



ปี 2560 เวียดนามจะแซงหน้ามาเลเซียและกลายเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทยในอาเซียน

CURRENT ISSUE

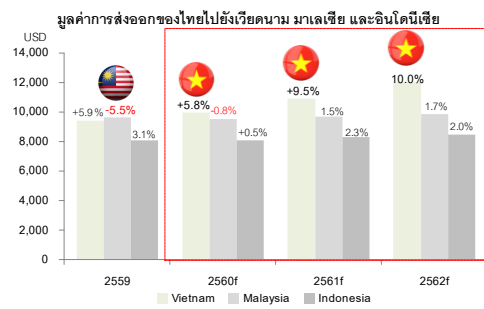
ปีที่ 23 ฉบับที่ 2829

วันที่ 6 มีนาคม 2560

▶ ประเด็นสำคัญ

- การส่งออกของไทยไปยังเวียดนามเติบโตอย่างเห็นได้ชัด โดยในปี 2559 ขยายตัวกว่าร้อยละ 5.9 โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า การส่งออกไทยไปเวียดนามในปี 2560 น่าจะเติบโตต่อเนื่อง ร้อยละ 5.8 หรือมีมูลค่า 9,979 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แซงหน้ามาเลเซียและกลายเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทยในอาเซียนนับจากปีนี้เป็นต้นไป
- ท่ามกลางพัฒนาการทางเศรษฐกิจของเวียดนามที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องจากความสามารถในการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความต้องการนำเข้าสินค้าชั้นกลางเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบและสินค้าประเภททุนเพื่อตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น รวมถึงส่งผลให้ความสามารถในการนำเข้าสินค้าเพื่อบริโภคเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ
- โครงสร้างการส่งออกสินค้าของไทยไปเวียดนามเน้นสินค้าสำเร็จรูปซึ่งยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดเวียดนาม ขณะเดียวกันความสามารถของภาคการผลิตในเวียดนาม น่าจะก่อให้เกิดความท้าทายต่อสินค้ากลุ่มดังกล่าวในอนาคต อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงมีโอกาสจากศักยภาพในการส่งออกสินค้าชั้นกลางและสินค้าทุนบางชนิด ดังนั้น ไทยจึงจำเป็นต้องพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างสินค้าส่งออกไปยังเวียดนามโดยผ่านกลยุทธ์การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของเวียดนาม

การส่งออกของไทยไปเวียดนามเติบโตอย่างเห็นได้ชัดโดยในปี 2559 ขยายตัวกว่าร้อยละ 5.9 เทียบกับการส่งออกไปยัง CLMV และอาเซียนซึ่งหดตัวที่ร้อยละ 0.1 และ 0.9 ตามลำดับ อีกทั้งยังเป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 เฉลี่ยที่ร้อยละ 12.1 ต่อปี ระหว่างปี 2557-2559 ส่งผลให้เวียดนามเป็นตลาดส่งออกที่น่าจับตามองของไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า การส่งออกไทยไปเวียดนามในปี 2560 น่าจะเติบโตต่อเนื่องร้อยละ 5.8 หรือมีมูลค่า 9,979 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แซงหน้ามาเลเซียและกลายเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทยในอาเซียนนับจากปีนี้เป็นต้นไป



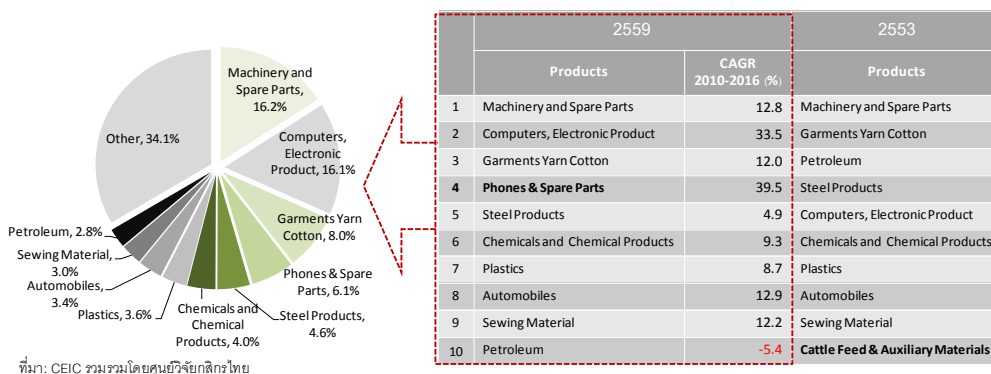
เวียดนามเน้นการนำเข้าสินค้าชั้นกลาง... เพื่อเชื่อมต่อกับห่วงโซ่อุปทานของภาคการส่งออก

ท่ามกลางพัฒนาการทางเศรษฐกิจของเวียดนามที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง จากความสามารถในการส่งออกของประเทศที่เพิ่มขึ้น โดยมีพื้นฐานจากจุดเด่นด้านต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งภาครัฐยังได้มีนโยบายสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศที่ชัดเจน การเดินทางเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กับ

ประเทศคู่ค้าหลายประเทศ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ภาคธุรกิจ เมื่อประกอบกับการที่เวียดนามตั้งอยู่ในภูมิภาคที่มีความเชื่อมโยงและใกล้ชิดกันของห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลให้เม็ดเงินลงทุนจากต่างประเทศหลังไหลมายังเวียดนามอย่างก้าวกระโดด กระทั่งเวียดนามกลายเป็นฐานการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกที่สำคัญของภูมิภาคในเวลาอันรวดเร็ว ปัจจุบันเวียดนามมีสัดส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมกว่าร้อยละ 70 ของสินค้าที่ส่งออกรวมทั้งหมด โดยมีสินค้าศักยภาพในการส่งออกอย่าง โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างโดดเด่นในภาวะที่โลกกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุค Internet of Thing (IOT) ทั้งนี้ ปัจจุบันตลาดส่งออกสำคัญของเวียดนามประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อที่สูง

จากศักยภาพการส่งออกและการขยายตัวของภาคการผลิตดังกล่าว ขณะที่เวียดนามยังไม่มีห่วงโซ่อุปทานและอุตสาหกรรมต้นน้ำ-กลางน้ำภายในประเทศที่สามารถรองรับได้ ส่งผลไปยังความต้องการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Goods) ในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกที่เพิ่มขึ้น สะท้อนจากสัดส่วนของสินค้าขั้นกลางโดยเฉพาะสินค้าประเภทชิ้นส่วนโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ แผงวงจรรวมไฟฟ้า (Integrated Circuit: IC) และแผงวงจรมพิมพ์ (Printed Circuit Board: PCB) และชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยการนำเข้าสินค้าขั้นกลางคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 37.8 ของการนำเข้าทั้งหมด และมีการขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญเฉลี่ยร้อยละ 20.7 ต่อปี ในระยะ 7 ปีที่ผ่านมา โดดเด่นเห็นคือการขยายตัวของการนำเข้ารวมที่เฉลี่ยร้อยละ 12.8 ต่อปี นอกจากนี้ การนำเข้าสินค้าประเภททุนอย่างเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ วัสดุก่อสร้าง เช่น เหล็ก และรถยนต์ก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องแม้จะอยู่ในอัตราที่ต่ำกว่าภาพรวมการนำเข้า แต่ก็นับได้ว่าได้รับอานิสงส์การขยายตัวควบคู่กับการลงทุนจากต่างประเทศ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ขณะที่ การนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปเพื่ออุปโภคบริโภคมีการขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 10.1 ระหว่างปี 2553-2559 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าการนำเข้ารวม อีกทั้งค่อยๆ ลดทอนความสำคัญในการเป็นสินค้านำเข้าหลักลงไปจากความสามารถในการผลิตของภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศเวียดนาม

สัดส่วนสินค้านำเข้า 10 อันดับแรกของเวียดนามในปี 2559 และ 2553



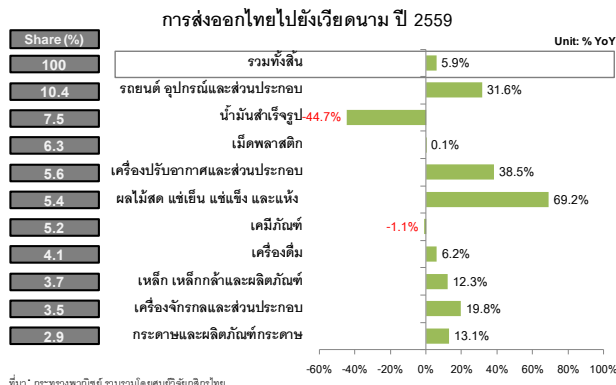
ดังนั้น จากการนำเข้าสินค้าขั้นกลางและสินค้าประเภททุนที่มีสัดส่วนมากกว่าครึ่งของการนำเข้าทั้งหมดของเวียดนาม น่าจะสะท้อนให้เห็นภาพความต้องการของตลาดเวียดนามในฐานะเป็นประเทศศูนย์กลางการผลิตด้านอุตสาหกรรมที่น่าจับตาของภูมิภาค

อัตราการเติบโตของการนำเข้าเวียดนาม ระหว่างปี 2553-2559 รายประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	GAGR 2010-2016
สินค้าขั้นกลาง	20.7%
สินค้านำเข้า	10.0%
สินค้าสำเร็จรูปเพื่ออุปโภคบริโภค	10.1%
รวมทั้งหมด	12.8%

ปรับกลยุทธ์โครงสร้างส่งออกสินค้าไปยังเวียดนามเพื่อแสวงหาโอกาสที่รออยู่...

โจทย์สำคัญของภาคการส่งออกของไทย



เวียดนามและไทยมีความใกล้ชิดกันในฐานะประเทศที่อยู่ในอนุภูมิภาคเดียวกัน อีกทั้งยังมีเส้นทางคมนาคมทางถนนเชื่อมโยงระหว่างกัน ส่งผลให้การค้าระหว่างไทยและเวียดนามเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าไปเวียดนามเป็นอันดับ 7 ของโลก และอันดับ 2 ของอาเซียนรองจากสิงคโปร์ โดยเวียดนามมีสัดส่วนการนำเข้าสินค้าจากไทยที่ร้อยละ 4.6 ของการนำเข้าทั้งหมด

เมื่อพิจารณาการส่งออกของไทยไปยังเวียดนามพบว่าการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการส่งออกสินค้าประเภทรถยนต์และเครื่องปรับอากาศเป็นหลัก ซึ่งในระยะ 4 ปีที่ผ่านมามีการขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 39.7 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ความสามารถของภาคการผลิตในเวียดนามน่าจะก่อให้เกิดความท้าทายต่อสินค้าบางรายการในอนาคต อาทิ เครื่องปรับอากาศที่ได้เริ่มมีการตั้งฐานการผลิตในเวียดนามแล้ว อีกทั้ง สินค้าชิ้นกลางอย่างเม็ดพลาสติกและเคมีภัณฑ์ที่ไทยส่งออกไปเวียดนามในช่วงเวลาเดียวกันกลับขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2.2 ต่อปี สวนทางกับการนำเข้าเม็ดพลาสติกและเคมีภัณฑ์โดยรวมของเวียดนาม ทั้งนี้ การส่งออกของไทยไปยังเวียดนามในระยะ 7 ปี ที่ผ่านมาขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 8.3 ต่อปี ต่ำกว่าอัตราการเติบโตของการนำเข้าสินค้าของเวียดนามในช่วงเวลาเดียวกันที่ขยายตัวเฉลี่ยที่ร้อยละ 12.8

ดังนั้น จึงเกิดคำถามที่ว่าถึงเวลาแล้วหรือยังที่ไทยจะพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างสินค้าส่งออกไปยังเวียดนามเพื่อตอบสนองโอกาสจากตลาดเวียดนามอย่างแท้จริง ทั้งนี้ เห็นว่าไทยจำเป็นต้องรักษาความสามารถในการส่งออกสินค้าไปยังเวียดนามโดยผ่านกลยุทธ์สำคัญ คือ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของเวียดนาม โดยการส่งออกสินค้าชิ้นกลาง (Intermediate Goods) ที่เวียดนามมีแนวโน้มมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นและเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตโดยสินค้าที่ควรสนับสนุนการส่งออก ได้แก่

- **สินค้าปิโตรเคมี** อาทิ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลผลิตจากอุตสาหกรรมปิโตรเลียม เนื่องจากปัจจุบันเวียดนามเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกสำคัญไปยังตลาดต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และจีน แม้ว่าเวียดนามจะอยู่ระหว่างผลักดันโครงการพัฒนาโรงกลั่นน้ำมันและปิโตรเคมีครบวงจร แต่เนื่องจากกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีนั้นมีความซับซ้อน จึงต้องใช้ระยะเวลานานพอสมควรจึงจะสามารถผลิตเม็ดพลาสติกและเคมีภัณฑ์ได้สำเร็จ ส่งผลให้ในระยะข้างหน้าเวียดนามยังมีความต้องการนำเข้าสินค้าประเภทดังกล่าวอยู่ โดยสินค้าเม็ดพลาสติกสำคัญที่มีการนำเข้า ได้แก่ เม็ดพลาสติกโพลิเอทิลีน (HS 390110) เม็ดพลาสติกโพลิโพรพิลีน (HS 390220) สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมผลิตโทรศัพท์และสายไฟและบรรจุภัณฑ์อาหาร และเม็ดพลาสติก PET (HS 390760) เพื่อใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยปัจจุบันไทยมีศักยภาพการส่งออกเม็ดพลาสติกไปยังเวียดนามโดยมีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 15 ของเม็ดพลาสติกที่เวียดนามนำเข้าทั้งหมด โดยตามหลังเกาหลีใต้ซึ่งเป็นผู้ส่งออกเม็ดพลาสติกรายใหญ่ไปยังเวียดนามด้วยส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 30 และไต้หวันและสิงคโปร์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่ใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 20

• **สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ชั้นกลาง** โดยควรมุ่งเน้นส่งออกสินค้าชั้นกลางซึ่งเป็นที่ต้องการของเวียดนามอย่างแผงวงจรรวมหรือ (IC, HS 8542) และวงจรมินิ (PCB, HS 8534) ที่ใช้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อื่นเป็นอุตสาหกรรมการผลิตหลักของเวียดนาม ที่ปัจจุบันมีเกาหลีใต้ สิงคโปร์ และญี่ปุ่นเป็นแหล่งนำเข้า IC สำคัญ โดยมีสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 70 ของการนำเข้า IC ทั้งหมด สำหรับ PCB นั้น เวียดนามมีการนำเข้าจากเกาหลีใต้และจีนเป็นหลักรวมกันที่ร้อยละ 80 ของการนำเข้า PCB ทั้งหมด ทั้งนี้ ไทยนับเป็นฐานการผลิต IC และ PCB ที่มีศักยภาพ หากแต่ปัจจุบันยังยึดโยงอยู่กับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ โดยมีการส่งออกไปยังประเทศผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำของโลก อาทิ ยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นเป็นหลัก ดังนั้น ไทยจึงควรรื้อใช้โอกาสเพื่อต่อยอดความชำนาญในการผลิต IC และ PCB สำหรับอุปกรณ์ที่สอดคล้องห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของเวียดนาม อย่างอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการบริโภค อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้าอัจฉริยะ และอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์แบบพกพา อาทิ สมาร์ทโฟน ซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตและเป็นที่ต้องการในตลาดโลกในระยะข้างหน้า

• **ชิ้นส่วนโทรศัพท์มือถือ** (HS 8517) เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานจากการที่เวียดนามเป็นฐานการผลิตและส่งออกโทรศัพท์มือถือรายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนที่นับเป็นสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ศักยภาพที่มีแนวโน้มอุปสงค์ในตลาดโลกเติบโตในอนาคต ปัจจุบันเวียดนามนำเข้าชิ้นส่วนโทรศัพท์มือถือจากจีนและเกาหลีใต้เป็นหลัก โดยมีสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 80 ของการนำเข้าทั้งหมด ขณะที่การนำเข้าจากไทยมีสัดส่วนที่น้อยมาก โดยในปี 2559 มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 0.1 ของการนำเข้าชิ้นส่วนโทรศัพท์มือถือของเวียดนามทั้งหมด อย่างไรก็ตาม นับว่าเป็นสัญญาณที่ดีขึ้นเนื่องจากการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดที่ร้อยละ 2,441 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ แม้สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ชั้นกลางและชิ้นส่วนโทรศัพท์มือถือที่ไทยส่งไปยังเวียดนามจะยังคงมีสัดส่วนที่ต่ำมาก เนื่องจากการนำเข้าจากผู้ส่งออกหลักอย่างเกาหลีใต้ จีน และสิงคโปร์ อย่างไรก็ตาม ด้วยขนาดตลาดที่ยังคงจะเติบโตอีกมากของสินค้าในกลุ่มประเภทดังกล่าว ผนวกกับความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีของไทย น่าจะสนับสนุนให้ไทยค่อยๆ เข้าไปร่วมเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมของเวียดนามได้ โดยในระยะแรกอาจต้องเผชิญข้อจำกัด เนื่องจากผู้ส่งออกรายใหญ่มีจุดแข็งจากการเป็นประเทศเจ้าของเทคโนโลยีหรือประเทศซัพพลายเออร์เดิมที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานมายาวนาน แต่อย่างไรก็ดี ไทยน่าจะพอมีโอกาสเข้าไปแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นๆ อย่างฮ่องกง และไต้หวันได้บ้าง

นอกจากนี้ **สินค้าซึ่งตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมของเวียดนาม** อันประกอบด้วย **เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** ที่ใช้ในการก่อสร้างรวมถึงเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างอาคารและถนน **เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ** เพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมซึ่งกระบวนการผลิตยังไม่ซับซ้อนนัก ได้แก่ เครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าและรองเท้า เครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และเครื่องจักรเบ็ดเตล็ดทั่วไป ซึ่งเป็นเครื่องจักรกลที่เวียดนามมีการนำเข้าเป็นอันดับต้นๆ ในปัจจุบัน ก็เป็นอีกหนึ่งโอกาสในการส่งออกผ่านการเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานกับเวียดนามของไทย

อนึ่ง จากเศรษฐกิจของเวียดนามที่รุดหน้าอย่างรวดเร็ว นำมาซึ่งการเติบโตของความเป็นเมือง (Urbanization) กระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ โดยมีการคาดการณ์ว่าสัดส่วนประชากรเมือง (Urban population)

ของเวียดนามจะแตะ 32.12 ล้านคน¹ ในปี 2560 อีกทั้งยังมีแนวโน้มรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นโดยรายได้ต่อหัวประชากร (GDP per capita) ระหว่างปี 2555-2559 มีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี และ 2,317.9 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2559 ดังนั้น ด้วยปัจจัยที่กล่าวมาได้ส่งผลให้อุปสงค์ต่อสินค้าของตลาดเวียดนามเพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน และเกิดความต้องการสินค้าคุณภาพมากขึ้น **เวียดนามจึงนับเป็นตลาดสำคัญสำหรับสินค้าของไทยที่เน้นคุณภาพได้เป็นอย่างดี** ซึ่งสินค้าที่ไทยควรสนับสนุนการส่งออก ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคบางประเภทที่มีคุณภาพสูงซึ่งสินค้าท้องถิ่นยังไม่สามารถตอบสนองได้อย่าง **สินค้าไลฟ์สไตล์** เช่น ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล และเครื่องสำอาง ทั้งนี้ยังมีโอกาสอีกมากในตลาดเวียดนาม

ทั้งนี้ คาดว่า ทิศทางเศรษฐกิจของเวียดนามในระยะข้างหน้าจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยปัจจัยสนับสนุนที่หลากหลายด้านหลักๆ ในฐานะที่เป็นฐานในการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกจากความได้เปรียบทางด้านแรงงาน แต่ขณะเดียวกันในภาคการผลิตยังคงใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อนและพึ่งพาวัตถุดิบต้นน้ำ-กลางน้ำ เพื่อนำมาผ่านกระบวนการผลิต หรือประกอบในขั้นสุดท้ายก่อนส่งออกไปยังตลาดโลก ดังนั้น ไทยจึงควรคว้าโอกาสในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมเวียดนามที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่ไทยมีความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีการผลิตอย่างเม็ดพลาสติกและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อย่าง PCB และ IC นอกจากนี้ สินค้ากลุ่มดังกล่าวยังเป็นสินค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่รัฐบาลพร้อมให้การสนับสนุน ตามนโยบายระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งเป็นนโยบายที่ผลักดันอุตสาหกรรมแห่งอนาคตซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตสินค้าเพื่อส่งออก อันเป็นการรักษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

¹ www.worldometers.info