

สรุปผลการสัมมนาในกลุ่มย่อย
“การใช้ประโยชน์จากความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น”
วันที่ 18 พฤษภาคม 2550 ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

ในช่วงปลายของการสัมมนาได้มีการแบ่งกลุ่มสัมมนารายอุตสาหกรรม โดยแบ่งกลุ่มได้ทั้งสิ้น 4 กลุ่มคือ 1) อาหาร 2) สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม/รองเท้า 3) อัญมณีและเครื่องประดับ และ 4) ปิโตรเคมี และพลาสติก ซึ่งการสัมมนาในแต่ละกลุ่มย่อยผู้แทนจากแต่ละอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องได้มานำเสนอถึงข้อดี ข้อเสีย และปัญหาต่างๆ จะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ซึ่งสาระสำคัญของการประชุมในแต่ละกลุ่มสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

◆ **กลุ่มอาหาร**

ผู้ดำเนินรายการ : นางทัศนีย์ สุทธภักดี

ผู้ร่วมเสวนา :

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. นายไพบูรณ์ พลสุวรรณ | รองประธานสภาอุตสาหกรรม |
| 2. นายพรศิลป์ พัชรินทร์ทกุล | กรรมการสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย |
| 3. ดร.ปิยะนุช มาลากุล ณ อยุธยา | กรรมการสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย |
| 4. นายสมภพ | กรรมการค้าต่างประเทศ |
| 5. นางวรรณิ | |
| 6. นางวิภาศรี | |

- การส่งออกสินค้าไปยังตลาดในประเทศญี่ปุ่นนั้น ผู้ส่งออกควรต้องตระหนักว่า ตลาดญี่ปุ่นเป็นตลาดที่เข้ายาก แต่หากเมื่อใดก็ตามที่สินค้าไทยสามารถเข้าไปวางจำหน่ายในญี่ปุ่นได้แล้วนั้นก็จะทำให้การค้าขายระหว่างกันเป็นไปอย่างยืนยาว
- ผลจากการทำ JTEPA จะช่วยพัฒนาการเพิ่มมูลค่าอาหารตลอดทั้งระบบ และญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับเรื่องมาตรฐาน และ SPS ซึ่งจะเป็นการยกระดับอาหารไทยทางอ้อม
- ปัญหาเรื่องความแตกต่างของการกำหนดพิกัตศุลกากรระหว่างทั้ง 2 ประเทศ ซึ่งในสาระของการเจรจา JTEPA นั้นไทยได้ใช้พิกัตเพียง 6 หลักสำหรับการเจรจาในขณะที่การนำเข้าสินค้าไปในประเทศญี่ปุ่นได้ใช้พิกัตถึง 9 หลัก ดังนั้นเมื่อผู้ส่งออกไทยจะใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ JTEPA ต้องดูให้ละเอียดถึงพิกัตที่ประเทศญี่ปุ่นใช้ เช่นในกรณีการส่งออกกุ้งซึ่งได้กำหนดว่าไทยจะได้รับสิทธิทางภาษีเหลือ 0% แต่หากมาดูตามพิกัตของประเทศญี่ปุ่นจะพบว่าสินค้ากุ้งสามารถแยกย่อยได้อีก 4 ชนิด ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ “กุ้งผสมข้าว” ซึ่งสินค้าในพิกัตนี้จะไม่ได้รับสิทธิด้านการลดภาษีภายใต้ JTEPA แต่อย่างไรก็ดี ดังนั้นการเจรจา FTA ของไทยกับประเทศใดๆ ก็ตามในอนาคตควรจะใช้มาตรฐานพิกัตศุลกากรเป็นแบบเดียวกัน เพื่อมิให้ประเทศไทยเสียเปรียบ

- ภายใต้ JTEPA นั้นญี่ปุ่นจะถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการตรวจสอบอาหาร ซึ่งผลพวงที่ไทยจะได้รับคือการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ในการตรวจสอบสินค้าอาหารที่นำเข้า US และ EU เนื่องจากมาตรฐานด้านอาหารของญี่ปุ่น จะเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
- ในกรณีสินค้าทุนของไทย ซึ่งปัจจุบันมีอัตราภาษี 9.6% ซึ่งหาก JTEPA มีผลบังคับใช้ อัตราภาษีจะเป็น 0 คาดว่าจะช่วยให้การส่งออกเพิ่มขึ้น 15% แต่ผู้ส่งออกไทยจะประสบปัญหาเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้าซึ่งญี่ปุ่นได้กำหนดให้เรือประมงที่ใช้จับปลาของประเทศไทยต้องมีลูกเรือเป็นคนไทยทำงานมากกว่า 70% ซึ่งในทางปฏิบัติเป็นไปได้ยาก และหากประเทศไทยไม่สามารถจับทูน่าเองได้ การนำเข้าจากประเทศ India Ocean Commission โดยการนำทูน่าแช่เย็น แล้วนำมาแช่แข็งเพื่อส่งออก ญี่ปุ่นจะไม่ยินยอมในเรื่องดังกล่าว เนื่องจากไม่เพียงพอในการ Declare ว่าเป็นแหล่งกำเนิดจากไทย
- ในอดีตปลาทูน่าครีบน้ำเงิน , ปลาดูตาโต ซึ่งในอดีตปลาชนิดนี้มีในเมืองไทยไม่มาก แต่ในปัจจุบันด้วยระบบเทคโนโลยีที่ดีขึ้น , ธรรมชาติที่เปลี่ยนไป ทำให้ประเทศไทยสามารถจับปลาทูน่าครีบน้ำเงิน และปลาดูตาโตในเขตประเทศไทยได้ แต่กรมการค้าต่างประเทศกลับไม่สามารถออกใบ CO ให้ได้เนื่องจากปลาทั้ง 2 ประเภทนี้ไม่ได้อยู่ใน list ของกรมประมงทำให้การส่งออกสินค้าดังกล่าวไม่สามารถแจ้ง ROO ได้ อย่างไรก็ตามในประเด็นนี้ได้มีผู้แทนจากกระทรวงเกษตรฯ แจ้งว่าในเรื่องนี้ได้มีการนำเสนอไปยังอธิบดีกรมประมงเพื่อให้พิจารณารายการปลาทั้งสองชนิดนี้เข้าสู่ list ของประเภทปลาที่สามารถจับได้ในประเทศไทยแล้ว ซึ่งคาดว่าจะได้ข้อสรุปในเร็วๆ นี้
- จากผลของการทำ JTEPA นั้นญี่ปุ่นได้เล็งว่าจะใช้ไทยเป็นฐานการผลิตใหญ่ของภูมิภาคอาเซียน โดยมีแนวโน้มว่าญี่ปุ่นจะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย เพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ทำให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยี, เกิดการจ้างงาน
- ข้อดีอีกประการของ JTEPA คือจะเป็นการช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับประเทศมหาอำนาจ เช่น US และ EU เนื่องจากเดิมสหรัฐฯ และอียู เป็นประเทศที่ไทยส่งออกสินค้าอาหารสูงในลำดับต้นๆ แต่เมื่อ JTEPA มีผลบังคับใช้เชื่อว่าญี่ปุ่นจะเป็นตลาดใหญ่ที่จะรองรับสินค้าอาหารของไทย ดังนั้นหากการค้าขายกับสหรัฐฯ ยังมีความคลุมเครือเรื่องสิทธิ GSP ไทยก็ยังสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายในญี่ปุ่นเป็นการทดแทนได้
- สิ่งที่ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาปรับปรุงเพื่อรองรับการเปิด JTEPA ได้แก่
 - 1) ปรับปรุงกระบวนการผลิต, สารตกค้าง, การเพิ่ม Yield การผลิต และมาตรฐานของอาหาร
 - 2) ให้ความสำคัญกับเรื่อง Logistics เนื่องจากโดยวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นนั้นจะให้ความสำคัญกับเรื่องตรงต่อเวลา ดังนั้นการค้าขายกับคนญี่ปุ่นจึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องส่งมอบสินค้าซึ่งต้องตรงต่อเวลา ดังนั้นระบบ logistics ของไทยควรต้อง

พัฒนาให้เทียบเท่า หรือไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการค้าขายระหว่างกัน รวมถึงระเบียบการ
จัดการภายในของประเทศต้องปรับปรุงให้สะดวก และง่ายต่อการค้าขายระหว่างกัน

- ในกรณีของการส่งออกผักผลไม้สด ซึ่งได้รับสิทธิลดภาษีเหลือ 0% ในสินค้าบางชนิดทันทีนั้น
สินค้านี้ดังกล่าวต้องเป็นสินค้าของไทย หากเป็นผลไม้ที่นำเข้าจากจีนจะไม่สามารถใช้สิทธิภายใต้
JTEPA ได้
- ทุกๆ 10 ปีทั้งไทย และญี่ปุ่นจะต้องมีการทบทวนการปฏิบัติ และการดำเนินงานตาม JTEPA
หรือตามแต่ที่ทั้งสองฝ่ายจะตกลงเป็นอย่างอื่น
- การเจรจาเรื่อง FTA สิ่งที่ต้องหาหรือในลำดับแรกๆ คือเรื่องของกฎ ROO เพราะการเจรจากับ
ญี่ปุ่นที่ผ่านมา นั้น ไทยได้หารือเรื่อง ROO เป็นลำดับสุดท้าย โดยได้หารือถึงการแลกเปลี่ยน
สินค้าในรายการลดภาษีระหว่างกัน แต่เมื่อสุดท้ายแล้วสินค้าบางชนิดที่ไทยได้รับการยกเว้น
ภาษี แต่กลับไม่สามารถส่งออกได้เนื่องจากติดที่กฎระเบียบที่เข้มงวดของ ROO หรืออย่าง
น้อยก็ควรจะเจรจาเรื่อง ROO ควบคู่ไปกับการเจรจาเรื่องการลดภาษีสินค้า
- ญี่ปุ่นได้อาศัย JETRO เข้ามาประชาสัมพันธ์อาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยมานานแล้ว แต่ในขณะที่
ประเทศไทยยังไม่เคยได้มีโอกาสเข้าไปทำการประชาสัมพันธ์อาหารไทยให้เป็นที่รู้จักในประเทศ
ญี่ปุ่น ดังนั้นสิ่งที่ภาครัฐของไทยควรต้องทำคือการเร่งประชาสัมพันธ์ให้คนญี่ปุ่นรู้จักอาหารไทย
เพิ่มขึ้น
- ญี่ปุ่นได้ทำ FTA กับประเทศต่างๆ หลายๆ ประเทศได้แก่
 - อาเซียน : สิงคโปร์, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์, ไทย, อินโดนีเซีย, เวียดนาม และบรูไน
 - นอกอาเซียน : เม็กซิโก, ชิลี, เกาหลี, ออสเตรเลีย, สวิสเซอร์แลนด์
 - กลุ่มประเทศ : GCC 6 ประเทศ, บาเรน + คูเวต + โอมาน + กาตาร์

◆ กลุ่มเครื่องนุ่งห่ม

ปัญหาของผู้ส่งออก

- ในกลุ่มสินค้าเครื่องนุ่งห่ม คู่แข่งทางการค้าที่สำคัญของไทย คือ จีน เนื่องจากมีต้นทุนการผลิต
ต่ำกว่าทั้งเรื่องค่าแรง และวัตถุดิบ แต่หากเปรียบเทียบด้านคุณภาพของสินค้าแล้วประเทศไทย
ยังคงมีความได้เปรียบ ซึ่งในประเด็นนี้ยังไม่น่าเป็นห่วงเท่าใดนัก เนื่องจากว่ากลุ่มลูกค้าใน
ประเทศญี่ปุ่นได้มีการแบ่งกลุ่มในการซื้อสินค้าเอาไว้ชัดเจนว่า สินค้าแต่ละชนิดควรที่จะซื้อใน
ประเทศใด
- ประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างเข้มงวดและพิถีพิถันมากทั้งในเรื่องของการบริการที่ดี, คุณภาพของ
สินค้าที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นในโรงงานควรจะต้องมีการจัดโซนเฉพาะที่ผลิตสินค้าให้กับญี่ปุ่น
เท่านั้น

- คุณภาพของเส้นใย ซึ่งในปัจจุบันก็อยู่ในระดับค่อนข้างดีพอที่จะเทียบชั้นกับสินค้าเส้นใยของอิตาลีได้ แต่ในเรื่องของการออกแบบ และแฟชั่นไทยยังด้อยกว่าอิตาลี ดังนั้นประเทศไทยควรต้องปรับปรุง โดยการนำเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่เข้ามาเพื่อช่วยในการปรับปรุงและพัฒนาเส้นใยให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น
- ประเทศไทยยังขาดข้อมูลสนับสนุนโดยเฉพาะข้อมูลด้านการตลาดของกลุ่มวัยรุ่นในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งข้อมูลทางการตลาดนั้นจะมีความสำคัญเนื่องจากในประเทศญี่ปุ่นแฟชั่นจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการรับคำสั่งซื้อของลูกค้าในญี่ปุ่นจะสั่งซื้อในปริมาณไม่มาก แต่จะบ่อยครั้ง ดังนั้นประเทศไทยควรต้องติดตาม ข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่นของญี่ปุ่นอย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มโอกาสการส่งออกของไทย
- ควรพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในโรงงานการผลิตด้วย เนื่องจากหลายๆ โรงงานยังมี lead time ในสายการผลิตยังล่าช้าอยู่ในบางช่วง
- ปัญหาเรื่องการตรวจสอบคุณภาพจะมีปัญหาค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมประเภทฟอกหนังเนื่องจากว่าบางครั้ง เมื่อได้ทำการส่งสินค้าไปแล้วให้ประเทศญี่ปุ่นแล้ว สินค้าถูกตีกลับเนื่องจากคุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้นแนวทางแก้ปัญหาอาจจะดำเนินการโดยจัดให้ผู้แทนของญี่ปุ่นเข้ามาเยี่ยมชมโรงงาน และนำข้อเสนอแนะของญี่ปุ่นมาพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตของสินค้าของไทยให้เป็นที่พอใจ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของญี่ปุ่น ซึ่งจะช่วยให้ปัญหาในการส่งสินค้าคืนลดลง

ข้อเสนอแนะ

- ขอให้ทางสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยจับกลุ่มทำ Project ร่วมกัน เช่นการจัด Event ที่ส่งเสริมและเสริมสร้างความรู้และพัฒนาบุคลากร
- ช่วยหาผู้ประกอบการแล้วจัดประชุมร่วมกัน ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง
- จัด Trips ของกลุ่ม Partnership ในลักษณะของ business Matching ร่วมกันเพื่อกระตุ้นผู้ซื้อและผู้ขาย
- แก้ไขเรื่องของการตรวจสอบคุณภาพสินค้า เช่น การเชิญผู้แทนจากญี่ปุ่นเข้ามาเยี่ยมชมโรงงานของไทย เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพ และมาตรฐานการผลิต เพื่อลดปัญหาการ return ของสินค้าซึ่งจะทำให้เกิดความสูญเสียได้

◆ กลุ่มเครื่องหนัง

ประเทศไทยค่อนข้างคาดหวังกับกลุ่มรองเท้าหนังมากเนื่องจากว่ามีราคาสูง ซึ่งคนญี่ปุ่นนิยมใช้รองเท้าต่อปีค่อนข้างมาก โดยเฉลี่ย 7-8 คู่ / คน / ปี เนื่องจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นนิยมสวมรองเท้าเปลี่ยนไปตามฤดู ดังนั้นจึงถือว่าเป็นโอกาสของไทยที่จะเข้าไปทำตลาดสินค้าในประเทศนี้

ข้อดีของการทำ JTEPA

- ไม่มีการกำหนดโควตาของสินค้านำเข้า
- ภาษีรองทำสำเร็จรูปจะเริ่มลดลงเรื่อยๆ โดยในปีที่ 8 ภาษีจะลดลงจนเหลือ 0%
- สมาคมเครื่องหนังจะได้รับประโยชน์จาก JTEPA มาก เมื่อเทียบกับสัญญาในกลุ่มอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

- ต้องการให้ภาครัฐให้การสนับสนุนในการจัดหาหรือเชิญ Designer จากประเทศนั้นๆ มาให้ความรู้แก่คนไทย เพื่อที่จะเข้าใจวัฒนธรรม และความต้องการของประเทศนั้น เพื่อจะได้ทำการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง
- ต้องการให้มีการพัฒนาบุคลากรในเรื่องของการผลิตเครื่องหนัง เนื่องจากประเทศไทยยังขาดบุคลากรทางด้านนี้ เมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ
- ขอให้ภาครัฐให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการฝึกอบรม ตลอดจนถึงการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการ
- ภาครัฐควรมีมาตรการเชิงรุกที่จะผลักดันและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างแบรนด์ให้เป็นของตนเองเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า

◆ กลุ่มสินค้าปิโตรเคมีและพลาสติก

โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ):

- เม็ดพลาสติก	68.64
- ผลิตภัณฑ์พลาสติก	31.36

โครงสร้างราคา (ร้อยละ):

- ในประเทศ	60
- ต่างประเทศ	40
Approx. margin	13.0

ผู้ผลิต : รวม 4,804 ราย

- ผู้ผลิตเม็ดพลาสติก	32 ราย
- ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก	4,772 ราย
- ขนาดเล็กและกลาง (คนงาน 50-200 คน)	4,624 ราย

กำลังการผลิต 60%

- ขนาดใหญ่ (คนงาน 200 คน ขึ้นไป)	180 ราย
----------------------------------	---------

กำลังการผลิต 40%

จำนวนคนงานรวมทั้งสิ้น :

อุตสาหกรรมพลาสติก	196,997 คน
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	1.3 ล้านคน
จำนวนผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกกรมฯ	336 ราย
สัดส่วนการจำหน่ายสินค้า (ร้อยละ)	
- ส่งออก	30
- ในประเทศ	70

เป้าหมายการส่งออกปี 2550: คาดว่าจะมีมูลค่า 6,802 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 เมื่อเทียบกับปี 2549 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.66 ของมูลค่าส่งออกรวมทั้งประเทศ การส่งออกเม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์ ในช่วง 3เดือนแรก (ม.ค.-มี.ค.) ปี2550 มีมูลค่าทั้งสิ้น 1,601 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2549 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.38 โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.54 ของมูลค่าเป้าหมายการส่งออก

แนวโน้มการส่งออกในปี 2550

การส่งออกในปี 2550 คาดว่าจะมีการส่งออกได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่ของไทย เพิ่มกำลังการผลิตสินค้า โดยอาศัยช่วงที่ราคาเม็ดพลาสติกสูงขึ้นตามความต้องการของตลาดโลก และการปรับราคาน้ำมันที่ยังคงไม่แน่นอน

ประเทศต่างๆ ในตะวันออกกลางได้เริ่มสร้างโรงงานพลาสติกจำนวนมาก และคาดว่าจะเริ่มการผลิตในช่วงปลายปี 2551 คาดว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกเม็ดและผลิตภัณฑ์พลาสติกในปี2550 ข้อตกลง JTEPA ที่จะนำมาใช้ในไตรมาสที่ 4 สามารถลดภาษีการส่งออกของสินค้าพลาสติกไปประเทศญี่ปุ่นให้เป็นศูนย์ จะกระตุ้นการส่งออกสินค้าพลาสติกมากขึ้น

คู่แข่งสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และจีน ซึ่งมีการขยายกำลังการผลิตเม็ดพลาสติก โดยสามารถผลิตได้หลายแสนตันต่อปี เพื่อรองรับตลาดในประเทศ และตลาดประเทศใกล้เคียง

ตลาดหลัก : จีน ฮองกง สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเวียดนาม รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.33

ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวสูง : ออสเตรเลีย ร้อยละ 32.84 จีน ร้อยละ 19.16 เวียดนาม ร้อยละ 16.99 และอินโดนีเซีย ร้อยละ 15.26

ปัญหาอุปสรรค

1. วัตถุดิบมีต้นทุนสูงตามราคาน้ำมัน
2. ขาดแคลนความหลากหลายของวัตถุดิบ โดยเฉพาะเม็ดพลาสติกคุณภาพดี ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศและภาษีในการนำเข้าสูงร้อยละ 5-20
3. ค่าระวางสูง ทำให้เสียเปรียบในการส่งออกไปยังประเทศที่มีระยะทางห่างไกล

4. การผลิตแม่พิมพ์ยังมีประสิทธิภาพต่ำและต้นทุนสูง
5. ระบบการชำระเงินในบางประเทศไม่เอื้ออำนวยต่อการขยายตลาดส่งออกใหม่ ๆ

สรุปสาระสำคัญของการประชุมได้ดังนี้

1. ผู้แทนของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้รายงานว่ สินค้าในกลุ่มปิโตรเคมีและพลาสติกจะได้รับการลดภาษีเป็น 0% เกือบทุกรายการ และรายละเอียดของ Harmonize code ได้รวบรวมให้แก่ผู้ร่วมสัมมนาแล้ว ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของไทยในการส่งออก จึงขอให้ภาคเอกชนเสนอแนวทางความช่วยเหลือเพื่อผลักดันการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นให้มากขึ้น
2. ในการสัมมนาในวันศุกร์ที่ 18 พฤษภาคม 2550 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้ให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการคำนวณสูตรของกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (Rule of origin) รวมถึงการปรับปรุงพิกัดของสินค้าต่างๆ ตามที่ภาคเอกชนเสนอ
3. ภาคเอกชน ได้ให้ความเห็น สรุปได้ดังนี้
 - การส่งออกผู้ผลิตเม็ดพลาสติก ผู้ส่งออกได้รับ GSP ในตลาดญี่ปุ่น อยู่แล้วแต่มีปัญหาเรื่องการจำกัดโควตา ในการส่งออก ดังนั้นหากข้อตกลง JTEPA มีผลบังคับใช้ จะเกิดความซับซ้อนกับ GSPหรือไม่ เพียงใด และผู้ประกอบการจะได้ สิทธิประโยชน์ จาก GSP หรือ JTEPA ซึ่งผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐให้ข้อมูลโควตา GSP แก่ ผู้ผลิตเพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งออก ในเบื้องต้นกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกฎทางเลือกให้ผู้ประกอบการทราบ และแจ้งว่าจะยังคง GSP ไว้เพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ สำหรับผู้ประกอบการส่งออกที่ต้องการทราบ โควตาให้ติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีกครั้งเพื่อขอข้อมูล
 - ผู้ส่งออกต้องการหา Distributor ของสินค้าพลาสติกในตลาดญี่ปุ่นซึ่ง ปัจจุบันหายาก มาก ดังนั้นจึงขอให้มีการจัดการเจรจา Distributor โดยการนัดพบกับ Trader หรือ Supplier ในตลาดญี่ปุ่นหรือจัดตั้ง Representative Office ในตลาดญี่ปุ่น นอกจากนี้ การซื้อขายพลาสติกกับญี่ปุ่นจะมีการตั้งราคาขายเพียงครั้งเดียวของการซื้อขายทั้งปี และจะมีการทบทวนราคาทุก ๆ หกเดือน ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไทย ต้องยอมรับการ เสนอราคาดังกล่าว จึงจะทำให้เข้าตลาดญี่ปุ่นได้
 - ข้อตกลง JTEPA อาจจะมีผลกระทบต่อส่งออกในระดับกลาง เนื่องจากญี่ปุ่นอาจ ใช้มาตรการ NTB โดยเฉพาะการตรวจสอบคุณภาพสินค้าซึ่งมี Double Standard ระหว่างคุณภาพของสินค้าส่งออกของไทยและคุณภาพสินค้าที่ผลิตในญี่ปุ่น
 - ปัจจุบันการเข้าตลาดประเทศญี่ปุ่นนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เพราะนักธุรกิจญี่ปุ่นเป็น ชาตินิยมคือต้องมีการร่วมทุนหรือใช้ผู้แทนจำหน่ายชาวญี่ปุ่น นอกจากนี้มาตรฐาน ของสินค้าพลาสติก หรือ ส่วนผสมสารเคมีบางชนิดมักมีการเปลี่ยนแปลงโดยที่ผู้ผลิต ไทยไม่ทราบล่วงหน้าตามระเบียบ JAMA ของญี่ปุ่นจึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถ

เปลี่ยนแปลงขบวนการผลิตได้ทัน ดังนั้นจึงขอให้ภาครัฐติดตามข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการห้ามใช้สารเคมีเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ และแจ้งให้ผู้ผลิตทราบล่วงหน้าเพื่อหาทางพัฒนาสินค้าให้เข้ากับความต้องการของผู้ซื้อญี่ปุ่นต่อไป ดังนั้นจึงขอให้มีความร่วมมือในลักษณะ (Material Recognition Agreement, MRA) ด้วย

- ผู้ประกอบการต้องการทราบว่าข้อตกลง JTEPA จะมีผลต่อการป้องกัน Anti Dumping ได้หรือไม่หากเปรียบเทียบกับ GSP และขอให้ภาครัฐให้มีสัญญาณช่วยเตือนผู้ประกอบการล่วงหน้าหากประเทศญี่ปุ่นจะใช้มาตรการ AD กับผู้ประกอบการรายนั้นๆ
- ผู้ส่งออกไทยเจาะตลาดญี่ปุ่น โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Tokyo Pack จัดสลับกันปีละครั้งที่ โตเกียว และโอซากา ซึ่งเป็นงานเฉพาะสินค้าพลาสติกที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่นจึงขอให้กรมฯ สนับสนุนการจัดงานดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีงาน K งาน IGS ซึ่งเป็นงานเฉพาะกลุ่มวิศวกรรมโยธา ที่ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน ทั้งนี้ขอให้ภาครัฐเป็นผู้นำในการรวมกลุ่มของภาคเอกชนตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำปลายน้ำแล้วนำไปเข้าร่วมงานต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์ ศักยภาพของสินค้าพลาสติกไทยในตลาดญี่ปุ่น
