



okmd

**FAST
FORWARD
TALK**

2 | สรุปสาระสำคัญ
ครั้งที่ | OKMD Fast Forward Talk



okmd

FAST FORWARD
TALK

KNOWLEDGE IS

OPPORTUNITY

CREATIVITY

INSPIRATION

VALUE

CREATION

OKMD Fast Forward Talk 2014 ครั้งที่ 2: ปันธุรกิจสร้างสรรคไทย ก้าวไกลในแดนมังกร

สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Office of Knowledge Management and Development (Public Organization) หรือ OKMD จัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกา “จัดตั้งสำนักงานบริหารพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2547” มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2547 มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและเยาวชนของประเทศ ทั้งนี้ สบร. ทำหน้าที่เป็นองค์กรในการผลักดันสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ และใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอผลงานในรูปแบบต่างๆ เพื่อยกระดับประเทศให้เป็นประเทศชั้นนำทั้งในภาคเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะ

ในการจัดงาน *OKMD Fast Forward Talk 2014 “โอกาสของคนไทยรุ่นใหม่วันนี้”* ในครั้งนี้เป็นการจัดทอล์คพิเศษ ในหัวข้อ “ปันธุรกิจสร้างสรรคไทย ก้าวไกลในแดนมังกร” โดยคุณอารยะ มาอินทร์ รองผู้อำนวยการสำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ได้กล่าวต้อนรับผู้ร่วมงาน ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

การจัดงาน OKMD Fast Forward Talk 2014 “โอกาสของคนไทยรุ่นใหม่วันนี้” ในครั้งนี้ เพื่อให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่นักธุรกิจที่มีความสนใจในการลงทุนในจีน และนักศึกษาหรือคนรุ่นใหม่เพื่อการเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตในการเลือกวิถีแห่งการดำเนินชีวิตหลังจบการศึกษา เนื่องจากข้อมูลของมหาวิทยาลัยพบว่าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ร้อยละ 38.5 เปรียบเทียบความต้องการที่จะทำธุรกิจของตนเอง รองลงมาคือรับราชการ และทำงานเอกชนตามลำดับ ดังนั้นการได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ จะเป็นประโยชน์ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการดำเนินธุรกิจและในการดำเนินชีวิต เพื่อแสวงหาความรู้ที่สอดคล้องกับเป้าหมาย

สำหรับกลุ่มความรู้ที่สำคัญคือ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกหรือเทรนด์ของโลก การรู้เท่าทันเทรนด์ของโลกจะเป็นข้อได้เปรียบสำหรับการนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อวางแผนการลงทุน รวมถึงวางแผนในการเตรียมตนเองเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งจะนำมาซึ่งโอกาสและความได้เปรียบ ซึ่งแนวโน้มของโลกในปัจจุบัน ได้แก่

- การที่สังคมโลกมีความเชื่อมโยงกันในแต่ละภูมิภาคและระหว่างประเทศต่างๆ เพื่อการให้เกิดผลประโยชน์ในด้านต่างๆ ทั้งด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ เช่น การรวมตัวของ AEC หรือ ASEAN Economics Community คือ การรวมตัวของชาติใน ASEAN 10 ประเทศ โดยมี ไทย, พม่า, ลาว, เวียดนาม, มาเลเซีย, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, กัมพูชา, บรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน จะมีรูปแบบคล้ายๆ กลุ่ม Euro Zone นั่นเอง จะทำให้มีผลประโยชน์, อำนาจต่อรองต่างๆ กับคู่ค้า อันหมายถึงประเทศอื่นๆ นอกอาเซียนได้มากขึ้นและส่งเสริมให้การนำเข้าและส่งออกของชาติในอาเซียนเสรีมากขึ้น โดยการรวมตัวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะมีผลอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 มกราคม 2558 (ค.ศ. 2015)

- การพัฒนาของเมือง ที่ทำให้เกิดชนชั้นกลางมากขึ้น
- การเป็นสังคมของผู้สูงอายุ ซึ่งจะมีกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุ ที่จะต้องศึกษาแนวทางความต้องการของกลุ่มนี้ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
- การคำนึงถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อม ที่กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ
- การเติบโตและการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน

แนวโน้มที่กล่าวมาล้วนเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการลงทุน และการเตรียมความพร้อมสำหรับคนรุ่นใหม่ เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการจัดงานในครั้งนี้จะทำให้เห็นภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงในการเข้าสู่ AEC และการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจและการเตรียมตัวของคนรุ่นใหม่ เพื่อการเข้าสู่ตลาดของจีนซึ่งเป็นตลาดใหญ่อีกหนึ่งตลาดของโลก

“โอกาสทางการสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ในจีนและ AEC”

โดย ศร.ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ นักวิชาการอิสระ

ได้กล่าวถึงประเด็นของ AEC กับจีน รวมถึงการจับคู่ทางการค้าของแต่ละประเทศ สำหรับสาระสำคัญในหัวข้อนี้สรุปได้ดังนี้

AEC เป็นการรวมตัวของ 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนในลักษณะการเป็น “ตลาดร่วม” หมายถึง การเปิดเสรีสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงาน การเปิดเสรีทั้ง 4 ประการ เป็นกระบวนการในการลดอุปสรรคของการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงาน ซึ่งจะทำให้เกิดปัจจัยอื่นๆเป็นผลติดตามมา

ในการเปิดแต่ละด้านจะมีกระบวนการต่างๆเกิดขึ้น การเปิดเสรีสินค้าจะต้องลดอุปสรรค 2 ประการ คือ กำแพงภาษีนำเข้า (TB) และอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) โดยเฉพาะอย่างยิ่งโควตาต้องเหลือศูนย์ ส่วนการเปิดเสรีบริการ เงินทุน และแรงงาน หมายถึง การแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) ในลักษณะให้เจ้าของบริการ เจ้าของเงินทุนหรือแรงงาน สามารถเคลื่อนย้ายไปอีกประเทศหนึ่งได้เสมือนเป็นบุคคลประเทศเดียวกัน ดังนั้นการรวมตัวเป็นตลาดร่วมทุกแห่งที่เกี่ยวกับการเปิดเสรีเงินทุนและบริการ จึงหมายถึงการอนุญาตให้บริษัทของประเทศสมาชิกที่รวมกลุ่มถือครองในสัดส่วนที่เกิน 50 % และมักจะตกลงที่ 100% เพียงแต่มีการกำหนดเงื่อนไขของเวลาที่เริ่มต้นและจบลงที่ 100 % ในลักษณะนี้กล่าวได้ว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งกำหนดเรื่องการบริการและเงินทุนที่ถือครองได้ 70%

สำหรับการเริ่มต้น AEC ในค.ศ. 2015 มีธุรกิจ 12 ประเภท ซึ่ง 5 ประเภทของธุรกิจจะอยู่ในภาคบริการ ได้แก่ การท่องเที่ยว IT โลจิสติกส์ สุขภาพ และการบิน ซึ่งเป็นเพียงการเริ่มต้น หมายความว่าในอนาคตต่อจากนั้นต้องเปิดให้ถึง 100% และขยายไปมากกว่า 5 ประเภท เช่นเดียวกับแรงงานที่ปัจจุบันจำกัดที่ 8 ประเภท เมื่อถึงจุดหนึ่งแรงงานที่เปิดเสรี อาจเพิ่มเป็น 9 หรือ 10 ประเภท และในอนาคตอาจไปไกลกว่านั้นรวมทั้งการเปิดเสรีแรงงานที่ไม่มีฝีมือด้วยดังกรณีที่เกิดกับประชาคมยุโรป

กระบวนการการเปิดเสรีสินค้า บริการ เงินทุนและแรงงานได้มีการดำเนินการมาก่อน ค.ศ. 2015 เช่น การเปิดเสรีสินค้าเริ่มต้นเมื่อ ค.ศ. 1993 ขณะนี้กระบวนการดังกล่าวได้จบลงเกือบหมดแล้ว และการเปิดเสรีสินค้านี้ได้กล่าวไว้ว่ารู้จักกันในนาม “AFTA” หรือเขตการค้าเสรีอาเซียน ในด้านการเปิดเสรีบริการได้เริ่มมาตั้งแต่ ค.ศ. 1995 ที่รู้จักกันในนาม “AFAS” (ASEAN Framework Agreement on Services) และในค.ศ. 1995 - 1998 ก็คือจุดเริ่มต้นของการเปิดเสรีเงินทุนที่รู้จักกันในนาม “AIA” (ASEAN Investment Area) และการเริ่มเปิดเสรีแรงงานมีฝีมือก็มีการดำเนินการในกรอบของ AFAS และพลวัตการเปิดเสรีสินค้าและแรงงานจะยังขยายตัวต่อไปเนื่องจากกระบวนการต่างๆยังไม่จบ เช่นเดียวกับตลาดร่วมยุโรปการเปิดเสรีทางการเงินของสหภาพยุโรปในขณะนี้ก็ยังกำลังดำเนินการอยู่เนื่องจากกระบวนการต่างๆยังไม่ได้จบลงใน ค.ศ. 1992

การที่จะปรับตัวให้เข้ากับ AEC องค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือ การคิดในลักษณะที่สามารถใช้สมองวิเคราะห์และพยากรณ์ สิ่งที่จะเกิดในอนาคตได้ล่วงหน้า เราเรียกลักษณะการคิดดังกล่าวว่า มี “วิสัยทัศน์” (Visionary Mindset) ล้ำสมัย ทำและรู้ก่อนคนทั่วไป เนื่องจากโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและ AEC ก็เป็นตัวเร่งแห่งการเปลี่ยนแปลง การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต้องมีการเตรียมตัวให้ดีหรือมองเห็นอนาคต นั่นคือการที่สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสามารถปรับตัวให้ได้ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

สำหรับการสร้างสรรค์เสรีภาพทางการแข่งขัน การร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทำให้เกิดเหลี่ยมเศรษฐกิจต่างๆ ได้แก่

สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ หรือ IMT-GT (Indonesia-Malaysia-Thailand Great Triangle) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจทางตอนใต้ของไทย 5 จังหวัดร่วมกับตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะสุมาตราอินโดนีเซียและตะวันตกเฉียงเหนือของมาเลเซีย

สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ หรือ UPMEC (UPPER Mekhong Economic Cooperation) เริ่มแรกประกอบด้วยมณฑลยูนนาน เวียดนาม ลาว และ 8 จังหวัดทางเหนือของไทย (เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน) หรือประเทศบนแม่น้ำโขงตอนบน ต่อมาในปี 2544 ได้ขยายวงจากยูนนานรวมชื่อชว่น กวางซี ขณะที่ 8 จังหวัดทางเหนือของไทยขยายวงคลุมจังหวัดภาคเหนือตอนใต้ชื่อ 11 จังหวัด

ห้าเหลี่ยมเศรษฐกิจ หรือ ACMECS (Arawadi-Chaopraya-Mekhong Economic Cooperation Strategy) ประกอบด้วยเมียนมาร์ ไทย สปป.ลาว กัมพูชา และเวียดนาม

หกเหลี่ยมเศรษฐกิจ หรือ GMS (Greater Mekhong Supregion) ประกอบด้วยประเทศในลุ่มแม่น้ำโขงรวม 6 ประเทศ คือจีนตอนใต้ เวียดนาม ลาว ไทย กัมพูชา และเวียดนาม

เจ็ดเหลี่ยมเศรษฐกิจ หรือ BIMSTEC (Bangladesh-Indi-Myanmar-Sri lanka-Thailand Economic Cooperation) ประกอบด้วยภูฐาน และเนปาล รวมเป็น 7 ประเทศแถบอ่าวเบงกอล

การดำเนินการในส่วนของการอาเซียนกับจีน ได้มีการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับจีน ในระหว่างการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน-จีน ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน ค.ศ. 2002 ผู้นำอาเซียน-จีน ได้ลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน (Framework Agreement of ASEAN-China Comprehensive Economic Cooperation) กรอบความตกลงฯ ดังกล่าว เป็นข้อผูกพันทางกฎหมายระหว่างอาเซียนและจีนสำหรับการดำเนินการเจรจาต่อไปในอนาคต โดยมีลักษณะเป็นกรอบกว้าง ครอบคลุมเรื่องสำคัญๆ เช่น การค้าสินค้า การบริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการเปิดเสรีและความร่วมมือในด้านต่างๆ ในอนาคต ได้แก่ กรอบความร่วมมือด้านการค้าสินค้า กรอบความร่วมมือด้านการค้าบริการ กรอบความร่วมมือด้านการลงทุน ซึ่งมีข้อตกลงในเรื่องของการลดภาษี ให้มีการลดภาษีสินค้าส่วนแรก (EHP) ภายใต้พิกัดอัตราศุลกากร ตอนที่ 01-08 ซึ่งเป็นสินค้าเกษตร โดยเริ่มต้นการลดภาษีในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2004 และลดภาษีให้เหลือร้อยละ 0 ภายในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2006 การลดภาษีภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ครอบคลุมสินค้าส่วนใหญ่ โดยแบ่งรายการสินค้าเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ รายการสินค้าปกติ อัตราภาษีสุดท้ายคือ 0 และ รายการสินค้าอ่อนไหว ได้แก่ สินค้าที่ต้องการความคุ้มครองมากกว่าสินค้าปกติ และต้องการระยะเวลาการปรับตัวนานกว่า ซึ่งจะมีระยะเวลาการลดหย่อนหรือการยกเลิกภาษีช้ากว่าสินค้าปกติ สำหรับรายการสินค้าที่ได้รับการยกเว้นตามพันธกรณีของ WTO จะไม่ต้องนำมาลดภาษี ในส่วนของกรอบความร่วมมือด้านการค้าบริการอาเซียนและจีนได้ตกลงเปิดเสรีด้านการค้าบริการให้ก้าวหน้ามากขึ้น โดยยกเลิกหรือลดมาตรการที่เป็นอุปสรรคกีดกันการค้าทั้งหมดระหว่างกัน และห้ามใช้มาตรการที่เป็นการกีดกันปฏิบัติใหม่หรือมาตรการเลือกปฏิบัติที่มีเงื่อนไขมากขึ้นกว่าเดิม สำหรับกรอบความร่วมมือด้านการลงทุนอาเซียน-จีน ได้ตกลงให้มีการส่งเสริมการลงทุน การตั้งนโยบายการลงทุนที่แข่งขันเปิดกว้างและมีความโปร่งใส โดยได้มีการเพิ่มเติมให้ครอบคลุมเรื่องการปกป้องการลงทุนด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อตกลงในเรื่องของการลดภาษีสินค้าส่วนแรกและความตกลงว่าด้วยการค้าสินค้า ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้จะก่อให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้น โดยแต่ละประเทศจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพมากขึ้น

นอกจากนี้การจับคู่ทางธุรกิจของอาเซียนกับประเทศต่างๆ ก็เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะก่อให้เกิดโอกาสและการเสียเปรียบคู่แข่งทางการค้า การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit- EAS) หรือ ASEAN+6 เดิมเป็นข้อริเริ่มในกรอบอาเซียน+3 ซึ่งประกอบไปด้วยประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ และ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไปสู่การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออกซึ่งรวมประเทศ อินเดีย ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เพิ่มเข้ามา เพราะอาเซียนเห็นว่า ควรเปิดกว้างให้ประเทศนอกกลุ่มอาเซียนเข้าร่วม การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit-EAS) จะเป็นเวทีสำหรับหรือทางยุทธศาสตร์ที่เปิดกว้างให้ประเทศที่ตั้งอยู่นอก แต่มีความสนใจและมีบทบาทในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียตะวันออกเข้ามามีส่วนร่วมในกรอบความร่วมมือต่างๆ ในเอเชียตะวันออก ทำให้เห็นได้ว่ากลุ่มประเทศต่างๆ ทั้งในภูมิภาคเอเชียหรือภูมิภาคอื่นๆ ของโลกเริ่มหันมาให้ความสำคัญและสนใจในการเสริมสร้างความร่วมมือในด้านต่างๆ กับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยและประเทศในกลุ่มอาเซียนจะต้องมีการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เพื่อประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต

ในการเตรียมตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาข้างต้นสำหรับนักลงทุน คือ การเรียนรู้และศึกษาข้อมูลด้านต่างๆ ของประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่ง ตามคำกล่าวที่ว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง” ข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็น ได้แก่ ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง ศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม รวมถึงรายละเอียดปลีกย่อย เช่น กฎหมาย ระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุน แนวโน้มความเป็นไปของโลก ข้อมูลเหล่านี้ จะทำให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถดำเนินการธุรกิจได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ เช่น การตั้งโรงงานอุตสาหกรรมควรตั้งในภูมิภาคใด ค่าแรงงานในประเทศนั้นๆ การควบคุมสภาวะแวดล้อมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีกฎระเบียบข้อห้ามใดๆ หรือไม่ เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่นักลงทุนจะต้องทำการศึกษาล่วงหน้า

ส่วนของกลุ่มลงทุน ได้แก่ รัฐวิสาหกิจ หรือกับเอกชน ต้องพิจารณาถึงความเสี่ยง แม้ว่าการลงทุนกับรัฐวิสาหกิจจะดูเหมือนมั่นคงแต่ก็ยังมีความเสี่ยงอยู่ ในการที่จะเข้าไปลงทุนผู้ลงทุนอาจศึกษาข้อมูลจากการไปดูงานนิทรรศการทางการค้า การลงทุนที่จัด

ขึ้นเพื่อพบปะกับผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจเดียวกัน หรือศึกษาข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการลงทุน หรือการเดินทางไปพบปะกับนักธุรกิจหรือหน่วยงานด้วยตนเอง เหล่านี้คือช่องทางที่จะเข้าไปจับคู่ทางการค้า

สำหรับนักลงทุนที่สนใจจะลงทุนหรือขยายตลาดการค้าของตน ควรแน่ใจว่ากิจการหรือธุรกิจของตนที่มีอยู่ในประเทศเวลานี้มีความมั่นคงและสามารถอยู่รอดได้ก่อนทำการลงทุนหรือเปิดตลาดใหม่ ปัจจุบันความนิยมของผู้บริโภคนิยมสินค้าที่มีคุณภาพระดับ world class ดังนั้นสินค้าจะต้องได้คุณภาพ ซึ่งต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเรียนรู้คู่แข่งในธุรกิจเดียวกันและคู่แข่งที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเรา

บทสรุปก็คือ โลกกำลังเปลี่ยนแปลง และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ได้จบลงที่ AEC แต่จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement : TPP) เป็นความตกลงการค้าเสรีรอบพหุภาคี ที่มีมาตรฐานสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการบูรณาการทางเศรษฐกิจในด้านการเปิดตลาดการค้าสินค้า บริการและการลงทุน การปฏิรูป การสร้างความสอดคล้องในกฎระเบียบทางเศรษฐกิจให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น นโยบายการแข่งขัน การจัดซื้อโดยรัฐ ทรัพย์สินแห่งปัญญา มาตรฐานแรงงาน และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งแต่เดิมนั้น ประเทศสมาชิกประกอบด้วย ซิลิ นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ และบรูไน หรือที่เรียกว่า The Pacific -4 (P4) และต่อมา สหรัฐฯ ออสเตรเลีย เปรู เวียดนาม และมาเลเซียได้เข้าร่วมการเจรจาความตกลง TPP ซึ่งประเทศสมาชิก TPP ทั้ง 9 ประเทศต่างเป็นสมาชิก APEC ด้วย ทั้งนี้ ประเทศสมาชิก TPP ยังไม่มีแนวโน้มที่จะรับสมาชิกใหม่จนกว่าการเจรจาจะเสร็จสิ้น ดังนั้นการศึกษา เรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ ที่จะเรียนรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกจะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดจากการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน แม้ว่าการสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ในจีนและ AEC จะเป็นโอกาสสำหรับการลงทุน อย่างไรก็ตามสำหรับการทำธุรกิจในตลาดจีนสิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ การทำในสิ่งที่ตนเองชำนาญ การลงทุนที่คำนึงถึงความเสี่ยงน้อย การขยายฐานลูกค้า การสร้างเครือข่าย และการค่อยๆ ศึกษาเรียนรู้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการลงทุนมากที่สุด

“ความพร้อมของการท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน”

โดย ดร.รุ่งโรจน์ สีสื่อสวัตต์ รองประธานฝ่ายวิชาการ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย

ชาวจีนถือเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจไทย จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อปีที่เข้ามาในเมืองไทยมีจำนวนตัวเลขที่สูงขึ้นจากปี 2554 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนจะแบ่งเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ ระดับสูงซึ่งมีอำนาจในการใช้จ่ายสูง นิยมท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ ระดับกลางและระดับล่าง ซึ่งการวางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเจาะกลุ่มลูกค้าในแต่ละระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับสูงและระดับกลาง จะทำให้สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีอำนาจในการใช้จ่ายที่มากกว่าระดับล่าง การเตรียมความพร้อมของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีจำนวนมาก จะทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจในกลุ่มท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวจีนมีดังนี้

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างชาติให้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยที่ขณะนี้วิกฤตการณ์ในภูมิภาคอื่นๆ ของโลก ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศในแถบเอเชียมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ตรงกลางแวดล้อมด้วยประเทศต่าง ๆ ถือเป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทย ดังนั้นการสร้างเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยและทรัพย์สิน จะทำให้ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์ในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยว

การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ จะต้องอาศัยการสนับสนุนจากรัฐบาล ในขณะเดียวกันภาคธุรกิจก็ต้องเพิ่มขีดความสามารถของตนเองให้มากขึ้น ทั้งนี้ในภาพรวมใหญ่ต้องอาศัยรัฐบาลเป็นผู้วางโครงสร้างพื้นฐานซึ่ง หมายถึง องค์ประกอบพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวทั้งระบบถือเป็นการสนับสนุนให้การท่องเที่ยวสามารถไปด้วยดี และทำให้เกิดความรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคด้านต่างๆ ระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณสุข และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและมีความสุข สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญประกอบด้วย ที่พักแรม อาหารและสถานบันเทิง การบริการนาเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าที่ระลึก ระเบียบ

การเข้า-ออกประเทศ ในส่วนของภาคเอกชนและผู้ประกอบการต้องเพิ่มขีดความสามารถของตนเอง เพื่อให้สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลต้องมีการพัฒนาทางการศึกษา โดยที่ปัจจุบันการศึกษาของไทยมีลักษณะเป็นการเรียนการสอนในโรงเรียน ตามหลักสูตรการศึกษา ซึ่งการพัฒนาบุคลากรควรให้เป็นลักษณะของ การฝึกอบรม (Competency-based Training) เช่น สหรัฐอเมริกา คานาดา อังกฤษ เกาหลี ออสเตรเลีย เพื่อควบคุมคุณภาพของบุคลากรในอาชีพต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการแข่งขันกับนานาชาติ โดยคำนึงถึงอุปสงค์(demand) และอุปทาน (supply) ซึ่งผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการรวมถึงบุคลากรในวงการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานด้านนั้นๆ โดยที่ปัจจุบันได้มีข้อตกลงที่เรียกว่า “ข้อตกลงอาเซียนด้านบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว” หรือ ASEAN MRA on Tourism Professionals เป็นข้อตกลงยอมรับร่วมที่ได้รับการลงนามโดย รัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ (โดยประเทศไทยมีนายชุมพล ศิลปอาชา รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นตัวแทนลงนามในข้อตกลงดังกล่าว เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2555) ข้อตกลงนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงานด้านบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวในอาเซียน (2) แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practices) ด้านการสอนและฝึกอบรมบุคลากรวิชาชีพบริการการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน โดยใช้สมรรถนะเป็นหลัก (competency-based) รวมทั้งเพื่อเปิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือและเพิ่มขีดความสามารถในหมู่สมาชิกอาเซียน

ตามแผนดำเนินงานที่วางไว้ อาเซียนจะจัดทำ “มาตรฐานสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน” (ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP) ให้แล้วเสร็จภายในปี 2558 และสามารถนำไปใช้ได้ในประเทศสมาชิก โดย ACCSTP จะระบุถึงสมรรถนะขั้นพื้นฐานขั้นต่ำของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวในสายงานสาขาต่างๆ โดยบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรสมรรถนะวิชาชีพบริการท่องเที่ยวในสาขาที่ระบุใน ACCSTP จากหน่วยงานที่รับผิดชอบของประเทศใดประเทศหนึ่ง จะสามารถทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ได้ แต่ทั้งนี้สิทธิการทำงานจะยังอยู่ภายใต้กฎหมายและข้อบังคับของประเทศที่บุคคลผู้นั้นถูกจ้างงาน

สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติ ภายใต้เงื่อนไข ใช้เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ที่ระบุไว้ ให้ได้มาตรฐาน ตามเกณฑ์การปฏิบัติ (Performance Criteria) และมีหลักฐานการปฏิบัติ ให้ประเมินผลและตรวจสอบได้

สำหรับสภาวะการปัจจุบันภายใต้การบริหารของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช) กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐบาลดังนี้

1. ควรมีการรักษาความสงบเรียบร้อยและการจัดระเบียบการให้บริการและสถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นสิ่งที่คุณประกอบการและนักท่องเที่ยวมองว่าเป็นการดำเนินงานที่ดีของ คสช. และเป็นโอกาสที่ดีที่จะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับต่างประเทศ โดยไตรมาสที่ 4 นับเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมามาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสถานการณ์ในประเทศเข้าสู่ภาวะปกติ ภาครัฐควรต้องมีการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Roadshow ในประเทศเป้าหมาย
3. เพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งเที่ยวบินจากประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาก รัฐอาจจะต้องให้การสนับสนุนในเรื่องเที่ยวบินเหมาลำ (Charter flight) ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ด้วย โดยอาจจะช่วยประสานงานกับทางรัฐบาลจีนในการดำเนินงานดังกล่าว หรือการลดต้นทุนเช่น ค่าจอดเครื่องบินและค่าธรรมเนียมสนามบิน
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่อง การอนุญาตให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนำค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวภายในประเทศไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้
5. การส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว และการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรที่จำเป็น เช่น มัคคุเทศก์ คนขับรถที่อาจจะขาดแคลนและจะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้

ในส่วนของข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ ได้แก่

- พัฒนามาตรฐานการให้บริการ โดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

- เตรียมความพร้อมของตนเองในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 และเทศกาลสำคัญในช่วงปลายปี
- ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจของตนเอง
- เพิ่มความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจหรือในพื้นที่เดียวกันให้มากยิ่งขึ้น

อ

“กลยุทธ์ธุรกิจไทย...สู่ตลาดจีน”

โดย คุณไกรสินธุ์ วงศ์สุโรโก

จีนมีประชากรมากที่สุดในโลก นับเป็นตลาดการค้าใหญ่ของโลก ที่หลายประเทศต้องการทำการค้าด้วย นับตั้งแต่ที่จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก หรือ WTO จีนก็ผ่อนคลากฎเกณฑ์การลงทุนมากขึ้น ทุกมณฑลของจีนได้รับการพัฒนาในทุกด้านต่อเนื่องและเปิดรับการลงทุนของต่างชาติมากขึ้น โดยเฉพาะ ธุรกิจเกษตรกรรม พลังงาน โทรคมนาคมและ สามารถร่วมทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว ประกันภัย และธนาคาร ได้อีกด้วย นอกจากนี้การที่รัฐบาลจีนได้ส่งเสริมให้นักธุรกิจของจีนเองออกไปทำการค้าขายลงทุน หรือแม้แต่เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เท่ากับว่าเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับไทยมากยิ่งขึ้น ส่วนความขัดแย้งของรัฐบาลจีนกับญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ในการขยายกำลังทางทหารในน่านน้ำทะเลจีนใต้ เชื่อว่าจะไม่มีผลกระทบต่อไทย เพราะไทยไม่มีน่านน้ำเชื่อมต่อกับจีน แต่จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวและการค้าของไทยด้วย และทำให้คนจีนหันมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น ด้วยโอกาสและด้วยจังหวะที่มีอยู่เช่นนี้ จึงกลายเป็นโอกาสที่ดีของไทยอย่างมากที่จะฉกฉวยไว้เพื่อประโยชน์ของตนเองไม่ใช่เพียงแค่การฉกฉวยผลประโยชน์จากการเข้ามาลงทุนของจีนเท่านั้น แต่การลงทุนหรือเปิดตลาดการค้าที่เมืองจีนเองก็เป็นโอกาสที่นักธุรกิจไทยสามารถแสวงหาโอกาสได้เช่นเดียวกัน นอกเหนือไปจากคู่ค้าอันดับหนึ่ง คือ อาเซียน ซึ่งนักธุรกิจไทยที่เข้าไปลงทุนในจีนยังยอมรับว่าการลงทุนที่จีนมีความท้าทาย

ดังนั้นนักธุรกิจของไทยที่จะเข้าไปลงทุนหรือทำการค้ากับจีน จะต้องใช้กลยุทธ์ที่สำคัญคือ “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งก็ไม่แพ้” หมายถึง นักลงทุนควรศึกษาเรื่องราวต่างๆของจีนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ สังคม ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ก่อนที่จะตัดสินใจเข้าสู่ตลาดจีน

วัฒนธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ สำหรับประเทศที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานการที่เป็นประเทศใหญ่มีพื้นที่กว้างขวาง ในแต่ละภูมิภาคก็มีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันออกไป รายละเอียดเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่ควรรู้เกี่ยวกับจีน ได้แก่ การทักทายของคนจีน การเรียกชื่อแซ่ อุบนิสัยใจคอ เรื่องของอาหารการกิน ภาษาพูดและภาษาเขียน ปัจจุบันระบบตัวอักษรจีนแบ่งออกเป็นสองระบบใหญ่ได้แก่ ระบบตัวเต็มและระบบตัวย่อ ระบบตัวเต็มเป็นระบบที่ใช้ในไต้หวัน ฮองกง มาเก๊าและกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลในทวีปอเมริกาเหนือ ส่วนระบบตัวย่อเป็นระบบที่ใช้ในจีนแผ่นดินใหญ่ มาเลเซีย สิงคโปร์และกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ศิลปะแขนงต่างๆ รวมถึงความเชื่อในเรื่องโชคลางต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักลงทุนจะต้องเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับคู่ค้า เพื่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ

ในส่วนของการลงทุน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาคต่างๆ กับจีนมีอีกหนึ่งปัจจัยที่ควรพิจารณา ได้แก่ กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-Region: GMS) ถือเป็นความร่วมมือสำคัญในการเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางเศรษฐกิจภายในภูมิภาคอินโดจีน ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานและกฎระเบียบต่างๆ โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridor) ที่จะนำมาซึ่งประโยชน์ในหลายด้าน

การส่งออกในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) ที่เติบโตขึ้น อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีประชากรรวมกันถึง 137 ล้านคน และสินค้าส่วนหนึ่งถูกส่งผ่านไปยังผู้บริโภคทางตอนใต้ของสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้นจีนจึงเป็นตลาดที่ใหญ่ ประกอบกับสินค้าของไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคในกลุ่มประเทศ CLMV ขณะเดียวกันก็มีพื้นที่ใกล้กับประเทศไทย โอกาสทางการตลาดในอนาคตจึงมีอยู่สูง จากเหตุผลทางภูมิศาสตร์และจำนวนประชากรที่เลือกต่อการเจริญเติบโต

นอกจากนี้ประเทศจีนยังมีประเทศคู่ค้ารายใหญ่ อีก 10 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน เยอรมัน ออสเตรเลีย มาเลเซีย บราซิล และรัสเซีย ตามลำดับของมูลค่าการค้าซื้อขาย ซึ่งหมายถึงการเชื่อมโยงและการทำการค้ากับกลุ่มคู่ค้าของจีน

ในส่วนของผู้บริโภคชาวจีน จากข้อมูลที่ปรึกษาธุรกิจและวิจัยตลาดพบว่า ปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นชนชั้นกลางมีจำนวนมากขึ้น และมักให้ความสำคัญกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลสินค้า ชอบความง่ายสะดวกสบายกับการซื้อของออนไลน์บนเว็บไซต์ ใช้ความรู้สึกเป็นตัวตัดสินใจซื้อสินค้า และให้ความเชื่อมั่นกับแบรนด์สินค้าเป็นหลัก การทำการตลาดสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างยิ่งหากต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญมากในปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงการสื่อสารจากระบบโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน ดังนั้นสินค้าและบริการของไทยที่ต้องการจะเจาะกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่นี้ คงต้องให้ความสำคัญการใช้ช่องทางทำการตลาดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และการสื่อสารผ่านระบบมือถือด้วย ประกอบกับควรเน้นพัฒนาแบรนด์สินค้าให้มีจุดเด่น สร้างความน่าเชื่อถือ และมีช่องทางการซื้อที่ง่ายและสะดวกสบาย เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังในการซื้อโดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคาของสินค้า ซึ่งหากสามารถจับจุดและรู้ทันพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวจีนยุคใหม่ที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยได้แล้ว ก็จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจเจาะตลาดจีนได้สำเร็จและสินค้าสามารถอยู่ในตลาดจีนได้อย่างยั่งยืน

เรื่องของนโยบายลูกคนเดียวของประเทศจีน ทำให้พ่อแม่เอาใจบุตรหลานและยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อบุตรหลาน ดังนั้นตลาดสินค้าและบริการสำหรับเด็กจึงเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุน จากตัวเลขอัตราส่วนของจำนวนเด็กชายที่มากกว่าเด็กหญิงยังสะท้อนให้เห็นถึงตลาดของสินค้าและบริการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกด้วย

ปัจจุบันประชากรผู้สูงอายุของจีนมีจำนวนมากขึ้น และประชากรกลุ่มนี้ก็ให้ความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามมากขึ้น ประกอบกับเป็นประชากรที่กำลังซื้อ ดังนั้นสินค้าและธุรกิจประเภทสุขภาพและความงาม ก็เป็นอีกธุรกิจที่สามารถลงทุนเปิดตลาดกับจีนอีกทางหนึ่ง

สำหรับสินค้าเกษตรในอนาคต ผู้บริโภคของจีนมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมและคุณภาพของอาหารมากขึ้น จากการสำรวจครั้งล่าสุด ในปี 2007 ผู้บริโภคในปักกิ่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมากกว่าราคาอาหาร ทำให้การเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของจีน ต้องเผชิญกับความกดดันด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่ผลิต ทั้งจากผู้บริโภคภายในประเทศ และนอกประเทศ รัฐบาลจีนเริ่มกำหนดกฎระเบียบที่เข้มงวดและห้ามการผลิตอาหารที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และมีการใช้สารเคมีมากเกินไป นอกจากนั้นสินค้าเกษตรที่ส่งออกของจีนยังถูกกดดันจากระบบการตรวจสอบรับรองคุณภาพ รวมทั้งกฎระเบียบและข้อจำกัดเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างไรก็ตาม นโยบายการเปิดเสรีของจีน จะกระตุ้นให้จีนยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตรรายใหญ่ของโลกต่อไปในอนาคต

ในการเข้าไปลงทุนในจีนระบบเส้นสายยังเป็นระบบที่มีอยู่ในจีน ในการลงทุนในตลาดจีนควรหาหุ้นส่วนทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือ เพื่อเป็นฐานเงินทุน เป็นเครือข่ายในการจำหน่ายหรือให้บริการลูกค้า ผู้ลงทุนควรระวังในเรื่องของการแข่งขันนอกเกมส์ เช่น การปลอมแปลงสินค้า พวกหลอกหลวง ควรมีการจดทะเบียนการค้าให้ครอบคลุมเพื่อป้องกันการเลียนแบบ เน้นคุณภาพของสินค้า ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค รายละเอียดปลีกย่อย ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้การลงทุนมีความเสี่ยงน้อยที่สุด

นอกจากนี้กฎ กติกา มารยาทการค้ากับจีนยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมการค้าในธุรกิจในตลาดจีน ได้แก่ การให้ความสำคัญกับนามบัตร รอยยิ้ม ระบบชั่ง ตวง วัดที่ต่างกัน เช่น 1 ชั่งจะเท่ากับ 500 กรัมในประเทศจีน แต่จะเท่ากับ 600 กรัมในไต้หวัน การฟังมองตาเวลาเจรจาธุรกิจ การสร้างสายสัมพันธ์ก่อนทำธุรกิจที่หลัง รู้จักรักษา “หน้า” ของทุกฝ่าย หาโอกาสพบปะแบบหนึ่งต่อหนึ่ง อย่าเป็นกันเองจนเกินไป ปลอ่ยให้เขาสูบบุหรี่ หลีกเลี้ยงชุดขาว อย่าให้ “นาฬิกาแขวน” เป็นของขวัญ เป็นต้น

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และกรอบการค้าทางการค้าของแต่ละภูมิภาค รวมถึงเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประเทศอยู่ระหว่างการพัฒนาและมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจของนักลงทุนไทย นอกจากจะช่วยแก้ไขข้อจำกัดทางธุรกิจทั้งในด้านการแข่งขันหรือการขาดแคลนปัจจัยการผลิตแล้ว ยังเป็นการเปิดตลาดใหม่เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการเข้าไปลงทุนก็มีไม่น้อย นักธุรกิจควรมีการศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากภายในประเทศ และประเทศที่จะไปลงทุน รวมทั้งมีการประเมินตนเองและสภาพแวดล้อมรอบด้านต่างๆก่อนตัดสินใจลงทุน สำหรับธุรกิจขนาดย่อมจำเป็นจะต้องรักษาคุณภาพ เอกลักษณ์และภาพพจน์ของสินค้าไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้า บริการและอาหาร เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต



สำนักนายกรัฐมนตรี

okmd

**OFFICE OF KNOWLEDGE
MANAGEMENT AND DEVELOPMENT
(PUBLIC ORGANIZATION)**

CMMU Building 18th -19th Floor,
69 Vibhavadi - Rangsit Road, Samsen Nai,
Phayathai, Bangkok 10400 Thailand

Opening Hours: Mon.-Fri. 09.00 - 17.00

Tel : (+66) 2105 6500

Fax : (+66) 2105 6556

www.okmd.or.th