



ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน : โอกาสของผู้ประกอบการวัฒนธรรมไทย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

วันพฤหัสบดีที่ 23 สิงหาคม 2555 เวลา 09.30- 10.30 น.

ณ โรงแรมโกลเด้นทิวลิป ซอฟเฟอริน กรุงเทพฯ

หัวข้อที่ ๑ : ---



การก้าวสู่ประชาคมอาเซียน

2 ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

3 วัฒนธรรมกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
: โอกาสของผู้ประกอบการวัฒนธรรมไทย

การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน 2558

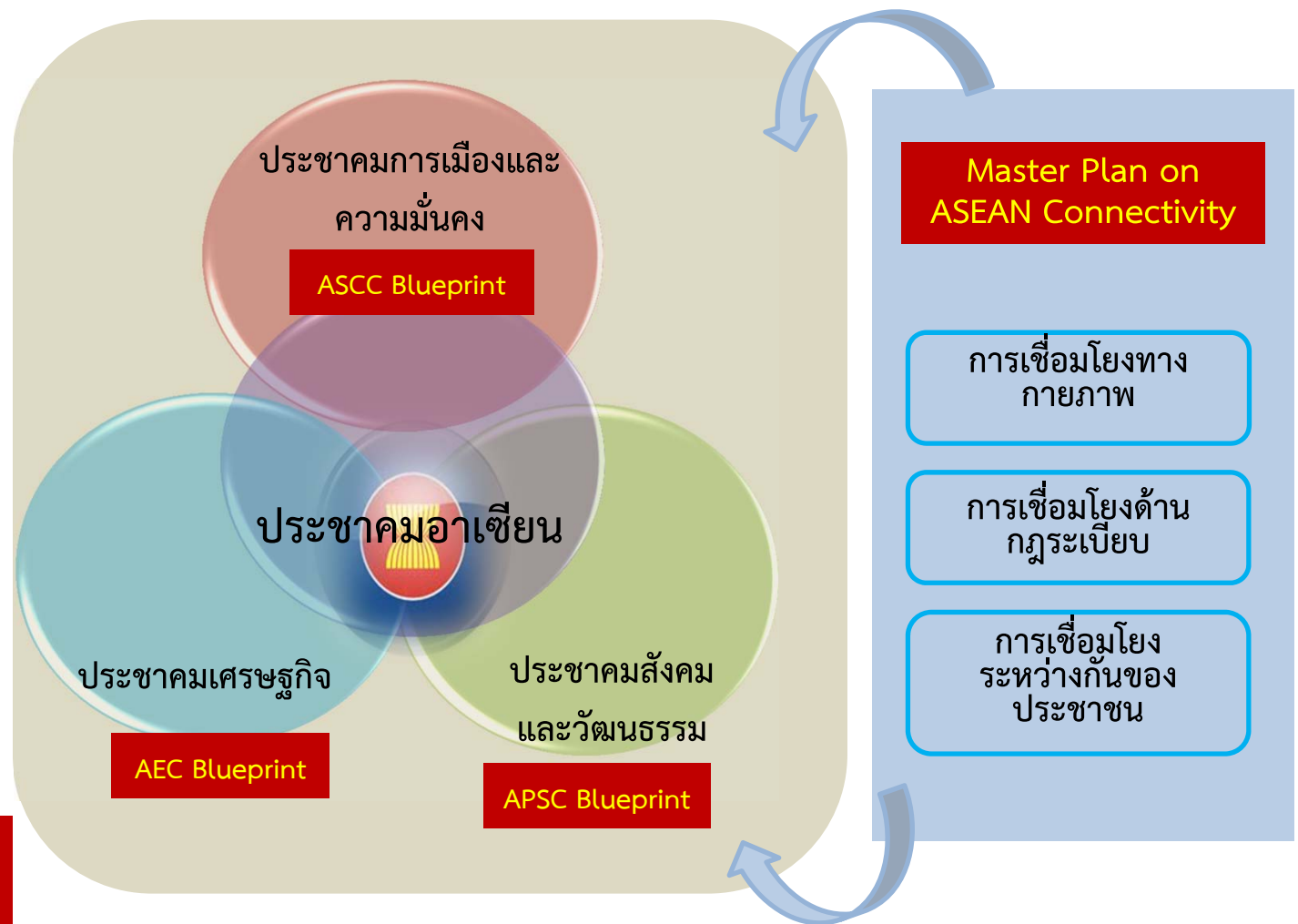
One Vision, One Identity, One Community (หนึ่งวิสัยทัศน์, หนึ่งเอกลักษณ์, หนึ่งประชาคม)



ภาพรวมโครงสร้างประชาคมอาเซียนและพันธกรณี

ASEAN Charter :

กฎบัตรอาเซียน เป็น
กรอบทางกฎหมายและทาง
สถาบัน ของ อาเซียน
ประกอบด้วย หลักการพื้นฐาน
ของอาเซียน เป้าหมาย
วัตถุประสงค์ และโครงสร้าง
ของความร่วมมือ



หมายเหตุ: พันธกรณีตาม Blueprint
และแผนแม่บทความเชื่อมโยงระหว่าง
กันในอาเซียน

สาระสำคัญของประชาคมอาเซียนและพันธกรณี

THE
ASEAN
CHARTER

ประชาคมอาเซียน

ประชาคมเศรษฐกิจ (ASEAN Economic Community)

(1) ตลาด/ฐานการผลิตเดียว
(2) ภูมิภาคที่มีความสามารถในการแข่งขัน (3) มีการพัฒนาที่เท่าเทียม และ (4) บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

AEC Blueprint

ประชาคมการเมืองและความมั่นคง (ASEAN Political-Security Community)

พัฒนาการเมือง ค้ำครองสิทธิมนุษยชน ร่วมมือป้องกันทางทหารและความมั่นคงอาเซียน เพื่อความสงบสุข เป็นเอกภาพและแข็งแกร่ง

APSC Blueprint

ประชาคมสังคมและวัฒนธรรม (ASEAN Socio-Culture Community)

พัฒนามนุษย์ สวัสดิการสังคม ลดความยากจน ส่งเสริมผู้ด้อยโอกาส สร้างอัตลักษณ์อาเซียน พัฒนาสังคมผ่านกรอบอนุภูมิภาค แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

ASCC Blueprint

Master Plan on ASEAN Connectivity

การเชื่อมโยงทาง กายภาพ

- คมนาคม
- ICT
- พลังงาน

การเชื่อมโยงด้านกฎระเบียบ

- เปิดเสรี+อำนวยความสะดวกทางการค้า บริการ + การลงทุน
- ความตกลงการขนส่งในภูมิภาค
- พิธีการในการข้ามพรมแดน
- เสริมสร้างศักยภาพ

การเชื่อมโยง ระหว่างกันของประชาชน

- การศึกษาและวัฒนธรรม
- การท่องเที่ยว

ภาพรวมโอกาสประชาคมอาเซียน

โอกาสของประชาคมอาเซียน



ประชาคมอาเซียน		เปรียบเทียบกับ...
ประชากร 580 ล้าน	>	สหภาพยุโรป
GDP ขนาด 1.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ	=	เกาหลีใต้
การค้าระหว่างประเทศ 1.61 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ	=	6 เท่าของไทย
การลงทุนโดยตรง 50 พันล้านเหรียญสหรัฐ	=	60% ของจีน
การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 65 ล้านคน	=	อันดับ 2 ของโลก รองจากฝรั่งเศส

ที่มา บทวิเคราะห์จากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



ASEAN 10 : 583 Millions of Pop. (9 % of the world's population)

GDP 1,275 Billions USD (2% of the world's GDP)



ASEAN+3 : 2,068 Millions of Pop. (31 % of the world's population) GDP 9,901 Billions USD (18% of the world's GDP)

ASEAN+6 : 3,284 Millions of Pop. (50 % of the world's population) GDP 12,250 Billions USD (22% of the world's GDP)



ทิศทางการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ - โอกาส — — — —

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน		เปรียบเทียบกับ...
ประชากรประมาณ 600 ล้านคน	>	สหภาพยุโรป
แรงงานในตลาดASEAN ประมาณ 300 ล้านคน		ร้อยละ 50 พุดภาษายาวี
การค้าระหว่างประเทศ 1.61 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ	=	6 เท่าของไทย
การลงทุนโดยตรง 50 พันล้านเหรียญสหรัฐ	=	60% ของจีน
การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 65 ล้านคน	=	อันดับ 2 ของโลก รองจากฝรั่งเศส

ASEAN 10 : 583 Millions of Pop. (9 % of the world's population)

GDP 1.275 Billions USD (2% of the world's GDP)



ASEAN+3 : 2,068 Millions of Pop. (31 % of the world's population)

GDP 9,901 Billions USD (18% of the world's GDP)

ASEAN+6 : 3,284 Millions of Pop. (50 % of the world's population)

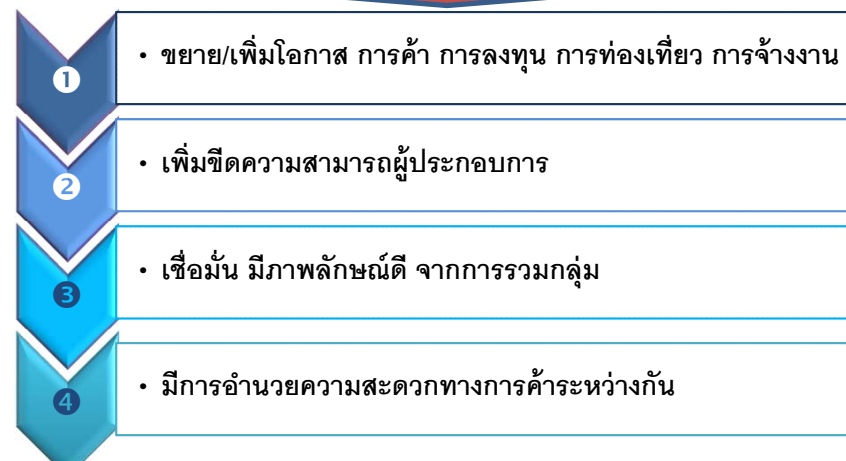
GDP 12,250 Billions USD (22% of the world's GDP)

การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน-- จะเป็นผลดีต่อไทย

- อาเซียนในเชิงภูมิศาสตร์มีไทยเป็นจุดกึ่งกลางที่ตั้งของไทยใกล้เคียงต่อเนื่องกับประเทศอาเซียนเป็นส่วนใหญ่
- ในระยะที่ผ่านมา อาเซียนมีความสำคัญทางเศรษฐกิจกับไทยทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว



- การเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทยตั้งแต่ 2545 และเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 2 ตั้งแต่ปี 2540 จนถึงปัจจุบัน (รองจากญี่ปุ่น) ไทยเกินดุลการค้ากับอาเซียนนับตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา
- การลงทุนโดยตรง (FDI) จากประเทศอาเซียนในไทยมีส่วนส่นเกือบ 20% ของการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมด
- นักท่องเที่ยวจากอาเซียนที่เดินทางมาไทย มีสัดส่วนสูงประมาณ 30% ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด (มาเลเซียมาไทยมากที่สุด)

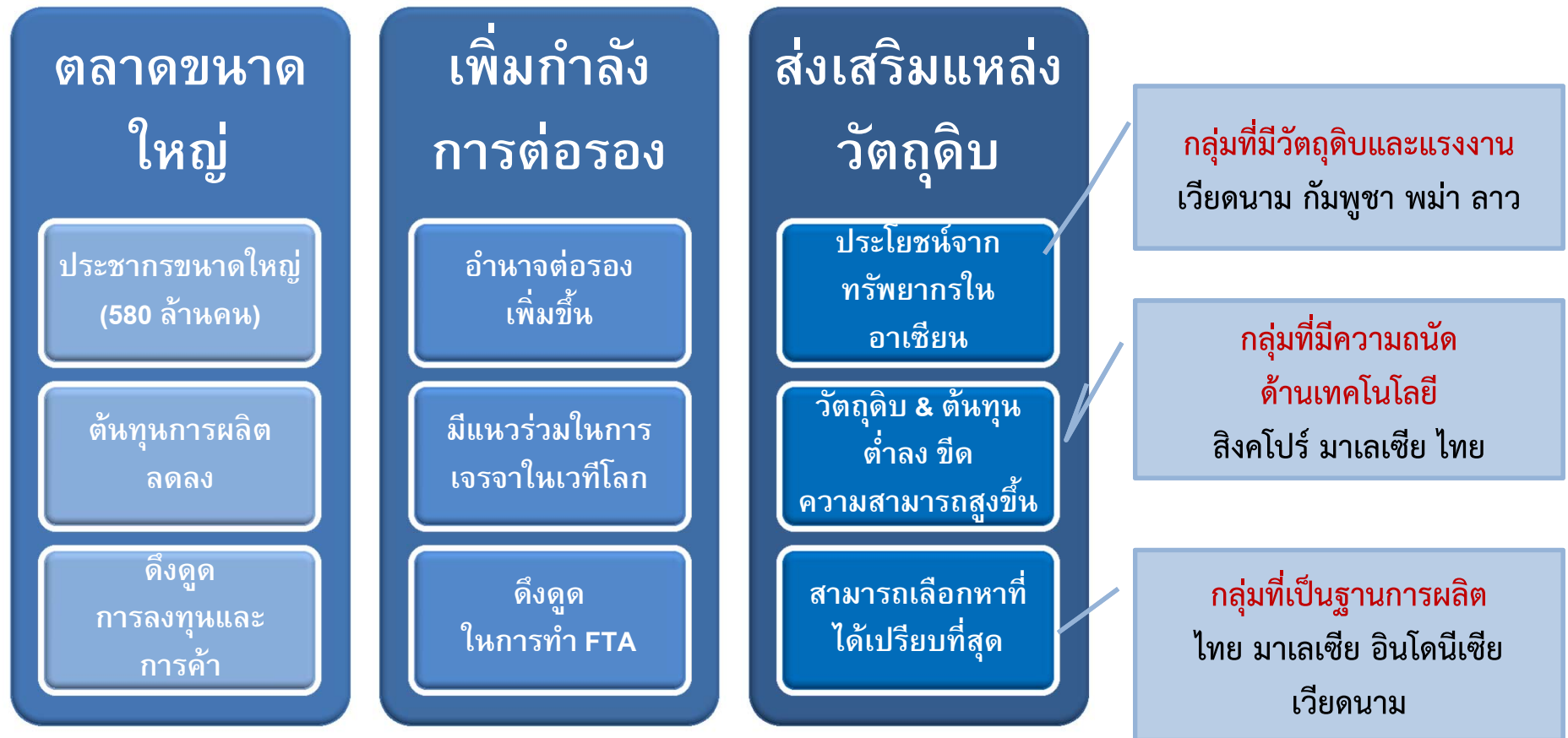


→ ใช้ทรัพยากรร่วม/การเป็นพันธมิตรการค้า
ต้นทุนลดลง



ทิศทางการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ - โอกาส — — — —

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจาก AEC





ทิศทางการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ - โอกาส — — — —

ศักยภาพของไทยในการเปิดเสรีการค้า/บริการ/ลงทุน

ไม่พร้อม

พร้อม

ได้เปรียบ

สินค้า

- ยางพาราแห้ง/
- ยางแผ่นรมควัน

บริการ

- บริการด้านธุรกิจ
- บริการอื่นๆ

สินค้า

- เครื่องใช้ไฟฟ้า
- คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน
- รถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์
- อาหารสำเร็จรูป
- น้ำตาลทราย

การลงทุน

- สาขาเกษตร
- สาขาสินค้าและเครื่องนุ่งห่ม
- สาขายานยนต์และชิ้นส่วน

บริการ

- การท่องเที่ยว
- บริการสุขภาพและสังคม
- ก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง

เสียเปรียบ

สินค้า

- สิ่งทอ

บริการ

- จัดจำหน่าย
- การศึกษา
- สิ่งแวดล้อม
- นันทนาการ วัฒนธรรม กีฬา

การลงทุน

- เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ
- ขยายพันธุ์และปรับปรุงพันธุ์พืช
- การทำป่าไม้จากป่าปลูก

สินค้า

- ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
- ข้าว
- มันสำปะหลัง
- เม็ดพลาสติก

บริการ

- การเงิน
- ขนส่ง
- การสื่อสารคมนาคม



แนวทางการเตรียมความพร้อม - แผนพัฒนาฉบับที่ 11 — — —



ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนฯ 11

การสร้างคนและสังคมคุณภาพ

- การสร้างความเป็นธรรมในสังคม (ยุทธศาสตร์ที่ 1)
- การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ (ยุทธศาสตร์ที่ 2)

การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ

- การสร้างความเข้มแข็งของภาคเกษตรและความมั่นคงทางอาหารและพลังงาน (ยุทธศาสตร์ที่ 3)
- การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน (ยุทธศาสตร์ที่ 4)
- การสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค (ยุทธศาสตร์ที่ 5)

การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

- การเตรียมการรองรับความเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศและสภาพแวดล้อม และการสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ยุทธศาสตร์ที่ 6)

การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยผ่านแผนฯ ฉบับที่

11 (ยุทธศาสตร์ 4 และ 5)
 มิติโครงสร้างพื้นฐาน
 ขนส่งและบริการโลจิสติกส์

มิติการปรับปรุง
 กระบวนการและ
 กฎระเบียบการขนส่ง

มิติการพัฒนาบุคลากร

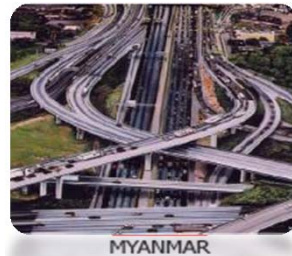
มิติการพัฒนาเศรษฐกิจและ
 ความเชื่อมโยงตามแนว
 พื้นที่ชายแดน

- เชื่อมโยงเครือข่ายการขนส่งที่
 เชื่อมแหล่งปัจจัยการผลิต ระบบ
 การผลิต ห่วงโซ่การผลิตระหว่าง
 ประเทศ และประตูส่งออกตาม
 มาตรฐานสากลอย่างมี
 ประสิทธิภาพ

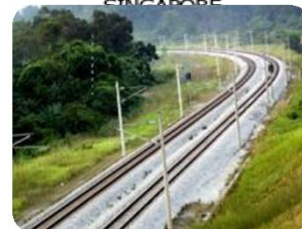
- พัฒนาด้านศุลกากร ศูนย์
 เศรษฐกิจชายแดน เพื่อการอำนวยความสะดวก
 การสะดวกการผ่านแดน

- พัฒนาระบบเครือข่ายและ
 การบริหารเครือข่ายธุรกิจของ
 บริการขนส่งและโลจิสติกส์ตลอด
 ทั้งโซ่อุปทานในภูมิภาค

ถนน



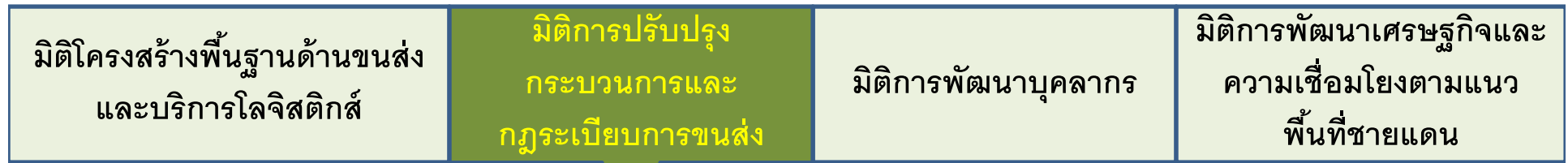
ทางน้ำ/ชายฝั่ง



รถไฟรางคู่

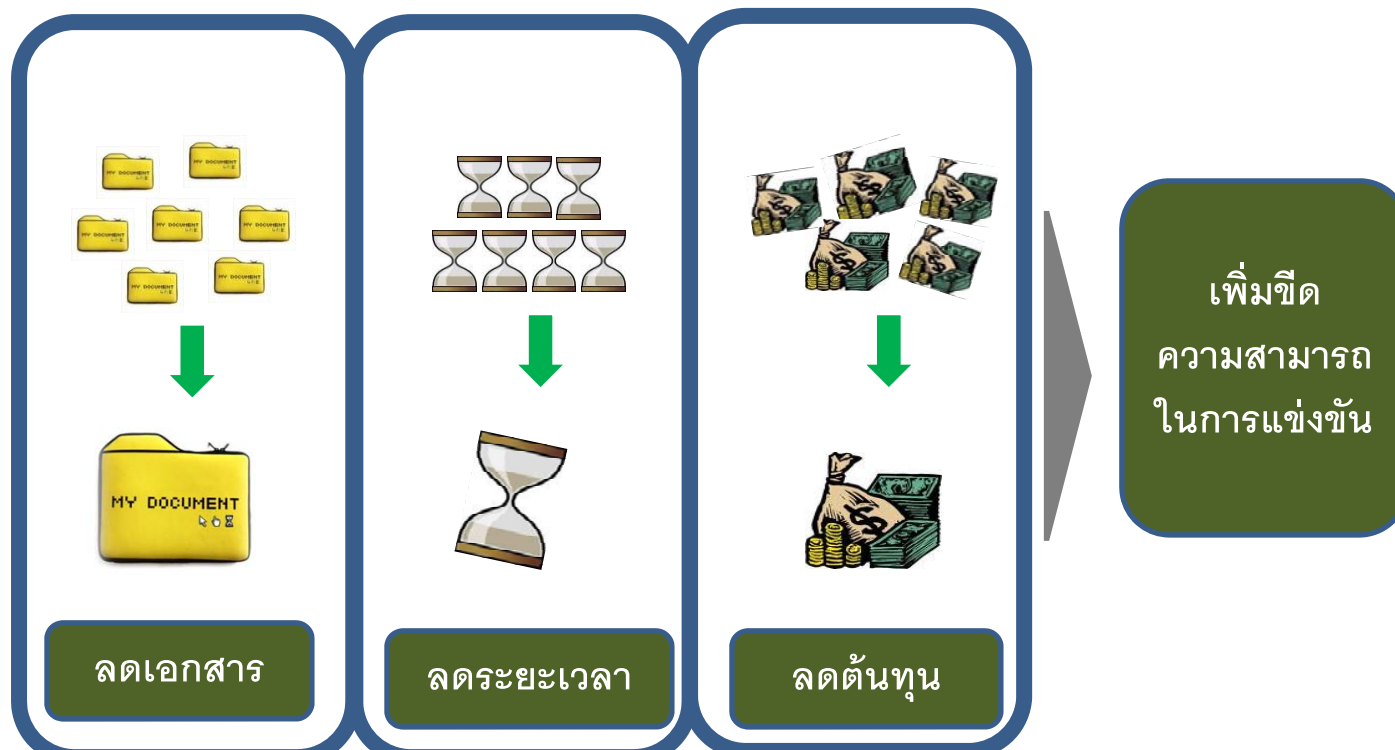
รถไฟความเร็วสูง

การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยผ่านแผนฯ ฉบับที่ 11 (ยุทธศาสตร์ 4 และ 5)

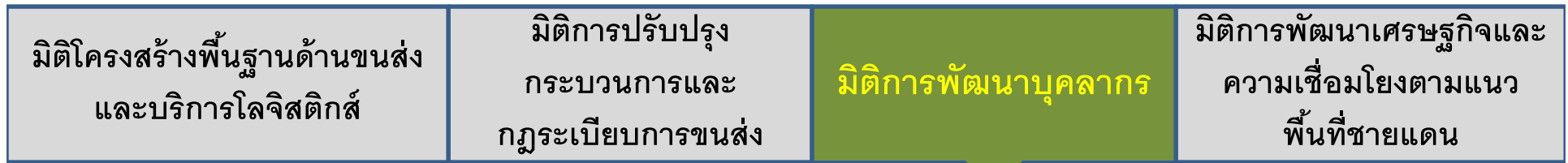


ยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการขนส่งสินค้าผ่านแดนและข้ามแดน

ปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและบริหารจัดการโลจิสติกส์



การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยผ่านแผนฯ ฉบับที่ 11 (ยุทธศาสตร์ 4 และ 5)



- พัฒนาค้นด้วยการเรียนรู้ในศาสตร์วิทยาการให้สามารถประกอบอาชีพได้
อย่างหลากหลาย สอดคล้องกับแนวโน้มการจ้างงานในตลาด AEC

- เพิ่มศักยภาพของภาคเอกชนไทยทั้งในด้านทักษะภาษา
ต่างประเทศ และผลิตบุคลากรด้านโลจิสติกส์ที่มีความเป็นมืออาชีพ

- พัฒนาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของไทยในระดับสากล
เพื่อให้สามารถริเริ่มธุรกิจระหว่างประเทศได้ โดยเฉพาะระดับ SMEs ให้มี
ความรู้ด้านศักยภาพการพัฒนาธุรกิจร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

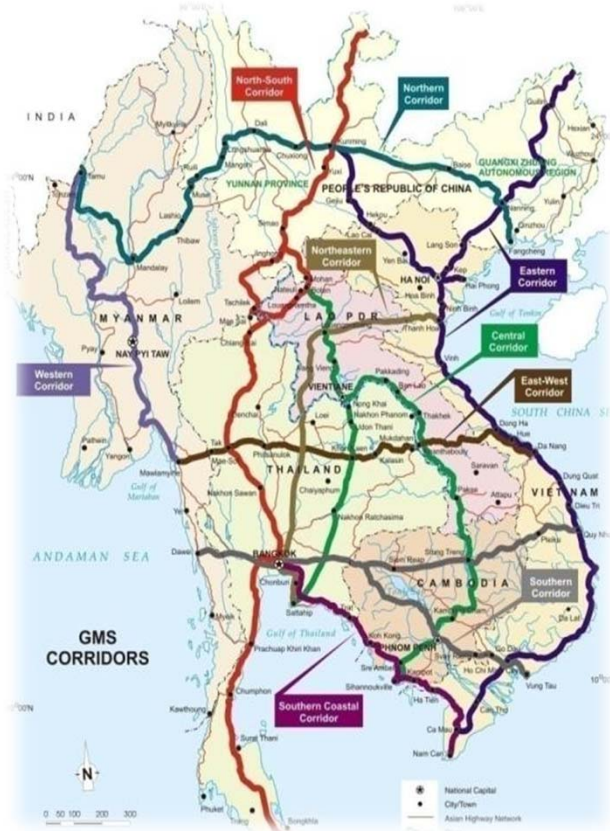
- เสริมสร้างความเข้มแข็งให้สถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนให้มี
มาตรฐานสากลเพื่อผลิตแรงงานไทยเข้าสู่ตลาดแรงงานในอาเซียน

- สร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในภูมิภาคด้านการพัฒนาทรัพยากร
มนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานไทยในต่างประเทศ



การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยผ่านแผนฯ ฉบับที่ 11 (ยุทธศาสตร์ 4 และ 5)

มิติโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่ง และบริการโลจิสติกส์	มิติการปรับปรุง กระบวนการและ กฎระเบียบการขนส่ง	มิติการพัฒนาบุคลากร	มิติการพัฒนาเศรษฐกิจและ ความเชื่อมโยงตาม แนวพื้นที่เศรษฐกิจ
--	---	----------------------------	--



- พัฒนาพื้นที่ในภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยเพื่อเป็นฐานอุตสาหกรรม
เกษตร และการท่องเที่ยว ให้เชื่อมโยงกับประเทศ
เพื่อนบ้านและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- พัฒนาเขตเศรษฐกิจชายแดนและเมืองชายแดนให้มีบทบาทการเป็น
ประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งสร้างเครือข่าย
เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่เศรษฐกิจขนาดใหญ่ในประเทศเพื่อนบ้านกับ
เขตเศรษฐกิจชายแดนไทยและพื้นที่เศรษฐกิจตอนใน
- บูรณาการแผนพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้บรรลุ
ประโยชน์ร่วมกันในด้านความมั่นคงและเสถียรภาพของพื้นที่ และเพื่อให้
เกิดการพัฒนาจากระบบการผลิตร่วมที่สร้างสรรค์ประโยชน์ที่ทัดเทียม
ระหว่างกัน จากการบริการ การจัดสรรและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ
และแรงงานที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน
- เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดและการกระจายผลผลิตไปสู่
ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในเอเชียและแอฟริกา

ความคืบหน้าที่สำคัญ ของความร่วมมือด้านการเงินการคลัง

- การใช้ระบบพิกัดอัตราศุลกากรฮาร์โมนิอาเซียน และ ASEAN Single Window (ความร่วมมือด้านศุลกากร)
- เชื่อมโยงระบบการซื้อขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Trading Link) ระหว่างตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์ มาเลเซีย และไทยภายในเดือนสิงหาคมนี้ (การพัฒนาตลาดทุน)
- จัดทำการประกันภัยทางรถยนต์ภาคบังคับเพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดน (ความร่วมมือด้านประกันภัย)
- การระดมทุนระหว่างประเทศสมาชิก ซึ่งรวมถึงการจัดตั้ง ASEAN Infrastructure Fund เพื่อลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน

การเคลื่อนย้ายผู้ประกอบการวิชาชีพชั้นสูง ในปี 2558

ตามข้อตกลงยอมรับร่วมกัน (Mutual Recognition Agreements: MRAs)

1. แพทย์
2. วิศวกร
3. พยาบาล
4. ทันตแพทย์
5. สถาปัตยกรรม
6. นักบัญชี
7. การสำรวจ

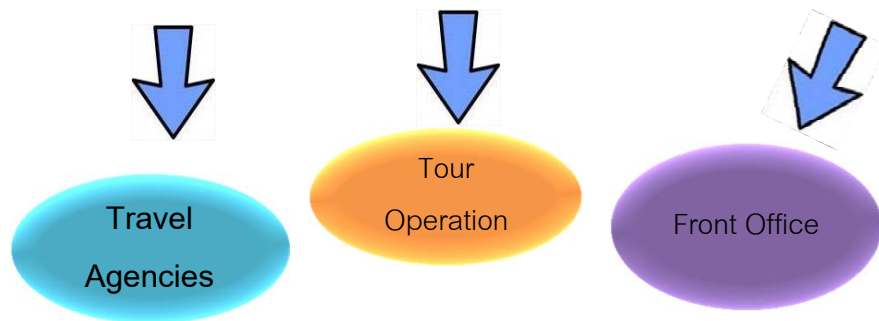


การท่องเที่ยวและบริการ

32 ตำแหน่งงานในสาขาการเดินทางและที่พัก

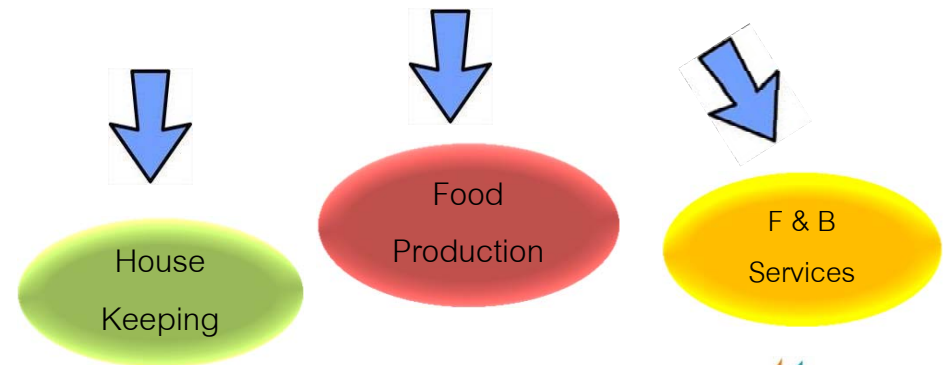
Travel Services

(9 ตำแหน่งงานใน 2 สาขา)



Hotel Services

(23 ตำแหน่งงานใน 4 แผนก)



ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

ผลกระทบเชิงบวก

- ประชาชน รวมถึงกลุ่มสตรีเด็กเยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ ได้รับการส่งเสริม และคุ้มครองสิทธิ และได้รับสวัสดิการดีขึ้น และทั่วถึงไม่น้อยกว่ามาตรฐานอาเซียน
- เป็นโอกาสให้ภาครัฐและภาคธุรกิจร่วม ในการสร้างประชาคมอาเซียนและ CSR
- เกิดความร่วมมือระดับภูมิภาคอาเซียน ในเรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ สำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

ผลกระทบเชิงลบ

- การเข้าถึงไม่ถึงสิทธิด้านการศึกษา และสาธารณสุขของเด็กมีมากขึ้น
- ปัญหาเด็กถูกละเมิดทวีความรุนแรง และซับซ้อนมากขึ้น
- สตรี เด็กและเยาวชน และผู้พิการ บางกลุ่มยังเข้าถึงไม่ถึงบริการของ ภาครัฐ
- ขาดระบบการคุ้มครองทางสังคม สำหรับแรงงานและบุตรของแรงงานนอกระบบ

หัวข้อที่ ๘ : ---

1 การก้าวสู่ประชาคมอาเซียน

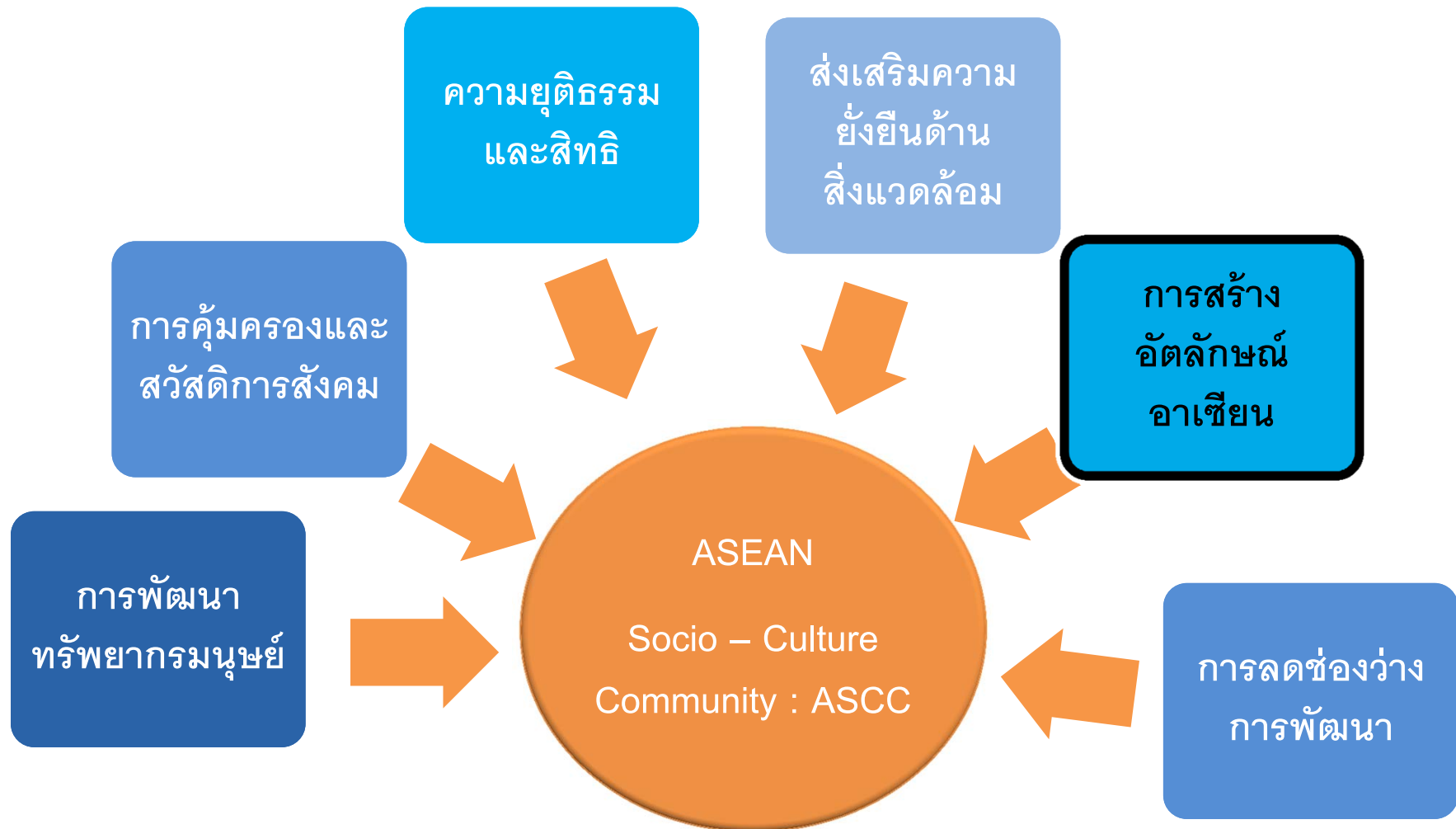


ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

3 วัฒนธรรมกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
: โอกาสของผู้ประกอบการวัฒนธรรมไทย

ประชาคมสังคมและวัฒนธรรม (ASEAN Socio-Culture Community : ASCC)

เป้าหมายและพันธกิจ ASCC Blueprint



การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน



หัวข้อที่นำเสนอ :

- 1 การก้าวสู่ประชาคมอาเซียน
- 2 ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน
-  3 วัฒนธรรมกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
: โอกาสของผู้ประกอบการวัฒนธรรมไทย

เศรษฐกิจไทยถูกผลักดันด้วยปัจจัยภายในและภายนอก

ปัจจัยภายนอก

วิกฤตเศรษฐกิจโลก



อุปสงค์ในตลาดโลกลดลง



การส่งออกของไทยลดลง

ภาวะโลกร้อน



กระแสการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม



ความต้องการผู้บริโภคเปลี่ยน

อำนาจทางเศรษฐกิจโลก
เริ่มเคลื่อนมาสู่เอเชียตะวันออก

จีน อินเดีย เวียดนาม
ช่วงชิงตลาดสินค้า
ระดับกลาง-ล่างของไทย



ปัจจัยภายใน

ปัญหาเสถียรภาพ
ทางการเมือง

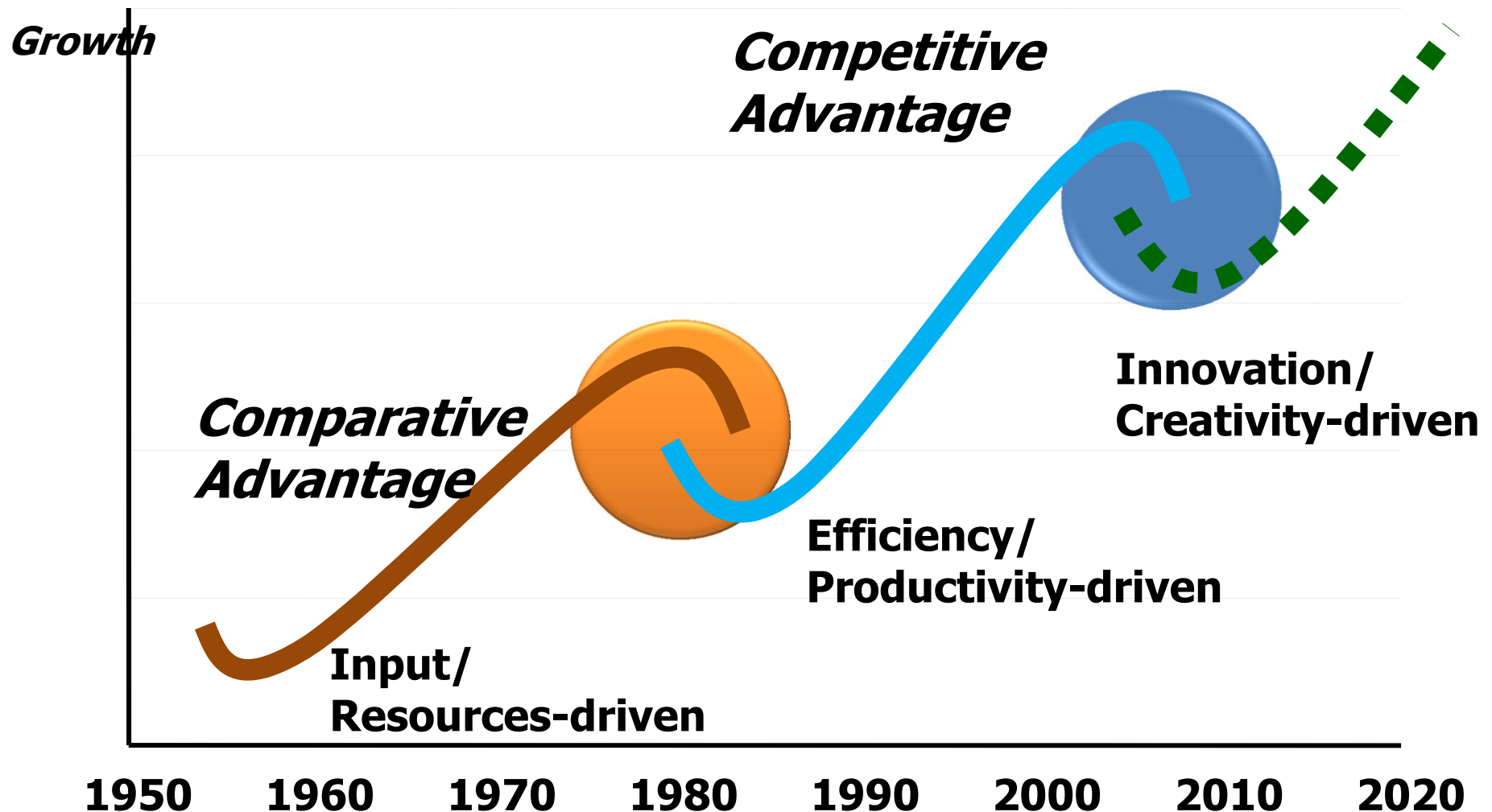
ฐานวัฒนธรรม และ
ภูมิปัญญาที่แข็งแกร่ง

ได้เปรียบจากความหลากหลาย
ทางชีวภาพ

พึ่งพาการส่งออกสินค้า
อุตสาหกรรมที่มีมูลค่า
เพิ่มต่ำ และ Import
content สูง

การเชื่อมโยงภาคเกษตร -
อุตสาหกรรม - บริการ ยังไม่
เข้มแข็ง

กระแสการพัฒนาประเทศมุ่งสู่การขับเคลื่อน ด้วยนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์



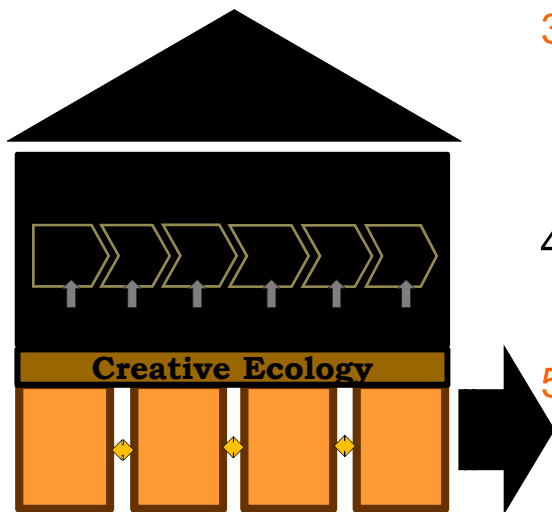
เศรษฐกิจสร้างสรรค์และธุรกิจสร้างสรรค์

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” : แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษาวิจัย การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่

“ธุรกิจสร้างสรรค์” : ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ที่จะก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

1. สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ตาม**แนวทาง**
เครือข่ายวิสาหกิจ
2. ส่งเสริมการพัฒนา**เมืองสร้างสรรค์** โดยพัฒนาปัจจัย
แวดล้อมด้านต่าง ๆ ของพื้นที่หรือเมืองทั้งด้าน
โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ทรัพยากรมนุษย์
กฎ ระเบียบ และการบริหารจัดการ
3. เสริมสร้างศักยภาพของ**ผู้ประกอบการและบุคลากรใน**
การใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า
และบริการในทุกสาขา
4. พัฒนาระบบ**การเงิน** เพื่อสนับสนุนการลงทุนและการ
พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
5. ส่งเสริม**การจัดทะเบียน การใช้ และการคุ้มครอง**
ทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน
ทางเศรษฐกิจ



ทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมสืบทอดกันมาและยังดำรงอยู่
เป็นสิ่งที่สังคมนั้นๆ เห็นคุณค่าเป็นที่ต้องการและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ให้งอกเงยขึ้นได้





การใช้ทุนวัฒนธรรมในการสร้างธุรกิจสร้างสรรค์

ทุนวัฒนธรรม

ใส่ความคิดสร้างสรรค์

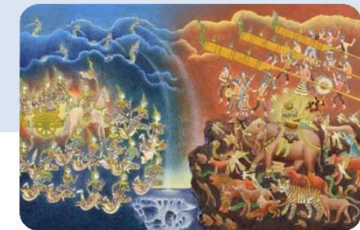
สินค้าและบริการเชิง
สร้างสรรค์

- เรื่องราว/
ประวัติศาสตร์
- สถานที่ท่องเที่ยว
- ระบบความคิด/ความเชื่อ
- ภาษา
- วิถีชีวิต

- สร้างสรรค์ โดย
- การสื่อสาร ถ่ายทอด
เรื่องราว
 - ภูมิปัญญา องค์ความรู้
 - การออกแบบ

- สินค้า และบริการ
เชิงสร้างสรรค์ ที่มี
นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์
ที่ตอบสนองความต้องการ
รสนิยม ตามวิถีชีวิต
แบบใหม่ของผู้บริโภค

- ไม่ใช่แค่ทุนวัฒนธรรมที่มีรูปลักษณะเท่านั้นที่พัฒนาเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ได้
ทุนวัฒนธรรมที่ไม่มีรูปลักษณะก็เป็นวัตถุดิบสำคัญในการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์
- วัฒนธรรมไม่ใช่เป็นเรื่องโบราณเท่านั้น **วัฒนธรรมร่วมสมัยก็สามารถพัฒนาเป็น
ธุรกิจสร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้**



ตัวอย่างการแปรทุนวัฒนธรรมที่ไม่มีรูปแบบเป็นธุรกิจสร้างสรรค์

- ระบบความคิด
- ความเชื่อ
- ภาษา
- วิถีชีวิตเมือง/ชนบท
- อารมณ์ขัน
- ศิลปะไทย



- ภาษาถิ่น
- วิถีชีวิตเมือง/ชนบท
- อารมณ์ขัน
- ศิลปะ
- การแสดง
- ดนตรีพื้นบ้าน



สร้างสรรค์ดนตรีและการแสดง
พื้นบ้านเป็นการแสดงที่ทันสมัย เช่น
วงโปงลางสะออน



- วิถีชีวิตเมือง
- ศิลปะการต่อสู้พื้นบ้าน



พัฒนามวยไทยเป็นธุรกิจสร้างสรรค์
เช่น แฟร์เท็กซ์ มวยไทย อาร์ ซี เอ



แนวทางการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการวัฒนธรรมไทย

- พัฒนาและสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ดึงดูดใจลูกค้า และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และหาช่องทางเพื่อตอบสนอง Lifestyle ที่หลากหลาย
- พัฒนาทักษะด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี และภาษาในกลุ่มอาเซียน การพัฒนาทักษะด้าน IT และการใช้ Social network รวมทั้งความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ให้เกิดประโยชน์ในเชิงการตลาดและการให้บริการลูกค้า
- ศึกษาสู่ทางและโอกาสทางการตลาดในการให้บริการข้ามแดน และการลงทุนในต่างประเทศ
- ปรับเปลี่ยนแผนการตลาดให้ยืดหยุ่นสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด
- แสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ เช่น ธุรกิจร้านอาหาร เครื่องดื่ม การจัดซื้อ และการนำเที่ยว รวมถึงพันธมิตรภายในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อพัฒนาเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจและการตลาดร่วมกัน
- จัดการภายในองค์กรเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น
- แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการต่อยอดในการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

การเตรียมความพร้อมสู่ความเข้าใจ การบริหารจัดการในวิถีอาเซียนของผู้ประกอบการไทย



พฤติกรรมผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- รูปแบบ พฤติกรรม และกระบวนการตัดสินใจ
- อิทธิพล ความเชื่อ และจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ



สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

- ภูมิหลังการพัฒนาในมิติประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
- การลงทุนโดยตรง การร่วมลงทุนกับต่างประเทศ และนโยบายการแข่งขัน
- กฎหมายระหว่างประเทศ ข้อตกลงการค้า สนธิสัญญา กฎหมายท้องถิ่น ยุติข้อพิพาท



การจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ

- การวิเคราะห์ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ
- การจัดการภัยพิบัติและภัยธรรมชาติ



การจัดการปัญหาความแตกต่างทางวัฒนธรรม

- การศึกษาผลกระทบจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมต่อการบริหารงาน
- การสร้างทักษะและการแก้ไขปัญหาความแตกต่างทางวัฒนธรรม
- การจัดรูปองค์กรเพื่อรองรับความแตกต่างทางวัฒนธรรมของบุคลากร

กลยุทธ์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

เชิงรุก

ระยะสั้น

- สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างแบรนด์
- ใช้กลยุทธ์ตลาดเชิงรุก เจาะตลาดผู้ซื้อ คู่ค้าของอาเซียน
- พัฒนาและผลิตสินค้าตรงความต้องการของตลาดใน AEC เพื่อให้เกิด economy of scale

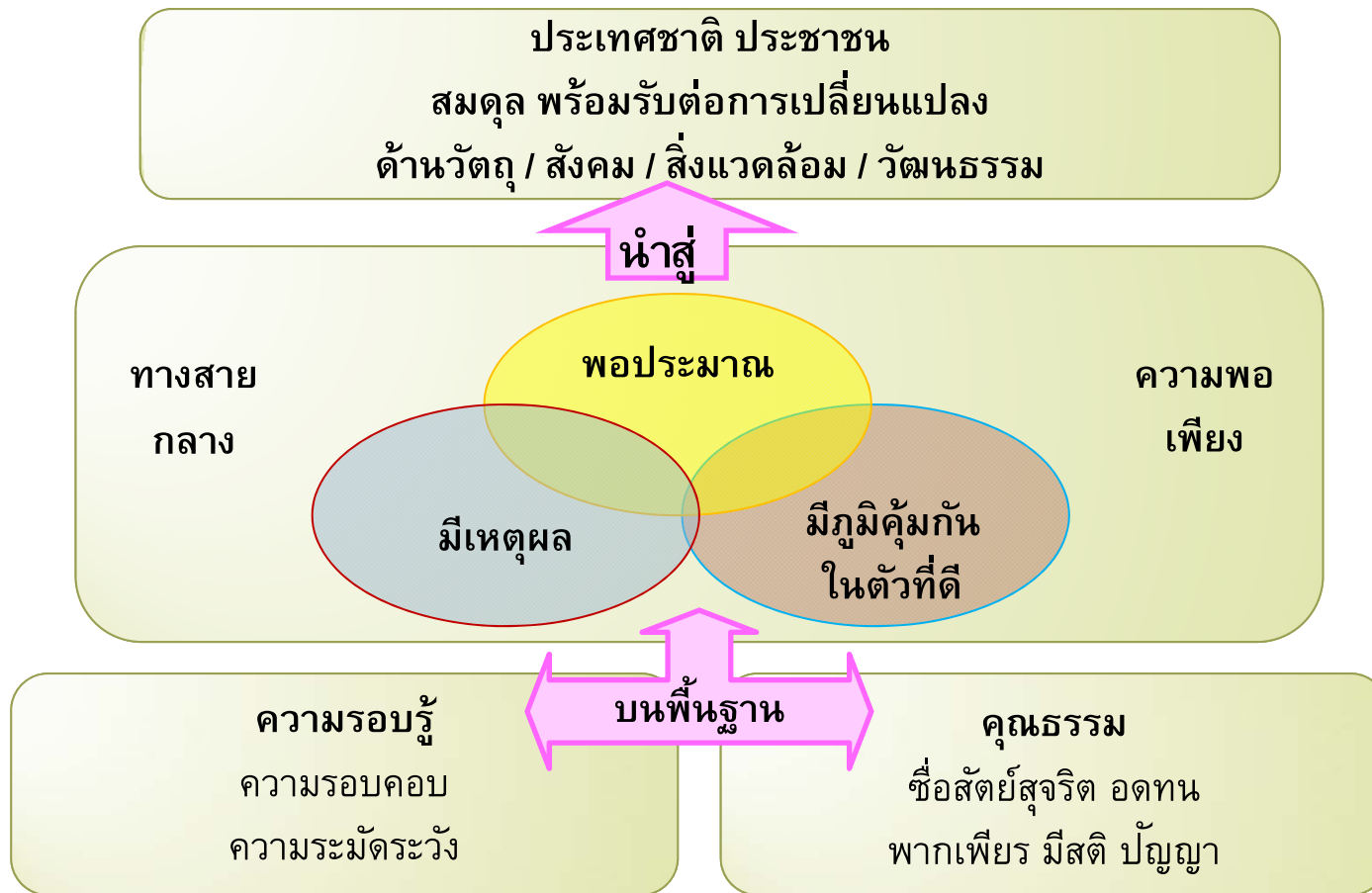
ระยะยาว

- แสวงหาแหล่งวัตถุดิบและแรงงานใน AEC และศึกษาความเป็นไปได้การย้ายฐานการผลิต
- ย้ายฐานการผลิตเพื่อการส่งออกไปนอก AEC ไปยังกลุ่มประเทศ CLMV เพื่อใช้ประโยชน์จากสถานะ LDCs
- ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาและการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ
- พัฒนา/ปรับระบบต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อใช้ประโยชน์การพัฒนาเชื่อมโยงโลจิสติกส์ได้เต็มที่

เชิงรับ

- ไม่ละเลยลดต้นทุน เนื่องจากต้นทุน คู่แข่งอาจต่ำลง
- พัฒนาเทคโนโลยี และระบบบริหารจัดการ
- เร่งเสริมจุดแข็ง ลดจุดอ่อน พัฒนาบุคลากร แรงงานฝีมือ
- ติดตามกฎระเบียบ เงื่อนไขทางการค้า ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



Thank you



www.nesdb.go.th