนี้ได้มุ่งมั่นที่จะพัฒนาการสร้างงานให้กับ 100,000 คนในรัฐกะเหรี่ยง ซึ่งตามข้อมูลที่มีอยู่ในประเทศไทย จำนวนเฉลี่ยของพนักงานในโรงงานที่ใช้แรงงานในเขตอุตสาหกรรม 200 คน/เฮกเตอร์ จำนวนที่ดินประมาณ 500 เฮกเตอร์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรองรับการสร้างงานที่เพิ่มขึ้น 100,000 งานในเขตอุตสาหกรรม

ขนาดของโครงการนี้จะสามารถตอบสนองความต้องการของเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสร้างงาน 100,000 คนในรัฐกะเหรี่ยงในระยะยาว โดยโครงการนี้ยังวางแผนที่จะก่อให้เกิดชนชั้นกลางขึ้น รวมถึงการฝึกอบรมคนรุ่นใหม่ให้มีความเหมาะสมที่จะเป็นผู้บริหารในอนาคต โดยถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่จำเป็นของวัตถุประสงค์ระยะยาวของโครงการนี้ในประเทศเมียนมา

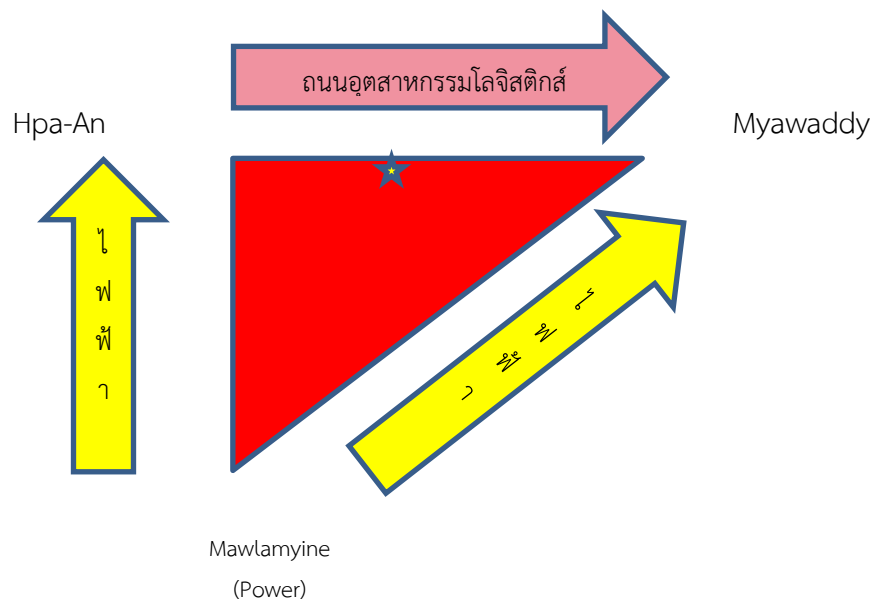
ทั้งนี้งานศึกษาดังกล่าว ยังได้พิจารณาประเภทอุตสาหกรรมที่คาดว่าจะมีในเขตอุตสาหกรรมเมียวดีได้แก่

- เครื่องนุ่งห่ม
- แปรรูปอาหาร

- อาหารกระป๋อง (เนื้อสัตว์และปลา)
- ปุ๋ยเคมี
- โรงงานไม้แปรรูป
- โรงงานยาง
- โรงงานการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์
- โรงงานผลิตแบตเตอรี่
- โรงงานผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

โดยทุกอุตสาหกรรมโครงการวางแผนจะมีการก่อสร้างและเปิดทำการใน Phase 1 ยกเว้น โรงงานผลิตแบตเตอรี่และโรงงานผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จะมีการพัฒนาใน Phase 2

ค. แผนระยะกลางของโครงการการพัฒนา (2025)



ภาพที่ 3-4 หลักการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ Myawady-Hpa an- Mawlamyine

ตารางที่ 3-4 ข้อกำหนดสำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ภาครัฐ	ภาคเอกชน
มาตรการทางภาษีอากร – การลดภาษีจากกำไร การปลอดภาษี ยกเว้นอากรศุลกากร	โครงสร้างพื้นฐาน – ไฟฟ้า น้ำ โทรคมนาคม กำจัดสิ่งปฏิกูล
บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว –ก่อนและหลังการดำเนินการ คณะกรรมการแก้ไขข้อขัดข้อง	บริการ –โลจิสติกส์(ท่าเรือบก) ธนาคารประกันภัย
โครงสร้างพื้นฐาน – ถนน	ทักษะแรงงาน –โปรแกรมพัฒนาแรงงาน
องค์การ – ระดับชาติ ระดับภูมิภาค เขตเศรษฐกิจพิเศษ สถาบันการลงทุน	สถานที่อำนวยความสะดวก – ที่พักอาศัย สนามกอล์ฟ โรงเรียนนานาชาติ

- พลังงานไฟฟ้า

เพื่อเสริมความบกพร่องในการผลิตพลังงานไฟฟ้าของโรงไฟฟ้าอิสระ (IPP) ได้มีการวางแผนที่จะสร้างโรงไฟฟ้านี้ใน เมืองมะละแหม่ง (Mawlamyine) ในรัฐมอญ ซึ่งจะทำให้การก่อสร้างเสร็จในปี ค.ศ.2014 และจะสามารถส่งพลังงานไฟฟ้าได้ 230 เมกะวัตต์ได้ในปี ค.ศ.2015 ซึ่งโรงไฟฟ้าแห่งนี้จะสามารถส่งไฟฟ้าไปสนับสนุนเขตอุตสาหกรรมที่พะอันได้เป็นอย่างดี

- การจัดตั้งเครือข่ายถนน

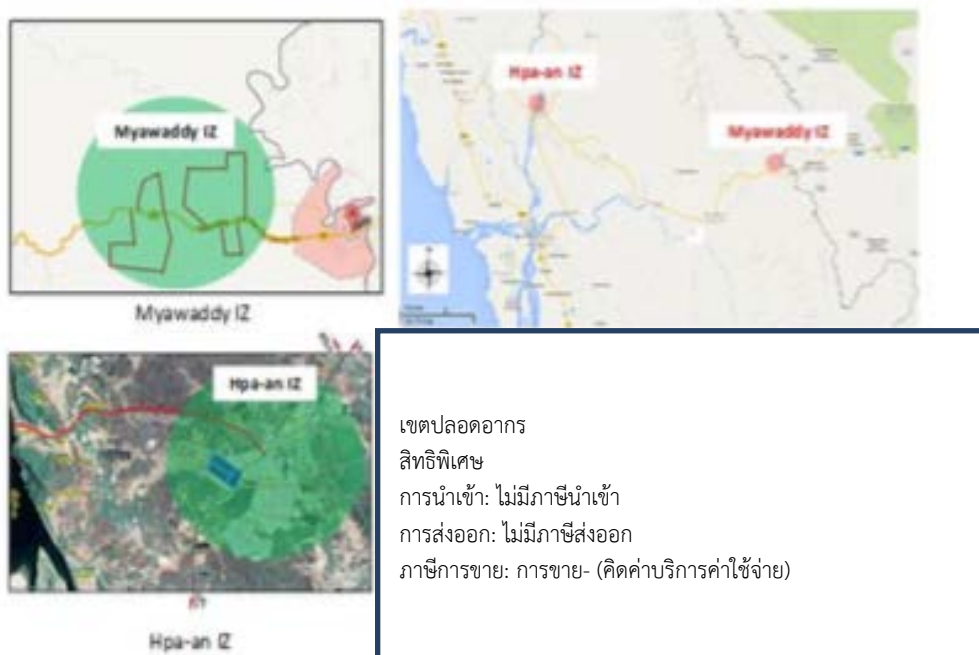
เพื่อปรับปรุงเครือข่ายการกระจายระหว่างเมียวดีและ พะอัน กะเหรี่ยง จึงได้ตรวจสอบสถานะปัจจุบันของเครือข่ายถนนและระบบการขนส่งในภูมิภาคเป็นที่คาดว่า การจราจรเครือข่ายใหม่ของหน่วยงาน Official Development Assistance (ODA) จะสามารถช่วยสร้างให้การระบบการจราจรมีประสิทธิภาพในการเคลื่อนย้ายได้คล่องตัวมากขึ้น

- การเลื่อนขั้นของเขตอุตสาหกรรมเมียวดีไปสู่เขตเศรษฐกิจพิเศษ

หลังจากที่เขตอุตสาหกรรมเมียวดีขยายกิจกรรมของตนและพัฒนาความสัมพันธ์ทางการค้ากับบริษัทของไทยตามที่มีการดำเนินการที่เป็นเขตปลอดภาษี (DFZ) ในช่วงเวลาที่กำหนด คือ บริษัท Special Purpose Company (SPC) ซึ่งเป็นการร่วมกันของนักพัฒนาและผู้ประกอบการเอกชนในเขตอุตสาหกรรม เขตอุตสาหกรรมและภาครัฐจะนำไปใช้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะตระหนักถึงเขตอุตสาหกรรมเมียวดีเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษในระดับภูมิภาคเพื่อให้การดำเนินเขตอุตสาหกรรมมีความหลากหลายของสิทธิ์ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของพวกเขา

ง. แผนโครงการพัฒนาระยะสั้น (2018)

แผนโครงการพัฒนาระยะสั้น (พื้นที่ปลอดภาษี ; Duty Free Zone: DFZ)



ภาพที่ 3-5 แผนพัฒนาพะอันและเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

- เขตอุตสาหกรรมเมียวดี

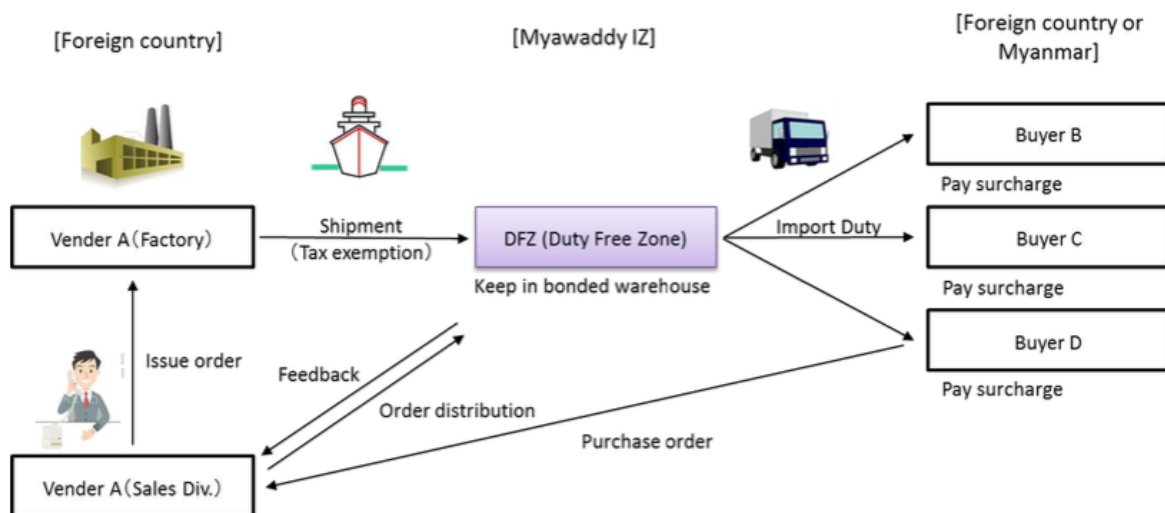
ผู้พัฒนาโครงการจะสร้าง บริษัท Special Purpose Company (SPC) และจะซื้อที่ดินในเขตอุตสาหกรรมเมียวดีหลังจากที่ผู้รับเหมาท้องถิ่นสรุปผลงานการพัฒนาระยะที่ 1 และ SPC จะดำเนินการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นมาเพื่อตอบสนอง ให้เป็นมาตรฐานสากล และแลกเปลี่ยนเขตอุตสาหกรรมเมียวดีให้สิทธิพิเศษบางส่วนกับบริษัทในเขตปลอดภาษี เพราะเขตดังกล่าวมีพื้นที่ติดกับชายแดนไทย ซึ่งจะสามารถดึงดูดและส่งเสริมให้นักลงทุนสนใจซื้อขายผ่านการส่งออกและนำเข้าธุรกิจเขตพื้นที่ดังกล่าว

- เขตอุตสาหกรรมพะอาน

โครงการจะส่งเสริมการลงทุนในประเทศ (DFI) และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ในพื้นที่เขตอุตสาหกรรมพะอาน ซึ่งเขตอุตสาหกรรมนี้กำลังอยู่ในช่วงดำเนินการแล้วโดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการต้องให้ความสำคัญในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมาตรฐานสากล เช่นน้ำประปาและอุปกรณ์บำบัดน้ำ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักลงทุน

- เขตปลอดภาษีในเมียวดี

เขตอุตสาหกรรมเมียวดีจะจัดตั้งเขตปลอดภาษีใน (DFZ) โดยใช้สถานที่ที่มีอยู่ของศุลกากรในเขตการค้าเมียวดี หลังจากการซื้อใบอนุญาตจากคณะกรรมการการลงทุนเมียนมา (MIC) บริษัทผู้เช่าจะได้รับสิทธิ์ ได้แก่ การยกเว้นภาษีนำเข้าของวัตถุดิบ กระบวนการตรวจสอบปล่อยสินค้าแบบผ่าน (goods through transporting)การประมวลผลและสินค้า ในเขต DFZ แม้ว่าภาษีการขายจะถูกเรียกเก็บเงินเมื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ของต้นระบบ DFZ ในเขตอุตสาหกรรมเมียวดี ที่อ้างมาจากรูปแบบหนึ่งในประเทศไทย จะแสดงในรูปภาพด้านล่าง

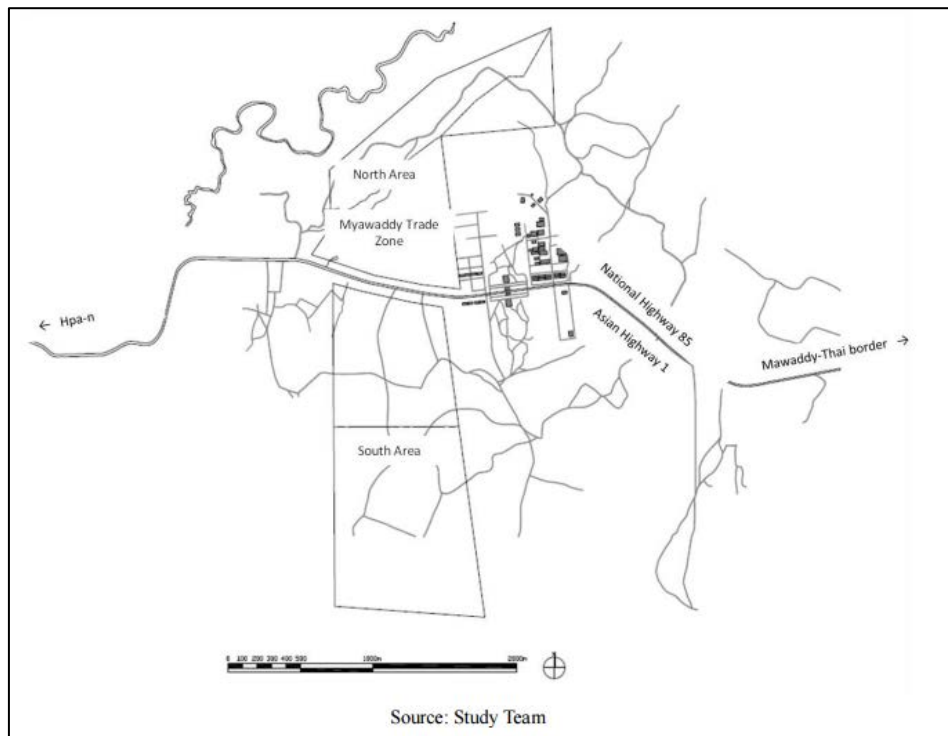


Source: Rojana Distribution Center

ภาพที่ 3-6 แผนภาพแสดงการกระจายสินค้าใน เขตปลอดภาษี DFZ

(3) ภาพรวมของโครงการ

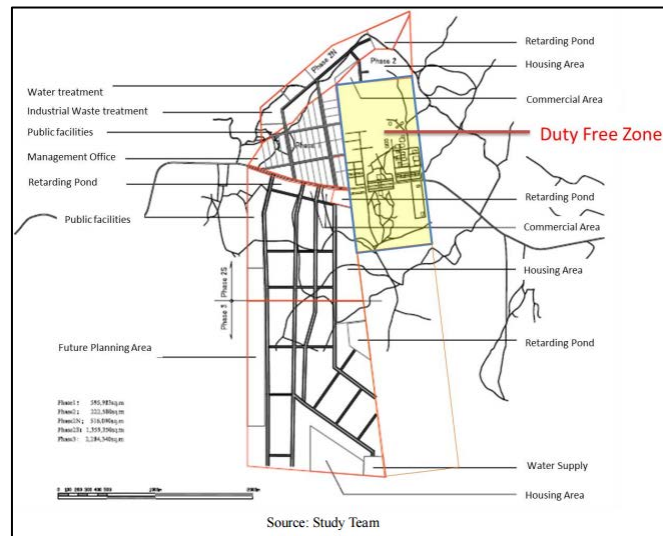
- อาณาเขตของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี (Myawaddy Industrial Zone)
แผนการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเมียวดี เพื่อเป็นอุตสาหกรรมแรงงานเข้มข้น (Labor Intensive Industry) ประกอบด้วยพื้นที่ทางตอนเหนือและทางตอนใต้ดังภาพ



ภาพที่ 3-7 แผนการพัฒนาพื้นที่เขตอุตสาหกรรมเมียวดี

- การใช้ประโยชน์ที่ดินของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี
พื้นที่และการใช้ประโยชน์พื้นที่ตอนเหนือและตอนใต้ของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี แบ่งออกเป็น
 - พื้นที่อุตสาหกรรม – เป็นที่ตั้งของเขตอุตสาหกรรม
 - ที่พักอาศัย – จัดเป็นพื้นที่พักอาศัยของพนักงานและครอบครัว ที่ต้องทำงานในเขตพื้นที่อุตสาหกรรม
 - การพาณิชย์/การบริการ – บริเวณสำหรับให้บริการต่างๆ ให้กับพนักงาน รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ
 - ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) – ให้บริการแก่พนักงาน, บริษัทต่างๆ
 - พื้นที่ว่าง – เพื่อเตรียมสำหรับการขยายธุรกิจในอนาคต
 - Dry port – ใช้สำหรับเป็นพื้นที่ เพื่อการนำเข้า-ส่งออก, คลังสินค้าทัณฑ์บน, Custom Clearance เป็นต้น

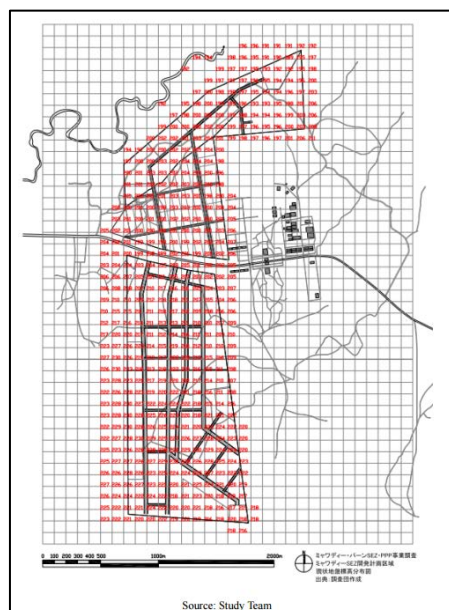
- การวางแผนการใช้ประโยชน์ที่ดินของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี



- 【North district】 Industrial area, Commercial area, Public facilities, Housing area, Management office, Wastewater treatment area, Retarding pond
- 【South district】 Industrial area, Commercial area, Public facilities, Housing area, Wastewater treatment area, Water supply, Retarding pond
- 【Duty Free Zone】 Customs house (Import, Export), Bonded warehouse, Bonded factory

ภาพที่ 3-8 แผนการใช้ประโยชน์ที่ดินของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

- แผนที่ของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี



ภาพที่ 3-9 แผนที่ของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

- ต้นทุนในการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

ตารางที่ 3-5 ต้นทุนในการพัฒนาเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

Table 2 Myawaddy IZ Development Cost (Unit: Million US\$)

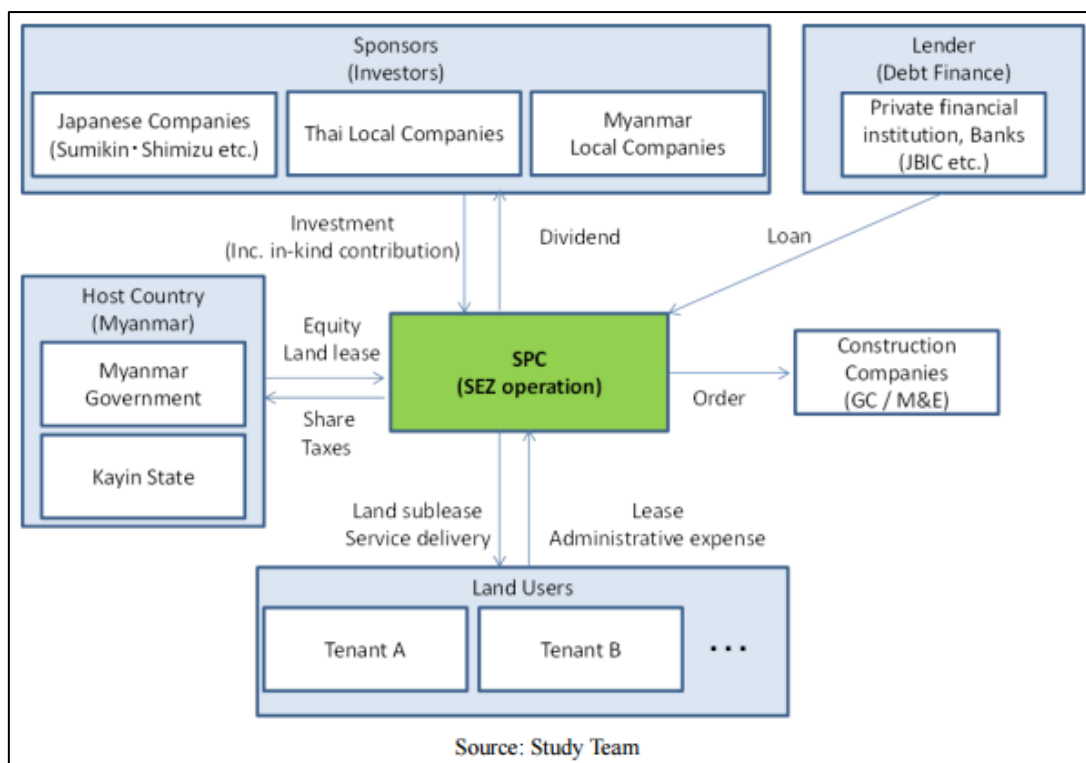
No.	Name	Summary	Phase1	Phase2	Phase3
1	Civil engineering infrastructure		1.67	1.01	1.56
	Land Development		2.44	5.33	7.59
	In-site road		3.25	1.96	3.03
	Drainage		2.44	1.77	1.71
	Retarding basin		9.80	10.08	13.89
	Direct construction cost total		1.96	2.02	2.78
	Indirect construction cost total		1.18	1.21	1.67
	General and administrative cost total		12.94	13.30	18.33
	Civil infrastructure costs total		0.00	0.00	0.00
2	Power supply	Power company burden	1.65	0.57	1.85
3	Water supply	Deep well supply	3.90	1.60	2.34
4	Sewerage treatment	Aerated Lagoon System	0.40	0.18	0.45
5	Solid waste processing	Includes commission fees to Myawaddy city	0.00	0.00	0.00
6	Telecommunications	Telecommunications company burden	1.16	0.00	0.00
7	Administration and One stop service	Office furniture	20.04	15.65	22.97
8	Total construction cost		0.00	0.00	0.00
9	Interest during construction	2% of construction cost	0.00	0.00	0.00
10	SPC establishment preparation expense	PS	0.33	0.26	0.26
11	Research, survey and design costs	PS			
12	Tax and duties		3.01	2.35	3.44
13	Contingency	10% of construction cost	23.35	18.26	25.57
	Total project cost				

Item	Phase1	Phase2	Phase3
Total IZ area (ha)	131.2	73.1	122.2
Project cost for total IZ area (US\$/ m ²)	17.8	25.0	21.8

Source: Study Team

- ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public Private Partnership, PPP)

โครงการนี้ได้เสนอให้มีการสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐบาลเมียนมาและภาคเอกชนที่เข้าไปลงทุน ซึ่งภาคเอกชนสามารถเป็นได้ทั้งเอกชนของเมียนมา ผู้ประกอบการไทยและญี่ปุ่น ดังภาพที่



ภาพที่ 3-10 รูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

(4) แผนการดำเนินการ

ตารางที่ 3-6 แผนการดำเนินการในระยะสั้นของเขตอุตสาหกรรมเมียวดี

แผนดำเนินการ	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
จัดตั้ง Special Purpose Company (SPC) , ออกแบบการสำรวจพื้นที่							
ดำเนินการ Phase I (131.2 ha) - ออกแบบรายละเอียดโครงการ - การพัฒนาพื้นที่ - การทำถนน, ระบบระบายน้ำ - ระบบน้ำประปา, ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ต่างๆ - สำนักงานให้บริการแบบ One Stop Service							
ดำเนินการ Phase II (131.2 ha) - ออกแบบรายละเอียดโครงการ - การพัฒนาพื้นที่ - การทำถนน, ระบบระบายน้ำ - ระบบน้ำประปา, ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ต่างๆ - สำนักงานให้บริการแบบ One Stop Service							

แผนดำเนินการ	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ดำเนินการ Phase III (122.2 ha) - ออกแบบรายละเอียดโครงการ - การพัฒนาพื้นที่ - การทำถนน, ระบบระบายน้ำ - ระบบน้ำประปา, ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ต่างๆ - สำนักงานให้บริการแบบ One Stop Service							
ดำเนินการ Phase III (122.2 ha) - ออกแบบรายละเอียดโครงการ - การพัฒนาพื้นที่ - การทำถนน, ระบบระบายน้ำ - ระบบน้ำประปา, ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ต่างๆ - สำนักงานให้บริการแบบ One Stop Service							

(5) ความเป็นไปได้ของโครงการ

ก) สมมติฐานการวิเคราะห์ทางการเงิน

รายได้หลักของเขตอุตสาหกรรม (Industrial Zone, IZ) มาจาก

- รายได้จากค่าเช่าพื้นที่
- ค่าน้ำประปา
- รายได้จากการบำบัดน้ำเสีย
- ค่าบริการต่างๆ

โดยสมมติฐานต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน มีดังนี้

- ขนาดพื้นที่ของโครงการ Phase I = 57.4 ha และ Phase II = 49.4 ha สำหรับปีแรก (ไม่รวมพื้นที่เป็นที่พักอาศัย ย่านธุรกิจการค้าและพื้นที่ให้บริการต่างๆ) พื้นที่สามารถใช้เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมได้ คือ 77.9 ha
- ข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ทางการเงิน

ตารางที่ 3-7 ข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ทางการเงิน

Land price	Phase1: US\$45/ m ² Phase2: US\$50/ m ² Phase3: US\$55/ m ²
Water supply charge	US\$0.80/ m ²
Wastewater treatment charge	US\$0.43/ m ²
Services fee	Phase1: US\$0.03/m ² Phase2: US\$0.04/ m ² Phase3: US\$0.04/m ²

Source: Study Team

- ไม่มีการกู้ยืมแต่ใช้เงินลงทุนของตนเอง
- ต้นทุนค่าก่อสร้างสำหรับแต่ละ Phase ดังตารางที่ 3-8

ตารางที่ 3-8 ต้นทุนค่าก่อสร้างสำหรับแต่ละ Phase

	Phase 1	Phase 2	Phase 3
Total area (ha)	131.2	73.1	122.2
Construction cost per unit area (US\$/m ²)	17.8	25.0	21.8

Source: Study Team

ข) ผลวิเคราะห์ทางการเงิน

1. ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน (FIRR)

จากการประมาณการต้นทุนและสมมติฐานต่างๆ ข้างต้น ได้ทำการประเมิน IRR ของโครงการ 20 ปี และค่าผลตอบแทนทางการเงิน (FIRR) เท่ากับ 13.91%

2. การวิเคราะห์ค่าผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ (EIRR)

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ (EIRR) จากค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่อรายได้สุทธิรวมของผู้เช่าในเขตอุตสาหกรรม เพื่อนำมาประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของรัฐกะเหรี่ยง (Kayin State) ยกตัวอย่าง เช่นหากผู้เช่าพื้นที่เขตอุตสาหกรรมเมียวดี ที่ประกอบกิจการเครื่องนุ่งห่มที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น จะมีผลกำไรสุทธิ 1.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในช่วงระยะเวลา 20 ปี ซึ่งคิดค่าผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเป็น 32.2%

ซึ่งการที่มีผลกำไรสุทธิ 1.2 พันล้านเหรียญสหรัฐนั้นจะส่งผลให้เกิดการจ้างงานเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และส่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของรัฐกะเหรี่ยง (Kayin State) ดังนั้นโครงการนี้จึงถือว่ามีความสำคัญต่อรัฐกะเหรี่ยงอย่างมาก

(6) ข้อได้เปรียบของบริษัทญี่ปุ่นเปรียบเทียบกับบริษัทต่างชาติอื่นๆ

สำหรับโครงการเขตอุตสาหกรรมเมียวดี (Myawaddy Industrial Zone, MIZ) คือ

1. เมื่อพิจารณาถึงการออกแบบ การก่อสร้าง และการจัดการเขตอุตสาหกรรมและการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ บริษัทญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญที่ส่งเสริมให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ
2. บริษัทญี่ปุ่นมีความก้าวหน้าในเรื่องของระบบการบริหารโซ่อุปทานระหว่างโรงงานผลิตและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ
3. บริษัทญี่ปุ่นมีระบบการจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องหรือแผนสำรองการทำงานในภาวะฉุกเฉิน เพื่อรองรับในสภาวะฉุกเฉิน ซึ่งจะช่วยป้องกันหรือบรรเทาความเสียหายอันเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าต่อระบบโซ่อุปทานการผลิต เช่น ภัยธรรมชาติต่างๆ
4. บริษัทญี่ปุ่นที่มีประสบการณ์ในการรับมือภาวะโลกร้อนจากโครงการ Clean Development Mechanisms (CDM) ซึ่งเป็นกลไกหนึ่งที่กำหนดขึ้นภายใต้พิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol: KP) เพื่อช่วยให้ประเทศพัฒนาแล้ว หรือประเทศในกลุ่มภาคผนวกที่ I (Annex I) ที่มีพันธกรณี

ในการลดก๊าซเรือนกระจกสามารถบรรลุพันธกรณี และเพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนของ
ประเทศกำลังพัฒนา

5. บริษัทญี่ปุ่นเป็นเจ้าของเทคโนโลยีขั้นสูงและระบบที่ประสบความสำเร็จในด้านการประหยัดพลังงาน
6. บริษัทญี่ปุ่นถือเป็นผู้นำเหนือกว่าบริษัทอื่นทั่วโลกในเรื่องของเทคโนโลยีพลังงานทดแทน
7. บริษัทญี่ปุ่นมีข้อได้เปรียบในเรื่องความน่าเชื่อถือในการจัดส่งสินค้าหรือบริการ และการก่อสร้างที่มีคุณภาพสูง นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการบำรุงรักษาและการดูแลหลังการก่อสร้าง
8. บริษัทญี่ปุ่นเป็นเจ้าของเทคโนโลยีในการวินิจฉัยและการบูรณะบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานให้กลับมาใช้งานได้ ซึ่งจะช่วยเพิ่มอายุการใช้งานให้กับโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ

บรรณานุกรม

- คณะเศรษฐศาสตร์ และ ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ข้อมูลการวิเคราะห์เชิงลึกอุตสาหกรรมและพื้นที่เป้าหมายของสาธารณรัฐแห่งเมียนมา: เมืองเมียวดี, 2557.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (International Institute for Trade and Development). การค้าระหว่างประเทศทางบก ด้านตกตะวันตก, 2557.
- Japan Development Institute Ltd. and Nippon Steel&Sumikin Bussan Corporation. The Study on the Myawaddy – Hpa-an SEZ PPP Project in the Union of Myanmar, 2014.
- Myint, K.N. (2015) The Situation of Myawaddy Border Trade (1989 – 2011). Yangon University of
- Education Research Journal 2015, Vol.5, No.1

บทที่ 4

โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจการให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดน

4.1 การทบทวนกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยในการขยายการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดน

ในบทนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโอกาสของผู้ประกอบการขนส่งและโลจิสติกส์ไทยในการขยายการให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดนอำเภอแม่สอด จังหวัดตากภายหลังจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการทบทวนพบว่าม้งงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโอกาสของผู้ประกอบการขนส่งและโลจิสติกส์ไทย ดังนี้

- การศึกษาการแสวงหาประโยชน์และโอกาสจากความตกลงการค้าบริการของอาเซียนในภาคธุรกิจการขนส่งโลจิสติกส์ (2558)¹

โครงการวิจัยเรื่อง “การแสวงหาประโยชน์และโอกาสจากความตกลงการค้าบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Service: AFAS) ภาคธุรกิจการขนส่งโลจิสติกส์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพธุรกิจ ศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงการแสวงหาประโยชน์และโอกาส ผลกระทบที่ได้ อาจเกิดจากการเปิดเสรีตามกรอบความตกลง AFAS เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและแนวทางในการปรับตัวของธุรกิจให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ไทย ทั้งนี้ในรายงานได้ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและสถานะธุรกิจโลจิสติกส์ของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน สำหรับประเทศเมียนมา ธนาคารโลกได้ทำการศึกษาถึงสถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของเมียนมาในรายงาน Connecting to Compete: Trade Logistics in the Global Economy The Logistics Performance Index and Its Indicators (LPI) ในปีพ.ศ. 2555 และปีพ.ศ. 2557 ซึ่งมีการศึกษาใน 6 มิติสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของประเทศ อันได้แก่โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) พิธีการศุลกากร (Customs) การขนส่งระหว่างประเทศ (International Shipments) ความสามารถในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ (Logistics Competence) การติดตามสินค้า (Tracking and Tracing) และความรวดเร็วในการขนส่ง (Timeliness) พบว่า ในภาพรวม เมียนมาเป็นประเทศที่มีระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ที่น่าพอใจ อันดับของ LPI ที่ 129 ในปี พ.ศ. 2555 และ 145 ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งแม้ว่าจะมีอันดับที่เพิ่มขึ้น แต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ในส่วนของการพัฒนาในแต่ละมิติก็ไม่มีเปลี่ยนแปลงลำดับมากนัก

การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของเมียนมา

1. โอกาส

- การพัฒนาตลาดของเมียนมาในอนาคตอาจจะพัฒนามากขึ้นจากการเข้าเป็นสมาชิกอาเซียน
- มีขนาดตลาดใหญ่สามารถใช้เมียนมาเป็นประตูระบายสินค้าของไทยสู่ประเทศที่สามเป็นประตูสู่จีนและอินเดียรวมทั้งใช้เมียนมาเป็นฐานในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก
- ทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม
- มีความต้องการวัสดุก่อสร้างและบริการรับเหมาก่อสร้างจำนวนมากหลังจากการย้ายเมืองหลวงไปยังกรุงเนปีดอร์

¹สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2558)

2. อุปสรรค

- ส่วนใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ
- ขาดผู้ที่มีความรู้ในด้านการทางธุรกิจต่างประเทศ
- ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
- กฎระเบียบทางการค้ามีการเปลี่ยนแปลงบ่อยราชการมีการคอร์รัปชันสูงและมีอัตราเงินเฟ้อภายในประเทศสูง
- เมียนมายังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย ทำให้ขาดข้อมูลด้านการตลาดรวมทั้งการเงินของเมียนมา

การปฏิรูปการเมืองของเมียนมานำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงบทบาททางเศรษฐกิจของเมียนมา นับจากเมียนมาได้รับการผ่อนคลายมาตรการคว่ำบาตร ส่งผลให้หลายประเทศรื้อฟื้นและผลักดันความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนกับเมียนมา ให้มีความใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น อาทิ สหรัฐฯ ที่ได้ผ่อนคลายข้อจำกัดให้ธุรกิจสหรัฐฯ เข้าไปลงทุนในธุรกิจบางประเภทในเมียนมาได้เช่นเดียวกับญี่ปุ่น ที่กำลังเตรียมเจรจาสนธิสัญญาการลงทุนกับเมียนมารวมถึงอินเดีย ที่ตั้งเป้าขยายมูลค่าการค้าแบบทวิภาคีกับเมียนมาเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าภายในปี พ.ศ. 2558 ความเคลื่อนไหวดังกล่าวเป็นสัญญาณที่บ่งบอกว่า เมียนมากำลังจะขยับบทบาททางเศรษฐกิจในระยะข้างหน้าอย่างน่าจับตา

อย่างไรก็ดี เสถียรภาพการเมืองและแนวนโยบายเศรษฐกิจของเมียนมา ยังเป็นประเด็นที่ต้องติดตามเนื่องจากเมียนมาอยู่ระหว่างการปฏิรูปการเมือง ตลอดจนปรับปรุงนโยบายทางเศรษฐกิจและการลงทุน ซึ่งอาจต้องอาศัยระยะเวลาในการปรับตัว วางกฎระเบียบที่เหมาะสมและสอดคล้องกันในองค์กรรวมของประเทศ เมียนมาเพิ่งปรับระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นระบบลอยตัวแบบมีการจัดการ ทำให้การสร้างเสถียรภาพของค่าเงินอาจต้องอาศัยเวลาในการปรับตัว กระนั้นก็มีการปรับใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวแบบจัดการดังกล่าว น่าจะช่วยสร้างเสถียรภาพด้านอัตราแลกเปลี่ยนให้แก่ระบบการเงินเมียนมา อันจะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางการค้าและการลงทุนของเมียนมามากขึ้น นอกจากนี้ เมียนมายังอยู่ระหว่างดำเนินการปรับปรุงระบบการชำระเงินให้มีมาตรฐานสากลมากขึ้น น่าจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในระบบการเงินและเศรษฐกิจของเมียนมาเพิ่มขึ้นในระยะข้างหน้า

ภาพการลงทุนในเมียนมาก่อนข้างคล้ายคลึงกับประเทศ CLMV อื่นๆ ที่ยังคงเน้นไปในภาคธุรกิจที่อาศัยความได้เปรียบด้านพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติเป็นสำคัญ ขณะที่การพลิกโฉมของประเทศเมียนมาครั้งใหม่นี้ นับเป็นจังหวะเวลาที่เหมาะสม ท่ามกลางความต้องการทรัพยากรพลังงานและสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้เมียนมาในเวลานี้เป็นเสมือนชุมทรัพย์ดึงดูดการลงทุนที่โดดเด่น ปัจจุบันประเทศในกลุ่ม AEC PLUS มีบทบาทลงทุนในเมียนมาในอันดับต้นๆ และโดดเด่นมากที่สุดโดยจีนเป็นผู้ลงทุนรายใหญ่ที่เข้ามาในเมียนมาด้วยเม็ดเงินลงทุนรวมแล้วกว่า 14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเฉพาะนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – 2551 เป็นต้นมา ที่จีนทุ่มเงินลงทุนผ่านเมกะโปรเจกต์ด้านพลังงานการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานและเหมืองแร่เป็นสำคัญ ขณะที่ไทยสิงคโปร์และมาเลเซียเป็นผู้ลงทุนหลักจากอาเซียน เป็นที่น่าจับตานับจากมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการผ่อนคลายมาตรการคว่ำบาตรต่อเมียนมา

นานาประเทศแสดงความสนใจในเมียนมาก่อนข้างมาก โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วที่มีความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาประเทศเมียนมา ทั้งยังสนับสนุนกลุ่มนักลงทุนของประเทศตนที่มีศักยภาพหลากหลายธุรกิจเข้าไปแสวงหาโอกาสขยายธุรกิจในเมียนมา ซึ่งไทยในฐานะที่เป็นผู้ลงทุนสะสมรายใหญ่สุดจากอาเซียนในเมียนมา ไม่ควรมองข้ามโอกาสขยายจุดยืนธุรกิจในเมียนมาด้วยเช่นกัน การพลิกโฉม

ของประเทศเมียนมาครั้งนี้ เป็นจังหวะโอกาสสำคัญที่ธุรกิจไทยจะเข้าสู่ตลาดเมียนมาในรูปแบบการลงทุน เพื่ออาศัยศักยภาพของเมียนมาสร้างโอกาสทางธุรกิจในระยะข้างหน้าต่อไป จากที่สินค้าส่งออกของไทยไปเมียนมาเติบโตได้ค่อนข้างดีต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนการยอมรับสินค้าไทย หากธุรกิจไทยสามารถเข้าไปลงทุนผลิตสินค้าและบริการรองรับในเมียนมา ที่กำลังมีแนวโน้มขยายตัวทางเศรษฐกิจมากขึ้นในระยะนับจากนี้ ไม่เพียงแต่รองรับความต้องการผู้บริโภคในเมียนมาเท่านั้นแต่ยังเป็นโอกาสขยายช่องทางการค้ากับคู่ค้าอื่นๆ ของเมียนมา โดยเฉพาะจีนและอินเดียที่มีพรมแดนติดกับเมียนมา ซึ่งล่าสุดอินเดียก็มีการขยายความสัมพันธ์ทางการค้ากับเมียนมาเป็น 2 เท่าภายในปีพ.ศ. 2558

ทั้งนี้งานศึกษาได้วิเคราะห์โอกาสของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยจากการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียนของแต่ละสาขาย่อยบริการโลจิสติกส์ โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงลงไปในแต่ละประเทศสมาชิกดังนี้

ตารางที่ 4-1 โอกาสของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยจากการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน

ที่	กลุ่มธุรกิจ	โอกาสและอุปสรรค
1	กลุ่มขนส่ง	
	(1) การขนส่งโดยรถพ่วงและกึ่งพ่วง	- มีกำลังการขนส่งที่เกินความจำเป็นและมีรถที่ทำงานไม่เต็มประสิทธิภาพ - มีการแข่งขันด้านราคาขนส่งอย่างรุนแรง - ไม่มีขีดความสามารถที่จะไปแข่งขันกับต่างชาติได้
	(2) การขนส่งโดยรถบรรทุก	- ขาดมาตรฐานทางธุรกิจ - ไม่มีการพัฒนาไปสู่ลูกค้าใหม่ๆ มากนัก - ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย - ขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและมีความรู้ความเข้าใจระบบโลจิสติกส์
	(3) ภาควิชาการขนส่งสินค้าทางเรือ	- สภาพแวดล้อมของธุรกิจขนส่งทางเรือไทยยังเป็นอุปสรรคค่อนข้างมาก - เครือข่ายในการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้านระหว่างประเทศสำหรับเจ้าของเรือไทยยังอยู่ในวงจำกัด
	(4) ภาควิชาการขนส่งทางเรือรถไฟ	- กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งยังขาดความชัดเจนและความซ้ำซ้อน - การใช้เทคโนโลยียังล้าสมัย - ขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี - โครงสร้างพื้นฐานก็ยังไม่ค่อยพัฒนาเท่าที่ควร
	(5) ภาควิชาการขนส่งสินค้าทางอากาศ	- ท่าอากาศยานดอนเมืองของไทยมีสินค้าผ่านท่าติดอันดับ 1 ใน 30 ของโลก - ยังคงมีศักยภาพที่จะพัฒนาขึ้นได้อีกในอนาคต

ที่	กลุ่มธุรกิจ	โอกาสและอุปสรรค
2	กลุ่มคลังสินค้าและกระจายสินค้า	- มีศักยภาพการแข่งขันในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ - ประเทศไทยยังไม่มีมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ - ศูนย์กระจายสินค้าน่าจะเป็นศูนย์ที่ให้บริการเฉพาะสำหรับผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ค้าปลีกต่างชาติรายใหญ่ที่มีธุรกิจในประเทศไทยเท่านั้น
3	กลุ่มส่งพัสดุและเอกสาร	- ส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 เป็น SME บริษัทที่เป็นของคนไทยมักจะเป็นผู้รับเหมาช่วง - ผู้ใช้บริการอาจต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 2 ต่อ โดยไม่จำเป็น
4	การบรรจุหีบห่อสินค้า	- การขาดพนักงานที่มีทักษะ - ต้องพึ่งพาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีต้นทุนสูงและมีคุณภาพที่ไม่เหมาะสม - ขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ
5	กลุ่มพิธีการศุลกากร	- ผู้ประกอบการไทยอาจประสบปัญหาการแข่งขันด้านราคาที่ไม่สามารถกำหนดราคาต่ำตามผู้ประกอบการต่างชาติได้ - ถ้าผู้ประกอบการมีเงินทุนไม่มากพอ ก็จะไม่สามารถแข่งขันในระยะยาวได้
6	กลุ่มบริการระบบสารสนเทศสำหรับโลจิสติกส์	- ผู้ประกอบการไทยยังขาดศักยภาพในการแข่งขันเนื่องจากคู่แข่งชาวต่างชาติมีความรู้ความสามารถมากกว่า - ผู้ประกอบการไทยมีการจัดการเทคโนโลยีที่ด้อยกว่า - ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุของไทยที่มีขนาดใหญ่และมีศักยภาพที่พอจะแข่งขันได้ปัจจุบันยังมีอยู่น้อยราย
7	กลุ่มตัวแทนบริหารจัดการขนส่ง	- ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ของไทยเป็นผู้รับเหมาเช่าช่วงให้กับผู้ให้บริการต่างชาติอีกทอดหนึ่ง - มีเพียงผู้ให้บริการไทยไม่กี่รายที่เข้าข่ายเป็นผู้ให้บริการงานด้านโลจิสติกส์ประเภทกิจการแบบเบ็ดเสร็จ - การไม่สามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมาย - ขาดปัจจัยส่งเสริมด้านการลงทุน - มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ค่อนข้างน้อย - ขาดความพร้อมด้านเทคนิคการบริหารจัดการ

ที่มา: การแสวงหาประโยชน์และโอกาสจากความตกลงการค้าบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Service: AFAS) ภาคธุรกิจการขนส่งโลจิสติกส์ (2558)

การที่จะกำหนดแนวทางการพัฒนาและปรับตัวให้เหมาะสมกับธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ไทยได้นั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือ การรับทราบถึงความต้องการ (Wants) ที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จทางการตลาดมากยิ่งขึ้น เพราะสามารถตอบสนองสินค้าหรือบริการได้ตรงตามความจำเป็นและความต้องการของลูกค้ากำลังค้นหาอยู่ ซึ่งเป็นความจำเป็นและความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา งานศึกษานี้ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาและปรับตัวของธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจในกลุ่มประเทศอาเซียนดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองได้อย่างถูกต้องรวดเร็วในราคาที่เหมาะสมได้

เนื่องจากผู้ให้บริการไทยยังไม่สามารถให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ เช่นกระบวนการสั่งซื้อสินค้าบริการที่ง่ายและรวดเร็ว ความรวดเร็วในด้านเอกสาร ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำร้องเรียนของลูกค้า เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาด้านระบบบริหารข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในกิจกรรมของโลจิสติกส์ ดังนั้นผู้ให้บริการควรพัฒนาและประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ต่างๆ เช่นระบบ ERP ระบบ CRM ระบบ TMS หรือระบบ Barcode ฯลฯ ภายในองค์กร เนื่องจากจะช่วยให้กิจกรรมโลจิสติกส์มีความคล่องตัว มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ส่งมอบและลูกค้า รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการวางแผนการใช้ทรัพยากรในโซ่อุปทานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. การเน้นลูกค้ากลุ่มตลาดที่ชัดเจนและการสร้างความเชี่ยวชาญในการให้บริการรายสาขา

ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในกลุ่มที่เป็นการขนส่งเท่านั้น จึงมีความเข้าใจในขอบเขตการให้บริการโลจิสติกส์อย่างจำกัด และมีเพียงส่วนน้อยที่สามารถพัฒนาตนเองให้สามารถให้บริการอย่างครบวงจรได้ จึงเป็นข้อจำกัดของผู้ประกอบการไทยในการให้บริการลูกค้าได้เพียงบางกลุ่มหรือบริการบางประเภทเท่านั้น ซึ่งผู้ประกอบการไทยจะต้องสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยการใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ด้วยการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Focus or Niche) ที่มีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และจะต้องมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านนั้นๆอย่างแท้จริง

กลยุทธ์การมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะมีจุดมุ่งหมายอยู่ 2 ประการคือ ประการแรกมุ่งที่กลุ่มลูกค้าและผู้รับบริการเฉพาะกลุ่ม (Niche) ประการที่สองคือ ตลาดเฉพาะส่วน เนื่องจากภาวะโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดตลาดไร้พรมแดน จะช่วยในการเจริญเติบโตของตลาดเฉพาะส่วน หรือส่วนแบ่งตลาดบางส่วนของตลาดอาจมีการเจริญเติบโตและมีขนาดใหญ่เพียงพอ โดยกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วนมี 5 รูปแบบดังนี้

- รูปแบบที่ 1 แข่งที่ราคาถูกกว่า (Cost Domination)
- รูปแบบที่ 2 แข่งที่ความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Differentiation)
- รูปแบบที่ 3 แข่งด้วยนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ (Innovation)
- รูปแบบที่ 4 แข่งด้วยเครือข่ายสินค้าและบริการ (Alliance)
- รูปแบบที่ 5 แข่งด้วยการขยายรายสินค้าและกิจการ (Expansion)

3. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรสู่ความเป็นเลิศ (Excellence) โดยผู้บริหารต้องเป็นผู้นำ/ตัวแบบในการทำงาน

โดยการสร้างความเชื่อ (Beliefs) ขึ้นมาจากพื้นฐานของบริษัท จากนั้นแปรเปลี่ยนให้เป็นค่านิยม (Values) ตลอดจนมีการนำไปปฏิบัติทั่วทั้งองค์กรจนเป็นพฤติกรรม (Behavior) และในที่สุดเกิดเป็นวัฒนธรรมที่เข้มแข็งขององค์กร (Organization Culture) กระบวนการดังกล่าวได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ และครอบคลุมปัจจัยแห่งความสำเร็จอื่นๆเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

- (1) การให้คำนิยามค่านิยมหลัก (Core Values) และการถ่ายทอดไปสู่บุคลากรในทุกระดับให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน รวมถึงการกำหนดนโยบาย (Policies) ที่จะดำเนินการต่อค่านิยมในแต่ละข้ออย่างเป็นรูปธรรม
- (2) การกำหนดพฤติกรรม (Behaviours) ของบุคลากรที่จะสะท้อนถึงการแสดงออกของค่านิยมในแต่ละข้อ พฤติกรรมดังกล่าวจัดเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา (Desired Behaviours) ให้เกิดการปฏิบัติจากบุคลากรทุกคน
- (3) การกำหนดแนวทางสำหรับการปฏิบัติ เพื่อให้พฤติกรรมที่พึงปรารถนาคงอยู่อย่างยั่งยืนจนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร (Organization Culture) ซึ่งบริษัทเรียกว่าวัฒนธรรมของความเป็นเลิศ (Culture of Excellence)

4. การมีมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์(SOP) ที่ชัดเจนในการปฏิบัติงาน

ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยจึงควรมีการจัดทำ “คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์ (Logistics SOP)” เพื่อเป็นเอกสารที่แนะนำวิธีการปฏิบัติงานต่างๆที่ทำเป็นประจำ เพื่อให้มีการปฏิบัติอย่างถูกต้องโดย SOP จะต้องระบุวิธีการปฏิบัติงานให้เป็นขั้นตอนโดยละเอียด ซึ่งผู้ปฏิบัติงานนั้นๆได้ผลออกมาอย่างน่าเชื่อถือและมีความสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติงานโดยผู้ใด โดยวัตถุประสงค์ของ SOP สำหรับการปฏิบัติงานต่างๆ นอกจากนี่จะเป็นการปฏิบัติตามนโยบายแล้วยังมีวัตถุประสงค์หลักคือ (1) ลดการปฏิบัติงานผิดพลาด เพราะการที่มี SOP กำหนดขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงานเป็นลายลักษณ์อักษร ที่ผู้ปฏิบัติงานทุกคนต้องปฏิบัติตาม ทำให้แน่ใจได้ว่าผู้ปฏิบัติงานทุกคนใช้วิธีเดียวกันหมด และ (2) ใช้เป็นเอกสารประกอบการฝึกอบรม และเป็นแนวทางปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่เข้าทำงานใหม่ และยังใช้ในการประเมินการปฏิบัติงานด้วย

จากวัตถุประสงค์ของ SOP นี้จะเป็นได้ว่า การทำงานโดยปฏิบัติตาม SOP จะทำให้ได้งานออกมามีความสม่ำเสมอ ซึ่งมีผลต่อคุณภาพของบริการ ซึ่งแนวทางการจัดทำ SOP ควรมีการประชุมปรึกษาหารือระหว่างผู้บริหารฝ่ายต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อกำหนดนโยบายต่างๆ และกำหนดแนวทางการจัดทำ SOP ขึ้น

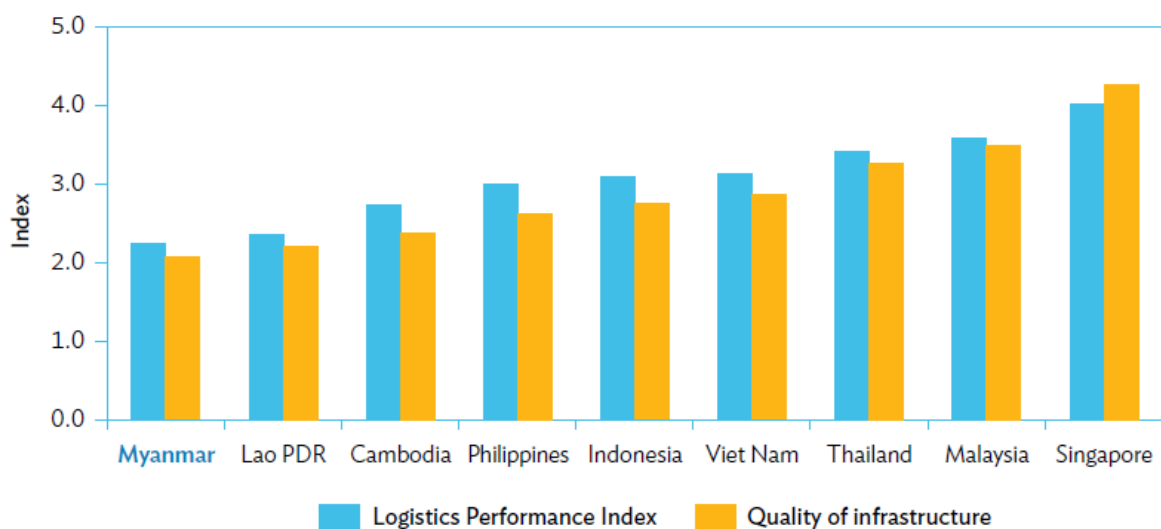
5. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในรูปแบบคลัสเตอร์

การประสานความร่วมมือเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่ม (คลัสเตอร์) ของผู้ให้บริการการขนส่ง จะเป็นการเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ให้บริการรายย่อยสามารถต่อสู้กับผู้บริการรายใหญ่ รวมไปถึงผู้ประกอบการต่างชาติที่มีบทบาทและอิทธิพลมากขึ้น การศึกษาและพัฒนาจะสามารถเพิ่มศักยภาพให้ผู้ให้บริการขนส่งเพื่อรองรับและเตรียมพร้อมสำหรับการเปิดตลาดในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) การรวมกลุ่ม (คลัสเตอร์) ของผู้ให้บริการการขนส่งเป็นฐานการรวมกลุ่มอื่นๆสามารถมาต่อยอดทำให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งรวมถึงผู้คิดค้นระบบ

ผู้ให้บริการขนส่ง และสำคัญที่สุดคือ ผู้ประกอบการขนส่งที่ได้รับทั้งเครื่องมือเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพให้สูงขึ้น รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจที่สามารถสนับสนุนให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างแข็งแกร่ง

4.2 ข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ของเมียนมาในภาพรวมนั้น ยังถือว่ามีความล่าช้ากว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน ระบบโครงข่ายการขนส่งทั้งผู้โดยสารและสินค้าภายในประเทศยังไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน โครงข่ายถนนในประเทศส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน พื้นผิวถนนยังไม่ได้ลาดยาง มีเพียงบางพื้นที่ที่ได้รับพัฒนา การขนส่งทางน้ำและทางรถไฟยังต้องได้รับการพัฒนา ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุม นอกจากนี้โครงข่ายการขนส่งที่ใช้ในการเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านยังไม่มีประสิทธิภาพและไม่ได้มาตรฐาน ถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านบางส่วนยังอยู่ระหว่างการก่อสร้าง ยังไม่พร้อมที่จะให้บริการได้เต็มที่ จากความล่าช้าดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นได้จาก รายงานการสำรวจประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index) โดย World Bank พบว่า ในปี ค.ศ. 2014 ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ของประเทศเมียนมาอยู่ในลำดับต่ำที่สุดในภูมิภาคอาเซียน²



ภาพที่ 4-1 Logistics Performance and Quality of Infrastructure ของประเทศเมียนมา ในปี ค.ศ. 2014
ที่มา: Myanmar Unlocking the Potential Country Diagnostic Study, ADB (2014)

จากข้อมูลภาพรวมประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมขนส่งของเมียนมาทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศดังกล่าวข้างต้น เมื่อพิจารณาในรายละเอียดโครงสร้างการพื้นฐานเพื่อการขนส่งภายในประเทศและการขนส่งข้ามแดนระหว่างไทย-เมียนมา สามารถสรุปสถานการณ์ภาพรวมได้ดังต่อไปนี้

² Myanmar Unlocking the Potential Country Diagnostic Study, ADB (2014)

4.2.1 ภาพรวมโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งภายในประเทศเมียนมา

สำหรับหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคมของประเทศเมียนมา มีหลายหน่วยงานที่ร่วมกันรับผิดชอบ โดยสามารถสรุปแยกตามรูปแบบการขนส่งได้ดังต่อไปนี้

- กระทรวงการคมนาคม - รับผิดชอบการขนส่งทางทะเลและทางอากาศ
- กระทรวงการขนส่งทางราง - รับผิดชอบการขนส่งทางถนนและทางรถไฟ
- กระทรวงการก่อสร้าง - รับผิดชอบการก่อสร้าง และบำรุงรักษาถนน สะพาน และสนามบินในประเทศ
- กระทรวงกิจการชายแดน - รับผิดชอบการก่อสร้าง และบำรุงรักษาถนนและสะพานที่บริเวณชายแดน
- คณะกรรมการพัฒนาเมือง 3 เมือง อันได้แก่ เนปิดอว์ ย่างกุ้ง และมัณฑะเลย์ - รับผิดชอบการคมนาคมขนส่งใน 3 เมืองเหล่านี้

โดยภาพรวมโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมของประเทศเมียนมา พิจารณาตามแต่ละรูปแบบการขนส่งสามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.1.1 การคมนาคมทางบก ถนนและทางหลวง (Roads and Highways)

การคมนาคมทางถนนเป็นการคมนาคมหลักในประเทศเมียนมาอย่างไรก็ตาม ด้วยเนื้อที่ 676,577 ตร.กม. และประชากรกว่า 60 ล้านคน ถือได้ว่าเมียนมาเป็นประเทศที่มีความหนาแน่นของถนนต่ำเมื่อเทียบกับเนื้อที่และจำนวนประชากร ทั้งในแง่ของระยะทางทั้งหมดของถนนและถนนที่ได้มาตรฐาน ถนนในประเทศเมียนมามีระยะทางรวมประมาณ 130,000 กิโลเมตร ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนถนน 2 กม. ต่อประชากร 1,000 คน ปัจจุบันรัฐบาลเมียนมาได้ก่อสร้าง ปรับปรุงและพัฒนาถนนภายในตัวเมืองและชานเมืองให้ได้มาตรฐานเพื่อเชื่อมต่อการคมนาคมภายในประเทศ กระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น และรองรับกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นจากการเปิดประเทศ

ตารางที่ 4-2 รายละเอียดความยาวของถนนในเมียนมา ณ ปี พ.ศ. 2555

บริษัท	ถนนคอนกรีต (Concrete road) (กม.)	ถนนยางมะตอย (Bituminous road) (กม.)	ถนนโรยหิน (Metaled road) (กม.)	ถนนกรวด (Gravel road) (กม.)	ถนนลูกรัง (Earth road) (กม.)	ถนนผสม (Mule road) (กม.)	รวม
กระทรวงการก่อสร้าง							
ทางด่วน	611.7	11,733.0	2,440.8	2,700.3	1,973.5	44.1	19,503.2
ทางหลวง	49.7	5,451.8	3,299.6	2,941.4	6,497.1	1,340.0	19,579.5
กระทรวงกิจการชายแดน							
ทางหลวง	6.6	4,880.7	2,215.5	660.8	3,509.0	-	11,272.6
ทางหลวงชนบท และทางหลวง ชายแดน	120.1	4,073.0	17,041.5	4,976.7	55,888.5	-	82,099.9

บริษัท	ถนนคอนกรีต (Concrete road) (กม.)	ถนนยางมะตอย (Bituminous road) (กม.)	ถนนโรยหิน (Metaled road) (กม.)	ถนนกรวด (Gravel road) (กม.)	ถนนลูกรัง (Earth road) (กม.)	ถนนผสม (Mule road) (กม.)	รวม
คณะกรรมการ พัฒนาย่างกุ้ง	1,237.9	1,747.5	12.9	454.9	472.9	-	3,928.0
คณะกรรมการ พัฒนามันตะเล่ย์	10.8	573.4	119.7	-	309.8	-	1,013.8
คณะกรรมการ พัฒนายะปิตอว์	246.1	1,219.3	43.0	734.9	1,130.8	-	2,284.1
คณะกรรมการวิศวะ การทหาร	393.4	61.8	605.3	166.4	6,822.7	-	8,049.5
กระทรวงไฟฟ้า	48.3	88.5	542.1	-	280.2	-	959.2
รวม	2,726.3	28,739.1	26,320.4	12,635.4	76,884.6	1,384.0	148,689.9

ที่มา: กระทรวงการก่อสร้างเมียนมาร์กรมการก่อสร้างสาธารณะ (2555)

โดยข้อมูลสถิติปริมาณการขนส่งสินค้าทางถนนภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2004 - 2010 ดังแสดงในภาพที่ 4-2

Year	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Thousand tons	2, 099	2, 289	2, 377	2, 395	20, 317	34, 991	20, 560
Y-on-Y growth (%)	-	9%	4%	1%	748%	72%	-41%
Million ton-kilo	394	421	449	479	1, 128	2, 320	2, 206
Y-on-Y growth (%)	-	7%	7%	7%	136%	106%	-5%

Note: Dashes indicate that data are not available.

ภาพที่ 4-2 สถิติปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศทางถนนปี ค.ศ. 2004 – 2010

ที่มา: Asean Logistics Survey Volume 5 (2012)

ในขณะที่สถิติปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางถนน ดังแสดงในภาพที่ 4-3

International cargoes moved by land							
Year	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Imports (1,000 tons)	-	-	-	-	457	1, 105	1, 076
Year-to-year (%)	-	-	-	-	-	142%	-3%

Note: Dashes indicate that data are not available.

ภาพที่ 4-3 สถิติปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางถนนปี ค.ศ. 2004 – 2010

ที่มา: Asean Logistics Survey Volume 5 (2012)

4.2.1.2 การคมนาคมทางรถไฟ (Railways)

การรถไฟเมียนมา (Myanmar Railways – MR) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลการขนส่งทางรถไฟทั่วประเทศ ปัจจุบัน ศูนย์กลางการเส้นทางรถไฟอยู่ที่เมืองย่างกุ้ง เส้นทางสายหลักคือ สายย่างกุ้ง-มันตะเลย์ มีระยะทางประมาณ 716 กิโลเมตร ซึ่งเป็นเส้นทางและขบวนรถไฟที่ได้มาตรฐานที่สุดของประเทศ ประเทศเมียนมาได้เปิดให้บริการการคมนาคมทางรถไฟครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2420 ทางรถไฟสายแรกคือ สายย่างกุ้ง-แปร (Pyay) การรถไฟฯ ได้ขยายโครงข่ายการขนส่งทางรถไฟมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ห่างไกล ในปัจจุบัน โครงข่ายของการรถไฟฯ ทั้งรางเดี่ยวและรางคู่ รวมทั้งหมดความยาว 5,878.14 กิโลเมตร จาการรถไฟทั่วประเทศที่มีความยาว 7,693.44 กิโลเมตร นอกจากนั้น การรถไฟฯ ยังมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงการบริการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งเป็นระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การพัฒนาการขนส่งในหลายรูปแบบ สะดวกต่อการให้บริการธุรกรรมทางการค้าทั้งในระดับภูมิภาคและระหว่างประเทศ ตามสถิติของการรถไฟฯ จำนวนหัวรถจักร ตู้รถไฟ ตู้โดยสาร และตู้บรรทุกสินค้ายังคงไม่เพียงพอกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก ดังในตารางที่ 4-3 ที่แสดงถึงปริมาณผู้โดยสารและการขนส่งสินค้าทางราง

ตารางที่ 4-3 ปริมาณผู้โดยสารและการขนส่งสินค้าทางราง

ประเภท	2550- 2551	2551- 2552	2552- 2553	2553- 2554	2555- 2556	2556-พ.ย. 2557
ประมาณผู้โดยสาร (ล้าน)						
ทางสายหลัก	36.73	34.58	33.71	34.10	31.24	23.53
ชานเมือง	39.22	38.97	37.86	33.54	33.10	30.32
รวม	75.95	73.56	71.60	67.65	64.35	53.85
จำนวนผู้โดยสาร/วัน	0.21	0.20	0.20	0.19	0.18	0.14
ระยะทางที่ผู้โดยสารเดินทาง (100 ล้าน)	33.78	33.48	33.37	33.28	31.42	23.86
ปริมาณสินค้าทั้งหมด (ล้านตัน)	2.93	2.95	3.33	3.41	3.58	2.85
ปริมาณสินค้า(1 พันตัน/วัน)	8.03	8.09	9.12	9.34	9.83	7.80
ระยะทางการขนส่งสินค้า (10 ล้าน)	53.54	56.90	65.83	69.78	72.27	60.30
เฉลี่ยไมล์/ตัน	182	193	198	205	200	210

ที่มา: กระทรวงการขนส่งทางราง, กรมการรถไฟเมียนมา (MR)



ภาพที่ 4-4 โครงข่ายถนนและทางรถไฟภายในประเทศ

ที่มา : Myanmar: Transport Sector Initial Assessment, ADB, October 2012

4.2.1.3 การคมนาคมทางน้ำ (Inland Waterways)

เมียนมามีแม่น้ำหลายสายภายในประเทศ ซึ่งมีระยะทางที่ใช้ขนส่งทางน้ำได้ประมาณ 2,400 กิโลเมตร สินค้าที่มีการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ ได้แก่ ไม้สักซุง ข้าว ปูนซีเมนต์ ปุ๋ย วัสดุก่อสร้าง และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม โดยแม่น้ำที่สำคัญมี 4 สายดังนี้

1. แม่น้ำอิระวดี (Ayeyarwaddy) เป็นแม่น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจสูงสุดของประเทศ มีความยาว 2,170 กิโลเมตร
2. แม่น้ำสาละวิน (Thanlyin) มีความยาว 1,270 กิโลเมตร โดยไหลมาจากทิเบตผ่านมณฑลยูนนานและประเทศไทย ออกสู่ทะเล อันดามันที่เมืองมะละแหม่ง
3. แม่น้ำสะโตง (Sittaung) มีความยาว 400 กิโลเมตร อยู่บริเวณภาคกลางฝั่งตะวันออกของประเทศ ไหลมาจากทางทิศใต้ของที่ราบสูงในรัฐฉาน ออกสู่ทะเลอันดามันที่อ่าวมะตะบัน (Martaban) แม่น้ำสะโตงเป็นเส้นทางสำคัญในการขนส่งไม้ซุงเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะไม้สัก
4. แม่น้ำชินวิน (Chindwin) มีความยาว 960 กิโลเมตร ไหลจากทิศเหนือลงได้มาบรรจบกับแม่น้ำอิระวดีที่มณฑลพะโล่

ตารางที่ 4-4 รายละเอียดการขนส่งทางน้ำภายในประเทศ

ระยะทางที่ขนส่งได้	3,516 กม.
จำนวนเรือ	429
- เรือเครื่องยนต์	236 (น้ำหนักรวมประมาณ 70,000 ตัน)
- เรือบรรทุกถ้ำลี้ย (Dumbbargo)	154
- เรือโป๊ะ (Station pontoons)	39
ประเภทบริการ (ปี 2554)	
- ผู้โดยสาร	27.57 ล้านคน
- สินค้า	4.79 ล้านตัน
อู่เรือ (Dockyards)	6 แห่ง

ปริมาณการขนส่งสินค้าทางน้ำภายในประเทศเมียนมา (Domestic shipping cargo throughput) ดังแสดงในตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 สถิติปริมาณการขนส่งสินค้าทางน้ำภายในประเทศ ปี ค.ศ. 2004 – 2010

(หน่วย: 100 ตัน)

ปี	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ปริมาณ	5,881	5,739	6,100	6,656	6,578	6,661	6,687
ร้อยละที่เพิ่มขึ้น %	-	-2%	6%	9%	-1%	1%	0%

ที่มา: Asean Logistics Survey Volume 5 (2012)

สำหรับการขนส่งทางทะเล การท่าเรือเมียนมา (Myanmar Port Authority – MPA) การขนส่งทางลำน้ำแห่งเมียนมา (Myanmar Inland Water Transport – MIWT) และองค์การอู่ต่อเรือเมียนมา (Myanmar Shipyards) มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบและอำนวยความสะดวกในการขนส่งทางทะเล และการขนส่งทางแม่น้ำของเมียนมา โดยท่าเรือย่างกุ้ง (Yangon Port) คือท่าเรือที่สำคัญที่สุดของเมียนมา การขนส่งผ่านท่าเรือย่างกุ้งนับเป็นร้อยละ 90 ของการขนส่งทางทะเลของเมียนมาทั้งหมด นอกจากนี้เมียนมามีท่าเรือชายฝั่งอีก 8 แห่งตามชายฝั่งของเมียนมา อย่างไรก็ตามจากสถิติปริมาณตู้สินค้าที่ผ่านท่าเรือย่างกุ้ง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังข้อมูลสถิติในตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 สถิติปริมาณตู้สินค้าที่ผ่านท่าเรืออย่างกว้างระหว่าง ปี ค.ศ. 2005 – 2010

Container throughput						
Fiscal year (Apr-Mar)	Import (TEU)	Export (TEU)	Total (TEU)	Total (M-ton)		
2005	86,130	85,775	171,905	10%	2,606,160	-2%
2006	99,942	97,337	197,279	15%	3,148,045	21%
2007	115,267	111,236	226,503	15%	3,462,489	10%
2008	133,712	130,294	264,006	17%	3,937,131	14%
2009	152,077	151,333	303,410	15%	4,372,025	11%
2010	163,186	165,487	328,673	8%	4,301,164	-2%

Source: Data provided by the MPA

ที่มา: Asean Logistics Survey, Volume 5 Myanmar (2012)

ท่าเรืออย่างกว้างมีสถานีบรรจุและแยกสินค้ากล่อง (Inland container depots – ICD) 3 สถานี และมีท่าเทียบเรือขนถ่ายสินค้าระหว่างประเทศ (International wharves) 18 ท่า ซึ่งบริหารจัดการโดย

- Bo AungKyaw Street Wharf (BSW)
- Hteedan Port Terminal (HPT)
- Sule Pagoda Wharf Myanmar Industrial Port (MIP)
- Asia World Port Terminal (AWPT)
- Hteedan Oil Berth (HOB)

นอกจากนี้ เมียนมายังมีท่าเทียบเรือขนถ่ายสินค้าระหว่างประเทศอีก 6 ท่าที่ท่าเรือติละวา (Thilawa port) ซึ่งบริหารจัดการโดย Myanmar International Terminal Thilawa (MITT) และ Myanmar Integrated Port Limited (MIPL) ตารางที่ 4-7 แสดงถึงรายละเอียดข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าเทียบเรือระหว่างประเทศของเมียนมา จากข้อมูลของการท่าเรือฯ ปริมาณสินค้าทั่วไปและจำนวนตู้คอนเทนเนอร์ยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เมียนมาต้องเตรียมการเพื่อรองรับแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากปริมาณการค้าที่เพิ่มขึ้นจากการปฏิรูปรัฐบาลในปัจจุบัน

ตารางที่ 4-7 รายละเอียดข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าเทียบเรือระหว่างประเทศของเมียนมา

ชื่อ	ประเภทของท่าเรือ	Quay length (เมตร)	Apron width (เมตร)	Vessel DWT	Back up area (เอเคอร์)
SPW 1	GC	137	12.2	15,000	37.8
SPW 2	GC	137	12.2	15,000	
SPW 3	GC	137	12.2	15,000	
SPW 4	GC	137	12.2	15,000	
SPW 5	GC	168	15.2	15,000	
SPW 6	GC	162	15.2	15,000	
SPW 7	GC	162	15.2	15,000	
BSW 1	GC/Container	137	15.2	15,000	24.37
BSW 2	GC/Container	137	15.2	15,000	
BSW 3	GC/Container	183	30.0	15,000	
AWPT 1	GC/Container	198	30.5	15,000	30.0
AWPT 2	GC/Container	156	19.5	15,000	
AWPT 3	GC/Container	260	30.5	15,000	
MIP 1	GC/Container	155	18.0	12,000	17.36
MIB 2	GC/Container	155	18.0	12,000	
HOB	Edible oil	120	15.0	5,000	0.88
HPT 2	GC/Container	213	30.0	15,000	
HPT3	GC/Container	213	30.0	15,000	
MITT 1	GC/Container	200	30.0	20,000	185.0
MITT 2	GC/Container	200	30.0	20,000	
MITT 3	GC/Container	200	30.0	20,000	
MITT 4	GC/Container	200	30.0	20,000	
MITT 5	GC/Container	200	30.0	20,000	
MIPL	GC/Liquid bulk	200	17.0	20,000	37

ที่มา: การท่าเรือเมียนมา

การขนส่งทางลำนํ้าแห่งเมียนมา (MIWT) พยายามเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งให้ดีที่สุด เพื่อรองรับความต้องการของประชาชน MIWT ให้บริการขนส่งผู้โดยสาร และขนส่งสินค้าตามลำนํ้าของประเทศ นอกจากนี้ MIWT ยังให้บริการเรือเฟอร์รี่ตามแม่น้ำที่สำคัญเพื่อการขนส่งยานยนต์ MIWT เปิดบริการทั้งหมด 38 เส้นทางสำหรับการขนส่งตามลำนํ้า รวมทั้งมีท่าเรือท้องถิ่นตามลำนํ้าอีก 218 ท่า อย่างไรก็ตาม MIWT ไม่มีท่าเทียบเรือคอนเทนเนอร์สำหรับการขนส่งตามลำนํ้าในเมียนมา

4.2.1.4 การขนส่งทางอากาศ

กรมการบินพลเรือน (Department of Civil Aviation - DCA) เป็นผู้ควบคุมกิจการขนส่งทางอากาศตามกฎหมายในเมียนมา เมียนมามีสนามบินทั้งหมด 33 สนามบินทั่วประเทศ ในจำนวนนี้มีสนามบินนานาชาติ 3 แห่ง คือ

- สนามบินนานาชาติย่างกุ้ง รองรับผู้โดยสารได้ 2.7 ล้านคน
- สนามบินนานาชาติมันตะเล่ย์ รองรับผู้โดยสารได้ 3 ล้านคน
- สนามบินนานาชาติเนย์ปีดอว์ รองรับผู้โดยสารได้ 3.5 ล้านคน

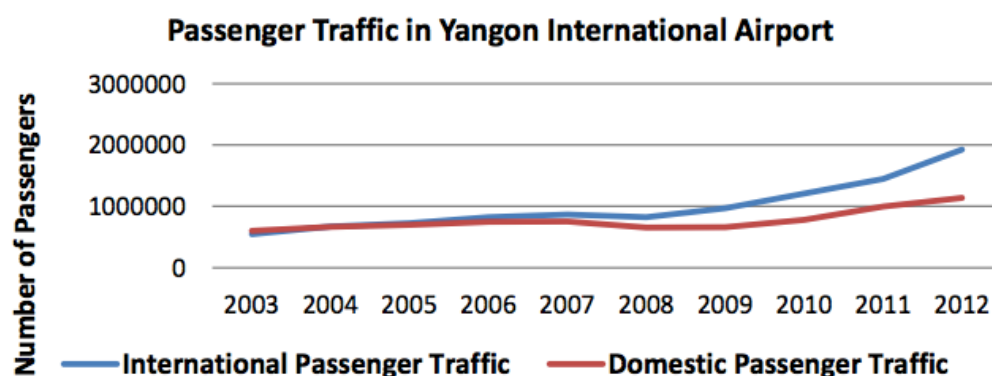
สนามบินที่เหลืออีก 30 แห่งเป็นสนามบินภายในประเทศ เมียนมามีสายการบินภายในประเทศทั้งหมด 7 สายการบิน ให้บริการการขนส่งทางอากาศสำหรับ 27 สนามบินในประเทศ สำหรับ Myanmar Airways International (MAI), Golden Myanmar Airlines และ Air Bagan ให้บริการระหว่างประเทศ และระหว่างเมียนมากับบางภูมิภาค นอกจากนี้ ยังมีสายการบินต่างชาติที่ให้บริการการขนส่งทางอากาศดังเห็นได้จากตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 สายการบินต่างชาติที่ให้บริการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ

สายการบินต่างชาติ	เส้นทาง
Thai Airways International, Bangkok Airways	กรุงเทพ-ย่างกุ้ง
Thai Air Asia	กรุงเทพ-ย่างกุ้ง, กรุงเทพ-มันตะเล่ย์
Malaysia Airlines, Air Asia Berhad	กัวลาลัมเปอร์-ย่างกุ้ง
Silk Air, Jet Star Asia, Singapore Airline	สิงคโปร์-ย่างกุ้ง
Air China	คุนหมิง-ย่างกุ้ง
China Eastern Airlines	คุนหมิง-ย่างกุ้ง, หนานหนิง-ย่างกุ้ง, คุนหมิง-มันตะเล่ย์
China Southern Airlines	กวางโจว-ย่างกุ้ง
China Airlines	ไทเป-ย่างกุ้ง (เช่าเหมาลำ)
Vietnam Airlines	ฮานอย-ย่างกุ้ง, โฮจิมินห์-ย่างกุ้ง
Indian Airlines	โกลกาตา-ย่างกุ้ง
Korean Air	อินชอน-ย่างกุ้ง
EVA Air	ไทเป-ย่างกุ้ง
Qatar Airways	โดฮา-ย่างกุ้ง

ที่มา: กรมการบินพลเรือนเมียนมา (DCA)

ตามสถิติของกรมการบินพลเรือนเมียนมา ปริมาณผู้โดยสารระหว่างประเทศ และผู้โดยสารในประเทศ ที่ผ่านเข้าออกสนามบินนานาชาติย่างกุ้งมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปีดังเห็นได้จากภาพที่ 4-5



ภาพที่ 4-5 ปริมาณผู้โดยสารระหว่างประเทศและผู้โดยสารในประเทศ
ที่มา: กรมการบินพลเรือนเมียนมา (DCA)

4.2.2 เส้นทางการค้าผ่านอำเภอแม่สอด

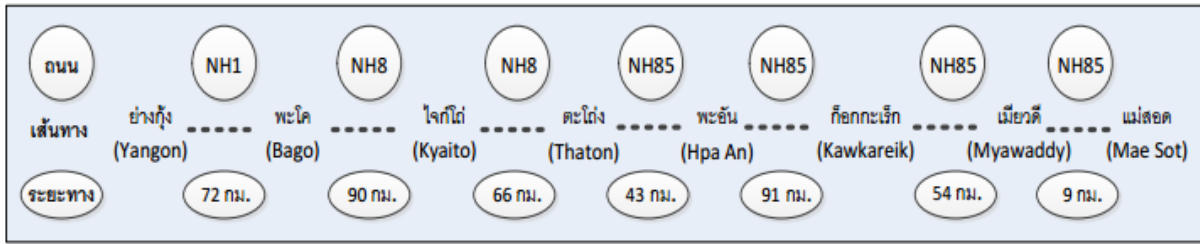
เส้นทางหลักที่ใช้ในการขนส่งสินค้าทางบก จากประเทศไทยไปยังย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา ผู้ประกอบการขนส่งส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้เส้นทางออกจากชายแดนประเทศไทยที่ อ.แม่สอด จ.ตาก ผ่านไปยังเมืองเมียวดี ในรัฐกะเหรี่ยง เพื่อขนส่งต่อไปยังกรุงย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา ซึ่งจะเป็นจุดกระจายสินค้า (Distribution center) ออกไปยังภูมิภาคต่างๆ ต่อไป โดยระยะทางจากกรุงเทพมหานคร ถึงเมียวดี ประมาณ 490 กม.และระยะทางจากเมืองเมียวดีถึงเมืองย่างกุ้งประมาณ 455 กม. ดังแสดงในภาพที่ 4-6



ภาพที่ 4-6 เส้นทางจากกรุงเทพฯ – เมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา

เมื่อพิจารณาช่วงเส้นทางตั้งแต่จุดเริ่มต้นอำเภอแม่สอด จ.ตาก เป็นต้นไป จึงถึงเมืองย่างกุ้ง ลักษณะเส้นทางแต่ละช่วงสรุปได้ดังนี้³

³ คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา)



ภาพที่ 4-7 ระยะทางจากเมืองย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา มายังอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

- แม่สอด (Mae Sot) – เมียวดี (Myawaddy)

ระยะทางจากด่านพรมแดน อ.แม่สอด จ.ตาก ไปยัง เขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) มีระยะทางประมาณ 9 กม.สภาพถนน เป็นถนนลาดยาง จำนวน 2 เลน ความกว้างของถนน 8-10 เมตร ความเร็วเฉลี่ยของรถบรรทุกประมาณ 25-30 กิโลเมตรต่อชั่วโมงระยะเวลาที่ใช้ในเส้นทางนี้ ประมาณ 20-30 นาที

ซึ่งเขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) แห่งนี้จะเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้าจากรถบรรทุกของไทยไปยังรถบรรทุกของเมียนมาและเป็นจุดสุดท้ายที่รถบรรทุกสินค้าของไทยที่สามารถเข้ามาได้

- เมียวดี (Myawaddy) – ก๊อกระเร็ก(Kawkaeik)

ระยะทางระหว่างเขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) มายังประตูด่านพรมแดน (Thingannyinaung Pass Gate) มีระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร ซึ่งคนขับรถบรรทุกจะต้องยื่นเอกสารที่ได้รับอนุญาตจากศุลกากรเมียวดีให้แก่เจ้าหน้าที่ที่จุดนี้ จึงสามารถนำรถบรรทุกสินค้าออกจากประตูด่านพรมแดนนี้ได้ ความกว้างของถนนในช่วงนี้กว้างประมาณ 10 เมตร จำนวน 2 เลน รถสามารถวิ่งสวนกันได้

หลังจากออกจากประตูด่านพรมแดน (Thingannyinaung Pass Gate) มีเส้นทางตัดใหม่ระหว่างเมืองเมียวดีไปเมืองก๊อกระเร็ก สร้างโดยรัฐบาลไทย เป็นถนนลาดยางมาตรฐาน 2 ช่องจราจร ความกว้างของถนนประมาณ 10 เมตร ระยะทางประมาณ 45 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางเหลือ 90 นาที โดยไม่ต้องผ่านภูเขาตอร์ณะ ที่เป็นเส้นทางเก่า อนุญาตให้รถวิ่งได้ทางเดียวเท่านั้น โดยจะสลับวันกันวิ่งโดยใช้ระบบวันคี่และวันคู่ วันคี่จะอนุญาตให้รถวิ่งจากก๊อกระเร็ก (Kawkaeik) ไปยังเมียวดี (Myawaddy) และวันคู่จะอนุญาตให้รถวิ่งจากเมียวดี (Myawaddy) ไปยังก๊อกระเร็ก (Kawkaeik) ซึ่งระบบการสลับวันวิ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของสมาคมผู้ขนส่งรถบรรทุกเมียนมา (Myanmar Truck Transporter Association) และเจ้าหน้าที่ทางการของเมียวดี ระยะทางระหว่างเมียวดี (Myawaddy) ไปยังก๊อกระเร็ก (Kawkaeik) เส้นทางนี้มีระยะทางประมาณ 54 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง

- ก๊อกระเร็ก (Kawkaeik) – พะฮัน (Hpa-An)

ระยะทางระหว่างก๊อกระเร็ก (Kawkaeik) ไปยังพะฮัน (Hpa An) มีระยะทางประมาณ 91 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทาง NH85 ความเร็วเฉลี่ยของรถบรรทุกประมาณ 35-40 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ระยะเวลาที่ใช้ในเส้นทางนี้ประมาณ 2 ชั่วโมง 30 นาที สภาพถนนในช่วงนี้เป็นถนนลาดยางที่อยู่ในสภาพค่อนข้างชำรุด มีสภาพเป็นหลุมเป็นบ่ออยู่บ้าง ความกว้างของถนนประมาณ 5 เมตร เป็นถนน 2 เลนสวนกัน ช่วงที่แคบที่สุดประมาณ 3.5 เมตร ซึ่งจะเป็นจุดที่ไม่สามารถทำความเร็วได้เนื่องจากสภาพการจราจรแออัดในเส้นทางนี้ รถบรรทุกจะต้องซ้มน้ำหนักรถก่อนข้ามสะพานจิ้น (Jine bridge) ซึ่งสามารถรับน้ำหนักบรรทุกสูงสุด (Gross weight) ได้ 20 ตันสะพานจะเปิดเฉพาะเวลา 6.00 น. -18.00 น. เท่านั้น

ในเส้นทาง ก๊อเกาะเร็ก (Kawkareik) – พะอัน (Hpa An) รถบรรทุกสินค้าสามารถบรรทุกสินค้าได้มากขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านกายภาพของถนนและสะพานน้อยลง ทำให้ในบริเวณเส้นทางนี้ มีผู้ประกอบการขนส่งท้องถิ่นดำเนินการรวบรวมสินค้า (Consolidate) จากผู้ขนส่งรายย่อยที่เดินทางมาจากเมียวดี โดยจะมีสถานที่พักและขนถ่ายสินค้าระหว่างทาง เพื่อรวบรวมให้ได้ปริมาณมากพอที่จะขนส่งโดยรถบรรทุกขนาดใหญ่ และขนส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางต่อไป

- **พะอัน (Hpa An) – ตะโถ่ง (Thaton)**

ระยะทางระหว่าง พะอัน (Hpa An) ไปยังตะโถ่ง (Thaton) มีระยะทางประมาณ 43 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทาง NH85 สภาพของถนนอยู่ในสภาพพอใช้ คนขับรถสามารถทำความเร็วได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเส้นทางที่ผ่านมาก่อนหน้า ความกว้างของถนนประมาณ 7 เมตร เป็นถนน 2 เลน สวนกันความเร็วเฉลี่ยของรถบรรทุกประมาณ 50-55 กิโลเมตรต่อชั่วโมงระยะเวลาใช้เส้นทางนี้ประมาณ 60 นาทีในเส้นทางนี้รถบรรทุกจะต้องข้ามสะพานพะอัน (Hpa An bridge) ซึ่งจะเปิดเฉพาะเวลา 3.00 น. – 23.00 น. เท่านั้นมีด่านเก็บเงิน (Toll gate) 1 ด่าน ระหว่าง พะอัน (HpaAn) และตะโถ่ง (Thaton) ค่าผ่านด่านจะขึ้นอยู่กับประเภทของรถในเส้นทางนี้เริ่มที่จะมีชุมชนมากขึ้นบริเวณ 2 ฝั่งถนน และมีร้านค้าตลอดเส้นทางทำให้คนขับรถสามารถแวะจอดพักรถในระหว่างทางได้

- **ตะโถ่ง (Thaton) – ไจ้โก้ (Kyaito)**

ระยะทางระหว่าง ตะโถ่ง (Thaton) ไปยังไจ้โก้ (Kyaito) มีระยะทางประมาณ 66 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทาง NH8 สภาพของถนนส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่ค่อนข้างดี ความกว้างของถนนประมาณ 5 เมตร เป็นถนน 2 เลน สวนกัน ไหล่ถนนกว้างประมาณ 1 เมตรความเร็วเฉลี่ยของรถบรรทุกประมาณ 50-55 กิโลเมตรต่อชั่วโมงระยะเวลาใช้เส้นทางนี้ประมาณ 1 ชั่วโมง 15 นาที

สภาพการจราจรในเส้นทางช่วงนี้เริ่มหนาแน่นขึ้น ทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์และมีร้านค้าตลอดเส้นทางทำให้คนขับรถสามารถแวะจอดพักรถในระหว่างทางได้

- **ไจ้โก้ (Kyaito) – พะโค (Bago)**

ระยะทางระหว่าง ไจ้โก้ (Kyaito) ไปยังพะโค (Bago) มีระยะทางประมาณ 90 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทาง NH8 สภาพถนนส่วนใหญ่อยู่ในสภาพที่ดี ความกว้างของถนนประมาณ 5 เมตรเป็นถนน 2 เลน สวนกัน ไหล่ถนนกว้างประมาณ 2 เมตร คนขับรถสามารถทำความเร็วได้มากขึ้นเมื่อเทียบกับเส้นทางในช่วงที่ผ่านมา สภาพการจราจรในช่วงนี้เริ่มหนาแน่นขึ้น ไม่ว่าจะเป็น รถมอเตอร์ไซด์ รถยนต์ รวมทั้งสัตว์เลี้ยง เช่น โค กระบือ ที่มีมาก คนขับรถควรใช้ความระมัดระวังในการขับขี่ในช่วงนี้ความเร็วเฉลี่ยของรถบรรทุกประมาณ 50-55 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ระยะเวลาที่ใช้ในเส้นทางนี้ประมาณ 2 ชั่วโมง ก่อนเข้าเมืองพะโค (Bago) จะต้องข้ามสะพาน 2 สะพาน ได้แก่ สะพาน Sittowung และสะพาน Wor ซึ่งทั้ง 2 สะพานเปิดตลอด 24 ชั่วโมง มีด่านเก็บเงิน (Toll gate) 1 ด่าน ระหว่างไจ้โก้ (Kyaito) และพะโค (Bago) ค่าผ่านด่านจะขึ้นอยู่กับประเภทของรถ

- **พะโค (Bago) – ย่างกุ้ง (Yangon)**

ระยะทางระหว่าง พะโค (Bago) ไปยังย่างกุ้ง (Yangon) มีระยะทางประมาณ 72 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทาง NH1 สภาพถนนอยู่ในสภาพดี เป็นถนน 2-3 เลนสำหรับแต่ละทิศทาง สภาพการจราจรในย่างกุ้ง

ค่อนข้างแออัด ความเร็วเฉลี่ยของรถบรรทุกประมาณ 50-55 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ระยะเวลาใช้ในเส้นทางนี้ประมาณ 50-60 นาที มีด่านเก็บเงิน (Toll gate) 1 ด่าน ระหว่างพะโค (Bago) และย่างกุ้ง (Yangon) ค่าผ่านด่านจะขึ้นอยู่กับประเภทของรถ ในเส้นทางนี้ มีสถานีเติมน้ำมันตลอดเส้นทาง อย่างไรก็ตาม หากเป็นสถานีก๊าซ LPG จะมีเฉพาะในย่างกุ้งเท่านั้น

สรุปการประเมินภาพรวมเส้นทางเมียวดี-ย่างกุ้ง

- สภาพของเส้นทางระหว่างเมียวดี-ย่างกุ้งจะต้องได้รับการปรับปรุงพัฒนา โดยเฉพาะเส้นทางระหว่างเมือง เนื่องจากสภาพถนนส่วนใหญ่อยู่ในสภาพชำรุดทรุดโทรม และมีเพียง 2 เลน อีกทั้งส่วนใหญ่ไม่มีไหล่ทางนอกจากนี้เส้นทางบางช่วงผ่านเขตภูเขาสูงชัน ทำให้มีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุในตลอดเส้นทาง ผู้ขับขี่ในเส้นทางนี้ควรให้ความระมัดระวังในการขับขี่เป็นอย่างยิ่ง
- ระยะเวลาที่ใช้โดยรวมจากเมียวดี-ย่างกุ้งโดยรถบรรทุกจะใช้เวลาเดินทางประมาณ 8-10 ชั่วโมง
- สถานีบริการเชื้อเพลิงเฉพาะในเมืองใหญ่เท่านั้น ไม่มีสถานีบริการเชื้อเพลิงในระหว่างเส้นทาง และสถานีบริการ LPG จะมีเฉพาะที่ย่างกุ้งเท่านั้น
- ในเส้นทางไม่มีจุดสำหรับพักรถบรรทุกสินค้าโดยเฉพาะ ต้องอาศัยการจอดแวะพักรถริมถนนข้างทางหรือร้านค้าข้างทางที่เว้นพื้นที่ให้สำหรับเป็นจุดพักรถชั่วคราว

4.3 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดน

4.3.1 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดนของประเทศไทย

การดำเนินการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมาสามารถดำเนินการภายใต้กรอบความตกลงระหว่างประเทศ คือ⁴

1. **กรอบความตกลงอาเซียน (Asean Framework Agreement)** เป็นกรอบความตกลงที่กำหนดหลักการให้แต่ละประเทศยอมรับให้มีการขนส่งข้ามแดน ผ่านแดนระหว่างกัน ยอมรับใบอนุญาตขับขี่และหนังสือรับรองการตรวจสภาพรถเชิงพาณิชย์ของแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน และการยอมรับการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบภายในประเทศสมาชิก

กรอบความตกลงอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมา

1. กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดน
2. กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าข้ามแดน
3. กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ
4. ความตกลงว่าด้วยการยอมรับใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ในประเทศที่ออกโดยประเทศสมาชิกอาเซียน
5. ความตกลงว่าด้วยการยอมรับหนังสือรับรองการตรวจสภาพรถยนต์ที่ใช้ในการพาณิชย์สำหรับรถบรรทุกสินค้าและการบริการสาธารณะที่ออกโดยประเทศสมาชิกอาเซียน

⁴คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา) (2556)

2. ความตกลงว่าด้วยการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS Cross-Border Transport Agreement: GMS CBTA) กรณีขนส่งสินค้าข้ามแดนและ/หรือผ่านแดนระหว่าง 6 ประเทศสมาชิก ได้แก่ ไทย สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาและจีน (มณฑลยูนนานและมณฑลกวางสี) โดยหลักการของความตกลงฯจะครอบคลุมถึงเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การดำเนินพิธีการศุลกากรแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (Single-Stop Inspection : SSI) หรือโดยการตรวจปล่อยสินค้าในบริเวณเดียวกัน (Single-Window Inspection : SWI)

2. การอำนวยความสะดวกในการข้ามพรมแดนของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

3. การยกเว้นการตรวจด้านศุลกากรสำหรับสินค้าผ่านแดน การวางหลักประกันทัณฑ์บน และการอารักขาศุลกากร

4. ความตกลงฯ ไม่ใช่บังคับการขนส่งสินค้าอันตราย ส่วนการขนส่งสินค้าเน่าเสียง่าย จะต้องได้รับการปฏิบัติตามข้อกำหนดเพื่อมิให้เกิดความล่าช้า

5. การยอมรับข้อกำหนดสำหรับการยอมรับรถในประเทศภาคีสัญญาอื่น การจดทะเบียน การแสดงเอกสารและเครื่องหมายตามที่กำหนดข้อกำหนดทางเทคนิคของรถตามมาตรฐานของประเทศผู้ส่งและผู้รับ การยอมรับหนังสือรับรองการตรวจสอบสภาพรถและใบอนุญาตขับขี่ของประเทศสมาชิกรวมทั้งการปฏิบัติตามข้อบังคับเกี่ยวกับการประกันภัยความเสียหายที่เกิดจากรถต่อบุคคลที่สามการนำรถเข้าประเทศเป็นการชั่วคราวโดยปราศจากภาษีนำเข้าและการวางประกันทัณฑ์บนศุลกากร

6. การแลกเปลี่ยนสิทธิจราจรเพื่อการพาณิชย์

7. การวางโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งรวมถึงมาตรฐานเกี่ยวกับการสร้างถนน สะพาน เครื่องหมายและสัญญาณจราจร

ทั้งนี้ ความตกลงฯ ดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้เฉพาะกับเส้นทางและด่านนำเข้าหรือส่งออกที่ประเทศภาคีจะตกลงกัน

4.3.2 กฎระเบียบการขนส่งข้ามแดนของประเทศเมียนมา

ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาการขนส่ง และการปฏิบัติการทางถนนอยู่ภายใต้กฎระเบียบ และกฎหมาย ซึ่งเริ่มมีการบังคับใช้ในปี พ.ศ.2458 ดังต่อไปนี้⁵

1) กฎระเบียบเกี่ยวกับการขนส่งโดยยานพาหนะปีพ.ศ. 2458

2) กฎระเบียบว่าด้วยการว่าจ้างขนส่งด้วยยานพาหนะปี พ.ศ. 2508

3) กฎระเบียบว่าด้วยการเคลื่อนย้ายยานพาหนะระหว่างประเทศปี พ.ศ. 2476

4) กฎหมายว่าด้วยยานพาหนะ ปี พ.ศ. 2507

5) กฎระเบียบเกี่ยวกับยานพาหนะ ปี พ.ศ. 2532

หน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางถนนและรับผิดชอบเกี่ยวกับการขนส่งทางถนนในประเทศเมียนมาคือ กรมการจัดการการขนส่งทางถนน (Road Transport Administration Department หรือ RTAD) ภายใต้กระทรวงการขนส่งทางราง โดยการจดทะเบียน

⁵ คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา)(2556)

ยานพาหนะและออกใบอนุญาตขับขี่ซึ่งจะอยู่ภายใต้ข้อกำหนดของการจดทะเบียนยานพาหนะและการออกใบอนุญาตขับขี่ ปี ค.ศ. 1994 (Procedures for Registration for Vehicles and Issuing of Driving Licenses 1994) RTAD มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับ

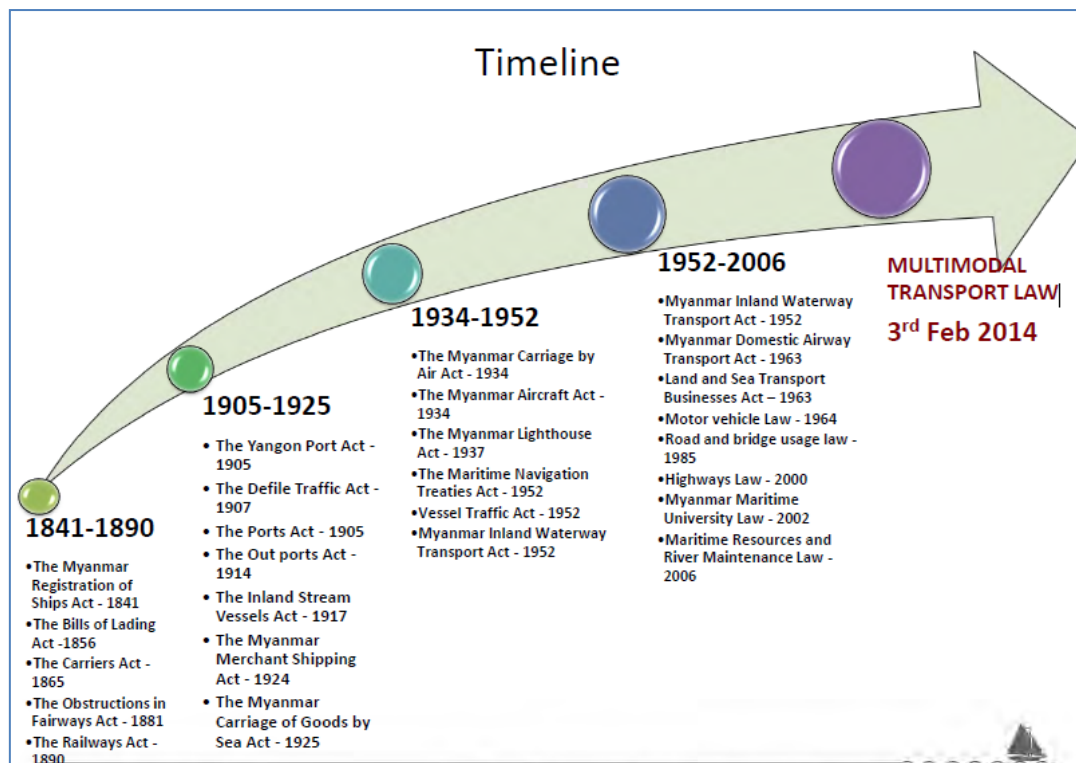
- (1) การตรวจสอบยานพาหนะและการจดทะเบียนการใช้งานของยานพาหนะ
- (2) การออกใบอนุญาตขับขี่
- (3) ออกกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อควบคุมการใช้รถใช้ถนน
- (4) จัดเก็บภาษีและรายได้ที่เกี่ยวข้องนอกจากนี้ RTAD ยังมีหน้าที่ทำให้ถนนมีความปลอดภัย และให้คำแนะนำในการใช้รถใช้ถนนอย่างปลอดภัยโดยมีหน่วยงานมากกว่า 20 สาขากระจายไปตามรัฐและภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ

ยานพาหนะที่จดทะเบียนจะต้องมีการตรวจสอบและทดสอบโดยกรมการจัดการการขนส่งทางถนน (RTAD) ทุกปี ไม่ว่าจะเป็นการทดสอบภายนอกและระบบต่างๆ โดยจุดที่จะมีการตรวจสอบหลักๆ เช่น รุ่นรถ เครื่องยนต์ หมายเลขตัวถัง ชนิดของรถ มิติ และน้ำหนักของรถ รวมทั้งการคำนวณค่าความปลอดภัยต่างๆ ตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ก่อนที่จะออกใบรับรองการจดทะเบียน

RTAD สำนักงานใหญ่จะรับผิดชอบในการจดทะเบียนสำหรับยานพาหนะไม่ว่าจะเป็นยานพาหนะที่นำเข้า หรือผลิตภายในประเทศ ซึ่งทะเบียนยานพาหนะจะมีอายุเพียง 1 ปี และยานพาหนะทุกๆ คัน จะสามารถไปต่ออายุทะเบียนได้ที่สาขาของกรมการจัดการการขนส่งทางถนนในแต่ละรัฐและภูมิภาคการต่ออายุของยานพาหนะต้องทำปีละ 1 ครั้ง และสำหรับรถจักรยานยนต์ จะต้องทำ 2 ปีต่อครั้ง นอกจากนี้ ยานพาหนะทุกคันที่ใช้ถนนสาธารณะจะต้องมีใบรับรองการตรวจสอบยานพาหนะ ซึ่งประเทศเมียนมาได้ปฏิบัติตามมาตรฐานการตรวจสอบยานพาหนะของอาเซียน

เมียนมาได้จัดตั้งคณะกรรมการประสานงานการขนส่งผ่านแดนแห่งชาติ(National Transit Transport Coordinating Committee หรือ NTTCC) เพื่อประสานงานการนำกรอบข้อตกลงในการขนส่งผ่านแดนของอาเซียน โดยกระทรวงการขนส่งทางรางรับผิดชอบในการเป็นตัวหลักสำหรับ NTTCC ซึ่งมีความรับผิดชอบหลักในการพัฒนา และจัดทำแผนในภาพรวมในระดับชาติ ในขณะที่คณะกรรมการการขนส่งผ่านแดนในระดับภูมิภาค (Transit Transport Coordinating Board หรือ TTCB) มีหน้าที่กำกับดูแลการประสานงาน และการนำกรอบความตกลงต่างๆ มาปฏิบัติใช้

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายของเมียนมาที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งข้ามแดนที่สำคัญ คือ กฎหมายว่าด้วยการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Myanmar Multimodal Transport Law) ซึ่งปัจจุบันกฎหมายฉบับนี้ได้ผ่านความเห็นชอบจากรัฐสภาเมียนมาแล้ว โดยเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2014



ภาพที่ 4-8 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งของเมียนมา
ที่มา: Myanmar International Freight Forwarder's Association (2014)

ทั้งนี้หน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลผู้ประกอบการขนส่งในแต่ละรูปแบบการขนส่งของเมียนมา ขึ้นอยู่กับหลายหน่วยงาน ดังแสดงในภาพที่ 4-9

Operator		Responsible government agency
Freight forwarder	International & Domestic	Ministry of Transport
NVOCC	International & Domestic	Ministry of Transport
MTO	ASEAN	Ministry of Transport
Shipping	International & Domestic	Ministry of Transport
Air Transport	International & Domestic	Ministry of Transport
Road Transport	Domestics CBTA, Inter state	Ministry of Rails
Rail Transport	Domestics	Ministry of Rails
Road & Bridge Construction	Domestics	Ministry of Construction
Logistics	ASEAN	Ministry of Transport

ภาพที่ 4-9 หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบการขนส่งในเมียนมา
ที่มา : Myanmar International Freight Forwarder's Association (2014)

อย่างไรดียังไม่มีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการกำกับดูแลตัวแทนผู้ส่งสินค้า (Freight Forwarders) จากหน่วยงานภาครัฐของเมียนมาอย่างไรก็ดีภาคเอกชนใช้วิธีในการกำกับดูแลกันเอง ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกันกับประเทศไทย ดังผลการเปรียบเทียบในภาพที่ 4-10

Country	Government regulation	Industry self-regulation
Bangladesh	YES	YES
China	YES	YES
Indonesia	YES	YES
Philippines	YES	YES
Republic of Korea	YES	YES
India	NO	YES
Lao PDR	NO	YES
Myanmar	NO	YES
Singapore	NO but Port Net	YES
Thailand	NO	YES

ภาพที่ 4-10 เปรียบเทียบการกำกับดูแลตัวแทนผู้ส่งออกสินค้า (Freight Forwarders) ของเมียนมา
ที่มา : Myanmar International Freight Forwarder's Association (2014)

เงินลงทุนขั้นต่ำของตัวแทนผู้ส่งออกสินค้า (Freight Forwarders) ของเมียนมาเปรียบเทียบกับประเทศอื่น

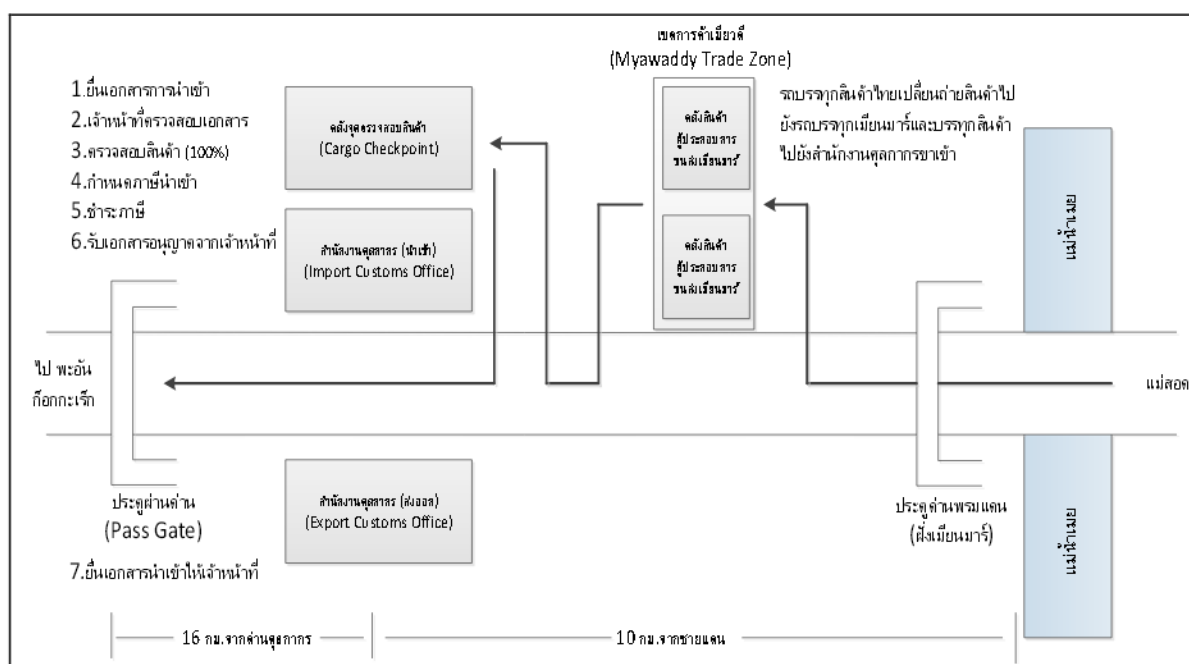
Country	Co: set up Capital	FF Asso: Member	NVOCC	MTO Assets
Singapore	0.8 US\$	US\$ 79,264 min		? (SLA)
China			US\$ 123,617 deposit	
Thai		US \$ 65,833 min		US\$ 128,280
Myanmar	50000US\$ Myanmar 100% Foreign own Service company allowed	100US\$/Yr	nil	US\$ 128,280
ASEAN				US\$ 128,280

ภาพที่ 4-11 เงินลงทุนขั้นต่ำของตัวแทนผู้ส่งออกสินค้า (Freight Forwarders) ของเมียนมา

4.3.3 การขนส่งข้ามแดนด้านศุลกากรแม่สอด⁶

รถบรรทุกสินค้าของไทยที่มีน้ำหนักบรรทุกรวม (Gross Weight) ไม่เกิน 25 ตัน สามารถที่จะบรรทุกสินค้าข้ามสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมาเพื่อไปขนถ่ายสินค้าที่เขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) แต่หากมีน้ำหนักบรรทุกรวม (Gross Weight) เกิน 25 ตัน จะต้องมีการขนถ่ายสินค้า ณ บริเวณด้านศุลกากรแม่สอด โดยจะขนถ่ายสินค้าลง รถบรรทุกของผู้ประกอบการเมียนมา ซึ่งทำให้การขนส่งสินค้าต้องมีต้นทุนและระยะเวลาที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่จะต้องมีการขนถ่ายสินค้าก่อนขึ้นสะพานน่าจะหมดไป เมื่อมีการสร้างสะพานแห่งใหม่แล้วเสร็จ

หลังจากที่รถบรรทุกสินค้าผ่านกระบวนการข้ามแดนและดำเนินพิธีการศุลกากรขาออก ณ ด้านศุลกากรแม่สอดแล้ว จะต้องเดินทางไปเปลี่ยนถ่ายสินค้า (Transshipment) ขึ้นรถบรรทุกที่คลังสินค้าของผู้ประกอบการขนส่งเมียนมาที่เขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) ซึ่งมีระยะทางห่างจากด้านศุลกากรแม่สอดประมาณ 8 กิโลเมตร หลังจากนั้น จึงทำเรื่องดำเนินการพิธีการศุลกากรขาเข้า ที่สำนักงานศุลกากรเมียวดี ซึ่งอยู่ห่างจากเขตการค้าเมียวดี (Myawaddy Trade Zone) ประมาณ 2 กิโลเมตรดังภาพที่ 4-12



ภาพที่ 4-12 กระบวนการทำพิธีการศุลกากรนำเข้าของเมียนมาที่ด่านเมียวดี
ที่มา: คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณสุขสหภาพเมียนมา) (2558)

อย่างไรก็ตาม ก่อนนำสินค้าเข้าไปยังประเทศเมียนมาจะต้องทำเรื่องขอ Import License จากกรมการค้าชายแดน (Department of Border Trade) ของเมียนมาที่มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ เนปิดอร์ ย่างกุ้ง และเมียวดี โดยใช้เวลาในการดำเนินการ 2-3 วัน โดยผู้ดำเนินการขอ Import License จะเป็นผู้ประกอบการขนส่งหรือผู้นำเข้าสินค้าชาวเมียนมา แต่หากเป็นนักธุรกิจชาวไทยที่ดำเนินธุรกิจในเมียนมาเป็นผู้ขอ จะใช้

⁶ คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณสุขสหภาพเมียนมา) (2558)

ระยะเวลาในการดำเนินการประมาณ 3 เดือนโดย Import License จะมีอายุ 3 เดือน หากผู้ขอ Import License ยังนำเข้าสินค้าไม่ครบตามปริมาณที่ขอ จะสามารถต่ออายุได้อีก 3 เดือน แต่ถ้าเกิน 6 เดือนไปแล้ว การนำเข้าสินค้าครั้งต่อไป จะต้องทำการขอ Import License อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งค่าใช้จ่ายในการขอ Import License จะมีค่าใช้จ่ายสูงสุดคือ 50,000 จ๊าด

ส่วนค่าใช้จ่ายในการนำเข้าสินค้าจะมีอยู่ 3 ประเภท คือ

1. Customs Duty ซึ่งค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า อัตราการเสียภาษีจะเสียตาม H.S. Code ของ Import Tariff Myanmar
2. Commercial Taxes เสียค่าใช้จ่ายประมาณ 5% ของมูลค่าสินค้าตามใบ Invoice
3. AV Taxes เสียค่าใช้จ่าย 2% ของมูลค่าสินค้าตามใบ Invoice

4.4 ยุทธศาสตร์ด้านโลจิสติกส์ของประเทศเมียนมา

4.4.1 กลยุทธ์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางโลจิสติกส์ของเมียนมา

รัฐบาลเมียนมาเน้นอย่างมากในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการขนส่งในทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นทางถนน รถไฟ ทางทะเล และทางอากาศโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนน
สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนนที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ในเมียนมา มีหลายโครงการที่อยู่ภายใต้การพัฒนาในระดับภูมิภาค อาทิ

- ทางหลวงเอเชีย (Asian Highways)
- ทางหลวงอาเซียน (ASEAN Highways)
- ระเบียงเศรษฐกิจอนุภาครุ่มแม่น้ำโขง (GMS Economic Corridors)
- ถนนเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน (Road connectivity with neighboring countries)

บางโครงการได้รับเงินช่วยเหลือจากยูเนสแคป (UNESCAP) เอดีบี (ADB) และไจก้า (JICA) บางโครงการได้ภาคเอกชนมาออกแบบดำเนินการก่อสร้าง บริหารจัดการ และโอนคืนรัฐเมื่อครบสัญญา (BOT) ตามรูปแบบการลงทุนร่วมกันของภาครัฐและเอกชน (Public-private partnership - PPP) ตารางที่ 4-9 แสดงให้เห็นถึงโครงการถนนในระดับภูมิภาคในเมียนมา

ตารางที่ 4-9 โครงการถนนในระดับภูมิภาคในเมียนมา

ชื่อ	เส้นทาง	ระยะทาง (กม.)
ทางหลวงเอเชีย (Asia Highways)		
AH1	เมียวดี-ย่างกุ้ง-มัณฑะเลย์-ตามู	1,650
AH2	ท่าซี้เหล็ก-มิดิลลา-ตามู	807
AH3	เมืองลา-เชียงตุง	93
AH14	มุเซ-มัณฑะเลย์	453
รวม		3,003
ทางหลวงอาเซียน (ASEAN Highways)		
AH1	ตามู-มัณฑะเลย์-มิดิลลา-ย่างกุ้ง-พระโค-พญาจี-ท่าตอน-เมียวดี	1,656
AH2	มิดิลลา-หลอยแหลม-เชียงตุง-ท่าซี้เหล็ก	807
AH3	เมืองลา-เชียงตุง	93
AH14	มัณฑะเลย์-จีบอ-มุเซ	453
AH111	จีบอ-หลอยแหลม	239
AH112	ท่าตอน-มะละแหม่ง-ตันบูซายัต-ยี-ทวาย-ล้งเคียะ-Khamaukgyi	1,145
AH113	ทวาย-Maesamee Pass	141
รวม		4,534
ระเบียงเศรษฐกิจอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)		
I	GMS North-South Economic Corridor (จีน-ลาว/เมียนมา-ไทย) ● เมืองลา-เชียงตุง-ท่าซี้เหล็ก(เสร็จสมบูรณ์)	257
II	GMS East-West Economic Corridor (เวียดนาม-ลาว-ไทย-เมียนมา) – กำลังก่อสร้าง	201
III	GMS Southern Economic Corridor (เวียดนาม-กัมพูชา-ไทย-เมียนมา) – กำลังก่อสร้าง	140
IV	GMS Northern Economic Corridor (จีน-เมียนมา-อินเดีย) ● คุณหมิง-รู่ยี่-มุเซ-มัณฑะเลย์-ตามู(เสร็จสมบูรณ์)	603
V	GMS Western Economic Corridor (อินเดีย-เมียนมา-ไทย) ● ตามู-มะละแหม่ง(เสร็จสมบูรณ์)	1,360
รวม		2,561

โครงการถนนเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน (Road connectivity with neighboring countries) ภายใต้ความตกลงทวิภาคี กำลังอยู่ในระหว่างดำเนินการดำเนินงานอีกหลายโครงการเช่นกัน อาทิ ถนนเชื่อมต่อกับจีน(ระเบียงเศรษฐกิจรู่ยี่-จ้าวผิว) ถนนเชื่อมต่อกับอินเดีลาว (สะพานเมียนมา-ลาว) และไทย (สะพานมิตรภาพไทย-เมียนมาที่ 2) นอกจากนี้ เมียนมากำลังก่อสร้างถนนและสะพานอีกหลายสาย รวมไปถึงบำรุงรักษา และปรับปรุงให้ได้ตามมาตรฐานระหว่างประเทศของการบริการทางโลจิสติกส์

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางรถไฟ

เมียนมาพยายามปรับปรุงการให้บริการการขนส่งทางรถไฟให้มีความเชื่อถือและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางรถไฟที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ผ่านโครงการระยะสั้นและระยะยาวเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในพื้นที่ห่างไกล โครงการส่วนมากเน้นหนักไปที่การก่อสร้างรางใหม่ และปรับปรุงรางเก่า ด้วยสายและหัวรถจักร รวมไปถึงการเชื่อมโยงทางรถไฟข้ามแดนกับ

ประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งจีน อินเดีย และประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าข้ามชายแดน นอกจากนี้ เมียนมายังวางแผนสร้างสัมพันธ์อันเหนียวแน่นกับประเทศอื่นๆ ด้วยการเข้าร่วมโครงข่ายการขนส่งสินค้าทางรถไฟกับ Trans-Asian Railways และ Pan-Asian Trunk Railways

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางทะเล
เมียนมาวางแผนพัฒนาบริเวณท่าเรืออย่างกว้างให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพในการจัดการกับปริมาณของสินค้าที่หลากหลายและมีปริมาณที่มากขึ้นผ่านโครงการดังต่อไปนี้

- โครงการขยายพื้นที่สำรองตามชายฝั่งโบตาทาว (Botatung) ก่อสร้างกำแพงกันคลื่น และถมพื้นที่ไว้ประโยชน์ให้เป็นแหล่งสันตนาการ และอาคารพาณิชย์
- โครงการปรับปรุงท่าเทียบเรือโดยสารนันทิดา (Nanthida) และพันโซดาน (Pansodan) ให้เป็นสถานีโดยสารที่ทันสมัย
- โครงการปรับปรุงท่าเทียบเรือสุเหร่ (Sule) ให้เป็นท่าเทียบเรืออเนกประสงค์ รองรับเรือบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ได้
- โครงการปรับปรุงท่าเทียบเรือท้องถิ่นให้เป็นสถานีท่าเรือระหว่างประเทศ

นอกจากนี้ เมียนมายังปรับปรุงและพัฒนาบริเวณรอบๆ ท่าเรือติละวา (Thilawa port) โครงการนี้เป็นโครงการเพื่อการขยายท่าเรือ จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวา และลดค่าใช้จ่ายทางโลจิสติกส์ในการค้าขายทางทะเลให้เรือขนาดใหญ่สามารถเข้ามาเทียบท่าที่ท่าเรืออย่างกว้างและท่าเรือติละวาได้ โดยรัฐบาลเมียนมาได้รับเงินลงทุนจากต่างชาติและคนท้องถิ่น

การทำเรือฯ พยายามปรับปรุงร่องน้ำของท่าเรืออย่างกว้างให้ดีขึ้นจากสภาพที่เป็นอยู่อีกด้วย เนื่องจากท่าเรือที่มีอยู่ของเมียนมาเป็นท่าเรือแม่น้ำ ไม่ลึกพอสำหรับเรือขนาดใหญ่และเรือบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ เมียนมาจึงพัฒนาท่าเรือน้ำลึก 3 แห่ง คือ

- ท่าเรือน้ำลึกจ้าวผิว (Kyaukphyu Deep Sea Port) ในรัฐยะไข่ทางตะวันตก
- Kalagauk Deep Sea Port ที่ชายฝั่งทางใต้
- เขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย และท่าเรือน้ำลึกทวายในภูมิภาคตะนาวศรีทางตอนใต้

โครงการระยะยาวอื่นๆ ของเมียนมาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของการขนส่งตามลำน้ำ มีดังต่อไปนี้

- โครงการเรือโฮเวอร์คราฟท์ และเรือโดยสาร พร้อมอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า
- โครงการติดตั้งแท่นขนถ่ายสินค้าให้สามารถรองรับได้มากกว่า 1,000 ตัน
- โครงการการจัดการการให้บริการทางการขนส่งด้วยการสร้างโกดัง
- โครงการการจัดการท่าเรือสำหรับเรือคอนเทนเนอร์ และลานขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์ และศูนย์กลางการบริการที่ท่าเรืออย่างกว้างและท่าเรือมันตะเลย์
- โครงการติดตั้งแท่นครนยกตู้คอนเทนเนอร์
- โครงการส่งเสริมกองเรือคอนเทนเนอร์ชายฝั่ง
- โครงการปรับปรุงบริเวณอยู่เรือต่างๆ ที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

- แผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางอากาศ

เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการขนส่งทางอากาศ เมียนมา (1) ปรับปรุงกฎหมายและข้อบังคับให้ทันสมัยขึ้น (2) จัดตั้งการทำอากาศยาน (Airport Authority) (3) ร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ (4) ส่งเสริมทางด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (5) ปรับปรุงสนามบินระหว่างประเทศและในประเทศให้ได้ตามมาตรฐานสากล โดยเมียนมาเน้นการนำเงินลงทุนจากต่างชาติมาช่วยในการพัฒนาการขนส่งทางอากาศผ่าน และโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์ผ่านโครงการ PPP ตารางที่ 4-10 แสดงถึงแผนการพัฒนาสนามบินต่างๆ ของเมียนมา

ตารางที่ 4-10 แผนการพัฒนาสนามบินต่างๆ ของเมียนมา

สนามบิน	โครงการ
สนามบินนานาชาติหันทาวดี (Hanthawaddy)	การลงทุนสร้างสนามบินใหม่ให้ได้ตามมาตรฐานสากล
สนามบินนานาชาติย่างกุ้ง	การขยายสนามบินให้สามารถรองรับผู้โดยสารได้ 5.5 ล้านคนต่อปี
สนามบินนานาชาติมันตะเลย์	การพัฒนาสนามบินให้เป็นศูนย์โลจิสติกส์ของภูมิภาค
สนามบินทวาย	การยกระดับสนามบินภายในประเทศให้เป็นสนามบินระหว่างประเทศ
สนามบินตานต่วย (Thandwe)	การปรับปรุงสนามบินให้ดีขึ้น
สนามบินยองอู (Nyaung U)	การปรับปรุงสนามบินให้ดีขึ้น
สนามบินเฮโฮ (Heho)	การปรับปรุงสนามบินให้ดีขึ้น
สนามบินทั้งหมด	การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ที่มา: กรมการบินพลเรือนเมียนมา (DCA)

4.4.2 การอำนวยความสะดวกในการขนส่งของเมียนมาเพื่อเชื่อมต่อกับโลจิสติกส์อาเซียน

เมียนมาเร่งพัฒนาตนเองเพื่อให้สามารถเชื่อมรวมเข้ากับโครงข่ายโลจิสติกส์อาเซียน เพื่อยกระดับความสามารถและพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของภูมิภาคโดยใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

- ดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment – FDI) เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง - กฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศ (FIL) ฉบับใหม่ของเมียนมาที่ประกาศใช้เป็นทางการเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2555 ให้สิทธิประโยชน์นักลงทุนต่างชาติเพิ่มมากขึ้น
- ทบทวนกรอบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการขนส่ง - นักลงทุนต่างชาติสามารถให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการขนส่งได้ โดยต้องร่วมทุนกับทางรัฐหรือชาวเมียนมา
- บูรณาการระเบียบศุลกากรทางโลจิสติกส์

พัฒนาภาคโลจิสติกส์ - โลจิสติกส์เป็น 1 ใน 12อุตสาหกรรมที่ได้รับการจัดลำดับความสำคัญเพื่อจุดประสงค์ในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กระทรวงคมนาคมเมียนมาจึงได้จัดตั้งองค์กรต่างๆ (คณะกรรมการที่ปรึกษาคณะกรรมการพัฒนาโลจิสติกส์แห่งชาติ สมาคมโลจิสติกส์แห่งชาติ) โดยมีการแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ (1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (2) การพัฒนาการบริการการขนส่ง (3) กฎหมาย ข้อบังคับและกฎเกณฑ์ (4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (5) การพัฒนาไอที งานที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือ และการประสานงานทางด้านโลจิสติกส์

4.4.3 แผนแม่บทการพัฒนาโครงข่ายการขนส่งของเมียนมา

จากความช่วยเหลือของหน่วยงาน Japan International Cooperation Agency ที่ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาระบบการขนส่งแบบบูรณาการและยั่งยืนให้กับเมียนมา เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยของแผนพัฒนาระบบขนส่งของประเทศ คือ “มุ่งพัฒนาระบบการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้เกิดการเชื่อมโยงอย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกรูปแบบการขนส่ง เพื่อประโยชน์แก่ประเทศและประชาชนชาวเมียนมา” ซึ่งแผนแม่บทนี้จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบการขนส่งเพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อของโครงข่ายคมนาคมภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมต่อกับ 4 เส้นทาง ได้แก่

- Central North-South Corridor (Yangon–Nay Pyi Taw–Mandalay)
- East-West Corridor (Yangon–Hpa An–Myawaddy)
- Northern Corridor (Mandalay–Muse)
- Western North-South Corridor (Yangon–Pyay–Magway)

โดยองค์ประกอบที่สำคัญของแผนแม่บทประกอบด้วย⁷

1. **การวางแผนและการประสานงานที่ดีขึ้น** โดยจะต้องมีการจัดทำฐานข้อมูลสถิติการขนส่งที่มีความทันสมัย การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในการวางแผนการขนส่งและการบริหารจัดการ มุ่งเน้นการพัฒนาระบบและกลไกในการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขนส่งทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันและการวางแผนระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต
2. **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน** จะต้องมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบขนส่งในชนบทและการขนส่งข้ามแดน โดยการพัฒนา ระบบโครงข่ายการขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การปรับปรุงระบบการเชื่อมต่อต่างๆ ของโครงข่ายหลัก ศูนย์กระจายสินค้า และศูนย์กลางธุรกิจ เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของโครงข่ายการขนส่งที่มีอยู่ทั้ง ถนน รถไฟ อากาศ การขนส่งทางลำนํ้าและทะเลให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. **สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีขึ้น** การส่งเสริมให้เห็นความสำคัญกับระบบขนส่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและปลอดภัย การปรับปรุงความปลอดภัยของการจราจร การปรับปรุงและการบังคับใช้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยและความปลอดภัยของระบบขนส่ง รวมทั้งการวางแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินของทุกรูปแบบการขนส่ง

⁷ Myanmar Unlocking the Potential Country Diagnostic Study, ADB (2014)

4. **การพัฒนากระบวนการกำกับดูแลและกฎระเบียบ** การกำหนดบทบาทของหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและออกกฎระเบียบ จะต้องมีการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความทันสมัยเพื่อเป็นส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้ามาลงทุน การกำหนดบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนา การดำเนินงาน และการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่ง และการดำเนินการให้เป็นมาตรฐานสากล
5. **การกำหนดราคาที่เหมาะสมผล** ทั้งนี้การกำหนดราคาการให้บริการขนส่งควรเป็นไปตามกลไกตลาด โดยที่ราคาไม่แพงเกินไปแต่ยังคงรักษาความปลอดภัย และมีงบประมาณเหลือเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการต่อไป

นอกจากนี้ในแผนแม่บท ยังได้มีการจำแนกประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้อง และได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดที่เพิ่มเติมดังนี้

1. การพัฒนาฐานข้อมูลที่ครอบคลุม ของถนนทางรถไฟ และ การขนส่งทางน้ำ ที่ต้องมีการการดำเนินการอย่างเร่งด่วน
2. การเพิ่มขีดความสามารถของหน่วยงานที่ทำหน้าที่วางแผนโครงสร้างพื้นฐานการบริหารจัดการ โดยการตั้งหน่วยงานด้านการวางแผนถนน ภายใต้สังกัดหน่วยงาน Public Works Department การเพิ่มขีดความสามารถของหน่วยงานวางแผนของกรมรถไฟ และหน่วยงานวางแผนของกระทรวงคมนาคม เพื่อพัฒนาระบบการขนส่งของประเทศให้มีความก้าวหน้า
3. การปรับปรุงการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งให้เป็นมาตรฐานสากล
4. การพัฒนาประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ต้นทุนของโครงข่ายการขนส่งทางถนน ทางรถไฟ ทางน้ำ และทางอากาศ
5. การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ยานพาหนะที่ประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทนในภาคการขนส่ง
6. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ ภาคเอกชน ในการพัฒนาและ การจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ในรูปแบบของความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน (Public – private partnership)
7. การกำหนดขอบข่ายงานที่มีประสิทธิภาพ ระหว่างรัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่น รวมทั้งการกระจายอำนาจของ Public Works Department การแยกหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานอย่างชัดเจน
8. ปรับปรุงประสิทธิภาพของกิจการรถไฟ โดยการปรับปรุงกิจการที่นอกเหนือจากบริการรถไฟ เช่น การใช้ประโยชน์จากที่ดิน หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์
9. การเพิ่มขีดความสามารถในการขนถ่ายสินค้าที่ท่าเรือ โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
10. การเพิ่มสัดส่วนของตลาดการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งสินค้าประเภทเทกอง โดยการส่งเสริมผู้ประกอบการเจ้าของเรือรายใหม่และมีประสิทธิภาพทั้งของรัฐและเอกชน
11. พัฒนาความปลอดภัยและประสิทธิภาพของระบบการขนส่งทางอากาศ
12. ยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการขนส่ง ได้แก่ การสร้างที่พักริมทาง การพัฒนาระบบการนำร่องการขนส่งทางเรือและทางอากาศ เป็นต้น

4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการขนส่งข้ามแดน

4.5.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าของเมียนมา

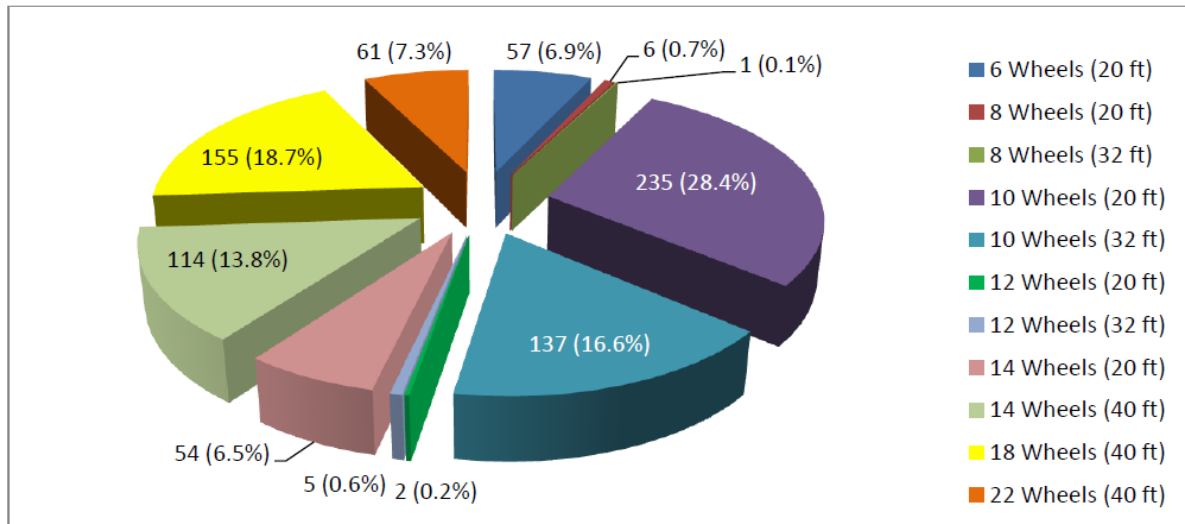
การขนส่งสินค้าภายในประเทศของเมียนมา ส่วนใหญ่ใช้การขนส่งทางถนนเป็นหลักเนื่องจากมีโครงข่ายที่เชื่อมโยงกับทุกภูมิภาคของเมียนมา อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในงานศึกษาที่ผ่านมาพบว่า เส้นทางส่วนใหญ่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จะมีเฉพาะเมืองหลักๆ เท่านั้นที่เป็นถนนลาดยางหรือคอนกรีต ในขณะที่เมืองอื่นๆ ยังเป็นถนนลูกรังและเป็นหลุม ส่งผลให้การเดินทางระหว่างเมืองใช้เวลาค่อนข้างนาน ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางระหว่างเมืองย่างกุ้ง-มันตะเลย์ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 24 ชั่วโมง (รวมเวลาพัก 6 ชั่วโมง)

จำนวนผู้ประกอบการขนส่งของเมียนมายังมีไม่มาก โดยข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการขนส่งในปี ค.ศ. 2010 มีจำนวนผู้ประกอบการขนส่ง 546 บริษัท และตัวแทนผู้ส่งสินค้า (Freight Forwarders) จำนวน 734 บริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่มีรถบรรทุกของตัวเองประมาณ 17 คัน โดยมุ่งเน้นให้บริการรับขนส่งสินค้าภายในประเทศ ยังไม่มีการให้บริการขนส่งระหว่างประเทศ โดยการให้บริการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยพบว่า (1) รูปแบบการขนส่งยังไม่ตรงต่อเวลา (2) การติดตามสถานะการจัดส่งทำได้ยาก⁸

ในส่วนของภาพรวมของอุตสาหกรรมการขนส่งด้วยรถบรรทุก เมียนมามีหน่วยงานหรือองค์กรที่ดูแลอุตสาหกรรมการขนส่งด้วยรถบรรทุก เรียกว่า Gates ซึ่ง Gates จะตั้งอยู่ในเมืองหลักของเมียนมา โดยแต่ละ Gate จะมีความเชี่ยวชาญการขนส่งเฉพาะเส้นทาง เช่น เส้นทาง ย่างกุ้ง-มันตะเลย์ Gate จะตัวแทนสมาชิกที่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ มีหน้าที่บริหารจัดการและรวบรวมสินค้า (Consolidate) เพื่อเปลี่ยนถ่ายรถเตรียมขนถ่ายไปยังศูนย์กระจายสินค้าปลายทางต่อไป ในกรณีที่เป็นการขนส่งสินค้าแบบเต็มคันจะสามารถขนส่งตรงไปยังปลายทางได้เลย โดยไม่จำเป็นต้องผ่านศูนย์กระจายสินค้าในพื้นที่ของ Gates ทั้งนี้ Gates จะมีบทบาทสำคัญในกรณีที่ช่วงที่มีความต้องการใช้รถมาก (Peak periods) โดย Gates จะเป็นผู้ประกอบการขนส่งและมีรถบรรทุกของตนเอง รวมทั้งอาจจะมีคลังสินค้าขนาดเล็กอยู่แล้วจะสามารถช่วยเหลือสมาชิกให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ อย่างไรก็ตามรูปแบบการให้บริการของ Gates และสมาชิกยังไม่ได้มาตรฐานสากล รูปแบบการดำเนินธุรกิจยังเป็นแบบไม่เป็นทางการ

ทั้งนี้รถบรรทุกที่ใช้กันในเมียนมา มีหลากหลายประเภท ตั้งแต่ 6 ล้อ ไปจนถึง 22 ล้อ โดยสัดส่วนของประเภทต่างๆ ดังแสดงในภาพที่ 4-13 โดยอายุรถมีทั้งแต่รถใหม่ ไปจนถึงมากกว่า 30 ปี ซึ่งรถใหม่ (22 ล้อ) เป็นรถที่มาจากประเทศจีน ในขณะที่รถที่อายุประมาณ 7-15 ปี (12-14 ล้อ) เป็นรถที่มาจากญี่ปุ่น บางส่วนเป็นรถที่มาจากทหารอังกฤษซึ่งในการกระจายสินค้า โดยที่รถที่มาจากประเทศจีนจะเป็นรถพวงมาลัยซ้าย ขณะที่รถที่มาจากญี่ปุ่นเป็นพวงมาลัยขวา โดยรถจากประเทศจีนเริ่มเข้าสู่ตลาดมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนส่งรายใหม่ที่ใช้รถบรรทุกจากประเทศจีนมากขึ้นแต่เมื่อมองในเชิงของประสิทธิภาพของน้ำมันเชื้อเพลิงแล้วพบว่า รถบรรทุกจากประเทศญี่ปุ่นจะมีอัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงน้อยกว่ารถจากประเทศจีน

⁸ Asean Logistics Survey Volume 5, Japan International Freight Forwarders (2012)



ภาพที่ 4-13 สัดส่วนประเภทรถบรรทุกในเมียนมา
ที่มา : Myanmar Container Trucks Association (2012).

ในส่วนของการขนส่งพบว่าต้นทุนค่าเชื้อเพลิงคิดเป็นประมาณร้อยละ 85 ของต้นทุนรวม นอกจากนี้ต้นทุนการขนส่งยังจะขึ้นอยู่กับแต่ละเส้นทางซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศแตกต่างกัน โดยพบว่าเส้นทางมณฑลเฉิง-มุเซ (ระยะทางไป-กลับ 900 กม.) มีต้นทุนการขนส่งสูงกว่า ย่างกุ้ง-มณฑลเฉิง (ระยะทางไป-กลับ 1500 กม.) เนื่องจากภูมิประเทศเป็นภูเขา⁹

ในส่วนของการจ้างพนักงานขับรถในเมียนมา มีสัดส่วนของค่าจ้างสูงเนื่องจาก เมียนมายังขาดแคลนพนักงานขับรถที่มีทักษะ อัตราค่าจ้างพนักงานขับรถในเส้นทาง ย่างกุ้ง-มณฑลเฉิง และย่างกุ้ง-มุเซ ดังตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 ค่าจ้างพนักงานขับรถบรรทุกในเมียนมา

Driver / Assistant Driver	Yangon-Mandalay	Yangon-Muse
12-wheeler	USD 60 / USD 30	USD 120 / USD 60
22-wheeler	USD 120 / USD 60	USD 240 / USD 120

ในเมียนมายังไม่มีโรงงานผลิตรถยนต์ ดังนั้นยางรถยนต์จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย อินโดนีเซีย และไทย โดยที่ยางรถยนต์จากไทยมีราคาแพงที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่นเนื่องจากมีคุณภาพสูงกว่า

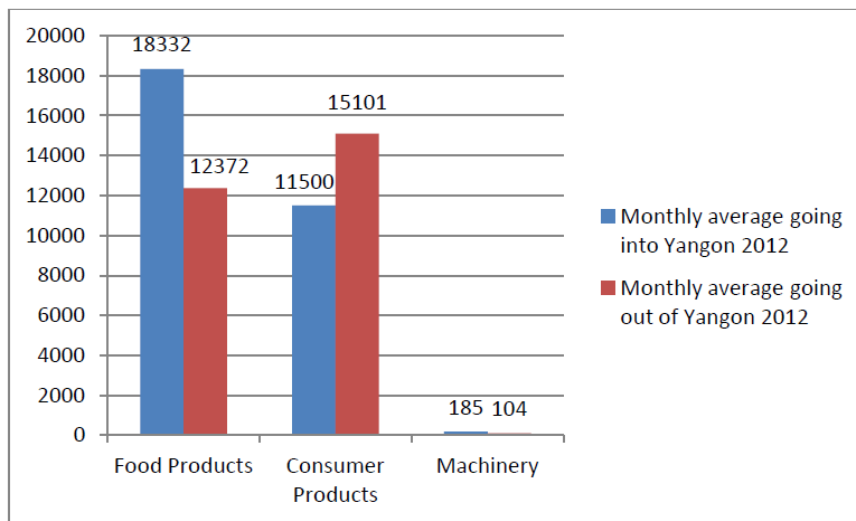
รูปแบบการดำเนินการขนส่งสินค้าทางถนนของเมียนมาจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- การขนส่งสินค้าระหว่างท่าเรือและย่างกุ้ง
- การขนส่งระยะไกล (Long-haul)
- การกระจายสินค้าในท้องถิ่น

⁹ Private Sector Views on Road Transport along the Yangon – Mandalay – Muse/Ruili – Kunming Corridor

เส้นทางหลวงหลักที่สำคัญของประเทศ คือ ย่างกุ้ง-มันตะเลย์-มูเซ เป็นถนนขนาด 4-6 เลน (หมายเลข 1) ช่วงย่างกุ้ง –มูเซ จะไม่อนุญาตให้รถบรรทุกวิ่งบนทางหลวง แต่รถบรรทุกสามารถใช้เส้นทาง ASEAN highway network หมายเลข 14 แทนได้

อย่างไรก็ดีข้อมูลปริมาณรถบรรทุกที่วิ่งแต่ละวันยังมีตัวเลขที่ไม่แน่นอน เนื่องจากมีหลายหน่วยงานที่จัดเก็บ แต่มีข้อมูลปริมาณรถบรรทุกเข้า-ออก ที่ด่านมูเซ ประมาณ 1,000 คน (ขาเข้า-ขาออก) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ส่งออก และผู้ค้า โดยข้อมูลจากผู้ประกอบการขนส่งพบว่า ปริมาณรถบรรทุกที่ออกจากเมืองมันตะเลย์ ไปยังด่านมูเซ ประมาณ 250 – 300 คัน ในขณะที่รถบรรทุกไปย่างกุ้งประมาณ 200 คัน เมื่อพิจารณาปริมาณสินค้าเฉลี่ยต่อเดือนที่เข้า-ออก จากย่างกุ้งแยกตามประเภทสินค้า ดังแสดงในภาพที่ 4-14



ภาพที่ 4-14 ปริมาณสินค้าเฉลี่ยต่อเดือนที่เข้า-ออกจาย่างกุ้ง
แยกตามประเภทสินค้า (เมตริกตัน) ในปี ค.ศ. 2012

ที่มา: Truck and Vehicle Supervision Committee (Yangon Division)

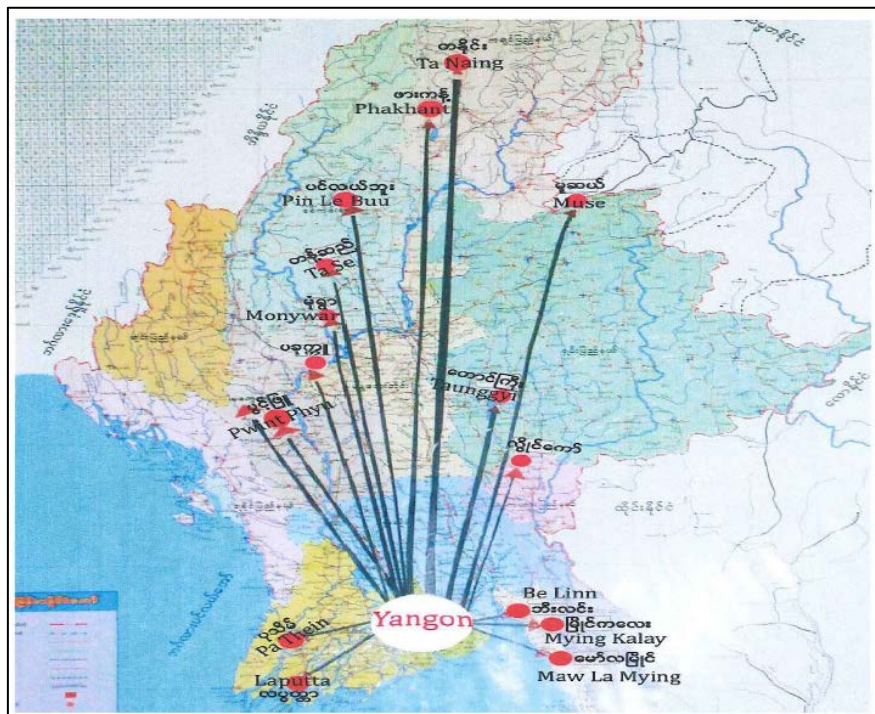
เมื่อพิจารณาภาพรวมของประเภทสินค้าที่ออกจากเมืองย่างกุ้งไปยังรัฐต่างๆ ทั่วประเทศ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4-12 และภาพที่ 4-15

ตารางที่ 4-12 ประเภทสินค้าที่กระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ ของเมียนมา

รัฐ/เมืองปลายทาง	ประเภทสินค้า
Ayeyarwaddy	
- Patheingyi	- ปุ๋ย อาหารทะเล ข้าว
- Lashio	- วัตถุดิบสำหรับโรงงานแก้ว ปอกระเจา
Bago Division	
- Bago	- ฝ้าย ยาง ไม้อัด น้ำตาล กระดาษ
Kachin State	
- Phakant	- เครื่องจักร
- Ta Naing	- เหล็ก โลหะ

รัฐ/เมืองปลายทาง	ประเภทสินค้า
- Yuzana - Pinle'buu	- ผลิตภัณฑ์เกษตร - น้ำมันดิบ เครื่องจักร
Magway - PwintPhyu	- เครื่องจักรสำหรับบอบข้าว
Mandalay Division - Mandaly	- อาหาร สินค้าอุปโภค ปุ๋ย เครื่องจักร อัญมณี เครื่องประดับ อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สำหรับเขตอุตสาหกรรม
Saging Division - Mon Ywar - Tant Se'	- ทองแดง น้ำมันดิบ ฝ้าย - เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับโรงพยาบาล
Shan State - Muse (North) - Taunggyi (South) - Pinn Pet	- เมล็ดพืชและถั่ว แดงโม มะม่วง ข้าวโพด หยก - เครื่องจักรสำหรับเขตอุตสาหกรรม Azetharyar วัสดุก่อสร้าง วัดถูปและอุปกรณ์สำหรับผลิตไวน์องุ่น - เหล็ก โลหะ เครื่องจักร

ที่มา: Myanmar Container Trucks Association (2012); Myanmar International Freight Forwarder Association



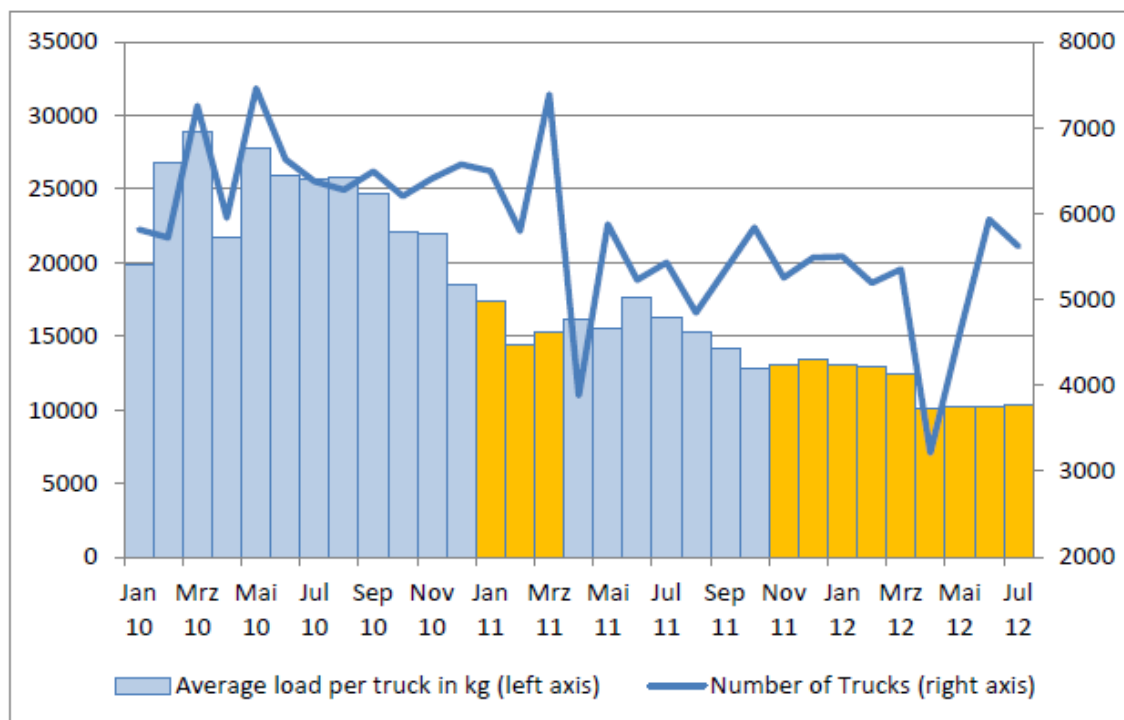
ภาพที่ 4-15 การกระจายสินค้าจากเมืองย่างกุ้งไปยังรัฐต่างๆ ของเมียนมา

ที่มา: Myanmar Container Trucks Association (2012); Myanmar International Freight Forwarder Association

สำหรับอัตราค่าขนส่งสินค้ามีช่วงราคาค่อนข้างกว้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตร โดยปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ

- ความผันผวนตามฤดูกาล เช่น ปริมาณของสินค้าเกษตร และช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยว
- สภาพภูมิอากาศ เช่น ช่วงมรสุมอาจจะมีผลต่อปริมาณสินค้าที่เก็บเกี่ยวได้
- น้ำหนักบรรทุกตามกฎหมาย
- จำนวนรถบรรทุกและความจุในการบรรทุกสินค้า

ในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว แตงโม มะม่วง และผลไม้อื่นๆ ความต้องการใช้รถบรรทุกจากเมืองมันตะเลย์ ไปมูเซ เพิ่มขึ้นในปริมาณ 100-150 คัน/วัน ในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยว ส่งผลให้อัตราค่าขนส่งเพิ่มสูงขึ้นจาก 40US ต่อตันในช่วงเวลาปกติ เป็น 75US ต่อตัน ในเส้นทางมันตะเลย์-ย่างกุ้ง ราคาค่าขนส่งจะเพิ่มขึ้นจาก 20US เป็น 50US อย่างไรก็ตามในช่วงนอกฤดูกาลเก็บเกี่ยวรถส่วนใหญ่จะไม่มีงาน ซึ่งผู้ประกอบการขนส่งจะถือเอาช่วงเวลานี้เป็นช่วงการซ่อมบำรุงรถบรรทุก



ภาพที่ 4-16 จำนวนรถและปริมาณสินค้าที่ออกจากย่างกุ้ง ในปี ค.ศ. 2010 – 2012
ที่มา : Truck and Vehicle Supervision Committee, Yangon Division (2012)

ในส่วนของการกำหนดบรรทุกของรถตามกฎหมาย ก็มีผลสำคัญต่ออัตราค่าขนส่งเช่นกัน โดยรถแต่ละประเภทมีข้อกำหนดน้ำหนักลงเพลา ดังตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 ข้อกำหนดน้ำหนักบรรทุกของรถแต่ละประเภท ปี ค.ศ. 2012

Vehicle Type	Axle Configuration and Axle Weight			Total Weight (national)	Total Weight (ASEAN)
 Semi-Trailer (6 axles)	 5	 18	 27	50	50.5
 Semi-Trailer (5 axles)	 5	 18	 18	41	46
 Semi-Trailer (4 axles)	 5	 10	 18	33	34
 Single Rigid Vehicle (4 axles)	 5	 5	 18	28	27
 Single Rigid Vehicle (3 axles)	 5	 18		23	23
 Single Rigid Vehicle (2 axles)	 5	 10		15	15-16
Legend Single Wheel  Double Wheel 					

เมื่อประเมินขีดความสามารถของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของเมียนมา จากการศึกษโดย ADB ในปี ค.ศ. 2012 พบว่าเมียนมาไม่มีกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการพัฒนาผู้ประกอบการขนส่ง การลงทุนของรัฐบาลมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับทางหลวงและเส้นทางรถไฟใหม่ ในขณะที่การพัฒนาโครงข่ายการขนส่ง บำรุงรักษายังถูกละเลย ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการขนส่งเอง ก็ยังไม่มีการพัฒนาตนเอง รถบรรทุกที่ใช้ยังมีสภาพเก่า การใช้ประโยชน์จากรถบรรทุกยังไม่เกิดประโยชน์สูงสุด ผลกระทบการยังมีกำไรต่ำ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีเพียงการที่รัฐบาลเปิดเสรีผู้นำเข้ารถบรรทุก โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถบรรทุกขนาด 22 ล้อ จากประเทศจีน จึงทำให้มีรถบรรทุกใหม่เข้ามาให้บริการมากยิ่งขึ้น แทนการใช้รถเก่ามือสองของญี่ปุ่นที่มีอายุรถประมาณ 7-15 ปี หรือเป็นรถรุ่นเก่าจากทหารอังกฤษ

นอกจากนี้ ในเชิงการใช้ประโยชน์จากรถบรรทุกของเมียนมา ยังถือว่าอัตราการใช้ประโยชน์จากรถบรรทุก (Truck Utilization) ค่อนข้างต่ำ จะเห็นได้จากระยะทางวิ่งของรถบรรทุกประมาณ 80,000 – 100,000 กม./ปี ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

เมื่อเปรียบเทียบโดยภาพรวมของอุตสาหกรรมขนส่งด้วยรถบรรทุกระหว่างไทยกับเมียนมา พบว่าสถานการณ์ปัจจุบันของเมียนมา คล้ายคลึงกับประเทศไทยเมื่อ 40 ปีก่อน ที่ใช้รถเก่า กำไรน้อย การใช้ประโยชน์จากรถยังไม่คุ้มค่า อีกทั้งยังประสบปัญหาเรื่องความผันผวนของสินค้าเกษตร อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการลงทุนมีความแตกต่างจากเมื่อก่อน กล่าวคือ ลูกค้าต้องการการบริการที่ได้มาตรฐาน ทันสมัย

ต้องการรถบรรทุกที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น รถบรรทุกขนส่งน้ำมัน (Tanker truck) รถบรรทุก ตู้คอนเทนเนอร์ รถห้องเย็น เป็นต้น รวมทั้งการคำนึงถึงความปลอดภัยระหว่างการจัดส่ง การรักษาความปลอดภัยของสินค้า รวมทั้งการปฏิบัติตามข้อกำหนด ดังนั้นด้วยการเปิดเสรีของประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและการเมือง เป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการต่างประเทศเข้ามาลงทุนในเมียนมามากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการต่างชาติ มีเทคโนโลยี และประสบการณ์ในการบริหารจัดการที่มากกว่าผู้ประกอบการเมียนมา จะส่งผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นตามมาซึ่งคล้ายคลึงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย คือผู้ประกอบการต่างชาติจะกลายเป็นผู้นำในตลาดขนส่ง ในขณะที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นเพียงผู้รับเหมาช่วงต่อของผู้ประกอบการต่างชาติ

ประสบการณ์จากประเทศไทย ชี้ให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการท้องถิ่นรู้จักการเรียนรู้และปรับตัวจากการเข้ามาของผู้ประกอบการต่างชาติได้ ก็จะสามารถดำเนินธุรกิจให้บริการได้อิสระ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้รับเหมาช่วงจากผู้ประกอบการต่างชาติ อย่างไรก็ตามไม่ใช่ว่าผู้ประกอบการไทยทุกคนจะสามารถปรับตัวได้ ยังมีผู้ประกอบการอีกกลุ่มใหญ่ที่ไม่พยายามปรับตัว หรือยอมรับในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ยินที่จะยังเป็นผู้รับเหมาช่วงต่อไป หรือยอมรับงานขนส่งในที่ที่มีกำไรน้อย เช่น ขนส่งสินค้าสินค้าเกษตรหรือสินค้าเกษตร เป็นต้น

สำหรับธุรกิจผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) ถือเป็นอุตสาหกรรมการให้บริการใหม่ในเมียนมา ซึ่งกระทรวงคมนาคมเชื่อว่าจะมีความสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะยังไม่มีกรอบใบอนุญาตประกอบการธุรกิจผู้รับจัดการขนส่งสินค้าในเมียนมา แต่จะต้องได้รับการรับรองจากคณะกรรมการของกระทรวง Maritime Transport Services Supervisory Committee จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ในย่างกุ้งมีผู้รับจัดการขนส่งสินค้าท้องถิ่นมากกว่า 100 ราย มีเพียงส่วนน้อยที่ให้บริการทั้งตัวแทนผู้ส่งสินค้าและพิธีการศุลกากร ส่วนใหญ่จะมีบทบาทในการให้เป็นตัวแทนในประเทศ มีบางส่วนที่สามารถดำเนินการในต่างประเทศ

ในเมียนมาไม่มีกฎหมายเฉพาะควบคุมการธุรกิจตัวแทนผู้ขนส่งสินค้า มีเพียงหน่วยงาน สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศแห่งเมียนมา Myanmar International Freight Forwarders' Association (MIFFA) ซึ่งก่อตั้งตั้งแต่ปี 1999 อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงคมนาคม ทำหน้าที่ในการกำหนดเงื่อนไขมาตรฐานทางการค้า (Standard Trading Conditions) สำหรับการให้บริการทางทะเล ทางอากาศและการขนส่งต่อเนื่อง

4.5.2 สถานการณ์ปัญหาและอุปสรรคของการขนส่งข้ามแดนอำเภอแม่สอด

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล สถานการณ์ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในการขนส่งสินค้าข้ามแดนจากประเทศไทยไปยังเมียนมาบริเวณด่านพรมแดนแม่สอด-เมียวดี (ไทย-เมียนมา) ซึ่งเป็นด่านที่มีมูลค่าการค้าชายฝั่งสูงสุดของการค้าชายแดนไทย-เมียนมา ในภาพรวมนั้นยังประสบปัญหาที่ว่ารถบรรทุกของไทยสามารถผ่านแดนไปได้เพียง 10 กิโลเมตร เพื่อเปลี่ยนถ่ายสินค้าขึ้นรถบรรทุกของเมียนมา เนื่องจากยังไม่มี ความตกลงว่าด้วยการขนส่งสินค้าข้ามแดน¹⁰ จึงทำให้รถบรรทุกไทยไม่สามารถวิ่งบนถนนในเมียนมาได้

¹⁰ <http://www.thunhoon.com/colum/21340/21340.html>

อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาปัญหาการขนส่งทางถนนระหว่างไทย-เมียนมาในกรณีที่ผู้ประกอบการไทยจะดำเนินธุรกิจการขนส่งข้ามแดนจากงานศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปประเด็นปัญหาได้ดังนี้¹¹

ก. สภาพการขนส่ง

- รถไทยจะเข้าไปทำการส่งสินค้าบริเวณชายแดนเมียนมา แล้วจึงมีรถเมียนมาเข้ามารับสินค้า
- รถเมียนมาจะเข้ามาถ่ายสินค้าให้รถไทยบริเวณสะพาน หรือ จุดผ่านแดน
- ในปัจจุบันการขนส่งทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมาได้มีการตกลงกำหนดโควตาบรรทุกทุกข้ามแดนไว้ที่ 200 คัน แต่ยังไม่ได้มีการบังคับใช้

ข. สภาพปัญหา

- ปัญหาที่เกิดจากความไม่สงบบริเวณชายแดนไทย-เมียนมา ทำให้มีการปิดจุดผ่านแดนอยู่บ่อยครั้ง โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้า
- ปัญหาการเก็บเงินรายทางจำนวนมากจากรถบรรทุกสินค้าที่ขนส่งสินค้าจากชายแดนไทยไปอย่างกึ่ง
- การขนส่งผ่านสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมา (แม่สอด) ยังไม่สามารถขนส่งด้วยรถพ่วงได้เนื่องจากตัวสะพานจะรับน้ำหนักไม่ไหว จึงอนุญาตให้ขนส่งผ่านสะพานได้เพียงรถบรรทุก 6 ล้อ และ 10 ล้อ น้ำหนักไม่เกิน 15 ตันเท่านั้น

ค. อุปสรรค (Threats)

จากที่ได้มีการติดตามศึกษาข้อมูลได้พบว่านักธุรกิจไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับทราบกลายเป็นข้อมูลด้านลบที่ส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิด ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับมาจากแหล่งต่างๆ เป็นข้อมูลเชิงด้านการเมือง ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้ในภาคธุรกิจอย่างสิ้นเชิง จึงส่งผลให้เกิดความผิดพลาดในการวางแผนการประสานงานระหว่างกัน รวมทั้งสิ่งที่สำคัญ คือข้อมูลต่างๆ ของทางการเมียนมาจะไม่เผยแพร่ให้แก่สาธารณชนได้รับรู้ ปัญหาในเรื่องความไม่เข้าใจแนวทางหรือพฤติกรรมด้านการค้าของตลาดเมียนมา ก็เป็นปัญหาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่เป็นอุปสรรคการค้าระหว่างไทยกับเมียนมา คือผู้ประกอบการไทยมีความต้องการที่จะรองรับระบบการค้าของตลาดเมียนมาทั้งหมด แต่ไม่สามารถหาข้อมูลดังกล่าวได้ จึงทำให้เกิดปัญหาความไม่แน่ใจในการทำการค้า ทั้งนี้แนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้องซึ่งนักธุรกิจไทยไม่จำเป็นที่จะต้องรู้ว่าการส่งสินค้าไปยังตลาดเมียนมาต้องทำอะไรหรือต้องทำโดยใคร (เนื่องจากข้อมูลบางอย่างผู้ที่เกี่ยวข้องมีความประสงค์ต้องการปกปิด) ทั้งนี้ การค้ากับตลาดเมียนมาควรวางแผนเหมือนกับการค้ากับต่างจังหวัด การตกลงการค้าสามารถทำเป็นเงินบาทได้ ผู้ซื้อจะโอนเงินค่าสินค้าเข้าสู่บัญชีในประเทศไทยได้โดยตรงไม่จำเป็นที่จะต้องใช้ระบบการค้าสากลเหมือนกับที่ต้องทำการค้ากับประเทศอื่นๆ ปัญหาในการทำการค้ากับเมียนมาที่อาจเกิดขึ้น¹² เช่น

¹¹ สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) (26 ธันวาคม 2014) สืบค้น :

http://www.aseanthai.net/ewt_news.php?nid=3247&filename=index

¹² ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์ (2015)

- ค่าขนส่งจากชายแดนไทยสูงเพราะมีการเรียกเก็บค่าคุ้มครอง ทำให้มีเงื่อนไขต้องไปเรียกเก็บกับผู้ประกอบการ แต่สินค้าจากจีนขนส่งเข้ามาในเมียนมาได้สะดวกกว่า ทำให้สินค้าไทยมีต้นทุนเพิ่มขึ้น
- เส้นทางขนส่งสินค้าไทยที่เป็นเส้นทางหลักคือด่านแม่สอดมีระยะทางจากแม่สอดถึงย่างกุ้งประมาณ 420 กิโลเมตร แต่ต้องใช้เวลาประมาณ 3 – 7 วัน เนื่องจากความยังไม่สะดวกในเส้นทางและโดยเฉพาะการขนส่งหน้าฝนจะทำให้เกิดความล่าช้าและความเสียหายแก่สินค้าได้หากไม่ป้องกัน
- ตลาดมีศักยภาพ แต่ระบบยังไม่เอื้ออำนวยเพื่อการค้าเท่าที่ควร ทั้งเรื่องความชัดเจนในข้อมูลด้านขนส่ง เป็นต้น

ง. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการขนส่งระหว่างประเทศ

ตามปกติ เจ้าของสินค้าจากประเทศไทยมักจะให้ผู้ขนส่งสินค้าเมียนมาเป็นผู้ดำเนินการในเรื่องขั้นตอนการข้ามแดนทั้งหมด จนกระทั่งขนส่งสินค้าถึงยังลูกค้าปลายทางในเมืองย่างกุ้ง โดยคิดค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดเป็นรายเที่ยว ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้จะครอบคลุมถึง

- ค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้า
- ค่าใช้จ่ายด้านคลังสินค้า
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินพิธีการศุลกากร
- ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับภาษีนำเข้าทั้งหมด
- ค่าใช้จ่ายด้านการขอ Import License
- ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า

ค่าบริการดังกล่าวทั้งหมดจะอยู่ที่ประมาณ 1,200,000 – 1,500,000 จ๊าด ต่อการขนส่ง 1 เที่ยวจากเมืองเมียวดีไปยังเมืองย่างกุ้ง (ไม่รวมถึงภาษีที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า) โดยรถบรรทุก 12 ล้อ อย่างไรก็ตาม อาจมีลูกค้าบางรายที่มีการดำเนินกิจกรรมบางอย่างด้วยตนเอง เช่น การดำเนินพิธีการศุลกากรการขอ Import License เป็นต้น การขนส่งสินค้าในเส้นทางนี้ มีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลให้ต้นทุนของผู้ประกอบการมีความไม่แน่นอนในการขนส่งแต่ละเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น¹³

1. ค่าผ่านทาง ค่าผ่านแดน ค่าสะพาน เนื่องจากในบางครั้งผู้ประกอบการขนส่งสินค้าในปริมาณที่มากกว่าที่ระบุไว้ในใบขนสินค้า ทำให้ต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมให้แก่เจ้าหน้าที่ในบริเวณด่านเก็บเงินตามจุดต่างๆ
2. หากมีการเกิดอุบัติเหตุในเส้นทาง
3. ค่าบำรุงรักษารถ มีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากสภาพถนนในเส้นทางที่ยังไม่เหมาะสม ส่งผลให้ชิ้นส่วนต่างๆ ของรถ อะไหล่ต่างๆ สภาพยาง มีการสึกหรอเร็ว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการขนส่งส่วนใหญ่จะจ่ายค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ เมื่อถึงคราวจำเป็นเท่านั้น

¹³ คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา) (2558)

4. การขอ Import License และการขอ FDA ลูกค้าส่วนใหญ่มักจะให้ผู้ประกอบการขนส่งเป็นผู้ดำเนินการขอใบอนุญาต ซึ่งผู้ประกอบการขนส่งก็จะคิดค่าบริการดังกล่าวรวมไว้ในค่าขนส่งเรียบร้อยแล้ว
5. กรณีของการดำเนินการพิธีการศุลกากร โดยส่วนใหญ่แล้ว ลูกค้ามักจะให้ผู้ประกอบการขนส่งดำเนินการในส่วนนี้ให้ โดยผู้ประกอบการขนส่งจะคิดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินการพิธีการศุลกากรไว้ในค่าขนส่งเรียบร้อยแล้ว จึงต้องมีการนำค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มาเป็นต้นทุนของผู้ประกอบการขนส่งด้วย
6. ค่าใช้จ่ายด้านคลังสินค้า ในประเทศเมียนมาจะคิดค่าบริการรวมเข้าไปกับค่าขนส่ง

บรรณานุกรม

- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) กลุ่มที่ 1 ประเทศเมียนมา และลาว ภายใต้โครงการ SMEs Capacity Building: Win for ASEAN Market, 2557
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. การแสวงหาประโยชน์และโอกาสจากความตกลงการค้าบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Service: AFAS) ในภาคธุรกิจการขนส่งโลจิสติกส์, (2558).
- กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม. คู่มือ “เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการขนส่งไทยสู่อาเซียน” (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา), 2556.
- Japan International Freight Forwarders Association Inc. ASEAN Logistics Survey, 2012
- Asian Development Bank. “Myanmar Unlocking the Potential Country Diagnostic Study”, 2014.
- Greater Mekong Subregion Freight Transport Association. “Private Sector Views on Road Transport along the Yangon – Mandalay – Muse/Ruili – Kunming Corridor. 2014 [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.gms-cbta.org/uploads/resources/15/attachment/Private_Sector_Views_on_Road_Transport_in_Myanmar.pdf [วันที่ 15 มกราคม 2559]

บทที่ 5

โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการลงทุนในเมียนมา

5.1 กลยุทธ์การส่งเสริมการลงทุนในเมียนมา

การวิจัยนี้พบว่า ที่ผ่านมาได้เห็นถึงความตื่นตัวของภาครัฐและภาคธุรกิจไทย ที่สนใจเข้าไปลงทุนและขยายตลาดในเมียนมา โดยเฉพาะในช่วงหลังจากที่ประเทศเมียนมาได้เปิดประเทศ โดยพบการศึกษาอยู่จำนวนหนึ่งที่ได้วิเคราะห์ถึงโอกาสและแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยออกไปลงทุนในเมียนมา ซึ่งผลการทบทวนการศึกษาเหล่านี้ พอสรุปกลยุทธ์ที่ได้มีการนำเสนอไว้ดังนี้

5.1.1 กลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าไทยในระดับมหภาค

รายงานการศึกษาโครงการกิจกรรมจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน¹ ได้แนะนำกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าไทยในระดับมหภาค โดยได้แบ่งช่วงเวลาของการวางกลยุทธ์ออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

1. ระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี)

ระยะแรกของการดำเนินการ เป็นช่วงเวลาของการเร่งนำเสนอและชักชวนให้ผู้ประกอบการทราบถึงประโยชน์และโอกาสการค้าและการลงทุนในประเทศเมียนมา โดยอาศัยความได้เปรียบที่ประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเมียนมา ทำให้มีต้นทุนในการบุกเบิกตลาดที่ต่ำ และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปสู่ตลาดเสรีในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงภายหลังการเลือกตั้ง ซึ่งหากผู้ประกอบการไทยเริ่มเข้าไปบุกเบิกตลาดเมียนมาล่าช้า ย่อมจะเสียโอกาสให้กับผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งจากประเทศอื่น เช่นกลุ่มนักธุรกิจชาวจีน หรือกลุ่มนักธุรกิจในกลุ่มประเทศ CLMV หรือแม้แต่กลุ่มนักธุรกิจชาวยุโรป ซึ่งได้เริ่มเข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศเมียนมาบ้างแล้ว

2. ระยะปานกลาง (1 – 2 ปี)

ระยะปานกลาง ในช่วง 1 – 2 ปี เป็นช่วงเวลาของการสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจ SMEs ของไทย เพื่อให้สามารถแข่งขันในระดับภูมิภาคได้ โดยรัฐควรมีนโยบายจัดตั้งสภาธุรกิจ SMEs เพื่อติดตามการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs และเป็นหน่วยงานกลางเพื่อรวบรวมปัญหา ทำการระดมสมองหรือเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐเพื่อหาแนวทางแก้ไขต่อไป

นอกจากนี้ ควรจัดหาแหล่งเงินทุนกู้ยืมสำหรับ SMEs โดยภาครัฐเป็นผู้จัดตั้งกองทุนส่งเสริมการตลาด SMEs ไทยในอาเซียน วงเงินอย่างน้อย 1,000 ล้านบาท เพราะผู้ประกอบการรายกลางและเล็กส่วนใหญ่จะขาดแคลนเงินลงทุน การขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์มักมีดอกเบี้ยที่สูง และหลายครั้งไม่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ เนื่องจากความเสี่ยงของกิจการอยู่ในระดับสูง

¹ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2554. กิจกรรมจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) กลุ่มที่ 1 ประเทศพม่า และลาว ภายใต้โครงการ SMEs Capacity Building: Win for ASEAN Market). รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

สิ่งสำคัญประการต่อไป คือการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ประจำในต่างประเทศ ทั้งของกระทรวงการต่างประเทศและกระทรวงพาณิชย์ โดยเจ้าหน้าที่เหล่านี้ควรมีความสามารถในการสำรวจรวบรวมข้อมูลเชิงลึกอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไทย ตลอดจนส่งเสริม SMEs ไทย ผ่านทางความร่วมมือในระดับรัฐบาล เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับนักลงทุนไทยที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ความร่วมมือในระดับรัฐบาลที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือความร่วมมือในการจัดตั้งธนาคารเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่าสินค้านำเข้าและส่งออกเป็นเงินสกุลท้องถิ่น ซึ่งจะเป็เครื่องมือที่สำคัญที่ทำให้การค้าระหว่างไทยกับเมียนมามีศักยภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการแก้ปัญหาการแทรกแซง (Sanction) จากกลุ่มประเทศตะวันตก

ข้อเสนอประการสุดท้าย คือ การแก้ไขกฎระเบียบด้านการเงินการธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจให้กับ SMEs ไทย เช่น การแก้ไข พรบ.ธนาคารพาณิชย์ เพื่อตอบสนองต่อการให้สินเชื่อหรือการกู้เงินของ SMEs ไทย การจัดตั้งสาขาของธนาคารพาณิชย์ไทยในเมียนมา การลดอัตราภาษีการค้า เป็นต้น

3. ระยะยาว (>3 ปี)

สำหรับการดำเนินการในระยะยาวนี้ จะเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการ SMEs ของไทย เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยนโยบายหรือกลยุทธ์ที่น่าสนใจ ประกอบด้วย การจัดตั้งหน่วยงานวิจัยระดับอาเซียนเพื่อส่งเสริมสนับสนุน SMEs ไทย รวมทั้งการส่งเสริมการค้าชายแดนในแถบภูมิภาคอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เช่น การผลักดันการเปิดด่านการค้าชายแดน การลดมาตรการกีดกันทางการค้า และยกระดับด้านการค้าให้เป็นด้านสากล ซึ่งทุกประเทศสามารถค้าขายกันได้ภายใต้กฎระเบียบเดียวกัน

5.1.2 กลยุทธ์การส่งเสริมสินค้าไทยสู่ประเทศเมียนมา

ผลการทบทวนรายงานการศึกษาที่ผ่านมา พบการนำเสนอกลยุทธ์การส่งเสริมสินค้าไทยสู่ประเทศเมียนมา เพื่อให้ผู้ส่งออกของไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดพร้อมทั้งขยายฐานการตลาดในประเทศเมียนมาได้ โดยได้มีการแบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้²

1. กลยุทธ์ด้านลักษณะสินค้าและบริการ

- 1.1 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลยุทธ์ที่สำคัญคือการรักษาระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของไทยให้ดี
- 1.2 กลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า เนื่องจากสินค้ากลุ่มนี้ เมียนมาได้นำเข้าจากประเทศจีนเป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบ กลยุทธ์ที่สำคัญคือการพัฒนารูปแบบสินค้าให้เหมาะสม และขายในราคาที่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากประเทศจีนได้
- 1.3 กลุ่มสินค้าผ้าฝืน เนื่องจากตลาดเมียนมาค่อนข้างอนุรักษ์นิยมและใช้ผ้าจากไทยมาก จึงไม่ควรเปลี่ยนแปลงการออกแบบและสีสันทไปจากเดิมมากนัก เพราะหากมีการเปลี่ยนสีหรือแบบจะทำให้คิดว่าเป็นสินค้าจากประเทศอื่น

² กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

- 1.4 กลุ่มสินค้าวัตถุดิบทางอุตสาหกรรม เช่น ยางพารา เหล็กและเหล็กกล้า พลาสติก และเส้นใยประดิษฐ์ การรักษาสวนแบ่งตลาดและขยายตลาดคือการติดต่อกับโรงงานต่างๆ ในเมียนมาโดยตรงให้มากขึ้น เนื่องจากเมียนมามีการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปมาก
- 1.5 เน้นการขนส่งสินค้าผ่านชายแดนให้มากขึ้น โดยมีด่านชายแดนที่สำคัญคือด่านแม่สอด จังหวัดตาก และด่านแม่สาย จังหวัดเชียงราย เพื่อลดต้นทุนในการกระจายสินค้าและประหยัดเวลาในการขนส่ง

2. กลยุทธ์ด้านราคา

สินค้านี้ระดับกลางถึงระดับสูงควรตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับสินค้าจากประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย ส่วนสินค้าที่มีคุณภาพต่ำที่เข้าสู่ตลาดบริเวณชายแดน ควรตั้งราคาให้ต่ำ เพราะหมู่บ้านในแถบชายแดนเมียนมาส่วนใหญ่ยังมีกำลังซื้อน้อย และไม่ควรถ่ายจ่ายสินค้าคุณภาพต่ำเหล่านี้เข้าไปในเมืองใหญ่ เนื่องจากจะไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับสินค้าจากประเทศจีนได้

3. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและการกระจายตัวของสินค้า

- 3.1 ผู้ส่งออกของไทยจะต้องเข้าไปร่วมทำการค้ากับผู้นำเข้ารายใหญ่ๆ ของเมียนมา โดยคัดเลือกบริษัทที่มีเครือข่ายในการกระจายสินค้าได้มาก
- 3.2 เน้นการค้าตามแนวชายแดน เนื่องจากประเทศไทยและประเทศเมียนมามีชายแดนติดต่อกันเป็นแนวยาว และการขนส่งสินค้าไปยังท้องถิ่นยังไม่สะดวก ดังนั้นชาวเมียนมาจึงนิยมซื้อสินค้าจากชายแดนไทยเป็นหลัก
- 3.3 เนื่องจากประเทศเมียนมามีพรมแดนติดประเทศจีน อินเดีย และบังกลาเทศ ดังนั้นจึงควรใช้ผู้นำเข้า-ส่งออกของเมียนมา เป็นผู้กระจายสินค้าไทยไปสู่ประเทศเหล่านี้
- 3.4 ผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทย ควรจะตั้งสำนักงานหรือแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายตามแนวชายแดนไทย-เมียนมา เพื่อการบริการที่รวดเร็ว และการจัดแสดงสินค้าให้กับผู้นำเข้าชาวเมียนมา โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมายังโรงงาน
- 3.5 ผู้ส่งออกที่จะเข้าไปทำการค้า หรือลงทุนในธุรกิจขนาดใหญ่ ควรเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับรัฐบาลทหารเมียนมา เพราะเป็นผู้มีอำนาจในการอนุมัติในการดำเนินโครงการต่างๆ

4. กลยุทธ์ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

- 4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ การติดโปสเตอร์ การลงโฆษณาในสมุดหน้าเหลืองของเมียนมา การโฆษณาทางโทรทัศน์/วิทยุ ซึ่งชาวเมียนมาที่อาศัยอยู่ชายแดนประเทศไทยสามารถรับสื่อเหล่านี้ได้
- 4.2 ทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับตัวแทนจำหน่ายในเมียนมา โดยให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น แจกตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้านำไปทดลองใช้ก่อน รับแลกสินค้าจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเป็นประจำหรือซื้อสินค้าจากไทยในปริมาณมาก การให้ค่าคอมมิชชั่นกับผู้นำเข้าชาวเมียนมาที่สามารถทำยอดขายได้ตรงตามเป้าหมาย
- 4.3 การติดต่อผ่านสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงย่างกุ้ง เพื่อเป็นผู้ประสานงานในการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยและผู้ส่งออกไทยให้กับผู้นำเข้าชาวเมียนมาที่สนใจสินค้าไทย
- 4.4 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าประจำปีของเมียนมา เช่น งาน Myanmar Building

5.1.3 กลยุทธ์ด้านกฎหมาย นโยบาย และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับ SMEs

ผลการทบทวนรายงานการศึกษาที่ผ่านมา พบถึงการศึกษาที่ได้ทำการวิเคราะห์ถึง กฎหมาย นโยบาย และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ของประเทศต้นแบบใน OECD (ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ สหพันธรัฐรัสเซีย และสหรัฐอเมริกา) และ ASEAN +6 (ราชอาณาจักรกัมพูชา ไทย บรูไนดารุสซาลาม สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐอินเดีย) ซึ่งสามารถนำมาถือเป็นแนวคิดประยุกต์ใช้ได้กับการพัฒนา SMEs ไทย ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ³ ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

● ด้านภาษีอากร

ประเทศไทยควรนำแนวทางของประเทศอังกฤษมาเป็นต้นแบบในการให้สิทธิพิเศษทางภาษีอากรแก่ SMEs โดยกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมในการยกเว้นการเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในระยะแรกให้แก่ SMEs ของไทย และยังเป็นการเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ นอกจากนี้ประเทศไทยควรนำต้นแบบนโยบายการหักลดหย่อนภาษีอากรของประเทศญี่ปุ่นมาปรับใช้เป็นมาตรการเสริม อันจะเป็นการส่งเสริม SMEs ให้มีโอกาสและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

● ด้านส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา

ประเทศเกาหลีใต้มีนโยบายสนับสนุนให้ SMEs ได้มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยรัฐบาลเกาหลีใต้ได้วางกลไกการดำเนินการไว้อย่างเป็นระบบ โดยให้ Korean Institute for Advancement of Technology (KIAT) เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในเรื่องการจัดหาทุนวิจัย การพัฒนาสินค้า โดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และดูแลการดำเนินงานระหว่างจัดทำโครงการ และยังมี Korea Evaluation Institute of Industrial (KEIT) ทำหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินโครงการและติดตามผลงาน โดยมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ แม้ว่าประเทศไทยจะมีหลายหน่วยงานที่ดูแลดำเนินงานด้านงานวิจัยและพัฒนา แต่เมื่อเปรียบเทียบการดำเนินการของประเทศเกาหลีใต้แล้ว จะเห็นว่าหากประเทศไทยมีการจัดทำโครงการอย่าง ประเทศเกาหลีใต้ที่ได้จัดทำเป็นโครงการใหญ่ที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลาง โดยประกอบด้วยหน่วยงานร่วมหลายหน่วยงานที่ดำเนินการเป็นไปในระบบเดียวกันตลอดจนมีการกำหนดโครงการที่เน้นเฉพาะไปที่การพัฒนาและวิจัยแล้วนั้นก็จะเป็นการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากกว่าการส่งเสริมการพัฒนาและวิจัยแบบไม่มีการรวมศูนย์อันจะทำให้นโยบายด้านการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาของไทยไม่โดดเด่นและได้ผลมากเท่าที่ควร

ดังนั้น หากเป็นไปได้ควรมีหน่วยงานกลางจากภาครัฐบาลที่ดำเนินการจัดทำโครงการขึ้น พร้อมทั้งจัดสรรทุนสนับสนุนและเป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันวิจัยต่างๆ ให้เข้าร่วมในโครงการที่จัดทำดังกล่าวเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีลักษณะเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งประเทศและสร้างให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์กับ SMEs ตลอดจนเกิดการพัฒนาประเทศในภาพรวม

³ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2555. SMEs Internationalization สรุปหัวใจหลักการส่งเสริม SMEs ไทยก้าวไกลสู่สากล.

โดยประเทศไทยควรพิจารณาการส่งเสริมให้ SMEs ได้เล็งเห็นความสำคัญและมีโอกาสในการใช้ประโยชน์จากการวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยการสร้างแรงจูงใจจากการเพิ่มสัดส่วนในการหักค่าใช้จ่ายของ SMEs ที่ใช้ไปกับการวิจัยและพัฒนา ดังเช่นมาตรการของประเทศอังกฤษ โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคยุโรปหลายประเทศ เช่น เนเธอร์แลนด์ ก็ได้มีการใช้มาตรการดังกล่าวนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาขึ้น เพราะนอกจากจะเกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดแล้ว ยังเป็นการช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศอีกด้วย

- **การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริม SMEs ในเมืองต่างๆ**

สิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือการมีหน่วยงานกลางที่มีภารกิจในการดูแลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยตรง ทำหน้าที่นำนโยบายในการพัฒนา SMEs มาดำเนินการในทางปฏิบัติ และเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการขยายการให้บริการต่างๆ ตลอดจนความช่วยเหลือแก่ SMEs อย่างทั่วถึงทั้งประเทศ

นอกจากนี้ควรให้ความช่วยเหลือและพัฒนา SMEs ตามความต้องการในแต่ละท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาที่ตรงความต้องการและสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน เมื่อพิจารณาจากระบบองค์กรของประเทศต้นแบบ จะพบว่าระบบองค์กรที่ประเทศไทยควรนำมาเป็นแบบอย่าง คือ การมีหน่วยงานกลางตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และมีหน่วยงานสาขาย่อยอยู่ในต่างจังหวัด เพื่อให้การส่งเสริม SMEs กระจายอย่างทั่วถึงทั้งประเทศ และควรมีการจัดตั้งศูนย์อบรมด้านต่างๆ รวมทั้งการให้คำปรึกษาในแต่ละสาขาเพิ่มเติม โดยอีกทางเลือกหนึ่งคือการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ ในการช่วยจัดฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแก่ SMEs

- **การบ่มเพาะธุรกิจ**

ที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้เป็นหน่วยงานกลางที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ ทำหน้าที่รวบรวมความรู้และดูแลให้เกิดการบ่มเพาะ การส่งเสริม และการพัฒนา SMEs ตลอดจนให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำแก่ SMEs และได้มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะขึ้นในมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่รับผิดชอบนโยบาย ทั้งนี้เพื่อให้การบ่มเพาะผู้ประกอบการในแต่ละปีเป็นไปตามแผนแม่บท แผนปฏิบัติการ และสอดคล้องกับธุรกิจในแต่ละประเภท (Sector) ทิศทางหลักของประเทศ และระบบเศรษฐกิจในภาพรวม

สำหรับมาตรการที่น่าสนใจ คือ นโยบายของประเทศเกาหลีใต้ ในการสร้างธุรกิจใหม่ หรือที่เรียกว่า “โครงการ Biz-Start-Ups” เพื่อกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจ โดยประกอบด้วยการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจทั้งในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ การมีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-Up Course) เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ และการมีชมรมผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) เพื่อเป็นการขยายขอบเขตของมาตรการสร้างธุรกิจใหม่ ด้วยการใช้เครือข่ายเดียวกันทั้งสามโครงการ คือ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ ทำให้ออกาสในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ และธุรกิจใหม่มีจำนวนและประสิทธิภาพมากขึ้น

● การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการส่งออกสินค้าและบริการไปยังต่างประเทศนั้น เป็นสิ่งที่มีความท้าทายอย่างมาก เพราะ SMEs ไทยยังมีความไม่พร้อมอยู่ในหลายๆ ด้าน ทั้งศักยภาพของเจ้าของกิจการ ด้านการเงิน รวมถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ

โดยประเทศต้นแบบทั้งสามประเทศอย่างสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น ต่างให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ แก่ SMEs ดังนั้นรัฐบาลไทย จึงควรให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในทุกด้าน เช่น เตรียมความพร้อมด้านองค์ความรู้ ทั้งเรื่องภาษาที่ใช้ในธุรกิจ วัฒนธรรมสากลขั้นพื้นฐาน ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจและการวางแผนการตลาดในต่างประเทศ การปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย รวมถึงการให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก มีการออกกฎหมายและกฎระเบียบตลอดจนมาตรการทางภาษีที่เอื้อต่อ SMEs ได้มีโอกาสในการขยายตลาดสินค้าและบริการไปยังต่างประเทศ โดยมีหน่วยงานกลางที่ดูแล โดยตรงแบบเบ็ดเสร็จทั้งระบบ (หน่วยงานซึ่งประกอบด้วยโครงการย่อยๆ ที่ต่างกัน ภายในมาตรการหลักเดียวกันและตั้งอยู่บนฐานการเริ่มต้นดูแลช่วยเหลือและพัฒนาไปตลอดทั้งวงจร) เพื่อให้มีช่องทางการพัฒนาที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

● ธุรกิจสีเขียว

การทำธุรกิจสีเขียว หรือ Go Green นั้นเป็นนโยบายใหม่ที่หลายประเทศทั่วโลกให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในแถบยุโรปและญี่ปุ่น โดยเน้นที่การออกนโยบายสนับสนุน รมรณรงค์ให้ลดและประหยัดการใช้พลังงานการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่นประเทศญี่ปุ่นมีมาตรการที่เป็นรูปธรรมในการสนับสนุนธุรกิจสีเขียว โดยใช้มาตรการทางภาษีเข้ามาเป็นสิ่งกระตุ้น ให้บริษัทหักค่าเสื่อมในอัตราพิเศษร้อยละ 30 หรือผู้เสียภาษีจะเลือกที่จะได้ภาษีคืนร้อยละ 7

สำหรับประเทศไทยได้ดำเนินโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) โดยกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้สถานประกอบการทั่วประเทศใส่ใจในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสู่การเป็น “อุตสาหกรรมสีเขียว” และมีสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้เมื่อสามารถดำเนินได้ตามเงื่อนไข อาทิ การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี การยกเว้นอากร การยกเว้นภาษี เป็นต้น

● การพัฒนาด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่

ประเทศไทยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทำหน้าที่ค้นคว้าและนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ แต่สำหรับ SMEs ไทยแล้วยังมีการนำนวัตกรรมมาใช้ไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้นจึงควรออกมาตรการสนับสนุนออกมาใช้ โดยนำมาตรการส่งเสริม SMEs ด้านการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากประเทศนิวซีแลนด์มาประยุกต์ใช้ โดยมีการสนับสนุนทางการเงินในรูปแบบการให้บัตรกำนัลและการให้เงินสนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ตลอดจนมีโครงการสนับสนุนและสร้างนักศึกษาที่มีความสามารถในการทำธุรกิจให้เข้าร่วมโครงการฝึกงานในเรื่องการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกิจการที่ได้รับเงินสนับสนุน และมีโครงการนำนักศึกษาที่จบการศึกษาเข้ามาฝึกงานกับบริษัทที่ต้องการขยายการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมและความสามารถในการทำการค้าพาณิชย์ ซึ่งนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการต้องจบการศึกษาในด้านที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม การออกแบบ และการตลาด โดย MSI (Ministry of Science

and Innovation) จะให้การสนับสนุนโดยจ่ายค่าจ้างนักศึกษาจบใหม่เป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของค่าจ้างแต่ไม่เกิน 60,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี

สำหรับประเทศไทยควรนำมาตรการดังกล่าวมาปรับใช้กับเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs และส่งเสริมให้นักศึกษาตลอดจนเยาวชนได้มีโอกาสในการปฏิบัติงานจริงและรู้จักการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีเพื่อสร้างให้เกิดนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่แก่ประเทศชาติ

5.1.4 ข้อคิดและข้อแนะนำจากสำนักงานส่งเสริมการค้า ณ กรุงย่างกุ้ง

สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ กรุงย่างกุ้ง ได้นำเสนอข้อคิดเห็นและข้อแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนในเมียนมา ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้⁴

- 1) จากการพูดคุยกับผู้ประกอบการไทย พบว่าเกินกว่าร้อยละ 95 ผู้ประกอบการไทยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับตลาดเมียนมาที่ไม่ถูกต้อง มีความเข้าใจผิดในเรื่องต่างๆ เช่น การบริหารการปกครอง ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนนิสัย พฤติกรรมของประชาชนทั่วไป
- 2) การติดต่อการค้ากับเมียนมาควรคำนึงถึงว่า โดยหลักการทั่วไป เมียนมาจะให้ความสำคัญคนท้องถิ่นเป็นสำคัญ มีการกำหนดระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ แต่ถึงเวลาปฏิบัติไม่สะดวกในการปฏิบัติ ตลาดเมียนมามีศักยภาพ มีกำลังการซื้อ เป็นตลาดขนาดใหญ่ แต่ด้วยที่เป็นประเทศมีลักษณะพิเศษกว่าประเทศอื่นๆ ทำให้ตลาดเมียนมาเป็นตลาดที่เข้ายากสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ แต่เมื่อเข้ามาอยู่แล้วย่ง่าย เมื่อเทียบกับตลาดอื่นๆ ซึ่งเป็นตลาดที่เข้าง่ายแต่อยู่ยาก จะพบว่า ปัจจุบันบริษัทของไทยที่ประสบผลสำเร็จค่อนข้างมากในตลาดเมียนมา คือ บริษัท ซีพี และบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย
- 3) การติดต่อการค้ากับเมียนมา ไม่ควรเริ่มต้นจากการข้อมูลจากพวกผู้แทนการค้า หรือตัวแทนการค้า หรือนายหน้า เนื่องจากจะทำให้ได้ข้อมูลที่ผิดพลาด ซึ่งอาจทำให้เสียทั้งเงิน และเสียเวลา
- 4) ควรติดต่อกับสำนักงานการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงย่างกุ้ง เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้คำแนะนำด้านการค้าโดยตรง
- 5) การเริ่มต้นติดต่อทำการค้าผ่านหัวหน้าทัวร์หรือไกด์ ควรระมัดระวังเนื่องจากที่ผ่านมาไม่ประสบผลสำเร็จ
- 6) ลักษณะนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการไทยที่เข้ามาค้าขายในตลาดเมียนมายังเป็นลักษณะตัวใครตัวมันขาดการรวมกลุ่มระหว่างกัน ซึ่งหากไม่มีการปรับเปลี่ยนจะทำให้ลดประสิทธิภาพในการแข่งขันระหว่างนักธุรกิจต่างชาติด้วยกัน

⁴ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

5.2 ข้อมูลพื้นฐานประเทศเมียนมา⁵

5.2.1 สภาพภูมิประเทศ

ประเทศเมียนมา (Myanmar) มีชื่ออย่างเป็นทางการว่า สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (Republic of the Union of Myanmar) มีพรมแดนติดต่อกับ 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย จีน ลาว อินเดีย และบังคลาเทศ ตั้งอยู่ที่ละติจูดที่ 28 องศา 30 ลิปดา ถึง 10 องศา 20 ลิปดาเหนือ มีพื้นที่ 677,000 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศตั้งอยู่ตามแนวอ่าวเบงกอลและทะเลอันดามันทำให้มีชายฝั่งทะเลยาวกว่า 2,000 ไมล์ มีชายแดนด้านตะวันตกเฉียงเหนือติดกับบังคลาเทศและอินเดีย และทางตะวันออกเฉียงเหนือติดกับทิเบตและจีน ส่วนทางตะวันออกติดกับลาว และทางตอนใต้ติดกับไทย มีภูเขาที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ มียอดเขาสูงมากมาย หลายยอดที่สูงเกินกว่า 10,000 ฟุตตามแนวเทือกเขาของเมียนมา และมียอดเขาที่สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เรียกว่า “ฮากกาโบราซี” อยู่แนวชายแดนพม่ากับไทยทางเหนือของเมียนมาที่ติดกับทิเบตเป็น โดยมีความสูง 19,314 ฟุต นอกจากนี้ยังมีที่ราบลุ่มบริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำเอยวอดีที่อุดมสมบูรณ์



ภาพที่ 5-1 แผนที่ประเทศเมียนมา

ที่มา: <http://www.dooasia.com/info-myanmar>.

⁵ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

5.2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศส่วนใหญ่ในบริเวณที่เป็นเทือกเขาสูงทางตอนกลางและตอนเหนือของประเทศ จะมีอากาศแห้งและร้อนมากในฤดูร้อน ส่วนในฤดูหนาวอากาศจะเย็นมาก ตามชายฝั่งทะเลและบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำจะแปรปรวนในช่วงเปลี่ยนฤดู เพราะได้รับอิทธิพลของพายุดีเปรสชันเสมอทำให้บริเวณนี้มีฝนตกชุกหนาแน่นมากกว่าตอนกลางหรือตอนบนของประเทศที่เป็นเขตเงาฝน ภาคตะวันตกเป็นมรสุมเมืองร้อน ด้านหน้าภูเขาอาระกันโยมา ฝนตกชุกมาก ภาคกลางตอนบนแห้งแล้งมาก เพราะมีภูเขาเก็งกัมบังลม ภาคกลางตอนล่างเป็นดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำขนาดใหญ่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อากาศค่อนข้างเย็นและค่อนข้างแห้งแล้ง

5.2.3 การแบ่งเขตการปกครอง

การแบ่งเขตการปกครองประเทศเมียนมาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 มณฑลสำหรับพื้นที่ซึ่งประชากรส่วนใหญ่เป็นชาติพันธุ์เมียนมา และ 7 รัฐสำหรับพื้นที่ซึ่งประชากรส่วนใหญ่เป็นชนกลุ่มน้อย ดังนี้

ตารางที่ 5-1 เขตการปกครองประเทศเมียนมา

ชื่อมณฑล/รัฐ	เมืองหลวง	พื้นที่ (ตารางกิโลเมตร)	ประชากร (พ.ศ.2557)
มณฑลตะนาวศรี	ทวาย	43,328	1,406,434
มณฑลหงสาวดี	พะโค	39,404	4,863,455
มณฑลมันตะเลย์	มันตะเลย์	37,023	6,442,000
มณฑลมาเกว	มาเกว	44,819	3,912,711
มณฑลย่างกุ้ง	ย่างกุ้ง	10,170	7,355,075
มณฑลสะกาย	สะกาย	93,527	5,320,299
มณฑลอิวรดี	พะสิม	35,138	6,175,123
รัฐกะฉิ่น	มิตจีนา	89,041	1,689,654
รัฐกะยา	หลอยก่อ	11,670	286,738
รัฐกะเหรี่ยง	พะอาน	30,383	1,572,657
รัฐฉาน	ตองยี	155,800	5,815,384
รัฐชิน	ฮาคา	36,018	478,690
รัฐมอญ	เกาะลัมเลิง	12,155	2,050,282
รัฐยะไข่	ซิตตเว	36,780	3,118,963

ที่มา: Wikipedia.org

5.2.4 โครงสร้างพื้นฐาน

ในภาพรวม ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของเมียนมายังไม่ได้มาตรฐานทั้งในเรื่องโครงสร้างการคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค และโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของการคมนาคมขนส่งขั้นพื้นฐานนั้น ในปี 2555 เมียนมามีค่าดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เพียง 2.37 ซึ่งต่ำที่สุดในอาเซียนและเป็นอันดับที่ 128 จากที่มีการจัดอันดับทั้งหมด 154 ประเทศทั่วโลก โดยปัญหาที่สำคัญ คือ คุณภาพถนนที่ไม่ได้มาตรฐาน

นอกจากนี้ อุปสรรคต่อการลงทุนที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ บริการกระแสไฟฟ้าที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนจนต้องประกาศงดจ่ายกระแสไฟฟ้าในบางช่วงเวลา โดยมีอัตราการเข้าถึงไฟฟ้าของประชาชนในเมียนมา เป็นเพียงร้อยละ 48.8 ของประชากรทั้งหมด นับว่าต่ำเกือบที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยสูงกว่าแค่กัมพูชาเท่านั้น สำหรับอัตราค่าไฟฟ้า ล่าสุดเมื่อเดือนตุลาคม ปี 2556 ทางกรมโยธาธิการและผังเมืองประกาศขึ้นค่าไฟฟ้าตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนเป็นต้นไป โดยค่าไฟฟ้าในครัวเรือนจะเพิ่มขึ้นจาก 35 จั๊ตต่อหน่วย (ประมาณ 1.13 บาท) เป็น 50 จั๊ตต่อหน่วย (ประมาณ 1.61 บาท) ส่วนภาคธุรกิจ หากใช้เกิน 5,000 ยูนิท ค่าไฟฟ้าส่วนที่เกินจะถูกคิดเพิ่มยูนิทละ 150 จั๊ต (ประมาณ 4.83 บาท) อย่างไรก็ตาม เมียนมามีทรัพยากรน้ำที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีปริมาณน้ำที่นำมาใช้ได้มากเป็นอันดับสามในอาเซียน รองจาก สปป. ลาว และบรูไน คิดเป็น 20,750.25 ลูกบาศก์เมตรต่อประชากรหนึ่งคน

ส่วนโครงสร้างพื้นฐานด้านกิจการโทรคมนาคมและไปรษณีย์⁶ รัฐบาลเมียนมาเป็นผู้ควบคุมกิจการทั้งหมด ในช่วงปี 2550 ได้มีการติดตั้งสายส่งโทรคมนาคมถึง 503,900 สาย เพิ่มขึ้นจาก 447,097 สาย ในปี 2548 แต่ยังไม่เพียงพอ จึงเปิดให้นักลงทุน เอกชนเข้าร่วมดำเนินกิจการ โทรศัพท์มือถือ พบว่าในปี 2551 มีประชาชนใช้เพิ่มขึ้นเป็น 214,200 หมายเลข คิดเป็นร้อยละ 0.4 ของประชากรทั้งหมด ถือว่าเป็นสัดส่วนที่ต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่ม CLMV เช่น กัมพูชา มีร้อยละ 18 และ เวียดนามมีร้อยละ 27 อินเทอร์เน็ตมีสองหน่วยงานหลัก ได้แก่ กระทรวงโทรคมนาคมและไปรษณีย์ (MPT) และ Myanmar Teleport ทั้งนี้เป็นเพราะอินเทอร์เน็ตในเมียนมามีราคาแพงแต่มีความเร็วต่ำ รวมทั้งมีการตรวจสอบผู้ต้องสงสัยทางการเมืองจากรัฐบาลเมียนมา และสั่งปิดกั้นการเข้าเว็บไซต์ต่างชาตินอกเครือข่ายเมียนมาด้วย ซึ่งด้วยข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างต่ำ โดยพบว่าในปี 2550 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียง 40,000 คน หรือคิดเป็นอัตราส่วน 1 : 1,000 คน เท่านั้น ในขณะที่เวียดนามมีอัตราส่วนผู้ใช้มากที่สุด ในกลุ่ม CLMV คือ 205 : 1,000 คน รองลงมาคือ ลาวมี 17 : 1,000 คนและประเทศกัมพูชา 5 : 1,000 คน

5.2.5 การวิเคราะห์โอกาสในการลงทุนของธุรกิจไทยในประเทศเมียนมา

ภาพรวมของประเทศเมียนมา เป็นประเทศที่มีประชากรมาก จึงเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่น่าจะมีกำลังซื้อสูง เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามในสายตาของผู้ประกอบไทย ถือว่าประเทศเมียนมาเป็นประเทศที่ดำเนินการค้าด้วยได้ค่อนข้างยาก ถึงแม้ว่าจะมีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกันคือวัฒนธรรมพุทธศาสนา แต่ด้วยภาษาที่แตกต่างกัน เกิดปัญหาในการสื่อสารและการพัฒนาความเข้าใจในตลาดและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม เมียนมาถือว่าเป็นตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่สูง จึงเป็นโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทยอย่างยิ่ง

จุดแข็ง

1. ที่ตั้งประเทศเมียนมาอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ขนาบชิดไปด้วยประเทศจีน อินเดีย บังกลาเทศ ลาว และไทย ซึ่งมีประชากรมหาศาล นับเป็นร้อยละ 40 ของประชากรโลก และเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง
2. ประเทศเมียนมามีทรัพยากรหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ ถือเป็นประเทศที่เป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญให้กับประเทศและป้อนให้แก่ประเทศอื่นๆ ได้ อาทิ การมีพื้นที่ป่าถึงร้อยละ 50 ของพื้นที่ มีแร่ธาตุ

⁶ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2555. คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

มากมาย อาทิ ทองแดง ตะกั่ว ทองคำ สังกะสี เงิน ดีบุก ทั้งสแตน พลวง อีกทั้งยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วย น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ รวมถึงอัญมณีเพชรพลอย

3. ประเทศเมียนมามีพื้นที่การเกษตรขนาดใหญ่ เหมาะแก่การเพาะปลูกมากเป็นอันดับที่ 25 และมีความอุดมสมบูรณ์ของน้ำถึง 10 เท่าต่อคน เมื่อเทียบกับจีนและอินเดีย
4. ประเทศเมียนมามีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นแหล่งอารยธรรมที่สำคัญ และเป็นแหล่งมรดกโลกอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีประมาณ 135 เชื้อชาติ ประกอบด้วยเชื้อชาติเมียนมาประมาณร้อยละ 68 ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 32 เป็นเชื้อชาติอื่น ๆ ได้แก่ ฉาน กะเรน ละคิ่น จีน มอญ อินเดีย และ อื่นๆ จึงทำให้มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจบรรดานักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และส่งผลต่อเนื่องกับกิจกรรมการค้าและการลงทุนที่จะเกิดขึ้นตามมา
5. ประเทศเมียนมาอยู่ท่ามกลางประเทศเศรษฐกิจดาวรุ่งทั้งจีนและอินเดีย ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตของประเทศอยู่ในระดับที่สูง และการที่มีเขตแดนติดกับ 5 ประเทศคือ ประเทศจีน (ประชากรประมาณ 1,250 ล้านคน) ประเทศไทย (ประชากร 65 ล้านคน) ประเทศลาว(ประชากร 83 ล้านคน) ประเทศอินเดีย (ประชากร 1.1 พันล้านคน) และประเทศบังกลาเทศ (ประชากร 133 ล้านคน) ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อรวมแล้วเป็นตลาดการค้าที่ค่อนข้างใหญ่
6. ประเทศเมียนมามีต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับต่ำ อาทิ ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ โดยมีค่าแรงขั้นต่ำประมาณ 1 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน
7. ประเทศเมียนมามีประชากรวัยทำงาน (อายุ 15-64) เป็นจำนวนมาก นับเป็นจำนวนประมาณ 46 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 60 ล้านคน นอกจากนี้ ถ้าประชากรที่โยกย้ายไปทำงานต่างประเทศ (ประมาณ 3-5 ล้านคน) ย้ายกลับประเทศ ประสบการณ์ของพวกเขาในต่างประเทศจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของประเทศเมียนมา
8. ตลาดในประเทศถือว่าเป็น ตลาดที่ใหญ่ เนื่องจากมีประชากรจำนวน 59.98 ล้านคน (ประมาณการ ณ ปี 2552) มีอัตราการเพิ่มประชากร ร้อยละ 2 และมีความหนาแน่นร้อยละ 88.4 คนต่อตารางกิโลเมตร
9. มีพรมแดนที่ติดต่อกับทะเล การขนส่งทางน้ำจึงเป็นข้อได้เปรียบทางการค้า

จุดอ่อน

1. การพัฒนาประเทศยังมีข้อจำกัดและล่าช้า เนื่องจากความไม่ต่อเนื่องในการพัฒนาและขาดงบประมาณในการดำเนินโครงการต่างๆ
2. โครงสร้างพื้นฐานของประเทศยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร
3. แรงงานยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ขาดแคลนแรงงานฝีมือและแรงงานระดับบริหาร ดังนั้นจึงต้องมีการฝึกอบรมก่อนทำงาน
4. มีกฎระเบียบและแนวทางปฏิบัติในการค้าและการลงทุนที่ยุ่งยาก ทำให้เกิดความล่าช้าและเพิ่มต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

โอกาส

1. เศรษฐกิจของประเทศกำลังขยายตัวและมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น โดยมีโครงการต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย จึงเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้ามากยิ่งขึ้นและการขยายตัวทางการค้าทั้งในระดับส่วนครัวเรือนและในระดับธุรกิจ

2. ประเทศเมียนมามีความสัมพันธ์ที่ดีกับไทย ตลอดทั้งมีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน การดำเนินการค้าจึงกระทำได้อย่างสะดวก
3. ประชากรเมียนมา มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ จึงทำให้ภาษาเมียนมาได้เป็นอุปสรรคทางการค้ามากนัก
4. ประชากรเมียนมามีทัศนคติที่ดี มีความเชื่อมั่นและให้การยอมรับสินค้าไทยว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ
5. มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษในหลายพื้นที่ของประเทศเมียนมาเพื่อเป็นการส่งเสริมการลงทุน
6. ประเทศเมียนมาเป็นสมาชิกอาเซียนที่จะก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC : ASEAN Economic Community) ในปี 2015 นี้ ซึ่งก็จะก่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย
7. เป็นจุดเชื่อมโยงสู่อนุภูมิภาค โดยมีเส้นทางเชื่อมโยงการขนส่งกับจีน เวียดนาม กัมพูชา และสปป.ลาว จึงสร้างความได้เปรียบในการขนส่งสินค้า และสร้างโอกาสในการขยายตลาดของไทย อาทิ ระเบียงเศรษฐกิจ EWEC (East – West Economic Corridor) โดยเส้นทางผ่านเมียนมา-ไทย-ลาว-เวียดนาม (เส้นทางหมายเลข 9 /ในลาว 245 กม. / ในเวียดนาม 255 กม.)
8. ประเทศเมียนมามีโครงการความร่วมมืออยู่หลายโครงการ อาทิ ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี – เจ้าพระยา – แม่น้ำโขง (Ayeyawady – Chaophraya – Mekong Economic Cooperation Strategy : ACMECS) ระหว่าง ไทย เมียน ลาว และกัมพูชา เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุนระหว่างกัน
9. ธุรกิจเกษตรมีโอกาสที่จะขยายตัวอีกมากเนื่องจากประเทศเมียนมายังมีพื้นที่ว่างเปล่าอยู่มากประกอบกับแรงสนับสนุนจากภาครัฐและความร่วมมือต่างๆ ที่เกิดขึ้นย่อมเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจนี้มากยิ่งขึ้น
10. ประเทศเมียนมาได้รับประโยชน์จากสิทธิพิเศษด้านภาษีตามข้อตกลงต่างๆ ได้แก่ เขตการค้าเสรีอาเซียน สิทธิพิเศษด้านศุลกากรแก่ประเทศสมาชิกใหม่อาเซียน (AISP)

อุปสรรค

1. ด้านนโยบายและกฎระเบียบของรัฐบาล รัฐบาลได้ออกกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติที่จะปกป้องประชาชนชาวเมียนมา จึงค่อนข้างมีความยุ่งยากและซับซ้อน ถ้าขาดข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดเป็นปัญหาอุปสรรคต่อการค้าการลงทุน
2. การดำเนินธุรกิจยังต้องขึ้นอยู่กับชาวเมียนมา และผ่านหลายขั้นตอนที่เอื้อประโยชน์ให้ชาวเมียนมา อาทิ ต้นทุนค่าใช้จ่ายสำหรับการดำเนินกิจการของชาวต่างชาติ จะสูงกว่าต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการของชาวเมียนมาอย่างมาก ทำให้ไม่เกิดแรงจูงใจในการลงทุนในประเทศเมียนมาโดยชาวต่างชาติ
3. ระบบการเงินการธนาคารยังไม่มีความสะดวกและไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ และเงื่อนไขจำกัด อีกทั้งการโดนคว่ำบาตรโดยประเทศตะวันตก ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ นักธุรกิจไทยส่วนใหญ่ที่ไปลงทุนในประเทศเมียนมาจะต้องจัดหาเงินทุนจากประเทศไทยเข้าไปลงทุนเอง การดำเนินธุรกรรมทางการเงินอาจต้องเผชิญกับปัญหาด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการโอนเงิน
4. การขนส่ง ส่วนใหญ่ใช้ทางรถที่มีต้นทุนค่าขนส่งสูงมาก และอาจทำให้เกิด ความล่าช้าได้ อีกทั้งยังบรรทุกได้ไม่มากนักการ
5. การคมนาคมขนส่งทางบกในประเทศเมียนมายังมีสภาพถนนไม่ดี และค่อนข้างทุรกันดาร จึงต้องใช้เวลานาน และอาจทำให้บรรจุภัณฑ์หรือสินค้าเกิดความเสียหายได้ง่าย อีกทั้งการกำหนดน้ำหนักของรถบรรทุกในแต่ละแขวงก็ยิ่งแตกต่างกันอีกด้วย จึงสร้างความยุ่งยากในการบริหารจัดการ

6. การขนส่งสินค้าข้ามแดน ยังมีขั้นตอนยุ่งยากทั้งสินค้านำเข้าและส่งออก รวมถึงขนถ่ายพาหนะทำให้เกิดต้นทุนทางด้านการจัดการและความล่าช้าในการขนส่ง
7. การค้าอนุกรมส่งผลกระทบต่อผู้ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของไทยที่อยู่ในประเทศ เมียนมา เนื่องจากสินค้าที่ลักลอบนำเข้ามีต้นทุนต่ำกว่า จนทำให้ตัวแทนจำหน่ายที่ทำการค้าถูกต้องไม่สามารถแข่งขันได้ ทำให้ไม่มีใครสนใจที่จะมาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าจากไทย และยังมีการค้าลักษณะนี้มากเท่าใด ยิ่งเปรียบเสมือนสินค้าไทยเข้ามาแข่งขันกันเอง จึงถือเป็นการทำลายการค้าต่อกัน
8. สินค้าไทยมักจะถูกปลอมแปลง และลอกเลียนแบบจากประเทศคู่แข่งโดยเฉพาะจากจีน
9. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ อาจกระทำได้อย่างยาก ทำให้นักธุรกิจอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงและเสียเปรียบทางการค้า
10. การควบคุมการนำเข้าสินค้า ประเทศเมียนมายังคงนโยบายควบคุมการนำเข้าสินค้าและบริการ โดยกำหนดให้ผู้ที่จะนำเข้าได้ โดยต้องมี Import License และจะต้องมีรายได้จากการส่งออก (Export Earning) ก่อนที่จะนำเข้า อีกทั้งการกำหนดข้อห้ามนำเข้าสินค้าบางประเภทและกำหนดโควตานำเข้าสินค้าบางรายการ ล้วนสร้างความยุ่งยากและต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ
11. ขั้นตอนการนำเข้าและออกเอกสารของทางการเมียนมา ต้องยื่นขออนุญาตจากหลายหน่วยงาน จึงมีความซับซ้อนและล่าช้า ความไม่พร้อมของเส้นทางคมนาคมทำให้ค่าขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น

5.3 ภาพรวมเศรษฐกิจ

ภาพรวมเศรษฐกิจของเมียนมา^{7 8} สามารถสรุปได้ดังนี้

5.3.1 ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค

สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมายังมีขนาดเศรษฐกิจที่เล็กในปัจจุบัน แต่มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของเมียนมาในปี 2555 มีมูลค่า 54.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 6.3 และมีอัตราเงินเฟ้ออยู่ที่ร้อยละ 1.47 ลดลงจากปีก่อนหน้า ส่วนด้านสกุลเงินหลัก เมียนมาใช้เงินสกุลจ๊าด (Kyat) เป็นเงินสกุลหลัก อัตราแลกเปลี่ยนทางการในปี พ.ศ.2555 อยู่ที่ 640.65 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากเมียนมายกเลิกการใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ มาใช้อัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวแบบจัดการ

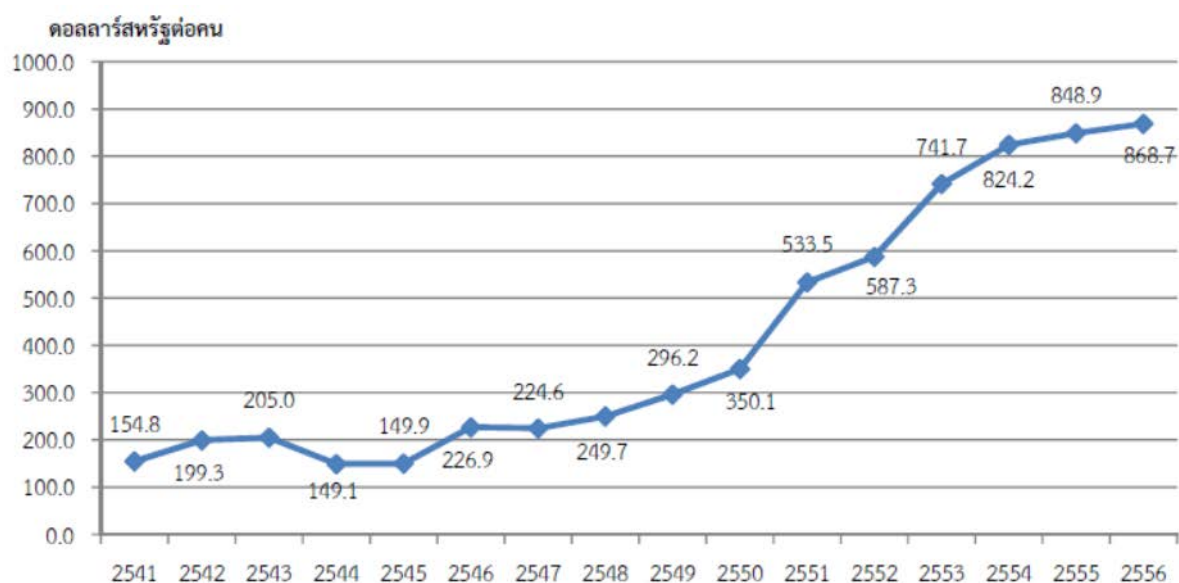
⁷ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2557. โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา.

⁸ มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2557. โครงการศึกษาแนวทางการย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ) ระยะที่ 2 รายงานการศึกษาระดับสมบูรณ์.

ตารางที่ 5-2 เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเมียนมา ปี พ.ศ. 2550-2555

เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ	2550	2551	2552	2553	2554	2555
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (พณับานดอลลาร์สหรัฐ)	20.1	31.4	35.2	45.4	51.4	54.1
อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (ร้อยละ)	12.0	3.6	5.1	5.3	5.5	6.3
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว (ดอลลาร์สหรัฐต่อคน)	350.1	533.5	587.3	741.7	824.2	848.9
อัตราเงินเฟ้อ (ร้อยละ)	35.02	26.8	1.47	7.72	5.02	1.47
อัตราแลกเปลี่ยนทางการ (จ๊าด/ดอลลาร์สหรัฐ)	5.62	5.44	5.58	5.63	5.44	640.65

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของเมียนมาในปี พ.ศ.2556 อยู่ประมาณ 868.7 ดอลลาร์สหรัฐต่อคน โดยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 สาเหตุหลักเกิดจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ การรายงานรายได้ประชาชาติเกินจริงตั้งแต่ปีงบประมาณ 2542 และการแข็งตัวของค่าเงินจ๊าด อย่างไรก็ตาม เมียนมายังคงมี GDP อยู่ในกลุ่มที่ต่ำที่สุดของเอเชีย



ที่มา: ฐานข้อมูลกองทุนการเงินระหว่างประเทศ

ภาพที่ 5-2 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของเมียนมาปีพ.ศ.2541 – 2556 (ดอลลาร์สหรัฐต่อคน)

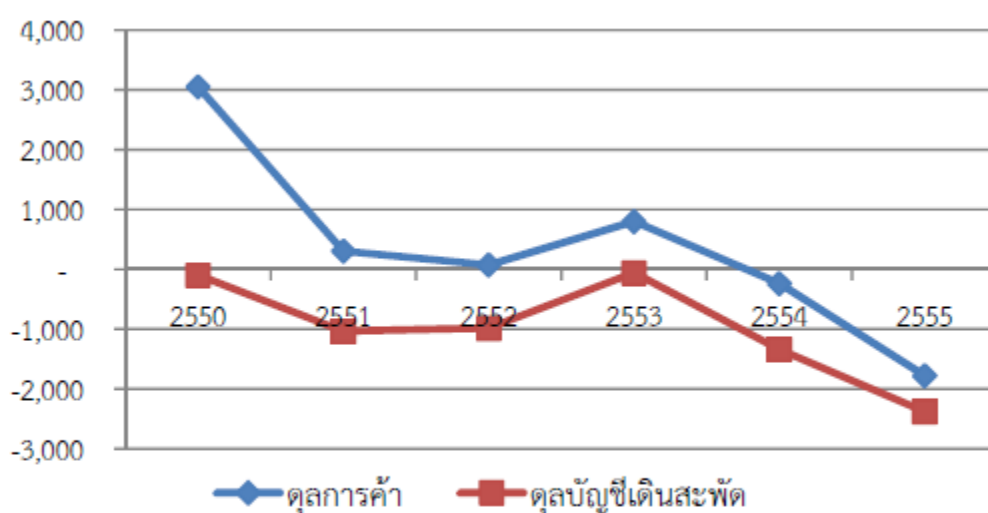
ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตามสัดส่วนของภาคเศรษฐกิจจริงต่อ GDP พบว่า ภาคบริการมีสัดส่วนต่อ GDP มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.6 ภาคเกษตร คิดเป็นร้อยละ 36.4 และภาคอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ

5.3.2 ขนาดและโครงสร้างเศรษฐกิจ

โครงสร้างเศรษฐกิจของเมียนมาอยู่บนพื้นฐานของภาคเกษตรกรรมและการส่งออกทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ เป็นหลัก ในปีพ.ศ. 2555 เศรษฐกิจของเมียนมาเติบโตจากการขยายตัวของการลงทุน โดยเฉพาะเงินลงทุนในโครงการด้านพลังงานน้ำมันและก๊าซธรรมชาติเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นผลจากความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติที่เพิ่มสูงขึ้นจากการปฏิรูปเศรษฐกิจและการเมืองตลอดจนเติบโตจากการขยายตัวของการส่งออกและการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายตัวของสินเชื่อ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากแผนยุทธศาสตร์ระยะห้าปีของเมียนมา (พ.ศ.2554/55-2558/59) ซึ่งตั้งเป้าหมายที่จะลดสัดส่วนภาคเกษตรต่อ GDP จากร้อยละ 36.4 เหลือร้อยละ 29.2 และเพิ่มสัดส่วนของภาคอุตสาหกรรมและบริการจากร้อยละ 26 เป็นร้อยละ 32.1 และจากร้อยละ 37.8 เป็นร้อยละ 38.7 ตามลำดับ

5.3.3 การส่งออกและการนำเข้า

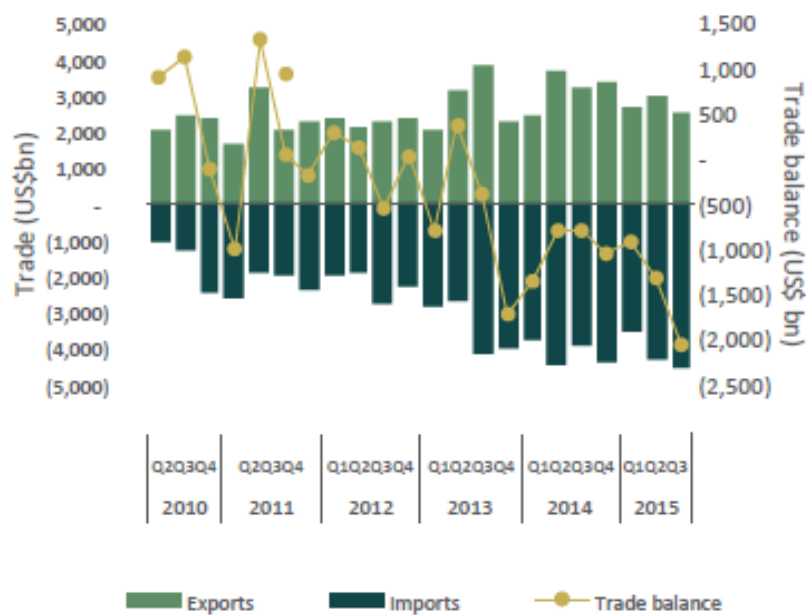
ในปีพ.ศ. 2555 เมียนมาขาดดุลการค้าเป็นมูลค่า 1,779 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และขาดดุลบัญชีเดินสะพัดเป็นมูลค่า 2,382 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ภาพที่ 5-3 [กราฟเส้นข้างล่าง]) โดยมีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าคิดเป็น 10,491 และ 12,270 ล้านดอลลาร์สหรัฐตามลำดับ ซึ่งเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา สินค้านำเข้าที่สำคัญของเมียนมา ได้แก่ สินค้าทุน เครื่องจักรกลและอุปกรณ์โลหะและผลิตภัณฑ์โลหะ และน้ำมันดิบ ส่วนด้านการส่งออกนั้นขาดความหลากหลาย โดยสินค้าส่งออกสำคัญของเมียนมา ได้แก่ ก๊าซ ไม้ซุง เสื้อผ้าและเครื่องประดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของเมียนมา โดยมูลค่าการส่งออกก๊าซธรรมชาติคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาพที่ 5-3 ดุลการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัดของเมียนมา (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

และการนำเข้าและส่งออกของเมียนมาแยกตามรายไตรมาสตั้งแต่ปีพ.ศ. 2553 – 2558 พบว่าตั้งแต่ปี 2557 เมียนมาขาดดุลการค้าเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 5-4 การนำเข้าและส่งออกแยกตามรายไตรมาสตั้งแต่ปีพ.ศ. 2553 – 2558

5.3.4 การค้าระหว่างไทยและเมียนมา

ในปีพ.ศ. 2556 การค้าระหว่างประเทศของไทยและเมียนมามีมูลค่า 7.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 15.01 จากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกและนำเข้า กล่าวคือมูลค่าการส่งออกจากไทยไปยังเมียนมาในปี 2556 อยู่ที่ 3.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 21.16 โดยมีสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน เครื่องดื่ม ผ้าผืนและด้าย

แม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะขยายตัวจากปีก่อนหน้ามากถึงกว่าร้อยละ 20 มูลค่าการส่งออกยังคงน้อยกว่ามูลค่าการนำเข้าจากเมียนมา ซึ่งมีมูลค่า 4.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 9.77 ส่วนสินค้านำเข้าที่สำคัญ คือ ก๊าซธรรมชาติ ในภาพรวม ไทยจึงมีดุลการค้าขาดดุลกับเมียนมาเป็นมูลค่า 244.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งลดลงจากปีก่อนหน้า

ตารางที่ 5-3 การค้าระหว่างไทยและเมียนมา ปีพ.ศ. 2551 – 2556 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

พ.ศ.	2551	2552	2553	2554	2555	2556
มูลค่าการค้า	4,707.5 (44.43)	4,326.3 (-8.10)	4,886.8 (12.96)	6,331.7 (29.57)	6,801.1 (7.41)	7,821.6 (15.01)
การส่งออก	1,331.3 (38.99)	1,544.7 (16.03)	2,073.0 (34.20)	2,845.9 (37.29)	3,127.1 (9.88)	3,788.6 (21.16)
การนำเข้า	3,376.2 (46.70)	2,781.6 (-17.61)	2,813.9 (1.16)	3,485.8 (23.88)	3,674.0 (5.40)	4,032.9 (9.77)
ดุลการค้า	-2,044.9	-1,236.9	-740.9	-639.9	-547.0	-244.3

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงอัตราการเติบโต

5.3.5 เงินสกุลหลักและอัตราแลกเปลี่ยน

เมียนมาใช้เงินสกุลจ๊าด (Kyat) เป็นเงินสกุลหลัก โดยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2520 จนถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2555 เมียนมาใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ โดยกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนทางการไว้ที่ 6.4 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนทางการจะใช้สำหรับหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น จึงมีตลาดคู่ขนานเกิดขึ้นในภาคเอกชน ทั้งนี้ อัตราแลกเปลี่ยนคู่ขนานอยู่ที่อัตราประมาณ 800 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งต่างจากอัตราทางการมากถึง 125 เท่า

การแบ่งแยกของตลาดอัตราแลกเปลี่ยนในเมียนมาเกิดขึ้น 2 กรณี คือ

- 1) ความแตกต่างของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเกิดจากการที่ภาครัฐใช้อัตราแลกเปลี่ยนทางการ ในขณะที่ภาคเอกชนต้องใช้อัตราแลกเปลี่ยนคู่ขนาน เนื่องจากไม่ได้รับการจัดสรรเงินตราต่างประเทศในอัตราเดียวกับที่ภาครัฐใช้ ทั้งนี้ ธุรกรรมของรัฐที่ต้องใช้เงินตราต่างประเทศจะถูกจัดสรรจากงบของรัฐและต้องได้รับอนุมัติจากรัฐบาลก่อนเท่านั้น
- 2) ความแตกต่างของอัตราแลกเปลี่ยนภายในภาคเอกชน เนื่องจากรัฐบาลเมียนมาไม่ได้จัดสรรเงินตราต่างประเทศให้ภาคเอกชน อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินจ๊าดและดอลลาร์สหรัฐที่ใช้ในภาคเอกชนของเมียนมาจึงมีหลายอัตรา ขึ้นอยู่กับเครื่องมือที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนในตลาด เช่น
 - อัตราแลกเปลี่ยนผ่าน Foreign Currency Deposits (FCDs) กฎระเบียบของเมียนมากำหนดให้ผู้ส่งออกฝากรายรับจากการส่งออกในธนาคารของรัฐในรูปแบบของบัญชี FCDs เท่านั้น กอปรกับนโยบาย “export-first, import-second” ที่จะออกใบอนุญาตนำเข้าให้แก่ผู้ที่มี FCDs พอสำหรับชำระค่าสินค้านำเข้าเท่านั้น ทำให้ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกซื้อขาย FCDs ผ่านการโอนเงินระหว่างบัญชีในประเทศด้วยอัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง FCDs และเงินจ๊าด ซึ่งไม่ใช่อัตราทางการ
 - อัตราแลกเปลี่ยนผ่านการจ่ายเงินสดด้วยธนบัตรดอลลาร์สหรัฐ
 - อัตราแลกเปลี่ยนผ่าน Foreign Exchange Certificate (FEC) ซึ่งเป็นตลาดเงินเทียมให้ชาวต่างชาติใช้แทนดอลลาร์สหรัฐ โดย 1 FEC มีค่าเท่ากับ 1 ดอลลาร์สหรัฐ

เพื่อแก้ไขปัญหาอัตราแลกเปลี่ยนหลายระบบ เมียนมาจึงดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อปฏิรูปตลาดอัตราแลกเปลี่ยนให้เป็นระบบเดียวดังนี้

- ตุลาคม 2554: เปิดให้มีเคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (จากเดิมเป็นการซื้อขายเงินตราต่างประเทศในตลาดมืด)
- พฤศจิกายน 2554: ให้ใบอนุญาตแก่ผู้ค้าเงินตราต่างประเทศแก่ธนาคาร 11 แห่ง (ต่อมาเพิ่มเป็น 14 แห่ง)
- เมษายน 2555: เปลี่ยนแปลงสู่ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัวภายใต้การจัดการ (Managed Float System)
 - ประกาศอัตราอ้างอิงของธนาคารกลางเป็นรายวัน
 - บริหารอัตราแลกเปลี่ยนให้ใกล้เคียงกับอัตราแลกเปลี่ยนขนานที่ 820 จ๊าดต่อดอลลาร์สหรัฐ โดยให้มีช่วงเคลื่อนไหวได้ไม่เกินร้อยละ 2
- เมษายน 2555: ยกเลิกนโยบาย “export-first” โดยอนุญาตให้ประชาชนที่มีบัญชีเงินตราต่างประเทศกับธนาคารของรัฐสามารถนำเข้าได้อย่างเสรีโดยไม่ต้องแสดงบัญชีรายได้จากการส่งออก

การดำเนินมาตรการดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้ช่องว่างระหว่างอัตราแลกเปลี่ยนทางการ (CBM Reference Rate) และอัตราแลกเปลี่ยนคู่ขนานอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อัตราแลกเปลี่ยนผ่าน FCD ลดลงอย่างเห็นได้ชัดหลังจากเดือนเมษายน พ.ศ.2555 โดยในเดือนมกราคม พ.ศ.2556 อัตราแลกเปลี่ยนทางการและในตลาดมืดต่างกันเพียงร้อยละ 1 และในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ทางกรมเงินมาได้ประกาศว่าจะเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนจากระบบลอยตัวแบบจัดการให้เป็นระบบลอยตัวตามกลไกตลาด โดยจะเริ่มดำเนินการในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556

5.3.6 ระบบธนาคาร

ในปัจจุบันระบบการธนาคารของเมียนมาประกอบด้วย 5 หน่วยงานหลัก ได้แก่ ธนาคารกลาง ธนาคารเฉพาะด้านของรัฐ ธนาคารพาณิชย์เอกชน บริษัทการเงิน และสำนักงานตัวแทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ มีลักษณะการดำเนินงานดังนี้

(1) ธนาคารกลาง (Central Bank of Myanmar: CBM)

หน้าที่หลักของธนาคารกลาง คือ เป็นธนาคารและที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจให้กับรัฐบาล เป็นผู้กำหนดและปรับใช้นโยบายด้านการคลังของประเทศ รวมทั้ง มีหน้าที่ออกเงินตราเมียนมาทุกชนิด ควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และควบคุมกำกับดูแลออกใบอนุญาตแก่สถาบันการเงิน

อย่างไรก็ตาม เมื่อเดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ. 2556 ประธานาธิบดีเต็งเส่งได้ลงนามเห็นชอบในกฎหมายธนาคารกลาง โดยมีเนื้อหาหลัก คือ ธนาคารกลางจะไม่ได้อยู่ภายใต้กระทรวงการคลังและสรรพากร แต่จะดำเนินนโยบายการเงินร่วมกับกระทรวงการคลังและสรรพากร เพื่อให้ธนาคารกลางมีความเป็นอิสระในการดำเนินนโยบายการเงิน นอกจากนี้ ธนาคารกลางเมียนมาจะมีหน้าที่กำกับดูแลสถาบันการเงินของรัฐบาลและเอกชนจำนวน 22 แห่ง เพื่อรักษาเสถียรภาพทางการเงิน โดยปัจจุบันธนาคารกลางเมียนมาอยู่ในระหว่างปรับปรุงกฎหมายสถาบันการเงิน ซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากธนาคารโลก

(2) ธนาคารเฉพาะด้านของรัฐ

- Myanmar Economic Bank (MEB) ทำหน้าที่ให้บริการด้านการพาณิชย์และการพัฒนา ได้แก่ เปิดบัญชีออมทรัพย์ บัญชีกระแสรายวัน บัญชีเงินฝาก ออกหนังสือรับรองการออม ให้สินเชื่อทั้งในระดับบุคคลและธุรกิจ รวมทั้งให้การสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจของเอกชนที่ดำเนินงานด้านการผลิต การค้า และการให้บริการ
- Myanmar Foreign Trade Bank (MFTB) ทำหน้าที่ให้บริการเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการธนาคารระหว่างประเทศ เช่น รับฝากเงินทั้งสกุลจ๊าดและสกุลต่างประเทศ ให้กู้เป็นเงินตราต่างประเทศภายใต้การอนุมัติของรัฐในรูปตัวสัญญาใช้เงินการออก Letter of Credit (L/C) และซื้อและขายตราสารทางการเงิน เช่น เช็กเดินทาง เงินตราต่างประเทศ และตั๋วแลกเงิน เป็นต้น
- Myanmar Investment and Commercial Bank (MICB) ทำหน้าที่ให้บริการปล่อยสินเชื่อเพื่อการลงทุนและบริการด้านการพาณิชย์แก่ทั้งชาวเมียนมาและชาวต่างชาติ เช่น ให้บริการรับฝากเงินทั้งในรูปแบบบัญชีออมทรัพย์และกระแสรายวัน ทั้งเงินตราของเมียนมาและเงินตราต่างชาติที่เป็นสกุลหลัก
- Myanmar Agriculture and Development Bank (MADB) ทำหน้าที่ให้บริการสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาวสำหรับการผลิตสินค้าเกษตร เกือบ ปศุสัตว์ ปลา และอื่นๆ ล่าสุดเมื่อ

เดือนกุมภาพันธ์ ปีพ.ศ. 2556 ทางกรมโยธาธิการและผังเมืองในการเปลี่ยน MADB ไปเป็นรูปแบบบริษัทมหาชน

(3) ธนาคารพาณิชย์เอกชน

อุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งของการลงทุนในเมียนมา คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จำกัด เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ท้องถิ่นขาดแคลนเงินทุนหรือมีปริมาณเงินทุนต่ำ ในช่วงสามปีที่ผ่านมารัฐบาลเมียนมาจึงดำเนินการปฏิรูประบบธนาคาร โดยปัจจุบัน อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เอกชนทั้งหมด 22 แห่ง สามารถให้บริการโอนเงินได้รวมทั้ง ยังมีการนำระบบบัตรเดบิตและบัตรเครดิตมาใช้ การปฏิรูประบบธนาคารในเมียนมาอื่นๆ มีดังต่อไปนี้

- พฤศจิกายน 2554: อนุญาตให้ธนาคาร 14 แห่ง จากทั้งหมด 22 แห่ง ให้บริการการเงินระหว่างประเทศ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และให้เปิดบัญชีในสกุลเงินต่างประเทศได้ จากเดิมที่ให้เปิดบัญชีสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐกับธนาคารพาณิชย์ของรัฐเท่านั้น
- สิงหาคม 2555: อนุญาตให้ธนาคารเอกชนที่เป็นผู้ค้าที่ได้รับอนุญาต (authorized dealer: AD) สามารถให้บริการด้านการธนาคารระหว่างประเทศ
- ธันวาคม 2555: ให้ใบอนุญาตการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศแก่ธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคาร (non-banks) โดยผู้ขออนุญาตต้องมีเงินทุนอย่างน้อย 30 ล้านจ๊าด
- กุมภาพันธ์ 2556: มีการให้บริการจุดรับชำระเงินผ่านบัตร (point-of-sales: POS)
- พฤษภาคม 2556: อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ท้องถิ่นร่วมทุนกับธนาคารต่างประเทศ โดยสามารถพิจารณาสัดส่วนความเป็นเจ้าของ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ท้องถิ่น
- ธันวาคม 2556: ธนาคารกลางเมียนมาประกาศว่ากำลังจะอนุญาตให้ธนาคารต่างประเทศให้บริการในเมียนมาได้ โดยอนุญาตให้ทำธุรกรรมได้บางประเภทเท่านั้น

ตารางที่ 5-4 รายชื่อธนาคารพาณิชย์เอกชนในเมียนมาทั้งหมด ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557

Myanmar Citizens Bank Ltd	Small & Medium Industrial Development Bank Ltd
First Private Bank Ltd	Global Treasure Bank
Yadanabon Bank Ltd	SibinTharyar Yay Bank Ltd
Myawaddy Bank Ltd	Innwa Bank Ltd*
Yangon City Bank Ltd	Co-operative Bank Ltd*
Yoma Bank Ltd	Asia Green Development Bank Ltd*
Myanmar Oriental Bank Ltd	Ayeyarwaddy Bank Ltd*
Asia-Yangon Bank Ltd	United Amara Bank Ltd
Tun Foundation Bank Ltd	Myanma Apex Bank Ltd
Kanbawza Bank Ltd*	Construction and Housing Development Bank
Myanmar Micro Finance Bank	Nay Pyi Taw Development Bank

ที่มา: Myanmar Business Guide, PwC, 2014.

หมายเหตุ: * คือ ธนาคารที่ให้บริการเปิดบัญชีในสกุลเงินต่างชาติ

(4) บริษัททางการเงิน

บริษัททางการเงินในเมียนมา ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 มี 4 บริษัท ได้แก่ Myanmar Orient Leasing Company Ltd., Myaat Nan Yone Company Ltd., National Finance Company Ltd. และ Ryuji Finance Company Ltd.

(5) สำนักงานตัวแทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

สำนักงานตัวแทนของธนาคารต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในเมียนมา ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 มีดังนี้ (ตารางที่ 5-5)

ตารางที่ 5-5 รายชื่อสำนักงานตัวแทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในเมียนมา ณ กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557

United Overseas Bank Ltd.	Sumitomo Mitsui Banking Corporation
AB Bank Limited	Malayan Banking Berhad (MAYBANK), Malaysia
DBS Bank Ltd.	The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd
Bangkok Bank Public Company Ltd.	Bank for Investment and Development of Vietnam
National Bank Ltd.	Overseas-Chinese Banking Corporation Ltd.
Brunei Investment Bank (BIB)	Industrial and Commercial Bank of China Ltd.
First Overseas Bank Ltd.	First Commercial Bank, Singapore Branch
Mitzuho Corporate Bank Ltd.	Siam Commercial Bank Public Company Ltd.
CIMB Bank Berhad	The HongKong and Shanghai Banking Corporation
Woori Bank Ltd.	

ที่มา: Myanmar Business Guide, PwC, 2014.

5.3.7 การถือครองที่ดิน

พระราชบัญญัติการจำกัดการโอนอสังหาริมทรัพย์ปีพ.ศ. 2530 (Transfer of Immovable Property Restriction Law, 1987) และกฎหมายการลงทุนต่างชาติปีพ.ศ. 2531 (The Union of Myanmar Foreign Investment Law, 1988) ของเมียนมาไม่อนุญาตให้ชาวต่างชาติหรือบริษัทต่างชาติถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ แต่อนุญาตให้เช่าที่ดินจากรัฐบาลได้ จนกระทั่งปีพ.ศ. 2544 เมียนมาออกประกาศฉบับที่ 39/2011 ภายใต้กฎหมายการลงทุนต่างชาติปีพ.ศ. 2531 อนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถเช่าที่ดินจากรัฐบาลหรือเอกชนได้ 30 ปี และมีสิทธิต่ออายุการเช่าที่ดินได้ 2 ครั้งๆ ละ 15 ปี

อย่างไรก็ตาม ภายใต้กฎหมายการลงทุนต่างชาติฉบับใหม่ของเมียนมา (The Union of Myanmar Foreign Investment Law, 2012) ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 เมียนมาอนุญาตให้ชาวต่างชาติสามารถเช่าที่ดินจากรัฐบาลหรือเอกชนได้ถึง 50 ปี และสามารถขอต่ออายุการเช่าที่ดินได้ 2 ครั้งๆ ละ 10 ปี ขึ้นอยู่กับประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย ในการนี้ ชาวต่างชาติหรือนักลงทุนต่างชาติต้องยื่นเอกสารข้อตกลงเช่าที่ดิน หรือเอกสารที่แสดงความยินยอมให้เจ้าของที่ดินไปยังคณะกรรมการว่าด้วยการลงทุนของเมียนมา (Myanmar Investment Commission: MIC) เพื่อขออนุมัติเช่าที่

5.3.8 โครงสร้างธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) ของประเทศเมียนมา

ในปัจจุบัน เศรษฐกิจของเมียนมาถูกขับเคลื่อนด้วย SMEs มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 ของภาคอุตสาหกรรม และร้อยละ 99 ของภาคการผลิต โดยจดทะเบียนเป็นธุรกิจขนาดเล็กมากที่สุด จำนวน 33,863 ราย คิดเป็นร้อยละ 78 จดทะเบียนเป็นธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 6,359 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.6 และจดทะเบียนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ จำนวน 3,213 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ประเทศเมียนมามีจำนวนแรงงานทั้งสิ้น จำนวน 28 ล้านคนและโดยส่วนมากเคยใช้แรงงานในภาคเกษตรมาก่อน

5.3.9 บทบาทของภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการให้บริการและส่งเสริมพัฒนา SMEs ของเมียนมา

เมื่อปีพ.ศ.2554 รัฐบาลเมียนมาเริ่มมีแผนการดำเนินงานในการส่งเสริม SMEs มากขึ้น มีการจัดหาและระดมทุนจากต่างประเทศ เพิ่มการแบ่งประเภทอุตสาหกรรม และมีการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตในการให้ข้อมูลมากขึ้น โดยหน่วยงาน MIDC (Myanmar Industrial Development Committee) ของรัฐบาลเมียนมา มีนโยบายที่เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนา SMEs อาทิ โครงสร้างอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่บนหลักเกณฑ์ของการพัฒนาโดยใช้การเกษตรเป็นพื้นฐาน การเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการผลิตที่มีปริมาณมาก และมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตลอดจนเกิดการผลิตเครื่องจักร และเครื่องมือที่จำเป็นต่อโรงงานและอุตสาหกรรมประเภทใหม่ และมีการสร้างแนวปฏิบัติที่เหมาะสม เพื่อยกระดับให้เป็นรัฐอุตสาหกรรม โดยสถาบันของรัฐบาลเมียนมาที่มีส่วนในการส่งเสริมการพัฒนา SMEs โดยมีคณะกรรมการสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรม (Criminal Investigation Department: CID) และมีนายกรัฐมนตรีเป็นผู้นำ การดำเนินการของภาครัฐเพื่อช่วยพัฒนาและสนับสนุน SMEs มีดังต่อไปนี้

- จัดตั้งศูนย์บริการแบบครบวงจร (One-stop centers) สำหรับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เพื่อลดกฎระเบียบที่ทำให้ล่าช้า
- ลดและเลิกการควบคุมทางด้านบริหาร
- สนับสนุนเงื่อนไขของสิทธิในการใช้ที่ดิน
- ปรับปรุงการเข้าถึงเครดิตให้ดีขึ้นทั้งของเอกชนและประชาชนทั่วไป
- ช่วยเสริมสร้างให้ธุรกิจขนาดเอสเอ็มอีมีความสามารถเพิ่มขึ้นในด้านการเงินและการตลาด
- กระตุ้นให้ธุรกิจขนาดเอสเอ็มอีได้รับการพัฒนาผ่านการสนับสนุนโดยสถาบันการเงินขนาดเล็กมาก (Micro-finance institutions)
- จัดตั้งศูนย์สนับสนุนพิเศษแก่ธุรกิจขนาดเอสเอ็มอี (SME Support Center) ในย่างกุ้ง
- จัดตั้งธนาคารเพื่อการพัฒนาธุรกิจขนาดเอสเอ็มอี (SME Development Bank)
- เปลี่ยนแปลงธนาคารเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม (Industrial Development Bank) ให้เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจสำหรับธุรกิจขนาดเอสเอ็มอี
- ผ่านกฎหมายสำหรับสถาบันการเงินขนาดเล็กมาก (Micro-finance law)
- คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของเมียนมาได้มีนโยบายเพื่อสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศในภาคส่วนของเอสเอ็มอี ด้วยแรงจูงใจเพื่อให้ขึ้นส่วนในประเทศ และการถ่ายโอนทักษะ ความรู้และเทคโนโลยี

ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่ในเมียนมาที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลจะเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium Industries: SMIs) การสนับสนุนและส่งเสริม

SMIs ส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตอุตสาหกรรม (Industrial Zones) โดยเป็นการสนับสนุนมาตรฐานทางด้านเทคนิค และคุณภาพ สำหรับวิธีการนั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของอุตสาหกรรม

รัฐบาลมีนโยบายให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่อุตสาหกรรมบางประเภทที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรม แต่เนื่องจากงบประมาณที่จำกัด รัฐบาลเมียนมาจึงกำหนดมาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางการเงินในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น การฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก นอกจากนี้ธนาคารกลางแห่งประเทศเมียนมา (Central Bank of Myanmar: CBM) ได้ทำหน้าที่ดูแลการเงินของรัฐบาลเสมือนเป็นธนาคารของรัฐบาล

5.3.10 กฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนา SMEs ของประเทศเมียนมา

ประเทศเมียนมาไม่มีกฎหมายธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางโดยเฉพาะ แต่รัฐบาลก็ได้ออกกฎหมาย และระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง เช่น Myanmar Private Industrial Enterprise Law (MPIE), Myanmar Citizen Investment Law (MCIL), The Union of Myanmar Foreign Investment Law (MFIL), The Income Tax Law, The Private Industrial Enterprise Law, Cottage Industries Promotion Law เป็นต้น

นอกเหนือจากนี้ ไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและไม่มีนโยบายเฉพาะในการส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางด้านภาษีอากร จึงอาจเป็นอุปสรรคในการส่งเสริม SMEs ของรัฐบาลเมียนมา

5.3.11 กฎเกณฑ์สำคัญในการพัฒนาประเทศเมียนมา

กฎเกณฑ์สำคัญทั้ง 4 ที่สามารถช่วยปลดล็อกเมียนมาให้ก้าวสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย

(1) การก้าวกระโดดในเรื่องของดิจิทัล

เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในด้านบวกกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อาทิ ธนาคารโลกพบว่า การขยายระบบบรอดแบนด์ร้อยละ 10 ในระหว่างปี พ.ศ. 2523-2545 ส่งผลให้จีดีพีเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.38 ด้วยเทคโนโลยีทางดิจิทัล โดยเมียนมาสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพื่อการพัฒนาประเทศได้ดังต่อไปนี้

- การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเสาหลักกลางของนโยบายเศรษฐกิจ

อินเทอร์เน็ตมีส่วนทำให้เศรษฐกิจเติบโตในหลายทาง เช่น เพิ่มผลผลิต สร้างงาน ปรับปรุงคุณภาพของการเข้าถึงบริการสาธารณะ และผลักดันความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้น ยกตัวอย่างประเทศในแอฟริกาหลายประเทศที่ยังคงอยู่ในขั้นเริ่มต้นในการพัฒนาเศรษฐกิจของพวกเขา ได้นำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ และผลลัพธ์ที่ได้นั้นดีมาก

- การนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้กับทั่วภาคส่วนบริการสำคัญ 5 ภาคส่วน

เมียนมาสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพัฒนา 5 ภาคส่วนที่สำคัญต่อไปนี้ได้ ภาค 5 ส่วนนี้คือ รัฐบาล การศึกษา บริการด้านสาธารณสุข การเงินการธนาคาร และการค้าปลีก

- ภาคการบริการของผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เมียนมาสามารถประหยัดต้นทุนได้อย่างมาก และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของรัฐบาล

- การศึกษาทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-education) ทำให้ครูเข้าถึงนักเรียนได้มากขึ้น เพราะในปัจจุบันเมียนมามีครู 1 คนต่อนักเรียน 30 คน และในชนบทห่างไกลอาจจะไม่มีบ้าง ในขณะที่

ที่อินโดนีเซียมีอัตราส่วนครูต่อนักเรียนที่ 1 ต่อ 17 มาเลเซีย 1 ต่อ 13 และเวียดนาม 1 ต่อ 20

- การให้บริการด้านสาธารณสุข บนเงื่อนไขที่มีงบประมาณที่จำกัดและปราศจากการดูแลระบบการให้บริการด้านสาธารณสุขที่ดี เมียนมาสามารถนำระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้ เพื่อพัฒนาการให้บริการทางสุขภาพเหมือนดังเช่นประเทศอื่นได้ อาทิ กรณีของประเทศมาลาวีที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการเก็บข้อมูลภาวะการขาดสารอาหารในเด็ก
- ภาคการเงินการธนาคาร เมียนมาสามารถพัฒนาการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตได้ การพัฒนาระบบการจ่ายเงินที่มีประสิทธิภาพปลอดภัยและเชื่อถือได้ จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ เป็นช่องทางในการจัดการการดำเนินธุรกรรมอื่นๆ และเคลื่อนย้ายเงินข้ามพรมแดน ปัจจุบันนี้ มีประชากรส่วนน้อยที่เข้าถึงการให้บริการของธนาคาร
- การค้าปลีกและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ในปัจจุบันมีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากยังไม่มีระบบการจ่ายเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ตัวอย่างที่ดีในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประเทศคือประเทศจีน

- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม

ประเทศเมียนมาต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม เพื่อจะช่วงชิงโอกาสของการก้าวกระโดดของดิจิทัล ซึ่งรายงานโดยธนาคารโลกระบุว่า การรุกเข้าไปในเรื่องอินเทอร์เน็ต (Internet penetration) อยู่อันดับที่สองจากท้ายจาก 187 ประเทศ และการรุกเข้าไปในระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile penetration) อยู่ในอันดับต่ำที่สุด ในปัจจุบันประเทศเมียนมาต้องการเพิ่ม Mobile penetration จากร้อยละ 3 ในปี พ.ศ. 2554 เป็นร้อยละ 75 ในปี พ.ศ. 2559

(2) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ

ก้าวแรกของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของเศรษฐกิจเกิดใหม่ (Emerging economy) คือ การพัฒนาไปสู่ภาคการผลิตอุตสาหกรรมที่มากขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดการจ้างงานที่มากขึ้นและผลผลิตที่เพิ่มขึ้น โรงงานผู้ผลิตเปรียบเสมือนสะพานเชื่อมโยงสู่ค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น เกษตรกรที่มีการศึกษาน้อยสามารถเปลี่ยนอาชีพ และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นได้ การเปลี่ยนแปลงนี้ต้องกระทำเป็นขั้นตอน โดยในระยะสั้นประเทศเมียนมาสามารถอาศัยความได้เปรียบด้านต้นทุนเพื่อขยายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น (Labor-intensive manufacturing) อาทิ อุตสาหกรรมประเภทอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าที่เป็นแร่ธาตุ สิ่งทอ รองเท้า เพอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ ของเล่น และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากยางและพลาสติก อุตสาหกรรมดังกล่าวนี้เหมาะสมกับสมรรถนะของประเทศเมียนมาในปัจจุบัน และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นที่ต้องการของตลาด

(3) การพัฒนาสู่สังคมเมือง

ในปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่ของประเทศเมียนมายังอาศัยอยู่ในชนบท เพื่อการพัฒนาสู่สังคมเมืองเมียนมาจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

- วางแผนอย่างมีระบบและทันสมัย ในการขยายเมืองออกไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- ต้องลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่สังคมเมืองจำเป็นต้องมี เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน
- ต้องมีระบบการจัดการที่ดี ดังเช่นเมืองใหญ่อื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการ เช่น ลอนดอน โจฮันเนสเบิร์ก และโกลกัตตา โดยพิจารณาใช้ระบบบริหารงานโดยนายกเทศมนตรี ที่มาจากการเลือกตั้ง เพื่อให้ได้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ดูแลเมืองได้ทั่วถึง สามารถทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งในระดับนโยบายและแผน ซึ่งในปัจจุบัน เมียนมามีนายกเทศมนตรีเพียง 2 ตำแหน่งดูแลอย่างกว้างและมันทะเลย และอีกตำแหน่งคือนายกเทศมนตรีโดยพฤตินัยดูแลเมืองเนปิดอว์

(4) การนำเศรษฐกิจเชื่อมสู่ตลาดโลก

เมียนมาจำเป็นต้องดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศมากกว่า 170 พันล้านเหรียญสหรัฐ อันจะเป็นการอุดช่องว่างระหว่าง ความต้องการเงินลงทุนและศักยภาพการออมในประเทศ โดยเมียนมาจะต้องลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการเติบโตและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ลงทุน อาทิ ระบบโทรคมนาคม โครงข่ายการคมนาคม การเงินการธนาคาร เมียนมาจะต้องทำการศึกษาให้ละเอียดถี่ถ้วนในการนำธุรกิจและอุตสาหกรรมของเมียนมาเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของโลก ในการนี้ เมียนมาจำเป็นต้องพัฒนาทักษะของประชากรเมียนมาให้มีความรู้และสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีส่วนอย่างมากต่อเศรษฐกิจเมียนมาในการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศสู่โลกกว้าง

5.3.12 นัยสำหรับภาครัฐบาลและภาคเอกชน

สำหรับภาครัฐบาล ด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณของประเทศ และเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน รัฐบาลเมียนมาจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- การปฏิรูปทางการเมืองและเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลจำเป็นต้องวางเป้าหมายให้ชัดเจน โดยเฉพาะด้านการปฏิรูปทางการเมืองและเศรษฐกิจเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน นักธุรกิจ นักลงทุนและสถาบันต่างๆ ทั้งของเมียนมาและของต่างชาติ
- การพัฒนาแผนแม่บท จะต้องมีการจัดทำแผนแม่บท ตัวอย่างเช่น กฎระเบียบว่าด้วยสิ่งแวดล้อม แผนระยะยาวในการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ และโครงการสร้างทักษะให้ประชากรเมียนมา
- จัดทำโครงการเพื่อให้เกิดการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic implementation) โดยรัฐบาลควรจัดตั้งโครงการหรือหน่วยงานให้มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและเร่งให้เกิดผล โดยเมียนมาสามารถปฏิบัติตามวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practice) ทั้ง 7 ประการต่อไปนี้ได้
 - ประการที่ 1 กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนภายในระยะเวลาที่ชัดเจน
 - ประการที่ 2 พัฒนาแผนงานและการร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ
 - ประการที่ 3 จัดหากองทุนสนับสนุนทั้งจากรัฐบาลและองค์กรเอกชน โดยพิจารณาที่ความต้องการเร่งด่วนเป็นอย่างแรก

- ประการที่ 4 ติดตามผลงาน เพิ่มแรงกดดันทั้งจากภายในและภายนอกโดยการตีพิมพ์เป้าหมายและเข้าตรวจสอบการปฏิบัติงานให้ได้ตามเป้าหมายสม่ำเสมอ
- ประการที่ 5 จัดตั้งหน่วยบริการรูปแบบพิเศษที่ทรงพลัง เช่น สถาบันที่มีเป้าหมายเด่นชัดในการแก้ปัญหาและผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลให้ทั่วทั้งหมด
- ประการที่ 6 ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชั้นสูง
- ประการที่ 7 ต้องมีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและดึงพวกเขาเข้ามามีส่วนร่วม

สำหรับบริษัทเอกชนเมียนมา เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อเป็นการพัฒนาตัวเอง บริษัทสัญชาติเมียนมาควรเตรียมความพร้อมใน 3 ด้านต่อไปนี้

- เตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันทั้งในและนอกประเทศ สร้างความเข้าใจในโอกาสที่เปิดอยู่ในตลาดการค้าและยุทธวิธีของคู่แข่ง
- เร่งรัดตัวเองสู่ความเป็นมาตรฐานสากลทั้งด้านคุณภาพ ราคาสินค้า และการให้บริการ
- สำรวจหาพันธมิตรต่างประเทศเพื่อเป็นแหล่งเงินทุน และการได้มาซึ่งองค์ความรู้เพื่อเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานของโลก (Global supply chain)

สำหรับบริษัทเอกชนต่างชาติที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมาควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วเพื่อสร้างมาตรฐานในอุตสาหกรรมนั้นๆ อันรวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจอย่างถาวรในเมียนมา และสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดให้อยู่ในตำแหน่งผู้นำในอุตสาหกรรมนั้นๆ
- ควรพุ่งเป้าไปที่ข้อผูกพันในการลงทุนระยะยาวในเมียนมา และการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ รวมทั้งการฝึกอบรมแรงงานด้วย
- ต้องลงลึกในรายละเอียดและศึกษาอย่างละเอียดในทุกๆ ด้าน บริษัทต้องมีความรวดเร็ว คล่องตัว และปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ได้ เพื่อฉวยโอกาสในการยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาด บริษัทต่างชาติเหล่านี้ต้องอย่าลืมว่าเมียนมาคือประเทศที่ประกอบไปด้วยชนกลุ่มน้อยกว่า 135 กลุ่มกระจายอยู่ทั่วประเทศ เมียนมามีเมืองใหญ่เพียงไม่กี่แห่ง อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่จะเชื่อมโยงคนเหล่านี้เข้าด้วยกันยังจำกัดอยู่
- การดึงบริษัทท้องถิ่นเข้ามาเป็นหุ้นส่วนอาจจะเป็นพื้นฐานให้เจริญเติบโตได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และยังเป็นการพัฒนาความสามารถของคนในท้องถิ่นให้สูงขึ้นอีกด้วย

5.4 การลงทุนในเมียนมา

5.4.1 การลงทุนจากในประเทศ

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการลงทุนภายในประเทศเมียนมา⁹ พบว่าการลงทุนที่สำคัญอยู่ในภาคการผลิต การก่อสร้าง โรงแรมและการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 4.5 ล้านคนในปี ค.ศ. 2015 การลงทุนภายในประเทศจะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว

⁹ PwC. 2014. Myanmar Business Guide.

ตารางที่ 5-6 การลงทุนภายในประเทศตามภาคอุตสาหกรรม (ล้านจ๊าด)

ลำดับ	อุตสาหกรรม	มูลค่าการลงทุน	ร้อยละ
1	การผลิต	1,265	27.66
2	การก่อสร้าง	757	16.55
3	การโรงแรมและท่องเที่ยว	667	14.58
4	อื่นๆ	521	11.39
5	การผลิตไฟฟ้า	455	9.96
6	การขนส่ง	399	8.73
7	การนิคมอุตสาหกรรม	301	6.57
8	อสังหาริมทรัพย์	167	3.66
9	ประมง	28	0.61
10	แร่	13	0.28
11	เกษตรกรรม	1	0.01
	รวม	4,574	100.00

มีหลายบริษัทในประเทศที่เป็นกำลังสำคัญในการลงทุนภายในประเทศ ตัวอย่างเช่น

- กลุ่มการลงทุนที่ทหารถือหุ้น (Military-Affiliated Company) เช่นบริษัท Myanmar Economic Holdings Limited (MEHL) ลงทุนในการผลิตอัญมณี และในหลายอุตสาหกรรมรวมถึงธนาคาร การท่องเที่ยวและการขนส่ง และบริษัท Myanmar Economic Corporation (MEC) ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติสำหรับกองทัพ กำลังลงทุนโครงการท่าเรือ Ahlone International Port ในกรุงย่างกุ้ง
- โครงการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจแห่งเมียนมา เริ่มต้นในปี 2010 มีบทบาทสำคัญในการลงทุนภายในประเทศ ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มบริษัท KBZ ได้เข้าถือหุ้นสายการบินแห่งชาติเมียนมาในสัดส่วน 20% จากรัฐบาลเมียนมา และในปี 2014 การไฟฟ้าแห่งกรุงย่างกุ้ง (Yangon Electricity Supply Board, YESB) ได้ถูกแปรรูปเป็นบริษัท เพื่อให้การลงทุนด้านพลังงานของเมียนมามีความน่าสนใจจากนักลงทุน
- บริษัทข้ามชาติที่มีคนเมียนมาเป็นเจ้าของ ร่วมทุนกับนักลงทุนต่างชาติ เพื่อลงทุนในเมียนมา เช่น บริษัท Yoma Strategic Holdings Ltd. จากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีคุณ Serge Pun ซึ่งเป็นคนเมียนมาถือหุ้นอยู่ 37% ร่วมกับบริษัท Sumitomo Corporation และบริษัท Mitsubishi Corporation เพื่อก่อตั้งบริษัทร่วมทุนในเมียนมา
- การลงทุนในประเทศจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อขยายธุรกิจของตัวเอง รวมถึงการหาพันธมิตรและการระดมทุน

5.4.2 การลงทุนจากต่างประเทศ

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการลงทุนจากต่างประเทศ^{10 11} สรุปได้ว่าเมียนมาเพิ่งเริ่มเปิดประเทศ และเริ่มปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการค้าลงทุน โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมการลงทุนขึ้นเพื่อทำการส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศและดำเนินการอำนวยความสะดวกต่อการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ หากพิจารณาจากสถิติเปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเมียนมาแยกตามประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2532-2544 และช่วงปี พ.ศ. 2532-2556 ดังตารางที่ 5-7

ตารางที่ 5-7 เปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเมียนมาตามประเทศ ปีพ.ศ. 2532-2556

ลำดับ ที่	ประเทศ	พ.ศ. 2532-2544 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ประเทศ	พ.ศ. 2545-2556 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
1	สหราชอาณาจักร	1,380	จีน	14,180.17
2	สิงคโปร์	1,351	ไทย	9,568.89
3	ไทย	1,187	ฮ่องกง	6,381.33
4	มาเลเซีย	599	สาธารณรัฐเกาหลี	2,979.23
5	สหรัฐอเมริกา	583	สหราชอาณาจักร	2,989.49
6	ฝรั่งเศส	470	สิงคโปร์	2,216.25
7	อินโดนีเซีย	239	มาเลเซีย	1,031.29
8	เนเธอร์แลนด์	238	ฝรั่งเศส	469.00
9	ญี่ปุ่น	229	เวียดนาม	371.19
10	สาธารณรัฐเกาหลี	156	อินเดีย	273.50
	อื่นๆ	665	อื่นๆ	1,635.09
	รวม	7,097	รวม	42,095.42

โดยจำนวนบริษัทต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2554 แยกรายประเทศ สามารถแสดงได้ดังตาราง 5-8

¹⁰ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2557. โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา.

¹¹ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

ตารางที่ 5-8 จำนวนบริษัทที่เข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมา (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ประเทศ/ ปี	2547- 2548	2548- 2549	2549- 2550	2550- 2551	2551- 2552	2552- 2553	2553- 2554
ไทย	4	2		1	1	1	2
จีน	11	1	1		1	1	4
สิงคโปร์			3	1			1
อังกฤษ			3				
อินเดีย		2	4	3			
รัสเซีย			1		2		
เวียดนาม					1		
ญี่ปุ่น					1		
เยอรมนี				1			
เกาหลีใต้				1			10
ฮ่องกง						1	6
มาเลเซีย						3	2
UAE						1	
รวม	15	5	12	7	6	7	25
รวมเงิน ลงทุน	158.28	6,065.68	752.70	172.72	984.76	329.58	19,997.97

จากจำนวนบริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนทั้งหมดสามารถแยกจำนวนบริษัทตามประเภทของธุรกิจซึ่งลงทุนและมูลค่าการลงทุนในประเทศเมียนมาแสดงได้ดังตาราง 5-9

ตารางที่ 5-9 แสดงจำนวนบริษัทตามประเภทของธุรกิจซึ่งลงทุนในประเทศเมียนมา (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ประเภท/ปี		2547- 2548	2548- 2549	2549- 2550	2550- 2551	2551- 2552	2552- 2553	2553- 2554
เกษตร	จำนวนบริษัท							3
	มูลค่า							138.75
ประมง	จำนวนบริษัท				1			
	มูลค่า				12.00			
เหมืองแร่	จำนวนบริษัท	4	1		1	1	1	3
	มูลค่า	6.00	0.70		5.00	855.97	2.50	1,396.08
น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ	จำนวนบริษัท	9	3	11	3	3	4	12
	มูลค่า	142.55	34.98	471.48	137.00	114.00	278.60	10,179.3
การผลิต	จำนวนบริษัท	1			2		1	4
	มูลค่า	3.52			18.72		6.00	65.32
โรงแรม	จำนวนบริษัท	1				1	1	
	มูลค่า	3.50				15.00	15.25	
พลังงาน	จำนวนบริษัท		1	1				3
	มูลค่า		6,030.00	281.22				8,218.5
รวมจำนวนบริษัท		15	5	12	7	6	7	25
รวมเงินลงทุน		158.28	6,065.68	752.70	172.72	984.76	329.58	19,997.97

ส่วนการลงทุนจากต่างประเทศในเมียนมานับตั้งแต่เปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศในปี 2531 ถึงปี 2551 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งเมียนมา (Myanmar Investment Commission: MIC) อนุมัติโครงการลงทุนจากต่างประเทศรวม 418 โครงการ จาก 28 ประเทศโดยสิงคโปร์มีจำนวนโครงการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ไทย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย และฮ่องกงตามลำดับ และธุรกิจที่ชาวต่างชาติลงทุนมากที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต รองลงมา ได้แก่ การขุดเจาะน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนรวม 14.74 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยไทยมีมูลค่าการลงทุนสูงสุด คือ มีมูลค่าการลงทุนถึง 7,391.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 50.14 ของมูลค่าการลงทุน โดยธุรกิจที่นักลงทุนไทยลงทุนในเมียนมา ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญ อาทิ โรงงานน้ำตาล ผลิตหม้อแปลงไฟฟ้า ไม้แปรรูป โรงแรมและท่องเที่ยว ประมง เหมืองแร่ การขนส่งการขุดเจาะน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ไฟฟ้า การก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์และเกษตรกรรม เป็นต้น

5.4.3 การลงทุนจากประเทศไทย

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการลงทุนจากประเทศไทย^{12 13} รายงานสถิติยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงของไทยในอาเซียน ณ สิ้นสุดปีพ.ศ. 2554 พบว่าเมียนมาเป็นแหล่งลงทุนอันดับ 5 ของไทยในกลุ่มอาเซียน มีมูลค่าเท่ากับ 1,060.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สำหรับสาขาการลงทุนที่สำคัญในเมียนมา หากพิจารณาจากรายงานการลงทุนโดยตรงสะสมของไทยในเมียนมา (ถึง 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550) สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 5-10

ตารางที่ 5-10 การลงทุนโดยตรงสะสมของไทยในเมียนมา

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (โครงการ)	เงินลงทุน (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วน (ร้อยละ)
พลังงาน	2	6,046.2	81.8
อุตสาหกรรมการผลิต	16	614.6	8.3
โรงแรมและการท่องเที่ยว	12	228.6	3.1
ประมงและปศุสัตว์	7	171.0	2.3
เหมืองแร่	8	121.2	1.6
การขนส่ง	4	107.3	1.5
น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ	5	48.4	0.7
การก่อสร้าง	2	37.8	0.5
อสังหาริมทรัพย์	1	14.0	0.2
เกษตรกรรม	1	2.7	0.04
รวม	58	7,391.8	100.00

ตัวอย่างรายชื่อบริษัทของไทยที่เข้าไปลงทุนในเมียนมาสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5-11 ตัวอย่างรายชื่อบริษัทของไทยที่เข้าไปลงทุนในเมียนมา

ประเภทธุรกิจ	กลุ่มบริษัท/บริษัท	การดำเนินการ
พลังงาน	กลุ่ม MDX (MDX Group Co.,Ltd.)	ทำธุรกิจก่อสร้างเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำที่ร่วมลงทุนกับกระทรวงพลังงานไฟฟ้าในเมียนมา ในโครงการเขื่อนพลังน้ำท่าซาง และยังมีเขื่อนฮั๊ยยี กำลังการผลิต 600 MW ซึ่งร่วมทุนระหว่างกรมไฟฟ้าพลังน้ำเมียนมากับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
	บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	รับซื้อก๊าซจาก ปตท. ที่ขุดเจาะในแหล่งยานาดาและเยตากูน นอกจากนี้ยังมีแผนลงทุนในโครงการเขื่อนสาละวิน ขนาด 1,000 MW

¹² สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2557. โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา.

¹³ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

ประเภทธุรกิจ	กลุ่มบริษัท/บริษัท	การดำเนินการ
	บริษัท กันกุลเอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)	สัมปทานโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานลมขนาด 1,000 MW อายุสัมปทาน 30 ปี มูลค่าการลงทุน 60,000 ล้านบาท และได้รับอนุญาตจากรัฐบาลเมียนมาที่จะทำโรงไฟฟ้าพลังงานลมขนาด 1,000 MW ใน 3 รัฐใกล้เคียง
	บริษัท ราชธานีวิปเมนต์ จำกัด	ร่วมลงทุนผลิตไฟฟ้าจากขยะกับบริษัทคีตันเทรตติ้งแอนด์ไมนิ่ง จำกัด ของเมียนมา กำลังการผลิต 20 MW ใช้เงินลงทุน 3,000 ล้านบาท
ก่อสร้าง	บริษัท อิตาลีเลียนไทย ดีเวลล็อปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	- โครงการทำเรื่อน้ำลึกและนิคมอุตสาหกรรมทวาย - โครงการเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำตะนาวศรี - ธุรกิจผลิตปูนซีเมนต์และผลิตกระแสไฟฟ้าที่เมืองผาอันและเมืองเจ้าเซ - โครงการก่อสร้างสะพานขนส่งสินค้าที่เมืองติละวา ก่อสร้างสนามบินเมืองมณฑลและเส้นทางสายมริด-มุตอง
	บริษัท CPAC จำกัด	ลงทุนทำธุรกิจก่อสร้างโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จที่กรุงย่างกุ้ง มูลค่าการลงทุนประมาณ 500,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยเริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี 1997
	บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	อยู่ระหว่างศึกษาการลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตปูนซีเมนต์ในประเทศเมียนมา โดยบริษัทได้ทำธุรกิจขาดสินค้าประเภทปูนซีเมนต์ ซีแพค และเคมีคอลเป็นเวลากว่า 10 ปี
ประมง	บริษัท สยามโจนาธาน จำกัด	ได้รับสิทธิการทำประมงจากเมียนมา ให้นำเรือประมง 500 ลำเข้ามาทำประมงในเมียนมา โดยสามารถนำปลามาจำหน่ายที่ จ.ระนองได้
	บริษัท อินเตอร์แอสเสท โฮลดิ้ง จำกัด	ร่วมทุนกับบริษัทเมียนมา พีพีพี แอสเสท โฮลดิ้ง ทำประมงในเมียนมา จำนวน 40 ลำเข้าไปทำประมงในเขตรัฐยะไข่ รวมทั้งทำโรงงานแปรรูปอาหารทะเลที่เมืองชิดต่วย โดยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2004
	บริษัท Myanmar Modtech จำกัด	ร่วมทุนระหว่างไทย เมียนมา และเกาหลีใต้ ทำประมงในรัฐยะไข่ และทำโรงงานน้ำปลา
	บริษัท Dragon Sea Fishery จำกัด	ร่วมทุนกับบริษัท Myanmar Fisheries International Joint Venture Limited นำเรือประมงต่างชาติ จำนวน 200 ลำเข้ามาทำประมงในเมียนมาที่เขตตะนาวศรี โดยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2004
	บริษัท ริวจิ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท แสงอรุณฟิชซิ่ง จำกัด	ได้สัมปทานทำประมงในเขตน่านน้ำประเทศเมียนมา โดยได้สัมปทานบริษัทละ 100 ลำ

ประเภทธุรกิจ	กลุ่มบริษัท/บริษัท	การดำเนินการ
โรงแรมและท่องเที่ยว	กลุ่มบริษัทเครือใบหยก	โรงแรมกันตอร์จีพาลาซ มูลค่าลงทุน 31 ล้านบาท สร.
	กลุ่มดุสิตธานี	โรงแรมดุสิต อินดี้ เลค
	กลุ่มบริษัท Bangkok Club	โรงแรม Chatrium Hotel โรงแรม นิคโค
	กลุ่มบริษัท LP Holding	โรงแรม Mandalay Hill Resort โรงแรม Centre point Towers
อาหาร และเกษตรกรรม	เครือเจริญโภคภัณฑ์	ดำเนินธุรกิจด้านเกษตรกรรมในเมียนมา 3 สาขา คือ การส่งเสริมการเพาะปลูกพืชไร่ การเพาะเลี้ยงสัตว์บก และการทำอาหารสัตว์และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ รวมถึงการลงทุนด้านก่อสร้างและอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้วย ได้แก่ ธุรกิจผลิตปูนซีเมนต์ โครงการก่อสร้างสะพานขนส่งสินค้า การก่อสร้างสนามบินและถนน
	เครือสหพัฒน์	โรงงานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
	บริษัท Myanmar Sutech จำกัด	โรงงานน้ำตาลขนาด 2,000 ตัน ในเขตพะโค
การเงิน การธนาคาร	ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	ได้รับใบอนุญาตในการเปิดสำนักงานผู้แทนในย่างกุ้ง จากธนาคารกลางเมียนมา เมื่อเดือนเมษายน 2012 เพื่อเป็นศูนย์กลางประสานงานและอำนวยความสะดวกให้กับการลงทุนในเมียนมา โดยธนาคารมีเป้าหมายระยะยาวในการเปิดสาขารองรับและให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าที่เข้าไปลงทุนและทำธุรกิจในเมียนมาต่อไปในอนาคต
	ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	เปิดสำนักงานตัวแทนของธนาคารเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนไทยที่ขยายธุรกิจไปยังเมียนมา

5.5 อุตสาหกรรมหลัก

5.5.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมหลักของประเทศเมียนมา

จากการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมา พบการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมหลักของเมียนมา¹⁴ โดยการค้าการณเศรษฐกิจเมียนมามีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้น แม้ว่าตลาดการค้าภายในประเทศเมียนมา จะยังไม่เปิดมากนัก แต่มูลค่าการค้าภายในประเทศมีมูลค่าที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี จึงเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ ในส่วนของประเภทของสินค้าในปัจจุบันที่กำลังได้รับความนิยมในเมียนมา สามารถอธิบายภาพรวมแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมได้ดังนี้

¹⁴ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

ตารางที่ 5-12 ภาพรวมอุตสาหกรรมหลักของประเทศเมียนมา

กลุ่มอุตสาหกรรม	ภาพรวม
ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ	- สิ่งทอที่มีการขึ้นรูปจากเส้นใยเป็นเส้นด้าย การถักทอขึ้นรูปเป็นผืนผ้า ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น เชือก เสื้อผ้า เป็นต้น - สิ่งทอที่มีการนำเข้ามาในปัจจุบัน ได้แก่ สิ่งทอจากใยสังเคราะห์ สิ่งทอจากฝ้าย เป็นต้น - สภาพความต้องการผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี
เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง	- เมียนมามีความต้องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรมและระบบการคมนาคม ทำให้มีความจำเป็นที่ต้องนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งต่างๆ เข้าไปเพื่อใช้ในการผลิตอุตสาหกรรมบางประเภทเพิ่มมากขึ้น - ตลาดที่มีความสำคัญกับการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งดังกล่าว เช่น กรุงย่างกุ้ง มัณฑะเลย์ เป็นต้น
อุปกรณ์ไฟฟ้า	- เมียนมามีความต้องการอุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการและบริษัทห้างร้านต่างๆ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ความสามารถในการผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้าของเมียนมายังอยู่ในระดับต่ำ และอุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีการผลิตที่ค่อนข้างสูง - คาดว่าอนาคตของสินค้าอุปกรณ์ไฟฟ้า จะยังมีความความต้องการสูงขึ้นในระยะเวลาอย่างน้อย 10 ปี
น้ำมันเพื่อการบริโภค	- ชาวเมียนมามีแนวโน้มใช้น้ำมันเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
ยารักษาโรค	- สินค้าประเภทยารักษาโรค มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ด้านสาธารณสุขของประชาชนในประเทศเมียนมา - เมียนมาไม่สามารถผลิตยารักษาโรคได้ภายในประเทศ มีความจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนำเข้าจากประเทศในภูมิภาคเอเชียซึ่งเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตยาที่มีคุณภาพสูงแต่ราคาไม่แพง
เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	- เป็นกลุ่มสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมของชาวเมียนมา โดยเฉพาะกลุ่มสตรี และวัยรุ่นที่เริ่มสนใจในด้านความงาม

5.5.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมแยกตามพื้นที่

ในภาพรวม สามารถจำแนกอุตสาหกรรมแยกตามพื้นที่ในเมียนมา โดยแบ่งพื้นที่การศึกษาเป็น 3 พื้นที่ ได้แก่ กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในย่างกุ้ง กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในมัณฑะเลย์ กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในเมียวดี ดังนี้¹⁵

¹⁵ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2554. กิจกรรมจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) กลุ่มที่ 1 ประเทศพม่า และลาว ภายใต้โครงการ SMEs Capacity Building: Win for ASEAN Market). รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

1. กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในย่างกุ้ง
 ย่างกุ้งเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในเมียนมา เป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าของเมียนมา โดย
 ย่างกุ้งสามารถสรุปการวิเคราะห์ SWOT ได้ดังนี้

ตารางที่ 5-13 วิเคราะห์ SWOT เมืองย่างกุ้ง

จุดแข็ง	- มีประชากรอาศัยอยู่มากกว่า 5 ล้านคน จึงถือว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของเมียนมา - เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน - เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าของประเทศ - มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานพร้อมกว่าเมืองอื่นๆ - มีระบบการสื่อสารโทรคมนาคม สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตพร้อมกว่าเมืองอื่นๆ - มีการคมนาคมขนส่งสะดวกทั้งทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ - มีสนามบินนานาชาติ - เป็นศูนย์กลางทางการเงิน มีธนาคารของรัฐและธนาคารพาณิชย์ของเอกชน - แหล่งอุตสาหกรรมสำคัญทั้งของรัฐและเอกชน และมีโครงการก่อสร้างเขตอุตสาหกรรมพิเศษทิลาวา (Thilawa SIZ) โดยมุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออก - เป็นแหล่งเกษตรกรรมที่สำคัญของประเทศ เช่น ข้าว ข้าวโพด ถั่วลิสง งาม ทานตะวัน ถั่วและยางพารา - เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง
จุดอ่อน	- ไม่มีด้านการค้ากับเขตแดนไทย - การคมนาคมขนส่งทางบกกระหว่างเมืองยังไม่สะดวกมากนัก
โอกาส	- มีการขยายตัวของเมืองค่อนข้างเร็ว ทำให้มีโครงการต่างๆ เกิดขึ้นและเป็นแรงกระตุ้นการใช้จ่าย อีกทั้งความต้องการสินค้ามีอยู่มาก - การท่องเที่ยวมีขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงเกิดความต้องการการบริการ อาทิ สปา ร้านอาหารและสถานบันเทิง - ชาวเมียนมานิยมสินค้าจากไทย และชาวเมียนมาสามารถรับสัญญาณทีวีจากไทย ส่งผลให้ประชาชนสัมพันธ์สินค้าไทย
อุปสรรค	- มีสินค้าประเทศคู่แข่งจากจีนอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งราคาสินค้ามีราคาถูก - ต้นทุนการขนส่งสูงเนื่องจากอยู่ห่างจากด่านศุลกากรไทย

กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในพื้นที่ของกรุงย่างกุ้ง ได้แก่

ตารางที่ 5-14 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในพื้นที่ของกรุงย่างกุ้ง

กลุ่มสินค้า/ธุรกิจ	ประเภทสินค้า/ธุรกิจ
อุปโภคบริโภค	อาหาร อาหารแปรรูป ขนมขบเคี้ยว น้ำมันพืช ผงชูรส และเครื่องปรุงต่างๆ
วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	สุขภัณฑ์ และกระเบื้อง
สินค้าเกี่ยวกับยานยนต์	รถยนต์ ชิ้นส่วนอะไหล่
การท่องเที่ยวและบริการ	สปา ร้านอาหาร

2. กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในมณฑลยี่

มณฑลยี่เป็นเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเมียนมาในตอนกลาง และเป็นเมืองหลวงเก่ามีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยมณฑลยี่สามารถสรุปการวิเคราะห์ SWOT ได้ดังนี้

ตารางที่ 5-15 วิเคราะห์ SWOT เมืองมณฑลยี่

จุดแข็ง	- มีประชากรประมาณ 1 ล้านคน - เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าไปสู่ตอนเหนือของประเทศ - มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ครอบคลุม - มีระบบการสื่อสารโทรคมนาคม สื่อโทรทัศน์ รวมถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่ดี - มีการคมนาคมขนส่งทั้งทางถนน ทางราง และทางอากาศ - มีสนามบินนานาชาติ - เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง
จุดอ่อน	- ประชากรมีอำนาจซื้อไม่สูงนัก - ไม่มีด้านการค้ากับเขตแดนไทย - การคมนาคมขนส่งทางบกระหว่างเมืองไม่สะดวกมากนัก - มีเส้นทางบินระหว่างประเทศไม่มากนัก
โอกาส	- มีการขยายตัวของเมืองค่อนข้างเร็ว - การท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงเกิดอุปสงค์ของบริการ เช่น สปา ร้านอาหารและสถานบันเทิง - ชาวเมียนมานิยมสินค้าจากไทย และชาวเมียนมาสามารถรับสัญญาณทีวีจากไทย ส่งผลให้ประชาชนสัมพันธ์สินค้าไทย
อุปสรรค	- มีสินค้าประเทศคู่แข่งจากจีนอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งราคาสินค้ามีราคาถูก - ต้นทุนการขนส่งสูงเนื่องจากอยู่ห่างจากด่านศุลกากรไทย

กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในพื้นที่มีนทะเลย์ ได้แก่

ตารางที่ 5-16 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในพื้นที่มีนทะเลย์

กลุ่มสินค้า/ธุรกิจ	ประเภทสินค้า/ธุรกิจ
วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	สุขภัณฑ์ และกระเบื้อง
เครื่องจักรกลการเกษตร	อุปกรณ์การเกษตร
การท่องเที่ยวและบริการ	สปา ร้านอาหาร

3. กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในเมียวดี

เมียวดีเป็นเมืองที่มีติดกับอ.แม่สอด จ.ตาก จึงเป็นเส้นทางสำคัญในการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังเมียนมา โดยเมียวดีสามารถสรุปการวิเคราะห์ SWOT ได้ดังนี้

ตารางที่ 5-17 วิเคราะห์ SWOT เมียวดี

จุดแข็ง	-เป็นศูนย์กระจายสินค้าไปสู่ภูมิภาคอื่นๆของประเทศ จึงมีจุดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายและจุดกระจายสินค้าเป็นจำนวนมาก -เป็นเมืองชายแดนที่อยู่ติดกับไทยที่เป็นประเทศคู่ค้ารายใหญ่และติดกับด่านแม่สอดซึ่งเป็นด่านการค้าที่มีมูลค่าการค้าสูงสุด
จุดอ่อน	-จำนวนประชากรไม่สูงมาก จึงถือว่าเป็นตลาดที่มีขนาดเล็ก -การคมนาคมขนส่งทางบกกระหว่างเมืองต่างๆ ยังไม่สะดวกมากนัก -ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอาทิไฟฟ้า ประปายังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่
โอกาส	- มีการขยายตัวของเมืองค่อนข้างเร็วทำให้มีโครงการต่างๆ เกิดขึ้นและเป็นแรงกระตุ้นการใช้จ่าย อีกทั้งความต้องการสินค้ามีอยู่มาก - ชาวเมียนมาให้การยอมรับและนิยมสินค้าจากไทย จึงมีความยึดติดกับตราสินค้าไทยค่อนข้างสูง - มีด่านการค้าที่ติดกับด่านศุลกากรแม่สอด จ.ตาก ซึ่งได้นำระบบพิธีการไร้เอกสาร หรือ e –Customs มาใช้อย่างเต็มรูปแบบ ก่อให้เกิดความประหยัดทั้งในเวลาและค่าใช้จ่ายแก่ผู้ประกอบการ - จากการที่สภาพพื้นที่ของเมียวดีอยู่ใกล้กับไทยด้านจังหวัดตาก มีการคมนาคมสะดวกและรวดเร็ว ทำให้คนเมียนมาบางส่วนเข้ามาซื้อสินค้าในฝั่งไทยได้ง่าย - สามารถรับสัญญาณทีวีจากไทยได้ ทำให้การรับข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์สินค้าไทยได้ - เป็นเมืองกระจายสินค้าที่สำคัญทางภาคตะวันออกของเมียนมา
อุปสรรค	- มีสินค้าจากประเทศคู่แข่งกระจายอยู่เป็นจำนวนมากทั้งจากจีน แม้ว่าจะมีกฎหมายที่ปกป้องลิขสิทธิ์สินค้าแต่ในทางปฏิบัติไม่สามารถกระทำได้สมบูรณ์ ทำให้สินค้าไทยถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายและพบเห็นเป็นจำนวนมาก

กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในเมียวดี ได้แก่

ตารางที่ 5-18 กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในเมียวดี

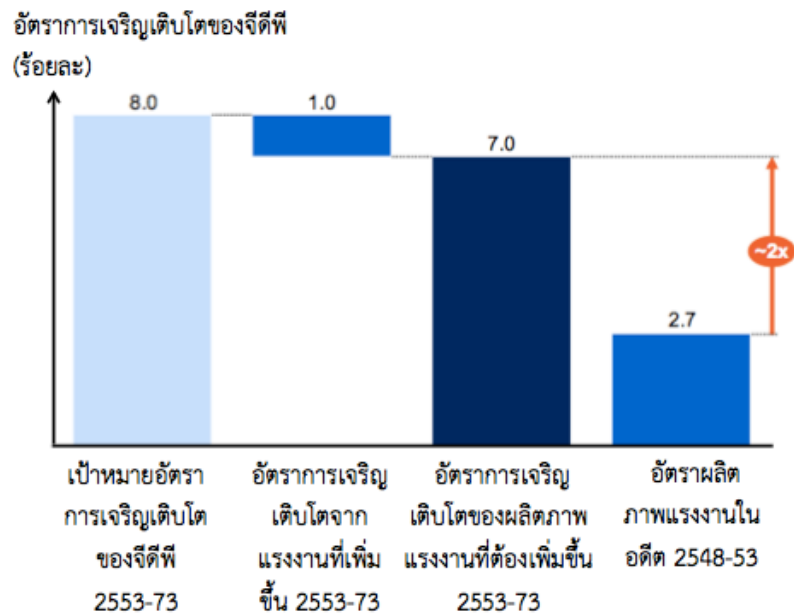
กลุ่มสินค้า/ธุรกิจ	ประเภทสินค้า/ธุรกิจ
อุปโภคบริโภค	อาหาร อาหารแปรรูป ขนมขบเคี้ยว น้ำมันพืช ผงชูรส และเครื่องปรุงต่างๆ
วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	สุขภัณฑ์ และกระเบื้อง
สินค้าเกี่ยวกับยานยนต์	รถยนต์ ชิ้นส่วนอะไหล่
เครื่องจักรกลการเกษตร	อุปกรณ์การเกษตร

5.5.3 ประเด็นที่จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศของเมียนมา

ความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพและคุณภาพของแรงงาน จะมีความสำคัญอย่างมากต่ออัตราการเติบโตของเศรษฐกิจของเมียนมา หากแนวโน้มจำนวนประชากรในเมียนมาดำเนินต่อไปเช่นเดิม และการเติบโตของผลิตภาพแรงงาน (Productivity growth) ยังอยู่ที่อัตราร้อยละ 2.7 ดังเช่น 20 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2549 คาดได้ว่าอัตราการเจริญเติบโตของจีดีพี (GDP growth rate) ของเมียนมาจะอยู่ที่ร้อยละ 3 เท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับจีนได้เพิ่มผลิตภาพแรงงานร้อยละ 7 ต่อปี ส่งผลให้จีดีพีต่อหัว (GDP per capita) เพิ่มขึ้น 4 เท่า และค่า GDP (PPP) เพิ่มขึ้นจาก 3,600 เหรียญสหรัฐ เป็น 6,800 เหรียญสหรัฐ และสำหรับประเทศไทยเช่นกัน ระหว่างปี พ.ศ. 2525-2538 ไทยเพิ่มผลิตภาพแรงงานเป็นร้อยละ 6.5 ส่งผลให้ GDP (PPP) เพิ่มขึ้นจาก 4,800 เหรียญสหรัฐ เป็น 10,800 เหรียญสหรัฐ

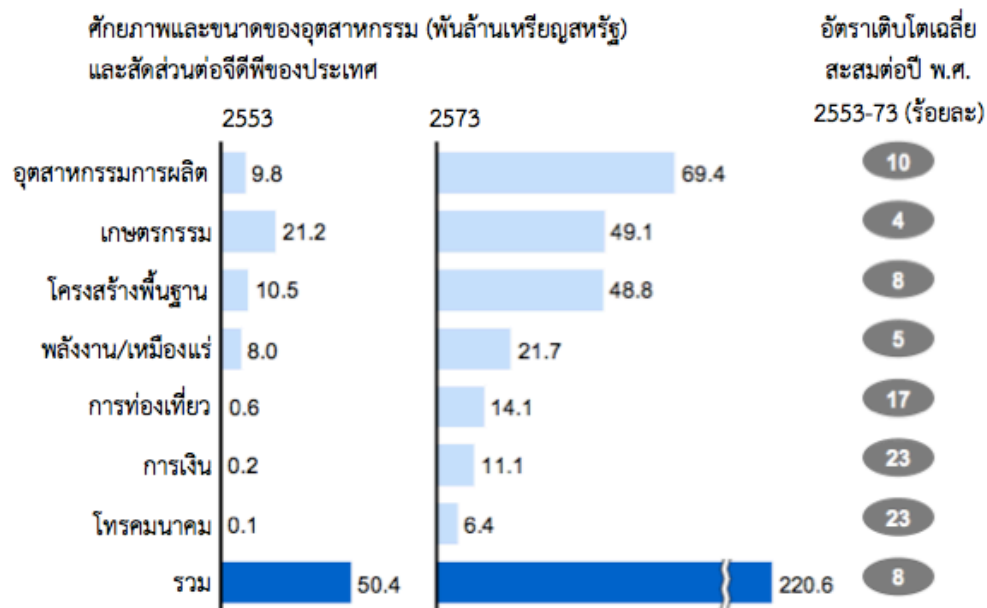
หากเมียนมาพัฒนาผลิตภาพและคุณภาพของแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรม 7 อุตสาหกรรมหลัก (อุตสาหกรรมการผลิต เกษตรกรรม โครงสร้างพื้นฐาน พลังงาน/เหมืองแร่ การท่องเที่ยว ธุรกิจด้านการเงิน และโทรคมนาคม) ประเมินได้ว่า ภายใต้เงื่อนไขว่าเมียนมาต้องเร่งเพิ่มผลิตภาพแรงงานต่อปีให้ได้ในอัตราที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 GDP ของเมียนมาสามารถเติบโตได้ถึงร้อยละ 8 ภายในปี พ.ศ. 2573 ได้ ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 5-5 โดยศักยภาพในการขยายตัวแยกตามประเภทอุตสาหกรรมหลัก 7 อุตสาหกรรมของเมียนมา มีศักยภาพของการเติบโตดังแสดงในภาพที่ 5-6¹⁶

¹⁶ McKinsey. 2013. Myanmar's moment: Unique opportunities and major challenges.



ภาพที่ 5-5 ผลิตภาพแรงงานในปัจจุบันของเมียนมาและอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภาพแรงงานที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศของเมียนมา

ที่มา: Myanmar's moment: Unique opportunities and major challenges. June 2013. McKinsey



ภาพที่ 5-6 ศักยภาพและขนาดของ 7 อุตสาหกรรมหลักของเมียนมาและการประเมินสัดส่วนของ 7 อุตสาหกรรมหลักต่อจีดีพีของเมียนมาในปี พ.ศ. 2573

ที่มา: Myanmar's moment: Unique opportunities and major challenges. June 2013. McKinsey

ทั้งนี้ เกษตรกรรม อุตสาหกรรมการผลิต พลังงานและเหมืองแร่ และโครงสร้างพื้นฐานจะเป็นอุตสาหกรรมที่ผลักดันให้เมียนมาเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดย McKinsey ประเมินว่าผลผลิตจาก 4 อุตสาหกรรมหลักนี้นับเป็นเกือบร้อยละ 85 ของโอกาสทางเศรษฐกิจทั้งหมด

1. เกษตรกรรม

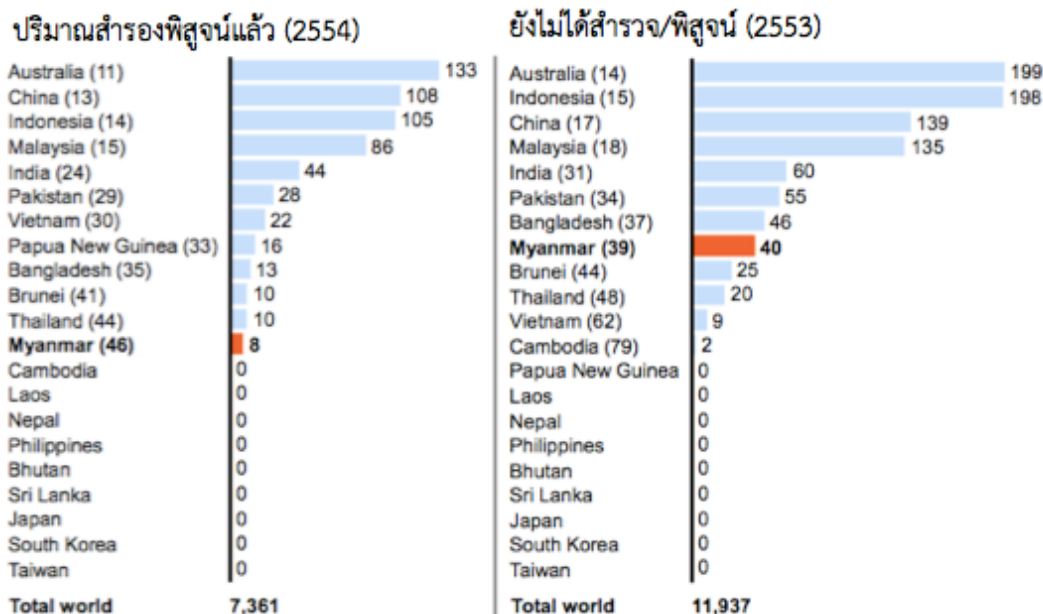
ไม่มีตัวเลขที่แน่ชัดสำหรับขนาดและมูลค่าของภาคการเกษตรของเมียนมา แต่แน่นอนว่าภาคการเกษตรคือภาคส่วนที่ใหญ่ที่สุด เมียนมามีพื้นที่เหมาะสมสำหรับเพาะปลูกรวม 12.25 ล้านเฮกเตอร์ มีปัจจัยพร้อมต่อการผลิตนับเป็นอันดับที่ 25 ของโลกถึงแม้เมียนมาจะมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 38 ของโลกก็ตาม เมียนมามีน้ำและที่ดินที่อุดมสมบูรณ์มากมาย แต่ความสามารถในการผลิตของภาคการเกษตรของเมียนมาต่ำ เมียนมายังคงขาดและล่าช้าในเรื่องเมล็ดพันธุ์ พืชพันธุ์ เทคโนโลยี การบริหารจัดการน้ำ ผลผลิตต่อหัวของเมียนมาแค่ 1,300 เกรียนสหรัฐต่อปี เมื่อเปรียบเทียบกับไทยและอินโดนีเซียที่ประมาณ 2,500 เกรียนต่อปี พืชหลักของเมียนมาในปัจจุบัน คือ ข้าวเปลือก ถั่ว เมล็ดพืช และเมล็ดพืชน้ำมัน ในอนาคตประมาณการไว้ว่าภาคการเกษตร (ยกเว้นปาล์ม) จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีถึงร้อยละ 4.3 นับเป็นมูลค่ารวมที่ 49.1 พันล้านเกรียนสหรัฐภายในปี พ.ศ. 2573

เมียนมาสามารถพัฒนาภาคการเกษตรเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้นได้ดังต่อไปนี้

- ระบบชลประทาน สนับสนุนให้เอกชนลงทุนในระบบชลประทาน และระบบชลประทานขนาดเล็ก (Micro-irrigation)
- ศูนย์บริการทางการเกษตร เพิ่มบริการของศูนย์ฯ ให้หลายหลายและทันสมัยมากขึ้น และ พัฒนาศูนย์ฯ ให้เป็นศูนย์เรียนรู้ให้แก่เจ้าของฟาร์มขนาดเล็ก ต้องมีการปฏิรูปขั้นพื้นฐานและการเข้าถึงแหล่งทุนของเจ้าของฟาร์มขนาดเล็ก
- การวิจัยและพัฒนา มีการพัฒนางานวิจัยและการพัฒนาเพื่อการเกษตรให้มากขึ้น นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาภาคการเกษตร - ต้องมีการขยายฐานการใช้เทคโนโลยีและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์จะทำให้ชาวไร่ชาวนาสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ดีขึ้น เช่น ข้อมูลต่างๆ เพื่อการพัฒนาทางการเกษตร การพยากรณ์อากาศของท้องถิ่น ราคาพืชพันธุ์ในตลาดใกล้เคียง และเทคนิคทางการเกษตรต่างๆ

2. พลังงานและเหมืองแร่

เมียนมามีแหล่งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติมหาศาล ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้อีกเป็นจำนวนมาก จากภาพที่ 5-6 ที่แสดงถึงปริมาณสำรองก๊าซธรรมชาติที่ถูกสำรวจและยังไม่ได้ถูกสำรวจ เห็นได้ว่าถึงแม้ปริมาณสำรองก๊าซธรรมชาติของเมียนมาจะมีเพียง 8 ล้านล้านลูกบาศก์ฟุต แต่ปริมาณสำรองที่ยังไม่ได้ถูกสำรวจนั้นอาจสูงถึง 40 ล้านล้านลูกบาศก์ฟุต ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เมียนมาอาจมีทรัพยากรธรรมชาติมากกว่าที่เคยได้ประเมินไว้ก็เป็นได้ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ภายในทวีปเอเชีย นับได้ว่าเมียนมามีปริมาณสำรองก๊าซธรรมชาติเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 5-7 ปริมาณสำรองก๊าซธรรมชาติที่ถูกสำรวจและยังไม่ได้ถูกสำรวจ (ล้านล้านลูกบาศก์ฟุต)
ที่มา: BP Statistical review of world energy 2012; US Geological survey;
World petroleum assessment 2000

สินค้าที่สำคัญในปี พ.ศ. 2553 คือ ก๊าซธรรมชาติ หยก น้ำมันดิบ และหินปูน มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าผลผลิตของภาคส่วนพลังงานและเหมืองแร่ทั้งหมด คาดได้ว่าสินค้าเหล่านี้ยังคงจะเป็นสินค้าสำคัญของเมียนมาต่อไปในอนาคต เมียนมาผลิตหยกได้ 90% ของปริมาณการผลิตทั่วโลก นอกจากนี้ เมียนมายังเป็นหนึ่งในผู้ผลิตสินค้าอัญมณีที่สำคัญของโลก เมียนมาติดอันดับที่ 4 ในการผลิตทับทิม และอันดับที่ 9 ในการผลิตแซฟไฟร์ในปี พ.ศ. 2548 ในอนาคตประเมินว่ามูลค่าน้ำมันดิบต่อมูลค่าของภาคส่วนพลังงานและเหมืองแร่ทั้งหมดจะมีจำนวนสูงขึ้น อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่นอกเหนือจะช่วยในการสำรวจและการพัฒนากระบวนการสกัด แต่ยังสามารถทำให้ค้นพบปริมาณสำรองมากขึ้นด้วย

อย่างไรก็ดี จากตัวอย่างจากประเทศอื่น การนำรายได้จากภาคส่วนนี้ไปพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในระยะยาวยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร การมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมากอาจก่อให้เกิดโทษแก่เศรษฐกิจได้เช่นกัน อาทิ การก่อให้เกิดความแปรปรวนของเศรษฐกิจมหภาค ความสามารถในการแข่งขันของภาคส่งออกที่ลดลง การจ้างงานในภาคการผลิตทรัพยากรธรรมชาติไม่ก่อให้เกิดการจ้างงานที่สำคัญ และยังมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกมหาศาล เช่น การตัดไม้ทำลายป่า และการปนเปื้อนของสารพิษ เมียนมาจึงควรระมัดระวังเป็นอย่างมากในการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีเป็นจำนวนมากเหล่านี้มาเป็นฐานหลักในการพัฒนาประเทศ

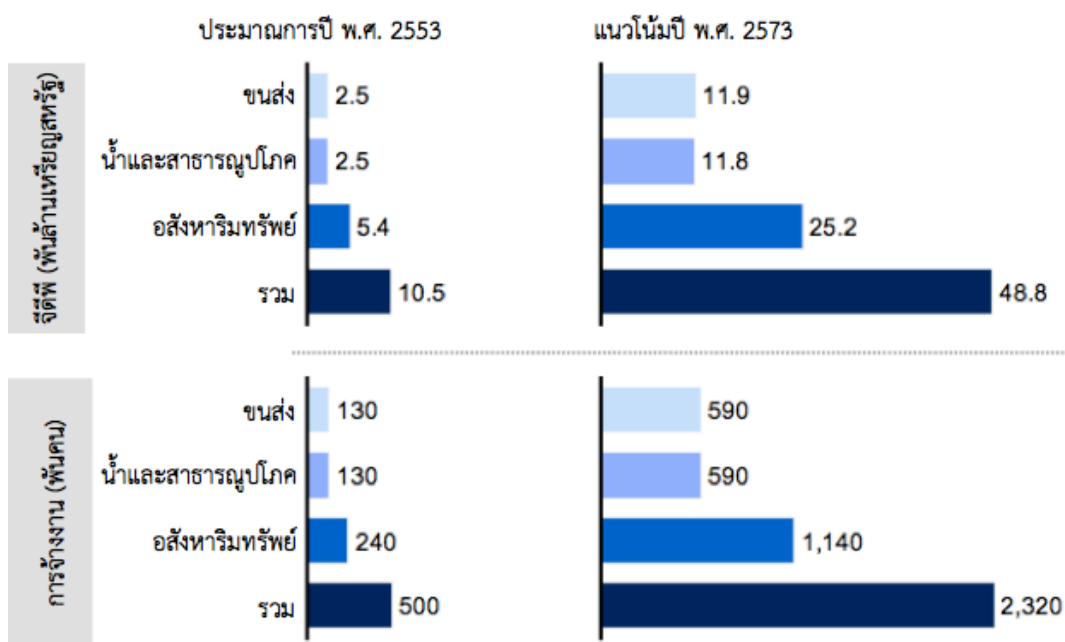
3. อุตสาหกรรมการผลิต

ค่าแรงงานของเมียนมาในปัจจุบันต่ำ เมียนมาจึงมีโอกาสนในการขยายผลผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานจำนวนมากได้ง่าย เช่น สิ่งทอ เสื้อผ้า เครื่องหนัง เฟอร์นิเจอร์ และของเล่น เมียนมาสามารถเลียนแบบโมเดลที่ประเทศไทยและเวียดนามใช้ได้ และควาโอกาสจากการที่โรงงานหลายโรงงานในหลายภาคส่วนเหล่านี้กำลังย้ายออกจากจีน

4. โครงสร้างพื้นฐาน (โดยเฉพาะการขนส่ง น้ำ สาธารณูปโภค และอสังหาริมทรัพย์)

โครงสร้างพื้นฐานในปัจจุบันของเมียนมายังคงไม่เพียงพอที่จะรองรับการเจริญเติบโต และการพัฒนาของภาคอุตสาหกรรมและปริมาณคนเมืองที่มากขึ้น จากผลการวิเคราะห์ประเมินว่าเมียนมาต้องลงทุน 320 พันล้านเหรียญสหรัฐในโครงสร้างพื้นฐาน หากเมียนมาต้องการให้มีอัตราการเจริญเติบโตของจีดีพีอยู่ที่ร้อยละ 8 โดยโครงสร้างพื้นฐานเร่งด่วนที่เมียนมาจำเป็นต้องลงทุนก่อน (ประมาณร้อยละ 60 ของงบประมาณทั้งหมด) คือ อสังหาริมทรัพย์สำหรับอยู่อาศัยและการค้า นอกจากนี้ เมียนมายังมีความจำเป็นต้องลงทุนในโรงไฟฟ้า โรงบำบัดน้ำเสีย ถนน และเครือข่ายระบบรางด้วย

ในปี พ.ศ. 2553 ปริมาณการลงทุนและการบริหารโครงการการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของเมียนมาคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.5 ของจีดีพี และมีการจ้างงาน 500,000 คน โดยประเมินว่าภายในปี พ.ศ. 2573 สัดส่วนการลงทุนในโครงการการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานอาจมีจำนวนสูงถึง 48.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีการจ้างงาน 2.3 ล้านคนใน 3 ด้านหลัก คือ โครงการเพื่อการขนส่ง ระบบน้ำและสาธารณูปโภค และอสังหาริมทรัพย์ดังในภาพที่ 5-8 ที่แสดงถึงงบประมาณการลงทุนในโครงการพื้นฐาน แนวโน้มและศักยภาพในอนาคต



ภาพที่ 5-8 งบประมาณการลงทุนในโครงการพื้นฐานในปี พ.ศ. 2553 และศักยภาพในอนาคต
ที่มา: McKinsey global institute analysis

5.6 สภาพแวดล้อมการทำธุรกิจ

ผลการทบทวนการศึกษาที่ผ่านมา พบสรุปการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการลงทุน^{17 18 19 20 21} พบว่าในอดีตที่ผ่านมา เศรษฐกิจในภาพองค์กรรวมของเมียนมาถือว่าไม่มีความชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้าง

¹⁷ Myanmar. 2014. OECD Investment Policy Reviews.

พื้นฐานขาดความชัดเจน ประกอบกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆ อันเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งได้แก่ ความไม่มั่นคงทางการเมือง ปัญหาคอร์ปชั่น และความขัดแย้งแนวเขตชายแดน รวมทั้งปัญหาชนกลุ่มน้อย ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของเมียนมาทั้งสิ้น อีกทั้งประเทศคู่ค้าสำคัญก็ประสบการชะงักตัวทางเศรษฐกิจ สำหรับปี 2557-58 ที่เพิ่งผ่านมานี้ เศรษฐกิจของเมียนมาเติบโตขึ้นอย่างมาก อันมีผลมาจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งของภาครัฐและเอกชน อันสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ภาครัฐมีการสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม มีการใช้จ่ายในโครงการเกี่ยวกับสาธารณูปโภค รวมถึงการส่งออกก๊าซธรรมชาติ แต่ต้องไม่ลืมว่าการนำเข้าสินค้าทุนจำนวนมาก ทำให้เมียนมาตกอยู่ในภาวะขาดดุลถึงร้อยละ 6.3 ในปี 2557/58 รัฐบาลได้ประกาศอัตราค่าจ้างขั้นต่ำอย่างชัดเจน สร้างความโปร่งใสในเรื่องของต้นทุน ส่วนภาคบริการนั้นมีความเติบโตอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องโทรคมนาคม การขนส่งและการท่องเที่ยว
2. ภาคเอกชนมีการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น อีกทั้งธนาคารพาณิชย์จากต่างประเทศต่างพากันมาเปิดกิจการ ทำให้ธุรกิจต่างๆ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น

5.6.1 นโยบายการลงทุน

รัฐบาลเมียนมาให้ความสำคัญกับการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ (Foreign direct investment – FDI) เพื่อเป็นการเรียนรู้เทคโนโลยีและความรู้ในการบริหารจัดการจากต่างชาติ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเมียนมา เพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ เมียนมาได้ประกาศใช้กฎหมายการลงทุนของต่างชาติ (Foreign Investment Law - FIL) ฉบับใหม่ในปี พ.ศ. 2555 และในปี พ.ศ. 2556 เมียนมาได้ลงมติยอมรับกฎหมายการลงทุนของประชาชน (Citizens' Investment Law - CIL) เพื่อเป็นการวางกรอบขอบข่ายการลงทุนและขั้นตอนการลงทุนสำหรับนักลงทุนชาวเมียนมาและนักลงทุนต่างชาติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ด้วย FIL และ CIL ใหม่ นักลงทุนชาวต่างชาติสามารถลงทุนและเป็นเจ้าของได้ 100% ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีมากขึ้น สามารถเช่าที่ดินได้นานขึ้น ลดปริมาณเงินลงทุนขั้นต่ำ และมีมาตรฐานการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เข้มงวดขึ้น

ในปี พ.ศ. 2555 เมียนมาได้มีการดำเนินการให้มีขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทที่มีความเป็นเสรีขึ้น เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และในปี พ.ศ. 2556 เมียนมาได้เปิดจุดบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One-stop service) ณ สำนักงานคณะกรรมการการลงทุนและคณะกรรมการบริหาร (Directorate of Investment and Company Administration – DICA) สำหรับคนต่างชาติและคนท้องถิ่นอย่างกึ่ง และเข้าร่วมกลุ่มกับอนุสัญญาฉบับนครนิวยอร์ก (New York Convention) ว่าด้วยอนุญาโตตุลาการ ซึ่งเป็นหนึ่งของกฎแฉสำคัญในเรื่องอนุญาโตตุลาการระหว่างประเทศ

¹⁸ World Trade Organization. 2015. Myanmar, Trade Policy Review Report by the Secretariat 2014.

¹⁹ ธนาคารแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือ. 2558. รายงานเศรษฐกิจการเงินสาธารณะรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ปี 2557/8.

²⁰ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558. เมียนมา: โอกาสการค้าและการลงทุน.

²¹ ธนาคารกรุงเทพ. 2557. จัดทัพธุรกิจ พิชิตชายแดนเมียนมา. เอกสารประกอบการสัมมนาเพื่อนคู่คิด มิตรคู่ AEC.

5.6.2 กฎหมายการลงทุนในเมียนมา

กฎหมายการลงทุนปี 2012 (Foreign Investment Law 2012) กำหนดให้นักลงทุนต่างชาติลงทุนในกิจการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม สุขภาพประชาชน และต้องเป็นกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ห้ามนำเข้าวัตถุดิบพิษ ของเสีย การผลิตสารเคมีที่เป็นอันตราย และห้ามนำเข้าเทคโนโลยี ยาและเครื่องมือที่ยังไม่ได้รับการยอมรับ รวมทั้งห้ามลงทุนในรัศมี 10 ไมล์จากแนวชายแดน ยกเว้นพื้นที่ที่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5-19 แสดงถึงรายละเอียดธุรกิจสว่นต่างๆ สำหรับบุคคลสัญชาติเมียนมา

กลุ่มที่ 1	<u>อุตสาหกรรม</u> ● การบริหารจัดการและการรักษาป่า ● การผลิตยาแผนโบราณ ● การสกัดน้ำมันดิบไม่เกินความลึก 1,000 ฟุต ● การผลิตแร่ธาตุขนาดเล็กและขนาดกลาง ● การผลิตและการปลูกพืชสมุนไพรพื้นบ้าน ● การขายส่งแร่เหล็ก ● การผลิตอาหารพื้นบ้าน ● การผลิตวัสดุและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและวัฒนธรรม ● หัตถกรรม <u>บริการ</u> ● โรงพยาบาลพื้นบ้านของเอกชน ● การค้าวัตถุดิบเกี่ยวกับสมุนไพรพื้นบ้าน ● การวิจัยและทดลองสำหรับยาพื้นบ้าน ● การให้บริการรถพยาบาล ● การตั้งสถานพยาบาลสำหรับผู้สูงอายุ ● การทำสัญญาร้านอาหาร การขนส่งสินค้า การทำความสะอาด ● และการบำรุงรักษาเพื่อให้บริการแก๊สไฟฟ้า ● การผลิตกระแสไฟฟ้าที่น้อยกว่า 10 เมกะวัตต์ ● การตีพิมพ์หรือการเผยแพร่วารสารที่เป็นภาษาของชนเผ่า ● หรือภาษาเมียนมา
กลุ่มที่ 2	ธุรกิจการเกษตรและธุรกิจการปลูกพืชระยะสั้นและระยะยาว
กลุ่มที่ 3	ธุรกิจการขยายพันธุ์สัตว์
กลุ่มที่ 4	ธุรกิจการประมงในเขตน่านน้ำเมียนมา

นอกจากนี้คณะกรรมการการลงทุนเมียนมา (Myanmar Investment Commission) ได้ประกาศเพิ่มเติมลำดับที่ 1/2013 ภายใต้กฎหมายการลงทุนของต่างชาติ (Foreign Investment Law) เพื่อกำหนดธุรกิจสำหรับนักลงทุนต่างชาติ 3 ประเภทคือ

1. ธุรกิจที่ห้ามชาวต่างชาติลงทุน 21 ประเภท ได้แก่ การทหาร การจำหน่ายกระแสไฟฟ้า การจัดการป่า การสกัดและการทำเหมืองแร่ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง การสำรวจและการผลิตหยกหรืออัญมณี การหาประโยชน์อย่างไม่ถูกต้องสำหรับแร่ธาตุหรือทองคำในแหล่งน้ำ การบริการจัดการทางอากาศ บริการนำทาง สิ่งพิมพ์และการกระจายเสียง และกิจกรรมซึ่งเป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
2. ธุรกิจที่ต้องดำเนินการในรูปแบบกิจการร่วมค้ากับชาวเมียนมา (Joint Venture) 42 ประเภท ได้แก่ การสำรวจและผลิตแร่ธาตุขนาดใหญ่ การให้บริการขนส่งทางอากาศ โรงพยาบาลเอกชนพิเศษ ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น
3. ธุรกิจที่ต้องได้รับอนุญาตภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ได้แก่
 - ธุรกิจที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง 115 กิจกรรม ภายใต้ 13 กระทรวง
 - ธุรกิจที่ต้องได้รับอนุญาตภายใต้เงื่อนไขอื่น 27 กิจกรรม
 - ธุรกิจที่ต้องผ่านการประเมินผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) 32 กิจกรรม

5.6.3 ระบบภาษีของเมียนมา

เพื่อก้าวเข้าสู่การค้าระหว่างประเทศ และรับนักลงทุนจากต่างชาติ เมียนมาได้ปรับปรุงระบบภาษีต่างๆ โดยเฉพาะครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558 ที่ผู้ประกอบการควรต้องศึกษาและเรียนรู้ เมียนมามีรอบปีภาษีเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายนถึง 31 มีนาคม ต้องยื่นแบบภาษีภายในวันที่ 30 มิถุนายนของปีภาษีนั้น และหากเลิกกิจการกลางปีภาษี ต้องยื่นแบบชำระภาษีภายใน 1 เดือนนับจากวันเลิกกิจการ ภาษีที่สำคัญๆ ที่นักลงทุนต้องรู้มีดังต่อไปนี้

1. ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate income tax) - เมียนมาใช้ระบบภาษีชั้นเดียว โดยเก็บจากรายได้ตรงของนิติบุคคล แต่ไม่เก็บภาษีจากเงินปันผลที่ได้รับของนิติบุคคล ประเภทภาษีนิติบุคคลของเมียนมามี 3 ประเภทคือ
 - 1.1 นิติบุคคล (Resident) ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายการลงทุนต่างประเทศและนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายจดทะเบียนบริษัทของเมียนมา (Myanmar Companies Act) - เสียภาษีในอัตราร้อยละ 25
 - 1.2 นิติบุคคลที่ไม่มีถิ่นที่อยู่ในเมียนมา (Non-resident) รวมทั้งสาขาของธุรกิจต่างชาติที่จดทะเบียนในเมียนมา - เสียภาษีในอัตราร้อยละ 35
 - 1.3 องค์กรต่างประเทศในเมียนมาที่กำลังปฏิบัติงาน ภายใต้การอนุญาตเป็นกรณีพิเศษในพื้นที่ที่ภาครัฐให้การสนับสนุนโครงการ หรือองค์กรตามข้อผูกพัน - เสียภาษีในอัตราร้อยละ 25

นอกจากนี้ การลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษยังได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีตามกฎหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone Law 2014) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม 2557 สารสำคัญมีดังนี้

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วง 7 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ
- ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 ในช่วงปีที่ 8-12

สำหรับธุรกิจที่อยู่ในเขตยกเว้นภาษี (Exempted Zone) มีสาระสำคัญดังนี้

- ยกเว้นภาษีนิติบุคคลในช่วง 5 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ
- ลดหย่อนภาษีนิติบุคคลร้อยละ 50 ในช่วงปีที่ 6-10 สำหรับธุรกิจที่อยู่ในเขตส่งเสริม (Promotion Zone)

2. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax) - เมียนมาจัดเก็บในอัตราก้าวหน้าในอัตราร้อยละ 3-30 แต่ชาวต่างชาติที่ไม่ถิ่นพำนักในเมียนมาหรือทำงานในเมียนมาน้อยกว่า 183 วันต่อปี ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราร้อยละ 35 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5-20 รายละเอียดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

รายได้สุทธิ (จีต)	อัตราร้อยละ
ชาวเมียนมา และผู้มีถิ่นพำนักในเมียนมา	3-30
ชาวต่างชาติที่ไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมา	35
ชาวต่างชาติที่ได้รับอนุญาตเป็นกรณีพิเศษ เพื่อดำเนินการภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ	20

3. ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) - ชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในเมียนมา และไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมาจะถูกเรียกเก็บภาษีหัก ณ ที่จ่ายในอัตราดังในตารางที่ 5-17 ต่อไปนี้

ตารางที่ 5-21 รายละเอียดภาษีหัก ณ ที่จ่ายของเมียนมา

ประเภทของภาษี	ชาวต่างชาติที่พำนักในเมียนมา (ร้อยละ)	ชาวต่างชาติที่ไม่พำนักในเมียนมา (ร้อยละ)
ภาษีดอกเบี้ย	0	15
เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร และใบอนุญาตต่างๆ	15	20
การจ่ายเงินเพื่อการซื้อสินค้าและการให้บริการ	2	3.5

4. ภาษีการค้า (Commercial Tax) - เมียนมายังไม่ได้ใช้ระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม จึงมีการเรียกเก็บภาษีการค้าจากผู้ผลิตสินค้าในประเทศ การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ การส่งออกสินค้าบางประเภท และการให้บริการ เช่น การขนส่งผู้โดยสาร กิจการบันเทิง กิจการโรงแรม ซึ่งมีอัตราร้อยละดังนี้

ตารางที่ 5-22 รายละเอียดภาษีการค้าของเมียนมา

ประเภทสินค้าและบริการ	อัตราร้อยละ
การผลิตสินค้า นำเข้าสินค้าและการบริการ	0-100 ขึ้นกับประเภทสินค้าและบริการ
การส่งออกสินค้า (ยกเว้นก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ หยก อัญมณี และไม้)	ได้รับการยกเว้น
การส่งออกก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ หยก อัญมณี และไม้	5-50 ขึ้นกับประเภทสินค้า
การบริการ เช่นการค้า การขนส่ง การบันเทิง ประกันภัย และอื่นๆ	5 (ของรายได้รวม)
สินค้าที่ผลิตจากเขตอุตสาหกรรม	3
รายได้จากการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าไม่เกิน 10 ล้านจัต	ได้รับการยกเว้น

5. ภาษีศุลกากร (Customs Duty) - สินค้าที่นำเข้าประเทศเมียนมา ส่วนใหญ่ต้องเสียภาษีนำเข้าผ่านพิธีศุลกากร ขณะที่สินค้าบางอย่างอาจได้รับการยกเว้นภาษี อัตราภาษีในปัจจุบันอยู่ในระหว่างอัตราร้อยละ 0-40 เมียนมาเป็นสมาชิกอาเซียนโดยมีข้อผูกพันที่จะต้องลดอัตราภาษีศุลกากรลงให้เหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2558 ซึ่งได้เริ่มดำเนินการลดภาษีศุลกากรแล้วหลายรายการ และจะทยอยลดลงเรื่อยๆ จนกระทั่งสินค้าทั้งหมดเหลือ 0 ตามที่ตกลงไว้ สินค้าจากประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ จะได้รับสิทธิในการเสียภาษีศุลกากรต่ำกว่าประเทศอื่นๆ

นอกจากภาษีดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เมียนมายังมีภาษีแถมบัพ:

- (1) จากการขายหรือโอนอสังหาริมทรัพย์ของพื้นที่ทั่วไปร้อยละ 5 พื้นที่อย่างกว้างร้อยละ 7
- (2) การโอนหุ้นร้อยละ 0.3
- (3) การเช่าอสังหาริมทรัพย์ร้อยละ 1.5-5 ของค่าเช่า

ภาษีทรัพย์สินที่เรียกเก็บจากที่ดินและอาคารในเขตพัฒนาย่างกว้างแบ่งเป็น

- ภาษีทั่วไปไม่เกินร้อยละ 20 ต่อปี
- ภาษีการใช้ไฟฟ้าไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปี
- ภาษีการใช้น้ำไม่เกินร้อยละ 12 ต่อปี
- ภาษีสิ่งแวดล้อมไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี

5.6.4 สถานการณ์ค่าเงินจัตและมาตรการดูแลค่าเงินจัตของทางการเมียนมา ปี พ.ศ. 2558

ค่าเงินจัตของเมียนมาได้อ่อนค่าลงมากที่สุดในปี 2558 ประมาณร้อยละ 26 ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ภาครัฐเป็นผู้ส่งออกร้อยละ 57 ขณะที่เอกชนเป็นผู้นำเข้าร้อยละ 83 ทำให้เกิดความไม่สมดุลของความต้องการเงินตราต่างประเทศที่หมุนเวียนอยู่ในตลาดการเงิน นำมาซึ่งการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด
2. การอ่อนค่าของเงินในภูมิภาคเมื่อเทียบกับสกุลดอลลาร์สหรัฐ
3. เศรษฐกิจในประเทศจีนชะลอตัวและการอ่อนค่าของเงินสกุลหยวน

คาดว่าในปี 2559 การจัดเก็บรายได้ของภาครัฐยังอยู่ในระดับต่ำ และการผันผวนของตลาดเงินโลกจะส่งผลให้ค่าเงินจัตยังมีความเสี่ยงต่อไป ทั้งนี้ ธนาคารกลางของเมียนมา (CBM) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดูแลค่าเงินจัต โดยได้ออกกฎระเบียบใหม่เพื่อดูแลค่าเงินจัตให้พ้นจากภาวะความเสี่ยงต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. จากเดิมที่เคยกำหนดให้รับแลกเปลี่ยนเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ เงินสกุลดอลลาร์สิงคโปร์ และเงินสกุลยูโร เวลานี้ได้เพิ่มอีก 2 เงินสกุลคือเงินสกุลริงกิตของประเทศมาเลเซียและเงินสกุลบาทของประเทศไทย
2. กำหนดให้ถอนเงินสดจากบัญชี Foreign Currency Deposit (FCD) ได้ครั้งละไม่เกิน 5 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ
3. เนื่องจากการใช้เงินดอลลาร์สหรัฐอย่างแพร่หลาย ทั้งการซื้อขายและการกำหนดราคาสินค้า รวมไปถึงบริการต่างๆในประเทศ ธนาคารกลางได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิด Dollarization จึงเรียกใบอนุญาตแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างประเทศ (Foreign Exchange Acceptor and Holder License) คืนจากผู้ครอบครองเดิม และทางธนาคารได้ออกใบอนุญาตฉบับใหม่ เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้เงินจัตภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นการลดการใช้เงินสด สนับสนุนให้ใช้บัตรเครดิต บัตรเครดิต และระบบจ่ายเงินออนไลน์ในการชำระสินค้า โดยกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์และบริษัทผู้ได้รับอนุญาตแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างเป็นทางการเท่านั้นที่สามารถแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐ หรือทำธุรกรรมอื่นๆได้ตามปกติ ส่วนหน่วยงานอื่นๆต้องยื่นใบอนุญาตภายในระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ อาทิเช่น ร้านค้าปลอดภาษี โรงแรม โรงพยาบาล ธุรกิจการท่องเที่ยว สายการบิน ธุรกิจรับส่งสินค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งร้านอาหาร สถานบันเทิง ร้านขายของที่ระลึกและอื่นๆ

5.6.5 นโยบายตลาดทุนของเมียนมา

ตลาดทุนของเมียนมายังล้าหลังอยู่ เมียนมาจึงได้ทำงานร่วมกับธนาคารโลก ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) สมาชิกอาเซียน รวมทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีเพื่อพัฒนาตลาดทุน โดยมีการปรับปรุงกฎหมายดังต่อไปนี้

- กฎหมายสถาบันการเงินแห่งเมียนมา (Financial Institutions of Myanmar Law)
- กฎหมายธนาคารแห่งประเทศไทยเมียนมา (Central Bank of Myanmar Law)
- กฎหมายตลาดหลักทรัพย์ (Securities Exchange Law)

5.6.6 นิคมอุตสาหกรรมและเขตเศรษฐกิจพิเศษในเมียนมา

1. นิคมอุตสาหกรรม

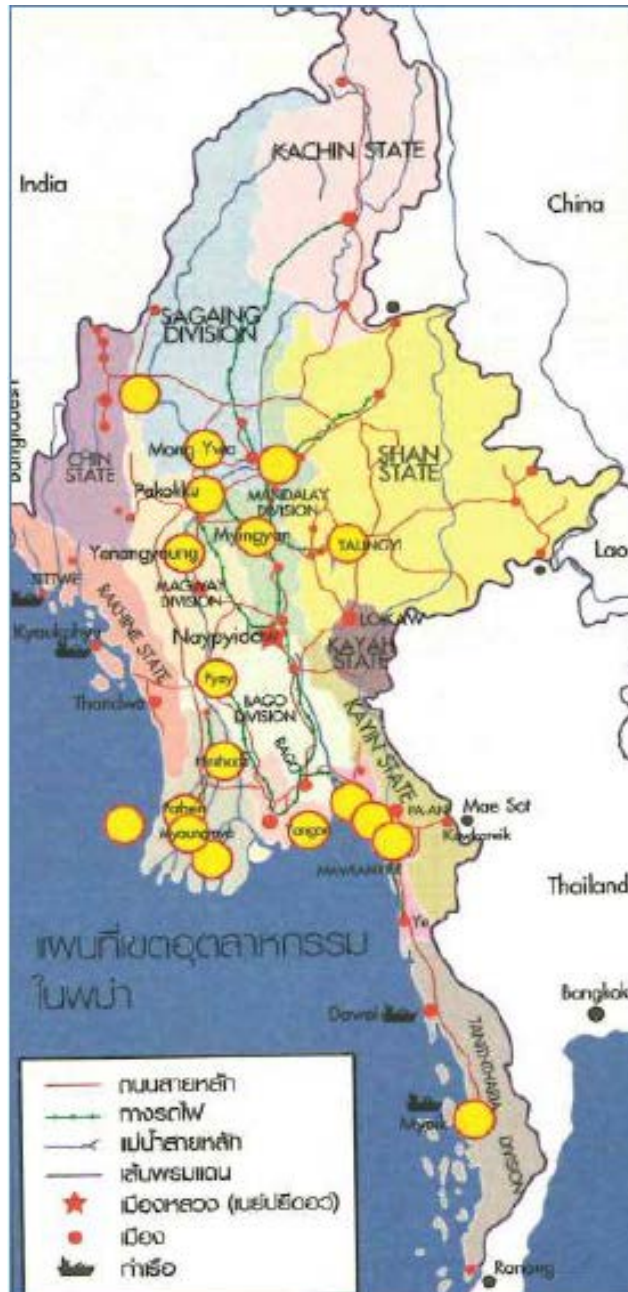
ปัจจุบันปีพ.ศ. 2555 เมียนมามีเขตอุตสาหกรรม 18 แห่ง ตามเขตและรัฐ มีบริษัทและโรงงานตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมทั้ง 18 เขต รวม 6,830 แห่ง (ตั้งอยู่นอกนิคมดังกล่าวราว 37,500 แห่ง ทั่วประเทศ) โดยนิคมอุตสาหกรรมในเขตย่างกุ้งมีขนาดใหญ่ที่สุด มีสัดส่วนจำนวนอุตสาหกรรมถึงร้อยละ 44 ของจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมด ใช้เทคโนโลยีทันสมัยที่สุดเทียบกับนิคมอุตสาหกรรมเขตอื่น ๆ รองลงมา คือ นิคมอุตสาหกรรมมันตะเลย์ มีสัดส่วนจำนวนอุตสาหกรรมร้อยละ 11 ของทั่วประเทศ โดยเขตอุตสาหกรรมในเมียนมาได้ดังนี้

ตารางที่ 5-23 เขตอุตสาหกรรมในเมียนมา

	เขตอุตสาหกรรม	ปีจัดตั้ง	จำนวนผู้ประกอบการ			
			ใหญ่	กลาง	เล็ก	รวม
1	Mandalay Industrial Zone	2540	287	189	633	1109
2	Myinyan Industrial Zone	n.a.	37	170	123	330
3	Meikhtila Industrial Zone	2540	21	110	218	349
4	East Yangon Industrial Zone	2535	444	679	193	1316
5	West Yangon Industrial Zone	n.a.	148	274	612	1034
6	South Yangon Industrial Zone	n.a.	76	150	673	899
7	North Yangon Industrial Zone	2533	559	90	56	705
8	Myaungmya Industrial Zone	n.a.	40	33	291	364
9	Hinthada Industrial Zone	n.a.	13	41	389	443
10	Patheingyi Industrial Zone	2536	28	86	241	355
11	Monywa Industrial Zone	2535	87	226	582	895
12	Kalay Industrial Zone	n.a.	8	34	212	254
13	Pyaw Bye Industrial Zone	n.a.	19	87	84	190
14	Yenangyaung Industrial Zone	2541	8	20	60	88
15	Pakoku Industrial Zone	n.a.	38	113	122	273
16	Mawlamyine Industrial Zone	n.a.	41	149	19	209
17	Taunggyi Industrial Zone	n.a.	40	41	669	750
18	Myeik Industrial Zone	n.a.	19	2	5	26

ในช่วงเดือนกันยายน 2555 ทางกรมเมียนมาได้ประกาศที่จะจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมเพิ่มเติมอีก 7 แห่ง โดยให้ความสำคัญกับเขตอุตสาหกรรมบริเวณชายแดน โดยมุ่งหวังให้พื้นที่ดังกล่าวก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและเป็นการกระจายความเจริญเติบโตไปยังพื้นที่รอบนอกกรุงย่างกุ้ง โดยบางแห่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างไทย-เมียนมาภายใต้กรอบความร่วมมือ ACMECS ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมเมียวดี และนิคมอุตสาหกรรมพะอัน

นอกจากนี้ เมียนมายังได้ตั้งเขตอุตสาหกรรมเฉพาะด้านที่ย่างกุ้ง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ อาทิ Mingaladon Industrial Park (MIP) เป็นโครงการร่วมทุนระหว่าง Department of Human Settlement & Housing Department (DHSHD) ซึ่งเป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงก่อสร้าง กับบริษัท Mitsui & Co. Ltd ของญี่ปุ่น นับเป็นเขตอุตสาหกรรมแห่งแรกที่ได้มาตรฐานระดับสากล ตั้งขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศและเป็นแหล่งรองรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ของเมียนมา มีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดเล็กจนถึงขนาดกลางในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ พลาสติก และเครื่องหนัง และการผลิตผลิตภัณฑ์ยา เป็นต้น



ภาพที่ 5-9 แผนที่นิคมอุตสาหกรรมในเมียนมา

2. เขตเศรษฐกิจพิเศษ

การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นความมุ่งหวังของรัฐบาลเมียนมาในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลเมียนมาได้ประกาศกฎหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษเมื่อเดือนมกราคม 2554 เพื่อรองรับการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone – SEZ) โดยกำหนดให้เป็นพื้นที่ลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมหนักต่างๆ อาทิ ปิโตรเคมีและเหล็ก อุตสาหกรรมสินค้าไฮเทคจำพวกอิเล็กทรอนิกส์ ไอทีและการสื่อสาร แต่ละเขตจะมีการก่อสร้างท่าเรือน้ำลึกและระบบการขนส่งทั้งถนนและระบบรางเพื่อรองรับการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ปัจจุบันเขตเศรษฐกิจพิเศษในเมียนมามีจำนวน 3 แห่ง คือ เขตเศรษฐกิจพิเศษติลาวา (Thilawa SEZ) เขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย (Dawei SEZ) และเขตเศรษฐกิจพิเศษเจ้าผิว (Kyaukphyu SEZ) ดังแสดงในรูป



ภาพที่ 5-10 เขตเศรษฐกิจพิเศษของเมียนมา
ที่มา: กองการต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย

- เขตเศรษฐกิจพิเศษติละวา มีพื้นที่ 2,400 เฮกตาร์ หรือ 24 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากย่างกุ้งประมาณ 25 กิโลเมตร เหมาะกับการเป็นฐานการผลิตใหม่ เพราะใกล้พื้นที่เศรษฐกิจหลัก รวมทั้งเป็นศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์กลางการขนส่ง โครงการนี้มีกลุ่มนักลงทุนหลักมาจากญี่ปุ่น เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีระดับสูง รวมทั้งเป็นท่าเรือน้ำลึก ซึ่งญี่ปุ่นถือสัดส่วนการลงทุน ร้อยละ 49 โครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวาเริ่มก่อสร้างพื้นที่ Class A ซึ่งถือเป็นการก่อสร้างเฟสแรกเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2556 โดยมีการจัดทำผังการใช้ประโยชน์ที่ดินและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ระบบระบายน้ำ ระบบกำจัดของเสีย ไฟฟ้า ไว้อย่างชัดเจน ครอบคลุมพื้นที่ 400 เฮกตาร์ (ราว 2,500 ไร่) ซึ่งเมื่อการก่อสร้างแล้วเสร็จพื้นที่ Class A จะประกอบไปด้วยพื้นที่อุตสาหกรรมซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานและเป็นพื้นที่หลักของโครงการ รายล้อมไปด้วยที่อยู่อาศัยและพื้นที่เชิงพาณิชย์ อาทิ ท่าเทียบเรือ พื้นที่วางตู้คอนเทนเนอร์ ศูนย์วิจัยและพัฒนา ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงเรียนนานาชาติ โรงพยาบาล ศูนย์นันทนาการ ฯลฯ นอกจากนี้ ภายในพื้นที่ Class A ยังแบ่งเป็นเขต Exempted Zone และเขต Promotion Zone ซึ่งนักลงทุนจะได้รับสิทธิประโยชน์แตกต่างกัน ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการผลิตเพื่อส่งออกจะตั้งอยู่ภายในเขต Exempted Zone ขณะที่อุตสาหกรรมการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศจะตั้ง อยู่ในเขต Promotion Zone

- เขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย ตั้งอยู่ในมณฑลตะนาวศรี มีขนาดพื้นที่ 400,000 ไร่ หรือ 250 ตารางกิโลเมตร บริษัทอิตาเลียนไทย ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ได้รับสัมปทานจากรัฐบาลเมียนมาในการบริหารจัดการโครงการทำเรื่อน้ำลึกทวาย ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในเมืองทวาย มณฑลตะนาวศรี ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเมียนมา ห่างจากหมู่บ้านพุน้ำร้อน จังหวัดกาญจนบุรีเพียง 160 กิโลเมตร และบ้านพุน้ำร้อนห่างจากอำเภอเมืองกาญจนบุรี 70 กิโลเมตร ทั้งนี้ ระยะทางกรุงเทพ-โครงการทำเรื่อน้ำลึกทวาย ประมาณ 360 กิโลเมตร (หรือ ขับรถประมาณ 4 ชั่วโมง)
- เขตเศรษฐกิจพิเศษเจ้าฟัว ขนาดพื้นที่ 3,704 ตารางไมล์ หรือ 9,593 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ที่เกาะ Yanbyae ทางฝั่งตะวันตกของประเทศ เงินลงทุนในโครงการประมาณ 10,000 ล้านดอลลาร์ สรอ. โดยจากโครงการนี้จะสามารถเชื่อมโยงไปยังอินเดียและจีนได้ ภายในโครงการจะมีการสร้างท่าเรือเพื่อการส่งออก เน้นเพื่อการส่งออกข้าว และโครงการสร้างท่อน้ำมันและก๊าซ ซึ่งเป็นโครงการร่วมระหว่างบริษัทเมียนมาออยแอนด์ก๊าซ เอ็นเตอร์ไพรส์ บริษัทน้ำมันแห่งชาติของเมียนมา รัฐวิสาหกิจจีน China National Petroleum Corporation (CNPC) อินเดีย และเกาหลีใต้ ความยาวท่อก๊าซ 870 กิโลเมตร คาดว่าจะส่งก๊าซปีละ 12 พันล้านลบ.ม. คู่ขนานกับท่อส่งน้ำมัน ความยาว 771 กิโลเมตร ซึ่งจะนำน้ำมันดิบจากตะวันออกกลาง และสามารถส่งน้ำมันได้ปีละ 22 ล้านตัน โครงการนี้เปิดเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2556 และเริ่มเปิดท่อส่งเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2556 ขณะนี้อยู่ระหว่างการสร้างทางรถไฟสายจิตเวะ-ยูนนาน ความยาว 990 กิโลเมตร

5.7 ยุทธศาสตร์ประเทศเมียนมา

เมื่อไม่นานมานี้เมียนมายังไม่เป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ แต่หลังจากการเลือกตั้งทั่วไปในปี พ.ศ. 2553 รัฐบาลพลเรือน อุ เต็ง เสง์ ได้รับเลือกเป็นประธานาธิบดี เน้นให้ความสำคัญของการปฏิรูปประเทศ และการดำเนินงานอย่างตรงไปตรงมาเพื่อความเป็นปึกแผ่นและความความปรองดองของชาติ โดยเน้นการปฏิรูปเศรษฐกิจและสังคมเป็นสำคัญเพื่อต้องการผลักดันให้ประเทศทัดเทียมนานาชาติ อีกทั้งสนับสนุนการลงทุนทั้งในและนอกประเทศเพื่อลดปัญหาความยากจนและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร

ภายใต้นโยบายการค้าฉบับใหม่ (Trade Policy Review) ที่เปลี่ยนจากเศรษฐกิจแบบวางแผนจากส่วนกลาง (Centrally-planned economy) ไปสู่เศรษฐกิจแบบตลาดเสรี (Market economy) เมียนมามุ่งเน้นตลาดที่เปิดเสรีมากขึ้นและเพื่อเปิดตัวสู่ทวีปเอเชียและโลกอีกครั้ง นโยบายการค้าฉบับนี้ทำให้ชาวเมียนมาเกิดความตื่นตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนจากต่างชาติกลายเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิรูปเศรษฐกิจดังกล่าว รัฐบาลเมียนมาให้ความสำคัญสนับสนุนเต็มที่กับระบบการค้าแบบพหุภาคี (Multilateral Trading System, MTS) อันหมายถึงการเข้าถึงตลาดส่งออกทั่วโลก รวมทั้งกระแสรายการไหลเข้าของเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและลดปัญหาความยากจน อีกทั้ง

ผลพวงจากการเป็นสมาชิกอาเซียน (Association of South East Asian Nations, ASEAN) บวกกับความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดขึ้นทางด้านเศรษฐกิจกับประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย และ

นิวซีแลนด์ อีกทั้ง การเข้าร่วมระเบียบเศรษฐกิจอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region, GMS) อันประกอบไปด้วยเมียนมา กัมพูชา ลาว ไทย เวียดนามและมณฑลยูนนานของจีน ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อยกระดับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจข้ามชายแดนของประเทศเหล่านี้ และในปี พ.ศ. 2553 ประเทศในกลุ่ม GMS ยังได้ตกลงทางด้านการอำนวยความสะดวกทางการขนส่งและการค้า (Actions for Transport and Trade Facilitation) นอกจากนี้ เมียนมายังเป็นสมาชิกความร่วมมือทางเศรษฐกิจประเทศเอเชียใต้ (BIMSTEC) ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การลงทุน และทางเทคโนโลยีระหว่างบังกลาเทศ ภูฏาน อินเดีย เนปาล ศรีลังกาและประเทศไทย ทำให้เมียนมากลายเป็นหุ้นส่วนทางการค้าของภูมิภาคนี้

จุดเด่นของการปฏิรูปเศรษฐกิจในครั้งนี้คือการใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัวภายใต้การจัดการ (Managed float) ในปี พ.ศ. 2555 แทนที่ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ (Pegged exchange rate) เมียนมากลายเป็นตลาดการค้าเสรีมากขึ้น มีกฎหมายรองรับ สามารถเพิ่มความมั่นใจให้กับนักลงทุนจากต่างชาติ มีการยกเลิกการขอใบอนุญาตทั้งนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ไม่มีความอ่อนไหว (non-sensitive) จำนวน 1,928 รายการ มีการปฏิรูปที่ดินและภาษี ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน (การขนส่งและโทรคมนาคม) ให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ธนาคารแห่งชาติเมียนมาได้แยกตัวจากการบริหารของกระทรวงการคลัง มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 11 ก.ค. 2013 กฎหมายการเงินฉบับใหม่ช่วยให้ตลาดทุนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การปรับโครงสร้างเขตเศรษฐกิจพิเศษคือกฎเกณฑ์สำคัญอีกดอกของแผนงานพัฒนาอุตสาหกรรมของรัฐบาลเมียนมา เพื่อรับประกันการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ เมียนมาจำเป็นต้องดำเนินการอีกหลายเรื่อง เช่น

- การจัดตั้งระบบการตลาดที่เอกชนมีบทบาทสูงสุด
- การเน้นการรวมตัวระหว่างเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค ซึ่งจะทำให้มีการไหลเข้าของเงินทุนจากต่างชาติ อันเป็นศูนย์รวมของเทคโนโลยีสมัยใหม่รวมทั้งองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ
- การปฏิรูปรัฐวิสาหกิจและการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ เพื่อเป็นการลดบทบาทของรัฐบาลในระบบเศรษฐกิจ โดยเน้นไปที่การตลาด (Market Oriented) รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ได้รับการแปรรูปให้เป็นเอกชนแล้ว ยกเว้นอุตสาหกรรมพลังงาน ป่าไม้ ก่อสร้าง โทรคมนาคม สังคมและการบริหารรัฐกิจ
- การเน้นให้เกิดความโปร่งใสในนโยบายทางเศรษฐกิจและมาตรการต่างๆ จากการยกเลิกข้อจำกัดบางประการที่ถูกกำหนดโดยคณะกรรมการการลงทุนในเมียนมา ทำให้เกิดความโปร่งใสมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2549 กระทรวงพาณิชย์ของเมียนมาส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใสในภาคประชาสังคม โดยได้จัดทำเว็บไซต์ขึ้น 2 เว็บไซต์ คือ www.commerce.gov.mm และ www.myanmartradenet.com.mm ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลการค้าได้ และสมัครใบอนุญาตต่างๆ จากทาง www.myanmartradenet.com.mm ได้ นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้ออกนิตยสาร Commerce Journal รายสัปดาห์ และ Trade News รายเดือนด้วย ร่วมกับสภาหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมแห่งเมียนมา (RUMFCCI) อีกทั้ง ในปี พ.ศ. 2555 รัฐบาลเมียนมาได้จัดตั้งหน่วยบริการด้านภาษี (Tax Service Unit) ขึ้นเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการจัดเก็บภาษีอากร โดยมีการเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้เสียภาษี และมีการสืบสวนในเรื่องต่างๆ ตามที่ได้ถูกร้องเรียนเข้ามา
- การจัดตั้งงบประมาณเพื่อเอื้ออำนวยการพัฒนาต่างๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นทางการไฟฟ้า การคมนาคม ระบบน้ำ การศึกษาและการสาธารณสุข การพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่มากมาย ผลพวงของการพัฒนานี้จะถูกนำไปแบ่งปันอย่างยุติธรรมและทั่วถึง

5.8 ธุรกิจนำลงทุนสำหรับผู้ประกอบการไทย

5.8.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ในการลงทุน

ผลการทบทวนรายงานการศึกษาที่ผ่านมา พบสรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ในการลงทุนในเมียนมาได้ ดังนี้^{22, 23}

1. จุดแข็ง (Strength)

- เมียนมาเป็นตลาดขนาดใหญ่มีประชากรหนาแน่น ประมาณ 60 ล้านคน
- ที่ตั้งของประเทศเมียนมาอยู่ท่ามกลางของกลุ่มประเทศอาเซียนและเอเชียใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจีน อินเดีย บังคลาเทศ ลาว และไทย ทำให้มีความได้เปรียบในการติดต่อทำการค้า การส่งออกและนำเข้า รวมทั้งการส่งสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่างๆ
- เมียนมายังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ เหมาะแก่การเป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม
- เมียนมามีพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูกและมีน้ำใช้ในการเกษตรอุดมสมบูรณ์มาก
- มีแรงงานเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ มีแรงงานที่ไปทำงานต่างประเทศจำนวนมาก ถ้าหากแรงงานส่วนนี้ย้ายกลับประเทศ ประสบการณ์ของพวกเขาในต่างประเทศจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศเมียนมาอย่างมาก

2. จุดอ่อน (Weakness)

- โครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคม และสาธารณูปโภค ไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพ เช่น การผลิตกระแสไฟฟ้าได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ของประชาชน
- แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานภาคเกษตร หากแรงงานส่วนนี้ย้ายมาภาคอุตสาหกรรมต้องใช้เวลาในการพัฒนาฝีมือ
- ขาดผู้ที่มีความรู้ในด้านการทำธุรกิจต่างประเทศ
- ด้านนโยบายและกฎระเบียบของรัฐบาล มีการปรับเปลี่ยนบ่อย อีกทั้งนโยบายและกฎระเบียบกับแนวทางการปฏิบัติไม่เอื้ออำนวยต่อการค้าและการลงทุน เพราะนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง กับการปฏิบัติจริงมีความแตกต่างกัน เกิดความไม่แน่นอนในนโยบายของรัฐบาล นอกจากนี้ การพิจารณานโยบายมีความแตกต่างกันไป ทั้งในด้านการค้า การเกษตร การนำเข้าส่งออกและการทำอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดปัญหาต่อการตัดสินใจหรือการทำธุรกิจ
- ระบบการเงินการธนาคาร ยังอยู่ระหว่างการพัฒนาให้ได้มาตรฐานสากล
- เมียนมามีอัตราเงินเฟ้อภายในประเทศสูง และนักลงทุนไทยไม่มั่นใจในค่าเงินของเมียนมา

3. โอกาส (Opportunities)

- ด้านสภาพตลาด เมียนมามีตลาดในประเทศที่มีขนาดใหญ่ มีความต้องการบริโภคสินค้ามาก มาตรฐานระบบตลาดในเมียนมายังไม่สูงมาก ส่งผลให้ต้นทุนด้านการตลาดของ

²² ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558. เมียนมา: โอกาสการค้าและการลงทุน.

²³ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

ผู้ประกอบการค้า สินค้าไทยทั้งจากการส่งออกและที่ผลิตในเมียนมายังได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของเมียนมาอยู่มาก

- ด้านภูมิศาสตร์ สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของเมียนมาอยู่ในทำเลที่ดี นอกจากนี้ ยังมีแม่น้ำสำคัญ 3 สายหลักไหลผ่าน ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่ลุ่มเหมาะแก่การเกษตรกรรมที่ให้ผลผลิตต่อพื้นที่ในปริมาณสูง มีทรัพยากรเป็นจำนวนมากและมีราคาถูก และประเทศเมียนมามีชายแดนติดกับประเทศไทย ทำให้ต้นทุนการขนส่งต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ เช่น มาเลเซียและสิงคโปร์ เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศเมียนมายังอยู่ท่ามกลางกลุ่มประเทศอาเซียน และเอเชียสามารถเป็นศูนย์กลาง และเป็นทางผ่านไปยังประเทศจีน อินเดีย บังคลาเทศ และลาว ในการที่จะส่งผ่านเพื่อกระจายสินค้าไทยไปสู่ประเทศที่สามต่อไป
- ด้านนโยบายของภาครัฐ นโยบายของรัฐบาลเมียนมาในปัจจุบัน จะส่งผลดีต่อการลงทุนของธุรกิจจากประเทศไทย เพราะเมียนมาส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อการขายในประเทศ หรือสนับสนุนให้มีการลงทุนโดยการให้ทรัพยากรธรรมชาติในเมียนมาเป็นหลัก อีกทั้งรัฐบาลเมียนมายังส่งเสริมบทบาทของรัฐบาลวิสาหกิจ มีการแปรรูปวิสาหกิจของรัฐให้กับเอกชนมากขึ้น ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานภายในประเทศไปพร้อมกัน การลงทุนกับเมียนมาถือว่าเป็นโอกาสของนักธุรกิจไทยในการสร้างฐานการผลิตและการตลาด

4. อุปสรรค (Threats)

- การลงทุนจากต่างประเทศในเมียนมา ยังมีการลงทุนน้อย จึงทำให้ขาดความสัมพันธ์หรือพึ่งพากันระหว่างอุตสาหกรรมแต่ละสาขา
- ขาดข้อมูลและค่าสถิติจากหน่วยงานภาครัฐ เมียนมายังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย ข้อมูลตัวเลขเกี่ยวกับการลงทุน หรือการค้ามีความคลาดเคลื่อนไม่สอดคล้องกับสภาพจริง การใช้ประกอบการตัดสินใจอาจเกิดความผิดพลาดได้
- ความไม่เข้าใจแนวทางหรือพฤติกรรมด้านการค้าของตลาดเมียนมา

5.8.2 ธุรกิจที่น่าลงทุน

รายงานการศึกษาที่ผ่านมาได้นำเสนอธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจเข้าไปลงทุนในเมียนมาประกอบด้วย^{24, 25, 26}

1. กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

สินค้าอุปโภคบริโภคถือเป็นสินค้าที่ต้องการอย่างมากในเมียนมา มีการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะเมียนมายังขาดเทคโนโลยีและเงินลงทุนในการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันพืช อุตสาหกรรมน้ำตาล อุตสาหกรรมอาหารกึ่งสำเร็จรูป เครื่องใช้ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์เซรามิก ของเล่นเด็ก รองเท้า เป็นต้น ทำให้เมียนมาไม่สามารถผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคได้

²⁴ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2557. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

²⁵ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558. เมียนมา: โอกาสการค้าและการลงทุน.

²⁶ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. 2555. คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.

เพียงพอกับความต้องการในประเทศ นำไปสู่ความจำเป็นต้องพึ่งพาสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทย ในการเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคเข้าสู่ตลาดเมียนมาและเมืองในพื้นที่เป้าหมายให้มากขึ้น รวมถึงการใช้เมียนมาเป็นฐานกระจายสินค้าต่อไปสู่ประเทศในเอเชียใต้ เช่น อินเดีย บังคลาเทศ

สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีศักยภาพสูงในตลาด ได้แก่ สินค้าจำพวกอาหาร อาหารแปรรูป และขนมขบเคี้ยวต่างๆ รวมถึงสินค้าประเภทน้ำมันพืชและผงชูรสที่เคยเป็นสินค้าที่ห้ามนำเข้าประเทศตามแนวชายแดน แต่กลับกลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการค้าสูงและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวเมียนมาเป็นอย่างมาก ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางการค้าของสินค้าไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในปัจจุบันและที่จะเริ่มเข้าไปจำหน่ายในเมียนมาในอนาคต ทั้งที่เป็นสินค้าคุณภาพ มีตราเครื่องหมายที่รู้จัก และสินค้ากลุ่มตลาดล่างที่เน้นเจาะตลาดล่างในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย

ผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค สรุปได้ดังตารางที่ 5-24

ตารางที่ 5-24 วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค²⁷

จุดแข็ง	สินค้าไทย เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค
จุดอ่อน	มีราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าในกลุ่มเดียวกันจากประเทศคู่แข่ง
โอกาส	ลูกค้าชอบสินค้าอุปโภคบริโภคจากประเทศไทยเพราะเห็นว่ามีคุณภาพสูง
อุปสรรค	การถูกลอกเลียนแบบและถูกตัดราคาจากผู้ผลิตหรือผู้ขายจากประเทศคู่แข่ง ชาวเมียนมามีกำลังซื้อน้อย เมื่อมีสินคาราคาถูกที่เป็น ทางเลือกใหม่อาจตัดสินใจทดลองและอาจซื้อซ้ำ

2. กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับการเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร

สินค้าเกี่ยวกับการเกษตรถือเป็นสินค้าที่สำคัญของเมียนมา ดังเห็นได้จากพื้นที่ในการทำเกษตรกรรม และกิจกรรมต่างๆ ซึ่งการทำเกษตรกรรมสมัยใหม่จำเป็นต้องอาศัยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์การเกษตรและเทคโนโลยี มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

สินค้าที่เกี่ยวกับการเกษตรที่มีโอกาสของไทย ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ เครื่องจักรกลการเกษตรขนาดเล็ก และปุ๋ย และเคมีภัณฑ์

เครื่องมือและอุปกรณ์รวมถึงเครื่องจักรกลการเกษตรขนาดเล็กสำหรับธุรกิจ SMEs ที่จะเข้ามาดำเนินการค้าขายนั้น ควรพิจารณาสินค้าเครื่องจักรที่ใช้ทำงานง่าย ราคาไม่แพง สามารถควบคุมการทำงานซ่อมแซม และบำรุงรักษาได้ด้วยตนเอง เครื่องมือและอุปกรณ์การเกษตรที่มีขนาดเล็กและราคาถูก ได้แก่ เครื่องสีข้าวขนาดเล็ก รถไถเดินตาม เครื่องใส่ปุ๋ย เครื่องสูบน้ำ และเครื่องพ่นยาฆ่าแมลง อย่างไรก็ตามสินค้า

²⁷ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2557. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

คู่แข่งจากประเทศจีนมีการนำเข้ามาจัดจำหน่ายในหลากหลายรูปแบบและมีราคาถูกเหมาะสมแก่กำลังซื้อของชาวเมียนมา แต่มีเสียที่คุณภาพของสินค้าต่ำ เสียง่าย ซึ่งแตกต่างจากสินค้าไทยที่มีคุณภาพดี และทนทาน

ปุยและเคมีภัณฑ์ เนื่องจากการเกษตรของเมียนมายังมีการใช้สารเคมีน้อย จึงควรเน้นที่ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่า เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสดและวัสดุเหลือใช้จากโรงงานอุตสาหกรรมบางชนิด เช่น โรงงานผงชูรส โรงงานน้ำตาล และ โรงงานสุรา จึงเป็นการสร้างประโยชน์ด้วยการสร้างคุณค่าการตลาดของปุ๋ยให้สูงขึ้น

สินค้าเกษตร ในปัจจุบันเมียนมาได้ยกเลิกการควบคุมการผลิตธัญพืช และอนุญาตให้เอกชนค้าขายได้อย่างเสรี รวมถึงส่งเสริมอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อการส่งออกมากขึ้น ย่อมเป็นการเปิดทางให้กับการค้าของไทยและถือเป็นโอกาสอันดีที่ไทยจะได้เข้าไปช่วยเหลือด้านวิชาการ และเทคโนโลยีให้แก่เมียนมาซึ่งก็ย่อมเป็นผลดีต่อทุกฝ่าย และสามารถสร้างอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมต่อเนื่องให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย อาทิเช่น ผักและผลไม้กระป๋อง อาหารสัตว์ ฟอกหนังสัตว์และแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์ รวมถึงธุรกิจอื่นๆที่จะตามมา ทั้งคลังสินค้า การบรรจุหีบห่อ การคัดเกรด การผลิตปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ ยาฆ่าแมลงและการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตร

ทั้งนี้รัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกัน อาทิ เช่น โครงการการเกษตรต่างๆ ในเมืองแปร (อยู่ริมฝั่งแม่น้ำอิรวดี ในเขตพะโค) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชน้ำมันและพืชไร่ต่างๆ อาทิ ปาล์มน้ำมันและอ้อย) และขยายผลต่อไปยังเมืองเมียวดีและท่าขี้เหล็ก โดยเฉพาะเมืองเมียวดี ซึ่งเป็นเมืองที่มีความพร้อมทางด้านผลผลิตทางการเกษตรและปศุสัตว์ อาทิเช่น ถั่วเหลือง ถั่วเขียว พริก งา ละหุ่ง มะเขือเทศญี่ปุ่น ถั่วกระป๋อง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อันจะเป็นวัตถุดิบเพื่อป้อนให้แก่ภาคอุตสาหกรรมต่อไป

การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับการเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร ได้ผลดังสรุปในตารางที่ 5-25

ตารางที่ 5-25 วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับการเกษตรและเครื่องจักรกลการเกษตร²⁸

จุดแข็ง	สินค้าไทย เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เนื่องจากมีความทนทานและใช้งานได้ยาวนาน
จุดอ่อน	มีราคาที่สูงขึ้นสูง เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าในกลุ่มเดียวกันจากประเทศคู่แข่ง
โอกาส	ชาวเมียนมาชอบสินค้าจากประเทศไทย เพราะเห็นว่ามีคุณภาพสูง ทนทาน และสามารถซ่อมแซมเองได้ง่าย และประเทศเมียนมามีพื้นที่เพาะปลูกกว้างขวางและอุดมสมบูรณ์
อุปสรรค	การถูกลอกเลียนแบบและถูกตัดราคาจากผู้ผลิตหรือผู้ขายจากประเทศคู่แข่ง

²⁸ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2557. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

3. กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับวัสดุ อุปกรณ์ในการก่อสร้าง

ปัจจุบันเมียนมาอยู่ในช่วงของการพัฒนาประเทศในทุกมิติ จำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในทุกด้าน อีกทั้งความต้องการจากภาคธุรกิจและประชาชนที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น จึงมีความจำเป็นในการนำเข้ากลุ่มสินค้าประเภทวัสดุและอุปกรณ์การก่อสร้าง เป็นจำนวนมาก

การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง แสดงดังในตารางที่ 5-26

ตารางที่ 5-26 วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง²⁹

จุดแข็ง	สินค้าไทย เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เนื่องจากมีความทนทานและใช้งานได้ยาวนาน
จุดอ่อน	มีราคาที่สูงกว่าสินค้าในกลุ่มเดียวกันจากประเทศคู่แข่ง
โอกาส	ชาวเมียนมาชอบสินค้าจากประเทศไทย เพราะเห็นว่ามีคุณภาพสูง และราคาไม่แพงมากเกินไป และทางเมียนมากำลังเร่งดำเนินการปลูกสร้างอาคารเป็นจำนวนมาก
อุปสรรค	การถูกลอกเลียนแบบสินค้าไทยมีค่อนข้างมาก สินค้าคู่แข่งโดยเฉพาะเวียดนามเริ่มเข้ามาบุกตลาด เน้นด้านราคา

4. กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วน

จากการพัฒนาของระบบคมนาคมขนส่งที่เติบโตพร้อมกับการค้าและการพัฒนาของประเทศ ถึงแม้ว่าสินค้าประเภทนี้จะยังมีข้อจำกัดทางการค้าในแง่ของกฎระเบียบทางการค้าและกฎหมายท้องถิ่น แต่ก็ยังเป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการ สินค้ากลุ่มนี้มีโอกาสในการเพิ่มปริมาณและมูลค่าทางการค้า ได้แก่ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน อะไหล่และชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงอุปกรณ์ประดับยนต์ สินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วนจึงกลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ต่าง ๆ อยู่มาก ในขณะที่ประเทศไทยมีจุดแข็งในคลัสเตอร์นี้

การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วน แสดงดังตาราง

ตารางที่ 5-27 วิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วน³⁰

จุดแข็ง	สินค้าไทย เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และประเทศไทยเป็นแหล่งศูนย์รวมอะไหล่
จุดอ่อน	มีราคาที่สูงกว่าสินค้าในกลุ่มเดียวกันจากประเทศคู่แข่ง
โอกาส	การพัฒนาประเทศ ขยายถนน มีโอกาสที่ผู้บริโภคจะสนใจในการเลือกซื้อรถยนต์ไฮบริดเป็นพาหนะมากขึ้น ผู้บริโภคในกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ ๆ สามารถรับรู้จากสื่อ และต้องการพัฒนาฐานะด้วยการมีค่านิยมในการตกแต่งรถยนต์ เพื่อความสะดวกสบายและการยอมรับสถานะทางสังคมมากขึ้น
อุปสรรค	กำลังซื้อของผู้บริโภคชาวเมียนมาส่วนใหญ่มีฐานะยากจน อาจหันไปพิจารณาซื้อสินค้าจีนที่ถูกกว่าได้

²⁹ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2557. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

³⁰ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2557. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

5. กลุ่มสินค้าบริการ สุขภาพ

กลุ่มสินค้าบริการ สุขภาพ เป็นกลุ่มที่มีโอกาสและเหมาะกับธุรกิจ SMEs ของไทย ได้แก่ สปา นวดแผนโบราณ ร้านกาแฟ และร้านเสริมสวย เป็นต้น โดยอาจจะอยู่ในรูปของการดำเนินธุรกิจระบบแฟรนไชส์ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในไทยและคาดว่าจะเติบโตและมีอนาคตที่ดีในเมียนมา โดยเฉพาะธุรกิจที่มีความสัมพันธ์เนื่องกับการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว อาทิ สปาและนวดแผนโบราณ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่เมืองย่างกุ้ง มัณฑะเลย์ หรือตองยี

ในปัจจุบันในส่วนของธุรกิจบริการ พบว่าการบริการด้านสปาและนวดแผนโบราณยังมีอยู่น้อยมาก แต่คาดว่าในอนาคตธุรกิจการโรงแรมและท่องเที่ยวในเมียนมาจะเติบโตมากขึ้น และกระแสความนิยมของกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงก็ย่อมต้องการบริการประเภทนี้มากขึ้นตามไปด้วย โดยจะมีสินค้าต่อเนื่อง เช่น น้ำมันหอมระเหย สมุนไพรที่นิยมนำมาใช้ในสปา ดังนั้นการทำธุรกิจสปาจึงถือว่าได้มีส่วนในการใช้วัตถุดิบธรรมชาติของไทยและวัตถุดิบท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากยิ่งขึ้น

ในส่วนของธุรกิจร้านกาแฟ พบว่าชาวเมียนมามีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการบริโภค จากที่เคยนิยมดื่มชาได้เปลี่ยนมานิยมดื่มกาแฟกันมากขึ้น ดังนั้นจึงอาจเป็นโอกาสของธุรกิจ SMEs ไทยที่จะเข้าไปบุกเบิกตลาด

ธุรกิจเครื่องสำอาง พบว่าเมียนมามีความต้องการสินค้ากลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เมียนมาพึ่งพาการนำเข้าเครื่องสำอางสูง เนื่องจากไม่สามารถผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศได้อย่างเพียงพอ แม้ว่าจะพยายามผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า แต่ศักยภาพในการผลิตยังอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้ยอดการนำเข้ายังคงเพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากไทยมากกว่าร้อยละ 50 ของการนำเข้าเครื่องสำอางทั้งหมด ดังนั้น โอกาสเข้าไปเจาะตลาดภายในประเทศยังเปิดกว้างอีกมากสำหรับนักลงทุนไทย ตลาดเครื่องสำอางในเมียนมาส่วนใหญ่จะแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ตลาดระดับกลางถึงบน จะเป็นกลุ่มเครื่องสำอางที่มีวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องสำอางที่มีแบรนด์ มีคุณภาพและราคาค่อนข้างสูง นำเข้าจากฝั่งเอเชีย อย่างไทย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น มีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ลูกค้าในตลาดบนที่มีระดับรายได้ และการศึกษาค่อนข้างสูง รวมถึงกลุ่มคนชนชั้นกลางวัยแรงงาน โดยเครื่องสำอางของไทยเน้นเจาะตลาดกลุ่มนี้เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่เครื่องสำอางในตลาดระดับกลางถึงล่าง มักมีวางจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป ตามย่านตลาดสด หรือร้านค้าปลีกทั่วไปแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดล่างที่มุ่งเน้นสินค้าราคาถูก โดยไม่สนใจต่อคุณภาพสินค้ามากนัก โดยแหล่งนำเข้าส่วนใหญ่มาจากจีนและอินเดีย

การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มสินค้าบริการ สุขภาพ แสดงได้ในตารางที่ 5-28

จุดแข็ง	สินค้าไทย เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีราคาถูก
จุดอ่อน	ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคในเมียนมา
โอกาส	ขยายตัวได้อีกมากเนื่องจากทางเมียนมากำลังเร่งดำเนินการขยายธุรกิจด้านนี้
อุปสรรค	การเลือกใช้สินค้าในสปา จะเลือกใช้ตามความคุ้นเคย ซึ่งสินค้าจากไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก จึงมีส่วนแบ่งตลาดในส่วนน้อย ระบบการขนส่งสินค้าจากไทยมายังเมียนมาก็ยังไม่ค่อยสะดวกนักโดยส่วนใหญ่จะขนส่งผ่านทางรถ ซึ่งจะทำให้มีความเสียหายเกิดขึ้น ในแต่ละเที่ยวการขนส่ง

5.8.3 การลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในเมียนมา

รายงานการศึกษาที่ผ่านมาได้สรุปถึงศักยภาพ โอกาส และข้อจำกัดในการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในเมียนมา³² รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะสำหรับการค้าการลงทุนในเมียนมา โดยรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยที่มีประสบการณ์ตรงจากการลงทุนในเมียนมา จำนวน 5 ราย ประกอบธุรกิจในสาขาต่างๆ ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการไทย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการมีประสบการณ์การประกอบธุรกิจไม้แปรรูปและเฟอร์นิเจอร์ในเมียนมา โดยมีโรงงานไม้ในเมืองย่างกุ้ง ปัจจุบันผู้ประกอบการได้ถอนการลงทุนออกจากเมียนมาแล้ว

- เหตุจูงใจลงทุนในเมียนมา: ผู้ประกอบการสนใจเข้าไปลงทุนในเมียนมา ด้วยมองเห็นศักยภาพในการเป็นแหล่งวัตถุดิบไม้สำคัญสำหรับธุรกิจไม้แปรรูป และมองเห็นถึงศักยภาพของโครงการทำเรื่อน้ำลึกและนิคมอุตสาหกรรมทวาย ซึ่งตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่จะเป็นประตูการค้าใหม่ทางทะเลเชื่อมโยงทะเลอันดามันและมหาสมุทรอินเดียไปสู่จีน โดยสามารถเลี่ยงการจราจรที่คับคั่งในช่องแคบมะละกา อันเป็นการลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงสนใจเข้าไปลงทุนในเมียนมาเนื่องจากเห็นว่าเป็นโอกาสที่ดี มีศักยภาพ เป็นแหล่งลงทุนใหม่ และเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ
- รูปแบบการลงทุน: ผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนในเมียนมาในรูปแบบการร่วมทุนกับบริษัทท้องถิ่นที่ได้รับสัมปทานจากรัฐบาลเมียนมา เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในเมียนมาเป็นระบบสัมปทานในเกือบทุกสาขา โดยนักลงทุนต้องไปซื้อสัมปทานต่อจากคนอื่น โอกาสที่นักลงทุนโดยเฉพาะนักลงทุนต่างชาติจะเป็นผู้รับสัมปทานรายแรกมีค่อนข้างน้อย รูปแบบการลงทุนเองทั้งหมดร้อยละ 100 นั้นจึงเป็นไปได้ยาก ผู้ประกอบการได้เข้าไปซื้อโรงงานไม้ต่อจากนักลงทุนชาวอเมริกัน ซึ่งขณะนั้นเมียนมาประสบกับมาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจจากสหรัฐอเมริกา ทำให้นักลงทุนชาวอเมริกันไม่สามารถดำเนินธุรกิจในเมียนมาต่อได้ ผู้ประกอบการไทยเห็นว่าเมียนมาเป็นประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงกับไทย และมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมของชาวเมียนมาเป็นอย่างดี อีกทั้งโรงงานไม้ที่มีความพร้อมในการผลิตหลายด้าน ทั้งเครื่องจักรและคนงาน ไม่

³¹ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2557. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).

³² สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2557. โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา.

จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเติมมากขึ้น โดยผู้ประกอบการตั้งใจที่จะใช้เมียนมาเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญอื่นๆ

- ปัจจัยบวก / ข้อดีของการลงทุนในเมียนมา

- แรงงาน ต้นทุนด้านแรงงานในเมียนมาค่อนข้างต่ำหากเทียบกับค่าแรงในไทย โดยผู้ประกอบการจ่ายค่าแรงเมียนมาในอัตราวันละ 30 บาท สำหรับค่าทำงานล่วงเวลาวันละ 1 ดอลลาร์สหรัฐ
- แหล่งวัตถุดิบ ไม้ในเมียนมามีความเหมาะสมสำหรับทำเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจากไม้มีอายุมากทำให้มีคุณสมบัติที่ดี เมียนมามีระบบจัดการป่าไม้ที่ดี มีการใช้เทคนิคการตัดไม้แบบ Selective cutting ซึ่งจะไม่ทำลายความหลากหลายทางชีวพันธุ์ เมื่อตัดแล้วก็ปลูกคืนเป็นจุดๆ ไป ซึ่งแตกต่างจากการตัดแบบ Clear cut คือตัดไม้ทีละจำนวนมากๆ แล้วปลูกใหม่เรียงกันเป็นสวนป่า ซึ่งคุณภาพไม้จะไม่ดีเท่ากับไม้ที่ได้จากป่าที่โตแบบธรรมชาติ
- ได้รับสัมปทานไม้จากรัฐบาลเมียนมา เนื่องจากการทำธุรกิจไม้แปรรูปซึ่งต้องใช้วัตถุดิบ ไม้ในเมียนมานั้น ส่วนใหญ่ต้องได้รับสัมปทานไม้จากรัฐบาลและรัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบไม้ให้ผู้ประกอบการ โดยมีจำนวนไม่มากรายนัก แต่ผู้ประกอบการไทยถือเป็นรายแรกๆ ที่ได้รับสัมปทานและได้รับจัดสรรวัตถุดิบไม้ ผู้ประกอบการจึงค่อนข้างได้เปรียบกว่านักลงทุนรายอื่นๆ

- ปัญหา อุปสรรคการลงทุนในเมียนมา

- การถูกคว่ำบาตร (sanction) จากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป มาตรการคว่ำบาตรของสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป รวมทั้งใช้มาตรการอื่นๆ อาทิ มาตรการควบคุมทางการเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่เข้ามาลงทุนในเมียนมาและหวังจะให้เมียนมาเป็นฐานการผลิตและส่งออกไปประเทศอื่นต่อ โดยนักลงทุนไม่สามารถส่งออกสินค้าจากเมียนมาไปต่างประเทศได้เนื่องจากติดปัญหาในเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้าจากเมียนมาซึ่งเห็นได้จากการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of origin) อย่างไรก็ดี สหรัฐอเมริกาและยุโรปกำลังพิจารณาผ่อนคลายการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ หลังจากมีการเลือกตั้งเมื่อปลายปี พ.ศ. 2558
- กฎหมาย และระเบียบเกี่ยวกับการค้าการลงทุนของเมียนมา แม้เมียนมาจะมีการออกกฎหมายและนโยบายต่างๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมลงทุนต่างชาติ ซึ่งทำให้นักลงทุนต่างชาติรู้สึกสนใจที่จะเข้ามาลงทุน อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้ประกอบการไทยได้เข้ามาลงทุนจริงในเมียนมา ก็ได้ประสบกับข้อจำกัดเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เข้มงวดของเมียนมา อาทิ ผู้ประกอบการมีโรงงานไม้ในเมียนมา เมื่อได้วัตถุดิบไม้จากรัฐบาลเข้าสู่โรงงาน ในการประกอบเป็นสินค้าเฟอร์นิเจอร์จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบขาว ซึ่งไม่สามารถหาซื้อได้ในเมียนมา จึงต้องนำเข้าจากไทย ผู้ประกอบการต้องยื่นหนังสือแจ้งความประสงค์นำเข้าสินค้ากับหน่วยงานของรัฐโดยต้องผ่านขั้นตอนจำนวนมากและใช้เวลานาน อีกทั้งระบบราชการของเมียนมายังเป็นระบบแบบที่การดำเนินงานขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่เป็นส่วนใหญ่ หากผู้ประกอบการรายใดมีความสัมพันธ์ที่ดี รู้จักคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่ ก็จะช่วยให้การดำเนินงานรวดเร็วมากขึ้นได้ กฎระเบียบเกี่ยวกับการค้าการลงทุนของเมียน

มาบางเรื่องจึงยังไม่สอดคล้องกับกฎหมายและนโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน
ต่างชาติที่เมียนมาได้ประกาศไว้

- ความไม่แน่นอนในการร่วมทุนกับรัฐบาลเมียนมา ตามที่ผู้ประกอบการไทยได้ร่วมทุนกับ
รัฐบาลเมียนมาในธุรกิจอุตสาหกรรมไม้แปรรูป และได้ทำสัญญาในการจัดหาวัตถุดิบไม้
โดยรัฐบาลเพื่อส่งให้โรงงานไม้ ผู้ประกอบการต้องประสบกับภาวะขาดแคลนวัตถุดิบไม้
เนื่องจากรัฐบาลไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบไม้ส่งให้โรงงานได้ตามจำนวนที่ตกลงไว้ใน
สัญญา ทำให้โรงงานไม่มีวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต จึงไม่มีผลผลิตออกสู่ตลาด แรงงานที่
โรงงานจ้างไม่มีงานทำแต่ผู้ประกอบการไทยยังคงต้องจ่ายค่าแรง เนื่องจากรัฐบาลเมียน
มาบังคับให้จ่ายแม้จะไม่มีงานทำ โดยต้องจ่ายค่าแรงแรงงานคนละ 1 ดอลลาร์ สรอ.ต่อ
วัน ทำให้แรงงานไม่มีแรงจูงใจในการทำงานเพราะรับรู้แล้วว่าจะต้องได้รับเงินส่วนนี้
ตามที่รัฐบาลกำหนดไว้ โรงงานจึงประสบกับภาวะขาดแคลนวัตถุดิบและมีผลผลิตภาพใน
การผลิตที่ต่ำ
- ความไม่พร้อมของระบบการชำระเงินภายในเมียนมา ระบบการเงินการธนาคารของ
เมียนมาในภาพรวมยังไม่มีความพร้อมสำหรับการค้าระหว่างประเทศมากนัก การโอน
เงินระหว่างประเทศในเมียนมายังไม่สามารถทำได้ โดยหากเป็นการซื้อ-ขายสินค้าภายใน
เมียนมาทั่วไปสามารถทำได้ เพียงชำระเงินสดในการซื้อขาย แต่หากนักลงทุนต้องการ
เปิด L/C (Letter of credit) เข้าไปในเมียนมา จะถูกตรวจจับจากทางสหรัฐอเมริกา
และเงินจะถูกกระงับทันที และเมื่อไม่สามารถทำการเปิด L/C ได้ ธุรกิจทางการเงินที่
เกิดขึ้นจริงจึงเป็นในลักษณะการเปิด Open account หากผู้ซื้อแจ้งให้ส่งสินค้า ผู้ซื้อ
ต้องโอนเงินเข้าบัญชีให้ผู้ขายก่อน จากนั้นจึงมีการส่งสินค้า โดยปัจจุบันมีการเปิดบัญชี
เพื่อทำธุรกรรมในลักษณะดังกล่าวที่สิงคโปร์ และฮ่องกง สำหรับอัตราแลกเปลี่ยน
เงินตราต่างประเทศในเมียนมา ผู้ประกอบการพบว่า ส่วนต่างของอัตราแลกเปลี่ยน
เงินจัตระหว่างตลาดจริงและตลาดมืดแตกต่างกันมากถึง 3 เท่า (อัตราแลกเปลี่ยน ณ ปี
พ.ศ. 2550)
- ความไม่พร้อมด้านสาธารณูปโภคของเมียนมา ระบบสาธารณูปโภคของเมียนมาถือว่ายัง
ไม่ได้มาตรฐานหากเทียบกับประเทศที่กำลังพัฒนาอื่นๆ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า มีราคาค่อนข้าง
สูงหากเทียบกับราคาของประเทศไทย นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยที่เข้ามาลงทุนต้อง
ลงทุนซื้อเครื่องปั่นไฟเองเพื่อให้มีไฟฟ้าใช้เพียงพอภายในโรงงานทำให้มีต้นทุนสูงขึ้น นัก
ลงทุนจึงควรตระหนักถึงอุปสรรคดังกล่าว ซึ่งอาจส่งผลต่อการวางแผนในการผลิต การ
ขนส่ง และการจัดจำหน่าย
- การขนส่งสินค้าของเมียนมา การขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศของเมียนมานั้น
ผู้ประกอบการต้องส่งสินค้าทางเรือเท่านั้นซึ่งค่าใช้จ่ายการขนส่งทางเรือของเมียนมาสูง
กว่าค่าใช้จ่ายของประเทศใกล้เคียงอื่นๆ มาก หากเปรียบเทียบค่าขนส่งจากเมียนมาไป
ยุโรปกับประเทศไทย เมียนมามีค่าใช้จ่ายสูงกว่าไทยถึง 3 เท่า
- แรงงาน แรงงานเมียนมาทำงานไม่ค่อยประณีตและไม่เรียบร้อยโดยปัญหาที่
ผู้ประกอบการพบเป็นประจำคือ แรงงานไม่มีฝีมือการห่อบรรจุสินค้าที่ดี เนื่องจากสินค้า
เฟอร์นิเจอร์ต้องอาศัยการบรรจุห่อสินค้าเพื่อกันกระแทกและเสียหายระหว่างการขนส่ง

ค่อนข้างมาก เมื่อห่อไม่เรียบร้อยเมื่อส่งสินค้าถึงลูกค้าแล้วเกิดความเสียหายสินค้าก็จะถูกตีกลับ

- ข้อเสนอแนะการลงทุนในเมียนมา

- ผู้ประกอบการไทยที่สนใจลงทุนในเมียนมานั้น ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะเข้าไปลงทุนอะไรและในรูปแบบใด เช่น จะลงทุนในลักษณะการนำสินค้าไทยเข้าไปขายในเมียนมา หรือเข้าไปลงทุนสร้างโรงงานผลิต ใช้วัตถุดิบและแรงงานในเมียนมาเพื่อขายในตลาดเมียนมา หรือเข้าไปลงทุนเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก เป็นต้น โดยลักษณะการลงทุนแต่ละรูปแบบมีปัจจัยเกี่ยวข้องที่ต้องคำนึงถึงแตกต่างกัน
- นักลงทุนไทยพึงตระหนักว่า แม้รัฐบาลเมียนมาจะระบุว่ามีการเปลี่ยนแปลงการปกครองสู่ระบอบประชาธิปไตยแล้ว และอนุญาตให้มีการลงทุนในประเทศโดยนักลงทุนชาวต่างชาติได้ ในความเป็นจริงการปกครองในเมียนมาถือว่ายังคงเป็นระบบเผด็จการ มีระบบสัมปทานในเกือบทุกสาขาธุรกิจ ดังนั้นนักลงทุนจึงควรตระหนักและให้ความสำคัญถึงอำนาจซึ่งสามารถมีอิทธิพลเหนือการตกลงทางธุรกิจแบบทั่วไปได้ การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าหน้าที่รัฐ และการพิจารณาลงทุนร่วมกับนักลงทุนชาวเมียนมา และ/หรือ ผู้มีอำนาจทางการเมืองจะช่วยสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจในเมียนมาได้

2. ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปผลิตเสื้อโปโล และเสื้อเชิ้ตสำหรับสุภาพบุรุษ ผู้ประกอบการมีโรงงานผลิตเสื้อผ้าเป็นของตนเองในไทย จำหน่ายทั้งขายส่งและแบรนด์ของผู้ประกอบการเอง

- เหตุจูงใจลงทุนในเมียนมา: ในอดีตผู้ประกอบการใช้ช่องทางการจำหน่ายที่ตลาดโบ๊เบ๊และประตูน้ำเป็นหลัก ซึ่งจะมีพ่อค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำไปขาย รวมทั้งพ่อค้าจากเมียนมาซึ่งเข้ามาซื้อสินค้าอยู่เป็นประจำเนื่องจากพอใจในด้านราคา และรูปแบบสินค้าที่เป็นที่ชื่นชอบในคนเมียนมา ประกอบกับขณะนั้นสินค้าจากจีนเริ่มทะลักเข้าสู่ประเทศไทยจำนวนมากทำให้ผู้ประกอบการมองหาตลาดลงทุนในต่างประเทศมากขึ้น ผู้ประกอบการมองว่าตลาดเมียนมาถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพตลาดหนึ่งในการส่งออก เนื่องจากเป็นประเทศเพื่อนบ้านอยู่ใกล้ไทยมีค่าขนส่งค่อนข้างถูก ขนาดของเสื้อผ้าและรสนิยมมีความใกล้เคียงกันกับไทย ซึ่งหากเทียบกับตลาดยุโรปแล้ว ตลาดยุโรปมีค่าขนส่งที่สูงและขนาดของเสื้อผ้าก็มีความแตกต่างกันมากกับคนเอเชีย อีกทั้งรสนิยมก็แตกต่างกันมาก ตลาดเมียนมาจึงมีความใกล้เคียงกับไทย และขนาดประชากรของเมียนมาถือว่าเป็นตลาดใหญ่พอสมควร นอกจากนี้สินค้าไทยในสายตาของผู้บริโภคชาวเมียนมามีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าสินค้าจากประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะสินค้าจากจีน ชาวเมียนมาให้ความเชื่อมั่นและมีความนิยมในสินค้าของไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการจึงมองตลาดเมียนมาว่าเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพอีกตลาดหนึ่ง
- รูปแบบการลงทุนในเมียนมา: ผู้ประกอบการลงทุนในเมียนมาโดยหาคู่ค้าในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของห้างสรรพสินค้าในเมืองย่างกุ้ง โดยผู้ประกอบการได้เข้าร่วมกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งจัดกิจกรรมร่วมกับห้างสรรพสินค้าในเมียนมา ให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแสดงสินค้าในห้างฯ ได้เป็นเวลา 1 เดือน ซึ่งสินค้าของผู้ประกอบการได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเมียนมาเป็นอย่างมาก มียอดซื้อขายสินค้าเป็นที่น่าพอใจ ต่อมาทางห้างสรรพสินค้าได้มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง จนได้ตั้งเคาน์เตอร์สินค้าในแบรนด์ของ

ผู้ประกอบการอย่างถาวรในห้างสรรพสินค้าและมีการตกลงเป็นคู่ค้าทางธุรกิจกันจนถึงปัจจุบัน ผู้ประกอบการเลือกที่จะมีคู่ค้าในท้องถิ่นเพียงรายเดียว การเติบโตทางธุรกิจจะสัมพันธ์ไปตามการเติบโตของคู่ค้า กรณีคู่ค้าของผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของห้างสรรพสินค้าปัจจุบันมีเพียงสาขาเดียวในอย่างกึ่ง แต่ในอนาคตมีแผนที่จะเปิดสาขาในมณฑลเหลยซึ่งผู้ประกอบการก็จะขยายธุรกิจไปตามคู่ค้าด้วย และผู้ประกอบการไม่สนใจลงทุนการผลิตในเมียนมา แต่เน้นการทำธุรกิจโดยผลิตสินค้าในประเทศไทยและส่งสินค้าไปจำหน่ายในตลาดเมียนมา เนื่องจากธุรกิจของผู้ประกอบการเติบโตจากการเป็นผู้ผลิตเองเป็นหลัก (production base) มีโรงงานของตนเอง หากพิจารณาในประเด็นด้านการตลาด การลดต้นทุนให้ต่ำที่สุดอาจจะไปลงทุนในต่างประเทศ แต่เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการจะรักษาจุดแข็งของบริษัทในการเป็นผู้ผลิตที่มีประสิทธิภาพมานานในประเทศไทย จึงยังไม่มีความคิดจะย้ายฐานการผลิตหรือไปลงทุนการผลิตในเมียนมา นอกจากนี้ความหลากหลายของวัตถุดิบในเมียนมามีค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป การผลิตเสื้อหนึ่งตัวนั้นต้องใช้ส่วนประกอบค่อนข้างมาก อาทิ ผ้า เส้นด้าย กระดุม เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบในเมียนมามีตัวเลือกให้ค่อนข้างน้อย หากผู้ประกอบการไปตั้งฐานการผลิตที่เมียนมา วัตถุดิบและอุปกรณ์จำนวนมากต้องส่งจากไทยหรือจากต่างประเทศเข้ามาอยู่ดี ซึ่งหากพิจารณาด้านต้นทุนรวมแล้ว อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่าผลิตในไทยและส่งสินค้ามาขายในเมียนมา หรือต้นทุนการผลิตในเมียนมาอาจจะไม่ได้แตกต่างกันมากนักจากต้นทุนการผลิตในไทย เนื่องจากการผลิตเสื้อยืดไปโลมัสต์ส่วนต้นทุนการผลิตจากการใช้แรงงานคิดเป็นร้อยละ 35 – 40 ของต้นทุนรวมเท่านั้น การได้ประโยชน์จากค่าแรงราคาถูกในเมียนมาจึงไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่จะดึงดูดให้ผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนตั้งฐานการผลิตในเมียนมา

- ปัจจัยบวก / ข้อดีในการลงทุนในเมียนมา
 - ภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในสายตาของผู้บริโภคเมียนมานับว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าสินค้าจากประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะสินค้าจากจีนซึ่งทะลักเข้าสู่ตลาดเมียนมาเป็นจำนวนมาก แม้จะมีจุดเด่นเรื่อง ความรวดเร็วและความหลากหลายของสินค้าใหม่ที่ออกสู่ตลาด แต่ผู้บริโภคเมียนมามองว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีดีไซน์ ในขณะที่มองสินค้าจากจีนเป็นของคุณภาพไม่ดี ราคาถูก และถึงแม้สินค้าไทยจะมีราคาแพงกว่าสินค้าจากจีน แต่เมื่อผู้บริโภคพิจารณาถึงคุณภาพของสินค้าที่ดีกว่า ผู้บริโภคก็สามารถยอมรับในส่วนต่างของราคาที่เพิ่มขึ้นได้
- ปัญหาอุปสรรคในการทำธุรกิจในเมียนมา
 - การขนส่งสินค้า ผู้ประกอบการต้องขนส่งสินค้าจากไทยผ่านทางชายแดนเป็นหลัก แต่มักประสบกับปัญหาการปิดด่านเป็นระยะๆ โดยระยะเวลาการขนส่งเส้นทางจากกรุงเทพฯ – อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก – เมืองเมียวดี-เมืองย่างกุ้ง บางฤดูกาลต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน ระยะเวลาขนส่งไม่แน่นอนและคาดการณ์ได้ยาก หากไม่มีฝนตกระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งจากกรุงเทพฯ ถึงย่างกุ้ง เฉลี่ยประมาณ 4 วัน เส้นทางขนส่งค่อนข้างลำบากสำหรับการวิ่งรถบรรทุกในช่วงฤดูฝนโดยจะใช้เวลาการขนส่งนานมากกว่าปกติหลายเท่า นอกจากนี้ยังมีด่านตำรวจ ด่านทหาร อยู่เป็นระยะๆ ซึ่งทำให้การขนส่งล่าช้าและมีต้นทุนที่สูงขึ้น
 - การหาพันธมิตรทางธุรกิจ/คู่ค้าที่ดี การทำการตลาดในเมียนมายึดหลักการตลาด 4P (Place, Price, Product, Promotion) โดย P ที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจในเมียนมา

สำหรับผู้ประกอบการคือ Place ช่องทางการจำหน่าย กล่าวคือ ต้องเลือกช่องทางการวางสินค้าให้ถูกต้อง ซึ่งรวมถึงการเลือกคู่ค้าที่ดีด้วย ตามที่ผู้ประกอบการสามารถทำธุรกิจในเมียนมาเป็นที่น่าพอใจ ปัจจัยสำคัญมาจากการมีคู่ค้าที่ดี หากไปผิดช่องทางการเลือกคู่ค้า ตัวแทนผิดอาจทำให้การทำธุรกิจไม่เติบโตเท่าที่ควร สินค้าอาจมีความต้องการอยู่ ดังนั้นนักธุรกิจไทยที่สนใจควรแสวงหาข้อมูล ทำความรู้จักกับลูกค้าของตนให้มาก เข้าไปดูในตลาดจริง หากคนแนะนำให้มาก สอบถามข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์ให้มาก เลือกช่องทางที่เหมาะสมกับตนเอง ผู้ประกอบการบางรายพยายามขายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายตลอดเวลา ทั้งๆ ที่ตัวแทนหนึ่งรายมีสินค้าในมือจำนวนมาก ซึ่งไม่ได้ชำนาญเข้าใจในสินค้าทุกประเภท บางครั้งตัวแทนอาจจะไม่ถนัดในการขายสินค้าบางประเภท แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักมองว่า เมื่อตัวแทนเหล่านี้ประสบความสำเร็จในการขายสินค้าประเภทหนึ่งแล้วก็จะขายสินค้าของเราได้ประสบความสำเร็จด้วย ซึ่งความเป็นจริงแล้วอาจไม่เป็นเช่นนั้น

- ข้อเสนอแนะการทำธุรกิจในเมียนมา

- การทำธุรกิจในเมียนมาต้องพิจารณาปัจจัยหลายด้านโดยสินค้าแต่ละประเภทมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับธุรกิจที่ไปลงทุน ธุรกิจบางประเภทอาจต้องอาศัยการใกล้ชิดกับทหารหรือเจ้าหน้าที่ราชการ โดยเฉพาะในธุรกิจที่ต้องได้รับสัมปทาน แต่การทำธุรกิจของผู้ประกอบการในเมียนมาที่ผ่านมาไม่ต้องอาศัยการรู้จักกับทางเจ้าหน้าที่ราชการแต่อย่างใด
- การศึกษาและหาข้อมูลการลงทุน/ทำธุรกิจในต่างประเทศ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ผู้ประกอบการติดตามและสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกจากทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากกรมฯ จะมีการจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการส่งออกเป็นประจำทุกปี ได้แก่ กิจกรรมเจรจาการค้า (Business matching) โดยกรมฯ จะนัดผู้นำเข้าจากต่างประเทศเข้ามาเลือกดูเลือกซื้อสินค้าของผู้ประกอบการในไทย จากนั้นกรมฯ จะพิจารณาคัดเลือกผู้ส่งออกไทยเพื่อไปร่วมจัดแสดงสินค้าในต่างประเทศ นอกจากนี้ผู้ประกอบการสามารถขอข้อมูลรายชื่อผู้นำเข้า (Buyer list) จากกรมฯ ซึ่งจะมีสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศประจำอยู่ในเมียนมาซึ่งจะตรวจสอบรายชื่อและรวบรวมไว้บริการแก่ผู้ส่งออกไทยที่สนใจ
- การชำระเงิน ผู้ประกอบการสามารถตกลงกับคู่ค้าเมียนมาให้ชำระเงินค่าสินค้าในลักษณะโปยกั๊ว โดยเป็นการโอนเงินเข้าบัญชีผู้ประกอบการจากบัญชีธนาคารในประเทศไทย เนื่องจากการโอนเงินระหว่างประเทศของเมียนมายังไม่สามารถทำได้ในปัจจุบัน โดยปกติธุรกิจทั่วไปในเมียนมาใช้วิธีการชำระเงินการซื้อขายสินค้าต่างๆ ด้วยระบบโปยกั๊ว กล่าวคือคือจะมีตัวแทน Exchange house ทำหน้าที่โอนเงินบาทให้แก่ผู้ประกอบการไทยผ่านบัญชีธนาคารภายในประเทศไทย ในขณะที่คู่ค้าเมียนมาจะโอนเงินสกุลท้องถิ่นให้แก่ตัวแทนในเมียนมา ซึ่งทำให้ไม่ต้องยุ่งยากในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตามรูปแบบการชำระเงินอาจเปลี่ยนแปลง หากในอนาคตเมียนมาสามารถโอนเงินระหว่างประเทศได้ ซึ่งผู้ประกอบการต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

3. ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจสิ่งทอ โดยตั้งโรงงานทอผ้า และย้อมสี 2 แห่งในเมียนมา

- เหตุจูงใจลงทุนในเมียนมา: ผู้ประกอบการไทยดำเนินธุรกิจโดยส่งสินค้าเส้นด้ายไปขายในเมียนมามานานกว่า 10 ปี จนกระทั่งสินค้าจากประเทศจีนเริ่มทะลักเข้าสู่ตลาดเมียนมาทางชายแดนมากขึ้น และมีราคาถูกกว่าสินค้าจากไทยมาก ส่งผลให้สินค้าจากไทยไม่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งขณะนั้นเกิดปัญหาติดขัดในการส่งสินค้าข้ามชายแดนลำบากมากขึ้น ผู้ประกอบการเห็นว่าหากไม่เปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจจากเดิมอาจจะไม่สามารถแข่งขันได้และเสียตลาดไปในที่สุด จึงเกิดแนวคิดที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมาและขายภายในประเทศเพื่อลดต้นทุนและรักษาตลาดไว้ โดยผู้ประกอบการไทยเริ่มมองหาหุ้นส่วนการทำธุรกิจในเมียนมา โดยได้ร่วมลงทุนกับลูกค้ารายใหญ่ที่ซื้อขายสินค้าเส้นด้ายกันมานานในการสร้างโรงงานสิ่งทอและย้อมเส้นด้ายขายในเมียนมา ซึ่งได้เปรียบด้านค่าแรงที่ถูก และไม่ได้รับผลกระทบจากการคว่ำบาตร เนื่องจากไม่ได้มีการส่งออก ผู้ประกอบการจะส่งเส้นด้ายที่ปั่นจากไทยแล้วมาย้อม และจำหน่ายในเมียนมาทั้งหมด 100% ในเมียนมามีการทอผ้ามือค่อนข้างมาก โดยทุกหมู่บ้านจะมีโรงทอผ้าไว้ใช้เอง จึงมีความต้องการในสินค้าด้ายสีที่สูงตามไปด้วย ผลการดำเนินธุรกิจในเมียนมาค่อนข้างดี อีกทั้งต้นทุนด้านพลังงานในเมียนมาค่อนข้างถูก
- รูปแบบการลงทุนในเมียนมา: เนื่องจากกฎหมายเกี่ยวกับการค้าและการลงทุนของเมียนมายังไม่มีความเสถียรมากนัก การลงทุนในบางประเภทธุรกิจแบบลงทุนเองทั้งหมดยังคงเป็นเรื่องยาก ยกเว้นกรณีผู้ประกอบการที่เป็นรายใหญ่ อาทิ กลุ่มปูนซีเมนต์ไทย ซึ่งสามารถเจรจาธุรกิจโดยตรงกับรัฐบาลเมียนมาจึงจะสามารถลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการได้ทั้งหมด ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนมากจึงตัดสินใจลงทุนในเมียนมาในรูปแบบร่วมทุนกับนักธุรกิจท้องถิ่น โดยสัดส่วนการลงทุนแล้วแต่จะตกลงกัน ตัวอย่างสัดส่วนการลงทุนเช่น 65:35 หรือ 50:50
- ปัจจัยบวก / ข้อดีของการลงทุนในเมียนมา
 - เส้นทางขนส่งของไทยไปเมียนมามีหลากหลายกว่าประเทศอื่นๆ ผู้ประกอบการไทยมีเส้นทางขนส่งไปเมียนมาหลากหลายกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค โดยผู้ประกอบการไทยมีทางเลือกที่จะสามารถขนส่งสินค้าไปยังเมียนมาด้วยการขนส่งทางบกหรือทางเรือก็ได้ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของไทยทางด้านโลจิสติกส์ซึ่งประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค อาทิ มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น ไม่สามารถทำได้เหมือนไทย
 - ในปัจจุบันไทยมีเส้นทางเชื่อมกับเมียนมาที่สำคัญได้แก่ เส้นทางอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก – เมียวดี เมียนมา โดยปัจจุบันภาครัฐไทยได้เข้าไปลงทุนสร้างถนนขยายเส้นทางระหว่างเมียวดี – อำเภอท่าตอน รัฐกะเหรี่ยง ซึ่งเส้นทางส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูง ถนนแคบวิ่งรถได้ด้านเดียวโดยต้องกำหนดวันวิ่งรถวันคู่เป็นรถเข้าวันคี่เป็นรถออก ทั้งนี้คาดว่าจะการก่อสร้างเส้นทางดังกล่าวจะเปิดใช้งานได้ภายในสิ้นปี พ.ศ. 2556 นี้ ซึ่งอนาคตเส้นทางการขนส่งเส้นนี้จะเป็นเส้นทางที่สะดวกที่สุดของนักลงทุนไทย
 - สิทธิประโยชน์ด้านภาษี ผู้ประกอบการได้ตัดสินใจลงทุนสร้างโรงงานเพิ่มในเมียนมาอีกหนึ่งแห่งเมื่อ 2 ปีที่แล้ว หลังจากประเมินสถานการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจภายในเมียนมาซึ่งมีแนวโน้มในทิศทางที่ดี โดยเป็นการลงทุนภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐเมียนมาที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการลงทุน (Myanmar Investment Commission – MIC) คล้ายกับ BOI ของไทย การลงทุนในลักษณะดังกล่าวมีข้อดีคือ

ผู้ประกอบการสามารถลงทุนการผลิตเพื่อส่งออกได้ทั้งหมดและรับการยกเว้นภาษีภายใน 8 ปีแรก

- ปัญหา อุปสรรคการลงทุนในเมียนมา

- ที่ดินในการลงทุนหาได้ยาก ผู้ประกอบการประสบปัญหาการขาดแคลนที่ดินในการเข้าไปลงทุน เนื่องจากราคาที่ดินในเมียนมาสูงมาก โดยในบางพื้นที่ราคาสูงเทียบเท่ากับราคาที่ดินในนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา เมื่อรัฐบาลเมียนมาเปิดขายที่ดิน ที่ดินส่วนใหญ่จะถูกคนเมียนมาซื้อหมดก่อนซึ่งคนเหล่านี้ร่ำรวยสามารถซื้อด้วยเงินสดได้ทันที ดังนั้นข้อจำกัดในการลงทุนของผู้ประกอบการไทยอันดับต้นๆ จึงเป็นเรื่องที่ดินที่จะไปลงทุนทำธุรกิจ ผู้ประกอบการที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมาไม่สามารถซื้อที่ดินลงทุนแบบซื้อขาดได้ส่วนใหญ่ต้องไปหาเช่าที่ดิน Lease hold แทนซึ่งระยะเวลาการเช่ามากน้อยขึ้นอยู่กับที่ตั้ง
- ปัญหาการแออัดของท่าเรือ ผู้ประกอบการต้องนำเข้าวัตถุดิบจากไทยและต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตในเมียนมา แต่ต้องประสบกับปัญหาการแออัดของท่าเรือในเมียนมาซึ่งมีคอนเทนเนอร์น้อย โดยปัจจุบันเมียนมามีท่าเรือทั้งหมด 4 ท่าเรือแบ่งเป็นของรัฐบาล 2 ท่าและเอกชน 2 ท่า ขณะนี้รัฐบาลเมียนมาอยู่ระหว่างพัฒนาท่าเรือแห่งใหม่คือ ท่าเรือติละวา ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของย่างกุ้ง ผู้ประกอบการคาดว่าจะการเปิดท่าเรือแห่งใหม่จะช่วยให้การขนส่งสินค้าทางท่าเรือรวดเร็วและสะดวกมากขึ้น

- ข้อเสนอแนะ

- การสนับสนุนการลงทุนในเมียนมาจากภาครัฐของไทย หากจะส่งเสริมให้ภาคเอกชนไทยเข้าไปลงทุน ขยายโอกาสทางธุรกิจในเมียนมาให้ได้ผลมากยิ่งขึ้น ภาครัฐไทยควรจะมีการเจรจาตกลง ตั้งนิคมอุตสาหกรรมไทยในเมียนมา เช่นเดียวกับญี่ปุ่นที่มีการตั้งนิคมอุตสาหกรรมญี่ปุ่นขึ้นแล้วที่ติละวาทางตอนใต้ของย่างกุ้ง ในขณะที่ผู้ประกอบการมีการลงทุนกระจัดกระจายกันอยู่ และไปหาที่ลงทุนกันเอง โดยภาครัฐไทยอาจพิจารณาเริ่มจัดตั้งนิคมฯ และสิ่งอำนวยความสะดวกในขนาดธุรกิจที่เล็กๆ ก่อน จะทำให้เห็นผลที่เร็วและชัดเจน ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการมองว่าโครงการเขตเศรษฐกิจท่าเรื่อน้ำลึกทวายถือเป็นโครงการที่ดีกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยน่าจะได้ประโยชน์มาก อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการมองว่าโครงการฯ ตั้งอยู่ค่อนข้างไกลและมีขนาดโครงการที่ใหญ่ซึ่งต้องใช้เวลานานจนอาจไม่ทันกับการแข่งขันของธุรกิจสิ่งทอที่ต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในปัจจุบัน
- แรงงาน การจ้างแรงงานไม่ควรจ้างแรงงานที่ติดกับชายแดนไทย เพราะแรงงานเหล่านี้แม้จะมีจุดเด่นในการพูดภาษาไทยได้ แต่มีค่าแรงที่สูงตาม เนื่องจากส่วนใหญ่เคยเข้าไปทำงานในไทยแล้ว หากไม่ได้ค่าแรงที่สูงเท่า ก็จะไม่อยากทำและพร้อมที่จะไปหางานทำในไทยมากกว่าเข้ามาทำงานในย่างกุ้ง โดยจุดที่ควรไปหาแรงงานเมียนมาที่สำคัญควรเน้นทางตะวันตกของเมียนมา ได้แก่ เมืองสะไก้ เมืองพิว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กรณีจ้างหัวหน้าคนงานซึ่งจำเป็นต้องอาศัยคนที่พูดภาษาไทยได้เพื่อสื่อสารกับผู้ประกอบการไทยได้ อาจไปจ้างแรงงานจากกะเหรี่ยงโดยจ่ายค่าแรงที่สูงพอๆ กับค่าแรงที่ได้ในไทย
- การทำงานภายในโรงงาน เมื่อมีการประชุมผู้ประกอบการไทยจะสื่อสารเป็นสองภาษาโดยมีหัวหน้าคนงานเป็นผู้ถ่ายทอดเป็นภาษาท้องถิ่นแก่แรงงานเมียนมาทั้งหมดใน

โรงงาน จะมีทีมงานคนไทยจากส่วนกลางเข้าไปควบคุมงานที่โรงงานในเมียนมา โดยโรงงานแรกมีคนไทยประมาณ 5 คน และโรงงานที่สองประมาณ 10 คน ทั้งนี้ ต้องผ่านการขออนุญาตจากหน่วยงานส่งเสริมการลงทุนของเมียนมา (Myanmar Investment Corporation) ซึ่งจะกำหนดจำนวนคนต่างชาติในโรงงานไว้อยู่แล้วว่าจะสามารถมีช่างเทคนิคหรือที่ปรึกษาได้จำนวนกี่คน โดยมีข้อแม้ว่าเมื่อเวลาผ่านไป 6 ปี จะต้องลดจำนวนช่างเทคนิค หรือที่ปรึกษาลงเนื่องจากถือว่าผู้ประกอบการต่างชาติต้องการมาถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้กับแรงงานท้องถิ่นมากขึ้น

- ลักษณะธุรกิจที่จะได้ประโยชน์ในการลงทุนในเมียนมา คือ ธุรกิจที่เน้นการใช้แรงงานเป็นสำคัญ (Labor intensive) ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และธุรกิจที่ต้องใช้พลังงานสูง ได้แก่ อุตสาหกรรมฟอกย้อม อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมประมง เนื่องจากค่าใช้จ่ายด้านพลังงานในเมียนมาค่อนข้างถูก

4. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร โดยเป็นเจ้าของร้านอาหารจีน ร้านอาหารไทย และร้านกาแฟและคลินิกเสริมสวยในเมืองย่างกุ้ง เมียนมา

- เหตุจูงใจให้ลงทุนในเมียนมา: ผู้ประกอบการมีประสบการณ์การทำธุรกิจในเมียนมามาก่อน เนื่องจากเคยประกอบธุรกิจด้านการประมงในเมียนมาเมื่อประมาณ 10 ปีก่อน จึงมีความคุ้นเคยกับคนเมียนมา พูดภาษาท้องถิ่นได้ มีความรู้ความเข้าใจตลาดเมียนมา ประกอบกับเห็นโอกาสทางธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งยังไม่มีคนทำ จึงตัดสินใจเปิดร้านอาหารและร้านกาแฟในเมียนมา
- รูปแบบการทำธุรกิจ: ผู้ประกอบการลงทุนในเมียนมาโดยจดทะเบียนในชื่อคนเมียนมา เนื่องจากจะมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการจดทะเบียนในชื่อนักลงทุนต่างชาติ ยกตัวอย่างเช่น ต้นทุนค่าสาธารณูปโภคสำหรับธุรกิจต่างชาติจะคิดในอัตราที่สูงกว่าสำหรับธุรกิจสัญชาติเมียนมา อีกทั้งต้องจ่ายเป็นเงินดอลลาร์ สรอ. จึงทำให้มีต้นทุนค่าสาธารณูปโภคสูงกว่ามาก
- ปัจจัยบวก / ข้อดีในการลงทุนในเมียนมา
 - ธุรกิจร้านอาหารและร้านกาแฟมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี และการแข่งขันธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะร้านกาแฟในเมียนมายังไม่สูงเหมือนในประเทศไทย โดยผู้ประกอบการไทยถือเป็นรายแรกที่เข้ามาทำธุรกิจด้านนี้ และได้รับความนิยมเป็นอย่างดีจากคนท้องถิ่นและชาวต่างชาติที่เข้าไปทำงานในเมียนมา
 - แรงงานเมียนมามีค่าแรงค่อนข้างถูก หากเทียบกับแรงงานไทยและแรงงานในภูมิภาค
 - ทักษะของคนเมียนมาต่อนักลงทุนไทยค่อนข้างดี คนเมียนมายังไม่คุ้นเคยกับวัฒนธรรมการทำงานแบบตะวันตก แต่มีความคุ้นเคยและให้เกียรติกับนักธุรกิจไทย
- ปัญหาอุปสรรคในการลงทุนในเมียนมา
 - แรงงาน การลงทุนในธุรกิจบริการในเมียนมา โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหาร ปัจจัยด้านแรงงานค่อนข้างเป็นอุปสรรคในเรื่องทักษะในการให้บริการ เนื่องจากแรงงานเมียนมามีลักษณะแตกต่างจากแรงงานไทย จะทำตามเฉพาะที่สั่งเท่านั้น เมื่อมีการสอนงานแล้วเจ้าของธุรกิจต้องคอยตรวจสอบตามงานทุกครั้ง ซึ่งแตกต่างจากแรงงานที่ทำงานละเอียดเรียบร้อยและขยันกว่า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมักประสบปัญหาแรงงานออกจากงานบ่อย กล่าวคือเมื่อเห็นว่าที่อื่นให้เงินเดือนสูงกว่าก็จะไปทันที มีการเปลี่ยนงาน

บ่อย กล่าวคือ เมื่อเห็นว่าที่อื่นให้เงินเดือนสูงกว่าก็จะไปทันที มีการเปลี่ยนงานบ่อยจนบางครั้ง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องคอยตรวจสอบหาข้อมูลเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างแรงงานในธุรกิจร้านอาหารด้วยกันเพื่อปรับค่าแรงขึ้นให้กับคู่แข่ง มิฉะนั้นแรงงานจะถูกดูดไปร้านอื่นเป็นประจำ ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายแรงงานไม่ได้มีแต่ค่าแรงเท่านั้น ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบค่าอาหาร และค่าเดินทางแก่แรงงานเมียนมาทุกคน รวมถึงค่าที่พักเนื่องจากแรงงานส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัดจึงต้องหาเช่าที่พักในอย่างถาวร

- วีซ่าสำหรับพ่อครัวคนไทย เนื่องจากขั้นตอนการขอ stay permit ของเมียนมา ค่อนข้างยุ่งยาก ต้องใช้เอกสารจำนวนมากและมีค่าใช้จ่ายสูง ทางผู้ประกอบการจึงแก้ปัญหาโดยให้พ่อครัวทำวีซ่าเป็น business visa ซึ่งอยู่ได้ประมาณ 70 วัน หากอยู่เกินกำหนดก็จ่ายค่าปรับซึ่งอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มากขึ้น แต่จะถือโอกาสให้พ่อครัวได้กลับบ้านที่ประเทศไทยประมาณ 1-2 อาทิตย์ แล้วค่อยกลับไปทำงานในเมียนมาต่อ

- ข้อเสนอแนะ

- ที่ตั้ง การเข้ามาลงทุนธุรกิจร้านอาหารต้องพิจารณาปัจจัยเรื่อง ที่ตั้ง เป็นสำคัญ มีการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก อาทิ ร้านอาหารญี่ปุ่นชื่อดังร้านหนึ่ง ซึ่งมองว่าน่าจะได้รับความนิยมเป็นอย่างดี แต่ด้วยที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากย่านธุรกิจ จึงไม่ค่อยมีลูกค้าเข้าร้านมากนัก จะมีเฉพาะช่วงเสาร์อาทิตย์เท่านั้น เป็นต้น
- การรวมตัวของนักธุรกิจไทยในเมียนมา ควรมีการรวมตัวกันมากขึ้น เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมทั้งจะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือและน้ำหนักในการเข้าพบหารือกับภาครัฐของเมียนมาในการขอความช่วยเหลือในการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจในเมียนมาด้านต่างๆ
- การค้าชายแดน ขอให้ภาครัฐดูแลเรื่องการปิดชายแดน อย่าให้มีการปิดชายแดนบ่อยเกินไป เนื่องจากการปิดชายแดนทำให้ไทยสูญเสียโอกาสทางการค้า นอกจากสินค้าไทยจะส่งเข้ามาจำหน่ายในเมียนมาไม่ได้แล้ว ยังเป็นการเปิดโอกาสให้คนเมียนมาได้ใช้สินค้าของคู่แข่งจากประเทศอื่น อาทิ ซอสหริก เดิมคนเมียนมานิยมซอสหริกของไทยมาก แต่เมื่อไม่มีของส่งเข้ามาขาย คนเมียนมาต้องหาของทดแทนโดยลองใช้ของจากจีน หากรสชาติพอจะทดแทนกันได้ก็จะเปลี่ยนใช้สินค้านี้แทน

5. ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเมืองมัณฑะเลย์โดยมีห้องพักประมาณ 200

ห้อง

- เหตุจูงใจให้ลงทุนในเมียนมา: ครอบครัวของผู้ประกอบการได้เข้ามาลงทุนในเมียนมาก่อนหน้านี้เป็นเวลาหลายปี โดยลงทุนในอุตสาหกรรมพอกหนึ่งมาก่อน จากนั้นเริ่มหันมาลงทุนด้านธุรกิจโรงแรม ด้วยมองเห็นถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของเมียนมาซึ่งเป็นตลาดใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว และเมียนมามีแนวโน้มการเปิดประเทศมากขึ้น ซึ่งจะดึงดูดให้คนต่างชาติจำนวนมากเข้ามาท่องเที่ยวในเมียนมา ประกอบกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเมียนมาขณะนั้นมีการรณรงค์ “Visit Myanmar Year 1997” จึงได้สนใจลงทุนทำธุรกิจโรงแรมในมัณฑะเลย์
- รูปแบบธุรกิจ: ผู้ประกอบการลงทุนในเมียนมาโดยจดทะเบียนเป็นการลงทุนต่างชาติทั้งหมด เนื่องจากขณะนั้นไม่พร้อมที่จะร่วมลงทุนกับคนท้องถิ่น ไม่กล้าเสี่ยงและยังหาผู้ร่วมทุนที่เชื่อถือไว้ใจทำธุรกิจร่วมกันไม่ได้ ทั้งนี้ การลงทุนธุรกิจโรงแรมในเมียนมามีเงื่อนไขการลงทุนของรัฐบาลเมียนมา

คือ เมื่อทำธุรกิจครบ 30 ปี ผู้ประกอบการต้องโอนทรัพย์สินทั้งหมดให้รัฐบาลหรือที่เรียกว่า Built Operated Transfer แต่ผู้ประกอบการสามารถต่ออายุการทำธุรกิจต่อได้ ตามการพิจารณาของรัฐบาลซึ่งอายุการทำธุรกิจโดยรวม ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้ถึง 90 ปี

- ปัจจัยบวก/ข้อดีในการลงทุนในเมียนมา

- เมียนมามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ด้วยลักษณะภูมิประเทศและวัฒนธรรมเฉพาะตัว รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวนมากที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่เคยพบเห็น อาทิ ภูเขาหิมะทางตอนเหนือ เมืองพุกาม เมืองตองจี เมืองอินเล เป็นต้น
- ธุรกิจสายการบินต่างๆ เริ่มเพิ่มเส้นทางและเที่ยวบินสู่เมียนมามากขึ้น ทั้งเมืองย่างกุ้งและเมืองมัณฑะเลย์ ทำให้เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมียนมามากยิ่งขึ้น โดยปัจจุบันมีสายการบินแอร์เอเชียบินตรงสู่เมืองย่างกุ้งและมัณฑะเลย์แล้ว สายการบินบางกอกแอร์เวย์ กำลังเปิดในเดือนกันยายน 2556 และสายการบินไทยสมายล์ มีแผนจะเปิดให้บริการอีกสายการบินเร็วๆ นี้เช่นกัน
- การแข่งขันธุรกิจโรงแรมยังไม่สูงมาก ในเมียนมาโดยเฉพาะตลาดระดับบน เนื่องจากยังมีคู่แข่งน้อยและนักธุรกิจเมียนมาเองยังไม่ค่อยถนัดในธุรกิจโรงแรมจึงไม่ค่อยสนใจลงทุนในสาขานี้มากนัก
- สิทธิประโยชน์จากภาครัฐเมียนมา ในการลงทุนธุรกิจโรงแรม กรณีที่ผู้ประกอบการลงทุนในรูปแบบนักลงทุนต่างชาติจะได้รับประโยชน์จากการลงทุน คือ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในช่วง 3 ปีแรกนับจากปีที่เริ่มดำเนินการ ได้รับสิทธิประโยชน์ในการนำเข้ารถยนต์โดยไม่เสียภาษีเกินจำนวนคันตามที่ภาครัฐกำหนด และมีโควตาการซื้อโทรศัพท์มือถือสำหรับธุรกิจโรงแรมในราคาพิเศษ ซึ่งโดยปกติโทรศัพท์มือถือในเมียนมาราคาสูงมากและหาซื้อได้ยาก

- ปัญหาอุปสรรค

- ระบบสาธารณูปโภคในเมียนมายังไม่มีประสิทธิภาพพอที่จะรองรับธุรกิจต่างๆ ในประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมซึ่งมีปริมาณความต้องการใช้ไฟฟ้ามากตลอดทั้งวัน ทั้งจากการใช้ลิฟต์ และการซักรีดภายในโรงแรม โดยสถานการณ์ที่ผ่านมามีการจ่ายไฟฟ้าในเมียนมาไม่มีความเสถียรและคาดเดายาก ทางผู้ประกอบการจึงต้องลงทุนเพิ่มเติมเพื่อแก้ปัญหาไฟไม่พอ โดยปั่นไฟใช้เอง ทำให้มีค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่สูงมาก
- การสรรหาบุคลากรในท้องถิ่นเพื่อเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมค่อนข้างหายาก เนื่องจากแรงงานเมียนมาส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานไร้ฝีมือ ในขณะที่บุคลากรสำหรับธุรกิจโรงแรมต้องการบุคลากรที่มีทักษะในหลายด้าน ได้แก่ การพูดภาษาอังกฤษ การนวดสปา และการต้อนรับ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการฝึกอบรมพนักงานให้ทำงานได้ เช่น การนวดสปา แต่แรงงานเมียนมาส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการต้อนรับการบริการ ซึ่งต้องใช้เวลาในการฝึกอบรมโดยผู้ประกอบการส่งคนไทยเข้ามาอบรมเป็นระยะๆ

- ข้อเสนอแนะ

- นักธุรกิจที่สนใจเข้ามาลงทุนในเมียนมา โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมต้องคำนึงถึงเรื่องการหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในเมียนมา ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดมากนักน้อยเพียงใด การเช่าที่ดินซึ่งเป็นระบบสัมปทาน รวมทั้งพิจารณาด้านราคาที่ดินในปัจจุบันซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการสามารถรับต้นทุนด้านนี้ได้มากนักน้อยเพียงใดเพื่อให้คุ้มค่าในการลงทุน

- การเข้ามาลงทุนในเมียนมา หากสามารถหาผู้ร่วมทุนท้องถิ่นที่ดีและไว้วางใจได้มาร่วมลงทุนในธุรกิจจะช่วยลดต้นทุนธุรกิจได้มาก เนื่องจากอัตราค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และภาษีสำหรับนักธุรกิจท้องถิ่นจะถูกกว่าของนักลงทุนต่างชาติ

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา, 2555.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. เมียนมา: โอกาสการค้าและการลงทุน, 2558.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กิจกรรมจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) กลุ่มที่ 1 ประเทศพม่า และลาว ภายใต้โครงการ SMEs Capacity Building: Win for ASEAN Market). รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report), 2554.
- มหาวิทยาลัยหอการค้า. กิจกรรมการจัดทำแผนที่การตลาดสำหรับ SMEs สู่ตลาดอาเซียน (ASEAN Niche Market Mapping) ในกลุ่มที่ 1 คือ สปป.ลาว และสหภาพพม่า. รายงานผลการปฏิบัติงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report), 2557.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. โครงการศึกษาแนวทางการย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ) ระยะที่ 2 รายงานการศึกษฉบับสมบูรณ์, 2557.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. โอกาสการลงทุนของอุตสาหกรรมไทยในสหภาพเมียนมา, 2557.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. SMEs Internationalization สรุปหัวใจหลักการส่งเสริม SMEs ไทยก้าวไกลสู่สากล, 2555.
- McKinsey. Myanmar's moment: Unique opportunities and major challenges, 2013.
- PwC. Myanmar Business Guide, 2014.

บทที่ 6

ศักยภาพของผู้ประกอบการไทย

จากการทบทวนสถานการณ์ทางการค้าและโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นในประเทศเมียนมาตามที่ได้นำเสนอแล้วในบทที่ 3 และ 4 และข้อมูลที่ได้รับระหว่างการสำรวจภาคสนาม (ดังนำเสนอรายละเอียดในภาคผนวก ก และ ข) พอสรุปได้ว่า ตั้งแต่ได้มีการเปิดประเทศในปี ค.ศ. 2011 เมียนมาได้กลายเป็นประเทศเศรษฐกิจดาวรุ่งในทวีปเอเชียซึ่งเป็นที่ถูกจับตามองและได้รับความสนใจอย่างสูงมากจากนักธุรกิจและนักลงทุนทั่วโลก ถึงกับมีการกล่าวขานกันว่า ประเทศเมียนมาเป็น “The Last Frontier of Asia” โดยสามารถสรุปปัจจัยสำคัญๆ ที่ถูกมองว่าเป็นโอกาสของนักธุรกิจไทยที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมา ได้ดังนี้

- **ฐานประชากร** ถึงแม้เมียนมาจะเป็นตลาดที่มีขนาดปานกลางด้วยประชากรประมาณ 60 ล้านคน แต่จากการที่เมียนมามีอาณาเขตติดต่อกับจีน อินเดีย บังคลาเทศ และไทย นักธุรกิจสามารถใช้เมียนมาเป็นฐานในการส่งออกและนำเข้าสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งมีจำนวนประชากรรวมกันกว่า 2 พันล้านคน
- **การเปิดประเทศให้กับการลงทุนจากต่างประเทศ** บกกฎหมายในเมียนมากำลังได้รับการปรับปรุงอย่างรวดเร็ว รัฐบาลของเมียนมาได้เร่งดำเนินการผ่อนคลายกฎระเบียบต่างๆ และปรับปรุงกฎหมายให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ อันจะช่วยเร่งการพัฒนาและยกระดับความเป็นอยู่ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประชาชน
- **อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูง** เศรษฐกิจของเมียนมามีอัตราการเติบโตร้อยละ 8 ต่อปี มาเป็นเวลาติดต่อกัน
- **ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์** ทั้งทรัพยากรที่อยู่บนบก เช่น เหมืองแร่ และป่าไม้ และทรัพยากรทางทะเล เนื่องจากมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลที่ค่อนข้างยาว อีกทั้งมีพื้นที่ขนาดใหญ่และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การเกษตรเป็นอย่างมาก
- **การยอมรับคนไทยและสินค้าไทย** ประชาชนเมียนมามีความนิยมในสินค้าไทย เพราะเห็นว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และในขณะเดียวกัน ประชาชนบางส่วนก็ยังคงมีความผูกพันกับประเทศไทยผ่านประสบการณ์ที่เคยเข้ามาทำงานในประเทศไทย หากบริษัทไทยหรือสินค้าไทยเข้าไปสร้างความรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand awareness) ในตลาดเมียนมาแล้ว การขยายธุรกิจเข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมาจะเป็นเรื่องไม่ยาก¹

อย่างไรก็ดี การศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นว่า ถึงแม้เมียนมาเป็นตลาดที่น่าลงทุนและมีเศรษฐกิจที่น่าจะขยายตัวอย่างเร็วมาก แต่การเข้าไปทำธุรกิจในเมียนมาในปัจจุบันยังไม่ได้ราบรื่นเสียทีเดียวนัก เนื่องจากมีอุปสรรคที่เกิดจากความท้าทายในหลายรูปแบบ ดังพอสรุปได้ ดังนี้

- **โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ได้มาตรฐาน** ในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องโครงสร้างการคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภคพื้นฐาน และโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะปัญหาที่สำคัญคือความไม่เพียงพอของบริการกระแสไฟฟ้า จนต้องมีการจ่ายกระแสไฟฟ้าอยู่เนืองๆ

¹ ข้อมูลที่ได้รับระหว่างการสำรวจภาคสนามตามเส้นทาง แม่สอด-เมียวดี-เมะล่าย-ย่างกุ้ง ระหว่างวันที่ 6-13 มีนาคม พ.ศ. 2559

- ที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ราคาสูงหรือมีค่าเช่าแพง โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ธุรกิจสำคัญของประเทศ อีกทั้งราคาและค่าเช่าก็มีการปรับตัวสูงขึ้นบ่อยมาก
- ขาดแคลนข้อมูลในทุกมิติและในทุกระดับ อันเป็นผลจากการปิดประเทศมาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดแคลนข้อมูลที่ผู้ประกอบการไทยจะใช้ในการตัดสินใจลงทุน ส่งผลให้การลงทุนในเมียนมามีความเสี่ยงค่อนข้างสูงในเกือบทุกด้าน
- ขาดแคลนแรงงานมีฝีมือ ถึงแม้เมียนมามีประชากรในวัยทำงานเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานมีฝีมือในทุกด้าน เช่น ช่างเชื่อม ช่างก่อสร้าง เป็นต้น²
- ความไม่แน่นอนทางการเมืองโดยเฉพาะปัญหาความขัดแย้งกับชนกลุ่มน้อย อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการเลือกตั้งล่าสุดที่ผ่านไปด้วยดีเมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 และการจัดตั้งรัฐบาลใหม่เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 น่าจะทำให้สถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น
- เมียนมากำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนถ่ายไปสู่การเปิดประเทศเพื่อเข้าร่วมกับการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น กฎหมายและกฎระเบียบกำลังได้รับการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดบรรยากาศที่เป็นมิตรกับการลงทุน กฎหมายของเมียนมาจึงอยู่ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา บางครั้งกฎหมายที่เพิ่งปรับใหม่เพียง 6 เดือนก็มีการเปลี่ยนแปลงแล้วอีกทั้งยังไม่มีระบบเครดิตที่ได้มาตรฐานสากล เพราะยังขาดกฎหมายรองรับ³
- ความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างพื้นที่ที่เมียนมาประกอบด้วยชนกลุ่มน้อยหลายกลุ่ม และแต่ละกลุ่มก็จะมีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และวิถีการค้าที่แตกต่างกันออกไป ตลาดเมียนมาจึงไม่ใช่ตลาดที่เป็นหนึ่งเดียว (Homogeneous) แต่เป็นตลาดที่แตกแยกย่อยออกเป็นหลายตลาดย่อยที่มีวิถีการค้า รูปแบบการค้า ช่องทางการค้า และความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน อันจะสร้างความยุ่งยากให้กับผู้ประกอบการที่ขาดประสบการณ์ในตลาดที่มีลักษณะแตกย่อยแบบนี้ เพราะไม่สามารถใช้นโยบายเดียวหรือกลยุทธ์เดียวในการทำตลาดและกระจายสินค้าไปทั่วประเทศเมียนมาได้

เป็นที่น่าสังเกตว่า สถานการณ์ทางธุรกิจทั้งที่เป็นโอกาสและความท้าทายในการเข้าไปลงทุนในเมียนมา ตามที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้น มีรูปแบบและลักษณะที่คล้ายกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับประเทศที่จัดว่าเป็น ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตเศรษฐกิจที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ และกำลังได้รับความสนใจจากนักธุรกิจและนักลงทุนทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ตลาดเกิดใหม่นี้มีลักษณะพิเศษที่ทำให้การประเมิน สภาพแวดล้อม สถานการณ์การแข่งขัน และโอกาสในการประกอบธุรกิจ จำเป็นต้องอาศัยฐานความคิดที่ค่อนข้างแตกต่างจากวิธีการประเมินสถานการณ์การลงทุนที่เกิดขึ้นในประเทศที่เป็นตลาดที่มีการพัฒนามาในระดับหนึ่งแล้ว (Mature Markets) เช่น ตลาดในสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

การนำเสนอในบทนี้จะเริ่มด้วยการอธิบายในภาพรวมถึงลักษณะทั่วไปของตลาดเกิดใหม่ โดยจะชี้ให้เห็นถึงโอกาสและความท้าทายในการแข่งขันทางธุรกิจในตลาดเกิดใหม่ ซึ่งเปิดมุมมองใหม่ที่แตกต่างจากที่เคยใช้ในการพิจารณาตลาดที่มีการพัฒนาแล้ว และด้วยลักษณะพิเศษของตลาดเกิดใหม่นี้ การศึกษาได้นำเสนอรูปแบบการเข้าไปลงทุนและคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจที่เป็นไป

² ข้อมูลที่ได้รับระหว่างการสำรวจภาคสนามตามเส้นทาง แม่สอด-เมียวดี-เมะล่าย-ย่างกุ้ง ระหว่างวันที่ 6-13 มีนาคม พ.ศ. 2559

³ เรื่องเดียวกัน

ในตลาดเกิดใหม่ ซึ่งการศึกษาได้นำมาใช้เป็นกรอบพิจารณาสำหรับการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา

6.1 ประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่

กลุ่มตลาดเกิดใหม่เป็นกลุ่มประเทศที่ได้รับการจับตาจากโลกมากที่สุดในปัจจุบันเพราะเป็นกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเฉลี่ยที่สูงกว่าตลาดอื่นๆ ในโลก ซึ่งถือเป็นเสน่ห์ของกลุ่มตลาดเกิดใหม่เหล่านี้ จึงไม่น่าแปลกใจที่การลงทุนในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่เหล่านี้จะเป็นหนึ่งในการลงทุนหลักของโลกในช่วงนี้ ความหมายของคำว่าตลาดเกิดใหม่ หรือ Emerging market นั้นมีหลากหลายดังจะเห็นได้จากตารางที่ 6-1 ที่แสดงเกณฑ์ที่มักนำมาใช้ในการกำหนดค่าจำกัดความของคำว่าตลาดเกิดใหม่ โดยสามารถแบ่งเกณฑ์ออกได้ใน 3 มิติ คือ มิติด้านความยากจน มิติด้านตลาดทุน และมิติด้านศักยภาพในการเจริญเติบโตของตลาด สรุปได้ว่า ตลาดเกิดใหม่นั้น หมายถึง กลุ่มประเทศที่กิจกรรมเศรษฐกิจมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วและเริ่มมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเป็นกลุ่มประเทศที่รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรอยู่ในระดับปานกลาง มีหนี้สาธารณะในสัดส่วนที่ไม่สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้วที่มีภาระหนี้สูงมาก กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับการพัฒนาไปแล้วบ้าง แต่โครงสร้างพื้นฐานของตลาดทุนยังไม่ได้มีการพัฒนาไปมาก นักลงทุนส่วนใหญ่ รวมถึงนักลงทุนประเภทสถาบันด้วย ยังมีการลงทุนในหุ้นของตลาดเกิดใหม่ในสัดส่วนที่ไม่สูง มีจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหุ้นที่ต่ำ และมีอัตราการหมุนเวียนการซื้อขายที่ต่ำ ประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ส่วนใหญ่มักเป็นแหล่งทรัพยากรและแรงงานที่สำคัญ ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ตลาดเกิดใหม่มีอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็วคือการเพิ่มการลงทุนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการขยายตัวของคนชั้นกลาง เมื่อประชากรมีรายได้ดีขึ้นจะมีความต้องการบริโภคอาหาร พลังงาน และโภคภัณฑ์ต่างๆ มากขึ้น มีการใช้จ่ายมากขึ้น ก่อให้เกิดฐานผู้บริโภคและสินค้าโภคภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 6-1 เกณฑ์ในการกำหนดค่าจำกัดความของคำว่าตลาดเกิดใหม่

มิติ	เกณฑ์
ด้านความยากจน	● เป็นประเทศที่มีรายได้ต่ำหรือปานกลาง ● มีมาตรฐานการครองชีพต่ำกว่ามาตรฐาน ● ยังไม่ได้เป็นประเทศอุตสาหกรรม
ด้านตลาดทุน (Capital market)	● มีมูลค่าตามราคาตลาดต่ำเมื่อเทียบกับจีดีพี ● มีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหุ้นเป็นจำนวนน้อยและมีอัตราการหมุนเวียนการซื้อขายต่ำ ● หนี้สาธารณะต่ำ (Low sovereign debt rating)
ด้านศักยภาพในการเติบโต	● เสรีภาพทางเศรษฐกิจ ● เปิดกว้างให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ ● การเติบโตทางเศรษฐกิจเมื่อเร็ว ๆ นี้

ที่มา: Standard & Poor's: International Finance Corporation; Trade Association for the Emerging Markets; J. Mark Mobius, *Mobius on Emerging Markets* (London: Pitman Publishing, 1996), 6-23.

จากตารางที่ 6-1 จะเห็นว่าประเทศเมียนมาสามารถจัดให้เข้าข่ายเป็นตลาดเกิดใหม่ได้อย่างไรก็ดี มีปัจจัยสำคัญหลายประการที่เป็นแหล่งก่อให้เกิดความเสี่ยงในการทำธุรกิจในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์และหุ้นในตลาดเกิดใหม่มีความผันผวน มีความเสี่ยงในเรื่องของอัตราและเปลี่ยน ปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดอัตราดอกเบี้ย โครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาไปมาก และการขาดองค์กรตัวกลางต่างๆ เช่น บริษัทตรวจสอบบัญชี สถาบันการศึกษาหรือบริษัทวิจัยทางการตลาดที่น่าเชื่อถือ ซึ่งทำหน้าที่ในการช่วยให้กลไกของตลาดดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ต่างก่อให้เกิดผลกระทบต่อการลงทุนในกลุ่มประเทศเกิดใหม่

6.1.1 การขาดแคลนสถาบันตัวกลางในการดำเนินธุรกิจ (Institutional void)

การทำธุรกิจในกลุ่มประเทศเกิดใหม่มีความซับซ้อนค่อนข้างมากจากปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมาย การขาดช่องทางทางการตลาดและช่องทางการกระจายสินค้าที่เป็นทางการ การขาดความเชี่ยวชาญและความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด การขาดความคุ้นเคยกับภาษาและวัฒนธรรม การขาดความเข้าใจในโครงสร้างองค์กรท้องถิ่น และการขาดโครงสร้างพื้นฐานที่ต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ต่างเป็นอุปสรรคต่อการลงทุนและดำเนินธุรกิจในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ Khanna และ Palepu⁴ ระบุว่าโดยทั่วไป กฎเกณฑ์สำคัญที่จะช่วยให้กลไกของตลาดดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นคือการคงอยู่ของสถาบันตัวกลางต่างๆ หรือที่เรียกว่า Intermediaries ซึ่งรวมถึงองค์กรตัวกลางที่เป็นทางการ เช่น ธนาคารกลาง เป็นต้น และองค์กรตัวกลางที่ไม่เป็นทางการ เช่น บริษัทวิจัยทางการตลาด บริษัทโลจิสติกส์ เป็นต้นโดยตัวกลางต่างๆ เหล่านี้จะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนให้ตลาด 3 ประเภทสามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์คือ (1) ตัวกลางในตลาดทุน (Financial intermediaries) (2) ตัวกลางในตลาดผลิตภัณฑ์ (Market intermediaries) และ (3) ตัวกลางในตลาดแรงงาน

อย่างไรก็ดี สถาบันตัวกลางเหล่านี้ยังไม่สามารถจัดตั้งได้อย่างสมบูรณ์ในตลาดเกิดใหม่ โดยเราสามารถแบ่งสถาบันตัวกลางเหล่านี้ตามลักษณะหน้าที่ความรับผิดชอบได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่⁵

1. ผู้สร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility enhancers) ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มักขาดแบรนด์สินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียง จึงเป็นความลำบากของผู้บริโภคในการแยกแยะสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ออกจากสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพหรือมีคุณภาพต่ำได้
2. ผู้ให้ข้อมูลและให้คำปรึกษา (Information analyzers and advisers) ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มักขาดข้อมูลทางการตลาด ตลาดผลิตภัณฑ์ และข้อมูลอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือ ทำให้บริษัทต่างๆ ทำการคาดคะเนส่วนแบ่งหรือขนาดของตลาดได้อย่างลำบาก เพราะข้อมูลมีอยู่จำกัดหรือได้รับการรวบรวมและจัดเก็บอย่างกระจัดกระจาย หรือที่มีอยู่ก็มีปัญหาขาดความน่าเชื่อถือ อันเป็นผลจากการขาดแคลนผู้ให้บริการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ
3. ผู้รวบรวมและจัดจำหน่าย (Aggregators and distributors) ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ผู้ซื้อและผู้ขายมักประสบปัญหาในการทำตลาด เนื่องจากการขาดช่องทางในการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

⁴Khanna, Tarun, &Palepu, Krishna G. (2010).Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, USA.

⁵Khanna, Tarun, &Palepu, Krishna G. (2010).Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution.

4. ผู้อำนวยการความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction facilitators) ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มักพึ่งความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบส่วนตัวที่มีมาแต่ในอดีต ทำให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนได้ลำบากอันเนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงเครือข่ายเหล่านี้ จึงทำให้ผู้อำนวยการความสะดวกในการทำธุรกรรมจึงมีบทบาทที่มีความสำคัญมากในตลาดเกิดใหม่
5. ผู้ระงับข้อพิพาท (Adjudicators) ซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่แก้ไขปัญหาคัดแย้งที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและสัญญาส่วนบุคคล
6. ผู้ออกกฎและองค์กรกลางที่เป็นทางการ (Regulators and other public institutions) กฎหมาย ระบบกฎหมาย ข้อบังคับ และการบังคับใช้ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่มักยังไม่เข้มแข็งและไร้ประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาการคอร์รัปชัน ความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมาย และความสามารถในการบังคับใช้กฎหมาย

ตารางที่ 6-2 สรุปบทบาทและหน้าที่ของสถาบันตัวกลางทั้ง 6 ประเภท พร้อมตัวอย่างของสถาบันจากตลาดในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา⁶

⁶Khanna, Tarun, & Palepu, Krishna G. (2010). Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, USA.

ตารางที่ 6-2 โครงสร้างองค์กรตัวกลางของตลาดที่พัฒนาแล้ว (สหรัฐอเมริกา)

ประเภท	หน้าที่	ตัวอย่างตัวกลางในตลาดทุน	ตัวอย่างตัวกลางในตลาดผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างตัวกลางในตลาดแรงงาน
ผู้สร้างความน่าเชื่อถือ	บุคคลหรือองค์กรที่ 3 ที่ทำหน้าที่ให้การรับรองแก่ลูกค้าหรือผู้ผลิต	● คณะกรรมการตรวจสอบ ● ผู้ตรวจสอบบัญชี	● ใบรับรอง ISO ● ใบรับรองระดับ CMM	● ใบรับรอง AACSB ● ผลการสอบFTS
ผู้ให้ข้อมูลและให้คำปรึกษา	เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ผลิตและผู้บริโภคในตลาด	● นักวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ● สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทและบุคคลต่างๆ ● สื่อที่ให้ข้อมูลการเงิน ● นักวางแผนด้านการเงิน ● วาณิชธนกิจ	● นิตยสารรายงานเกี่ยวกับตลาดและผู้บริโภค ● J.D. Power ratings ● สื่อ ● นักวิเคราะห์อุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การ์ทเนอร์กรุ๊ป ● บริษัทวิจัยทางการตลาด ● Trip advisors ● บริษัทให้คำปรึกษาด้านการบริหาร ● สำนักงานตรวจสอบสถิติยอดการจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์	● การจัดอันดับมหาวิทยาลัยและสถาบันมืออาชีพ ● บริษัทให้คำปรึกษาด้านวิชาชีพ ● บริษัทจัดหางานและให้คำปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคล
ผู้รวบรวมและจัดจำหน่าย	จัดหาบริการที่ตรงกับความต้องการในราคาต่ำ รวมทั้งจัดหาบริการที่เพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้ผลิตและลูกค้า ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญและการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)	● ธนาคาร ● บริษัทประกันภัย ● กองทุนรวม ● ธุรกิจเงินร่วมลงทุนและกองทุนรวมตราสารทุนและกองทุนที่ระดมเงินทุนจากนักลงทุนสถาบัน	● บริษัทการค้า ● บริษัทขายปลีกขนาดใหญ่	● มหาวิทยาลัย ● สถาบันฝึกอบรมสาขาอาชีพต่างๆ ● สหภาพแรงงาน

ประเภท	หน้าที่	ตัวอย่างตัวกลางในตลาดทุน	ตัวอย่างตัวกลางในตลาดผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างตัวกลางในตลาดแรงงาน
ผู้อำนวยการ สะดวกในการทำ ธุรกรรม	จัดหาช่องทางในการแลกเปลี่ยน ข้อมูลสินค้าและการให้บริการ สนับสนุน การทำธุรกรรม ทางด้านสินค้าอุปโภคบริโภค	● ตลาดหุ้น พันธบัตรและ futures ● บริษัทซื้อขายหลักทรัพย์ และ บริษัทนายหน้า	● อีเบย์ ● ตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ ● บริษัทบัตรเครดิต ● PayPal	● บริษัทบริหารจัดการผู้บริหาร ● เว็บไซต์ประกาศรับสมัครงาน
ผู้ระงับข้อพิพาท	แก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่ เกี่ยวข้องกับกฎหมายและสัญญา ส่วนบุคคล	● ศาลและอนุญาโตตุลาการ ● ผู้เชี่ยวชาญในการฟ้อง ล้มละลาย	● ศาลและอนุญาโตตุลาการ	● ศาลและอนุญาโตตุลาการ ● ผู้เชี่ยวชาญด้านการเจรจา สภาพแรงงาน
ผู้ออกกฎและ องค์กรตัวกลางที่ เป็นทางการ	เสนอและบังคับใช้กฎกติกาต่างๆ ที่เห็นเหมาะสมรวมทั้งกำหนด ขอบข่ายของนโยบาย	● SEC (คณะกรรมการกำกับ หลักทรัพย์และตลาด หลักทรัพย์) ● FASB (Financial Accounting Standards Board) ● NASD (National Association of Securities Dealers)	● FDA (สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา) ● EPA(องค์กรพิทักษ์สิ่งแวดล้อม) ● องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ● คณะกรรมการกลางกำกับดูแล กิจการสื่อสาร ● คณะกรรมการการค้าแห่ง สหพันธรัฐ ● สำนักงานบริหารการบิน แห่งชาติ	● หน่วยงานบริหารจัดการด้าน สุขภาพและความปลอดภัย ในอาชีพ ● คณะกรรมการความเท่า เทียมกันของโอกาสในการ ได้รับการว่าจ้างให้ทำงาน ● บริษัทประกันการว่างงาน

ที่มา: Khanna, Tarun, & Palepu, Krishna G. (2010). Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, USA.

การขาดตัวกลางในการประกอบธุรกิจเหล่านี้คืออุปสรรคเบื้องต้นของการทำธุรกิจในตลาดเกิดใหม่ ส่งผลให้ผู้ซื้อและผู้ขายไม่สามารถติดต่อกันได้ง่าย หรือมีประสิทธิภาพได้ดังเช่นในระบบเศรษฐกิจของตลาดที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ทำให้ต้นทุนธุรกรรม (Transaction cost) สูงขึ้นและก่อให้เกิดความท้าทายในด้านต่างๆ มากมาย อาทิ การขาดองค์กรตัวกลางที่เปิดเผยและให้ข้อมูลทางด้านการตลาดที่เชื่อถือได้ในตลาดผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความไม่สมมาตรของการรับรู้ข้อมูล (Information asymmetry) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หรือการขาดระบบการพิจารณาคดีตามกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่สามารถบังคับใช้สัญญาต่างๆ ได้ ผู้ซื้อและผู้ขายต่างขาดความมั่นใจในกันและกัน ก่อให้เกิดพฤติกรรมการฉวยโอกาสเอาเปรียบซึ่งกันและกัน ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมที่สูงส่งผลให้เศรษฐกิจด้อยประสิทธิภาพ และเพิ่มต้นทุนในการทำการค้า ผู้บริโภคทั้งต่างชาติและท้องถิ่น รวมไปถึงนักลงทุนทั้งหลายต่างพากันลังเลที่จะทำธุรกิจในตลาดเกิดใหม่

อย่างไรก็ดี การขาดแคลนตัวกลางตัวกลางในการประกอบธุรกิจเหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งอุปสรรคหรือโอกาสแก่นักลงทุนท้องถิ่นและต่างชาติ โดยนักลงทุนที่จะมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในตลาดเกิดใหม่คือ ผู้ที่สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจขึ้นได้ด้วยความสามารถในการดำเนินการเติมเต็มช่องว่างที่มีอยู่เหล่านี้ ทั้งนี้ ในกรณีของปัญหาการขาดแคลนตัวกลางที่นักลงทุนมักประสบในประเทศเมียนมา ทั้งในแง่ของความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง การขาดระบบจัดจำหน่ายที่จะกระจายสินค้าไปทั่วประเทศ การขาดระบบการเงินที่ได้มาตรฐาน และการขาดระบบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาด นั้น การศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักจัดให้ปัจจัยเหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อความพยายามที่จะขยายการค้าและการลงทุนของไทยเข้าไปในประเทศเมียนมา อย่างไรก็ดี หากวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบเพื่อพิจารณาศักยภาพการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการต่างประเทศ สถานการณ์ที่เป็น Institutional Voids แบบนี้นั้น น่าจะสร้างรายได้เปรียบให้กับผู้ประกอบการไทยเหนือกว่าผู้ประกอบการจากหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มาจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เพราะผู้ประกอบการไทยเคยมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจในสถานการณ์ที่คล้ายกันมาก่อนในประเทศไทยแล้ว และน่าจะมีประสบการณ์ในการค้นหาวิธีการบรรเทาหรือลดปัญหาความไม่สมบูรณ์เหล่านี้ได้ดีกว่าผู้ประกอบการที่มีพื้นฐานมาจากการค้าในประเทศที่พัฒนาแล้ว

ทั้งนี้ บริษัทที่จะประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจในกลุ่มประเทศที่ขาดองค์กรตัวกลางเหล่านี้ต้องเป็นบริษัทที่สามารถปรับตัวได้ และเปิดกว้างต่อการทดลองสิ่งใหม่ๆ โดยสามารถเริ่มต้นจากการตระหนักถึงความขาดแคลนตัวกลาง และพยายามแสวงหาวิถีทางต่างๆ ที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับตลาดเกิดใหม่จากการเติมเต็มตัวกลางเหล่านี้

6.1.2 การประเมินการขาดแคลนตัวกลางในการดำเนินธุรกิจในเมียนมา

โดยทั่วไปตัวกลางในการดำเนินธุรกิจที่ช่วยขับเคลื่อนให้ตลาดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นประกอบด้วย⁷

⁷Khanna, Tarun, &Palepu, Krishna G. (2010).Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, USA.

ตัวกลางในการดำเนินธุรกิจประเภทที่ 1: ตัวกลางในตลาดทุน

ในตลาดทุนของระบบเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้ว ผู้บริโภคและผู้ลงทุนสามารถหาข้อมูลได้จากรายงานการเงินจากสถาบันวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ทำให้นักลงทุนสามารถลงทุนได้สะดวกขึ้น มีมาตรฐานทางบัญชีที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก มีบริษัทบัญชีและผู้สอบบัญชีอิสระที่เป็นผู้ตรวจสอบรายงานการเงิน ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในข้อมูล อีกทั้งยังมีการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลของบุคคลที่สาม ไม่ว่าจะเป็นนักวิเคราะห์สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ และนักหนังสือพิมพ์ทางการเงินที่ทำการวิเคราะห์ข้อมูลให้ นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ ตลาดหลักทรัพย์ ธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture capitalist) กองทุนรวม (Mutual fund) และบริษัทประกันภัย ยังทำหน้าที่เป็นช่องทางในการแสวงหาแหล่งทุนและเป็นการนำเงินทุนไปลงทุนในโอกาสต่างๆ ที่น่าสนใจ ช่วยให้ผู้ประกอบการต่างๆ เข้าถึงแหล่งเงินทุน จัดตั้งบริษัท และซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ได้ ก่อให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินและความสามารถในการซื้อขายหุ้นและบริษัทด้วยต้นทุนที่ต่ำ เป็นการดึงดูดเงินลงทุนและนักลงทุนให้มาลงทุนเพิ่ม

ตัวกลางในการดำเนินธุรกิจประเภทที่ 2: ตัวกลางในตลาดผลิตภัณฑ์

ในตลาดผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว ผู้บริโภคสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้จากข้อมูลที่บริษัททำการเผยแพร่ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร การตลาดแบบขายตรง การขายสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ เว็บไซต์หรือผ่านทางสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ นอกจากนี้ ผู้บริโภทยังสามารถเลือกช่องทางในการแสวงหาข้อมูลจากบุคคลที่สาม เช่น นิตยสารรายงานผู้บริโภคที่รายงานข้อมูลมากมายเกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ กลุ่มค้าปลีก (Retail chains) ก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างขององค์กรตัวกลางที่ทำหน้าที่หลายอย่าง เช่น การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภค การคัดเลือกและแสวงหาผู้ผลิตให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคทั้งในเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา การจัดส่ง การส่งของคืน การบริหารสินค้าคงคลังและการนำเสนอสินค้าให้ผู้บริโภคได้เห็นและประเมินสินค้าเหล่านั้น เห็นได้ว่าองค์กรตัวกลางเหล่านี้ช่วยให้ตลาดดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยการทำให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการได้มาพบกันเพื่อตกลงแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างกันโดยทุกฝ่ายต่างสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เชื่อถือได้

ตัวกลางในการดำเนินธุรกิจประเภทที่ 3: ตัวกลางในตลาดแรงงาน

ในตลาดแรงงาน หนึ่งในองค์กรตัวกลางคือสถาบันการศึกษาต่างๆ สถาบันเหล่านี้ไม่เพียงช่วยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human capital) แต่ยังรับรองเกณฑ์คุณภาพการศึกษา (Graduation requirements) ให้กับตลาดแรงงาน องค์กรตัวกลางในตลาดแรงงานยังรวมไปถึงสำนักงานจัดหางานและบริษัทจัดหาผู้บริหาร หรือแรงงานที่มีความสามารถพิเศษต่างๆ สหภาพแรงงานเป็นอีกหนึ่งองค์กรตัวกลางในตลาดแรงงานที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างคนงานและบรรษัทขนาดใหญ่ นอกจากนี้ การประกันการว่างงานทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการจ้างและให้ออกจากงาน เป็นการเตรียมเครือข่ายความปลอดภัยทางสังคมให้แก่ลูกจ้าง สัญญาการจ้างงานและกฎเกณฑ์ต่างๆ อนุญาตให้ทั้งนายจ้างและลูกจ้างปกป้องผลประโยชน์ของตนเองอีกด้วย องค์กรตัวกลางและกลไกเหล่านี้ทำให้ตลาดดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยให้ผู้ที่ต้องการจ้างงานและแรงงานที่มีความสามารถมีโอกาสมาเจอกันได้สะดวกรวดเร็วและง่ายดายมากยิ่งขึ้น

การก่อเกิดและประสิทธิภาพของตัวกลางเหล่านี้ขึ้นอยู่กับองค์กรต่างๆ ของรัฐบาล ภาครัฐเปียบ และโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Hard infrastructure) หรือโครงสร้างที่เชื่อมโยงระบบและกระบวนการทำงานขององค์กรต่างๆ (Soft infrastructure) เข้าด้วยกัน สำหรับโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพต่างๆ เช่น ถนนและสะพานเพื่อการขนส่งต่างมีความจำเป็นสำหรับการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งสิ้น ตัวอย่าง Soft structure คือ เอเจนซีโฆษณาและบริษัทสื่อต่างๆ ที่ช่วยในเรื่องการสื่อสารข้อมูลของบริษัทต่างๆ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงบริษัทวิจัยตลาด ที่ปรึกษาทางด้านโลจิสติกส์ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือต่างๆ ซึ่งทั้งหมดนี้มีความสำคัญต่อกลไกของตลาดเป็นอย่างยิ่ง ตารางที่ 6-3 สรุปตัวอย่างของตัวกลางในการดำเนินธุรกิจในตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวกลางในตลาดทุน ตลาดผลิตภัณฑ์ และตลาดแรงงาน

ตารางที่ 6-3 ตัวกลางในการดำเนินธุรกิจประเภทต่างๆ

ประเภทของตลาด	ตัวอย่างของตัวกลาง
ตลาดทุน	● ระบบบัญชี ● บริษัทตรวจสอบบัญชี ● สถาบัน/บริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถือทางด้านเครดิต การเงิน ความโปร่งใส ● สื่อที่ให้ข้อมูลด้านการเงิน ● ธนาคารกลาง ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเฉพาะกิจ ● คณะกรรมการกำกับดูแลภาคตลาดหลักทรัพย์ (Securities regulator) ● บริษัทประกันภัย ● ธุรกิจเงินร่วมลงทุน(Venture capital) ● กองทุนรวม ● ตลาดหุ้น ● ระบบเครดิตและเครดิตการ์ด
ตลาดผลิตภัณฑ์	● บริษัทเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด ● บริษัทวิจัยทางการตลาด ● สถาบัน/บริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถือ ● เอเจนซีโฆษณา บริษัทสื่อ ● บริษัทค้าปลีก ● บริษัท/ที่ปรึกษาโลจิสติกส์ ● บริษัทประกันภัยสินค้า ● บริษัทรับทำบรรจุภัณฑ์
ตลาดแรงงาน	● สถาบันการศึกษา ● บริษัทจัดหางานบริษัทจัดหาผู้บริหาร ● สหภาพแรงงานองค์กรที่ปกป้องแรงงาน ● กฎหมายแรงงาน

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอมาแล้วในบทที่ 4 และบทที่ 5 เราพอจะประเมินสถานการณ์การขาดแคลนสถาบันตัวกลางในตลาดทั้ง 3 ประเภทที่น่าจะประสบพบเห็นในประเทศเมียนมา ได้โดยสังเขปดังนี้

การขาดแคลนตัวกลางในตลาดทุน

- โดยรวมแล้ว เมียนมาอยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการเงินภายในประเทศ ซึ่งในปัจจุบันยังคงเผชิญปัญหาในหลายด้าน เช่น เมียนมายังคงขาดระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง ระบบยังคงมีประสิทธิภาพต่ำและขาดความทันสมัย ทำให้ผู้สนใจเข้ามาลงทุนในเมียนมาขาดข้อมูลด้านการเงินและการตลาดที่ถูกต้อง ข้อมูลผลการปฏิบัติงานของบริษัทท้องถิ่นมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง ทุกบริษัทมีการทำบัญชีและนำเสนอรัฐบาล แต่ในแง่ความรู้ความเข้าใจที่ถ่องแท้และถูกต้องในการลงบัญชีนั้นแตกต่างกันออกไป ยังคงไม่มีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน จึงทำให้ความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการเงินของแต่ละบริษัทแตกต่างกันออกไป ระบบบัญชีของเมียนมายังค่อนข้างไม่ชัดเจน กฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายต่างๆ ทางด้านการเงินยังคลุมเครือและไม่มีระบบที่ชัดเจน ยังคงไม่มีกฎหมายและกฎเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน ปัญหาความไม่พร้อมต่างๆ เหล่านี้น่าจะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจและก่อให้เกิดความผิดพลาดในการวางแผนเข้ามาลงทุนในเมียนมาได้ อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันนี้ มีบริษัทตรวจสอบบัญชีต่างประเทศ เช่น PricewaterhouseCoopers (PwC) ได้เข้าไปให้บริการแล้ว แต่ยังคงเน้นการให้บริการเป็นที่ปรึกษาเป็นหลัก ยังไม่ได้เปิดให้บริการตรวจสอบบัญชีในเมียนมา⁸
- เมียนมายังคงขาดระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง ประสิทธิภาพต่ำและไม่ทันสมัย ทำให้ขาดข้อมูลทางด้านการตลาดและการเงินที่โปร่งใส ส่งผลกระทบต่อความสามารถของบริษัทในการตัดสินใจและอาจเกิดความผิดพลาดในการวางแผนการลงทุนได้ สถาบันท้องถิ่น เช่น ธนาคารท้องถิ่นมิให้บริการทางด้านนี้บ้าง
- ระบบการเงินของธนาคารเมียนมาในอดีตเป็นระบบที่ค่อนข้างปิด ในปัจจุบัน รัฐบาลเมียนมามีนโยบายเศรษฐกิจที่เสรีและผ่อนคลายกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินมากยิ่งขึ้น ธนาคารกลางเมียนมาได้มีการเร่งพัฒนาระบบธนาคารของประเทศให้มีประสิทธิภาพ น่าเชื่อถือและโปร่งใสมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ดี กฎหมายทางการเงินของเมียนมายังไม่ครอบคลุม ธนาคารพาณิชย์ท้องถิ่นมีความน่าเชื่อถือได้ในระดับหนึ่ง บริการต่างๆ เริ่มมีครบวงจรมากขึ้นและสะดวกรวดเร็วมากขึ้น เช่น การโอนเงินข้ามเมืองที่ใช้เวลาลดลงเหลือเพียงแค่ 3 วันทำการ อย่างไรก็ดี ประสิทธิภาพในการนำเงินฝากไปลงทุนยังคงต่ำอยู่ และประชากรเมียนมาที่เข้าถึงบริการจากธนาคารของรัฐและเอกชนยังมีน้อยมาก จากสถิติในปี พ.ศ. 2556 เมียนมามีสาขาธนาคารเพียงแค่ 863 สาขา เป็นสาขาของธนาคารรัฐร้อยละ 37 และสาขาของธนาคารเอกชนร้อยละ 63⁹
- ในปัจจุบัน มีระบบบัตรเครดิตแล้ว คือ Visa, Master, JCB แต่ยังไม่ใช้อย่างไม่แพร่หลาย ร้านค้าส่วนใหญ่ยังไม่ได้เชื่อมต่อกับระบบ
- ในปัจจุบัน เมียนมามีตลาดหุ้น มีการเปิดตลาดในปี พ.ศ. 2559 การซื้อขายอยู่ในระดับต่ำ คนที่ซื้อหุ้นในตลาดอย่างกว้างส่วนใหญ่ ความโปร่งใสของตลาดหุ้นอยู่ในระดับดี บริษัทยังคงไม่สามารถรวบรวมเงินทุนจากตลาดหลักทรัพย์ได้ดีเพราะตลาดหุ้นยังคงเล็กมาก

⁸PwC Myanmar.<http://www.pwc.com/mm/en/services.html>

⁹ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงย่างกุ้ง 2014 http://www.ditp.go.th/contents_attach/92711/92711.pdf

การขาดแคลนตัวกลางในตลาดผลิตภัณฑ์

- เริ่มมีบริษัททำวิจัยทางการตลาด (Market research) จากต่างประเทศที่ขยายเข้าไปในตลาดเมียนมา เช่น ธนาคารกสิกรไทย PricewaterhouseCoopers เป็นต้น จึงทำให้ข้อมูลเริ่มมีความน่าเชื่อถือ ขึ้นมาบ้างแต่การกระจายข้อมูลยังคงอยู่ในวงจำกัด ทั้งนี้บริษัทท้องถิ่นมีการจัดทำกรวิจัยทางการตลาดอยู่บ้างเช่นกัน แต่ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยทางการตลาดเพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจของตัวเอง จึงเป็นข้อมูลที่ใช้ภายในบริษัท ไม่ได้มีการกระจายข้อมูลไปในวงกว้างไปสู่ตลาดหรือผู้บริโภค
- ในส่วนของข้อมูลการวิจัยทางการตลาดโดยรัฐบาลเมียนมา ทางกรมเมียนมาไม่เผยแพร่ให้แก่สาธารณชนให้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัญหาในเรื่องแนวทางหรือพฤติกรรมด้านการค้าของตลาดเมียนมา ทำให้ไม่สามารถหาข้อมูลเพื่อลงทุนได้ ทำให้ตลาดเมียนมาที่มีศักยภาพแต่ระบบยังไม่เอื้ออำนวยเพื่อการค้าเท่าที่ควร
- ในแง่การเข้าถึงข้อมูลทางการตลาดของผู้บริโภค ผู้บริโภคตามแนวชายแดนที่ติดกับประเทศไทย สามารถรับสื่อหรือข้อมูลทางโทรทัศน์และวิทยุ แต่สำหรับชาวเมียนมาจะได้รับข้อมูลการโฆษณาสินค้าผ่านทางโทรทัศน์ และโฆษณาในสมุดหน้าเหลืองของเมียนมา รวมถึงกิจกรรมจากการส่งเสริมการขายเช่น การแจกตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้านำไปทดลองใช้ก่อน คนเมียนมายังคงติดกับแบรนด์ยี่ห้อที่เคยชิน ไม่ค่อยเปลี่ยนไปยี่ห้ออื่น อย่างไรก็ตาม ได้เริ่มมีบริษัทที่ปรึกษาทางการตลาดบ้างแล้ว บริษัทต่างชาติส่วนใหญ่ที่จัดทำกรวิจัยทางการตลาดมักจะรับให้บริการให้คำปรึกษาทางการตลาดด้วย แต่ยังเป็นการนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเป็นหลัก
- เมียนมายังขาดแคลนผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีขีดความสามารถกระจายสินค้าไปทั่วประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ รัฐบาลเมียนมาต้องการส่งเสริมให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาตั้งโรงงานเพื่อให้เกิดการสร้างงานในประเทศ จึงได้ออกกฎหมายห้ามไม่ให้บริษัทต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจจำหน่ายสินค้า (Trading company)
- บริษัทโฆษณาต่างประเทศ เช่น JWT เป็นต้น เริ่มขยายบริการเข้าไปในเมียนมาเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีบุคลากรชาวไทยที่มีความเชี่ยวชาญได้เข้าไปทำงานในเมียนมาแล้ว เมียนมามีบริษัทโฆษณาท้องถิ่นเช่นเดียวกัน มีบริษัทที่จัดทำสื่อครบในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สื่อทางการตลาดที่ผู้บริโภคท้องถิ่นเข้าถึงมากกว่า คือ โทรทัศน์ บิลบอร์ด และป้ายโฆษณาตามท้องถนน
- ประเทศเมียนมาขาดแคลนทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งที่ได้มาตรฐาน และผู้ให้บริการขนส่ง และโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้การกระจายสินค้าไปยังเมืองและหมู่บ้านต่างๆทั่วประเทศขาดประสิทธิภาพและเกิดปัญหาอย่างมาก
- ในปัจจุบัน เมียนมามีหลากหลายบริษัทที่ขายวัตถุดิบ และส่วนประกอบของสินค้าต่างๆ อย่างไรก็ตาม คุณภาพและความน่าเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ผลิตสินค้าแตกต่างกันมาก

การขาดแคลนตัวกลางในตลาดแรงงาน

- รัฐบาลได้ออกกฎหมายด้านแรงงาน โดยได้ร่วมมือกับ ILO และประเทศต่างๆ ในการร่างกฎหมายด้านแรงงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งนี้กฎหมายที่มีอยู่ได้ตรากำหนดเกี่ยวกับ การจ้างงาน เนื้อหาในหนังสือสัญญาจ้างงาน การพัฒนาฝีมือแรงงาน ค่าตอบแทนแรงงาน วันเวลาทำงาน วันหยุด วันลา ประกันสังคม และค่าชดเชยแรงงาน

- รัฐบาลอนุญาตให้มีการจัดตั้งสหภาพแรงงาน และได้ออกระเบียบกำหนดแนวทางในการระงับข้อพิพาทแรงงาน นอกจากนี้ยังมีการรวมตัวกันของผู้บริหารท้องถิ่น เช่น กลุ่มหอการค้าฯ กลุ่มหอการค้าฯ ประจำรัฐ กลุ่มผู้บริหารรุ่นใหม่ (Entrepreneur) เป็นต้น
- ปัจจัยลบที่เป็นอุปสรรคในการลงทุนในเมียนมา คือ แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานภาคเกษตร เป็นแรงงานไร้ฝีมือและขาดทักษะ ทำให้ต้องใช้เงินทุนและระยะเวลาในการพัฒนาระดับฝีมือ อย่างไรก็ตาม มีชาวเมียนมาจำนวนมากที่ออกไปทำงานในต่างประเทศ ซึ่งหากแรงงานส่วนนี้ย้ายกลับประเทศ จะสามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับในต่างประเทศมาใช้ในการพัฒนาประเทศได้อย่างมาก

6.1.3 กลยุทธ์ในการบริหารจัดการการขาดแคลนองค์กรตัวกลางในการดำเนินธุรกิจ

ในตลาดเกิดใหม่ บริษัทต่างๆ จะต้องเผชิญปัญหาการขาดแคลนองค์กรตัวกลางในการดำเนินธุรกิจอย่างแน่นอน ทั้งนี้ บริษัทมีทางเลือกของกลยุทธ์ในการรับมือกับปัญหาดังกล่าวอยู่หลายทางเลือกดังสรุปในตารางที่ 6-4 โดยกลยุทธ์ที่เหมาะสมนั้นจะขึ้นอยู่กับบริบทการขาดแคลนองค์กรตัวกลางในตลาดเกิดใหม่ทั้งนี้ บริษัทต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในตลาดเกิดใหม่มักก้าวข้ามอุปสรรคจากการขาดตัวกลางไปได้ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) การสร้างพันธมิตร การสร้างความคิดระดับโลก (Global mindset) ในหมู่ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรทุกคน การเน้นการพัฒนาและบริหารนวัตกรรม เป็นต้น ทั้งนี้ Khanna และ Palepu (2010) ได้สรุปประเด็นสำคัญที่บริษัทที่ต้องการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ควรนำมาพิจารณา คือ¹⁰

ตารางที่ 6-4 กลยุทธ์ในการตอบสนองต่อการขาดแคลนองค์กรตัวกลางในการดำเนินธุรกิจ¹¹

ทางเลือกเชิงกลยุทธ์	ทางเลือกสำหรับบริษัทข้ามชาติที่มาจากตลาดในประเทศที่พัฒนาแล้ว
เลียนแบบ หรือปรับตัว (Replicate or adapt?)	● เลียนแบบโมเดลธุรกิจเดิม ใช้ประโยชน์จากการเป็นแบรนด์ระดับโลก ความมีชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ เงินทุน ความรู้ บุคลากรและปัจจัยอื่นๆ ● ปรับโมเดลธุรกิจ การบริหารองค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมกับลักษณะการขาดแคลนองค์กรตัวกลาง
แข่งขันโดยลำพัง หรือหาพันธมิตร (Compete alone or collaborate?)	● แข่งขันด้วยตนเอง ● จัดหาทักษะและความสามารถ (Capabilities) ผ่านทางพันธมิตรท้องถิ่น หรือร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่น (Joint venture) เพื่อศึกษา เรียนรู้ ปรับตัวและตอบสนองต่อลักษณะการขาดแคลนองค์กรตัวกลาง
ยอมรับ หรือพยายามเปลี่ยนบริบทของตลาด (Accept or attempt to change market context?)	● ยอมรับบริบทของตลาดเกิดใหม่นั้นๆ ● พยายามเติมเต็มลักษณะการขาดแคลนองค์กรตัวกลางด้วยตนเอง
เข้าสู่ตลาด รอ หรือออกจากตลาด (Enter, wait, or exit market?)	● เข้าสู่ตลาด หรือคงอยู่ต่อไปในตลาดแม้จะมีการขาดแคลนองค์กรตัวกลาง ● ออกจากตลาดเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจที่อื่น

¹⁰Khanna, Tarun, & Palepu, Krishna G. (2010). Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, USA.

¹¹เรื่องเดียวกัน

1. บริษัทต้องทดลองและปรับแผนและรูปแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ของตลาดเกิดใหม่ การขาดแคลนองค์กรตัวกลางในการดำเนินธุรกิจก่อให้เกิดอุปสรรคมากมายต่อบริษัทต่างชาติที่ขยายเข้ามาในตลาดเกิดใหม่ เป็นการยากมากที่บริษัทต่างชาติเหล่านี้จะสามารถเข้าใจกลไกของตลาดเกิดใหม่ได้อย่างถ่องแท้จนสามารถวางแผนกลยุทธ์ได้ถูกต้องในครั้งแรก ดังนั้น บริษัทมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความยืดหยุ่นที่พร้อมจะปรับแผนกลยุทธ์ไปเรื่อยๆ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดเกิดใหม่มากที่สุด
2. จากประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต บริษัทลงทุนจากต่างชาติที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเกิดใหม่มักเป็นบริษัทที่พัฒนาความเป็นพันธมิตรกับองค์กรท้องถิ่นทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐหรือธุรกิจเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันเช่น บริษัท Zain ในทวีปแอฟริกาที่ช่วยสร้างงานให้กับคนท้องถิ่นและเพิ่มรายได้ของรัฐบาลในรูปภาษีอากรที่เพิ่มขึ้น ทำให้ทางบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลและทำให้การบริหารงานเป็นไปได้อย่างสะดวก หรือบริษัท Metro Cash & Carry ที่ช่วยเติมเต็มการขาดแคลนองค์กรตัวกลางในอุตสาหกรรมอาหาร ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีกับเกษตรกรหรือผู้ผลิตขนาดเล็กในพื้นที่ชนบท เป็นต้น
3. บริษัทต้องหาความสมดุลระหว่างความต้องการประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว กับการดำเนินธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไปในตลาดเกิดใหม่ถ้าบริษัทต่างชาติมีความทะเยอทะยานเกินไป อาจทำให้คนท้องถิ่นต่อต้านได้ เช่น ในกรณีการต่อต้านสินค้าจีนของชาวเมียนมา เป็นต้น บริษัทต่างชาติทั้งหลายที่ขยายเข้าไปในตลาดเกิดใหม่ต่างต้องการได้ประโยชน์จากโอกาสที่มากมายในตลาดเกิดใหม่ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทต้องระวังในเรื่องการหาประโยชน์จากตลาดเกิดใหม่ เมื่อใดที่คนท้องถิ่นรู้สึกว่าบริษัทต่างชาติเข้ามาเอาเปรียบและฉวยโอกาสเกินไปจะทำให้เกิดการต่อต้านจากคนท้องถิ่น และส่งผลเสียต่อบริษัทในทันที
4. บริษัทต้องมีความเข้าใจและยอมรับได้ในความเสี่ยงต่างๆ ของตลาดเกิดใหม่แม้ว่าจะมีโอกาสมากมายในตลาดเกิดใหม่ อย่างไรก็ตาม ตลาดเกิดใหม่มาพร้อมความเสี่ยงที่มากมาย บริษัทต้องพิจารณาให้รอบคอบว่าสามารถยอมรับ เข้าใจและจัดการกับความเสี่ยงเหล่านี้ได้หรือไม่ และได้ดีเพียงไร

6.1.4 กลยุทธ์ในการแบ่งตลาด (Market segmentation) ของตลาดเกิดใหม่

นอกจากจะต้องให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการขาดแคลนองค์กรตัวกลางในการดำเนินธุรกิจในเมียนมา ผู้ประกอบการไทยต้องศึกษาถึงบริบทท้องถิ่นของเมียนมาเพื่อค้นหาช่องว่างที่ผู้ประกอบการไทยจะสามารถเจาะเข้าไปได้ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้าไปลงทุนในเมียนมา การตัดสินใจนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นตลาดผู้บริโภค ตลาดผู้ขายต่อ ตลาดรัฐบาล ตลาดอุตสาหกรรม ตลาดเกิดใหม่หรือตลาดใดๆ ก็ตาม ควรพิจารณาใช้กลยุทธ์การตลาดแบบมีเป้าหมาย (Target marketing) ทั้งนี้ โดยทั่วไปแล้ว บริษัทไม่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าในทุกตลาดได้เพราะลักษณะความชอบ ความต้องการ พฤติกรรมในการบริโภคและซื้อของ รวมถึงทัศนคติของลูกค้าในแต่ละตลาดที่ต่างกันออกไป ดังนั้น บริษัทต้องจัดผลิตภัณฑ์ บริการ และส่วนประสมทางการตลาดให้แตกต่างกันออกไปเพื่อสนองความต้องการของตลาดให้ได้มากที่สุด โดยบริษัทควรเริ่มต้นด้วยการแบ่งตลาด (Market segmentation) ออกเป็นส่วนๆ โดยอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้บริโภคหรือตลาดเป็นพื้นฐานในการแบ่ง จากนั้น จึงกำหนดเป้าหมาย (Targeting) และตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

(Positioning) กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไปจะเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการทำธุรกิจในตลาดเมียนมา รายละเอียดกลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมายมีดังต่อไปนี้¹²

1. **การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)** คือ การแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์และบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ออกเป็นตลาดย่อยๆ ที่แตกต่างกัน เกณฑ์ที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาดของแต่ละบริษัทอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้บริโภคหรือตลาด เช่น อาจแบ่งตลาดโดยยึดความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ความชอบของกลุ่มเป้าหมาย วัย รายได้ รสนิยม หรือพฤติกรรมในการซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้นระดับของการแบ่งส่วนตลาด (Levels of market segmentation) สามารถแบ่งได้หลายแบบ ตั้งแต่ตลาดรวม (Mass marketing) ตลาดแบบแบ่งส่วน (Segment marketing) ตลาดกลุ่มย่อย (Niche marketing) ตลาดจุลภาค (Micro-marketing) ตลาดท้องถิ่น (Local marketing) ตลาดรายบุคคล (Individual marketing) หรือแบ่งส่วนตลาดตามความเหมาะสมกับแต่ละกลยุทธ์ของบริษัท ผลิตภัณฑ์หรือบริการก็ได้
2. **การกำหนดเป้าหมาย (Targeting)** คือ การเลือกส่วนตลาดที่บริษัทเห็นว่ามีโอกาสในการเจริญเติบโต หรือทำให้บริษัทบรรลุเป้าหมายได้ รวมไปถึงการเลือกตลาดให้เหมาะสมกับความชำนาญและทรัพยากรที่บริษัทมีอยู่ เช่น การเลือกกลุ่มเป้าหมายลูกค้าชายที่มีรสนิยมดีและรายได้สูง
3. **การวางหรือการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท (Positioning)** คือ การสร้าง พัฒนา หรือกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทในใจของกลุ่มเป้าหมายเวลากลุ่มเป้าหมายเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันกับของคู่แข่งเช่น การวางตำแหน่งข้าวไรซ์เบอร์รี่ของบริษัทให้อยู่ในตำแหน่งพรีเมียม เนื่องจากบริษัทขายข้าวไรซ์เบอร์รี่ออร์แกนิกที่มีคุณค่าทางอาหารสูง

สำหรับการแบ่งส่วนตลาดในตลาดเกิดใหม่ ไม่ได้วัดจากรายได้ของผู้บริโภคหรือราคาเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงความจำเป็น (Needs) รสนิยม (Tastes) และลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological characteristics) อื่นๆ ด้วย ดังนั้น บริษัทจึงต้องทำความเข้าใจลูกค้าในแต่ละส่วน และออกแบบกลยุทธ์เพื่อให้เหมาะสมกับตลาดเกิดใหม่นั้นๆ ดังแสดงในตารางที่ 6-5 ที่แสดงให้เห็นถึงการแบ่งส่วนของตลาดในตลาดเกิดใหม่¹³

ตารางที่ 6-5 การแบ่งส่วนตลาดในตลาดเกิดใหม่ (Market segments in emerging economies)

ประเภทส่วนแบ่ง (Segments) ตามลักษณะสินค้า	ตลาดโลก (Global)	ตลาดระดับกลาง (Emerging middle class)		ตลาดท้องถิ่น (Local)	ตลาดล่าง (Bottom)
ราคา (rice)	ตลาดโลก	ตลาดโลก	ท้องถิ่น	ท้องถิ่น	ต่ำสุด
คุณภาพ (Quality)	ตลาดโลก	ตลาดโลก	ระดับโลก	ท้องถิ่น	ต่ำสุด
องค์ประกอบ (Features)	ตลาดโลก	ท้องถิ่น	ท้องถิ่น	ท้องถิ่น	น้อยที่สุด
ความได้เปรียบ (Advantages)	บริษัทข้ามชาติ (Multinationals)	มีการแข่งขันสูง (Battleground)	มีการแข่งขันสูง (Battleground)	บริษัทท้องถิ่น (Domestic)	บริษัทท้องถิ่น (Domestic)

¹² การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

<http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch6.htm>

¹³ Khanna, Tarun, & Palepu, Krishna G. (2010). Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, USA.

จากการพิจารณาปัจจัยหลัก 3 ประการในตลาดเกิดใหม่ ซึ่งคือ ราคา (Price) คุณภาพ (Quality) และ องค์ประกอบ (Features) ของสินค้าหรือบริการ Khanna and Palepu (2010) ได้แบ่งตลาดเกิดใหม่ออกได้ เป็น 4 ประเภท คือ ตลาดโลก (Global) ตลาดระดับกลาง (Emerging middle class) ตลาดท้องถิ่น (Local) และตลาดฐานล่าง (Bottom)¹⁴

1. **ตลาดโลก (Global)**คือ ตลาดที่ประกอบไปด้วยผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติและคุณภาพเท่าเทียมกับสินค้าที่จำหน่ายในประเทศที่พัฒนา (Developed countries) แล้วโดยผู้บริโภคเหล่านี้พร้อมที่จะจ่ายในราคาระดับโลก (Global price) ในภาคส่วนตลาดโลกนี้ เมื่อเมียนมาเปิดตัวมากขึ้น จะมีการดึงดูดบริษัทข้ามชาติ (Multinationals) จากตลาดที่พัฒนาแล้วเข้ามามากขึ้น เพราะผู้บริโภคในตลาดระดับโลกนี้ ต้องการสินค้าที่มีภาพลักษณ์ คุณสมบัติ คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าระดับโลกที่มาจากบริษัทข้ามชาติ ในช่วงแรกของการเปิดตลาด เป็นเรื่องปกติที่ตลาดยังคงขาดองค์กรตัวกลางในการดำเนินธุรกิจอยู่มากมาย เช่น การขาดแคลนบริษัทวิจัยทางการตลาด ทำให้บริษัทข้ามชาติ เช่น บริษัทข้ามชาติจากยุโรปขาดความเข้าใจในกลไกและรสนิยมของตลาดเมียนมาอย่างลึกซึ้งและแท้จริง อันเป็นข้อจำกัดและอุปสรรคต่อการเข้าไปลงทุนและดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงสูง แต่ถ้าสามารถดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ ผลตอบแทนก็จะสูงตาม ในระยะเริ่มแรกของการเปิดตลาด ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้กลยุทธ์การส่งออกผลิตภัณฑ์ระดับโลกไปยังตลาดเมียนมาได้ อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์นี้ไม่ยั่งยืน เมื่อตลาดเติบโตหรือเมื่อเมียนมาเริ่มมีองค์กรตัวกลางมากขึ้น บริษัทข้ามชาติจะย้ายเข้าไปลงทุนทำธุรกิจในเมียนมาเอง ผู้ประกอบการไทยที่ไม่ได้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เองจะไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทเจ้าของแบรนด์ได้ ผู้ประกอบการไทยที่มีแบรนด์เป็นของตัวเอง เมื่อเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก (First-mover advantage) สามารถสร้างความได้เปรียบในหลายๆ ด้านได้ เช่น บริษัทสามารถเข้าถึงทรัพยากรและตลาดในตลาดเป้าหมายได้ก่อน สามารถสร้างการรับรู้ ความแตกต่าง ความชื่นชอบ และความจดจำในตราสินค้าได้ก่อน ทำให้บริษัท ราคาสินค้าหรือบริการของบริษัทผู้บุกเบิกเป็นที่คุ้นหูคุ้นตา โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคยังไม่มีข้อมูลให้เปรียบเทียบ บริษัทผู้บุกเบิกสามารถขึ้นราคาของสินค้าหรือบริการให้เกิดการยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ บริษัทผู้บุกเบิกยังสามารถสร้างตนเองให้เป็นมาตรฐานของตลาดนั้นๆ ได้ เช่น การกำหนดเกณฑ์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้คงความได้เปรียบนี้ไว้ บริษัทต้องพัฒนาตนเองให้เหนือกว่าคู่แข่งที่ตามเข้ามาทีหลังในเวลาตลาดกำลังโตเพื่อรักษาฐานลูกค้าและส่วนแบ่งตลาดเอาไว้ให้ได้ ทั้งนี้ ในตลาดโลกนี้ บริษัทท้องถิ่นสามารถแข่งขันได้เช่นกัน ในประเทศตลาดเกิดใหม่ในประเทศอื่น บริษัทท้องถิ่นบางบริษัทสามารถคว้าส่วนแบ่งในตลาดโลกมาได้บ้าง โดยบริษัทเหล่านี้มีความสามารถในการผลิตสินค้าคุณภาพระดับโลก แต่นำเสนอสินค้าและบริการที่จัดเตรียมให้ตรงตามความรู้สึกของท้องถิ่นและแม้กระทั่งระดับชาติอย่างแท้จริง หรือความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชนชั้นนำของท้องถิ่น ทั้งบริษัทนานาชาติและบริษัทท้องถิ่นมีความจำเป็นต้องยึดขยายออกไปเพื่อแข่งขันในภาคส่วนชนชั้นกลางตลาดเกิดใหม่
2. **ตลาดระดับกลาง (Emerging middle class)**คือ ตลาดที่มีผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าหรือบริการที่อยู่ระหว่างระดับท้องถิ่นและระดับโลก ทั้งนี้อาจเป็นกรณีที่ผู้บริโภคอาจคาดหวังคุณภาพระดับโลก อาจยินดีจ่ายในราคาระดับโลก แต่ต้องการสินค้าหรือบริการที่ออกแบบมาเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของคนท้องถิ่น (Local features) เช่น ผู้บริหารจากประเทศอินเดียอาจเลือกพักที่โรงแรมที่มากกว่าที่จะพักโรงแรมโพธิ์ซันส์ หรือ เป็นกรณีที่ผู้บริโภคอาจมองหาสินค้าที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับระดับโลก (Near-

¹⁴Khanna, Tarun, & Palepu, Krishna G. (2010). Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution. Harvard Business Review Press. Boston, Massachusetts, USA.

global) แต่มีราคาและรูปแบบที่เป็นท้องถิ่น บริษัทจากต่างประเทศจำเป็นต้องปรับสินค้าของตัวเองให้สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น เพื่อที่จะขายได้ในราคาท้องถิ่นโดยต้องอาศัยข้อมูลและความรู้ของท้องถิ่น ในตลาดนี้ บริษัทท้องถิ่นอาจเป็นคู่แข่งสำคัญ เพราะสามารถแข่งขันกับบริษัทนานาชาติด้วยการนำส่งสินค้าที่มีคุณภาพและบริการที่ดีกว่าในราคาเท่ากันหรือถูกกว่า อีกทั้ง การออกแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์และคุณลักษณะตรงใจกับความต้องการของลูกค้าท้องถิ่นจะทำให้สามารถขายได้ดีขึ้น

3. **ตลาดท้องถิ่น (local market)** คือ บริษัทในพื้นที่ที่มีความได้เปรียบตรงที่มีประสบการณ์ธุรกิจมาอยู่ก่อนแล้ว อีกทั้งยังมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่เป็นอย่างดี บริษัทท้องถิ่นมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันในภาคส่วนท้องถิ่นทั้งการปรับสินค้าให้เหมาะสมและการหาหนทางบรรเทาปัญหาการขาดแคลนนั่น (Navigate void) ในระยะยาว ลูกค้าที่เคยอยู่ในตลาดนี้เมื่อมีฐานะดีขึ้นก็จะขยับขึ้นไปเป็นลูกค้าในระดับตลาดชั้นกลาง และในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคที่เคยมีรายได้น้อยอยู่ในตลาดล่าง ก็จะยกระดับขึ้นมาเป็นลูกค้าในระดับนี้แทน ตัวอย่างลูกค้าตลาดท้องถิ่น เช่น ครวเรือนที่ต้องการซื้อเครื่องซักผ้าที่มีความน่าเชื่อถือระดับโลก แต่ได้รับการออกแบบมาสอดคล้องกับข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นเช่น ข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ การขาดแคลนพลังงานไฟฟ้า การขาดแคลนน้ำ เป็นต้น กินไฟมากน้อยแค่ไหน ใช้น้ำเปลืองหรือเปล่า รวมไปถึงราคาที่คุณท้องถิ่นยอมรับได้
4. **ตลาดล่าง (Bottom market)** คือ ประกอบด้วยผู้บริโภคที่รายได้น้อยมาก และซื้อหาได้เฉพาะสินค้าที่มีราคาต่ำสุด ในระยะแรกของการเปิดตลาดของประเทศเกิดใหม่บริษัทท้องถิ่นที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้วในพื้นที่มีความได้เปรียบอย่างชัดเจนเหนือบริษัทต่างชาติในตลาดนี้

ทั้งนี้ Ichii, Hattori, และ Michael¹⁵ ได้สรุปว่า บริษัทจากญี่ปุ่นไม่ค่อยประสบความสำเร็จในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่ โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับความสำเร็จของบริษัทจากประเทศเกาหลีใต้โดยมีสาเหตุสำคัญมาจาก

- ก. บริษัทญี่ปุ่นมักจะทำให้ความสำคัญกับตลาดบน โดยไม่ค่อยสนใจตลาดกลางและตลาดล่าง ในขณะที่นักลงทุนจากเกาหลีใต้จะมุ่งเน้นที่ตลาดล่าง เพื่อให้สามารถยึดครองส่วนแบ่งการตลาดที่สูง อันส่งผลให้ธุรกิจมีอำนาจต่อรองทางธุรกิจกับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งท้องถิ่นในตลาดเกิดใหม่ ซึ่งสามารถใช้เป็นรากฐานให้กับการขยายตัวในอนาคต
- ข. บริษัทมักจะเข้าไปในตลาดเกิดใหม่ โดยไม่คิดจะอาศัยขีดความสามารถของธุรกิจท้องถิ่น ซึ่งอาจจะดำเนินการด้วยการควบรวมธุรกิจกับธุรกิจท้องถิ่นหรือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งเป็นวิธีที่จะอำนวยความสะดวกให้สามารถขยายส่วนแบ่งการตลาดและสร้างเครือข่ายการกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
- ค. บริษัทญี่ปุ่นขาดความมุ่งมั่นและไม่ทุ่มเททั้งด้านการเงินและด้านองค์กรให้กับธุรกิจในตลาดเกิดใหม่ในระดับที่ควรจะเป็น โดยยังให้ความสำคัญอย่างมากกับธุรกิจของตนในญี่ปุ่น อเมริกา และยุโรป
- ง. บริษัทญี่ปุ่นไม่ลงทุนในบุคลากร โดยสังเกตที่จะส่งผู้บริหารระดับสูงมาประจำในตลาดเกิดใหม่หรือไม่สนับสนุนผู้บริหารที่เป็นคนท้องถิ่น ทำให้ขาดบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในพื้นที่

¹⁵Shigeki Ichii, Susumu Hattori, and David Michael (2012). How to Win in Emerging Markets: Lessons from Japan. Harvard Business Review May 2012. 126-130.

ในการเข้าสู่ตลาดกลางและตลาดล่าง ซึ่งผู้บริโภคจะมีกำลังซื้อไม่สูงนัก ผู้ประกอบการจะต้องมีขีดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมสินค้าที่ตอบสนองความต้องการและเงื่อนไขของท้องถิ่นในราคาที่ไม่น่าแพง โดยไม่ใช่นำสินค้าที่จำหน่ายในตลาดที่พัฒนาแล้ว มาปรับลดหรือถอดขีดความสามารถหรือคุณสมบัติ (Features) ของสินค้าลงเพื่อให้ราคาถูกลง แต่จะต้องเป็นนวัตกรรมที่เป็นลักษณะนวัตกรรมแบบประหยัด (Frugal Innovation) ซึ่งเป็นการคิดใหม่ทำใหม่บนฐานความรู้ความเข้าใจของสภาพและความต้องการของท้องถิ่น เช่น ไม่ควรนำโทรศัพท์มือถือที่จำหน่ายในตลาดประเทศที่ร่ำรวยมาถอดคุณสมบัติออกแล้วไปจำหน่ายในชนบทในตลาดเกิดใหม่ ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในชนบทในตลาดเกิดใหม่มีความต้องการลักษณะหรือคุณสมบัติที่โทรศัพท์ที่ขายในตลาดบนไม่มี เช่น เนื่องจากปัญหาการขาดแคลนสาธารณูปโภคด้านไฟฟ้า แบตเตอรี่โทรศัพท์จะต้องใช้ได้นานเป็นพิเศษ และโทรศัพท์ควรสามารถใช้แทนไฟฉายได้¹⁶ เป็นต้น

ในประเด็นของการสร้างสายสัมพันธ์กับท้องถิ่นนั้น การศึกษาผลงานของบริษัทต่างชาติที่ลงทุนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่พบว่า ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดล่างในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่มักจะดำเนินกลยุทธ์ที่สำคัญดังนี้¹⁷

- ก. มีการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรอื่นนอกเหนือจากคู่ค้าทางธุรกิจ (เช่น ซัพพลายเออร์ หรือ ลูกค้า)
 - ตระหนักถึงการสร้างพันธมิตรกับองค์กรที่เป็นธุรกิจและองค์กรที่ไม่ใช่ธุรกิจ เช่น ชุมชน และหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น
 - ให้ความสำคัญกับการสร้างสายสัมพันธ์กับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร
- ข. ร่วมกันคิดค้นข้อเสนอที่สอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริง
 - ร่วมกันคิดค้นทั้งสินค้าและรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model)
 - รับฟังความเห็นจากลูกค้าหรือเปิดโอกาสให้ลูกค้าทำการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสินค้าที่นำเสนอได้
 - ทำงานร่วมกับผู้กระจายสินค้าหลายราย ซึ่งจะทำให้การปรับสินค้าให้สอดคล้องกับลูกค้าก่อนที่จะทำการจำหน่าย
- ค. สร้างขีดความสามารถในพื้นที่
 - ตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันต่างๆที่ตั้งอยู่ในพื้นที่
 - ช่วยพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการท้องถิ่น
 - มองการขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเป็นโอกาสทางธุรกิจ

¹⁶International Institute for Management Development 2014. Frugal innovation: Creating and capturing value in emerging markets. INSIGHTS IMD No. 31.

¹⁷Ted London and Stuart L Hart. 2004. Reinventing strategies for emerging markets: beyond the transnational model. Journal of International Business Studies 35, 350-370.

6.2 กรอบความคิดในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalization)

6.2.1 กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

6.2.1.1 รูปแบบในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Entry Mode)

ก่อนการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ บริษัทจำเป็นต้องพิจารณาถึงประเด็นทางธุรกิจที่สำคัญต่างๆ ดังต่อไปนี้^{18 19} เพื่อเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จและลดโอกาสที่จะเกิดความเสียหายกับธุรกิจ

1 ต้นทุนในการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดนั้นเป็นอย่างไร (Cost in entry decision)

การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศย่อมต้องมีค่าใช้จ่ายมากมาย ดังนั้น บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึงความห่างไกลของประเทศเป้าหมาย ยิ่งประเทศเป้าหมายอยู่ไกลเท่าใด ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น

2 ความห่างไกล (ความแตกต่าง) ทางวัฒนธรรมและสถาบันของตลาดนั้นเป็นอย่างไร (Cultural and institutional distance)

ประเด็นความแตกต่างทางวัฒนธรรม กรอบความคิด ทักษะและความเชื่อต่างๆ ของประเทศเป้าหมายของการลงทุนเป็นสิ่งสำคัญมาก ยิ่งประเทศเป้าหมายมีความแตกต่างทางแนวคิดและวัฒนธรรมเท่าใด ยิ่งต้องมีค่าใช้จ่ายในการจัดการกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้นด้วย

3 พร้อมทั้งจะรับภาระในความเป็นชาวต่างชาติหรือไม่ (Liability of foreignness)

นักธุรกิจต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในประเทศอื่นจะต้องรับภาระจากความเป็นชาวต่างชาติในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นในแง่การปฏิบัติตามข้อกำหนดของประเศนั้นๆ การถูกเลือกปฏิบัติ หรือการปรับตัวให้เข้ากับ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ภาษาและสังคมท้องถิ่นนั้น เป็นต้น

4 พร้อมทั้งจะควบคุมและรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจหรือไม่ (Control and commitment)

นักธุรกิจที่ต้องการนำบริษัทเข้าสู่ตลาดต่างประเทศต้องพร้อมที่จะจัดการกับความไม่แน่นอนทั้งภายในและภายนอกบริษัท เช่น การบริหารพนักงานสัญชาติเดียวกันและต่างสัญชาติ เป็นต้น

5 จะเลือกเวลาไหนที่จะเข้าตลาด (Timing to entry)

นอกจากจะวิเคราะห์จุดยืนในตลาดแล้ว ยังต้องวิเคราะห์ถึงจุดยืนของคู่แข่งอีกด้วย ดังนั้น การเลือกเวลาเข้าสู่ตลาดมีความสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นผู้เข้าสู่ตลาดก่อน (First-mover) หรือจะเป็นผู้ตามหลัง (Late-comer) ไม่ว่าจะเป็นเข้าตลาดในช่วงเวลาใด ล้วนมีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบที่ต่างกันออกไป เช่น ข้อได้เปรียบของการเป็นรายแรกที่เข้าตลาด คือ การสร้างความสามารถในการเข้าถึงตลาดและทรัพยากรในประเทศเป้าหมายได้ก่อนใครเพื่อน ทำให้เพิ่มโอกาสในการทำให้ตราสินค้าเป็นที่คุ้นเคย อันจะทำให้ผู้บริโภคพร้อมที่จะเลือกสินค้านั้นก่อนสินค้าตัวอื่นๆ นอกจากนี้ บริษัทที่เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรกยังมีโอกาสในการซื้อสินทรัพย์ หรือต่อรองกับผู้ผลิตได้ในราคาที่ต่ำกว่าในฐานะที่เป็นผู้ผลิตเจ้าแรกที่ยังไม่มีคู่แข่ง ยิ่งตลาดยิ่งน่าดึงดูด ปริมาณคู่แข่งหน้าใหม่ยิ่งเพิ่มขึ้น ดังนั้น ข้อควรระวังคือบริษัทต้องทำการพัฒนาตนเองให้เหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ เพราะมีสิทธิ์เสียตลาดให้คู่แข่งหน้าใหม่ได้ตลอดเวลา สำหรับบริษัทที่มาทีหลังมีข้อ

¹⁸ Hill, Charles W., Wee, Chow Hou, &Udayasanker, Krishna. 2012. International Business: An Asian Perspective. Mc-Graw Hill Education, Singapore.

¹⁹ Global Marketing Strategies. <http://www.slideshare.net/kingkongzaa/5-gm-market-entry>

ได้เปรียบคือสามารถศึกษา หรือเลียนแบบกลยุทธ์ของผู้ที่อยู่ในตลาดมาก่อนได้ ทั้งในกรณีที่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเพื่อนำมาเป็นบทเรียนในการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัท

เมื่อธุรกิจระหว่างประเทศสามารถเลือกประเทศเป้าหมายทางการตลาดได้แล้ว จะถึงขั้นตอนและกระบวนการที่จะเข้าไปดำเนินการในประเทศเป้าหมาย ซึ่งกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดในประเทศใหม่นั้นมีหลายวิธี สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 วิธีหลัก คือ^{20 21}

- การค้าขายกับต่างประเทศ(Trade-based entry mode) ผ่านการส่งออก
- การทำสัญญา (Contract-based entry mode)
- การลงทุน (Investment-based entry mode) ซึ่งประกอบไปด้วยการลงทุนทางอ้อมและการลงทุนทางตรง

ก. การค้าขายกับต่างประเทศผ่านการส่งออก

การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศโดยการค้าขายกับต่างประเทศเป็นหลักประกอบไปด้วย

- การส่งออกทางตรง (Direct exporting) เป็นการส่งออกซึ่งบริษัทผู้ขายติดต่อกับผู้ซื้อในต่างประเทศโดยตรง โดยไม่อาศัยคนกลางในประเทศช่วยเหลือ การส่งออกทางตรงนี้อาจใช้พนักงานขายเพื่อการส่งออก หรือผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศที่ได้ถูกแต่งตั้งโดยบริษัทผู้ขายก็ได้ ข้อดีของวิธีการนี้ คือบริษัทสามารถควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจทุกขั้นตอนได้เต็มที่ แต่ข้อเสียคือมีความเสี่ยงสูงและต้นทุนในการกระจายสินค้าสูงเนื่องจากต้องใช้ทรัพยากรในด้านต่างๆ ในการดำเนินการส่งออกมากมาย เช่น การลงทุนในด้านทรัพยากรมนุษย์ และยิ่งถ้าบริษัทไม่มีความเชี่ยวชาญในการส่งออกและในตลาดที่จะเจาะเข้าไปจะทำให้ประสบปัญหาได้ง่าย นอกจากนี้การส่งออกยังมีความละเอียดอ่อนต่อการกีดกันทางการค้า เช่น กฎหมาย ภาวะเปียบเงินบาทต่างๆ
- การส่งออกทางอ้อม (Indirect exporting) คือ ผู้ขายส่งออกผ่านบริษัทตัวแทนหรือคนกลางภายในตลาดต่างประเทศให้ติดต่อกับผู้ซื้อ ข้อดีคือเป็นลักษณะการส่งออกที่มีความเสี่ยงต่ำเนื่องจากส่งออกผ่านบริษัทตัวแทนที่มีความเชี่ยวชาญในการส่งออก หรือผ่านคนกลางภายในต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดนั้นๆ เหมาะสำหรับธุรกิจที่ไม่มีความพร้อม ความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการส่งออก อีกทั้งยังใช้ทรัพยากรของบริษัทผู้ขายน้อยมาก ทำให้ลดความเสี่ยงได้มาก ข้อเสียคือบริษัทผู้ขายมีอำนาจในการควบคุมต่ำ มีโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศต่ำ และขาดการเรียนรู้ในตลาดต่างประเทศ

ข. การทำสัญญา

การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศผ่านการทำสัญญาประกอบด้วยช่องทางหลักต่อไปนี้

²⁰ Hill, Charles W., Wee, Chow Hou, &Udayasanker, Krishna. 2012. International Business: An Asian Perspective. Mc-Graw Hill Education, Singapore.

²¹Global Marketing Strategies. <http://www.slideshare.net/kingkongzaa/5-gm-market-entry>

- สิทธิบัตรในการดำเนินธุรกิจ (Licensing) คือ รูปแบบการเข้าตลาดในต่างประเทศโดยผู้ถือสิทธิบัตรอนุญาตให้บริษัทอื่นขยายธุรกิจไปต่างประเทศได้ เช่น สิทธิในการผลิต เป็นต้น ผู้ได้รับสิทธิต้องดำเนินการตามข้อตกลงที่อยู่ในสัญญาการซื้อขายสิทธิบัตร ข้อดีคือสามารถเข้าตลาดต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว มีความเสี่ยงต่ำ และสามารถใชสิทธิบัตรเป็นตัวช่วยหลีกเลี่ยงกำแพงภาษีสินค้า และการกีดกันการค้ารูปแบบอื่นๆ ได้ ข้อเสียคือขีดจำกัดในการควบคุม เจ้าของสิทธิบัตรจะสูญเสียโอกาสในการเรียนรู้ตลาดต่างประเทศเพราะไม่ได้เป็นผู้เข้าไปดำเนินการเอง เสี่ยงกับการเสียชื่อเสียงในกรณีที่ผู้ได้รับสิทธิบัตรทำความผิดพลาด และเมื่อสัญญาจบสิ้น ผู้ได้รับสิทธิบัตรอาจกลายมาเป็นคู่แข่งได้
- แฟรนไชส์ (Franchise) คือ หนึ่งในกลยุทธ์เข้าตลาดต่างประเทศที่คล้ายๆ กับการใช้สิทธิบัตร เพียงแต่ระบบแฟรนไชส์เข้มงวดในเรื่องการดำเนินการมากกว่า มีการกำหนดแผนการผลิต การตลาด หรือแม้แต่แผนการดำเนินงานของแฟรนไชส์ซี หรือผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์ ข้อดีคือแฟรนไชส์ซีรู้จักลูกค้าในตลาดท้องถิ่นของตนเอง และเนื่องมาจากรายได้ของแฟรนไชส์ซีขึ้นอยู่กับความสามารถของแฟรนไชส์ซีเอง ดังนั้น จึงเป็นการช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตลาดและพัฒนาธุรกิจ ข้อเสียคือเจ้าของแฟรนไชส์ไม่สามารถได้รับผลตอบแทนได้มากเท่ากับการลงทุนเอง ต้องมีการแบ่งผลประโยชน์กับแฟรนไชส์ซี และเช่นเดียวกับสิทธิบัตร แฟรนไชส์ซีสามารถกลายเป็นคู่แข่งได้เมื่อสัญญาหมด
- สัญญาจ้างผลิต (Contract manufacturing) คือ การเข้าตลาดต่างประเทศโดยเจ้าของสินค้าจ้างบริษัทต่างประเทศเป็นตัวแทนในการผลิต ข้อดีคือเจ้าของสินค้าไม่ต้องลงทุนในการผลิตเอง ข้อเสียคือผู้ว่าจ้างต้องควบคุมผู้ถูกว่าจ้างอย่างใกล้ชิด เกิดปัญหาสินค้าปลอมแปลงหรือการลอกเลียนแบบขึ้นได้ และบริษัทที่ถูกว่าจ้างผลิตอาจกลายเป็นคู่แข่งได้

นอกจากนี้ กลยุทธ์การเข้าสู่ต่างประเทศผ่านการทำสัญญายังมีแบบ Technology transfer project เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ หรือ Subcontracting ที่รับจ้างผลิต หรืออาจเป็น Turnkey project ที่รับจ้างเหมาเบ็ดเสร็จ เช่น การสร้างโรงงานตั้งแต่ออกแบบ วางแผน ก่อสร้าง ติดตั้งเครื่องจักร อบรมบุคลากร เดินเครื่องจักร จนกระทั่งโอนโรงงานให้เจ้าของโครงการที่จ้าง

ค. การลงทุน

รูปแบบในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศผ่านการลงทุนทางตรงประกอบไปด้วย

- การสร้างสายการผลิตเอง (Wholly-owned subsidiaries) คือ กลยุทธ์ที่บริษัทแม่เข้าไปลงทุนในต่างประเทศเองทั้งหมด โดยทั่วไปแล้วบริษัทแม่จะจัดตั้งบริษัทในต่างประเทศนี้เป็นบริษัทในเครือ โดยที่เจ้าของบริษัทแม่นั้นถือหุ้นเองทั้งหมด ข้อดีคือธุรกิจในประเทศอยู่ภายใต้การควบคุมทั้งหมด บริษัทแม่สามารถบริหารควบคุมได้อย่างเต็มที่ ลดความเสี่ยงต่อการสูญเสียองค์ความรู้ ทักษะหรือวิธีการ (Business know-how) ต่อบริษัทอื่น และสามารถลดต้นทุนในการนำเข้า ส่งออกและการขนส่ง ข้อเสียคือใช้เงินทุนสูง และใช้เวลาในการเข้าตลาดนานเพราะต้องเสียเวลาดำเนินการก่อตั้งธุรกิจในตลาดต่างประเทศ อาจถูกกีดกันจากประเทศเป้าหมายและเสี่ยงต่อปัจจัยภายนอกต่างๆ ของประเทศเป้าหมายนั้นๆ
- บริษัทร่วมทุน (Joint venture) คือ การร่วมลงทุนระหว่าง 2 บริษัทขึ้นไปเพื่อร่วมกันดำเนินธุรกิจในรูปของการใช้เงินลงทุนร่วม การใช้เทคโนโลยีร่วม หรือทักษะอื่นๆ เป็นต้น ส่วนใหญ่

โครงการที่จะร่วมทุนนั้น มักจะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก หรือไม่ก็ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสูงในการผลิต ซึ่งบริษัทเพียงบริษัทเดียวอาจจะไม่มีความสามารถเพียงพอต่อการรับงานนั้นๆ แต่แต่ละฝ่ายมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงตามที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา ข้อดีคือช่วยลดต้นทุนในโครงการต่างๆ ผ่านการกระจายค่าใช้จ่ายระหว่างบริษัทที่ทำการตกลงร่วมทุน ใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ ทักษะและความสามารถของบริษัทร่วมทุน ข้อควรระวังคือการป้องกันการสูญเสียทักษะและความรู้ที่เป็นจุดแข็งไปสู่บริษัทร่วมทุน และความท้าทายในการบริหารจัดการประเด็นต่างๆ เช่น วัตถุประสงค์ที่ไม่ตรงกัน เป็นต้น

- การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Business strategic alliance) คือ รูปแบบการเข้าตลาดต่างประเทศผ่านการใช้ความร่วมมือจากพันธมิตร โดยเหตุผลในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรนั้นหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเพื่อ
 - การดำเนินกลยุทธ์แบบป้องกัน (Defend) เป็นการสร้างพันธมิตรของผู้นำตลาดเพื่อป้องกันและปกป้องตลาดธุรกิจหลัก ดังนั้น การร่วมพันธมิตรกับผู้นำตลาดจะยิ่งเพิ่มความแข็งแกร่ง
 - การดำเนินกลยุทธ์แบบตามจับ (Catch up) เป็นการสร้างพันธมิตรของธุรกิจหลักที่ไม่ได้เป็นผู้นำตลาด จุดประสงค์เพื่อให้การเป็นพันธมิตรช่วยให้ธุรกิจหลักของตนก้าวทันผู้นำตลาดได้
 - การดำเนินกลยุทธ์เพื่อคงสภาพ (Remain) เป็นการสร้างพันธมิตรโดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับการดำเนินงานของธุรกิจเสริม ให้ธุรกิจเสริมคงความแข็งแกร่งเอาไว้ได้
 - การดำเนินกลยุทธ์เพื่อปรับโครงสร้าง (Restructure) เป็นการสร้างพันธมิตรที่จะมาช่วยแก้ปัญหาของธุรกิจตน เช่น ปัญหาอันเนื่องมาจากการขาดความเชี่ยวชาญ การขาดความรู้ การขาดเทคโนโลยี เป็นต้น
- ข้อดีคือการเป็นพันธมิตรในตลาดระหว่างประเทศจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การเรียนรู้ต้นทุน (Economies of scale) ส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างคุ้มค่า มีความเสี่ยงต่ำกว่าการดำเนินธุรกิจโดยลำพัง และปรับเปลี่ยนคู่แข่งมาเป็นพันธมิตรผู้หาประโยชน์ร่วมกัน ข้อเสียคืออาจเกิดการรั่วไหลของความรู้และเทคโนโลยี และธุรกิจที่เคยเป็นพันธมิตรสามารถกลายมาเป็นคู่แข่งได้เสมอ
- การเข้าถือครองธุรกิจ (Business acquisition) เป็นรูปแบบการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศผ่านการควบรวมกิจการท้องถิ่น ประกอบไปด้วย
 - การควบรวม (Merger) เป็นการควบรวมธุรกิจกับธุรกิจท้องถิ่นที่รวมการบริหาร การดำเนินงาน ต้นทุน และทรัพย์สินของหลายธุรกิจเข้าเป็นธุรกิจเดียว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
 - การเข้าถือครองสิทธิ์ (Acquisition) เป็นการซื้อธุรกิจในตลาดท้องถิ่น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้มีความเป็นเจ้าของของธุรกิจท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจและสิทธิ์ขาดในการบริหารดูแลและควบคุม
 - การเข้ายึดครอง (Takeover) เป็นการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศโดยการเข้าควบคุมกิจการผ่านการซื้อหุ้นหรือซื้อกิจการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้มีความเป็นเจ้าของของธุรกิจ

ท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจและสิทธิ์ขาดในการบริหารดูแลและควบคุม เป็นการเข้ายึดครองโดยผู้ถูกซื้อไม่สมัครใจหรือยินดีกับการถูกเข้าควบคุมกิจการ

- ข้อดีคือมีสิทธิและอำนาจในการบริหารจัดการเต็มที่ ได้ครอบครองธุรกิจในตลาดท้องถิ่นอย่างสมบูรณ์แบบและทำให้ตลาดท้องถิ่นมีจำนวนคู่แข่งลดน้อยลง ข้อเสียคือใช้เงินลงทุนสูง มีโอกาสก่อให้เกิดความขัดแย้งกับธุรกิจท้องถิ่นที่ไม่ยินดีให้ถูกเข้าครอบครอง หรือเสี่ยงกับการไม่สามารถจัดการกับความแตกต่างของวัฒนธรรมองค์กรที่เข้าควบคุมได้
- การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ทั้งระบบ (Greenfield) เป็นการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศด้วยการเริ่มธุรกิจใหม่ทั้งระบบเป็นการลงทุนที่เริ่มดำเนินงานตั้งแต่แรก มักได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่นเป็นรูปแบบการเข้าตลาดต่างประเทศผ่านสัมปทานรับเหมาแบบเบ็ดเสร็จ โดยประเทศที่กำลังพัฒนามักเสนอข้อเสนอที่น่าสนใจเพื่อให้ธุรกิจจากประเทศที่พัฒนาแล้วเข้ามาลงทุนข้อดีคือควบคุมการดำเนินงานในตลาดใหม่ได้เต็มที่ เสี่ยงเรื่องความขัดแย้งต่ำเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่นในตลาดใหม่ที่เข้าไปดำเนินงาน ข้อเสียคือค่าใช้จ่ายสูง ใช้ระยะเวลายาวนานในการเข้าสู่ตลาด และเสี่ยงต่อปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น ทางด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น

6.2.1.2 รูปแบบในการบริหารจัดการธุรกิจ在不同ประเทศ

รูปแบบในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และรูปแบบที่จะนำมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจที่ได้ขยายเข้าไปในต่างประเทศจะมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมื่อผู้บริหารตัดสินใจเลือกประเทศเป้าหมายในตลาดต่างประเทศได้แล้ว จำเป็นต้องคำนึงรูปแบบในการบริหารจัดการธุรกิจในประเทศเป้าหมายด้วย โดยสามารถจำแนกออกเป็น 5 แนวทางหลักดังนี้^{22 23}

1. **Multidomestic strategy** เป็นกลยุทธ์ที่เน้นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าท้องถิ่นเป็นหลัก โดยบริษัทลูกหรือสาขาในแต่ละประเทศมีความเป็นอิสระต่อบริษัทแม่สามารถตัดสินใจในแง่การตลาดได้ ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าหรือการบริการ เป็นต้น เพื่อให้มีลักษณะเฉพาะเหมาะกับแต่ละประเทศนั้นๆ
2. **Regional strategy** เป็นกลยุทธ์ที่คล้ายกับ Multidomestic strategy โดยเน้นการเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเดียวกัน
3. **Transnational strategy** เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการแข่งขันเชิงรุก เพื่อตีตลาดคู่แข่งที่มีอยู่เดิมและเป็นคู่แข่งที่แข็งแกร่งในท้องถิ่น โดยเน้นการปรับสินค้าและบริการเพื่อให้ตรงกับรสนิยมของลูกค้าท้องถิ่น เป็นกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบจากที่ตั้ง (Location) ผสมกลยุทธ์ของบริษัทแม่กับกลยุทธ์ภายในประเทศของบริษัทในเครือกับตลาดท้องถิ่น
4. **International strategy** เป็นกลยุทธ์การตลาดแบบสากล เน้นการขายสินค้าและให้บริการแบบเดียวกันทั่วโลก บริษัทแม่เป็นคนวางรูปแบบการบริหารจัดการ บริการและพัฒนาสินค้า อำนาจการตัดสินใจถูกรวมไว้ที่บริษัทแม่
5. **Global strategy** เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการผลิตแบบศูนย์รวม ให้ผลิตได้จำนวนมากๆ เพื่อให้บรรลุถึงการประหยัดจากขนาด หรือที่เรียกว่า Economies of Scale กลยุทธ์นี้เน้นความเป็น

²² Hill, Charles W., Wee, Chow Hou, &Udayasanker, Krishna. 2012. International Business: An Asian Perspective. Mc-Graw Hill Education, Singapore.

²³ Global Marketing Strategies. <http://www.slideshare.net/kingkongzaa/5-gm-market-entry>

สากลของสินค้าและบริการให้สินค้าและบริการในทั่วโลกเป็นแบบเดียวกัน มีมาตรฐานเดียวกันทั้งโลก มุมมองของบริษัทที่ใช้กลยุทธ์นี้ที่ต่อตลาดในประเทศต่างๆ ทั่วโลกนั้นคือมองโลกเป็นตลาดเดียว มีบริษัทแม่เป็นหลัก ที่ทำหน้าที่ควบคุมบริษัทลูกทั้งหมดให้อยู่ภายใต้การควบคุมดูแล

ในการเลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดเมียนมานั้น การศึกษาเห็นว่า ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากการค้าการขนส่งชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา เป็นสะพานที่จะนำผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนในเมียนมาได้โดยสะดวกขึ้น ทั้งนี้การประเมินโอกาสการลงทุนในเมียนมาในการศึกษาอื่นๆ ที่ผ่านมามีไม่ได้วิเคราะห์ถึงรูปแบบของธุรกิจและโอกาสที่จะเชื่อมโยงกับการผลิตและการดำเนินงานในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการพิจารณาถึง การลงทุนในเมียนมาที่แยกเป็นเอกเทศกับการประกอบธุรกิจที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น การลงทุนในการผลิตและบริการในเมียนมา ที่พึ่งวัตถุดิบในเมียนมา แล้วจำหน่ายในตลาดเมียนมา เป็นต้น

เนื้อหาในบทนี้เป็นการนำเสนอกรอบความคิดที่เป็นหลักการหลักของการศึกษาและวิเคราะห์ในงานวิจัย ซึ่งการวิเคราะห์ศักยภาพของสินค้าไทยและนักลงทุนไทยในตลาดเมียนมาที่จะดำเนินการต่อไปจะดำเนินการภายใต้หลักคิดที่นำเสนอในที่นี้

6.2.1.3 กรอบความคิดในการเข้าสู่ตลาดเมียนมา

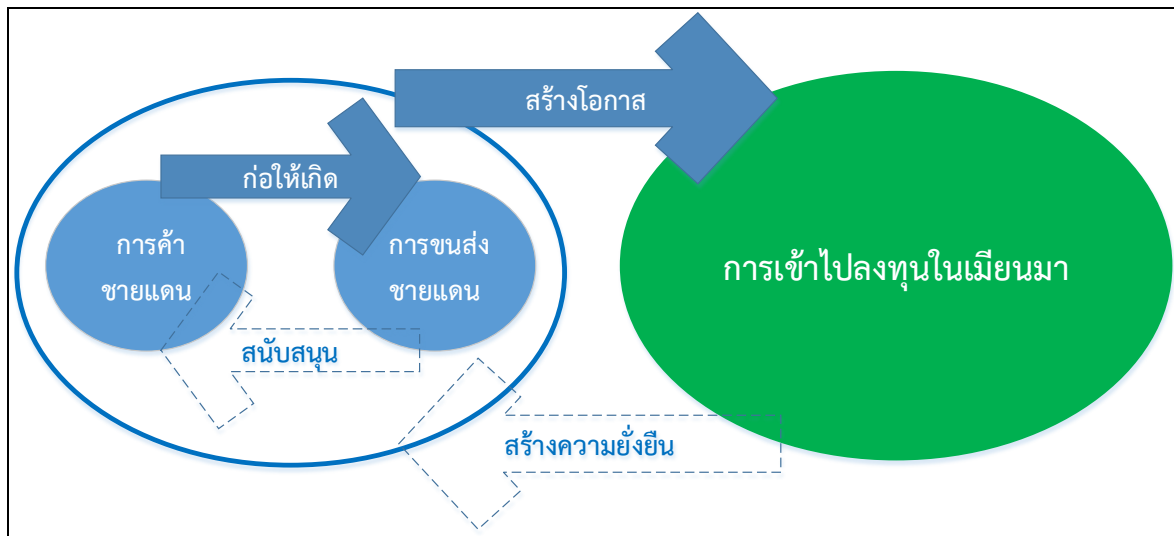
แนวความคิดที่ใช้เป็นกรอบในการดำเนินการพิจารณาแนวทางในการเข้าสู่ตลาดเมียนมาในรายงานฉบับนี้ มีอยู่ 3 กรอบแนวความคิดหลักด้วยกัน ประกอบด้วย

- 1) การเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน การขนส่งข้ามแดน และการลงทุนในเมียนมา
- 2) การเชื่อมโยงของเครือข่ายการผลิตภายใต้การดำเนินงานในรูปแบบ Global Value Chain (GVC)
- 3) การสร้างมูลค่าของกิจกรรมใน Value Chain

โดยแต่ละแนวความคิดมีรายละเอียด ดังนี้

ก. กรอบความคิด 1 - การเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน การขนส่งข้ามแดน และการลงทุนในเมียนมา

การวิจัยฉบับนี้จึงได้กำหนดกรอบความคิดที่แตกต่างจากการศึกษาที่ผ่านมา โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน การขนส่งชายแดน และการลงทุนในเมียนมา ดังแสดงในภาพที่ 6-1 ซึ่งได้ฉายภาพให้เห็นถึงความสัมพันธ์ใน 2 ระดับ ความสัมพันธ์ระดับแรกเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการค้าข้ามแดนกับการขนส่งข้ามแดน ส่วนความสัมพันธ์ระดับที่สองเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการค้าและการขนส่งข้ามแดนผ่านด่านแม่สอดกับการขยายการลงทุนเข้าไปในเมียนมา



ภาพที่ 6-1 ความสัมพันธ์ระหว่างการค้าชายแดน การขนส่งชายแดน และการออกไปลงทุนในเมียนมา

ในประเด็นของความสัมพันธ์ระดับแรก การค้าข้ามแดนเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นต้นกำเนิดของการขนส่งข้ามแดน ซึ่งเป็นไปตามหลักทฤษฎีที่ว่า ความต้องการบริการขนส่งและโลจิสติกส์เป็นความต้องการตาม (Derived Demand) โดยบริการขนส่งและโลจิสติกส์เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้การค้าและการผลิตสามารถส่งมอบสินค้าและบริการสมตามเป้าหมายของธุรกิจ หากไม่มีการค้าหรือการผลิต ก็จะไม่มีความต้องการขนส่งและโลจิสติกส์ตามไปด้วย แสดงเป็นนัยว่า การส่งเสริมการขนส่งข้ามแดนของผู้ประกอบการไทยนั้น ควรดำเนินการสัมพันธ์ไปกับการส่งเสริมการค้าชายแดน การขยายตัวของการค้าชายแดนของสินค้าไทยย่อมเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้การขนส่งข้ามแดนโดยผู้ประกอบการไทย

สำหรับความสัมพันธ์ระดับที่สอง ความสัมพันธ์ทางธุรกิจและเครือข่ายทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการเมียนมาที่มีอยู่แล้วภายใต้การค้าและการขนส่งข้ามแดน ช่วยเปิดโอกาสและช่วยลดความเสี่ยงในการที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนผลิตหรือค้าขายในเมียนมา เพราะช่วยให้นักลงทุนไทยไม่จำเป็นต้องเริ่มสร้างทุกอย่างจากศูนย์ แต่สามารถอาศัยช่องทางทางธุรกิจที่มีอยู่แล้วกับธุรกิจท้องถิ่น ไปขยายการลงทุนทั้งการผลิตและการค้าเข้าไปในประเทศเมียนมา และในทางกลับกัน เราสามารถใช้ธุรกิจหรือการปฏิบัติการที่อยู่ในเมียนมา เป็นบันไดเพื่อสร้างอำนาจต่อรองให้กับธุรกิจไทยในตลาดเมียนมา อันจะกลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนหรือสนับสนุนให้การค้าชายแดนเกิดการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ข. กรอบความคิด 2 - กรอบการดำเนินการผลิตและประกอบธุรกิจในรูปแบบ Global Value Chain (GVC)

เป็นกรอบความคิดที่เราสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการเชื่อมโยงการค้าชายแดนกับการลงทุนในเมียนมา ทั้งนี้ ภายใต้กรอบการดำเนินงานในรูปแบบ Global Value Chain กระบวนการผลิตสินค้าและกระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานไปจนถึงมือผู้บริโภค จะถูกซอยย่อยเป็นหลายส่วนหรือหลายขั้นตอน และฐานการผลิตและฐานปฏิบัติการในแต่ละส่วนของการผลิตและการดำเนินงาน จะกระจายไปอยู่ในทำเลในประเทศต่างๆที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตและการดำเนินงาน โดยพิจารณาจากปัจจัย

สถานะแวดล้อมทางธุรกิจของแต่ละทำเลที่ตั้ง ในหลายๆ มิติ ทั้งนี้ ในการดำเนินงานภายใต้ Global Value Chain ฐานการผลิตไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ใกล้ลูกค้าเสมอไป การเลือกทำเลที่ตั้งของการผลิตและการปฏิบัติการอาจคำนึงถึงข้อได้เปรียบเชิงพื้นที่ในมิติอื่น เช่น ตั้งอยู่ใกล้ปัจจัยผลิต มีความพร้อมด้านแรงงานราคาถูก อยู่ในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 6-2 ซึ่งเป็นตัวอย่างที่แสดงถึง GVC ของโซ่อุปทานการผลิตกางเกงยีนส์ยี่ห้อ Levi ตั้งแต่ด้ายที่ถูกผลิตจากฐานผลิตในประเทศเกาหลีใต้ (1) และด้ายที่ถูกผลิตจากโรงงานนี้ จะส่งต่อไปทอเป็นผ้าและทำการย้อมที่ประเทศไต้หวัน (2) แล้วถูกนำไปตัดเป็นชิ้นส่วนของกางเกงที่ประเทศบังคลาเทศอีกทอดหนึ่ง (3) ในขณะที่ชิปจะผลิตในโรงงานที่ตั้งอยู่ในประเทศฟิลิปปินส์ (4) ซึ่งทั้งชิ้นส่วนกางเกงที่ผลิตในประเทศบังคลาเทศและชิปจากประเทศฟิลิปปินส์ จะถูกนำมาเย็บรวมกันเป็นกางเกงสำเร็จรูปในประเทศกัมพูชา (5) ก่อนที่จะถูกส่งจำหน่ายไปยังทั่วโลก (6) ทั้งนี้ ด้านต้นน้ำของการผลิตเสื้อผ้าจะเป็นกระบวนการผลิตที่มีลักษณะเป็น Capital Intensive ใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่มีการลงทุนสูง ดังนั้น การผลิตด้านต้นน้ำจึงถูกกำหนดให้มีการดำเนินการที่ประเทศเกาหลีใต้และประเทศไต้หวันที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิต ในขณะที่ด้านปลายน้ำของการผลิตเสื้อผ้ากลับมีลักษณะเป็น Labor Intensive ที่ใช้แรงงานเข้มข้น จึงถูกกำหนดให้ทำการผลิตที่ประเทศบังคลาเทศและประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นประเทศที่มีแรงงานจำนวนมากและค่าแรงค่อนข้างถูก



ภาพที่ 6-2 Global Value Chain ในการผลิตกางเกงยี่ห้อ Levi²⁴

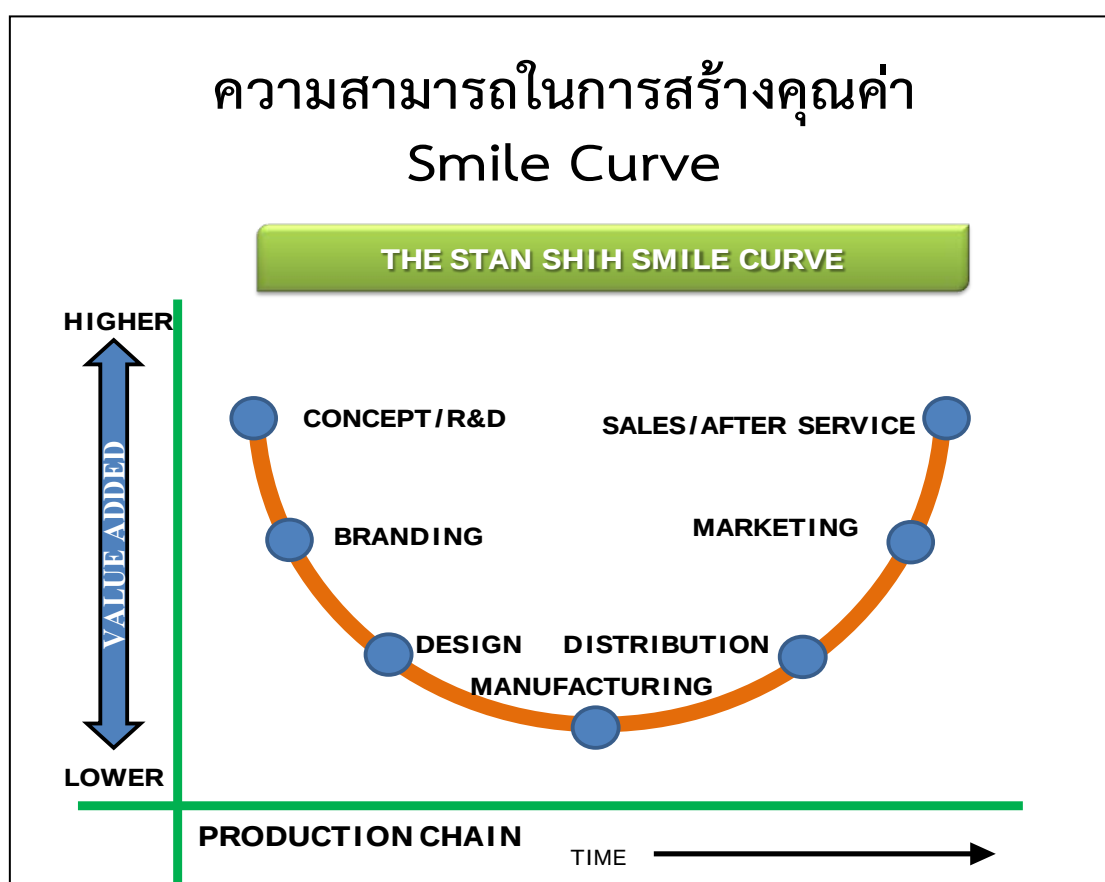
ทั้งนี้ การดำเนินการธุรกิจในรูปแบบ GVC เป็นรูปแบบทางธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งมีความแตกต่างจากรูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิม ที่มักนำการผลิตและการปฏิบัติการทุกขั้นตอนมาดำเนินการรวมกันอยู่ ณ ที่เดียวกันทั้งหมด ทั้งนี้ รูปแบบการผลิตแบบ GVC มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกแล้ว ซึ่งรายงาน Global Value Chain Development ของ UNCTAD ในระบุว่า GVC ระหว่างประเทศเป็นโครงข่ายที่มีปริมาณการค้าประมาณ 80% ของการค้าโลก (Global Trade)

²⁴ ดัดแปลงจาก aienetwork.org/infographic/12/from-fiber-to-fashion-unzipping-the-apparel-global-value-chain

ค. กรอบความคิด 3-การสร้างมูลค่าของกิจกรรมใน Value Chain

เมื่อพิจารณากิจกรรมทางธุรกิจที่ถูกแบ่งออกเป็นหลายส่วนตามหลักการของ Global Value Chain ข้างต้นนั้น จะพบว่า กิจกรรมแต่ละส่วนจะให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการไม่เท่ากัน GVC ส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายการผลิตและธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมีธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่เข้าร่วม GVC รับบทบาทและหน้าที่แตกต่างกันออกไป ตามขีดความสามารถของแต่ละราย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่ถึงแม้ร่วมประกอบการอยู่ใน GVC เดียวกัน จะได้รับผลประโยชน์ไม่เท่ากัน โดยความสามารถในการสร้างประโยชน์จากการเข้าร่วมใน GVC จะขึ้นอย่างมากกับขีดความสามารถ บทบาท ตำแหน่ง (Positioning) และ อำนาจต่อรองที่ผู้ประกอบการแต่ละรายมีอยู่เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่ร่วมใน GVC

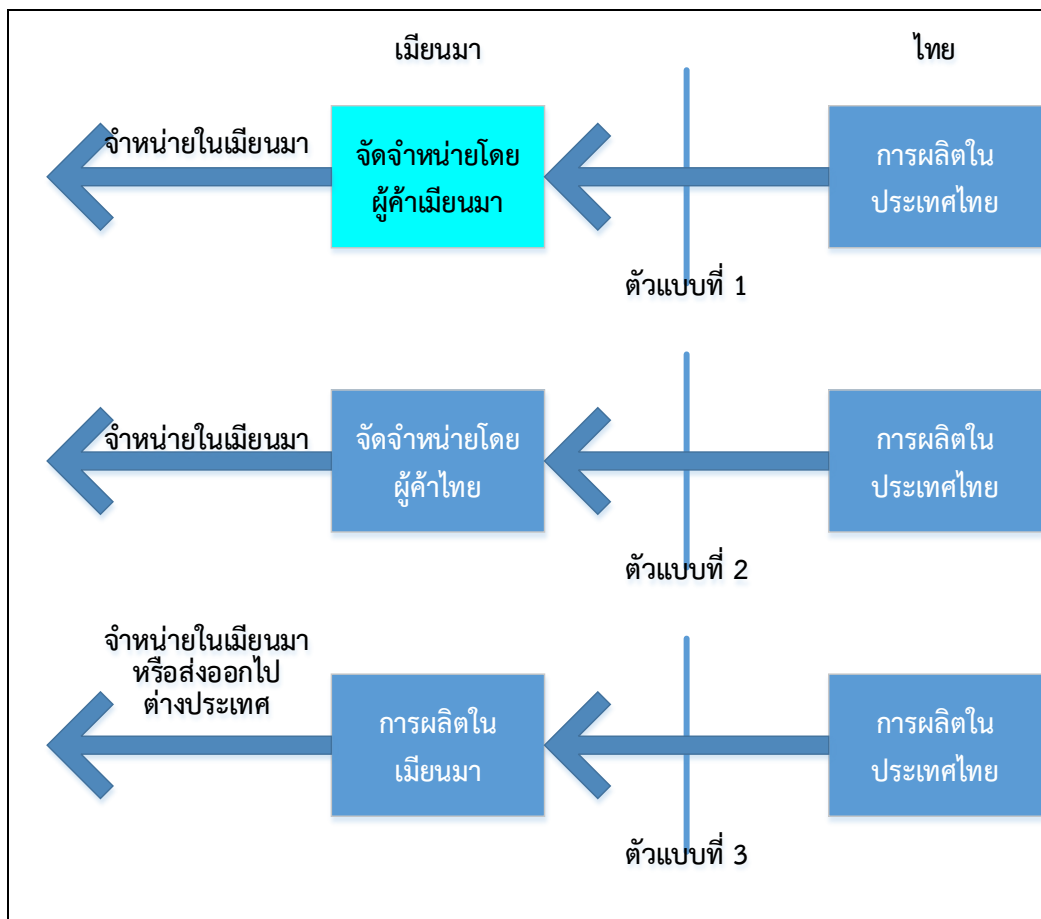
กรอบความคิดที่น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับนักธุรกิจในการพิจารณาถึงการพัฒนาศักยภาพและบทบาทที่ควรจะเป็นของธุรกิจของตน ด้วยการพิจารณาถึงประโยชน์จากการเข้าร่วม GVC คือทฤษฎี Value Chain หรือ Smile Curve ที่นำเสนอโดยนาย Stan Shih อดีตผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ACER ดังแสดงในภาพที่ 6-3 ซึ่งได้ชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจตลอดห่วงโซ่การค้ายุคใหม่สามารถแบ่งขั้นตอนการดำเนินการและความรับผิดชอบออกเป็นหลายขั้นตอนหลัก เริ่มตั้งแต่การวิจัยและพัฒนา การออกแบบและการสร้างตราสินค้า การผลิต การตลาดและการกระจายสินค้า การขายและบริการหลังการขาย โดยธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์สูงสุดจะเป็นธุรกิจที่ดำเนินการในขั้นตอนที่อยู่ทั้ง 2 ปลายของ Smile Curve คือ ออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ และการกระจายสินค้าและการขาย ส่วนผู้รับจ้างผลิตในลักษณะ OEM จะเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ต่ำที่สุด



ภาพที่ 6-3 ความสามารถในการสร้างคุณค่าตามทฤษฎี Smile Curve

6.2.1.3 รูปแบบการขยายการค้าเข้าสู่เมียนมาผ่านการเชื่อมโยงการค้าชายแดน การขนส่งข้ามแดน และการลงทุนในเมียนมา

เมื่อนำกรอบความคิดทั้ง 3 กรอบข้างต้นมาพิจารณาร่วมกัน เราสามารถพอสรุปรูปแบบการเชื่อมโยงการผลิต/การดำเนินงานในประเทศไทย การค้าและการขนส่งข้ามแดน และการผลิต/การดำเนินงานในประเทศเมียนมา ได้เป็น 3 ตัวแบบ (Models) ดังนี้ (ภาพที่ 6-4)



ภาพที่ 6-4 ตัวแบบการเชื่อมโยงระหว่างการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนประกอบกิจการในเมียนมา

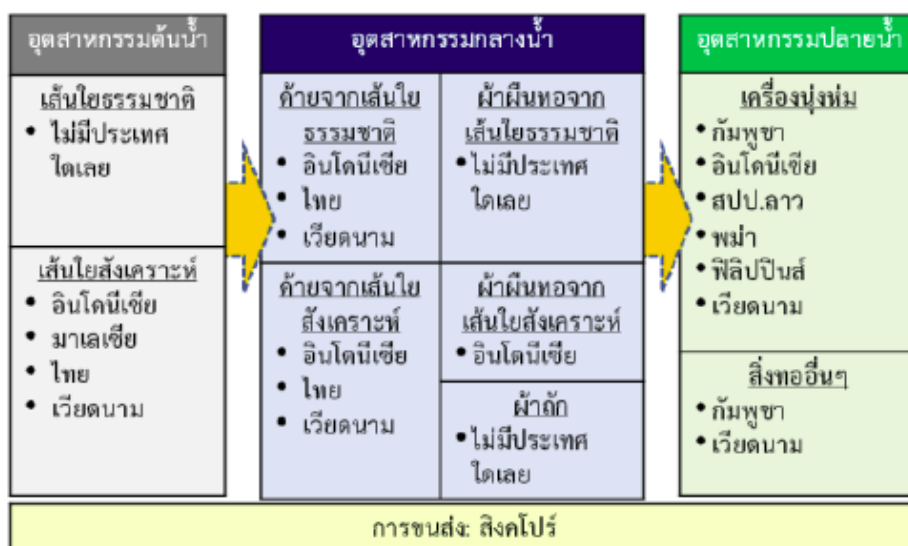
ตัวแบบที่ 1 เป็นรูปแบบของการส่งออกสินค้าแบบปกติที่เราคุ้นเคยกันอยู่ โดยสินค้าสำเร็จรูปจะส่งออกเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods) ไปจำหน่ายให้กับตลาดในเมียนมา โดยผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือผู้ค้าที่เป็นคนเมียนมา ความสำเร็จของการขยายการค้าในรูปแบบนี้คือ คุณภาพและชื่อเสียงของสินค้า และความสามารถของผู้แทนจำหน่ายหรือผู้ค้าท้องถิ่น

ตัวแบบที่ 2 เป็นรูปแบบของการส่งออกเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคเช่นเดียวกับรูปแบบที่ 1 แต่มีความแตกต่างกันที่การเพิ่มขึ้นในบทบาทของผู้ประกอบการไทยใน Value Chain โดยกิจกรรมการผลิตในประเทศไทย และกิจกรรมการจัดจำหน่ายในประเทศเมียนมา เป็นการประกอบการโดยนักลงทุนไทยทั้งหมด โดยนักลงทุนไทยจะรับบทบาทเป็นทั้งผู้นำเข้า (Importer) และผู้จัดจำหน่าย (Distribution) ในประเทศเมียนมา ซึ่งการที่ผู้ส่งออกเข้าไปลงทุนเป็นผู้นำเข้าในประเทศเป้าหมายด้วยตนเอง ทำให้สามารถควบคุมช่องทางการค้า

และการเข้าถึงลูกค้าท้องถิ่นได้โดยตรง ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในการส่งออกสินค้าของตน เพราะช่วยลดการพึ่งพาอาศัยผู้นำเข้าท้องถิ่น ซึ่งในภายหลังอาจตัดสินใจนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกันจากประเทศอื่นได้ นอกจากนี้ การค้าในรูปแบบนี้ ผู้ประกอบการไทยยังได้ประโยชน์เพิ่มเติมในแง่ที่ว่า กิจกรรมส่วนที่เป็นการค้าเป็นส่วนกิจกรรมที่มีประโยชน์และผลตอบแทนทางธุรกิจที่ค่อนข้างสูงตามหลักของ Smile Curve

ตัวแบบที่ 3 เป็นกรณีที่สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยจะถูกส่งออกไปเป็น Industrial Goods ป้อนให้กับการผลิตในเมียนมา ซึ่งก็เป็นการลงทุนของผู้ประกอบการไทย การค้ารูปแบบนี้เป็นการใช้ประโยชน์จากความแตกต่างในระดับของการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและเมียนมา เกิดเป็นฐานการผลิตร่วมกัน ภายใต้การค้ารูปแบบนี้ ผู้ประกอบการไทยจะมีบทบาทในการควบคุม Value Chain ในการผลิต และสามารถกำหนดว่าการผลิตแบบใดควรจะผลิตในประเทศไทย และการผลิต เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้ง 2 ประเทศ ทั้งนี้จากการเปรียบเทียบระดับการพัฒนาและความได้เปรียบเสียเปรียบของความสามารถในการผลิตของไทยกับของเมียนมาในปัจจุบัน การผลิตด้านต้นน้ำในประเทศไทยควรเป็นการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีและทักษะของแรงงานที่สูงกว่าการผลิตที่จะเกิดขึ้นในเมียนมา ซึ่งในปัจจุบันน่าจะเน้นการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น โดยสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศไทยอาจจะจัดจำหน่ายเฉพาะในประเทศเมียนมา หรือส่งไปขายยังตลาดทั่วโลก (รวมถึงส่งกลับมาขายในประเทศไทย)

รายงานการศึกษา “Diversity with Proximity: โอกาสและความท้าทายของห่วงโซ่มูลค่าของอาเซียน”²⁵ เป็นตัวอย่างของการศึกษาที่จะเชื่อมโยงการผลิตในประเทศอาเซียนให้เกิดเป็น ASEAN Value Chain โดยการศึกษาได้จำแนกการผลิตสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มออกเป็น 3 ลำดับขั้น คือ 1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ ประกอบด้วย การผลิตเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ ประกอบด้วย การผลิตเส้นด้ายและการผลิตผ้าผืน และ 3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ ประกอบด้วย การตัดเย็บเครื่องนุ่งห่ม และการผลิตสิ่งทอสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมอื่น



ภาพที่ 6-5 ความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม²⁶

²⁵ รายงาน “Diversity with Proximity: โอกาสและความท้าทายของห่วงโซ่มูลค่าของอาเซียน” โดย ไพลิน ผลิตวานนท์, นลิน หนูขวัญ, วริษฐา ประจงการ สายนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย 2015

²⁶ เรื่องเดียวกัน

การศึกษาเสนอตามที่แสดงในภาพที่ 6-5 ว่า เมื่อพิจารณาประเทศอาเซียนเป็นรายประเทศ ไม่พบประเทศใดเลยที่มีความสามารถในการแข่งขันในทุกขั้นตอนการผลิต แต่หากพิจารณาอาเซียนทั้งหมดในภาพรวม พบว่า ประเทศอาเซียนโดยรวมมีความสามารถในการแข่งขันในเกือบทุกขั้นตอนการผลิต ยกเว้น เส้นใยธรรมชาติ ผ้าผืนทอจากเส้นใยธรรมชาติ และผ้าถักซึ่งเป็นสินค้าที่อาเซียนยังต้องนำเข้าจากประเทศนอกภูมิภาคอาเซียนในสัดส่วนสูง ทั้งนี้เราสามารถอาศัยความแตกต่างในโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศในอาเซียนมาสานพลังกันเป็นห่วงโซ่คุณค่าอาเซียนสำหรับการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากเส้นใยสังเคราะห์ โดยใช้อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม เป็นฐานการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมปิโตรเลียมและปิโตรเคมีที่แข็งแกร่ง ในขณะที่ใช้ กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป.ลาว เมียนมา ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม เป็นฐานการผลิตเครื่องนุ่งห่มเนื่องจากมีค่าจ้างแรงงาน ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน

การส่งเสริมการค้าและการลงทุนเพื่อรองรับการค้าในแต่ละรูปแบบของการเชื่อมโยงการค้า-การขนส่ง-การลงทุนออกไปต่างประเทศดังที่นำเสนอข้างต้น อาจใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป และสินค้าแต่ละประเภทมีโอกาสที่จะขยายธุรกิจโดยใช้วิธีการเชื่อมโยงของแต่ละรูปแบบในระดับแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะของการค้าสินค้าที่ในปัจจุบันว่า เป็น Consumer Goods หรือเป็น Industrial Goods และขึ้นอยู่กับว่า การผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้นอยู่ด้านปลายน้ำหรือด้านต้นน้ำของห่วงโซ่ของสินค้า ถ้าสินค้าที่จำหน่ายให้กับเมียนมาเป็นสินค้าประเภท Consumer Goods การเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนจะเป็นไปตามรูปแบบที่ 1 และ 2 แต่หากเป็นสินค้า Industrial Goods โดยมีการผลิตด้านปลายน้ำเป็นการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น การเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนจะเป็นไปตามรูปแบบที่ 3

ดังนั้น ในการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในการศึกษานี้ จะเริ่มจากการกำหนดรูปแบบการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับแต่ละประเภทสินค้าเป้าหมาย แล้วจึงค่อยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละรูปแบบการเชื่อมโยง จากการพิจารณา

- สินค้าที่ปริมาณการค้าขายเด่นน่าจะมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ตามที่นำเสนอในบทที่ 3
- ธุรกิจที่นำลงทุนในเมียนมาโดยผู้ประกอบการไทย ตามที่นำเสนอในบทที่ 5
- สถานะหรือระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเมียนมาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

พอจะสรุปสินค้าหรือธุรกิจที่ควรเป็นเป้าหมายของการศึกษานี้ได้ดังนี้

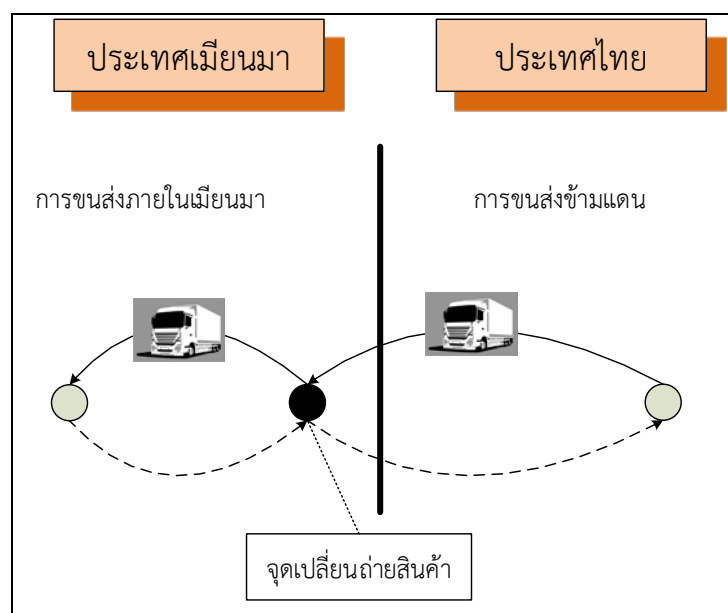
- ผลิตภัณฑ์น้ำมัน
- อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
- เครื่องดื่มและอาหาร
- สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
- วัสดุก่อสร้าง
- เครื่องจักรกลการเกษตร
- ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ในเบื้องต้น แต่ละอุตสาหกรรมและกิจการเป้าหมายจะมีตัวแบบการเชื่อมโยงการค้า-การลงทุนที่เหมาะสม ดังตารางที่ 6-6

ตารางที่ 6-6 ตัวแบบการเชื่อมโยงการค้าชายแดน-การขนส่งชายแดน-การลงทุนในเมียนมา
แยกตามอุตสาหกรรมเป้าหมาย

ประเภทสินค้า/ อุตสาหกรรม/กิจการ	ตัวแบบที่ 1 ส่งออกอย่างเดียว	ตัวแบบที่ 2 ส่งออกและจัดจำหน่าย	ตัวแบบที่ 3 เชื่อมโยงการผลิต
น้ำมัน	✓	✓	ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากฝั่งไทย เป็นสินค้าสำเร็จรูปอยู่แล้ว
อุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้า	✓	✓	✓
เครื่องดื่มและอาหาร	✓	✓	ขั้นตอนการผลิตปลายน้ำมี Value added สูงกว่าด้านต้น น้ำ ดังนั้นควรจะตั้งอยู่ที่ฝั่งไทย
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	✓	✓	✓
วัสดุก่อสร้าง	✓	✓	ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากฝั่งไทย เป็นสินค้าสำเร็จรูปอยู่แล้ว
เครื่องจักรกลการเกษตร	✓	✓	ควรจะผลิตในประเทศไทย ทั้งหมด
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	✓	✓	ควรจะผลิตในประเทศไทย ทั้งหมด

ในส่วนของโอกาสและการส่งเสริมการขนส่งสินค้าข้ามทางถนนผ่านด่านแม่สอดโดยผู้ประกอบการไทยนั้น จากข้อมูลที่น่าเสนอในบทที่ 4 จะเห็นว่า ปัจจุบัน รถขนส่งสินค้าจากไทยไม่สามารถวิ่งตรงเข้าไปส่งสินค้าภายในประเทศเมียนมาได้ จะต้องทำการถ่ายสินค้าไปสู่รถขนส่งของเมียนมาบริเวณชายแดน ซึ่งจะรับหน้าที่นำสินค้าไปส่งยังปลายทางในประเทศเมียนมาอีกทอดหนึ่ง ดังแสดงในภาพที่ 6-6



ภาพที่ 6-6 รูปแบบการขนส่งข้ามแดนจากไทยไปยังปลายทางในเมียนมา

จากการพิจารณารูปแบบการขนส่งข้ามแดนที่เป็นอยู่ในปัจจุบันตามที่น่าเสนอในรูปข้างต้น จะเห็นว่าผู้ประกอบการขนส่งไทย จะได้รับประโยชน์อย่างมาก หากการขนส่งของรถที่เข้ามารับการถ่ายสินค้าเพื่อขนส่งเข้าไปในเมียนมา เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีส่วนเป็นเจ้าของอยู่ด้วย เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ครอบคลุมตั้งแต่จุดต้นทางของการขนส่งไปยังปลายทางสุดท้ายของการขนส่ง ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจที่สูงขึ้น และสามารถกำกับดูแลให้บริการการขนส่งทั้ง 2 ทอดมีการประสานกันอย่างแท้จริง ดังนั้น แนวทางการส่งเสริมการขนส่งข้ามแดนของผู้ประกอบการไทยในกรอบของการศึกษานี้ คือ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยที่ทำการขนส่งข้ามแดนอยู่แล้ว มีโอกาสและศักยภาพที่จะเข้าไปจัดตั้งธุรกิจการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ในประเทศเมียนมาได้ ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถควบคุมการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จากต้นทางในไทยไปยังปลายทางเมียนมาได้อย่างครบวงจรแล้ว ยังเป็นช่องทางหรือบันไดที่ผู้ประกอบการไทยใช้ต่อยอด เพื่อขยายไปสู่ธุรกิจบริการขนส่งและโลจิสติกส์ให้กับลูกค้ารายใหม่ภายในประเทศเมียนมาได้อีกด้วย

6.2.3 กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ (Internationalization)

ทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายกระบวนการที่ธุรกิจใช้ในการเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศนั้น (Internationalization theory) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ทฤษฎีหลัก ดังนี้

- Stage model
- ทฤษฎีวิวัตรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product life cycle theory)
- ทฤษฎีเครือข่าย (Network theory)
- Born global

ก. Stage model: Risk averse

Stage models อธิบายว่าการรุกเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเป็นกระบวนการที่ช้าและค่อยๆ เกิดขึ้นหลังการเติบโตเต็มที่ของตลาดภายในประเทศเท่านั้น ภายใต้ทฤษฎี Stage model เรายังสามารถแบ่งรูปแบบของกระบวนการเข้าสู่ตลาดประเทศออกได้อีกเป็น 3 รูปแบบย่อย คือ Uppsala internationalization model (U-Model), Innovation-related model (I-model) และ Helsinki stage model^{27,28}

ก.1: uppsala internationalization model

²⁷ Andersen, O. (1993), 'On the internationalization process of firms, a critical analysis', *Journal of International Business Studies*, 24(2), 209–31.

²⁸ Aspelund, A. and T.K. Madsen (2009), 'The role of innovative and entrepreneurial behavior in internationalization processes', *Advances in International Marketing*, 20, 155–76.

ในช่วงต้นทศวรรษ 1970 ประเทศแถบยุโรปตอนเหนือได้ทำการวิจัยเรื่องการเข้าสู่ตลาดโลกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก การวิจัยนี้เป็นที่รู้จักกันดีในชื่อ Uppsala Model นี้ยึดหลักการพัฒนาธุรกิจให้เป็นสากลโดยได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีพฤติกรรมขององค์กร²⁹ และความรู้และการเปลี่ยนแปลงขององค์กร³⁰

ทฤษฎี Uppsala Model ระบุว่ากระบวนการสู่ตลาดโลกขององค์กรจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ขององค์กรในหลายๆ ด้าน เช่น ความรู้ด้านประสบการณ์ทางการตลาด ความรู้ด้านการลงทุนในทรัพยากรต่างมีผลกระทบต่อการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร ดังนั้น การขยายธุรกิจไปสู่ตลาดระหว่างประเทศของบริษัทต่างๆ จึงเกิดขึ้นในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป เป็นขั้นเป็นตอน บริษัทมีเวลาในการศึกษาและสะสมเก็บเกี่ยวความรู้เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและลดความเสี่ยง โดยเริ่มต้นขั้นตอนการเรียนรู้จากการส่งออกสินค้าไปยังประเทศใกล้เคียงก่อน และนอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความผูกพันในการทำธุรกิจระหว่างประเทศให้เกิดขึ้นด้วย

ภ.2: Innovation based model

เป็นการก้าวสู่ตลาดโลกผ่านการวิจัยและทดสอบ (Innovation-related perspective) โดยสามารถแบ่งย่อยออกได้เป็น 4 ตัวแบบหลัก ดังแสดงในตารางที่ 6-7 (สรุปตัวแบบที่นำเสนอโดย Bikey และ Tesar (1977)³¹, Cavusgil (1980)³², Czinkota (1982)³³ และ Reid (1981) ซึ่งจะเห็นถึงความแตกต่างกันระหว่าง 4 ตัวแบบ³⁴)

²⁹Ahokangas, P. (1998). Internationalization and resources: An analysis of processes in Nordic SMEs. doctoral dissertation, Universitas Wasaensis, Vaasa.

³⁰Penrose, Edith. 1995. The theory of the growth of the firm. Third edition. Oxford University Press Inc. New York.

³¹Bilkey, Warren J. & Tesar, George. 1977. The export behavior of smaller Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studies*, 9 (Spring/Summer): 93-98.

³²Cavusgil, S. Tamer. 1980. On the internationalization process of firms. *European Research*, 8 (November): 273-81.

³³Czinkota, Michael R. 1982. *Export development strategies: US promotion policies* New York: Praeger Publishers.

³⁴Reid, Stan D. 1981. The decision-maker and export entry and expansion. *Journal of International Business Studies*, 12 (Fall): 101-12.

ตารางที่ 6-7 ตัวแบบหลัก 4 แบบในการก้าวสู่ความเป็นสากลของบริษัทผ่านการวิจัยและทดลอง
(Innovation-related perspective)

ระยะที่ 1	ระยะที่ 2	ระยะที่ 3	ระยะที่ 4	ระยะที่ 5	ระยะที่ 6
Bikey and Tesar (1977)					
บริษัทยังไม่สนใจที่จะส่งออก	บริษัทรับออเดอร์การสั่งซื้อแต่ไม่พยายามหาข้อมูลเพื่อทำการส่งออก	บริษัทเสาะหาข้อมูลเพื่อคำนวณความสามารถในการส่งออก	บริษัททดลองส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง	บริษัทมีความชำนาญในการส่งออก	บริษัทศึกษาความสามารถในการส่งออกไปยังประเทศที่อยู่ไกล
Cavusgil (1980)					
บริษัทจำหน่ายภายในประเทศเท่านั้น	บริษัทหาข้อมูลและคำนวณขีดความสามารถในการส่งออก	บริษัททดลองส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง	บริษัทส่งออกไปยังประเทศใหม่ๆ โดยตรงเพื่อกระตุ้นยอดขาย	บริษัทจัดสรรทรัพยากรระหว่างในประเทศและต่างประเทศ	-
Czinkota (1982)					
บริษัทไม่มีความสนใจในตลาดต่างประเทศเลย	บริษัทมีความสนใจในตลาดต่างประเทศเล็กน้อย	บริษัทเริ่มศึกษาหาข้อมูล	บริษัทกำลังอยู่ในช่วงทดลอง	บริษัทเริ่มส่งออกในปริมาณน้อย เป็นบริษัทส่งออกขนาดเล็ก	บริษัทเริ่มส่งออกมากขึ้น กลายเป็นบริษัทส่งออกขนาดใหญ่
Reid (1981)					
บริษัทตระหนักถึงโอกาสจากการส่งออก แต่ยังไม่มีโอกาส	บริษัทมีความสนใจและเริ่มให้ความคาดหวังจากการส่งออก	บริษัททดลองส่งออกในจำนวนน้อย	บริษัทประเมินผลจากการส่งออก	บริษัททำการตัดสินใจส่งออกหรือไม่ส่งออก	-

ที่มา: Andersen, O. (1993), 'On the internationalization process of firms, a critical analysis', *Journal of International Business Studies*, 24(2), 209–31.

n.3: Helsinki stage model

รูปแบบนี้ถูกนำเสนอโดย Reijo Luostarinen ในปี ค.ศ. 1970 และ 1979 โดยอธิบายการก้าวสู่ความเป็นสากลของบริษัทอย่างค่อยเป็นค่อยไปเช่นเดียวกับรูปแบบ Uppsala แต่มีข้อแตกต่างสำคัญ คือ รูปแบบ Helsinki มีความสมบูรณ์มากกว่า เพราะเป็นการอธิบายจากมุมมองของบริษัท แต่รูปแบบ Uppsala กลับไป

ให้ความสำคัญกับประเทศเป้าหมาย โดยรูปแบบ Helsinki กล่าวว่าความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศของประเทศแม่ที่บริษัทถูกตั้งขึ้นกับวัฒนธรรมของประเทศเป้าหมายในการลงทุน เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดอุปสรรคและความต้องการองค์ความรู้ ดังนั้น เมื่อบริษัทมีความมั่นใจและมีฐานที่เหนียวแน่นในตลาดในประเทศ และตลาดเพื่อนบ้านแล้ว จึงจะค่อยๆ ขยายกิจการต่อไปยังประเทศที่อยู่ไกลออกไป เมื่อบริษัทได้เข้าสู่ความเป็นสากลมากขึ้นเรื่อยๆ ผ่านการดำเนินการ 4 ขั้นตอนหลัก คือ³⁵

- การไม่ลงทุนในกิจกรรมทางการตลาด (Non-investment marketing operations)
- การลงทุนโดยตรงในกิจกรรมทางการตลาด (Direct investment marketing operations)
- การไม่ลงทุนในกิจกรรมการผลิต (Non-investment production operations)
- การลงทุนโดยตรงในกิจกรรมการผลิต (Direct investment production operations)

ทฤษฎีวิวัจจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product life cycle theory)

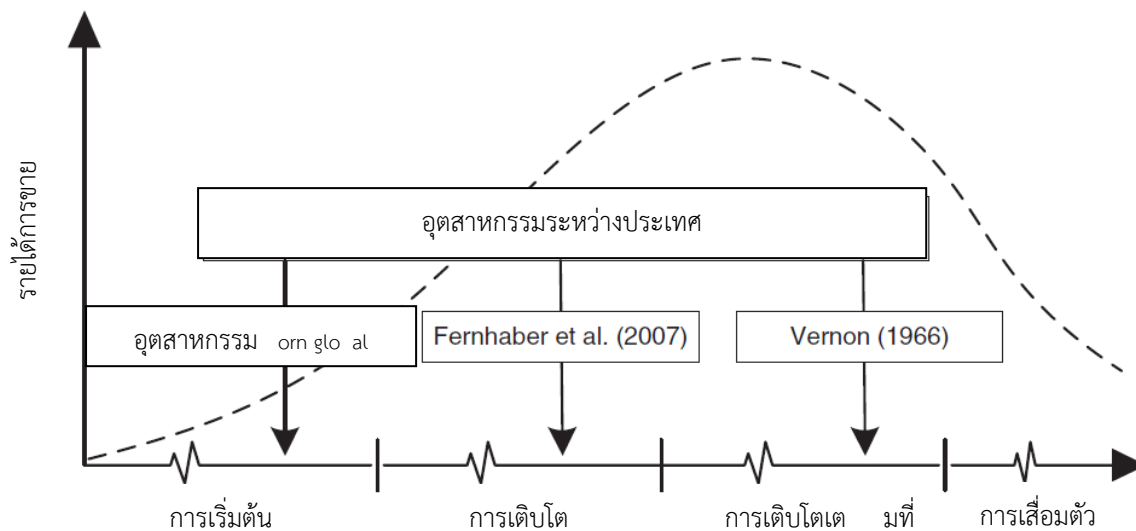
ทฤษฎีวิวัจจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ของ Raymond Vernon (1966)³⁶ เป็นทฤษฎีที่ได้รับการอ้างอิงและอธิบายถึงในหนังสือเรียนเรื่องการก้าวสู่ความเป็นสากลของธุรกิจต่างๆ แทบทุกเล่ม นอกจากนี้ ทฤษฎีของ Vernon ได้ให้แนวทางที่ชัดเจนแก่ผู้บริหารบริษัทข้ามชาติ ทำให้บริษัทสามารถค่อยๆ ก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและคงขีดความสามารถในการแข่งขันเอาไว้ได้ ภาพที่ 6-7 แสดงถึงวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ในตลาดและตำแหน่งของการก้าวสู่ความเป็นสากลของธุรกิจซึ่งจะเห็นได้ว่าวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ในตลาดนั้นมี 4 ระยะ คือ ระยะผลิตภัณฑ์ใหม่ ระยะผลิตภัณฑ์กำลังเติบโต ระยะผลิตภัณฑ์ที่เติบโตเต็มที่ และระยะเสื่อมตัว สำหรับระยะผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น คือ ช่วงเวลาที่บริษัทคิดค้นสินค้า หรือนวัตกรรมใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่นโดยการทดลองตลาดด้วยการผลิตจำนวนจำกัด เมื่อประสบความสำเร็จ จึงก้าวสู่ระยะผลิตภัณฑ์กำลังเติบโต ในช่วงนี้ สินค้าได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทจะเริ่มก่อตั้งโรงงานและขยายฐานการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในท้องตลาด ไปยังประเทศที่มีความพร้อมทั้งในด้านทุนและทรัพยากรจึงค่อยๆ เติบโตและธุรกิจก็เริ่มเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นเพียงผู้ส่งออกมาทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าสินค้าในตลาดต่างประเทศด้วย ช่วงระยะที่ 3 ต่อมาเป็นระยะที่ผลิตภัณฑ์ติดตลาดและมีความมั่นคง แต่ก็เริ่มเผชิญกับการแข่งขันที่ทำให้ราคาขายของผลิตภัณฑ์มีผลต่อความต้องการสินค้ามาก บริษัทจึงต้องแสวงหาวิธีการผลิตเพื่อลดต้นทุน ด้วยการย้ายฐานการผลิตในประเทศที่กำลังพัฒนา และส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ รวมถึงประเทศของตัวเองด้วย^{37, 38}

³⁵Marinov, M and Marinova, S (2012), Internationalization of emerging economies and firms', Hampshire:Palgrave Macmillan.

³⁶Vernon, R. (1966), International investment and international trade in the product cycle', *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190–207.

³⁷Marinov, M and Marinova, S (2012), Internationalization of emerging economies and firms', Hampshire:Palgrave Macmillan.

³⁸Aswathappa, K (2010), International business', New Delhi: McGraw Hill.



ภาพที่ 6-7 วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ในตลาดและตำแหน่งของการทำให้อุตสาหกรรมก้าวสู่ความเป็นสากล

ค: Network theory (ทฤษฎีเครือข่าย)

ทฤษฎีเครือข่ายถือกำเนิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1989 โดย Johanson และ Mattsson ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจแนวใหม่ที่มีเทคโนโลยีล้ำหน้าไม่ได้ก้าวสู่ความเป็นสากลอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามที่นำเสนอโดยรูปแบบของ Uppsala model³⁹ แต่บริษัทจะอาศัยประสบการณ์และทรัพยากรของพันธมิตรต่างชาติในเครือข่ายเป็นกลไกสำคัญหลักในการเชื่อมโยงระหว่างลูกค้า ผู้ผลิตสินค้า ผู้จัดจำหน่ายและตัวแทนอื่นๆ ในตลาด ทำให้สามารถก้าวสู่ตลาดระหว่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว

การที่บริษัทจะขยายธุรกิจและการลงทุนเข้าสู่ต่างประเทศได้นั้น บริษัทจะพยายามอาศัยการสร้างเครือข่ายกับบริษัทท้องถิ่นที่อยู่ในประเทศนั้นๆ ดังแสดงในภาพที่ 6-8 ซึ่งทำให้สามารถระดมทรัพยากรและความร่วมมือกันภายในเครือข่ายเพื่อยกระดับขีดความสามารถทางธุรกิจให้สูงขึ้น⁴⁰ โดยธุรกิจในเครือข่ายระหว่างประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายของตนเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน สถานการณ์การแข่งขัน ระดับความต้องการสินค้าและบริการ สภาพทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงเครือข่ายทางการตลาดที่มีอยู่ในตลาดต่างประเทศ⁴¹

³⁹Wasserman, S and Ralston, D (2006), 'New frontiers in network theory development', *California Management Review* 200 , Vol. 31, No. 3, 560–568

⁴⁰ Abdullah, N and Zain, N (2011), 'The Internationalization Theory and Malaysian Small Medium Enterprises (SMEs)', *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 2, No. 4

⁴¹Oviatt, B and McDougall P (2005), 'Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization', *Entrepreneurship Theory and Practice*. Volume 29, issue 5, pages 537-544



ภาพที่ 6-8 การก้าวสู่ความเป็นสากลผ่านพันธมิตรของทฤษฎีเครือข่าย

ง. Born Global: risk seeking

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนี้ ทำให้บริษัทต้องเตรียมความพร้อมและปรับตัวรับกับสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นจากการเปิดเสรีทางการค้า จึงเกิดกลุ่มบริษัทที่เรียกว่า **Born Global** ซึ่งมีลักษณะกล้าได้กล้าเสียที่จะใช้โอกาสที่เกิดจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจระหว่างประเทศ ขยายธุรกิจของตนไปสู่ตลาดโลกในระยะเวลาอันสั้น แทนที่จะขยายเข้าสู่ตลาดแบบค่อยเป็นค่อยไปแบบทฤษฎีอื่นๆ

เนื่องจากประเทศเมียนมามีลักษณะเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging markets) ซึ่งจะมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันก็เป็นตลาดที่เริ่มได้รับความสนใจของนักลงทุนทั่วโลก และในอนาคตอันใกล้ หากการเมืองในประเทศเมียนมามีความมั่นคงขึ้น และมีศักยภาพในการค้าขายกับประเทศเมียนมา ธุรกิจจากประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีประสบการณ์ในการประกอบการระหว่างประเทศสูงกว่าผู้ประกอบการไทย ก็จะขยายการลงทุนเข้าไปในตลาดเมียนมา ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงมีช่วงเวลาที่เป็นหน้าต่างของโอกาส (Windows of opportunities) ไม่มากนักในการเร่งขยายอิทธิพลทางการค้าและการลงทุนของตนเข้าไปในตลาดเมียนมา นอกจากนั้น ประเทศเมียนมายังอยู่ในช่วงของการเริ่มพัฒนา ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนสถาบันกลางต่างๆ ที่จะทำหน้าที่ขับเคลื่อนการค้าและการลงทุนในตลาดตามที่นำเสนอมาแล้ว ธุรกิจที่จะเข้าไปประกอบการในเมียนมายุ่งยากต้องเผชิญกับความเสี่ยงในรูปแบบต่างๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่จะขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปยังตลาดเมียนมาในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนานี้ จำเป็นต้องมีความกล้าได้กล้าเสีย และรู้จักเลือกใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการความเสี่ยงและความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะ SME ที่ประสงค์จะขยายการค้าและการลงทุนเข้าสู่ตลาดเมียนมา จึงควรมีคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกับธุรกิจที่เป็น Born Global

ทั้งนี้ ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่เป็น Born Global มีความสำคัญขึ้น เนื่องจากสภาวะการณ์หลักๆ ดังนี้⁴²

⁴²Gabrielsson, Mika & Kirpalani, V.H. Manek (2012). Overview, background and historical origin of born globals; development of theoretical and empirical research. In Gabrielsson, M. & Kirpalani, V.H. Manek (eds.) Handbook of Research on Born Globals. Edward Elgar Publishing Limited. UK.

- การเกิดโลกาภิวัตน์ของการตลาด ซึ่งสามารถพบเห็นได้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ และการแพทย์
- การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี เช่น การขยายตัวของอินเทอร์เน็ต การส่งข้อความผ่านมือถือ และการผลิตรถยนต์
- โอกาสที่เพิ่มขึ้น ในการพัฒนาความสามารถของบุคลากรและความสามารถในการประกอบการของบริษัทขนาดเล็กตามการยกระดับการศึกษาให้สูงขึ้น และการขยายตัวของหลักสูตรการเรียนการสอนออนไลน์
- สภาพการตลาดท้องถิ่น โอกาสที่จะเกิด Born Global มีสูงขึ้นในตลาดที่ค่อนข้างเล็ก

โดยระดับความเข้มข้นของการประกอบการแบบ Born global จะแปรเปลี่ยนไปตามมิติของการประกอบการใน 5 ด้านหลัก ได้แก่⁴³

- มิติที่ 1: เวลาการเริ่ม (Starting time) คือ ช่วงเวลาระหว่างการก่อตั้งตัวบริษัทกับการเริ่มออกตลาดต่างประเทศเป็นครั้งแรก
- มิติที่ 2: ความเร็วในการขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศ (Speed of internationalization) คือ ความเร็วที่บริษัทพัฒนาเป็นธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งปกติแล้วจะขึ้นอยู่กับระดับความสามารถในการรับมือกับปัญหาและความซับซ้อนที่เกิดขึ้นในการตลาดต่างประเทศ⁴⁴ Born Global มีลักษณะเด่นในการทำให้ตัวเองเติบโตเป็นธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นเพราะธรรมชาติของบริษัทเกิดใหม่ที่ไม่มีความเฉื่อยตัวขององค์กร⁴⁵
- มิติที่ 3: ขนาดของการเป็นสากล (Scale of internationalization) คือ ขอบเขตของกิจกรรมบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการระหว่างประเทศ
- มิติที่ 4: ขอบเขตของตลาด (Market scope) คือ จำนวนประเทศที่บริษัทได้ทำการค้าขายด้วย ซึ่งโดยทั่วไป Born Global มักจะมีธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศที่หลากหลายและกว้างขวางมากกว่าการส่งออกสินค้าไปยังไม่กี่ประเทศ
- มิติที่ 5: การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Mode of entry) มักไม่นิยมเข้าสู่ตลาดต่างประเทศด้วยการลงทุนทางตรง (Foreign Direct Investment, FDI) มักใช้รูปแบบอื่นที่ใช้ทรัพยากรน้อยกว่า เช่น การทำสัญญาการผลิต การให้สัมปทาน และการทำกิจการร่วมค้า เป็นต้น

ในขณะที่ Oviatt and McDougall (1994) ได้แบ่ง Born global สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ดังต่อไปนี้⁴⁶ (ดังแสดงในภาพที่ 6-9)

⁴³Leonidou, Leonidas C. & Samiee, Saeed. 2012. Born global or simply rapidly internationalizing? Review, critique, and future prospects. In Gabrielsson, M. & Kirpalani, V.H. Manke (eds.) Handbook of Research on Born Globals. Edward Elgar Publishing Limited. UK.

⁴⁴Vermeulen, F. and H. Barkema (2002), 'Pace, rhythm, and scope: process dependence in building a profitable multinational corporation', *Strategic Management Journal*, **23**, 637–53.

⁴⁵Autio, E., H.J. Sapienza and J.G. Almeida (2000), 'Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth', *California Management Journal*, **43**, 909–24.

⁴⁶Oviatt, B.M. and P.P. McDougall (1994), 'Toward a theory of international new ventures', *Journal of International Business Studies*, **25**, 1–10.

- สตาร์ทอัพนำเข้าส่งออก (Export/Import Start-Ups) –มักมีธุรกรรมระหว่างประเทศที่ไม่หลากหลาย มีความจำเป็นในการประสานงานน้อย และดำเนินธุรกิจกับไม่กี่ประเทศ
- ผู้ค้าข้ามชาติ (Multinational Traders) - ธุรกรรมระหว่างประเทศไม่ค่อยหลากหลาย แต่มีการค้ากับหลากหลายประเทศ
- สตาร์ทอัพระดับภูมิภาค (Geographically Focused Start-Ups) –มีธุรกรรมระหว่างประเทศที่หลากหลาย จำเป็นต้องมีการประสานงานมาก แต่จะเน้นการค้าขายประเทศที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเดียวกันเป็นหลัก
- สตาร์ทอัพระดับโลก (Global Start-Ups) –มีธุรกรรมที่หลากหลายและครอบคลุมไปหลายประเทศ

จำนวนธุรกรรมระหว่างประเทศ	สูง	สตาร์ทอัพระดับภูมิภาค เน้นความรู้	สตาร์ทอัพระดับโลก เครือข่ายนานาชาติ การเป็นเชิงรุก มีประสบการณ์นานาชาติมาก่อน
	ต่ำ	รูปแบบการเรียนรู้ สตาร์ทอัพนำเข้าส่งออก	มีประสบการณ์นานาชาติมาก่อน ผู้ค้าข้ามชาติ
		น้อย	มาก
จำนวนประเทศที่เกี่ยวข้อง			

ภาพที่ 6-9 การแบ่งประเภทของ Born Global

ในช่วง 30-40 ปีที่ผ่านมา มีทฤษฎีหลักอยู่ 2 ทฤษฎีที่ถูกนำมาอภิปรายเพื่อใช้เป็นกรอบในการอธิบาย Born Global คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ต้นทุนทางธุรกรรม (TCE) และ ทฤษฎี Internationalization Process (IP) model⁴⁷ ทฤษฎี TCE ตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานที่ว่า ความสามารถในการฉวยโอกาสจากการเป็นพ่อค้าคนกลางระหว่างประเทศ ความสามารถในการฉวยโอกาสจากเครือข่าย ความต้องการในการลดต้นทุนธุรกรรม (Transaction costs)⁴⁸ ความต้องการในการแก้ปัญหาความไม่สมบูรณ์ของตลาด (Market imperfections) และการลดความไม่แน่นอนของราคา⁴⁹ ทำให้บริษัทตัดสินใจก้าวสู่ความเป็นสากลมากขึ้น เพราะเห็นว่าการใช้เครือข่ายธุรกิจระหว่างประเทศจะเกิดประโยชน์กว่าการใช้คนกลางต่างบริษัท สำหรับ

International Business Studies, 25(1), 45–64.

⁴⁷ Solberg, Carl Arther (2012). The born global dilemma: Trade-off between rapid growth and control. In Gabrielsson, M. & Kirpalani, V.H. Manke (eds.) Handbook of Research on Born Globals. Edward Elgar Publishing Limited. UK.

⁴⁸ Williamson, Oliver E. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York: Free Press.

⁴⁹ Buckley, Peter J. and Mark C. Casson (1976), *The Future of the Multinational Enterprise*, London: Macmillan.

ทฤษฎี IP นั้นพัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎีเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของบริษัท⁵⁰ โดยอธิบายว่าบริษัทก้าวสู่ตลาดโลกโดยใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมา

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่านักวิชาการหลายคนได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนให้ธุรกิจก้าวไปเป็น Born Global ตัวอย่างเช่นแนวความคิดเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัตของ Born Global ที่นำเสนอโดย Weerawardena et al. (2007)⁵¹ โดยยึดทฤษฎี “ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร (Dynamic Capabilities)⁵² ซึ่งกำหนดโดยปัจจัย 6 กลุ่มที่มีความสำคัญต่อความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการก้าวเข้าสู่ตลาดโลกของบริษัทต่างๆ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยกลุ่มที่ 1: พื้นฐานของเจ้าของ/ ผู้จัดการ (Owner/ Manager Profile)

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 เป็นประกอบด้วย พื้นฐานด้านการประกอบการระหว่างประเทศของเจ้าของหรือผู้จัดการ (International entrepreneurial orientation) การมีแนวคิดแบบไร้พรมแดนหรือแนวคิดแบบโลกาภิวัตน์ (Geocentric mindset) ประสบการณ์ในการทำงานในต่างประเทศหรือกับต่างประเทศ (Prior international experience) และการใฝ่รู้ (Learning Orientation)

ปัจจัยกลุ่มที่ 2: ความสามารถในการเรียนรู้ด้านการตลาด (Market-Focused Learning Capability)

ประกอบด้วย ความสามารถในการรวบรวมและกระจายข้อมูลตลาดความสามารถในการค้นข้อมูลตลาดไปสู่ความรู้เชิงปฏิบัติที่จะนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจระหว่างประเทศ⁵³ ความสามารถในการพัฒนาความรู้จากประสบการณ์ในตลาดเป้าหมาย⁵⁴ และความพร้อมที่จะเรียนรู้ใหม่ (Unlearn)

ปัจจัยกลุ่มที่ 3: ความสามารถในการเรียนรู้ภายในองค์กร (Internally-Focused Learning Capability)

ประกอบด้วยความสามารถในการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลด้านเทคโนโลยี และข้อมูลอื่นๆ ที่พัฒนาขึ้นภายในบริษัท เพื่อนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเป็นข้อมูลที่เกิดจากประสบการณ์การทำธุรกิจของบริษัท⁵⁵ อันเป็นองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี⁵⁶ และองค์ความรู้ที่ไม่เกี่ยวกับเทคโนโลยี

⁵⁰Penrose, Edith T. (1959), *Theory of the Growth of the Firm*, Oxford: Basil Blackwell.

⁵¹Weerawardena, Jay, Mort, Gillian Sullivan, Liesch, Peter W., Knight, Gary (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business* 42: 294-306.

⁵²Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7): 509–533.

⁵³Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2002). Information internalization in internationalizing the firm. *Journal of Business Research*, 51(12): 1–15. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

⁵⁴Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm – A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1): 23–32. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

⁵⁵Weerawardena, J. (2003b). The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy. *Journal of Strategic Marketing*, 11(1): 15–35. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

⁵⁶Zahra, S., Ireland, R. D., & Hitt, M. (2000). International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. *Academy of Management Journal*, 43(5): 925–950. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

อันจะส่งผลให้ธุรกิจมีความสามารถในการผลิตนวัตกรรม และปรับตัวตอบสนองต่อสภาพการณ์ทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา^{57, 58}

ปัจจัยกลุ่มที่ 4: ความสามารถในการสร้างเครือข่าย (Networking Capability)

เนื่องจาก Born Global มีความเสียเปรียบบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ในด้านทรัพยากรทางการเงินและทรัพยากรอื่นๆ ในการรับมือกับการผันผวนทางธุรกิจ Born Global จึงจำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายในการค้นหาโอกาสทางธุรกิจ การตรวจสอบแนวความคิด การรวบรวมทรัพยากรเพื่อสร้างโครงสร้างองค์กรใหม่⁵⁹ อีกทั้งเครือข่ายยังเป็นแหล่งข้อมูลที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และเอื้ออำนวยในการจัดหาองค์ความรู้และทรัพยากรที่จำเป็นต่างๆ⁶⁰

ปัจจัยกลุ่มที่ 5: ความสามารถทางการตลาด (Marketing Capability)

หมายถึงกระบวนการที่เป็นบูรณาการในการนำองค์ความรู้ ทักษะ และทรัพยากรไปตอบสนองความต้องการด้านการตลาดของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ⁶¹ ทั้งในแง่ของการกำหนดตำแหน่งของสินค้า การปรับแต่งสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การกำหนดราคา การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และการกระจายสินค้า ภายใต้ความเข้าใจในพฤติกรรมของตลาดและผู้บริโภค และของคู่แข่ง

ปัจจัยกลุ่มที่ 6: ผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้องค์ความรู้ (Knowledge Intensive Products)

หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบที่เป็นเลิศ ความสามารถในเทคโนโลยี และความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับตลาด โดยไม่จำกัดเฉพาะผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเท่านั้น แต่จะรวมถึงผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมทั่วไปและครอบคลุมทั้งตัวสินค้าและบริการ

ภายใต้กรอบความคิดเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัตของ Born Global ในการเร่งสู่ความเป็นสากลที่นำเสนอข้างต้น Weerawardena et al. (2007) ได้สรุปถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการเข้าสู่ตลาดโลกอย่างรวดเร็ว

- พื้นฐานของเจ้าของ/ ผู้จัดการ ส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการเรียนรู้ทางการตลาด
- พื้นฐานของเจ้าของ/ ผู้จัดการ ส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการเรียนรู้ภายในองค์กร

⁵⁷Nelson, R. R., &Winter, S. G. (1982). An evolutionary theory of economic change. Cambridge MA: Belknap Press.อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

⁵⁸Dosi, G. (1988). Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. Journal of Economic Literature, 26(3): 1120–1171.อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

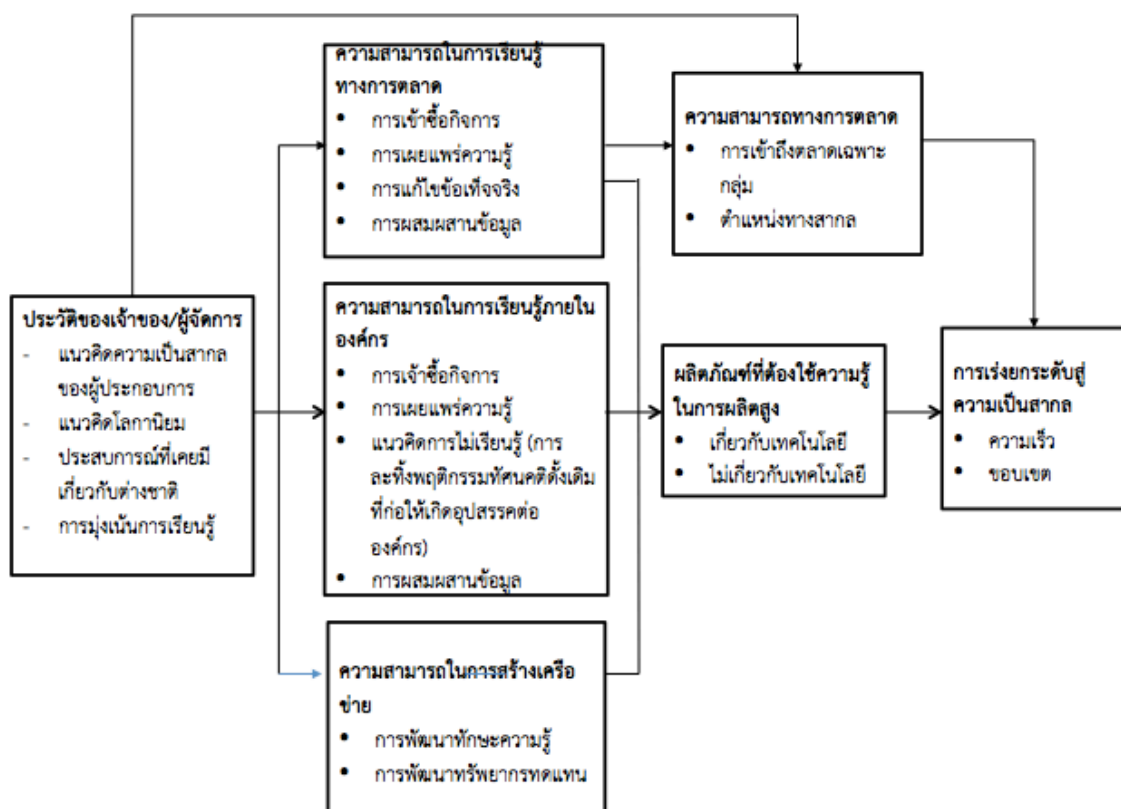
⁵⁹Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), The art and science of entrepreneurship (pp. 2–23). Cambridge, MA: Ballinger.อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

⁶⁰Nerkar, A., &Paruchuri, S. (2005). Evolution of R&D capabilities: The role of knowledge networks within a firm. Management Science, 51(5): 771–786.อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

⁶¹Weerawardena, J. (2003b). The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy. Journal of Strategic Marketing, 11(1): 15–35.

- พื้นฐานของเจ้าของ/ ผู้จัดการ ส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการสร้างเครือข่ายและประสิทธิภาพของเครือข่าย
- พื้นฐานของเจ้าของ/ ผู้จัดการ ส่งผลทางบวกต่อความสามารถและศักยภาพด้านการทำการตลาด
- ความสามารถและศักยภาพด้านการทำการการตลาด ส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ความสามารถในการเรียนรู้ภายในองค์กร ส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ความสามารถในการสร้างเครือข่ายและประสิทธิภาพของเครือข่าย ส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะส่งผลทางบวกต่อความรวดเร็วในการก้าวเข้าสู่ตลาดโลก
- ความสามารถในการเรียนรู้ทางการตลาดส่งผลทางบวกต่อความรวดเร็วในการเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ

โดยภาพที่ 6-10 เป็นแผนภาพที่สรุปความสัมพันธ์ต่างๆข้างต้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการก้าวเข้าสู่ตลาดโลก ซึ่งฉายภาพให้เห็นว่า พื้นฐานของผู้บริหารธุรกิจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาศักยภาพในด้านอื่นๆ



ภาพที่ 6-10 กรอบความสามารถเชิงพลวัตของบริษัทเกิดใหม่ระดับโลกในการเร่งสู่ความเป็นสากล
ที่มา: Weerawardena, Jay, Mort, Gillian Sullivan, Liesch, Peter W., Knight, Gary (2007).
Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. Journal of World Business 42: 294-306.

นอกจากนี้ Andersson et al. (2015)⁶² ยังได้นำเสนอกรอบความคิดเกี่ยวกับปัจจัยหลักที่เป็นกลไกขับเคลื่อนการเข้าสู่ตลาดโลกของ Born Global โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างบริษัทจากชาติตะวันตกกับบริษัทจากประเทศจีน โดยได้จัดกลุ่มปัจจัยต่างๆ ออกเป็น 4 ด้านหลัก ดังนี้ (ภาพที่ 6-11)

1. ปัจจัยทางด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneurial perspective) ประกอบไปด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

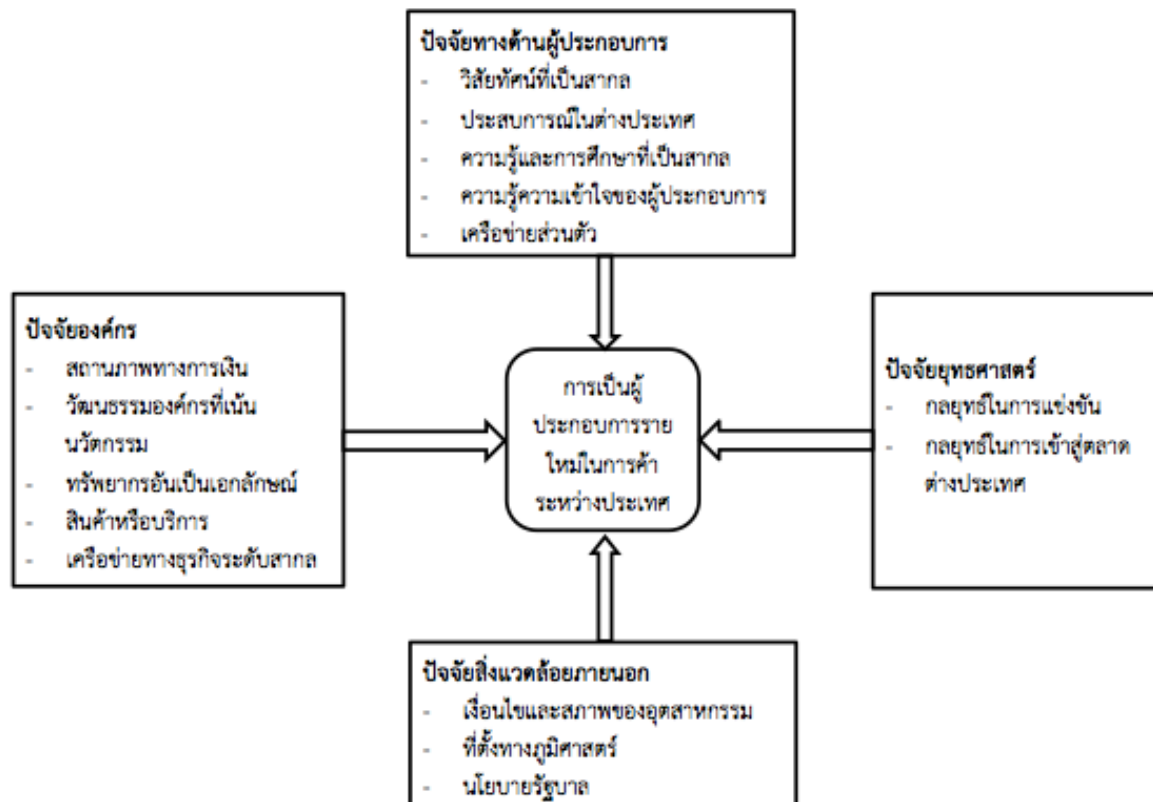
- วิสัยทัศน์ที่เป็นสากลของผู้ประกอบการ (Entrepreneur's International Vision) เป็นผู้ประกอบการก้าวพ้นจากการตีกรอบธุรกิจของตนให้จำกัดอยู่เฉพาะในประเทศ โดยมองตลาดทั้งโลกเป็นตลาดเป้าหมาย พร้อมทั้งจะฉวยโอกาสที่เกิดขึ้นด้วยการเข้าไปแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศ
- ประสบการณ์ในต่างประเทศของผู้ประกอบการ (Entrepreneur's International Experience) และความรู้เกี่ยวกับต่างประเทศของผู้ประกอบการ (Entrepreneur's International Knowledge) โดยเฉพาะประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการประกอบการข้ามแดน การจัดการความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ทักษะในการสื่อสาร และการจัดการความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยยกประสิทธิภาพและความสามารถในการจัดการความเสี่ยงที่จะเกิดกับธุรกิจระหว่างประเทศ
- ความรู้และการศึกษาของผู้ประกอบการ (Entrepreneur's Education) ความรู้ภาษาต่างประเทศถือว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญมาก
- ความรู้คิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Cognition) การประกอบการเชิงรุก การยอมรับความเสี่ยง การอดทนต่อสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือไม่ชัดเจน การมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ ความสามารถในการเห็นช่องทางและโอกาส และความพร้อมที่จะรับมือกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ
- ความสามารถของผู้ประกอบการ (Entrepreneur's Abilities) ความสามารถด้านนวัตกรรม ความสามารถในการรับความเสี่ยง ความสามารถในการเห็นโอกาส และความสามารถในการปรับตัว
- เครือข่ายส่วนตัว (Personal Network) จะเป็นประโยชน์ในการขยายธุรกิจ การสนับสนุนทางการเงิน และการแสวงหาพันธมิตรที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย

2. ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational perspective) ประกอบไปด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

- สภาพภาพทางการเงิน (Financial Condition) การมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็งและมั่นคง
- วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นนวัตกรรม (Innovation Culture) นวัตกรรมประกอบด้วยส่วนที่พัฒนาขึ้นมาจากองค์ความรู้ของตนเองและส่วนที่เลียนแบบจากธุรกิจอื่น
- ทรัพยากรที่เป็นจุดเด่น (Unique resource) ครอบคลุมถึงสินทรัพย์ที่เป็นนวัตกรรมในตัวสินค้าชื่อเสียงและเครือข่ายที่บริษัทสร้างขึ้น

⁶²Andersson, Svante, Danilovic, Mike, & Huang, Hanjun. 2015. Success factors in Western and Chinese Born Global companies. iBusiness 7: 25-38.

- สินค้าหรือบริการ (Product or Service) สินค้าและบริการที่มีอยู่แล้วและสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่
 - เครือข่ายทางธุรกิจระหว่างประเทศ (International network) เครือข่ายธุรกิจระหว่างประเทศช่วยเสริมให้บริษัทได้รับความรู้ ข้อมูล และประสบการณ์เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ ช่วยลดอัตราความเสี่ยงในการทำธุรกิจในตลาดเป้าหมาย และช่วยเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศได้ง่ายขึ้น
3. **ปัจจัยด้านกลยุทธ์ (Strategic perspective)** ประกอบไปด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้
- กลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยทั่วไปกลยุทธ์ที่น่าจะประสบความสำเร็จ คือ การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ราคาถูกลง (Low cost strategy) หรือ การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy)
 - กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศมีกลยุทธ์ที่สามารถนำมาใช้ในการเข้าสู่ตลาดอยู่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ในระยะเริ่มต้น ธุรกิจมักเน้นการเข้าสู่ตลาดที่ต้องลงทุนในทรัพยากรน้อย
4. **ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก (External environment perspective)** ประกอบไปด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้
- เงื่อนไขและสภาพของอุตสาหกรรม (Industry Condition) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม ระดับเทคโนโลยีที่ใช้ และระดับการแข่งขันที่เกิดขึ้น มีผลต่อพฤติกรรมในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศของธุรกิจ เช่น งานวิจัยพบว่า Born Global มักจะเกิดในอุตสาหกรรมที่กำลังอยู่ในช่วงของการขยายตัว อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันในประเทศที่ค่อนข้างสูง
 - ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ (Geographical Location) หมายถึงการเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มคลัสเตอร์ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้เกิด Born Global
 - นโยบายรัฐบาล (Government Policies) รัฐบาลท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม Born Globals ด้วยการกระตุ้นการส่งออกของบริษัท และกำหนดนโยบายสนับสนุนต่างๆ เช่น นโยบายลดหย่อนภาษีส่งออก และนโยบายจัดนิทรรศการระหว่างประเทศ เป็นต้น ส่วนรัฐบาลในประเทศตะวันตกจะมีบทบาทค่อนข้างน้อย



ภาพที่ 6-11 4 ประเด็นหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการก้าวสู่ความเป็นสากล

ที่มา: Andersson, Svante, Danilovic, Mike, & Huang, Hanjun. 2015. Success factors in Western and Chinese Born Global companies. iBusiness 7: 25-38.

6.3 การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมา

การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมา ตั้งอยู่บนกรอบความคิดที่สำคัญ 2 ประการคือ

ก. ตลาดเมียนมามีลักษณะเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะอันใกล้ในอัตราที่ค่อนข้างสูง ในขณะเดียวกัน เนื่องจากประเทศเมียนมากำลังอยู่ในช่วงเริ่มแรกของการเปิดประเทศและการปรับโครงสร้างของประเทศให้เป็นสากล เกิดความไม่พร้อมในสถาบันที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางและกลไกในการขับเคลื่อนตลาดทั้งที่เป็นตลาดทุน ตลาดสินค้า และตลาดแรงงาน จึงเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในหลายด้าน อาทิเช่น

- ความเสี่ยงทางการเมือง (Political)
- ความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยน (Currency or treasury)
 - ความเสี่ยงด้านกฎหมายและกฎระเบียบ (Law & Regulations)
 - ความเสี่ยงด้านสินเชื่อการค้าและลูกค้า (Trade credit or customer insolvency)
 - ความเสี่ยงด้านตลาด (Market or Competitive)

- ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational)
- ความเสี่ยงโซ่อุปทาน (Supply Chain)
- ความเสี่ยงด้านแรงงาน (Workforce)
- ความเสี่ยงด้านราคา (Pricing)
- ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security)
- ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (Fraud Bribery & Corruption)
- ความเสี่ยงด้านรายงานการเงิน (Financial Reporting)

ข. ชาตินะวันตักมีแนวโน้มที่จะยกเลิกมาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจต่อเมียนมาในไม่ช้า ซึ่งหลังจากนั้น ผู้ประกอบการจำนวนมากจากทั่วโลกจะแห่เข้าไปลงทุนในประเทศเมียนมา โดยเฉพาะธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ ซึ่งมีความพร้อมในเกือบทุกด้านมากกว่าผู้ประกอบการไทย ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SME จึงมีช่วงเวลาไม่มากนักในการวางรากฐานการค้าและการลงทุนของตนในตลาดเมียนมาก่อนที่บริษัทจากนานาชาติจะหลั่งไหลเข้าไป ผู้ประกอบการไทยที่จะประสบความสำเร็จในการทำตลาดเกิดใหม่แบบเมียนมา จึงควรมีคุณสมบัติในการทำงานเดียวกับผู้ประกอบการที่เป็น Born Global ที่สามารถปรับตัวได้เร็วและมีวิธีในการจัดการความเสี่ยงในด้านต่างๆ

และจากการสังเคราะห์คุณสมบัติของ **Born Global** ที่ประสบความสำเร็จดังที่ได้นำเสนอในหัวข้อที่แล้วนั้น พอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในตลาดเมียนมานั้นผู้บริหารและระบบบริหารจัดการขององค์กรจะต้องมีขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศและความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ซึ่งแบ่งออกเป็นความสามารถด้านต่างๆ และประเด็นสำคัญในแต่ละด้าน คือ

1) ด้านพื้นฐานของธุรกิจ

- ความสามารถในการปรับตัวในการทำธุรกิจในเมียนมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) ที่ยังคงขาดความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ กฎหมาย ระบบสาธารณูปโภค
- ความพร้อมของสินค้าและบริการในการทำตลาดในเมียนมา
- เงินทุนในการทำธุรกิจในเมียนมา
- ความรู้ความเข้าใจในตลาดเมียนมา
- ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับเมียนมา
- ความสามารถในการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงและความอ่อนไหวของสถานการณ์ทางธุรกิจที่เป็นลักษณะของตลาดเกิดใหม่

2) ด้านพื้นฐานของผู้บริหาร

- ความมุ่งมั่นในการประกอบการระหว่างประเทศ (International entrepreneurship)
- ความชัดเจนในยุทธศาสตร์และกรอบความคิดในการประกอบธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ (Global mindset)
- ประสบการณ์และองค์ความรู้ในการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ
- ความสามารถในการบริหารและยอมรับความเสี่ยง
- ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่

- 3) ด้านการตลาด ความสามารถในการเข้าถึงตลาดและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาด
 - ความสามารถในการจัดการความรู้จากแหล่งต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการค้าขายกับเมียนมา
 - การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด
 - การเข้าถึงตลาด
 - การพัฒนาศักยภาพ สินค้า และการบริการให้มีความโดดเด่น
 - การวางภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการให้เป็นสากล
 - การพัฒนานวัตกรรม
 - ความรู้ความเข้าใจในตลาดเมียนมา
 - ภาษาและวัฒนธรรม
- 4) ด้านการพัฒนาตนเอง ความสามารถในการแสวงหาข้อมูล และการพัฒนาบุคลากร
 - การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อต่อยอดความรู้และสร้างความรู้ใหม่
 - การพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการค้าขายและแข่งขัน
 - บุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจกับเมียนมา
- 5) การพัฒนาเครือข่าย
 - มีเครือข่ายระดับท้องถิ่น
 - มีเครือข่ายระดับนานาชาติ
 - มีเครือข่ายในการแบ่งปันความรู้
 - มีเครือข่ายในการแบ่งปันทรัพยากร

ภายใต้กรอบความคิดข้างต้น โครงการนี้ได้ทำการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยโดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ผ่านการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีความเข้าใจหรือประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจและการลงทุนในเมียนมา การประเมินได้ออกแบบแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจโลจิสติกส์ และแบบสอบถามสำหรับสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ค้า ทั้งนี้หากพิจารณาในภาพรวมนั้น แบบสอบถามทั้ง 2 แบบมีชุดคำถามที่คล้ายกัน โดยจะแตกต่างกันบ้างเฉพาะในรายละเอียดของคำถาม โดยชุดคำถามที่อยู่ในแบบสอบถามประกอบด้วย

- ชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะและขอบเขตการประกอบธุรกิจข้ามแดนไปยังเมียนมาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
- ชุดคำถามเกี่ยวกับความสนใจของผู้ประกอบการเกี่ยวกับรูปแบบที่จะนำมาใช้ในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา เมืองที่ประสงค์จะขยายธุรกิจเข้าไป เหตุผลในการขยายธุรกิจ และสิ่งที่ผู้ประกอบการกังวลในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา
- ชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่จะสนับสนุนการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการไทยเข้าไปในเมียนมา โดยแบ่งปัจจัยสนับสนุนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) การส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการ

ไทยสู่สากล และ 2) การสร้างปัจจัยแวดล้อม (Ecosystems) ให้เอื้อต่อธุรกิจไทยที่จะไปลงทุน และทำการค้าในเมียนมา

- ชุดคำถามเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการไทยใน 5 มิติ 1) พื้นฐานขององค์กร 2) พื้นฐานของผู้บริหาร 3) การตลาด 4) การพัฒนาองค์กร และ 5) การมีเครือข่าย โดยเปรียบเทียบ ศักยภาพของผู้ประกอบการไทยกับศักยภาพของผู้ประกอบการต่างชาติที่น่าจะเป็นคู่แข่งของไทยในตลาดเมียนมา
- ชุดคำถามเกี่ยวกับโอกาสและรูปแบบในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมาของผู้ประกอบการไทย ในอุตสาหกรรมน้ำมัน อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องดื่มและอาหาร สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม วัสดุก่อสร้าง เครื่องจักรกลการเกษตร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ภาคผนวก ค และ ง แสดงแบบสอบถามทั้ง 2 แบบที่ใช้ในการสำรวจความคิดเห็น

การสำรวจผู้ประกอบการได้แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการออกเป็น 3 กลุ่ม โดยมีจำนวนผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มที่ถูกละเลือก ดังนี้

- ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตและผู้ค้าที่ประกอบการอยู่ในอำเภอแม่สอด
- ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ค้าที่ประกอบการนอกอำเภอแม่สอด แต่มีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสถานการณ์ธุรกิจเมียนมา
- ผู้ให้บริการโลจิสติกส์หรือบริการขนส่ง

รายละเอียดของผลการสำรวจผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม นำเสนอในภาคผนวก จ

โดยมีประเด็นสำคัญที่สามารถสรุปได้จากผลการสำรวจ ดังนี้

ก. เหตุผลในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา

ตามทฤษฎีทั่วไป ผู้ประกอบการคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากเข้าไปลงทุนในต่างประเทศในด้านหลักๆ ดังต่อไปนี้

- การแสวงหาตลาด (Market Seeking)
- การแสวงหาแรงงาน (Labor Seeking)
- การแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource Seeking)
- การแสวงหาการควบคุมโซ่คุณค่า (Value chain control seeking)
- การแสวงหาแรงจูงใจทางการเงิน (Financial incentive seeking)
- การแสวงหาเทคโนโลยี (Technology seeking)

แต่ในกรณีของเมียนมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ที่เริ่มจะมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง ผลประโยชน์ในด้านการแสวงหาเทคโนโลยี คงไม่ใช่เหตุผลที่นักลงทุนต่างชาติจะเข้าไปลงทุนในเมียนมา

ทั้งนี้ จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเหตุผลในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมาที่ได้จากผลการสำรวจสรุปในตารางที่ 6-8 จะเห็นว่าผู้ประกอบการไทยมีความคิดเห็นที่ค่อนข้างก้าวหน้าเกี่ยวกับประโยชน์ทางธุรกิจที่ได้รับจากการขยายการค้าและธุรกิจเข้าไปในเมียนมา ผู้ประกอบการไม่ค่อยสนใจในผลประโยชน์ขั้นพื้นฐานที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าไปลงทุนในเมียนมาที่มุ่งเน้นการลดต้นทุนหรือการลดค่าใช้จ่ายทางธุรกิจ อันประกอบด้วย การตั้งอยู่ใกล้วัตถุดิบ การใช้ประโยชน์จากแรงงานที่มีราคาถูก และการได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากการลงทุน แต่ผู้ประกอบการกลับให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ขั้นก้าวหน้าที่จะได้รับจากการลงทุนในเมียนมา ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถที่จะพื้นฐานของความยั่งยืนของการประกอบธุรกิจในระยะยาว ได้แก่ การสร้างโอกาสในการขยายตัวทางธุรกิจอันเป็นผลจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดเมียนมา การกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ และการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการก้าวไปสู่ธุรกิจระหว่างประเทศในระยะยาว

ตารางที่ 6-8 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลในการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมา

การขยายการค้าและการลงทุนในเมียนมา	ในแม่สอด	นอกแม่สอด	ขนส่ง
เหตุผลที่ท่านอยากขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา			
เพื่อความอยู่รอดและความยั่งยืนของธุรกิจ	4.00	4.17	4.10
โอกาสขยายธุรกิจในไทยถดถอย	3.77	3.00	3.57
เป็นก้าวแรกของการต่อยอดไปเป็นบริษัทข้ามชาติ	3.00	3.86	3.71
ช่วยกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ	3.15	4.00	3.86
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จากประสบการณ์ธุรกิจในต่างประเทศ	3.75	4.5	3.60
เมียนมา เป็นตลาดขนาดใหญ่และมีโอกาสเติบโตสูง	4.53	4.43	4.22
ใกล้แหล่งวัตถุดิบ	2.83	2.33	
ค่าแรงต่ำ	3.17	2.33	3.50
สิทธิประโยชน์ทางภาษี	3.00	2.50	3.25
สิทธิประโยชน์ทางด้านการลงทุน	3.00	2.50	3.00

ข. รูปแบบในการขยายธุรกิจ

ความคิดเห็นโดยทั่วไปของผู้ประกอบการเกี่ยวกับรูปแบบในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมานำเสนอในตารางที่ 6-9 ในขณะที่ตารางที่ 6-10 นำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบในการขยายธุรกิจแยกตามประเภทสินค้าเป้าหมาย แสดงให้เห็นว่า โดยทั่วไป ผู้ประกอบการไทยยังไม่อยากเสี่ยงที่จะเข้าไปลงทุนเป็นจำนวนมากในเมียนมา ทั้งในการลงทุนตั้งสาขา หรือการลงทุนด้านการผลิตส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่า อยากจะขยายธุรกิจผ่านการส่งออกและการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายในเมียนมาเป็นหลัก ยกเว้นในกรณีของธุรกิจสิ่งทอและและธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ซึ่งมีผู้ประกอบการบางกลุ่มเห็นว่า ผู้ประกอบการไทยควรเข้าไปลงทุนตั้งฐานการผลิตในเมียนมา ทั้งนี้เพราะว่าการผลิตและตัดเย็บเสื้อผ้าเป็นการประกอบกิจการที่ใช้แรงงานเข้มข้น การตั้งฐานการผลิตในเมียนมาจะเกิดความได้เปรียบทั้งในด้านของต้นทุนแรงงานและด้านการได้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรการค้าเป็นการทั่วไป (GS) ที่ประเทศที่สหรัฐอเมริกาและในสหภาพยุโรปให้แก่สินค้าที่ผลิตในเมียนมา ซึ่งเข้าข่ายเป็นประเทศด้อยพัฒนา ในขณะที่วัสดุก่อสร้างเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักสูง การตั้งฐานผลิตในเมียนมาใกล้กับ

แหล่งลูกค้า ย่อมมีความได้เปรียบกว่าการทำการผลิตในไทย แล้วขนส่งเข้าไปยังลูกค้าในเมียนมา ซึ่งจะมีต้นทุนการขนส่งที่ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 6-9 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา

การขยายการค้าและการลงทุนในเมียนมา	ในแม่สอด	นอกแม่สอด
ท่านสนใจจะขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมาในอุตสาหกรรมใด		
ท่านอยากขยายธุรกิจในเมียนมาด้วยวิธีใดมากที่สุด		
ส่งออก	4.00	3.00
ขายผ่านสาขาของตนเองในเมียนมา	3.15	2.00
ขายผ่าน Dealer ในเมียนมา	3.92	3.60
ร่วมลงทุนกับเมียนมา	3.53	3.29
ลงทุนเองทั้งหมด	2.69	2.17

ตารางที่ 6-10 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา
แยกตามประเภทสินค้าเป้าหมาย

โอกาสขยายธุรกิจ	ส่งออกเพียงอย่างเดียว			ส่งออกและเป็นผู้จัดจำหน่าย			เชื่อมโยงการผลิต		
	ในแม่ สอด	นอกแม่ สอด	ขนส่ง	ในแม่ สอด	นอกแม่ สอด	ขนส่ง	ในแม่ สอด	นอกแม่ สอด	ขนส่ง
น้ำมัน	4.27	2.67	4.67	3.50	3.00	3.25	2.36	3.38	4.00
อุปกรณ์และ เครื่องใช้ไฟฟ้า	4.60	4.00	4.71	3.93	3.86	3.75	2.57	3.83	3.75
เครื่องดื่มและอาหาร	4.73	4.57	4.63	4.07	4.17	4.00	3.43	4.25	3.50
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	3.47	3.67	4.14	3.14	4.00	4.00	3.50	4.38	3.25
วัสดุก่อสร้าง	4.53	4.00	4.71	4.07	3.83	3.75	3.36	4.14	3.75
เครื่องจักรกล การเกษตร	4.60	4.57	4.71	4.07	3.86	3.75	3.43	4.33	3.50
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4.80	4.14	4.17	4.50	3.71	4.00	2.86	4.00	3.00

ค. อุปสรรคในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคที่จะเป็นปัจจัยท้าทายความสำเร็จในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา ดังสรุปในตารางที่ 6-11 ซึ่งจะเห็นว่า ปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมาในความคิดเห็นของผู้ประกอบการไทย คือ ชุดปัญหาที่เกิดจากการขาดองค์กรกลาง (Institutional Voids) ตามที่ได้อธิบายไว้ในตอนต้นของบทนี้นั่นเอง อันประกอบด้วย การเมืองที่ไม่มั่นคง ความไม่พร้อมของระบบสาธารณูปโภค ระบบกฎหมาย ขั้นตอนทางราชการ และระบบการเงินที่ยังไม่

เอื้อต่อการลงทุนของต่างชาติ ผู้ประกอบการไทยยังมีมุมมองและกรอบความคิดในการลงทุนแบบที่คุ้นเคยกันมา เป็นการมองปัญหาในมุมของตนเอง โดยลืมการมองในเชิงเปรียบเทียบว่า ผู้ประกอบการทุกคนไม่ว่าจะมาจากชาติไหนต่างก็ต้องประสบปัญหาการขาดแคลนชุดเดียวกัน โดยไม่ได้คิดถึงการใช้ประโยชน์จากความคุ้นเคยและประสบการณ์ของผู้ประกอบการไทย ในการรับมือกับปัญหาการขาดองค์รกลางเหล่านี้มากกว่าผู้ประกอบการต่างชาติ มาสร้างเป็นโอกาสและความได้เปรียบของผู้ประกอบการไทยที่เหนือกว่าผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งจากต่างชาติ

ตารางที่ 6-11 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา

การขยายการค้าและการลงทุนในเมียนมา	ในแม่สอด	นอกแม่สอด	ขนส่ง
อุปสรรค			
อะไรคืออุปสรรคที่ทำให้ท่านลังเล กังวลหรือชะลอการตัดสินใจในการเข้าไปลงทุนในเมียนมาเพื่อขยายธุรกิจ			
ด้านการเมืองที่ไม่มั่นคง	3.56	3.00	3.43
ด้านเศรษฐกิจ (การเติบโตที่ช้าหรือไม่แน่นอน)	2.85	3.00	3.00
ด้านนโยบายทางการค้าและการลงทุน เช่น การกีดกันทางการค้า	3.29	3.00	4.29
ด้านความรุนแรงในการแข่งขัน	3.29	2.00	3.29
ด้านแรงงาน เช่น ขาดแรงงานที่มีทักษะ (Manpower challenges)	3.08	2.00	3.17
ด้านการเข้าถึงแหล่งทุน	3.31	2.43	3.33
ด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ไม่พร้อม	3.36	3.86	4.25
ด้านกฎหมาย และระบบธนาคารที่ไม่พร้อม และไม่ชัดเจน	4.43	3.57	3.86
ด้านความยุ่งยากทางด้านเอกสารเพื่อจัดตั้งธุรกิจและบริหารธุรกิจในเมียนมา	3.80	3.43	3.33
ด้านการหาคู่ค้าท้องถิ่น (Local business partner)	3.50	3.14	3.40
ด้านภาษาและวัฒนธรรม	2.69	2.67	3.00
ด้านความรู้ ความเข้าใจและข้อมูลทางการตลาดที่ถูกต้อง	3.07	2.83	2.88

ง. ศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

เมื่อพิจารณาถึงการแข่งขันจากผู้ประกอบการต่างประเทศดังสรุปในตารางที่ 6-12 ผู้ประกอบการไทยทุกกลุ่มมีความเห็นตรงกันว่า ผู้ประกอบการจีน เป็นคู่แข่งที่มีความสำคัญที่สุด ส่วนความเห็นเกี่ยวกับคู่แข่งที่มีความสำคัญรองลงมานั้นจะแปรเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการที่ทำการค้าขายแดนอยู่ในแม่สอด มองว่าคู่แข่งคนสำคัญรองจากผู้ประกอบการจีน คือ ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เป็นชาวเมียนมา ขณะที่ผู้ประกอบการกลุ่มอื่นที่คุ้นเคยกับการค้าระหว่างประเทศ กลับมองว่าคู่แข่งคนสำคัญรองจากจีน คือ ผู้ประกอบการญี่ปุ่น

ตารางที่ 6-12 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการแข่งขันจากผู้ประกอบการต่างชาติ

ความสามารถของผู้ประกอบการไทย	ในแม่สอด	นอกแม่สอด	ขนส่ง
คู่แข่งของไทยในเมียนมา			
เมียนมา (คนท้องถิ่น)	3.57	2.00	3.11
จีน	4.56	3.38	4.67
ญี่ปุ่น	3.29	2.38	4.29
เกาหลี	2.93	2.13	3.29
เวียดนาม	2.71	2.14	1.71
สิงคโปร์	2.71	2.38	2.86
ชาติตะวันตก	2.07	2.38	3.14

ในการเข้าไปลงทุนทำการค้าและประกอบธุรกิจในประเทศเมียนมา ความสามารถที่มีความสำคัญสูงในความเห็นของผู้ประกอบการไทย ประกอบด้วย (ดังสรุปในตารางที่ 6-13)

- ความสามารถในการทำธุรกิจในตลาดเกิดใหม่ เช่น เมียนมา
- ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับเมียนมา
- ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่
- ความสามารถในการเข้าถึงตลาด
- ความรู้ความเข้าใจในตลาดเมียนมา
- ความสามารถของบุคลากรในการทำธุรกิจในเมียนมา
- การมีเครือข่ายระดับท้องถิ่น

ตารางที่ 6-13 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของศักยภาพในการแข่งขัน

ความสามารถของผู้ประกอบการไทย	ในแม่สอด	นอกแม่ สอด	ขนส่ง
ความสามารถในแต่ละด้านมีความสำคัญต่อการขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมามากน้อยเพียงใด			
มิติที่ 1 ภาพรวมขององค์กร			
ด้านความสามารถในปรับตัวในการทำธุรกิจในเมียนมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) ที่ยังคงขาดความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ กฎหมาย ระบบสาธารณสุข	4.00	4.25	3.71
ด้านความพร้อมของสินค้าและบริการในการทำตลาดในเมียนมา	3.69	3.63	3.44
ด้านเงินทุนในการทำธุรกิจในเมียนมา	3.33	4.00	3.33
ด้านความรู้ความเข้าใจในตลาดเมียนมา	3.67	3.75	3.44
ด้านความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับเมียนมา	4.27	4.00	3.78
มิติที่ 2 คุณลักษณะของผู้บริหาร			
ความมุ่งมั่นในการประกอบการระหว่างประเทศ (International entrepreneurship)	3.67	3.63	3.00

ความสามารถของผู้ประกอบการไทย	ในแม่สอด	นอกแม่ สอด	ขนส่ง
ความชัดเจนในยุทธศาสตร์และกรอบความคิดในการประกอบธุรกิจและ การค้าระหว่างประเทศ (Global mindset)	3.33	3.63	3.00
ประสบการณ์และองค์ความรู้ในการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ	3.67	3.75	3.00
ความสามารถในการบริหารและยอมรับความเสี่ยง	3.47	3.75	2.78
ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่	4.00	4.13	3.44
มิติที่ ด้านการตลาด			
ด้านความสามารถในการจัดการความรู้จากแหล่งต่างๆ มาใช้ให้เกิด ประโยชน์ต่อการค้าขายกับเมียนมา	3.93	3.50	3.88
ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด	3.64	3.88	3.50
ด้านการเข้าถึงตลาด	4.20	3.75	3.75
ด้านการพัฒนาศักยภาพ สินค้า และการบริการให้มีความโดดเด่น	3.50	3.88	3.71
ด้านการวางภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการให้เป็นสากล	3.50	3.88	3.63
ด้านการพัฒนานวัตกรรม	3.14	3.75	4.00
ด้านความรู้ความเข้าใจในตลาดเมียนมา	4.21	4.00	3.88
ด้านภาษาและวัฒนธรรม	4.14	3.63	4.25
มิติที่ ด้านการพ นาศักยภาพของบริษัท			
ด้านการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อต่อ ยอดความรู้และสร้างความรู้ใหม่	3.60	4.00	3.67
ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการค้าขาย และแข่งขัน	3.50	3.88	3.56
ด้านบุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจกับเมียนมา	4.14	4.00	3.56
มิติที่ ด้านเครือข่าย			
มีเครือข่ายระดับท้องถิ่น	4.14	4.38	4.00
มีเครือข่ายระดับนานาชาติ	3.21	3.63	2.71
มีเครือข่ายในการแบ่งปันความรู้	3.60	3.63	3.14
มีเครือข่ายในการแบ่งปันทรัพยากร	3.50	3.75	3.29

และเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการต่างชาติในการเข้าไปแข่งขันทางธุรกิจนในเมียนมา (ตารางที่ 6-14) ผู้ประกอบการทุกกลุ่มเห็นตรงกันว่า ผู้ประกอบการไทยมีความได้เปรียบจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ติดกับเมียนมา และความเข้าใจในวัฒนธรรมของเมียนมาและการมีเครือข่ายท้องถิ่นที่พัฒนาจากการค้าขายแดนในทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการไทยจะมีข้อเสียเปรียบที่สำคัญคือ ความชัดเจนของยุทธศาสตร์และกรอบความคิดในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ความสามารถในการยอมรับความเสี่ยง ความสามารถด้านการตลาดและการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมให้เหมาะสมกับตลาดเมียนมา

หากพิจารณาผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับศักยภาพในการเข้าไปประกอบธุรกิจในเมืองมา ทั้งในมุมมองของลำดับความสำคัญของศักยภาพและจุดอ่อนและจุดแข็งของผู้ประกอบการไทยเทียบกับผู้ประกอบการต่างชาติ พอจะสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการไทยควรได้รับการยกระดับขีดความสามารถที่สำคัญในด้านต่างๆ คือ ความสามารถด้านการปรับตัวในการทำธุรกิจในเมืองมา (ประกอบด้วย ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ ความสามารถในการยอมรับและบริหารจัดการความเสี่ยง) ความสามารถด้านการตลาดและการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมให้เหมาะสมกับตลาดเมืองมา และการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจในเมืองมา

ตารางที่ 6-14 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการต่างชาติ

ความสามารถของผู้ประกอบการไทย	ในแม่สอด	นอกแม่สอด	ขนส่ง
เปรียบเทียบความสามารถของผู้ประกอบการไทยกับคู่แข่งต่างชาติ			
มิติที่ ภาพรวมขององค์กร			
ด้านความสามารถในการปรับตัวในการทำธุรกิจในเมืองมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) ที่ยังคงขาดความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ กฎหมาย ระบบสาธารณูปโภค	2.93	3.14	2.83
ด้านความพร้อมของสินค้าและบริการในการทำตลาดในเมืองมา	3.69	3.14	2.88
ด้านเงินทุนในการทำธุรกิจในเมืองมา	2.93	2.86	2.50
ด้านความรู้ความเข้าใจในตลาดเมืองมา	3.60	2.86	3.13
ด้านความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์กับเมืองมา	4.07	3.71	3.63
มิติที่ คุณลักษณะของผู้บริหาร			
ความมุ่งมั่นในการประกอบการระหว่างประเทศ (International entrepreneurship)	2.80	2.71	2.50
ความชัดเจนในยุทธศาสตร์และกรอบความคิดในการประกอบธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ (Global mindset)	2.73	2.57	2.38
ประสบการณ์และองค์ความรู้ในการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ	2.80	2.43	2.25
ความสามารถในการบริหารและยอมรับความเสี่ยง	3.00	2.43	2.50
ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่	3.36	3.14	2.75
มิติที่ ด้านการตลาด			
ด้านความสามารถในการจัดการความรู้จากแหล่งต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการค้าขายกับเมืองมา	3.00	3.00	3.17
ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด	3.00	3.00	2.75
ด้านการเข้าถึงตลาด	3.21	3.29	3.17
ด้านการพัฒนาศักยภาพ สินค้า และการบริการให้มีความโดดเด่น	2.86	3.14	2.33
ด้านการวางภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการให้เป็นสากล	3.21	2.86	1.83
ด้านการพัฒนานวัตกรรม	2.69	2.14	2.17
ด้านความรู้ความเข้าใจในตลาดเมืองมา	4.07	3.29	3.00
ด้านภาษาและวัฒนธรรม	3.86	3.71	3.50

ความสามารถของผู้ประกอบการไทย	ในแม่สอด	นอกแม่สอด	ขนส่ง
เปรียบเทียบความสามารถของผู้ประกอบการไทยกับคู่แข่งต่างชาติ			
มิติที่ ด้านการพัฒนาศักยภาพของบริษัท			
ด้านการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อต่อยอดความรู้และสร้างความรู้ใหม่	2.87	2.75	2.50
ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการค้าขายและแข่งขัน	2.87	2.63	2.50
ด้านบุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจกับเมียนมา	3.07	3.13	2.50
มิติที่ ด้านเครือข่าย			
มีเครือข่ายระดับท้องถิ่น	3.79	3.50	3.83
มีเครือข่ายระดับนานาชาติ	3.07	2.63	2.17
มีเครือข่ายในการแบ่งปันความรู้	2.73	2.88	2.83
มีเครือข่ายในการแบ่งปันทรัพยากร	2.86	3.00	2.67

จ. การสนับสนุนจากภาครัฐ

ในประเด็นเกี่ยวกับการสนับสนุนจากภาครัฐนั้น พบว่า ความพึงพอใจของผู้ประกอบการไทยที่มีต่อการสนับสนุนจากภาครัฐในทุกมิติอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 6-15) โดยผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการสนับสนุนจากรัฐด้านการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ น้อยกว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการสนับสนุนในด้านของการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าไปทำธุรกิจในเมียนมา

ตารางที่ 6-15 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการสนับสนุนจากภาครัฐ

ปัจจัยสนับสนุน	ในแม่สอด	นอกแม่สอด	ขนส่ง
ท่านพึงพอใจกับการสนับสนุนที่ผ่านมาน้อยเพียงใด			
การส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยสู่สากล:			
การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการบริหารธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศ	2.31	3.14	2.25
การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการค้าขายแดนกับเมียนมา	2.31	2.86	
การพัฒนาความสามารถในการบริหารความเสี่ยงจากการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา	2.00	2.57	1.86
การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในเมียนมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets)	2.31	2.71	1.86
การสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการให้เข้ากับตลาดหรือลูกค้าในเมียนมา	2.07	2.57	2.33
การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการค้าและการลงทุนในเมียนมา:			
การส่งเสริมการรวมตัวกันของผู้ประกอบการไทยด้วยกันเอง	2.77	3.14	3.00
การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการเมียนมา	2.79	2.71	2.29
ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	2.38	3.00	2.13

ปัจจัยสนับสนุน	ในแม่สอด	นอกแม่สอด	ขนส่ง
การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	1.85	2.83	2.00
การนำค่าใช้จ่ายก่อนการลงทุนมาลดหย่อนภาษี	2.00	2.83	2.14
การให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินกู้	2.85	2.33	2.29
การให้ความช่วยเหลือในรูปของการประกัน เช่น การประกันการส่งออก	2.08	2.67	2.33
การซื้อตลาดหรือลูกค้าเป้าหมายในเมียนมา	3.00	2.83	2.43
การจัดการแสดงสินค้า	2.85	3.50	2.43
การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	2.33	2.67	2.14
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนในเมียนมา	2.50	3.00	2.14
การให้คำปรึกษาในทุกด้านเกี่ยวกับการลงทุนในเมียนมา	2.50	2.83	2.57
การให้ข้อมูลด้านกฎหมายและกฎระเบียบ	2.23	3.00	2.29
การให้ข้อมูลสิทธิประโยชน์ทางการค้าและการลงทุนในด้านต่างๆ ของเมียนมา	2.38	3.00	2.00
การให้ข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจและการค้า	2.08	2.83	2.43
สิทธิประโยชน์ต่างๆ ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับเมียนมา	2.23	2.83	2.29
การอำนวยความสะดวก ณ ด่านชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา	2.46	3.17	2.38
การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า อาทิ การจัดตั้งศูนย์ การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ OSS	2.36	2.83	2.14
การสร้างนิคมอุตสาหกรรม โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการลงทุน	2.46	2.83	2.14

โดยผลการสำรวจดังแสดงในตารางที่ 6-16 ชี้ให้เห็นว่า การสนับสนุนจากรัฐที่ผู้ประกอบการประสงค์อยากได้เป็นลำดับแรกๆ ประกอบด้วย

- การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารธุรกิจและห่วงโซ่การค้าระหว่างประเทศ
- การพัฒนาความสามารถในการบริหารความเสี่ยงจากการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา
- การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในเมียนมา ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่
- การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการเมียนมา
- ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน
- การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- การนำค่าใช้จ่ายก่อนการลงทุนมาลดหย่อนภาษี
- การให้ความช่วยเหลือในรูปของการประกัน เช่น การประกันการส่งออก
- การให้คำปรึกษาในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการลงทุนในเมียนมา ประกอบด้วย ด้านกฎหมาย สิทธิประโยชน์ทางการค้าและการลงทุน และด้านเศรษฐกิจและการค้า
- การอำนวยความสะดวกทางการค้า

ตารางที่ 6-16 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ

ปัจจัยสนับสนุน	ในแม่สอด	นอกแม่ สอด	ขนส่ง
ท่านอยากได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลหรือองค์กรวิชาชีพในด้านใดบ้าง			
การส่งเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยสู่สากล:			
การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการบริหารธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศ	4.15	4.14	4.00
การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการค้าชายแดนกับเมียนมา	4.31	3.75	
การพัฒนาความสามารถในการบริหารความเสี่ยงจากการขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมา	4.31	4.00	4.63
การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในเมียนมาซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets)	4.08	4.00	4.56
การสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการให้เข้ากับตลาดหรือลูกค้าในเมียนมา	3.86	3.75	4.50
การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการค้าและการลงทุนในเมียนมา:			
การส่งเสริมการรวมตัวกันของผู้ประกอบการไทยด้วยตนเอง	3.87	4.13	4.00
การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการเมียนมา	4.14	4.25	4.25
ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	4.57	4.25	3.89
การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	4.43	4.38	4.38
การนำค่าใช้จ่ายก่อนการลงทุนมาลดหย่อนภาษี	4.50	4.13	4.50
การให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินกู้	4.29	3.25	4.44
การให้ความช่วยเหลือในรูปของการประกัน เช่น การประกันการส่งออก	4.00	4.50	4.33
การซื้อตลาดหรือลูกค้าเป้าหมายในเมียนมา	4.00	3.71	4.25
การจัดการแสดงสินค้า	3.64	3.57	4.13
การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	3.69	3.86	4.13
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนในเมียนมา	3.69	4.00	4.44
การให้คำปรึกษาในทุกด้านเกี่ยวกับการลงทุนในเมียนมา	4.40	4.43	4.50
การให้ข้อมูลด้านกฎหมายและกฎระเบียบ	4.36	4.57	4.33
การให้ข้อมูลสิทธิประโยชน์ทางการค้าและการลงทุนในด้านต่างๆของเมียนมา	4.54	4.43	4.25
การให้ข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจและการค้า	4.36	4.00	4.22
สิทธิประโยชน์ต่างๆ ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับเมียนมา	4.57	4.29	4.38
การอำนวยความสะดวก ณ ด่านชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา	4.43	4.00	4.10
การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า อาทิ การจัดตั้งศูนย์ การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ OSS	4.29	3.71	4.50
การสร้างนิคมอุตสาหกรรม โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการลงทุน	3.57	4.14	4.50

บรรณานุกรม

- ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร 2014 สืบค้นที่ : http://www.ditp.go.th/contents_attach/92711/92711.pdf
- รายงาน “Diversity with Proximity: โอกาสและความท้าทายของห่วงโซ่มูลค่าของอาเซียน” โดย ไพรัตน์ ผลิตวานนท์, นลินี หนูขวัญ, วริษฐา ประจงการ สายนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย 2015
- Khanna, Tarun, & Palepu, Krishna G. (2010). “Winning in emerging markets: A roadmap for strategy and execution”. *arvar usiness Review Press*. Boston, Massachusetts, USA.
- Shigeki Ichii, Susumu Hattori, and David Michael (2012). “How to Win in Emerging Markets: Lessons from Japan”. *arvar usiness Review* May 2012. 126-130.
- International Institute for Management Development (2014). “Frugal innovation: Creating and capturing value in emerging markets”. *INSIGHTS IMD* ๒. 31.
- Ted London and Stuart L Hart. (2004) “Reinventing strategies for emerging markets: beyond the transnational model”. *Journal o nternational usiness Stu ies* 35, 350-370.
- Hill, Charles W., Wee, Chow Hou, & Udayasanker, Krishna. 2012. “International Business: An Asian Perspective”. Mc-Graw Hill Education, Singapore.
- Andersen, O. (1993), “On the internationalization process of firms, a critical analysis”, *Journal o nternational usiness Stu ies*, 24(2), 209–31.
- Aspelund, A. and T.K. Madsen (2009), “The role of innovative and entrepreneurial behavior in internationalization processes”, *avances in nternational Marketing*, 20, 155–76.
- Ahokangas, P. (1998). “Internationalization and resources: An analysis of processes in Nordic SMEs”. *doctoral issertation*, Universitas Wasaensis, Vaasa.
- Penrose, Edith. 1995. “The theory of the growth of the firm”. Third edition. Oxford University Press Inc. New York.
- Bilkey, Warren J. & Tesar, George. (1977). “The export behavior of smaller Wisconsin manufacturing firms”. 4, 9 (Spring/Summer): 93-98.
- Cavusgil, S. Tamer. 1980. “On the internationalization process of firms”. *European Researc* , 8 (November): 273-81.
- Czinkota, Michael R. 1982. “Export development strategies: US promotion policies” New York: Praeger Publishers.
- Reid, Stan D. 1981. “The decision-maker and export entry and expansion” *Journal o nternational usiness Stu ies*, 12 (Fall): 101-12.
- Marinov, M and Marinova, S (2012), “Internationalization of emerging economies and firms”, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Vernon, R. (1966), “International investment and international trade in the product cycle”, *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190–207.
- Marinov, M and Marinova, S (2012), “Internationalization of emerging economies and firms” Hampshire: Palgrave Macmillan.

- Wasserman, S and Ralston, D (2006), "New frontiers in network theory development". *California Management Review* 200 , Vol. 31, No. 3, 560–568
- Abdullah, N and Zain, N (2011), "The Internationalization Theory and Malaysian Small Medium Enterprises (SMEs)", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 2, No. 4
- Oviatt, B and McDougall P (2005), "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization", *Entrepreneurship Theory and Practice*. Volume 29, issue 5, pages 537-544
- Gabrielsson, Mika & Kirpalani, V.H. Manek (2012). "Overview, background and historical origin of born globals; development of theoretical and empirical research". Handbook of Research on Born Globals. Edward Elgar Publishing Limited. UK.
- Leonidou, Leonidas C. & Samiee, Saeed. 2012. "Born global or simply rapidly internationalizing? Review, critique, and future prospects". In Gabrielsson, M. & Kirpalani, V.H. Manke (eds.) Handbook of Research on Born Globals. Edward Elgar Publishing Limited. UK.
- Vermeulen, F. and H. Barkema (2002), "Pace, rhythm, and scope: process dependence in building a profitable multinational corporation", *Strategic Management Journal*, **23**, 637–53.
- Autio, E., H.J. Sapienza and J.G. Almeida (2000), "Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth", *California Management Journal*, **43**, 909–24.
- Oviatt, B.M. and P.P. McDougall (1994), "Toward a theory of international new ventures", *Journal of International Business Studies*, **25**(1), 45–64.
- Solberg, Carl Arther (2012). The born global dilemma: Trade-off between rapid growth and control. In Gabrielsson, M. & Kirpalani, V.H. Manke (eds.) Handbook of Research on Born Globals. Edward Elgar Publishing Limited. UK.
- Williamson, Oliver E. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York: Free Press.
- Buckley, Peter J. and Mark C. Casson (1976), *The Future of the Multinational Enterprise*, London: Macmillan.
- Penrose, Edith T. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford: Basil Blackwell.
- Weerawardena, Jay, Mort, Gillian Sullivan, Liesch, Peter W., Knight, Gary (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business* 42: 294-306.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). "Dynamic capabilities and strategic management". *Strategic Management Journal*, 18(7): 509–533.
- Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2002). "Information internalization in internationalizing the firm". *Journal of Business Research*, 51(12): 1–15. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). "The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments" *Journal of International Business Studies*, 8(1): 23–32. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Weerawardena, J. (2003b). "The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy" *Journal of Strategic Marketing*, 11(1): 15–35. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Zahra, S., Ireland, R. D., & Hitt, M. (2000). "International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance". *California Management Journal*, 43(5): 925–950. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge MA: Belknap Press. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Dosi, G. (1988). "Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation" *Journal of Economic Literature*, 26(3): 1120–1171. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurs in tight social networks*. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 2–23). Cambridge, MA: Ballinger. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Nerkar, A., & Paruchuri, S. (2005). "Evolution of R&D capabilities: The role of knowledge networks within a firm" *Management Science*, 51(5): 771–786. อ้างอิงใน Weerawardena et al. (2007)

Andersson, Svante, Danilovic, Mike, & Huang, Hanjun. (2015). "Success factors in Western and Chinese Born Global companies". *iBusiness* 7: 25–38.

บทที่ 7

กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

บทนี้เป็นการนำเสนอกลยุทธ์ในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทย อันเป็นผลจากการประมวลผลการศึกษาที่นำเสนอมาตั้งแต่บทที่ 1 ถึงบทที่ 6 โดยมีเนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่ การทบทวนตัวอย่างแนวทางกลยุทธ์การส่งเสริมผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่างประเทศในบทที่ 2 การประเมินโอกาสทางธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์และการค้าข้ามแดน และการค้าและการลงทุนในเมียนมาในบทที่ 3 ถึงบทที่ 5 และการประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการที่จะขยายธุรกิจของตนเข้าไปในเมียนมาในบทที่ 6 ทั้งนี้การส่งเสริมให้ธุรกิจไทยเข้าไปมีบทบาทมากขึ้นในเมียนมาทั้งผ่านการค้าชายแดนและการเข้าไปลงทุนทางตรงในประเทศเมียนมา มีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจไทย และมีความจำเป็นต้องเร่งดำเนินการ เพราะมีช่วงเวลาหรือหน้าต่างของโอกาส (Windows of Opportunities) ในการดำเนินการที่ค่อนข้างสั้นแล้ว เพราะว่าผลจากการเยือนสหรัฐอเมริกาอย่างเป็นทางการในฐานะเจ้าหน้าที่ระดับสูงของรัฐบาลเมียนมาของนางอองซาน ซู จี ในกลางเดือนกันยายน พ.ศ. 2559 ได้เกิดแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) ระหว่างประเทศทั้งสอง โดยสหรัฐอเมริกาจะยกเลิก (Revoke) มาตรการคว่ำบาตรต่อเมียนมาและให้สิทธิพิเศษทางภาษีการค้าเป็นทางการ (GSP) แก่สินค้าที่ผลิตในเมียนมา ผลที่จะเกิดขึ้นตามมาคือ บริษัทชั้นนำจากประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ก็จะขยายธุรกิจและการลงทุนของตนเข้าไปในเมียนมาอย่างรวดเร็วเป็นจำนวนมาก นักลงทุนไทยที่จะขยายธุรกิจเข้าไปในเมียนมาในภายหลัง จะประสบการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นกว่าปัจจุบันอย่างมาก

ทั้งนี้ ถึงแม้ ณ ปัจจุบันนี้ ประเทศไทยมีการค้าชายแดนกับเมียนมาเป็นมูลค่าค่อนข้างสูงมากและยังมีแนวโน้มที่ยังเติบโตในระดับที่ค่อนข้างสูงอยู่ เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของเมียนมา แต่ในระยะไม่นานจากนี้ไป การค้าชายแดนระหว่างไทยเมียนมาอาจจะประสบภาวะถดถอยได้ เนื่องจากรูปแบบและโครงสร้างการค้าอาจมีการเปลี่ยนแปลง จากโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่ภายในเมียนมาทั้งจากการเปิดประเทศและการเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานใหม่ๆ และการปรับปรุงกฎระเบียบให้ได้มาตรฐานสากลมากขึ้น โอกาสที่เกิดขึ้นใหม่เหล่านี้จะกระตุ้นให้เจ้าของสินค้าทั้งที่เป็นสินค้าไทย สินค้าต่างชาติที่ผลิตในประเทศไทย หรือสินค้าต่างชาติที่ขายผ่านไทยเข้าไปยังเมียนมา ซึ่งแต่เดิมเคยใช้วิธีขายผ่านชายแดนเป็นหลัก เริ่มลดการขายผ่านชายแดนลง แล้วหันไปสร้างเครือข่ายของตนเองในการกระจายสินค้าในเมียนมา เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว หรือถึงกับเข้าไปตั้งฐานผลิตในเมียนมาในที่สุดอีกทั้งรัฐบาลเมียนมาก็เริ่มออกนโยบายห้ามสินค้าบางประเภทค้าขายผ่านชายแดนแล้ว¹ ซึ่งทั้งหมดนี้ จะทำให้ปริมาณและมูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมาจะลดลง นอกจากนี้เศรษฐกิจไทยต้องฝากอนาคตไว้กับตลาดของประเทศเพื่อนบ้าน เพราะตลาดในไทยเองอาจจะเล็กลงไปที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต ต้องขยายการขายไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

การนำเสนอในบทนี้จะเริ่มด้วยกรอบความคิดในการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งได้จากการประมวลและสังเคราะห์การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการไทยตามที่นำเสนอในบทที่ 6 ตามด้วยการทบทวนตัวอย่างยุทธศาสตร์ของประเทศจีนและประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นประเทศที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการของตนเข้าไปขยายธุรกิจในตลาดเกิดใหม่ และท้ายสุด จะเป็นการนำเสนอกลยุทธ์ที่ควรดำเนินการ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปในเมียนมา

¹ ข้อมูลที่ได้รับระหว่างการศึกษาภาคสนามตามเส้นทาง แม่สอด-เมียวดี-เมะล่าย-ย่างกุ้ง ระหว่างวันที่ 6-13 มีนาคม พ.ศ. 2559

7.1 กรอบความคิดในการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทย

จากการทบทวนทฤษฎีและแนวความคิด และผลการสำรวจที่นำเสนอในบทที่ 6 เราพอจะสรุปเป็นกรอบความคิดที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่จะช่วยยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย ในการประกอบการค้าการขนส่งชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา และในการเข้าไปลงทุนในเมียนมาได้ดังนี้

- ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากความนิยมในตัวสินค้าไทยในตลาดเมียนมา อันเนื่องมาจากอิทธิพลของการค้าชายแดนที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ มีชาวเมียนมาเข้ามาทำงานในไทย ในฐานะแรงงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งชาวเมียนมาเหล่านี้จะมีความคุ้นเคยและยอมรับในสินค้าไทยเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว
- ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่มีมายาวนานกับเมียนมา นักลงทุนไทยได้เปรียบอันเนื่องมาจากความสัมพันธ์ทางการค้าชายแดน และความใกล้เคียงของวัฒนธรรม ทำให้สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าชาวเมียนมา และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเมียนมาได้อย่างค่อนข้างถูกต้อง อย่างไรก็ตาม เมียนมาและประเทศไทยยังคงขาดกลไกในการประสานงานที่ดี ส่วนใหญ่ที่ผ่านมา การค้าได้อาศัยการประสานงานแบบไม่เป็นทางการ อันเนื่องจากอุปสรรคด้านนโยบายจากส่วนกลางของเมียนมาที่จำกัดการค้าระหว่างประเทศในหลายๆ ด้าน
- ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือต่างๆ ทั้งระดับพหุภาคี หรือทวิภาคีระหว่างไทยและเมียนมา เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือทางด้านการค้าและการลงทุน
- ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้เมียนมาเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ยังคงเน้นการใช้แรงงานแบบเข้มข้นเพราะสินค้าที่ผลิตในเมียนมาจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี GSP จากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว
- สถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเมียนมา มีลักษณะเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ซึ่งเป็นตลาดที่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงมาก แต่ในขณะเดียวกันยังมีความไม่พร้อมในหลายด้าน เกิดเป็นการขาดแคลนองค์กรกลาง (Institutional Voids) ที่จะสนับสนุนให้ตลาดทุน ตลาด และตลาดแรงงานขับเคลื่อนได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งความไม่พร้อมนี้เป็นเงื่อนไขทางธุรกิจที่เป็นได้ทั้งปัญหาหรือความท้าทายและโอกาส โดยความไม่พร้อมนี้จะเป็โอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่สามารถหาวิธีแก้หรือบริหารจัดการปัญหาที่เกิดจากการขาดแคลนองค์กรกลางได้ เพราะจะเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือผู้ประกอบการรายอื่นที่ถูกลดทอนศักยภาพจากความไม่พร้อมเหล่านั้น
- ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในตลาดเกิดใหม่จะมีลักษณะเป็น Born Global ซึ่งมีคุณสมบัติที่เป็นปัจจัยของความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่ประกอบด้วย กรอบความคิดแบบทันโลก (Global mindset) ความสามารถในการสร้างเครือข่ายทั้งกับผู้ประกอบการจากชาติเดียวกัน และกับผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยง
- ผู้ประกอบการไทยน่าจะมีความได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการต่างชาติที่มาจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เพราะยังมีผู้ประกอบการไทยบางราย ที่เคยผ่านประสบการณ์การทำธุรกิจในประเทศไทยเมื่อประมาณ 30 ปีที่แล้ว ซึ่งเป็นช่วงเวลาสถานการณ์ทางธุรกิจคล้ายกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในเมียนมา

ในขณะที่ผู้ประกอบการต่างชาติที่มาจากประเทศที่พัฒนา ไม่ค่อยมีประสบการณ์ทำธุรกิจในสถานการณ์ที่ทุกอย่างดูขาดแคลนไปหมด

- บทเรียนและประสบการณ์ของการลงทุนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่โดยผู้ประกอบการเกาหลีใต้ชี้ให้เห็นว่า ในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่ ซึ่งประชาชนยังมีรายได้ต่ำอยู่ ควรจะให้ความสำคัญกับการสร้างฐานตลาดในกลุ่มลูกค้าที่เป็นตลาดกลางและตลาดล่างที่อยู่ในชนบทซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ แทนการทำธุรกิจที่มุ่งเน้นเฉพาะตลาดบนในเมืองหลักของประเทศเท่านั้น เพราะเราสามารถใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ในการกระจายสินค้าไปตามพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ เป็นรากฐานในการต่อยอดให้กับการขยายธุรกิจไปในสินค้าทุกระดับในอนาคต
- สินค้าที่เข้าสู่ตลาดเกิดใหม่อาจต้องมีการพัฒนาขึ้นในลักษณะเป็นนวัตกรรมแบบประหยัด (Frugal Innovation) ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าท้องถิ่นในราคาที่ย่อมเยา
- ในการพิจารณาแนวทางในการยกระดับศักยภาพของประกอบการไทย ชัดความสามารถที่ควรให้ความสำคัญในลำดับสูง คือความสามารถในการปรับตัวในการทำธุรกิจในเมียนมา (ประกอบด้วยความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ ความสามารถในการยอมรับและบริหารจัดการความเสี่ยง) ความสามารถด้านการตลาดและการพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมให้เหมาะสมกับตลาดเมียนมา และการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจในเมียนมา

7.2 ยุทธศาสตร์ของต่างประเทศในการส่งเสริมผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่างประเทศ

สินค้าไทยที่จะเข้าไปขายในเมียนมา และนักธุรกิจไทยที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมา จะต้องแข่งขันกับสินค้าและนักธุรกิจจากทั่วโลก การศึกษาโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะขยายการส่งออกสินค้าและการลงทุนไปในเมียนมา จำเป็นต้องคำนึงถึงแนวทางที่ผู้ประกอบการต่างชาติที่จะเป็นคู่แข่งของผู้ประกอบการไทย ประกอบด้วย ซึ่งการศึกษาของไทยเกี่ยวกับโอกาสของสินค้าไทยและธุรกิจไทยในประเทศเมียนมาที่ผ่านมาส่วนใหญ่ ไม่ค่อยได้วิเคราะห์เจาะลึกในประเด็นนี้เท่าใดนัก

จากผลการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการไทยตามที่น่าเสนอในบทที่แล้ว พบว่า ผู้ประกอบการไทยต่างเห็นว่า ผู้ประกอบการจากประเทศจีนจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดของผู้ประกอบการไทยในตลาดเมียนมาในระยะอันใกล้นี้ ทั้งนี้ อาจเนื่องจากจีนมีชายแดนที่ติดต่อกับเมียนมา และมีปริมาณการค้าชายแดนกับเมียนมาสูงมาก เช่นเดียวกับไทย และในขณะเดียวกัน สินค้าจีนที่เข้าไปขายในตลาดเมียนมาก็เป็นสินค้าในระดับเดียวกับที่ SME ของไทยผลิตอยู่แล้วด้วย ดังนั้น การทบทวนและศึกษายุทธศาสตร์ของต่างประเทศจึงมีความสำคัญกับการดำเนินการของจีนในการส่งเสริมการขยายธุรกิจทั้งในเมียนมา และในตลาดเกิดใหม่ ในขณะเดียวกัน ประเทศเกาหลีใต้ก็ได้รับการยอมรับว่า เป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมผู้ประกอบการของตนเข้าไปในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่ทั้งในเอเชียและภูมิภาคอื่นของโลก การทบทวนจึงจะครอบคลุมทั้งยุทธศาสตร์ของประเทศจีนและประเทศเกาหลีใต้ โดยแยกลำดับการนำเสนอตามกลุ่มยุทธศาสตร์ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม การนำเสนอเริ่มด้วยยุทธศาสตร์กลุ่มแรก ซึ่งเป็นแนวทางการขยายการค้าและการลงทุนของจีนในเมียนมา ผ่านการค้าชายแดน ตามด้วยการนำเสนอยุทธศาสตร์กลุ่มที่สอง ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์เชิงรุกในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไปลงทุนในต่างประเทศ โดยแยกย่อยการนำเสนอออกเป็นยุทธศาสตร์ของประเทศจีนและยุทธศาสตร์ของประเทศเกาหลีใต้

7.2.1 กลยุทธ์ของเงินในการส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนในเมียนมา

7.2.1.1 บทบาทของเงินในเมียนมา²

หลังจากรัฐบาลทหารเมียนมาได้ยกเลิกนโยบายโดดเดี่ยว และมุ่งเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจการตลาด (Market-oriented economy) ในปี พ.ศ. 2531 อีกทั้งการกดดันรัฐบาลเมียนมาจากประเทศประชาธิปไตยอื่นๆ การตัดความช่วยเหลือ ความสัมพันธ์ทางการทูตและทางเศรษฐกิจจากประเทศต่างๆ ในทางตรงกันข้าม จีนกลับเร่งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลทหารเมียนมา โดยเริ่มต้นด้วยการจัดตั้งการค้าชายแดนระหว่างเมียนมาและจีนในเดือนตุลาคม และทำสำเร็จในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2531

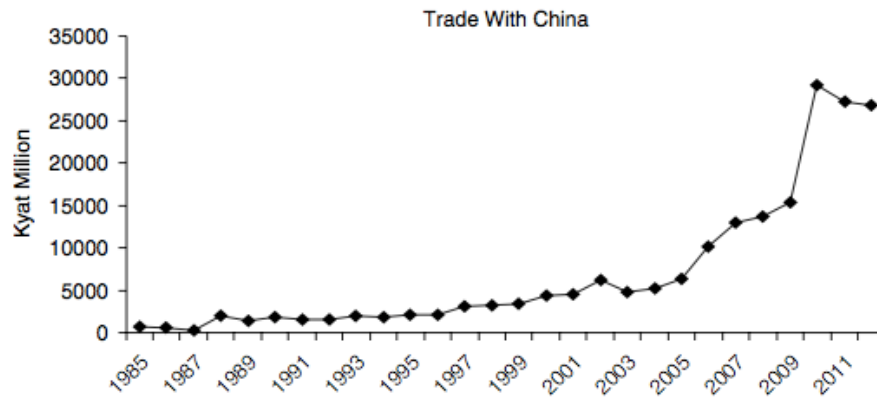
ความสัมพันธ์ระหว่างจีนและเมียนมาภายหลังปี พ.ศ. 2531 มีความสำคัญมาก โดยต่างฝ่ายต่างมีเหตุผลของตัวเองในการเข้าร่วมและสนับสนุนความสัมพันธ์แบบทวิภาคีนี้ เหตุผลของเมียนมานั้นคือ เพื่อบรรเทาปัญหาจากการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาและโลกตะวันตก เป็นการรักษาสันติภาพของอำนาจของประเทศอื่น เช่น อาเซียนและอินเดีย ในขณะที่ จีนมีเหตุผลคือ 1) เพื่อการขยายการค้าและการลงทุนเพื่อพัฒนาภูมิภาคตะวันตก โดยเฉพาะมณฑลยูนนาน 2) เพื่อการบรรลุ “เป้าหมาย 2 มหาสมุทร” ของจีนในการมีทางออกทางทะเลทั้งทางด้านมหาสมุทรแปซิฟิก และมหาสมุทรอินเดีย และ 3) เพื่อความมั่นคงทางพลังงานของจีนจากการนำเข้าพลังงานจากตะวันออกกลางผ่านอ่าวเบงกอล

ก. ความตกลงทางการค้าทวิภาคี

การค้าระหว่าง 2 ประเทศประกอบไปด้วยการค้าผ่านทางทะเล และผ่านพรมแดน สำหรับการค้าผ่านทางทะเลระหว่างเมียนมาและจีน การค้าขายนั้นถูกทำผ่านช่องกมมากกว่าจีนแผ่นดินใหญ่ สำหรับการค้าชายแดน จีนและเมียนมามีเขตพรมแดนยาวถึง 2,215 กิโลเมตร การค้าชายแดนเจริญรุ่งเรืองมาก นับเป็นร้อยละ 60 ของปริมาณการค้าทวิภาคีทั้งหมด มีมูลค่า 2,985 ล้านดอลลาร์สหรัฐจากปริมาณการค้าทั้งหมด 5,052 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2554/2555 จากจำนวนด่านตรวจ 11 ด่านของเมียนมา 3 ด่านชายแดนสำคัญ คือ มูเซ (Muse) ลิวจี (Lweje) และชินฉ่วยโฮ (Chinshwehaw) โดยเฉพาะมูเซ-ร่วยลี่ ปริมาณการค้าชายแดนมีปริมาณถึงร้อยละ 90 ของปริมาณการค้าชายแดนทั้งหมด เมียนมาได้ประโยชน์เป็นอย่างมากจากสินค้าราคาถูกจากจีน และเป็นทางระบายสินค้าเกษตรเมียนมาสู่จีน ส่วนจีนได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตขึ้นในภูมิภาคตะวันตก (มณฑลยูนนาน) ของจีน

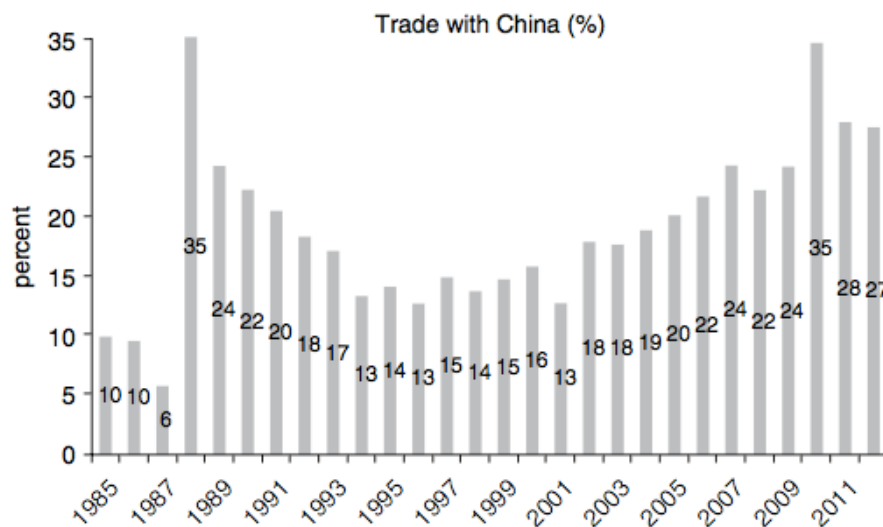
ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 7-1 ที่แสดงถึงมูลค่าการค้าของเมียนมากับจีนที่เพิ่มขึ้น และจากภาพที่ 7-2 ที่แสดงถึงสัดส่วนปริมาณการค้าระหว่างจีนและเมียนมาจากปริมาณการค้าทั้งหมดของเมียนมา สัดส่วนการค้าของเมียนมากับจีนขึ้นสู่จุดสูงสุดในปี พ.ศ. 2532 หลังการปฏิวัติในเมียนมา อย่างไรก็ดี จากภาพที่ 7-3 ที่แสดงถึงปริมาณสินค้าส่งออกของเมียนมาสู่จีน และภาพที่ 7-4 ที่แสดงถึงปริมาณสินค้านำเข้าจากจีน เห็นได้ว่า แม้เมียนมาจะได้รับผลประโยชน์จากมูลค่าการค้าที่เพิ่มขึ้นจากความตกลงทางการค้าทวิภาคี แต่เมียนมาขาดดุลการค้ากับจีน

²จีน-เมียนมา: เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน (China-Myanmar: Toward a more balanced and better neighborhood) โดย KhineTun



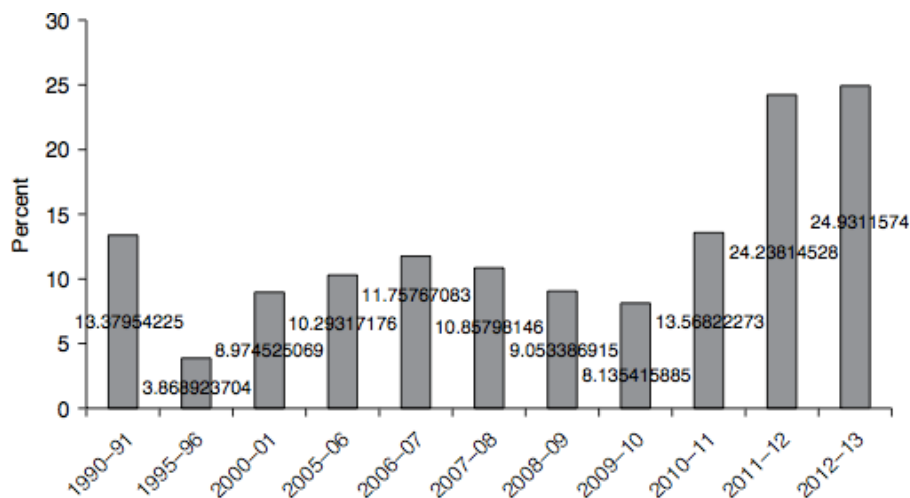
ภาพที่ 7-1 มูลค่าการค้าของเมียนมากับจีน

ที่มา: Central Statistical Organization, Statistical Yearbook (ธันวาคม 2555)



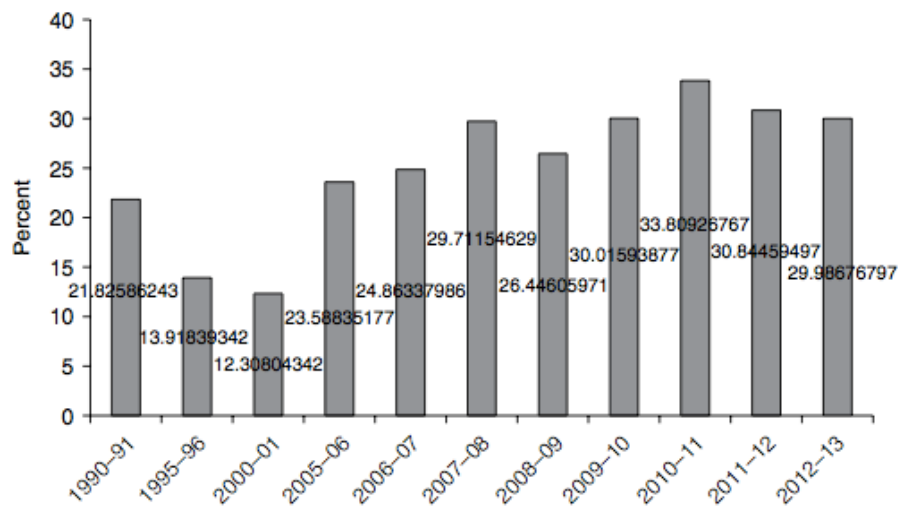
ภาพที่ 7-2 สัดส่วนปริมาณการค้าระหว่างจีนและเมียนมาจากปริมาณการค้าทั้งหมดของเมียนมา

ที่มา: Central Statistical Organization, Statistical Yearbook (เมษายน 2556)



ภาพที่ 7-3 ปริมาณสินค้าส่งออกของเมียนมาสู่จีนต่อปริมาณสินค้าส่งออกของเมียนมาทั้งหมด

ที่มา: CSO, Statistical Yearbook (เมษายน 2556)



ภาพที่ 7-4 ปริมาณสินค้านำเข้าจากจีนสู่เมียนมาต่อปริมาณสินค้านำเข้าทั้งหมด
ที่มา: CSO, Statistical Yearbook (เมษายน 2556)

ข. การลงทุนของจีน

ในปัจจุบัน จีนเน้นนโยบายมุ่งให้ชาวจีนออกไปลงทุนในต่างประเทศ (Going Global Strategy) การลงทุนในต่างประเทศของจีนเน้นไปที่การดึงเอาทรัพยากรธรรมชาติของประเทศกำลังพัฒนามาใช้ และเน้นไปที่การลงทุนในหลักทรัพย์ เช่น หุ้นและพันธบัตร ในประเทศที่พัฒนาแล้ว

เมียนมาเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายของจีน การลงทุนของจีนในเมียนมามีมาตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2535 เงินลงทุนจากจีนยังคงน้อยอยู่ในช่วงแรก จนกระทั่งปี พ.ศ. 2548 การลงทุนโดยตรง (Foreign direct investment – FDI) จากจีนที่มีมูลค่าเพียง 67 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นเป็น 475 ล้านดอลลาร์ หลังจากนั้น การลงทุนจากจีนในเมียนมาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2554 จีนลงทุนในเมียนมาถึง 9.6 พันล้านดอลลาร์ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 และเพิ่มขึ้นเป็น 13.9 พันล้านในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 นับเป็นอันดับที่ 1 ของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศทั้งหมด ตารางที่ 7-1 แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการลงทุนต่างชาติทั้งหมดในเมียนมา แยกตามภูมิภาคและประเทศ จากการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจจากสหรัฐอเมริกา และประเทศตะวันตก เอเชียจึงเป็นภูมิภาคเดียวที่ลงทุนในเมียนมา โดยกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมดมาจากประเทศต่างๆ ในทวีปเอเชีย

ตารางที่ 7-1 มูลค่าการลงทุนต่างชาติทั้งหมดในเมียนมาแยกตามภูมิภาคและประเทศ (ธันวาคม 2555)

ภูมิภาค/ประเทศ	จำนวนโครงการ/บริษัท	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ร้อยละ
จีน	34	13,948.90	34.29
ฮ่องกง	38	6,308.50	15.51
เกาหลี	49	2,941.29	7.23
ญี่ปุ่น	24	216.22	0.53
อินเดีย	6	262.00	0.64
ไทย	61	9,568.09	23.52
สิงคโปร์	72	1,804.01	4.43
มาเลเซีย	41	1,026.96	2.52
อินโดนีเซีย	12	241.49	0.59
ฟิลิปปินส์	2	146.66	0.36
เวียดนาม	3	41.79	0.10
บรูไน	1	2.04	0.01
อาเซียน (รวม)	192	12,831.07	31.54
เอเชีย (รวม)	343	36,507.97	89.73
อียู (รวม)	64	3,570.99	8.78
สหรัฐอเมริกา (รวม)	15	243.56	0.60
ภูมิภาคอื่นๆ (รวม)	43	362.19	0.89
รวม	465	40,648.72	100.00

ที่มา: กระทรวงเพื่อการวางแผนและพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ (Ministry of National Planning and Economic Development – MNPED)

ค. การสนับสนุนทางการเงินจากจีน

ในอดีต (พ.ศ. 2503) นโยบายการช่วยเหลือต่างประเทศของจีนใช้หลักการ 8 ประการที่มุ่งเน้นไปที่ความเสมอภาค ผลประโยชน์ร่วมกัน และการไม่แทรกแซง จากนั้น นโยบายการให้เงินช่วยเหลือต่างประเทศของจีนได้ถูกปรับเปลี่ยนให้เหลือ 5 หลักการคือ

- เพื่อนแท้
- ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความเสมอภาค
- ให้ความนับถือกันและกัน ไม่แทรกแซงกิจการภายในของกันและกันผลประโยชน์ร่วมกันและการพัฒนาร่วมกัน
- ให้คำปรึกษาอย่างแข็งขันและการร่วมมืออย่างใกล้ชิด
- การพัฒนาเพื่อมุ่งสู่อนาคต

ทั้งนี้ในอดีต จีนช่วยเหลือต่างประเทศเพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองเป็นหลัก ในปัจจุบัน จีนช่วยเหลือต่างประเทศเพื่อผลประโยชน์ทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจ

ถึงแม้จีนจะกล่าวว่าจีนให้เงินช่วยเหลือเมียนมามากกว่าครึ่งศตวรรษ แต่ขาดซึ่งหลักฐานอันแน่ชัด เห็นได้ว่าการให้เงินช่วยเหลือของจีนแก่เมียนมาไม่โปร่งใสเท่าใดนัก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะจีนไม่ต้องการเปิดเผยให้ชาวจีนรู้ว่าช่วยเหลือเมียนมาเนื่องจากประชาชนชาวจีนยังคงยากจนอยู่ และเมียนมาเองอาจไม่ต้องการเปิดเผยว่าการช่วยเหลือส่วนใหญ่เป็นการช่วยเหลือทางการเงิน การให้เงินช่วยเหลือของจีนแก่เมียนมาที่ผ่านมามีครอบคลุมหลายด้าน อาทิ

- เงินให้กู้ยืม 207 ล้านดอลลาร์สำหรับการก่อสร้างทางรถไฟ ถนนและสะพานจากย่างกุ้งไปเมืองสิเรียม
- เงินให้กู้ยืม 36.7 ล้านดอลลาร์สำหรับติดตั้งดาวเทียมสื่อสาร และสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมในปี พ.ศ. 2536
- เงินช่วยเหลือ 50 ล้านดอลลาร์ และเงินให้กู้ 200 ล้านดอลลาร์เพื่อก่อสร้างโรงไฟฟ้า และโรงไฟฟ้าพลังงานน้ำขนาดเล็ก 3 โรง ในปี พ.ศ. 2546
- เงินช่วยเหลือ 5 ล้านดอลลาร์สำหรับการจัดหาอุปกรณ์ศิลปะ การศึกษา และการกีฬาในปี พ.ศ. 2546
- เงินให้กู้ยืม 200 ล้านดอลลาร์เพื่อก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังน้ำ Yeywa ในปี พ.ศ. 2546
- เงินสนับสนุนกระทรวงต่างๆ ของเมียนมา อาทิ
 - กระทรวงเกษตรและการชลประทานเพื่อสร้างโรงงานน้ำตาลใหม่
 - กระทรวงพลังงานไฟฟ้าเพื่อก่อสร้างเขื่อน 20 แห่งพร้อมโรงไฟฟ้าพลังน้ำ
 - กระทรวงอุตสาหกรรมเพื่อก่อสร้างโรงงานใหม่ และปรับปรุงโรงงานเดิม
 - กระทรวงคมนาคมเพื่อจัดหาเรือเดินสมุทร 6 ลำ
 - กระทรวงคมนาคมเพื่อก่อสร้างอุโมงค์

ง. การขยายอำนาจรัฐเหนือพื้นที่ (Territorialization)

จีนบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ โดยประสานนโยบายการขยายอำนาจรัฐเหนือพื้นที่และนโยบายการออกไปลงทุนต่างประเทศให้สอดคล้องกัน ทำให้บริษัทเอกชน และรัฐวิสาหกิจจีนบรรลุเป้าหมายในข้อตกลงในสัมปทานที่ดินหลายโครงการในเมียนมา การขยายอำนาจรัฐเหนือพื้นที่ของจีนในเมียนมาถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ขนาดเล็กผ่านการให้สัมปทานที่ดินแบบไม่เป็นทางการ และขนาดใหญ่ผ่านการให้สัมปทานที่ดินแบบเป็นทางการ ชาวเมียนมาที่ให้เช่าที่ดินแก่นักลงทุนต่างชาติ ถือเป็นการให้เช่าที่ดินแบบไม่เป็นทางการ ไม่ถูกต้องตามกฎหมายใหม่ของกฎหมายการลงทุนของต่างชาติฉบับปี พ.ศ. 2556 (FIL) ชาวเมียนมาเชื่อว่าเงินลงทุนจากจีนจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเกิดการให้เช่าแบบไม่เป็นทางการที่สูงขึ้น โดยส่วนมากเป็นการให้เช่าที่ดินเพื่อทำการเกษตร ประมง อุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมการแปรรูปไม้ วิธีการที่บริษัทเอกชนจีนทำการหาซื้อที่ดินเพื่อตั้งบริษัทในเมียนมาเพื่อทำธุรกิจ หลังจากนั้น บริษัทในจีนตั้งตัวแทนท้องถิ่นเพื่อมองหาที่ดินเพื่อทำการค้า เช่น การปลูกแตงโม บริษัทแม่ซึ่งเป็นบริษัทจีนจัดหาเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง และเทคโนโลยี จ้างคนงานที่มีฝีมือชาวเมียนมา แต่บริหารโดยชาวจีน ผลผลิตส่วนมากส่งกลับไปขายที่จีนภายใต้ชื่อบริษัทคู่ค้าในเมียนมา

7.2.1.2 ผลกระทบของจีนต่อประชาชนในเมียนมา

ความสัมพันธ์ระหว่างจีนและเมียนมาในยุครัฐบาลทหารเป็นไปด้วยดี การค้าขายชายแดนกับจีนมั่นคงและมั่งคั่งขึ้นเรื่อยๆ มีการพัฒนาและสร้างถนนตามเส้นทางการค้าเป็นจำนวนมาก เมียนมาคือคู่ค้าที่ใหญ่ที่สุดของมณฑลยูนนาน เมียนมาได้รับการสนับสนุนจากจีนในด้านต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือและสนับสนุนทางด้านอาวุธยุทโธปกรณ์ เช่น รถถัง เครื่องบิน และรถยนต์ เพื่อแลกเปลี่ยนกับการทำป่าไม้เพื่อการส่งออกไม้ท่อนและไม้ซุงไปจีน หรือแม้แต่ความคุ้มครองทางด้านการเมืองที่เมียนมาได้รับจากจีนในการต้านทานกับประเทศโลกตะวันตก เมียนมาจึงตอบแทนจีนเป็นอย่างดีด้วยการเปิดให้นักลงทุนจากจีนเข้ามาทำกิจการต่างๆ จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มากมายของเมียนมา ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเขื่อนสำหรับโรงไฟฟ้าพลังน้ำ การทำเหมืองแร่ อัญมณี และแหล่งพลังงานอื่นๆ

จีนได้เจริญเติบโตไปอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกัน เมียนมาไม่เจริญเติบโตไปมาก และพึ่งพาอาศัยจีนมากกว่า 20 ปีกับการตกลงการค้าแบบทวิภาคี ประเทศจีนจึงกลายเป็นแหล่งนำเข้าที่ใหญ่ที่สุดของเมียนมา และเป็นอันดับที่ 5 ของการส่งออกสินค้าของเมียนมา เนื่องจากสินค้านำเข้าจากจีนมีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ และประชาชนชาวเมียนมาต้องการสินค้าที่ราคาไม่แพง จึงทำให้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศโดยผู้ผลิตชาวเมียนมาประสบปัญหาในการแข่งขัน นอกจากนี้ การเจริญเติบโตของจีนยังส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการลงทุนในเมียนมาเป็นอย่างมาก นักลงทุนจีนในเมียนมาดูเหมือนจะตั้งเป้าหมายหลักไว้ 2 ประการ คือ (1) การลงทุนเพื่อความมั่นคงทางด้านพลังงานและวัตถุดิบทางอุตสาหกรรม (2) การลงทุนเพื่อการพัฒนาภูมิภาคทางด้านตะวันตกของจีนที่ล้าหลัง อย่างไรก็ตาม การลงทุนของชาวจีนในโครงการต่างๆ ส่งผลกระทบต่อชาวเมียนมาดังต่อไปนี้

- ชาวไร่ชาวนาสูญเสียที่ดินทำกิน และได้ค่าชดเชยจำนวนหนึ่ง
- พื้นที่โครงการกีดขวางการเข้าออกของประชาชน
- ทำการประมงในพื้นที่รอบๆ ท่าเรือค้าไม้ไม่ได้
- การเข้ามาของคนแปลกหน้าจำนวนมาก ทำให้พฤติกรรมของคนท้องถิ่นเปลี่ยนไป เป็นต้น

ดังนั้น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงอำนาจของรัฐบาลขึ้นจากรัฐบาลทหารไปสู่รัฐบาลกึ่งพลเรือน เมียนมาปฏิรูปการเมืองและเศรษฐกิจครั้งใหญ่ จึงเริ่มมีการถกเถียงกันระหว่างรัฐบาลและประชาชนทั่วไปเรื่องผลประโยชน์ที่จีนได้รับจากเมียนมา ชาวเมียนมาเริ่มต่อต้านเพราะการลงทุนและการบริหารงานของผู้ประกอบการจีนส่งผลกระทบต่อการบังคับย้ายที่อยู่ของชาวเมียนมา ขาดการประเมินผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ขาดการประกันคุณภาพในด้านต่างๆ อีกทั้งชาวเมียนมาไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทจีนได้ รัฐบาลเมียนมาจึงตัดสินใจเลื่อนโครงการเขื่อน MyitSone ซึ่งมีมูลค่าโครงการ 3.6 พันล้านเหรียญสหรัฐออกไป ซึ่งรัฐบาลจีนไม่พอใจอย่างมาก ทางบริษัทจีนจะฟ้องรัฐบาลเมียนมาในเรื่องนี้ และได้กลับด้วยการไม่ยอมเจรจาต่อรองเรื่องภาษี เนื่องจากมีการต่อต้านของชาวเมียนมาต่อจีนที่รุนแรงขึ้น รัฐบาลจีนจึงสั่งระงับโครงการชั่วคราว ซึ่งในช่วงเวลาเดียวกันนี้ ชาติตะวันตกอื่นๆ อาทิ สหรัฐอเมริกา และอียู เริ่มสร้างความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองกับเมียนมาอีกครั้ง ถึงแม้โครงการเขื่อนจะล้มเหลว จีนยังคงให้ความสนใจและความสำคัญกับเมียนมา โดยเฉพาะเพื่อตอบสนองนโยบาย “2 มหาสมุทร” ของจีน จีนจึงได้พยายามพัฒนาความสัมพันธ์จีน-เมียนมาให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นดังต่อไปนี้

- กระทรวงพาณิชย์ของจีนออกกฎข้อบังคับสำหรับโครงการเงินกับต่างประเทศ ที่ต้องมีความชัดเจนและเคร่งครัดในเรื่องมาตรฐานสิ่งแวดล้อมและการต่อต้านคอร์รัปชัน นับได้ว่าเป็นการออกกฎเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของโครงการเงินระหว่างประเทศเป็นครั้งแรก
- เอกอัครราชทูตจีนประจำเมียนมา Mr. Yang Houlan ให้คำมั่นสัญญาว่าจะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนกับประชาชน แนะนำบริษัทจีนในเมียนมาให้ช่วยเหลือชาวเมียนมามากขึ้นในเรื่องการดูแลสุขภาพ การศึกษา และการสร้างโอกาสทางการงาน นำผลประโยชน์ที่ชัดเจนสู่ประชาชนชาวเมียนมา
- ส่งเสริมการแลกเปลี่ยน และการเรียนรู้ระหว่างประชาชนเมียนมากับประชาชนจีน
- ลอกเลียนแบบนโยบายของประเทศเกาหลีในการนำอุตสาหกรรมบันเทิงมาใช้สร้างความเข้าใจ และความรู้สึกใกล้ชิดกับชาวจีน วัฒนธรรมจีนและประเทศจีน รัฐบาลจีนหวังว่าความเข้าใจและความใกล้ชิดอันเนื่องมาจากสื่อบันเทิงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นละครจีน หนังสือ ดาราจีนหรือนักร้องจีน จะช่วยให้ความสัมพันธ์ของชาวจีนและเมียนมาดีขึ้น
- ศึกษาประวัติศาสตร์และข้อผิดพลาดที่ผ่านมาที่ทำให้ความสัมพันธ์จีนและเมียนมาเป็นไปในทิศทางที่แย่ลง

ในขณะเดียวกัน ปัญหาความขัดแย้งระหว่างจีนและญี่ปุ่นเหนือเกาะเล็ก ๆ ในทะเลจีนตะวันออก และการเปลี่ยนผ่านทางด้านประชาธิปไตยของเมียนมาผลักดันให้เกิดความใกล้ชิดที่ยิ่งขึ้นไประหว่างเมียนมาและญี่ปุ่น หนังสือของเมียนมาจำนวนเป็นพันล้านเหรียญสหรัฐได้รับการยกเว้นจากรัฐบาลญี่ปุ่น นอกจากนี้ รัฐบาลญี่ปุ่นจะให้เงินกู้ยืมและเงินช่วยเหลือในการพัฒนาประเทศแก่เมียนมา ทุ่มเงินหลายพันล้านเหรียญสหรัฐพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวา เพื่อให้เกิดการถ่วงดุลกับเขตเศรษฐกิจพิเศษจำ๊วฉิวของนักลงทุนชาวจีน การเข้าไปในเมียนมาของญี่ปุ่นไม่ได้มุ่งหวังเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติ แต่ต้องการย้ายการลงทุนหลายโครงการในจีนที่มีการประท้วงต่อต้านญี่ปุ่นไปยังเมียนมา

เครือข่ายระหว่างประเทศของเมียนมา การขยายไปซีกโลกตะวันตกของเมียนมา และสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปที่เริ่มจะสนับสนุนเมียนมาโดยการผ่อนปรนการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ และความสนใจในโอกาสทางธุรกิจของอาเซียนโดยรวม สหรัฐอเมริกาจึงได้ดำเนินการตกลงในเรื่องการค้า และการลงทุนกับประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สหภาพยุโรปกำลังเจรจาการค้าเสรีกับอาเซียน

7.2.2 กลยุทธ์การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีน

นับจากที่จีนเปิดประเทศเป็นระยะเวลาสามทศวรรษ จีนได้ปรับตัวจากการเป็นผู้ผลิต (Product Producer) เป็นแหล่งเงินทุน (Capital Provider) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน เกิดจากการกำหนดยุทธศาสตร์ของภาครัฐ ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่จีนได้ใช้นโยบายเปิดประเทศ (Open Door Policy) ในปี ค.ศ. 2523

ตั้งแต่เปิดประเทศ จีนกลายเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนมากที่สุดในเอเชีย และอันดับต้นๆ ของโลก บรรษัทข้ามชาติจากสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ฮองกง สิงคโปร์ ไต้หวัน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี ได้ไปลงทุนในจีนมากขึ้น โดยมีแรงจูงใจจากต้นทุนที่ถูก ทั้งแรงงานราคาถูกและมีวินัย ตลาดภายในที่ใหญ่ นโยบาย

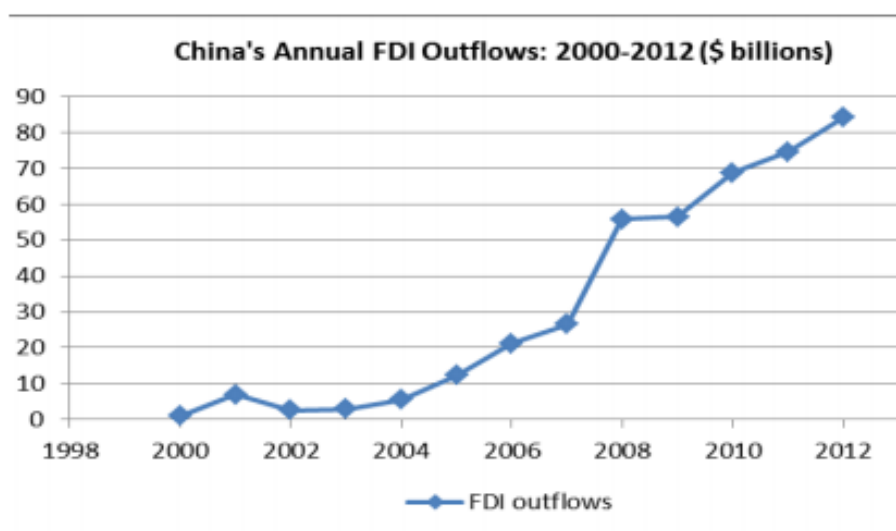
สนับสนุนของรัฐบาล ทำให้จีนได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพด้านอุตสาหกรรมและเป็นแหล่งเงินทุน เทคโนโลยีที่หลากหลายตั้งแต่ระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง

ผลจากการลงทุนจากต่างประเทศจำนวนมาก เกิดจากพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ทำให้จีนมีการผลิตที่ล้นตลาด ในราคาที่ถูกลง ได้เปรียบดุลการค้า แต่ใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง เกิดการขาดแคลนพลังงาน แต่มีเงินทุนสำรองระหว่างประเทศที่สูงเป็นอันดับต้นของโลก (สถิติเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 จีนมีเงินระหว่างประเทศ 2.03 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสูงที่สุดในโลก)³ ทำให้รัฐบาลจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ โดยการส่งเสริมให้วิสาหกิจของรัฐ และเอกชน ออกไปลงทุนในต่างประเทศ เป็นที่มาของยุทธศาสตร์ “Going Global” ในปี พ.ศ. 2542 และได้ถูกกำหนดให้เป็นนโยบายสำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 10 (2544 – 2548) ฉบับที่ 11 (2549 – 2553) และฉบับที่ 12 (2554 – 2558) ต่อเนื่องกัน

7.2.2.1 ปัจจัยผลักดันการลงทุนในต่างประเทศของจีน⁴

ก. นโยบายการก้าวออกไปของจีน (Going global policy)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2010-2015) ส่งเสริมการลงทุนของจีนในต่างประเทศและสนับสนุนการก้าวออกไปลงทุน ทั้งในส่วนของภาคเอกชนและรัฐบาลตั้งแต่ระดับมณฑล มีการลดมาตรการที่ยุ่งยากและเสนอมาตรการที่ชักจูงการลงทุน อาทิ การสนับสนุนในด้านงบประมาณจาก Export-Import Bank of China การให้ทุนกู้ยืมและการลดมาตรการทางภาษี อีกทั้งการออกกฎเกณฑ์ที่ส่งเสริมการกระจายตัวการลงทุนในสาขาต่าง ๆ ของรัฐบาลจีนเพื่อลดการแข่งขันของบริษัทจีนเองในสาขาที่มีการแข่งขันที่สูง และการส่งเสริมจากรัฐบาลกลางในการจัดทำบันทึกความเข้าใจ เพื่อส่งเสริมการลงทุนกับต่างประเทศในระดับภูมิภาค



ภาพที่ 7-5 แนวโน้มการลงทุนทางตรงต่างประเทศของจีน

³สถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ ข้อมูลงานเศรษฐกิจ 2552

⁴จีนห่มชื่อโลก ปัจจัยและเบื้องหลังการลงทุนโดยตรงต่างประเทศของจีน (ภาคย์ บุญนุช, 2557)

ข. รัฐวิสาหกิจจีน (Chinese State-Owned Enterprise: SOEs)

รัฐวิสาหกิจจีนถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจีน เนื่องจากรัฐวิสาหกิจจีนมีปริมาณการลงทุนคิดเป็นร้อยละ 70 ของการลงทุนในต่างประเทศทั้งหมดของจีน โดยในปี ค.ศ. 2007 รัฐบาลจีนได้จัดตั้ง China Investment Corporation (CIC) เพื่อเป็นหัวหอกในการจัดการกองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติ (Sovereign Wealth Fund –SWFs) มีมูลค่าการลงทุนแรกเริ่ม 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และปัจจุบันมีทรัพย์สินมูลค่าถึง 5.75 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (Bloomberg, 2013)

ค. พุนสำรองเงินตราต่างประเทศ (Chinese foreign exchange reserve)

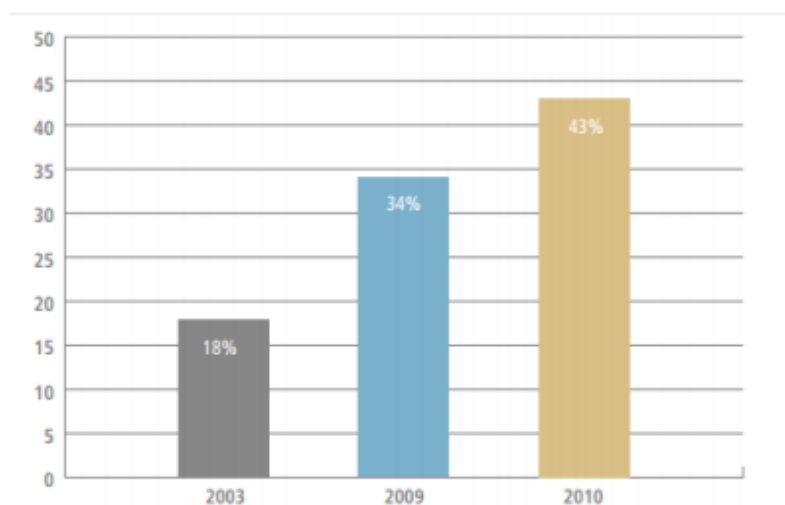
จากวิกฤติเศรษฐกิจโลกเมื่อปี 2008 จีนมีความจำเป็นต้องกระจายความเสี่ยงจากการลงทุนไปยังภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากทุนสำรองเงินตราต่างประเทศที่มีขนาดใหญ่มากที่สุดในโลก คิดเป็นร้อยละ 40 ของ GDP หรือประมาณ 3.8 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (South China Morning Post) ทั้งนี้เพื่อเป็นการบริหารสภาพคล่องส่วนเกินของจีน รัฐบาลจีนได้กำหนดแผนการจัดสรรทรัพย์สินในการลงทุนในต่างประเทศเพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากการลงทุนในระยะยาวและเป็นการกระจายความเสี่ยงจากการถือพันธบัตรดอลลาร์สหรัฐฯ

ง. การควบรวมกิจการ (Merger and acquisition)

การควบรวมกิจการเป็นรูปแบบสำคัญของการลงทุนในต่างประเทศของจีนทั้งนี้ การลงทุนในโครงการใหม่ (Greenfield Investment) จะยังคงเป็นรูปแบบการลงทุนหลักของจีนต่อไป แต่ลักษณะการลงทุนเพื่อควบรวมกิจการ (M&A) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาตลาดใหม่ เพื่อการเข้าถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ การเรียนรู้ทางเทคโนโลยีและการแสวงหาสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ของจีนจะแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ในระหว่างปี ค.ศ. 2008 – 2011 ปริมาณการควบรวมกิจการของจีนมีการขยายตัวร้อยละ 44 คิดเป็นมูลค่า 1.06 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (China Daily, 2013)

Mergers and Acquisitions as a Percentage of Total FDI

Source: Statistical Bulletin of China's Outward Foreign Direct Investment, 2010



ภาพที่ 7-6 แนวโน้มมูลค่าการลงทุนควบรวมกิจการในต่างประเทศของจีน
ที่มา Statistical Bulletin of China's Outward Foreign Direct Investment, 2010

7.2.2.2 เป้าหมายและรูปแบบการลงทุนในต่างประเทศของจีน⁵

ก. การแสวงหาตลาดใหม่ (Market-seeking)

ตลาดการลงทุนใหม่จะเพิ่มความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรและเพิ่มมูลค่าการลงทุนของจีน นอกจากนี้จากมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งในรูปแบบต่างๆ ทั้งกำแพงภาษีและอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษีต่อบริษัทจีน ได้เป็นปัจจัยส่งเสริมในการแสวงหาตลาดการลงทุนในต่างประเทศ อาทิ การที่จีนได้กลายมาเป็นผู้เล่นสำคัญในตลาดรถยนต์โลก และเป็นผู้ผลิตรถยนต์มากที่สุดในโลก โดยมีปริมาณการผลิต 14 ล้านคันในปี ค.ศ. 2009 โดยบริษัทรถยนต์ภายในประเทศที่สำคัญได้แก่ Dongfeng Geely Chang-an และ Greatwall คิดเป็นร้อยละ 44.3 ของตลาดภายในประเทศของจีน อย่างไรก็ตาม จีนเป็นผู้เล่นในตลาดการรถยนต์ในประเทศกำลังพัฒนา อาทิ ยูเครน รัสเซีย ซาอุดีอาระเบีย อิรัก ซิเลียและศรีลังกา โดยบริษัทจีนได้ทำการควบรวมกิจการบริษัทรถยนต์สัญชาติยุโรป Rover, Saab และ Volvo เพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีและเข้าถึงตลาดภายในของประเทศนั้นๆ นอกจากนี้ บริษัท Greatwall Motor ได้เข้ามาลงทุน ในประเทศไทยเมื่อปี ค.ศ.2012 มูลค่าการลงทุน 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อเข้าถึงตลาดในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน

ข. การเข้าถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ (Resource-seeking)

การเข้าถึงทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองระหว่างประเทศของจีน โดยเฉพาะในด้านพลังงานเมื่อปีค.ศ. 2013 จีนได้เป็นประเทศที่นำเข้าพลังงานมากที่สุดในโลกแทนที่สหรัฐฯ มีปริมาณการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ 6.3 ล้านบาร์เรลต่อวัน โดยจากเป้าหมายเชิงนโยบายของจีนในการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่เน้นการส่งออกไปสู่การบริโภคภายในประเทศ (Domestic Consumption) บริษัทข้ามชาติของจีนได้พยายามควบรวมกิจการในต่างประเทศ อาทิ การเข้าซื้อ UNOCAL บริษัทน้ำมัน ในมลรัฐแคลิฟอร์เนียโดย Chinese National Offshore Oil Company (CNOOC) ในปี ค.ศ.2005 ซึ่งได้รับการต่อต้านอย่างหนักจากภาคการเมืองสหรัฐฯ ด้วยเหตุผลด้านความมั่นคง อย่างไรก็ตาม การลงทุนในสาขาพลังงานของจีนมีเพิ่มมากขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาซึ่งกำลังต้องการแหล่งเงินทุน อาทิ จีนได้สนับสนุนการก่อสร้างท่อก๊าซธรรมชาติในกลุ่มเอเชียกลางเมื่อปี ค.ศ. 2013 ด้วยงบประมาณ 5.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจีนได้ควบรวมกิจการพลังงานของบริษัทน้ำมันแคนาดา Nexen ในจำนวน 1.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (Reuter, 2013) ในด้านความมั่นคงทางอาหารบริษัทเอกชน WH Group ของจีน ได้ซื้อกิจการ Smithfield Foods ของสหรัฐฯ ในจำนวน 4.7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเป็นการซื้อบริษัทของสหรัฐฯ ในมูลค่าที่สูงที่สุดของจีน (NY Times, 2013) ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคอาหารภายในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น

ค. การเข้าถึงเทคโนโลยี (Technology-seeking)

การเข้าไปลงทุนในต่างประเทศที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง จะทำให้ธุรกิจจีนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้น เพื่อลดความเสียเปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Disadvantage) รวมไปถึงการเข้าถึงทักษะในการจัดการ (Knowledge Management) ความนิยมของแบรนด์ ศึกษาเทคโนโลยีการขนส่งและการถ่ายภาพสินค้า เพื่อสร้างความสามารถเชิงการแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติอื่นๆ ซึ่งจีนเข้าไปควบรวมกิจการหรือจัดตั้งบริษัทในประเทศเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้วเพื่อเข้าถึงตลาดและเรียนรู้

⁵จีนหุ้มชื่อโลก ปัจจัยและเบื้องหลังการลงทุนโดยตรงต่างประเทศของจีน (ภาคย์ บุญนุช, 2557)

เทคโนโลยี อาทิ บริษัท Haier บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดในโลก (Economist, 2013) ได้จัดตั้งโรงงานผลิตตู้เย็นในสหรัฐฯ เมื่อปี ค.ศ.1999 ซื้อกิจการของบริษัทผลิตตู้เย็น อิตาลีเมื่อปี 2001 ควบรวมกิจการของ SANYO ในญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์และเวียดนาม ด้วยมูลค่า 128 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (People's Daily, 2011) และล่าสุดได้ซื้อกิจการ Fisher & Paykel บริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้านิวซีแลนด์ด้วยมูลค่า 762 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (NY times, 2014) ซึ่งจะทำให้จีนสามารถขยายเครือข่ายทางการค้า ฐานทางการผลิตและเทคโนโลยีจากประเทศที่เข้าไปลงทุนดังกล่าว

ง. การแสวงหาสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์(Strategic asset-seeking)

เป็นการลงทุนที่หวังผลเชิงยุทธศาสตร์ทั้งในด้านเศรษฐกิจและความมั่นคงของจีน ซึ่งหมายรวมถึงการกระจายความเสี่ยง การฉกฉวยโอกาสภาวะซบเซาทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรปซึ่งกำลังต้องการแหล่งเงินทุน การเข้าถึงตลาดภายในของประเทศเหล่านี้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยกระดับคุณภาพและชื่อเสียงของบริษัทจีนจากการเข้าซื้อแบรนด์ระดับโลก อาทิ บริษัท Nanjing Automobile Corporation (NAC) รัฐวิสาหกิจรถยนต์แห่งแรกของจีนได้เข้าซื้อกิจการรถยนต์ MG ของอังกฤษด้วยมูลค่า 87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อปี ค.ศ. 2005 ซึ่งช่วยให้จีนเข้าถึงระบบการบริหาร นวัตกรรมและเทคโนโลยีของอังกฤษ รวมไปถึงการควบรวมกิจการรถยนต์ Volvo ของบริษัทรถยนต์ Geely เมื่อปี ค.ศ. 2010 ด้วยมูลค่า 1.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทั้งนี้ Ford ยักษ์ใหญ่ด้านยานยนต์จากสหรัฐฯ ได้ซื้อกิจการ Volvo เมื่อปีค.ศ. 1999 ด้วยมูลค่า 6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งจากวิกฤตเศรษฐกิจในสหรัฐฯ เมื่อปี ค.ศ.2008 ทำให้ Ford อยู่ในภาวะขาดทุน 2.7 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในความสำเร็จสำหรับของการควบรวมกิจการของจีน (NY times, 2010)

7.2.2.3 การเปลี่ยนแปลงการลงทุนในต่างประเทศของจีน

การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีนมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์จีนระบุว่า ปี พ.ศ. 2553 การลงทุนในต่างประเทศของจีน (OFDI) สร้างมูลค่าทั้งสิ้น 68,810 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำลายสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ ครองสัดส่วนร้อยละ 5.2 ในโลก โดยจัดเป็นอันดับที่ 5 ของโลก ทั้งนี้ การลงทุนในต่างประเทศของจีนส่วนใหญ่อยู่ใน 6 ประเภท ได้แก่ การบริการภาคธุรกิจ การเงิน การขายส่งและขายปลีก การทำเหมืองแร่ การขนส่งและไปรษณีย์ และอุตสาหกรรมการผลิตนอกจากนี้ ข้อมูลยังระบุว่า การลงทุนของรัฐวิสาหกิจสร้างมูลค่าสูงสุดถึง 42,440 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยครองสัดส่วนร้อยละ 70.5 ของการลงทุนทั้งหมดของจีน ส่วนประเทศที่จีนลงทุน ส่วนใหญ่อยู่ในเอเชีย โดยเฉพาะฮ่องกง และละตินอเมริกา โดยเฉพาะหมู่เกาะเวอร์จิน (British Virgin Islands) และ Cayman Islands รวมทั้งออสเตรเลียด้วย แต่การลงทุนในตลาดอเมริกาเหนือ ยุโรปยังคงค่อนข้างน้อย เนื่องจากยังมีอุปสรรคในด้านการกฎหมาย การเงิน รวมทั้งนโยบายที่ให้การบริการอย่างเป็นระบบ เป็นต้น (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง, 2554)

การเติบโตของมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีนจะมีสัดส่วนที่สูงในปัจจุบัน มีปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญคือกฎระเบียบและนโยบายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ก่อนที่จะมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนทางตรงใน เช่นปัจจุบัน จีนมีวิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและนโยบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังแสดงในภาพที่ 7-7 โดยรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแต่ละระยะ สรุปได้ดังนี้

● **ระยะที่ 1 ช่วงปี ค.ศ. 1984 – 1990 : Fresh Flower หรือ Poisonous Grass**

ระยะนี้เป็นช่วงแรกของการปฏิรูประบบเศรษฐกิจของจีน โดยมีการใช้นโยบายเปิดประเทศ รัฐบาลจีนได้ใช้นโยบายเกี่ยวกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศขาออก (OFDI) ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1984 โดยได้ทบทวนนโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ OFDI โดยเริ่มผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการสะสมเงินตราต่างประเทศ ในขณะที่ขั้นตอนในการขออนุมัติของสมัครขอลงทุนและการอนุมัติมีความเข้มงวด โดยต้องขออนุมัติจาก National Planning Commission (NPC) หรือจากคณะมนตรีแห่งรัฐ (State Council) โดยมูลค่าการลงทุนถูกกำหนดว่าไม่เกิน 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐและผลกำไรทั้งหมดต้องถูกส่งกลับมายังจีน ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้มูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในระยะนี้จึงค่อนข้างต่ำ

● **ระยะที่ 2 ช่วงปี ค.ศ. 1991 – 2000 : Finding the Stepping Stone**

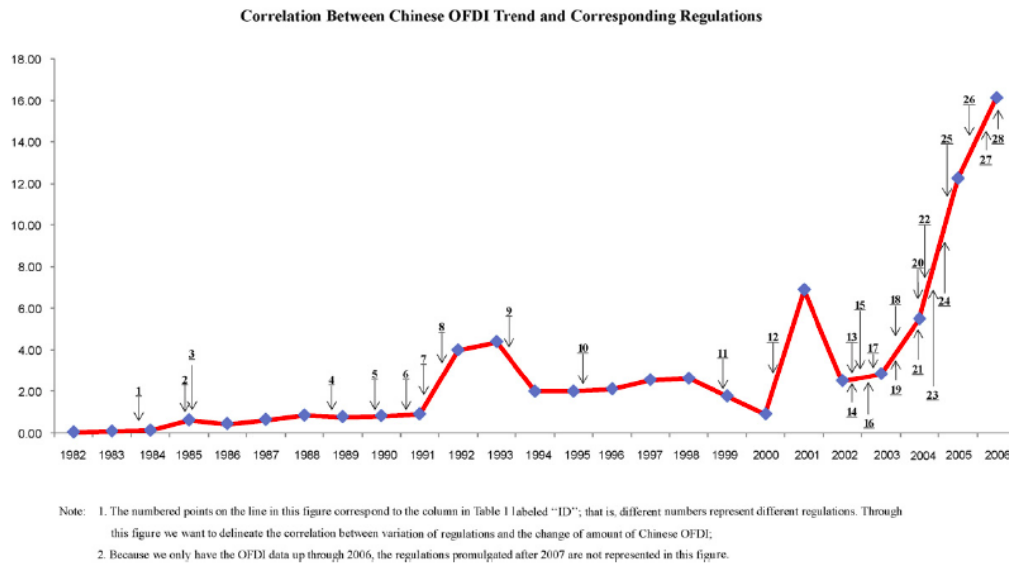
ในระยะที่ 2 นี้ นับเป็นช่วงเวลาที่มี OFDI ถูกนำเข้ามาบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติของจีน และได้รับการรับรองโดยประธานพรรคคอมมิวนิสต์จีน และประธานาธิบดีเจียงเจ๋อหมิง อย่างไรก็ตามรัฐบาลจีนยังมีความกังวลที่จะเกิดการเสียประโยชน์จากการที่เงินลงทุนจีนออกไปลงทุนในต่างประเทศ อีกทั้งวิกฤติการณ์ทางการเงินในเอเชีย ในปี ค.ศ. 1997 ส่งผลให้ขั้นตอนในการอนุมัติของโครงการลงทุนทางตรงต่างประเทศค่อนข้างเข้มงวด ในขณะที่กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศถูกผ่อนคลาย ในช่วงต้นของปี ค.ศ. 1990s หน่วยงาน National Planning Commission ได้ออกประกาศเกี่ยวกับนโยบายลงทุนทางตรงต่างประเทศของจีนเรียกว่า “The State Planning Commission on the Strengthening of the Administration of Overseas Investment Project” โดยกำหนดให้การลงทุน OFDI เน้นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ทรัพยากรและตลาดต่างประเทศ โครงการที่มีมูลค่าเกิน 1 ล้านดอลลาร์จะต้องได้รับการอนุมัติจาก NPC โครงการที่มีมูลค่าเกิน 30 ล้านดอลลาร์จะต้องได้รับการอนุมัติจาก State Council

การดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้มูลค่าการลงทุนทางตรงต่างประเทศของจีนในระยะนี้มีสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อเทียบกับในระยะที่ 1

● **ระยะที่ 3 ช่วงปี ค.ศ. 2001 – ปัจจุบัน : Go Abroad**

ในปี ค.ศ. 2000 รัฐบาลจีนได้เริ่มใช้นโยบาย “Go Global” อันนำไปสู่มาตรการสนับสนุนส่งเสริมการลงทุนมากมาย โดยรัฐบาลจีนเปลี่ยนบทบาทของตนเองจากผู้ควบคุม เป็นผู้ให้การสนับสนุนส่งผลให้มูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีนในระยะนี้เพิ่มสูงขึ้นแบบก้าวกระโดด โดยมาตรการส่งเสริมที่เกิดขึ้นในระยะนี้ได้แก่

- ลดความซับซ้อน ยุ่งยากของขั้นตอนการอนุมัติการลงทุนและลดเกณฑ์ข้อจำกัดต่างๆลง
- การจัดเตรียมข้อมูลแนวทางในการลงทุนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและการติดต่อประสานงาน
- กระทรวงพาณิชย์ออกเอกสารให้คำแนะนำการลงทุน โดยนักลงทุนที่ปฏิบัติตามคู่มือจะได้รับสิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น เงินทุน ภาษี อัตราแลกเปลี่ยน พิธีการศุลกากร เป็นต้น
- กระทรวงพาณิชย์จัดทำรายงานรายงานประจำปีโดยการรวบรวมข้อมูลปัญหาและอุปสรรคที่นักลงทุนพบเป็นรายงานประจำปี



ภาพที่ 7-7 แนวโน้มการลงทุน OFDI ของจีนในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ
ที่มา: Luo, Xue and Han (2009). How emerging market governments promote outward FDI: Experience from China. Journal of World Business.

จากภาพที่ 7-7 จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2534) เป็นต้นมามูลค่าการลงทุน OFDI ของจีนเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่สำคัญของนโยบายการลงทุนต่างประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี ค.ศ. 1991 และในปี ค.ศ. 2000 ที่รัฐบาลมีนโยบายในการช่วยสนับสนุนและพัฒนาบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกโดยการจัดตั้งกองทุน International market developing funds of small and medium-sized enterprises ส่งผลให้มูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในปี ค.ศ. 2002 เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยรายละเอียดนโยบายสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

ตารางที่ 7-2 การเปลี่ยนแปลงนโยบายที่สำคัญของนโยบายการลงทุนต่างประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ช่วงเวลา	Regulations	รายละเอียด
มีนาคม ค.ศ. 1991	Publication of the State Planning Commission on Administration of Overseas Investment Projects	- เป็นเอกสารกำกับทิศทางการลงทุนของจีนโดยตรงในต่างประเทศ (OFDI) ในช่วงสมัย 1990s - นโยบาย OFDI ของจีนเน้นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ทรัพยากรและตลาดต่างประเทศ - ต้องมีการทำการศึกษาความเป็นไปได้ก่อนไปลงทุนต่างประเทศ - โครงการที่มีมูลค่าเกิน 1 ล้านจะต้องได้รับการอนุมัติจาก NPC - โครงการที่มีมูลค่าเกิน 30 ล้านต้องได้รับการอนุมัติจาก State Council - โครงการที่ต้องใช้ทรัพยากรของรัฐต้องได้รับการอนุมัติจาก State Council

ช่วงเวลา	Regulations	รายละเอียด
สิงหาคม ค.ศ. 1991	Regulations on Examination and Approval of OFDI Project Proposal and Feasibility Reports	- กำกับประเด็นและรายละเอียดที่ต้องมีอยู่ในรายงานการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ - จะต้องได้รับผลการอนุมัติภายในระยะเวลา 60 วัน
สิงหาคม ค.ศ. 1992	Regulations on Approval and Administration of Non-trading Overseas Enterprises	- กำกับทิศทางและกฎระเบียบต่างๆ ของโครงการการลงทุนในต่างประเทศที่ได้เริ่มดำเนินการไปแล้ว
มิถุนายน ค.ศ. 1999	Guidance on Granting Credit for Overseas Processing and Assembling	- ส่งเสริมการส่งออก - สนับสนุนเงินกู้แก่บริษัทที่ใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ล้ำสมัยให้ไปลงทุนต่างประเทศ ส่วนมากเป็นบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเบา เช่น สิ่งทอ อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน - สอดคล้องกับนโยบายการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของจีน
ตุลาคม ค.ศ.2000	Measures of Capital Support for Small- and Medium Enterprises to Develop International Markets	- ช่วยสนับสนุนและพัฒนาบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก - จัดตั้งกองทุน International market developing funds of small and medium-sized enterprises
ธันวาคม ค.ศ. 2002	Provisions on Statistical Report of OFDI	- บัญญัติรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในต่างประเทศของจีน - จัดการอบรมสำหรับบริษัทที่ไปลงทุนในต่างประเทศเพื่อให้มีการจัดเก็บข้อมูลได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ - เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในต่างประเทศของจีน เช่น ข้อมูลกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาด ผลการดำเนินงานของโครงการลงทุนในต่างประเทศของจีน
พฤษภาคม ค.ศ. 2003	Notice on Providing Credit Support to Key OFDI Projects Encouraged by the State	โครงการการลงทุนในต่างประเทศที่เข้าข่ายดังต่อไปนี้จะได้รับอัตราเงินกู้ที่ต่ำลง - ทรัพยากรทางธรรมชาติที่จีนขาดแคลน - เทคโนโลยีและอุปกรณ์ต่างๆ - โครงการการวิจัยและพัฒนา (Research & Development: R&D) ต่างๆ ที่จีนสามารถได้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ประสบการณ์ และ

ช่วงเวลา	Regulations	รายละเอียด
		บุคลากรที่มีความสามารถพิเศษ - การควบรวมและการเข้าซื้อกิจการที่จะทำให้เพิ่มขีดความสามารถของจีนในการแข่งขันระดับโลกและการสำรวจและบุกตลาดต่างประเทศได้
กรกฎาคม ค.ศ.2004	Guiding Directories of Target Nations and Industries for OFDI	- กำหนดประเทศและอุตสาหกรรมที่ควรเข้าไปลงทุน โดยมีทั้งหมด 67 ประเทศและกว่า 7 อุตสาหกรรมที่ได้รับการอนุมัติและส่งเสริมให้เงินเข้าไปลงทุน - บริษัทที่เข้าไปลงทุนในประเทศและอุตสาหกรรมเหล่านี้จะได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากมาย เช่น ภาษีอัตราเงินกู้ อัตราแลกเปลี่ยน ภาษีศุลกากร เป็นต้น
ธันวาคม ค.ศ.2005	Notice on Using and Managing Special Funds for Foreign Economic Cooperation	จัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนให้บริษัทจีนไปลงทุนในต่างประเทศ โดยเงินทุนนี้สามารถนำไปใช้เพื่อช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้ - ส่วนลดดอกเบี้ยสำหรับเงินกู้ระยะกลางและระยะยาว - เงินสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน - เงินสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2006	Encouraging and Supporting “Go-Global” of Privately Owned Enterprises (ร่าง)	เป็นโครงสร้างแรกที่ร่างกฎระเบียบและข้อบังคับสำหรับบริษัทเอกชนในการไปลงทุนและดำเนินกิจการในต่างประเทศ

ที่มา: Luo, Xue and Han (2009). How emerging market governments promote outward FDI: Experience from China. Journal of World Business.

ทั้งนี้ในระยะที่ 3 นี้เองที่จีนดำเนินนโยบาย ภายใต้ชื่อ “Going Global” ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการลงทุน OFDI อย่างก้าวกระโดด โดยมาตรการสนับสนุนต่างๆ ตามแนวนโยบาย “Going Global” มีรายละเอียดดังนี้

7.2.2.4 นโยบาย Going Global

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 ประเทศจีนได้ดำเนินการอย่างเข้มข้น ในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการของตนออกไปลงทุนในต่างประเทศ ภายใต้นโยบาย “Going Global” ที่นำเสนอแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี ดังนี้

แผนกลยุทธ์ 5 ปี Going Global ฉบับที่ 10: (สำหรับปี ค.ศ. 2001-2005)

- สนับสนุนการไปลงทุนในต่างประเทศของจีน เน้นการลงทุนที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่จีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความร่วมมือทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาเศรษฐกิจ และแรงงาน
- สนับสนุนบริษัทที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ให้พัฒนาการค้าและการลงทุนในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมการส่งออกของสินค้า บริการและเทคโนโลยีเหล่านี้
- สนับสนุนบริษัทให้มีการใช้ทรัพยากรบุคคลที่เป็นชาวต่างชาติ รวมทั้งสนับสนุนให้มีการจัดตั้งสถาบันเพื่อการวิจัย พัฒนาและออกแบบในต่างประเทศ
- สนับสนุนการลงทุน และความร่วมมือในโครงการทรัพยากรธรรมชาติที่จีนขาดแคลน ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างอุตสาหกรรมและการแลกเปลี่ยนทรัพยากร
- สนับสนุนบริษัทที่มีความสามารถให้สามารถดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศและตลาดโลกได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- พัฒนาและปรับปรุงระบบการบริการเพื่อการลงทุนในต่างประเทศ โดยเฉพาะด้านการเงิน การประกันภัย การแลกเปลี่ยนเงินตรา ภาษี ทรัพยากรบุคคล กฎหมาย เทคโนโลยีสารสนเทศ และการเข้า-ออก มีการปรับปรุงให้บริษัทที่ไปลงทุนในต่างประเทศมีความโปร่งใสมากยิ่งขึ้น และมีระบบตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพ

แผนกลยุทธ์ 5 ปี Going Global ฉบับที่ 11: (สำหรับปี ค.ศ. 2006-2010)

- สนับสนุนบริษัทที่ผ่านเกณฑ์คุณสมบัติให้ไปลงทุนและดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศและตลาดโลก
- เน้นการให้การสนับสนุนในอุตสาหกรรมหลักที่จีนมีความได้เปรียบหรือมีโอกาสในการแข่งขัน กำหนดทิศทางให้แก่บริษัทที่ดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ
- พัฒนาบริษัทจีนให้เป็นบริษัทระดับโลกโดยเน้นการใช้กลยุทธ์ควบรวม เข้าซื้อกิจการ การเข้าร่วมทุน การจดทะเบียนเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ การปรับโครงสร้าง การรวม เป็นต้น
- ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรในต่างประเทศร่วมกัน โดยเน้นการใช้จุดเด่นของแต่ละฝ่ายมาช่วยพัฒนา และให้เกิดการได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน
- สนับสนุนให้บริษัทไปลงทุนในโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานในต่างประเทศ ในขณะเดียวกันต้องพัฒนาความร่วมมือทางแรงงานด้วย
- ปรับปรุงสิทธิประโยชน์และระบบความปลอดภัยในการไปลงทุนในต่างประเทศ เน้นการพัฒนาและปรับปรุงในประเด็นความร่วมมือทางการลงทุนในต่างประเทศ การบริหารความเสี่ยง และการบริหารจัดการสินทรัพย์ของรัฐบาลในต่างประเทศ

เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนนักลงทุนให้มีการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศในธุรกิจประเภทต่างๆ ของจีน คณะกรรมการการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติจีน (National Development and Reform Commission, NDRC) และกระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดทำ “Catalogue of Industries for Guiding Outward Investment” เพื่อเป็นคู่มือแนะนำให้ลงทุนที่จะไปลงทุนในกลุ่มธุรกิจ

ประเภทต่างๆ (NDRC, MOFCOM, Ministry of Foreign Affairs, SAFE & other entities, July 2006) ได้แก่⁶

I. Agriculture, forestry, animal husbandry and fishery industries

Planting of natural rubber

- 1) Planting of oil-seeds, cotton, and vegetables
- 2) Harvesting, transportation and cultivation of timber
- 3) Animal husbandry, especially breeding of quality varieties of breeder animals, breeder birds and aquatic offspring
- 4) Ocean fishery, including ocean fishing and ocean mariculture

II. Mining and quarrying industries

- 1) Prospecting and exploitation etc. of petroleum and natural gas, and service activities for such purposes
- 2) Prospecting, exploitation, and beneficiation of iron, manganese, and chromium ores
- 3) Prospecting, exploitation, and beneficiation of copper, bauxite ores, lead, zinc, nickel, cobalt, titanium, vanadium, niobium, tin, etc.
- 4) Prospecting, exploitation, and beneficiation of gold, silver, and other precious metal ores
- 5) Prospecting, exploitation, beneficiation, and refining of natural uranium ore
- 6) Exploitation and beneficiation of potassium salt, phosphate sulfur, boron ore, and important special non-metal ores
- 7) Exploitation and washing of coal
- 8) Prospecting and exploitation of such unconventional oil resources as oil sand, oil shale, and heavy oil
- 9) Prospecting and exploitation of diamond and graphite, etc.

III. Manufacturing industries

- 1) Spinning production, machine-woven products, knitwear, braided products, non-woven products, and their printing, dyeing, sorting, and processing
- 2) Processing of woven clothes, processing and production of shoes and hats made from all sorts of woven fabrics.
- 3) Production of all sorts of chemical fibers and polyesters
- 4) Processing of timber, including processing of the following primary categories: wood chips, sawn timber, manmade boards, furniture, floor, and other wood and bamboo products

⁶ International Institute for Sustainable Development (2013) Chinese Outward Investment: An emerging policy framework.

- 5) Manufacturing of paper and pulp
- 6) Assembling and manufacturing of agricultural machines; assembling and manufacturing of forestry machines; research, development, and manufacturing of construction machines; assembling and manufacturing of machines, equipment, and parts for weaving, clothing, chemical fibers
- 7) Manufacturing of ethylene and downstream products of ethylene, manufacturing of aromatic hydrocarbon and pure terephthalic acid (PTA)
- 8) Manufacturing of chemical engineering products for which advanced technologies cannot be acquired domestically, including engineering plastic and specialized chemical raw materials, etc.
- 9) Manufacturing of potassium fertilizers, nitrogen fertilizers, phosphate fertilizers, and compound fertilizers
- 10) Manufacturing in the medicine and pharmaceutical field, primarily: processing and production of chemical medicine ingredients and prepared chemical medicine, research and development of biomedical technologies, manufacturing of biomedicines and biological products
- 11) Production of sintered ore, pellet ore, and ferrochrome
- 12) Smelting of copper, aluminum (including the production of aluminum oxide), nickel, and titanium
- 13) Whole-satellite manufacturing of high-capacity civil communications satellites and mobile communications satellites
- 14) Manufacturing, research, and development of numerical-control machine tools
- 15) Large-scale and new-type dry process of cement manufacturing, float glass manufacturing, manufacturing of building, bathroom and ceramic products, exploitation of stone, and processing and manufacturing of plastic, steel, etc.
- 16) Assembling and manufacturing of measuring devices, bearings, and instruments
- 17) Passenger vehicle products (including engine products that employ advanced technologies), specialized vehicle products, automatic transmission products with over five shift levels or CVT, functional automobile electronic Products
- 18) Assembling and production of household electronic products, electrical products, batteries, and lighting fixtures
- 19) Development, processing, and production of electronic information products, including development, processing, and production of communications equipment and products

IV. Service and other industries

- 1) Global marketing network
- 2) Ocean freight transportation

- 3) Construction and operation of communications network
- 4) Software development and application service
- 5) Research of new and high technologies and new and high tech products
- 6) Trans-border highway and railroad transportation, and construction and operation of trans-border highways, railroads, and bridges
- 7) Journalism, radio programs, films, television programs, and the spread of culture and art that increases publicity of the Chinese culture

7.2.2.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีน

การกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้นักลงทุนจีนออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีนนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายหน่วยงานในการทำงานร่วมกัน โดยหน่วยหลักที่เกี่ยวข้องได้แก่

ก. คณะมนตรีแห่งรัฐ (State Council)

คณะมนตรีแห่งรัฐเป็นองค์การบริหารที่สำคัญที่สุดของประเทศ มีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายซึ่งออกโดยสภาประชาชนแห่งชาติ และควบคุมดูแลงานขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นระดับต่างๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งดูแลกิจการต่างประเทศและการทำสนธิสัญญาต่างๆ ในด้านการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น คณะมนตรีแห่งรัฐมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกรอบดำเนินการโดยภาพรวมของพิมพ์เขียว (Blueprint) การลงทุนทางตรงต่างประเทศในระยะยาวของจีน กล่าวคือจะทำหน้าที่ในการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบหรือนโยบายที่จะมีผลกระทบสูงและเป็นการตัดสินใจในระยะยาว ซึ่งที่ผ่านมาได้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการและออกมาตรการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ข. ธนาคารแห่งประเทศจีน (People's Bank of China, PBC)

PBC ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1983 มีบทบาทสำคัญต่อการลงทุนทางตรงต่างประเทศของจีนโดยผ่าน 2 ช่องทาง คือ นโยบายการเงินและนโยบายการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยผ่านทางมาตรการ

- การเพิ่มหรือลดค่าเงินหยวน
- การปรับอัตราดอกเบี้ย
- การกำหนดสัดส่วนอัตราแลกเปลี่ยน

ค. สำนักงานบริหารเงินตราต่างประเทศ (State administration of foreign exchange, SAFE)

สำนักงานบริหารเงินตราต่างประเทศ ตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1979 รับผิดชอบหลักในการตรวจสอบและติดตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทั้งขาเข้าและขาออก โดยจะดำเนินการออกเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงต่างประเทศขาออกในรูปแบบดังนี้

- รายงานข้อมูลดุลการชำระเงิน (Balance of Payment) ไปยังสภารัฐมนตรี (State Council)
- ดูแลนโยบายการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- กำกับดูแลเงินทุนไหลเข้าและไหลออกของเงินตราต่างประเทศเพื่อการลงทุนและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบัญชีดุลการชำระเงิน
- จัดการเงินทุนสำรองเงินตราต่างประเทศของจีน (China's foreign exchange reserves)

ง. กระทรวงพาณิชย์ (Ministry of Commerce)

กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่มีพันธกิจสำคัญในการส่งเสริมและจัดการการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของจีน โดยมีการกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงต่างประเทศออก ได้แก่

จัดทำร่างนโยบายและกฎระเบียบ รวมทั้งสัตยาบันสำหรับโครงการลงทุนทางตรงต่างประเทศ (OFDI) ขนาดใหญ่ ในกลุ่มที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-financial sector)

ทำการเจรจาในระดับทวิภาคีและพหุภาคี ในด้านการค้าและการลงทุน และเป็นตัวแทนของประเทศจีนในเวทีองค์การการค้าโลก และองค์กรทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศอื่นๆ

กำหนดแนวทางกฎหมายเศรษฐกิจและการค้าของจีน กับสนธิสัญญาและความตกลงระหว่างประเทศ

การประสานงานด้านนโยบายความช่วยเหลือต่างชาติของจีน ทั้งในด้านกองทุนสนับสนุนและเงินทุนกู้ยืมต่างๆ

นอกจากนี้ การกิจของกระทรวงพาณิชย์ของจีน ยังมีหลายส่วนงานที่มีบทบาทสำคัญในการให้การสนับสนุนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศออก ได้แก่

- Policy Research Department (PRD) ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการจีนในการขยายกิจการไปต่างประเทศ โดยการวิเคราะห์และรายงานแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เจาะลึกทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองของแต่ละประเทศหรือแต่ละภูมิภาค บทเรียนจากการการปฏิบัติจริง ตลอดจนการเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและกฎระเบียบด้านเศรษฐกิจและการลงทุนของประเทศที่ผู้ประกอบการจีนจะเข้าไปลงทุน
- Department of International Trade and Economic Affairs (DITEA) ทำหน้าที่ในการเจรจาทวิภาคีและพหุภาคีกับรัฐบาลและหน่วยงานเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เช่น WTO, OECD และ UNCTAD
- Department of Foreign Economic Cooperation (DFEC) ทำหน้าที่ในการอนุมัติ OFDI ที่โครงการมีขนาดใหญ่

จ. State Development and Reform Commission (SDRC)

SDRC มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายโดยรวมทั้งทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของจีน ตลอดจนเสนอแผนปฏิรูปต่อคณะมนตรีแห่งรัฐ (State Council) ต่อไป โดยมีการทำงานร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ของจีนในการเผยแพร่ข้อมูลประเภทอุตสาหกรรมและประเทศที่รัฐบาลจีนส่งเสริมการลงทุนเงินให้ออกไปลงทุนต่างประเทศ รวมทั้งข้อมูลมาตรการสนับสนุนต่างๆ แรงจูงใจทางการเงินต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการออกไปลงทุน

ทั้งนี้โครงการลงทุนขนาดใหญ่ เช่น โครงการลงทุนที่เกี่ยวข้องทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้เงินลงทุนมากกว่า 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐและโครงการอื่นๆที่มีเงินลงทุนมากกว่า 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จะต้องได้รับการพิจารณาอนุมัติจากหน่วยงาน SDRC ก่อน

ฉ. State-Owned Assets Supervision and Administration Commission (SASAC)

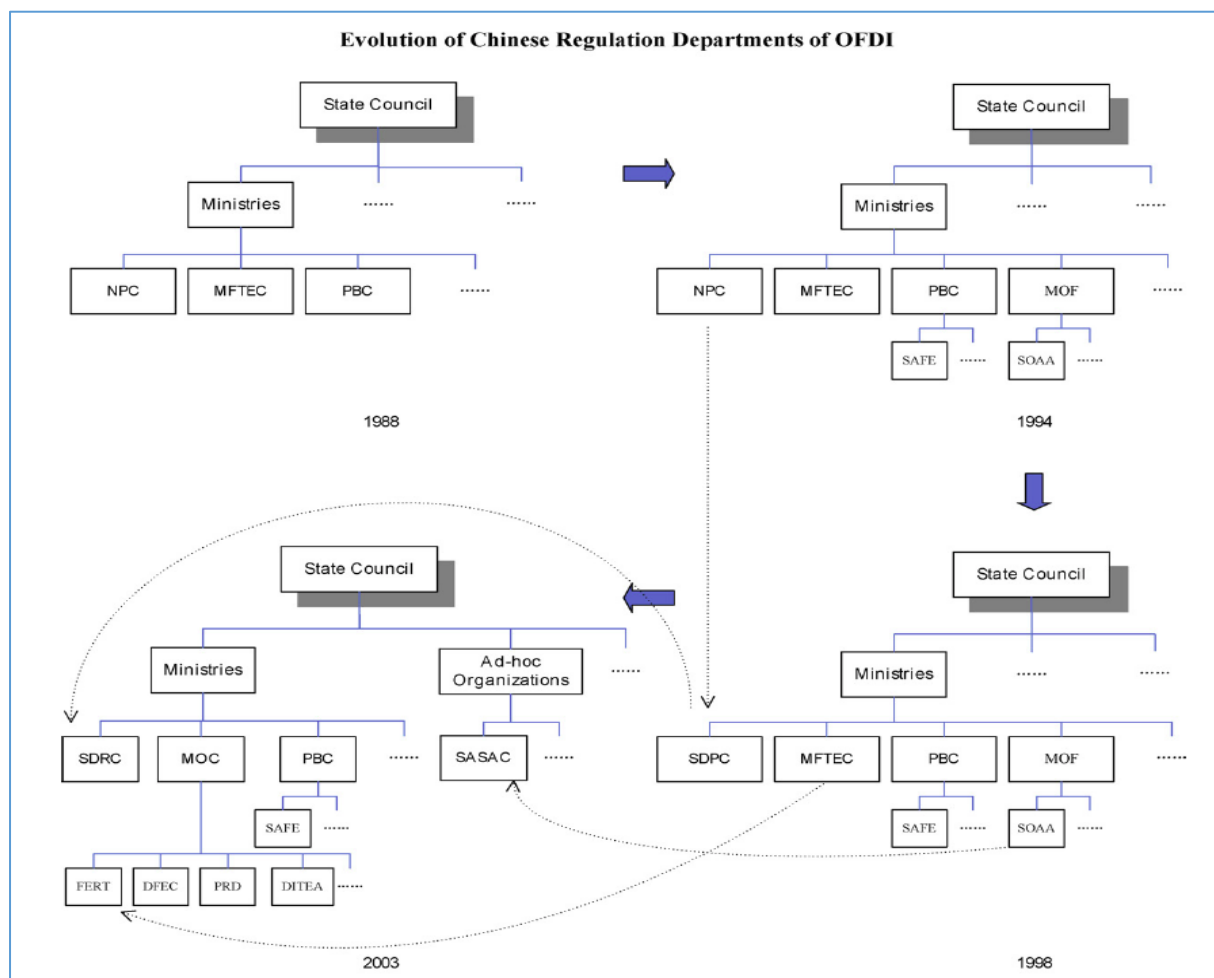
คณะกรรมการกำกับดูแลทรัพย์สินรัฐวิสาหกิจในสำนักนายกรัฐมนตรีจีน (State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the State Council) เป็นหน่วยงานของรัฐตั้งขึ้นโดย

State Council เมื่อปี ค.ศ. 2003 ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจในจีนทั้งหมด โดยโครงการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่จะได้รับการสนับสนุนจาก SASAC ในด้านต่างๆ เช่น การอำนวยความสะดวกในเรื่องของขั้นตอนการขออนุมัติจาก State Council การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแลต่างๆ เป็นต้น

ข. ขั้นตอนการขออนุมัติ (Approval Process)

รัฐวิสาหกิจจีนทั้งหมดอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ SASAC โดยหากต้องการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศจะต้องขออนุมัติผ่านกระทรวงพาณิชย์

โครงการลงทุนในต่างประเทศตามที่รัฐบาลจีนกำหนดไว้ 135 ประเทศ สามารถขออนุมัติได้ในหน่วยงานท้องถิ่น คือ หน่วยงาน Foreign Economic Relation & Trade (FERT) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนให้สามารถขออนุมัติได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องติดต่อมาที่หน่วยงานกลาง ทั้งนี้ การขออนุมัติการลงทุนไม่ว่าจะขอผ่านกระทรวงพาณิชย์หรือผ่าน FERT จะใช้เวลาไม่เกิน 15 วันทำการ ซึ่งนักลงทุนจะต้องเตรียมเอกสารใบสมัคร เอกสารการลงทุน หนังสือสัญญา ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ และกระบวนการประเมินครั้งสุดท้ายจะดำเนินการโดยหน่วยงาน SAFE



ภาพที่ 7-8 วิวัฒนาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีน
ที่มา: Luo, Xue and Han (2009). How emerging market governments promote outward FDI: Experience from China. Journal of World Business.

7.2.2.6 นโยบายส่งเสริมการลงทุนทางตรงต่างประเทศของจีน

บทความเรื่อง “How emerging market governments promote outward FDI: Experience from China” ได้สรุปมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีน ประกอบด้วยมาตรการหลักดังนี้

● มาตรการส่งเสริม (Promotional Measures)

ก. นโยบายทางการเงินและภาษี (Financial and Taxation Policy)

รัฐบาลจีนสนับสนุนด้านเงินทุนแก่นักลงทุนจีนในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ การจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Income Tax) เพื่อลดการซ้ำซ้อนในการจัดเก็บภาษีถือเป็นมาตรการหลักในการส่งเสริมการลงทุนนอกจากนี้ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าของจีน (EXIM Bank) ที่ให้การสนับสนุนนักลงทุนผ่านทางการให้สินเชื่อการลงทุนด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำ รวมทั้งการอนุมัติที่รวดเร็ว การให้บริการประกันภัยสินเชื่อผู้ส่งออก ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว การออกหนังสือค้ำประกัน การประกันความเสี่ยงในการลงทุน เป็นต้นนอกจากนี้ยังมีเงินทุนสนับสนุนสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อีกทั้งในกรณีที่เป็นการลงทุนที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ รัฐบาลมีนโยบายให้เงินอุดหนุนไม่เกินร้อยละ 20 โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องนำทรัพยากรกลับมาประเทศจีน

ข. กลไกการป้องกันความเสี่ยง (Risk-safeguard Mechanism)

รัฐบาลจีนใช้นโยบายในการป้องกันความเสี่ยงเพื่อเป็นกลไกที่ช่วยให้นักลงทุนหลีกเลี่ยงต่างๆ จากการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

- ในระดับเศรษฐกิจมหภาค รัฐบาลจะช่วยลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (OFDI) โดยผ่านทางมาตรการส่งเสริมและความตกลงกับต่างประเทศ (ประเทศที่มีความตกลงกับรัฐบาลจีนมี 115 ประเทศ)
- ในระดับเศรษฐกิจจุลภาค รัฐบาลให้การสนับสนุนในเรื่องของการประกันอุบัติเหตุในการทำงานต่างประเทศ

ค. เครือข่ายการบริการข้อมูล (Information Service Network)

เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของข้อมูลให้นักลงทุน รัฐบาลจีนทำการรวบรวมข้อมูลปัญหาต่างๆ ที่นักลงทุนจีนประสบ และทำการเผยแพร่โดยใช้ชื่อรายงานว่า “Obstacle Report Rules on the Investment to Different Countries” ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “Report on the Trade and Investment Environment in Different Countries” ซึ่งเป็นรายงานประจำปีที่มีการดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้หลายหน่วยงานที่ส่วนสนับสนุนนักลงทุนให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ได้แก่ หน่วยงาน เช่น China Council for International Investment Promotion และหน่วยงาน China Research Center for Foreign Direct Investment

ง. คู่มือการลงทุนทางตรงต่างประเทศ (Direction Guidance of OFDI)

รัฐบาลจีนได้จัดทำคู่มือการลงทุนเพื่อช่วยเป็นแนวทางในการลงทุนให้กับนักลงทุนจีน “Countries and Industries for Overseas Investment Guidance Catalogue” โดยในเล่มรายงานจะมีข้อมูลการประเมินผลการลงทุนในต่างประเทศโดยผู้ประกอบการที่ไปลงทุน และแนวทางในการขอสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากการลงทุน

• นโยบายกำกับติดตาม (Monitoring Measures)

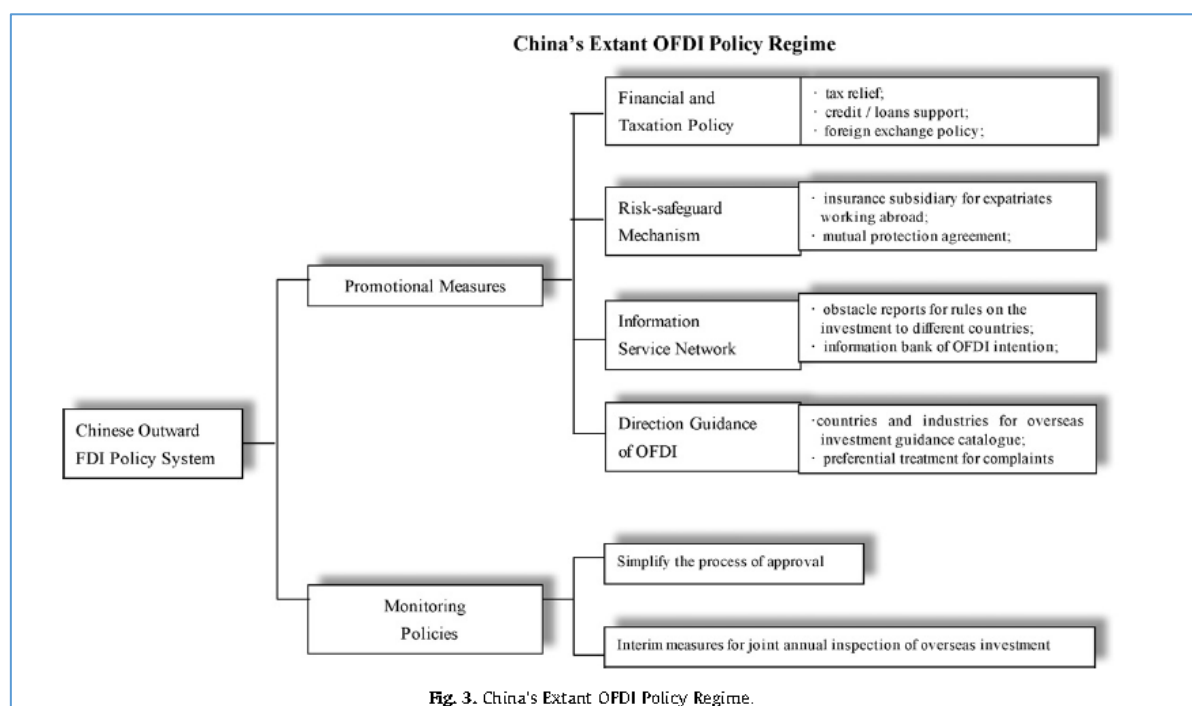
แนวทางที่รัฐบาลจีนดำเนินการในการกำกับติดตามการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ เช่น

ก. การปรับปรุงกระบวนการอนุมัติให้ง่ายขึ้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้นักลงทุน

โครงการที่มีมูลค่าการลงทุนต่ำกว่า 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐสำหรับการลงทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ และมูลค่าการลงทุนต่ำกว่า 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐสำหรับธุรกิจอื่น รัฐบาลท้องถิ่นสามารถอนุมัติได้ โดยที่กระบวนการในการอนุมัติใช้เวลาไม่เกิน 20 วันทำการ (5 วันธรรมชาติสำหรับการยืนยันแบบฟอร์มและ 15 วันสำหรับการตัดสินใจ) นอกจากนี้ยังไม่จำเป็นต้องยื่นเอกสารรายงานการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การดำเนินการเหล่านี้เป็นความพยายามของรัฐบาลจีนที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

ข. นโยบายการติดตามผ่านการรับรองและอนุมัติ ยังมีมาตรการภายหลัง การลงทุนอีกด้วย ได้แก่

- Interim Measures for Joint Annual Inspection of Overseas Investment
- Measures for Comprehensive Assessment of Overseas Investment Performance



ภาพที่ 7-9 ภาพรวมนโยบายส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของจีน

ที่มา: Luo, Xue and Han (2009). How emerging market governments promote outward FDI: Experience from China. Journal of World Business.

7.2.2.7 รูปแบบการรวมตัวของผู้ประกอบการเงินในการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศ

จากกลยุทธ์และมาตรการในการส่งเสริมการไปลงทุนในต่างประเทศของรัฐบาลจีนดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้การลงทุนในต่างประเทศของจีนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถออกไปลงทุนในต่างประเทศได้มากขึ้น อันเป็นผลพวงจากการกระจายอำนาจในการอนุมัติการลงทุนจากส่วนกลาง เป็นให้รัฐบาลท้องถิ่นมีบทบาทในรวมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการ ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 7-10⁷ ซึ่งแต่เดิมรัฐบาลท้องถิ่นและรัฐบาลเครือข่ายผู้ประกอบการและปัญหาการเมืองนับเป็นอุปสรรคในการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ จนกระทั่งในช่วงปี ค.ศ. 1990s- 2000s ที่เป็นช่วงของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ที่มีการกระจายอำนาจไปยังรัฐบาลท้องถิ่น ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงการกระจายอำนาจการบริหาร รัฐบาลท้องถิ่นได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลกลางน้อยลง และอนุญาตให้รัฐบาลท้องถิ่นสามารถหารายได้เอง ซึ่งกลายเป็นแรงขับที่สำคัญที่ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ทางการเงินจากการเติบโตของผู้ประกอบการ

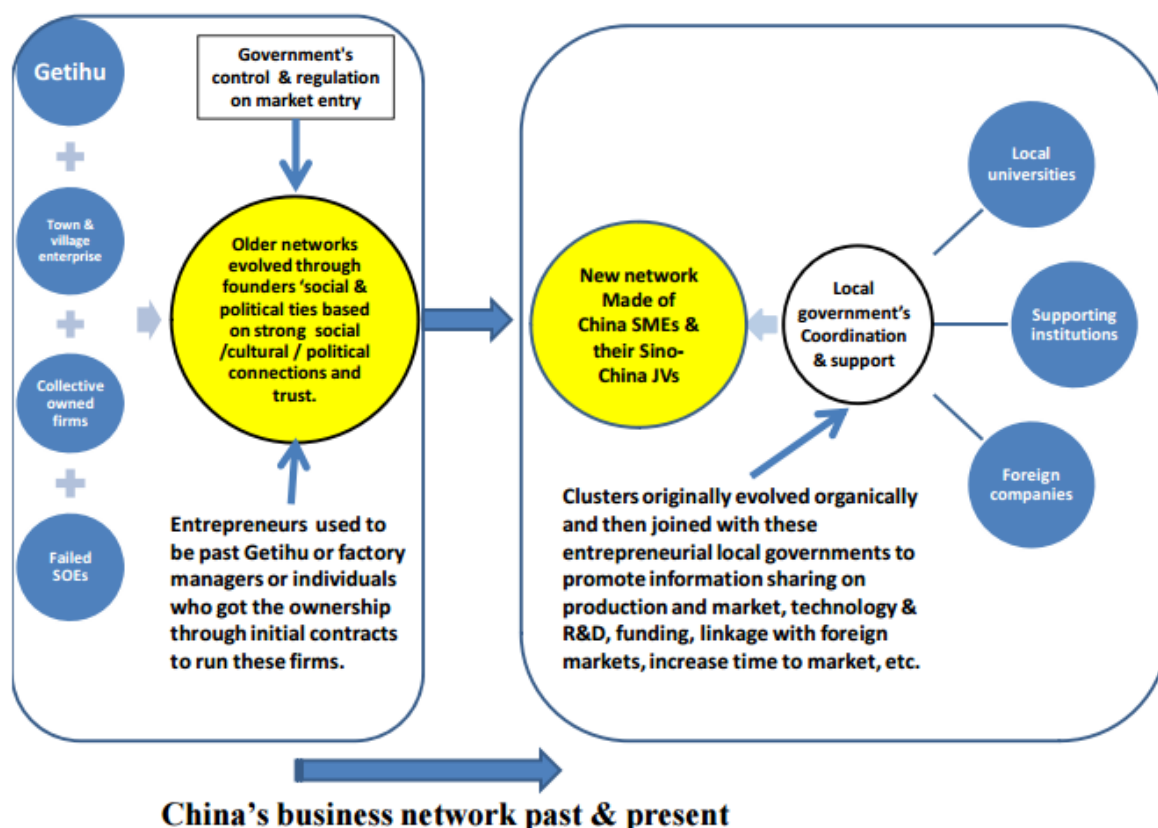
ตั้งแต่ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นต้นมา นับว่าเป็นการเปลี่ยนบทบาทของรัฐบาลท้องถิ่นจากการเป็นผู้กำกับดูแลเป็นผู้ที่มีส่วนในการแสวงหากำไร เป็นผู้สนับสนุนหลักของเครือข่ายผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยรัฐบาลท้องถิ่นจะทำหน้าที่ดังนี้

- เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างเครือข่ายผู้ประกอบการ
- เป็นตัวกลางในการติดต่อกับมหาวิทยาลัยในท้องถิ่นเพื่อการทำวิจัยพัฒนา
- ผู้ประสานระหว่างผู้ประกอบการท้องถิ่นกับสถาบันการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องของเงินลงทุน
- ประสานงานกับหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องทางด้านโลจิสติกส์ เพื่อขอคำแนะนำในการบริหารจัดการโซ่อุปทาน
- ส่งเสริมนักลงทุนท้องถิ่นให้มีศักยภาพในการลงทุนในต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้รัฐบาลท้องถิ่นยังเป็นผู้ดำเนินการสร้างเขตอุตสาหกรรม (Industrial Parks) รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลและแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น International Trade Expos การจัดสัมมนาเพื่อดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ ซึ่งการดำเนินการต่างๆ นี้ เพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือของเครือข่ายนักลงทุนอันจะนำไปสู่การได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของนักลงทุนท้องถิ่น รวมทั้งเป็นแรงผลักดันตลาดและการดำเนินงานของรัฐบาลท้องถิ่นต่อไป

⁷ International Market Entry of Emerging Markets' SMES the Case of China Non-States Owned Entrepreneurship Ventures (2011)

The Transition of China Entrepreneurial Network



ภาพที่ 7-10 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเครือข่ายผู้ประกอบการจีน (He, 2011)

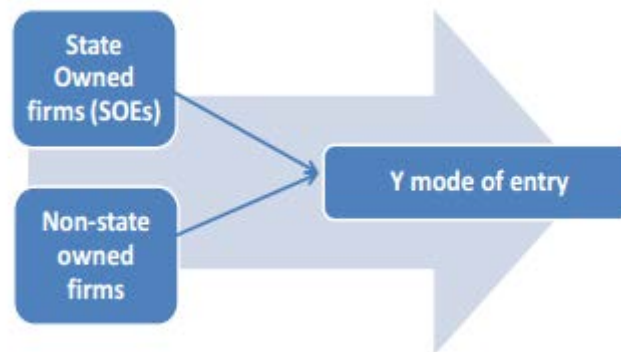
นอกจากการรูปแบบการกระจายอำนาจไปยังรัฐบาลท้องถิ่นที่เป็นแรงกระตุ้นสำคัญให้เพิ่มจำนวนนักลงทุนแล้วนั้น การที่กระทรวงพาณิชย์ของจีนได้ทำการอนุมัติและสนับสนุนให้มีการสร้างเขตอุตสาหกรรม (Industrial Parks) ขึ้น 19 แห่งในต่างประเทศ โดยมี 8 แห่งที่ถูกนำโดยภาคเอกชน (Non-State owned enterprise) และปัจจุบันยังมีหลายแห่งที่อยู่ในระหว่างกระบวนการ โดยที่ภาคเอกชนใช้เงินทุนของตนเองในการลงทุนทั้งนี้เขตอุตสาหกรรม (Industrial Parks) นี้เอง ที่ถือเป็นขั้นบันไดที่นำผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของจีน (China SMEs) ก้าวเข้าสู่การลงทุนในตลาดต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบของกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของจีนใช้ เพื่อให้สามารถออกไปลงทุนในต่างประเทศได้นั้น แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้⁸

⁸He,X. (2011) International Market Entry of Emerging Markets' SMES the Case of China Non-States Owned Entrepreneurship Ventures. United States Association for Small Business and Entrepreneurship (USASBE).

แบบที่ 1 : Y Mode of Entry

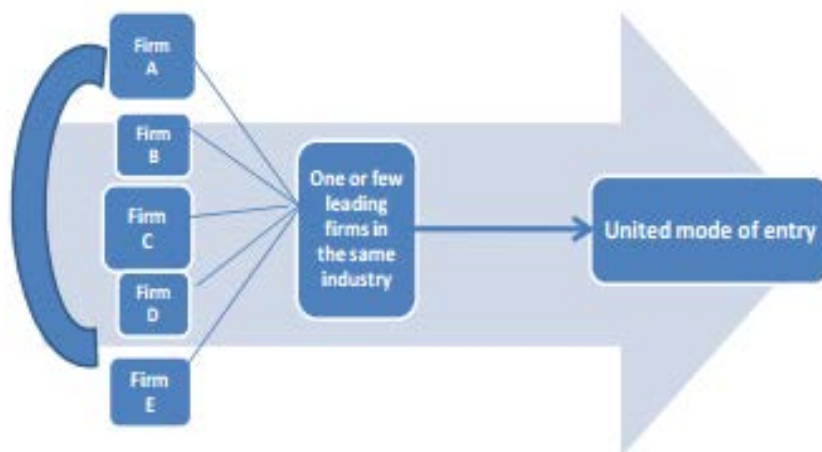
รูปแบบการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศรูปแบบนี้จะอาศัยวิสาหกิจของรัฐ(State Owned firms, SOEs) ซึ่งมีทุน ผูกพันกับความสามารถและประสิทธิภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)



ภาพที่ 7-11 Y Mode of Entry

แบบที่ 2 : United Mode of Entry

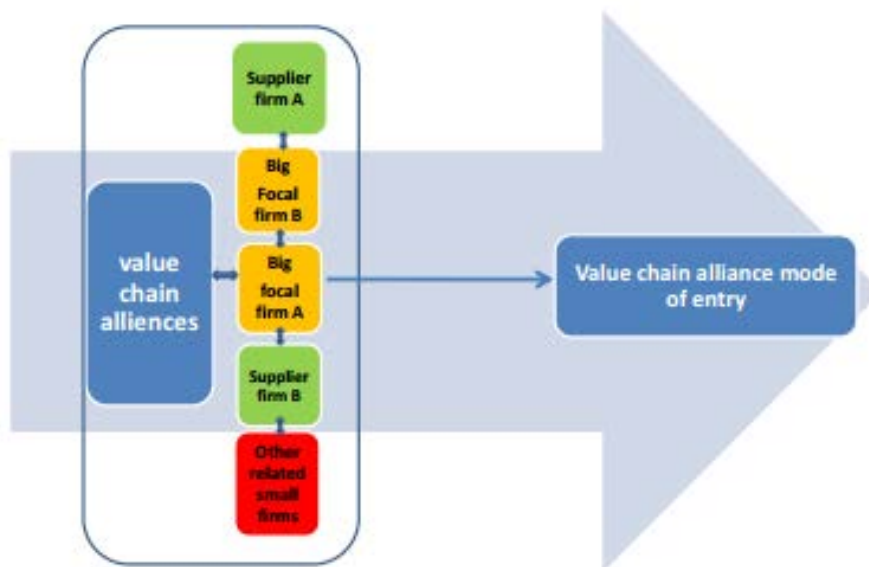
รูปแบบการเข้าไปลงทุนนี้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของจีน โดยจะเป็นการรวมกลุ่มกันผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่ดำเนินธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเป็นผู้นำในการเข้าไปลงทุน การใช้กลยุทธ์นี้จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ประหยัดต่อขนาด มีการเรียนรู้ร่วมกันและการกระจายความเสี่ยง



ภาพที่ 7-12 United Mode of Entry

แบบที่ 3: The Value Chain Alliance Mode of Entry

รูปแบบการเข้าไปลงทุนโดยใช้กลยุทธ์นี้ จะเป็นการลักษณะพันธมิตรของกลุ่ม Value Chain เดียวกัน เป็นการรวมกลุ่มข้ามอุตสาหกรรม เลียนแบบการลงทุนของอุตสาหกรรมยานยนต์ของญี่ปุ่น ซึ่งลงทุนโดยผู้ผลิตรถยนต์และซัพพลายเออร์ ภายใต้การสนับสนุนด้าน Credit Guarantee และ Oversea Investment Insurance



ภาพที่ 7-13 The Value Chain Alliance Mode of Entry

7.2.3 กลยุทธ์การส่งเสริมออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของเกาหลี

7.2.3.1 สถานการณ์ทั่วไปของการลงทุนในต่างประเทศของประเทศเกาหลี

ประเทศเกาหลีเริ่มมีการออกไปลงทุนในต่างประเทศตั้งในช่วงปี ค.ศ. 1960 แต่รายได้จากการไปลงทุนในต่างประเทศยังไม่สูงมากนักต่อเนื่องมาจนถึงปี ค.ศ. 1980 ทั้งนี้เนื่องจากมาตรการเข้มงวดของรัฐบาลรวมทั้งขีดความสามารถของผู้ประกอบการเกาหลียังน้อยและเทคโนโลยียังไม่สามารถแข่งขันกับประเทศที่พัฒนาแล้วได้ จนกระทั่งเกาหลีมีการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง โดยการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขัน ภายหลังจากปี ค.ศ. 1980 ที่เริ่มมีการผ่อนคลายนโยบายระเบียบ ส่งผลให้การออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น จนในปี ค.ศ. 1990 ที่พบว่าสัดส่วนการลงทุนทางตรงขาออกมากกว่าการลงทุนทางตรงขาเข้า อย่างไรก็ตามในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 นโยบายของประเทศเกาฬียังคงส่งเสริมการให้เงินลงทุนเข้ามาลงทุนในประเทศ แต่พบว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 2006 เป็นต้นมา เกาหลีกลายเป็นประเทศที่มีสัดส่วนการลงทุนทางตรงต่างประเทศสูงกว่าการลงทุนขาเข้า ดังตารางที่ 7-3⁹

ตารางที่ 7-3 การลงทุนทางตรงขาเข้าและขาออกของประเทศเกาหลี (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
OFDI	4 233	2 029	2 920	3 971	5 643	6 359	11 175	19 720	20 251	17 197	19 230
IFDI	9 004	4 086	3 399	4 384	8 997	7 055	4 881	2 628	8 409	7 501	6 873

Source: *World Investment Report 2010, Non-Equity Modes of International Production and Development*, UNCTAD, New York/Geneva, 2010, pp. 187–190; UNCTAD Stat, www.unctadstat.unctad.org (accessed: 01.05.2012).

⁹Kuzminska- Haberla, A. (2012) Promotion of Outward Foreign Direct Investments in Emerging Markets – The Example of South Korea. Economics.

การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของเกาหลีส่วนใหญ่มุ่งไปที่ภาคอุตสาหกรรมการผลิต ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ ปิโตรเคมี สิ่งทอและโลหะนอกจากนี้ยังมีการลงทุนในส่วนของการค้าส่งและค้าปลีก เหมืองแร่ และธุรกิจบริการ แต่ก็นับว่าสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงตลาดเป้าหมายสำคัญในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ คือตลาดเอเชีย ได้แก่ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และอินเดีย โดยเหตุผลสำคัญที่เป็นแรงจูงใจสำคัญในการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศในระยะแรกคือการหลีกเลี่ยงการกีดกันทางการค้าและการลดต้นทุนการขนส่ง ต่อมานักลงทุนเกาหลีเริ่มมองหาแหล่งที่มีแรงงานถูกและมีประสิทธิภาพใช้ทรัพยากร ส่งผลให้เกิดมีการย้ายกิจกรรมที่เน้นแรงงานเข้มข้นออกนอกประเทศ ในขณะที่ภายในประเทศจะเน้นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ดังเช่น บริษัท LG หรือ Samsung ที่ลงทุนในจีน และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อเข้าถึงแหล่งที่มีค่าแรงงานต่ำ เป็นต้น

การผ่อนคลายนโยบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของเกาหลีเพื่อส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ แบ่งออกเป็นระยะดังนี้

- ปี ค.ศ. 1968 – 1974 การลงทุนในต่างประเทศได้รับอนุญาตเฉพาะบางกลุ่มธุรกิจ เช่น ป่าไม้ อุตสาหกรรมผลิต และการค้า
- ปี ค.ศ. 1975 – 1980 เริ่มมีการกำหนดแนวทางในการอนุมัติและกำกับติดตามการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
- ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1987 เริ่มมีการลงทุนต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากค่าแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งขั้นตอนในการลงทุนมีความซับซ้อนน้อยลง
- ปี ค.ศ. 1994 – 1995 มีการกำหนดขนาดของโครงการที่ลงทุน โดยนักลงทุนสามารถขอใบรับรองจาก foreign exchange bank
- ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 การลงทุนในทุกกลุ่มธุรกิจได้รับอนุญาต
- ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 รัฐบาลเกาหลีดำเนินนโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการลงทุน
- ในปี 2007 รัฐบาลเกาหลีได้ส่งเสริมการลงทุนต่างประเทศอย่างจริงจัง โดยดำเนินการ “Roadmap of Support Program for Korean Companies’ Overseas Investment” และ ในปี 2009 ได้กำหนด “10 Years Roadmap for Overseas Agricultural Development

7.2.3.2 กรอบนโยบายและมาตรการส่งเสริมการลงทุน

ประเทศเกาหลีมีหน่วยงานหลักที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศคือ ธนาคารเพื่อการนำเข้า-ส่งออกประเทศเกาหลี (Korean Eximbank) และสำนักงานส่งเสริมการค้าและการลงทุนแห่งประเทศไทยเกาหลี (Korea Trade-Investment Agency, KOTRA) ซึ่งเดิมใช้ชื่อว่า Korea Trade Promotion Corporation จัดตั้งขึ้นในปี 1962 และต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น Korea Trade-Investment Agency (KOTRA) ในปี 1995 โดยนโยบายการลงทุนของหน่วยงาน KOTRA แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- Invest KOTRA – ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในประเทศเกาหลีผ่านกลไกต่างๆ
- Global KOTRA – ส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศจัดตั้งในปี 2007 ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนงานหลัก คือ

ก. Regional Research Teams

รับผิดชอบภาพรวม Global market issues เช่น การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) และความตกลงการลงทุน (Investment Agreements) การให้ข้อมูลตลาดกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนระดับภูมิภาค

ข. **Overseas Research Department** รับผิดชอบในการดำเนินการด้านข้อมูล เป็นศูนย์สนับสนุนนักธุรกิจเกาหลี รวมทั้งการพัฒนาและการให้คำปรึกษาแก่โครงการที่จะออกไปลงทุนต่างประเทศ ทั้งนี้ส่วนงานนี้ประกอบด้วย 3 หน่วยงานหลักภายใน คือ

Overseas Investment Team

Project Marketing Team

Project Consulting Team

KOTRA ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนในการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านทางมาตรการสนับสนุนต่างๆ เช่น

- ข้อมูลตลาดต่างประเทศและหน่วยงานส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้องผ่าน website (www.ois.go.kr) ซึ่งจะมีข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการให้คำปรึกษาสำหรับนักลงทุนที่มีศักยภาพเกี่ยวตลาดต่างประเทศ ระบบและหน่วยงานสนับสนุนภายในประเทศ
- การให้คำปรึกษา on-line ผ่าน website โดยผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายอุตสาหกรรม
- รวบรวมและจัดพิมพ์ Guidebooks
- บริการให้คำปรึกษาผ่าน Call center
- รับจ้างให้บริการคำปรึกษาเชิงลึก เช่น กลยุทธ์การลงทุนในต่างประเทศและโรดแมพ รวมทั้งการเตรียมกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับตลาดเฉพาะ การสำรวจตลาด การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
- บริการจับคู่ทางธุรกิจ โดยการจัดตารางการนัดหมายทางธุรกิจ การจัดเตรียมข้อมูลที่จำเป็นให้กับนักลงทุน
- จัดตั้งสำนักงาน Business support centers ในประเทศเป้าหมายเช่น จีน อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และรัสเซีย เป็นต้น การจัดตั้งสำนักงาน Business support centers ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีความเสี่ยงทางเมือง จะช่วยให้นักลงทุนเกาหลี โดยเฉพาะนักลงทุนขนาดกลางและขนาดย่อมมีความมั่นใจในการเข้าไปลงทุนมากขึ้น

นอกจากนี้ธนาคารเพื่อการนำเข้า-ส่งออกประเทศเกาหลี (Korean Exim Bank) ก็มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศของเกาหลี โดยการสนับสนุนในด้าน สินเชื่อเพื่อการส่งออก บริการธุรกรรมระหว่างประเทศ (Trade Finance) การออกหนังสือการค้าประกันประเภทต่างๆ รวมทั้งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ เครื่องมือสำคัญใช้เป็นกลไกในการสนับสนุนนักลงทุน คือ

- การออกสินเชื่อการลงทุน
- โครงการ Green Financing เพื่อสนับสนุนนักลงทุนที่ทำธุรกิจในอุตสาหกรรมในกลุ่มอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) เช่น พลังงานนิวเคลียร์ พลังงานทดแทน (Renewable Energy) โดยผ่านทางสินเชื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น หนังสือค้ำประกันต่างๆ สินเชื่อการลงทุนต่างประเทศ เป็นต้น
- สินเชื่อการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ
- บริการในด้านอื่นๆ เช่น การพัฒนาโครงการ การให้คำแนะนำทางการเงิน การทำความเข้าใจทางการเงิน การให้คำแนะนำการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ การเปิดสาขาในต่างประเทศ เพื่อให้ทุนลงเกาหลี ทั้งในเอเชีย ยุโรป อเมริกา

7.3 กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

การศึกษานี้ได้แบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 2 กลุ่มตามรูปแบบและขอบเขตของการขยายธุรกิจ กลยุทธ์กลุ่มแรกเป็นกลยุทธ์ที่นำไปใช้ในการยกระดับโอกาสและขีดความสามารถของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยในการทำการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดนระหว่างไทยกับเมียนมา ส่วนกลยุทธ์กลุ่มที่สองเป็นกลยุทธ์สำหรับส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่เป็นทั้งผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการ ในการเข้าไปลงทุนขยายธุรกิจของตนในประเทศเมียนมา¹⁰

7.3.1 กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา

โดยทั่วไป การขยายธุรกิจการค้าและการขนส่งสินค้าข้ามแดนระหว่างไทยกับเมียนมาสามารถดำเนินการได้ใน 3 แนวทาง คือ

ก. การขยายตัวด้วยการปรับปรุงการอำนวยความสะดวกทางการค้า

เป็นการขยายการค้าชายแดน ด้วยการลดความยุ่งยาก ขั้นตอน และค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้าชายแดน ซึ่งแนวทางและกลยุทธ์ในการปรับปรุงการอำนวยความสะดวกทางการค้าชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้มีการนำเสนอแล้วในโครงการย่อย “รูปแบบและการจัดการองค์การเพื่อจัดการการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการขนส่งสินค้าข้ามแดนและผ่านแดน” ซึ่งเป็นโครงการที่อยู่ในแผนงานวิจัยเดียวกันกับโครงการศึกษานี้ จึงไม่ขอนำเสนอซ้ำอีกในรายงานนี้ แต่ผู้ที่สนใจรายละเอียดในเรื่องนี้สามารถได้จากรายงานการศึกษาของโครงการย่อย “รูปแบบและการจัดการองค์การเพื่อจัดการการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการขนส่งสินค้าข้ามแดนและผ่านแดน” ดังกล่าว

ข. การขยายตัวจากความสามารถในการขายสินค้าของไทยข้ามชายแดนเข้าไปในเมียนมา

เป็นการขยายตัวของการค้าและขนส่งข้ามแดนเมื่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีความสนใจหรือความต้องการในสินค้าไทยมากขึ้น ซึ่งในระยะอันใกล้ถึงแม้ไม่มีการดำเนินการใดๆ ก็ตาม ความต้องการสินค้าไทยของชาว

¹⁰ กลยุทธ์ที่นำเสนอได้ผ่านการสัมมนาระดมความคิดเห็นที่จัดขึ้นที่ กทม. และแม่สอด (ภาคผนวก ฉ)

เมียนมามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยปกติอยู่แล้ว เพราะการเปิดกว้างทางการเมืองทำให้ผู้บริโภคชาวเมียนมามีอิสระในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น และการเปิดกว้างทางเศรษฐกิจจะทำให้ชาวเมียนมามีรายได้ที่จะนำมาบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้น กลยุทธ์ที่จะนำเสนอในบทนี้ จะเป็นแนวทางที่จะส่งเสริมให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักของลูกค้าในเมียนมามากขึ้น ทำให้ความต้องการสินค้าไทยของชาวเมียนมาเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจเมียนมา ในปัจจุบัน

ค. การขยายตัวจากความสามารถในการขยายขอบเขตของการให้บริการ

โดยให้ความสำคัญกับการขยายตัวของธุรกิจการให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ข้ามแดนของไทย ซึ่งในปัจจุบัน รถบรรทุกของไทยได้รับอนุญาตให้เข้าไปส่งสินค้าได้จนถึงบริเวณชายแดนเท่านั้น โดยถ่ายสินค้าไปให้รถบรรทุกของเมียนมาทำการขนส่งต่อไปจนถึงปลายทางในประเทศเมียนมา ซึ่งโอกาสที่รถบรรทุกจะสามารถวิ่งทะลุเข้าไปให้บริการส่งสินค้าจนถึงผู้รับสินค้าในประเทศเมียนมายังมีอยู่น้อยมากในระยะอันใกล้นี้ ดังนั้นแนวทางหรือกลยุทธ์ในการขยายบทบาทของรถบรรทุกไทยในระยะใกล้นี้ จะเป็นส่งเสริมในเชิงรุก ให้ผู้ประกอบการรถบรรทุกของไทยมีขอบเขตการให้บริการเพิ่มขึ้น ด้วยการเข้าไปมีบทบาทในการประกอบการของรถบรรทุกของเมียนมาที่จะมารับสินค้าต่อจากรถบรรทุกไทยที่บริเวณชายแดน ผ่านการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจบริการขนส่งในเมียนมา ตามรูปแบบของการขยายธุรกิจที่ได้นำเสนอแล้วในบทที่ 6

ทั้งนี้ ในการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการค้าและขนส่งข้ามแดนระหว่างไทยกับเมียนมาเราได้จำแนกเป้าหมายของกลยุทธ์ออกเป็น 3 ด้าน

- กลยุทธ์ในการสร้างโอกาส เป็นกลยุทธ์ในการปรับปรุงปัจจัยภายนอก คือ สภาวะแวดล้อมภายนอก (Ecosystems) เพื่อสร้างโอกาสใหม่หรือธุรกิจใหม่ๆ ให้กับการค้าชายแดนและบริการขนส่งของไทยที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน
- กลยุทธ์ในการลดความเสี่ยง เป็นอีกกลุ่มกลยุทธ์ที่ใช้ปรับสภาวะแวดล้อมภายนอก แต่มุ่งเน้นการช่วยลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในเมียนมา ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ ดังได้นำเสนอแล้วในบทที่ 6
- กลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพ เป็นกลยุทธ์ที่ปรับปรุงปัจจัยภายใน คือ ความสามารถในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการไทย

ทั้งนี้การขับเคลื่อนกลยุทธ์จะต้องอาศัยการนำและการดำเนินงานทั้งในส่วนหน่วยงานภาครัฐ และในส่วนภาคเอกชนที่เป็นทั้งผู้ประกอบการเองและสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยตารางที่ 7-4 สรุปและจำแนกกลยุทธ์ตามเป้าหมายของกลยุทธ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 7-4 สรุปกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างไทยกับเมียนมา

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
การร่วมทุนกับผู้ประกอบการขนส่งท้องถิ่น	✓	✓	✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดให้เป็นศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาค	✓			นำ	สนับสนุน	
การทำความเข้าใจการขนส่งระหว่างไทยกับเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
การให้การสนับสนุนการศึกษาการพัฒนากระบวนการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ให้กับเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
การสนับสนุนการก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้า (Truck Terminal) หรือ ย่านขนส่งสินค้า (Freight Park) ที่ชายเมืองอย่างกุ้ง	✓	✓		นำ	สนับสนุน	

7.3.1.1 การร่วมทุนกับผู้ประกอบการขนส่งท้องถิ่น

กลยุทธ์นี้เป็นผลจากการประมวลโอกาสและความท้าทายในด้านต่างๆที่พอสรุปได้จากข้อมูลที่นำเสนอในบทที่ผ่านมา ดังแสดงในตารางที่ 7-5

ตารางที่ 7-5 โอกาสและความท้าทายในการขยายบทบาทของการประกอบการรถบรรทุกของไทยเข้าไปในเมียนมา

โอกาส	ความท้าทาย
— ผู้ประกอบการท้องถิ่นของเมียนมามีจำนวนน้อยอยู่ และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็กและมีรถที่สภาพค่อนข้างเก่า — ผู้ประกอบการท้องถิ่นยังไม่มีศักยภาพในการให้บริการขนส่งที่ได้มาตรฐานรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจเมียนมา และยังขาดระบบบริหารจัดการการเดินรถที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การใช้ประโยชน์จากรถขนส่งอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายเล็กซึ่งเป็นเจ้าของรถเอง ไม่มีการจดทะเบียนบริษัท ทำให้ไม่มีความชัดเจนในการรับผิดชอบสินค้าและเส้นทางบริการ¹¹	— กฎระเบียบยังไม่เอื้อให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาลงทุนได้โดยตรง การลงทุนโดยต่างชาติยังต้องอาศัยคนท้องถิ่น — การขาดแคลนพนักงานขับรถที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากยังขาดสถาบันหรือระบบที่ได้มาตรฐานในการฝึกอบรมพนักงานขับรถ — โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งยังอยู่ในสภาพที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการขนส่ง — การตั้งด่านริมถนน เพื่อเก็บค่าผ่านทาง โดยเฉพาะจะมีด่านลอยจำนวนมากในบางเส้นทาง — การแข่งขันจากผู้ประกอบการต่างชาติ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนส่งจากประเทศจีน

ซึ่งจะเห็นว่า แนวทางในการขยายการให้บริการขนส่งของไทยเข้าไปในเมียนมาที่น่าจะมีประสิทธิภาพและมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จสูงสุด คือ ผ่านการเข้าไปร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการชาวเมียนมา ซึ่งเป็นกลวิธีที่จะช่วยขจัดหรือลดปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดจากความท้าทายในด้านต่างๆข้างต้น เช่น ผู้ประกอบการชาวเมียนมาที่เป็นผู้ร่วมลงทุนจะมีบทบาทสำคัญมากในการให้ความช่วยเหลือทั้งในแง่ของการเลือกเส้นทางขนส่ง การบริหารจัดการและพัฒนาพนักงานขับรถ และการรับมือกับกฎระเบียบและด่านริมถนน เป็นต้นนอกจากนี้ กฎหมายส่งเสริมการลงทุนของเมียนมาในปัจจุบัน ยังกำหนดให้นักลงทุนต่างชาติจะต้องมีหุ้นส่วนเป็นคนเมียนมาในทุกธุรกิจ ยกเว้นธุรกิจที่มีเทคโนโลยีสูงมาก นักลงทุนต่างชาติสามารถถือหุ้น 100%¹²

ทั้งนี้การลงทุนเป็นไปในรูปแบบของการร่วมทุน (Joint Ventures) กับผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยอาศัยจุดแข็งต่างๆ ที่ผู้ประกอบการไทยมีมากกว่าผู้ประกอบการท้องถิ่น จึงใจให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเกิดความสนใจที่จะเข้ามาเป็นหุ้นส่วนด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการขนส่งของเมียนมาอยากได้หุ้นส่วนที่มี

¹¹ ข้อมูลที่ได้รับระหว่างการสำรวจภาคสนามตามเส้นทาง แม่สอด-เมียวดี-เมะละโย-ย่างกุ้ง ระหว่างวันที่ 6-13 มีนาคม พ.ศ. 2559

¹² เรื่องเดียวกัน

ความรู้ ทั้งการบริหารและเทคโนโลยี¹³ ทั้งนี้ การร่วมลงทุนควรเป็นไปในลักษณะ Win-Win ที่เกิดประโยชน์กับทั้ง 2 ฝ่ายและเกิดประโยชน์ต่อเนื่องถึงการพัฒนาประเทศด้วย ทั้งนี้ คนเมียนมาค่อนข้างจะปกป้องอุตสาหกรรมของตนเอง มีความระแวงว่าคนไทยเข้าไปเอาเปรียบ เมียนมาจะไม่พอใจ หากคนไทยเข้าไปลงทุนแล้วได้ประโยชน์แต่ฝ่ายเดียว¹⁴

การผลักดันกลยุทธ์นี้อาจดำเนินการผ่าน 3 ช่องทาง คือ

- ดำเนินการโดยผู้ประกอบการเอง โดยอาศัยความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีมานานผ่านการค้าชายแดนระหว่างผู้ประกอบการไทยกับคู่ค้าชาวเมียนมา
- ดำเนินการผ่านสมาคมวิชาชีพ ดังเช่นตัวอย่างการดำเนินการของสมาคมขนส่งสินค้าภาคอีสานในการร่วมลงทุนกับสมาคมขนส่งของลาวอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ เช่น แต่ละพื้นที่มี Chamber of Commerce โดยสมาคมทางการค้าต่างๆ จะอยู่ภายใต้ Chamber of Commerce ดังนั้น การติดต่อตรงไปที่ Chamber of Commerce แห่งเดียวก็เพียงพอ
- ดำเนินการผ่านสหพันธ์การขนส่งด้วยรถบรรทุกแห่งอาเซียน (ASEAN Trucking Federation, ATF) ซึ่งได้ก่อตั้งเมื่อปลายปี พ.ศ. 2558 ด้วยการผนึกความร่วมมือระหว่างสหพันธ์การขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย (LTFT) ร่วมกับผู้ประกอบการจาก 7 ชาติอาเซียน ประกอบด้วย เวียดนาม เมียนมา ลาว บรูไน สิงคโปร์ กัมพูชา และอินโดนีเซีย

7.3.1.2 การการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดให้เป็นศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาค

จากอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วของปริมาณการค้าชายแดนที่ผ่านแม่สอด รัฐบาลหลายชุดที่ผ่านมาได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษที่แม่สอดอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ได้ดำเนินการแล้ว มุ่งเน้นการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น โดยมุ่งหวังการแก้ปัญหาด้านความมั่นคงที่เกิดจากการเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมายของแรงงานต่างชาตินี้เป็นสิ่งสำคัญ โดยขาดการพิจารณามิติทางเศรษฐกิจและความเป็นจริงที่เกิดขึ้นว่า ในขณะที่แม่สอดและเมียวดีซึ่งเป็นเขตติดต่อเป็นเมืองการค้า แต่นโยบายของรัฐกลับให้น้ำหนักการสนับสนุนความสามารถทางการค้าขายน้อยกว่าการลงทุนด้านอุตสาหกรรมการผลิต¹⁵

จากการพิจารณารูปแบบการประกอบธุรกิจที่เป็นอยู่และที่ตั้งของแม่สอดแล้ว หนึ่งในรูปแบบที่ควรได้รับการส่งเสริมในเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด คือ การพัฒนาให้แม่สอดเป็นศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาค โดยมีลักษณะการพัฒนาคู่ค้ากับข้อเสนอที่นำเสนอในโครงการ “โครงการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร” ที่จัดทำโดยสถาบันการขนส่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำเสนอต่อ สกว. ในปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา โดยศูนย์กลางการค้าส่งแห่งภูมิภาคในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จะทำหน้าที่เป็นประตู (Gateway) ในการระบายผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจ OTOP ของไทยสู่ตลาดในภูมิภาคและตลาดโลก เป็นหนึ่งในโลกที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทย ก้าวไปสู่การเป็นชาติการค้าในภูมิภาคและ

¹³ ข้อมูลที่ได้รับระหว่างการสำรวจภาคสนามตามเส้นทาง แม่สอด-เมียวดี-เมะละไย-ย่างกุ้ง ระหว่างวันที่ 6-13 มีนาคม พ.ศ. 2559

¹⁴ เรื่องเดียวกัน

¹⁵ เรื่องเดียวกัน

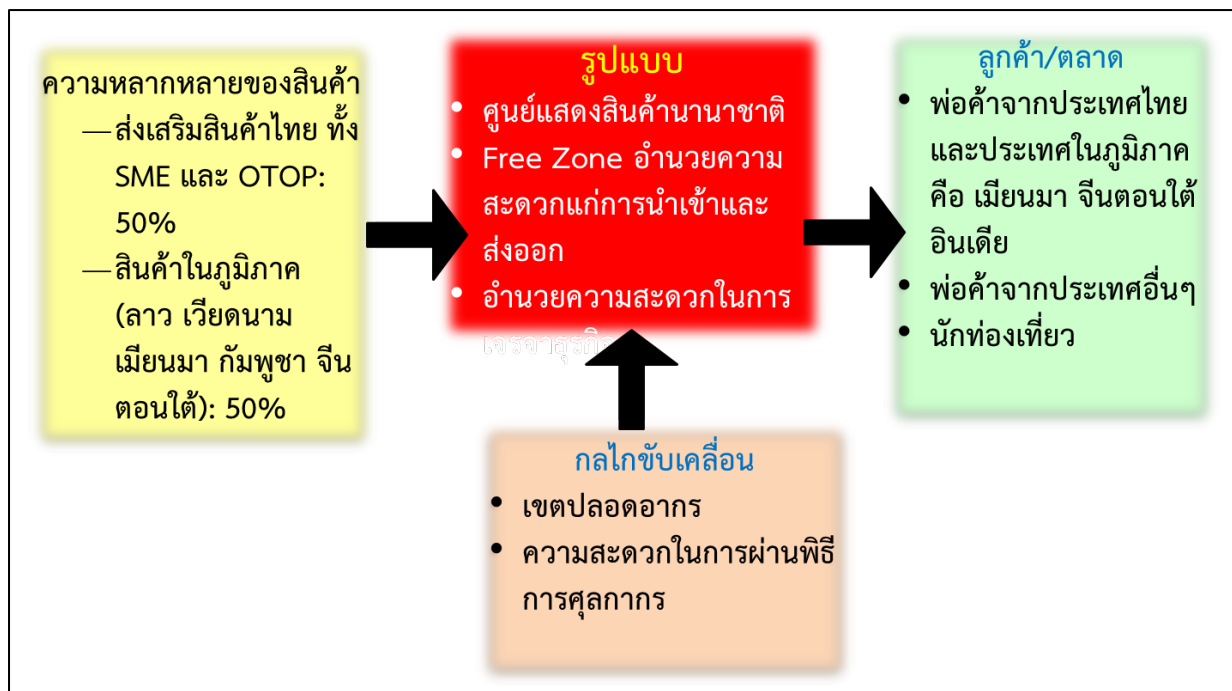
ระดับโลก สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ล่าสุดของไทยที่จะพัฒนาประเทศไปสู่ “Trading Nation” ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นศูนย์กลางทางการค้าและตัวแทนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ภายใต้นโยบายการค้าระหว่างประเทศที่ขับเคลื่อนโดยกลยุทธ์ทางการค้าตามความเชี่ยวชาญและความสามารถของประเทศไทย โดยมีตลาดโลกเป็นเป้าหมาย ภายใต้พื้นฐานของการสร้างขีดความสามารถและความชำนาญด้านการตลาด การจัดหาทรัพยากร แหล่งสินค้า และบริการจากทุกที่ทั่วโลก และการจัดการธุรกรรมการค้าและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ¹⁶

รูปแบบในการจัดตั้งศูนย์กลางการค้าส่งแห่งภูมิภาคจะเป็นแนวความคิดที่ต่อยอดจากประสบการณ์การพัฒนาตลาดค้าส่งอู่ (Yiwu) ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งสามารถผันตนเองจากตลาดแบบกะดินธรรมดา มาเป็นศูนย์กลางการค้าส่งและกระจายสินค้าเบ็ดเตล็ด (Small Commodity) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ด้วยการรับรองจากสหประชาชาติและธนาคารโลก โดยภาพที่ 7-14 สรุปแนวความคิดของรูปแบบศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาคที่จะจัดตั้งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษแม่สอดโดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ พ่อค้าที่จะมาเลือกซื้อสินค้าจากไทย เมียนมา จีนตอนใต้ และเอเชียใต้ ที่จะเดินทางเข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่ความหลากหลายทั้งที่ผลิตโดยผู้ประกอบการไทย ซึ่งรวมถึง SME และ OTOP และผู้ประกอบการในภูมิภาคอาเซียนและจีน ทั้งนี้ ศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาคที่จะจัดตั้งขึ้น จะมีประเภทกิจกรรมหรือวิสาหกิจอันประกอบด้วย พื้นที่แสดงและจำหน่ายสินค้า และกิจการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกแก่การค้า และผู้ประกอบการที่เข้ามาทำธุรกิจในศูนย์ฯ เช่น¹⁷

- อาคารแสดงและจำหน่ายสินค้า ซึ่งเป็นหัวใจของศูนย์ฯ พื้นที่ของอาคารจะถูกแยกเป็นสัดส่วนตามหมวดหมู่ของสินค้า
- บริการด้านโลจิสติกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า
- สถาบันทางการเงิน
- ธุรกิจประกันภัย
- ศูนย์ประชุม อบรม และสัมมนา
- สำนักงาน
- ร้านอาหาร
- สถานบันเทิง
- สถานพยาบาล
- โรงแรมและที่พักอาศัย เพื่อการพำนักรทั้งระยะสั้นและระยะยาว

¹⁶โครงการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร โดยสถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำเสนอต่อ สกว. พ.ศ. 2558

¹⁷เรื่องเดียวกัน



ภาพที่ 7-14 สรุปแนวความคิดของรูปแบบศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาค

นอกจากนี้ รัฐบาลไทยควรได้ศึกษาและเรียนรู้จากกลยุทธ์และแนวทางของต่างประเทศในการขยายการค้าชายแดนระหว่างประเทศที่มีชายแดนติดกัน โดยเฉพาะกลยุทธ์ของประเทศในสหภาพยุโรป ซึ่งถือได้ว่าเป็นแม่แบบของการรวมตัวกันของอาเซียน โดยโครงการที่การศึกษานี้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ คือ โครงการพัฒนาพื้นที่ชายแดนร่วมกันหรือที่เรียกว่า Cross-border Cooperation ซึ่งเป็นความร่วมมือที่สอดคล้องตามเจตนารมณ์ของการรวมตัวกันเพราะประเทศทั้ง 2 ฝ่ายจะได้ผลประโยชน์ร่วมกัน โดยภาคผนวก ข สรุปรายละเอียดของโครงการพัฒนาชายแดนร่วมกันของประเทศสหภาพยุโรปดังกล่าว

7.3.1.3 การทำความตกลงขนส่งระหว่างไทยเมียนมา

ในปัจจุบันไทยได้มีความตกลงด้านการขนส่งสินค้าทางถนนในระดับทวิภาคี (Bilateral) กับประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีผลในทางปฏิบัติแล้ว ประกอบด้วย ความตกลงว่าด้วยการขนส่งทางถนนระหว่างไทย-ลาว บันทึกรความเข้าใจระหว่างไทย-มาเลเซียว่าด้วยการขนส่งสินค้าผ่านแดนโดยทางถนนจากประเทศไทยผ่านมาเลเซียไปยังสิงคโปร์ บันทึกรความเข้าใจระหว่างไทย-กัมพูชา ว่าด้วยการแลกเปลี่ยนสิทธิการจราจรระหว่างประเทศที่จุดผ่านแดน อรัญประเทศ-ปอยเปตทั้งนี้ ความได้จัดร่างขึ้นแล้ว แต่ยังไม่ เมื่อมีความตกลงกันอย่างเป็นทางการแล้ว รถบรรทุกของไทยก็จะสามารถวิ่งเข้าไปส่งสินค้าในเมียนมาได้ และในทางกลับกันรถบรรทุกของเมียนมาก็เข้ามาส่งสินค้าในประเทศไทยได้เช่นเดียวกัน

7.3.1.4 การให้การสนับสนุนการศึกษาการพัฒนากระบวนการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ให้กับเมียนมา

ประเทศเมียนมาอยู่ในช่วงของการเริ่มพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หน่วยงานของรัฐยังขาดแคลนข้อมูลและองค์ความรู้ในการพัฒนาประเทศในแทบจะทุกมิติ ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในอาเซียนที่ได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบโลจิสติกส์ระดับประเทศอย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550

รัฐบาลไทยจึงน่าจะนำเสนอความช่วยเหลือทางวิชาการระดับรัฐต่อรัฐให้กับประเทศเมียนมา โดยอาศัยประสบการณ์ของประเทศไทยไปช่วยรัฐบาลเมียนมาในการสำรวจข้อมูลและจัดทำแผนการพัฒนาระบบขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเมียนมา ทั้งนี้ ความช่วยเหลือนี้จะส่งผลให้เกิดประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย โดยเมียนมาจะได้รับข้อมูล องค์ความรู้ และแผนที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาระบบขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ของประเทศ ในขณะเดียวกัน การให้ความช่วยเหลือจะช่วยสร้างความรู้สึที่ดีต่อประเทศไทยในหมู่เจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้ประกอบการขนส่งและโลจิสติกส์ของเมียนมา เอื้อให้เกิดการร่วมมือทางธุรกิจกับผู้ประกอบการขนส่งของไทยตามมา

7.3.1.5 การสนับสนุนการก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้า (Truck Terminal) หรือ ย่านขนส่งสินค้า (Freight Park) ที่ชานเมืองย่างกุ้ง

จากการสำรวจภาคสนามที่ได้เยี่ยมชม BayintNaung Warehouse and Cargo-Bus Terminal ซึ่งเป็นแหล่งกระจายสินค้าขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่บริเวณชานเมืองของย่างกุ้ง รองรับสินค้าหลากหลายประเภทที่จะทำการขนส่งไปยังส่วนอื่นๆ ทั่วประเทศเมียนมา ทั้งผลิตผลทางการเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค อะไหล่รถยนต์ วัสดุก่อสร้าง เหล็ก น้ำมัน เครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องใช้ที่ทำจากพลาสติก โดยสินค้านี้ทั้งสินค้าที่ผลิตในประเทศ สินค้านำเข้า และสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยส่งไปขายในเมียนมา เพื่อไปยังส่วนอื่นๆ จังหวัดต่างๆ และรัฐอื่นๆ ทั่วประเทศเมียนมา

อย่างไรก็ดี แหล่งกระจายสินค้านี้ประกอบด้วยร้านค้าและผู้ประกอบการขนส่งที่อยู่กันเป็นห้องแถวจำนวนมาก ถนนมีสภาพชำรุดและเป็นปัญหามากในช่วงฤดูฝน ระบบบริหารจัดการการเดินรถและการจัดรถภายในศูนย์ยังไม่เป็นระเบียบและขาดประสิทธิภาพ จึงเป็นโอกาสที่รัฐบาลไทยจะเสนอให้ความช่วยเหลือแก่รัฐบาลเมียนมาในการศึกษาและปรับปรุงแหล่งกระจายสินค้านี้ให้เป็นสถานีขนส่งสินค้าหรือย่านขนส่งสินค้าที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน ในทำนองเดียวกับที่รัฐบาลญี่ปุ่นเคยให้ความช่วยเหลือกับรัฐบาลไทยในการพัฒนาสถานีขนส่งสินค้าชานเมืองของกรุงเทพมหานคร โดยในการให้ความช่วยเหลือนี้ รัฐบาลไทยอาจจะขอให้รัฐบาลเมียนมาจัดพื้นที่บางส่วนในแหล่งกระจายสินค้านี้ให้กับผู้ประกอบการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทยเข้ามาให้บริการ ก็จะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทยขยายธุรกิจเข้าไปให้บริการในตลาดเมียนมาได้สะดวกขึ้น อันจะส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของการขนส่งด้วยรถบรรทุกและระบบโลจิสติกส์ของเมียนมา

อนึ่ง จะเห็นว่ากลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าและการขนส่งชายแดนที่นำเสนอข้างต้นนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นเป้าหมายของการสร้างโอกาสและลดความเสี่ยงในการค้าและขนส่งข้ามแดนระหว่างไทยเมียนมา เพราะการศึกษานี้เห็นว่า กลยุทธ์ที่มีเป้าหมายหลักเพื่อส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งข้ามแดนนั้น ได้มีการนำเสนออย่างค่อนข้างสมบูรณ์และครบถ้วนแล้วในโครงการ “โครงการศึกษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการขนส่งทางถนนระหว่างประเทศ” ที่จัดทำโดยสถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำเสนอต่อ กรมการขนส่งทางบก ในปี พ.ศ. 2554 โดยสามารถสรุปกลยุทธ์ที่นำเสนอโดยโครงการศึกษาดังกล่าวได้ดังนี้

ก. การสร้างความตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

เพื่อให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญหรือความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง ด้วยการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับ

การประกอบการในอนาคต และผลักดันให้ตลาดหรือผู้ใช้บริการเรียกร้องความเป็นมืออาชีพและบริการที่ได้คุณภาพจากผู้ประกอบการ

ข. การส่งเสริมการประเมินสมรรถนะในการประกอบการของผู้ประกอบการ

เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทำการสำรวจและประเมินจุดอ่อนและข้อบกพร่องในการดำเนินงานของตนเอง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารจัดการธุรกิจของตนต่อไป โดยผู้ประกอบการรายใหญ่อาจดำเนินการด้วยตนเอง ไม่ต้องพึ่งความช่วยเหลือจากรัฐ หรือรัฐ ให้การสนับสนุนในลักษณะที่มีผู้เชี่ยวชาญเข้าให้คำปรึกษาแก่สถานประกอบการรายกลางและรายเล็ก โดยอาจเป็นการแบ่งค่าใช้จ่ายระหว่างสถานประกอบการกับรัฐ

ค. การพัฒนาองค์ความรู้การประกอบการขนส่งทางถนน

เป็นการพัฒนาบุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ ดังนี้

การพัฒนาบุคลากรระดับบริหาร

- การวางแผนและพัฒนาองค์กร และการกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจ
- การบริหารจัดการการเงินและการลงทุน
- การจัดการทรัพยากรบุคคล
- การพัฒนาระบบข้อมูลสถิติและสารสนเทศ
- ระบบควบคุมคุณภาพการดำเนินงานและคุณภาพบริการ

การพัฒนาบุคลากรระดับปฏิบัติการ มุ่งเน้นการสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับพนักงานขับรถ

ง. การส่งเสริมด้านเงินทุนและเทคโนโลยีสารสนเทศ

เนื่องจากการปรับปรุงระบบงานของกิจการขนส่งทางถนนต้องอาศัยทั้งเงินทุนและเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดว่าเป็น 2 ปัจจัยที่มีความสำคัญสูง การสนับสนุนจากภาครัฐจะช่วยเร่งให้ผู้ประกอบการทุ้มเทที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง

7.3.2 กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าและลงทุนในเมียนมา

กลยุทธ์กลุ่มที่สองนี้เป็นมาตรการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยมีโอกาและความสามารถในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา โดยนอกจากจะแบ่งกลยุทธ์ตามเป้าหมายและบทบาทของหน่วยงานเหมือนกับกลยุทธ์กลุ่มแรกแล้ว ยังจะแบ่งแยกออกเป็นรูปแบบของการสนับสนุนได้เป็น 6 ด้าน คือ

- การสนับสนุนด้านข้อมูล
- การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร
- การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทย
- การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการท้องถิ่น
- การสนับสนุนด้านการเงิน
- การสนับสนุนด้านอื่นๆ

จะเห็นได้ชัดว่า กลยุทธ์ที่นำเสนอไม่ได้มีเป้าหมายมุ่งเน้นการให้การสนับสนุนทางการเงินโดยตรงแก่ผู้ประกอบการ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นแนวทางการสนับสนุนที่จะหนุนให้ผู้ประกอบการไทยสามารถจัดการความเสี่ยงและลดความเสี่ยงในด้านต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจในเมียนมา ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ ตารางที่ 7-6 สรุปกลยุทธ์และมาตรการสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา

กลยุทธ์ที่นำเสนอมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 7-6 สรุปกลยุทธ์และมาตรการสำคัญที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในการเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในเมียนมา

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
การสนับสนุนด้านข้อมูล						
ให้การสนับสนุนทางวิชาการในด้านต่างๆให้กับรัฐบาลเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
ใช้ประโยชน์จากแรงงานเมียนมาในไทยในการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเมียนมา	✓	✓	✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
ยกระดับหน่วยงานของรัฐที่มีสำนักงานในเมียนมาให้มีขีดความสามารถในการให้คำปรึกษาการค้าและการลงทุนเชิงลึก	✓	✓	✓	นำ		
ส่งเสริมการจัดตั้งบริษัทให้บริการที่ปรึกษาการค้าและการลงทุนเชิงลึก แก่ผู้ประกอบการไทย	✓	✓	✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
พัฒนาระบบติดตามประเมินผลการลงทุนในต่างประเทศ และรวบรวมประสบการณ์มาจัดทำบทเรียนและกรณีศึกษาต่างๆ เพื่อนำมาเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการรายอื่น			✓	นำ	สนับสนุน	
จัดทำทำเนียบผู้ให้บริการด้านกฎหมาย และที่ปรึกษาการลงทุน ที่ผ่านการคัดกรองจากหน่วยงานของรัฐ		✓		นำ	สนับสนุน	
การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร						
พัฒนากระบวนการคัดเลือกแรงงานชาวเมียนมาในไทยที่มีศักยภาพเพียงพอ ที่จะนำมาฝึกอบรมยกระดับขีดความสามารถ เพื่อกลับไปเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ให้กับธุรกิจไทยในเมียนมา			✓	สนับสนุน	สนับสนุน	นำ
จัดหลักสูตรการเรียนและอบรมให้กับคนท้องถิ่นในประเทศเมียนมา เช่น หลักสูตร Global MBA โดยหอการค้าไทย เป็นต้น และใช้โอกาสนี้ในการคัดเลือก (Recruit) ผู้เข้าเรียนหรือผู้เข้าอบรมชาวเมียนมาเป็นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ให้กับธุรกิจไทยในเมียนมา			✓	นำ	นำ	สนับสนุน

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
จัดให้มีหลักสูตรพัฒนาคนรุ่นใหม่ของไทย ให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารการค้าและการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ โดยจัดในจังหวัดหลักที่อยู่ชายแดน และอาศัยความร่วมมือระหว่างภาควิชาการและผู้ประกอบการไทยที่มีประสบการณ์จริงในตลาดเกิดใหม่			✓	นำ	นำ	
กลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกัน						
ใช้สถานีนํ้ามันของ ปตท. ที่จะตั้งขึ้นในเมียนมา เป็นช่องทางการค้าให้กับสินค้าไทย	✓			นำ		
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมา รับผิดชอบเป็นผู้นำในการพาผู้ประกอบการไทยรายอื่น และผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทย เข้าไปประกอบกิจการในเมียนมา	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
สนับสนุนการสร้างนิคมอุตสาหกรรมและคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการไทยในเมียนมา	✓	✓		นำ	นำ	
การสนับสนุนด้านการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการเมียนมา						
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยและเมียนมาใช้ชีวิตร่วมกันเพื่อสร้างสายสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน เช่น โครงการ Young Entrepreneur Network Development Program (YEN-D) ของกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น โดยให้ครอบคลุมทั้งผู้ประกอบการที่มีชนชาติพม่าและชนกลุ่มน้อยต่างๆ	✓	✓		นำ	สนับสนุน	
การสนับสนุนด้านการเงิน						
ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาความเหมาะสมในการลงทุน	✓	✓		นำ		
รัฐบาลพัฒนาโครงการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสามารถ มาทำหน้าที่เป็นผู้รับฝากขายสินค้าที่เป็น National champion ในตลาดเมียนมา		✓		นำ		✓
จัดให้มีบริการประกันความเสี่ยงในด้านต่างๆให้กับผู้ประกอบการไทย		✓		นำ	สนับสนุน	
ใช้การเจรจาในระดับรัฐต่อรัฐ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การจัดตั้งสถาบันทางการเงินและบริษัทประกันภัยที่ให้บริการแก่นักธุรกิจไทย		✓		นำ		

กลยุทธ์	เป้าหมายของกลยุทธ์			หน่วยงานที่มีบทบาท		
	สร้างโอกาส	ลดความเสี่ยง	เพิ่มศักยภาพ	รัฐ	สมาคม	เอกชน
การสนับสนุนด้านอื่นๆ						
ส่งเสริมการสร้างสื่อด้านวัฒนธรรม เพื่อให้ชาวเมียนมามีความรู้สึที่ดีและถูกต้องต่อประเทศไทย วัฒนธรรมไทย และสินค้าไทย	✓			นำ	สนับสนุน	
จัดทำความตกลงทวิภาคีระหว่างไทยกับเมียนมา เช่น ความตกลงว่าด้วยการขนส่งทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมา เป็นต้น	✓			นำ	สนับสนุน	
ให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ โดยขอสิทธิพิเศษในการลงทุน และการประกอบการให้กับนักลงทุนไทย	✓			นำ	สนับสนุน	
ปรับรูปแบบเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนแม่สอดให้เป็นศูนย์กลางการค้าส่งสินค้าไทยในภูมิภาค	✓			นำ	สนับสนุน	✓

7.3.2.1 การสนับสนุนด้านข้อมูล

ข้อมูลที่มีความลึก ละเอียด และน่าเชื่อถือ เกี่ยวกับเมียนมาในมิติต่างๆทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วิถีชีวิต และวิถีการเมือง จะเป็นประโยชน์อย่างมากหลายประการ ประการแรก ผู้ประกอบการย่อมต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจของผู้ประกอบการไทยว่าจะขยายธุรกิจเข้าไปประกอบการในเมียนมาหรือไม่ ประการที่สอง เมื่อตัดสินใจว่าจะเข้าไปลงทุนแล้ว ผู้ประกอบการต้องการข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนและกำหนดรูปแบบในการเข้าไปลงทุนและรูปแบบทางธุรกิจ (Business Model) ที่เหมาะสมสำหรับการลงทุน และประการที่สาม ข้อมูลจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดปัญหาความเสี่ยงที่เกิดจากการขาดองค์กกลาง (Institutional Voids) ลงไปได้ รวมถึงขึ้นใช้ประโยชน์จากการขาดองค์กกลางมาสร้างความได้เปรียบของตนเหนือผู้ประกอบการต่างชาติที่มีข้อมูลที่ด้อยกว่า

— ให้การสนับสนุนทางวิชาการในด้านต่างๆ ให้กับรัฐบาลเมียนมา

เป็นการให้การสนับสนุนในรูปแบบรัฐต่อรัฐ โดยระหว่างที่ให้การสนับสนุนนั้น จะเป็นโอกาสให้คนไทยเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่อยู่ในประเทศเมียนมาได้อย่างค่อนข้างสะดวก เพราะจะได้การสนับสนุนและการอำนวยความสะดวกจากหน่วยงานภาครัฐของเมียนมา

— ใช้ประโยชน์จากแรงงานเมียนมาในไทยในการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเมียนมา

แรงงานเมียนมาเป็นแรงงานต่างด้าวกลุ่มใหญ่ที่สุดที่เข้ามาในประเทศไทย ทั้งนี้แรงงานเมียนมาที่มีสถานะถูกกฎหมายนั้นมีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ จากตัวเลขการสำรวจจากข้อมูลของกระทรวงแรงงาน ณ เดือนเมษายน 2559 พบว่า หากไม่นับยอดจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว One Stop Service (เมียนมา ลาว กัมพูชา และเวียดนาม) ทั่วประเทศ แรงงานเมียนมา ตามมาตรา 9 ประเภทพิสูจน์สัญชาติ มีจำนวนอยู่ที่ 890,609 คน และตามมาตรา 9 ประเภทนำเข้าตาม MOU มีจำนวนอยู่ที่ 152,308 คน นับรวมแรงงานชาวเมียนมาได้ราว 1 ล้านคน จากแรงงานต่างด้าวทั้งหมดในมาตรา 9 (รวมทั้งเมียนมา ลาว และกัมพูชา) ทั้งหมดจำนวน 1,377,329 คน¹⁸ และยังมีแรงงานเมียนมาอีกจำนวนมากที่ลักลอบเข้ามาในประเทศไทยอย่างผิดกฎหมาย แรงงานเหล่านี้เป็นแหล่งข้อมูลชั้นดี ที่ผู้ประกอบการไทยที่จะใช้ประโยชน์ในการสำรวจและรวบรวมข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับเมียนมา โดยธุรกิจอาจใช้แรงงานเหล่านี้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการทดสอบตัวสินค้าหรือศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค แทนที่ผู้ประกอบการไทยจะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าไปสำรวจตลาดในประเทศเมียนมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการเข้าสู่ตลาดตลอดแนวชายแดนไทยในพื้นที่ของชาวมอญและกะเหรี่ยง ซึ่งเป็นชาวกุมน้อยที่เข้ามาเป็นแรงงานในไทยเป็นส่วนใหญ่

— ยกระดับหน่วยงานของรัฐที่มีสำนักงานในเมียนมาให้มีขีดความสามารถในการให้คำปรึกษาการค้าและการลงทุนเชิงลึก

เป็นการปรับรูปแบบและแนวทางการทำงานของหน่วยงานรัฐที่มีสำนักงานในเมียนมา ให้ดำเนินการเชิงรุกมากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะในการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกด้านการค้า เศรษฐกิจ และสังคม และการโน้มน้าวรัฐบาลเมียนมาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของไทย ตัวอย่างของหน่วยงานอื่น เช่น หน่วยงาน JETRO ของญี่ปุ่น และ Business Support Centers ที่จัดตั้งโดยรัฐบาลเกาหลีใต้

¹⁸<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637907>

— ส่งเสริมการจัดตั้งบริษัทให้บริการที่ปรึกษาการค้าและการลงทุนเชิงลึก แก่ผู้ประกอบการไทย

จากการสำรวจข้อมูลภายใต้โครงการวิจัยนี้พบว่า มีผู้ประกอบการไทยสนใจที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมามากพอสมควร แต่หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่เป็นอุปสรรคทำให้ผู้ประกอบการไทยยังลังเลที่จะเข้าไปลงทุน คือ การขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน การลงทุนในตลาดเกิดใหม่ เช่น เมียนมา ย่อมประสบความสำเร็จจากการขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แต่ผู้ประกอบการไทยจะสามารถบริหารความเสี่ยงในการลงทุนดีขึ้นและมีโอกาสประสบความสำเร็จในการลงทุนเพิ่มขึ้น หากได้รับข้อมูลและบริการจากบริษัทที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและข้อมูลเชิงลึกแก่นักลงทุนไทยในทุกมิติแบบครบวงจร ตั้งแต่วันที่นักธุรกิจมีความสนใจในโอกาสทำธุรกิจในเมียนมาจนถึงวันที่จัดตั้งธุรกิจได้จริง ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน การกำหนดรูปแบบทางธุรกิจ (Business Model) ที่เหมาะสม การจัดหาผู้ร่วมทุนและคู่ค้าชาวเมียนมา การให้คำปรึกษาด้านกฎระเบียบด้านการค้า การลงทุน และการเงินจนสามารถจัดตั้งหน่วยธุรกิจได้จริง การจัดหาบุคลากร การจัดหาที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง การศึกษานี้พบว่า ปัจจุบันได้มีบริษัทจากต่างประเทศจำนวนมากเริ่มเข้าไปให้บริการให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือด้านการเข้าไปลงทุนในเมียนมา ภาพที่ 7-12 เป็นตัวอย่างบริษัทของชาวสิงคโปร์ ซึ่งให้บริการที่ปรึกษาในเกือบทุกมิติที่เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนในประเทศเมียนมาแต่เป็นที่น่าเสียดายว่า การศึกษานี้ยังไม่พบบริษัทที่ปรึกษาในลักษณะเดียวกันที่ให้คำปรึกษาแก่ธุรกิจไทยโดยเฉพาะ

ภาพที่ 7-15 ตัวอย่างบริษัทที่ปรึกษาการค้าและการลงทุนในเมียนมา

ที่มา: <http://myanmarinvestmentbusiness.com/> เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

- พัฒนาระบบติดตามประเมินผลการลงทุนในต่างประเทศ และรวบรวมประสบการณ์มาจัดทำบทเรียนและกรณีศึกษาต่างๆ เพื่อนำมาเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการรายอื่น

ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ไม่ชอบความเสี่ยง จึงมักขอเป็นผู้ตามมากกว่าเป็นผู้นำ โดยเฉพาะชอบที่จะเรียนรู้บทเรียนและประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาก่อนแล้ว ที่ผ่านมามีส่วนใหญ่อีกกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐเพื่อเชิญชวนให้ผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนในเมียนมาจัดในรูปแบบของสัมมนาที่ให้ผู้ที่มีประสบการณ์การลงทุนในเมียนมาแนะนำเสนอบทเรียนและประสบการณ์ของตนเอง แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาและรูปแบบการนำเสนอ ทำให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้รับข้อมูลที่ค่อนข้างผิวเผิน ซึ่งขาดรายละเอียดเชิงลึกที่จำเป็นต่อการตัดสินใจลงทุน จากบทเรียนดังกล่าว หน่วยงานต่างๆ น่าจะหันมาติดตามประเมินผล และรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์การลงทุนของผู้ประกอบการไทยในเมียนมา แล้วนำมาจัดทำเป็นกรณีศึกษา หรือ Best Practices เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ที่สนใจในวงกว้าง โดยกรณีศึกษาและ Best Practice ที่จัดทำขึ้นควรแสดงข้อมูลประสบการณ์ในรายละเอียด เริ่มตั้งแต่การรวบรวมข้อมูลก่อนการตัดสินใจลงทุน เหตุจูงใจในการตัดสินใจเข้าไปลงทุน การเตรียมตัวก่อนเข้าไปประกอบการ และความท้าทายที่เกิดขึ้นระหว่างการประกอบการในเมียนมา เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการโดยทั่วไปมักปฏิเสธที่จะอนุญาตให้ข้อมูลของตนเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา ซึ่งเราสามารถแก้ปัญหานี้ได้ โดยกำหนดเป็นเงื่อนไขในการที่รัฐจะให้การสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐว่า ผู้ประกอบการใดที่ได้รับการสนับสนุนและประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จะต้องเปิดเผยข้อมูลประสบการณ์และบทเรียนต่างๆ ที่ตนได้ประสบมาให้กับหน่วยงานที่รัฐมอบหมายให้รับผิดชอบจัดทำบทเรียนและกรณีศึกษาต่างๆ เพื่อถ่ายทอดและเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการไทยรายอื่นๆ ต่อไป

- จัดทำทำเนียบผู้ให้บริการที่ปรึกษาด้านกฎหมาย และที่ปรึกษาการลงทุน ที่ผ่านการคัดกรองจากหน่วยงานของรัฐ

การเข้าไปลงทุนในตลาดใหม่ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องได้รับข้อมูลและคำแนะนำที่ถูกต้องและทันกาล เกี่ยวข้องระยะยาวที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและการจัดตั้งธุรกิจ ซึ่งมีอยู่จำนวนมากและปรับเปลี่ยนบ่อย ดังนั้น จะเป็นประโยชน์อย่างมาก หากผู้แทนจากหน่วยราชการของไทยที่ไปประจำอยู่ที่เมียนมา จะสามารถช่วยผู้ประกอบการในการแสวงหา คัดเลือก และจัดทำเนียบที่ปรึกษาด้านกฎหมายและการลงทุน ที่ทำหน้าที่ของตนอย่างซื่อตรงและแบบมืออาชีพ ให้ผู้ประกอบการนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกที่ปรึกษาของตน

7.3.2.2 การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากร

ความสำเร็จของการลงทุนในต่างประเทศขึ้นอย่างมากกับความสามารถของบุคลากรที่ทำหน้าที่ดูแลธุรกิจที่อยู่ในต่างประเทศ โดยเฉพาะผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงในสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจขอพื้นที่ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น โดยกลยุทธ์ในการพัฒนาบุคลากรที่จะช่วยดูแลและจัดการธุรกิจที่เมียนมาประกอบด้วย

- พัฒนาระบบการคัดเลือกแรงงานชาวเมียนมาในไทยที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะนำมาฝึกอบรมยกระดับขีดความสามารถ เพื่อกลับไปเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ให้กับธุรกิจไทยในเมียนมา

การประกอบธุรกิจและการลงทุนในเมียนมา จำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถเป็นที่ไว้วางใจได้ และสามารถสื่อสารกับคนท้องถิ่นได้อย่างดี การส่งคนไทยเข้าไปปฏิบัติงานในเมียนมาอาจจะมีจุดอ่อนเรื่องการสื่อสารและการติดต่อประสานงาน ทำให้ธุรกิจไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร ดังเช่นปัญหาที่บริษัทญี่ปุ่นเคยประสบมาแล้วในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่ จากการที่พึ่งแต่ผู้บริหารชาวญี่ปุ่นที่โอนมาจากญี่ปุ่นเป็นหลัก ทั้งนี้ ในขณะที่ประเทศไทยมีชาวเมียนมาเข้ามาทำงานจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถใช้โอกาสนี้ในการคัดเลือกชาวเมียนมาที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ แล้วนำมาฝึกอบรมการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อส่งไปเป็นผู้บริหารหรือพนักงานของบริษัทในเมียนมา

- จัดหลักสูตรการเรียนและอบรมให้กับคนท้องถิ่นในประเทศเมียนมา และใช้โอกาสนี้ในการคัดเลือก (Recruit) ผู้เข้าเรียนหรือผู้เข้าอบรมชาวเมียนมาเป็นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ให้กับธุรกิจไทยในเมียนมา

รัฐบาลไทยควรให้การสนับสนุนสมาคมวิชาชีพของไทย เช่น สมาอุตสาหกรรมฯ สมาหอการค้าฯ เป็นต้น ในการเข้าไปจัดการอบรมและการเรียนการสอนให้กับคนท้องถิ่นในเมืองเป้าหมายต่างๆ ในประเทศเมียนมา เช่น หลักสูตร Global MBA ในกรุงย่างกุ้ง ที่จัดโดยหอการค้าไทย เป็นต้น ซึ่งสร้างโอกาสในการที่จะทำการคัดเลือกและชักจูงผู้เรียนหรือผู้เข้าอบรมที่มีศักยภาพและคุณสมบัติที่ต้องการ ให้มาเป็นบุคลากรของบริษัทไทยในเมียนมา

- จัดให้มีหลักสูตรพัฒนาคนรุ่นใหม่ของไทย ให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารการค้าและการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ โดยจัดในจังหวัดหลักที่อยู่ชายแดน และอาศัยความร่วมมือระหว่างนักวิชาการกับผู้ประกอบการไทยที่มีประสบการณ์จริงในตลาดเกิดใหม่

การค้าชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน และการประกอบธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ย่อมประสบเงื่อนไขและความท้าทายที่แตกต่างจากการค้าและธุรกิจระหว่างประเทศที่เรามีความคุ้นเคยกันอยู่ หลักสูตรที่เสนอนี้เป็นหลักสูตรที่ถูกออกแบบมาเพื่อปั้นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้พร้อมสำหรับการทำธุรกิจการค้าชายแดนและการลงทุนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่โดยเฉพาะ หลักสูตรการเรียนการสอนอาจประกอบด้วยการสอนภาษาต่างๆ ในอาเซียน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี โครงสร้างอุตสาหกรรม วิธีการค้า กฎหมาย ค่านิยม วิถีคิด ของแต่ละประเทศในอาเซียน การสอนให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ภายใต้สถานการณ์ที่เป็น Institutional Voids ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างดูขัดสนไปหมด และการสอนให้สามารถทำธุรกิจได้ภายใต้การค้าที่มีลักษณะไร้แบบแผนและอิงกับระบบอุปถัมภ์

7.3.2.3 กลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกัน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจในตลาดเกิดใหม่ และคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่เป็น Born Global นั้น ต่างเห็นพ้องตรงกันว่า ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจในตลาดเกิดใหม่จะขึ้นอย่างมากกับความสามารถในการสร้างเครือข่าย ทั้งเครือข่ายกับคนชาติเดียวกัน (Home country) และเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการท้องถิ่น (Host country) ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลอย่างมากต่อความสามารถ

ผู้ประกอบการที่เข้าไปลงทุน ทั้งความสามารถในการสร้างโอกาสและในการจัดการความเสี่ยง นอกจากนี้ ในกรณีของผู้ประกอบการรายกลางและรายย่อม การรวมกลุ่มกันจะช่วยยกระดับประสิทธิภาพและศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กให้สามารถแข่งขันได้กับบริษัทรายใหญ่และบริษัทต่างชาติได้

กลยุทธ์ที่น่าจะมีผลผลักดันให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการชาวไทยที่เข้าไปลงทุนในเมียนมา ประกอบด้วย

— **ใช้สถานบริการน้ำมันของ ปตท. ที่จะตั้งขึ้นในเมียนมา เป็นช่องทางการค้าให้กับสินค้าไทย**

เมียนมานำเข้าน้ำมันจากประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และในขณะเดียวกัน เมียนมาก็ผ่อนปรนให้เอกชนสามารถจัดตั้งสถานบริการน้ำมันได้แล้ว รัฐบาลไทยจึงอาจใช้โอกาสที่เกิดขึ้นเหล่านี้ โดยสนับสนุนให้ ปตท. เข้าไปจัดตั้งสถานบริการน้ำมันบนเส้นทางคมนาคมสายหลักของเมียนมา และในขณะเดียวกัน ก็ออกแบบให้สถานบริการน้ำมันเป็นช่องทางในการขยายการค้าของสินค้าไทย ด้วยการใช้พื้นที่ในสถานบริการน้ำมันเป็นพื้นที่แสดงและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของคนไทย

— **สนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมา รับบทบาทเป็นผู้นำในการพาผู้ประกอบการไทยรายอื่น และผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทย เข้าไปประกอบกิจการในเมียนมา**

เป็นยุทธศาสตร์ที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จูงรายเล็ก โดยรัฐสนับสนุนให้การสนับสนุนเป็นพิเศษแก่ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทย ที่ใช้ความพร้อมทางธุรกิจและเครือข่ายทางการค้าของตนในเมียนมาสร้างโอกาสในการเข้าไปลงทุนในเมียนมาให้กับผู้ประกอบการรายกลางและรายเล็กของไทย ที่เป็นคู่ค้าที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ด้านการผลิตและการค้าเดียวกัน ทั้งผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น และไต้หวัน เป็นต้น ได้ใช้ยุทธศาสตร์นี้ในการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการรายกลางและรายย่อยของตน

— **สนับสนุนการสร้างนิคมอุตสาหกรรมและคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการไทยในเมียนมา**

เป็นกลยุทธ์ที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยรวมตัวกันเพื่อเข้าไปลงทุนในเมียนมาแบบเป็นกลุ่มหรือคลัสเตอร์ ซึ่งจะเกิดประโยชน์อย่างน้อย 3 ด้านพร้อมกัน ประการแรก การรวมตัวกันจะช่วยผู้ประกอบการที่รวมกลุ่มกันลดความเสี่ยงที่เกิดจากการถูกฉ้อโกงและการถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการท้องถิ่น ประการที่สอง การรวมตัวกันจะเอื้อให้เกิดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรร่วมกัน เช่น ร่วมกันจ้างที่ปรึกษากฎหมายรายเดียวกัน เป็นต้น ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน สร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจทั้งคลัสเตอร์ ประการที่สาม การรวมตัวกันช่วยยกระดับอำนาจของผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ในการต่อรองกับรัฐบาลเมียนมา ในการขอรับการสนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน เป็นต้น

7.3.2.3 กลยุทธ์ด้านการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการเมียนมา

เป็นการสนับสนุนขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการท้องถิ่นในเมียนมา โดยอาศัยกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยและเมียนมาใช้ชีวิตร่วมกันเพื่อสร้างสายสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน
โครงการ Young Entrepreneur Network Development Program (YEN-D) ของกระทรวงพาณิชย์

เป็นการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพของเมียนมาได้พบปะพูดคุยกัน ใช้ชีวิตร่วมกัน และเรียนรู้กันและกัน ก่อเกิดเป็นสายสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ลึกซึ้งและยั่งยืน จนเกิดเป็นการเป็นหุ้นส่วนประกอบธุรกิจในเมียนมาด้วยกัน ตัวอย่างของกลยุทธ์นี้ คือ โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน หรือ Young Entrepreneur Network Development Program (YEN-D) ของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งจัดอบรมเป็นเวลาติดต่อกัน 1 สัปดาห์ให้กับผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในประเทศเพื่อนบ้าน เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการได้รู้จักกัน จนสามารถสร้างเป็นเครือข่ายทางธุรกิจ ใน AEC ทั้งนี้ การคัดเลือกผู้ประกอบการเมียนมา ไม่ควรจำกัดเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นชนชาติพม่า แต่ควรเปิดให้ผู้ประกอบการที่เป็นชนกลุ่มน้อยต่างๆ ในเมียนมาได้เข้าร่วมด้วย

7.3.2.4 กลยุทธ์ด้านการเงิน

แตกต่างจากการให้สนับสนุนทางการเงินในอดีต โดยไม่ได้ให้การสนับสนุนทางการเงินที่จะส่งต่อโดยตรงผลประกอบการทางการเงินของธุรกิจ แต่เป็นการสนับสนุนด้านการเงินที่มุ่งเน้นการสร้างความสามารถของผู้ประกอบการในการจัดการความเสี่ยงเป็นหลัก นอกจากนี้ เพื่อให้การใช้งบประมาณของรัฐเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การให้สนับสนุนทางการเงินจะต้องดำเนินการอย่างรัดกุม ภายใต้เงื่อนไขที่สำคัญ 2 ประการ คือ

- 1) จะไม่ให้การสนับสนุนเป็นรายผู้ประกอบการ แต่จะให้การสนับสนุนกับกลุ่มผู้ประกอบการไทยที่รวมตัวกันเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกัน ตามที่นำเสนอแล้วในหัวข้อ 7.3.2.3
- 2) ผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนต้องยินยอมให้เผยแพร่บทเรียนและประสบการณ์ที่ได้รับเพื่อประโยชน์กับผู้ประกอบการไทยรายอื่น ตามที่นำเสนอเป็นกลยุทธ์ในหัวข้อ 7.3.2.1

- ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาความเหมาะสมในการลงทุน

เป็นกลยุทธ์ที่หลายประเทศ เช่น สิงคโปร์ นำมาใช้ในการส่งเสริมผู้ประกอบการออกไปลงทุนในต่างประเทศ โดยเล็งเห็นว่า การศึกษาความเหมาะสมในการลงทุนที่คมชัดและครอบคลุม จะช่วยผู้ประกอบการอย่างมากในการลดหรือบริหารจัดการความเสี่ยง และในขณะเดียวกัน ก็ให้ข้อมูลที่นำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม ซึ่งจะเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในการลงทุนได้อย่างมาก

- รัฐบาลพัฒนาโครงการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสามารถ มาทำหน้าที่เป็นผู้รับฝากขายสินค้าที่เป็น National champion ในตลาดเมียนมา

โดยทั่วไป การเข้าไปจัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศจะต้องเสี่ยงกับเงินลงทุนจำนวนมากไปกับการซื้อสินค้าเพื่อนำมาจำหน่าย หากรัฐบาลช่วยสามารถแบ่งเบาภาระการลงทุนนี้ให้กับผู้ประกอบการ ก็จะทำให้ผู้ประกอบการกล้าที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมามากขึ้น โดยแนวทางที่รัฐบาลสามารถดำเนินการได้คือ รัฐบาลเชิญชวนให้ผู้ประกอบการที่เป็น SME หรือ OTOP แข่งขันกันนำเสนอหรือผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดเมียนมา แล้วทำการคัดเลือกสินค้าที่มีจุดเด่นและมีศักยภาพสูงในระดับ National champion

ต่อจากนั้น ก็เชิญชวนให้ผู้ประกอบการที่สนใจจะเข้าไปทำการตลาดในประเทศเมียนมาให้กับสินค้าที่ผ่านการคัดเลือกเหล่านั้น ส่งแผนธุรกิจของตนให้รัฐบาลทำการคัดเลือก เมื่อได้ทั้งสินค้าและผู้ที่จะทำการจัดจำหน่ายสินค้าในตลาดเมียนมาแล้ว รัฐบาลก็เริ่มขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกเข้าไปประกอบธุรกิจในเมียนมา ตามแผนงานที่ผ่านความเห็นชอบและตกลงร่วมกันระหว่างรัฐกับผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการจะทำหน้าที่เป็นเสมือนผู้รับฝากขายสินค้าที่รัฐบาลลงทุนต้นทุนสินค้าให้ก่อน ซึ่งจะเป็นรูปแบบที่สมประโยชน์ทั้งฝ่ายรัฐและฝ่ายผู้ประกอบการ โดยรัฐบาลสามารถผลักดันสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดเมียนมาได้อย่างเป็นระบบ ส่วนผู้ประกอบการก็มีแรงกระตุ้นที่จะตั้งใจเข้าไปประกอบธุรกิจในเมียนมา เพราะตนจะได้รับผลประโยชน์จากกำไรที่ขายได้ โดยจะเผชิญความเสี่ยงทางการเงินที่ไม่สูงนักในระดับที่น่าจะยอมรับได้ เช่น มีความเสี่ยงเฉพาะต้นทุนในการเดินทาง ต้นทุนการขนส่งสินค้า และค่าดำเนินการ (Operating cost) เป็นต้น หากไม่ประสบความสำเร็จ

- **จัดให้มีบริการประกันความเสี่ยงในด้านต่างๆให้กับผู้ประกอบการไทย**
เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่หลายประเทศนำมาใช้สนับสนุนให้ผู้ประกอบการออกไปลงทุนในต่างประเทศ โดยการประกันความเสี่ยงที่รัฐบาลมักจะสนับสนุน ประกอบด้วย
- **ใช้การเจรจาในระดับรัฐต่อรัฐ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การจัดตั้งสถาบันทางการเงินและบริษัทประกันภัยที่ให้บริการแก่นักธุรกิจไทย**
เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยลดความเสี่ยงด้านการขาดแคลนองค์กรกลาง (Institutional voids) ด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการไทย

7.3.2.4 กลยุทธ์สนับสนุนด้านอื่นๆ

- **ส่งเสริมการสร้างสื่อด้านวัฒนธรรม เพื่อให้ชาวเมียนมามีความรู้สึกที่ดีและถูกต้องต่อประเทศไทย วัฒนธรรมไทย และสินค้าไทย**
ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างมากในการสร้างกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีใต้แพร่กระจายอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก ซึ่งในที่สุดจะส่งผลต่อเนื่องถึงกระแสความนิยมในสินค้าที่ผลิตในเกาหลีใต้ นั่นเอง
- **จัดทำความตกลงทวิภาคีระหว่างไทยกับเมียนมา เช่น ความตกลงว่าด้วยการขนส่งทางถนนระหว่างไทยกับเมียนมา เป็นต้น**
- **ให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ โดยขอสิทธิ พิเศษในการลงทุนและการประกอบการให้กับนักลงทุนไทย**
- **ปรับรูปแบบเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนแม่สอดให้เป็นศูนย์กลางการค้าส่งสินค้าไทยในภูมิภาค**
สำหรับกลยุทธ์ 3 ประการหลังนี้ ได้มีการนำเสนอกรอบความคิดไปแล้วในหัวข้อ 7.3.1 ทั้งนี้ จะเห็นว่ากลยุทธ์ทั้ง 3 ประการนี้ เป็นกลยุทธ์เชิงรุกที่นำโดยภาครัฐ โดยไม่ได้มุ่งหวังให้ความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการโดยตรง แต่เป็นการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystems) ที่เอื้อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในตลาดเมียนมาได้สะดวกขึ้นด้วย

บรรณานุกรม

สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2558) โครงการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร.

International Institute for Sustainable Development (2013) *Chinese Outward Investment: Emerging Policy Framework*. IISD and IIER Publisher.

International Market Entry of Emerging Markets' SMES the Case of China Non-States Owned Entrepreneurship Ventures (2011)

He, X. (2011) "International Market Entry of Emerging Markets' SMES the Case of China Non-States Owned Entrepreneurship Ventures". *United States Association for Small Business and Entrepreneurs Proceedings* (USASBE).

Kuzminska- Haberla, A. (2012) Promotion of Outward Foreign Direct Investments in Emerging Markets – The Example of South Korea. Wroclaw University Economics.