

ไทยได้ศึกษาถึงจุดอ่อน-จุดแข็ง สภาพตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคของประเทศสมาชิกอาเซียน
เพื่อใช้เป็นแนวทาง และการกำหนดยุทธศาสตร์ในการเข้าสู่ตลาดอาเซียนไว้เพียงใด (4/8/2015)



หน่วยงานภาครัฐของไทยได้มีการจํากัดศึกษาประเด็นต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตน ทั้งนี้ ไทยมีจุดแข็งและจุดอ่อนโดยสรุปดังนี้

จุดแข็งของไทย ในการเข้าสู่ตลาดอาเซียน คือ
ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ในศูนย์กลางของภูมิภาคที่เอื้ออำนวยต่อการติดต่อค้าขายกับทุกประเทศ
ทักษะความเชี่ยวชาญของแรงงานฝีมือไทย อาทิ ในอุตสาหกรรม การผลิตรถยนต์ งานด้านศิลปหัตถกรรม
และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ ไทยยังมีความพร้อมด้าน
โครงสร้างพื้นฐานระบบสาธารณูปโภคและการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
ทั้งนี้ ภาคอุตสาหกรรมและบริการของไทยที่มีศักยภาพในการขยายตลาดอาเซียน สำหรับสินค้าเกษตร เช่น ข้าว
มันสำปะหลัง และน้ำตาล สินค้าอุตสาหกรรม เช่น รถยนต์ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ไฟฟ้าและ
อิเล็กทรอนิกส์และอาหารแปรรูป ส่วนภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง (เช่น
โรงแรมภัตตาคารและร้านอาหาร)
จุดอ่อนของไทย คือ ความพร้อมของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90
ของธุรกิจไทย ยังมีอุปสรรคหลายประการในการเข้าสู่ตลาดอาเซียน เช่น ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
ปัญหาด้านภาษา ปัญหาการขาดข้อมูลเชิงลึกในตลาดอาเซียนแต่ละประเทศ รวมทั้งปัญหาการขาดการประยุกต์
ใช้เทคโนโลยีด้านการบริหารจัดการที่ทันสมัยเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ เป็นต้น
ทำให้เสียเปรียบประเทศอาเซียนอื่น เช่น สิงคโปร์ มาเลเซียและอินโดนีเซีย

โดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์