

ร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี  
(กรกฎาคม ๒๕๕๙-๒๕๗๙)



ด่วนที่สุด

บันทึกข้อความ

มีที่กล่าว ๑๖๗๐๒ พ.ศ. ๒๕๕๕

ปีงบประมาณ ๒๕๕๕  
เลขที่ ๒๒๓๐  
วันที่ ๒๑ ตุลาคม ๒๕๕๔

กระทรวงพาณิชย์	๒๕๐๒๐๓
วันที่ ๒๑ ส.ค. ๒๕๕๔	๑๕.๒๐
ผู้รับ	.....
๖๒	.....
๕	พ.ศ. ๒๕๕๕

ส่วนราชการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กองยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน โทร.๗๘๘๗  
ที่ พณ ๑๑๐๔/ ๒๑๗๒ วันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๕๔

เรื่อง ร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๔ - ๒๕๗๔)

เรียน ปลัดกระทรวงพาณิชย์ <sup>๑๕.๒๐</sup>  
เพื่อโปรดพิจารณา

แจ้งวัฒนะ
กระทรวงพาณิชย์
๕๑๑๕
วันที่ ๑๕ ส.ค. ๒๕๕๔

ความเห็น/คำสั่ง

เรียน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

เพื่อโปรดพิจารณาลงนาม  
ในหนังสือเรียนเลขาธิการคณะรัฐมนตรี

๑๗๓  
๒ ค.๖๓

นางสาวบุษมา บุญประภักดิ์  
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

ตามที่ กระทรวงพาณิชย์ได้เสนอเรื่องร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๔ - ๒๕๗๔) ให้รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) พิจารณาเห็นชอบก่อนเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ (รายละเอียดตามเรื่องเดิมที่แนบ) นั้น

ในการนี้ รองนายกรัฐมนตรีได้เห็นชอบและสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ดำเนินการจัดทำรายละเอียดดังกล่าวเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีแล้ว (รายละเอียดปรากฏตามเอกสารแนบ)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบ โปรดนำเรียนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ พิจารณาลงนามในหนังสือเรียนเลขาธิการคณะรัฐมนตรี จะขอบคุณยิ่ง

(นายสมเกียรติ ตริรัตนพันธ์)  
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

เรียนคุณ  
เพื่อโปรดพิจารณา  
๑๗๓ ค.๖๓

Keep  
๑๖๖

(นางดวงกมล เจียมบุตร)  
เลขาธิการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

พ.ศ. ๒๕๕๕  
๑๕.๒๐

๑๕.๒๐

นางอภิรดี ตันตราภรณ์  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

๑๐ ส.ค. ๒๕๕๔

เสนอ สป  
๑๑.๑๕๕

๑๕.๒๐

## ยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙)

กระทรวงพาณิชย์ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ มีภารกิจสำคัญในการกำหนดทิศทางนโยบายและขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เข้มแข็ง สามารถรองรับและใช้ประโยชน์จากความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจภูมิภาคและโลกในอนาคต ช่วยให้เศรษฐกิจไทยก้าวพ้นจากภาวะกับดักรายได้ปานกลาง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การเป็นประเทศไทย ๔.๐ โดยแบ่งเป็น ๔ ระยะ ในช่วง ๒๐ ปีข้างหน้าดังนี้

ระยะที่ ๑ ปี ๒๕๕๙-๒๕๖๔ ปฏิรูปการค้า เน้นปรับกฎหมาย วางระบบการค้า

ระยะที่ ๒ ปี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ เป็นห่วงโซ่คุณค่าสำคัญของภูมิภาค เน้นพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถเป็นผู้นำตลาดภูมิภาค

ระยะที่ ๓ ปี ๒๕๗๐-๒๕๗๔ เป็นห่วงโซ่คุณค่าสำคัญของโลก เน้นยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้เป็นผู้ค้าสำคัญในตลาดโลก

ระยะที่ ๔ ปี ๒๕๗๕-๒๕๗๙ ก้าวไปเป็นผู้นำในตลาดโลก เน้นสร้างศักยภาพของประเทศให้สามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ค้าหลักของโลก

### เป้าหมาย

เป้าหมายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไทย (Strategic Framework) กำหนดไว้ดังนี้

๑) สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) โดยมีมุ่ง

- ส่งเสริมการสร้างมูลค่า (Value Creation) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากการผลิตและขายส่งมอบตามคำสั่งซื้อ เป็นการสร้างรูปแบบดีไซน์ของตนเอง สร้างแบรนด์ของตนเอง และทำตลาดด้วยตนเอง เพื่อให้มีตลาดที่เป็นของตนเอง

- ส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจการค้าภาคบริการ (Service Economy) ซึ่งไทยสามารถใช้วัฒนธรรมจิตบริการกับความละเอียดอ่อนของคนไทยไปสร้างการค้าภาคบริการให้เป็นตัวนำเศรษฐกิจไทยในอนาคต

๒) สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการผลักดันความเชื่อมโยงกับโลก (Connectivity) โดยมีมุ่ง

- ใช้อุปสงค์นำการค้า (Demand Driven) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากการส่งเสริมสินค้าที่ผลิตแล้วออกไปสู่ตลาด เป็นการศึกษาตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของตลาดและส่งเสริมให้ผลิตตามความต้องการของตลาด ช่วยให้ไม่มีปัญหาการขาย

- บูรณาการกับภูมิภาค (Regional Integration) เพื่อใช้ประโยชน์จากการประสานเศรษฐกิจกับประเทศในภูมิภาคทำให้เศรษฐกิจการค้าการลงทุนระหว่างกันมีความคล่องตัว

๓) สร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการสร้างแรงยึดเหนี่ยวในระบบเศรษฐกิจการค้าของประเทศ (Cohesiveness) โดยมีมุ่ง

- สร้างการค้าที่เป็นธรรม (Fair) ทั่วถึง (Inclusive) และยั่งยืน (Sustainable) เพื่อมิให้บางภาคส่วนของระบบเศรษฐกิจและสังคมถูกทอดทิ้งไว้เบื้องหลัง โดยเฉพาะชนบท ผู้มีรายได้น้อยและผู้ด้อยโอกาส

## ยุทธศาสตร์

จากกรอบเป้าหมายดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในระยะ ๒๐ ปี ไว้ดังนี้

### ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร

*Farmers* → *Smart Farmers*

กระทรวงพาณิชย์ต้องเพิ่มบทบาทการช่วยเหลือเพื่อพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้านการค้าแก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลาง ซึ่งรวมไปถึงเกษตรกร ที่นอกจากจะเน้นเรื่องประสิทธิภาพการผลิตแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการตัดสินใจทำการผลิตและทำการค้าผลผลิตของตนอย่างชาญฉลาดด้วย

*Local player* → *Regional & Global player*

ทิศทางการพัฒนาจะมุ่งไปที่การสร้างผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ค้าในระดับภูมิภาคและระดับโลก เนื่องจากการค้าการลงทุนในอนาคตจะลดอุปสรรคการค้าและการลงทุนข้ามแดนลงไปเรื่อยๆ จะจำกัดความคิดและแผนงานไว้เพียงในประเทศไม่ได้อีกต่อไป แต่ต้องพร้อมที่จะแข่งขันกับต่างชาติ และรู้จักออกไปค้าและลงทุนในต่างประเทศด้วย

*Supply Management* → *Demand & Supply Management*

ผู้ประกอบการต้องได้รับการสนับสนุนให้สามารถจัดการกับทั้งอุปทานและอุปสงค์อย่างครบวงจร ตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบมีคุณภาพ ต้นทุนที่เหมาะสม และปริมาณตามต้องการ กระบวนการผลิต รูปแบบสินค้า การขนส่ง และการเก็บรักษามีประสิทธิภาพ รวมทั้งผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการในรูปแบบที่เหมาะสมและตรงตามความคาดหวัง จึงจะสามารถยืนหยัดอยู่ในตลาดได้อย่างเข้มแข็ง

*Partly Digital* → *Comprehensively Digital*

เปลี่ยนจากการบริหารจัดการโดยใช้ฐานข้อมูลและเครื่องมือสื่อสาร ไปสู่การบริหารจัดการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกิจกรรมทางธุรกิจทุกๆ ขั้นตอน ผ่านระบบการสื่อสารแบบทุกที่ทุกเวลา (อาทิ การใช้บริการทางการเงินออนไลน์ และการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น)

*Invention* → *Commercialization*

การขับเคลื่อนไปสู่ไทยแลนด์ ๔.๐ ต้องมีนวัตกรรมเป็นของตนเอง แต่การพัฒนาจากงานวิจัยไปเป็นนวัตกรรมต้องการการส่งเสริมและสนับสนุนในเชิงพาณิชย์อีกมาก โดยจะเน้นสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความตั้งใจสูงในการพัฒนานวัตกรรมอย่างจริงจัง ทั้งนวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงซึ่งพลิกโฉมธุรกิจการค้า (Disruptive Innovation) และนวัตกรรมพื้นฐานอย่างง่าย (Frugal Innovation)

*Services* → *High Value Services*

การพัฒนาผู้ประกอบการไปสู่ภาคบริการจะเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง จะต้องมีการวางระบบข้อมูลสนับสนุน กลไกการสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพ และลดความเสี่ยงทั้งทางการเงินและการค้าควบคู่กัน เพื่อนำไปสู่การค้าบริการที่ให้มูลค่าสูงและมีเอกลักษณ์

❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

๑) จัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม เพื่อช่วยผู้ประกอบการให้พัฒนาสินค้าเกษตรหลักเป็นสินค้านวัตกรรมขั้นสูงที่จะมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

๒) เร่งรัดแก้ไขปัญหาค่าของจดทะเบียนสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าที่ค้างอยู่ (backlog) เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าสินค้านวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการ

๓) เร่งรัดแก้ไขปัญหาค่าการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้ไทยพ้นจาก PWL ในปี ๒๕๖๐ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการค้าสินค้านวัตกรรม และขยายการค้าไปสู่สินค้าและบริการที่มีเทคโนโลยีสูงขึ้น

๔) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา และ

๕) ผลักดันส่งเสริมการพัฒนาการค้าภาคบริการ

### ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบการค้าให้มีประสิทธิภาพ

#### *Regulate → Monitor and Facilitate*

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและการเปลี่ยนแปลงบริบทการค้าการลงทุนโลก ทำให้บทบาทในการควบคุมมีความจำเป็นน้อยลง ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องหันไปเน้นการกำกับดูแลและการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น โดยจะมีการปรับระบบการค้าในหลายด้าน อาทิ การปรับกฎระเบียบสู่การค้าเสรีให้สอดคล้องกับนวัตกรรมทางการค้าสมัยใหม่ การพัฒนากลไกเยียวยาผู้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าเพื่อเตรียมรับการเปิดเสรีที่มีมากขึ้น การสร้างและพัฒนา Trade Digitization เพื่อการจัดการที่ทันสมัย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า ทั้ง hardware และ software การพัฒนาการกำกับดูแลธุรกิจ และสร้างความน่าเชื่อถือในรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ การพัฒนาระบบซั่งตวงวัด และการพัฒนาระบบการค้าบริการ

#### *Exclusive → Inclusive and Sustainable Growth*

การค้าในระบบตลาดที่มีการแข่งขันเสรี แม้จะนำไปสู่ประสิทธิภาพของการค้าและการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวม แต่ยังมีจุดอ่อนที่ทำให้การพัฒนาขาดความสมดุล โดยภาคชนบทและผู้ขาดโอกาสยังต้องได้รับการดูแล ทำให้ต้องมีการปรับระบบการค้าที่สามารถยกระดับภาคการค้าในชนบทให้สามารถเชื่อมโยงและได้ประโยชน์จากห่วงโซ่การค้าในภาคการผลิตและบริการที่ก้าวหน้ากว่า โดยคำนึงถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสมดุล ลดช่องว่างระหว่างเมืองและชนบท และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

#### ❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

๑) ปฏิรูประบบการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรโดยใช้การตลาดนำการผลิต เช่น ข้าว ปาล์ม น้ำมัน น้ำตาล มันสำปะหลัง เพื่อแก้ปัญหาปริมาณผลผลิตเกินต้องการ หรือคุณภาพไม่ตรงตามต้องการ

๒) ปฏิรูปกฎหมาย

- กฎหมายแข่งขันทางการค้า
- กฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว
- กฎหมายการจัดตั้งนิติบุคคลคนเดียว
- กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ พ.ร.บ.สิทธิบัตร พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์
- กฎหมายการส่งออกและนำเข้า

๓) บังคับใช้กฎหมายหลักประกันทางธุรกิจ

๔) ผลักดันอำนวยความสะดวกทางธุรกิจและการค้า เช่น จดทะเบียนธุรกิจ NSW (National Single Window) MOC-OSS (One Stop Service) และ

๕) สร้างตลาดชุมชน เช่น ตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย Farm Outlet

### ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค

*Passive Consumers* → *Smart & Proactive Consumers*

ในอนาคตเศรษฐกิจการค้าจะทวีความซับซ้อนมากขึ้น มีการแข่งขันและเปิดเสรีมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นต้องส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรอบรู้ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน มีความพอประมาณ และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและนวัตกรรมสมัยใหม่ได้อย่างทันท่วงที สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้ง ต้องมีการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความกระตือรือร้นที่จะมีบทบาทในการดูแลตลาด และสามารถกำหนดพัฒนาการของตลาด โดยการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ค้า

❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

- ๑) สร้างทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าในราคาที่เป็นธรรมและลดค่าครองชีพด้วยการจัดงาน “ธงฟ้า” ให้ทั่วถึงและพัฒนาโครงการ “หนูณิชย์พาชิม”
- ๒) พัฒนาแอปพลิเคชัน “สายแหงของถูก” เพื่อสร้างค่านิยม “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”
- ๓) พัฒนาช่องทางกรรองเรียนให้มีความสะดวกรวดเร็ว อาทิ สายด่วนผู้บริโภค ๑๕๖๙ และ
- ๔) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค

### ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบูรณาการกับระบบการค้าโลก

*Unilateral Actions* → *Interconnected Actions*

ไทยเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจขนาดปานกลาง และมีข้อจำกัดในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยการบริโภคและการลงทุนในประเทศแต่เพียงลำพัง จำเป็นต้องอาศัยการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการค้าระหว่างประเทศ ทั้งการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านและการค้ากับประเทศในภูมิภาคอื่น โดยในภูมิภาคอาเซียนและเพื่อนบ้านจะเน้นการสร้างมาตรฐานร่วม เชื่อมโยงระบบขนส่ง และพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่ภูมิภาคอื่นจะเน้นการใช้ประโยชน์จากกลไกความร่วมมือทั้งระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี สร้างการรับรู้และการยอมรับในสินค้า และบริการของไทยในเวทีโลก เพื่อพัฒนาไทยเป็นห่วงโซ่คุณค่าที่สำคัญในภูมิภาคและโลก

❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

- ๑) กระชับความร่วมมือ CLMVT เพื่อลดอุปสรรคการค้าการลงทุนและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค
- ๒) สร้างภาพลักษณ์สินค้า/ธุรกิจบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในต่างประเทศ
- ๓) ผลักดันการส่งออกโดยใช้การตลาดนำการผลิต แสวงหาตลาดใหม่และมีการกำหนดกลยุทธ์เชิงลึก ลงถึงในระดับเมือง (city-focus) และ
- ๔) เข้าร่วมประชุมเจรจาเพื่อขยายตลาด สร้างความเข้าใจและใช้ประโยชน์ความตกลงการค้าระหว่างประเทศ


กระทรวงพาณิชย์มีความเชื่อมั่นว่า ยุทธศาสตร์ทั้งสี่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจการค้าไทยให้มีความเข้มแข็ง สามารถเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ นำประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน



กระทรวงพาณิชย์

# Quick Win

## เรื่องสำคัญที่จะดำเนินการปฏิรูปในระยะที่ 1 (กรกฎาคม 2559 - ธันวาคม 2560) ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์

 <p><b>ยุทธศาสตร์ 1</b> การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร เพื่อเพิ่มความสามารภแข่งขันระดับภูมิภาค และโลก</p>	<p><b>ยุทธศาสตร์ 2</b> การพัฒนาผู้ประกอบการค้าใหม่ประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตร นวัตกรรม เพื่อช่วยผู้ประกอบการให้ พัฒนาสินค้าเกษตรหลักเป็นสินค้า นวัตกรรมขั้นสูงที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น</li> <li>2. เร่งรัดแก้ไขปัญหา backlog ค่าขอ จดทะเบียนสิทธิบัตรและเครื่องหมาย การค้า</li> <li>3. เร่งรัดแก้ไขปัญหาการละเมิดทรัพย์สิน ทางปัญญาเพื่อให้ไทยพ้นจาก PWL ในปี 2560</li> <li>4. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สิน ทางปัญญา</li> <li>5. ผลักดันส่งเสริมการพัฒนาการค้าภาค บริการ</li> </ol>	<p><b>ยุทธศาสตร์ 3</b> การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจใหม่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างทางเลือกให้ผู้บริโภค สามารถเลือกซื้อสินค้าใน ราคาที่เป็นการจูงใจและลดค่า ครองชีพด้วยการจัดงาน “ธงฟ้า” ให้ทั่วถึงและ พัฒนาโครงการ “ทฤษฎี พีชิม”</li> <li>2. พัฒนาแอปพลิเคชัน “สายแพน ของถูก” เพื่อสร้างค่านิยม “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”</li> <li>3. พัฒนาช่องทางจูงใจเชิงเงิน ให้มีความสะดวกรวดเร็ว เช่น สายด่วนผู้บริโภค 1569</li> <li>4. ส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ผู้บริโภค</li> </ol>	<p><b>ยุทธศาสตร์ 4</b> การบูรณาการกับระบบการค้าโลก เพื่อไทย (Global Trade Hub)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กระชับความร่วมมือ CLMVT เพื่อลดอุปสรรคการค้าการลงทุน และการแข่งขันของภูมิภาค</li> <li>2. สร้างภาพลักษณ์สินค้า/ธุรกิจ บริการของไทยให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับในต่างประเทศ ผลักดันการส่งออกโดยใช้ การตลาดนำการผลิต แสวงหา ตลาดใหม่และมีการกำหนดกล ยุทธ์เชิงลึก ลงถึงในระดับเมือง (city-focus)</li> <li>4. เข้าร่วมประชุมเจรจาเพื่อขยาย ตลาด สร้างความเข้าใจและใช้ ประโยชน์ความตกลงการค้า ระหว่างประเทศ</li> </ol>
--	---	---	---



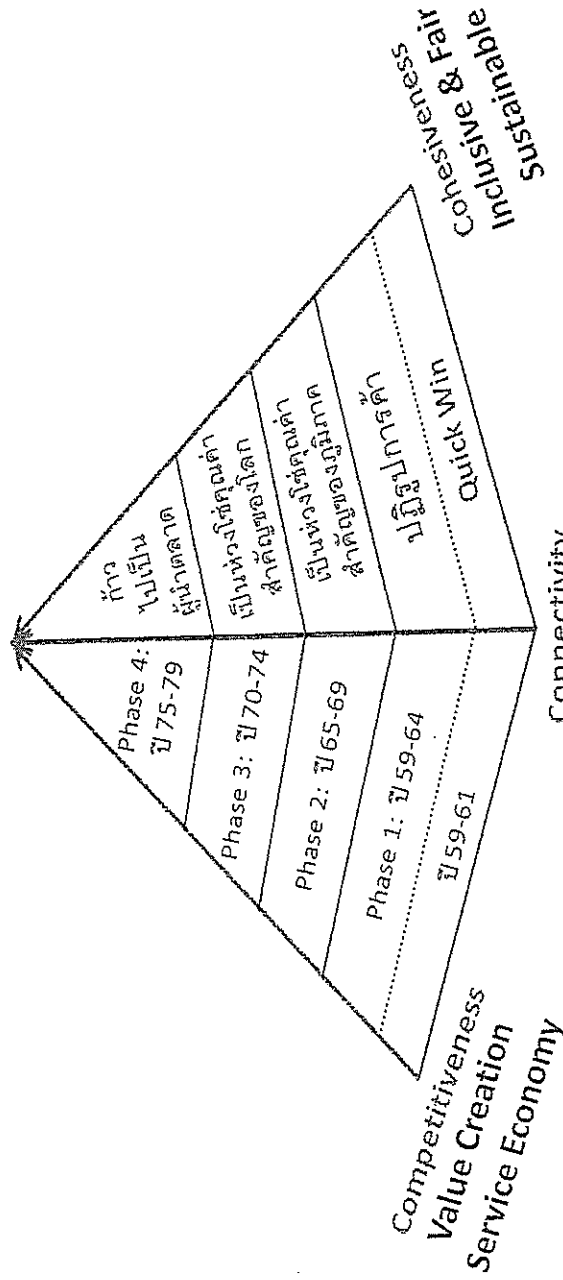
# ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ ระยะ 20 ปี (กรกฎาคม 2559 - พ.ศ. 2579)

“การค้าก้าวหน้า ประชาสุขใจ”

CORE VALUES!

- ฉับไว
- โปร่งใส
- มองไกล
- ใกล้ชิดประชาชน

## Advancing trade for people's happiness



ยุทธศาสตร์ 1	ยุทธศาสตร์ 2	ยุทธศาสตร์ 3	ยุทธศาสตร์ 4
<b>การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร</b> <i>ทำให้มีขีดความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาคและโลก</i>	<b>การพัฒนาระบบการค้าให้มีประสิทธิภาพ</b> <i>เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก</i>	<b>การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค</b> <i>เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจการก้าวไกล</i>	<b>การบูรณาการกับระบบการค้าโลก</b> <i>ที่ได้ใช้ประโยชน์จากภายนอก</i>
Partner → Small Firms Local player → Regional & Global player Supply Mgt → Demand & Supply Mgt Party Digital → Comprehensive Digital Innovation → Commercialization Services → High Value Services	Exclusive → Inclusive & Sustainable Growth Regulate → Monitor & Facilitate	Passive → Smart & Proactive Consumer	Unilateral → Interconnected Action



พจนานุกรม



23354  
220.059-14-50

ที่ พณ ๑๑๐๔/ ๓๒๙๙

กระทรวงพาณิชย์  
๕๖๓ ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ  
อ. เมือง จ. นนทบุรี ๑๑๐๐๐

๒๖ กรกฎาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙)

สพค.  
กิตติ  
เรียน รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙)

ด้วยกระทรวงพาณิชย์ ขอเสนอเรื่องร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. เรื่องเดิม

ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๘ ได้เห็นชอบให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) และให้เสนอร่างยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ให้คณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบต่อไป

๒. เหตุผลความจำเป็นที่ต้องเสนอคณะรัฐมนตรี

ร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙) มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศในระยะยาว เพื่อกำหนดทิศทางในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจการค้าที่สำคัญและก่อให้เกิดผลประโยชน์ของชาติในระยะยาว ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำร่างยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าวให้มีความสอดคล้องกับร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

๓. สาระสำคัญ ข้อเท็จจริงและข้อกฎหมาย

กระทรวงพาณิชย์ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ มีภารกิจสำคัญในการกำหนดทิศทางนโยบายและขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เข้มแข็ง สามารถรองรับและใช้ประโยชน์จากความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจภูมิภาคและโลกในอนาคต ช่วยให้เกิดเศรษฐกิจไทยก้าวพ้นจากภาวะกับดักรายได้ปานกลาง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การเป็นประเทศไทย ๔.๐ โดยแบ่งเป็น ๔ ระยะ ในช่วง ๒๐ ปีข้างหน้าดังนี้

ระยะที่ ๑ ปี ๒๕๕๙-๒๕๖๔ ปฏิรูปการค้า เน้นปรับกฎหมายวางระบบการค้า

ระยะที่ ๒ ปี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ เป็นห่วงโซ่คุณค่าสำคัญของภูมิภาค เน้นพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถเป็นผู้นำตลาดภูมิภาค

ระยะที่ ๓ ปี ๒๕๗๐-๒๕๗๔ เป็นห่วงโซ่คุณค่าสำคัญของโลก เน้นยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้เป็นผู้ค้าสำคัญในตลาดโลก

ระยะที่ ๔ ปี ๒๕๗๕-๒๕๗๙ ก้าวไปเป็นผู้นำในตลาดโลก เน้นสร้างศักยภาพของประเทศให้สามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ค้าหลักของโลก

ลธ.๕)10219

๒๕๖๑.๐๕.๑๖ ๑๖.๑๕๖ รอง นรม. (๒) ๓๑๑๕

## เป้าหมาย

เป้าหมายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไทย (Strategic Framework) กำหนดไว้ดังนี้

๑) สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) โดยมีมุ่ง

- ส่งเสริมการสร้างมูลค่า (Value Creation) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากการผลิตและขายส่งมอบตามคำสั่งซื้อ เป็นการสร้างรูปแบบดีไซน์ของตนเอง สร้างแบรนด์ของตนเอง และทำตลาดด้วยตนเอง เพื่อให้มีตลาดที่เป็นของตนเอง

- ส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจการค้าภาคบริการ (Service Economy) ซึ่งไทยสามารถใช้วัฒนธรรมจิตบริการกับความละเอียดอ่อนของคนไทยไปสร้างการค้าภาคบริการให้เป็นตัวนำเศรษฐกิจไทยในอนาคต

๒) สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการผลักดันความเชื่อมโยงกับโลก (Connectivity) โดยมีมุ่ง

- ใช้อุปสงค์นำการค้า (Demand Driven) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากการส่งเสริมสินค้าที่ผลิตแล้วออกไปสู่ตลาด เป็นการศึกษาตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของตลาดและส่งเสริมให้ผลิตตามความต้องการของตลาด ช่วยให้ไม่มีปัญหาการขาย

- บูรณาการกับภูมิภาค (Regional Integration) เพื่อใช้ประโยชน์จากการประสานเศรษฐกิจกับประเทศในภูมิภาคทำให้เศรษฐกิจการค้าการลงทุนระหว่างกันมีความคล่องตัว

๓) สร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการสร้างแรงยึดเหนี่ยวในระบบเศรษฐกิจการค้าของประเทศ (Cohesiveness) โดยมีมุ่ง

- สร้างการค้าที่เป็นธรรม (Fair) ทั่วถึง (Inclusive) และยั่งยืน (Sustainable) เพื่อมิให้บางภาคส่วนของระบบเศรษฐกิจและสังคมถูกทอดทิ้งไว้เบื้องหลัง โดยเฉพาะชนบท ผู้มีรายได้น้อยและผู้ด้อยโอกาส

## ยุทธศาสตร์

จากกรอบเป้าหมายดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในระยะ ๒๐ ปี ไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร กระทรวงพาณิชย์ต้องเพิ่มบทบาทการช่วยเหลือเพื่อพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้านการค้าสินค้าและบริการแก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลาง ซึ่งรวมไปถึงเกษตรกร ที่นอกจากจะเน้นเรื่องประสิทธิภาพการผลิตแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการตัดสินใจทำการผลิตและทำการค้าผลผลิตของตนเองอย่างชาญฉลาดด้วย สามารถจัดการกับทั้งอุปทานและอุปสงค์อย่างครบวงจร มีความรู้ในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ พัฒนามาตรฐานและคุณภาพ รวมทั้งต่อยอดนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสามารถออกไปลงทุนในต่างประเทศได้ด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบการค้าให้มีประสิทธิภาพ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและการเปลี่ยนแปลงบริบทการค้าการลงทุนโลก ทำให้บทบาทในการควบคุมมีความจำเป็นน้อยลง ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องหันไปเน้นการกำกับดูแลและการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องปรับระบบการค้าที่สามารถยกระดับภาคการค้าในชนบทให้สามารถเชื่อมโยงและได้ประโยชน์จากห่วงโซ่การค้าในภาคการผลิตและบริการที่ก้าวหน้า โดยคำนึงถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค ในอนาคตเศรษฐกิจการค้าจะทวีความซับซ้อนมากขึ้น มีการแข่งขันและเปิดเสรีมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นต้องส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรอบรู้ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน มีความพอประมาณ และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและนวัตกรรมสมัยใหม่ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งต้องมีการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความกระตือรือร้นที่จะมีบทบาทในการดูแลตลาด และสามารถกำหนดพัฒนาการของตลาด โดยการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ค้า

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบูรณาการกับระบบการค้าโลก ประเทศไทยต้องเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการค้าระหว่างประเทศ ทั้งการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านและการค้ากับประเทศในภูมิภาคอื่น โดยในภูมิภาคอาเซียนและเพื่อนบ้านจะเน้นการสร้างมาตรฐานร่วม เชื่อมโยงระบบขนส่ง และพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่ภูมิภาคอื่นจะเน้นการใช้ประโยชน์จากกลไกความร่วมมือทั้งระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี สร้างการรับรู้และการยอมรับในสินค้า และบริการของไทยในเวทีโลก เพื่อพัฒนาไทยเป็นห่วงโซ่คุณค่าที่สำคัญในภูมิภาคและโลก

#### ๔. ข้อเสนอของส่วนราชการ

กระทรวงพาณิชย์ พิจารณาแล้วเห็นว่าร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙) จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางการค้ายุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจการค้าที่สำคัญ สำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงขอเสนอแผนฯ ดังกล่าว มาเพื่อทราบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบ กระทรวงพาณิชย์จะนำเสนอคณะรัฐมนตรีทราบต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นางอภิรดี ตันตราภรณ์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์

รองนายกรัฐมนตรี

๔๖ ก.ค. ๒๕๕๙

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กองยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

โทร. ๐ ๒ ๕๐๗ ๗๘๙๗

## ยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙)

กระทรวงพาณิชย์ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ มีภารกิจสำคัญในการกำหนดทิศทางนโยบายและขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เข้มแข็ง สามารถรองรับและใช้ประโยชน์จากความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจภูมิภาคและโลกในอนาคต ช่วยให้เศรษฐกิจไทยก้าวพ้นจากภาวะกับดักรายได้ปานกลาง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การเป็นประเทศไทย ๔.๐ โดยแบ่งเป็น ๔ ระยะ ในช่วง ๒๐ ปีข้างหน้าดังนี้

ระยะที่ ๑ ปี ๒๕๕๙-๒๕๖๔ ปฏิรูปการค้า เน้นปรับกฎหมาย วางระบบการค้า

ระยะที่ ๒ ปี ๒๕๖๕-๒๕๖๙ เป็นห่วงโซ่คุณค่าสำคัญของภูมิภาค เน้นพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถเป็นผู้นำตลาดภูมิภาค

ระยะที่ ๓ ปี ๒๕๗๐-๒๕๗๔ เป็นห่วงโซ่คุณค่าสำคัญของโลก เน้นยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้เป็นผู้ค้าสำคัญในตลาดโลก

ระยะที่ ๔ ปี ๒๕๗๕-๒๕๗๙ ก้าวไปเป็นผู้นำในตลาดโลก เน้นสร้างศักยภาพของประเทศให้สามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ค้าหลักของโลก

### เป้าหมาย

เป้าหมายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไทย (Strategic Framework) กำหนดไว้ดังนี้

๑) สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) โดยมีมุ่ง

- ส่งเสริมการสร้างมูลค่า (Value Creation) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากการผลิตและขายส่งมอบตามคำสั่งซื้อ เป็นการสร้างรูปแบบดีไซน์ของตนเอง สร้างแบรนด์ของตนเอง และทำตลาดด้วยตนเอง เพื่อให้มีตลาดที่เป็นของตนเอง

- ส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจการค้าภาคบริการ (Service Economy) ซึ่งไทยสามารถใช้วัฒนธรรมจิตบริการกับความละเอียดอ่อนของคนไทยไปสร้างการค้าภาคบริการให้เป็นตัวนำเศรษฐกิจไทยในอนาคต

๒) สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการผลักดันความเชื่อมโยงกับโลก (Connectivity) โดยมีมุ่ง

- ใช้อุปสงค์นำการค้า (Demand Driven) ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนจากการส่งเสริมสินค้าที่ผลิตแล้วออกไปสู่ตลาด เป็นการศึกษาตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของตลาดและส่งเสริมให้ผลิตตามความต้องการของตลาด ช่วยให้ไม่มีปัญหาการขาย

- บูรณาการกับภูมิภาค (Regional Integration) เพื่อใช้ประโยชน์จากการประสานเศรษฐกิจกับประเทศในภูมิภาคทำให้เศรษฐกิจการค้าการลงทุนระหว่างกันมีความคล่องตัว

๓) สร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการสร้างแรงยึดเหนี่ยวในระบบเศรษฐกิจการค้าของประเทศ (Cohesiveness) โดยมีมุ่ง

- สร้างการค้าที่เป็นธรรม (Fair) ทั่วถึง (Inclusive) และยั่งยืน (Sustainable) เพื่อมิให้บางภาคส่วนของระบบเศรษฐกิจและสังคมถูกทอดทิ้งไว้เบื้องหลัง โดยเฉพาะชนบท ผู้มีรายได้น้อยและผู้ด้อยโอกาส

## ยุทธศาสตร์

จากกรอบเป้าหมายดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในระยะ ๒๐ ปี ไว้ดังนี้

### ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร

*Farmers → Smart Farmers*

กระทรวงพาณิชย์ต้องเพิ่มบทบาทการช่วยเหลือเพื่อพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้านการค้าแก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลาง ซึ่งรวมไปถึงเกษตรกร ที่นอกจากจะเน้นเรื่องประสิทธิภาพการผลิตแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการตัดสินใจทำการผลิตและทำการค้าผลผลิตของตนอย่างชาญฉลาดด้วย

*Local player → Regional & Global player*

ทิศทางการพัฒนาจะมุ่งไปที่การสร้างผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ค้าในระดับภูมิภาคและระดับโลก เนื่องจากการค้าการลงทุนในอนาคตจะลดอุปสรรคการค้าและการลงทุนข้ามแดนลงไปเรื่อยๆ จะจำกัดความคิดและแผนงานไว้เพียงในประเทศไม่ได้อีกต่อไป แต่ต้องพร้อมที่จะแข่งขันกับต่างชาติ และรู้จักออกไปค้าและลงทุนในต่างประเทศด้วย

*Supply Management → Demand & Supply Management*

ผู้ประกอบการต้องได้รับการสนับสนุนให้สามารถจัดการกับทั้งอุปทานและอุปสงค์อย่างครบวงจร ตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบมีคุณภาพ ต้นทุนที่เหมาะสม และปริมาณตามต้องการ กระบวนการผลิต รูปแบบสินค้า การขนส่ง และการเก็บรักษามีประสิทธิภาพ รวมทั้งผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการในรูปแบบที่เหมาะสมและตรงตามความคาดหวัง จึงจะสามารถยืนหยัดอยู่ในตลาดได้อย่างเข้มแข็ง

*Partly Digital → Comprehensively Digital*

เปลี่ยนจากการบริหารจัดการโดยใช้ฐานข้อมูลและเครื่องมือสื่อสาร ไปสู่การบริหารจัดการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกิจกรรมทางธุรกิจทุกๆ ขั้นตอน ผ่านระบบการสื่อสารแบบทุกที่ทุกเวลา (อาทิ การใช้บริการทางการเงินออนไลน์ และการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น)

*Invention → Commercialization*

การขับเคลื่อนไปสู่ไทยแลนด์ ๔.๐ ต้องมีนวัตกรรมเป็นของตนเอง แต่การพัฒนาจากงานวิจัยไปเป็นนวัตกรรมต้องการการส่งเสริมและสนับสนุนในเชิงพาณิชย์อีกมาก โดยจะเน้นสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความตั้งใจสูงในการพัฒนานวัตกรรมอย่างจริงจัง ทั้งนวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงซึ่งพลิกโฉมธุรกิจการค้า (Disruptive Innovation) และนวัตกรรมพื้นฐานอย่างง่าย (Frugal Innovation)

*Services → High Value Services*

การพัฒนาผู้ประกอบการไปสู่ภาคบริการจะเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง จะต้องมีการวางระบบข้อมูลสนับสนุน กลไกการสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพ และลดความเสี่ยงทั้งทางการเงินและการค้าควบคู่กัน เพื่อนำไปสู่การค้าบริการที่ให้มูลค่าสูงและมีเอกลักษณ์

❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

๑) จัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม เพื่อช่วยผู้ประกอบการให้พัฒนาสินค้าเกษตรหลักเป็นสินค้านวัตกรรมขั้นสูงที่จะมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

๒) เร่งรัดแก้ไขปัญหาค่าของจดทะเบียนสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าที่ค้างอยู่ (backlog) เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าสินค้านวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการ

๓) เร่งรัดแก้ไขปัญหากลุ่มทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้ไทยพ้นจาก PWL ในปี ๒๕๖๐ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการค้าสินค้านวัตกรรม และขยายการค้าไปสู่สินค้าและบริการที่มีเทคโนโลยีสูงขึ้น

๔) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา และ

๕) ผลักดันส่งเสริมการพัฒนาการค้าภาคบริการ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบการค้าให้มีประสิทธิภาพ

*Regulate → Monitor and Facilitate*

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและการเปลี่ยนแปลงบริบทการค้าการลงทุนโลก ทำให้บทบาทในการควบคุมมีความจำเป็นน้อยลง ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องหันไปเน้นการกำกับดูแลและการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น โดยจะมีการปรับระบบการค้าในหลายด้าน อาทิ การปรับกฎระเบียบสู่การค้าเสรีให้สอดคล้องกับนวัตกรรมทางการค้าสมัยใหม่ การพัฒนากลไกเยียวยาผู้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าเพื่อเตรียมรับการเปิดเสรีที่มีมากขึ้น การสร้างและพัฒนา Trade Digitization เพื่อการจัดการที่ทันสมัย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า ทั้ง hardware และ software การพัฒนากลไกการกำกับดูแลธุรกิจ และสร้างความน่าเชื่อถือในรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ การพัฒนาระบบชั่งตวงวัด และการพัฒนาระบบการค้าบริการ

*Exclusive → Inclusive and Sustainable Growth*

การค้าในระบบตลาดที่มีการแข่งขันเสรี แม้จะนำไปสู่ประสิทธิภาพของการค้าและการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวม แต่ยังมีจุดอ่อนที่ทำให้การพัฒนาขาดความสมดุล โดยภาคชนบทและผู้ที่ขาดโอกาสยังต้องได้รับการดูแล ทำให้ต้องมีการปรับระบบการค้าที่สามารถยกระดับภาคการค้าในชนบทให้สามารถเชื่อมโยงและได้ประโยชน์จากห่วงโซ่การค้าในภาคการผลิตและบริการที่ก้าวหน้ากว่า โดยคำนึงถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสมดุล ลดช่องว่างระหว่างเมืองและชนบท และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ในที่สุด

❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

๑) ปฏิรูประบบการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรโดยใช้การตลาดนำการผลิต เช่น ข้าว ปาล์ม น้ำมัน น้ำตาล มันสำปะหลัง เพื่อแก้ปัญหาปริมาณผลผลิตเกินต้องการ หรือคุณภาพไม่ตรงตามต้องการ

๒) ปฏิรูปกฎหมาย

- กฎหมายแข่งขันทางการค้า
- กฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว
- กฎหมายการจัดตั้งนิติบุคคลคนเดียว
- กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ พ.ร.บ.สิทธิบัตร พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์
- กฎหมายการส่งออกและนำเข้า

๓) บังคับใช้กฎหมายหลักประกันทางธุรกิจ

๔) ผลักดันอำนวยความสะดวกทางธุรกิจและการค้า เช่น จดทะเบียนธุรกิจ NSW (National Single Window) MOC-OSS (One Stop Service) และ

๕) สร้างตลาดชุมชน เช่น ตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย Farm Outlet

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค

*Passive Consumers* → *Smart & Proactive Consumers*

ในอนาคตเศรษฐกิจการค้าจะทวีความซับซ้อนมากขึ้น มีการแข่งขันและเปิดเสรีมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นต้องส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรอบรู้ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน มีความพอประมาณ และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและนวัตกรรมสมัยใหม่ได้อย่างทันที่ทันที่ สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้ง ต้องมีการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความกระตือรือร้นที่จะมีบทบาทในการดูแลตลาด และสามารถกำหนดพัฒนาการของตลาด โดยการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ค้า

❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

- ๑) สร้างทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าในราคาที่เป็นธรรมและลดค่าครองชีพด้วยการจัดงาน “ธงฟ้า” ให้ทั่วถึงและพัฒนาโครงการ “หนูณิชย์พาชิม”
- ๒) พัฒนาแอปพลิเคชัน “สายทางของถูก” เพื่อสร้างค่านิยม “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”
- ๓) พัฒนาช่องทางกรรเรียนให้มีความสะดวกรวดเร็ว อาทิ สายด่วนผู้บริโภค ๑๕๖๙ และ
- ๔) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบูรณาการกับระบบการค้าโลก

*Unilateral Actions* → *Interconnected Actions*

ไทยเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจขนาดปานกลาง และมีข้อจำกัดในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยการบริโภคและการลงทุนในประเทศแต่เพียงลำพัง จำเป็นต้องอาศัยการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการค้าระหว่างประเทศ ทั้งการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านและการค้ากับประเทศในภูมิภาคอื่น โดยในภูมิภาคอาเซียนและเพื่อนบ้านจะเน้นการสร้างมาตรฐานร่วม เชื่อมโยงระบบขนส่ง และพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่ภูมิภาคอื่นจะเน้นการใช้ประโยชน์จากกลไกความร่วมมือทั้งระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี สร้างการรับรู้และการยอมรับในสินค้าและบริการของไทยในเวทีโลก เพื่อพัฒนาไทยเป็นห่วงโซ่คุณค่าที่สำคัญในภูมิภาคและโลก

❖ การดำเนินการในระยะ Quick Win (๑๘ เดือน) มีดังนี้

- ๑) กระชับความร่วมมือ CLMVT เพื่อลดอุปสรรคการค้าการลงทุนและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค
- ๒) สร้างภาพลักษณ์สินค้า/ธุรกิจบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในต่างประเทศ
- ๓) ผลักดันการส่งออกโดยใช้การตลาดนำการผลิต แสวงหาตลาดใหม่และมีการกำหนดกลยุทธ์เชิงลึก ลงถึงในระดับเมือง (city-focus) และ
- ๔) เข้าร่วมประชุมเจรจาเพื่อขยายตลาด สร้างความเข้าใจและใช้ประโยชน์ความตกลงการค้าระหว่างประเทศ





กระทรวงพาณิชย์มีความเชื่อมั่นว่า ยุทธศาสตร์ทั้งสี่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจการค้าไทยให้มีความเข้มแข็ง สามารถเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ นำประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์  
กรกฎาคม ๒๕๕๙

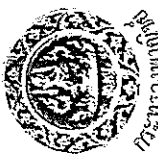


# Quick Win

## เรื่องสำคัญที่จะดำเนินการปฏิรูปในระยะที่ 1 (กรกฎาคม 2559 - ธันวาคม 2560) ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์

 <p><b>ยุทธศาสตร์ 1</b> การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร เพื่อให้มีความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาค และโลก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตร พัฒนาสินค้าเกษตรหลักเป็นสินค้า นวัตกรรมขั้นสูงที่จะมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น</li> <li>2. เร่งรัดแก้ไขปัญหา backlog ค่าขอ จดทะเบียนสิทธิบัตรและเครื่องหมาย การค้า</li> <li>3. เร่งรัดแก้ไขปัญหาการละเมิดทรัพย์สิน ทางปัญญาเพื่อให้ไทยพ้นจาก PWL ในปี 2560</li> <li>4. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สิน ทางปัญญา</li> <li>5. ผลักดันส่งเสริมการพัฒนาการค้าภาค บริการ</li> </ol>	 <p><b>ยุทธศาสตร์ 2</b> การพัฒนากระบวนการค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ปรับปรุงระบบการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรโดย ใช้การตลาดนำการผลิต เช่น ข้าว ปาล์ม น้ำมัน น้ำตาล มันสำปะหลัง</li> <li>2. ปฏิรูปกฎหมาย - กฎหมายแข่งขันทางการค้า - กฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว - กฎหมายการจัดตั้งนิติบุคคลคนเดียว - กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ พ.ร.บ.สิทธิบัตร พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ - กฎหมายการส่งออกและนำเข้า</li> <li>3. บังคับใช้กฎหมายหลักประกันทางธุรกิจ และ</li> <li>4. ผลักดันอำนวยความสะดวกทางธุรกิจและการ การค้า เช่น จดทะเบียนธุรกิจ NSW (National Single Window) MOC-OSS (One Stop Service) สร้างตลาดชุมชน เช่น ตลาดต้องชม หมู่บ้าน ทำมาค้าขาย Farm Outlet</li> </ol>	 <p><b>ยุทธศาสตร์ 3</b> การเสริมสร้างบทบาทผู้ประกอบการ เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจก้าวไกล</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างทางเลือกให้ผู้บริโภค สามารถเลือกซื้อสินค้าใน ราคาที่ป็นธรรมและลดค่า ครองชีพด้วยการจัดงาน “ธงฟ้า” ให้ทั่วถึงและ พัฒนา โครงการ “บุญนิยม พหิม”</li> <li>2. พัฒนาเอพพิเคชั่น “สายแพง ของลูก” เพื่อสร้างค่านิยม “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”</li> <li>3. พัฒนาช่องทางจรรยาบรรณ ให้มีมาตรฐานจรรยาบรรณ เช่น สายด่วนผู้บริโภค 1569</li> <li>4. ส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ผู้บริโภค</li> </ol>	 <p><b>ยุทธศาสตร์ 4</b> การบูรณาการกับระบบการค้าโลก เพื่อใช้ประโยชน์จากภายนอก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กระชับความร่วมมือ CLMVT เพื่อลดอุปสรรคการค้าการลงทุน และยกระดับความสามารถ ในการแข่งขันของภูมิภาค</li> <li>2. สร้างภาพลักษณ์สินค้า/ธุรกิจ บริการของไทยให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับในต่างประเทศ ผลักดันการส่งออกโดยใช้ การตลาดนำการผลิต แสวงหา ตลาดใหม่และมีการกำหนดกล ยุทธ์เชิงลึก ลงถึงในระดับเมือง (city-focus)</li> <li>4. เข้าร่วมประชุมเจรจาเพื่อขยาย ตลาด สร้างความเข้าใจและใช้ ประโยชน์ความตกลงการค้า ระหว่างประเทศ</li> </ol>
--	--	--	---

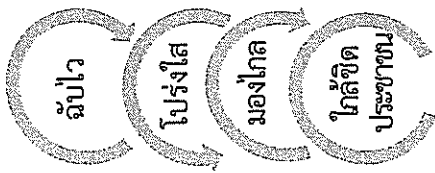




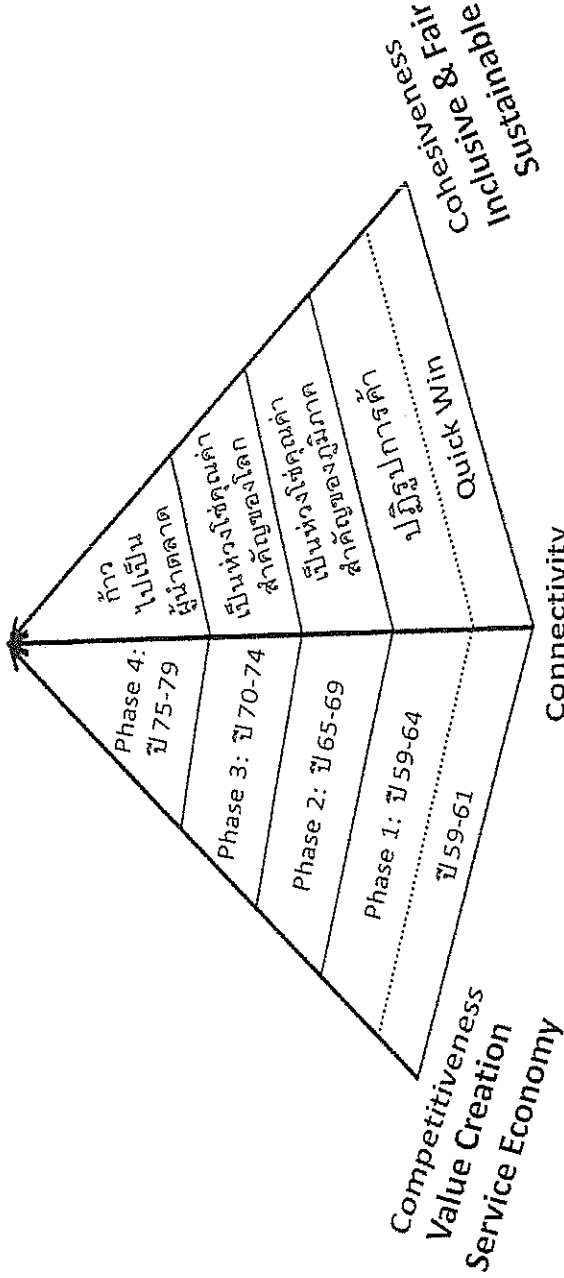
ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ ระยะ 20 ปี  
(กรกฎาคม 2559 – พ.ศ. 2579)

“การค้าก้าวหน้า ประชาสุขใจ”

CORE VALUES!



Advancing trade for people's happiness



Connectivity  
Regional Integration  
Demand Driven

**ยุทธศาสตร์ 1**  
การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร  
เพื่อเชื่อมโยงและยกระดับผู้ประกอบการรายเล็กและรายกลาง

Farmer	↑	Smart Farmer
Local player	↑	Regional & Global player
Supply Mgt	↑	Demand & Supply Mgt
Partly Digital	↑	Comprehensively Digital
Invention	↑	Commercialization
Services	↑	High Value Services

**ยุทธศาสตร์ 2**  
การพัฒนาการการค้าให้มีประสิทธิภาพ  
เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก

Exclusive	→	Inclusive & Sustainable Growth
Regulate	→	Monitor & Facilitate

**ยุทธศาสตร์ 3**  
การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค  
เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจที่ก้าวหน้า

Passive	→	Smart & Proactive Consumer
---------	---	----------------------------

**ยุทธศาสตร์ 4**  
การบูรณาการกับระบบการค้าโลก  
เพื่อใช้ประโยชน์จากนโยบายโลก

Unilateral	→	Interconnected Action
------------	---	-----------------------



# ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ ระยะ 20 ปี

(กรกฎาคม 2559 - พ.ศ. 2579)

## ยุทธศาสตร์ 1

การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร เพื่อใช้มีความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาคและโลก



- Farmer → Smart Farmer
- พัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการ Local player → Regional & Global player
  - Supply Mgt → D&S Mgt
  - Partly Digital → Comprehensively Digital
  - พัฒนาผู้ประกอบการ ให้สามารถจัดการ demand & supply อย่างครบวงจร cross sector รวมทั้งส่งเสริมการเชื่อมโยงกับท้องถิ่นและขยายไปต่างประเทศ
  - ส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม
  - ส่งเสริม SME ระบุ Trade Digitization เพื่อให้ธุรกิจทันสมัย
  - ส่งเสริมการขึ้นนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของตลาด และต่อยอดนวัตกรรมด้านบริการ Services → High Value Services
  - พัฒนาธุรกิจบริการที่มีมาตรฐานและคุณภาพ

## ยุทธศาสตร์ 2

การพัฒนากระบวนการทำให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก



- Regulate → Monitor & Facilitate
- ปรับกฎระเบียบผู้กำกับดูแล สอดคล้องกับนวัตกรรมทางการค้าสมัยใหม่
  - พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับผู้รับผลกระทบจากกักกันสินค้า
  - สร้างและพัฒนา trade origination
  - พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า ทั้ง hardware และ software
  - พัฒนาตลาดการค้ากับคู่เศรษฐกิจและสร้างควมน่าเชื่อถือในรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่
  - พัฒนาระบบบัญชีทางวีดิทัศน์
  - พัฒนาระบบการค้าบริการให้มีความสะดวกทันสมัย มีประสิทธิภาพ
- Exclusive → Inclusive & Sustainable Growth
- ส่งเสริมนวัตกรรมค้าที่เป็นธรรมและยั่งยืน
  - พัฒนาระบบตลาดเชื่อมโยงท้องถิ่นกับเมือง

## ยุทธศาสตร์ 3

การเสริมสร้างบทบาทผู้ใช้บริโภค เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจที่อนาคต



- Passive → Smart & Proactive Consumer
- ส่งเสริมให้ผู้ใช้บริโภคมีความรู้ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน มีความพอประมาณ และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและนวัตกรรมสมัยใหม่ได้อย่างทันทั่วทั้งตลอดห่วงโซ่มูลค่าบริการเศรษฐกิจเพื่อเพียง
  - ส่งเสริมให้ผู้ใช้บริโภคมีบทบาทในการดูแลตลาด และกำหนดทิศทางการของตลาด

## ยุทธศาสตร์ 4

การบูรณาการกับระบบการค้าโลก เพื่อใช้ประโยชน์จากภายนอก



- Unilateral → Interconnected Action
- ประสานเศรษฐกิจการค้าการลงทุนกับอาเซียน โดยเฉพาะ CLMV ด้วยการจัดเจรจาเปิดเสรี สร้างมาตรฐานร่วม และเชื่อมโยงระบบขนส่ง
  - ประสานเศรษฐกิจการค้าการลงทุนและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือระดับพหุภาคี อาทิ RCEP TPP WTO
  - ขับเคลื่อนกลไกการค้ากับประเทศกำลังพัฒนา
  - สร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจการค้าอย่างใกล้ชิดกับประเทศพัฒนาแล้ว
  - สร้างการรับรู้และการยอมรับในสินค้าและบริการของไทยในเวทีโลก
  - ประสานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยอำนวยความสะดวกทางการค้าของไทยในต่างประเทศ

- ✓ ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ✓ จำนวนธุรกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น
- ✓ องค์กรทุนต่างๆ ให้ความสำคัญต่อธุรกิจของไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ
- ✓ สัดส่วน GDP ของภาคบริการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะ
- ✓ มูลค่าการลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะ
- ✓ มูลค่าการค้าและบริการจากต่างประเทศและสาขาต่างประเทศเพิ่มขึ้น
- ✓ มูลค่าการค้าที่เกิดจากรูปแบบธุรกิจการค้าที่ผู้ผลิตมีสมัยนิยม

- ✓ การทำธุรกิจมีความสะดวกและรวดเร็วขึ้น
- ✓ ความน่าเชื่อถือของภาคบริการเพิ่มขึ้นตามแผนต่างสอดคล้องกับ WTO
- ✓ มีผู้ประกอบการที่เป็นธรรมและมีการแข่งขันสูงขึ้น
- ✓ อันดับความยากง่ายในการประกอบธุรกิจของไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ

- ✓ การเข้าถึงข้อมูลตลาดของผู้บริโภคและสามารถเชื่อมโยงข้อมูลที่เป็นทางการในภาคบริการที่สะดวกและรวดเร็ว
- ✓ จำนวนผู้บริโภคที่รวมตัวและมีบทบาทมากขึ้นในตลาดเพื่อรักษาลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคที่มี

- ✓ ระดับความถี่เร่งของการเจรจาเปิดเสรีและสร้างมาตรฐานการค้า
- ✓ ระดับความถี่เร่งของการเจรจาอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุน

กระทรวงพาณิชย์รับเลขที่ ๐๗๕๓๓  
วันที่ ๙ ก.ย. ๒๕๕๙ เวลา ๘.๕๔  
ผู้รับ ๒๑/

ปลัดกระทรวงพาณิชย์  
เลขรับที่ ๘๙๘๖  
วันที่ ๙ ก.ย. ๒๕๕๙ เวลา ๑๖.๕๖

สำนักงานรัฐมนตรี  
กระทรวงพาณิชย์  
เลขรับ ๕๙๘๑  
วันที่ ๙ ก.ย. ๕๙ เวลา ๑๐.๕๙



**ด่วนที่สุด**  
ที่ นร ๐๕๐๕/๓๑๐๐๓

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
เลขรับ ๗๕๐๙  
วันที่ ๙ ก.ย. ๒๕๕๙ ๘.๕๔

๖ กันยายน ๒๕๕๙

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี  
ทำเนียบรัฐบาล กทม. ๑๐๓๐๐

เรื่อง ร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙)  
เรียน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์  
อ้างถึง หนังสือกระทรวงพาณิชย์ ด่วนที่สุด ที่ พณ ๑๑๐๔/๓๖๒๐ ลงวันที่ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๙

ตามที่ได้เสนอเรื่อง ร่างยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ ระยะ ๒๐ ปี (กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๗๙)  
ไปเพื่อคณะกรรมการทราบ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้นำเสนอคณะกรรมการทราบแล้วเมื่อวันที่ ๖ กันยายน ๒๕๕๙

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปัญญาพล ศรีแสงแก้ว)

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนายุทธศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ ปฏิบัติราชการแทน  
เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

สำนักพัฒนายุทธศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ  
โทร. ๐ ๒๒๘๐ ๙๐๐๐ ต่อ ๓๒๗ (อิทธิศักดิ์) ๔๔๔ (อิทธิพล)  
โทรสาร ๐ ๒๒๘๐ ๑๔๔๖  
www.soc.go.th