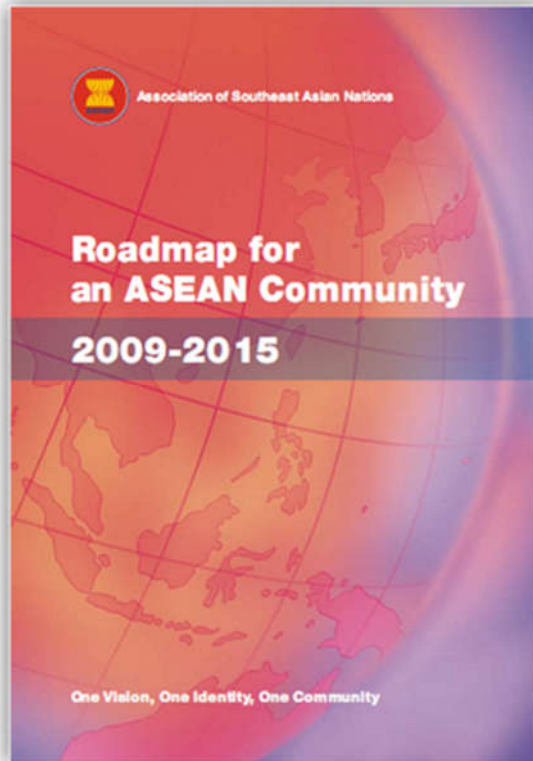


การบริหารและการพัฒนาเพื่อก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้นำในประชาคมอาเซียน



ดร. ธนาวิษญ์ จินดาประดิษฐ์



ROADMAP ของ ASEAN Community ในส่วนของ AEC นั้นมี 4 ประเด็นหลักคือ

A. Towards a Single Market and Production Base

- A1. Free Flow of Goods
- A2. Free Flow of Services
- A3. Free Flow of Investment
- A4. Freer Flow of Capital
- A5. Free Flow of Skilled Labour
- A6. Priority Integration Sectors
- A7. Food, Agriculture, and Forestry

B. Towards a Highly Competitive Economic Region

- B1. Competition Policy
- B2. Consumer Protection
- B3. Intellectual Property Rights (IPR)
- B4. Infrastructure Development
- B5. Taxation
- B6. E-Commerce

C. Towards a Region of Equitable Economic Development

- C1. SME Development
- C2. Initiatives on ASEAN Integration (IAI)

D. Towards Full Integration Into the Global Economy

- D1. Coherent Approach towards External Economic Relations and Enhanced Participation in Global Supply Networks



ROADMAP ของ ASEAN Community ในส่วนของ ASCC นั้นมี 6 ประเด็นหลักคือ

A. Human Development

- A1. Advancing and Prioritizing Education
- A2. Investing in Human Resource Development
- A3. Promotion of Decent Work
- A4. Promoting Information and Communication Technology (ICT)
- A5. Facilitating Access to Applied Science & Technology (S&T)
- A6. Strengthening Entrepreneurship Skills
- A7. Building Civil Service Capability

B. Social Welfare and Protection

- B1. Poverty alleviation
- B2. Social safety net and protecting from the negative impacts of integration and globalization
- B3. Enhancing food security and safety
- B4. Access to healthcare and promotion of health lifestyles
- B5. Improving capability to control communicable diseases
- B6. Ensuring a drug-free ASEAN
- B7. Building disaster-resilient nations and safer



C. Social Justice and Rights

C1. Promoting and protection of the rights and welfare of women, children, the elderly, and persons with disabilities

C2. Protection and promotion of the rights of migrant workers

C3. Promoting corporate social responsibility (CSR)

D. Ensuring Environmental Sustainability

D1. Addressing global environmental issues

D2. Managing and preventing transboundary environmental pollution

D3. Promoting sustainable development through environmental education and public participation

D4. Promoting environmentally sound technology (EST)

D5. Promoting quality living standards in ASEAN cities/urban areas

D6. Harmonizing environmental policies and databases

D7. Promoting the sustainable use of coastal and marine environment

D8. Promoting sustainable management of natural resources and biodiversity

D9. Promoting the sustainability of freshwater resources

D10. Responding climate change and addressing its impacts

D11. Promoting sustainable forest management (SFM)



E. Building ASEAN Identity

- E1. Promoting of ASEAN awareness and a sense of community
- E2. Preservation and promotion of ASEAN cultural heritage
- E3. Promotion of cultural creativity and industry
- E4. Engaging with the community

F. Narrowing the Development Gap



Table 2 – Focus Areas of the ATSP 2016-2025

Within the NTOs Purview	Beyond the NTOs Purview
• marketing and promotion	• travel facilitation
• product development/standards	• safety and security
• human resource development	• connectivity and infrastructure
• tourism investment	• responsiveness to climate change
• quality tourism	
• sustainable growth and development (including inclusive tourism development)	

ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025



"By 2025, ASEAN will be a quality tourism destination offering a unique, diverse ASEAN experience, and will be committed to responsible, sustainable, inclusive and balanced tourism development, so as to contribute significantly to the socio-economic well-being of ASEAN people"

Strategic Directions

SD 1

Enhance competitiveness of ASEAN as a single tourism destination

SD 2

Ensure that ASEAN tourism is sustainable and inclusive

Strategic Action Programs

1.1 Intensify Promotion and Marketing

1.2 Diversify Tourism Product

1.3 Attract Tourism Investments

1.4 Raise Capacity and Capability of Human Capital

1.5 Implement and Expand ASEAN Tourism Standards for Facilities, Services and Destinations

1.6 Implement and Expand Connectivity and Destination Infrastructure

1.7 Enhance Travel Facilitation

2.1 Upgrade Local Communities and Public-Private Sector Participation in the Tourism Value Chain

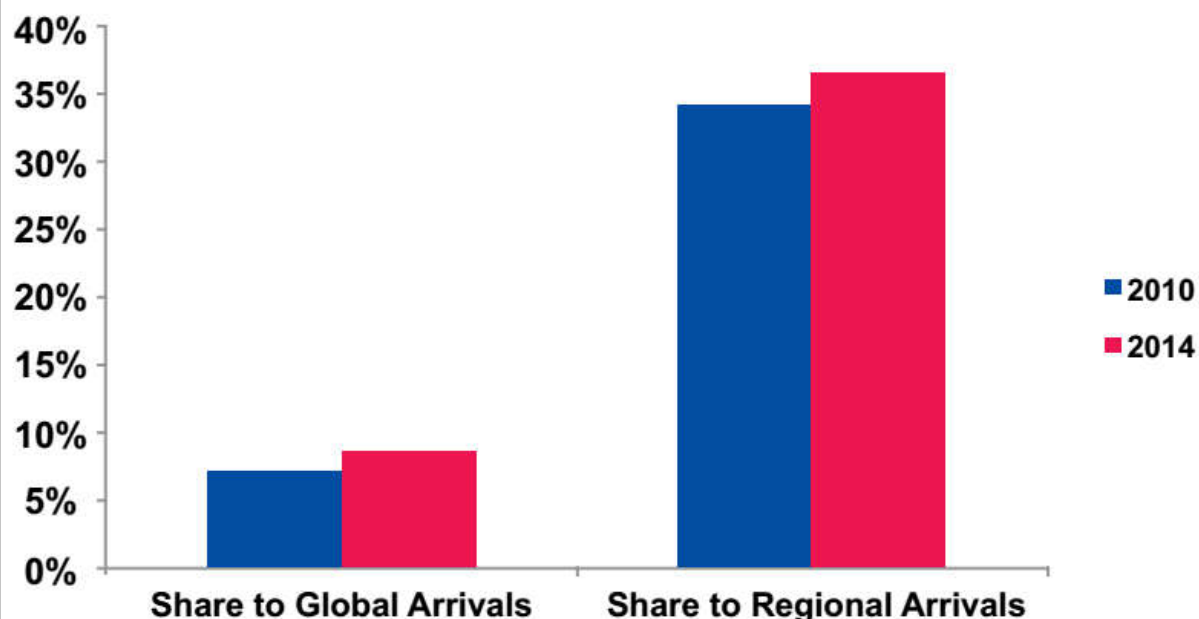
2.2 Ensure Safety and Security, Prioritize Protection and Management of Heritage Sites

2.3 Increase Responsiveness to Environmental Protection and Climate Change

ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025



Figure 2 - ASEAN Tourism Share to Global and Regional International Visitor Arrivals



Source of basic data: UNWTO Highlights 2015 Edition

Table 1 – Forecasts of International Arrivals to Southeast Asia in 2020, 2025 and 2030

Region	Projected Growth in Arrivals		Actual		Projections	
	2010-2020	2020-2030	2013	2020	2025	2030
World	3.8%	2.9%	1,087	1,360	1,569	1,809
Asia and Pacific	5.7%	4.2%	248	355	436	535
Southeast Asia	5.8%	4.3%	102*	123	152	187

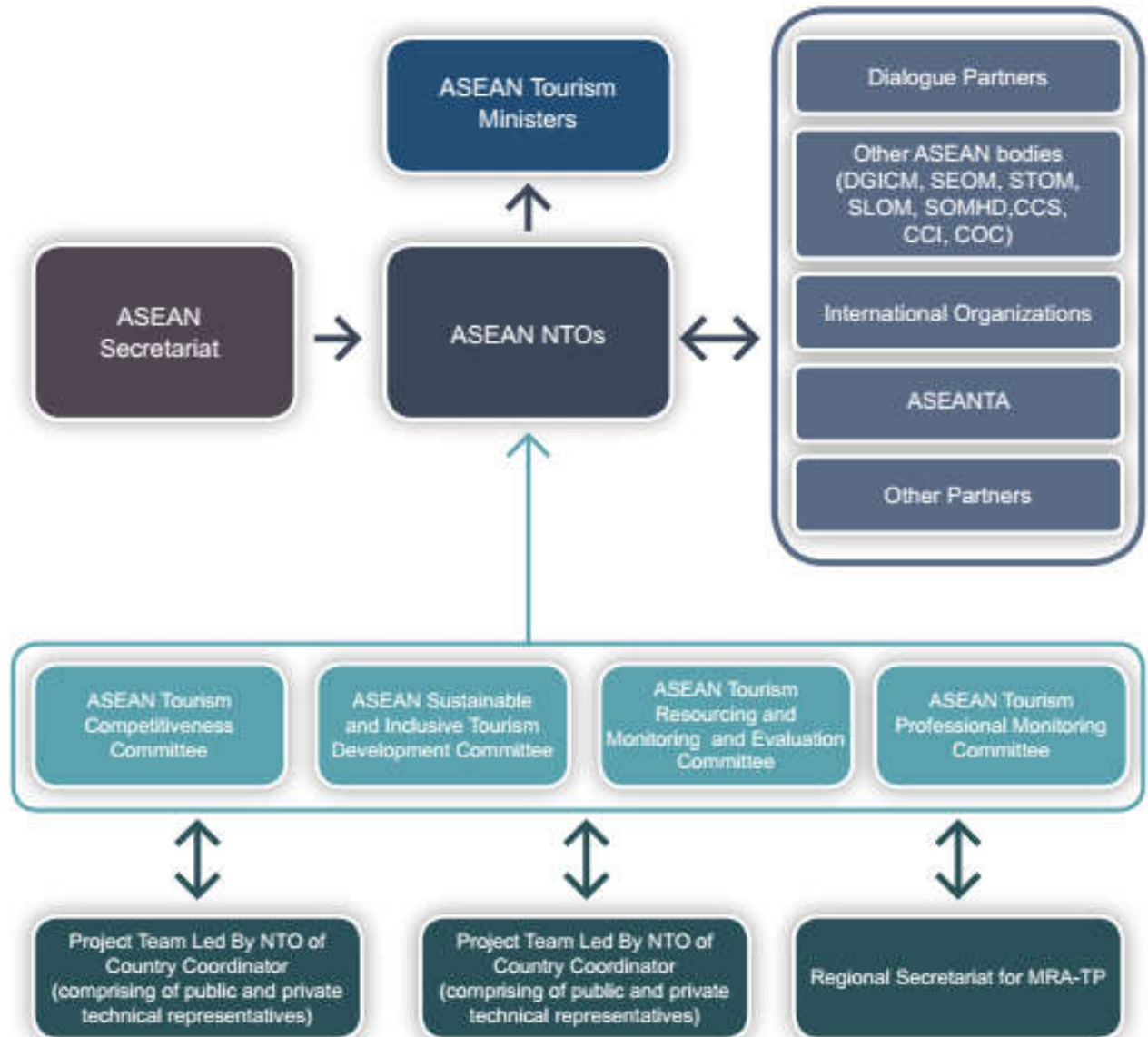
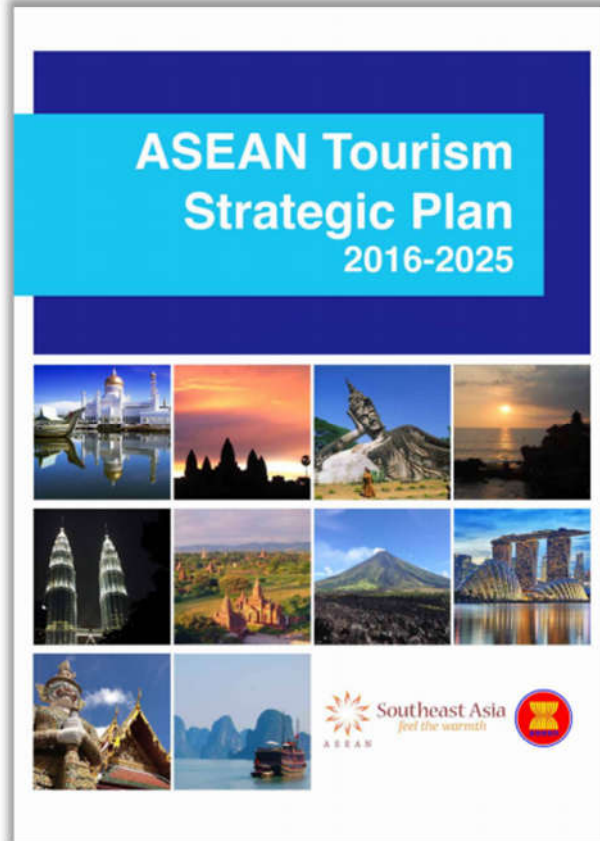


Figure 6 – ATSP 2016-2025 Implementation Arrangements





AMAZING ASIA. AMAZING ASEAN.

600 million people

\$2.4 trillion GDP

(nearly 30% of China's)

ASEAN is not a Southeast Asian EU and never wants to be:

EU is about limiting national sovereignty and obliging compliance with directives determined by Qualified Majority Voting (with some opt-outs)

The ASEAN way:

- ✓ Legally-binding decisions on members, yes. But based on unanimity.
- ✓ Means decision-making runs at the pace of reaching consensus
- ✓ Fierce preservation of national sovereignty



LEGEND

- FOUNDED MEMBER (1967)
- JOINED IN 1964
- JOINED IN 1965
- JOINED IN 1997
- JOINED IN 1999

IN MILLIONS OF PEOPLE, BY COUNTRY

GDP 2011

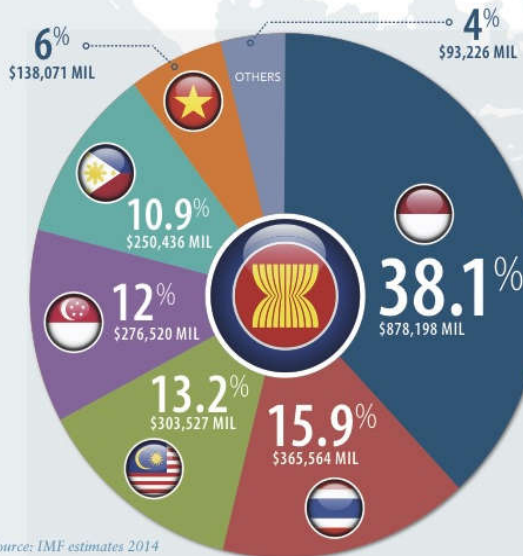
BUT IT DOESN'T STOP THERE...

ASEAN BUSINESS OPTIMISM INDEX

The first regional metric and leading indicator of business confidence for Southeast Asia | QUARTER 3, 2015

ASEAN-6	ID	MY	PH	SG	TH	VN
SALES VOLUME	▼	▼	▼	▲	▼	▲
NET PROFIT	▼	▼	▼	▼	▼	▲
NEW ORDERS	▼	▼	▼	▲	▼	▲
SELLING PRICE	▼	▼	▲	▼	▼	▲
INVENTORY	▲	▼	▼	▲	▼	▼
EMPLOYMENT	▼	▼	▲	▲	▼	▲

Businesses are asked to give their outlook on six key indicators



The 6 countries surveyed collectively contribute **96%** of total ASEAN GDP
Total GDP \$2,305,542 Mil

dun & bradstreet
GROWING RELATIONSHIPS THROUGH DATA



สู่ประชาคมอาเซียน 2558

ASEAN Community : One Vision, One Identity, One Community

ONE VISION, ONE IDENTITY, ONE COMMUNITY



ASEAN Community เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งสิ้น 10 ประเทศเพื่อให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่มีความคล่องตัวทางการค้าสินค้าและบริการระหว่างกัน

ASEAN Community		
ASEAN Political-Security Community	ASEAN Economic Community	ASEAN Socio-Cultural Community
- ASEAN Ministerial Meeting (AMM) - ASEAN Regional Forum (ARF) - Defence - Law - Transnational Crime	- ASEAN Economic Ministers (AEM) - ASEAN Free Trade Area (AFTA) - Energy - Food, Agriculture & Forestry - Finance - Investment - Minerals - Mekong Basin Development Cooperation - Transport - Telecommunication & IT - Tourism - Sectoral Bodies under the Purview of ASEAN Economic Ministers	- Culture & Arts - Disaster Management - Education - Environment - Haze - Health - Information - Labour - Rural Development & Poverty Eradication - Science & Technology - Social Welfare & Development - Women - Youth
ASEAN Political-Security Community Blueprint	ASEAN Economic Community Blueprint	ASEAN Socio-Cultural Community Blueprint

ภูมิภาคอาเซียนถือว่าเป็นหนึ่งใน
ภูมิภาคที่มีศักยภาพมากที่สุดใน
ปัจจุบันเนื่องจากมีจำนวนประชากร
มากถึงกว่า 500 ล้านคน

นอกจากนั้นประชากรในภูมิภาคนี้ก็มีกำลังการผลิตและมีกำลังซื้อในระดับที่สูงพอเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ซึ่งทำให้การค้ากับประชาคมอาเซียนเริ่มมีความสำคัญกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น

การขยายตัวของเศรษฐกิจของ
ประชาคมอาเซียนจะทำให้ความ
ต้องการแรงงานเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก



AEC (Organization Structure)



ASEAN



ASEAN-X (read as ASEAN minus X)

Sub-group of ASEAN being allowed to proceed with an economic policy, without waiting for participation by the other member states, if all member states are in agreement

ASEAN-4



ASEAN+1

ASEAN + Any non-ASEAN nation

ASEAN-5



ASEAN+3



ASEAN-6

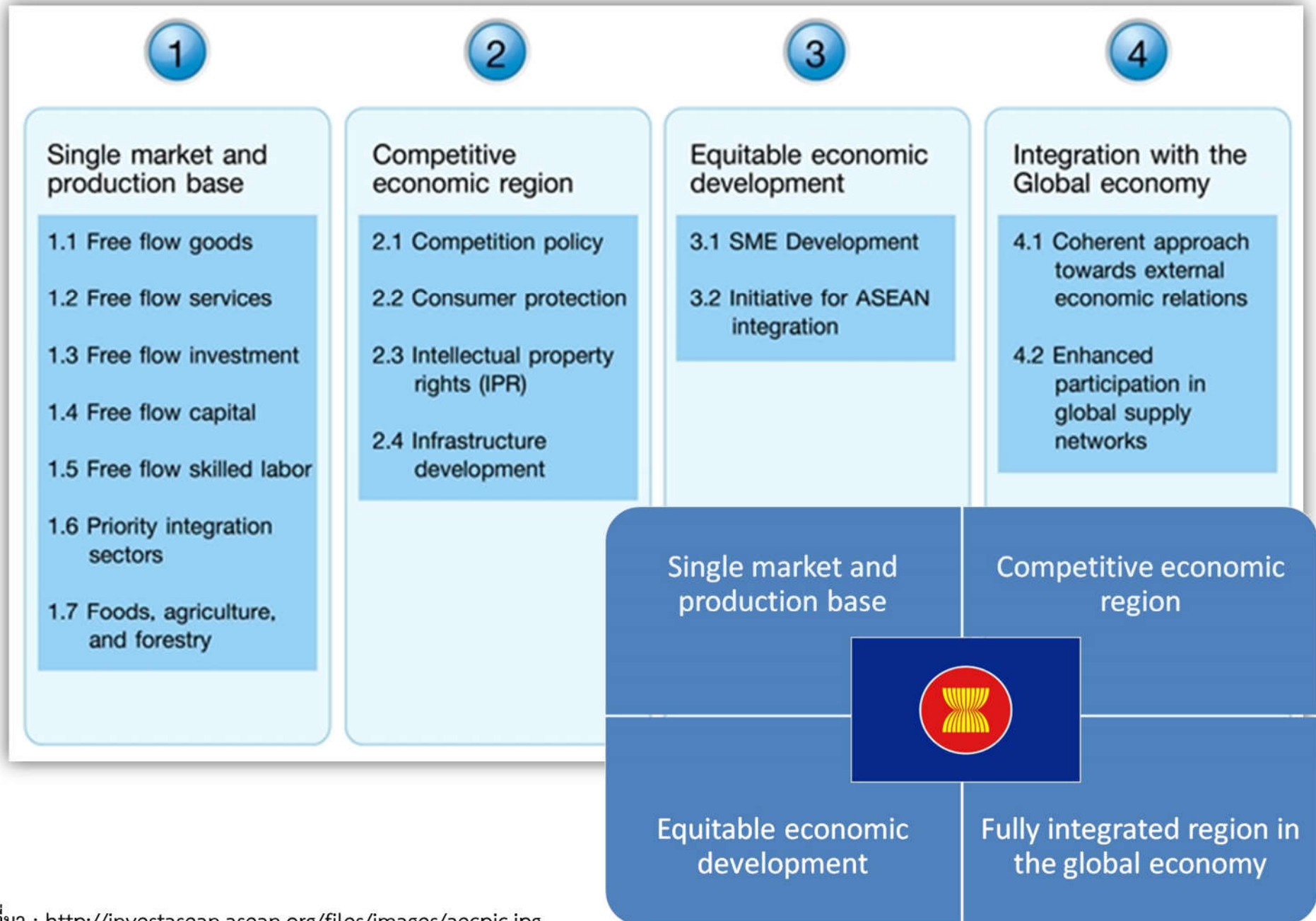


ASEAN+6



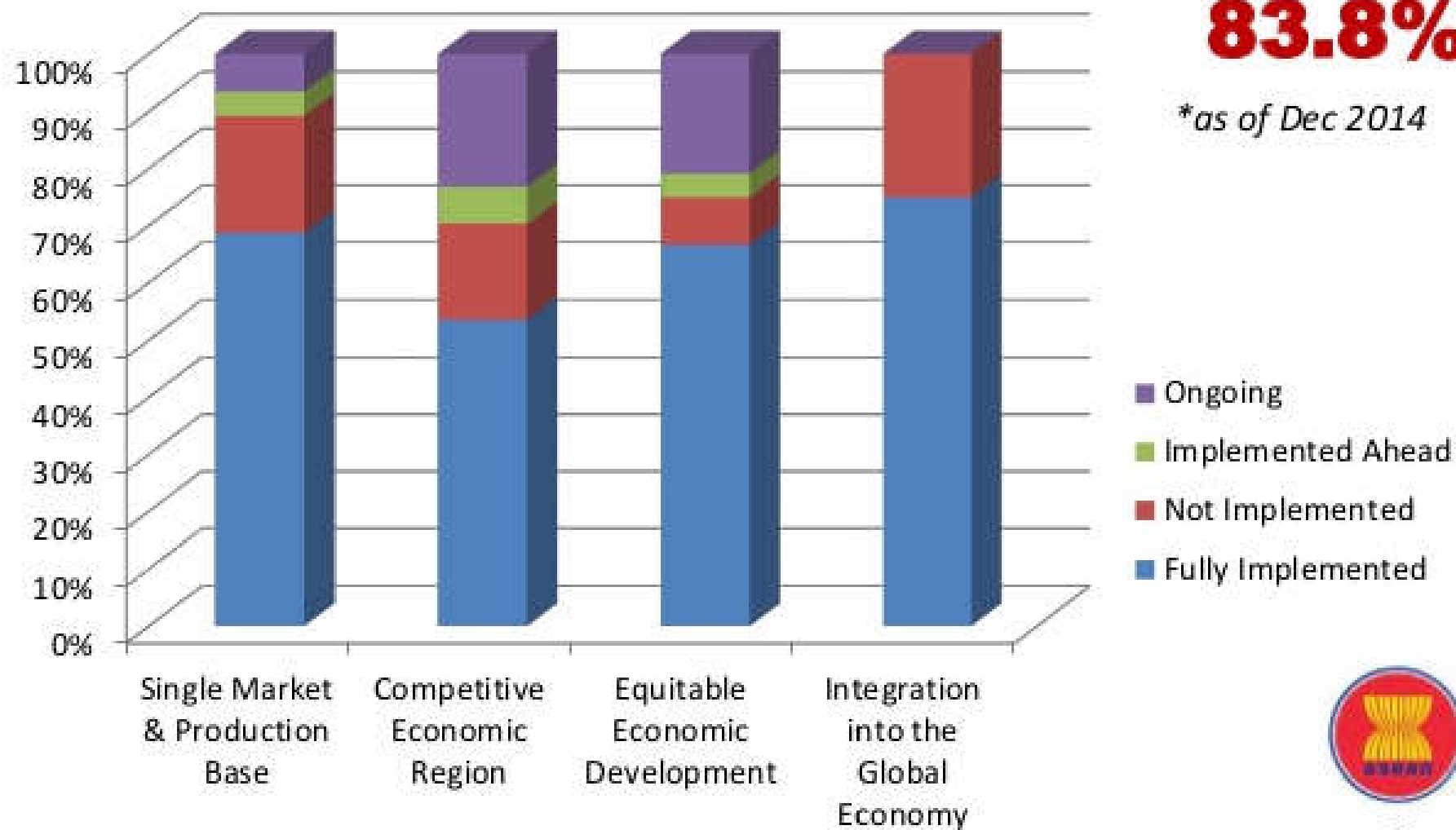
CLMV





83.8%

**as of Dec 2014*



ASEAN Preparation

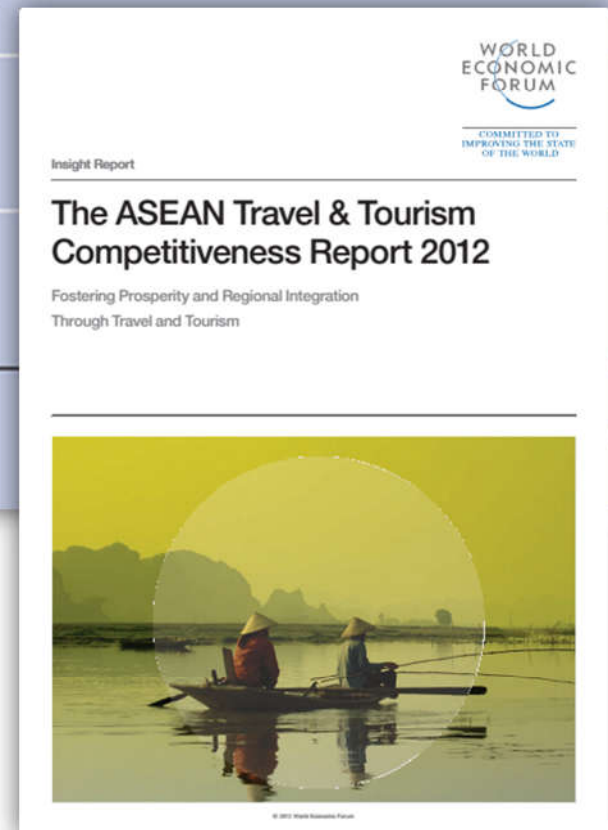
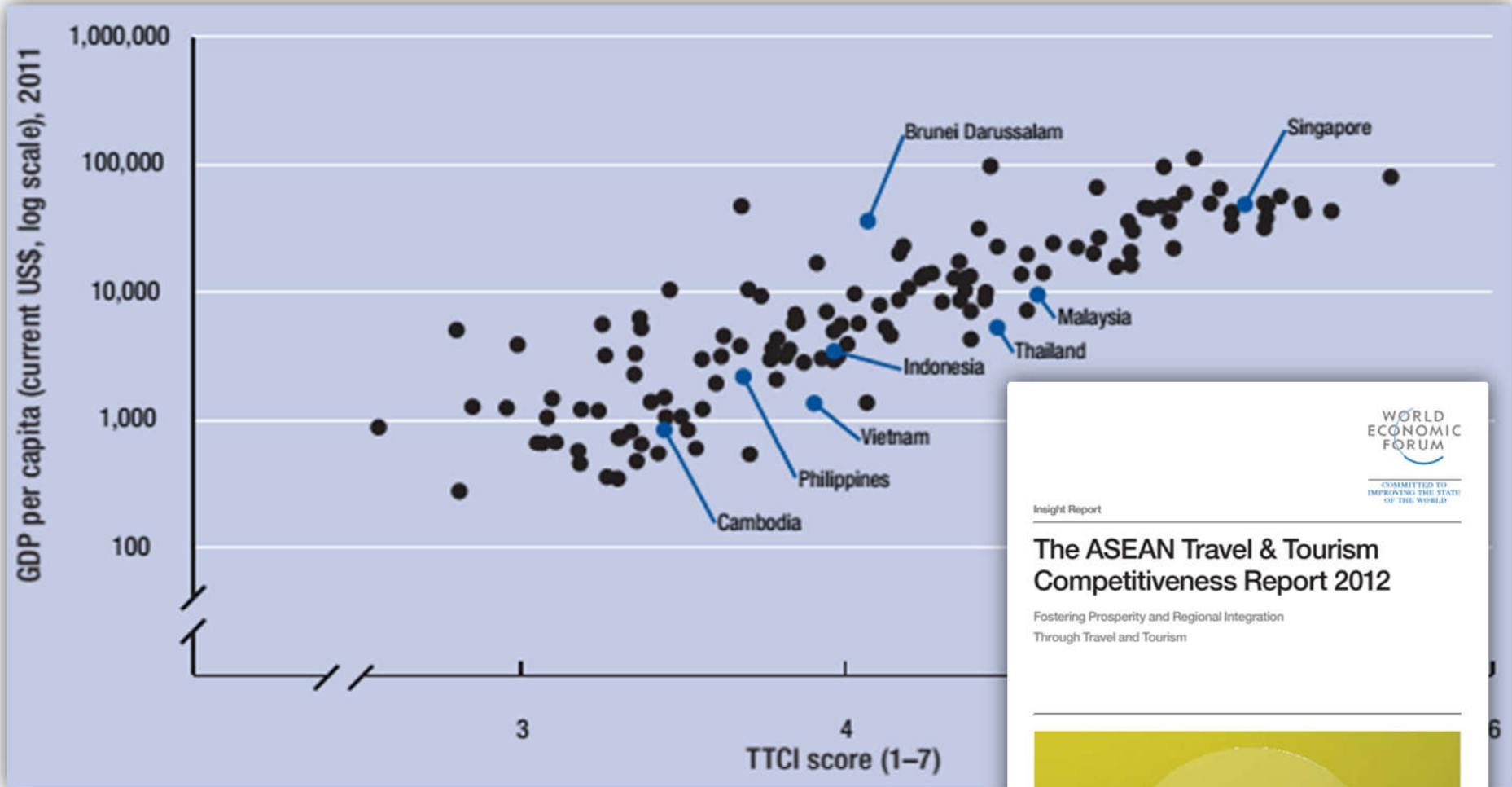
ASEAN Connectivity – Tourism Industry

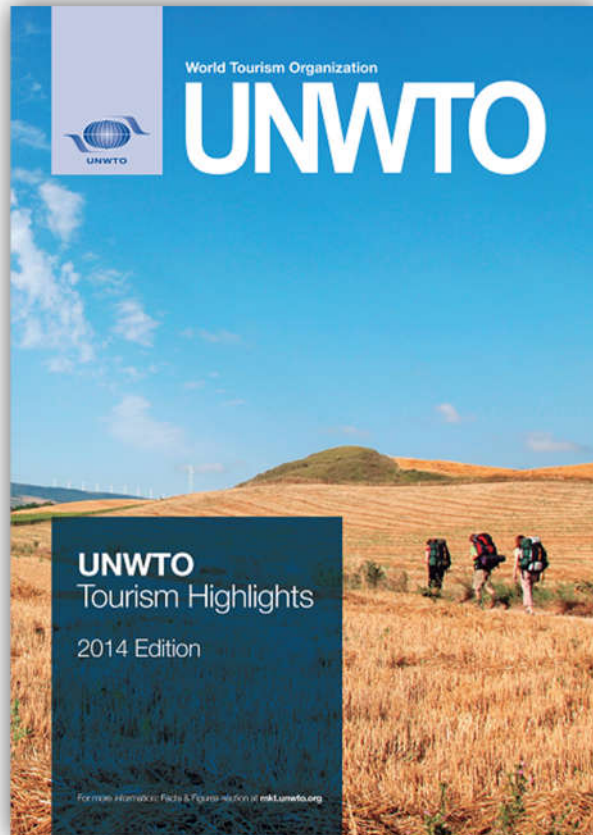


Country/Economy	2013		2011
	Rank/140	Score	Rank/139
Switzerland	1	5.66	1
Germany	2	5.39	2
Austria	3	5.39	4
Spain	4	5.38	8
United Kingdom	5	5.38	7
United States	6	5.32	6
France	7	5.31	3
Canada	8	5.28	9
Sweden	9	5.24	5
Singapore	10	5.23	10
Australia	11	5.17	13
New Zealand	12	5.17	19
Netherlands	13	5.14	14
Japan			
Hong Kong SAR			
Iceland			
Finland			
Belgium			
Ireland			
Portugal			
Montenegro			40
Qatar			41
Poland			42
<u>Thailand</u>			43
Mexico			44
China			45



- 1. Policy rules and regulations*
- 2. Environmental sustainability*
- 3. Safety and security*
- 4. Health and hygiene*
- 5. Prioritization of Travel & Tourism*
- 6. Air transport infrastructure*
- 7. Ground transport infrastructure*
- 8. Tourism infrastructure*
- 9. ICT infrastructure*
- 10. Price competitiveness in the T&T industry*
- 11. Human resources*
- 12. Affinity for Travel & Tourism*
- 13. Natural resources*
- 14. Cultural resources*

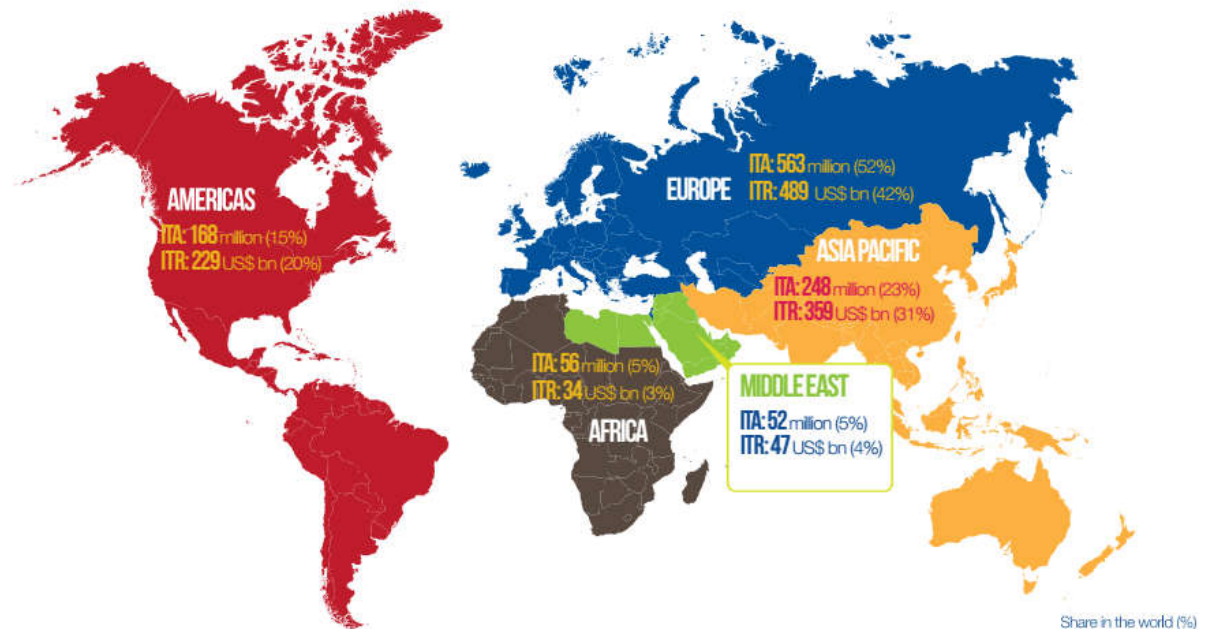


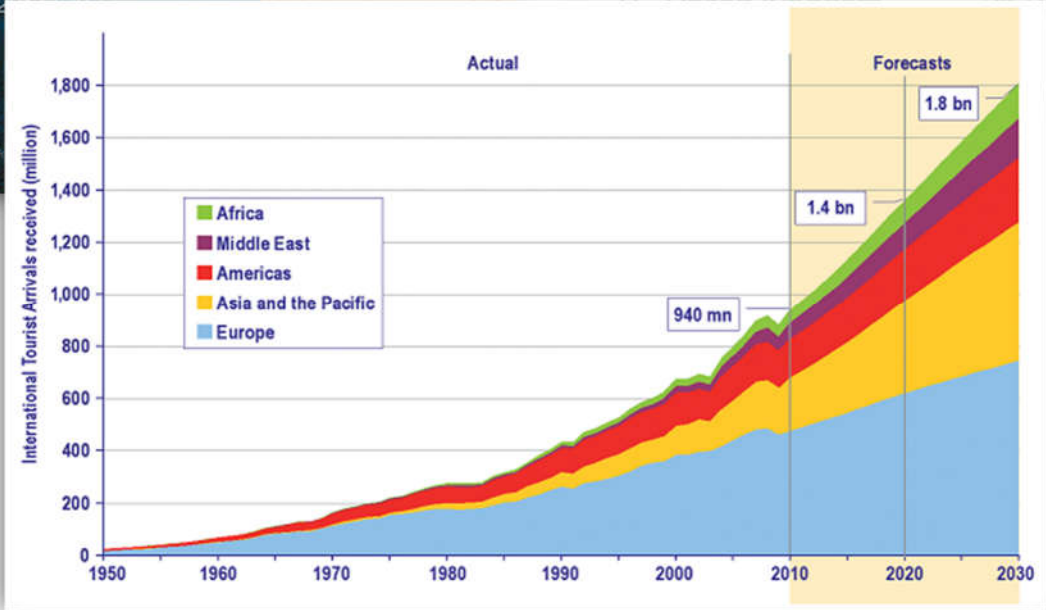
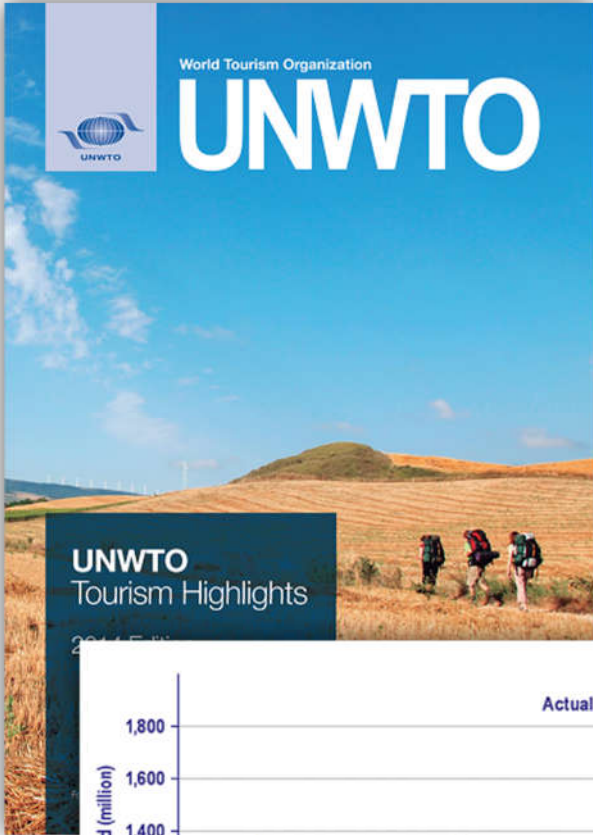


WHY TOURISM MATTERS

INTERNATIONAL TOURISM 2013

International tourist arrivals (ITA): 1087 million
International tourism receipts (ITR): US\$ 1159 billion





International Tourism Receipts							
		US\$			Local currencies		
		Billion		Change (%)		Change (%)	
Rank		2012	2013*	12/11	13*/12	12/11	13*/12
1	United States	126.2	139.6	9.2	10.6	9.2	10.6
2	Spain	56.3	60.4	-6.3	7.4	1.5	3.9
3	France	53.6	56.1	-2.2	4.8	6.0	1.3
4	China	50.0	51.7	3.2	3.3	0.8	1.4
5	Macao (China)	43.7	51.6	13.7	18.1	13.2	18.1
6	Italy	41.2	43.9	-4.2	6.6	3.8	3.1
7	Thailand	33.8	42.1	24.4	24.4	26.7	23.1
8	Germany	38.1	41.2	-1.9	8.1	6.3	4.5
9	United Kingdom	26.0	40.6	3.3	12.1	4.8	13.2
	Forecasts		38.9	16.2	17.7	15.8	17.7

(Data as collected by UNWTO May 2014)

Healthy lifestyles are behaviours and social practices conducive to good health that are adopted by individuals but reflect the values and identities of the groups and societies in which they live. To enjoy healthy lifestyles, people





1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



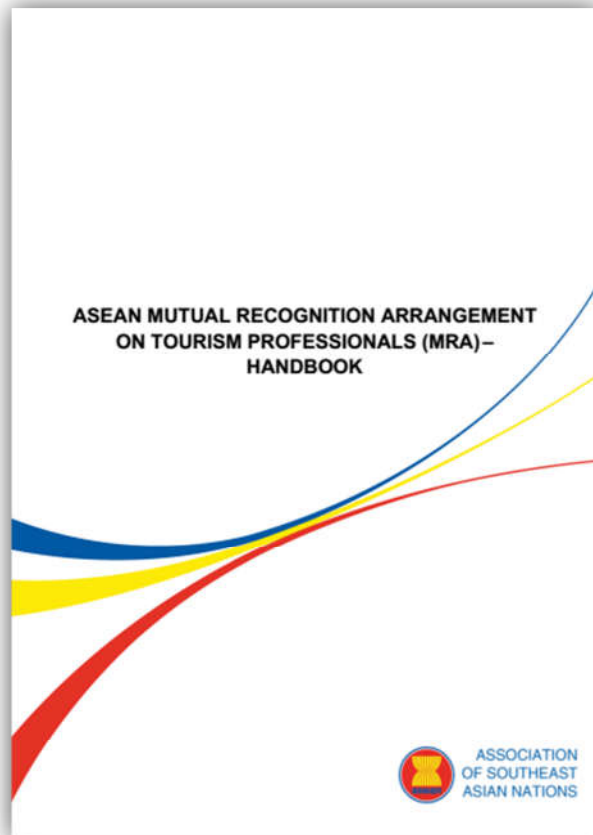
14



15



16



Strategic Direction 2

- Strategically increase the quality of services and human resources in the Region

Strategic Action 2.1

- Develop a set of ASEAN tourism standards with a certification process

Strategic Action 2.2

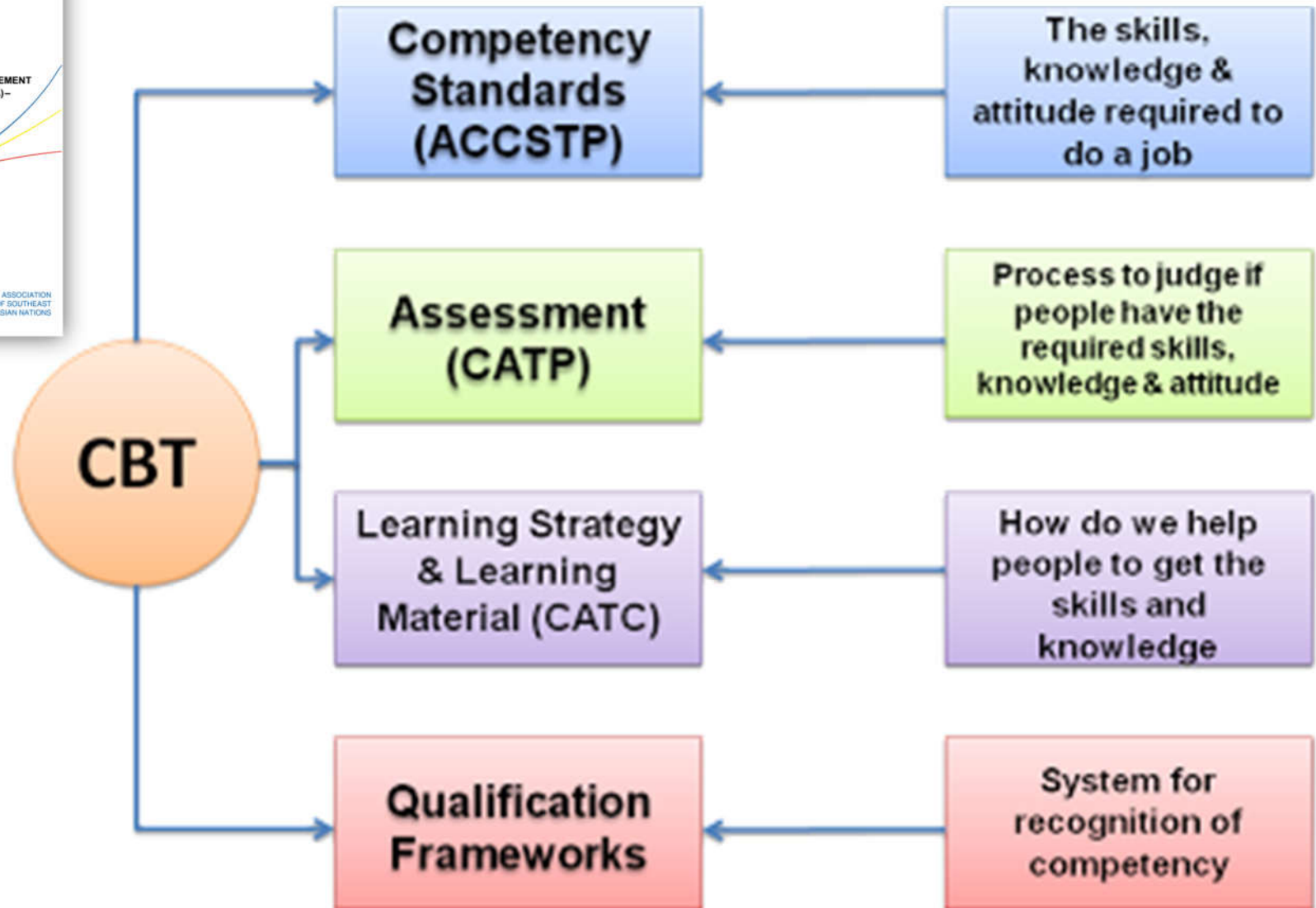
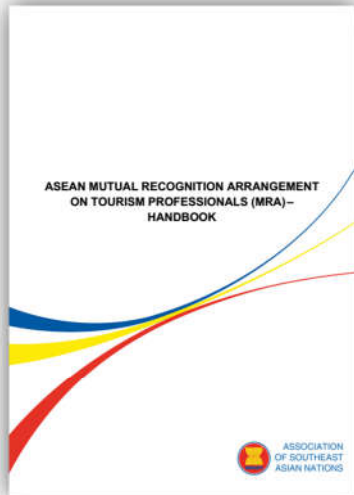
- Implement the MRA on ASEAN Tourism Professionals and its requirements

Strategic Action 2.3

- Provide opportunities for increased knowledge and skill development

32 Job Titles - Six Labour Divisions

HOTEL SERVICES				TRAVEL SERVICES	
Front Office	House Keeping	Food Production	Food and Beverage Service	Travel Agencies	Tour Operation
Front Office Manager	Executive Housekeeper	Executive Chef	F&B Director	General Manager	Product Manager
Front Office Supervisor	Laundry Manager	Demi Chef	F&B Outlet Manager	Assistant General Manager	Sales & Marketing Manager
Receptionist	Floor Supervisor	Commis Chef	Head Waiter	Senior Travel Consultant	Credit Manager
Telephone Operator	Laundry Attendant	Chef de Partie	Bartender	Travel Consultant	Ticketing Manager
Bell Boy	Room Attendant	Commis Pastry	Waiter		Tour Manager
	Public Area Cleaner	Baker			
		Butcher			



1.5 Benefits of MRAs

For governments, MRAs ensure commitment and agreement to international trade, and encourage the sharing of good practice and information between partners. This can lead to:

- Reduced costs;
- Increased competitiveness;
- Increased market access; and
- Freer flow of trade.

For tourism professionals and the industry, MRAs provide the following benefits:

- Facilitate mobility of tourism professionals based on the tourism competency qualification/ certificate
- Enhance conformity of competency based training/education
- Recognise skills of tourism professionals
- Improve the quality of tourism human resources (graduates are ready to work in the industry)
- Enhance the quality of tourism services.

The MRA for tourism professionals has been a coordinated and managed process since 1999 when the ATFTMD was formed and has taken a logical approach to development.



Figure 7-1: Process of MRA - TP Development 2005-2015

The 13th ASEAN Tourism Ministers' Meeting in January 2010 endorsed "MRA Follow-up Implementation Requirements" including capacity development for members of related organisations under the MRA at regional and national levels.

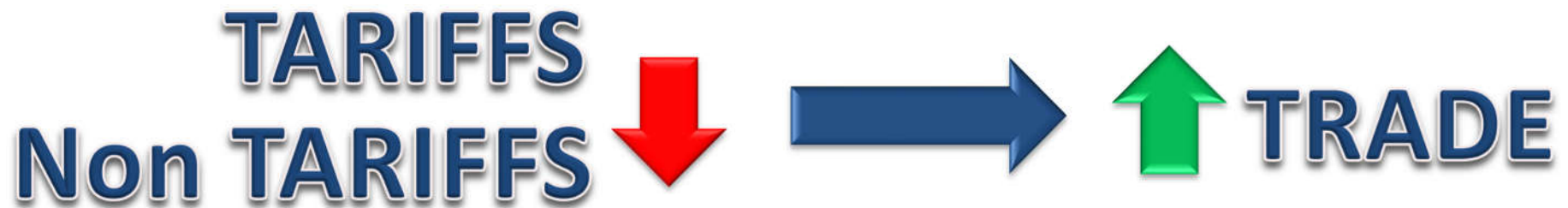
1.5 Benefits of MRAs

For governments, MRAs ensure commitment and agreement to international trade, and encourage the sharing of good practice and information between partners. This can lead to:

- Reduced costs;
- Increased competitiveness;
- Increased market access; and
- Freer flow of trade.

For tourism professionals and the industry, MRAs provide the following benefits:

- Facilitate mobility of tourism professionals based on the tourism competency qualification/ certificate
- Enhance conformity of competency based training/education
- Recognise skills of tourism professionals
- Improve the quality of tourism human resources (graduates are ready to work in the industry)
- Enhance the quality of tourism services.



ผลกระทบจากการเจรจาการค้าระหว่างกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน จะส่งผลที่ดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งเชื่อว่าเมื่อลดกำแพงการค้าทั้งที่เป็นภาษีศุลกากรและที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรลงแล้วจะทำให้เกิดกระแสการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มสมาชิกเพิ่มสูงขึ้น



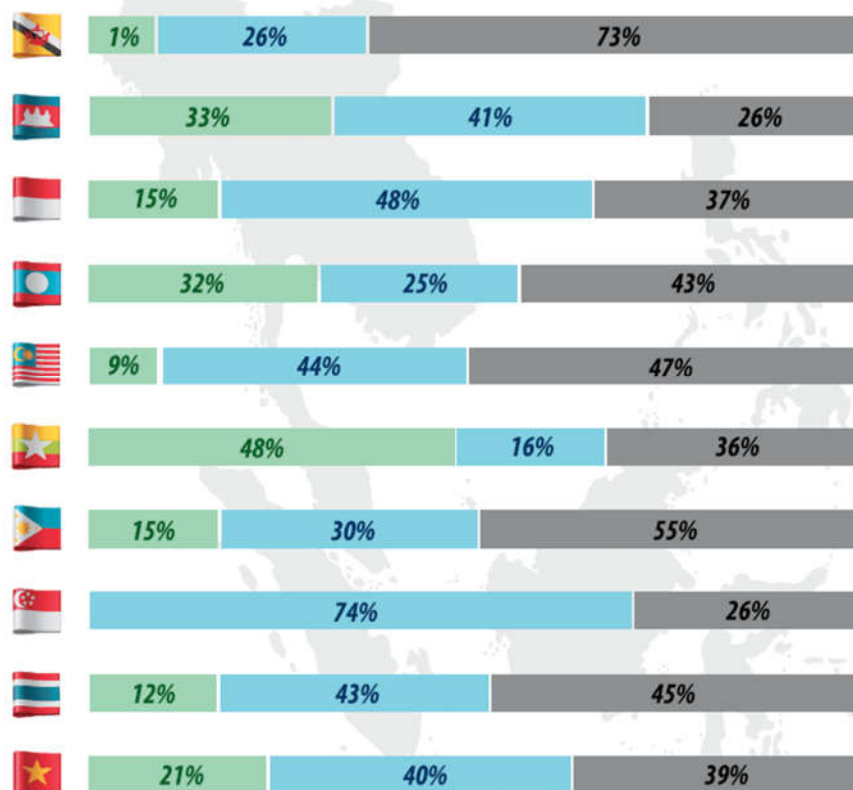
อย่างไรก็ดีการค้าที่มากขึ้นอาจจะนำมาซึ่งภัยคุกคามสำหรับแต่ละประเทศด้วย หากประเทศสมาชิกยังมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่ ซึ่งภัยคุกคามที่จะเกิดขึ้นนั้นอาจจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

Economic Sectors

โครงสร้างระบบเศรษฐกิจในประเทศอาเซียน 2011

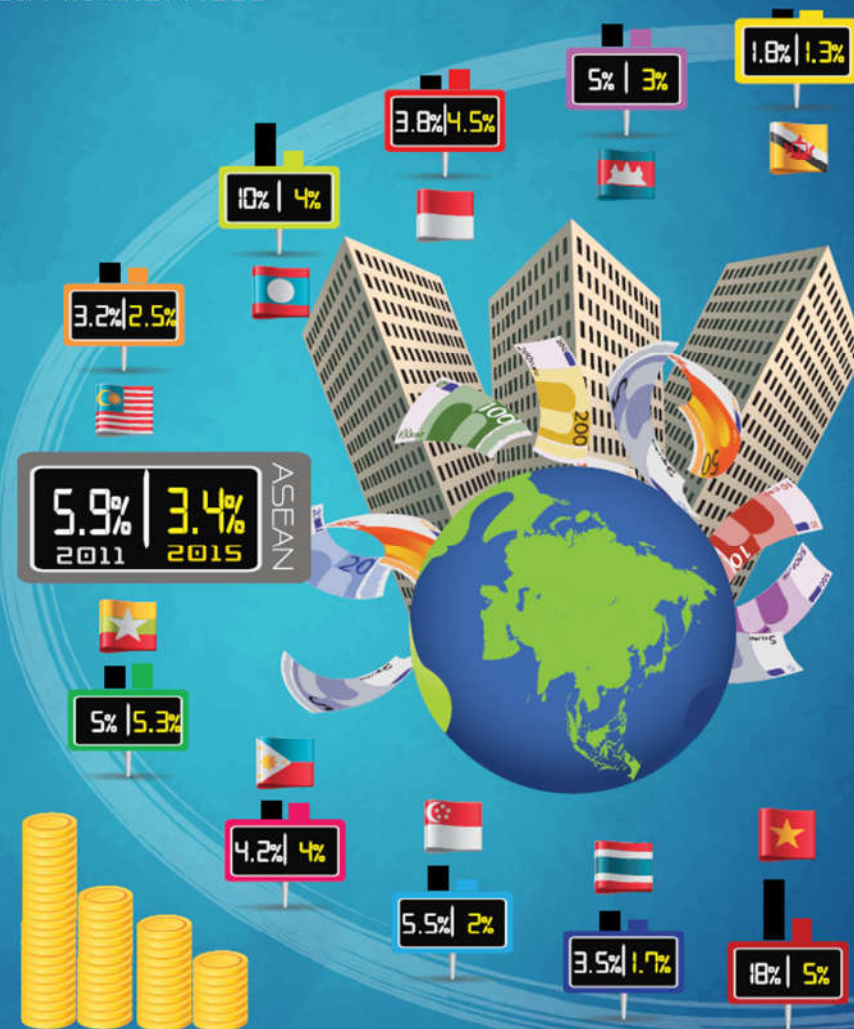


= AGRICULTURE เกษตรกรรม = SERVICE บริการ = INDUSTRY อุตสาหกรรม



INFLATION

by End of Period 2011 & 2015
อัตราเงินเฟ้อในรอบปี



ASEAN Preparation



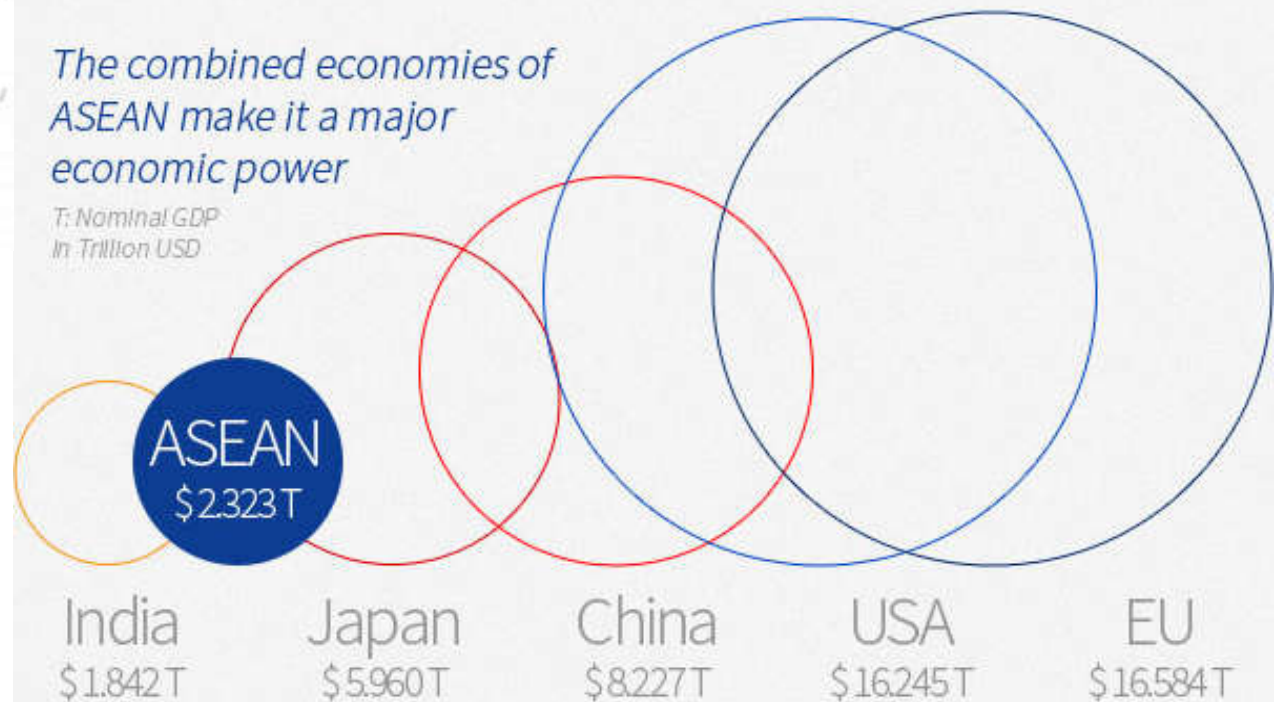
ASEAN Economy Comparison

ASEAN ECONOMY



The combined economies of ASEAN make it a major economic power

*T: Nominal GDP
in Trillion USD*



2012 data

aseanup.com - Source: 2012 World Bank data
and indexmundi for Myanmar data
infographics by Floorcom - Digital Agency - www.floorcom.com

ASEAN^{up} Empowering business
in Southeast Asia

ASEAN Preparation				ASEAN Competitiveness									
Rank /144	Global Competitiveness Index	Institutions	Infrastructure	Macroeconomic environment	Health and primary education	Higher education and training	Goods market efficiency	Labor market efficiency	Financial market development	Technological readiness	Market size	Business sophistication	Innovation
Singapore	2	1	2	17	3	2	1	2	2	5	37	14	8
Malaysia	25	29	32	35	33	39	11	24	6	51	28	20	25
Brunei	28	31	57	1	31	57	73	13	56	64	124	65	59
Thailand	38	77	46	27	78	60	37	76	43	84	22	46	68
Indonesia	50	72	78	25	70	73	63	120	70	85	16	42	39
Philippines	65	94	98	36	98	64	86	103	58	79	35	49	94
Vietnam	75	89	95	106	64	96	91	51	88	98	32	100	81
Cambodia	85	73	104	91	102	111	50	28	64	100	89	74	67

<https://agenda.weforum.org/wp-content/uploads/thierygraph.png>

ASEAN Preparation

INFRASTRUCTURE

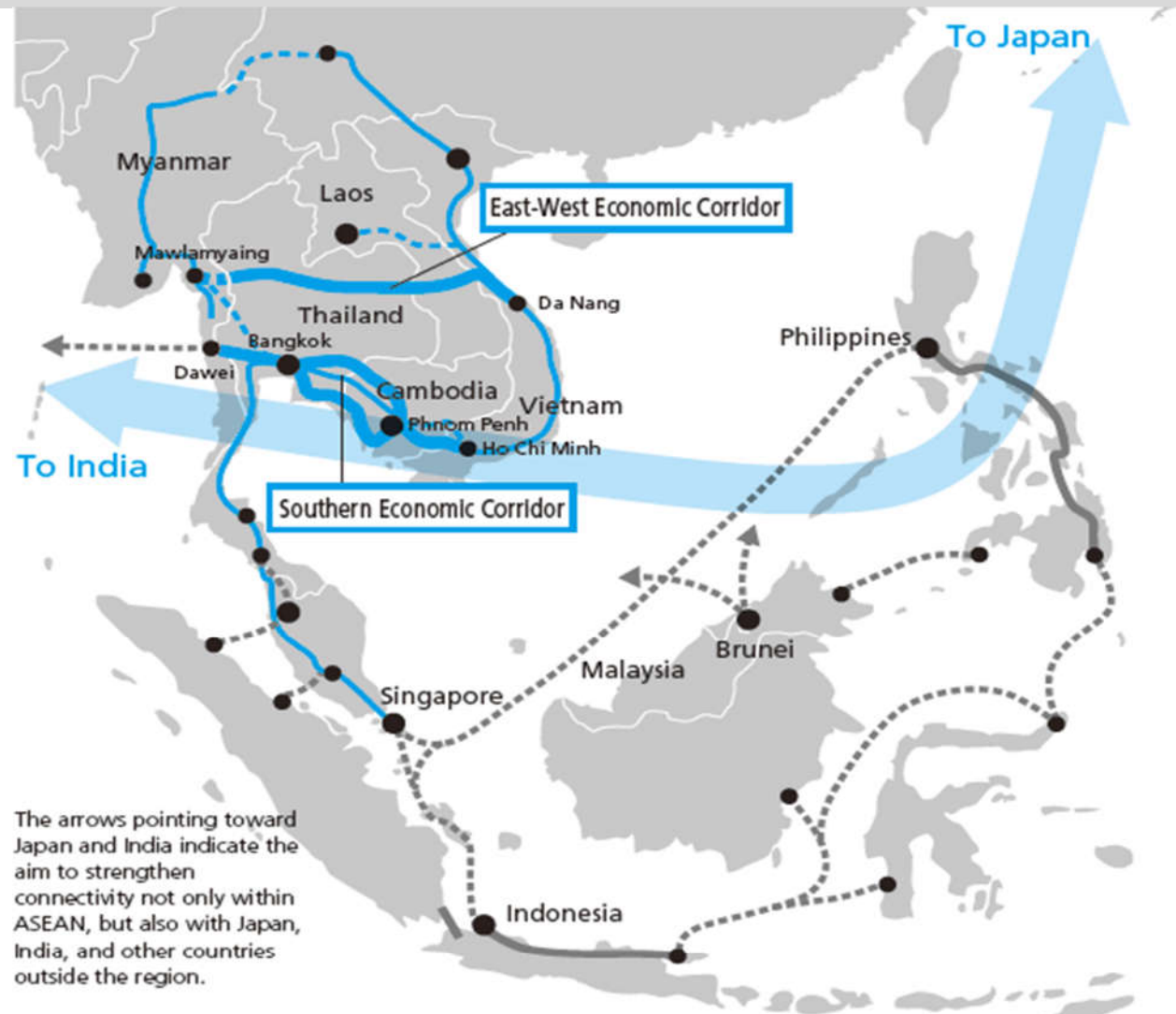
Extent to which basic, technological, scientific and human resources meet the needs of business

RANK



Source: IMD World Competitiveness Yearbook 2014

ASEAN Infrastructure



The arrows pointing toward Japan and India indicate the aim to strengthen connectivity not only within ASEAN, but also with Japan, India, and other countries outside the region.

Land corridors

Land corridors Under construction

- East-West Economic Corridor Connects Da Nang and Mawlamyaing.
- Southern Economic Corridor Connects Ho Chi Minh and Dawei.

Improvement of highways, international bridges, motorways, ports, etc.

Ocean corridors

Ocean corridors Improvement required

Connects the major cities of Malaysia, Singapore, Indonesia, Brunei, and the Philippines.

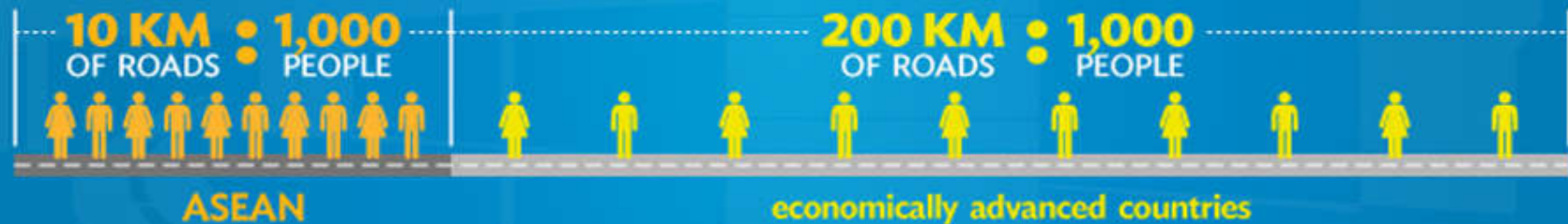
Improvement of ports, industrial development around ports, energy, ICT improvement, etc.

ASEAN'S INFRASTRUCTURE NEEDS

ASEAN NEEDS
**\$100 BILLION
EVERY YEAR**
FOR INVESTMENTS

- roads
- railways
- power
- clean water supply
- other critical infrastructure

ASEAN IS
CURRENTLY INVESTING
**LESS THAN HALF
THAT AMOUNT**
LEADING TO
INFRASTRUCTURE
BOTTLENECKS



GROWING INFRASTRUCTURE NEEDS IN ASEAN

ASEAN countries are expected to experience double-digit growth within the next 10 years, coupled with robust GDP increase. With the growing middle-class pushing for better infrastructure and improved governance, an estimated USD60 billion a year will be needed to fulfill infrastructural needs. How can the public and private sector work together to catalyze this expansion, and what initiatives should be put in place?



POWER
USD228bn



ROADS
USD128bn



WATER & SANITATION
USD26bn



PORTS
USD33bn



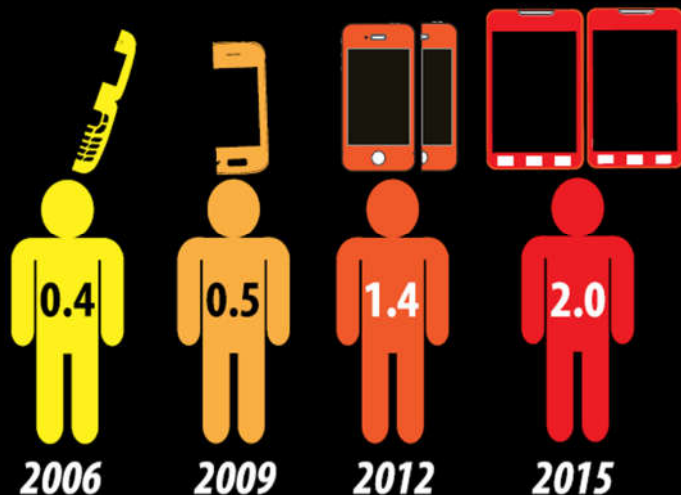
RAILWAYS
USD119bn



AIRPORTS
USD16bn

ASEAN mobile PHONES TREND

แนวโน้มจำนวนโทรศัพท์มือถือเฉลี่ยต่อคน
Average mobile phones per person
หน่วย : เครื่อง/คน

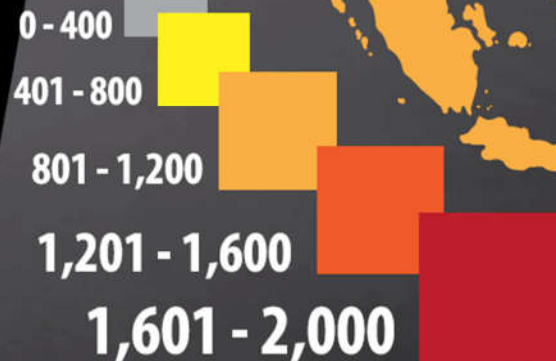


Mobile Phones DENSITY

จำนวนโทรศัพท์มือถือ ต่อ ประชากร 1,000 คน
Number of mobile phones per 1,000 population



หน่วย : เครื่อง (PHONES)



รายได้ประชากรเฉลี่ยต่อคนต่อปีของประเทศสมาชิกอาเซียน

ประเทศ	รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (ดอลลาร์สหรัฐ)	
สิงคโปร์	50,714	}
บรูไน	36,521	
มาเลเซีย	8,617	}
ไทย	5,281	
อินโดนีเซีย	3,469	}
ฟิลิปปินส์	2,255	
เวียดนาม	1,362	
สปป.ลาว	1,204	
กัมพูชา	912	}
พม่า	804	

ประเทศที่มีรายได้สูง : $\geq 12,276$ ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง-สูง : 3,976-12,275 ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง-ต่ำ : 1,006-3,975 ดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศที่มีรายได้ต่ำ : $\leq 1,005$ ดอลลาร์สหรัฐ

หมายเหตุ : การแบ่งกลุ่มรายได้จำแนกตามเกณฑ์ของธนาคารโลก (World Bank)

ที่มา : World Bank, November 2011

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในช่วงแรกประเทศในกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงจะเป็นกลุ่มที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นสำคัญ อันประกอบด้วย ประเทศสิงคโปร์ บรูไน มาเลเซียและไทย ในขณะที่ประเทศเวียดนาม และอินโดนีเซีย จะเป็นกำลังสำคัญต่อไป

A 2 การเคลื่อนย้ายธุรกิจบริการเสรี (Free flow of services)

ประเทศสมาชิกอาเซียนจะต้อง
อนุญาตให้ผู้ประกอบกิจการการ
บริการของอาเซียนเข้ามาทำธุรกิจ
และในปี พ.ศ.๒๕๕๘ สมาชิก
อาเซียนสามารถมีสัดส่วนการถือหุ้น
ได้ถึงร้อยละ ๗๐

A 5 การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรี (Free flow of skilled labour)

อยู่ภายใต้การเจรจาเรื่องการเคลื่อนย้าย
บุคคลธรรมดา (Movement of Natural
Persons) และเป็นเรื่องของบุคลากร
วิชาชีพที่ต้องมีการจัดทำข้อตกลงร่วมกัน
(Mutual Recognition Arrangement:-
MRA) ซึ่งเป็นการยอมรับคุณสมบัติในการ
มีใบอนุญาตทำงานในกลุ่มประเทศสมาชิก
อาเซียน

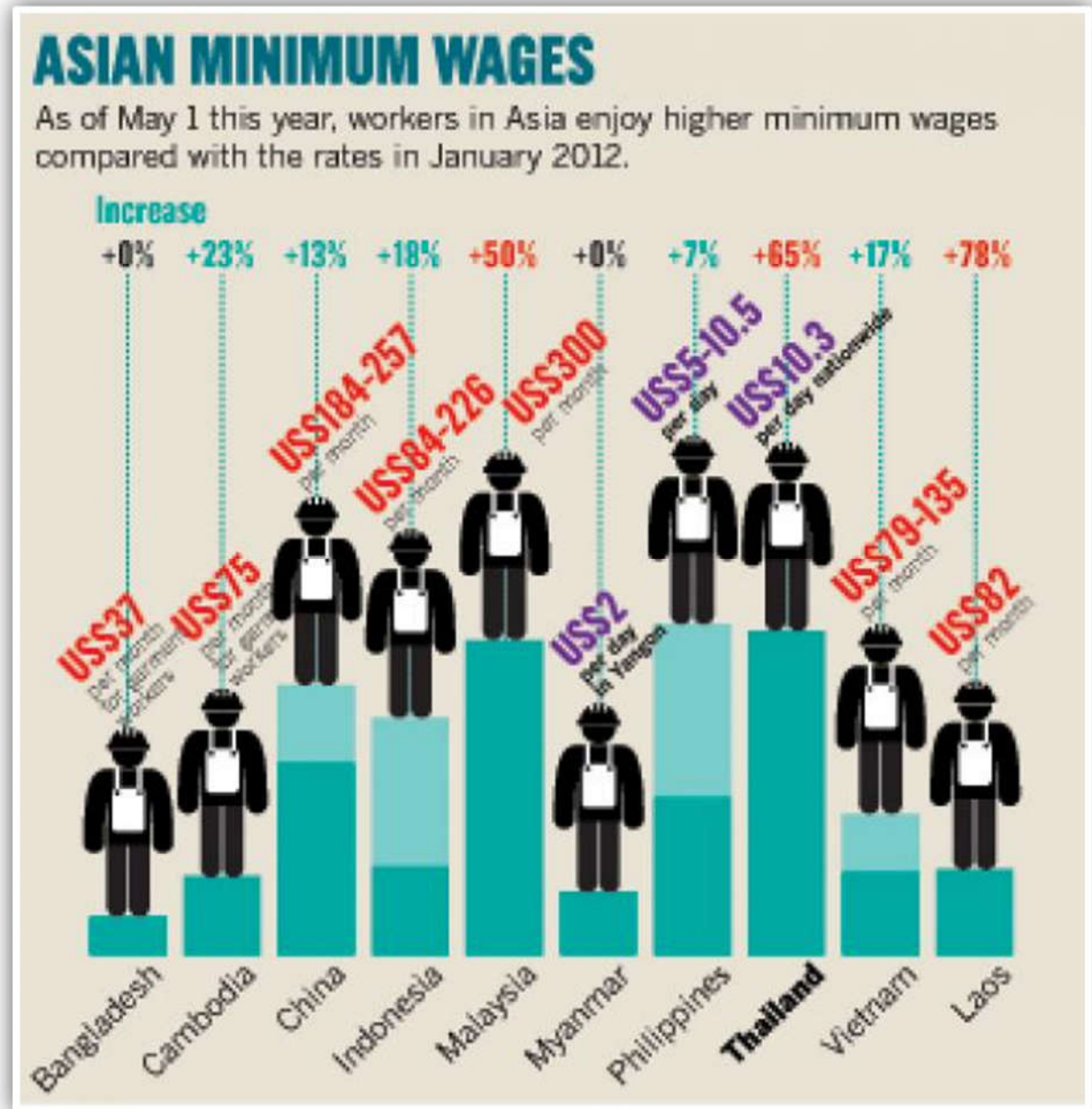
7 วิชาชีพที่สามารถย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี ในประชาคมอาเซียน



*** MRA ไม่ได้เป็นการเปิดตลาด แต่เป็นการอำนวยความสะดวกใน
ขั้นตอนการขอใบอนุญาต โดยลดขั้นตอนการตรวจสอบ/รับรองวุฒิ
การศึกษาหรือความรู้ทางวิชาชีพ

ค่าแรงขั้นต่ำในประเทศสมาชิก
อาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน
ช่วงเวลาที่ผ่านมา

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมี
ค่าแรงขั้นต่ำสูงเป็นอันดับที่สองของ
อาเซียน ซึ่งในอนาคตจะทำให้
ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับความ
ท้าทายด้านสภาพแวดล้อมทางการ
แข่งขันด้านต้นทุนของแรงงานเมื่อ
เปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน
ไม่เพียงแต่ประเทศในอาเซียนแต่กับ
ประเทศในเอเชียด้วยกันเองด้วย



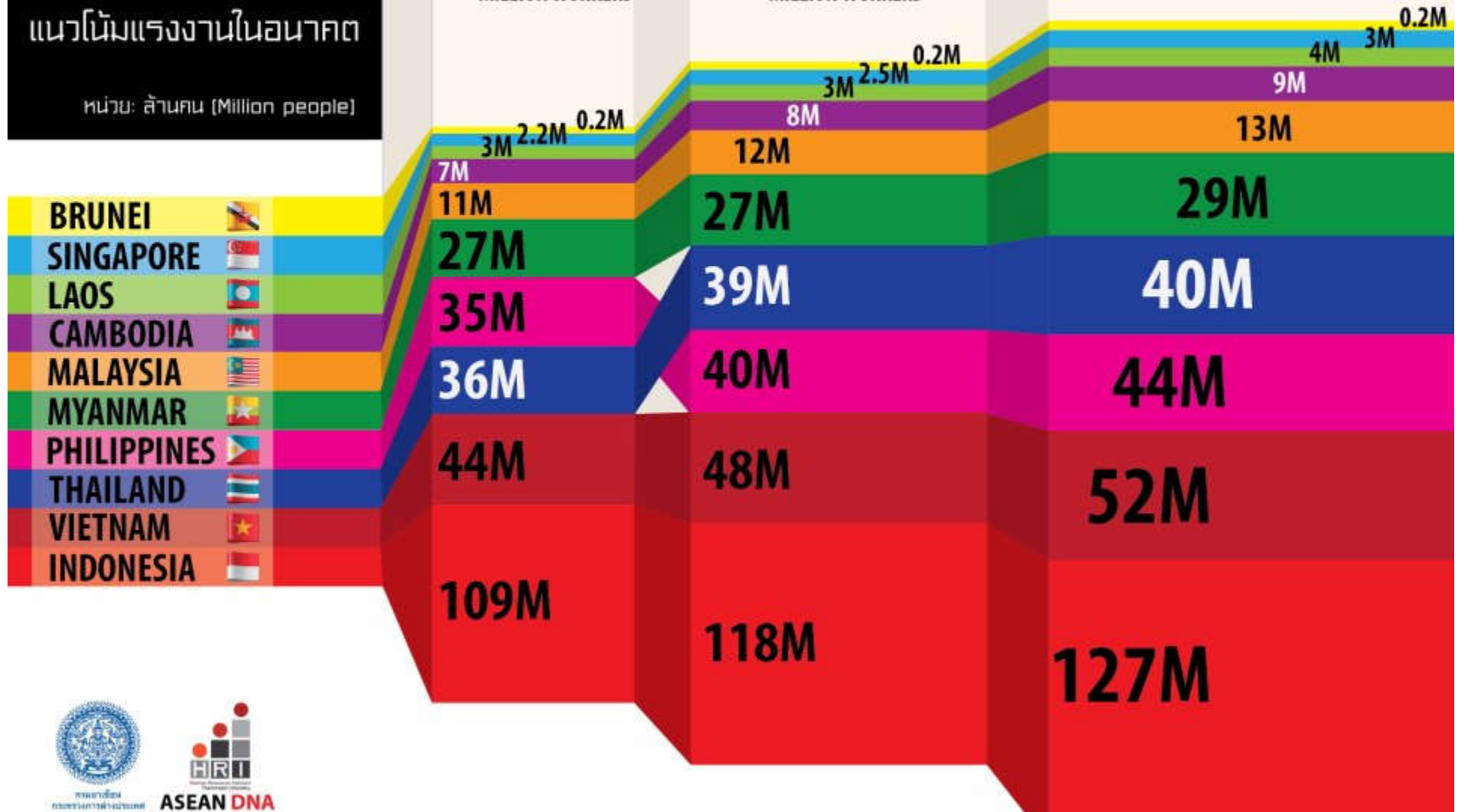
ASEAN Preparation

Workforce of the Future

WORKFORCE OF THE FUTURE

แนวโน้มแรงงานในอนาคต

หน่วย: ล้านคน (Million people)

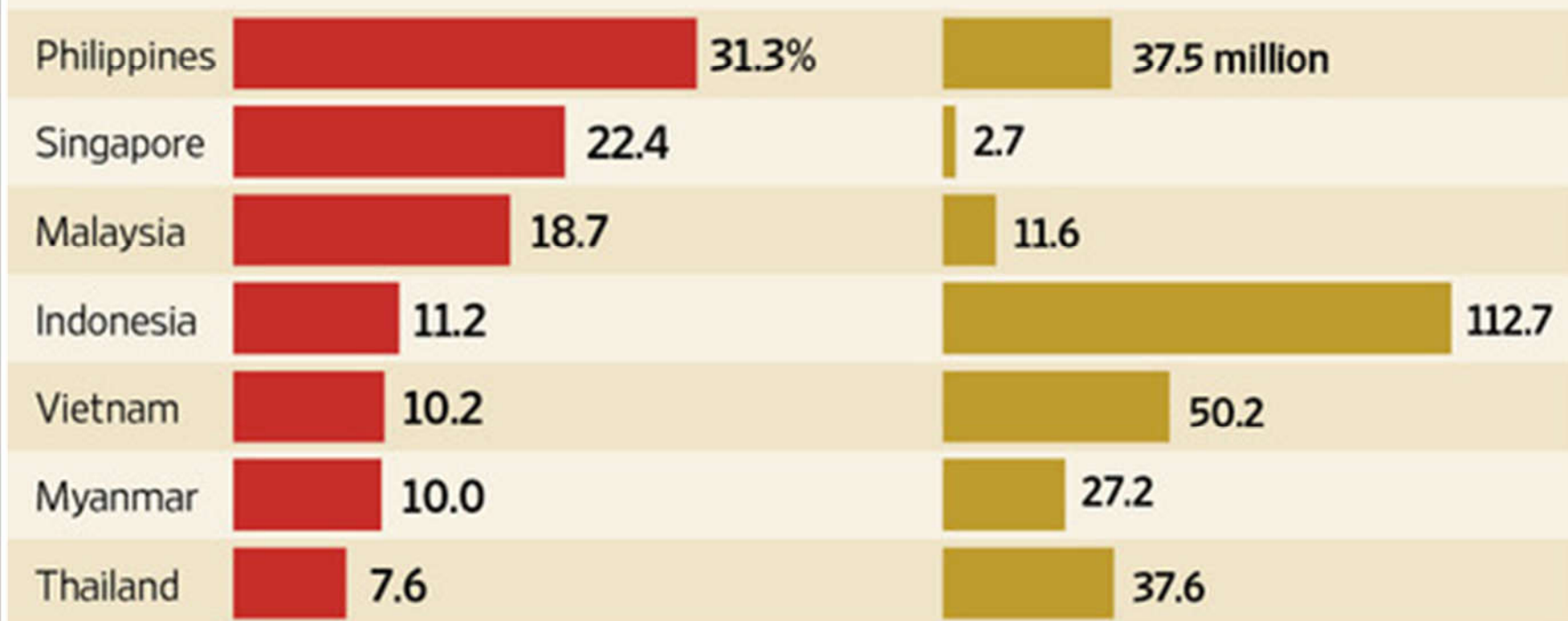


ที่มา : International Labour Organization – Labour and Social Trends in ASEAN, 2010

Asia's Demographic Divide

Expected labor force growth 2010-'20

2010 labor force, ages 15-64



Sources: World Bank; U.N.; Bofa Merrill Lynch Global Research; International Labor Organization

Agro-based

Air transport

Automotive

Electronics

ICT

Fisheries

Healthcare

Logistics

Rubber-based

Textile and Apparels

Tourism

Wood-based

Priority Integration Sectors

Greater public-private sector consultations and progress in the tourism sector - ASEAN is implementing various measures under the priority integration sectors. ASEAN Economic Ministers have had consultations with private sector representatives on the textile and apparels, and automotive sectors. Significant progress has been made in the 12 priority integration sectors that ASEAN has identified to serve as a catalyst for economic integration in the region:

เพื่อเป็นการเร่งการรวมกลุ่มการค้ากันในประชาคมอาเซียน แต่ละประเทศได้เห็นชอบที่จะเปิดเสรีในอุตสาหกรรมต่างๆที่จะช่วยให้เกิดประโยชน์แก่ภูมิภาค โดยมีข้อตกลงร่วมกันที่จะเปิดเสรีในภาคอุตสาหกรรมอันดับแรกทั้งสิ้น 12 อุตสาหกรรม อันจะส่งผลให้เกิดการปรับตัวอย่างมากในอุตสาหกรรมเหล่านี้ ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการเร่งเตรียมความพร้อมในด้านแรงงานในอุตสาหกรรมเหล่านี้ เพื่อรองรับการขยายตัวต่อไปในอนาคต

ASEAN Preparation

ASEAN People Competency



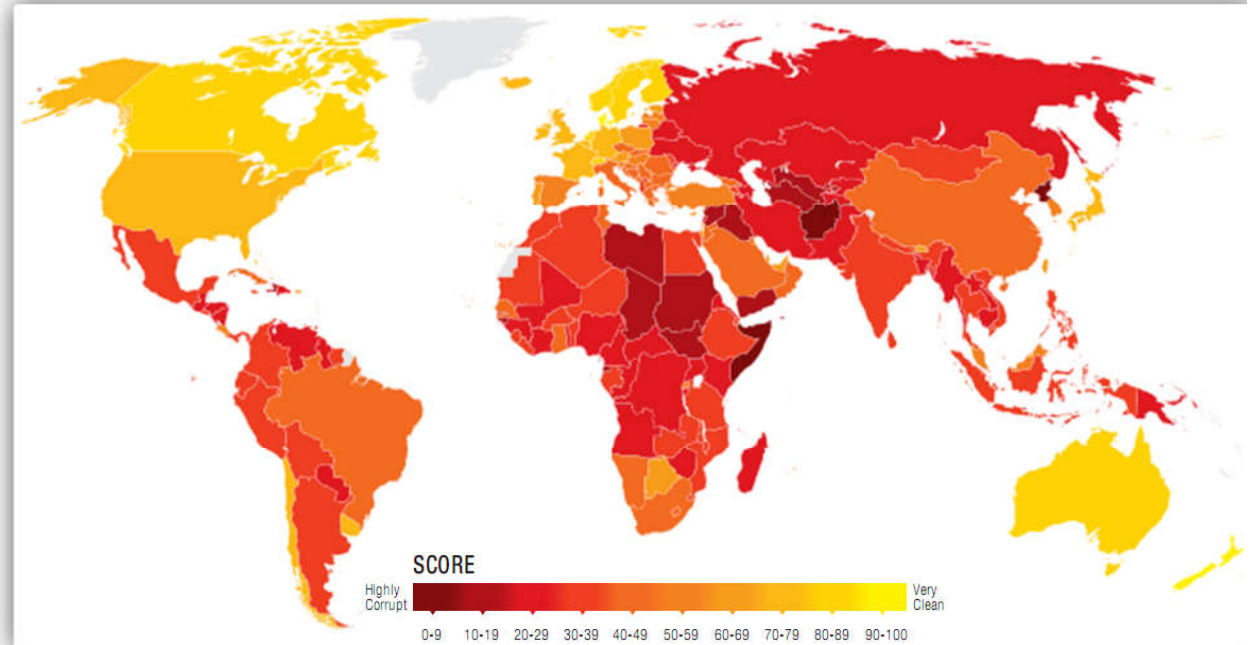
Programme for International Student Assessment (2012) ^[18]											
(OECD members as of the time of the study in boldface)											
Maths				Sciences				Reading			
1		Shanghai, China	613	1		Shanghai, China	580	1		Shanghai, China	570
2		Singapore	573	2		Hong Kong, China	555	2		Hong Kong, China	545
3		Hong Kong, China	561	3		Singapore	551	3		Singapore	542
4		Taiwan	560	4		Japan	547	4		Japan	538
5		Korea	554	5		Finland	545	5		Korea	536
6		Macau, China	538	6		Estonia	541	6		Finland	524
7		Japan	536	7		Korea	538	7		Taiwan	523
8		Liechtenstein	535	8		Vietnam	528	8		Canada	523
9		Switzerland	531	9		Poland	526	9		Ireland	523
10		Netherlands	523	10		Liechtenstein	525	10		Poland	518
11		Estonia	521	11		Canada	525	11		Liechtenstein	516
12		Finland	519	12		Germany	524	12		Estonia	516
13		Canada	518	13		Taiwan	523	13		Australia	512
14		Poland	518	14		Netherlands	522	14		New Zealand	512
15		Belgium	515	15		Ireland	522	15		Netherlands	511
16		Germany	514	16		Macau, China	521	16		Macau, China	509
17		Vietnam	511	17		Australia	521	17		Switzerland	509
18		Austria	506	18		New Zealand	516	18		Belgium	509
19		Australia	504	19		Switzerland	515	19		Germany	508
20		Ireland	501	20		Slovenia	514	20		Vietnam	508

ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 50 คะแนน 427 (ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของ OECD)

ASEAN Preparation



ASEAN Transparency



1	Denmark	91	46	Korea (South)	55
1	New Zealand	91	80	China	40
3	Finland	89			
3	Sweden	89	53	Malaysia	50
5	Norway	86	38	Brunei	60
5	Singapore	86	94	Philippines	36
			102	Thailand	35
15	Hong Kong	75	114	Indonesia	32
18	Japan	74	116	Vietnam	31
19	United States	73	140	Laos	26
			157	Myanmar	21
36	Taiwan	61	160	Cambodia	20

Priority Areas		Lead / Chair	Subsidiary Body
D1.	Global Environmental Issues	Thailand	AWGMEA
D2.	Transboundary Environmental Pollution (Transboundary Haze Pollution & Hazardous Waste)	[separate institutional mechanism under AATHP]	
D3.	Environmental Education & Public Participation	Brunei Darussalam	AWGEE
D4.	Environmentally Sound Technologies	Malaysia	-
D5.	Urban Environmental Management & Governance	Indonesia	AWGESC
D6.	Harmonisation of Environmental Policies and Database	ASEC	-
D7.	Coastal and Marine Environment	Viet Nam	AWGCME
D8.	Sustainable Management of Natural Resources & Biodiversity	Thailand	AWGNCB
D9.	Freshwater Resources	Philippines	AWGWRM
D10.	Climate Change	Thailand	AWGCC



tanavich.c@gmail.com

089.009.0009

[Facebook.com/tanavichc](https://www.facebook.com/tanavichc)

www.wise.co.th