

**สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ**  
**“แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการค้าไทยปี 2554”**  
**วันศุกร์ที่ 20 สิงหาคม 2553 เวลา 14.00-16.30 น.**  
**ณ ห้องเธียเตอร์ ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์**

---

กระทรวงพาณิชย์ได้จัดงาน “วันพาณิชย์ปี 2553” ในโอกาสครบรอบ 90 ปีในวันศุกร์ที่ 20 สิงหาคม 2553 โดยจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ “แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการค้าไทย ปี 2554” มีผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ ผู้บริหารระดับสูง หัวหน้าหน่วยงานในสังกัด เจ้าหน้าที่จากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องและผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCOT) จำนวนรวม 340 คน มีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

**1. ภาพรวมการนำเสนอแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการค้าไทยปี 2554**

ผู้อำนวยการสำนักนโยบายเศรษฐกิจการค้า (นายวิฑูรย์ ธีระมังกานนท์) ได้นำเสนอภาพรวมแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการค้าไทย 10 ยุทธศาสตร์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและองค์ประกอบทางการค้าที่เอื้อต่อความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการ โดยการบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วน ประกอบด้วย ภาครัฐ เอกชนและประชาชนในรูปแบบของ Public Private People (3P) ในการพัฒนาตลาดสินค้าจาก Local to Local / Local to Regional / Local to Global เนื่องจากกระทรวงพาณิชย์มีหน่วยงานทั้งในส่วนกลาง ภูมิภาค และต่างประเทศ ซึ่งสามารถสนับสนุน/ส่งเสริมการผลักดันโดยใช้ยุทธศาสตร์การค้าไทยนำไปสู่เป้าหมายเพื่อให้ GDP ขยายตัวได้ร้อยละ 7 ในปี 2554 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ปรับโครงสร้างการผลิตและกระตุ้นให้เกิดการลงทุน (กรมการค้าภายใน)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการค้าให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและสร้างประสิทธิภาพกลไกการตลาดเพื่อเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร (กรมการค้าภายใน)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบตลาดและขยายช่องทางการค้า (กรมการค้าภายใน)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวและการแข่งขันของผู้ประกอบการทุกระดับ โดยเฉพาะ SMEs (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 สนับสนุนให้องค์ประกอบทางการค้าเอื้อต่อความสามารถในการแข่งขัน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)

ยุทธศาสตร์ที่ 6 เสริมสร้างพาณิชย์ภูมิปัญญา (กรมทรัพย์สินทางปัญญา)

ยุทธศาสตร์ที่ 7 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการค้าภูมิภาคและค้าชายแดน (กรมการค้าต่างประเทศ)

ยุทธศาสตร์ที่ 8 พัฒนาการค้าระหว่างประเทศของไทยให้ก้าวหน้า (กรมส่งเสริมการส่งออก)

ยุทธศาสตร์ที่ 9 สร้างภูมิคุ้มกันด้านการค้าจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและวิกฤตภาวะโลกร้อน (สำนักบริหารงานพาณิชย์ภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์)

ยุทธศาสตร์ที่ 10 รองรับและใช้ประโยชน์การเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ)

กระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้งคณะทำงานด้านการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำ “แผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการค้าไทย” มีหัวหน้าผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์ (นางปราณี ภาณีผล) เป็นประธานได้จัดการประชุมคณะทำงานฯ และพิจารณายุทธศาสตร์ร่วมกัน โดยแบ่งเป็นกลุ่มภารกิจเพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

2. **แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าไทยปี 2554** แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มภารกิจ นำเสนอโดยรองอธิบดีกรมต่างๆ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบตามยุทธศาสตร์ที่ได้รับมอบหมาย ดังนี้

**กลุ่มภารกิจที่ 1 การพัฒนาตลาดการค้าภายในประเทศ (ยุทธศาสตร์ที่ 1 2 และ 3)** มีรองอธิบดีกรมการค้าภายใน (นางสาวพิศกุล ทักษิณวราร) เป็นผู้นำเสนอ

เป้าหมาย คือ การรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร มูลค่าสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ดูแลราคาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับต้นทุน

กลยุทธ์ คือ พัฒนาห่วงโซ่อุปทานและเครือข่ายการผลิต และการค้าให้เชื่อมโยงกัน เสริมสร้างประสิทธิภาพตลาดเพื่อความมั่นคงทางด้านรายได้ และส่งเสริมพัฒนาตลาดและช่องทางการจำหน่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค

หน่วยงานหลัก คือ กรมการค้าภายใน

หน่วยงานสนับสนุน คือ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า องค์การคลังสินค้า

แนวทางการขับเคลื่อน ดูแลตลาดการค้าตั้งแต่ต้นน้ำ – ปลายน้ำ ซึ่งแบ่งเป็น 5 แนวทาง คือ

- วัตถุประสงค์ จัดหาแหล่งวัตถุดิบโดยเป็นศูนย์กลาง (Hub) จัด Zoning ให้ตลาดนำการผลิตสินค้า
- ผลผลิต/สินค้า ส่งเสริมมาตรฐาน เช่น GMP, HACCP โดยผลิตสินค้าสอดคล้องกับมาตรฐานสากลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน อาหารปลอดภัยสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ (Traceability) ในสินค้าที่สำคัญ เช่น กุ้ง ไข่ สุกร

- การตลาด/สิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ให้ความสำคัญกับระบบการซื้อขาย การประกันรายได้ควบคู่กับการประกันภัยพืชผลเพื่อลดความเสี่ยงและสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร รักษาเสถียรภาพราคาและความสมดุลของสินค้าอาหารและพลังงานทดแทน ส่งเสริมผู้ประกอบการเป็น Inter Trader ในอนาคต การส่งเสริมการตลาด โดยส่งเสริมสินค้าตามชั้นคุณภาพ ปรับบทบาทของตลาดกลางเป็นระบบตลาดที่มีการซื้อขายแบบประมูล ให้มีตลาดข้อตกลงเพิ่มขึ้น ผลักดันให้ใช้ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้าให้ความสำคัญกับตลาดนัดชุมชน พัฒนา/ส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม ส่งเสริมศูนย์รวบรวมการผลิตและกระจายสินค้าในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไปในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาระบบตลาดและอำนวยความสะดวกทางการตลาด พัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ เช่น ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตลาดเกษตรอินทรีย์สู่ตลาดต่างประเทศ/ส่งออก ตลาดออนไลน์เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกในการบริโภค และตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche Market)

- การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าโดยแปรรูป/พัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าอาหาร/สินค้าสุขภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตผลที่เหลือ เช่น ปลาข้าว ไบมันสำปะหลัง ส่งเสริมการใช้ตราสินค้าไทยและการใช้สัญลักษณ์ SR Mark

- การบริโภค โดยการกำกับดูแลราคาและปริมาณ สร้างทางเลือก/ความเข้มแข็งของผู้บริโภคผ่านทางกฎหมายและผลักดันให้เกิดการค้าที่ป็นธรรม

**กลุ่มภารกิจที่ 2 การพัฒนาผู้ประกอบการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (ยุทธศาสตร์ที่ 4 และ 5) มีรองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (นายสุทธิศักดิ์ เลาหะชีวิน) เป็นผู้นำเสนอ**

เป้าหมาย คือ ยกระดับการอำนวยความสะดวกทางการค้าต่อการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business) ของไทยให้เป็น 1 ใน 10 ของโลก (ปัจจุบันธนาคารโลกได้จัดให้ไทยอยู่ในลำดับที่ 12 จาก 183 ประเทศ) คาดว่าไทยจะอยู่ลำดับที่ 9 ในปี 2554 และการลดต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP ให้เหลือร้อยละ 15 ภายในปี 2555 (ปัจจุบันมีต้นทุนร้อยละ 18.6)

กลยุทธ์ คือ พัฒนาขีดความสามารถ/ ยกระดับการบริหารจัดการ/การตลาด ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการและธุรกิจ พัฒนabatบาทสถาบันการค้า สร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจ พัฒนาโลจิสติกส์การค้าให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ตอบสนองทันตลาด เพิ่มความคล่องตัวและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

หน่วยงานหลัก คือ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

หน่วยงานสนับสนุน คือ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าภายใน กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมส่งเสริมการส่งออก สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ

แนวทางการขับเคลื่อน

- จัดตั้ง Business Academy หรือศูนย์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการ/ธุรกิจ โดยใช้สถานศึกษาดำเนินการมี 3 ศูนย์ ประกอบด้วย Logistics , Franchise , E-commerce

- ตั้งศูนย์บริการธุรกิจเป็นศูนย์อำนวยความสะดวกและให้คำปรึกษา

- เพิ่มโอกาสทางการตลาดโดยพัฒนาย่านการค้า/จับคู่ธุรกิจซึ่งเป็นการพัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับ AEC

- พัฒนารัฐกิจสู่เกณฑ์คุณภาพมาตรฐานสากลโดยเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการจาก 24 ธุรกิจบริการ เช่น สปา ร้านอาหาร ก่อสร้าง

- สนับสนุนสถาบันการค้า พัฒนา/สร้างเครือข่ายธุรกิจโดยกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้สมาคม/หอการค้า เพื่อทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสามารถเชื่อมโยงกับสมาคมต่างๆ ได้ทั้งภายในและต่างประเทศ

- พัฒนาศักยภาพและสร้างเครือข่าย LSP ไทยเชื่อมโยงตลาดสากล เช่น มาตรฐาน ISO , Green Logistics โดยพัฒนาผู้ประกอบการ โลจิสติกส์ให้มีการรวมกลุ่มเพื่อสามารถให้บริการอย่างครบวงจร

- พัฒนาระบบบริหารจัดการโลจิสติกส์การค้าในด้านค้าส่ง/ค้าปลีกให้สามารถแข่งขันกับ Modern Trade ได้อย่างเป็นธรรมชาติ

- คลังข้อมูลธุรกิจ/เศรษฐกิจการค้าเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการบริการภาครัฐโดยให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Services) เช่น e-Starting , e-Certificate , e-Filing

- พัฒนา/ปรับปรุงกฎหมายกฎระเบียบให้ทันสมัย เป็นผู้นำในการพัฒนากฎหมายส่งเสริมธุรกิจ เช่น Logistics , Franchise และหลักประกันธุรกิจ

- ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีแก่ธุรกิจ

**กลุ่มภารกิจที่ 3 การเสริมสร้างภูมิปัญญาและภูมิคุ้มกันทางการค้า (ยุทธศาสตร์ที่ 6 และ 9) มีรองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา (นางสาวอรุณี เจริญเรือง) เป็นผู้นำเสนอ**

เป้าหมาย คือ มูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12 เป็นร้อยละ 20 ของ GDP และมูลค่าการค้าสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

กลยุทธ์ คือ ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมสมัย คุ้มครอง ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ การพัฒนาผู้ประกอบการขยายตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าให้แก่สินค้าอินทรีย์

หน่วยงานหลัก คือ กรมทรัพย์สินทางปัญญา และสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

หน่วยงานสนับสนุน คือ กรมการค้าต่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

แนวทางการขับเคลื่อน

1. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้มีความหลากหลายและแตกต่างจากสินค้าเดิมที่เป็นการผลิตแบบ Mass ที่เหมือนกัน แต่เปลี่ยนเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานกับวัฒนธรรม/เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์” ทั้งนี้ หลายประเทศได้มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และได้รับความสำเร็จจนเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของโลก (World Creative Hub) สามารถเพิ่มรายได้เข้าประเทศ เช่น สหรัฐ เกาหลี และญี่ปุ่น ซึ่งรัฐบาลไทยได้ประกาศพันธสัญญาในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2552 โดยกระทรวงฯ ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโครงการ ไทยเข้มแข็งในปี 2553 รวม 845 ล้านบาท โดยมีแนวทางดังนี้
  - เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเร่งประชาสัมพันธ์/สร้างเครือข่าย
  - เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดึงคณะกรรมการฯ เพื่อคัดเลือกจังหวัดที่มีศักยภาพในการนำร่อง 10 จังหวัด ส่งเสริมการนำมาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน
  - ส่งเสริมและต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คัดเลือกจากอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จ
  - ต้นแบบของพสกนิกรไทย “ในหลวง” กับ “การสร้างสรรค์” โดยจัดนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ จัดประกวด Young Creative Award เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจ
  - ส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนเพื่อเป็นการปูพื้นฐานโดยจัดหลักสูตรการเรียนการสอน จัดการรวมนเคลื่อนที่

- สร้างภาพลักษณ์ใหม่สินค้าไทยสู่สากล เช่น สร้างตราสินค้าใหม่ไทย ให้ทุนสนับสนุน/ต่อ ยอดสินค้าเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า

- พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใน 15 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยจัดทำ Roadmap อุตสาหกรรมออกแบบและจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

## 2. การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเชิงพาณิชย์ มีแนวทางดังนี้

- การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็วทั้งในและต่างประเทศ เช่น ลดเวลาการจดสิทธิบัตรจาก 1 ปี เหลือ 6 เดือน การนำระบบ Paperless System มาใช้ในการจดทะเบียนในอนาคต

- พัฒนากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาให้มีความครอบคลุมและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญาไทยเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยแก้ไขกฎหมายพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้าที่ได้ประกาศจาก 90 วันเป็น 60 วัน

## 3. ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ เช่น จัด Instore Promotion , Mobile Unit , Business Matching พัฒนาระบบ โลจิสติกส์ รวมทั้งจัดทำ Organic Mapping เพื่อเป็นฐานข้อมูลบริหารจัดการและพัฒนาเครือข่ายการตลาดสินค้าอินทรีย์

**กลุ่มภารกิจที่ 4 การผลักดันการส่งออก (ยุทธศาสตร์ที่ 7 8 และ 10) มีรองอธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก (นางพริมา เจริญเผ่า) และรองอธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (นางอัญชญา วิทยาธรรมธัช) เป็นผู้นำเสนอ**

**เป้าหมาย** คือ การส่งออกขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10-15 ในปี 2554 การค้าชายแดนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี (มีมูลค่า 1 ล้านล้านบาทในปี 2555) การใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าจากการทำความตกลงเขตการค้าเสรีเพิ่มขึ้นร้อยละ 50

**กลยุทธ์** คือ ขยายและพัฒนาตลาดเชิงรุก เพื่อให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำทางเศรษฐกิจในภูมิภาค เสริมสร้างการค้าการลงทุน สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้ากับประเทศคู่ค้าและเพื่อนบ้าน ภายใต้กรอบความตกลงทางการค้า เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ผลักดันการใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA/AEC เจริญแก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวกทางการค้าเพื่อรองรับ AEC และการค้าระหว่างประเทศ

**หน่วยงานหลัก** คือ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และกรมการค้าต่างประเทศ

**หน่วยงานสนับสนุน** คือ กรมการค้าภายใน สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า องค์การคลังสินค้า ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

### แนวทางการขับเคลื่อน

- เจาะและขยายตลาดเชิงรุกแบบบูรณาการ โดยมุ่งเน้นตลาดอาเซียน เอเชียและตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ (Emerging and Dynamic Markets) รวมทั้งรักษาตลาดหลัก

- สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation)

- ส่งเสริมการขยายตลาดสินค้านวัตกรรมและธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เช่น สินค้า Health & Beauty
- เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ เช่น ฝึกอบรม Smart Exporter
- สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้า เช่น HTA หรือผู้แทนการค้ากิตติมศักดิ์ในต่างประเทศ และ TBF (Thailand's Best Friend) เพื่อสร้างพันธมิตรทางใจกับต่างประเทศที่นำเข้าสินค้าไทย โดยเริ่มโครงการในปี 2552
- บุกตลาดการค้าและขยายการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน ต้องมีรูปแบบใหม่ๆ นอกจากการเป็นผู้แทนการค้าการลงทุน ควรมีการพานักธุรกิจไปสำรวจว่าขาดแคลนวัตถุดิบใด จัดตั้งสภาธุรกิจเอกชน
- ส่งเสริมความร่วมมือการลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน ในรูปแบบเกษตรแบบมีสัญญา (Contract Farming) เน้นการบริหารจัดการ ร่วมมือ/ช่วยเหลือทางเทคนิคเพื่อลดต้นทุน
- ส่งเสริมความร่วมมือและการใช้ประโยชน์จากกฎระเบียบการค้า การลงทุน โดยแลกเปลี่ยนเจ้าหน้าที่เพื่อให้ความรู้ในเรื่องสิทธิประโยชน์กฎระเบียบทางการค้าภายใต้กรอบต่างๆ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ
- จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการค้าชายแดนไทย-ประเทศเพื่อนบ้าน (ปัจจุบันมีศูนย์ 5 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว ศรีสะเกษ หนองคาย ดาก และสงขลา) เพื่อเป็นศูนย์ประสานงานและแก้ไขปัญหา
- นำระบบการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง (Self Certification) มาใช้เพื่อขยายการส่งออก
- สร้าง Capacity Building แก่ผู้ส่งออกเพื่อเพิ่มการใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA/AEC
- ให้บริการ FTA/AEC Clinic Mobile ให้เข้าถึงผู้ประกอบการ SMEs ทั่วภูมิภาค โดย จร. และ คต. ร่วมกันให้คำแนะนำเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย
- สร้างความตระหนัก FTA/AEC โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวรองรับการเป็น AEC ในปี 2015
- สร้างเครือข่ายให้ความรู้ ความเข้าใจวิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้นเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ FTA/AEC โดยจัดทำ MOU กับกลุ่มเป้าหมาย การเผยแพร่แก่นักศึกษา
- เจรจาเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าในเวทีต่างๆ
- สนับสนุนการใช้ประโยชน์เส้นทางคมนาคมและโลจิสติกส์ภายใต้กรอบ AEC, GMS, ACMECS, IMT-GT ให้สามารถลดต้นทุน โลจิสติกส์เพื่อการส่งออกไปประเทศเพื่อนบ้าน
- พัฒนาระบบฯ ให้เป็น Intelligent Unit ในด้านข้อมูลการค้าการลงทุนในกลุ่มอาเซียน เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูล/กฎระเบียบให้เอกชนสามารถมาใช้บริการได้

### 3. ประเด็นคำถาม ข้อเสนอแนะ และความเห็น

3.1 จากกรณีที่มีนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภาคเอกชนมองว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์นับเป็นอุตสาหกรรมที่อิงกับนโยบายนี้ มีความเห็นว่าเรายังมีนโยบายสนับสนุนไม่ชัดเจน ควรเปลี่ยนจากการทำภาพยนตร์อย่างเดียว เป็นการสร้างภาพยนตร์เพื่อช่วยจำหน่ายสินค้าของไทยไปด้วย เช่น สินค้าต่างๆ ที่มีการนำมาใช้ในการแสดงในภาพยนตร์นั้นๆ การสร้างภาพยนตร์เพื่อต่อยอดเป็นสินค้า นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะจัดงาน Creative IP Fair and CLEA 2010 ซึ่งจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับลักษณะของการ์ตูนต่างๆ เป็นการขาย Character อย่างไรก็ตาม กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะรับฟังข้อคิดเห็นเอกชนเพื่อดึงศักยภาพมาต่อยอดใช้ในเชิงพาณิชย์ด้านสินค้าต่อไป

3.2 การปรับมุมมองเฉพาะประเทศไทยเป็นการมองว่าเป็นภูมิภาคอาเซียน เป็นสิ่งที่ควรกระทำ นอกจากนั้น ควรมีการนำไปสู่แผนการปฏิบัติในเชิงบูรณาการของหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ร่วมกัน และระหว่างกระทรวงฯ โดยเฉพาะในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศต้องมีการทำงานเป็นทีม มิใช่ผู้นำโดยกระทรวงพาณิชย์ฝ่ายเดียว

3.3 ห่วงโซ่อุปทานในกลุ่มภารกิจการพัฒนากลไกการค้าภายใน มีแนวทางการขับเคลื่อนให้ประสบความสำเร็จอย่างไร

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยงห่วงโซ่ คือ การให้ความสำคัญกับการสนับสนุน การตลาด การผลิตสินค้าคุณภาพและราคาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการ โดยใช้ระบบ Zoning ความเชื่อมโยงกันตลอดห่วงโซ่และครบวงจร รวมทั้งมีการปรับโครงสร้างการผลิตและการค้าให้มีความ เชื่อมโยงกัน ก็จะให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการที่บูรณาการร่วมกัน

3.4 การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากระบวนการจดทะเบียน ทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สินค้าไทยหลายชนิดมีการจดทะเบียนในต่างประเทศโดย ชาวต่างชาติ เช่น เครื่องสีข้าวไปจดทะเบียนในสหรัฐฯ แล้ว แต่ไม่สามารถจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ในประเทศไทยได้ จึงหันไปพัฒนาในจีนแล้ว

3.5 กลุ่มภารกิจผลักดันการส่งออก มีการให้ความรู้แก่เกษตรกรและ SMEs ความยั่งยืนของ เศรษฐกิจมาจาก SMEs เป็นหลัก ควรพิจารณาว่าการขยายตัวของการส่งออกมาจากการขยายตัวของ SMEs คิดเป็นสัดส่วนเท่าไร

กรมส่งเสริมการส่งออกมี Chief of Product ดูแลสินค้าต่างๆ และกลุ่ม SMEs มี SMEs Exporter Center ดูแลการส่งออกของ SMEs มีการประชุมรายสินค้าในทุกเดือนกับภาคเอกชน/สมาคม เพื่อรับฟังปัญหา อุปสรรคของ SMEs ในสินค้าแต่ละกลุ่มและส่งเรื่องไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะมีการต่อยอดกัน เช่น สินค้า OTOP เมื่อมีศักยภาพพร้อมจะส่งออกก็จะมาเข้าร่วมกิจกรรมของกรมส่งเสริมการส่งออก

นอกจากนี้ มีการบูรณาการระหว่างกระทรวงฯ เพื่อแก้ปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก ทางการค้าให้เกิดความคล่องตัว เช่น การแก้ปัญหาภาษีสรรพสามิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ การจดทะเบียน การค้าโดยมี Single Point คาดว่าจะดำเนินการได้ในปี 2554 และมีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ และเอกชน เช่น ให้ความร่วมมือกับสถาบันการค้า/สมาคมเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนธุรกิจให้สอดคล้องตาม แผนนโยบายของรัฐบาล

3.6 สินค้าไทยไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ เนื่องจากมีต้นทุนสูง ส่วนใหญ่ เป็นสินค้าต่างชาติ หน่วยงานภาครัฐควรมีงบสนับสนุนสินค้าที่มีศักยภาพในการโฆษณาทางโทรทัศน์ให้มากขึ้น โดยเสนอแนะว่า การกระตุ้นการบริโภคส่งเสริมสินค้าไทย ควรจัดทำเป็นกองทุนส่งเสริมสินค้าไทย เพื่อ ช่วยเหลือ SMEs ไทย และควรมีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ซึ่งมีอิทธิพลค่อนข้างมาก

3.7 เห็นด้วยกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แต่จะอย่างไรให้บรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์นั้นๆ นโยบายของกรมต่างๆ มีความคล้ายคลึงกันและเหมือนกับที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดทำอยู่ ซึ่งจะไปแฝงอยู่ในงานของกรม เช่น เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ย่านการค้า ซึ่งจะต้องจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมกัน

#### 4. ความเห็นปลัดกระทรวงพาณิชย์

เป้าหมายการจัดทำยุทธศาสตร์ จะเป็นยุทธศาสตร์รวมที่ทำให้เห็นภาพของยุทธศาสตร์การค้า ซึ่งจะต้องมีแผนปฏิบัติการกว้างๆ อยู่ส่วนหนึ่ง จุดอ่อนอยู่ที่เรามักจะปล่อยให้เป็นธรรมชาติทุกเรื่อง ไม่ได้เกิดจากการวางแผนที่จะทำให้เห็นภาพรวมอย่างครบถ้วน ส่วนทิศทางการขับเคลื่อนควรมีเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจนเช่น GDP จะให้เติบโตในอัตรา 7% ก็จะต้องมีแนวทางการดำเนินการทุกๆ เรื่องให้บรรลุเป้าหมายนั้นเรียกว่าเป็นการผนึกกำลัง(Synergize) โดยมีเป้าหมายเป็นตัวตั้งและกำหนดกิจกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมาย

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ก็ให้มุ่งไปที่เป้าหมายก่อนซึ่งควรจะคิดร่วมกัน และเมื่อถึงตอนจัดทำแผนปฏิบัติการก็ควรกำหนดสินค้า/บริการเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายร่วมกันของกระทรวงฯ จึงควรดำเนินการดังนี้

1) กำหนดเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจน เช่น ยุทธศาสตร์ข้าว ควรมีการยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของข้าวให้สามารถแข่งขันกับเวียดนามได้ เป้าหมายของการขายข้าวของไทยไม่ใช่การลดราคาหรือเน้นการขายแข่งกันที่ปริมาณ ดังนั้น ควรจะมุ่งที่มูลค่าข้าวที่จะขายได้ ต้องมาระดมสรรพกำลังกันว่าจะร่วมมือกันทำอะไร จึงจะบรรลุเป้าหมายเดียวกัน

2) วางแผนร่วมกันว่าจะมีกิจกรรม/มาตรการ/โครงการ/แผนงานอย่างไร ควรจะทำอะไร และกลุ่มเป้าหมายต้องชัดเจน โดยควรมีการจัดลำดับความสำคัญของงาน เช่น จะช่วยเหลือภาค SMEs ก็ต้องดูว่าจะช่วยเหลือ Sector ไດก่อน เพราะแต่ละ SMEs มีความเข้มแข็งแตกต่างกันไป โดยจะดำเนินการในส่วนที่จำเป็นก่อน

3) การแยกแยะว่า ใครจะดำเนินการในส่วนไหน แต่ละส่วนจะดำเนินการอะไรบ้าง ต้องช่วยกันทำงานและมีการบูรณาการที่ต่อยอดกัน ไม่ควรทำงานซ้ำซ้อนกัน

โดยสรุปเศรษฐกิจการค้าที่เข้มแข็งจะต้องมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน สุดท้ายควรให้ความสำคัญกับภาคเอกชนโดยการบูรณาการร่วมกับหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้การดำเนินแผนยุทธศาสตร์ไปสู่เป้าหมายร่วมกัน

.....

สำนักงานยุทธศาสตร์การพาณิชย์

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

30 สิงหาคม 2553