

สรุปผลการสัมมนาโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กรณี
ไทย-รัสเซีย ไทย-แอฟริกาใต้ และไทย-ชิลี

วันอังคารที่ 20 มกราคม 2552 เวลา 08.30-13.00 น.

ณ ห้องวินัส ชั้น 3 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร

1. ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดให้มีการสัมมนาโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กรณี ไทย-รัสเซีย ไทย-แอฟริกาใต้ และไทย-ชิลี เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2552 เวลา 08.30-13.00 น. ณ ห้องวินัส ชั้น 3 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร โดยได้รับเกียรติจากนายภักดิ์ทองสัม รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นประธานกล่าวเปิดงาน
2. การเสวนาเรื่อง “โอกาส ทางเลือก และทางรอดในตลาดใหม่ของ SMEs ไทย”

โดย

- พันเอกอนุชัช บุญนาค อธิบดีรองผู้ช่วยทูตทหารบกประจำสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงมอสโก
- นางสาวสุนันทา กังวานกุลกิจ ผู้อำนวยการสำนักอเมริกา และแปซิฟิก กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- นายพงศ์พันธ์ จันทร์สุกรี กรรมการผู้จัดการ บริษัทสยามที อินเตอร์ (กรุงเทพ) จำกัด

ดำเนินการเสวนาโดย ผศ.ดร.สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา สรุปได้ดังนี้

กรณีประเทศไทย

- สินค้าที่จะส่งออกไปยังประเทศไทย ต้องมีลักษณะเป็นสินค้า World Class Product คือ เป็นสินค้าที่รู้จักกันทั่วโลก เช่น TOYOTA มามา กระทิงแดง
- ชาวรัสเซียมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทย โดยมองว่าเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรม มีประเพณี และเป็นคนสะอาด จึงนิยมมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยและนิยมอาหารไทย โดยนักท่องเที่ยวแต่ละรายจะใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยอย่างน้อย 15 วัน และมีนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเดินทางมาท่องเที่ยวไทย เฉลี่ยปีละ 200,000 ราย แต่อย่างไรก็ตาม ตัวแทนบริการท่องเที่ยวของไทยยังไม่ได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวรัสเซียมากนัก เนื่องจากชาวรัสเซียจะใช้บริการบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวของรัสเซีย เช่น การจองที่พัก การจองตั๋วเครื่องบิน การจองแพคเกจทัวร์
- เมื่อพิจารณาสินค้านำเข้าและส่งออก ระหว่างรัสเซียและไทย พบว่าเป็นคนละรายการสินค้า จึงควรทำ FTA กับรัสเซีย โดยเน้นการเจรจาในสินค้าที่ไทยได้เปรียบรัสเซีย แต่อย่างไรก็ตาม รัสเซียยังไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) และมีเป้าหมายจะเข้าเป็นสมาชิกของ WTO ก่อนที่จะเปิดการเจรจาภายใต้กรอบ FTA กับประเทศคู่ค้า
- การประกอบธุรกิจในรัสเซียจะมีลักษณะและรูปแบบพิเศษเฉพาะตัว โดยเน้นการค้าขายจากเครือข่ายส่วนบุคคล จนมีคำกล่าวที่ว่า “ไม่มีเพื่อน ไม่มีธุรกิจ” เมื่อนักธุรกิจรัสเซียทำการค้าขายกับใครแล้ว มักจะไม่เปลี่ยนแปลงคู่ค้า ไม่ว่าจะรายอื่น ๆ จะมีข้อเสนอที่ดีกว่าหรือขายสินค้าถูกกว่าก็ตาม นอกจากนี้ยังให้ความไว้วางใจผู้ดำเนินธุรกิจด้วยสูง เช่น กรณีผู้ประกอบการไทยทำสัญญาซื้อขายกับนักธุรกิจรัสเซียแล้ว แม้สัญญาจะระบุการชำระเงินตามงวดสินค้า แต่นักธุรกิจรัสเซียอาจโอนเงินทั้งหมดมาให้ผู้ประกอบการไทยก่อน แล้วค่อยส่งสินค้าให้ภายหลัง แต่อย่างไรก็ตาม กระบวนการศุลกากรและขั้นตอนทางธุรกิจตามกฎหมายรัสเซียยังมีอุปสรรคและข้อจำกัดอยู่มาก จนทำให้เกิดค่าใช้จ่ายพิเศษเพื่อให้อัตโนมัติต่าง ๆ รวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ หากเกิดกรณีผิดนัดการชำระเงินหรือส่งมอบสินค้า มักได้รับการคุกคามจากผู้มีอิทธิพล
- นักธุรกิจชาวรัสเซีย ระดับผู้บริหารหรือระดับนโยบายมักจะไม่สื่อสารกับชาวต่างชาติด้วยภาษาอังกฤษ แม้จะใช้ภาษาอังกฤษได้ดีก็ตาม ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยสามารถสื่อสารด้วยภาษารัสเซียได้ จะมีผลดีต่อการเจรจาทางธุรกิจค่อนข้างมาก
- ข้อมูลอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการไทยควรทราบ ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคเป็นสินค้าที่รัสเซียนำเข้ามากที่สุด รัสเซียเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพสูง รัสเซียเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมาก รัสเซียแสวงหาการลงทุนในต่างประเทศ รัสเซียเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางการเมืองสูง

- สินค้าที่ไทยควรส่งออกปรัสเซีย ได้แก่ เสื้อผ้า โดยเฉพาะเสื้อผ้าเด็ก อาหารกระป๋อง ประเภทที่รับประทานกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ธุรกิจร้านอาหาร

กรณีประเทศแอฟริกาใต้

● บรรจุกัญชาประเภทขวดแก้วใส เป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศแอฟริกาใต้ เนื่องจากแอฟริกาใต้ไม่สามารถผลิตขวดแก้วใสได้ เพราะสารเคมีที่ใช้ผลิตขวดแก้วใส เป็นสารต้องห้ามซึ่งทางสหประชาชาติห้ามประเทศในทวีปแอฟริกาใต้มีไว้ในครอบครอง เนื่องจากเป็นสารตั้งต้นในการผลิตวัตถุระเบิด นอกจากนี้ ยังเป็นผลมาจากภาพยนตร์เรื่องทเวคทาที่จะบ๊อง ซึ่งตัวละครเอกดื่มเครื่องดื่มที่บรรจุในขวดแก้วใส

● ตัวอย่างผู้ประกอบการไทยที่ประสบความสำเร็จในการส่งสินค้าไทยไปยังแอฟริกาใต้ ได้แก่ น้านมถั่วเหลืองไวตามิลล์ โดยตั้งโรงงานผลิตที่แอฟริกาใต้ และขนส่งขวดแก้วใสจากประเทศไทยไปยังแอฟริกาใต้ทางเรือ

● สินค้าประเภท Mass Product หรือ Junk Product ประเทศจีนครองส่วนแบ่งตลาดในแอฟริกาใต้ค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้านำเข้าราคาถูก และประเทศจีนได้ลงทุนสร้างศูนย์กระจายสินค้าทั่วแอฟริกาใต้ ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยจะส่งสินค้าไปยังแอฟริกาใต้ควรเป็นสินค้าที่เจาะตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) เช่น เครื่องสำอาง อาหาร จึงจะสามารถแข่งขันในตลาดได้

กรณีประเทศชิลี

● ประเทศชิลีมีนโยบายการเปิดเสรีทางการลงทุน และไม่มียกเว้นนโยบายเลือกปฏิบัติหรือกีดกันทางการค้าเป็นการเฉพาะ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการเจรจาในระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี

● สินค้าที่ไทยส่งออกปชิลี ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (57.5%) เครื่องซักผ้า (5.5%) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (4%) ผ้าปักและผ้าลูกไม้ (2.8%) เครื่องจักรและส่วนประกอบ (2.7%) และอื่น ๆ (27.5%)

● สินค้าที่ไทยนำเข้าจากชิลี ได้แก่ สินแร่ (37.5%) สัตว์น้ำแช่เย็น แช่แข็ง แปรรูป (29.5%) เชื้อกระดาศ (12.9%) สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ (4.1%) ไม้ซุง ไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ (3.1%) และอื่น ๆ (12.9%)

- มาตรการทางการค้าที่เป็นอุปสรรค ประกอบด้วย

มาตรการภาษี

- อัตราภาษี MFN (Most-Favored Nation Treatment) เฉลี่ย 6% (ของไทยจัดเก็บอยู่ที่ 10%)
- ประเทศที่ทำ FTA กับชิลี อัตราเฉลี่ยอยู่ที่ 2.1%

- ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) 19%

มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี

- มีระบบ Price Brand System กับสินค้า 3 รายการ ได้แก่ ข้าวสาลี แป้งสาลี และน้ำตาล
- มีระบบโควตาการนำเข้าน้ำตาล การกักกันโรคระบาด การคุ้มครองเอกสารใบอนุญาต การใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping: AD) มาตรการปกป้อง (Safeguard measures) และ มาตรการภาษีเพื่อตอบโต้ทางการค้า (Countervailing Duty: CVD)
 - ความร่วมมือระหว่างไทย-ชิลี ด้านการเจรจาการค้า คือ การจัดทำ Joint Study ร่วมกันเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำ FTA เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2549 และผลการศึกษาดังกล่าวได้ข้อสรุปว่า หากมีการจัดทำ FTA ระหว่างไทยและชิลี ทั้งสองประเทศจะมีมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น สินค้าที่ไทยได้ประโยชน์ คือ ยานยนต์และชิ้นส่วน ข้าว สับปะรด เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าที่คาดว่าไทยจะนำเข้าชิลีมากขึ้น คือ ปลาแชลมัน ของปรุงแต่งจากพืช ผัก ผลไม้ เยื่อกระดาษ อาหารสัตว์ ไวน์โดยสถานะปัจจุบันอยู่ระหว่างการปรับปรุง Joint Study ให้มีความทันสมัย รวมทั้ง การศึกษามาตรการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบ

3. การนำเสนอผลการศึกษา “โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA)” โดย ผศ.ดร.สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา และ ผศ.ดร.วิศิษฎ์ ชัยศรีสวัสดิ์สุข รายละเอียด คือ ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา ได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ประเทศที่มีศักยภาพในการเจรจาจัดทำ FTA กับไทยในอนาคตทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง จำนวน 3 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ สหพันธรัฐรัสเซีย และสาธารณรัฐชิลี เพื่อจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) โดยมีผลการศึกษา โดยสรุป ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมรายสาขา

- 1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการนำเข้าและส่งออก (RCA) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) และ SWOT Analysis แบบ 2 มุมมอง คือ ไทยต่อประเทศคู่ค้า และประเทศคู่ค้าต่อไทย
- 2) ผลการวิเคราะห์อุตสาหกรรมรายสาขาที่มีศักยภาพในการส่งเสริมในแต่ละประเทศคู่ค้า ได้แก่
 - ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย ควรส่งเสริมเฟอร์นิเจอร์ อาหารแปรรูป และการท่องเที่ยว

- ประเทศสาธารณรัฐชิลี ควรส่งเสริมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน ยานยนต์ การท่องเที่ยว

- สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ ควรส่งเสริมข้าว อัญมณี และการท่องเที่ยว

3.2 ร่างแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กรณี ไทย-สหพันธรัฐ รัสเซีย ไทย-สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ และ ไทย-สาธารณรัฐชิลี ประกอบด้วย

1) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมทางการค้าและการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าสินค้า
- กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าบริการ
- กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการลงทุน

2) ยุทธศาสตร์การเพิ่ม และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการวิจัย และพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการ
- กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถของกำลังคนในภาควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3) ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- กลยุทธ์การเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชิ้นกลางเพื่อเพิ่มมูลค่า

- กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบ และการส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงเขตการค้าเสรี

4. ข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมการสัมมนา

1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดตั้งสำนักงานการท่องเที่ยวประจำกรุงมอสโก ประเทศ รัสเซียเรียบร้อยแล้ว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจไทย

2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำเอกสารเผยแพร่ รวมทั้งเว็บไซต์ภาษารัสเซียและภาษา สเปน เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวและการตลาด

3) ประเทศรัสเซียได้อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น โดยไม่ต้องขอ VISA เพื่อเข้าประเทศรัสเซีย ซึ่งเดิมนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจไทย หากอยู่ในรัสเซียไม่เกิน 30 วัน ไม่ต้องขอ VISA หากเกินกว่า 30 วันต้องขอ VISA

4) ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย (EXIM Bank) ได้เปิดสาขาที่ประเทศรัสเซีย เรียบร้อยแล้ว

5. ความเห็นและข้อเสนอแนะจากการสัมมนา

- 1) ควรจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการไทย ในลักษณะ Company Profile เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้า
- 2) ผู้ประกอบการ SMEs ควรรวมตัวกันเพื่อจัดตั้งเป็น Trading Company เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- 3) ผู้ประกอบการ SMEs ควรใช้เทคโนโลยีในการศึกษาข้อมูล เพื่อปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการค้าระหว่างประเทศ เช่น ศึกษาข้อมูลการตลาด จากเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการส่งออก (www.dephtai.go.th) ศึกษากฎระเบียบทางการค้า จากเว็บไซต์ของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (www.dtn.moc.go.th)

รายงานสรุปผลการเดินทางเก็บรวบรวมข้อมูลในประเทศสาธารณรัฐรัสเซีย

ตามที่คณะเดินทางเพื่อสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลในโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ได้เดินทางไปประเทศรัสเซียในช่วงวันที่ 10-14 ก.พ. 51 คณะฯ ได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชมการะท่านเอกอัครราชทูต ท่านกงสุลใหญ่ และท่านอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) ประจำกรุงมอสโก ประเทศสาธารณรัฐรัสเซีย รวมทั้งได้มีโอกาสได้พบกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า การลงทุน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ของรัสเซีย นอกจากนี้ ยังได้มีโอกาสได้พบ และแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการดูแลเรื่องกฎ ระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าของรัสเซีย ด้วย ดังรายละเอียดที่จะได้กล่าวถึงต่อไปนี้

1. การเข้าพบแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหอการค้า St. Petersburg (Chamber of Commerce St. Petersburg)

คณะเดินทางได้เข้าพบกับประธานหอการค้าของ St. Petersburg โดยได้มีการแลกเปลี่ยนในประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

- ทางฝ่ายรัสเซียได้สรุปให้คณะฝ่ายไทยได้รับทราบถึงบทบาทของหอการค้าในการส่งเสริมให้เกิดการค้าระหว่างประเทศทั้งสอง (ไทยและรัสเซีย) แม้ว่าการค้าระหว่างประเทศไทยและรัสเซียจะมีอยู่บ้างแล้วในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มอาหาร และชิ้นส่วนยานยนต์ แต่ทั้งสองฝ่ายเห็นตรงกันว่าสามารถที่จะส่งเสริมให้มีความสัมพันธ์ทางการค้าได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมบทบาทของ SMEs ในการเข้าไปเปิดตลาดใหม่ในประเทศรัสเซีย (St. Petersburg)
- นอกจากสินค้าในกลุ่มอาหาร (รวมทั้งผลและผลไม้) และชิ้นส่วนรถยนต์ที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังรัสเซีย แล้วยังให้ความสนใจอย่างมากในส่วนของยางรถยนต์ และยางธรรมชาติ รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือทางด้านการลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจสปา ในประเทศรัสเซีย
- หอการค้ารัสเซียมีความยินดีที่จะจัดให้มีการร่วมมืออย่างเป็นทางการกับหน่วยงานของประเทศไทยในการส่งเสริมให้เกิดการค้า และการลงทุนระหว่างกันให้มากขึ้น โดยในเบื้องต้นมีความยินดีที่จะส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมการสัมมนาเพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทางการค้าและการลงทุนกับทั้งสองฝ่าย โดยสามารถที่จะจัดให้มีการสัมมนาได้ทั้งในประเทศไทยและ St. Petersburg
- ความรู้จัก คู่ค้า กับสินค้าของไทยยังมีน้อยในรัสเซีย เป็นอุปสรรคที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในการเปิดตลาดใหม่ในรัสเซีย เนื่องจากการแนะนำสินค้าเพื่อให้เป็นที่

รู้จัก ต้องมีค่าใช้จ่ายสูง SMEs ส่วนใหญ่ไม่สามารถดำเนินการได้เอง ซึ่งในส่วนนี้ ทางคณะ
เดินได้เสนอแนะความคิดที่จะจัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าระหว่างกันในรูปแบบ
ต่างๆ ให้มากขึ้น รวมทั้งการจัดให้เกิดการพบปะระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมของไทย และรัสเซียในลักษณะ Business matching ที่มีความต่อเนื่อง

- นอกจากนี้ ยังได้ปรึกษาหารือในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งทางฝ่ายหอการค้าของ St. Petersburg ก็มีความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียให้ความสนใจ

2. การเข้าเยี่ยมชมวาระท่านเอกอัครราชทูต ท่านกงสุลใหญ่ และท่านอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์)

คณะเดินทางได้มีโอกาสได้เข้าเยี่ยมชมวาระท่านเอกอัครราชทูต ท่านกงสุลใหญ่ และท่านอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) และได้มีโอกาสปรึกษาหารือในสาระสำคัญเกี่ยวกับโอกาสทางการค้า และการลงทุนในรัสเซีย ดังนี้

- ท่านเอกอัครราชทูตได้แจ้งให้ทราบว่า การค้า และการลงทุนในรัสเซียเป็น โอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการของไทยในการเปิดตลาดใหม่ อย่างไรก็ตาม การทำการค้า และการลงทุนกับรัสเซียจะต้องกระทำอย่างรอบคอบ เนื่องจากรัสเซียเป็นประเทศที่กำลังจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เช่น ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญในเรื่องการชำระเงิน ซึ่งมีสาเหตุสำคัญมาจากการที่ตลาดการเงินของรัสเซียยังไม่ได้รับการพัฒนามาก ค่าธรรมเนียมในการดำเนินธุรกรรมทางการเงินยังสูง แต่รัสเซียก็ได้มีการพัฒนาทางด้านนี้อย่างมาก และรวดเร็ว
- โอกาสทางการค้า และการลงทุนมีมากในรัสเซียไม่เฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ แต่รวมถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการลงทุนทางด้านที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติที่รัสเซียมีอยู่มาก เช่น ป่าไม้
- โอกาสทางการค้าที่จะใช้กลุ่มประเทศ CIS เป็นประตูสู่ประเทศรัสเซีย หรือใช้รัสเซียเป็นประตูสู่ตลาดในกลุ่มประเทศ CIS
- นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปัจจุบันมีประมาณ 200,000 คน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- การค้า และการลงทุนระหว่างประเทศทั้งสองยังมีปัญหาในเรื่องภาษาเป็นอุปสรรคสำคัญ ซึ่งหน่วยงานทางการศึกษาในประเทศไทยที่มีการเรียนการสอนภาษารัสเซียมีเพียง 2 แห่ง คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประกอบกับการค้าและการลงทุนในรัสเซียจำเป็นต้องมีเอกสารเกี่ยวข้องจำนวนมาก จึงได้มีการนำเสนอแนวความคิดในเรื่องการ

จัดตั้งหน่วยงานในการให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในการให้คำปรึกษาในลักษณะที่เป็น “Help Desk”

- ปัญหาในเรื่องการบริหารจัดการของรัสเซีย และการกระจายสินค้าในรัสเซีย เป็นสาขาหนึ่งที่เป็โอกาสของผู้ประกอบการไทยในตลาดรัสเซีย ซึ่งในส่วนนี้จะครอบคลุมไปถึงการบริหารจัดการระบบ Logistic ด้วย
- ปรึกษาหารือในประเด็นเรื่องการค้าขายความสะดวกทางการค้าให้กับ SMEs ไทยในตลาดรัสเซีย ซึ่งทางสถานทูตยินดีที่จะให้ความร่วมมือ และประสานงานให้เกิดความก้าวหน้า โดยมีการเสนอแนวทางในการจัดตั้งสถานแสดงและกระจายสินค้าระหว่างสองประเทศ (พยายามส่งเสริมให้มีการค้าเกิดขึ้นในสองทิศทาง คือ มีทั้งการส่งออก และนำเข้า เนื่องจากสินค้าของไทย และรัสเซียมีลักษณะที่เป็นสินค้าใช้ประกอบกัน และสามารถนำไปผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าได้)
- นอกจากนี้ ยังได้มีการหารือ แลกเปลี่ยนในประเด็นทางด้านพลังงาน และทรัพยากรธรรมชาติที่รัสเซีย และกลุ่มประเทศ CIS สนใจที่จะร่วมลงทุนกับนักลงทุนไทย
- ท่านกงสุลใหญ่ ได้ให้ข้อคิดที่สำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยในการเปิดตลาดใหม่ โดยให้เน้นความสำคัญในเรื่องการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคล ซึ่งจะเป็ประโยชน์ไม่เพียงแต่การเปิดตลาดในรัสเซีย แต่จะเป็นประโยชน์ต่อการค้า และการลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศไทยโดยรวมอีกด้วย
- ท่านอัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญของการทำความตกลงทางการค้ากับรัสเซียว่า ไทยจะได้ประโยชน์มากถ้าสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว และรอบครอบ อย่างไรก็ตาม การทำความตกลงไม่ได้เป็นเงื่อนไขของการพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าถึงตลาดใหม่ ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงตลาดรัสเซียได้ก่อนการเจรจาจะสามารถตกลงกันได้ ก็จะเป็นการสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยในการแสวงหาประโยชน์จากการทำความตกลง

3. การเข้าพบ ปรึกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับกระทรวงการค้ารัสเซีย (Ministry of Economic Development and Trade)

ในการเข้าพบหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับกระทรวงการค้ารัสเซีย เพื่อรับทราบถึงแนวนโยบายการค้าระหว่างประเทศของรัสเซีย แนวนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่มีต่อไทย รวมทั้ง

แนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัสเซีย ดังรายละเอียดดังนี้

- ฝ่ายรัสเซียได้แจ้งให้ทราบว่าแนวนโยบายการค้าระหว่างประเทศของรัสเซียในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำความตกลงทางการค้า จะให้ความสำคัญกับการเจรจาเพื่อเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกเป็นลำดับแรก แล้วจึงจะพิจารณาการทำความตกลงการค้าในระดับทวิภาคีในการจัดตั้งเขตการค้าเสรี ซึ่งในระหว่างนี้ ก็มีหลายประเทศที่มีความสนใจและได้มีการศึกษาร่วมกันระหว่างสองฝ่าย เช่น สิงคโปร์ อินเดีย อิสราเอล รวมทั้งประเทศไทยด้วย
 - รัสเซียกำหนดกรอบการเจรจาเพื่อเข้าเป็นสมาชิก WTO ให้ได้ภายในปีนี้ (พ.ศ. 2551)
 - นอกจากนี้ รัสเซียสนใจประเทศไทยในฐานะที่เป็นประตูสู่การค้าใน ASEAN ด้วย ทั้งนี้ ในการเจรจาความตกลงทางการค้า (เมื่อมีการเจรจาเกิดขึ้นจริง) รัสเซียให้ความสนใจกับการเจรจาในลักษณะทวิภาคี รัสเซีย-ไทย มากกว่า การเจรจาแบบ รัสเซีย-อาเซียน
 - ฝ่ายรัสเซียได้สรุปสภาวะของ SMEs ของรัสเซียให้ทราบ ซึ่งรัสเซียมีแนวนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัสเซียเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในอนาคตอันใกล้ โดยการพัฒนา SMEs ของรัสเซียจะเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาในอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีสูง และเกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ ซึ่งรัสเซียเชื่อว่าเป็นส่วนที่รัสเซียมีความได้เปรียบ
 - นอกจากนี้ ฝ่ายรัสเซียได้แจ้งให้ทราบว่ารัสเซียได้มีการทำความตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างหน่วยงาน SMEs ของรัสเซียกับหลายประเทศ ได้แก่ จีน เป็นต้น ซึ่งถ้าฝ่ายไทยเห็นว่าเป็นประโยชน์ก็สามารถพิจารณาเพื่อการพัฒนาความสัมพันธ์ในส่วนนี้ได้ต่อไป
4. การเข้าพบ ปรึกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับ Federal Agency of Technical Regulation and Metrology

การเข้าพบ ปรึกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ Federal Agency of Technical Regulation and Metrology เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการกำหนดมาตรฐานสินค้า และมาตรการสุขอนามัยพืชและสัตว์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการส่งออกของสินค้าไทยไปยังรัสเซีย ได้แก่ สินค้ากลุ่มอาหาร และชิ้นส่วนยานยนต์

- ฝ่ายรัสเซียได้บรรยายสรุปถึงหน่วยงาน และขบวนการกำหนดมาตรฐานของรัสเซีย รวมทั้งหน่วยงานที่สามารถจะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย ซึ่งพบว่า รัสเซียมีมาตรฐาน และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยพืชและสัตว์จำนวนมาก และมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่นำเข้า และส่งออก อย่างไรก็ตาม Federal Agency of

Technical Regulation and Metrology เป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดมาตรฐานของ
รัสเซีย

- จากการสอบถามพบว่าสินค้าส่งออกของไทยไปยังรัสเซียในขณะนี้ ยังมีปัญหาทางด้าน
มาตรฐาน และมาตรการสุขอนามัยน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจาก
จีน อย่างไรก็ตาม ประเด็นในเรื่องมาตรฐานและมาตรการด้านสุขอนามัยเป็นส่วนสำคัญ
ที่ผู้ประกอบการไทยจะต้องระมัดระวังเนื่องจากต้นทุนในการขนส่งสินค้าไทยไปยัง
รัสเซียสูง ทำให้มีความเสี่ยงในการทำการค้ามาก ถ้าสินค้าถูกปฏิเสธการนำเข้าจากการที่
สินค้าไม่มีเอกสารเกี่ยวกับมาตรฐานและมาตรการสุขอนามัยที่ใช้กำกับการนำเข้า ใน
ส่วนนี้จะป็นอุปสรรคที่สำคัญทางการค้าที่จะเป็นภาระต้นทุนต่อวิสาหกิจขนาดกลาง
ขนาดย่อมของไทยที่ภาครัฐควรจะได้มีแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ

รายงานสรุปผลการเดินทางเก็บรวบรวมข้อมูลในประเทศแอฟริกาใต้

(16-21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551)

คณะเดินทางซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จำนวน 4 ท่าน และคณะที่ปรึกษาของโครงการจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์จำนวน 2 ท่าน ได้ออกเดินทางจากประเทศไทยถึงสนามบิน O R Tambo International Airport ณ กรุง Johannesburg ในตอนเช้าวันเสาร์ที่ 16 กุมภาพันธ์ และเดินทางไปกรุง Pretoria ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศในวันอาทิตย์ที่ 17 กุมภาพันธ์

วันจันทร์ที่ 18 กุมภาพันธ์

ในวันจันทร์ที่ 18 กุมภาพันธ์ เวลา 9.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Mr. Xora Sithola ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็น Chief Executive Officer ของ Khula Enterprise ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้เงินกู้แก่วิสาหกิจขนาดเล็ก (Micro-Enterprise) และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศแอฟริกาใต้ หน่วยงาน Khula Enterprise ทำหน้าที่เหมือนกับเป็นรัฐวิสาหกิจโดยรัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ จากการสัมภาษณ์คณะเจ้าหน้าที่ของ Khula Enterprise ได้ประเด็นที่น่าสนใจว่า Khula ให้เงินกู้แก่ภาค SMEs ตั้งแต่ 10,000 แรนด์และสูงสุด 50 ล้านแรนด์ โดยประเภทของธุรกิจที่มีโอกาสที่จะได้รับการสนับสนุนเงินกู้ได้แก่สาขาที่มีการจ้างงานสูงอย่างสาขาเกษตรกรรมและบริการการท่องเที่ยว โดยประเด็นที่น่าสนใจประการหนึ่งที่ได้จากการสัมภาษณ์ Khula Enterprise ก็คือ Khula ยังได้มีการอนุญาตเงินกู้แก่ภาคธุรกิจในประเทศ (โดยเฉพาะธุรกิจของคนดำ) ที่เป็นธุรกิจร่วมทุนกับต่างประเทศด้วย ซึ่งประเด็นนี้ถือว่าเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่เข้าไปร่วมทุนกับผู้ประกอบการแอฟริกาใต้และมีโอกาสที่จะเป็นช่องทางหนึ่งในการของเงินกู้จาก Khula Enterprise ได้

ในเวลา 11.00 คณะเดินทางได้เข้าพบเจ้าหน้าที่ของ Small-Enterprise Development Agency (SEDA) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งหน่วยงานภายใต้สังกัดของ Department of Trade and Investment (DTI) ซึ่งทำหน้าที่ในการลดข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบ (Regulation Constraints) ของ SMEs ของแอฟริกาใต้ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือภาค SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) การสร้างตราสินค้า (Brand Creation) การถ่ายโอนเทคโนโลยี (Technology Transfer) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (IPR Protection) และสร้างการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business) เป็นต้น ประเด็นที่สำคัญในการเข้าพบ SEDA ก็คือการได้รับทราบถึงความสำคัญในการส่งเสริมภาค SMEs ของประเทศแอฟริกาใต้ ไม่ว่าจะเป็นสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศที่สร้างความเชื่อมโยงแก่ผู้ประกอบการในประเทศ เช่นการร่วมลงทุน (Joint-Venture) การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาจากผู้ประกอบการจากต่างประเทศ หรือความพร้อมที่จะให้ประเทศแอฟริกาเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค เป็นต้น ซึ่งประเด็นที่สำคัญในการเข้าพบในครั้งนี้ก็คือโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้ามาลงทุนในประเทศแอฟริกาใต้นั้นถูกเปิดกว้างอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการ

ให้การสนับสนุนจากภาครัฐทั้งทางด้านภาษีและไม่ใช่ภาษี การสร้างองค์ความรู้ร่วมกันระหว่างหน่วยงานของทั้งสองประเทศ รวมไปถึงโอกาสในการเข้ามาทำงานของแรงงานไทย (ทั้งที่มีทักษะและไม่มีทักษะ) เป็นต้น

ในเวลา 15.00 คณะเดินทางได้เข้าพบ Mr. Andy du Plessis ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของ MIDAS ซึ่งเป็นผู้ประกอบการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ที่สุดของประเทศแอฟริกาใต้เนื่องจากสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกมาประเทศแอฟริกาใต้อันดับสองได้แก่ชิ้นส่วนยานยนต์ การสัมภาษณ์จะทราบถึงลักษณะโครงสร้างทางการตลาดรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศแอฟริกาใต้ รวมไปถึงโอกาสและอุปสรรคของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของไทย ประเด็นที่สำคัญจากการสัมภาษณ์ก็คือ MIDAS เห็นว่าชิ้นที่ยานยนต์ที่แอฟริกาใต้ต้องการจะมี Product Range ที่กว้างซึ่งผู้ประกอบการไทยไม่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ นอกจากนี้ ยังเห็นว่า Credit Term 90 วันของผู้ประกอบการไทยเสนอนั้นยังสั้นเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ อย่างจีนหรือญี่ปุ่น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าราคาสินค้าของชิ้นส่วนยานยนต์ไทยยังสูงกว่าประเทศจีนก็ตาม แต่เนื่องจากคุณภาพสินค้าที่เป็นที่ยอมรับและความแน่นอนในการจัดส่ง MIDAS ยังคงมีความเชื่อมั่นในการสั่งซื้อชิ้นส่วนยานยนต์จากประเทศไทย ซึ่งโดยสรุปก็คือผู้นำเข้าจะให้ความสำคัญสำหรับคุณภาพมากกว่าราคาในกรณีของชิ้นส่วนยานยนต์

วันอังคารที่ 19 กุมภาพันธ์

ในวันอังคารที่ 19 กุมภาพันธ์ เวลา 9.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Mr. Lourens Geyer และคณะของหน่วยงาน SABS ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า โดยเฉพาะอาหาร กระจก ป้องกันจากการสัมผัสและเข้าเยี่ยมชมห้องแล็บของหน่วยงาน SABS พบว่าหน่วยงานนี้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบมาตรฐานในเกือบทุกสินค้า โดยสินค้าที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยมากที่สุดก็คือปลาหมึกน่ากระป๋อง ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ผูกขาดในประเทศแอฟริกาใต้ จากการสัมภาษณ์พบว่าคุณภาพของปลาหมึกน่ากระป๋องของไทยมีคุณภาพที่สอดคล้องกับมาตรฐานของประเทศแอฟริกาใต้ โดยประเทศแอฟริกาใต้ใช้มาตรฐานแบบ Codex เป็นฐานในการกำหนดมาตรฐานเป็นสำคัญ

ในเวลา 11.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Mr. Schalk Visser ผู้อำนวยการความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและคณะของ Department of Agriculture ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าเกษตรของแอฟริกาใต้ ซึ่งเช่นเดียวกับการตรวจสอบมาตรฐานของ SABS ประเทศแอฟริกาใต้ใช้มาตรฐานแบบ Codex เป็นฐานในการกำหนดมาตรฐานเป็นสำคัญ

ในเวลา 14.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Mr. Dries Pretorius และ Ms. Tsakani Mnisi ของ Department of Health ซึ่งทำหน้าที่ในการตรวจสอบสินค้าในลักษณะของฉลากและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะแตกต่างจาก SABS ที่จะตรวจสอบในด้านของคุณภาพสินค้าภายใน จากการสัมภาษณ์พบว่าลักษณะของ กระจก ฉลาก และการบรรจุหีบห่อที่ระบุสินค้าจะต้องสอดคล้องกับมาตรฐานของแอฟริกาใต้ อย่างไรก็ตาม

ตาม ประเด็นที่สำคัญก็คือระยะเวลาในการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่อาจจะนานหรือสั้นขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า โดยถ้าเป็นสินค้าประเภทผักสดและเนื้อสัตว์ก็จะใช้เวลาในการตรวจสอบที่สั้นกว่า ซึ่งประเด็นนี้เป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับผู้ส่งออกไทยที่จะต้องแน่ใจว่าสินค้าของตนจะไม่ถูกใช้เวลาในการตรวจสอบที่ยาวนานเกินไปจนทำให้ขาดซึ่งความสดใหม่ ในกรณีของข้าวที่ประเทศไทยส่งออกมาแอฟริกาได้พบว่า เนื่องจากระยะเวลาที่ยาวนานในการขนส่ง รวมไปถึงในช่วงเวลาที่เป็นฤดูมรสุมอาจส่งผลทำให้ข้าวจากประเทศไทยมีการขึ้นอยู่บ้าง เจ้าหน้าที่ของ Department of Health เห็นว่าทั้งสองประเทศ (ไทยกับแอฟริกาใต้) ควรที่จะมีลักษณะของความร่วมมือกันที่แน่นชัด เช่นการเซ็นสัญญาความร่วมมือกันระหว่างสองประเทศสำหรับการควบคุมมาตรฐานของตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้าให้ถูกต้องตามมาตรฐาน

เวลา 16.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Ms. Mandisa Manjezi หัวหน้าหน่วยการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ Department of Trade and Investment (DTI) ของแอฟริกาใต้ ประเด็นสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ก็คือ แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาภาค SMEs ในแอฟริกาใต้แบบบูรณาการ รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลของภาค SMEs ในแอฟริกาใต้ที่สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำรูปแบบดังกล่าวมาใช้เป็นแบบอย่างได้

วันพุธที่ 20 กุมภาพันธ์

ในวันอังคารที่ 19 กุมภาพันธ์ เวลา 9.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Mr. Dave Brown เจ้าของบริษัท South Africa Rice Mills ผู้ประกอบการที่นำเข้าข้าวประเภทต่างๆ จากประเทศไทยมาเป็นระยะเวลากว่า 20 ปี จากการสัมภาษณ์พบว่า ประเทศไทยสามารถใช้ประเทศแอฟริกาใต้เป็นศูนย์กลางในการกระจายข้าวไปยังประเทศอื่นๆ ในแถบทวีปแอฟริกาตอนใต้ โดยข้าวที่เป็นที่ต้องการในแอฟริกาใต้ได้แก่ข้าวหนึ่ง (Par-Boiled Rice) ในขณะที่ประเทศอื่นๆ ในแอฟริกามีความต้องการในการบริโภคข้าวขาว แต่ทว่า บริษัทที่เป็นผู้ส่งออกข้าวไทยในแอฟริกาในปัจจุบันยังคงเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของประเทศ โดยผู้นำเข้าข้าวต้องการที่จะหา supplier ไทยใหม่ๆ ที่พร้อมที่จะส่งออกข้าวประเภทอื่นๆ เพิ่มขึ้นเช่น ข้าวกล้องหรือข้าวออแกนิก ซึ่งตรงนี้ยังมีช่องว่างสำหรับผู้ส่งออกรายเล็กที่จะขายข้าวที่มีความแตกต่างจากผู้ส่งออกรายใหญ่เดิมๆ อย่างไรก็ตามราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญในตลาดแอฟริกาใต้ แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของราคาข้าวจะส่งผลทำให้ข้าวจากประเทศไทยจะต้องประสบปัญหาการแข่งขันทางด้านราคามากขึ้น โดยคู่แข่งของข้าวไทยในตลาดแอฟริกาใต้ได้แก่ข้าวจากประเทศอินเดียและจีนซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ การส่งออกข้าวจากไทยยังประสบปัญหาจากการไม่มีเรือขนส่งสินค้าเชื่อมตรงระหว่างไทยกับแอฟริกาใต้ จึงต้องไปแวะที่สิงคโปร์ ทำให้เสียเวลาและต้นทุนสูงขึ้น และในบางครั้งที่สินค้าเกิดการเสียหาย เช่นเกิดความชื้น

ในเวลา 11.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Mr. Jeff Kodesh ผู้นำเข้าอัญมณีรายใหญ่ของประเทศแอฟริกาใต้ Mr. Jeff เดินทางไปประเทศไทยอยู่หลายครั้งเพื่อสั่งซื้ออัญมณีจากงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ประเด็นที่สำคัญก็คือ อัญมณีจากประเทศไทยยังคงมีคุณภาพที่สูงกว่าอัญมณีจากประเทศอื่นๆ แต่ประเด็นที่ทำให้ผู้ประกอบการรายได้ไม่อยากจะติดต่อกับผู้ส่งออกอัญมณีของไทยก็คือ

ความซื่อสัตย์ในการทำธุรกิจ รวมไปถึงศักยภาพในการพูดภาษาอังกฤษของคนไทย โดยผู้นำเข้ารายนี้ได้มีข้อเสนอแนะได้แก่ 1) ผู้ประกอบการไทยควรมีความซื่อสัตย์ในการส่งมอบสินค้าตามที่ตกลงไว้ 2) ผู้ประกอบการไทยควรที่จะมีการควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอ โดยสมาคมอัญมณีไทยควรที่จะเข้ามาควบคุมหรือออกไปรับรองสำหรับผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ 3) ควรที่จะมีการตกลงในลักษณะของการจ่ายเงินในลักษณะของมัดจำ (Deposit) เพื่อที่จะสามารถยืนยันถึงคุณภาพสินค้าที่จะได้รับ นอกจากประเทศไทยแล้ว ผู้นำเข้าอัญมณีสามารถนำเข้าสินค้าจากจีนและฮ่องกงที่มีคุณภาพที่ดีกว่าไทยถึงแม้ว่าราคาจะสูงกว่าบ้างก็ตาม

ในเวลา 14.00 คณะเดินทางได้เข้าพบกับ Ms. Angela Wood ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของ Thomsons Travel บริษัททัวร์ที่มีสำนักงานตั้งอยู่ในหลายประเทศทั่วโลก โดยประเด็นการสัมภาษณ์จะให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นภาคบริการหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศทั้งสอง ในกรณีของแอฟริกาใต้ ถึงแม้ว่ายังมีคนไทยมาเที่ยวในประเทศแอฟริกาใต้ไม่มากเท่าที่คนแอฟริกาใต้มาเที่ยวประเทศไทยก็ตาม ประเทศแอฟริกาใต้มีการเปิด Mode การค้าภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในทุกๆ Mode โดยเฉพาะใน Mode-3 ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถเข้ามาถือครองที่ดินและประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศนี้ได้ เช่นการสร้างรีสอร์ท โรงแรม หรือร้านอาหาร เป็นต้น ในกรณีของการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า ประเทศไทยดึงดูดนักท่องเที่ยวแอฟริกาใต้เป็นอย่างมากเนื่องจากการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีราคาถูกกว่าประเทศอื่นๆ (ถึงแม้ว่าค่าตัวในการเดินทางไปเที่ยวในที่อื่นๆ จะสูงกว่าก็ตาม) แต่นักท่องเที่ยวจากแอฟริกาใต้ก็นิยมมาเที่ยวในประเทศไทย (และประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวในลักษณะของเชิงนิเวศน์ (Eco-Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังไม่ได้รับความแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวแอฟริกาใต้มากนัก ซึ่งประเด็นนี้ถือว่าเป็นโอกาสของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากนักท่องเที่ยวของแอฟริกาใต้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุที่จะมีความชอบสำหรับการท่องเที่ยวประเภทนี้

วันพฤหัสบดีที่ 21 กุมภาพันธ์ เดินทางกลับประเทศไทย

รายงานสรุปผลการเดินทางเก็บรวบรวมข้อมูลในประเทศชิลี

ตามที่คณะเดินทางเพื่อสำรวจ และเก็บรวบรวมข้อมูลในโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ได้เดินทางไปประเทศชิลีในช่วงวันที่ 24 ก.พ.-5 มี.ค. 51 คณะฯ ได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชมการะวะท่านเอกอัครราชทูตไทย และท่านกงสุลใหญ่ ประจำกรุงซานติอาโก ประเทศชิลี รวมทั้งได้มีโอกาสเข้าพบกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า การลงทุน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ของชิลี นอกจากนี้ ยังได้มีโอกาสได้พบ และแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการดูแลเรื่องกฎ ระเบียบเกี่ยวกับการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวของชิลี รวมทั้งการบริการท่าเรือที่สำคัญของชิลีด้วย ดังรายละเอียดที่จะได้กล่าวถึงต่อไปนี้

1. การเข้าเยี่ยมชมการะวะท่านเอกอัครราชทูตไทย และท่านกงสุลใหญ่ ประจำกรุงซานติอาโก ประเทศชิลี

คณะเดินทางได้มีโอกาสได้เข้าเยี่ยมชมการะวะท่านเอกอัครราชทูตไทย และท่านกงสุลใหญ่ ประจำกรุงซานติอาโก ประเทศชิลี และได้มีโอกาสปรึกษาหารือในสาระสำคัญเกี่ยวกับโอกาสทางการค้า และการลงทุนในชิลี ดังนี้

- ชิลีเป็นประเทศที่มีความน่าสนใจในหลายๆ ด้วยทั้งทางด้านวัฒนธรรม การค้า และการลงทุน จะเป็นประตูสำหรับการค้าและการลงทุนของไทยในภูมิภาคอเมริกาใต้ได้เป็นอย่างดี ประเทศชิลีเป็นหนึ่งในประเทศในแถบอเมริกาใต้ที่กำลังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจดี และมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูง ทำให้ชิลีเป็นเศรษฐกิจที่มีอำนาจซื้อสูง มีความต้องการสินค้าหลากหลาย เช่น สินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน สินค้าอาหารสำเร็จรูป ชิ้นส่วนยานยนต์ และเครื่องประดับยนต์ ฯลฯ
- เนื่องจากเป็นประเทศที่อยู่ห่างไกลจากประเทศไทยในทางภูมิศาสตร์ ความรู้จักคุ้นเคยกับสินค้าของไทยจึงยังมีไม่มาก แม้ว่าสินค้าไทยหลายรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารแปรรูป เป็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากในชิลี
- การลงทุนในชิลีมีการขยายตัวสูง เนื่องจากชิลีเป็นประเทศที่ค่อนข้างเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศ และเป็นประเทศที่มีการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาคมากประเทศหนึ่ง ทำให้เป็นประเทศที่มีความน่าสนใจในการลงทุนมาก
- ประเทศชิลีเป็นประเทศหนึ่งที่มีการทำความตกลงเปิดการค้าเสรีกับหลายประเทศ จึงถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีระดับของการเปิดประเทศสูง และเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่ทำให้

เศรษฐกิจของชิลีมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การทำความเข้าใจความตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับชิลีจะเป็นประโยชน์อย่างมากถ้าวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยสามารถใช้ประโยชน์จากความตกลงได้อย่างเต็มที่

- อุปสรรคสำคัญสำหรับการค้าระหว่างไทยกับชิลี ได้แก่ การขาดแคลนข้อมูลเกี่ยวกับการค้า และการลงทุนของทั้งสองประเทศ ซึ่งแนวทางหนึ่งที่จะสามารถดำเนินการได้เพื่อลดอุปสรรค และปัญหาสำคัญดังกล่าว ได้แก่ การสนับสนุนและให้การช่วยเหลือทางการค้าและการลงทุนให้กับวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย ในรูปแบบของบริษัทการค้า (Trading company) ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงนักลงทุนในสองประเทศ รวมทั้งการให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ทางการค้ากับนักธุรกิจ

2. การเข้าพบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับ การศุลกากรแห่งชาติชิลี (National Customs Service of the Government of Chile)

การเข้าพบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ การศุลกากรแห่งชาติชิลี (National Customs Service of the Government of Chile) โดยคณะฯ ได้แลกเปลี่ยนกับ Mr. Fabian Villarroel ตำแหน่ง Chief of Cabinet, Director General of Customs, Government of Chile เพื่อให้ทราบถึงระเบียบพิธีศุลกากรของชิลี และศึกษาข้ออุปสรรคในพิธีศุลกากรสำหรับสินค้าที่ชิลีนำเข้าจากไทย เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

- ปัจจุบันการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยยังไม่มีปัญหาอุปสรรคใดในพิธีศุลกากร แต่พบปัญหาการนำเข้าสินค้าปลอม Trademark ซึ่งเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) ที่ส่งมาจากประเทศในภูมิภาคเอเชีย (ไม่ใช่ประเทศไทยและไม่ขอระบุในที่นี้) ซึ่งเป็นของต้องห้ามในการนำเข้า อย่างไรก็ตาม สินค้า Condensed milk จากไทยมีปัญหาในพิธีศุลกากร คือ ใช้บรรจุภัณฑ์ (กระป๋อง) ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของทางการชิลี และถูกส่งกลับหลังจากมีการเปิดกระป๋องตรวจ และพบว่าสินค้าเสื่อมสภาพมีกลิ่นเหม็น
- สินค้านำเข้าจากไทยทุกรายการจะถูกเรียกเก็บภาษีนำเข้าเป็นอัตราเดียว (Flat rate) ที่อัตราร้อยละ 6 ซึ่งเป็นอัตราที่เรียกเก็บจากประเทศต่างๆ ทั่วไปที่ไม่ได้ทำข้อตกลงการค้าเสรีกับชิลี (ยกเว้นสินค้าที่เป็นสินค้าอ่อนไหว (sensitive items) เช่น น้ำตาล ข้าวสาลี ผลิตภัณฑ์นม และสุรา เป็นต้น จะมีมาตรการปกป้อง (Safeguard measures) ที่จะกำหนดอัตราพิกศุลกากรเฉพาะ (Specific tariff))
- ชิลีทำข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศและกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจต่างๆ แล้วจำนวน 19 ข้อตกลง กับประเทศต่างๆ ที่เป็น country partner ประมาณ 60 ประเทศ ได้แก่ อิตาลี

นิวซีแลนด์ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ทุกประเทศในทวีป/ภูมิภาคอเมริกาเหนือ กลาง และใต้ ได้แก่ สหรัฐ แคนาดา เม็กซิโก กลุ่มตลาดรวมอเมริกาใต้ตอนล่าง (MERCOSUR) และประเทศอื่นๆ ในละตินอเมริกา) และ EFTA และชิลีกำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาจัดทำ FTA กับอีก 2 ประเทศ คือ ออสเตรเลีย และมาเลเซีย

- ในปัจจุบัน การศุลกากรแห่งชาติชิลีได้นำระบบ E-Customs มาใช้ในพิธีศุลกากรอย่างเต็มรูปแบบ (100%) แล้ว
- ท่าเรือสำคัญของชิลีเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ Port of Valparaiso, Port of San Antonio และ Port of Iquique ตามลำดับ ทั้งนี้ ท่าเรือที่เมืองอิกเก้ อนุญาตให้นำรถยนต์ใช้แล้วจากต่างประเทศเข้ามาเพื่อทำการส่งออกต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านของชิลี คือ โบลิเวีย ได้

ข้อเสนอแนะของ Mr. Fabian Villarroel

- แสดงท่าทีว่าชิลีอยากทำข้อตกลงการค้าเสรีกับไทยเพื่อขยายปริมาณการค้า (Trade volume) ระหว่างกัน
- เสนอแนะให้ลองพิจารณาในประเด็นที่ทั้งสองฝ่าย ควรจะจัดทำ Customs MOU กัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันเกี่ยวกับตัวสินค้า ทรัพย์สินทางปัญญา และการประเมินราคาสินค้า ทั้งนี้ บันทึกความเข้าใจดังกล่าวจะสามารถเป็นกลไกในการพัฒนาความเชื่อมโยงของพิธีศุลกากรระหว่างสองประเทศได้เป็นอย่างดี

3. การเข้าพบ ปรีกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการดูงานท่าเรือ TPS Puerto Valparaiso

การเข้าพบ ปรีกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการดูงานท่าเรือ TPS Puerto Valparaiso โดยคณะฯ ได้แลกเปลี่ยนกับ Mr. Diego Fernandez Q. ตำแหน่ง Deputy Commercial Manager บริษัท Terminal Pacifico Sur Valparaiso S.A. (TPS Puerto Valparaiso เป็นบริษัทที่ได้รับสัมปทานประกอบกิจการท่าเรือที่เมือง Valparaiso จากรัฐบาลชิลี เมื่อ 1 มกราคม ค.ศ. 2000) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในการขนส่งสินค้าที่ชิลีนำเข้าจากไทย และหาแนวทางในการแก้ไขข้ออุปสรรคต่างๆ (หากมี) รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาการให้บริการด้านโลจิสติกส์แก่สินค้านำเข้าจากไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

- ท่าเรือนี้เป็นบริษัทเอกชน (Private company) ที่เป็น family company ไม่อยู่ในตลาดหุ้น เจ้าของผู้ถือหุ้น 95% เป็นชาวชิลีอื่น อีก 5% เป็นบริษัทการเงินในเยอรมนีชื่อ DEUTSCHE INVESTITIONS-UND ENTWICKLUNGSGESELLSCHAFT (DEG อยู่ในเครือ KfW banking group)

- ความสำคัญของท่าเรือแห่งนี้ คือ เป็นที่นำเข้าและส่งออกสินค้าเพื่อตอบสนอง hinterland ประมาณ 50% ของประชากรชิลี และประมาณ 46% ของ National Gross Domestic Product ของชิลี
- การดำเนินงานของท่าเรือแห่งนี้ทันสมัยมาก เน้นใช้ระบบอัตโนมัติทั้งหมด (Fully automatic) มีระบบการทำงานที่เป็น real time working และเป็นระบบ EDI มีระบบมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวดเรียกว่า MASS ซึ่งปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 14001 (ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน) และ OHSAS 18001 (ด้านความปลอดภัยของแรงงาน)
- ขนาดของท่าเรือยังไม่ใหญ่มากเมื่อเทียบกับท่าเรือขนาดใหญ่ในโลก คือมีท่าเทียบเรือ (Berth) 8 ท่า ใช้โครงยกคอนเทนเนอร์ขนาดใหญ่ทั้งแบบ STS-Gantry Panamax และ STS-Gantry Post-Panamax จำนวน 7 ตัว และโครงยกคอนเทนเนอร์แบบ RTG จำนวน 8 ตัว มีปลั๊กเสียบสำหรับคอนเทนเนอร์ที่เป็นตู้เย็นสำหรับสินค้าเน่าเสียจำนวน 1500 ปลั๊ก ในปี 2007 มีปริมาณขนถ่ายสินค้า (Terminal Cargo Throughput) 8.9 ล้านตันและปริมาณขนถ่ายคอนเทนเนอร์ (Terminal Container Throughput) 810,000 TEU (สินค้า 92% ใช้ container) ปัจจุบันกำลังอยู่ระหว่างดำเนินการโครงการใหม่ที่จะขยาย capacity ของท่าเรือนี้
- อนาคตของการให้บริการของท่าเรือนี้ ขยายตัวทุกปี ดูจากสถิติสินค้าที่ขนส่งผ่านท่าเรือนี้ในปี ค.ศ. 2005, 2006 และ 2007 มีจำนวน 351 TEU 578 TEU และ 810 TEU ตามลำดับ
- อัตราระยะเวลาเฉลี่ยที่คอนเทนเนอร์อยู่ที่ท่าเรือแห่งนี้ประมาณ 1.4 วันในกรณีสินค้าเข้า และ 3.4 วันในกรณีสินค้าออก ซึ่งนับว่าเร็วกว่าท่าเรือหลายแห่งในโลก และทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย
- ยังมีปัญหาอุปสรรคอยู่บ้างในเรื่องสินค้าสูญหายและเสียหาย แต่พยายามหาทางแก้ไขเสมอ

4. การเข้าพบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานด้านการลงทุน ประกอบด้วย Investment Committee และ Chilean Economic Development Agency (CoRFO)

การเข้าพบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานด้านการลงทุน) ทั้งสองแห่ง เพื่อให้ทราบถึงโอกาส ช่องทางทางการลงทุน รวมทั้งอุปสรรคและข้อจำกัดสำหรับการลงทุนจากต่างประเทศโดยวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย โดยมีประเด็นสำคัญในการแลกเปลี่ยนดังนี้

- หน่วยงาน Investment Committee โดย Foreign Investment Committee ได้อธิบายถึงหลักการสำคัญในการรับการลงทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมจากต่างประเทศของชิลี ซึ่งยึดหลักปฏิบัติขององค์การการค้าโลกในเรื่องการไม่เลือกปฏิบัติ การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National treatment) และมีความโปร่งใส (Transparency)

- สิทธิมีกฎ ระเบียบ และกฎหมายสำหรับการลงทุนที่ชัดเจน โปร่งใส โดยอาศัยหลักไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) ในเรื่องการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้อ่อนนุเคราะห์ยิ่ง (Most Favor Nation: MFN) ดังนั้น สิทธิจะไม่มีมาตรการการให้สิทธิประโยชน์ที่แตกต่างและเป็นพิเศษ (Preferential or Differential Treatments) รวมทั้งการให้แรงจูงใจเพื่อการลงทุน (Investment incentives) เป็นการเฉพาะแก่ประเทศคู่ภาคีประเทศใดประเทศหนึ่งแต่เพียงประเทศเดียว
- อย่างไรก็ตาม สิทธิมีการโครงการในการส่งเสริมการลงทุน (Investment promotion program) โดยจัดตั้งเป็นคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศในรูปของการให้แรงจูงใจสำหรับการลงทุน ซึ่งเป็นการให้กับทุกๆ ประเทศไม่แตกต่างกัน
- นอกจากนี้ สิทธิยังมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้การสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศ (Chilean Economic Development Agency) ในหลายๆ ด้านในลักษณะของ Supporting Mechanisms เช่น การให้การสนับสนุนทางด้าน Credit กับ Micro-Small-Medium Enterprise (MSMEs) ฯลฯ โดยมีแผนการทำงาน รูปแบบการทำงาน ที่โปร่งใส ชัดเจน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาทางด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Innovation) เป็นอย่างมาก

5. การเข้าพบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานภาคเอกชน

คณะเดินทางได้มีโอกาสเข้าพบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานภาคเอกชนหลายแห่ง ได้แก่ D&S LIDER (Retail Industry), Home Deco และบริษัทผู้นำเข้าและประกอบยานยนต์ โดยเฉพาะอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็น โอกาส ตลอดจนปัญหาอุปสรรคของสินค้าไทยในตลาดชิลี ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- สินค้าไทยบางชนิดเป็นที่รู้จักในตลาดชิลีแล้วบ้าง และมีการนำเข้าจากประเทศไทยอยู่แล้ว ได้แก่ สินค้าเครื่องตกแต่งบ้าน อาหาร และอาหารสำเร็จรูป
- อย่างไรก็ตาม สินค้าไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันทางด้านราคาอย่างมากจากสินค้านำเข้าเงินที่มีราคาถูกกว่ามาก ซึ่งผู้นำเข้าเห็นว่าตลาดชิลีมองสินค้าไทยในลักษณะที่เป็นสินค้าคุณภาพสูง (จึงจะทำให้สินค้าไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าจีนได้ในตลาดชิลี) ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยจะต้องรักษาระดับคุณภาพของสินค้าที่ส่งออกไปชิลี เนื่องจากจีนมีความได้เปรียบทั้งทางด้านต้นทุนสินค้า และต้นทุนค่าขนส่ง (ค่าขนส่งจากจีนไปชิลีถูกกว่าจากไทยไปชิลี)
- ตลาดชิลียังขาดแคลนในเรื่องความรู้ ความเข้าใจ ทั้งในแง่ของประเภทของสินค้า และคุณภาพของสินค้า การพัฒนาเพื่อเป็นการเปิดโอกาสทางการค้าระหว่างสองประเทศจึงมีความเป็นไปได้สูง

- สำหรับการค้าไทยและชิลีในปัจจุบัน ผู้ประกอบการชิลีมีปัญหาในเรื่องเวลาการส่งมอบสินค้าไทยที่มีความล่าช้า โดยผู้นำเข้าอาจต้องใช้เวลาถึง 5-6 เดือน (ระยะเวลาในการผลิตและการขนส่งสินค้าไปชิลี) จึงจะสามารถได้รับสินค้าเพื่อการจัดจำหน่าย ไม่สามารถส่งสินค้าทาง Website ได้ ทำให้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับสินค้าแฟชั่น ซึ่งต้องมีการจัดจำหน่ายสินค้าในเวลาที่เหมาะสมจึงจะสามารถแข่งขันได้ทางด้านราคา
- ผู้ประกอบการนำเข้าของชิลีเห็นว่าโดยทั่วไปสินค้าจากไทยมีปัญหาน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าที่นำเข้าจากประเทศอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าจากจีนที่มักจะมีปัญหาในเรื่องมาตรฐานสินค้าที่ไม่ผ่านกฎระเบียบของชิลี

6. การเข้าพบ ปรีกษาหารีอ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานทางการท่องเที่ยวของชิลี

คณะเดินทางได้มีโอกาสเข้าพบ ปรีกษาหารีอ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ Mr. Rodolfo Cracia Sir, General Manager, Chilean Association of Wholesalers & Tourism ในการแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับประเด็นทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

- ประเทศไทย และชิลีมีข้อเสียเปรียบทางการท่องเที่ยวในเรื่องทำเลที่ตั้งที่อยู่ห่างไกลกัน การเดินทางระหว่างกันมีความยากลำบาก เนื่องจาก เที่ยวบินในการเดินทางที่ไม่สะดวก เสียเวลาในการเดินทางมาก และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง
- อย่างไรก็ตาม ประเด็นในเรื่องค่าใช้จ่ายสูงในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวในประเทศไทยอาจไม่ใช่ประเด็นสำคัญนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวของชิลีมีการแบ่งกลุ่มกันอย่างชัดเจนทั้งจากรายได้ และความสนใจเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยว ชิลีมีนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีรายได้สูงที่สามารถรองรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงได้ และนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ที่มีความสนใจด้านวัฒนธรรมที่มีความแตกต่าง โดยเฉพาะวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ควรจะให้มีความสำคัญ
- การขาดแคลนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไทย รวมทั้งการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จักในชิลีอย่างมีอยู่มาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบถึงทางเลือกในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- จำนวนนักท่องเที่ยวของชิลีเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 80 ในช่วงปีที่ผ่านมา
- ปัญหาในเรื่องสายการบิน และเส้นทางบินถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยกับนักท่องเที่ยวชิลี

สรุปผลการสัมมนาโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA)

กรณี ไทย-รัสเซีย ไทย-แอฟริกาใต้ และไทย-ชิลี

วันอังคารที่ 20 มกราคม 2552 เวลา 08:30-13:00 น.

ณ ห้องวินัส ชั้น 3 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร

6. ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดให้มีการสัมมนาโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กรณี ไทย-รัสเซีย ไทย-แอฟริกาใต้ และไทย-ชิลี เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2552 เวลา 08:30-13:00 น. ณ ห้องวินัส ชั้น 3 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร โดยได้รับเกียรติจากนายภักดิ์ทองล้อม รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นประธานกล่าวเปิดงาน

7. การเสวนาเรื่อง “โอกาส ทางเลือก และทางรอดในตลาดใหม่ของ SMEs ไทย”

โดย

- พันเอกอนุช ขุนนาค อธิบดีรองผู้ช่วยทูตทหารบกประจำสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงมอสโก
- นางสาวสุนันทา กังวานกุลกิจ ผู้อำนวยการสำนักอเมริกา และแปซิฟิก กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- นายพงศ์พันธ์ จันทร์สุกรี กรรมการผู้จัดการ บริษัทสยามนที อินเตอร์ (กรุงเทพ) จำกัด

ดำเนินการเสวนาโดย ผศ.ดร.สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา สรุปได้ดังนี้

กรณีประเทศรัสเซีย

- สินค้าที่จะส่งออกไปยังประเทศรัสเซีย ต้องมีลักษณะเป็นสินค้า World Class Product คือ เป็นสินค้าที่รู้จักกันทั่วโลก เช่น TOYOTA มาม่า กระทิงแดง
- ชาวรัสเซียมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทย โดยมองว่าเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรม มีประเพณี และเป็นคนสะอาด จึงนิยมมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยและนิยมอาหารไทย โดยนักท่องเที่ยวแต่ละรายจะใช้เวลาอยู่

ในประเทศไทยอย่างน้อย 15 วัน และมีนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเดินทางมาท่องเที่ยวไทย เฉลี่ยปีละ 200,000 ราย แต่อย่างไรก็ตาม ตัวแทนบริการท่องเที่ยวของไทยยังไม่ได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวรัสเซียมากนัก เนื่องจากชาวรัสเซียจะใช้บริการบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวของรัสเซีย เช่น การจองที่พัก การจองตั๋วเครื่องบิน การจองแพคเกจทัวร์

- เมื่อพิจารณาสินค้านำเข้าและส่งออก ระหว่างรัสเซียและไทย พบว่าเป็นคนละรายการสินค้า จึงควรทำ FTA กับรัสเซีย โดยเน้นการเจรจาในสินค้าที่ไทยได้เปรียบรัสเซีย แต่อย่างไรก็ตาม รัสเซียยังไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) และมีเป้าหมายจะเข้าเป็นสมาชิกของ WTO ก่อนที่จะเปิดการเจรจาภายใต้กรอบ FTA กับประเทศคู่ค้า

- การประกอบธุรกิจในรัสเซียจะมีลักษณะและรูปแบบพิเศษเฉพาะตัว โดยเน้นการค้าขายจากเครือข่ายส่วนบุคคล จนมีคำกล่าวที่ว่า “ไม่มีเพื่อน ไม่มีธุรกิจ” เมื่อนักธุรกิจรัสเซียทำการค้าขายกับใครแล้ว มักจะไม่เปลี่ยนแปลงคู่ค้า ไม่ว่ารายอื่นๆ จะมีข้อเสนอที่ดีกว่าหรือขายสินค้าถูกกว่าก็ตาม นอกจากนี้ยังให้ความไว้วางใจผู้ดำเนินธุรกิจด้วยสูง เช่น กรณีผู้ประกอบการไทยทำสัญญาซื้อขายกับนักธุรกิจรัสเซียแล้ว แม้สัญญาจะระบุการจ่ายเงินตามงวดสินค้า แต่นักธุรกิจรัสเซียอาจโอนเงินทั้งหมดมาให้ผู้ประกอบการไทยก่อน แล้วค่อยส่งสินค้าให้ภายหลัง แต่อย่างไรก็ตาม กระบวนการศุลกากรและขั้นตอนทางธุรกิจตามกฎหมายรัสเซียยังมีอุปสรรคและข้อจำกัดอยู่มาก จนทำให้เกิดค่าใช้จ่ายพิเศษเพื่อให้อุปกรณ์ต่าง ๆ รวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ หากเกิดกรณีผิดนัดการชำระเงินหรือส่งมอบสินค้า มักได้รับการคุกคามจากผู้มีอิทธิพล

- นักธุรกิจชาวรัสเซีย ระดับผู้บริหารหรือระดับนโยบายมักจะสื่อสารกับชาวต่างชาติด้วยภาษาอังกฤษ แม้จะใช้ภาษาอังกฤษได้ดีก็ตาม ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยสามารถสื่อสารด้วยภาษารัสเซียได้ จะมีผลดีต่อการเจรจาทางธุรกิจค่อนข้างมาก

- ข้อมูลอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการไทยควรทราบ ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคเป็นสินค้าที่รัสเซียนำเข้ามากที่สุด รัสเซียเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพสูง รัสเซียเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมาก รัสเซียแสวงหาการลงทุนในต่างประเทศ รัสเซียเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางการเมืองสูง

- สินค้าที่ไทยควรส่งออกปรัสเซีย ได้แก่ เสื้อผ้า โดยเฉพาะเสื้อผ้าเด็ก อาหารกระป๋อง ประเภทที่รับประทานกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ธุรกิจร้านอาหาร

กรณีประเทศแอฟริกาใต้

- บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดแก้วใส เป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศแอฟริกาใต้ เนื่องจากแอฟริกาใต้ไม่สามารถผลิตขวดแก้วใสได้ เพราะสารเคมีที่ใช้ผลิตแก้วใส เป็นสารต้องห้ามซึ่งทางสหประชาชาติห้ามประเทศในทวีปแอฟริกาใต้มีไว้ในครอบครอง เนื่องจากเป็นสารตั้งต้นในการผลิตวัตถุ

ระเบิด นอกจากนี้ ยังเป็นผลมาจากภาพยนตร์เรื่องเวทาคาทำจะบ๊อง ซึ่งตัวละครเอกคัมเครื่องคัมที่บรรจุในขวดแก้วใส

- ตัวอย่างผู้ประกอบการไทยที่ประสบความสำเร็จในการส่งสินค้าไทยไปยังแอฟริกาใต้ ได้แก่ น้านมถั่วเหลืองไวตามิลล์ โดยตั้งโรงงานผลิตที่แอฟริกาใต้ และขนส่งขวดแก้วใสจากประเทศไทยไปยังแอฟริกาใต้ทางเรือ

- สินค้าประเภท Mass Product หรือ Junk Product ประเทศจีนครองส่วนแบ่งตลาดในแอฟริกาใต้ค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้านำเข้าราคาถูก และประเทศจีนได้ลงทุนสร้างศูนย์กระจายสินค้าทั่วแอฟริกาใต้ ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยจะส่งสินค้าไปยังแอฟริกาใต้ควรเป็นสินค้าที่เจาะตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) เช่น เครื่องสำอาง อาหาร จึงจะสามารถแข่งขันในตลาดได้

กรณีประเทศชิลี

- ประเทศชิลีมีนโยบายการเปิดเสรีทางการลงทุน และไม่มีการเลือกปฏิบัติหรือกีดกันทางการค้าเป็นการเฉพาะ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการเจรจาในระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี

- สินค้าที่ไทยส่งออกไปชิลี ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (57.5%) เครื่องซักผ้า (5.5%) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (4%) ผ้าปักและผ้าลูกไม้ (2.8%) เครื่องจักรและส่วนประกอบ (2.7%) และอื่น ๆ (27.5%)

- สินค้าที่ไทยนำเข้าจากชิลี ได้แก่ สินแร่ (37.5%) สัตว์น้ำแช่เย็น แช่แข็ง แปรรูป (29.5%) เยื่อกระดาษ (12.9%) สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ (4.1%) ไม้ซุง ไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ (3.1%) และอื่น ๆ (12.9%)

- มาตรการทางการค้าที่เป็นอุปสรรค ประกอบด้วย

มาตรการภาษี

- อัตราภาษี MFN (Most-Favored Nation Treatment) เฉลี่ย 6% (ของไทยจัดเก็บอยู่ที่ 10%)

- ประเทศที่ทำ FTA กับชิลี มีอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ 2.1%

- ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) 19%

มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี

- มีระบบ Price Brand System กับสินค้า 3 รายการ ได้แก่ ข้าวสาลี แป้งสาลี และน้ำตาล

- มีระบบโควตาการนำเข้าน้ำตาล การกักกันโรคระบาด การคุ้มครองเอกสารใบอนุญาต การใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping: AD), มาตรการปกป้อง (Safeguard Measures) และ CVD

- ความร่วมมือระหว่างไทย-ชิลี ด้านการเจรจาการค้า คือ การจัดทำ Joint Study ร่วมกันเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำ FTA เมื่อเดือนกรกฎาคม 2549 และผลการศึกษาดังกล่าวได้ข้อสรุปว่า หากมีการจัดทำ FTA ระหว่างไทยและชิลี ทั้งสองประเทศจะมีมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น สินค้าที่ไทยได้ประโยชน์ คือ ยานยนต์และชิ้นส่วน ข้าว สับปะรด เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าที่คาดว่าไทยจะนำเข้าชิลีมากขึ้น คือ ปลาแชลมนอน ของปรุงแต่งจากพืช ผัก ผลไม้ เยื่อกระดาษ อาหารสัตว์ ไวน์โดยสถานะปัจจุบันอยู่ระหว่างการปรับปรุง Joint Study ให้มีความทันสมัย รวมทั้ง การศึกษามาตรการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบ

8. การนำเสนอผลการศึกษา “โครงการการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA)” โดย ศศ.ดร.สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา และ ศศ.ดร.วิศิษฐ์ ชัยศรีสวัสดิ์สุข รายละเอียดคือ ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนา ได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ประเทศที่มีศักยภาพในการเจรจาจัดทำ FTA กับไทยในอนาคตทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง จำนวน 3 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ สหพันธรัฐรัสเซีย และสาธารณรัฐชิลี เพื่อจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) โดยมีผลการศึกษา โดยสรุป ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมรายสาขา

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการนำเข้าและส่งออก โดยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) และ SWOT Analysis แบบ 2 มุมมอง คือไทยต่อประเทศคู่ค้า และประเทศคู่ค้าต่อไทย

2) ผลการวิเคราะห์อุตสาหกรรมรายสาขาที่มีศักยภาพในการส่งเสริมในแต่ละประเทศคู่ค้า ได้แก่

- ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย ควรให้การส่งเสริม อุตสาหกรรมสาขาเฟอร์นิเจอร์ อาหารแปรรูป และการท่องเที่ยว
- ประเทศสาธารณรัฐชิลี ควรให้การส่งเสริม อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ และการท่องเที่ยว
- ประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ ควรให้การส่งเสริม อุตสาหกรรมข้าว อัญมณี และการท่องเที่ยว

3.2 ร่างแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กรณี ไทย-สหพันธรัฐรัสเซีย ไทย-สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ และไทย-สาธารณรัฐชิลี ประกอบด้วย

1) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมทางการค้าและการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าสินค้า
- กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าบริการ
- กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการลงทุน

2) ยุทธศาสตร์การเพิ่ม และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการวิจัย และพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการ
- กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถของกำลังคนในภาควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3) ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- กลยุทธ์การเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชิ้นกลางเพื่อเพิ่มมูลค่า
- กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบ และการส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงเขตการค้าเสรี

9. ข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมการสัมมนา

1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดตั้งสำนักงานการท่องเที่ยวประจำกรุงมอสโก ประเทศรัสเซียเรียบร้อยแล้ว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจไทย

2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำเอกสารเผยแพร่ รวมทั้งเว็บไซต์ภาษาไทยและภาษาสเปน เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวและการตลาด

3) ประเทศรัสเซียได้อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น โดยไม่ต้องขอใบอนุญาตเข้าเมือง (VISA) เพื่อเข้าประเทศรัสเซีย ซึ่งเดิมนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจไทย หากอยู่ในรัสเซียไม่เกิน 30 วัน ไม่ต้องขอ VISA หากเกินกว่า 30 วันต้องขอ VISA

4) ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย (EXIM Bank) ได้เปิดสาขาที่ประเทศรัสเซียเรียบร้อยแล้ว

10. ความเห็นและข้อเสนอแนะจากการสัมมนา

- 1) ควรจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการไทย ในลักษณะ Company Profile เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้า
- 2) ผู้ประกอบการ SMEs ควรรวมตัวกันเพื่อจัดตั้งเป็น Trading Company เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- 3) ผู้ประกอบการ SMEs ควรใช้เทคโนโลยีในการศึกษาข้อมูล เพื่อปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการค้าระหว่างประเทศ เช่น ศึกษาข้อมูลการตลาด จากเว็บไซต์กรมส่งเสริมการส่งออก (www.dephtai.go.th) ศึกษากฎระเบียบทางการค้า จากเว็บไซต์ของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (www.dtn.moc.go.th)