



การนำเสนอผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ

“แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการค้าไทย ปี ๒๕๕๔”

ภายใต้นโยบายพาณิชย์สร้างสรรค์คนไทยเข้มแข็ง

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า

ปี ๒๕๕๓ - ๒๕๕๘

จัดโดย กระทรวงพาณิชย์

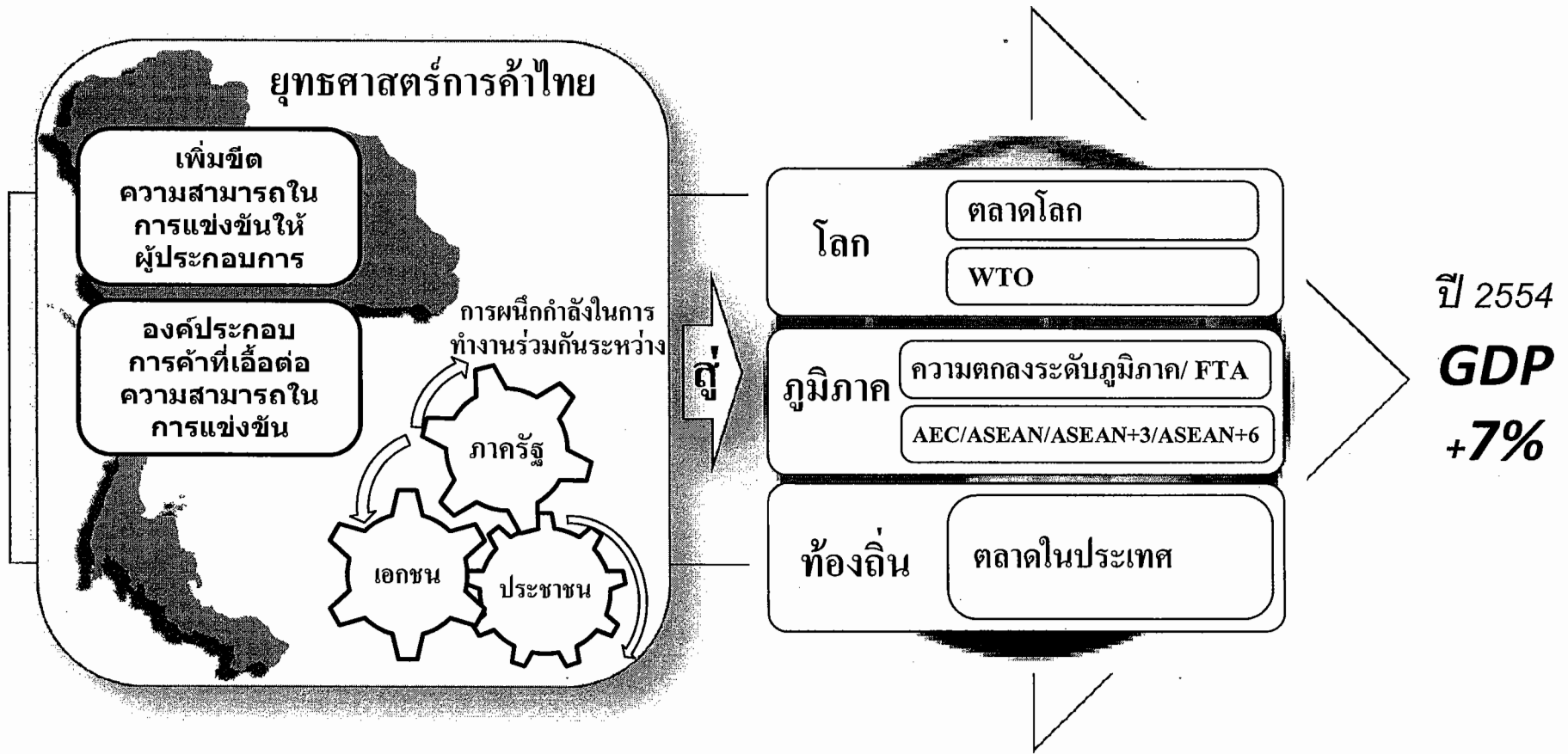
วันศุกร์ที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๕๓ เวลา ๑๔.๐๐ – ๑๖.๓๐ น.

ณ ห้องเรียวเตอร์ ชั้น ๔ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์



แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการค้าไทย ภายใต้นโยบายพาณิชย์สร้างสรรค์คนไทยเข้มแข็ง
 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2553-2558

**วิสัยทัศน์: เศรษฐกิจการค้าของประเทศก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน
 เพื่อความอยู่ดีกินดีของคนทั้งประเทศ**





ยุทธศาสตร์การค้าไทย

10. รองรับและใช้ประโยชน์การเข้าสู่การเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

9. สร้างภูมิคุ้มกันด้านการค้าจากผลกระทบ
ด้านสิ่งแวดล้อม และวิกฤตภาวะโลกร้อน

8. พัฒนาการค้าระหว่างประเทศ
ของไทยให้ก้าวหน้า

7. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการค้า
ภูมิภาคและค้าชายแดน

6. เสริมสร้างพาณิชย์ภูมิปัญญา

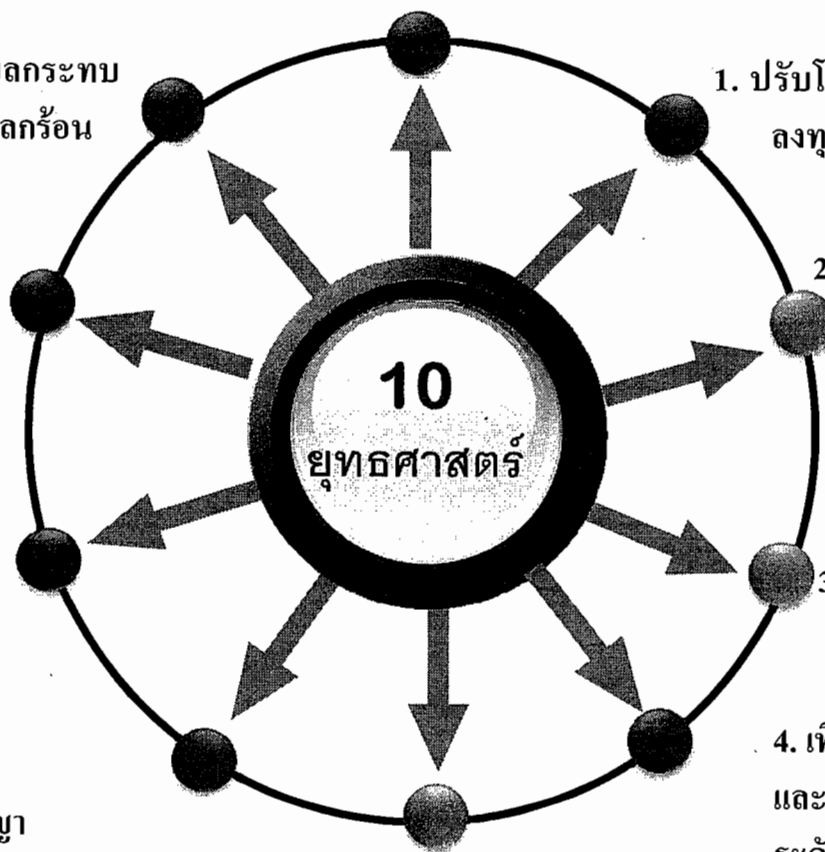
5. สนับสนุนให้องค์ประกอบทางการค้าเอื้อต่อ
ความสามารถในการแข่งขัน

1. ปรับโครงสร้างการผลิตและกระตุ้นให้เกิดการ
ลงทุน

2. พัฒนาการค้าให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
และสร้างประสิทธิ ภาพกลไกการตลาด เพื่อ
เสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร

3. พัฒนาระบบตลาด และขยายช่องทาง
การค้า

4. เพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัว
และการแข่งขันของผู้ประกอบการทุก
ระดับ โดยเฉพาะ SMEs



ภารกิจ 4 ด้านในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์

หน่วยงานหลัก : คน.
หน่วยงานสนับสนุน:
สป. พค. สอ. อคส.

1. การพัฒนาโลก การค้า ภายในประเทศ

1. ปรับโครงสร้างการผลิตและกระตุ้นให้เกิดการลงทุน
2. พัฒนาการค้าให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรม และสร้างประสิทธิภาพพลโลกการตลาด เพื่อเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร
3. พัฒนาระบบตลาด และขยายช่องทางการค้า

หน่วยงานหลัก: พค.
หน่วยงานสนับสนุน:
สอ. สป. คน. คค. สวอ.

2. การพัฒนา ผู้ประกอบการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ทางการค้า

4. เพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวและการแข่งขัน
ของผู้ประกอบการทุกระดับ โดยเฉพาะ SMEs
5. สนับสนุนให้องค์ประกอบทางการค้าเอื้อต่อ
ความสามารถในการแข่งขัน

หน่วยงานหลัก: ทป. สป.
หน่วยงานสนับสนุน:
คค. สอ. พค.

3. การเสริมสร้าง ภูมิปัญญาและภูมิคุ้มกัน ทางการค้า

6. เสริมสร้างพาณิชย์ภูมิปัญญา
9. สร้างภูมิคุ้มกันด้านการค้าจากผลกระทบ
ด้านสิ่งแวดล้อม และวิกฤตภาวะโลกร้อน

หน่วยงานหลัก: คค. จร. สอ.
หน่วยงานสนับสนุน:
คน. สป. พค. อคส. ศศท

4. การผลักดัน การส่งออก

7. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการค้าภูมิภาคและค้าชายแดน
8. พัฒนาการค้าระหว่างประเทศของไทยให้ก้าวหน้า
10. รองรับและใช้ประโยชน์การเข้าสู่การเป็นประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ปี 2554
GDP
ขยายตัว
ร้อยละ 7

1. การพัฒนากลไกการค้าภายใน

เป้าหมาย:	แนวทางการขับเคลื่อน				
	วัตถุดิบ	ผลผลิต/สินค้า	การตลาด/ สิ่งอำนวยความสะดวก ทางการตลาด	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	การบริโภค
<p>1.1 การรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร</p> <p>1.2 มูลค่าสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 10</p> <p>1.3 ดูแลราคาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับต้นทุน</p>	<ul style="list-style-type: none"> • จัดหาแหล่งวัตถุดิบ โดยเป็นศูนย์กลาง (Hub) วัตถุดิบ • ผลักดันการจัดทำโซนนิ่ง (Zoning) ให้การตลาดนำการผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมมาตรฐาน GMP, HACCP (สินค้าข้าว) • อาหารปลอดภัย/ ตรวจสอบย้อนกลับได้ (Traceability) 	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบการซื้อขาย <ul style="list-style-type: none"> - การประกันรายได้ / การประกันภัยพืชผล - เสถียรภาพ/สมดุลของสินค้าอาหาร/พลังงานทดแทน - ส่งเสริมผู้ประกอบการมีบทบาทในฐานะ Inter Trader • การส่งเสริมการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการตลาดสินค้าที่ผลิตในประเทศที่มีคุณภาพ - ส่งเสริมการซื้อขายสินค้าตามชั้นคุณภาพ • ระบบตลาด <ul style="list-style-type: none"> - ตลาดกลาง - ตลาดข้อตกลง - ตลาดล่วงหน้า - ตลาดสด/ตลาดนัดชุมชน • สิ่งอำนวยความสะดวก <ul style="list-style-type: none"> - คลังสินค้า ไซโล ห้องเย็น - ศูนย์รวบรวมกระจายสินค้าในแหล่งผลิต/การค้าในภูมิภาค • ช่องทางการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - ตลาดเกษตรอินทรีย์ (Organics) - ตลาดออนไลน์ - ตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) 	<ul style="list-style-type: none"> • แปรรูป/พัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าอาหาร/สินค้าสุขภาพ • สร้างมูลค่าเพิ่มจากผลผลิตหรือส่วนประกอบ เช่น ปลายข้าว ไบโอมัน ลำปะห่ัง • พัฒนาคุณภาพยกระดับมาตรฐานผลผลิตข้าวสูง คุณภาพ/ข้าวสังข์หยด/ ฯลฯ • สนับสนุนตราสินค้าไทย • ส่งเสริมการใช้สัญลักษณ์ SR Mark (Social Responsibility Mark) • สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในการพัฒนาคุณภาพ <ul style="list-style-type: none"> - เครื่องอบลดความชื้น/ เครื่องตีข้าว/ โรงเรือนเก็บผลผลิต/ ถานตาก/ ฯลฯ • ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเสนอขาย (CIF) และเสนอซื้อ (FOB) 	<ul style="list-style-type: none"> • กำกับดูแลราคาและปริมาณ <ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาระบบการดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภคให้สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง - พัฒนาระบบกระจายสินค้า/ส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างร้านค้าส่ง-ค้าปลีก - กำกับดูแลบรรจุภัณฑ์/ให้คำรับรองสินค้าหีบห่อที่ส่งออกให้ได้มาตรฐาน • สร้างทางเลือก/ความเข้มแข็งผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> - บรรเทาภาระค่าครองชีพ - ส่งเสริมผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าบริการ ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน - เครือข่ายอาสาฯ / อสพณ. • การค้าที่เป็นธรรม <ul style="list-style-type: none"> - ผลักดันการค้าให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม - ดูแลไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค
<p>กลยุทธ์:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาห่วงโซ่อุปทานและเครือข่ายการผลิต และการค้าให้เชื่อมโยงกัน 2. เสริมสร้างประสิทธิภาพกลไกการตลาดเพื่อความมั่นคงทางด้านรายได้ 3. ส่งเสริมพัฒนาตลาดและช่องทางการจำหน่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค 					
<p>หน่วยงานหลัก : คน.</p> <p>หน่วยงานสนับสนุน : สป. ศอ. พค. อคส.</p>					

2. การพัฒนาผู้ประกอบการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า

เป้าหมาย

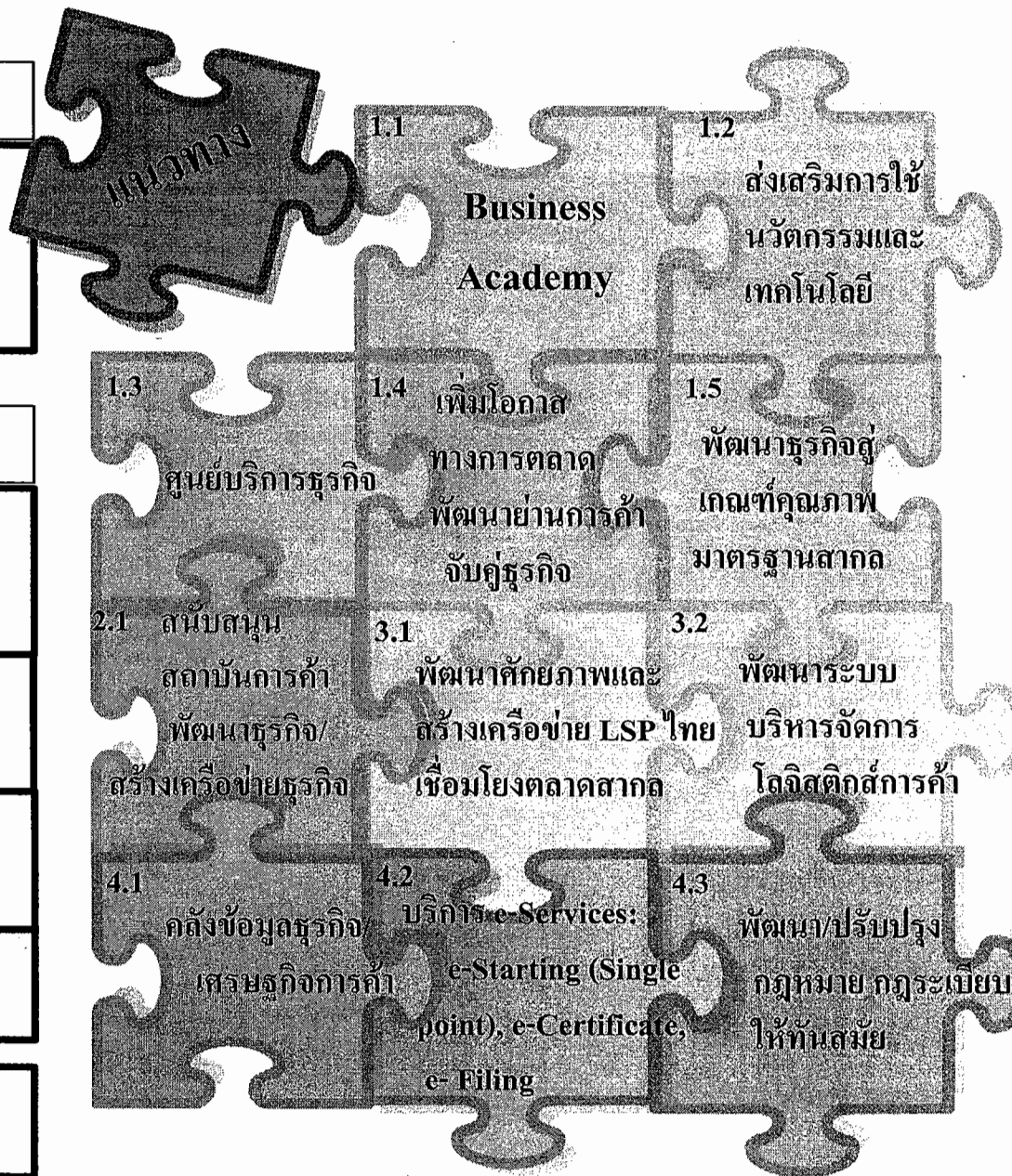
1. ยกระดับ Ease of Doing Business ของไทยให้เป็น 1 ใน 10 ของโลก
2. ลดสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP เหลือร้อยละ 15

กลยุทธ์

1. พัฒนาขีดความสามารถ/ยกระดับการบริหารจัดการ/ การตลาด ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการและธุรกิจ
2. พัฒนาศักยภาพ สถาบันการค้า สร้างเครือข่ายพันธมิตร ธุรกิจ
3. พัฒนาโลจิสติกส์การค้าให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ตอบสนองทันตลาด
4. เพิ่มความคล่องตัวและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

หน่วยงานหลัก : พค.

หน่วยงานสนับสนุน : สป. คน. สวอ. ทป. สอ.



3. การเสริมสร้างภูมิปัญญาและภูมิคุ้มกันทางการค้า

เป้าหมาย

- 3.1 มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 เป็นร้อยละ 20 ของ GDP
- 3.2 มูลค่าการค้าสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

กลยุทธ์

- 1. ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมสมัย
- 2. คุ้มครอง ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์
- 3. การพัฒนาผู้ประกอบการ การขยายตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าให้แก่สินค้าอินทรีย์

หน่วยงานหลัก: ทป. สป.

หน่วยงานสนับสนุน: คต. สอ. พค.

แนวทางการขับเคลื่อน

1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

- ❖ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ❖ เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ❖ ส่งเสริมและต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ❖ ต้นแบบของพสกนิกรไทย “ในหลวง” กับ “การสร้างสรรค์”
- ❖ ส่งเสริมการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน
- ❖ สร้างภาพลักษณ์ใหม่สินค้าไทยสู่สากล
- ❖ พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใน 15 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2. การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

- ❖ คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ❖ พัฒนากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาให้มีความครอบคลุม และคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และภูมิปัญญาไทยเป็นไปตามมาตรฐานสากล

3. ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

- ❖ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ รวมทั้งจัดทำ Organic Mapping

4. การผลักดันการส่งออก

เป้าหมาย

- 4.1 การส่งออกขยายตัว ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ในปี 2554
- 4.2 การค้าชายแดนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี
- 4.3 การใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าจากการทำความตกลงเขตการค้าเสรี เพิ่มขึ้น ร้อยละ 50

กลยุทธ์

- 1. ขยายและพัฒนาตลาดเชิงรุก เพื่อให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำทางเศรษฐกิจในภูมิภาค
- 2. เสริมสร้างการค้าการลงทุน สร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการค้ากับประเทศคู่ค้าและเพื่อนบ้าน ภายใต้กรอบความตกลงทางการค้า
- 3. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ผลักดันการใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA/AEC
- 4. เจรจาแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าและอำนวยความสะดวกทางการค้าเพื่อรองรับ AEC และการค้าระหว่างประเทศ

หน่วยงาน

หน่วยงานหลัก: คต. จร. สอ.
หน่วยงานสนับสนุน: คน. สป. พค. อกส. ศสป.

แนวทางการขับเคลื่อน:

1

- 1.1 เจาะและขยายตลาดเชิงรุกแบบบูรณาการโดยมุ่งเน้นตลาดอาเซียน/เอเชีย และตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ รวมทั้งรักษาตลาดหลัก
- 1.2 สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) เช่น การสร้างนวัตกรรมสินค้า และการสร้างตราสินค้าไทย
- 1.3 ส่งเสริมการขยายตลาดสินค้านวัตกรรมและธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ
- 1.4 เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ เช่น ฝึกอบรม Smart Exporter และลดต้นทุนการส่งออก
- 1.5 การสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้า เช่น HTA (Honorary Trade Advisor to the Ministry of Commerce), TBF (Thailand' Best Friends)

2

- 2.1 บุกตลาดการค้าและขยายการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน
- 2.2 ส่งเสริมความร่วมมือการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านในรูปแบบเกษตรแบบมีสัญญา (Contract Farming)
- 2.3 ส่งเสริมความร่วมมือและการใช้ประโยชน์จากกฎระเบียบการค้า การลงทุน และสิทธิประโยชน์ต่างๆ
- 2.4 จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการค้าชายแดนไทย-ประเทศเพื่อนบ้าน

3

- 3.1 นำระบบการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง (Self Certification) มาใช้เพื่อขยายการส่งออกระหว่างประเทศ
- 3.2 สร้าง Capacity Building แก่ผู้ส่งออก เพื่อเพิ่มการใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA / AEC ให้มากขึ้น
- 3.3 ให้บริการ FTA / AEC Clinic Mobile เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก AEC ให้เข้าถึงผู้ประกอบการ SMEs ทั่วภูมิภาค
- 3.4 สร้างความตระหนักเรื่อง FTA/AEC โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวรองรับการเป็น AEC ปี 2015
- 3.5 สร้างเครือข่ายการให้ความรู้ ความเข้าใจ วิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้น เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ FTA / AEC

4

- 4.1 เจรจาเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าในเวทีต่างๆ
- 4.2 สนับสนุนการใช้ประโยชน์เส้นทางคมนาคมและโลจิสติกส์ภายใต้กรอบ AEC, GMS, ACMECS, IMT-GT
- 4.3 พัฒนาระบบทราฟฟิคไลท์ให้เป็น Intelligent unit ในด้านข้อมูลการค้าการลงทุนในกลุ่มอาเซียน