



นายสุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ขานรับนโยบายนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ในการเร่งเจาะตลาดอาเซียนเชิงลึกโดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV หรือยุทธศาสตร์ Deepening ASEAN โดยใช้แบรนด์ไทยเป็นตัวนำ เสริมด้วยธุรกิจบริการ การลงทุน Outward Investment และการร่วมลงทุน เริ่มงานใหญ่ "สตูดแบรนด์ไทย หรือ TOP Thai Brands งานแรกที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ระหว่างวันที่ 3-7 กุมภาพันธ์ 2559 นี้ มีผู้ประกอบการไทยชั้นนำเข้าร่วมงานถึง 236 ราย 332 คูหา ณ Koh Pich Exhibition Center

ในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2559 รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ จะนำคณะนักธุรกิจไทยกว่า 100 ราย เดินทางเยือนกัมพูชา เพื่อเป็นประธานเปิดงาน TOP Thai Brands และหารือขยายความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนกับนายฮุน จันทอล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์กัมพูชา และนายเมตา ตูลา รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ และบรรยายพิเศษในงาน "New Business Forum : คณะกรรมการร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน (ไทย กัมพูชา) รวมทั้งพบกับนักธุรกิจไทยที่ลงทุนในกัมพูชา และนักธุรกิจกัมพูชาอีกด้วย เร่งรัดให้เกิดการค้าการลงทุนของไทย (Outward Investment) ในกัมพูชามากยิ่งขึ้น

การจัดงานครั้งนี้เป็นการผนึกกำลังร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย เพื่อรุกตลาดกัมพูชาทั้งในมิติการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว จากนั้นจะมีการจัดงาน TOP Thai Brands เต็มรูปแบบเช่นเดียวกันนี้ ณ กรุงมะนิลา ยางกุง โฮจิมินห์ และเวียงจันทน์ตามลำดับ

การจัดงาน TOP Thai Brands ครั้งนี้ แบ่งเป็นโซนที่น่าสนใจทั้งหมด 6 โซน ได้แก่

- โซน Land of Trust ประกอบด้วยคณากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และคณาหน่วยงานพันธมิตร
- โซน Brand Spotlights

ประกอบด้วยคณาผู้ประกอบการสินค้าแบรนด์ไทยที่ได้ตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพสินค้าและบริการ PM Award, Thailand Trust Mark, DEMark และ Thai Select

- โซน The Masters ประกอบด้วย

ผู้ประกอบการชั้นนำของไทยจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสภาหอการค้าไทย อาทิ ศรีไทยซูเปอร์แวร์ เบทาโกร ไทยเบฟเวอเรจ มิตรผล บุญรอดเทรตดิ้ง โรงงานฟุตบอลไทย (FBT)

และผู้ประกอบการไทยที่ลงทุนในกัมพูชา ได้แก่ ปูนซีเมนต์ไทย ซีพี เครือสหพัฒน์

โรงพยาบาลกรุงเทพและโรงพยาบาลบางปะกอก

- โซน The Talents ประกอบด้วยผู้ประกอบการ SMEs ที่มีศักยภาพจากกลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง ของใช้ของตกแต่งบ้าน ธุรกิจบริการ (ก่อสร้าง/การศึกษา) เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้าและเครื่องประดับ อาหารและเครื่องดื่ม และสุขภาพ/ความงาม

- โซน Brand Connect สำหรับเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและนักธุรกิจต่างประเทศ และ

- โซน Thai Wisdom เวทีกิจกรรมพิเศษแสดงแฟชั่นโชว์ การสาธิตปรุงอาหารไทย การนวดแผนไทย

และการแสดงทางศิลปวัฒนธรรมไทย

"กระทรวงพาณิชย์คาดว่าจะจัดงาน TOP Thai Brands นี้จะสามารถสร้างมูลค่าซื้อขายได้มากกว่า 300 ล้านบาท และสามารถยกระดับสินค้าแบรนด์ไทยให้มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตลอดจนขยายความร่วมมือและพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างไทยและประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์กล่าว

มูลค่าการค้าระหว่างไทย กับพม่า ในปี 2558 รวมทั้งสิ้น 5,597.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.43 แบ่งเป็นไทยส่งออกไปพม่ามูลค่า 4,958.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.57 และนำเข้ามูลค่า 639.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 สินค้าส่งออกไทยไปยังพม่าอันดับต้น ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องดื่ม ปูนซีเมนต์ น้ำตาลทราย เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และรถยนต์และส่วนประกอบ

ในด้านการลงทุน Outward Investment ปัจจุบันมีธุรกิจไทยในพม่า 96 ราย ได้แก่ เกษตรแปรรูป พลังงาน โรงแรม เสริมความงาม ร้านอาหาร เป็นต้น กระทรวงพาณิชย์ได้ตั้งเป้าให้ไทยเป็น 1 ใน 5 ของประเทศที่ลงทุนในอาเซียนมากสุดในดานธุรกิจบริการ และมุ่งหวังที่จะนำ SMEs ของไทยขยายธุรกิจสู่ CLMV มากยิ่งขึ้น

Credit : thaigov.go.th