

# ดีไอทีพีซีสถานการณส่งออกไทย – ซีแอลเอ็มวี 3 ปี ยังส่งสัญญาณบวก พร้อมดึง 9 ประเทศร่วมระดมสม อง เสริมใยเหล็กแบรนด์ “อาเซียน” ผงาดเวทีโลก



ดีไอทีพีซีสถานการณส่งออกไทย – ซีแอลเอ็มวี 3 ปียังส่งสัญญาณบวก

พร้อมดึง 9 ประเทศร่วมระดมสมอง เสริมใยเหล็กแบรนด์ “อาเซียน” ผงาดเวทีโลก

- เอ็นอีแอลจัดโครงการ CLMVT Executive Program on New Economy ตั้งเป้าสร้างเครือข่ายการค้ากลุ่มซีแอลเอ็มวี – อาเซียน

กรุงเทพฯ – 3 สิงหาคม 2562 – กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ(DITP) เผยสถานการณส่งออกไทยไปยัง CLMVT ยังมีสัญญาณที่ดีต่อเนื่อง โดยในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปีนี้มูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 4.33 แสนล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปี 2561 มีมูลค่าอยู่ที่ 4.36 แสนล้านบาท และปี 2560 มีมูลค่า 4.11 แสนล้านบาท พร้อมเผยได้จัดทำยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้แนวคิด “Stronger Together” หรือเติบโตไปด้วยกัน พร้อมจัดโครงการ CLMVT Executive Program on New Economy ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เพื่อให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนภายในกลุ่มประเทศ CLMVT และประเทศอาเซียนอื่นๆ โดยในปีนี้ได้มุ่งเป้าไปที่การสร้างแบรนด์อาเซียนให้มีความแข็งแกร่ง และการใช้ดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ

นายปริญญา พานิชภักดิ์ กรรมการบริหารสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า กลุ่มประเทศซีแอลเอ็มวีที : CLMVT (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย) เป็นพื้นที่ดาวเด่นและน่าสนใจของนักลงทุนทั่วโลก ด้วยทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์และทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของภูมิภาค รวมทั้งปัจจัยในด้านคมนาคมขนส่ง แรงงาน และการปรับตัวของประชากรที่ก้าวไปสู่สังคมเมืองที่เอื้อต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในหลายประเภท นอกจากนี้ ในอนาคตอันใกล้ ภูมิภาคดังกล่าวยังคงกลายเป็นช่องทางทางการค้าที่มีความสำคัญ รวมทั้งเป็นภูมิภาคที่ประเทศมหาอำนาจจะเริ่มเข้ามาสร้างความสัมพันธ์และโครงสร้างพื้นฐานมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีที่ประเทศไทยควรใช้ความได้เปรียบจากการเป็นศูนย์กลางสร้างบทบาทต่างๆให้เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นในด้านการเงิน การเป็นแหล่งรวมเทคโนโลยี การกระจายสินค้า รวมทั้งการกำหนดนโยบายมาตรการ และสิทธิประโยชน์ เพื่อขับเคลื่อนให้การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

สำหรับในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี 2562 (มกราคม – มิถุนายน) การส่งออกของประเทศไทยไปยัง CLMVT ยังคงเติบโตใกล้เคียงกับปี 2560 และปี 2561 โดยมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 4.33 แสนล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปี 2561 มีมูลค่าอยู่ที่ 4.36 แสนล้านบาท และปี 2560 มีมูลค่า 4.11 แสนล้านบาท โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องได้แก่ เวียดนาม โดย 6 เดือนแรกของปี 2560 , 2561 และ 2562 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 1.8 , 1.85 และ 1.93 แสนล้านบาทตามลำดับ และกัมพูชา มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 8.6 หมื่นล้านบาท 1.07 แสนล้านบาท และ 1.09 แสนล้านบาทตามลำดับ โดยกลุ่มสินค้าที่เป็นที่ต้องการใน กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม ได้แก่ น้ำมันและเชื้อเพลิง เครื่องจักรและอุปกรณ์ เครื่องดื่ม ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งถือว่ายังมีมูลค่าการส่งออกและเติบโตที่ต่อเนื่อง

นายปริญญา กล่าวเพิ่มเติมว่า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ตระหนักถึงความสำคัญในการผลักดันโอกาสทางการค้า เพื่อให้ไทยและประเทศต่างๆในภูมิภาคเดียวกันมีบทบาทในเวทีการค้าโลก จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้แนวคิด “Stronger Together” หรือเติบโตไปด้วยกัน เพื่อรับมือผลกระทบจากสงครามการค้าในรูปแบบต่างๆที่มีต่อ CLMVT และอาเซียนที่กำลังทวีความรุนแรงต่อเนื่อง โดยแนวคิดนี้จะช่วยให้ไทยและประเทศสมาชิกสามารถบูรณาการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เอื้อโอกาสและสิทธิประโยชน์ต่างๆในรูปแบบเพื่อนช่วยเพื่อน พร้อมทั้งสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้ เป็นไปอย่างก้าวหน้าและยั่งยืน

ทั้งนี้ ล่าสุด กรมได้ผนึกกำลังร่วมกับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (TPSO) ร่วมกันผลักดันให้เกิดเวทีแลกเปลี่ยนกลยุทธ์ แนวคิด และประสบการณ์ รวมถึงกระชับความสัมพันธ์ผู้นำทางเศรษฐกิจ จากทั้งภาครัฐและเอกชนภายใต้ โครงการ CLMVT Executive Program on New Economy โดยที่ผ่านมาโครงการดังกล่าวได้สร้างเครือข่าย และโอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMV มาแล้วมากมาย โดยเฉพาะการสะท้อนถึงปัญหา อุปสรรค และนโยบายการแก้ไขที่จะช่วยให้ก้าวทันกับบริบทของการค้าโลก

ด้าน นายันทพพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) กล่าวว่า โครงการ CLMVT Executive Program on New Economy เป็นโครงการที่รัฐบาลมุ่งเน้นส่งเสริมความเป็นหุ้นส่วนทาง

เศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ระหว่างประเทศไทยและประเทศ CLMV กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ จึงได้ริเริ่มโครงการนี้เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและ กระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนภายในกลุ่มประเทศ CLMVT โดยในปีนี้เป็นการจัดครั้งที่ 3 ภายใต้ชื่อ โครงการ CLMVT Plus Executive Program on New Economy 2019 ระหว่างวันที่ 3 – 7 สิงหาคม 2562 ณ โรงแรมมิลเลนเนียม ฮิลตัน กรุงเทพฯ

“สำหรับปีนี้ เราได้ขยายผลและต่อยอดจากปีที่ผ่านมาในหลายมิติ โดยการขยายกลุ่มประเทศเป้าหมายผู้ร่วม โครงการจาก CLMVT ต่อยอดสู่ ASEAN ซึ่งจัดว่าเป็น Emerging Market มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีบทบาท สำคัญในตลาดโลก รวมถึงการขยายหลักสูตรเป็น 5 วัน โดยร่วมกับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า นำเสนอการใช้ดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ หรือ Cross-Border Digital Trade สำหรับเศรษฐกิจยุคใหม่ อันสอดคล้องกับวาระสำคัญที่ประเทศไทยได้รับเกียรติเป็นประธานอาเซียน จึงได้กำหนดจัด งานภายใต้แนวคิดหลัก ASEAN Branding

โดยในปีนี้ ผู้ร่วมโครงการเป็นผู้บริหารระดับสูงทั้งสิ้น 69 ราย จาก 9 ประเทศ แบ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงจากภาครัฐ 30 % และจากภาคเอกชน 70 % โดยสาขาธุรกิจที่หลากหลาย อาทิ อาหาร ก่อสร้าง ความงาม เทคโนโลยีและ บริการ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการต่อยอดทางการค้าและการลงทุนระหว่างกัน หากกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันบนพื้น ฐานด้านวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน งาน CLMVT Plus Executive Program on New Economy 2019 จะช่วยสร้าง เครือข่ายมิตรภาพระหว่างกันและจะพัฒนาเป็นเครือข่ายธุรกิจที่มีความไว้วางใจต่อกัน รวมทั้งแบ่งปัน ประสบการณ์การทำงานกันซึ่งกันและกัน อันนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมของบริษัท นำไป สู่การเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับ ASEAN ได้อย่างแท้จริง”

นายันทพงษ์ กล่าวทิ้งท้ายว่า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตระหนักถึงความสำคัญของ Branding เนื่องจาก ในกลุ่มอาเซียนมีประชากรกว่า 600 ล้านคน ซึ่งเป็นฐานและเป็นผู้บริโภคที่น่าสนใจ แม้ว่าเราจะเป็นแหล่งผลิตสินค้า ชั้นนำ แต่ยังมีขาดอัตลักษณ์บนเวทีการค้าโลก การสร้าง ASEAN Branding ที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญ โครงการนี้ จึงได้เชิญ Professor Len Middleton และ Dr.Krishnan วิทยากรจากมหาวิทยาลัยมิชิแกน รอสส์ประเทศสหรัฐ อเมริกา ที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษด้านการสร้างแบรนด์และกลยุทธ์การตลาด ทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลกเป็น อย่างดี มาทำ Workshop เรื่องการสร้างแบรนด์ และมีสัมมนา Cross-Border Digital Trade Conference นำเสนอการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม Site Visit เยี่ยมชมศูนย์นวัตกรรมหัวเว่ย(HUAWEI) ซึ่งแสดงถึงศักยภาพเทคโนโลยี IOT ที่ช่วยยกระดับการศึกษา และการพัฒนา “The Smart City “เป็นตัวอย่างและกรณีศึกษาในการนำเทคโนโลยีมายกระดับคุณภาพชีวิต และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันอีกด้วย

สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) กรมส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศ สายด่วน 1169 หรือเว็บไซต์ [nea.ditp.go.th](http://nea.ditp.go.th) และ [facebook.com/nea.ditp](https://facebook.com/nea.ditp)