

## BIG DATA เออีซี ต้องรู้ เล่ม 1: ปฐมบทสวัสดิ์ประเทศไทย โดย ธนาช พานิชย์เศรษฐ์

“ใครจะอ่านหนังสือตั้ง 13 เล่ม?” คำถามที่มักจะเจอเมื่อผมเริ่มต้นทำโครงการเขียน “เออีซี ต้องรู้ (AEC Must Know)” ในลักษณะ Big Data เพราะมีทั้งหมด 13 เล่มตามกรอบเออีซี 10+3 อย่างไรก็ตาม เราต้องการผู้อ่านอย่างไร? ทักษะรับรู้ข้อมูลเปลี่ยนไปจากเดิมมากน้อยอย่างไร? เราต้องการ AEC+3 ต้องรู้ เพื่อเป็น Big Data จริงหรือ? คำถามเหล่านี้ไม่มีคำตอบที่ชัดเจน แต่มันก็ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการใช้งาน AEC+3 ต้องรู้ ของแต่ละองค์กรและบุคคล แต่ที่แน่ๆทักษะของบุคลากรในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันทั้งเทคโนโลยี สู้กันด้วยข้อมูลที่แม่นยำ จะเปลี่ยนแปลงจากสมัยเดิมที่ไม่ค่อยใส่ใจการเรียนรู้ มีแต่เรื่องของความบันเทิง เช่น เล่นเกม ฯลฯ ในมุมมองของผม งานทางด้าน Big Data ของโครงการ “เออีซี ต้องรู้ (AEC Must Know)” น่าจะแบ่งบุคลากรด้านต่างๆที่ต้องการอ่านได้ดังนี้

- SMEs 2.74 ล้านราย ผู้บริหารสูงสุดด้านข้อมูล ที่มีอำนาจในการดูแลข้อมูลภายในและภายนอกองค์กร การนำข้อมูลไปใช้ขยายงาน ต้องมีความเข้าใจด้านธุรกิจที่ต้องการวิเคราะห์จากแหล่งข้อมูลต่างๆ
- ห้างสมุด การดูแลเรื่องคุณภาพข้อมูลที่ต้องทันสมัย ครบสมบูรณ์ ไว้บริการนักวิจัย นักศึกษาและประชาชนทั่วไป
- สมาคมต่างๆ มีแนวโน้มต้องการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านข้อมูล ช่วยให้สมาชิกมีองค์ความรู้ก้าวทันโลก
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรภาคเอกชนที่มีบทบาทสำคัญในภาคเศรษฐกิจ จำนวน 43 กลุ่มอุตสาหกรรม
- องค์กรบริหารส่วนตำบล 5,509 แห่ง โดยแต่ละแห่งมีความตื่นตัวเรื่อง เออีซี
- สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย จำนวน 8,161 สหกรณ์ โดย ดร.กึก ดอนสำราญ ประธานฯ สันนิบาตฯ พัฒนาต่อเนื่อง
- นักลงทุน Start-Up ใช้ออกแบบสถาปัตยกรรมทางธุรกิจ เพื่อก้าวเข้าสู่ เออีซี อย่างมีองค์ความรู้
- นักวิชาการ นักวิจัย ครู อาจารย์ เพื่อมุมมองที่แตกต่าง

“เออีซี ต้องรู้” คือการเตรียมพร้อม กับการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคสังคมเมืองไร้พรมแดน (Urbanization without borders) ของอาเซียน 10+3 ประเทศแม้วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันในหลายประเทศนับจากประเทศไทย อาเซียนตั้งเป้าก้าวสู่ AEC ทำให้มีการเตรียมความพร้อมและยกระดับการพัฒนา 3 เสาหลักคือ เศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง ส่งผลให้เกิดการกระจายตัวทางเศรษฐกิจออกสู่พื้นที่ส่วนต่างๆ ของแต่ละประเทศ โดยการกระจายความเป็นเมืองดังกล่าวสะท้อนความต้องการรวมเป็นประชาคมอาเซียน ... โอกาส อุปสรรค แนวคิด และกลยุทธ์ต่างๆ ค้นหาได้จาก “เออีซี ต้องรู้”





## 1. บทนำก้าวสู่ เออีซี: INTRODUCTION to AEC

### 1.1 AEC (เออีซี) คืออะไร? What is AEC?

#### 1.2 ความสำคัญ Important Role

#### 1.3 วิสัยทัศน์ของอาเซียน AEC Visions

#### 1.4 พิมพ์เขียวของ เออีซี AEC Blueprint

#### 1.5 ข้อมูลพื้นฐานประเทศสมาชิกอาเซียน

#### AEC Nation Basic Information

#### 1.6 ความสำเร็จของอาเซียนและประโยชน์ต่อประเทศไทย

#### AEC Success & Beneficiaries of Thailand

#### 1.7 ผลกระทบ AEC ต่อประเทศไทย Side effect to Thailand

#### 1.8 SME/OTOP และธุรกิจหลักๆที่จะได้รับผลกระทบมากเมื่อเปิด

#### AEC: Impact on SME and OTOP

#### 1.9 สปาไทยและการท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลกระทบเมื่อเปิด AEC impact on Thai Spa and Tourisms

#### 1.10 ข้อตกลงยอมรับร่วม ASEAN Mutual Recognition

#### Arrangement: MRA

#### 1.11 ถามตอบสารพันปัญหา Posted Q&A

## 2. คิดใหม่การตลาด ASEAN Re-thinking AEC Marketing .....

### 2.1 บทนำ: มิติแห่งปรัชญา หยิน-หยาง Introduction: Ying-Yan Dimension .....

### 2.2 ความยั่งยืน Sustainable Marketing .....

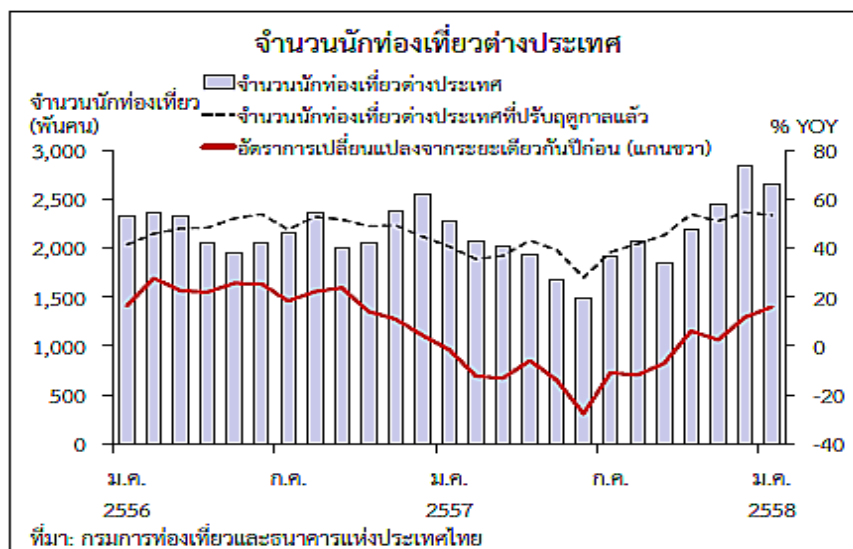
### 2.3 การตลาด Marketing 3.0 .....

### 2.4 เอสเอ็มอี-โอท็อปต้องปรับเปลี่ยน SMEs-OTOP Change .....

### 2.5 เครื่องมือการวางแผนทางการตลาด Strategic Marketing Plan Tool .....

### 3. โอกาสของสินค้าไทยใน ASEAN Opportunities of Thailand's products .....

- 3.1 การเปิดเสรี หลายด้านโอกาสของสินค้าไทยใน ASEAN: The liberalization of many products is an opportunity of Thailand in ASEAN
- 3.2 ผู้ประกอบการไทยจะได้ประโยชน์อะไรจากการเชื่อมโยง ASEAN: Thailand's entrepreneurs can benefit from linking ASEAN
- 3.3 สินค้าส่งออกที่ไทย ได้เปรียบและมีศักยภาพเหนือคู่แข่งในตลาด ASEAN  
Thailand exports an advantage over potential competitors in the Asean
- 3.4 ASEAN กดดันให้สินค้าไทยบางรายการต้องเร่งปรับตัว: Some ASEAN to pressure Thailand to accelerate its adaptation
- 3.5 โอกาสและผลกระทบของ OTOP: The likelihood and impact of OTOP with the AEC
- 3.6 สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าไทย Value Added of Thailand's Products
- 3.7 ธุรกิจแฟรนไชส์ FRANCHISE BUSINESS
- 3.8 สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าไทย High Value Added (HVA) of Thailand's Products
- 3.9 นวัตกรรมไทยกับการระดมทุนผ่าน Crowdfunding
- 3.10 ธุรกิจเกษตรส่งออกเจาะตลาดจีน Agricultural products export to China
- 3.11 ตลาดสินค้าแฟชั่นและความงาม...อีกโอกาสของไทยในตลาดมุสลิม: Fashion and beauty other market opportunities for Thailand in Muslim market



## ASEAN FOR YOU



### 5.นโยบายและทิศทางผลักดันการค้า Policies and Directions for trade with AEC ....

- 5.1 ภาพการเมือง The Political Landscape .....
- 5.2 ผู้กำหนดนโยบาย Key Players .....
- 5.3 มาตรการรองรับผลกระทบของภาครัฐ Impact measurement by Government
- 5.4 การใช้อาเซียนเป็นฐานไปสู่เวทีโลก (ASEAN One) .....

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอย่างเป็นทางการ ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ยังส่งสัญญาณไม่ฟื้นตัว อาเซียนจึงกลายเป็นความหวังที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก

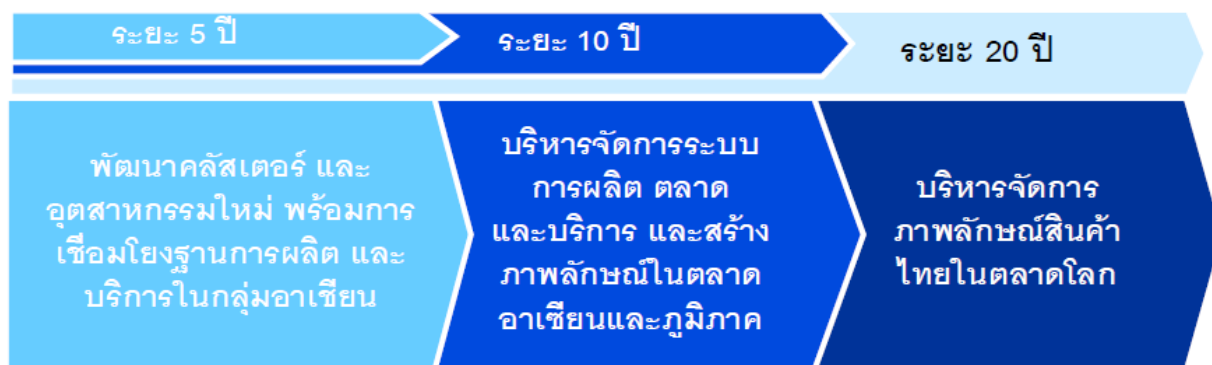
อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าของอินโดนีเซีย บอกด้วยว่าเมื่อประชาอาเซียนเปิดต้อนรับนักลงทุน ทุกคนก็ต้องเตรียมพร้อมรับการบาดเจ็บทางธุรกิจเหมือนกัน ต้องทำใจว่าอาจต้องล้มลุกคลุกคลานกันอยู่หลายปีแต่เขาเชื่อว่าจะเป็นระยะสั้นๆ เท่านั้น ส่วนในระยะยาวอาเซียนคือโอกาสที่พลาดไม่ได้

“เมื่อ AEC เกิดขึ้น ก็หมายถึงการค้าระหว่างประเทศจะเสรี ความสะดวกก็คือการแข่งขันด้านต้นทุนที่ต้องถูกลง”

“ภูมิภาคอาเซียน จะเป็นตลาดผู้บริโภคที่ใหญ่ที่สุดในอีก 20 ปีข้างหน้า มูลค่าตลาดจะสูงถึง 100 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตัวเลขอันมหึมาเหล่านี้ คือความน่าสนใจของภูมิภาคนี้ ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่ามูลค่าการค้าในสหรัฐอเมริกาเสียอีก”



กิตา เวอร์จารย์ อดีตรัฐมนตรีการค้าของอินโดนีเซีย



วิสัยทัศน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย: Vision for Thailand industrial development

## 6. ภาพรวมอุตสาหกรรมไทยรายสาขา Thailand Industrial by Sector Overview .....

### 6.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว Tourism industry .....

#### 6.1.1 บทนำ แนวโน้มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว Introduction Trends in Tourism Industry 6.1.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable Tourism .....

#### 6.1.3 Green Tourism และ Green Economy .....

#### 6.1.4 การท่องเที่ยวไทยในอาเซียน Thailand Tourism in Asia .....

#### 6.1.5 มิติไร้พรมแดน ทบทวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอาเซียน .....

#### Boundless dimension A review of the eco-tourism in the Asean region .....

#### 6.1.6 การรับรองมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติ The Standards and Guidelines .....

#### 6.1.7 สถานที่ท่องเที่ยวสุดฮิตแห่งปีในประเทศไทย Tourism Attractions hit of the year in Thailand

#### 6.1.8 อาหารอาเซียน 10 เมนูเด็ดของอาหารประจำชาติอาเซียน Top 10 Asian food dishes of food for the ASEAN nations .....

#### 6.1.9 ชี้อัตราตลาดไทยเที่ยวไทยกับกลยุทธ์ใหม่ที่ SME ต้องปรับตัว Thailand Travel Market revealed at the SME must adapt to the new strategy .....

### 6.2 แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ MICE The Outlook of MICE Industry .....

### 6.3 ไทย ฮับแฟชั่นอาเซียน Thailand as ASEAN fashion hub .....

### 6.4 สรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของ SMEs ไทย: The Situation of auto parts industry for SMEs Thailand .....

### 6.5 อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ: Jewelry Industry .....

### 6.6 อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์: Electrical and Electronics Industry....

### 6.7 อุตสาหกรรมแม่พิมพ์: Mould Industry .....

### 6.8 อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม Foods and Beverage Industry .....

### 6.9 เพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งระหว่างประเทศใน AEC Logistic Improvement .....

### 6.10 วิสัยทัศน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย: Vision for Thailand industrial development





## 7. โอกาสการค้าชายแดน และเขตเศรษฐกิจพิเศษ Opportunity of Bordering Trade and Special Economic Zone (SEZ)

7.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการค้าชายแดน: General knowledge about the border trade

7.2 รูปแบบการค้าชายแดนและข้ามแดน: Trading style boarding point & crossing point

7.3 ช่องทางการค้า Trading channel

7.4 ด้านการค้าชายแดนที่สำคัญ: Important bordering check point

7.4.1 จังหวัดที่ชายแดนติดต่อกับเมียนมาร์: Provincial borders with Myanmar

7.4.1.1 ตาก ด้านศุลกากรแม่สอด Tak Mae Sot Customs House

7.4.1.2 แม่ฮ่องสอน ด้านศุลกากรบ้านห้วยผึ่ง Mae Hongson–Ban Huai Pheung

7.4.1.3 เชียงราย ด้านศุลกากรแม่สาย MAE SAI CUSTOMS HOUSE

7.4.1.4 กาญจนบุรี ด้านศุลกากรสังขละบุรี Kanchanaburi - Sangkla Buri

7.4.1.5 จุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน Phu Num Ron Boarder Crossing Point

7.4.1.6 ประจวบคีรีขันธ์ ด้านศุลกากรบ้านสิงขร Prachup Kirikhan-Bann Singkhorn Pass

7.4.1.7 ระนอง ด้านศุลกากรระนอง Ranong Customs House

7.4.2 จังหวัดที่ชายแดนติดต่อกับ สปป.ลาว : Provincial borders with PDR Lao

7.4.2.1 การค้าชายแดนระหว่าง สปป.ลาว และไทย Border trade PDR Lao-Thailand 7.4.2.2 ด้านอำเภอ

เมือง จังหวัดมุกดาหาร Mukdahan

7.4.2.3 ด้านช่องเม็ก Chongmek Customs House

7.4.2.4 ด้านอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย Chiang Khong – Chiang Rai

7.4.2.5 ด้านบึงกาฬ Bueng Kan

7.4.2.6 ด้านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว บ้านเหล่าจอมมณี Nong Kai

7.4.2.7 ด้านอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม Nakornphanom

7.4.3 จังหวัดที่ชายแดนติดต่อกับกัมพูชา : Provincial borders with Cambodia

7.4.3.1 ด้านศุลกากรอรัญประเทศ – ปอยเปต: Aranyaprathet\_Poi Pet

7.4.3.2 ด้านศุลกากร บ้านหาดเล็ก คลองใหญ่ จังหวัดตราด Ban Hat Lek – Trad

7.4.3.3 ด้านศุลกากรจันทบุรี Chanthaburi

7.4.4 จังหวัดที่มีชายแดนติดต่อกับมาเลเซีย : Provincial borders with Malaysia

7.4.4.1 ด้านสะเดา จังหวัดสงขลา Ban Dannok Sadao Songkla

7.4.4.2 ด้านปาดังเบซาร์ อ.สะเดา จ.สงขลา Padang Besar - Songkhla

## 8. พื้นฐานการค้าต่างประเทศ The Fundamentals of International Trade

8.1 ความหมายและความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ Meaning & importance of international trade

ความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ The important of international trade

8.3 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการการค้าระหว่างประเทศ: Important factors that cause international trade

8.4 ผลดีของการค้าระหว่างประเทศ Benefits of international trade

8.5 ประโยชน์ของการค้าระหว่างประเทศ The value of international trade

8.6 คุณสมบัติความพร้อมของผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ The availability of qualified enterprises in international trade

8.7 มาตรการนำเข้าและส่งออก/มาตรฐานสินค้าของไทย: Import and export regulation / Products standards of Thailand

8.8 การประกอบธุรกิจที่น่าสนใจกับประเทศเพื่อนบ้าน Business Interest with Neighboring Countries

8.9 ปัญหาที่ SMEs มักพบในการทำการค้าระหว่างประเทศ SMEs often encounter difficulties in making international trade

8.10 กฎถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin)

8.11 พิธีการส่งออกสินค้า Customs Export Procedure

8.12 ตัวแทนของผู้ส่งสินค้า ในฐานะผู้ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ Multimodal Forwarder 8.13 การศึกษาวิธีการชำระเงินระหว่างประเทศ: Study of international payments

8.14 ศึกษากฎระเบียบของสินค้าและสิทธิพิเศษทางภาษี: Study regulations and tax privileges 8.15 บทสรุปการค้าต่างประเทศ: Conclusion for Foreign Trade



## 9. ภาพแห่งอนาคตของประเทศไทย THAILAND: The Shape of the Future

9.1 ความชัดเจนของนโยบายภาครัฐ Government Clear Policies

9.2 ญแจแห่งความสำเร็จในอนาคต Key Challenges for the Future

9.3 ทำนายอนาคตของประเทศ Predictions for the Future

9.4 เมกะโปรเจกต์ กระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างความเชื่อมั่น Thailand Mega Project

9.5 การเป็นศูนย์กลางการค้าอาเซียน Integrated Trading Nation

9.5.1 ชาติแห่งการค้า Trading Nation

9.5.2 เศรษฐกิจดิจิทัล Digital Economy

9.6 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาค Regional Comprehensive Economic Partnership 'RCEP'



## 10. เอกสารแนบท้าย Appendices

10.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ภูมิภาคอาเซียน ASEAN SWOT Analysis 10.2

คำนิยาม SME Definition

10.3 คำนิยาม OTOP Definition

10.4 Status of the Development of ASEAN Power Grid Network

10.5 Interaction between ASEAN Connectivity and ASEAN Community

10.6 Status of the Trans-ASEAN Gas Pipeline Project

10.7 Vision and Goals of ASEAN Connectivity

10.8 ประเทศ CLMV ปรับลดภาษีนำเข้า เหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558

10.9 รายการสินค้าอ่อนไหว Sensitive List / Highly Sensitive List

10.10 โครงข่ายถนนสายเอเชีย: Asia Highway (HA) Network

10.11 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ภายใต้วิสัยทัศน์

“มุ่งสู่อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ที่สมดุลและยั่งยืน”

: Thailand Industry Development Strategy under Vision

“To create a balanced and sustainable industry”

10.12 รวบรวมที่ติดต่อที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ: Useful Contacts and Res