

โอกาสการค้าชายแดนไทย (2)

วิมล ปั่นคง

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์ความรู้

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

www.itd.or.th

ตีพิมพ์ : หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ Section : ธุรกิจ-ตลาด/ประชาคมอาเซียน

ปีที่ 12 ฉบับที่ 4341 วันศุกร์ที่ 26 ธันวาคม 2557

หน้า B16 (ซ้าย) คอลัมน์ “เขียนอาเซียน”

ในมิติการค้าชายแดนยังมีหลายประเด็นที่ไทยต้องเร่งรัดดำเนินการเพื่อกระจายผลประโยชน์การค้าชายแดนให้คนส่วนใหญ่ของประเทศ แม้ว่ามูลค่าการค้าชายแดนจะเติบโตขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่หากพิจารณาด้านโครงสร้างการส่งออกพบว่า สินค้าส่งออกหลักเป็นสินค้าอุตสาหกรรม อาทิ น้ำมัน ยานยนต์และชิ้นส่วน เครื่องจักรกลการเกษตร สินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่ผลิตจากบริษัทขนาดใหญ่ที่อาศัยเงินทุนมาก อาศัยเทคโนโลยีนำเข้าจากต่างประเทศ ผลิตจากต่างพื้นที่ ขนส่งและลำเลียงผ่านจังหวัดชายแดนสู่ตลาดประเทศเพื่อนบ้าน ในขณะที่ชุมชนและท้องถิ่นแถบชายแดนยังไม่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย

เพื่อนำไปสู่กระจายผลประโยชน์และลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ สิ่งแรกที่ต้องเร่งดำเนินการ คือ **การส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเล็งเห็นโอกาสของการค้าชายกับประเทศเพื่อนบ้าน** การค้าชายแดนควรเป็นตลาดแรกๆ ที่ผู้ประกอบการไทยออกไปคว้าโอกาสการค้าจากกำลังซื้อที่กำลังเติบโตและการอำนวยความสะดวกด้านการค้าระหว่างประเทศที่พัฒนามากขึ้น เนื่องจากทุกประเทศในภูมิภาคอาเซียนกำลังเตรียมความพร้อมรองรับการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งการปรับปรุงระบบศุลกากร การลดมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี การปฏิรูปกฎหมายด้านการค้าและการลงทุนในประเทศ

ปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบของสินค้าไทยในตลาดประเทศเพื่อนบ้าน คือ ความคุ้นเคยกันด้านวัฒนธรรม เนื่องจากรูปแบบการบริโภคที่มีความใกล้เคียงกันเป็นพื้นฐานดั้งเดิม ทำให้สินค้าที่ส่งไปขายยังตลาดเพื่อนบ้านไม่ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบมากนัก โดยเฉพาะตลาดประเทศ สปป.ลาว กัมพูชา เมียนมาร์ และเวียดนาม ผู้บริโภคในตลาดเพื่อนบ้านมีความนิยมและยอมรับสินค้าไทยในระดับค่อนข้างดีในฐานะที่เป็นสินค้าคุณภาพดี มีความน่าเชื่อถือ ราคาไม่แพง สินค้าที่มีศักยภาพที่ผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในตลาดเพื่อนบ้าน คือ สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม สินค้าระดับบ้าน รวมทั้งเสื้อผ้า และสินค้าแฟชั่น

ทั้งนี้ ประการแรกที่คนไทยต้องตระหนักรู้ คือ ต้องเร่งปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น ต้องตระหนักว่าตลาดในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากสินค้าต่างประเทศ เพราะในอนาคตสินค้าเหล่านี้จะเข้ามาเป็นทางเลือกของผู้บริโภค ทำให้ต้องคำนึงทั้งด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สร้างความแตกต่างโดยอาศัยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการวางแผนธุรกิจระยะยาวให้มีความชัดเจนมากขึ้น ที่สำคัญต้องรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่ส่งไปขายในประเทศเพื่อนบ้านและต้องประกอบการค้าด้วยความซื่อสัตย์และจริงจังต่อพันธมิตรคู่ค้า ต้องไม่ใช้กลยุทธ์ตัดราคาสินค้าแข่งกันเอง ซึ่งไม่มีความยั่งยืนและไม่เกิดประโยชน์ในระยะยาว ควรแข่งขันกันด้วยการพัฒนาคุณภาพสินค้าและยกระดับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ประการต่อมา คือ การเร่งพัฒนาทักษะด้านการประกอบการและทักษะการค้าระหว่างประเทศ ทั้งด้านการตลาดระหว่างประเทศ การเงินระหว่างประเทศ การขนส่งและการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงผู้ประกอบการชุมชนทั่วประเทศ เพราะภายใต้เครือข่ายระบบคมนาคมที่กำลังได้รับการพัฒนามากขึ้น ส่งผลให้การค้าชายแดนมิใช่เป็นเพียงโอกาสของคนไทยในพื้นที่ 25 จังหวัดตามแนวชายแดนเท่านั้น แต่เป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยทั่วประเทศเพื่อให้สามารถสร้างเครือข่ายและค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้านได้

อาทิ ผู้ประกอบการจังหวัดเพชรบุรีสามารถสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อส่งสินค้าไปขายใน สปป.ลาว ได้ ผู้ประกอบการภาคใต้ก็สามารถสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการในจังหวัดตาก ส่งสินค้าจากภาคใต้ไปขายในเมียนมาร์ได้ แนวคิดนี้ได้รับการผลักดันแล้วในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างซึ่งประกอบด้วยจังหวัดเพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และประจวบคีรีขันธ์ ที่ได้รวมตัวกันเป็นกลุ่ม “เพชรสมุทรคีรี” และได้ดำเนินกิจกรรมสร้างเครือข่ายกับจังหวัดตามแนวชายแดนในภาคอื่น ๆ

การพัฒนาศักยภาพคนไทยให้สามารถแสวงหาโอกาสจากการค้าชายแดนที่กำลังเติบโตถือเป็นภารกิจสำคัญของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไทยที่ต้อง “เร่งและร่วมกันทำ” ทั้งการกระจายองค์ความรู้ที่ผ่านการวิเคราะห์และวิจัยอย่างเป็นระบบแล้ว การฝึกอบรมและสัมมนา การถ่ายทอดและสร้างประสบการณ์จริง ทั้งนี้ ภารกิจการพัฒนาศักยภาพคนต้องใช้เวลาและงบประมาณ ซึ่งต้องหวังผลทั้งระยะสั้นและระยะยาว
