

ยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจการค้าและการท่องเที่ยว ของไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน Economic Strategy on Trade and Tourism of Thailand under the ASEAN Economic Community

ดร.มนตรี โสคติยานุรักษ์

คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว และภาวะเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยวของไทยในอาเซียนโดยการวิจัยเอกสาร (Document Research) วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Meta - Analysis) ร่วมกับการใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ใช้ข้อมูลของประเทศไทยและของประเทศอาเซียนช่วง พ.ศ. ๒๕๔๗ - ๒๕๕๖ เป็นฐานสำคัญในการศึกษา ผลการศึกษพบว่า หากความตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีผลสมบูรณ์ใน พ.ศ. ๒๕๕๘ ประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกของอาเซียนที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกเป็นสำคัญ คือ สูงถึงร้อยละ ๗๓.๕๗ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ยังคงมีศักยภาพและข้อได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการค้าและการท่องเที่ยวในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการที่ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งที่ได้เปรียบกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคนี้ด้วยเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียนพหุดีและยังมีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มภูมิภาคนี้ถึง ๔ ประเทศ อย่างไรก็ตาม ความพร้อมและขีดความสามารถในด้านการขนส่ง ระบบโลจิสติกส์ และสมรรถนะของบุคลากรในประเทศเป็นเรื่องที่ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญและเร่งเพิ่มศักยภาพอย่างรีบด่วนด้วยยังมีข้อจำกัดอยู่อย่างมากหลากหลายประเด็น หากประเทศไทยสามารถที่จะเพิ่มศักยภาพ ขีดความสามารถและสมรรถนะในเรื่องดังกล่าวเหล่านี้ได้ก็จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถกลายเป็นผู้นำของตลาดภูมิภาคอาเซียนได้ในอนาคต บทความนี้จึงได้นำเสนอยุทธศาสตร์เศรษฐกิจด้านการค้าและการท่องเที่ยวของไทยภายใต้ความตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไว้ ๑๙ แนวยุทธศาสตร์ จาก ๓ มิติ การพิจารณา คือ ด้านการค้าระหว่างประเทศ ๖ แนวยุทธศาสตร์ ด้านการค้าชายแดนของประเทศไทย ๓ แนวยุทธศาสตร์ และด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ๑๐ ยุทธศาสตร์ เพื่อรักษาศักยภาพที่เป็นจุดเด่นของประเทศไว้ไปพร้อมๆ กับการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถที่ประเทศไทยยังมีข้อจำกัดอยู่ให้น้อยลงหรือหมดไป

คำสำคัญ ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจด้านการค้าและการท่องเที่ยว ความตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

The purpose of this research article is to study the potentiality and prospects of the economic and tourism trade of Thailand among ASEAN nations, through a Meta-Analysis and SWOT Analysis, based on documentary research by using the data during the BC 2547 to 2556.

Under the assumption of the achievement of the AEC goals in 2015, the results found that Thailand (one of the ASEAN member) whose Economic structure mainly depends on exports (about 74 percent of gross domestic product), still has potential and competitive advantages on economic and tourism trade in numerous dimensions, especially its location as a regional center and its borders with other four neighboring countries in the region. However, the availability and capabilities in the field of transportation, logistics system, and competency of personnel in Thailand were still limited in many issues. If Thailand is able to upgrade these potentials, including capabilities and competencies, she will become a regional market leader in the future. This article proposes an economic strategy package on trade and tourism of Thailand under the ASEAN Economic Community, with overall 19 strategies considering from the 3 dimensions, i.e., 6 strategies on the International trade, 3 strategies on Thailand's border trade, and 10 strategies on Thailand's tourism trade, in order to maintain the strength and opportunities of the country, as well as to eliminate the weaknesses and limitations of the country.

Key Word Economic Strategy on Trade and Tourism, and ASEAN Economic Community Agreement

บทนำ

โครงสร้างรายได้ประเทศไทย มีรายได้หลักที่สำคัญอยู่ ๒ ส่วน กล่าวคือ ส่วนที่หนึ่ง มาจากการส่งออก ด้วยโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่พึ่งพาภาคการส่งออกสัดส่วนต่อ GDP มากถึงร้อยละ ๗๓.๕๗ (ค.ศ. ๒๐๑๓) (สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,

๒๕๕๗) และส่วนที่สอง มาจากรายได้การท่องเที่ยวจากต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP อยู่ที่ร้อยละ ๒๓.๒๕ (พ.ศ. ๒๕๕๖) ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า แหล่งที่มาของรายได้หรือโครงสร้างเศรษฐกิจไทย พึ่งพิงปัจจัยภายนอกซึ่งยากต่อการกำกับเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น มูลเหตุใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยภายนอกประเทศให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจไทยค่อนข้างมาก

ภายในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ความตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) จะมีผลอย่างเป็นทางการโดยสมบูรณ์ ภายใต้กรอบการมีตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน การมุ่งสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศและภูมิภาค และการมุ่งบรรลุการมีอำนาจต่อรองทางการค้าในเวทีโลก ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ร่วมข้อตกลงดังกล่าว ทั้งมีความรับผิดชอบด้านการบินและการท่องเที่ยวตาม Road Map ตลอดจนมีการส่งออกไปอาเซียน คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๒๐.๔๘ ของการส่งออกรวมหรือประมาณร้อยละ ๑๕.๗๖ ของ GDP (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗) ดังนั้น ตามข้อตกลงและความรับผิดชอบดังกล่าว ภาคการท่องเที่ยวตลอดจนภาคการส่งออกย่อมได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ทั้งนี้ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้าและการท่องเที่ยวของไทยในช่วงปีปัจจุบันนั้น ได้มีการมุ่งบรรลุการเพิ่มผลิตภาพ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑. (ออนไลน์). Available: <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>) เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และเน้นแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ด้วยการยกระดับประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่า แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๖๔. (ออนไลน์). Available: http://www2.moc.go.th/ewtadmin/ewt/moc_web/ewt_dl_link.php?nid=5714) ประกอบกับการกำหนดกรอบการเชื่อมโยงการขนส่ง ระบบโลจิสติกส์ (แผนยุทธศาสตร์

กระทรวงคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๔ - ๒๕๕๘ (ฉบับปรับปรุง). (ออนไลน์). Available: <http://vigportal.mot.go.th/portal/site/PortalMOT/>) เพื่อเอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ในภาคการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสำคัญ และพร้อมรับมือกับวิกฤติและความเสี่ยง เน้นการสร้างเชื่อมั่น และความปลอดภัย ซึ่งตามแผนฯ ของประเทศดังกล่าว เป็นเพียงการวางกรอบในมิติมวลรวม โดยยังขาดในส่วนของการพิจารณาในเชิงลึก โดยเฉพาะเศรษฐกิจด้านการค้า ที่สินค้าเพื่อการส่งออกของไทยในหลายพิกัดมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เหมาะกับการยกระดับต่อยอดการพัฒนา และหลายพิกัดสินค้าที่ไทยเคยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมาโดยตลอด แต่ในระยะหลังประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าไทย หรือแม้แต่ในมิติของการนำเอาตำแหน่งที่ตั้งของประเทศไทย ซึ่งอยู่ตรงกลางของภูมิภาค มาเป็นแนวทางหลักในการกำหนดแผนของประเทศ

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการวิจัยด้านกรอบยุทธศาสตร์ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยนั้น อำไพพรคุณารักษ์ และ วินา พันธุ์รัตน์ (๒๕๕๗) ได้ทำการเสนอแนะแนวทางและกรอบยุทธศาสตร์ทางการค้าระหว่างประเทศไว้หลายประการ ได้แก่ การจัดระเบียบภายในระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะที่มาจากเอกชน การศึกษาวิจัยประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้งก่อนและหลังการเจรจา การกำหนดมาตรฐานต่างๆ ให้ชัดเจน และการพัฒนาองค์ความรู้ภายใต้กรอบมาตรการสากล ส่วนญาติ ประภาพันธ์ (๒๕๕๐) ได้ทำการศึกษาถึงยุทธศาสตร์การสร้าง ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการพัฒนาการค้าชายแดน และการท่องเที่ยว แต่จำกัดขอบเขตการศึกษาไว้เพียงอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษาได้เสนอแนะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และปรับปรุงพื้นที่ เพื่อการค้าชายแดนและการท่องเที่ยว

ตลอดจนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณสามเหลี่ยมทองคำ เพื่อความมั่นคงทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ พิมสิริ พิซวงค์ (๒๕๕๓) ได้เสนอแนะว่า ปัจจุบันการนำเข้าและส่งออกได้เปลี่ยนเป็นสินค้าที่มีความหลากหลาย และมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และผลประโยชน์ส่วนใหญ่ของการค้าชายแดนจะตกอยู่กับกลุ่มธุรกิจที่เป็นระบบหรือบริษัทขนาดใหญ่ ตลอดจนยังเป็นธุรกิจที่มีโอกาสและช่องทางการแสวงผลกำไรให้กิจการได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งยังมีโอกาสในการขยายการค้าการลงทุนไปสู่ สปป. จีนและเวียดนาม ซึ่งมีมุมมองว่า บ้านห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอทุ่งช้าง มีศักยภาพและโอกาสที่จะพัฒนาเป็นแหล่งการค้าชายแดนที่สำคัญ และสามารถเป็นศูนย์กลางการค้าได้ในอนาคต หากมีการปรับปรุงและสร้างถนนให้แล้วเสร็จ

ส่วนอัมมาราภรณ์ ศรีกาญจนพัฒน์ (๒๕๕๕) สะท้อนถึงผลกระทบการค้าชายแดนภาคเหนือตอนบนด้านอำเภอเชียงของที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจท้องถิ่นภายใต้การเตรียมสู่ประชาคมอาเซียน พบว่า เศรษฐกิจท้องถิ่นภายใต้การเตรียมสู่ประชาคมอาเซียน มีแนวโน้มด้านการค้าและการลงทุน รวมทั้งโอกาสด้านการพัฒนาขยายการค้าการลงทุนกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีแนวโน้มสูงขึ้น ตลอดจนมาตรการของภาครัฐบาลและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กับการส่งเสริมการลงทุน นับว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนของภาคธุรกิจอย่างมาก ในส่วนของ Ghialy Yap (2011) ได้สะท้อนให้เห็นถึงผลของความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นว่า ก่อให้เกิดการสนับสนุนผลประโยชน์ร่วมกันเพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่เข้มแข็งในกลุ่มประเทศ แต่ความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างการบูรณาการทางเศรษฐกิจ การส่งออก และการท่องเที่ยวทั้ง ๔ ประเทศในกลุ่มอาเซียน มีข้อบกพร่องในการร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวที่เข้มขึ้นเพียง ๔ ประเทศเท่านั้น นอกจากนี้ Emma P.Y.Wong, Nina Mistills and Larry Dwyer (2010) ยังได้เสนอแนะว่าเงื่อนไขการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประชาคมอาเซียนนั้น ผู้กำหนด

นโยบายควรมุ่งมั่นในการสร้างความสมดุลที่ีระหว่าง การปฏิบัติและกลไกในการนำนโยบายไปปฏิบัติ แต่จะ เห็นได้ว่า เป็นเพียงการพิจารณาในมิติภาพกว้างเท่านั้น ยังขาดการพิจารณาและสังเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งการ เสนอแนะถึงยุทธศาสตร์เศรษฐกิจด้านการค้าในเชิง นโยบาย และในเชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

ดังนั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจด้านการค้า การท่องเที่ยวของไทย ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด ภายใต้ ความสำเร็จและความตกลงการรวมกลุ่มกันเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนดังกล่าว ประเทศไทยซึ่ง มีชัยภูมิของประเทศ ความเหมาะสมในปัจจุบันพื้นฐาน หลายๆ ด้าน และโครงสร้างเศรษฐกิจที่เน้นหนักไปที่ เศรษฐกิจด้านการค้า และการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ดังกล่าวข้างต้นนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์เศรษฐกิจด้าน การค้าและการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงต้องมีความ ชัดเจน สอดคล้อง และสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่ กำลังจะเกิดขึ้นอย่างเหมาะสม ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน ภายใต้โลกในยุคโลกาภิวัตน์ การแข่งขันทางการ ค้าอย่างเสรีของโลกไร้พรมแดน และบรรลู่วัตถุประสงค์ แห่งความร่วมมือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เป็นการวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนด กรอบแนวทางยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจการค้าและ การท่องเที่ยวของประเทศไทย เมื่อเข้าสู่การเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเศรษฐกิจด้านการค้า ของประเทศไทยนั้น หมายรวมถึง การค้าระหว่างประเทศ และการค้าชายแดน

๑. เพื่อศึกษาบทบาทความสำคัญของการรวม กลุ่มกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเวทีเศรษฐกิจ โลก

๒. เพื่อศึกษาถึงศักยภาพเศรษฐกิจด้านการค้า และการท่องเที่ยวในอาเซียน

๓. เพื่อศึกษาเศรษฐกิจด้านการค้าระหว่าง ประเทศ การค้าชายแดน และการท่องเที่ยวของไทย ในอาเซียน

๔. เพื่อสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การค้าระหว่าง ประเทศ การค้าชายแดน และการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยในการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน

วิธีดำเนินงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่ เชื่อถือได้ อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าระหว่าง ประเทศ ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาพันธ์ธุรกิจและ สังคมแห่งชาติ ตลอดจนแหล่งข้อมูลระหว่างประเทศ ต่างๆ เช่น World Bank, IMF, CIA The World Factbook etc. รวมทั้งรายงานการศึกษ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความทางวิชาการ บทวิเคราะห์ และ เอกสารทางราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ บนพื้นฐานกรอบแห่งการวิจัยเอกสาร (Document Research) เป็นหลัก ผู้วิจัยจึงได้ทำการพิจารณาแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ เพื่อพิจารณาถึงโครงสร้างและ รายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ก่อนที่จะพิจารณาแผนแม่บท ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้าและการท่องเที่ยวของ ไทย อาทิ แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๖๔ และแผนแม่บทกระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ เพื่อสังเคราะห์ทิศทางและ กรอบการดำเนินนโยบายที่กำหนดไว้แล้ว ตลอดจน ยังได้ทำการสังเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจด้านการค้า และการ ท่องเที่ยวในปัจจุบัน ประกอบการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ข้อเสนอแนะแนว ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจด้านการค้า และด้านการท่องเที่ยว ของประเทศไทย ภายใต้เงื่อนไขความตกลงประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้เพียงเศรษฐกิจ

ในด้านการค้าระหว่างประเทศ การค้าชายแดน และการท่องเที่ยวเท่านั้น โดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๗ - ๒๕๕๖ ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลา ๑๐ ปี เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษาวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการศึกษานบนพื้นฐานกรอบแห่งการวิจัยเอกสาร (Document Research) ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงอภิธาน (Meta - Analysis) ร่วมกับการใช้เครื่องมือ SWOT Analysis รวมทั้งการวิเคราะห์บทบาทของการรวมกลุ่มการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในบริบทเวทีโลก เพื่อสะท้อนถึงความสำคัญ และประโยชน์ที่ได้จากความร่วมมือที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังวิเคราะห์ถึงบทบาทของประเทศไทย และประโยชน์ที่ประเทศไทยจะได้รับจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์แนวทางยุทธศาสตร์เศรษฐกิจด้านการค้า และการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

ผลการวิจัย

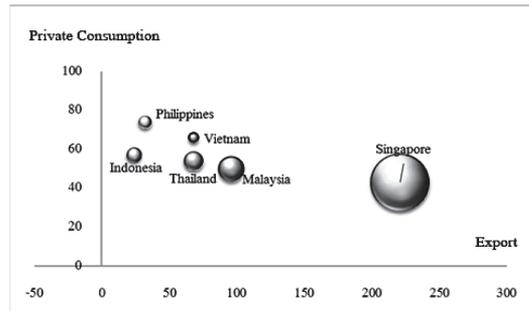
๑. ภาพรวมเศรษฐกิจอาเซียน

อาเซียนมีขนาดเศรษฐกิจคิดเป็นสัดส่วนของขนาดเศรษฐกิจโลกร้อยละ ๔.๔ โดยมีจำนวนประชากรคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๘.๙ ของประชากรโลกทั้งหมด นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาขยายขอบเขตของอาเซียนให้ครอบคลุมไปถึง ASEAN+3 และ ASEAN+6 จะพบว่า ทั้งขนาดเศรษฐกิจและจำนวนประชากร มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น โดยขนาดเศรษฐกิจ ASEAN+3 คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๑ ของขนาด GDP โลก และมีจำนวนประชากรคิดเป็นร้อยละ ๓๐.๕ ของจำนวนประชากรโลก และเมื่อพิจารณาครอบคลุมไปถึง ASEAN+6 แล้ว จะพบว่า ขนาดเศรษฐกิจคิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๓๔.๑ ของ GDP โลก โดยมีจำนวนประชากรรวมกัน คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๔๘.๓ ของจำนวนประชากรโลก (CIA The World Fact Book, 2013)

ในส่วนของระดับรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศอาเซียนนั้น ดังภาพที่ ๑ พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีระดับรายได้ต่อหัวสูงที่สุดในอาเซียนอยู่ที่ ๓๖,๕๔๐

เหรียญดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือประเทศมาเลเซียที่ ๗,๐๓๐ เหรียญดอลลาร์สหรัฐ และไทยอยู่อันดับ ๓ ที่ ๓,๘๙๐ เหรียญดอลลาร์สหรัฐ พิจารณาได้จากขนาดของรูปวงกลมที่ปรากฏในภาพที่ ๑

ภาพที่ ๑ GDP per Capita (\$), Private Consumption และ Export



ที่มา : The Economist, 2012

นอกจากนี้ ภาพที่ ๑ ยังสะท้อนให้เห็นได้ว่าระดับการบริโภคของภาคเอกชนต่อ GDP (Private Consumption of GDP) ในแต่ละประเทศนั้น ประเทศฟิลิปปินส์มีระดับการบริโภคภาคเอกชนต่อ GDP สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ ๗๔.๐ พิจารณาได้จากระดับตามแกนตั้ง รองลงมาได้แก่ ประเทศเวียดนามอยู่ที่ร้อยละ ๖๖.๐ ประเทศอินโดนีเซียร้อยละ ๕๗.๐ ประเทศไทยร้อยละ ๕๔.๐ ประเทศมาเลเซียร้อยละ ๕๐.๐ และประเทศสิงคโปร์ร้อยละ ๔๓.๐ ตามลำดับ รวมทั้งสัดส่วนการส่งออกต่อ GDP (Export of GDP) พิจารณาตามแกนนอน พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีสัดส่วนสูงที่สุด รองลงมาเป็นมาเลเซีย และไทย ตามลำดับ

ทั้งนี้ ตัวแปรที่ปรากฏ อาทิ ขนาดเศรษฐกิจที่สะท้อนผ่านตัวเลข GDP ของอาเซียน เทียบสัดส่วนกับขนาดเศรษฐกิจที่สะท้อนผ่าน GDP โลก สัดส่วนจำนวนประชากร ระดับรายได้ต่อหัวประชากร ระดับการบริโภคภาคเอกชนเทียบ GDP และสัดส่วนการส่งออกต่อ GDP ที่ปรากฏในข้างต้น สะท้อนได้ถึงโอกาสทางการตลาด และโอกาสในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะเกิดขึ้นจากความตกลงทางเศรษฐกิจ และความร่วมมือกันภายในกลุ่ม โดยเฉพาะในมิติของภาคการค้า

ระหว่างประเทศ การค้าชายแดน และการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสัมพันธ์โดยตรงกับกำลังซื้อ และขนาดตลาด

๒. ศักยภาพการค้าของแต่ละประเทศในอาเซียน

เมื่อทำการวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนด้านการค้าระหว่างประเทศทั้ง ๙ ประเทศในอาเซียน พบว่า บรูไน (Brunei) เป็นประเทศที่มีกำลังซื้อสูง และมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการเติบโตในส่วนของภาคที่ไม่ใช่น้ำมันเป็นกำลังสนับสนุนหลัก โดยเฉพาะภาคการค้าปลีก และการค้าส่ง การก่อสร้าง และการขนส่งคมนาคม ซึ่งนับเป็นตัวส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ รัฐบาลพยายามที่จะผลักดันให้มีโครงการต่างๆ ที่สนับสนุนสัมพันธ์กับการค้าในภาคส่วนนี้ให้เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม บรูไนมีข้อเสียเปรียบในส่วนของอุตสาหกรรมเกลือ ซึ่งเป็นสินค้าที่บรูไนมีความต้องการในการบริโภคและใช้ในอุตสาหกรรมมาก แต่กลับไม่มีการผลิตในประเทศ รวมทั้งข้อจำกัดทางการค้าที่เคร่งครัดมาก โดยเฉพาะข้อบังคับในการนำเข้าสินค้าประเภทอาหาร คือ จะต้องเป็นอาหารฮาลาลที่มีความถูกต้องเป็นไปตามหลักศาสนาอย่างเคร่งครัดเท่านั้น ส่วน **อินโดนีเซีย (Indonesia)** เป็นประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่ด้วยจำนวนประชากรที่มากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมดในอาเซียน (ASEAN) โดยประชากรมีฐานะดี มีกำลังซื้อสูงมาก และนิยมสินค้าที่มีคุณภาพ โดยมีจุดอ่อนอยู่ที่ประชากรส่วนใหญ่มีฐานะยากจน กฎหมายและระเบียบบางอย่างไม่ชัดเจน ขาดความโปร่งใส และระบบราชการซับซ้อน กระบวนการมาก และปัญหาคอรัปชั่น ส่วน **มาเลเซีย (Malaysia)** มีอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน อุตสาหกรรม Bio-diesel เป็นอุตสาหกรรมที่มีระดับการผลิตเพื่อการส่งออกสูง มีอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ ที่มีส่วนในการปรับปรุง ยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมี Platform ที่สำคัญ คือ Cyber Java ที่สำคัญมีการจัดการด้าน Logistics แบบครบวงจร ช่วยสร้างความสะดวกสบายแก่ผู้นำเข้าและส่งออก แต่กฎหมายและกฎระเบียบบางอย่างไม่มีความชัดเจนโปร่งใส ระบบ

ราชการที่มีกระบวนการมาก ซับซ้อนและยุ่งยาก ยังมีปัญหาเรื่องการคอร์รัปชั่นในระบบราชการ ตลอดจน **ฟิลิปปินส์ (Philippines)** เป็นตลาดที่มีศักยภาพในด้านปริมาณ เนื่องจากมีประชากรเป็นจำนวนมาก และมีกำลังซื้อสูง ตลอดจนมีทรัพยากรธรรมชาติที่ยังไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น ลัตว์น้ำ ทรัพยากรแร่ พื้นที่การเกษตรทางภาคใต้ รวมทั้งมีแรงงานที่มีความรู้ด้าน IT จำนวนมาก ทำให้ฟิลิปปินส์สามารถพัฒนา และส่งออกสินค้า IT ในระยะเวลาอันสั้น แต่มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบราชการอยู่เสมอ มีกฎระเบียบเข้มงวด และมีการฉ้อราษฎร์บังหลวงในทุกระดับเป็นจุดอ่อน ส่วน **สิงคโปร์ (Singapore)** มีนโยบายการค้าตลาดเสรี ไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้า ยกเว้นสินค้า ๔ รายการ คือ เครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ บุหรี่และยาสูบ น้ำมันปิโตรเลียม และรถยนต์/รถจักรยานยนต์ โดยมีแต่การเก็บภาษีสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax: GST) ร้อยละ ๗ ตลอดจนเป็นแหล่งกระจายสินค้าไทยไปสู่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก และมีระบบ Logistics ที่มีประสิทธิภาพ และมีความพร้อมในด้าน IT แต่ด้วยตลาดที่มีขนาดเล็ก และโครงสร้างประเทศไม่เอื้อต่อการผลิต จึงต้องมีการนำเข้าสินค้าเพื่อการบริโภคอุปโภค ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอาหาร เช่น ข้าว ผัก ผลไม้ อาหารทะเล อาหารกระป๋อง เป็นต้น นอกจากนั้น สินค้าที่นำเข้าจะส่งออกต่อไปยังประเทศที่สาม (Re-export)

นอกจากนี้ **ลาว (Laos)** เป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ทางด้านชีวภาพ ด้านพลังงานไฟฟ้า และทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเหมาะแก่การเป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมในอนาคด ตลอดจนเป็นแหล่งแรงงานราคาถูก จึงเหมาะสำหรับเป็นฐานการผลิตให้แก่ประเทศอื่นๆ ส่วนจุดอ่อนของลาว คือ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา และที่ราบสูง ไม่มีทางออกทะเล ส่งผลให้การคมนาคมขนส่งไม่สะดวก สกุลเงินในประเทศขาดเสถียรภาพ มีความผันผวนสูง กฎหมายการค้าต่างๆ เป็นกฎหมายเชิงคุ้มครองมากกว่าเชิงส่งเสริม และขาดระบบฐานข้อมูล และระบบการจัดการที่ดี ส่วน **กัมพูชา (Cambodia)** เป็นประเทศที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทย เวียดนาม

และลาว ทำให้สามารถเชื่อมโยงทำการค้าชายแดน และสะดวกต่อการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศภายในกลุ่มได้ง่าย ตลอดจนมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์เป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรได้ดี รวมทั้งได้รับความช่วยเหลือเป็นกรณีพิเศษทั้งด้านการค้า และโครงการเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ อย่างไรก็ตาม กัมพูชามีจุดอ่อนอยู่ที่กฎระเบียบข้อบังคับในด้านการค้าระหว่างประเทศ ยังใช้หลักการเจรจาและการใช้ดุลพินิจเป็นสำคัญ ทำให้ขาดความเป็นสากล และความน่าเชื่อถือ ตลอดจนอุตสาหกรรมภายในประเทศมีจำนวนน้อย ต้องอาศัยการนำเข้าสินค้าเป็นหลัก ขาดระบบการจัดเก็บข้อมูล สถิติ การวิเคราะห์ศึกษาวิจัย และขาดข้อมูลตลาด รวมทั้งกฎระเบียบทางการค้ามีการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงบ่อย ระบบการเงิน การธนาคาร และกระบวนการยุติธรรม ไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่มีประสิทธิภาพ มีการคอร์รัปชันสูง ตลอดจน **เมียนมาร์ (Myanmar)** เป็นตลาดขนาดใหญ่มีประชากรหนาแน่น มีอาณาเขตติดกับจีน อินเดีย บังกลาเทศ ลาว และไทย ทำให้พม่าเป็นประเทศที่อยู่ท่ามกลางของกลุ่มประเทศอาเซียน และเอเชียใต้ ทำให้มีความได้เปรียบในการติดต่อทำการค้า การส่งออกและนำเข้า รวมทั้งการส่งสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่างๆ นอกจากนี้ พม่ายังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ เหมาะแก่การเป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม แต่ยังมีขาดผู้ที่มีความรู้ในด้านการทำธุรกิจต่างประเทศ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ประกอบกับกฎระเบียบทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ราชการมีการคอร์รัปชันสูง และอัตราเงินเฟ้อภายในประเทศที่เป็นจุดเสียเปรียบสำคัญ ส่วน **เวียดนาม (Vietnam)** ด้วยความที่เวียดนามมีการปกครองด้วยระบบสังคมนิยม มีพรรคการเมืองพรรคเดียว การเมืองจึงมีเสถียรภาพ มีนโยบายทางเศรษฐกิจการค้าที่ไม่ผันผวน แต่มีโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสนับสนุนยังล่าช้าและไม่เพียงพอเป็นจุดอ่อน

ส่วนการพิจารณาโอกาส-อุปสรรคด้านการค้าของทั้ง ๔ ประเทศอาเซียน พบว่า **บรูไน (Brunei)**

มีทรัพยากรที่เหมาะสมสำหรับการผลิตกระจก ซึ่งเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๕ บรูไนได้มีการลงนามใน MOU ระหว่างบริษัทของฝรั่งเศสและบริษัทร่วมทุนของรัฐบาล (Bruglass) เพื่อลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตแผ่นกระจก แต่อุปสรรคสำคัญด้านเศรษฐกิจการค้าของบรูไนคือ ขั้นตอนและกระบวนการสั่งซื้อและขนส่งสินค้าไม่คล่องตัว มักต้องขนส่งผ่านทางสิงคโปร์ก่อนเนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่ในบรูไนมีชาวสิงคโปร์ร่วมทุนอยู่ด้วย รวมทั้งการขนส่งทางเรือของบรูไน มีสินค้าเฉพาะที่ैयाไป แต่ไม่มีสินค้าที่ยैयाกลับ และประเภทของเรือที่ใช้บรรทุกสินค้าในการส่งออกและนำเข้ามีความแตกต่างกัน **อินโดนีเซีย (Indonesia)** มีปริมาณความต้องการสินค้าและบริการสูง เนื่องจากมีจำนวนประชากรมาก สินค้าที่ผลิตได้ในประเทศ บางประเภทไม่เพียงพอต่อความต้องการ และต้องนำเข้า รวมทั้งรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศอย่างชัดเจน โดยเฉพาะบางสาขาธุรกิจ โดยมีอุปสรรคสำคัญ คือ ยังมีการกำหนดมาตรการทางการค้า ในลักษณะที่เป็นการกีดกันทางการค้า เช่น มาตรการห้ามนำเข้า ไบโอบูตนานำเข้า มาตรการด้านสุขอนามัย เป็นต้น ทั้งนี้ ตลาดอินโดนีเซียมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะสินค้าราคาถูกจากต่างประเทศ เช่น จากจีน เวียดนาม และอินเดีย เป็นต้น

ส่วน **มาเลเซีย (Malaysia)** มีการพัฒนาการเชื่อมโยงทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านเศรษฐกิจการค้า ตลอดจนมีแนวโน้มนโยบายในการเจรจากับบริษัทต่างชาติในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ เพื่อปรับปรุง ออกแบบและพัฒนาโครงสร้างของรถยนต์ รวมทั้งสามารถสร้างตลาดในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และประเทศอาหรับ และมีความพยายามเปิดตลาดแห่งใหม่ ซึ่งมีเป้าหมายในทวีปแอฟริกา ทั้งนี้ มีอุปสรรคทางเศรษฐกิจการค้า คือ มีการกำหนดมาตรการทางการค้า ในลักษณะที่เป็นการกีดกันทางการค้า เช่น มาตรการห้ามนำเข้า ไบโอบูตนานำเข้า มาตรการด้านสุขอนามัย เป็นต้น นอกจากนั้นตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะสินค้าราคาถูกจากต่างประเทศ เช่น จากจีน เวียดนาม และอินเดีย เป็นต้น **ฟิลิปปินส์**

(Philippines) จากการศึกษาประชากรมากทำให้เป็นตลาดที่มีโอกาสทางการตลาดสูงมาก เนื่องจากตลาดมีขนาดใหญ่ แต่ยังมีมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้มาช้านาน มีกฎระเบียบขั้นตอนการนำเข้ายุ่งยาก ต้องใช้เวลานาน และโครงสร้างสาธารณูปโภคที่ยังไม่พร้อมเป็นอุปสรรค ส่วน **สิงคโปร์ (Singapore)** เหมาะสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในการทดสอบตลาดก่อนที่จะขยายตลาดส่งออกไปยังสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป เป็นต้น แต่อุปสรรคสำคัญ คือ ภาวะการแข่งขันทางการค้าสูง โดยเฉพาะสินค้าจากจีน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

นอกจากนี้ ในส่วนของกลุ่มประเทศ CLMV พบว่า **กัมพูชา (Cambodia)** ได้รับสิทธิประโยชน์จากนานาชาติ เช่น MFN GSP ตลอดจนสิทธิประโยชน์ภายใต้กรอบความร่วมมือ WTO APEC ASEAN GMS ACMECS แต่อุปสรรคสำคัญ คือ การปฏิบัติตามข้อตกลงระหว่างประเทศ ไม่มีประสิทธิภาพ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และการปฏิรูปกฎหมายและกฎระเบียบเป็นไปอย่างล่าช้า **ลาว (Laos)** ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า (MFN) จากสหรัฐอเมริกา และได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากร (GSP) จากสหรัฐอเมริกาและยุโรป รวมทั้งได้รับสถานะ Normal Trade Relations (NTR) จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่งผลให้การส่งออกสินค้าของลาวไปสหรัฐฯ มีภาษีลดลง อาทิ สิ่งทอไหม ภาษีลดลงจากร้อยละ ๙๐ เหลือร้อยละ ๐.๘ สินค้าหัตถกรรม จากร้อยละ ๔๕ - ๖๐ เหลือร้อยละ ๐ เป็นต้น ส่วนอุปสรรคสำคัญ คือ จำนวนประชากรมีค่อนข้างน้อย และมีกำลังซื้อต่ำ ประกอบกับโครงสร้างพื้นฐานของประเทศยังไม่ได้รับการพัฒนา และภาพลักษณ์ของลาวในสายตานักธุรกิจ/นักลงทุนต่างชาติไม่สู้ดีนัก **เมียนมาร์ (Myanmar)** สามารถเป็นฐานในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก และสามารถทำหน้าที่เป็นประตูระบายสินค้าไปยังประเทศนอกกลุ่มได้ แต่ยังคงขาดการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง ระบบการเงินที่ขาดความน่าเชื่อถือเป็นอุปสรรคเศรษฐกิจการค้าที่สำคัญ และ **เวียดนาม (Vietnam)** ได้รับสิทธิประโยชน์จากนานาชาติด้านเศรษฐกิจการค้า แต่ขาดบุคลากร

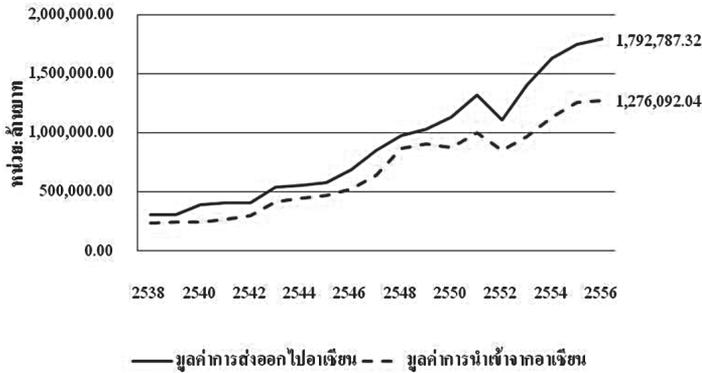
ที่มีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และขาดการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง ทันสมัย ทำให้ขาดข้อมูลด้านการผลิต อุตสาหกรรม การค้า และการตลาด

๓. เศรษฐกิจการค้าของไทย

โครงสร้างเศรษฐกิจประเทศไทย มีการพึ่งพาการส่งออกถึงประมาณร้อยละ ๗๓.๕๗ โดยเมื่อพิจารณาเฉพาะในส่วนของมูลค่าการส่งออกของไทยในรายละเอียดที่แบ่งการพิจารณาออกเป็นกลุ่มสินค้า พบว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกที่เน้นหนักไปที่สินค้าเกษตรกรรมมากที่สุด รองลงมาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร สินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ สินค้าแร่และเชื้อเพลิง และสินค้าอื่นๆ ตามลำดับ รายการสินค้าออกสำคัญของไทย ๑๐ อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๑ - ๒๕๕๔ เรียงตามลำดับตามการรายงานของกระทรวงพาณิชย์ เป็นดังนี้ (๑) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (๒) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (๓) ยางพารา (๔) อัญมณีและเครื่องประดับ (๕) น้ำมันสำเร็จรูป (๖) เม็ดพลาสติก (๗) ผลิตภัณฑ์ยาง (๘) เคมีภัณฑ์ (๙) แผงวงจรไฟฟ้า และ (๑๐) ข้าว โดยเมื่อพิจารณาคู่ค้าเฉพาะกลุ่มอาเซียน พบว่า ประเทศสมาชิกอาเซียนไม่ติด ๑๐ อันดับคู่ค้าแรกในสินค้าหมวดอัญมณีและเครื่องประดับ รวมทั้งในหมวดยางพารา มีเพียงประเทศมาเลเซีย เท่านั้นที่ติดอันดับ ๓ ของประเทศที่ไทยส่งออกไปมากที่สุด ตลอดจนในหมวดข้าว มีเพียงประเทศอินโดนีเซีย เท่านั้นซึ่งอยู่ในกลุ่มอาเซียน ที่เป็นคู่ค้าอันดับ ๒ ของการส่งออกไทย

สำหรับภาคการค้าระหว่างประเทศของไทยกับอาเซียนนั้น จะพบว่า ตลอดระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๓๘ เป็นต้นมา ประเทศไทยได้ดุลการค้ามาโดยตลอด และมีแนวโน้มการได้ดุลการค้าที่ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกไปอาเซียน เท่ากับ ๕๙,๓๐๗.๗๒ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๕๑.๗๓ ของมูลค่าการนำเข้าจากอาเซียน เท่ากับ ๔๑,๗๓๗.๗๕ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๕๑.๗๓ ของมูลค่าการนำเข้าจากอาเซียน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗)

ภาพที่ ๒ มูลค่าการค้าระหว่างประเทศไทยกับอาเซียน



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗

โดยสินค้าส่งออก ๑๐ อันดับแรกที่ประเทศไทยส่งออกไปยังอาเซียนในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๔ นั้นพบว่า น้ำมันสำเร็จรูป เป็นสินค้าส่งออกอันดับ ๑ รองลงมาได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล เคมีภัณฑ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น ทั้งนี้ สัดส่วนการส่งออกของไทยไปอาเซียนในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ อยู่ที่ร้อยละ ๒๒.๗๓ ของการส่งออกรวม และในปี พ.ศ. ๒๕๕๔ ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ ๒๔.๒๘ ของการส่งออกรวม ทั้งนี้ น้ำมันสำเร็จรูป เป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทยกับอาเซียน โดยคิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๗๔.๐๖ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ และในปี พ.ศ. ๒๕๕๔ อยู่ที่ร้อยละ ๗๘.๔๘ ของการส่งออกน้ำมันสำเร็จรูปทั้งหมด

ในช่วงระยะเวลา ๑๐ ปีที่ผ่านมา จะพบว่าประเทศไทยมีสัดส่วนการค้าระหว่างประเทศกับอาเซียนขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการส่งออก ซึ่งในปัจจุบันมีสัดส่วนการส่งออกมากถึงร้อยละ ๒๕.๙๖ ของการส่งออกรวม โดยไทยมีประเทศมาเลเซีย เป็นคู่ค้าที่มีสัดส่วนสูงสุดในกลุ่มอาเซียน คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๒๑.๙๕ ของการส่งออกในอาเซียน รองลงมาได้แก่ สิงคโปร์ ร้อยละ ๑๘.๙๕ อินโดนีเซีย ร้อยละ ๑๘.๒๖ ตามลำดับ ส่วนการนำเข้านั้น ประเทศไทยมี

การนำเข้าจากประเทศมาเลเซียมากที่สุดในกลุ่มเช่นกัน โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๓๑.๗๘ ของการนำเข้าใน

กลุ่มอาเซียน รองลงมา ได้แก่ สิงคโปร์ ร้อยละ ๑๙.๖๕ อินโดนีเซีย ร้อยละ ๑๙.๓๒ ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศไทยได้ดุลการค้ากับประเทศเวียดนาม กัมพูชา สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ลาว โดยประเทศคู่ค้าในกลุ่มอาเซียนที่ประเทศไทยได้ดุลการค้ามากที่สุดคือ ประเทศเวียดนาม รองลงมาคือกัมพูชา และสิงคโปร์ ตามลำดับ ซึ่งสินค้าที่ประเทศไทยทำการส่งออกให้กับทุกประเทศในอาเซียนเป็นอันดับต้นๆ คือน้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์ และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารต่างๆ

ส่วนการพิจารณาขีดความสามารถเศรษฐกิจการค้าของไทยในระดับอุตสาหกรรมนั้น จากงานวิจัยการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในกลุ่มอาเซียน ซึ่งจำกัดกลุ่มการศึกษาไว้เพียง ๕ ประเทศ โดย มนต์รี โสคติยานุรักษ์ (๒๕๕๖) ด้วยการใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออก (RXA) การนำเข้า (RMA) มาพิจารณาพบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการส่งออกทั้งสิ้น ๕๕ พิกัดสินค้า จาก ๙๕ พิกัด (RXA > ๑) โดยสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอันดับต้นๆ (RXA > ๓) ได้แก่ ข้าวและธัญพืช (พิกัด ๑๐) น้ำตาล (พิกัด ๑๗) อวูรและกระสุน (พิกัด ๓๓) เครื่องสำอาง (พิกัด ๓๓) ยานพาหนะ (พิกัด ๘๗) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง (พิกัด ๔๐) หนังสือพิมพ์และผลิตภัณฑ์ (พิกัด ๔๓) อาหารปรุงแต่ง (พิกัด ๑๖) ผลิตภัณฑ์แร่ (พิกัด ๒๕) อากาศยาน (พิกัด ๘๘) และผลิตภัณฑ์แป้ง (พิกัด ๑๑) ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบพิกัดที่ประเทศไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกมาโดยตลอดตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๐๐ - ๒๐๑๒ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกมากกว่าประเทศต้นทางในกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๒๒ พิกัดสินค้า รายละเอียดดังตารางที่ ๑

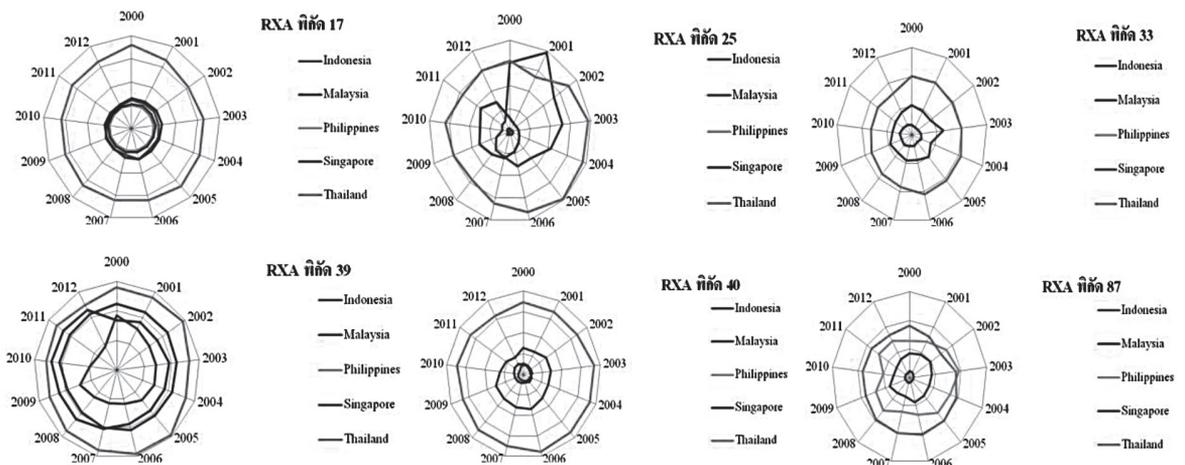
ตารางที่ ๑ สรุปการเปรียบเทียบพิกัดสินค้าที่ประเทศไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

พิกัดที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกมากกว่าประเทศต้นทางในกลุ่มตัวอย่าง (32 พิกัด)		พิกัดที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมาโดยตลอดตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 - 2012 (31พิกัด)		เปรียบเทียบพิกัดสินค้าจากทั้ง 2 กลุ่ม (22 พิกัด)	
พิกัด 22	พิกัด 57	พิกัด 21	พิกัด 54	พิกัด 30	พิกัด 65
พิกัด 23	พิกัด 58	พิกัด 22	พิกัด 55	พิกัด 33	พิกัด 68
พิกัด 25	พิกัด 60	พิกัด 23	พิกัด 56	พิกัด 35	พิกัด 55
พิกัด 30	พิกัด 65	พิกัด 25	พิกัด 57	พิกัด 39	พิกัด 69
พิกัด 33	พิกัด 66	พิกัด 30	พิกัด 65	พิกัด 40	พิกัด 83
พิกัด 35	พิกัด 68	พิกัด 33	พิกัด 68	พิกัด 56	พิกัด 87
พิกัด 39	พิกัด 69	พิกัด 34	พิกัด 69	พิกัด 57	พิกัด 93
พิกัด 40	พิกัด 72	พิกัด 35	พิกัด 73		
พิกัด 43	พิกัด 83	พิกัด 39	พิกัด 83		
พิกัด 51	พิกัด 87	พิกัด 40	พิกัด 87		
พิกัด 55	พิกัด 88	พิกัด 48	พิกัด 93		
พิกัด 56	พิกัด 93	พิกัด 52			

ที่มา : มนตรี, ๒๕๕๖

นอกจากนี้ ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกยังพบว่า ในพิกัดสินค้าส่งออกที่สำคัญประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะใน ๑๐ พิกัดสินค้าส่งออกสำคัญ เปรียบเทียบเฉพาะกับประเทศในกลุ่มอาเซียน พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกมากกว่าประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้งหมดเพียง ๖ พิกัดสินค้า ได้แก่ น้ำตาล (พิกัด ๑๗) เครื่องสำอาง (พิกัด ๓๓) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง (พิกัด ๔๐) ผลิตภัณฑ์แร่ (พิกัด ๒๕) พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก (พิกัด ๓๙) และยานพาหนะที่ไม่ใช่รถไฟ (พิกัด ๘๗)

ภาพที่ ๓ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบส่งออก ๖ พิกัดสินค้า



ที่มา : มนตรี, ๒๕๕๕

จากภาพที่ ๓ จะเห็นได้ว่า แผนภาพใยแมงมุมที่ปรากฏในข้างต้น สะท้อนให้เห็นได้ถึงความสามารถที่เปรียบเทียบของประเทศไทยในแต่ละพิกัดที่ไทยได้เปรียบ ซึ่งพิจารณาตามเส้นสีฟ้าอ่อนวงนอกสุด ขนาดของวงกลมตามแผนภาพใยแมงมุมแสดงได้ถึงขนาดของความสามารถที่เปรียบเทียบในแต่ละพิกัดสินค้า อย่างไรก็ตาม พิกัดที่ประเทศไทยไม่สามารถได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้นั้น ประเทศอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ๑๓ พิกัดสินค้า ประเทศมาเลเซียได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ๖ พิกัดสินค้า ประเทศฟิลิปปินส์ ๒ พิกัดสินค้า และประเทศสิงคโปร์ ๒ พิกัดสินค้า

ส่วนภาคการค้าชายแดนของไทยกับอาเซียนนั้น ประเทศไทยมีภูมิประเทศที่ได้เปรียบมากกว่าประเทศอื่นในกลุ่ม เนื่องจากมีพรมแดนติดกับประเทศอื่นๆ มากถึง ๓๐ จังหวัด และมี ๒ จังหวัดที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านมากกว่า ๑ ประเทศ ซึ่งนับเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อภาคการค้าชายแดนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ จำนวนด่านการค้าชายแดนทั้งหมดในปัจจุบัน มีทั้งสิ้น ๘๙ ด่าน โดยแบ่งเป็นด่านการค้าชายแดนถาวร ๓๔ ด่าน โดยมูลค่าการค้าชายแดนรวมของประเทศไทย มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๔.๕๘ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ และช่วงเดือนมกราคม - ตุลาคม ๒๕๕๖ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๔.๘๑ เห็นได้อย่างชัดเจนว่า มีสัดส่วนของการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ ประเทศไทยได้ดุลการค้าชายแดนมาโดยตลอด ซึ่งการค้าชายแดนระหว่างไทยกับมาเลเซีย เป็นส่วนการค้าชายแดนที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยได้มากที่สุดถึงร้อยละ ๔๒.๒๒ ของการค้าชายแดนรวม รองลงมาได้แก่การค้าชายแดนไทยกับพม่า ร้อยละ ๒๖.๔๘ ส่วนการค้าชายแดนของไทยกับลาวและกัมพูชานั้นอยู่ที่ร้อยละ ๑๙.๒๘ และร้อยละ ๑๒.๐๓ ตามลำดับ โดยด่านที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยได้มากที่สุด คือ ด่านสะเดา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๓๑.๑๒ ของการค้าชายแดนทั้งหมด

นอกจากนี้ การพิจารณาถึงความง่ายในการข้ามพรมแดน (Ease of Trading Across Borders) การให้บริการทางโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนได้ถึงภาวะการแข่งขันด้านการค้าชายแดนของอาเซียน ซึ่งประเทศไทยมีอันดับความง่ายในการข้ามพรมแดนอยู่ที่อันดับ ๒๔ ของโลก และอันดับ ๓ ของอาเซียน โดยอันดับ ๑ ของโลกและของอาเซียน คือ สิงคโปร์ ส่วนการให้บริการทางโลจิสติกส์นั้น ประเทศไทยอยู่ที่อันดับ ๓๕ ของโลก และอันดับ ๓ ของอาเซียน โดยมีสิงคโปร์เป็นอันดับ ๑ ของกลุ่ม ทั้งนี้ ดัชนีการดำเนินงานทางโลจิสติกส์ (LPI) ของประเทศไทยอยู่ที่ ๓.๒๙ (มนตรี โสคติยานุรักษ์. “การยกระดับขีดความสามารถของประเทศในอาเซียน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน”. บทความ, ๒๕๕๗) ซึ่งยังด้อยกว่าประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียอยู่ ตลอดจนจนในส่วนของข้อเสียเปรียบของไทยยังมีหลายปัจจัย โดยเฉพาะในเรื่องของต้นทุนค่าแรง ต้นทุนด้านโลจิสติกส์ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นความเสียเปรียบที่ส่งผลกระทบต่อระดับและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ กล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงในขีดความสามารถในการส่งออก ซึ่งเห็นได้ถึงตำแหน่งโดยเปรียบเทียบของธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศและโอกาสการลงทุนของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของอาเซียนต่อไป

๔. บทบาทเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของอาเซียนกับการท่องเที่ยวโลก

การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง และมีความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวติด ๕๐ อันดับแรกของโลกจากการประเมิน ๑๔๐ ประเทศทั่วโลก โดยประเทศสิงคโปร์ที่อยู่ในลำดับที่ ๑๐ รองลงมาคือ มาเลเซียที่อยู่ในลำดับที่ ๓๔ และประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ ๔๓ และจากการคาดการณ์ของ UWTTO พบว่า ภูมิภาคที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในอนาคตแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ กลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และคาดการณ์ว่าในปี ๒๕๖๓ นั้นจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

จากปี ๒๕๕๓ เกือบเท่าตัว โดยจากตัวเลขล่าสุดในปี ค.ศ. ๒๐๑๒ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังอาเซียนจำนวนถึง ๘๙.๒๒ ล้านคน ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๑๐ จนถึงปัจจุบัน (ASEAN Statistics, 2014) และมีเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อระหว่างเมืองสำคัญต่างๆ ของประเทศในภูมิภาคอาเซียน เช่น ทางถนน ได้แก่ ๑) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) ๒) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor: NSEC) ๓) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor) และเส้นทางรถไฟ ได้แก่ สายสิงคโปร์-คุนหมิง (Singapore Kunming Rail Link-SKRL) ซึ่งเป็นเส้นทางรถไฟที่เชื่อมโยง ๘ ประเทศ โดยแยกเป็นเส้นทางหลัก ๖ ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย กัมพูชา เวียดนาม และจีน (คุนหมิง) และมีเส้นทางแยกอีก ๒ สายคือ ไทย-สปป.ลาว และไทย-เมียนมาร์

๕. เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลา ๒๖ ปีที่ผ่านมา โดยการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ เป็นปีที่ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดคือ ๒๒.๓ ล้านคน โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน ๙๘๓,๙๒๓.๓๖ ล้านบาท และในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ ดุลการท่องเที่ยวของไทย จำนวน ๘๔๖,๐๖๖.๙๙ ล้านบาท ส่วนในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก จำนวน ๑๖,๐๗ คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๕๒.๖๔ โดยในส่วนนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนด้วยกันร้อยละ ๒๘.๘๓ และจากประเทศจีน ร้อยละ ๑๑.๓๐ รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป จำนวน ๘๐๙,๒๖๖ คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๓๑.๑๕

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในไทย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทาง

เข้ามาเพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุดมากที่สุด รองลงมาคือ ติดต่อธุรกิจ และที่น้อยที่สุดคือ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งจากสถิติในปี ๒๐๑๒ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป เป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาในการพักมากที่สุดคือ ๑๖.๔๗ วัน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากอเมริกา มีระยะเวลาในการพัก ๑๕.๐๘ วัน และน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวจากอาเซียน มีระยะเวลาในการพัก ๕.๘๖ วัน แต่ประเทศที่มีรายจ่ายต่อหัวมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวจากเอเชียใต้ จำนวน ๕,๑๐๒.๗๘ บาทต่อวัน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย จำนวน ๔,๙๙๗.๙๗ บาทต่อวัน และน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวจากยุโรป จำนวน ๓,๙๗๖.๐๕ บาทต่อวัน โดยมีรูปแบบการเดินทางมาเยือนประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่า การเดินทางทางอากาศยังคงเป็นรูปแบบการเดินทางหลักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มายังประเทศไทย แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า สัดส่วนมีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอดในช่วงระยะเวลา ๑๕ ปีที่ผ่านมา ในขณะที่การเดินทางโดยทางบกมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด จนในปี พ.ศ. ๒๕๕๔ (ค.ศ. ๒๐๑๑) มีสัดส่วนผู้ที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยทางบกประมาณ ร้อยละ ๒๐ ผ่านชายแดนของไทยที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน

ในภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น มีความโดดเด่นในเรื่องของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย ซึ่งได้รับการขนานนามว่า เป็น "Land of Smile" และการให้บริการแบบไทยที่มีความเป็นกันเอง ความมีน้ำใจไมตรี ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ การมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูง ทำให้ผู้มาเที่ยวรู้สึกคุ้มค่าในการมา และมีโอกาสเติบโตจากแนวโน้มของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางในภูมิภาคแนวโน้มสูงขึ้น การเปิดเสรีสินค้าบริการ และลงทุนในอาเซียน เพื่อการปรับตัวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้า

การลงทุน ในการเจาะตลาดอาเซียน และอาเซียนกับตลาดโลก ตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงทางอากาศ โดยผู้เดินทางจากนานาประเทศที่เข้าสู่ภูมิภาคส่วนใหญ่จะต้องผ่านประเทศไทย และสนามบินสุวรรณภูมิ ตลอดจนการให้บริการสายการบินราคาถูก (Low Cost Airline) ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีราคาถูกลง และมีความสะดวกมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังมีข้อบกพร่อง หรือจุดอ่อนอยู่หลายประการ อาทิ การขาดแคลนบุคลากรด้านภาษา โดยเฉพาะมีคฤศเทศก์ภาษาอื่นๆ ธุรกิจการท่องเที่ยว SMEs ยังต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วนเป็นจำนวนมาก สินค้า



และบริการมาตรฐานควบคุมราคาสินค้าและบริการ ความไม่ปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ ตลอดจนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่ยังขาดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ และขาดการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ยังมีอุปสรรคที่ส่งผลในแง่ลบต่อประเทศไทยอยู่อีก เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีภาวะการแข่งขันสูงและคู่แข่งมีชื่อเสียงที่เข้มแข็งประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค ไม่ว่าจะเป็นมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม หรือแม้แต่ทักษะด้านภาษาของคนไทยที่ค่อนข้างต่ำ รวมถึงทัศนคติในการบริการของคนไทย ต้นทุนผู้ประกอบการด้าน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น และผลกระทบจากความขัดแย้งทางการเมือง ทำให้สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวซบเซา จำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวลดลง ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ล้วนแล้วต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง และฟื้นฟู เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในตลาดท่องเที่ยว

๖. ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศไทยในตลาดท่องเที่ยวอาเซียน

๖.๑ มีแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก ๕ แห่ง

ประเทศไทยมีเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร (พุทธศักราช ๒๕๓๔) นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (พุทธศักราช ๒๕๓๔)

แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง (พุทธศักราช ๒๕๓๕) เป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม และมีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร (พุทธศักราช ๒๕๓๔) และผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นเรศวร (พุทธศักราช ๒๕๓๕) เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ ๒ แห่ง (ศูนย์มรดกโลก. (ออนไลน์). Available: <http://www.thaiwhic.go.th/>)

๖.๒ มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและตำแหน่งที่ตั้ง

ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่มีอาณาเขตติดต่อกับพรมแดนประเทศเพื่อนบ้าน จึงมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งโครงข่ายถนนเชื่อมโยงระหว่างประเทศ มีการเชื่อมต่อเส้นทางรถไฟกับประเทศลาวและมาเลเซีย มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว มากถึง ๕ แห่ง ที่เปิดใช้งานแล้ว มีท่าอากาศยานนานาชาติอยู่ในความดูแลของ ทอท. จำนวน ๖ แห่ง ท่าอากาศยานอยู่ภายใต้การดูแลของกรมการบินพลเรือนอีก ๒๘ แห่ง และท่าอากาศยานอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด อีก ๓ แห่ง ซึ่งเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ๒๕๕๘ ประเทศไทยจะมีความได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง (Geographical Advantage) มากกว่าประเทศ

เพื่อนบ้าน เนื่องจากทำเลที่ตั้งและมีศักยภาพในการเป็นประตูการค้าของภูมิภาคอินโดจีน เป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคที่มีอาณาเขตติดต่อกับพรมแดนประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ ครอบคลุมประชากรราว ๒ พันล้านคนหรือ ๑/๓ ของโลก อีกทั้งยังมีปัจจัย

สนับสนุนจากการขยายตัวของสนามบินในภูมิภาค โดยบริษัททำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) คาดว่าปริมาณผู้โดยสารของทำอากาศยานสุวรรณภูมิจะเพิ่มขึ้นจาก ๕๓.๐ ล้านคน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ เป็น ๕๖.๙ ล้านคน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ และเพิ่มเป็น ๗๐.๑ ล้านคนในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ และปริมาณผู้โดยสารทางอากาศ ณ ทำอากาศยานดอนเมืองเพิ่มขึ้นจาก ๕.๙ ล้านคน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ เป็น ๒๐.๕ ล้านคน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ และเพิ่มเป็น ๒๗.๖ ล้านคน ในปี พ.ศ. ๒๕๖๓

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ นิตยสารทราเวล แอนด์ เลเจอร์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ฉบับเดือนมกราคม ๒๕๕๖ ได้ประกาศผลรางวัลโรงแรมที่ดีที่สุดในโลก (T+L 500 The World's Best Hotels) โดยโรงแรมสุโขทัย กรุงเทพฯ ได้รับการจัดอันดับให้เป็น ๑ ใน ๕๐๐ จากการรวบรวมโรงแรมและรีสอร์ท ๕๐๐ แห่งทั่วโลกที่ได้รับผลคะแนนสูงสุดจากการสำรวจและคัดเลือกโดยผู้อ่านของนิตยสาร อีกทั้งก่อนหน้านี้ โรงแรมสุโขทัยก็ยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในโรงแรมในเมืองที่ดีที่สุดในเอเชีย

(Top City Hotels in Asia) โดยนิตยสารเดียวกันนี้ ในเดือนสิงหาคม ๒๕๕๕ ทั้งนี้ จากการสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ พ.ศ. ๒๕๕๕ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๕๕) จำนวนทั้งสิ้น ๙,๗๖๕ แห่ง ในปี ๒๕๕๔ ทั่วประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใน



ภาคใต้ ประมาณ ๓,๗๐๓ แห่ง หรือร้อยละ ๓๗.๕ รองลงมา ตั้งอยู่ในภาคกลางประมาณ ๒,๔๐๖ แห่ง หรือร้อยละ ๒๔.๔ สำหรับโรงแรมและเกสต์เฮาส์ที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีประมาณ ๑,๙๒๒ แห่ง และ ๑,๑๕๑ แห่ง หรือร้อยละ ๑๙.๕ และร้อยละ ๑๑.๗ ตามลำดับ สำหรับโรงแรมและเกสต์เฮาส์ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีประมาณ ๖๘๓ แห่ง หรือร้อยละ ๖.๙ การดำเนินการของโรงแรมและเกสต์เฮาส์นอกจากจะให้บริการด้านห้องพักแล้วยังมีการให้บริการด้านอื่น ๆ เช่น ห้องประชุม/สัมมนา และธุรกิจบริการต่าง ๆ เป็นต้น

จากการสำรวจพบว่า โรงแรมและเกสต์เฮาส์ที่มีห้องประชุม/สัมมนามีประมาณร้อยละ ๑๙.๘ มีห้องประชุม/สัมมนาทั้งสิ้นประมาณ ๕,๑๑๖ ห้อง ในจำนวนนี้มีการบริหารจัดการประชุม/สัมมนาเฉลี่ยต่อกิจการประมาณ ๙๙ ครั้งต่อปี และมีผู้เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย ๑๓๕ คนต่อครั้ง

ส่วนด้านการบริการสุขภาพในประเทศไทยนั้น พบว่ามีชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลเป็นจำนวนมากและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น



ทุกปี ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพในภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia) โดยประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านคุณภาพการบริการ ความพร้อมของบุคลากรด้านการแพทย์ ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ความ

ทันสมัยของอุปกรณ์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ และเมื่อเทียบอัตราค่ารักษาพยาบาลที่สมเหตุสมผล ทั้งนี้ เพราะโรงพยาบาลเอกชนมียุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการบริหารงานในรูปแบบเครือข่ายที่ช่วยให้โรงพยาบาลสามารถควบคุมต้นทุนการให้บริการได้ นอกจากนี้

โรงพยาบาลเอกชนไทยหลายแห่งได้ผ่านการรับรองมาตรฐานความน่าเชื่อถือในระดับสากล สร้างความมั่นใจในคุณภาพมาตรฐานการรักษายาบาลให้แก่ชาวต่างชาติ

จากข้อมูลของกรมสนับสนุนการบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขพบว่า จำนวนต่างชาติที่เข้ารับบริการสุขภาพในไทยเพิ่มขึ้นจาก ๑,๓๗๓,๘๐๗ คน ในปี ๒๕๕๐ เป็น ๒,๒๔๐,๐๐๐ คน ในปี ๒๕๕๔ โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ ๑๓.๐ ส่งผลให้รายได้จากการรักษาพยาบาลเพิ่มสูงขึ้นจาก ๔๑,๐๐๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๕๐ เป็น ๙๗,๘๗๔ ล้านบาท



ในปี ๒๕๕๔ สำหรับปี ๒๕๕๕ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุขประมาณการจำนวนชาวต่างชาติที่เข้ารับบริการสุขภาพราว ๒,๕๓๐,๐๐๐ คน และประมาณการรายได้ ๑๒๑,๖๕๘ ล้านบาท (มิสเตอร์ M. ๒๕๕๖: ๓๓) และจากผลการสำรวจของนิตยสาร มีชื่อว่า แพทีนส์ บียอนด์ บอร์ดเดอร์ (Patients Beyond Borders) ซึ่งเป็นนิตยสารชั้นนำที่จัดพิมพ์คู่มือการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพระหว่างประเทศ เปิดเผยว่า ประเทศไทยได้รับการจัดให้ครองอันดับ ๑ ตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทั่วโลกประจำปี ๒๐๑๓ เนื่องจากไทยมีความหลากหลายด้านการบริการรักษาสุขภาพที่คุ้มค่ากับที่สุดของโลก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ทั้งนี้ ไทยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนด้านการรักษาดูแลสุขภาพถูกกว่า

สหรัฐฯ ประมาณ ๕๐ - ๗๐% นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมา ไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาพักผ่อน เพื่อใช้บริการด้านท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมากถึง ๑.๒ ล้านคน ทำให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอันดับดังกล่าวในอันดับแรกของกลุ่มเป้าหมายนี้

๖.๓ มีแหล่งท่องเที่ยวและเทศกาลที่ได้รับ ความนิยม

ผลจากการให้โหวตเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก (The World's Best Award 2013) ของเว็บไซต์นิตยสารเทรเวล แอน เลเซอร์ (Travel & Leisure) โดยพิจารณาจากสถานที่ท่องเที่ยว ทัศนียภาพ ความสวยงาม ความรื่นรมย์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี อาหารการกิน แหล่งจับจ่ายใช้สอย ความเป็นมิตรของผู้คน และความคุ้มค่าของเงิน พบว่า กรุงเทพฯ ได้รับการโหวตให้อยู่ในอันดับที่ ๑ ส่วนเชียงใหม่ก็ติดอันดับที่ ๑๐ ของเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก และจากการสำรวจของ Trip Advisor สำรวจรายชื่อจุดหมายปลายทางยอดนิยมประจำปี ๒๐๑๓ Traveller's Choice Destination Awards ครั้งที่ ๕ พบว่า กรุงเทพฯ ถูกโหวตให้ครองอันดับที่ ๑ ในจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดในเอเชีย และเป็นอันดับที่ ๑๓ ของโลก ส่วนเชียงใหม่ก็ครองอันดับที่ ๒๔ ในจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดในโลก และเป็นอันดับที่ ๖ ของเอเชีย และจากผลการสำรวจของทริปอินเด็กซ์ ซิตี้ส์ ๒๐๑๓ (Trip Index Cities 2013) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้ชีวิตยามค่ำคืนของนักท่องเที่ยว และการเข้าพัก ๑ คืน สำหรับ ๒ คน ตามเมืองหลักๆ ในเอเชียและทั่วโลกพบว่า กรุงเทพฯ ยังติดอันดับ ๒ ของเอเชีย และอันดับ ๖ จากทั่วโลก ที่เป็นเมืองที่มีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด โดยมีค่าใช้จ่ายรวมที่ ๕,๗๓๔.๐๒ บาท ตลอดจนลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกาะนั้น เกาะพังนังได้รับอันดับสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม และความนิยมในการเป็นจุดหมายปลายทางในช่วงวันหยุดพักผ่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวถูกที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

และในปี ๒๐๑๓ ทางเว็บไซต์เนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก ดอทคอม ได้ทำการจัดอันดับเกาะสวยที่สุดในโลก พบว่า หมู่เกาะอันดามัน อยู่อันดับที่ ๑๐ เกาะที่สวยงามที่สุดในโลก

ส่วนงานเทศกาลนั้น ประเทศไทยมีเทศกาล “งานลอยกระทงสุโขทัย” เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกจนติดอันดับที่ ๒ ของ “สุดยอดเทศกาลโลก” ที่เว็บไซต์ Skyscanner (HYPERLINK “http://www.skyscanner.net” www.skyscanner.net) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ชื่อดังของอังกฤษ ได้ลงบทความแนะนำเทศกาลที่เต็มไปด้วยสีสันน่าตื่นตาตื่นใจที่สุดของโลก ในหัวข้อ “10 of the World’s Most Amazing Festivals” เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวได้ไปเยือน รวมทั้งในส่วนของภัตตาคารและร้านอาหารนั้น จากผลการจัดอันดับรางวัล The Diners Club® ๕๐ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้นำระดับนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมได้จัดเลือกร้านอาหารที่ดีที่สุด ๕๐ อันดับพบว่า มีร้านอาหารของไทย ๕ ร้านติดอันดับได้แก่ ร้านอาหารน้ำ โดยเชฟเดวิด ทอมป์สัน ที่มีสูตรอาหารต้นตำรับไทยแบบดั้งเดิม ได้รับรางวัลของซาน เฟลเลกเก้โน ในฐานะร้านอาหารที่ดีที่สุดในประเทศไทย และติดอันดับ ๓ ใน ๕๐ อันดับร้านอาหารที่ดีที่สุดในเอเชีย ร้านกากกัน หรือ Gaggan ติดอันดับที่ ๑๐ สร้างสรรค์อาหารอินเดียตำรับใหม่ ดัดแปลงสูตรอาหารอินเดียคลาสสิก ร้าน Eat Me ติดอันดับที่ ๑๙ ร้านสระบัว บาย กินกิน ติดอันดับที่ ๒๙ และร้านโบ.ลาน ติดอันดับที่ ๓๖ ส่วนอาหารไทย ข้อมูลจากเว็บไซต์ซีเอ็นเอ็น โก จัดอันดับ ๕๐ เมนูอาหารที่อร่อยที่สุดในโลก มีเมนูของไทยโผล่ติดอันดับจำนวนมาก โดยเฉพาะอันดับ ๑ ที่แกงมัสมั่นของไทย ที่ถูกโหวตจากคนทั่วโลก ให้เป็นอาหารที่อร่อยที่สุดของมนุษยชาติ ต้มยำกุ้ง ติดอันดับที่ ๘ น้ำตกหมู อยู่ในอันดับที่ ๑๙ ส้มตำ อยู่ในอันดับที่ ๔๖

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

๑. สรุปผลการวิจัย

ด้วยคุณสมบัติของประเทศไทย ที่มีตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่กึ่งกลางของภูมิภาค การมีพรมแดนติดต่อกับประเทศลาว มาเลเซีย กัมพูชา และพม่า มากถึง ๓๐ จังหวัด และมี ๒ จังหวัดที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านมากกว่า ๑ ประเทศ มีด่านการค้าชายแดนทั้งสิ้น ๘๙ ด่าน มีโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคการส่งออกมากถึงร้อยละ ๗๓.๕๗ ของ GDP มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบส่งออกมากกว่าประเทศคู่ค้าในภูมิภาคหลายรายการ ทั้งยังได้ดุลการค้ากับอาเซียนเป็นส่วนใหญ่ ตลอดจนการมีความพร้อมในด้านโลจิสติกส์ทั้งทางอากาศ ทางน้ำ ทางราง และทางบก การมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม และทางธรรมชาติรวมกันถึง ๕ แห่ง ความโดดเด่นในเรื่องของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย ซึ่งได้รับการขนานนามว่า เป็น “Land of Smile” มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการโหวตให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกหลายแห่ง โดยกรุงเทพมหานคร ได้รับการโหวตให้เป็นอันดับ ๑ ของเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก และเมืองจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดใเอเชีย ส่วนจังหวัดเชียงใหม่อยู่อันดับ ๑๐ ของเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด และอันดับ ๖ ของเมืองจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดในเอเชีย ทั้งยังมีเทศกาลที่น่าสนใจติดอันดับ ๒ ของสุดยอดเทศกาลโลก มีโรงแรมที่พักติดอันดับ ๑ ใน ๕๐๐ แห่งทั่วโลก มีการให้บริการด้านสุขภาพที่มีชื่อเสียง และมีอาหารไทยที่ขึ้นชื่อติดอันดับโลกหลายรายการ

ดังนั้น จากผลการวิจัย ตลอดจนคุณสมบัติที่โดดเด่นและจุดแข็ง-โอกาสของประเทศไทย พิจารณาร่วมกับศักยภาพของประเทศในกลุ่มอาเซียน ในด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ การค้าชายแดน และการท่องเที่ยวภายใต้ความตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะมีความสมบูรณ์อย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ นี้ จึงได้เสนอแนะกรอบการดำเนินยุทธศาสตร์เศรษฐกิจการค้า และเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมได้ ทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ดังนี้

๒. ข้อเสนอแนะ

๑. ด้านการค้าระหว่างประเทศ		
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมอุตสาหกรรม พร้อมมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเพื่อการส่งออก		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์สินค้าจากประเทศไทยในตลาดการค้าระหว่างประเทศ พร้อมให้ BOI และกระทรวงอุตสาหกรรมดำเนินการกำกับ และส่งเสริมการผลิตในอุตสาหกรรมพิกัดสินค้าที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการส่งออก อาทิ น้ำตาล (พิกัด ๑๗) ผลิตภัณฑ์แร่ (พิกัด ๒๕) เครื่องสำอาง (พิกัด ๓๓) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง (พิกัด ๔๐) พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก (พิกัด ๓๙) ยานพาหนะที่ไม่ใช่รถไฟ (พิกัด ๘๗) นำร่องการดำเนินนโยบาย
	ระยะยาว	สนับสนุนภาคเอกชนในการพัฒนาคุณภาพสินค้า และนำเสนอตราสินค้าในตลาดระหว่างประเทศ มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ พร้อมรักษาและกำกับมาตรฐานการผลิตอย่างต่อเนื่องและเข้มงวดมากขึ้น เพื่อคงไว้ซึ่งชื่อเสียงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในแบรนด์สินค้าที่ผลิตจากประเทศไทย พร้อมดำเนินนโยบายยกระดับและพัฒนาคุณภาพ ภาพลักษณ์สินค้าเพื่อการส่งออกของประเทศ ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น (Value Added) ด้วยคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานสากล
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	<p>๑.๑ กระทรวงพาณิชย์ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โดยเน้นประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อนำเสนอสินค้าของประเทศไทย พร้อมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์จากประเทศไทย พร้อมพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการนำเสนออย่างมืออาชีพ และมีทักษะทางภาษาในการสื่อสารที่ดีประจำบูธ</p> <p>๑.๒ กระทรวงอุตสาหกรรมและ BOI ร่วมมือกันดำเนินนโยบายกำกับ ส่งเสริม และสนับสนุนการผลิตในอุตสาหกรรม น้ำตาล ผลิตภัณฑ์แร่ เครื่องสำอาง ยางและผลิตภัณฑ์ยาง พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก ยานพาหนะที่ไม่ใช่รถไฟ ด้วยการมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเพื่อการส่งออก</p>	
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยกระดับพัฒนากลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยเคยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านการส่งออก		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	กำหนดมาตรฐานและกำกับกระบวนการผลิต พร้อมสนับสนุนการบริหารจัดการตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิตในภาคอุตสาหกรรมตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ ไปจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ เพื่อยกระดับการผลิต กำหนดคุณภาพมาตรฐาน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
	ระยะยาว	สนับสนุนโครงการที่นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ งานประดิษฐ์เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ พร้อมต่อยอดพัฒนาโครงการดังกล่าว ให้สามารถใช้ได้จริงในอุตสาหกรรมการผลิตของประเทศ รวมทั้ง ลดต้นทุนในการผลิต และต้นทุนโลจิสติกส์
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	<p>๒.๑ ภาครัฐควรสนับสนุนการจัดตั้งองค์กรบริหารจัดการกลาง เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต โดยมีการกระจายผลประโยชน์ ผลตอบแทน และปันผลให้แก่สมาชิกในเครือข่ายอย่างทั่วถึงและเหมาะสม</p> <p>๒.๒ กระทรวงอุตสาหกรรมควรเร่งศึกษาโครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมในหมวดสินค้าที่ประเทศไทยเคยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทั้งในประเทศ และที่เป็นเจ้าตลาดในสินค้านั้นๆ เพื่อวิเคราะห์การผลิตเพิ่มคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้น</p> <p>๒.๓ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกับภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา จัดโครงการแข่งขันนำเสนอสิ่งประดิษฐ์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมการผลิตในภาคอุตสาหกรรม</p> <p>๒.๔ กระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมมือกับ สมาคมไทย-ญี่ปุ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำการพัฒนาระบบการผลิตด้วยเทคโนโลยี หรือ เครื่องมือใหม่ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ พร้อมทำการพัฒนาบุคลากรโดยเฉพาะช่าง Safety และวิศวกรที่มีฝีมือให้เพียงพอ เนื่องจากปัจจุบันในภาคอุตสาหกรรมขาดแคลนแรงงานในกลุ่มนี้</p>	

๑. ด้านการค้าระหว่างประเทศ (ต่อ)		
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๓ ขยายตลาดในกลุ่ม CLMV (ประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม)		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	สนับสนุนภาคเอกชนในการเข้าทำตลาดเพื่อการส่งออก มุ่งขยายและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด และสร้างความเชื่อมั่น ความศรัทธาในสินค้าของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในกลุ่มสินค้าส่งออกหลักของกลุ่มนี้ อาทิ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำตาลทราย รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
	ระยะยาว	ผลักดันสินค้ากลุ่มอื่นๆ นอกเหนือจากรายการสินค้าส่งออกหลัก เข้าทำตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV เพิ่มเติม และแสวงหาความร่วมมือทางการค้าระหว่างไทยกับแต่ละประเทศในกลุ่ม CLMV
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	๓.๑ กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือกันขยายพื้นที่ทางการตลาด และจัดงานแสดงสินค้าเพื่อผลักดันสินค้ากลุ่มอื่นๆ นอกเหนือจากรายการสินค้าส่งออกหลัก	๓.๒ ดำเนินการทำความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศภายใต้เงื่อนไขพิเศษระหว่างไทยกับประเทศในกลุ่ม CLMV
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๔ ขยายตลาดในกลุ่มอาเซียน (ASEAN) นอกเหนือจาก CLMV		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ส่งเสริม และสนับสนุนการขยายตลาด ด้วยยุทธศาสตร์เชิงรุกทางการค้า โดยสามารถสนับสนุนสินค้าส่งออกสำคัญ ๑๐ รายการแรกของไทยที่ส่งออกไปอาเซียน อาทิ น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล ฯลฯ ให้มีตลาดที่ใหญ่ขึ้นก่อนส่งเสริมรายการสินค้าอื่นๆ เพื่อการส่งออกต่อไป และเน้นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย และตลาดที่มีจำนวนประชากรมาก คือ อินโดนีเซีย
	ระยะยาว	ดำเนินนโยบายความร่วมมือ ในการร่วมกันสนับสนุนช่องทางการลงทุน และการพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกให้ดียิ่งขึ้น
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	๔.๑ กระทรวงพาณิชย์ดำเนินนโยบายสนับสนุนการขยายตลาดในกลุ่มอาเซียน ด้วยการสนับสนุนสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย จัดงานแสดงสินค้าในตลาดอาเซียน ภายใต้การขอความร่วมมือระหว่างกันแต่ละประเทศในกลุ่ม	๔.๒ ร่วมมือกับคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และกระทรวงอุตสาหกรรม ในการเพิ่มช่องทางการลงทุน และพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกให้ได้มาตรฐานที่สากลยอมรับ
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมการผลิตกับประเทศเพื่อนบ้าน		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	สนับสนุนให้ภาคเอกชน กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ทำการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการผลิตเป็นโรงงานสาขาในประเทศเพื่อนบ้านที่มีต้นทุนค่าแรงต่ำ และใกล้แหล่งวัตถุดิบ พร้อมทั้งสนับสนุนให้ดำเนินการในลักษณะของการทำคลัสเตอร์ระหว่างกัน โดยการเป็นพันธมิตรทางการค้าและการผลิตระหว่างกันในรูปแบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam) ที่ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า GSP จากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว
	ระยะยาว	แสวงหาความร่วมมือระหว่างประเทศโดยการเจรจาของภาครัฐ เพื่อให้การเชื่อมโยงเครือข่ายอุตสาหกรรมของภาคเอกชนระหว่างกันมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	๕.๑ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมมือกับกระทรวงอุตสาหกรรม จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และนำเสนอนิทรรศการอุตสาหกรรมการผลิตของประเทศไทย เพื่อให้ความรู้และสร้างแรงจูงใจนักลงทุน และภาคการผลิตอุตสาหกรรมของประเทศเพื่อนบ้าน ให้ร่วมเป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมการผลิต	๕.๒ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแสวงหาพันธมิตรทางการค้าและการผลิต ให้พัฒนาไปในรูปแบบการทำคลัสเตอร์ระหว่างกัน เชื่อมโยงอุตสาหกรรมห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam)

๑. ด้านการค้าระหว่างประเทศ (ต่อ)		
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๖ ปรับลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก และปรับลดระดับราคาพลังงานเชื้อเพลิงเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะด้านการขนส่ง ด้วยมาตรการหรือนโยบายเฉพาะสำหรับผู้ใช้งานเชื้อเพลิงด้านการขนส่ง อาทิ ตัวเชื้อเพลิง เป็นต้น
	ระยะยาว	ผลักดันแผนงานตามกรอบการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม อาทิ “แผนงานพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายทางรถไฟที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เป็นโครงข่ายการขนส่งหลักของประเทศ” และ “แผนงานพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนการขนส่งสินค้าทางน้ำ” ให้สำเร็จ
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๖ ปรับลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์		
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	๖.๑	กระทรวงพลังงาน ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินนโยบายสนับสนุนภาคโลจิสติกส์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนส่ง ที่มีการใช้พลังงานทางเลือก ด้วยรูปแบบของการปรับลดภาษีสำหรับดำเนินธุรกิจ ตลอดจนดำเนินมาตรการเฉพาะผู้ใช้งานเชื้อเพลิงด้านการขนส่ง
	๖.๒	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมผลักดันกรอบการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตามร่างพระราชบัญญัติให้กระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมของประเทศ อาทิ “แผนงานพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายทางรถไฟที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เป็นโครงข่ายการขนส่งหลักของประเทศ” และ “แผนงานพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนการขนส่งสินค้าทางน้ำ”
๒. ด้านการค้าชายแดนของประเทศไทย		
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการค้าชายแดน		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	พัฒนาด้านการค้าชายแดนที่มีอยู่ในจำนวน ๘๘ ด่าน ซึ่งปัจจุบันมีด่านถาวร ๓๔ ด่าน ให้เป็นด่านถาวรเพิ่มขึ้น เพื่อสนองตอบการค้าที่ขยายตัว รวมทั้ง พัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีความพร้อมและสะอาด ถูกหลักอนามัย เพื่อเสริมบรรยากาศการค้าในเขตพื้นที่ให้ดีขึ้น
	ระยะยาว	เชื่อมโยงแผนนโยบายการค้าชายแดน เข้ากับแผนการท่องเที่ยวของประเทศ สร้างรายได้ให้กับชุมชนชายแดน โดยการลงทุน และอาชีพให้ ทำให้เศรษฐกิจภูมิภาคที่มีพื้นที่ติดชายแดนขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างยั่งยืน รวมทั้ง จัดทำฐานข้อมูลออนไลน์อย่างเป็นระบบ และเป็นปัจจุบัน
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ		หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการฟื้นฟู พัฒนา และปรับปรุงพื้นที่ด้านการค้าชายแดน ที่ยังไม่ได้เป็นด่านถาวรให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบพร้อมเปิดเป็นด่านถาวรเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์ให้เป็นระบบ ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๒ สร้างเสริมความร่วมมือ เชื่อมโยงการคมนาคม เขตพื้นที่การค้าชายแดน		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	พัฒนาเส้นทางการคมนาคมให้มีความสะดวก ปลอดภัย พร้อมส่งเสริมศักยภาพภาคโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงอาเซียนที่ผ่านไทย ๓ เส้นทาง ได้แก่ แนวเส้นทางแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือใต้ ซึ่งมีเส้นทางเชื่อมผ่านไทย ๒ เส้นทาง เชื่อมผ่าน ลาว พม่า และจีน แนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก ผ่านไทยเพื่อเชื่อมโยงทะเลจีนใต้กับมหาสมุทรอินเดีย และแนวระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ ซึ่งมี ๓ เส้นทางที่เชื่อมโยงไทย กัมพูชา เวียดนาม
	ระยะยาว	บูรณาการความร่วมมือระหว่างประเทศและเขตการค้าชายแดน ตลอดจนผลักดันแผนการพัฒนาการคมนาคม และ “แผนพัฒนาประตูการค้าหลักและประตูการค้าชายแดน โดยพัฒนาโครงการพื้นฐาน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก” “ปรับปรุงด่านพรมแดน การก่อสร้างศูนย์การเปลี่ยนถ่ายรูปแบบการขนส่งสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพระบบถนนในโครงข่ายการเดินทางและขนส่งทางถนน”

๒. ด้านการค้าชายแดนของประเทศไทย (ต่อ)		
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	กระทรวงคมนาคมร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ ผลักดันการพัฒนาเส้นทางการคมนาคม โดยเฉพาะเส้นทางเชื่อมโยงแนวเส้นทางแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือใต้ แนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก และแนวระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ให้เกิดการพัฒนา สะดวกต่อการเดินทาง ปลอดภัย	
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาลินค้า ภาพลักษณ์ และกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ให้มีระบบที่เข้าถึงง่าย และเป็นสากล		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ลดขั้นตอนในการดำเนินงานส่วนราชการที่ซ้ำซ้อนของประเทศไทย เพื่อลดระยะเวลาในการดำเนินการการค้าชายแดนลง พร้อมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าของประเทศไทย
	ระยะยาว	พัฒนากฎระเบียบและโครงสร้างการดำเนินงานของส่วนราชการให้มีความเป็นสากล เข้าถึงได้ง่าย ไม่ซ้ำซ้อน เน้นความคล่องตัว ถูกต้อง และโปร่งใส ตลอดจนจนกระทรวงพาณิชย์ควรทำการตลาดเชิงลึกในตลาดการค้าชายแดนด้วยกลุ่มสินค้าที่มีการค้าชายแดนระหว่างกันรายการต้นๆ นำร่องโครงการ
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	<p>๓.๑ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการพัฒนา ปรับปรุง ขั้นตอนการดำเนินงานส่วนราชการที่ซ้ำซ้อน และพัฒนากฎระเบียบและโครงสร้างการดำเนินงานของส่วนราชการให้มีความเป็นสากล เข้าถึงได้ง่าย ไม่ซ้ำซ้อน เน้นความคล่องตัว ถูกต้อง และโปร่งใส</p> <p>๓.๒ กระทรวงพาณิชย์ทำการตลาดเชิงลึกในตลาดการค้าชายแดนตลอดทั้งกระบวนการ อาทิ สำรวจตลาด วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น</p>	
๓. ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย		
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มคลัสเตอร์ภูมิสังคมการท่องเที่ยว		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ส่งเสริมการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่ที่มีทรัพยากรคล้ายคลึงกัน เช่น กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง พื้นที่ภาคกลางตามเส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา กลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก กลุ่มท่องเที่ยวมหัศจรรย์สองสมุทร ในเขตพื้นที่ภาคใต้ เป็นต้น
	ระยะยาว	ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อแนะนำและนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มคลัสเตอร์ ร่วมกับการท่องเที่ยวตามวิถีชุมชน ด้วยการสนับสนุนการจัดทำโครงการภาพยนตร์เพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย และหนังสือออนไลน์อย่างต่อเนื่อง
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่ที่มีทรัพยากรใกล้เคียงกัน พร้อมประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และขอความร่วมมือกับภาคเอกชนในการร่วมโปรโมทรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ด้วยการส่งเสริมการจัดทำโครงการภาพยนตร์เพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย และหนังสือออนไลน์อย่างต่อเนื่อง	
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ประสานความร่วมมือ ในการจัดทำโครงการความร่วมมือระหว่างกัน ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะทางการแพทย์ ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องระดับความสามารถบุคลากรทางการแพทย์ ความคุ้มค่าในค่ารักษา และการบริการด้วย Service Mind ตามวัฒนธรรมของคนไทย ทั้งนี้ สามารถเริ่มในกลุ่มประเทศแถบเอเชียกลางนำร่องยุทธศาสตร์

๓. ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย (ต่อ)		
	ระยะยาว	ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางสุขภาพ (Medical Hub) มุ่งเน้นการเชื่อมโยงประสานธุรกิจบริการรักษาพยาบาล (การแพทย์เฉพาะทาง ทันตกรรม ตรวจร่างกาย) ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ (บริการสปา บริการนวดแผนไทย บริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ) และธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพและสมุนไพรไทยเข้าด้วยกันเป็นแพ็คเกจในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ		กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ขอความร่วมมือ กระทรวงต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงสาธารณสุข นำเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะทางการแพทย์ โดยเริ่มทำการตลาดในกลุ่มประเทศแถบเอเชียกลางนำร่องยุทธศาสตร์ก่อน แล้วพัฒนาเป็นศูนย์กลางสุขภาพ (Medical Hub) มุ่งเน้นการเชื่อมโยงประสานธุรกิจบริการรักษาพยาบาล สุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพและสมุนไพรไทย
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการช้อปปิ้ง และความบันเทิง		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำหนังสือแนะนำแหล่งช้อปปิ้งและสถานบันเทิงในย่านต่าง ๆ จัดทำแคมเปญเชิญชวนเที่ยวไทยในลักษณะทางเลือกใหม่ของการช้อปปิ้งและความบันเทิง โดยต้องสร้างจุดขายที่ไม่ซ้ำรูปแบบเดิม ปรับปรุงสถานที่ให้มีความสะอาด ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน
	ระยะยาว	ผลักดัน และสนับสนุนโครงการของรัฐเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เน้นเชื่อมโยงแหล่งช้อปปิ้งที่ทันสมัยของประเทศ ให้สามารถเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ		กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำหนังสือแนะนำแหล่งช้อปปิ้งและสถานบันเทิงในย่านต่าง ๆ จัดทำแคมเปญเชิญชวนเที่ยวไทยในลักษณะทางเลือกใหม่ของการช้อปปิ้งและความบันเทิง สนับสนุนโครงการของรัฐเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมโยงแหล่งช้อปปิ้งที่ทันสมัยของประเทศ ให้เดินทางสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก การท่องเที่ยวศิลปะ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก การวางแผนด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และสวัสดิการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย
	ระยะยาว	รณรงค์การท่องเที่ยวในเชิงการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และดำเนินการพัฒนา บุธนะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ		กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก เชิงสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย รณรงค์การท่องเที่ยวในเชิงการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดำเนินการพัฒนา บุธนะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม พร้อมดำเนินโครงการแผนด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และสวัสดิการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๕ การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการจัดประชุมและการจัดนิทรรศการต่างๆ		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและพัฒนามาตรฐานการจัดการประชุมให้อยู่ในระดับสากล
	ระยะยาว	เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม MICE (ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้า/นิทรรศการ) ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ		หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือผลักดันพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและพัฒนามาตรฐานการจัดการประชุมให้อยู่ในระดับสากล เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม MICE ด้วยการเป็นฐานการเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ และเชี่ยวชาญด้านงานบริการอย่างมืออาชีพ

๓. ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย (ต่อ)		
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๖ มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและกำลังซื้อสูง		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวนำร่องที่มีกำลังซื้อ พร้อมกับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศ Gulf Cooperation Council (GCC) (กาตาร์ โอมาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน คูเวต และซาอุดีอาระเบีย) ซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงในอนาคต พร้อมจัดแคมเปญการท่องเที่ยวตามไลฟ์สไตล์ของกลุ่มนี้เป็นพิเศษ
	ระยะยาว	พัฒนาบุคลากรด้านงานบริการการท่องเที่ยวในด้านภาษา ให้มีความหลากหลาย และสามารถสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยว BRIC และ กลุ่ม GCC ด้วยภาษาถิ่นของประเทศเหล่านี้ได้ ตลอดจนทำการสำรวจเชิงลึก ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อจัดแคมเปญและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดประสานไปกับวัฒนธรรมและมนต์เสน่ห์การท่องเที่ยวของประเทศไทย
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	<p>๖.๑ ททท. ทำประชาสัมพันธ์โดยมุ่งทำโฆษณาแก่นักท่องเที่ยวในกลุ่ม BRIC และ กลุ่มประเทศ Gulf Cooperation Council (GCC) ตลอดจนทำการสำรวจเชิงลึก ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อจัดแคมเปญและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดประสานไปกับวัฒนธรรมและมนต์เสน่ห์การท่องเที่ยวของประเทศไทย</p> <p>๖.๒ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาร่วมมือกับกระทรวงการต่างประเทศ จัดทำโครงการพัฒนาบุคลากรด้านงานบริการการท่องเที่ยวในด้านภาษา ให้มีความหลากหลาย และสามารถสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยว BRIC และ กลุ่ม GCC ด้วยภาษาถิ่นของประเทศเหล่านี้ได้</p>	
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๗ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และการคมนาคมขนส่ง		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	เชื่อมโยงระบบการขนส่งให้มีความสะดวก ปลอดภัย สนับสนุนการลดต้นทุนของผู้ประกอบการในการเดินทาง
	ระยะยาว	สร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค เพื่อสร้างโอกาสในการขยายตลาดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนผลักดันโครงการแผนพัฒนาเส้นทางคมนาคมของประเทศ
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องผลักดันเชื่อมโยงระบบการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค ด้วยโครงการแผนพัฒนาเส้นทางคมนาคมของประเทศ	
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๘ ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบอนุภูมิภาค		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	สนับสนุนความร่วมมือของตลาดเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบอนุภูมิภาค และสื่อสารประชาสัมพันธ์ ขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนภายใน - ภายนอกประเทศ ร่วมมือกันสนับสนุน
	ระยะยาว	ส่งเสริมและผลักดัน การเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมทางบกหมายเลข R3A (ไทย-ลาว-จีน) East-West Economic Corridor (จีน พม่า เวียดนาม ลาว กัมพูชา และไทย) และ North-South Economic Corridor (ไทย-ลาว-จีน) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง รวมทั้ง ขอความร่วมมือด้านนโยบาย กฎระเบียบข้อบังคับ และพิธีการระหว่างกัน

๓. ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย (ต่อ)		
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	<p>๘.๑ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการสำรวจ รวบรวมหลักฐานข้อมูลต่างๆ และกำหนดพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อวางแผนดำเนินการ พื้นฟู ปรับปรุง พัฒนา และบูรณาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้ความร่วมมือระหว่างอนุภูมิภาคตามพื้นที่ที่กำหนด</p> <p>๘.๒ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการกระชับความร่วมมือระดับอนุภูมิภาค ในประเด็นเงื่อนไขระเบียบข้อบังคับ และพิธีการต่างๆ ระหว่างกัน</p>	
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๙ วิซ่าเดียวเที่ยวทั่วอาเซียน		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ดำเนินการให้คำแนะนำหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เงื่อนไขระเบียบเรื่องวิซ่า พร้อมประสานความร่วมมือระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากับกระทรวงการต่างประเทศ ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลอันดีกับประเทศไทย และสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยว
	ระยะยาว	ขอความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างกัน ด้วยการปรับปรุงเงื่อนไขพิธีการส่วนราชการ และสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อประสานความร่วมมือยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	<p>๙.๑ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริม ร่วมมือ และดำเนินการฝึกอบรมทำความเข้าใจให้กับบุคลากร ถึงเงื่อนไขการตรวจคนเข้าเมือง และสนับสนุนการฝึกอบรมทักษะทางภาษา เพื่อสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ตอบสนองอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น</p> <p>๙.๒ ภาครัฐขอความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย ในด้านความพร้อมโครงสร้างพื้นฐาน ความสะดวกในการคมนาคม ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จุดเด่นในตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่กึ่งกลางของภูมิภาค ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ที่เป็นการจูงใจให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นแห่งแรกของภูมิภาค</p>	
แนวยุทธศาสตร์ที่ ๑๐ เชื่อมโยง ๓ สนามบิน		
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	ระยะสั้น	ผลักดันแผนการพัฒนาาระบบคมนาคมขนส่ง โครงการรถไฟความเร็วสูงสายตะวันออกระยะทาง ๒๒๑ กิโลเมตร ซึ่งเชื่อมสนามบิน ๓ แห่ง ด้วยการสำรวจและนำเสนอประโยชน์ที่จะได้รับในเชิงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อรัฐ
	ระยะยาว	พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามสถานีรถไฟความเร็วสูงสายตะวันออก และพื้นฟู ปรับปรุง พื้นที่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เหล่านั้น ให้มีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมผลักดันแผนการพัฒนาาระบบคมนาคมขนส่ง โครงการรถไฟความเร็วสูงสายตะวันออก พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามสถานีรถไฟความเร็วสูง พื้นฟู ปรับปรุง พื้นที่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เหล่านั้น ให้มีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

เนื่องจากข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มประเทศ CLMV ก่อนข้างมีข้อจำกัด ทาค่อนข้างยาก ขาดความสมบูรณ์ และไม่ทันสมัย ทำให้การวิเคราะห์เกิดอุปสรรค ไม่ครอบคลุมในทุกประเด็น ดังนั้น สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรดำเนินการศึกษา และวิจัยจัดทำฐานข้อมูลทางการค้าชายแดน และการท่องเที่ยวสำหรับประเทศในกลุ่ม CLMV เพื่อช่วยให้การศึกษาวิจัยแนวทางยุทธศาสตร์การค้าชายแดนและการท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงคมนาคม. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๔ - ๒๕๕๘ (ฉบับปรับปรุง). (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://vigportal.mot.go.th/portal/site/PortalMOT/>
- กระทรวงพาณิชย์. แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๖๔. (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www2.moc.go.th/ewtadmin/ewt_moc_web/ewt_dl_link.php?nid=5714
- ญาติ ประภาพรพันธ์. (๒๕๕๐). "ยุทธศาสตร์การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการพัฒนา การค้าชายแดน และการท่องเที่ยว อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย", มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (ออนไลน์). (๒๕๕๗). สืบค้นจาก <http://www.bot.or.th/Thai/Pages/BOTDefault.aspx>.
- พิมพ์สิริ พิซวงค์. (๒๕๕๓). "การศึกษาโครงสร้างและรูปแบบการค้าชายแดน ระหว่างประเทศไทยและลาวในจังหวัดน่าน". การค้นคว้าแบบอิสระ (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- มนตรี โสคติยานุรักษ์. (๒๕๕๗). "การยกระดับขีดความสามารถของประเทศในอาเซียน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน".
- มนตรี โสคติยานุรักษ์. (๒๕๕๕). "การศึกษาโอกาสและผลกระทบต่อประเทศไทย ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)".
- สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>
- อัมราภรณ์ ศรีกาญจนพัฒน์. (๒๕๕๕). "ผลกระทบการค้าชายแดนภาคเหนือตอนบนด้านอำเภอเชียงของที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจท้องถิ่น ภายใต้การเตรียมสู่ประชาคมอาเซียน". (สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อำไพ หรรณูรักษ์ และ วินา พันธุ์รัตน์. (๒๕๔๗). "กรอบยุทธศาสตร์การวิจัยด้านกติกามาตรการสากลเพื่อพัฒนาการค้าระหว่างประเทศไทย". รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการ. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- CIA The World Fact Book 2013. (Online). Retrieved from <https://www.cia.gov/library/publications/download/download-2013/index.html>.
- Ghialy Yap. (2011). "A PANEL COINTEGRATION ANALYSIS OF ECONOMIC INTEGRATION AND TOURISM EXPORTS IN ASEAN COUNTRIES". *International Journal of Business Studies: A Publication of the Faculty of Business Administration*, Edith Cowan University. Volume 19 Issue 4.
- Indira M. Hapsari and Donald MacLaren. (2012, August). "The Growth Effects of Services Trade Liberalization in ASEAN", *ASEAN Economic Bulletin*. Volume 29 (No. 2).
- Norsiah Kadir and Mohd Zaini Abd Karim. (2012, December). "Tourism and Economic Growth in Malaysia: Evidence from Tourist arrivals from ASEAN-5 Countries", *Ekonomika Istrazivanja*. Volume 25 (Issue 4).