

วิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันการส่งออกไทยในเมียนมา



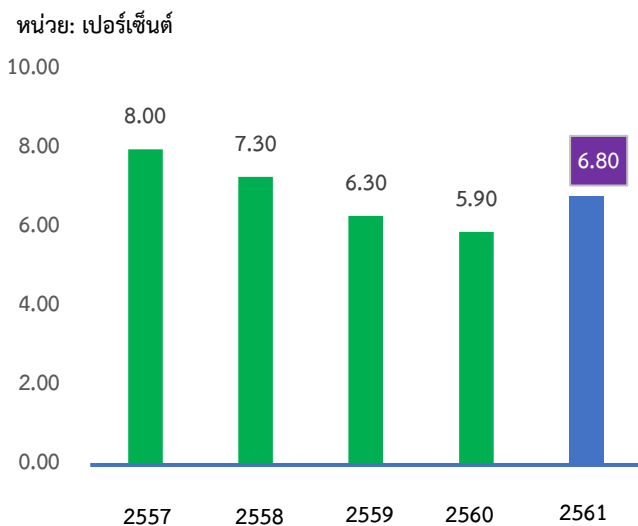
กุมภาพันธ์ 2563

ภาพรวมเศรษฐกิจเมียนมา

ตลาดกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม) เป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจในการทำการค้าการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติเป็นอย่างมาก เพราะมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ย 6-7% และมีจำนวนประชากรมากถึง 172 ล้านคน การมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีแรงงานราคาถูกและต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ปัจจัยการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การส่งออกและการท่องเที่ยว ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้เงินลงทุนจากต่างชาติไหลเวียนเข้าสู่ตลาด CLMV อย่างต่อเนื่อง

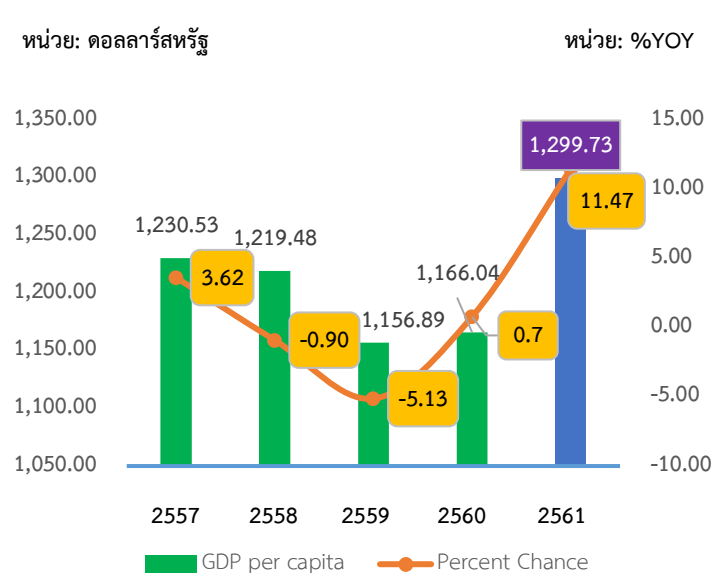
จากประเด็นข้างต้นพบว่า ประเทศเมียนมาเป็นประเทศหนึ่งที่น่าสนใจในการทำการค้าการลงทุน โดยในปี 2561 มี GDP เติบโตถึง 6.80% ส่วน GDP per Capita อยู่ที่ 1,299.73 ดอลลาร์สหรัฐ ดังภาพที่ 1 และภาพที่ 2 มีอัตราส่วนกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่เพิ่มขึ้น 33% ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ค่าแรงขั้นต่ำ อยู่ที่ 90 บาทต่อวัน ซึ่งถือว่าเป็นประเทศที่มีค่าแรงที่ต่ำ มีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึง 99% ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ โดย 90% จะมีความพร้อมโทรศัพท์มือถือในชีวิตประจำวัน สินค้าหลักที่เป็นตัวผลักดันมูลค่าการส่งออกของเมียนมาคือ ผลิตภัณฑ์ทางด้านอุตสาหกรรม (55.60%), ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (21.20%), ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแร่ (6.20%), ผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารทะเล (5.40%) ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสัตว์ (3.40%), และอื่น ๆ (6.90%) เป็นต้น

ภาพที่ 1 GDP Growth Rate



ที่มา: CEIC DATA

ภาพที่ 2 GDP Per Capita



ที่มา: CEIC DATA

ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศ

ในขณะเดียวกันเมียนมา ได้นำเข้าสินค้าจากประเทศไทย เป็นอันดับต้นๆ โดยในปี 2561 มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากไทย สูงถึง 2,595,080 ดอลลาร์สหรัฐ นำเข้าเป็นอันดับรองจากเวียดนาม สินค้านำเข้าที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ น้ำตาล (339.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ), เรือดับเพลิง เรือขุด (215.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ), น้ำมันสำเร็จรูป (155.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ), รถจักรยานยนต์ (152.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ), น้ำมันรวมทั้งน้ำมันดิบและน้ำมันอัด (75.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ), เป็นต้น ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2 โดยประเทศไทยได้ดุลการค้ามาตลอด



ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้าจากคู่ค้าสำคัญของเมียนมา 5 อันดับ ปี 2561

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า(พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (%)
1	จีน	6.22	32.17
2	สิงคโปร์	3.69	19.08
3	ไทย	2.60	13.41
4	อินเดีย	0.99	5.12
5	อินโดนีเซีย	0.94	4.84
6	อื่นๆ	4.91	25.38

ที่มา: International Trade Centre, 2561

ตารางที่ 2 สินค้านำเข้าสำคัญ 5 อันดับที่เมียนมานำเข้าจากไทย ปี 2561

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า(ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนการส่งออก (%)
1	น้ำตาล	339.37	13.08
2	เรือดัดเพลิง เรือชุด	215.68	8.31
3	น้ำมันสำเร็จรูป	215.67	6.01
4	รถจักรยานยนต์	152.51	5.88
5	น้ำรวมถึงน้ำแร่และน้ำอัดลม	75.94	2.93
6	อื่นๆ	2,595.10	63.80

ที่มา: International Trade Centre, 2561

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าเมียนมาเป็นประเทศหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปทำการค้าการลงทุนเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านชายแดนที่มีพรมแดนติดกันถึง 2,401 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัด ได้แก่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย เชียงใหม่ ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพรและระนอง และจากข้อมูลของกรมการค้าต่างประเทศพบว่าไทยมีมูลค่าการค้าชายแดนถึง 193,329 ล้านบาท สูงเป็นอันดับสองในกลุ่มประเทศ CLMV รองจาก สปป.ลาว แต่สถานการณ์ปัจจุบันการค้าการลงทุนในเมียนมามีคู่แข่งสำคัญที่เข้ามาทำตลาด เช่น จีน เวียดนาม สิงคโปร์ ฯลฯ ส่งผลให้ไทยอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันไปได้

ดังนั้นจึงได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันการส่งออกไทยในเมียนมาเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญด้วยวิธีการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) และทำการวิเคราะห์การตลาดด้วยวิธี BCG Matrix โดยใช้มูลค่าการส่งออกของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ ระหว่างปี 2559-2561 โดยใช้พิทักศุลกากร 4 หลัก (HS 4 Digit) จากสินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการ โดยใช้มูลค่าการนำเข้า (ดอลลาร์สหรัฐ) มาเป็นฐานในการคำนวณ ดังตารางที่ 3



การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันการส่งออกไทยในเมียนมาด้วยการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)

ตารางที่ 3 ศักยภาพการแข่งขันการส่งออกไทยในเมียนมาด้วยการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบที่ปรากฏ (RCA)

ลำดับ	รายการสินค้า	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)									
		จีน	สิงคโปร์	ไทย	อินเดีย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	ญี่ปุ่น	เวียดนาม	อเมริกา	ฝรั่งเศส
1	น้ำมันปิโตรเลียม	0.00	4.51	0.30	0.75	0.00	1.09	0.01	0.01	0.21	0.01
2	ผ้าทอทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์	2.83	0.00	0.06	0.12	0.07	0.03	0.31	0.22	2.72	0.00
3	น้ำตาล	0.00	0.00	4.32	5.37	0.04	0.06	0.00	0.05	0.00	0.00
4	ไขมันหรือน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืช	0.00	0.00	0.04	0.00	18.55	2.18	0.00	0.00	0.94	0.00
5	ยารักษาหรือป้องกันโรค	0.11	0.03	0.76	8.19	1.41	0.15	0.25	0.80	7.37	4.81
6	ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือชุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ	0.00	0.00	4.02	0.00	0.00	10.93	0.00	0.00	0.00	0.00
7	รถจักรยานยนต์	1.21	0.00	3.01	0.39	0.25	0.00	0.04	5.67	1.77	0.00
8	เครื่องโทรศัพท์ และอุปกรณ์อื่น ๆ	2.43	0.03	0.11	0.25	0.00	0.23	0.33	3.92	0.04	0.04
9	ยานยนต์สำหรับขนส่งของ	0.97	0.00	0.82	0.58	0.05	0.00	12.08	0.01	1.27	0.02
10	ท่อนและเส้นอื่น ๆ ทำด้วยเหล็กกล้าเจืออื่น ๆ	2.15	0.00	0.05	2.57	0.00	0.00	0.01	0.03	0.00	0.00

ที่มา: คำนวณจากฐานข้อมูล International Trade Centre

หมายเหตุ * ค่า RCA ถ้ามากกว่า 1 คือ อยู่ในฐานะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า
 ค่า RCA ถ้าน้อยกว่า 1 คือ อยู่ในฐานะเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า
 ค่า RCA ถ้าเท่ากับ 1 คือ อยู่ในฐานะที่ไม่ได้เปรียบและไม่เสียเปรียบในการส่งออกสินค้า





จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาเป็นรายสินค้าเปรียบเทียบกับคู่แข่งของไทยพบว่า

- **น้ำมันปิโตรเลียม** พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคือ สิงคโปร์ มีค่าเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ มาเลเซีย มีค่าเท่ากับ 1.09 ส่วนไทยพบว่ามีค่าเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า โดยมีค่าเท่ากับ 0.30
- **ผ้าทอทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์** พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดคือจีน มีค่าเท่ากับ 2.83 รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา พบว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มีค่าเท่ากับ 2.72 ส่วนไทยพบว่ามีค่าเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า โดยมีค่าเท่ากับ 0.06 **น้ำตาล** พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดคืออินเดีย มีค่าเท่ากับ 5.37 ส่วนไทยพบว่ามีค่าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า มีค่าเท่ากับ 4.32 แต่มีค่าน้อยกว่าอินเดีย
- **ไขมันหรือน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืช** พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคืออินโดนีเซีย มีค่าเท่ากับ 18.55 รองลงมาคือ มาเลเซีย มีค่าเท่ากับ 2.18 ส่วนไทยพบว่ามีค่าเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.02

- ยารักษาหรือป้องกันโรค พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคืออินเดีย มีค่าเท่ากับ 8.19 รองลงมาคือ รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา มีค่าเท่ากับ 7.37 อินโดนีเซีย มีค่าเท่ากับ 1.41 ส่วนไทยพบว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.76
- ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือขุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคือมาเลเซีย มีค่าเท่ากับ 10.93 รองลงมาคือไทย มีค่าเท่ากับ 4.02
- รถจักรยานยนต์ พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคือเวียดนาม มีค่าเท่ากับ 5.67 รองลงมาคือไทย มีค่าเท่ากับ 3.01 สหรัฐอเมริกา มีค่าเท่ากับ 1.77 และจีนมีค่าเท่ากับ 1.21
- เครื่องโทรศัพท์ และอุปกรณ์อื่น ๆ พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคือเวียดนาม มีค่าเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือจีน 2.43 ส่วนไทยพบว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.11
- ยานยนต์สำหรับขนส่งของ พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคือญี่ปุ่น มีค่าเท่ากับ 12.08 รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา มีค่าเท่ากับ 1.27 ส่วนไทยพบว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.82
- ท่อนและเส้นอื่น ๆ ทำด้วยเหล็กกล้าเจืออื่น ๆ พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคืออินเดีย มีค่าเท่ากับ 2.57 รองลงมาคือจีน มีค่าเท่ากับ 2.15 ส่วนไทยพบว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.05

การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันการส่งออกไทยในเมียนมาด้วยการวิเคราะห์ BCG Metrix

ตารางที่ 4 ศักยภาพการแข่งขันการส่งออกไทยในเมียนมาด้วยการวิเคราะห์ BCG Metrix

Star: กลุ่มดาวรุ่ง	Question Marks: กลุ่มน่าสงสัย
<ul style="list-style-type: none"> • น้ำตาล 	<ul style="list-style-type: none"> • ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือขุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ • รถจักรยานยนต์ 
Cash Cows: กลุ่มวัวให้นม	Dogs: กลุ่มสุนัข
<ul style="list-style-type: none"> • น้ำมันปิโตรเลียม • ผ้าทอทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์ • ยารักษาหรือป้องกันโรค • ท่อนและเส้นอื่น ๆ ทำด้วยเหล็กกล้าเจืออื่น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> • ไขมันหรือน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืช • เครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์อื่น ๆ • ยานยนต์สำหรับขนส่งของ 
ที่มา: จากการคำนวณของสถาบัน AiTi	

จากตารางที่ 4 BCG Model แสดงค่าได้ดังนี้

- **Star: กลุ่มดาวรุ่ง** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโต ผลิตภัณฑ์และส่วนแบ่งการตลาดสูง (ยอดขายสูง) ทำรายได้และกำไรให้กับบริษัทได้อย่างโดดเด่น มีความต้องการในตลาดมาก อยู่ในช่วงกำลังเติบโต ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่
- **Question Marks: กลุ่มน่าสงสัย** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่ส่วนแบ่งการตลาดต่ำ มักเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ในช่วงแนะนำหรือเพิ่งเริ่มเข้าสู่ตลาด บริษัทต้องกำหนดระยะเวลาการทำตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ชัดเจนถ้าทำตลาดสำเร็จจะกลายเป็น Star แต่ถ้าล้มเหลวจะกลายเป็น Dogs

- **Cash Cows: กลุ่มวัวให้นม** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำ แต่ส่วนแบ่งการตลาดสูง ผลิตภัณฑ์เข้าสู่ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่แต่ยังสามารถทำกำไรได้เรื่อย ๆ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่คงตัวมานานของบริษัท
- **Dogs: กลุ่มสุนัข** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำและส่วนแบ่งการตลาดต่ำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำกำไรและมักจะขาดทุน บริษัทควรจะต้องตัดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ออกไป หรือทำการปรับปรุงครั้งใหญ่กับผลิตภัณฑ์นี้

เมื่อพิจารณาค่า BCG model พบว่าสินค้าส่งออกไทยสามารถจัดกลุ่มได้ดังนี้

- **น้ำตาล** พบว่าไทยจัดอยู่ในกลุ่ม (Star) เนื่องจากอัตราการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกสูงมากกว่าค่าเฉลี่ย และมีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด เป็นผู้นำในการส่งออกนี้
- **ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือขุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ และกลุ่มรถจักรยานยนต์** พบว่าไทยจัดอยู่ในกลุ่ม (Question Marks) เนื่องจากอัตราการเพิ่มของการส่งออกอยู่ในระดับสูงขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดยังต่ำกว่าทุกประเทศ
- **น้ำมันปิโตรเลียม, ผ้าทอทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์, ยารักษาหรือป้องกันโรค และ ท่อนและเส้นอื่น ๆ ทำด้วยเหล็กกล้าเจืออื่น ๆ** พบว่าไทยจัดอยู่ในกลุ่ม (Cash Cows) เนื่องจากอัตราการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกต่ำกว่าค่าเฉลี่ย แต่ส่วนแบ่งการตลาดสูง และมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ
- **ไขมันหรือน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืช, เครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์อื่น ๆ และ ยานยนต์สำหรับขนส่งของ** พบว่าไทยจัดอยู่ในกลุ่ม (Dogs) เนื่องจากอัตราการเพิ่มของมูลค่าการส่งออกต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และมีส่วนแบ่งในตลาดต่ำ

ผลการศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) จากสินค้าทั้งหมด 10 รายการ และมีเพียงสินค้า 3 รายการเท่านั้นที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือมีค่า RCA มากกว่า 1 ได้แก่ 1. น้ำตาล 2. ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือขุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ และ 3. รถจักรยานยนต์

หากเปรียบเทียบคู่แข่งสำคัญอย่างจีน สิงคโปร์ อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น เวียดนาม อเมริกา และฝรั่งเศส แม้ว่าจะมีความได้เปรียบแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายสินค้าพบว่า **น้ำตาล** ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ อินเดีย **ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือขุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ** ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดคือมาเลเซีย และ**รถจักรยานยนต์** ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น

และเมื่อพิจารณาศักยภาพสินค้าไทยในตลาดเมียนมาจากการวิเคราะห์ BCG Metrix พบว่า **กลุ่มน้ำตาล** จัดอยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง (Star) แสดงถึงโอกาสในการส่งออกของกลุ่มสินค้าดังกล่าว ที่มีอัตราการเติบโตสูงและมีส่วนแบ่งตลาดมาก หรือเป็นผู้นำของตลาด สังเกตได้จากปริมาณการส่งออกตั้งแต่ปี 2559 – 2561 ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีอัตราการเติบโต (Growth Rate) เฉลี่ย 12% และส่วนแบ่งการตลาดในปี 2561 (Market Share) อยู่ที่ 38% ในตลาดเมียนมา ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าสินค้าเพื่อการส่งออก (Re-Export) และบริโภคบางส่วน โดยเมียนมามีการนำเข้าน้ำตาลจากไทยและอินเดียเป็นหลักและทำการส่งออกไปยังประเทศจีน เนื่องจากคุณภาพของน้ำตาลที่ผลิตในประเทศนั้นไม่ได้มาตรฐาน ส่วน **ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือขุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ และกลุ่มรถจักรยานยนต์** อยู่ในตำแหน่ง (Question Marks) ซึ่งบ่งบอกถึงอัตรา/การเติบโตที่สูงขึ้น แต่ส่วนแบ่งทางการตลาดยังต่ำ ธุรกิจในช่วงนี้ต้องใช้เงินในการลงทุนสูงมากเพื่อสร้าง Market Share ให้สูงขึ้น โดยความเสี่ยงของตำแหน่งนี้คือหากประสบความสำเร็จจะเป็น Star และเป็น Cash Cows แต่หากขาดทุนจะเป็น Dogs ทั้งนี้

สำหรับกลุ่มสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) เช่น น้ำตาล, ยานประภาคาร เรือดับเพลิง เรือขุด ปั่นจั่นลอย และยานน้ำอื่น ๆ, และรถจักรยานยนต์ ควรมีการตรวจสอบควบคุมสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล หรือหาวิธีการลดต้นทุนในการผลิตเพื่อรักษาความ ได้เปรียบไว้ นอกจากนี้ภาครัฐควรส่งเสริมและดึงดูดการค้าการลงทุนจากต่างชาติให้เข้ามาลงทุนมากขึ้น

สำหรับกลุ่มสินค้าที่ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) อย่างเช่น น้ำมันปิโตรเลียม, ผ้าทอทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์, ไขมันหรือน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืช, ยารักษาหรือป้องกันโรค, เครื่องโทรศัพท์ และอุปกรณ์อื่น ๆ, ยานยนต์สำหรับขนส่งของ, ท่อนและเส้นอื่น ๆ ทำด้วยเหล็กกล้าเจืออื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ภาครัฐควรสนับสนุนให้นักลงทุนไทยหรือผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่มีศักยภาพไปขยายการค้าการ

ลงทุน ตั้งกิจการขยายกำลังการผลิต การวิจัยและพัฒนา เพื่อใช้ความได้เปรียบด้านทรัพยากรแรงงานของประเทศเมียนมา ผลิตสินค้าส่งกลับ
มาจำหน่ายยังประเทศไทย และควรมีนโยบายสนับสนุนด้านสินเชื่อเพื่อการค้าการลงทุน

สิ่งสำคัญที่สุดคือ หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและสถาบันที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือในการกำกับดูแลสินค้าส่งออกทุกประเภทให้มีคุณภาพ
และได้มาตรฐานสากล รวมถึงร่วมกันผลักดันสินค้าไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ณัฐพงศ์ คชเชื่อน

Natapong_kho@utcc.ac.th

สนใจรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มประเทศ CLMV ติดต่อได้ที่ aiti@thaichamber.org หรือเข้ามาเยือนเว็บไซต์ <http://aiti.thaichamber.org>

