



แผนปฏิบัติการ ด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570

จัดทำโดย
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์



TPSO
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ (พ.ศ. 2568 - 2570)

จัดทำโดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

คำนำ

แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570 เป็นแผนระดับที่ 3 ที่มีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง กำหนดทิศทางการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศ ประการที่สอง บูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับหน่วยงานภาคเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าอย่างมีเป้าหมายเดียวกันและเป็นเอกภาพ และประการที่สาม เป็นกลไกสำคัญในฐานะเป็นแผนระดับที่ 3 ที่ถ่ายทอดเป้าหมายของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ให้สัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม

แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติฯ ได้ถูกรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในส่วนภูมิภาค 5 ครั้ง ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคใต้ และส่วนกลางอีก 5 ครั้ง อย่างรอบด้าน เพื่อให้การจัดทำและการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติฯ สามารถสัมฤทธิ์ผลในเชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และนำไปสู่เป้าหมายสำคัญ คือ ผู้ประกอบการไทยทุกระดับมีความสามารถในการแข่งขัน มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวและยกระดับให้เท่าทันกับเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

กันยายน 2567

สารบัญ

		หน้า
คำนำ		
สารบัญ		
ส่วนที่ 1	บทสรุปผู้บริหาร	1
ส่วนที่ 2	ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560	26
	แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	26
	แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	31
	แผนระดับที่ 2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13	43
	แผนระดับที่ 3 (ที่เกี่ยวข้อง)	51
ส่วนที่ 3	ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) แห่งสหประชาชาติ	52
ส่วนที่ 4	สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570	54
	4.1 การประเมินสถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขันของเศรษฐกิจการค้าไทย	54
	4.1.1 สถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขัน ของเศรษฐกิจการค้าไทย	54
	4.1.2 สถานการณ์สำคัญของโลกที่ส่งผลต่อทิศทางและรูปแบบการค้า	119
	4.2 ภาพรวมของแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570	147
	4.2.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย	147
	4.2.2 แผนปฏิบัติการเรื่อง ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติฯ	147
	1) แผนปฏิบัติการเรื่อง การพัฒนาการค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	147
	2) แผนปฏิบัติการเรื่อง การพัฒนาและยกระดับการส่งออกของไทย	153
	3) แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม การเกษตร	158
	4) แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าสินค้าอุตสาหกรรม	164
	5) แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าธุรกิจบริการ	172

ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร

1. ความจำเป็นของการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570

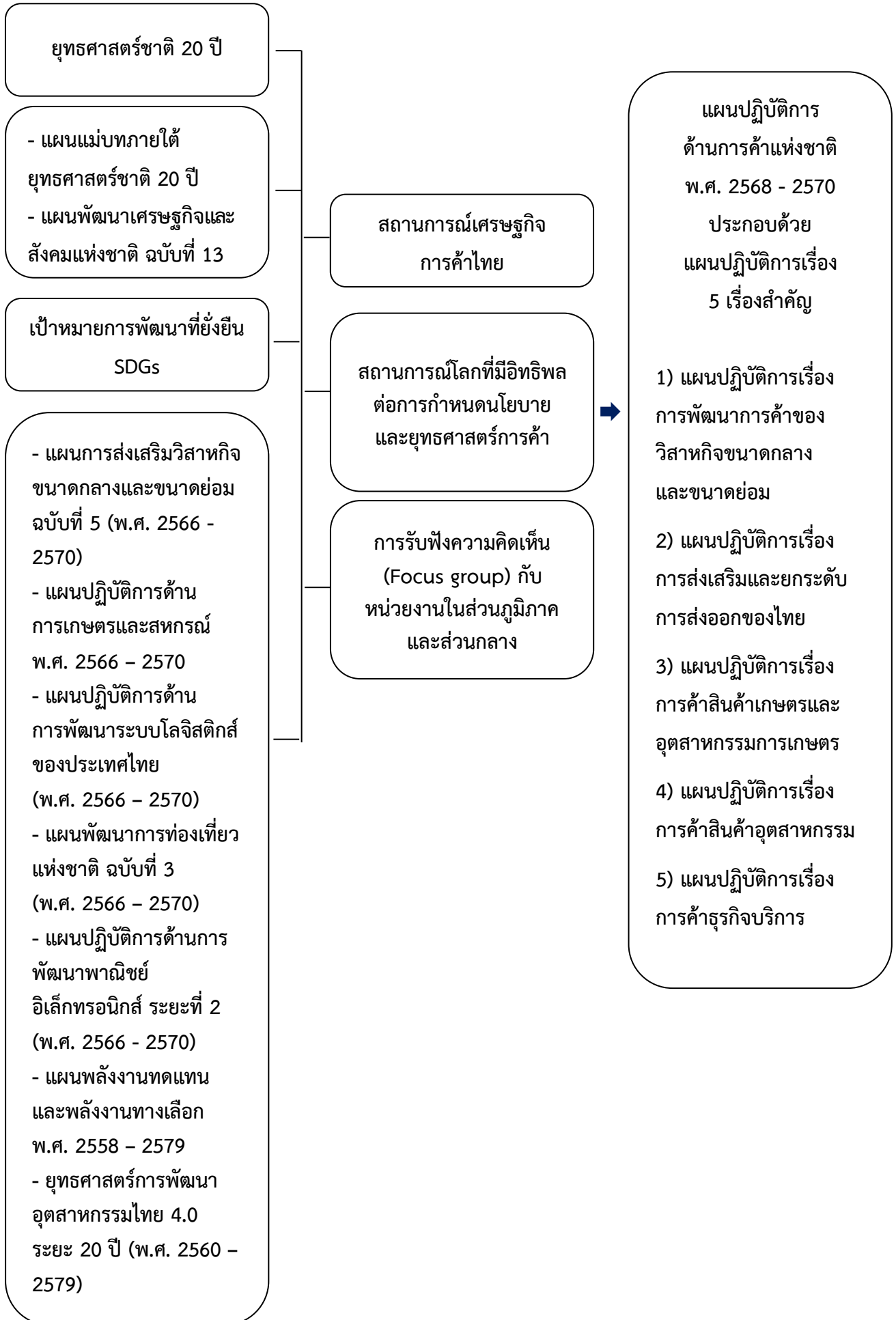
แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570 เป็นแผนระดับที่ 3 ที่มีวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ประการ คือ **ประการที่หนึ่ง** เป็นแผนที่ถูกจัดทำขึ้นเพื่อใช้กำหนดทิศทางทางการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศ **ประการที่สอง** เป็นแผนที่ช่วยบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับหน่วยงานภาคเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าอย่างมีเป้าหมายเดียวกันและเป็นเอกภาพ และ **ประการที่สาม** เป็นแผนที่เป็นกลไกสำคัญในฐานะแผนระดับที่ 3 ที่ถ่ายทอดเป้าหมายของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ให้สัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจหลักด้านการวางแผนพัฒนานโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศ ได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ เพื่อให้เป็นแผนการพัฒนาค้าของประเทศ โดยมีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และแผนอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนับสนุนการพัฒนาค้าของประเทศ ซึ่งแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570 จะเป็นกรอบกำหนดทิศทางของการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 3 ปี ข้างหน้า เพื่อให้ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ องค์กรมหาชน รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางในการทำงานร่วมกัน รวมถึงการจัดทำแผนงาน โครงการ กิจกรรม ทั้งในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพ และหน่วยงานสนับสนุนต่อไป

2. กรอบแนวคิดของการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570

การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570 ได้จัดทำภายใต้กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของเศรษฐกิจการค้าไทย โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรคความท้าทายในปัจจุบัน สถานการณ์โลกที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า รวมถึงการประเมินสถานการณ์การพัฒนาในประเด็นในรายงานการประเมินผลตามยุทธศาสตร์ชาติของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ได้ครอบคลุมทุกมิติ ประกอบกับการพิจารณาแผนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติฯ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจการค้าของประเทศ เช่น แผนปฏิบัติการด้านการเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2566 – 2570 แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 -2570) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. 2566 – 2570) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) แผนการพัฒนากิจการอุตสาหกรรม รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาประเทศในระดับสากล ประกอบกับการประชุมรับฟังความคิดเห็นกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน (Focus group) ทั้งในส่วนภูมิภาค (ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคใต้) และส่วนกลาง มาประกอบการพิจารณาและจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ

กรอบแนวคิดการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570



3. การประเมินสถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขันของเศรษฐกิจการค้าไทย

3.1 สถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขันของเศรษฐกิจการค้าไทย

3.1.1 ภาพรวมของสถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขัน

สถาบัน IMD จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย ประจำปี 2567 ให้อยู่ในอันดับที่ 25 จาก 67 เขตเศรษฐกิจ เพิ่มขึ้น 5 อันดับ และเมื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขันภายในภูมิภาคเอเชียใต้และแปซิฟิก จำนวน 14 เขตเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยสิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน ออสเตรเลีย จีน เกาหลีใต้ ไทย อินโดนีเซีย นิวซีแลนด์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น อินเดีย ฟิลิปปินส์ และมองโกเลีย พบว่าไทยอยู่ในอันดับที่ 7 ขณะที่เมื่อเปรียบเทียบเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน (จำนวน 5 เขตเศรษฐกิจ ได้แก่ สิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์) ไทยอยู่ในอันดับที่ 2 โดยสรุป อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยปรับอันดับดีขึ้นจากปี 2566 ทั้งในเวทีโลก ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก และอาเซียน

อย่างไรก็ดี ยังมีบางประการที่ภาครัฐและภาคเอกชนต้องบูรณาการการทำงาน เพื่อเร่งแก้ไขและยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน ได้แก่ สุขภาพและสิ่งแวดล้อม การศึกษา โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ และกฎหมายธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดึงดูดการลงทุน โดยเฉพาะการลงทุนในอุตสาหกรรมแห่งอนาคต และอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง โดยไทยยังมีจุดอ่อน คือ ขาดเม็ดเงิน และทรัพยากรที่จำเป็นในการลงทุน เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ทุกภาคส่วนจึงควรเร่งขับเคลื่อนและพัฒนาความพร้อมทั้งด้านนโยบายภาครัฐ การปรับปรุงกฎหมายให้มีความเหมาะสม และเอื้อต่อการลงทุนสร้างมูลค่าเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของเมือง การลงทุน และการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งอนาคต รวมทั้งเตรียมความพร้อมด้านการศึกษาของบุคลากรในประเทศให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและห่วงโซ่อุปทานโลก เพื่อให้ไทยสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้อย่างยั่งยืน

3.1.2 ความท้าทายด้านความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของไทย

- การส่งออกไทยประสบปัญหาเชิงโครงสร้างที่ทำให้อัตราการขยายตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน
- การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ในไทย ต่ำกว่า FDI ในประเทศเพื่อนบ้าน
- ภาคการผลิตยังไม่สามารถปรับตัวตอบสนองต่อรูปแบบความต้องการสินค้าในโลก และห่วงโซ่อุปทานโลกที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีนัก ตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Relocation) ที่เน้นทำให้ห่วงโซ่อุปทานสั้นลง และเปลี่ยนจากห่วงโซ่อุปทานโลกสู่ห่วงโซ่อุปทานภูมิภาคและอนุภูมิภาค
- ไทยกำลังเข้าสู่ภาวะสังคมสูงวัยและอัตราการเกิดลดลง ส่งผลให้ขาดแคลนแรงงานในภาคการผลิต และมีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยีทดแทนคนในภาคการผลิตมากขึ้น
- ไทยยังมีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้ต่ำกว่าศักยภาพ เนื่องจากไทยผลิตแรงงานทักษะสูงและมีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาน้อย
- การปรับตัวต่อประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมของภาคการผลิตเพื่อส่งออกเป็นไปอย่างล่าช้า

3.1.3 เศรษฐกิจการค้าไทยรายสาขา (เกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ)

1) การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

ภาคเกษตรมีบทบาทสำคัญทั้งในแง่เศรษฐกิจและความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งสามารถผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่หลากหลาย โดยในปี 2566 ภาคเกษตรมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ 1.54 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.6 ของ GDP ซึ่งถูกขับเคลื่อนโดยครัวเรือนเกษตรกรจำนวน 7,718,310 ครัวเรือน ประชากรภาคเกษตร 29.6 ล้านคน (ประกอบอาชีพเกษตรกรหรือเกี่ยวข้องกับการเกษตร) หรือมากกว่าร้อยละ 44.8 ของประชากรทั้งประเทศ และมีแรงงานในภาคเกษตรจำนวน 19.7 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.8 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด

สำหรับด้านการค้าระหว่างประเทศ ในปี 2566 ไทยส่งออกสินค้าเกษตรมูลค่า 26,814.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.4 ของมูลค่าส่งออกสินค้าทั้งหมด และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมูลค่า 22,440.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.9 ของมูลค่าส่งออกสินค้าทั้งหมด โดยการส่งออกสินค้าเกษตร ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) สินค้ากสิกรรม มีมูลค่า 20,662.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 77.1 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร) (2) สินค้าประมง มีมูลค่า 1,525.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 5.7 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร) และ (3) สินค้าปศุสัตว์ มีมูลค่า 4,626.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 17.2 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร) สำหรับด้านตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 67.6 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรทั้งหมด ขณะที่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร มีมูลค่า 22,440.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสินค้าส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (2) น้ำตาลทรายและกากน้ำตาล (3) อาหารสัตว์เลี้ยง (4) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป และ (5) เครื่องดื่ม สำหรับตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น กัมพูชา และอินโดนีเซีย ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 42.2 ของมูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรทั้งหมด

อย่างไรก็ดี การเติบโตของเศรษฐกิจภาคเกษตรในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (2557 - 2566) ค่อนข้างต่ำ เฉลี่ยเพียงร้อยละ 1.6 ต่อปี ซึ่งพบ 10 ประเด็นความท้าทายด้านการค้าที่สำคัญ ดังนี้

1. ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากไทยนำเข้าปัจจัยการผลิตในปริมาณมาก โดยนำเข้าปุ๋ยเคมีมากที่สุด รองลงมา คือ สารกำจัดวัชพืช สารป้องกันและกำจัดโรคพืช สารกำจัดแมลง และเมล็ดพันธุ์

2. สินค้าเกษตรสำคัญต้องพึ่งพาส่งออกต่างประเทศ แต่ตลาดส่งออกยังขาดความหลากหลาย ตลาดส่งออกสำคัญของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรกระจุกตัวอยู่ที่จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น จำเป็นต้องขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพอย่างเชิงรุก เพื่อกระจายความเสี่ยง

3. การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรขาดความหลากหลาย และการสร้างมูลค่าเพิ่มยังไม่มาก ร้อยละ 87.8 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรในปี 2566 กระจุกตัวที่การส่งออกผลไม้ ข้าว ไข่ไก่ น้ำมันปาล์ม และยางพารา ขณะเดียวกันร้อยละ 62.0 ของมูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร กระจุกตัวที่การส่งออกน้ำตาลทราย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และเครื่องดื่ม นอกจากนี้ สินค้าส่งออกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้ากสิกรรม อีกทั้งสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมีมูลค่าส่งออกน้อยกว่าสินค้าเกษตร

4. การเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การเปิดเสรีทางการค้า (เช่น การลดอัตราภาษีศุลกากร) สร้างโอกาสให้แก่สินค้าไทยในตลาดโลก ขณะเดียวกันก็สร้างโอกาสให้กับสินค้าของประเทศคู่แข่งด้วย จึงส่งผลให้การแข่งขันทั้งในและต่างประเทศทวีความรุนแรง โดยสินค้าเกษตรจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันด้วยต้นทุนที่ถูกลง ขณะเดียวกันสินค้าไทยมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในตลาดส่งออกสำคัญ เช่น พุรีเรียนในตลาดจีน

5. มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (Non-tariff barriers) มีมากขึ้น กฎระเบียบและมาตรฐานถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ระบบรับรองมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรมีจำนวนมากและมีข้อกำหนดแตกต่างกันไป ทำให้ผู้ผลิตมีต้นทุนสูง หากต้องการจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดปลายทางที่ยอมรับมาตรฐานที่มีความแตกต่างกัน

6. การใช้นโยบายแทรกแซงตลาดสินค้าเกษตร ส่งผลต่อการบิดเบือนกลไกตลาด โดยเครื่องมือหรือนโยบายส่วนใหญ่ที่ภาครัฐนำมาใช้มักเป็นนโยบายด้านราคา ส่งผลให้กลไกตลาดไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และทำให้เกษตรกรไทยขาดแรงจูงใจที่จะพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด

7. อุปสรรคต่อการเข้าถึงตลาดของเกษตรกร เกษตรกรมีอำนาจต่อรองน้อย ส่วนใหญ่ทำการเกษตรแปลงเล็กและกระจายตัวตามพื้นที่ต่าง ๆ บางพื้นที่การคมนาคมขนส่งไม่สะดวก มีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคารับซื้อผลผลิต ทำให้ไม่มีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตและจำเป็นต้องจำหน่ายในราคาที่ไม่เป็นธรรม โดยมีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ (1) ขาดความรู้ทางธุรกิจ (2) คุณภาพสินค้าไม่แน่นอน (3) ขาดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน ทำให้เกษตรกรเผชิญกับปัญหาการถูกเอารัดเอาเปรียบ

8. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ภัยธรรมชาติที่รุนแรงส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรเสียหาย เกิดโรค/ศัตรูพืชระบาด และมีปริมาณผลผลิต คุณภาพ และราคาสินค้าลดลง อีกทั้งการจัดการอุปสงค์ อุปทาน ตลอดจนการจัดการข้อมูลจากทุกภาคส่วนยังขาดการวางแผนและทำงานร่วมกัน อีกทั้งข้อมูลบางรายการยังไม่สอดคล้องกัน

9. เกษตรกรขาดความรู้ในการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผลิตและแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและลดต้นทุนการผลิต การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในภาคเกษตรยังไม่ทั่วถึง เกษตรกรยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งไม่มีงบประมาณในการลงทุนด้านเทคโนโลยี ทุกภาคส่วนควรร่วมมือกันสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าแก่เกษตรกร ทั้งการค้าออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้เกษตรกร

10. การรวมกลุ่มเกษตรกรยังมีปัญหาในการดำเนินงาน เนื่องจากขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ การสร้างเครือข่าย และขาดการใช้ประโยชน์จากความร่วมมือเพื่อสร้างอำนาจต่อรองทางการค้า ทำให้การรวมกลุ่มและเครือข่ายเกษตรกรหลาย ๆ กลุ่มยังคงไม่เข้มแข็งและขาดประสิทธิภาพ

2) การค้าสินค้าอุตสาหกรรม

ภาคอุตสาหกรรมของไทยมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลสถิติบัญชีประชาชาติและผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา (2556 - 2565) เพิ่มขึ้นเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 2.8 จาก 4,420,724 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 5,670,190 ล้านบาท ในปี 2565 นอกจากนี้ ภาคอุตสาหกรรมยังเป็น

แหล่งรองรับการจ้างงานประมาณ 6.3 ล้านคน (สัดส่วนร้อยละ 15.7 ของผู้มีงานทำ) อย่างไรก็ตาม การจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมในช่วงปี 2557 - 2566 มีแนวโน้มลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.2 ต่อปี

แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อการค้าสินค้าอุตสาหกรรม

(1) **แนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance: ESG)** การขยายตัวอย่างรวดเร็วของภาคอุตสาหกรรมส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการใช้พลังงาน และเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2564 มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ในภาคอุตสาหกรรมรวมทั้งสิ้น 76.5 ล้านตัน CO₂ เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ร้อยละ 9.9 สอดคล้องกับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมปี 2564 ที่ขยายตัว โดยเฉพาะการผลิตของอุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเหล็ก มีการปล่อยก๊าซ CO₂ จากการใช้ถ่านหิน/ลิกไนต์ อยู่ที่ระดับ 46.2 ล้านตัน CO₂ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 17.5 โดยภาคอุตสาหกรรมกำลังเผชิญกับความท้าทายกับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Decarbonization) ในกระบวนการผลิต อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านเพื่อไปสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในหลายอุตสาหกรรมกำลังดำเนินไปได้ด้วยดี และมีหลายปัจจัยที่ช่วยเร่งให้เกิดเร็วขึ้น เช่น เทคโนโลยี เงินทุน ความต้องการของตลาด ห่วงโซ่อุปทาน โครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น ทั้งนี้ ประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นกระแสดังตัวของทั่วโลกที่หันมาเน้นเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน ทำให้แนวทางปฏิบัติด้าน ESG ซึ่งครอบคลุมการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของทุกภาคส่วน จึงทำให้ภาคอุตสาหกรรมต้องปรับตัวตามแนวทางปฏิบัติด้าน ESG เพื่อรองรับการค้าที่มีแนวโน้มจะนำเรื่องสิ่งแวดล้อมมาคิดกันสินค้าและบริการในอนาคต สำหรับอุตสาหกรรมของไทยมีแผนรองรับแนวคิด ESG และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ พลังงานหมุนเวียน และรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงแผนสนับสนุนภาคธุรกิจในกลุ่มโครงสร้างพื้นฐานที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุน เช่น อุตสาหกรรมและโลจิสติกส์อัจฉริยะ ในอีกมุมหนึ่ง อุตสาหกรรมหนักบางกลุ่มที่มีสัดส่วนการปล่อยก๊าซ CO₂ สูง อาทิ ปูนซีเมนต์ โลหะ (เหล็กและอลูมิเนียม) และปุ๋ยเคมี อาจต้องเร่งปรับตัวเนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เสี่ยงถูกเก็บภาษีคาร์บอน เช่นเดียวกับหลายประเทศ โดยเฉพาะสหภาพยุโรปที่จะเริ่มจัดเก็บภาษีคาร์บอน

(2) **การแยกห่วงโซ่อุปทานสหรัฐอเมริกา-จีน** สินค้าอุตสาหกรรมเป็นสินค้าที่อาเซียนได้ประโยชน์อย่างเด่นชัดจากการแยกห่วงโซ่อุปทาน โดยประเทศสมาชิกอาเซียนเกือบทุกประเทศ ยกเว้น สิงคโปร์ มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากเวียดนาม ขณะที่เมื่อวิเคราะห์ตลาดจีน ไทยไม่ได้รับอานิสงส์จากการที่จีนนำเข้าจากสหรัฐอเมริกาลดลง โดยส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยในตลาดจีนค่อนข้างคงที่ระหว่างปี ค.ศ. 2018 - 2022 ที่ร้อยละ 2.1 แม้ว่าจีนได้พยายามลดการพึ่งพาสินค้าจากสหรัฐอเมริกา และพึ่งพาแหล่งนำเข้าที่หลากหลายขึ้น ลดการพึ่งพาประเทศใดประเทศหนึ่งก็ตาม

(3) **ความท้าทายจากการพึ่งพาการนำเข้า** ภาคการผลิตบางส่วนของไทยมีมูลค่าวัตถุดิบนำเข้าต่อต้นทุนทั้งหมดเป็นสัดส่วนที่สูง สะท้อนถึงระดับการพึ่งพาการนำเข้าของภาคการผลิตนั้น ๆ โดยภาคอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ การผลิตอุปกรณ์และเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ และการคมนาคม (ร้อยละ 70.2) รองลงมา คือ โรงฟอกหนังและการแต่งสำเร็จหนัง (ร้อยละ 70.0) โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม (ร้อยละ 64.1) การผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์วิทยาศาสตร์และการแพทย์ (ร้อยละ 60.2)

และการผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม (ร้อยละ 57.7) ซึ่งอาจได้รับผลกระทบเมื่อราคาวัตถุดิบนำเข้าเปลี่ยนแปลงไป

ประเด็นความท้าทายของการค้าสินค้าอุตสาหกรรมไทย

(1) การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวในระดับต่ำ และมีแนวโน้มลดลง ขณะที่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูงยังมีสัดส่วนน้อย โดยสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ ขณะที่โครงสร้างสินค้าส่งออกส่วนใหญ่ของไทยกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมขั้นต้น และสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับกลาง ซึ่งไทยไม่ได้เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเอง และรับหน้าที่เป็นเพียงผู้ประกอบสินค้าเท่านั้น ทำให้นโยบายการผลิต การลงทุน และการพัฒนาในประเทศไทยขึ้นอยู่กับบริษัทแม่ของต่างประเทศเป็นหลัก

(2) การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าอุตสาหกรรมยังไม่มาก จากสัดส่วนมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นภายในประเทศของอุตสาหกรรมระดับต้นและอุตสาหกรรมระดับปานกลาง-ไฮเทค อยู่ในระดับกลาง จึงยังมีช่องว่างในการพัฒนา เมื่อเทียบกับประเทศอื่น

(3) การแยกห่วงโซ่อุปทานการผลิต (Decoupling) ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของตลาดสินค้าอุตสาหกรรมไทย

(4) การพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ และการกระจุกตัวของแหล่งนำเข้าจากต่างประเทศมากเกินไป โดยภาคการผลิตบางส่วนของไทยยังมีมูลค่าวัตถุดิบนำเข้าต่อต้นทุนทั้งหมดเป็นสัดส่วนที่สูง หรือสินค้านำเข้าบางประเภทมีแหล่งนำเข้ากระจุกตัวมาก

(5) อุปสรรคทางการค้าจากมาตรการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษี จากประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการใช้ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความสำคัญมากขึ้น

3) การค้าธุรกิจบริการ

ภาคบริการมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงกว่าภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม และมีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ 10.9 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61 ของ GDP โดยสาขาบริการที่มีมูลค่ามากเป็น 5 อันดับแรก คือ (1) การขายส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ (2) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย (3) กิจกรรมการบริหารราชการป้องกันประเทศและประกันสังคม ภาคบังคับ (4) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร และ (5) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า ขณะที่นิติบุคคลที่ส่งงบการเงินแก่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 568,127 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.8 ของนิติบุคคลที่ส่งงบการเงินทั้งหมด โดยสาขาที่มีจำนวนนิติบุคคลสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) การขายส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ (2) การก่อสร้าง และ (3) กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์ สำหรับการจ้างงาน มีแรงงานประมาณ 21.3 ล้านคน (สัดส่วนร้อยละ 53.5 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด) สาขาบริการที่มีจำนวนแรงงานสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) การขายส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ (2) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร และ (3) การก่อสร้าง

สาขาบริการศักยภาพ

กลุ่ม 1 กลุ่มศักยภาพสูง ได้แก่ กลุ่มที่พักแรมและร้านอาหาร (ท่องเที่ยว) และกลุ่มการขนส่ง และที่เก็บสินค้า (โลจิสติกส์) เป็นกลุ่มที่ GDP อยู่ในระดับสูงมาก และมีอัตราการเติบโตสูง ซึ่งต้องพิจารณา ยกระดับบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น และกลยุทธ์ที่ควรใช้ คือ การรักษามูลค่าและอัตราการเติบโตให้อยู่ในระดับสูง

กลุ่ม 2 กลุ่มต้องเร่งเพิ่มมูลค่า ได้แก่ กลุ่มธุรกิจข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร กลุ่มบริการสุขภาพ และกลุ่มการบริหารและบริการสนับสนุน เป็นกลุ่มที่ GDP อยู่ในระดับไม่สูงมาก แต่มีอัตราการเติบโตสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ควรเร่งให้มีสัดส่วนใน GDP สูงขึ้น เพื่อผลักดันสู่การเป็นธุรกิจศักยภาพสูงต่อไป และกลยุทธ์ที่ควรใช้ คือ การส่งเสริมให้มีกิจกรรมทางธุรกิจเพิ่มขึ้น

กลุ่ม 3 กลุ่มอิมตัว ได้แก่ กลุ่มบริการขายส่งและขายปลีก และกิจกรรมทางการเงิน และการประกันภัย เป็นกลุ่มที่ GDP ยังสูง แต่มีอัตราการเติบโตไม่สูง ซึ่งอาจต้องเร่งอัตราการเติบโตผ่านการพัฒนา บริการใหม่ ๆ และกลยุทธ์ที่ควรใช้ คือ การส่งเสริมให้มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ และปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ สู่รูปแบบใหม่ เพื่อเปิดโอกาสให้ธุรกิจกลุ่มนี้เติบโต

กลุ่ม 4 กลุ่มอ่อนแอ ได้แก่ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มก่อสร้าง กลุ่มวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิค กลุ่มการจ้างงานส่วนบุคคล กลุ่มการศึกษา กลุ่มศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ และกลุ่ม บริการอื่น ๆ เป็นกลุ่มที่ GDP และอัตราการเติบโตไม่สูง ซึ่งควรได้รับการดูแลประคับประคองให้สามารถ ยกระดับบริการให้มีมูลค่าและการเติบโตสูงขึ้น

การค้าบริการระหว่างประเทศของไทย

ปี 2566 การค้าบริการระหว่างประเทศของไทยมีมูลค่า 128.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งเป็น การส่งออก มูลค่า 63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยเป็นผู้ส่งออกบริการอันดับที่ 26 ของโลก มีส่วนแบ่งการส่งออกในตลาดโลกร้อยละ 0.8 และการนำเข้า มูลค่า 65.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยเป็น ผู้นำเข้าบริการอันดับที่ 27 ของโลก และมีส่วนแบ่งการนำเข้าในตลาดโลกร้อยละ 0.9 ซึ่งไทยขาดดุลบริการ ประมาณ 2.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ด้านการส่งออก สาขาบริการส่งออกของไทย 3 อันดับแรกในปี 2565 ได้แก่ (1) บริการ ท่องเที่ยว (สัดส่วนร้อยละ 39.3 ของมูลค่าการส่งออกบริการทั้งหมด) (2) บริการทางธุรกิจอื่น ๆ อาทิ การวิจัย และพัฒนา การให้บริการที่ปรึกษา (ร้อยละ 38.7) และ (3) การขนส่ง (ร้อยละ 16.2) โดยบริการ 3 สาขา มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 94.2 ของมูลค่าการส่งออกบริการทั้งหมด

ด้านการนำเข้า สาขาบริการนำเข้าของไทย 3 อันดับแรกในปี 2565 ได้แก่ (1) การขนส่ง (สัดส่วนร้อยละ 43.8 ของมูลค่าการนำเข้าบริการทั้งหมดของไทย) (2) บริการทางธุรกิจอื่น ๆ (ร้อยละ 27.5) และ (3) ท่องเที่ยว (ร้อยละ 10.7) ซึ่งบริการ 3 สาขา มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 82 ของมูลค่าการนำเข้าบริการทั้งหมด

การวิเคราะห์โอกาสการส่งออกบริการของไทย

สาขาที่มีศักยภาพในการส่งออกอย่างโดดเด่น คือ บริการท่องเที่ยว ซึ่งมีอัตราการเติบโตรวดเร็ว และมีส่วนแบ่งในตลาดโลกค่อนข้างสูง

สาขาที่ควรส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คือ บริการทางธุรกิจอื่น ๆ (อาทิ การวิจัย และพัฒนา การให้บริการที่ปรึกษา) เนื่องจากมีสัดส่วนในตลาดโลกค่อนข้างสูง แต่มีอัตราการขยายตัวน้อย

สาขาที่มีโอกาสการพัฒนา คือ บริการด้านการขนส่ง แม้ว่าจะมีส่วนในตลาดโลก รongลงมา แต่การส่งออกบริการของไทยกำลังเติบโต

สาขาที่ยังต้องการการผลักดัน คือ บริการทางการเงิน บริการด้านประกันภัยและ สวัสดิการบำนาญ บริการสารสนเทศและการสื่อสาร บริการก่อสร้าง บริการทรัพย์สินทางปัญญา และบริการ ส่วนบุคคล

แนวโน้มการค้าบริการในอนาคต

1. ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล เปิดโอกาสใหม่ให้ธุรกิจเติบโต สร้างสรรค์เศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ ลดต้นทุน พัฒนาทักษะแรงงาน ได้แก่ การสร้างช่องทางใหม่ในการให้บริการ เช่น e-commerce การเพิ่มมูลค่าบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น การศึกษาและพัฒนา การออกแบบ การตลาด การสร้างโอกาสการค้าและธุรกิจใหม่ เช่น บริการข้ามพรมแดน ธุรกิจให้บริการเกษตรอัจฉริยะ การแพทย์ เฉพาะเจาะจง

2. การรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดและวิกฤติการณ์สำคัญ อาทิ ภูมิรัฐศาสตร์ โรคอุบัติใหม่ ล้วนส่งผลกระทบต่อเกิดการเปลี่ยนแปลงต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ ภูมิภาค และโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนและการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนโอกาสในการอยู่รอดของธุรกิจ

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร ประกอบด้วย พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป และแตกต่างตามช่วงวัย ความต้องการของคนรุ่นใหม่ในการใช้เทคโนโลยี และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

4. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้คนตื่นตัวกับกระแส เศรษฐกิจสีเขียว เศรษฐกิจหมุนเวียน เกิดธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปราศจากของเสีย และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการพลังงาน

ประเด็นท้าทายของการค้าธุรกิจบริการ

ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมและโทรคมนาคม ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคม ไทยยังขาดผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ครอบคลุม ต้นทุนการประกอบธุรกิจโลจิสติกส์ยังสูง และขาดการพัฒนา โลจิสติกส์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ขณะที่โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึง กระจุกตัว อยู่ในเมืองหลัก อีกทั้งผู้ประกอบการในธุรกิจบริการยังไม่สามารถปรับตัวต่อการค้าในยุคดิจิทัลได้ดี

ด้านเทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมและการเข้าถึงแหล่งทุนที่เพียงพอ (1) ภาคบริการ ของไทยยังพึ่งพาเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากต่างประเทศ (2) เทคโนโลยีไทยยังดึงดูดนักลงทุนต่างชาติได้น้อยกว่าประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ๆ อย่างมาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม (3) กลไกการเข้าถึงแหล่งทุน ยังไม่เอื้อต่อการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม และ (4) การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับภาคบริการ ผ่านการใช้ ประโยชน์จากสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา นวัตกรรม เทคโนโลยี และการออกแบบ ยังมีไม่มากพอเท่าที่ควร

ด้านกฎระเบียบ ตามดัชนีข้อจำกัดด้านภาคการค้าบริการ (Services Trade Restrictiveness Index: STRI) ของ OECD ในปี 2565 พบว่า ไทยมีข้อจำกัดการค้าภาคบริการสูงกว่าประเทศ คู่แข่งในอาเซียนอย่างมาเลเซีย และเวียดนาม โดยข้อจำกัดที่สำคัญ อาทิ ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด และ ข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายบุคคล

ด้านข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และวางแผน ยังขาดข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์ วิจัย และวางแผนการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการที่เป็นปัจจุบัน และข้อมูลไม่บูรณาการเชื่อมโยงในแต่ละหน่วยงาน

ด้านทรัพยากรมนุษย์ ผลผลิตภาพแรงงานในภาคบริการหลายสาขายังอยู่ในระดับต่ำ เช่น กลุ่มการขนส่งและที่เก็บสินค้า กลุ่มการศึกษา กลุ่มที่พักแรมและร้านอาหาร กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มสุขภาพ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการผลักดันการส่งออก และแรงงานส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในธุรกิจบริการแบบดั้งเดิม

ด้านการค้าบริการระหว่างประเทศ ยังกระจุกตัวอยู่ในบางสาขา ทำให้เผชิญความเสี่ยงสูง หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในบริบทการค้าโลก อาทิ การท่องเที่ยว ซึ่งได้รับผลกระทบมากในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การลงทุน FDI ในภาคบริการยังมีมูลค่า/จำนวนธุรกิจที่ไม่สูงเท่าที่ควร การจัดทำ FTA ยังไม่ครอบคลุมทุกสาขาธุรกิจบริการที่ไทยมีศักยภาพ

ด้านการเพิ่มศักยภาพและผลิตภาพภาคบริการของไทยให้สูงขึ้น ผลผลิตภาพภาคบริการของไทยอยู่ในระดับไม่สูงมากนัก ผู้ประกอบการในหลายสาขายังไม่มีมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ จำนวนธุรกิจบริการมูลค่าสูงยังมีสัดส่วนที่ต่ำ และยังขาดการส่งเสริมการค้าภาคบริการสมัยใหม่ การขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศให้แก่ภาคบริการที่มีมูลค่าสูงยังมีไม่มากพอเท่าที่ควร

ด้านการบูรณาการความร่วมมือภายใน ประเทศ ระหว่างสาขา และระหว่างประเทศ หน่วยงานของไทยยังขาดการบูรณาการยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ กลยุทธ์ และแนวทางการส่งเสริมในภาพรวม รวมทั้งความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับสมาคมหรือสมาพันธ์ของภาคบริการยังไม่แข็งแกร่ง ตลอดจนการส่งเสริมกลุ่มคลัสเตอร์ธุรกิจบริการยังไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร

3.1.4 เศรษฐกิจการค้าส่งออก

การส่งออกสินค้ามีบทบาทในการสร้างรายได้และมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศกว่าร้อยละ 54.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และสร้างการจ้างงานกว่า 3 ล้านตำแหน่ง อย่างไรก็ตาม ภาคการค้าส่งออกที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้แก่เศรษฐกิจไทยมานานกว่า 30 ปี กำลังเผชิญกับ**ปัญหาเชิงโครงสร้างที่สะสมมาเป็นเวลานาน** โดยพบว่า มีสัญญาณ 5 ประการ ที่สะท้อนถึงปัญหาเชิงโครงสร้างอันส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกของไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายที่ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งปฏิรูปเศรษฐกิจการค้าเพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างเหล่านี้ ประกอบด้วย 1) ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยในตลาดโลกคงที่ ขณะเดียวกันบางสินค้ามีส่วนแบ่งตลาดลดลง 2) อัตราการเติบโตของการส่งออกสินค้าอยู่ในระดับต่ำ 3) สินค้าส่งออกที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทยกระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มน้อย 4) บางกลุ่มสินค้ามีการกระจุกตัวของตลาดส่งออก ภาพรวมตลาดส่งออกของไทยกระจุกตัวอยู่ใน 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น อาเซียน และยุโรป ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 75 และเมื่อศึกษาในรายสินค้าพบสินค้าที่มีความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของตลาด เช่น ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ยางผสม สตาร์ทซ์และอินูลินจากถั่วพีช เนื้อสัตว์ปรุงแต่ง มันสำปะหลัง ส่วนประกอบของเครื่องโทรศัพท์ และเฟอร์นิเจอร์ และ 5) ขาดความหลากหลายของสินค้าส่งออกบางกลุ่ม โดยการส่งออกของกลุ่มสินค้ากระจุกตัวอยู่ที่สินค้าเพียงไม่กี่ชนิด

จากปัญหาเชิงโครงสร้าง 5 ประการข้างต้น สามารถส่งผลกระทบต่อปัญหาไปยังภาคแรงงาน และภาคการเงิน โดยภาคแรงงาน แรงงานในภาคอุตสาหกรรมประมาณ 6.4 ล้านคน¹ มีความเสี่ยงด้านการพัฒนา ไม่ทันตามความก้าวหน้าของตลาดโลก ขาดการพัฒนาและยกระดับทักษะความรู้ให้ทันสมัย เพื่อให้สอดคล้องกับ ตลาดแรงงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ขณะที่ภาคการเงินเป็นผลสืบเนื่องจากความสามารถทางการแข่งขันที่ลดลง จะส่งผลกระทบต่อดุลการค้ำในระยะยาว และอาจมีผลต่อเสถียรภาพของค่าเงินบาท โดยความสามารถ ทางการแข่งขันการส่งออกที่ลดลง และการนำเข้าสินค้าที่มีมูลค่าสูง รวมถึงการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภค ทดแทนสินค้าที่ผลิตในประเทศ เกิดผลกระทบต่อดุลการค้ำที่เกินดุลลดลง หรืออาจเกิดการขาดดุลการค้ำที่ มากขึ้นกับบางประเทศ ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวสามารถนำไปสู่ผลกระทบต่อเสถียรภาพของค่าเงินบาทให้อ่อนค่า ในระยะยาวได้

ไทยมีจุดแข็งที่สำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้า เกษตรหลายรายการรายใหญ่ของโลก โดยไทยได้รับอานิสงส์มาจากการพัฒนาในอดีตที่สามารถดึงดูด การลงทุนจากต่างประเทศได้มากจนกลายเป็นฐานการผลิตที่แข็งแกร่งของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ยานยนต์ และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มของไทยยังเติบโต จากศักยภาพในการเป็นครัวของโลกที่มีข้อได้เปรียบจากการผลิตครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงการแปรรูป ในมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การวางตัวเป็นกลางในการแบ่งขั้วทางเศรษฐกิจ (Decoupling) เป็นหนึ่งในโอกาสทางการค้าของประเทศ ทำให้ไทยได้รับอานิสงส์ของการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) จากการแบ่งขั้วของห่วงโซ่การผลิตโลกระหว่างประเทศที่ใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกา และจีน โดยศูนย์วิจัย เศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) ประเมินว่า ไทยจะได้รับอานิสงส์ของ Trade Diversion จากการแบ่งขั้วของห่วงโซ่การผลิตโลก โดยไทยจะได้รับประโยชน์จากการส่งออกสินค้าขั้นสุดท้ายมากกว่า สินค้าขั้นกลาง ซึ่งสะท้อนว่า ไทยมีโอกาสที่จะนำเข้าสินค้าขั้นกลางเพื่อมาผลิตและส่งออกมากขึ้น **รัฐบาลไทย** ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศ ที่อาจเกิดปัญหาในยามวิกฤต ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และรายย่อย และธุรกิจของ คนไทย และการกระจายรายได้ภายในประเทศอย่างสมดุล ส่งเสริมการกระจายรายได้และการพัฒนาเศรษฐกิจ ในระดับท้องถิ่น เป็นการยกระดับการเติบโตที่ถ่วงหน้า

3.1.4 เศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจภาคเอกชนในประเทศเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.5) เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีจำนวนประมาณ 3.2 ล้านราย และเป็นแหล่งการจ้างงานในระบบจำนวนกว่า 12 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 70 ของการจ้างงานในระบบทั้งประเทศ อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาที่ผ่านมา มูลค่าทางเศรษฐกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 3 เท่านั้น หรือมีสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 34 - 35 ของ GDP ซึ่งมีมูลค่าราว 5 - 6 ล้านล้านบาท ขณะที่การส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 15 ของมูลค่าส่งออกรวม

¹ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแหล่งรายได้ให้กับประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ แต่มีสถิติพบอัตราการอยู่รอดจากการประกอบธุรกิจในช่วง 3 ปีแรก เพียงร้อยละ 20 โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเผชิญกับปัญหาและความเปราะบางอยู่ 3 ประการสำคัญ คือ (1) การเติบโตของรายได้อยู่ในระดับต่ำและขาดกำไรสะสม (2) ต้นทุนต่อหน่วยสูง และ (3) อำนาจต่อรองต่ำ ขณะที่การสำรวจศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดกลาง และขนาดย่อม ฉบับไตรมาสสุดท้ายของปี 2566 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า วิสาหกิจทั้งประเภทบุคคลธรรมดา และนิติบุคคลมีผลประเมินศักยภาพและโอกาสในการเติบโตอยู่ในระดับต่ำ และปานกลาง ตามลำดับ เนื่องจากการเติบโตของกำไรมีความไม่สม่ำเสมอ มีปัญหาการรักษาฐานลูกค้าประจำ แม้ว่าจะมีความสามารถชำระหนี้ได้ตามปกติ แต่สภาพคล่องของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ประกอบการยังมีความกังวลเกี่ยวกับผลประกอบการและอนาคตของกิจการ

ประเด็นความท้าทายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. การขาดทักษะความเป็นผู้ประกอบการและทักษะในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับที่สามารถดำเนินการในบางเรื่องได้บ้าง แต่ต้องขอคำแนะนำเป็นส่วนมาก
2. การอาศัยโอกาสของตลาดส่งออกน้อย โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดเล็ก และรายย่อย มีสัดส่วนของรายได้ที่มาจากการส่งออกเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 20 และร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมด ตามลำดับ
3. การมีจำกัดด้านความสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี นวัตกรรมและดิจิทัล เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการ และยังใช้ประโยชน์จากตลาด E-Commerce น้อย
4. การปรับตัวภายใต้กระแสการค้าโลกในบริบทใหม่ โดยเฉพาะการปรับตัว เพื่อรับมือต่อมาตรการทางการค้าที่เกี่ยวกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม แรงงาน และสังคม
5. การเผชิญข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงเงินทุนเพื่อการส่งออก การเผชิญต่อต้นทุนวัตถุดิบและราคาซื้อเพลิงภายในประเทศปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศ
6. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่อยู่นอกระบบ และไม่ขึ้นทะเบียนกับภาครัฐ ทำให้หน่วยงานของรัฐไม่มีข้อมูลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (โดยเฉพาะวิสาหกิจรายย่อย) ทำให้ไม่สามารถออกแบบมาตรการเชิงลึกที่ตรงกับความต้องการของธุรกิจแต่ละประเภทและขนาด

3.2 สถานการณ์สำคัญของโลกที่มีผลต่อทิศทางและรูปแบบการค้า

1) สถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกเป็นวงกว้างได้ อาทิ ต้นทุนการค้าที่สูงขึ้นจากมาตรการด้านภาษี ต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้นจากความขัดแย้งที่นำไปสู่การปิดเส้นทางการขนส่ง โดยบรรยากาศการค้าระหว่างประเทศที่ตึงเครียด มักส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก และกระทบกับการตัดสินใจทางธุรกิจและการลงทุน

2) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน มีการกำหนดนโยบายหรือมาตรการที่สนับสนุนและส่งเสริม เพื่อให้ภาคธุรกิจต้องให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม จัดการ ปกป้อง ค้ำครอง แก้ปัญหา และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อันจะนำไปสู่การบังคับให้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต

ในภาคธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านการสร้างความตระหนักในการมีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบและพฤติกรรมการลงทุน

3) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีบทบาทต่อการทำธุรกิจการค้าในปัจจุบัน รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลิตภาพ การสร้างสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้น และการเพิ่มมูลค่าของสินค้า

4) โครงสร้างประชากร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกที่มีอัตราการเกิดใหม่ลดลง และการเข้าสู่สังคมสูงวัย มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนแรงงานลดลง ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างด้าว หรือการใช้เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงานมากขึ้น

4. ภาพรวมของแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570

วิสัยทัศน์: เศรษฐกิจการค้าของประเทศได้รับการยกระดับให้มีความสามารถทางการแข่งขันสูง

วัตถุประสงค์:

- (1) เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- (2) เพื่อยกระดับภาคการส่งออกของไทยไปสู่การส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และเพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศจากการส่งออก
- (3) เพื่อยกระดับการค้าภาคการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น และยกระดับรายได้เกษตรกร
- (4) เพื่อต่อยอดการค้าของสินค้าอุตสาหกรรมเดิมให้สูงขึ้น และสนับสนุนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมใหม่ที่มีศักยภาพ
- (5) เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการค้าภาคบริการ ทั้งบริการดั้งเดิมและบริการสมัยใหม่

เป้าหมาย: ผู้ประกอบการไทยทุกระดับมีความสามารถในการแข่งขัน มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงปรับตัวและยกระดับให้เท่าทันกับเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่

แผนย่อยภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570

4.1 แผนปฏิบัติการเรื่อง การพัฒนากิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. สัดส่วนมูลค่าส่งออกของ MSMEs ต่อมูลค่าส่งออกรวม อยู่ที่ร้อยละ 20 ภายในปี 2570
2. จำนวนผู้ส่งออกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 30,000 รายต่อปี ภายในปี 2570
3. ส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 ภายในปี 2570 โดยวัดจากสัดส่วนของรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลต่อรายได้ของนิติบุคคลทั้งประเทศ
4. สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ภายในปี 2570
5. วิสาหกิจประเภทนิติบุคคลขนาดเล็กได้รับการยกระดับเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 10,000 ราย ภายในปี 2570

1) ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ส่งเสริมโอกาสทางการค้าภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

- 1.1) กระตุ้นการบริโภคสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของคนภายในประเทศ
- 1.2) พัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีมาตรฐาน
- 1.3) สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น ศูนย์การค้า ท่าอากาศยาน สถานีรถประจำทาง ร้านอาหาร Michelin ศูนย์การประชุม แหล่งท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวสายมู เพื่อส่งเสริมให้พื้นที่ของสถานที่ข้างต้นเป็นจุดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของพื้นที่ภาคนั้น ๆ มากขึ้น

1.4) ส่งเสริมให้เส้นทางท่องเที่ยว ทั้งเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองนำเที่ยว เป็นช่องทาง การเพิ่มรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการ GI และผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.5) ส่งเสริมให้เข้าถึงการใช้ระบบการชำระเงินระหว่างประเทศด้วย Digital Payment หรือ Cashless Payment

2) ประเด็นการพัฒนาที่ 2 สร้างโอกาสการส่งออกให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

2.1) พัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ตรงกับความต้องการ ของตลาดต่างประเทศ และให้ได้รับมาตรฐานสากลหรือมาตรฐานของประเทศคู่ค้า รวมถึงมาตรฐานที่เกิดขึ้น จากกฎกติกาการค้าใหม่ ๆ ของโลก (เช่น มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม)

2.2) ส่งเสริมการนำสินค้าและบริการของไทยจำหน่ายผ่านช่องทาง Modern trade และ E-Commerce ของต่างประเทศ

2.3) ส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ FTA และความร่วมมือกับเมืองสำคัญของ ประเทศคู่ค้า

2.4) เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ มารวมศูนย์ไว้ในที่เดียว One Stop Service

2.5) ส่งเสริมบทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศของหน่วยงานของรัฐในส่วนภูมิภาคให้มากขึ้น

3) ประเด็นการพัฒนาที่ 3 พัฒนาความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ โดยออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมให้ตรงกับ ความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละสาขา

3.2) พัฒนาความสามารถในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่เจ้าของธุรกิจและแรงงาน

3.3) พัฒนาศักยภาพด้านการผลิต การค้า และการบริการ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน

3.4) ผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เพื่อเข้าถึง สิทธิประโยชน์จากมาตรการของภาครัฐ และสถาบันการเงิน

3.5) สนับสนุนการเข้าถึงเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ

4) ประเด็นการพัฒนาที่ 4 พัฒนาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจการค้าของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

4.1) พัฒนาระบบงานให้บริการของหน่วยงานของรัฐเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์

4.2) เชื่อมโยงระบบการบริการของภาครัฐ เพื่อลดต้นทุนทางการเงินและเวลาแก่วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม

4.3) สนับสนุนการสร้างเครือข่าย และการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างกันของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศ เพื่อเพิ่มการเชื่อมโยงในห่วงโซ่การผลิตภายในประเทศให้เข้มแข็ง

4.4) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจกับภาคการศึกษา และเป็นเวทีในการหารือแลกเปลี่ยนระหว่างความต้องการแรงงาน

4.5) คุ้มครองและสร้างความเข้มแข็งให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศ และส่งเสริมให้ตลาดภายในประเทศเกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม

4.2 แผนปฏิบัติการเรื่อง การพัฒนาและยกระดับการส่งออกของไทย

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. มูลค่าส่งออกภาพรวม มีมูลค่า 10 ล้านล้านบาท ภายในปี 2570
2. ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลก มีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.3 ภายในปี 2570
3. สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อมูลค่าส่งออกรวม ภายในปี 2570
4. สัดส่วนการค้ากับคู่ค้า FTA เพิ่มขึ้นไปอยู่ที่สัดส่วนร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้ารวม ภายในปี 2570

1) ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ยกระดับการส่งเสริมสินค้าส่งออกและธุรกิจบริการไทย และกระจายตลาดส่งออกของไทย

แนวทางการพัฒนา

1.1) ยกระดับการส่งออกที่มุ่งเป้าไปยังการผลักดันสินค้า/บริการ ที่มีความสำคัญต่อการเติบโตทางการค้าในอนาคต ได้แก่ กลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองยุค Next Normal และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ

1.2) รักษาตลาดเดิม และกระจายสัดส่วนตลาดส่งออกไปยังตลาดที่มีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงในอนาคต

1.3) ปรับการส่งเสริมการค้าในตลาดหลักจากนโยบายการส่งเสริมแบบองค์รวม เป็นนโยบายการส่งเสริมแบบรายเมือง/มณฑล/รัฐ (City Focus) โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกาและจีน เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสินค้าและบริการของไทยให้กระจายไปในหลายพื้นที่ของประเทศคู่ค้า โดยต่อยอดกลไกการจัดทำบันทึกความตกลง (MOU) ระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับเมืองต่าง ๆ ของต่างประเทศ

1.4) พัฒนาสินค้า Product Champion ในระดับจังหวัด/ท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ

2) ประเด็นการพัฒนาที่ 2 ขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ

แนวทางการพัฒนา

2.1) เจรจาความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้ากับประเทศคู่ค้าในหลายภูมิภาค ขยายการเจรจา FTA และความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมการค้าชายแดน/ผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน

2.2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า

2.3) ส่งเสริมการใช้กรอบความร่วมมือกับต่างประเทศให้เกิดประโยชน์ต่อการยกระดับภาคการส่งออก และการรักษาความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เช่น เสถียรภาพด้านพลังงาน และเสถียรภาพด้านอาหาร

3) ประเด็นการพัฒนาที่ 3 สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับมาตรฐานสินค้า

แนวทางการพัฒนา

- 3.1) พัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าในประเทศสู่มาตรฐานระหว่างประเทศ
- 3.2) ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเพื่อการส่งออก
- 3.3) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่การผลิต เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือตลาด
- 3.4) ส่งเสริมการสร้างสรรคและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

4) ประเด็นการพัฒนาที่ 4 คຸ້ມครองผู้ประกอบการภายในประเทศ สร้างความเข้มแข็งและเป็นธรรมทางการค้า

แนวทางการพัฒนา

- 4.1) ปรับปรุง แก้ไข และบังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการทางการค้า ให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจยุคใหม่ของผู้ประกอบการในประเทศ ให้สามารถแข่งขันได้อย่างเป็นธรรม
- 4.2) พัฒนากลไกปกป้อง คຸ້ມครอง และรักษาผลประโยชน์ทางการค้า ยกระดับการบังคับใช้กฎหมาย กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ กำกับดูแลพฤติกรรมทางการค้าและติดตามสถานการณ์การแข่งขันของตลาดอย่างใกล้ชิด
- 4.3) ยกระดับการอำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคทางการค้า พัฒนาระบบการให้บริการประชาชน ผู้ประกอบการ และภาคธุรกิจ โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการข้อมูล ตลอดจนการเชื่อมโยงระบบการบริการและข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ณ จุดเดียว (One Stop Service)
- 4.4) สร้างและส่งเสริมระบบนิเวศและปัจจัยสนับสนุนที่เหมาะสมต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ

4.3 แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 4.5 ต่อปี
2. อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.0 ต่อปี
3. มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรไปยังตลาดเป้าหมาย ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.0 ต่อปี

1) ประเด็นการพัฒนาที่ 1 การส่งเสริมการจัดการปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตรและโครงสร้างพื้นฐาน

แนวทางการพัฒนา

- 1.1) ลดต้นทุนปัจจัยการผลิต โดยผลักดันความร่วมมือระหว่างประเทศให้เกิดประโยชน์ต่อการนำเข้าปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูกลง กระจายแหล่งนำเข้าเพื่อลดการพึ่งพาแหล่งนำเข้าเพียงแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ขณะเดียวกันควรมีนโยบายสร้างปัจจัยการผลิตภายในประเทศให้สามารถพึ่งพาตนเอง

1.2) ส่งเสริมธุรกิจบริการด้านการเกษตรตลอดห่วงโซ่ อาทิ บริการให้เช่าเครื่องจักร บริการออกแบบติดตั้งระบบเกษตรอัจฉริยะ บริการจัดการศัตรูพืช บริการเก็บเกี่ยวผลผลิต และบริการข้อมูลเฉพาะทางเพื่อใช้วางแผนการเกษตร รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น

1.3) ผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพทั้งในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และภูมิภาค รวมถึงการจัดทำระบบควบคุมคลังสินค้า ตลอดจนยกระดับสถาบันเกษตรกรไทยที่เข้มแข็งให้เป็นผู้ประกอบการโลจิสติกส์เกษตร

1.4) ส่งเสริมการลงทุนภาคเกษตรในระดับท้องถิ่น โดยมีกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เช่น ปุ๋ยชีวภาพ การผลิตเชื้อเพลิงจากผลผลิตการเกษตร กิจการคัดคุณภาพและบรรจุ กิจการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม กิจการผลิตสารสกัด กิจการห้องเย็นและการขนส่งห้องเย็น เป็นต้น รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนภาคเกษตรจากต่างประเทศ ดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการในภาคเกษตร

2) ประเด็นการพัฒนานี้ 2 การส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาทักษะผู้ประกอบการสินค้าเกษตร

แนวทางการพัฒนา

2.1) พัฒนาความรู้และทักษะของเกษตรกร ให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มด้านการค้า การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยีทางการเกษตร และมาตรฐาน

2.2) พัฒนาความรู้และทักษะของผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตร ให้ความรู้และฝึกอบรมการทำ Business Model ระบบธุรกิจการเกษตรตั้งแต่ธุรกิจปัจจัยการผลิต ธุรกิจบริการทางการเกษตร ธุรกิจการผลิตสินค้าเกษตร ธุรกิจการแปรรูปสินค้าเกษตรและธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร

2.3) ส่งเสริมการรวมกลุ่ม อาทิ กลุ่มสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบของห้างหุ้นส่วนจำกัด สร้างความเข้มแข็ง อำนาจต่อรองทางการค้า และความน่าเชื่อถือในตลาด รวมทั้งช่วยลดต้นทุนด้วยการวางแผนการผลิตและการใช้ปัจจัยการผลิตร่วมกัน

2.4) ส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากข้อมูลด้านการค้าสินค้าเกษตรของภาครัฐ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ ทั้งการวางแผนบริหารจัดการด้านการผลิตและการตลาด การติดตามมาตรการต่าง ๆ

3) ประเด็นการพัฒนานี้ 3 การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการค้าสินค้าเกษตรมูลค่าสูง

แนวทางการพัฒนา

3.1) ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรแปรรูปและเกษตรมูลค่าสูง เช่น สินค้าอาหารแห่งอนาคต สินค้า GI สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ อาหารฮาลาล สินค้าสมุนไพร ตลอดจนสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง

3.2) ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์สินค้าเกษตร ผ่านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเชื่อมั่น และการยอมรับของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3.3) ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของไทย เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับคุณภาพ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์แผนไทย

(เช่น สมุนไพร) อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (เช่น พีชโปรตีนสูง) และอุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (เช่น อ้อย ปาล์มน้ำมัน ข้าวโพด และมันสำปะหลัง)

3.4) ส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรให้มีสินค้าและคู่ค้าหลากหลาย ควรผลักดันการส่งออกสินค้าที่มีศักยภาพใหม่ ๆ ที่ตลาดโลกต้องการ เช่น เครื่องเทศและสมุนไพร กาแฟ โกโก้ กล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ เนื้อไก่ กุ้ง ทุ่นำกระป๋อง อาหารสัตว์เลี้ยง และไอศกรีม สำหรับตลาดส่งออกควรกระจายไปยังตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ตะวันออกกลาง

4) ประเด็นการพัฒนาที่ 4 การส่งเสริมระบบตลาดสินค้าเกษตร

แนวทางการพัฒนา

4.1) รักษาเสถียรภาพสินค้าเกษตร บริหารจัดการปริมาณและราคาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการพัฒนาาระบบด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น

4.2) ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม ส่งเสริมระบบเกษตรพันธสัญญา การทำตลาดข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร ภายใต้สัญญาที่เป็นธรรม โดยเป็นการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีข้อตกลงไว้ล่วงหน้า ระหว่างเกษตรกรกับผู้รับซื้อผลผลิตทางการเกษตร ทำให้เกษตรกรมีรายได้แน่นอน

4.3) พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถจำหน่ายสินค้าได้ด้วยตนเอง ทั้งช่องทางดั้งเดิมและช่องทางอีคอมเมิร์ซ

4.4) ยกกระดับตลาดสินค้าเกษตรที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) เพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย สร้างการตลาดสินค้าเกษตรยั่งยืนในท้องถิ่น และค้าปลีกสมัยใหม่ สนับสนุนการจัดซื้อสินค้าจากกลุ่มเกษตรกรหลายกลุ่มเพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายต่อเนื่อง รวมถึงนำระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ตลอดจนสนับสนุนการวิจัยเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพืชเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น

5) ประเด็นการพัฒนาที่ 5 การอำนวยความสะดวกทางการค้า

แนวทางการพัฒนา

5.1) สนับสนุนการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์การค้าสินค้าเกษตร เพื่อกระจายสินค้าเกษตรไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

5.2) แก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้าสินค้าเกษตร ทั้งการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตร ผ่านการเจรจาการค้าและการเสริมสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งปรับปรุงและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3) ยกกระดับการให้บริการประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าเกษตร ประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการค้าสินค้าเกษตร อาทิ การใช้ประโยชน์จากข้อตกลง FTA การขออนุมัติอนุญาตให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ รวมทั้งพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการค้าของภาครัฐให้เกษตรกรและผู้ประกอบการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้

4.4 แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าสินค้าอุตสาหกรรม

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจากภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยร้อยละ 4
2. ผลิตภาพรวม (Total Factor Productivity: TFP) ภาคอุตสาหกรรมเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2
3. มูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3

- 1) **ประเด็นการพัฒนาที่ 1** ยกระดับสินค้าอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 1.1 มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าอุตสาหกรรมเดิม
ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 1.2 ส่งเสริมการเติบโตสินค้าอุตสาหกรรมใหม่

แนวทางการพัฒนา

- 1.1) สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากห่วงโซ่อุปทานเดิมที่ไทยมีศักยภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมพัฒนาให้มีการปรับตัว โดยวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานในแต่ละอุตสาหกรรม ควบคู่ไปกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงของโลก
- 1.2) แสวงหาแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายจากทั้งในและต่างประเทศ พร้อมส่งเสริมการผลิตและการใช้วัตถุดิบในประเทศ
- 1.3) พัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมให้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมไทยให้มีมาตรฐานตรงตามตลาดเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของตลาดและนำไปพัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมให้ตรงตามเป้าหมาย พร้อมทั้งให้มีมาตรฐานตามที่คู่ค้าต้องการ
- 1.4) สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมไทย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า และขยายมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด พร้อมทั้งการจุดเด่นของไทยในมิติต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรม
- 1.5) รักษาฐานตลาดเดิม และเสริมตลาด/ประเทศใหม่ที่มีศักยภาพ
- 1.6) เสริมสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอุตสาหกรรม

- 2) **ประเด็นการพัฒนาที่ 2** พัฒนาระบบนิเวศ (ecosystem) ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการแข่งขัน
ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 2.1 สนับสนุนความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ
ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 2.2 ลดทอนอุปสรรคทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ

แนวทางการพัฒนา

- 2.1) ส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ทั้งการรักษาและขยายมูลค่าการลงทุนของนักลงทุนเดิม รวมถึงดึงดูดมูลค่าการลงทุนของนักลงทุนใหม่
- 2.2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการแข่งขันของอุตสาหกรรม และส่งเสริมให้เกิดระบบนิเวศสีเขียวภายในพื้นที่เขตอุตสาหกรรม
- 2.3) สร้างโอกาสและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งในมิติของการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การประกอบธุรกิจและพัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่า

2.4) ขยายการเจรจาและส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงและความร่วมมือทางการค้า รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้ในมาตรการของประเทศคู่ค้าและกระบวนการในการขอใช้สิทธิให้กับผู้ประกอบการ

2.5) ทบทวนข้อกำหนดหรือกฎระเบียบ เพื่อลดข้อจำกัดทางด้านกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็นให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง

3) ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3 เร่งเสริมทักษะแรงงาน

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.1 สนับสนุนการสร้างแรงงานใหม่ (New skill)

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.2 ส่งเสริมทักษะแรงงานเดิม (Reskill & Upskill)

แนวทางการพัฒนา

3.1) ยกระดับทักษะ สมรรถนะ และศักยภาพของแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ให้มีคุณภาพ และมีมาตรฐานสอดคล้องกับการพัฒนาความสามารถเฉพาะบุคคล และความต้องการของตลาด โดยเฉพาะทักษะในเทคโนโลยีขั้นสูงและการต่อยอดความรู้ในการสร้างสรรคงานใหม่ ๆ

3.2) พัฒนาหลักสูตรและส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา เพื่อให้สามารถสร้างบุคลากรใหม่ที่มีศักยภาพและตอบโจทยความต้องการของอุตสาหกรรมใหม่ให้เข้าสู่ตลาดแรงงานมากขึ้น รวมถึงการสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญตรงสายอาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

3.3) ส่งเสริมความร่วมมือด้านการพัฒนาแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ทั้งในระดับประเทศ และองค์กร/บริษัทภายในประเทศ โดยให้มีการถ่ายทอดทักษะ เทคโนโลยี รวมถึงองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ และแรงงานไทย

3.4) ดึงดูดแรงงานต่างชาติที่มีทักษะให้เข้ามาทำงานในไทยมากขึ้น เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างแรงงานไทยและต่างชาติ ทั้งนี้ จะต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์ให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

4) ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4 สร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลก

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4.1 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรม

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4.2 สร้างความสามารถในการปรับตัว

แนวทางการพัฒนา

4.1) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้พื้นฐานเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำไปสู่การยกระดับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ และสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมไปสู่การทำธุรกิจฐานนวัตกรรม และการผลิตผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีขั้นสูง

4.2) ส่งเสริมการพัฒนาและสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง อาทิ การสร้างหลักสูตรการค้าในรูปแบบใหม่ การค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กฎระเบียบการค้าโลก การพัฒนาทักษะด้านการตลาดและการประกอบการ

4.3) พัฒนาและจัดการฐานข้อมูลภาคอุตสาหกรรมให้มีศูนย์กลางฐานข้อมูลแห่งชาติ

4.4) พัฒนาระบบเฝ้าระวัง/เตือนภัยภาคอุตสาหกรรม พร้อมทั้งดำเนินการบังคับใช้กฎระเบียบและมาตรการที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มงวด เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้า และปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคและผู้ประกอบการไทย

4.5 แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าธุรกิจบริการ

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. อัตราการขยายตัวของมูลค่าธุรกิจบริการเพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี

2. ดัชนีข้อจำกัดทางการค้าบริการ (Services Trade Restrictiveness Index: STRI) ของภาคบริการมีคะแนนลดลงไม่น้อยกว่า 0.03 ภายในปี 2570

3. อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกธุรกิจบริการไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี

1) ประเด็นการพัฒนาค่าที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการ
ประเด็นการพัฒนาค่าย่อยที่ 1.1 โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมและดิจิทัลที่มีคุณภาพสูงรองรับการเติบโตธุรกิจบริการ

แนวทางการพัฒนา

(1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมทั้งทางบก ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ เชื่อมโยงภายในประเทศให้ครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานกับประเทศเพื่อนบ้าน รองรับการแข่งขันหลายรูปแบบ และการขนส่งข้ามพรมแดน

(2) ส่งเสริมการแข่งขันในรูปแบบที่มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่ำ มีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(3) ส่งเสริมให้ภาคเอกชนสร้างคลังสินค้าตามเส้นทางการคมนาคม อาทิ สร้างถึงพักไซโล ห้องเย็นเก็บผลผลิต เพื่อเป็นการคงคุณภาพของสินค้าให้ยาวนานขึ้น และเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการขนส่ง โลจิสติกส์

(4) ส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมและดิจิทัลของผู้ประกอบการให้มากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจบริการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ปรับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล และสามารถพัฒนาระดับธุรกิจบริการได้มากขึ้น

ประเด็นการพัฒนาค่าย่อยที่ 1.2 การพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม และการเข้าถึงแหล่งทุนที่เพียงพอ เพื่อการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและดำเนินธุรกิจบริการ

แนวทางการพัฒนา

(1) สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านธุรกิจบริการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการภาคบริการสามารถบูรณาการองค์ความรู้ นวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

(2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งทุน เพื่อการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและดำเนินธุรกิจบริการ ตลอดจนประเมินและควบคุมความเสี่ยงในการให้เงินทุนโดยเฉพาะธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) มากขึ้น

(3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่และรายย่อยเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในการนำเทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจบริการ เพื่อพัฒนาระดับธุรกิจบริการเดิมและสนับสนุนธุรกิจบริการเกิดใหม่ให้มากขึ้น

(4) ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการที่ต่างชาติมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม ควบคู่กับการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี และการหาพันธมิตรร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการมูลค่าสูงของไทย โดยคำนึงถึงอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ไทยต้องการส่งเสริม

ประเด็นการพัฒนาร้อยยี่ 1.3 การพัฒนาสีเขียวเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนา

(1) ปรับเปลี่ยนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคสีเขียว และระบบโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(2) ขับเคลื่อนการส่งเสริมธุรกิจบริการสีเขียว โดยผลักดันให้ผู้ประกอบการใช้แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(3) สนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจบริการเกิดใหม่จากการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาทิ ธุรกิจซื้อขายคาร์บอนเครดิต ธุรกิจการจัดการของเสีย การระดมทุนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจสีเขียว ธุรกิจการออกแบบภูมิทัศน์ก่อสร้างประหยัดพลังงาน สตาร์ทอัพด้านสิ่งแวดล้อม

(4) มาตรการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสีเขียว (Green Transition) โดยการส่งเสริมกลไกการเงินสีเขียวในการจัดสรรเงินทุนสำหรับการเปลี่ยนผ่านสีเขียว ผ่านการออกพันธบัตรเพื่อความยั่งยืน และออกมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อการปรับตัวของภาคธุรกิจ

2) ประเด็นการพัฒนายี่ 2 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนเพื่อส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจบริการ

ประเด็นการพัฒนาร้อยยี่ 2.1 นโยบาย/กฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินและพัฒนาธุรกิจบริการอย่างเสรี โปร่งใส และเป็นธรรม

แนวทางการพัฒนา

(1) ทบทวน/ปรับแก้ไขกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs โดยอาจดำเนินการในรูปแบบศูนย์บริการร่วม/ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service: OSS)

(2) ทบทวน/ปรับนโยบาย/กฎระเบียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการอย่างเสรี โปร่งใส และเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

(3) มีมาตรการ/กฎระเบียบรองรับการควบคุมการดำเนินธุรกิจบริการจากต่างชาติให้ได้มาตรฐาน และมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มแข็งและเข้มข้น

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 2.2 การจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์

และวางแผน

แนวทางการพัฒนา

(1) จัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศภาคบริการให้ทันสมัยและสามารถเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ โดยควรมีหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการรวบรวมบูรณาการข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และออกแบบการเข้าถึงฐานข้อมูลสารสนเทศที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว เป็นมิตรกับผู้ใช้งาน

3) ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3 การพัฒนาคนในการขับเคลื่อนภาคบริการแห่งอนาคต

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.1 ผู้ประกอบการภาคบริการสามารถยกระดับการดำเนินธุรกิจ และการประกอบธุรกิจบริการมูลค่าสูงเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง และพัฒนาผู้ประกอบการภาคบริการให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจบริการในอนาคต โดยเฉพาะทักษะในด้านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การทำการตลาดทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งการคาดการณ์วางแผนการดำเนินธุรกิจ

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.2 แรงงานในภาคบริการมีความพร้อมในการขับเคลื่อนภาคบริการแห่งอนาคต

แนวทางการพัฒนา

(1) ยกระดับความพร้อมด้านการศึกษา และส่งเสริมการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะแรงงาน (Upskill) และการสร้างทักษะใหม่ที่จำเป็นต่อการทำงาน (Reskill) ทั้งแรงงานไร้ฝีมือ แรงงานฝีมือ และแรงงานระดับสูงทางอาชีพ และผลักดันให้แรงงานมีมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพเพื่อยกระดับมาตรฐานแรงงาน

(2) อำนวยความสะดวกให้แรงงานต่างชาติไร้ฝีมือ สามารถเข้ามาทำงานในไทยได้สะดวกขึ้น เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานไร้ฝีมือในภาคบริการของไทย โดยเพิ่มความยืดหยุ่นด้านการอนุญาต การขึ้นทะเบียนแรงงาน ลดขั้นตอน และผ่อนปรนกฎระเบียบให้ผู้ประกอบการไทย

(3) ดึงดูดให้แรงงานทักษะสูงทั้งคนไทยและต่างชาติทำงานในไทย โดยอำนวยความสะดวกในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การจ้างงาน และมาตรการทางภาษีที่จูงใจแก่แรงงานทักษะสูงคนไทย และวีซ่าที่มีเงื่อนไขยืดหยุ่นมากขึ้นเพื่อจูงใจให้แรงงานต่างชาติคุณภาพเข้ามาทำงานในไทย

4) ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4 การส่งออกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4.1 การค้าบริการระหว่างประเทศของไทยเติบโต

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมการส่งออกภาคบริการของไทยที่มีศักยภาพและโดดเด่นเป็นที่ต้องการในตลาดโลกมากขึ้น เช่น บริการท่องเที่ยว บริการธุรกิจอื่น ๆ บริการขนส่ง บริการทางการเงินประกันภัย ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจ Digital Content ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทยได้มากขึ้นด้วย

(2) ส่งเสริมการส่งออกบริการ โดยใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา และผลักดันการส่งออกบริการที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของไทย โดยผลักดันบริการทางวัฒนธรรมและขับเคลื่อน Soft Power

(3) ผลักดันให้เกิดการส่งเสริมการค้าบริการ ผ่านการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้า หรือการสร้างความร่วมมือกับประเทศคู่ค้าในสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพ หรือสาขาบริการที่ไทยมีความต้องการ

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4.2 การเพิ่มศักยภาพและผลิตภาพภาคบริการของไทยให้สูงขึ้น **แนวทางการพัฒนา**

(1) ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐาน และ/หรือคุณภาพของธุรกิจบริการให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมทั้งผลักดันให้ผู้ประกอบการขอรับรองใช้มาตรฐานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ

(2) ส่งเสริมการจัดงานแสดงธุรกิจบริการไทยในประเทศและต่างประเทศ การจับคู่ธุรกิจใหม่ ๆ ด้านบริการ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและสร้างห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็ง รวมทั้งการนำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการในต่างประเทศและบुकตลาดศักยภาพ เพื่อขยายตลาดและสร้างโอกาสความร่วมมือทางธุรกิจ

(3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในธุรกิจบริการจดทะเบียนนิติบุคคลให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มความน่าเชื่อถือและพัฒนาการดำเนินธุรกิจและการได้รับการส่งเสริม สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4.3 การบูรณาการความร่วมมือภายในประเทศ ระหว่างสาขาและระหว่างประเทศ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ

แนวทางการพัฒนา

(1) ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือของภาคบริการ ระหว่างภาครัฐและเอกชน และระหว่างเอกชนกับเอกชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาคม สมาพันธ์การค้าที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการ และเกิดความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ

(2) ประสานความร่วมมือและดำเนินการร่วมกันระหว่างธุรกิจบริการและธุรกิจอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารกับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และธุรกิจบริการสุขภาพกับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1)

1) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (หลัก)

(1) เป้าหมาย ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

(2.1) พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ กำหนดไว้ 5 แนวทางการพัฒนา

- **สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ** พัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในกระบวนการผลิตเพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ กระบวนการจัดการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ และกระบวนการตลาดเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถสร้างองค์ความรู้รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูง รวมถึงทักษะในการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการวางแผนธุรกิจและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยง

- **สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด** สนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศได้ โดยให้สร้างแบรนด์ที่มีอัตลักษณ์และเด่นชัด พัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง ส่งเสริมตลาดที่มีมูลค่าสูง ส่งเสริมตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชัน และช่องทางใหม่ที่รองรับไลฟ์สไตล์ของคนในอนาคต พัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาคของประเทศ พัฒนานวัตกรรมการกระจายสินค้า โดยการพัฒนาระบบการให้ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและธุรกิจในอนาคต

- **สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล** สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อการวางแผนธุรกิจ ต่อยอดพัฒนาธุรกิจเดิมและสร้างธุรกิจใหม่ เป็นช่องทางให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐให้มีมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงฐานข้อมูลความรู้วิจัยและนวัตกรรม สร้างแพลตฟอร์มกลาง ทั้งในด้านการผลิต การบริหารจัดการ การตลาดให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ

- **ปรับบทบาทและโอกาสเข้าถึงบริการภาครัฐ** พัฒนาและบูรณาการกลไกภาครัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นประเด็นการเริ่มต้นธุรกิจ การขออนุญาตต่าง ๆ การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การสร้างระบบและศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการให้มีความเป็นอัจฉริยะ โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และสถาบันวิชาการ และพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของภาคการผลิตและบริการทั้งในระดับส่วนกลางและชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจอย่างเกื้อหนุนระหว่างผู้ประกอบการที่มีขนาดและศักยภาพต่างกัน โดยมีระบบจูงใจให้เกิด

การถ่ายทอดเทคโนโลยีและการพัฒนาร่วมกัน และผลักดันการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้าและความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ

(2.2) การเกษตรสร้างมูลค่า โดยมุ่งเน้นเกษตรคุณภาพสูงที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษารายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น ประกอบด้วย เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ

- **เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น** ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่ม และรองรับกับความต้องการของตลาดยุคใหม่ อันเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างจุดเด่น/ความแตกต่างให้กับสินค้าเกษตรของไทยในตลาดโลก โดยให้มีการผลักดันการนำภูมิปัญญาผสมกับเทคโนโลยีมาพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าสามารถออกสู่ตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ สนับสนุนให้สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ส่งเสริมการขึ้นทะเบียนรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ขณะที่ด้านการตลาด ส่งเสริมให้สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นมีแบรนด์สินค้า สร้างความต้องการหรืออุปสงค์ผ่านการทำการตลาดสร้างเรื่องราวของสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และผลักดันให้สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น (เช่น สินค้า GI) สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้

- **เกษตรปลอดภัย** ส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถทำการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับมาตรฐาน และได้รับการรับรองจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังพัฒนาระบบการตรวจรับรองคุณภาพ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ ส่งเสริมเกษตรกรทำการเกษตรปลอดสาร และเปลี่ยนผ่านไปสู่เกษตรอินทรีย์ และให้การสนับสนุนตลาดให้แก่เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์

- **เกษตรชีวภาพ** ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เช่น พืชสมุนไพร ที่ประเทศมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกในระดับภูมิภาคและระดับโลก

- **เกษตรแปรรูป** ปรับใช้เทคโนโลยีมาพัฒนาสินค้าเกษตรขั้นต้นผ่านการแปรรูป โดยส่งเสริมการนำผลการวิจัยจากสถาบันวิจัยมาต่อยอดให้สามารถนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ได้ ขณะเดียวกันสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ

- **เกษตรอัจฉริยะ** นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเป็นฟาร์มอัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลผลิตการเกษตรในเชิงมูลค่าและปริมาณต่อพื้นที่สูงสุด คำนึงการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการส่งเสริมการเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างยั่งยืนให้กับภาคเกษตร ทั้งการสร้างฐานข้อมูลการเพาะปลูกระดับประเทศ การชลประทาน การติดตามการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ

(2.3) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต สร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่อาศัยเทคโนโลยี ดิจิทัล และนวัตกรรมในการพัฒนา รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอย่างยั่งยืน

- **อุตสาหกรรมชีวภาพ** เป็นการนำความหลากหลายของวัตถุดิบในภาคเกษตรมาต่อยอดในอุตสาหกรรมบนฐานชีวภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ชีวเคมีภัณฑ์ วัสดุชีวภาพ อาหารเสริม เวชสำอาง

วัคซีน ชีวเภสัชภัณฑ์ สารสกัดจากสมุนไพร พลังงานชีวมวล และจะเพิ่มสัดส่วนของภาคอุตสาหกรรมชีวภาพให้มากขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อลดปัญหาโลกร้อน สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรจากการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบในภาคการเกษตรที่มากขึ้น

- **อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร** พัฒนาอุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ให้รองรับความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้นจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยการพัฒนาระบบครอบคลุมทั้งการผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ การผลิตอวัยวะเทียม การผลิตเวชภัณฑ์และครุภัณฑ์การแพทย์ การผลิตเภสัชภัณฑ์ บริการทางการแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีการแพทย์ใหม่ ๆ อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปกับบริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางการส่งเสริมและดูแลสุขภาพและรักษาผู้ป่วยทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

- **อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์** สร้างความตระหนักในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ภาคการผลิตและภาคบริการ ผลักดันให้ผู้ประกอบการได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมในระดับสากล สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา ในการสนับสนุนการใช้ข้อมูล งานวิจัยและพัฒนา เพื่อต่อยอดในเชิงธุรกิจ รวมถึงร่วมมือกันพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล

- **อุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์** พัฒนาเพื่อส่งเสริมจุดแข็งทางภูมิศาสตร์ของประเทศให้กลายเป็นฐานการผลิตของภูมิภาคเพื่อการส่งออกสู่ตลาดโลก และศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน ขณะเดียวกันการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการขนส่งและโลจิสติกส์ช่วยสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ของภูมิภาคที่สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายโลจิสติกส์ทั่วโลกได้ รวมถึงเพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ ขณะที่การพัฒนาอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับการตลาด โดยส่งเสริมการตลาดบริการดูแลรักษาและซ่อมแซมอากาศยาน

- **อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ** พัฒนาอุตสาหกรรมความมั่นคงที่ไทยมีศักยภาพเพื่อลดการพึ่งพาจากต่างประเทศ และพัฒนาต่อยอดเป็นอุตสาหกรรมส่งออก โดยพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งในบริบทด้านความมั่นคงและเชิงพาณิชย์ ครอบคลุมรวมถึงการจัดการภัยพิบัติ ระบบการเตือนภัย การส่งเสริมความมั่นคงทางไซเบอร์ พลังงาน (รวมถึงพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก) เทคโนโลยีสองทาง เป็นต้น

(2.4) **สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว** มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย ใช้ประโยชน์จากข้อมูล เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาดผนวกกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึง

- **ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม** ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม

- **ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ** ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายพื้นที่จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและนิทรรศการ และการพักผ่อนระหว่างประชุมจากเมืองหลักสู่เมืองอื่นที่มีศักยภาพของไทย รวมถึงส่งเสริมให้การพักผ่อนระหว่างการประชุม

เป็นการจูงใจและต่อยอดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจร่วมกัน นอกจากนี้ สร้างความพร้อมของธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ธุรกิจ

- **ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย** ยกกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพและการส่งเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเป็นเอกลักษณ์การให้บริการตามแบบความเป็นไทยที่โดดเด่นในระดับสากล ส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ของไทยให้เป็นที่รับรู้ในระดับโลก รวมทั้งส่งเสริมการจัดการนำเที่ยวเชิงสุขภาพครบวงจรที่เชื่อมโยงกับการแพทย์แผนปัจจุบัน

(2.5) **โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก** โครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมทั้งโครงข่ายคมนาคมพื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก

- **เชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ** เชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมระดับภูมิภาคจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไปยังเอเชียใต้อย่างไร้รอยต่อ โดยมีไทยเป็นจุดเชื่อมโยงหลักของการคมนาคมให้เป็นระเบียบเศรษฐกิจแห่งเอเชีย เพื่อเป็นศูนย์กลางการคมนาคม การขนส่ง การกระจายสินค้า การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว สอดรับกับการพัฒนาการเชื่อมโยงกับกลุ่มเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค โดยการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อรองรับการขนส่งและโลจิสติกส์ตลอดห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาค โดยให้ความสำคัญกับการขนส่งทางน้ำและระบบรางมากขึ้น รวมทั้งสร้างความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างกันในภูมิภาคให้ง่ายและสะดวกมากที่สุด

- **สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ** ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ยกย่องรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เขตเศรษฐกิจตะวันตก ตลอดจนเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน โดยคำนึงถึงจุดเด่นของแต่ละพื้นที่และการเสริมซึ่งกันและกันกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งจัดผังเมือง ระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ การอำนวยความสะดวกทางการค้าการลงทุน ทั้งในด้านข้อมูล แรงงาน และกฎระเบียบต่าง ๆ รวมทั้งมาตรการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และมีมูลค่าเพิ่มสูง โดยตระหนักถึงความยั่งยืน

- **พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่** สนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศในการร่วมสร้างงานวิจัยและนวัตกรรมจากภาคเอกชน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานวิจัยหรือมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก เพื่อสร้างและถ่ายทอดเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานและเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้จริง การสนับสนุนธุรกิจแบบแพลตฟอร์มที่ทำให้เกิดการสร้างงานบริการในโลกดิจิทัลใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานบริการและบริหารของภาครัฐและเอกชน

- **รักษาและเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาค** โดยพัฒนานโยบายให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกและการดำเนินธุรกิจในอนาคต เพื่อให้เศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพเหมาะสำหรับการดำเนินธุรกิจ เชื่อมโยงการค้าการลงทุนของไทยกับต่างประเทศ เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นชาติการค้าในอนาคต และสนับสนุนการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างสมดุล โดยการสร้างภูมิคุ้มกันให้เศรษฐกิจไทยท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและการเงินชุมชน ขยายความร่วมมือ

ทางการค้าและการลงทุนเพื่อเปิดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อร่วมมือกันในการพัฒนาจากการผลิตไปสู่ตลาด เพื่อส่งเสริมการเป็นชาติการค้าอย่างครบวงจร

2) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (รอง)

(1) เป้าหมาย สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ กระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามาเป็นกำลังของการพัฒนาประเทศในทุกระดับ และเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อสร้างสังคมคุณภาพ

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ โดยในมิติของการค้าที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ มุ่งเน้นไปยังการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งมีเกษตรกรเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงฐานทรัพยากร การวิจัย ความรู้ ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำมาพัฒนาการผลิตและยกระดับเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเกษตร เพิ่มช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการค้าด้วยเครือข่ายพันธมิตรและวิสาหกิจเพื่อสังคม กำหนดนโยบายและกติกาเพื่อเพิ่มโอกาสของเกษตรกร พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการผลิตแปรรูปสินค้าให้มีเอกลักษณ์

3) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (รอง)

(1) เป้าหมาย พื้นฟูและสร้างใหม่ฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบทางลบจากการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจของประเทศ

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจให้เติบโตแต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำลง ผ่านแนวทางการส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคและการผลิต วิธีคิดและวิถีชีวิตของบุคคล และองค์กรให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด และมุ่งเป้าสู่การลงทุนที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและภาคเอกชน ส่งเสริมสินค้าและบริการที่สร้างคาร์บอนต่ำ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมถึงพัฒนารูปแบบทางธุรกิจที่ตอบสนองต่อการเป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ

2.2 แผนระดับที่ 2

2.2.1 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

(1) ประเด็น (08) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ (หลัก)

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย เพื่อให้ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

(1.2) แผนย่อย การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- พัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการโดยวางรากฐานการศึกษาในระบบและนอกระบบให้กับเยาวชนให้มีทักษะในการประกอบธุรกิจ พัฒนาทักษะที่จำเป็นที่หลากหลายของแรงงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลและธุรกิจรูปแบบใหม่ในอนาคต

- พัฒนาผู้ประกอบการทุกระดับให้มี “จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ” ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม ขยายช่องทางการตลาด สร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล และส่งเสริมการใช้ระบบประกันความเสี่ยงเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

- พัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) โดยการส่งเสริมให้ต่อยอดแนวความคิดนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างธุรกิจ และใช้ประโยชน์จากเขตพื้นที่นวัตกรรมในประเทศไทย รวมทั้งสนับสนุนการให้สิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริมการดึงดูดแรงงานและบุคลากรคุณภาพ

- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปรับรูปแบบธุรกิจใหม่โดยให้สิทธิประโยชน์ เพื่อให้สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับวิถีการดำเนินธุรกิจตลอดกระบวนการเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ลดต้นทุน และรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจและการตลาด สนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้

- ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนเชื่อมโยงระหว่างกัน พัฒนาระบบและกลไกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการการผลิตและการขนส่งและโลจิสติกส์

- เป้าหมายของแผนย่อย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น และความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลดีขึ้น

(1.3) แผนย่อย การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้า/บรรจุกฎหมายที่เด่นชัดที่มีคุณภาพ/มีความแตกต่าง ให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ

- สร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ เช่น สินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สินค้าเกษตรอินทรีย์ และสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

- ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมถึงเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ในการขยายช่องทางการตลาดผ่านการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและสื่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงและขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ สร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาคและมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการกระจายสินค้าโดยประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน

- สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้ (ตลาด ภาษา วัฒนธรรม และการบริหารความเสี่ยง) เครือข่ายพันธมิตรการค้าการลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย รวมทั้งพัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าและบริการของไทย เช่น จีน และอินเดีย เป็นต้น และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ ตลอดจนส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก

- เป้าหมายของแผนย่อย มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น และการขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น

(1.4) แผนย่อย การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ และสามารถเข้าถึง/ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการสร้างโอกาสให้ภาคธุรกิจ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ สถิติผลการวิจัยและพัฒนา ทรัพย์สินทางปัญญา การตลาด และนวัตกรรม ให้สามารถดำเนินการประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อน (Big Data) ซึ่งรวมถึงการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ให้เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

- สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาทั้งในและระหว่างประเทศ ในการพัฒนาผู้ประกอบการร่วมกัน โดยพัฒนาระบบและศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการยุคใหม่แบบครบวงจรเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจอย่างเกื้อหนุนกันระหว่างผู้ประกอบการที่มีขนาดและศักยภาพต่างกัน โดยมีระบบจูงใจให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาร่วมกัน การเรียนรู้

และให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของภาคการผลิตและภาคบริการทั้งในส่วนกลางและชุมชน ตลอดจนส่งเสริมการจัดการ การผลิต และพัฒนาบุคลากรทางเทคโนโลยีขั้นสูงให้มีประสิทธิภาพและมีความคล่องตัว ในการปฏิบัติงาน

○ สนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วม ทั้งในเชิงกายภาพและจากการใช้ประโยชน์ จากเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการทุกระดับ เพื่อลดต้นทุนของธุรกิจ เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ทักษะและนวัตกรรม ทั้งยังเป็นการเชื่อมต่อธุรกิจระหว่างกัน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงธุรกิจ ขนาดใหญ่กับธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมหรือธุรกิจตั้งต้นใหม่

○ สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำสินค้าและบริการมาขึ้นบัญชีนวัตกรรมไทย มีการพัฒนานวัตกรรมตามความต้องการ ของภาครัฐ และบริการตรวจสอบคุณสมบัติและประกาศขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรมไทย โดยมีแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าที่ขึ้นบัญชีนวัตกรรมอย่างชัดเจน

○ ยกกระดับบริการและโครงสร้างพื้นฐานทางคุณภาพ ดำเนินการเชิงรุกเพื่อแก้ จุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็งของระบบนวัตกรรมไทย โดยยกระดับบริการโครงสร้างพื้นฐานทางคุณภาพ ของประเทศ ได้แก่ การกำหนดมาตรฐาน การตรวจสอบ การรับรอง และมาตรฐาน เพื่อยกระดับสินค้า และบริการที่มีความจำเป็นให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ เพิ่มบทบาทการเป็นผู้ร่วมกำหนด มาตรฐานในเวทีสากล สร้างกลไกผู้บริโภคให้เข้มแข็ง สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถขึ้นทะเบียนมาตรฐาน ให้มากขึ้น สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐาน หรือความต้องการ เฉพาะที่ผู้ซื้อกำหนด อันจะทำให้สินค้าและบริการนั้นสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยเฉพาะตลาด คุณภาพสูงหรือตลาดเฉพาะกลุ่ม

○ พัฒนาระบบเตือนภัยด้านเศรษฐกิจ การเงิน และการค้า ให้ทันต่อ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี/นวัตกรรม การเคลื่อนย้ายทุน/แรงงาน และรูปแบบการค้า รวมทั้งมาตรการ กีดกันทางการค้ารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้ภาครัฐ/ภาคเอกชนมีเครื่องมือที่พร้อมในการบริหารจัดการความเสี่ยง และมีกลไกเชิงสถาบันในการดูแลเสถียรภาพระบบการเงินในภาพรวม และสร้างความตระหนักรู้ของภาครัฐ/ ภาคเอกชนถึงผลกระทบและความเสียหายจากความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยด้านวัฏจักรและการเปลี่ยนแปลง เชิงโครงสร้างเพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันสถานการณ์

○ เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของภาครัฐ โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ และกำกับดูแลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม

● เป้าหมายของแผนย่อย อันดันดับนโยบายของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจและผู้ประกอบการ ด้านการสนับสนุนและความสอดคล้องของนโยบายดีขึ้น

(2) ประเด็น (02) การต่างประเทศ

(2.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย การต่างประเทศของไทยมีเอกภาพ ทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มีมาตรฐานสากล และมีเกียรติภูมิในประชาคมโลก

(2.2) แผนย่อย ความร่วมมือเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- เสริมสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของนวัตกรรม เพื่อพัฒนาภาคการผลิตและบริการที่จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย และให้ไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางการค้าและการลงทุนของภูมิภาคเอเชีย

- พัฒนากฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมสินค้าและอุตสาหกรรมของไทยเข้าไปในห่วงโซ่มูลค่าโลก

- ส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่มุ่งกระจายความเจริญ และโอกาสทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยอย่างทั่วถึงมากขึ้น รวมทั้งมีบทบาทที่แข็งขันในการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในกรอบความร่วมมือระดับอนุภูมิภาคและภูมิภาคต่าง ๆ อาทิ ASEAN ACMECS BIMSTECs APEC เป็นต้น

- เสริมสร้างความร่วมมือและเจรจากับมิตรประเทศ องค์กร และภาคธุรกิจต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสและลดอุปสรรคทางเศรษฐกิจของไทย ทั้งการแสวงหาตลาด แหล่งลงทุน และแหล่งวัตถุดิบใหม่ของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ รวมถึงเพื่อนำองค์ความรู้จากต่างประเทศมาปรับใช้และต่อยอดในภาคธุรกิจบริการของไทย โดยเฉพาะองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อมุ่งให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการบริการในภูมิภาค โดยเฉพาะในด้านที่ไทยมีจุดแข็ง

- แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม จากประเทศที่มีศักยภาพในสาขาที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศไทย เสริมสร้างความร่วมมือในด้านการศึกษา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงงาน และดึงดูดผู้ที่มีความสามารถหรือทักษะพิเศษจากต่างประเทศ รวมถึงคนไทยที่มีความสามารถในต่างประเทศ

- ขยายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความมั่นคงทางอาหาร พลังงาน การส่งเสริมโอกาสจากสังคมสูงวัย การสนับสนุนและเพิ่มศักยภาพของประชากรกลุ่มเปราะบาง อาทิ เด็ก สตรี คนพิการ รวมถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทาง

- เป้าหมายของแผนย่อย ประเทศไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการค้า การลงทุน การบริการ และความเชื่อมโยงที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย โดยมีระบบเศรษฐกิจที่เน้นนวัตกรรมดีขึ้น

(3) ประเด็น (03) การเกษตร

(3.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย เพิ่มผลิตภัณท์มวลรวมในประเทศในสาขาเกษตร และผลิตภาพการผลิตของภาคเกษตร โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการสร้าง

ความมั่นคงทางอาหารและสร้างรายได้ให้กับประเทศ ซึ่งอาศัยการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ เทคโนโลยี นวัตกรรม และภูมิปัญญา ในการพัฒนาและสร้างมูลค่าสินค้าเกษตร ตลอดจน การบริหารจัดการระบบนิเวศตลอดห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่การผลิต การแปรรูป การตลาด การบริโภค โลจิสติกส์ และการเชื่อมโยงกับภาคการผลิตอื่น ๆ

(3.2) แผนย่อย เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา นวัตกรรม และเทคโนโลยี มาพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีสินค้าออกสู่ตลาดสม่ำเสมอ รวมถึงสินค้าเกษตรนอกฤดูกาล ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย

○ พัฒนาและยกระดับความสามารถของเกษตรกรและชุมชนในการพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

○ สร้างความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าในแต่ละท้องถิ่นผ่านการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า สร้างตราสินค้า พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกษตรอัตลักษณ์ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ในการเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิตอื่น เช่น การท่องเที่ยวและบริการ และส่งเสริมการบริโภคในระดับประเทศและการส่งออกไปตลาดโลก

● เป้าหมายของแผนย่อย สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(3.3) แผนย่อย เกษตรปลอดภัย

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ สร้างความตระหนักรู้ของผู้ผลิตและผู้บริโภคถึงความสำคัญของความปลอดภัยเพื่อสุขภาพและโภชนาการที่เหมาะสม พัฒนาระบบฐานข้อมูลสินค้าเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมการขยายตลาดการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย

○ ส่งเสริมเกษตรกร ชุมชน ท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน ให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่มีคุณภาพมาตรฐาน และพัฒนาต่อยอดไปจนถึงมาตรฐานขั้นสูง เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ รวมถึงส่งเสริมการวิจัยพัฒนาสินค้าให้สามารถผลิตสินค้าภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย และการคุ้มครองผู้บริโภคและการค้าระดับสากล

○ สนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์วิถีชาวบ้าน เพื่อต่อยอดสู่เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ควบคู่กับการขยายตลาดเกษตรอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ

○ พัฒนาระบบคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัยและระบบการตรวจรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลผลิตเกษตรปลอดภัย สถาบันเกษตรกรและเกษตรกรที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ตลอดจนพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นที่ยอมรับกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

● เป้าหมายของแผนย่อย สินค้าเกษตรปลอดภัยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น และผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัยของไทยได้รับการยอมรับด้านคุณภาพความปลอดภัยและคุณค่าทางโภชนาการสูงขึ้น

(3.4) แผนย่อย เกษตรชีวภาพ

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- ยกระดับให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจการเกษตรขนาดกลางและเล็ก บนฐานทรัพยากรชีวภาพ เพื่อต่อยอดไปสู่การผลิต การแปรรูป และการพัฒนาสินค้าเกษตรชีวภาพ และสนับสนุนให้มีการนำวัตถุดิบเหลือทิ้งมาใช้ในอุตสาหกรรมและพลังงานที่เกี่ยวข้องกับชีวภาพ

- ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เป็นพืชเศรษฐกิจตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ และการแปรรูปเพื่อป้อนในตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สินค้าประเภทโภชนาเภสัช ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

- ส่งเสริมการทำตลาดของสมุนไพรไทย โดยใช้โอกาสจากความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ อีกทั้งการหันมาใส่ใจในการรักษาสิ่งแวดล้อม

- เป้าหมายของแผนย่อย สินค้าเกษตรชีวภาพมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(3.5) แผนย่อย เกษตรแปรรูป

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- ส่งเสริมให้เกษตรกรใช้วัตถุดิบและผลิตผลการเกษตรเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรม เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง โดยให้นำเทคโนโลยี นวัตกรรม มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- ส่งเสริมการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ภูมิปัญญา มาประยุกต์ใช้ในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในสินค้าเกษตร เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

- ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า และขยายช่องทางตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และให้ความสำคัญกับการสร้างเครื่องหมายการค้าและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

- เป้าหมายของแผนย่อย สินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(3.6) แผนย่อย การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- ส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตร โดยใช้เทคโนโลยี และเครื่องมือต่าง ๆ ในการส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ร่วมกับการส่งเสริมการตลาดโดยใช้สื่อดั้งเดิม การจัดงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ ส่งเสริมการสร้างตราสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อการใช้งาน ความต้องการของผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนยกระดับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศตลอดห่วงโซ่การผลิต

- อำนวยความสะดวกทางการค้าและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการทางการค้าและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการให้มีความรวดเร็ว ไม่เป็นภาระ

ค่าใช้จ่าย ลดการสูญเสียของสินค้าระหว่างการขนส่ง ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการส่งสินค้า ตลอดจนเตรียมความพร้อมของสถานที่เก็บรวบรวม/รักษาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรที่ได้คุณภาพและมาตรฐาน

○ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์ รวมถึงเชื่อมโยงไปถึงผู้ประกอบการ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาด้านการผลิตและด้านการตลาดของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ รวมถึงให้มีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายใต้เงื่อนไขที่ผ่อนปรนมากขึ้น เพื่อยกระดับการพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรที่มีความเข้มแข็ง

○ พัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับการผลิตสินค้า ทั้งสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเป็นไปตามคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งจัดให้มีระบบการตรวจรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรอย่างเพียงพอ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

- เป้าหมายของแผนย่อย ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น

(4) ประเด็น (04) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

(4.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

● เป้าหมาย การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ และผลิตภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการเพิ่มขึ้น

(4.2) แผนย่อย อุตสาหกรรมชีวภาพ

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจฐานชีวภาพ เช่น ชีวเคมีภัณฑ์ วัสดุชีวภาพ ชีวเภสัชภัณฑ์ เวชสำอาง นวัตกรรมอาหารชีวภาพ สารสกัด สมุนไพร เชื้อเพลิงชีวภาพ และพลังงานชีวภาพ เป็นต้น

○ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจชีวภาพ ส่งเสริมการสร้างรายได้จากความหลากหลายทางชีวภาพของวิสาหกิจชุมชน และชุมชนท้องถิ่น และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเฝ้าระวังและดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีขั้นสูงที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสนับสนุนการลงทุนวิจัยและพัฒนา เพื่อสนับสนุนการขยายธุรกิจของวิสาหกิจเริ่มต้นในอุตสาหกรรมชีวภาพ

○ สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาตลาดภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้ในประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีชีวภาพ รวมถึงพัฒนามาตรการและสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการจากเศรษฐกิจฐานชีวภาพ และใช้กลไกการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้เกิดประโยชน์ ตลอดจนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ

- เป้าหมายของแผนย่อย อุตสาหกรรมชีวภาพมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

(4.3) แผนย่อย อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์ครบวงจร

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- พัฒนาอุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์แบบบูรณาการควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในห่วงโซ่มูลค่า เช่น อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ และอุตสาหกรรมชีวภาพ เป็นต้น พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการทางการแพทย์

- ขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศ

- เป้าหมายของแผนย่อย อุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

(4.4) แผนย่อย อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และยกระดับให้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในสังคม รวมทั้งส่งเสริมการสร้างตลาดภายในประเทศผ่านการสนับสนุนของภาครัฐ

- เป้าหมายของแผนย่อย อุตสาหกรรมและบริการเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

(4.5) แผนย่อย การพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- พัฒนาการให้บริการจัดทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ รวมทั้งพัฒนาสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ หรือมีตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

- เป้าหมายของแผนย่อย แรงงานไทยมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลในด้านความพร้อมในอนาคตดีขึ้น

(5) ประเด็น (05) การท่องเที่ยว

(5.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น

(5.2) แผนย่อย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

- แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

- สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการพื้นฐานของทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ผ่านองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยี และการออกแบบเพื่อสร้างสรรค์เป็นสินค้า รวมถึงการพัฒนากิจกรรมและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

- เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้มีทักษะและองค์ความรู้ในธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ทั้งด้านการออกแบบ การวิจัย

และพัฒนา การสร้างนวัตกรรมเทคโนโลยี การบริหารจัดการธุรกิจและการตลาด เพื่อสร้างความแตกต่าง และความโดดเด่นของสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดท่องเที่ยว

○ ส่งเสริมการจดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

● เป้าหมายของแผนย่อย สินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมได้รับการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มขึ้น

(5.3) แผนย่อย การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ สนับสนุนมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมทั้งสร้างความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การจัดเลี้ยง ของที่ระลึก บริการโลจิสติกส์ สถานบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดงาน และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจเริ่มต้น และชุมชนท้องถิ่น นำเสนอสินค้าและบริการเพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

○ ส่งเสริมการตลาดและสนับสนุนการเป็นเจ้าของภาพจัดงานในระดับนานาชาติ ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดเวทีการเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

○ พัฒนาขีดความสามารถในการประมุขสิทธิ์ การจัดงานระดับนานาชาติ โดยพัฒนาประสิทธิภาพของสมาคม และกลุ่มผู้จัดงานในประเทศไทย ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดงานระดับนานาชาติ ตลอดจนสร้างแม่เหล็กสำหรับการจัดประชุมนานาชาติ

● เป้าหมายของแผนย่อย รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น และการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติของไทย

(5.4) แผนย่อย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยให้มีมาตรฐานสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการวิจัย พัฒนานวัตกรรมต่อยอดให้เกิดสินค้าใหม่ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ พร้อมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์การแพทย์แผนไทย

● เป้าหมายของแผนย่อย รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทยเพิ่มขึ้น และอันดับด้านรายได้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยดีขึ้น

(6) ประเด็น (07) โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล

(6.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

● เป้าหมาย ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศดีขึ้น

(6.2) แผนย่อย โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และศูนย์บริการโลจิสติกส์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการการขนส่งสินค้าต่อเนื่องหลายรูปแบบอย่างไร้รอยต่อและสอดคล้องกับรูปแบบการค้าระหว่างประเทศในอนาคต โดยนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการ อาทิ ระบบการบริหารจัดการขนส่ง ระบบการตรวจสอบรถเที่ยวเปล่า การพัฒนาความร่วมมือด้านการขนส่งข้ามพรมแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

○ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ตลอดโซ่อุปทานทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ให้สอดคล้องกับการขับเคลื่อนการยกระดับการผลิตทางการเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการสร้างประโยชน์จากห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าและบริการ และมีการดำเนินกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการลดต้นทุน เพิ่มผลิตภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

○ ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศ โดยการยกระดับประสิทธิภาพ และสร้างมาตรฐานการให้บริการโลจิสติกส์เทียบเคียงผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นมาตรฐานสากลและแข่งขันได้ ส่งเสริมผู้ให้บริการโลจิสติกส์สู่การให้บริการแบบครบวงจร รวมทั้งสร้างมาตรฐานการขนส่งสินค้าและการประกันภัย พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ บุคลากรเฉพาะทางและพัฒนาระบบฐานข้อมูล พร้อมทั้งส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์และบริการที่เกี่ยวข้องให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์และเชื่อมต่อกับเครือข่ายโลจิสติกส์ในระดับภูมิภาค และระดับโลก

● เป้าหมายของแผนย่อย (1) ต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศลดลง (2) ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของประเทศไทยดีขึ้น และ (3) การขนส่งสินค้าทางรางเพิ่มขึ้น

(7) ประเด็น (09) เขตเศรษฐกิจพิเศษ

(7.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

● เป้าหมาย การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น และการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น

(7.2) แผนย่อย การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ (ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคเหนือ ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคกลาง-ตะวันออก)

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ พัฒนาและเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตและบริการ โดย (1) ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายกิจกรรมทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงในพื้นที่กับพื้นที่โดยรอบ (และกับพื้นที่เศรษฐกิจแห่งอื่นในประเทศ และประเทศในภูมิภาค) สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ/ชุมชนมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานและได้รับประโยชน์

จากการพัฒนา (2) บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์ สร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่ โดยส่งเสริมการนำเทคโนโลยี/นวัตกรรมเข้ามาใช้ในการยกระดับการพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิผล และพัฒนาศักยภาพและบทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง

○ พัฒนาผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรมและบริการ โดยบ่มเพาะผู้ประกอบการท้องถิ่น พัฒนาผู้ให้บริการ และถ่ายทอดเทคโนโลยี/นวัตกรรม โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษาในพื้นที่

● เป้าหมายของแผนย่อย การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษ และการลงทุนในพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษเพิ่มขึ้น

(7.3) แผนย่อย การพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนตามศักยภาพ โดยพัฒนาต่อยอดจากฐานทรัพยากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่มีอยู่เดิม รวมทั้งยกระดับความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ให้เอื้อต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่หลักในการขับเคลื่อนการสร้างความสำเร็จทางเศรษฐกิจและสังคมในส่วนภูมิภาค ตลอดจนพัฒนาพื้นที่บริเวณชายแดนให้มีความพร้อมสำหรับรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศในภาพรวม

○ เสริมสร้างความสามารถของวิสาหกิจชุมชน และภาคเอกชนในพื้นที่ เพื่อผลักดันให้เกิดการเพิ่มขึ้นของขีดความสามารถในการผลิต

● เป้าหมายของแผนย่อย การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเพิ่มขึ้น และการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเพิ่มขึ้น

(8) ประเด็น (16) เศรษฐกิจฐานราก

(8.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

● รายได้ของประชากรกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่างกระจายและอย่างต่อเนื่อง

(8.2) แผนย่อย การยกระดับศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ พัฒนาปัจจัยสนับสนุนและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเพิ่มศักยภาพเศรษฐกิจฐานรากและยกระดับรายได้ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยส่งเสริมตลาดในชุมชน ตลาดออนไลน์ และตลาดในต่างประเทศ สร้างเครือข่ายทางการตลาด เครือข่ายผู้ประกอบการ สร้างการรับรู้ทางธุรกิจ ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ตลอดจนพัฒนาสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งในด้านคมนาคมขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถเศรษฐกิจฐานรากผ่านการพัฒนาระบบเครือข่าย ฐานข้อมูล รวมถึงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

● เป้าหมายของแผนย่อย ศักยภาพและขีดความสามารถของเศรษฐกิจฐานรากเพิ่มขึ้น

(8.3) แผนย่อย การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ ส่งเสริมศักยภาพการประกอบการธุรกิจ พัฒนาและยกระดับศักยภาพผู้ผลิตและผู้ประกอบการ พัฒนากลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก การบริหารจัดการฐานข้อมูลหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การสืบสาน สร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ต่อยอดงานวิจัยสู่การพัฒนา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สอดคล้องตามความต้องการของตลาด และกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ สร้างตราสินค้าชุมชนและบรรจุภัณฑ์ให้มีจุดเด่น ตลอดจนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐานสากล

● เป้าหมายของแผนย่อย ผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(9) ประเด็น (18) การเติบโตอย่างยั่งยืน

(9.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

● เป้าหมาย สภาพแวดล้อมของประเทศไทยมีคุณภาพดีขึ้นอย่างยั่งยืน

(9.2) แผนย่อย การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ เสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยสร้างโอกาสและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ ทั้งด้านเทคโนโลยี การจัดการ การบริหารจัดการความเสี่ยง และการตลาด เพื่อให้มีทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการยกระดับเป็นผู้ประกอบการ

● เป้าหมายของแผนย่อย การบริโภคและการผลิตของประเทศมีความยั่งยืนสูงขึ้น

(10) ประเด็น (20) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

(10.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

● เป้าหมาย บริการของภาครัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ และภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้

(10.2) แผนย่อย การพัฒนาบริการประชาชน

● แนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

○ พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐที่อำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน ผู้ประกอบการ และภาคธุรกิจ ให้มีความสะดวก เชื่อมโยงหลายหน่วยงานแบบเบ็ดเสร็จ ครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า การลงทุน และการดำเนินธุรกิจ อาทิ การบูรณาการขั้นตอนการออกใบอนุญาตต่าง ๆ การให้บริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพรวดเร็วและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

○ พัฒนาการให้บริการภาครัฐผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ มีความรวดเร็ว โปร่งใส ตรวจสอบได้ ปลอดภัย เสียค่าใช้จ่ายน้อย ลดข้อจำกัดทางกายภาพและเวลา และเกิดประโยชน์สูงสุด

○ ปรับวิธีการทำงาน มาเป็นการให้บริการที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ ปรับการทำงานเป็นระบบดิจิทัลทั้งหมด เชื่อมโยงและบูรณาการปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐเข้าด้วยกัน พัฒนา

บริการเดิมและสร้างบริการใหม่ที่เป็นพลวัตสอดคล้องกับสถานการณ์และขับเคลื่อนตามความต้องการของประชาชน ภาคธุรกิจ และผู้ให้บริการ และเปิดโอกาสให้เสนอความเห็นต่อการดำเนินงานของภาครัฐได้อย่างสะดวกและทันสมัย

- เป้าหมายของแผนย่อย งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น

2.2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓

(1) มิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย

(1.1) หมายความว่า 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ของภูมิภาค (หลัก)

เป้าหมายระดับหมวดหมู่

- ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนในภูมิภาค
- ไทยเป็นห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาค
- ไทยเป็นประตูและทางเชื่อมโครงข่ายคมนาคมและโลจิสติกส์ของภูมิภาค

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ (โดยสถาบันการศึกษานานาชาติ) มีอันดับดีขึ้น
- มูลค่าส่งออกสินค้าของไทยกับประเทศทั่วโลก ขยายตัวเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 ต่อปี หรือสัดส่วนการเติบโตของปริมาณการส่งออกสินค้าของไทยต่อการเติบโตของปริมาณการส่งออกของโลกเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 1.5 ต่อปี
- ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของประเทศไทยอยู่ในอันดับไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 25 หรือคะแนนไม่ต่ำกว่า 3.60
- สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศน้อยกว่าร้อยละ 11

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างจุดยืนของไทยภายใต้บริบทโลกใหม่

- รักษาความสมดุลกับมิตรประเทศ โดยกำหนดนโยบายที่ตรงกับความต้องการของประเทศ และประสานความร่วมมือกับมิตรประเทศเพื่อการดำเนินงาน
- วางบทบาทของไทยในการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่สำคัญในอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง โดยเข้าสู่มิติของความร่วมมือและช่วยเหลือกันอย่างใกล้ชิดแทนการแข่งขัน สร้างความสมดุลและพัฒนาภูมิภาคร่วมกันผ่านคณะกรรมการระดับชาติเพื่อบูรณาการแนวทางสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
- พัฒนาความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุน โดยผลักดันการใช้ประโยชน์จากกรอบความตกลงเขตการค้าเสรีที่มีอยู่ และเพิ่มเติมกรอบความตกลงเขตการค้าเสรีที่สำคัญ รวมทั้งการเจรจาความตกลงเรื่องต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนการค้าและการลงทุน รวมถึงจัดตั้งและผลักดันความร่วมมือระหว่างเขตพัฒนาพิเศษระหว่างไทย สปป.ลาว และจีน เพื่อสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมจากการเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมต่อบริเวณจังหวัดหนองคาย และจังหวัดเชียงราย

- ปรับปรุงกลไกสนับสนุนการสร้างสรรค์ฐานเศรษฐกิจในบริบทโลกใหม่ จัดให้มีกลไกหรือคณะกรรมการระดับชาติ เพื่อบูรณาการแนวทางการปรับเปลี่ยนและปรับปรุงการส่งเสริมการลงทุนใหม่ รวมถึงการลงทุนในเศรษฐกิจสาขาใหม่ เพื่อรองรับการจัดห่วงโซ่การผลิตและการย้ายฐานการผลิต ทั้งด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีและไม่ใช่อำนาจ และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ

(2) กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยสนับสนุนเพื่อเป็นประตูก้าการลงทุนและฐานเศรษฐกิจสำคัญของภูมิภาค

- พัฒนาระบบคมนาคมและโลจิสติกส์ให้เชื่อมโยงไร้รอยต่อ ตั้งแต่ระดับภูมิภาค อนุภูมิภาค และชายแดน ให้เป็นการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ

- เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ เพื่ออำนวยความสะดวก และลดอุปสรรคในการค้าการลงทุน รวมถึงสอดรับกับรูปแบบการค้าในอนาคต โดยการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้งาน การพัฒนาระบบการให้บริการ การพัฒนาซอฟต์แวร์ การพัฒนา ปรับปรุง หรือผ่อนคลายนโยบายระเบียบและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

(3) กลยุทธ์ที่ 3 การผลักดันการลงทุนเพื่อปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมเป้าหมายสู่ไทยแลนด์ 4.0

- ปรับโครงสร้างภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ และโลจิสติกส์ โดยนำแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว มาใช้เป็นมาตรฐาน

(1.2) หมายเหตุที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง (รอง)

เป้าหมายระดับหมายเหตุ

- มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น
- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการเพื่อคุณภาพ ความมั่นคงทางอาหาร และความยั่งยืนของภาคเกษตร

- การเพิ่มศักยภาพและบทบาทของผู้ประกอบการเกษตรในฐานะหุ้นส่วนเศรษฐกิจของห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับส่วนแบ่งประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรเติบโตร้อยละ 4.5 ต่อปี
- รายได้สุทธิต่อครัวเรือนเกษตรกรไม่ต่ำกว่า 537,000 บาทต่อครัวเรือน
- ภาคเกษตรมีผลิตภาพการผลิตรวมเฉลี่ยร้อยละ 1.5
- มีตลาดกลางสินค้าเกษตรภูมิภาคในภาคเหนือ 2 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 แห่ง ภาคใต้ 2 แห่ง ภาคกลาง 1 แห่ง และภาคตะวันออก 1 แห่ง
- ผู้ประกอบการเกษตรเพิ่มขึ้นปีละ 4,000 ราย

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง อาทิ ผลผลิตเกษตรปลอดภัย สมุนไพรแปรรูป อาหารทางการแพทย์ อาหารทางเลือก อาหารฟังก์ชัน พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ โปรตีนจากพืชและแมลง

- ส่งเสริมให้มีการพัฒนาและทำธุรกิจผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมูลค่าเพิ่มสูงที่มีศักยภาพทางการตลาดในอนาคต โดยให้มีการจัดทำแผนที่นำทางสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมูลค่าเพิ่มสูงรายผลิตภัณฑ์อย่างครบวงจรเพื่อนำไปสู่การส่งเสริมอย่างเป็นระบบ มีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนให้มีการพัฒนาและจัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรแปรรูป

(2) กลยุทธ์ที่ 5 การส่งเสริมให้เอกชนลงทุนพัฒนาตลาดกลางและตลาดออนไลน์สินค้าเกษตร รวมถึงสินค้ากลุ่มปศุสัตว์และประมง

- พัฒนาปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อและจูงใจให้เอกชนลงทุนและพัฒนาตลาดกลางภูมิภาค/ตลาดในชุมชน

- พัฒนาความรู้และทักษะให้เกษตรกรสามารถซื้อขายผลผลิตผ่านตลาดออนไลน์สินค้าเกษตร เช่น พืช ประมง และปศุสัตว์ เป็นต้น

(1.3) หมายเหตุที่ 3 ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก (รอง)

เป้าหมายระดับมหุทธหมาย

- การสร้างอุปสงค์ของรถยนต์ไฟฟ้าประเภทต่าง ๆ เพื่อการใช้ในประเทศและส่งออก

- ผู้ประกอบการเดิมสามารถปรับตัวไปสู่การผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและมีการลงทุนเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญภายในประเทศ

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- อัตราการขยายตัวของมูลค่าส่งออกยานยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี หรืออัตราการขยายตัวของมูลค่าส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าของไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

- จำนวนผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของยานยนต์ไฟฟ้า เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 14 ราย และเกิดการลงทุนเทคโนโลยีสำคัญของยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศภายในปี 2570

- สัดส่วนจำนวนผู้ประกอบการเดิมที่สามารถปรับเปลี่ยนธุรกิจไปสู่ธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ภายในปี 2570

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 2 การสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของตลาดส่งออกยานยนต์ไฟฟ้า

- สนับสนุนการขยายตลาดยานยนต์ไฟฟ้าควบคู่กับการรักษาฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ยังมีความสามารถในการทำตลาดในประเทศคู่ค้าหลักของไทย โดยเฉพาะในกลุ่มรถปิกอัพ

- ส่งเสริมการส่งออกยานยนต์ไฟฟ้าพลังงานแบตเตอรี่ โดยเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศที่มีการผลักดันนโยบายความเป็นกลางทางคาร์บอนที่ส่งเสริมการใช้ยานยนต์ประเภดังกล่าว

(2) กลยุทธ์ที่ 3 การกำหนดเป้าหมาย/แผน และดำเนินการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมยานยนต์เดิมไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้า อย่างเป็นระบบชัดเจนตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ในระยะ 5 ปี

- ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า เพื่อดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาผลิตยานยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานสามารถผลิตชิ้นส่วนที่เป็นเทคโนโลยีหลักของยานยนต์ไฟฟ้า รวมถึงชิ้นส่วนยานยนต์เชื่อมต่อและขับเคลื่อนอัตโนมัติ

- ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานกับประเทศที่มีวัตถุดิบสำคัญต่อการผลิตยานยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ เช่น แร่ธาตุหายาก และเซมิคอนดักเตอร์ เป็นต้น

- ส่งเสริมให้สุดยอดผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยปรับเปลี่ยนไปสู่ยานยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์โดยเร็ว ได้แก่ รถปิกอัพ อีโคคาร์ และจักรยานยนต์

- รักษาความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์กลุ่มที่ยังมีความสามารถในการทำตลาดและยังไม่สามารถพัฒนาไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้าในระยะเวลาอันสั้น (5 ปี) อาทิ รถปิกอัพ โดยพิจารณาจากความพร้อมของผู้บริโภคและความพร้อมของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเดิมที่มีศักยภาพสามารถปรับเปลี่ยนไปสู่สายการผลิตของยานยนต์ไฟฟ้าได้ เช่น การผลิตตัวถังและช่วงล่างด้วยวัสดุใหม่ และการผลิตระบบส่งกำลัง

(3) กลยุทธ์ที่ 4 การยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการลงทุนผลิตยานยนต์ไฟฟ้า แบตเตอรี่ และชิ้นส่วนสำคัญ

- ส่งเสริมการพัฒนาอย่างเป็นลำดับขั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและไม่กระทบเศรษฐกิจในช่วงระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน โดยการส่งเสริมเทคโนโลยียานยนต์ที่มีศักยภาพ เช่น ไฮบริด ปลั๊กอินไฮบริด เป็นต้น เพื่อเป็นแรงส่งไปสู่การเป็นผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานของยานยนต์ไฟฟ้าพลังงานแบตเตอรี่ และสนับสนุนให้ผู้ผลิตในประเทศนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพ

- กำหนดสิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริมการลงทุน สนับสนุนด้านการเงิน ด้านภาษี รวมถึงสร้างความร่วมมือกับกลุ่มประเทศผู้นำด้านยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการปรับเปลี่ยนผู้ประกอบการไทยและส่งเสริมสตาร์ทอัพของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

- ส่งเสริมการนำเทคโนโลยี อาทิ ระบบอัตโนมัติ ปัญญาประดิษฐ์ อุตสาหกรรม 4.0 รวมถึงเทคโนโลยีสื่อสารไร้สาย มาใช้ในการบริหารจัดการการผลิต เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

- ส่งเสริมการร่วมทุนหรือการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานเดิมของไทยกับบริษัทผลิตยานยนต์ไฟฟ้า/ชิ้นส่วนในต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี และทรัพยากรระหว่างกัน และสร้างโอกาสยกระดับการพัฒนาบริษัทไทยให้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีได้

(4) กลยุทธ์ที่ 11 การสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการที่ลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานสะอาด

- สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการด้านยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วน

- สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนเพื่อลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานยานยนต์ไฟฟ้าและการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสีเขียวและธุรกิจหมุนเวียน

(1.4) หมายเหตุที่ 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง (รอง)

เป้าหมายระดับหมายเหตุ

ไทยมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากสินค้าและบริการสุขภาพ

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- สัดส่วนมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการสุขภาพต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ อยู่ที่

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 2 การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการ เพื่อส่งเสริมสุขภาพระดับโลก

- พัฒนานวัตกรรมในบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพบนฐานความโดดเด่นของเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยผสมผสานความโดดเด่นของอัตลักษณ์ความเป็นไทยกับบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เพื่อพัฒนาต่อยอดบริการและผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ และสร้างแบรนด์ความเป็นไทยที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

- ยกระดับมาตรฐานสถานบริการส่งเสริมสุขภาพให้สามารถแข่งขันได้ โดยพัฒนามาตรฐานอาชีพแก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพให้มีกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจที่มีคุณภาพ รวมทั้งสร้างมาตรการจูงใจให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาขึ้นทะเบียนภายใต้ พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 เพื่อยกระดับมาตรฐานบริการส่งเสริมสุขภาพให้มีคุณภาพและสามารถดำเนินธุรกิจในตลาดโลกได้

(2) กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้อุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ

- ส่งเสริมการลงทุนและการนำผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพออกสู่ตลาด โดยปรับแก้กฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการต่าง ๆ ในการร่วมทุนระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะเอื้อให้เกิดการผลิตในประเทศ การใช้กลไกทางภาษีส่งเสริมการลงทุน พร้อมทั้งส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากลและเป็นที่ต้องการในตลาด ให้ความสำคัญกับกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต รวมทั้งการสร้างความน่าเชื่อถือบนหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์และอุปทานในการนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ออกสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

(3) กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างเสริมขีดความสามารถทางวิชาการด้านการศึกษา วิจัยและเทคโนโลยีทางการแพทย์

- สร้างระบบนิเวศการวิจัยให้เอื้อต่อการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ อาทิ การส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้าถึงฐานข้อมูลงานวิจัย การจับคู่ทางธุรกิจระหว่างนักลงทุนกับนักวิจัยและพัฒนานวัตกรรม การมีมาตรการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาให้หน่วยงานที่ควบคุมกำกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีความสะดวกรวดเร็วในการนำผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้มาตรฐานออกสู่ตลาด

(1.5) หมายเหตุที่ 6 ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน (รอง)

เป้าหมายระดับหมายเหตุ

การส่งออกของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของประเทศเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- สัดส่วนการส่งออกในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดภายในปี 2570

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจไทยด้วยดิจิทัล

- ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในประเทศให้สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล รวมถึงนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มผลิตภาพและความสามารถในการทำกำไรให้แก่ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น

(2) กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาต่อยอดฐานอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปรับรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะให้เป็นศูนย์กลางการผลิตอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่สำคัญของอาเซียน

- ส่งเสริมให้มีการพัฒนาและสร้างตราสินค้าของตนเอง รวมทั้งส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ

- ดึงดูดและพัฒนาให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศ

(3) กลยุทธ์ที่ 3 อุตสาหกรรมดิจิทัลในประเทศที่สามารถแข่งขันได้

- ดึงดูดให้ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีขนาดใหญ่ของโลกลงทุนในอุตสาหกรรมที่จะเอื้อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทยตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล รวมถึงการวิจัยและพัฒนาในประเทศ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการทั้งภายในประเทศและภูมิภาคอาเซียน

(4) กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล

- ผลักดันและแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง เป็นต้น รวมทั้งเร่งพัฒนาและปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ ของภาครัฐที่ยังคงเป็นอุปสรรคต่อการลงทุน การดึงดูดแรงงานทักษะสูง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล รวมถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล อาทิ ผลักดันให้มีเงื่อนไขการถ่ายทอดเทคโนโลยีไว้ในการจัดซื้อจัดจ้างในโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ดำเนินการในรูปแบบแซนด์บ็อกซ์ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหากฎหมายและระเบียบ เป็นต้น

(2) มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม

หมวดหมู่ที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ (หลัก)

เป้าหมายระดับหมวดหมู่

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตและแข่งขันได้

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ สามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิภาพผลจากภาครัฐ

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40 และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ในปี 2570
- สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 จากปีฐาน (ปี 2565)
- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นผู้ส่งออกรายใหม่ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 2,000 รายต่อปี
- ส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 ในปี 2570
- มูลค่าจัดซื้อจัดจ้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจและการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- เร่งปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และสร้างให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับรายใหญ่ โดยพัฒนาเครื่องมือตรวจจับพฤติกรรมจำกัดการแข่งขัน เพื่อนำไปใช้กำหนดมาตรการแก้ไขควบคุมการมีอำนาจเหนือตลาด กำหนดแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่เหมาะสมเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ พร้อมทั้งการบังคับใช้ที่เข้มแข็ง ตลอดจนทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น
- เพิ่มความสะดวกในทุกขั้นตอนการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจและการพิจารณาอนุมัติอนุญาต พัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการภาครัฐในทุกกระบวนการผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มประสิทธิภาพศูนย์ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนจัดทำและเผยแพร่คู่มือการประกอบธุรกิจรายสาขาที่ผู้ประกอบการเข้าถึงได้

(2) กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

- เสริมสร้างความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ โดยเฉพาะความรู้และทักษะด้านดิจิทัล การเงิน การตลาดยุคใหม่ การเข้าถึงตลาดส่งออก แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม
- พัฒนาแพลตฟอร์มการค้าระหว่างระดับประเทศให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปเข้าถึงได้ โดยเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศสามารถใช้ช่องทางแพลตฟอร์มของประเทศที่มีความมั่นคงปลอดภัย เป็นแต้มต่อและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพในต่างประเทศได้ พร้อมทั้งเร่งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการส่งออกใช้สิทธิ

ประโยชน์ทางการค้า รวมถึงเตรียมความพร้อมและเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากความตกลงการค้าเสรี ในกรอบความร่วมมือต่าง ๆ

- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใน สาขาและกับรายใหญ่ภายในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อยกระดับขีดความสามารถ ในการแข่งขันทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรธุรกิจ จับคู่และสนับสนุนการให้ ความช่วยเหลือของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีศักยภาพให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในห่วงโซ่ อุปทานอย่างครบวงจร รวมถึงเปิดพื้นที่พบปะแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ธุรกิจ เพื่อพัฒนา ความร่วมมือที่ยั่งยืน และขยายผลไปสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกระดับ

หมวดหมู่ที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน (รอง)

เป้าหมายระดับหมวดหมู่

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคและการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ขยายตัวเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

อัตราการเติบโตของรายได้ต่อประชากรในภาค เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าอัตราการเติบโต ของรายได้ต่อประชากรทั้งหมด

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก

- พัฒนาภาคให้เป็นรากฐานเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการกระจายความเจริญเติบโตไปสู่ภูมิภาคและการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานเชื่อมโยงทั้งภายในพื้นที่ พื้นที่ใกล้เคียง และต่างประเทศ เชื่อมโยงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนเข้ากับ ห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

(3) มิตินโยบายของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

หมวดหมู่ที่ 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ (รอง)

เป้าหมายระดับหมวดหมู่

การเพิ่มมูลค่าจากเศรษฐกิจหมุนเวียนและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้วยเศรษฐกิจหมุนเวียนเพิ่มขึ้น สามารถ สนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2570

- ดัชนีการหมุนเวียนวัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย (พลาสติก วัสดุก่อสร้าง เกษตร อาหาร) เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ในปี 2570

กลยุทธ์การพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการตามหลักเศรษฐกิจ หมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ

- เพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมและบริการ โดยการพัฒนาสินค้า บริการ และตลาดที่สร้างมูลค่าเพิ่ม
- เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ ผลักดันให้ภาคเอกชนมีการลงทุนเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่น้อยลง มีการนำกลับมาใช้ใหม่ และส่งเสริมการลดของเสียให้เหลือน้อยที่สุดมาใช้ในขั้นตอนการผลิตและบริการ เพื่อลดปริมาณการปล่อยคาร์บอน
- พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าและบริการ จัดทำมาตรฐานกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ และแนวทางปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

(2) กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมและกลไกสนับสนุนเศรษฐกิจ หมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ

- พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมต้นแบบโมเดลธุรกิจและกลไกความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างครบวงจร

(3) กลยุทธ์ที่ 5 การปรับพฤติกรรมทางเศรษฐกิจและการดำรงชีพเข้าสู่ วิถีชีวิตใหม่อย่างยั่งยืน

- สร้างแรงจูงใจ และทัศนคติในการดำรงชีวิตของผู้บริโภคเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสู่การบริโภคที่ยั่งยืน พัฒนากลไก เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และไม่ใช่เศรษฐศาสตร์เพื่อจูงใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสู่วิถีชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีความโปร่งใส ส่งเสริมแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการรีไซเคิลขยะและบรรจุภัณฑ์ในบ้านเรือน ส่งเสริมการติดฉลากผลิตภัณฑ์ อาทิ ฉลากสีเขียว ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ฉลากพลังงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้บริโภค

แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง (หากมี)

- แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570)
- แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. 2566 - 2570)
- แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2566 - 2570)
- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)
- แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. 2566 - 2570)
- แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)
- แผนพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก พ.ศ. 2558 - 2579
- ยุทธศาสตร์การพัฒนอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)

ส่วนที่ 3 ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ

(1) เป้าหมายที่ 2 (SDG 02) ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

(1.1) เป้าหมายย่อย SDG 020B แก้ไขและป้องกันการกีดกันและการบิดเบือนทางการค้าในตลาดเกษตรโลก รวมถึงการดำเนินการคู่ขนานไปกับการจัดการอุดหนุนการส่งออกสินค้าเกษตรทุกรูปแบบและมาตรการเพื่อการส่งออกทุกแบบที่ให้ผลในลักษณะเดียวกัน โดยให้เป็นไปตามอาณัติของรอบการพัฒนาโดฮา

(2) เป้าหมายที่ 8 (SDG 08) ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน

(2.1) เป้าหมายย่อย SDG 0803 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่มีคุณค่า ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และให้การสนับสนุนการรวมตัวและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน

(2.2) เป้าหมายย่อย SDG 0804 ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของโลกในการบริโภค และการผลิตอย่างต่อเนื่อง และมุ่งแยกการเติบโตทางเศรษฐกิจออกจากความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม (decouple) ซึ่งเป็นไปตามกรอบการดำเนินงานระยะ 10 ปี ว่าด้วยการผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน โดยมีประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นผู้นำในการดำเนินการไปจนถึงปี พ.ศ. 2573

(3) เป้าหมายที่ 9 (SDG 09) สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม

(3.1) เป้าหมายย่อย SDG 0901 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ยั่งยืนและมีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานของภูมิภาคและที่ข้ามเขตแดน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์

(3.2) เป้าหมายย่อย SDG 0902 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และภายในปี พ.ศ. 2573 ให้เพิ่มส่วนแบ่งของภาคอุตสาหกรรมในการจ้างงานและผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ โดยให้เป็นไปตามบริบทของประเทศและให้เพิ่มส่วนแบ่งขึ้นเป็น 2 เท่า ในประเทศพัฒนาน้อยที่สุด

(3.3) เป้าหมายย่อย SDG 0903 เพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงิน โดยรวมถึงเครดิตในราคาที่สามารถจ่ายได้ให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมและวิสาหกิจขนาดเล็ก โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้งเชื่อมโยงผู้ประกอบการเหล่านี้เข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าและตลาด

(3.4) เป้าหมายย่อย SDG 0904 ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรมที่สะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยทุกประเทศดำเนินการตามขีดความสามารถของแต่ละประเทศ ภายในปี พ.ศ. 2573

(3.5) เป้าหมายย่อย SDG 090B สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัยและนวัตกรรมภายในประเทศกำลังพัฒนา รวมถึงการให้มีสภาพแวดล้อมทางนโยบายที่นำไปสู่ความหลากหลายของอุตสาหกรรมและการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโภคภัณฑ์

(4) เป้าหมายที่ 10 (SDG 10) ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

(4.1) เป้าหมายย่อย SDG 100A ปฏิบัติตามหลักการปฏิบัติอย่างเป็นพิเศษและแตกต่าง (Special and Differential treatment: S&D) สำหรับประเทศกำลังพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศพัฒนาน้อยที่สุด ให้สอดคล้องตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก

(5) เป้าหมายที่ 12 (SDG 12) สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

(5.1) เป้าหมายย่อย SDG 1203 ลดของเสียอาหาร (food waste) ต่อหัวประชากรของโลกลงครึ่งหนึ่งในระดับค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหาร (food loss) ตลอดการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว ภายในปี พ.ศ. 2573

(5.2) เป้าหมายย่อย SDG 120A สนับสนุนประเทศกำลังพัฒนาในการเสริมความแข็งแกร่งของขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะขับเคลื่อนไปสู่แผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น

(6) เป้าหมายที่ 17 (SDG 17) เสริมความเข้มแข็งให้แก่งlobalization การดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน

(6.1) เป้าหมายย่อย SDG 1710 ส่งเสริมระบบการค้าพหุภาคีที่เป็นสากล มีกติกา เปิดกว้าง ไม่เลือกปฏิบัติ และเสมอภาค ภายใต้องค์การการค้าโลก โดยรวมถึงผ่านข้อสรุปของการเจรจาภายใต้วาระการพัฒนารอบโดฮา

(6.2) เป้าหมายย่อย SDG 1711 เพิ่มส่วนแบ่งการส่งออกของประเทศกำลังพัฒนาให้สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมุ่งเพิ่มส่วนแบ่งของประเทศพัฒนาน้อยที่สุดในการส่งออกทั่วโลกให้สูงขึ้น 2 เท่าในปี พ.ศ. 2563

(6.3) เป้าหมายย่อย SDG 1712 ทำให้เกิดการดำเนินการในเวลาที่เหมาะสมในเรื่องการเข้าถึงตลาดปลอดภาษีและปลอดการจำกัดปริมาณในระยะยาวสำหรับประเทศพัฒนาน้อยที่สุด โดยให้สอดคล้องกับคำตัดสินขององค์การการค้าโลก โดยรวมถึงการสร้างหลักประกันว่ากว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าที่มีการให้สิทธิพิเศษทางการค้าที่ใช้กับประเทศพัฒนาน้อยที่สุดจะมีความโปร่งใสและเรียบง่ายและมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงตลาด

ส่วนที่ 4 สารสำคัญของแผนปฏิบัติการ ด้านการค้าแห่งชาติ (พ.ศ. 2568 - 2570)

4.1 การประเมินสถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขันของเศรษฐกิจการค้าไทย

4.1.1 สถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขันของเศรษฐกิจการค้าไทย

1) ภาพรวมของสถานการณ์และขีดความสามารถทางการแข่งขัน

1.1) **ขีดความสามารถทางการแข่งขัน** สถาบัน IMD จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยประจำปี 2567² ให้อยู่ในอันดับที่ 25 จาก 67 เขตเศรษฐกิจ เพิ่มขึ้น 5 อันดับ และเมื่อเปรียบเทียบกับขีดความสามารถในการแข่งขันภายในภูมิภาคเอเชียใต้และแปซิฟิก จำนวน 14 เขตเศรษฐกิจ ได้แก่ สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน ออสเตรเลีย จีน เกาหลีใต้ ไทย อินโดนีเซีย นิวซีแลนด์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น อินเดีย ฟิลิปปินส์ และมองโกเลีย พบว่า ไทยอยู่ในอันดับที่ 7 ขณะที่เมื่อเปรียบเทียบเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน (5 เขตเศรษฐกิจ ได้แก่ สิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์) ไทยอยู่ในอันดับที่ 2 โดยอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยปรับอันดับดีขึ้นจากปี 2566 ทั้งในเวทีโลก ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก และอาเซียน

อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาคเอเชียใต้และแปซิฟิก

ที่	เขตเศรษฐกิจ	คะแนน	อันดับปี 2567	การเปลี่ยนแปลงอันดับจากปี 2566
1	สิงคโปร์	100.00	1	+3
2	ฮ่องกง	91.49	5	+2
3	ไต้หวัน	88.50	8	-2
4	ออสเตรเลีย	81.86	13	+6
5	จีน	81.04	14	+7
6	เกาหลีใต้	75.92	20	+8
7	ไทย	72.51	25	+5
8	อินโดนีเซีย	71.52	27	+7
9	นิวซีแลนด์	68.18	32	-1
10	มาเลเซีย	68.13	34	-7
11	ญี่ปุ่น	64.96	38	-3
12	อินเดีย	62.86	39	+1
13	ฟิลิปปินส์	52.64	52	-
14	มองโกเลีย	46.30	61	+1

² World Competitiveness Ranking - <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>

เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ (1) สมรรถนะทางเศรษฐกิจ (Economic Performance) (2) ประสิทธิภาพของภาครัฐ (Government Efficiency) (3) ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) และ (4) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) มีรายละเอียด ดังนี้

(1) **สมรรถนะทางเศรษฐกิจ** ครองอันดับระดับสูง (ขีดความสามารถทางการแข่งขัน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับสูง = อันดับ 1 – 13/ ระดับปานกลางค่อนไปทางสูง = อันดับ 14 – 27/ ระดับปานกลาง = อันดับ 28 – 40/ ระดับปานกลางค่อนไปทางต่ำ = อันดับ 41 – 54/ และระดับต่ำ = อันดับ 55 – 67) โดยในปี 2567 อยู่ในอันดับที่ 5 เพิ่มขึ้น 11 อันดับ โดยปัจจัยย่อยด้านการค้าระหว่างประเทศที่อันดับเลื่อนขึ้นถึง 23 อันดับ ด้านระดับราคาและค่าครองชีพ และเศรษฐกิจภายในประเทศ เลื่อนขึ้น 10 และ 5 อันดับ ตามลำดับ ขณะที่ปัจจัยย่อยด้านการลงทุนระหว่างประเทศ เลื่อนลง 2 อันดับ สำหรับปัจจัยย่อยด้านการจ้างงาน อันดับไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนหน้า

(2) **ประสิทธิภาพของภาครัฐ** ครองอันดับระดับปานกลางค่อนไปทางสูง โดยในปี 2566 อยู่ในอันดับที่ 24 ไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนหน้า โดยปัจจัยย่อยด้านการคลังสาธารณะ เลื่อนขึ้น 3 อันดับ ขณะที่ปัจจัยย่อยด้านการอบการบริการภาครัฐและกฎหมายด้านธุรกิจ เลื่อนลง 5 และ 8 อันดับ ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยด้านนโยบายด้านภาษีและกรอบการบริหารด้านสังคม อันดับไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนหน้า

(3) **ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ** ครองอันดับระดับปานกลางค่อนไปทางสูง โดยในปี 2566 อยู่ในอันดับที่ 20 เพิ่มขึ้น 3 อันดับ โดยปัจจัยย่อยด้านแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการ และทัศนคติและค่านิยม เลื่อนขึ้น 7 และ 1 อันดับ ตามลำดับ ขณะที่ปัจจัยย่อยด้านการเงิน ผลิตภาพและประสิทธิภาพ และตลาดแรงงาน เลื่อนลง 2 4 และ 6 อันดับ ตามลำดับ

(4) **โครงสร้างพื้นฐาน** ครองอันดับระดับปานกลางค่อนไปทางต่ำ โดยในปี 2566 อยู่ในอันดับที่ 43 อันดับไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนหน้า โดยปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานขั้นต้น โครงสร้างด้านวิทยาศาสตร์ และด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม เลื่อนลง 1 1 และ 2 อันดับ ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและการศึกษา อันดับไม่เปลี่ยนแปลงจากปีก่อนหน้า

ขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย

ที่	ขีดความสามารถในการแข่งขัน	อันดับปี 2567	การเปลี่ยนแปลงอันดับจากปี 2566
1	สมรรถนะทางเศรษฐกิจ (Economic Performance)	5	+11
	- เศรษฐกิจภายในประเทศ	39	+5
	- การค้าระหว่างประเทศ	6	+23
	- การลงทุนระหว่างประเทศ	24	-2
	- การจ้างงาน	3	ไม่เปลี่ยน
	- ระดับราคาและค่าครองชีพ	17	+10
2	ประสิทธิภาพของภาครัฐ (Government Efficiency)	24	ไม่เปลี่ยน

ที่	ขีดความสามารถในการแข่งขัน	อันดับปี 2567	การเปลี่ยนแปลงอันดับจาก ปี 2566
-	การคลังสาธารณะ	22	+3
-	นโยบายด้านภาษี	8	ไม่เปลี่ยน
-	กรอบการบริหารภาครัฐ	39	-5
-	กฎหมายด้านธุรกิจ	39	-8
-	กรอบการบริหารด้านสังคม	47	ไม่เปลี่ยน
3	ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency)	20	+3
-	ผลิตภาพและประสิทธิภาพ	42	-4
-	ตลาดแรงงาน	14	-6
-	การเงิน	24	-2
-	แนวปฏิบัติในการบริหารจัดการ	15	+7
-	ทัศนคติและค่านิยม	18	+1
4	โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)	43	ไม่เปลี่ยน
-	โครงสร้างพื้นฐานขั้นต้น	23	-1
-	โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี	25	ไม่เปลี่ยน
-	โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์	40	-1
-	สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	55	-2
-	การศึกษา	54	ไม่เปลี่ยน

ทั้งนี้ ปัจจัยย่อยในการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยที่อยู่ในระดับสูง ได้แก่ การจ้างงาน (อันดับที่ 3) การค้าระหว่างประเทศ (อันดับที่ 6) และนโยบายด้านภาษี (อันดับที่ 8) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีการเลื่อนอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ ด้านการค้าระหว่างประเทศ ที่เลื่อนขึ้น 23 อันดับ บ่งชี้ถึงสมรรถนะการดำเนินการของภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการส่งออก และประสิทธิภาพของการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รองลงมา คือ ระดับราคาและค่าครองชีพ เลื่อนขึ้น 10 อันดับ สะท้อนถึงการบริหารจัดการที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับเขตเศรษฐกิจอื่น ในการควบคุมดูแลราคาสินค้า รวมถึงราคาอาหารและพลังงาน และค่าครองชีพของประชาชน

ส่วนปัจจัยย่อยในการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยที่อยู่ในระดับต่ำ คือ สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม (อันดับที่ 55) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีการเลื่อนอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันลดลง คือ กฎหมายด้านธุรกิจ ที่เลื่อนลง 8 อันดับ อาจมีสาเหตุมาจากที่ไทยพัฒนา/ปรับปรุงกฎหมายด้านธุรกิจที่เอื้อต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันล่าช้ากว่าเขตเศรษฐกิจอื่น

1.2) ความท้าทายด้านความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของไทย

1.2.1) ปัญหาเชิงโครงสร้างของการส่งออกที่ทำให้การส่งออกของไทยเติบโตต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีสัญญาณ 5 ประการที่สะท้อนถึงปัญหาดังกล่าว ประกอบด้วย

(1) ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยในตลาดโลกคงที่ โดยมีสัดส่วนไม่เปลี่ยนแปลง มาตลอด 20 ปีที่ผ่านมา อยู่ที่ระหว่างประมาณร้อยละ 1.0 - 1.2 อีกทั้งในช่วง 3 ปีล่าสุดที่ผ่านมา (2563 - 2565) ยังมีแนวโน้มลดลง ขณะเดียวกันบางสินค้ามีส่วนแบ่งตลาดลดลง ซึ่งมีหลายหน่วยงานที่มองว่า สินค้าส่งออกหลักของไทยกำลังเสื่อมความนิยม เช่น ยานยนต์สันดาป และ Hard Disk Drive (HDD) ขณะที่สินค้าที่ยังเป็นที่ต้องการส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ไม่มีความซับซ้อนและมีมูลค่าเพิ่มน้อย เช่น ผลไม้สด เนื้อสัตว์แปรรูป และยางรถยนต์

(2) อัตราการเติบโตของการส่งออกสินค้าอยู่ในระดับต่ำ จากงานวิเคราะห์ของ SCB EIC พบว่า การส่งออกไทยในช่วงที่ผ่านมาฟื้นตัวสอดคล้องกับปริมาณการค้าโลกได้น้อยลงเรื่อย ๆ สะท้อนจากอัตราส่วนของการขยายตัวของมูลค่าส่งออกไทยเทียบการขยายตัวของปริมาณการค้าโลกที่ปรับลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

(3) สินค้าส่งออกที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทยกระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มน้อย โครงสร้างสินค้าส่งออกที่พึ่งพาสินค้าเกษตรและสินค้าขั้นต้น เช่น ข้าวและยางพารา มีความเสี่ยงสูงต่อความผันผวนของราคาตลาดโลกและสภาพอากาศ ทำให้รายได้จากการส่งออกคาดการณ์ได้ยาก นอกจากนี้สินค้าเกษตรขั้นต้นที่มีการเพิ่มมูลค่าน้อย และความต้องการของตลาดโลกเปลี่ยนไปไม่ได้มากนัก แม้ว่าการส่งออกสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูงของไทยกำลังเติบโตขึ้น แต่สัดส่วนสินค้ากลุ่มนี้ต่อการส่งออกโดยรวมยังต่ำกว่าหลายประเทศในอาเซียน

(4) บางกลุ่มสินค้ามีการกระจุกตัวของตลาดส่งออก โดยในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ตลาดส่งออกของไทยกระจุกตัวอยู่ใน 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น อาเซียน และยุโรป ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 75 ของมูลค่าส่งออกรวม และสินค้าบางรายการมีความเสี่ยงด้านความสามารถในการปรับเปลี่ยนตลาด ซึ่งจะได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านวัฏจักรเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

(5) ขาดความหลากหลายของสินค้าส่งออกโดยกระจุกตัวอยู่เพียงไม่กี่ชนิด เช่น ทูเรียม ทุ่นกรอง รวมถึงการพึ่งพาอุตสาหกรรมยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ที่มากเกินไป ทำให้เสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ความต้องการของผู้บริโภค และนโยบายทางการค้าของประเทศคู่ค้า ซึ่งหากสามารถส่งเสริมสินค้าอื่น ๆ ให้มีศักยภาพส่งออกไปยังตลาดโลกได้มากขึ้น จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากการรวบรวมความคิดเห็นของนักวิเคราะห์ต่างระบุเหมือนกันว่า สาเหตุสำคัญมาจากโครงสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศของไทย ที่เป็นปัจจัยจุดรั้งให้ไทยไม่สามารถส่งออกได้เต็มศักยภาพ โดยเฉพาะภาคการผลิตที่ผลิตสินค้าที่ไม่ทันสมัย ที่สะท้อนว่าสินค้าของไทยทั้งแข่งขันในตลาดโลกและเป็นที่ต้องการจากประเทศคู่ค้าน้อยลง ตรงกันข้ามกับสถานการณ์ของประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เช่น เวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ที่มีความสามารถทางการแข่งขันสูงขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้วไทยไม่ใช่เป็นประเทศผู้นำเทคโนโลยี จึงไม่มีนวัตกรรมที่ล้ำหน้าของตัวเอง เป็นความท้าทายที่ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งปฏิรูปเศรษฐกิจการค้าเพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างเหล่านี้

1.2.2) การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI)

มายังไทยต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่ง FDI เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศ เนื่องจากเป็นโอกาสในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพสูงและแข่งขันในตลาดโลกได้ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตสร้างงาน และเพิ่มรายได้ให้กับคนในประเทศ โดยจากรายงานการลงทุนโลกของ UNCTAD พบว่า FDI ของไทยในปี 2565 มีมูลค่า 1.0 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 31.5 จากปีก่อน หดตัวมากกว่า FDI เฉลี่ยทั่วโลกที่ลดลงร้อยละ 12 และสวนทางกับทิศทางของ FDI ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ขยายตัวร้อยละ 4.6 (เวียดนาม (+14.3%) มาเลเซีย (+39.2%) อินโดนีเซีย (+4.0%) กัมพูชา (+2.7%) และฟิลิปปินส์ (-23.2%)) นอกจากนี้ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ในประเทศคู่แข่งสำคัญ อย่างเวียดนาม ยังมีอัตราการขยายตัวสูงและเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันการส่งออกของเวียดนาม ซึ่งขยายตัวต่อเนื่องในปี 2567 โดย FDI มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของเวียดนาม ทำให้ไทยขาดโอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต แข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ลดลง และขาดโอกาสในการขยายตลาดส่งออกเนื่องจากบริษัทต่างชาติที่มาลงทุนในประเทศ มักมีเครือข่ายตลาดและช่องทางจำหน่ายในประเทศอื่น ๆ ทำให้สามารถเข้าถึงตลาดส่งออกใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น

1.2.3) ภาคการผลิตของไทยยังไม่สามารถปรับตัวตอบสนองรูปแบบความต้องการ

สินค้าในโลกและห่วงโซ่อุปทานโลกที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดีนัก ตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Relocation) ที่เน้นการลดความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทานโลก ทำให้ห่วงโซ่มูลค่าการผลิตสั้นลงและกระจุกกระจายน้อยลง เปลี่ยนจากห่วงโซ่อุปทานโลกสู่ห่วงโซ่อุปทานภูมิภาคและอนุภูมิภาค เป็นผลมาจากกระแสการลดระดับของโลกาภิวัตน์ (Deglobalization) ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะในประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ เพื่อลดความเสี่ยงจากห่วงโซ่อุปทานโลกที่กระจายอยู่ในหลายประเทศ และทำให้กระบวนการผลิตมีความยืดหยุ่นและปลอดภัยมากขึ้น ประกอบกับกระแสการกลับสู่ท้องถิ่น (Localization) โดยมีการย้ายฐานการผลิตกลับมาสู่ภูมิภาคหรือประเทศที่บริโภคสินค้านั้น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขนส่งระหว่างประเทศและลดเวลาการส่งมอบสินค้าถึงมือผู้บริโภค ซึ่งยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นจากการระบาดของโควิด-19 และประเด็นความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างประเทศ เพื่อให้สามารถรับมือกับความไม่แน่นอน มีความยืดหยุ่น และปรับตัวได้รวดเร็วมากขึ้น การกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานจะขับเคลื่อนด้วยแพลตฟอร์มมากขึ้นโดยบริษัทข้ามชาติด้านเทคโนโลยีพร้อมด้วยโมเดลธุรกิจที่ไม่เกี่ยวกับสินทรัพย์ต่างประเทศ นอกจากนี้ การกระจายความเสี่ยงโดยการใช้ซัพพลายเออร์หลายแห่งจากหลากหลายภูมิภาค (Supplier Diversification) เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงซัพพลายเออร์รายเดียวหรือประเทศเดียว รวมถึงกระแสความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม (Sustainability) ทำให้บริษัทต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับห่วงโซ่อุปทานที่มีความยั่งยืนมากขึ้น โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการเพิ่มความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน (Transparency and Traceability) ผ่านการใช้เทคโนโลยี เช่น Blockchain เพื่อให้สามารถติดตามสินค้าได้แบบเรียลไทม์ เพิ่มความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตและการจัดส่ง การเปลี่ยนแปลงข้างต้นสะท้อนถึงความพยายามในการปรับตัวของบริษัทและห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ ๆ และการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและความยั่งยืนด้วยทิศทางดังกล่าวทำให้ไทยในระยะข้างหน้าจะต้องเผชิญแรงกดดันในด้านการลงทุนจากต่างประเทศ

การผลิตสินค้าขึ้นกลางข้ามภูมิภาคของโลกจะลดลง และเกิดการถอนการลงทุนออกจากไทย โดย International Trade Centre: ITC ณ นครเจนีวา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นร่วมกันระหว่าง UNCTAD และ WTO ได้จัดทำดัชนีความสามารถในการปรับตัวต่ออุปสงค์โลก (Adaptation Effect Index) ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการครองตลาดโลก (Relative Change of World Market Share) พบว่าดัชนีของไทยอยู่ในเกณฑ์ลบในหลายอุตสาหกรรม รวมถึงอุตสาหกรรมสำคัญอย่างอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ ส่งผลทำให้ศักยภาพการส่งออกของไทยอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาค อ้างอิงจากการประเมินมูลค่าการส่งออกของไทยใน 5 ปีข้างหน้า (Export Potential) ของ ITC ที่พบว่าศักยภาพการส่งออกของไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าเวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องจักรกลไฟฟ้า สินค้ายานยนต์ และผลิตภัณฑ์พลาสติกและยาง ดังนั้นไทยจะต้องลงทุนให้ตัวเองมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น โดยสร้างสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจให้มุ่งไปข้างหน้าพร้อมกับทิศทางของผู้ลงทุนรายสำคัญ ๆ ของโลก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับนักลงทุนว่าไทยมีศักยภาพ มีธรรมาภิบาล โปร่งใส และมีความพร้อมของแรงงานและโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมสมัยใหม่

1.2.4) ไทยกำลังเข้าสู่ภาวะสังคมสูงวัยและอัตราการเกิดลดลง ส่งผลให้ขาดแคลนแรงงานในภาคการผลิต และมีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยีทดแทนคนในภาคการผลิตมากขึ้น จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร (Demographic Shifts) ไม่ว่าจะเป็นการสูงวัยของประชากร การลดลงของอัตราการเกิด และการเติบโตของประชากรในเมือง ส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศในหลายด้าน อาทิ การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ของสินค้าและบริการ เมื่อประชากรมีอายุเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น ยาเวชภัณฑ์ และบริการทางการแพทย์ จะเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน ความต้องการสินค้าที่เน้นการใช้งานของคนหนุ่มสาว เช่น เสื้อผ้าแฟชั่นและอุปกรณ์กีฬา อาจลดลง อีกทั้งยังกระทบต่อการผลิตและตลาดแรงงาน จากการศึกษาที่ประชากรในวัยทำงานลดลง ส่งผลต่อการผลิตและการเพิ่มต้นทุนการผลิต โดยบริษัทต่าง ๆ อาจมีการพิจารณาย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีแรงงานหนุ่มสาวมากกว่าและต้นทุนแรงงานต่ำกว่า ซึ่งส่งผลต่อโครงสร้างการค้าระหว่างประเทศ ขณะที่บางบริษัทอาจหาทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยการหันไปใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติ กระตุ้นให้เกิดการลงทุนในเทคโนโลยี และส่งผลให้สินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพิ่มขึ้นในตลาดโลก ทั้งนี้ การสูงวัยของประชากรเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ในขณะที่ประชากรโลกเพิ่มขึ้นช้าลง จำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุกลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับประเทศไทยที่เข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aged Society) แล้วตั้งแต่ปี 2548 โดยมีสัดส่วนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรรวม ก่อนจะเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Absolute Aged Society) เมื่อปี 2566 ตามข้อมูลของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ เดือนธันวาคม 2566 โดยมีสัดส่วนผู้สูงอายุมากกว่า 13 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 20.17 ของประชากรรวม นอกจากนี้ ปี 2566 ยังเป็นปีที่จำนวนประชากรเข้าสู่วัยแรงงาน (อายุ 20 - 24 ปี) ไม่สามารถชดเชยประชากรที่ออกจากกำลังแรงงาน (อายุ 60 - 64 ปี) ได้ นอกจากนี้ หากพิจารณาข้อมูลสถานการณ์ด้านแรงงาน ปี 2566 ของกระทรวงแรงงาน พบว่าอุตสาหกรรมที่มีการพึ่งพาแรงงานมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง โดยมีแรงงานคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.2 ของแรงงานรวม ขณะที่แรงงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายส่ง ขายปลีก และการช้อปปิ้งออนไลน์ และอุตสาหกรรมการผลิต มีสัดส่วนร้อยละ 15.7 และ 17.3 ตามลำดับ ซึ่งทั้งสามอุตสาหกรรมข้างต้น ล้วนเป็นอุตสาหกรรมฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนการส่งออกของไทย

1.2.5) ไทยยังมีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้ต่ำกว่าศักยภาพ

เป็นผลมาจากการผลิตแรงงานทักษะสูงและลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา น้อย จากกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technological Changes) เป็นอีกหนึ่งกระแสโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา ทั้งเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) การใช้ IoT และ การใช้ Blockchain ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศในหลายด้าน อาทิ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ (Automation) และระบบหุ่นยนต์ในสายการผลิต จะช่วยลดเวลาและต้นทุนในการผลิต อีกทั้งการใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อสนับสนุนการผลิตแบบ Demand-driven จะส่งเสริมทำให้ภาคการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น การขนส่งและความปลอดภัย การใช้ IoT และระบบติดตามแบบเรียลไทม์ช่วยให้การขนส่งและการจัดการสินค้ามีประสิทธิภาพและแม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้ การใช้ Blockchain จะช่วยเพิ่มความโปร่งใสและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ ช่วยให้สามารถตรวจสอบและติดตามสินค้าได้ตลอดเส้นทางการขนส่ง ลดความเสี่ยงในการสูญหายและความเสียหายของสินค้า และการขยายตลาดและการเข้าถึงลูกค้าผ่านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เทคโนโลยีการตลาดออนไลน์ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าทั่วโลกได้ง่ายขึ้น ผ่านแพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์ ขณะที่แพลตฟอร์มออนไลน์จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าและบริการได้ทั่วโลก โดยไม่ต้องมีหน้าร้านค้าจริง ซึ่งนวัตกรรมเป็นแรงหนุนให้ภาคการผลิตไทยเติบโต

การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิตยังทำได้น้อย โดยเฉพาะในภาคการเกษตร ที่ส่วนใหญ่เป็นการผลิตโดยวิธีการดั้งเดิมและพึ่งพาเทคโนโลยีต่ำ อีกทั้งยังไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้ ทำให้สูญเสียโอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ขณะที่หลักสูตรทางการศึกษาในหลายแห่งยังไม่ได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการทักษะทางเทคโนโลยีในตลาดแรงงาน นอกจากนี้ แรงงานในหลายอุตสาหกรรมยังขาดโอกาสในการเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยี และยังขาดการสนับสนุนธุรกิจและนวัตกรรมจากภาครัฐที่เป็นรูปธรรมสำหรับศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรมที่จะรองรับความต้องการของสตาร์ทอัพและธุรกิจใหม่

จากการประกาศผลการจัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลก หรือ Global Innovation Index (GII) โดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) ปี 2566 ไทยได้รับการจัดอันดับอยู่ในอันดับที่ 43 ของโลก จาก 132 ประเทศ ถ้าเทียบในอาเซียน ไทยอยู่ในอันดับสามคงที่จากปีก่อน รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยมีเวียดนามเป็นอันดับ 4 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 9 อันดับ การสร้างนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวสู่ประเทศรายได้สูง การสร้างบุคลากรที่มีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มากขึ้น จะรองรับงานของอุตสาหกรรมใหม่ในอนาคต ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนของไทย

แรงงานในอุตสาหกรรมการผลิตของไทยยังขาดทักษะและความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีขั้นสูง ทำให้การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีมูลค่าเพิ่มทำได้ยาก อีกทั้งยังเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนานวัตกรรมและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะหากไม่มีการเตรียมพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างประชากร ซึ่งจะส่งผลต่อการผลิตและการเติบโตทางเศรษฐกิจ อีกทั้งอาจทำให้ค่าจ้างแรงงานเพิ่มสูงขึ้น กระทบต่อต้นทุนการผลิตเกิดการขาดแคลนทักษะที่จำเป็นในการขับเคลื่อนนวัตกรรมและการพัฒนา และอาจทำให้ไทยสูญเสีย

ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ นำไปสู่การลดลงของนวัตกรรมและการพัฒนา และสูญเสียความสามารถในการแข่งขันด้วย

การตัดทวงความได้เปรียบจากกระแสเทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะผู้ผลิตนวัตกรรม และเพิ่มมูลค่าภาคการผลิตด้วยนวัตกรรมยังทำได้น้อยกว่าศักยภาพ จะทำให้ไทยมีโอกาสขาดดุลสินค้าบริการ และเทคโนโลยี โดยต้องจ่ายเงินผู้ให้บริการดิจิทัลในต่างประเทศสูงกว่ารายรับจากการส่งออกสินค้าและบริการ ด้านเทคโนโลยี นอกจากนี้ การขาดการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) และการนำนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต ทำให้สินค้าส่งออกของไทยมีมูลค่าเพิ่มต่ำ ไม่มีความซับซ้อน และแข่งขันได้ยากในตลาดโลก อีกทั้งการลดลงของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศส่งผลต่อเทคโนโลยีและประสิทธิภาพการผลิต ทำให้อาจพัฒนาได้ไม่เท่าเทียมประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค รวมถึงการขาดตลาดส่งออกรองรับที่แน่นอน

1.2.6) การปรับตัวของภาคการผลิตเพื่อการส่งออกของไทยในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมยังเป็นไปอย่างล่าช้า ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ การทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่ผ่านมาส่งผลให้เกิดมลพิษต่อธรรมชาติและชีวิตของมนุษย์ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกลายเป็นปัญหาใหญ่ ที่เกิดการเสียสมดุลระหว่างทรัพยากรธรรมชาติกับความต้องการของมนุษย์ จึงทำให้องค์การสหประชาชาติออกมาประกาศวาระแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อให้ทั่วโลกก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมคาร์บอนต่ำ สำหรับไทยได้ประกาศโมเดลเศรษฐกิจใหม่ เศรษฐกิจชีวภาพเศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio - Circular - Green Economy: BCG Model) ในปี 2564 เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาต่อยอดจากจุดแข็งของประเทศเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

สำหรับในต่างประเทศ อย่างเช่นสหรัฐอเมริกามีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนพลังงานสะอาดและลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล และสหภาพยุโรปปฏิรูปกฎหมายและมาตรการที่ครอบคลุมหลายๆ มิติ ที่จะสนับสนุนการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นทางจนถึงมือผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงลดการปล่อยมลพิษ การจัดการของเสีย การคุ้มครองความหลากหลายทางชีวภาพและการจัดการทางระบบนิเวศ การทำการเกษตรอย่างยั่งยืน การอนุรักษ์ป่าไม้ การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนและการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมาตรการที่ออกมาในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า ของประเทศพัฒนาแล้วต่าง ๆ จะกีดกันการนำเข้าสินค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปล่อยมลพิษ CO₂ ในกระบวนการผลิตเข้าสู่ประเทศ ซึ่งการขาดความใส่ใจด้านความยั่งยืนและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สินค้าส่งออกของไทยบางส่วนที่ยังขาดมาตรฐานด้านความยั่งยืนและการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม อาจเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงตลาดที่สำคัญกับประเด็นดังกล่าวได้ ซึ่งไทยเองนั้นจะต้องจริงจังมากขึ้นกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดคู่ค้า ยิ่งไทยจะพยายามยกระดับคุณภาพสินค้าเข้าสู่ตลาดเฉพาะตลาดกำลังซื้อสูงเน้นสินค้าคุณภาพมากกว่าราคาต่ำด้วยแล้วนั้น การลงทุนการผลิตที่ลดการปล่อยมลพิษของภาคเอกชน และการออกมาตรการควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมของโรงงานอุตสาหกรรม หรือมาตรฐานการทำเกษตรยั่งยืนของภาครัฐภายในประเทศจะช่วยผลักดันให้บรรลุผล

อย่างไรก็ดี **ไทยมีจุดแข็งที่สำคัญ**ในการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรหลายรายการรายใหญ่ของโลก โดยไทยได้รับอานิสงส์มาจากการพัฒนาในอดีตที่สามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศได้มากจนกลายเป็น **ฐานการผลิตที่แข็งแกร่งของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์** ขณะเดียวกัน **อุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มของไทยยังเติบโตจากศักยภาพในการเป็นครัวของโลก**ที่มีข้อได้เปรียบจากการผลิตครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงการแปรรูป ในมิติด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การวางตัวเป็นกลางในการแบ่งขั้วทางเศรษฐกิจ (Decoupling) เป็นหนึ่งในโอกาสทางการค้าของประเทศ ทำให้ไทยได้รับอานิสงส์ของการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) จากการแบ่งขั้วของห่วงโซ่การผลิตโลกระหว่างประเทศที่ใกล้ชิดกับสหรัฐฯ และเงินโดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) ประเมินว่าไทยจะได้รับอานิสงส์ของ Trade Diversion จากการแบ่งขั้วของห่วงโซ่การผลิตโลก โดยไทยจะได้รับประโยชน์จากการส่งออกสินค้าขั้นสุดท้ายมากกว่าสินค้าขั้นกลาง ซึ่งสะท้อนว่าไทยมีโอกาสที่จะนำเข้าสินค้าขั้นกลางเพื่อมาผลิตและส่งออกมาเพิ่มขึ้น **รัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน**เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศที่อาจเกิดปัญหาในยามวิกฤต ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจรายกลางและรายย่อย และธุรกิจของคนไทย และการกระจายรายได้ภายในประเทศอย่างสมดุล ส่งเสริมการกระจายรายได้และการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น เป็นการยกระดับการเติบโตที่ถ่วงหน้า

2) เศรษฐกิจการค้าไทยรายสาขา (เกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ)

2.1) การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

ภาคเกษตรไทยปี 2566 มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ 1.54 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (2557 - 2566) เศรษฐกิจภาคเกษตรของไทยเติบโตค่อนข้างต่ำ เฉลี่ยร้อยละ 1.6 ต่อปี ประเทศไทยมีเนื้อที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร 147.73 ล้านไร่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.06 ของพื้นที่ทั้งหมด และมีพื้นที่ชลประทาน 35.23 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 23.85 ของพื้นที่การเกษตรเท่านั้น³ นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านสังคมสูงวัย ซึ่งส่งผลกระทบต่อปริมาณและผลิตภาพแรงงานภาคเกษตร โดยในปี 2565 หัวหน้าครัวเรือนเกษตรมีอายุเฉลี่ยสูงถึง 59.44 ปี

ภาคเกษตรถือเป็นฐานรายได้และความมั่นคงด้านอาหารของประเทศ ปี 2566 ไทยมีครัวเรือนเกษตรกรจำนวน 7,718,310 ครัวเรือน⁴ ประชากรภาคเกษตร 29.60 ล้านคน (ประกอบอาชีพเกษตรกรหรือเกี่ยวข้องกับการเกษตร) หรือมากกว่าร้อยละ 44.81 ของประชากรทั้งประเทศ และมีจำนวนแรงงานภาคเกษตร 19.72 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.75 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด⁵

แม้ปัจจุบันไทยจะพัฒนาไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น แต่ภาคเกษตรกรรมยังคงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกรายการค้าเกษตรและอาหารที่หลากหลาย โดยในปี 2566 ไทยส่งออกสินค้ามูลค่ารวมทั้งสิ้น 285,074.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่งออกสินค้าเกษตรกรรม เป็นมูลค่า 26,814.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.41 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร เป็นมูลค่า 22,440.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

³ ข้อมูลล่าสุด ปี 2565 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร: <https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2567/statistic2566.pdf>

⁴ รายงานสรุปข้อมูลสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ข้อมูลวันที่ 10/09/2566 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์: <https://data.moae.go.th/>

⁵ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร: <https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2567/Indicators66.pdf>

คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.87 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย ขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมมีสัดส่วน ร้อยละ 78.64 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย (ที่เหลืออีกร้อยละ 4.09 เป็นสินค้าแร่และเชื้อเพลิง)

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มสินค้า กลุ่มสินค้าเกษตรกรรม ปี 2566 มูลค่าส่งออกรวม 26,814.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) สินค้ากสิกรรม มีมูลค่าการส่งออก 20,662.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 77.06 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มเกษตรกรรม) สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ผลไม้ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา และผัก ตามลำดับ (2) กลุ่มสินค้าประมง มีมูลค่าการส่งออก 1,525.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 5.69 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มเกษตรกรรม) โดยสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ กุ้ง ปลา ปลาหมึก สัตว์น้ำจำพวกครัสเตเชียและมอลลัสก์อื่น ๆ (เช่น ปู หอย) และแมงกะพรุน ตามลำดับ (3) กลุ่มสินค้าปศุสัตว์ มูลค่าการส่งออก 4,626.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 17.25 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มเกษตรกรรม) โดยสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ไก่ (ไก่แปรรูป และไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง) เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้ ไช้ไก่ เป็ด และกระดูกสัตว์ และขนสัตว์ปีก ตามลำดับ ขณะที่ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีสัดส่วน ร้อยละ 42.03 11.96 5.62 4.44 และ 3.51 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้ากลุ่มเกษตรกรรมทั้งหมด ตามลำดับ สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร ปี 2566 มูลค่าส่งออกรวม 22,440.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (2) น้ำตาลทรายและกากน้ำตาล (3) อาหารสัตว์เลี้ยง (4) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป และ (5) เครื่องดื่ม สำหรับตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น ฮ่องกง และอินโดนีเซีย มีสัดส่วนร้อยละ 12.80 9.06 7.63 6.45 และ 6.28 ของมูลค่าการส่งออกของสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรทั้งหมด ตามลำดับ

ด้านต้นทุน เกษตรกรไทยเผชิญปัญหาต้นทุนปัจจัยการผลิตสูง ทั้งปุ๋ยเคมี ยาควบคุมและกำจัดศัตรูพืช วัตถุดิบอาหารสัตว์ เมล็ดพันธุ์และท่อนพันธุ์ ค่าแรงงาน ค่าบริการทางการแพทย์ (การหว่าน และการเก็บเกี่ยวผลผลิต) ต้นทุนด้านการเงินจากธนาคารพาณิชย์ และต้นทุนด้านพลังงาน ซึ่งต้นทุนปัจจัยการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้านผลิตภาพการผลิต ไทยสามารถผลิตพืชเศรษฐกิจของโลกได้หลายชนิดติดอันดับต้น ๆ ของโลก ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อ้อย และปาล์มน้ำมัน เป็นสินค้าเกษตรที่ไทยมีปริมาณการผลิตสูงติด 10 อันดับแรกของโลก แต่เมื่อพิจารณาผลิตภาพทางการเกษตรที่วัดจากอัตราการผลิตต่อพื้นที่ กลับพบว่าพืชบางชนิด⁶ เช่น ข้าว และอ้อย ไทยมีผลผลิตต่อไร่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่น โดยปริมาณผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของพืชเศรษฐกิจของโลก ดังนี้

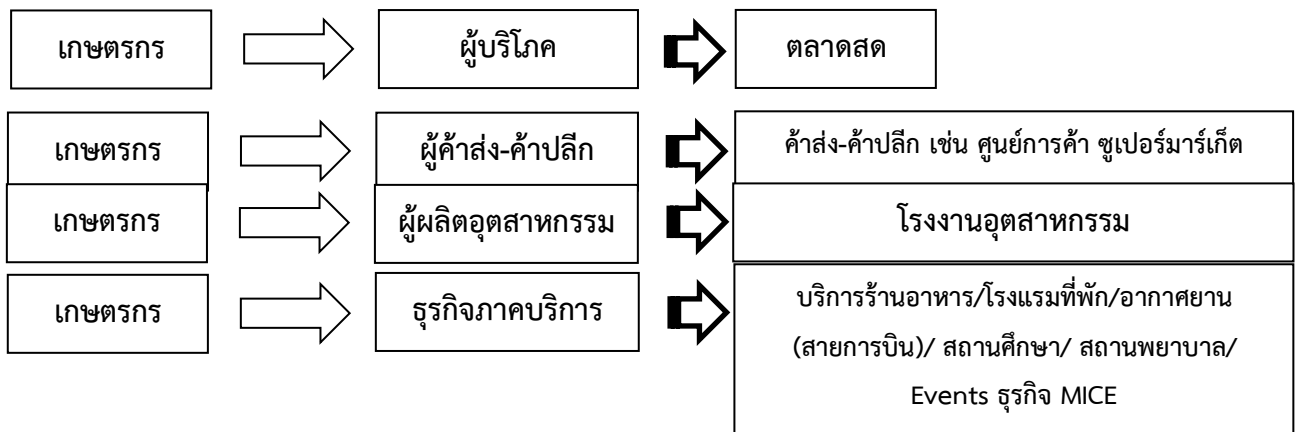
- ยางพารา มีปริมาณผลผลิต อันดับ 1 ของโลก มีผลผลิตต่อไร่ อันดับ 10 ของโลก
- มันสำปะหลัง มีปริมาณผลผลิต อันดับ 3 ของโลก มีผลผลิตต่อไร่ อันดับ 13 ของโลก
- ปาล์มน้ำมัน มีปริมาณผลผลิต อันดับ 3 ของโลก มีผลผลิตต่อไร่ อันดับ 1 ของโลก
- อ้อย มีปริมาณผลผลิต อันดับ 4 ของโลก มีผลผลิตต่อไร่ อันดับ 46 ของโลก
- ข้าว มีปริมาณผลผลิต อันดับ 6 ของโลก มีผลผลิตต่อไร่ อันดับ 60 ของโลก

ดังนั้น แนวทางการเพิ่มผลิตภาพและมูลค่าต่อหน่วยของพื้นที่ทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ การลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตต่อไร่ หรือการปรับเปลี่ยนไปสู่การเพาะปลูกพืชที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงทดแทน

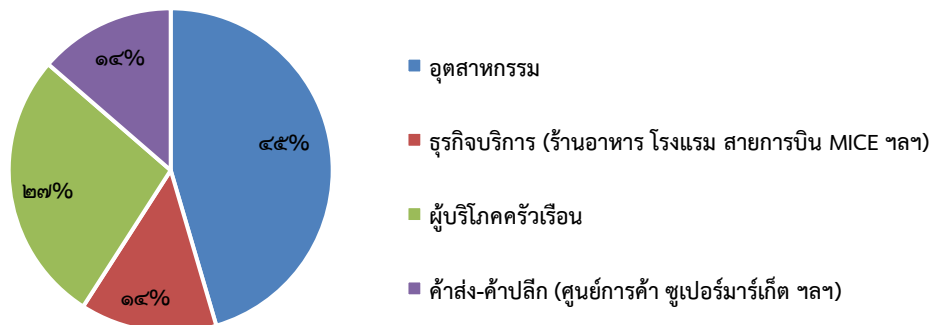
⁶ ข้าว: กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA), ยางพารา มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน และอ้อย: องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

ด้านช่องทางการค้าสินค้าเกษตรของเกษตรกรหรือผู้ประกอบการเกษตร

(พิจารณาจากตารางปัจจัยการผลิต-ผลผลิต หรือตาราง I-O) มี 4 ช่องทางหลัก คือ (1) การค้าจากเกษตรกรไปยังผู้บริโภคครัวเรือนโดยตรง ผ่านช่องทาง เช่น ตลาดสด (2) การค้าจากเกษตรกรไปยังผู้ค้าส่ง-ค้าปลีก ผ่านช่องทางค้าส่ง-ค้าปลีก เช่น ศูนย์การค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต (3) การค้าจากเกษตรกรไปยังผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อนำไปจำหน่ายเป็นวัตถุดิบแก่อุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงไปข้างหน้าของผลผลิตทางการเกษตร (Forward Linkage) และ (4) ธุรกิจการค้าจากเกษตรกรไปยังธุรกิจภาคบริการ ประกอบด้วย ร้านอาหาร ที่พักโรงแรม บริการอากาศยาน บริการการศึกษา และบริการสถานพยาบาล



ช่องทางจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกร (ช่องทางภายในประเทศ)



ที่มา: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าของสินค้าเกษตรกรรมไทยในตลาดโลก

ปี 2566 พบว่า สินค้าเกษตรกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวสูง เช่น ไข่ไก่สด สุกกร กาแฟ ข้าว แมงกระพรุน ถั่ว ผลไม้ เป็ด เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้ และข้าวโพด ขณะที่สินค้าผลไม้มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในกลุ่มสินค้าเกษตรและขยายตัวดี มีปัจจัยสนับสนุน คือ ความนิยมบริโภคผลไม้ของจีน การส่งเสริมการขาย การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการผลผลิตและการขนส่ง นอกจากนี้ ข้าว เป็นอีกสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวสูง มีปัจจัยสนับสนุนจากปรากฏการณ์เอลนีโญ

ที่ทำให้ผู้ส่งออกข้าวรายสำคัญของโลกหลายราย อาทิ อินโดนีเซีย เวียดนาม และอินเดีย ได้รับผลกระทบด้านการผลิต และทำให้จำกัดการส่งออก ขณะที่ไทยยังสามารถผลิตและส่งออกได้ สำหรับสินค้าเกษตรกรรมที่มีมูลค่าการส่งออก หดตัวสูง เช่น ครั่ง ฝ้าย ยางพารา ไบยาสูบ ตะพาน้ำ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง พืชน้ำมัน ปลา เครื่องเทศและสมุนไพร และปลาหมึก สาเหตุสำคัญมาจากการแข่งขันที่สูงขึ้นและไทยมีผลผลิตลดลง

ความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรไทย ในตลาดโลก ปี 2566 สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวสูง เช่น โกโก้และของปรุงแต่ง ผักกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทรายและกากน้ำตาล ไอศกรีม สิ่งปรุงรสอาหาร นมและผลิตภัณฑ์นม หมากฝรั่งและขนมที่ไม่มีโกโก้ผสม เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์จากข้าว และเนื้อสัตว์และของปรุงแต่งที่ทำจากเนื้อสัตว์ ขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่มีมูลค่าการส่งออกหดตัวสูง เช่น ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยง ซุปและอาหารปรุงแต่ง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป และ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ

อัตราส่งออกสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร ในรอบ 10 ปี (2557 – 2566) ดังนี้

(1) กลุ่มเกษตรกรรม ขยายตัวร้อยละ 2.04 ต่อปี (กลุ่มกสิกรรม ขยายตัวร้อยละ 1.93 ต่อปี และสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวสูง เช่น เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ผลไม้ พืชน้ำมัน ธัญพืช เครื่องเทศและสมุนไพร กลุ่มปศุสัตว์ ขยายตัวร้อยละ 5.46 ต่อปี สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวสูง เช่น ไข่ไก่สด ไก่ และเป็ด กลุ่มประมง หดตัวร้อยละ 3.5 ต่อปี และมีเพียงแมงกะพรุน ที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวในรอบ 10 ปี) ตลาดที่มีอัตราการส่งออกเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสูงในรอบ 10 ปี เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยคองโก อิรัก สโลวีเนีย โรมาเนีย และปากีสถาน ซึ่งมีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.5 29.4 12.0 10.4 และ 9.5 ต่อปี ตามลำดับ

(2) กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 3.13 ต่อปี และสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวสูง เช่น ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ไอศกรีม อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ และ นมและผลิตภัณฑ์นม สำหรับตลาดที่มีอัตราการส่งออกเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสูงในรอบ 10 ปี 5 อันดับแรก เช่น ฮังการี อินเดีย อิรัก จีน และฟิลิปปินส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.0 21.1 16.8 12.3 และ 10.34 ต่อปี ตามลำดับ

ประเด็นความท้าทายต่อการค้าและการตลาด ประกอบด้วย 10 ประเด็นหลัก ดังนี้

(1) **เกษตรกรไทยเผชิญปัญหาต้นทุนการผลิตสูง** ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพการผลิต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้สินค้าเกษตรของไทยแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก ปี 2566 มีการนำเข้าปัจจัยการผลิตในปริมาณมาก กลุ่มปุ๋ยเคมี มีมูลค่าการนำเข้ามากที่สุด 78,713.20 ล้านบาท รองลงมา คือ สารกำจัดวัชพืช สารป้องกันและกำจัดโรคพืช สารกำจัดแมลง และเมล็ดพันธุ์นำเข้า มูลค่าการนำเข้า 19,623.89 6,564.73 3,261.23 1,929.84 ล้านบาท ตามลำดับ โดยปุ๋ยเคมีเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้การลดต้นทุนการผลิตของไทยไม่ประสบความสำเร็จ โดยปี 2566 ไทยนำเข้าปุ๋ย 5.14 ล้านตัน ขยายตัวจากปี 2565 ที่ร้อยละ 22.1 ส่วนในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2567 (มกราคม - กรกฎาคม) ไทยนำเข้าปุ๋ย 4.18 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อนหน้า จะพบว่ามีการใช้ปุ๋ยเพิ่มขึ้นทุกปี ดังนั้น ไทยควรลดการพึ่งพาการนำเข้าปุ๋ยจากต่างประเทศ และมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมปุ๋ย ภายในประเทศ เช่น พัฒนาอุตสาหกรรมปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยชีวภาพ (Bio food และ Bio fertilizer) เป็นต้น

(2) สินค้าเกษตรสำคัญของไทยต้องพึ่งพาส่งออกต่างประเทศ และตลาดส่งออกยัง

ขาดความหลากหลาย ยกตัวอย่างสินค้า เช่น ยางพารา สัดส่วนความต้องการใช้ในประเทศต่อการส่งออก 19:81 ทูเรียน สัดส่วนความต้องการใช้ในประเทศต่อการส่งออก 26:74 มังคุด สัดส่วนความต้องการใช้ในประเทศต่อการส่งออก 7:93 ลำไย สัดส่วนความต้องการใช้ในประเทศต่อการส่งออก 18:82 และกุ้ง สัดส่วนความต้องการใช้ในประเทศต่อการส่งออก 30:70 เป็นต้น⁷ สำหรับตลาดส่งออก พบว่า ประเทศคู่ค้าสำคัญสำหรับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรของไทยกระจุกตัวในกลุ่มประเทศเดิม เช่น จีน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยเฉพาะจีน ซึ่งเป็นตลาดส่งออกผลไม้อันดับ 1 ของไทย ในปี 2566 ไทยส่งออกผลไม้สดไปจีน มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 91.1 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดทั้งหมดของไทย และไทยส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปจีน มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 63.1 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังทั้งหมดของไทย ดังนั้น จำเป็นต้องผลักดันการเปิดตลาดใหม่ ๆ และขยายตลาดเชิงรุกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อกระจายความเสี่ยง ทั้งสินค้าเดิมและสินค้าศักยภาพใหม่

(3) สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกขาดความหลากหลาย และ

การสร้างมูลค่าเพิ่มยังไม่มาก ปัจจุบันสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกของไทยกระจุกตัวเพียงไม่กี่สินค้า ในปี 2566 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร 5 รายการแรก ได้แก่ ผลไม้ ข้าว ไข่ มันสำปะหลัง และยางพารา รวมกันมีสัดส่วนถึง ร้อยละ 87.8 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรทั้งหมดของไทย สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร 5 รายการแรก ได้แก่ น้ำตาลทราย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อาหารสัตว์เลี้ยงผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และเครื่องดื่ม มีมูลค่าการส่งออกรวมกัน ร้อยละ 62.0 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรทั้งหมดของไทย แสดงให้เห็นว่าไทยพึ่งพาการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกเพียงไม่กี่รายการ นอกจากนี้ ในกลุ่มสินค้าเกษตร ส่วนใหญ่ไทยส่งออกสินค้ากรรม รองลงมา ได้แก่ กลุ่มสินค้าปศุสัตว์ และกลุ่มสินค้ากลุ่มประมง สำหรับสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร ก็มีมูลค่าการส่งออกต่ำกว่าสินค้าเกษตรกรรม โดยไทยส่งออกสินค้าเกษตรขั้นปฐม เช่น กลุ่มสินค้าผลไม้ ไทยส่งออกผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง เป็นมูลค่ากว่า 6,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ส่งออกสินค้าผลไม้แปรรูป เช่น ผลไม้กระป๋อง แยม น้ำผลไม้ รวมกันมีมูลค่าเพียง 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการส่งออกข้าว มีมูลค่ากว่า 5,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากข้าวเพียง 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ยังมีสินค้าอื่นที่มีศักยภาพและควรผลักดัน เช่น เครื่องเทศและสมุนไพร กาแฟ กล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ อีกทั้งสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพและมูลค่าสูง เช่น กัญชา บุหรี่ และไม้ดอกไม้ประดับบางรายการ ยังติดปัญหาเรื่องข้อกฎหมาย ทำให้ไม่สามารถดำเนินการผลิตเพื่อการค้าได้อย่างเต็มที่

(4) สินค้าเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การเปิดเสรีทางการค้าสร้างโอกาสให้

สินค้าไทยในตลาดโลก ขณะเดียวกันก็สร้างโอกาสให้กับสินค้าของประเทศคู่แข่ง ส่งผลให้การแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศทวีความรุนแรงมากขึ้น เช่น การลดกำแพงภาษี ทำให้สินค้าเกษตรจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันในตลาดไทยด้วยต้นทุนที่ถูกลง หรือไทยมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในตลาดส่งออกสำคัญ เช่น ทูเรียนไทยเผชิญการแข่งขันสูงขึ้นในตลาดจีน

⁷ กรมการค้าภายใน: https://www.dit.go.th/PR_PublicationViewer.aspx?id=๖๒๙๐

(5) **มาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีมามากขึ้น** มาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี เช่น กฎระเบียบและมาตรฐานต่าง ๆ ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศมากขึ้น และมีหลากหลายรูปแบบ เช่น มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช มาตรการอุปสรรคเทคนิคทางการค้า มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ระบบรับรองมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรมีจำนวนมากและมีข้อกำหนดแตกต่างกันไป ทำให้ผู้ผลิตมีต้นทุนสูงหากต้องการจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดปลายทางที่ยอมรับมาตรฐานที่มีความแตกต่างกัน โดยสินค้าเกษตรที่ส่งออกต่างประเทศมีปัญหาด้านคุณภาพ มาตรฐาน และมีต้นทุนในการผลิตและตรวจสอบสูง ส่วนผลผลิตสินค้าเกษตรที่ทำการส่งออกต่างประเทศ ผู้รับซื้อเป็นผู้กำหนดราคา เกษตรกรไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาเอง และผู้รับซื้อจากต่างประเทศมีเกณฑ์กำหนดมาตรฐาน ซึ่งเกษตรกรไม่สามารถทำได้ถึงตามเกณฑ์ ดังนั้น มีการดูแลของต้นน้ำและมาตรฐานการผลิต

(6) **การใช้นโยบายแทรกแซงตลาดสินค้าเกษตร** ส่งผลต่ออุปสงค์และอุปทานของสินค้าเกษตร บิดเบือนกลไกตลาด ทำให้สินค้าเกษตรขาดความหลากหลาย ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งด้านการบริโภคทางตรงและการนำไปเป็นวัตถุดิบเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยเครื่องมือหรือนโยบายส่วนใหญ่ที่ภาครัฐนำมาใช้จะเป็นนโยบายด้านราคา ส่งผลให้กลไกตลาดไม่ได้ทำหน้าที่หรือไม่มีประสิทธิภาพ นำไปสู่การที่เกษตรกรไทยขาดแรงจูงใจในการพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ไปตามความต้องการของตลาด

(7) **อุปสรรคต่อการเข้าถึงตลาดของเกษตรกร** เนื่องจากเกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองน้อย เกษตรกรส่วนใหญ่ทำการเกษตรแปลงเล็กและกระจายตัวตามพื้นที่ต่าง ๆ ในบางพื้นที่ การคมนาคมขนส่งไม่สะดวก โดยมีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขายผลผลิต ทำให้เกษตรกรไม่มีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตและจำเป็นต้องจำหน่ายในราคาที่ไม่เป็นธรรม ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกษตรกรไทยส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น (7.1) ขาดความรู้ทางธุรกิจ เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว และมีพฤติกรรมการเพาะปลูกตามกัน โดยไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของตลาด (7.2) คุณภาพสินค้ามีความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นผลมาจากข้อจำกัดด้านต่าง ๆ ในการทำเกษตรกรรม ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงเครื่องมือ แหล่งพันธุ์ และวัตถุดิบที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังขาดสถานที่เก็บรักษาสินค้าเกษตรอย่างถูกวิธี ทำให้คุณภาพของผลผลิตสินค้าเกษตรลดลง (7.3) ขาดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานในภาคส่วนต่าง ๆ ทำให้เกษตรกรเผชิญกับปัญหาการถูกเอารัดเอาเปรียบ ส่งผลให้ต้องแบกรับความเสี่ยงในการผลิตเพื่อจำหน่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ภาคการศึกษาซึ่งมีผลงานวิจัยที่มีประโยชน์ต่อภาคการเกษตร ก็ยังมีบทบาทน้อยในการมีส่วนร่วมกับภาคเอกชนหรือภาครัฐเพื่อช่วยเหลือ ยกระดับการผลิตและยกระดับรายได้ให้แก่เกษตรกร ซึ่งเกษตรกรมีความสามารถทางการผลิตสูงแต่ไม่สามารถที่จะบริหารจัดการทางการตลาดได้ ดังนั้น เกษตรกรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อให้เกิดการเกษตรมูลค่าสูง จึงต้องสนับสนุนงบประมาณให้เกษตรกรสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อให้ได้สินค้าที่ผลิตน้อยแต่ได้มูลค่าที่สูง และสนับสนุนส่งเสริมองค์ความรู้ให้เกษตรกรสามารถวิเคราะห์สภาพตลาดและวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้น ๆ ได้ เพื่อที่จะผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผลิตสินค้าที่มีความกดดันให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนเงินทุน

ให้เกษตรกรเบื้องต้นในการพัฒนาสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานสากลรองรับได้ ไปสู่การที่จะเป็นเกษตรกรสมัยใหม่ที่มีรายได้มั่นคง

(8) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของไทย ปี 2562 พบว่า ภาคเกษตรมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นอันดับที่ 2 รองจากภาคพลังงานและการคมนาคมขนส่ง^๘ แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกของภาคเกษตร ได้แก่ การปลูกข้าว ร้อยละ 51 การใส่ปุ๋ยและปูน ร้อยละ 22 การหมักในระบบย่อยอาหารสัตว์ ร้อยละ 19 การจัดการมูลสัตว์ ร้อยละ 6 และการเผาเศษวัสดุทางการเกษตร ร้อยละ 2 ภาคเกษตรจึงมีบทบาทสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ซึ่งเกษตรกรและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่สินค้าเกษตรจะต้องมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปัญหาด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของเกษตรกรในเมืองยังเป็นปัญหาใหญ่นอกจากนี้ ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังส่งผลกระทบต่อภาคเกษตร อาทิ ภัยธรรมชาติที่รุนแรงทำให้ผลผลิตทางการเกษตรเสียหาย เกิดโรค/ศัตรูพืชระบาด และสินค้าเกษตรมีปริมาณผลผลิต คุณภาพ และราคาสินค้าเกษตรลดลง อีกทั้งการจัดการอุปสงค์อุปทาน การจัดการข้อมูลจากทุกภาคส่วนยังขาดการวางแผนและทำงานร่วมกัน และข้อมูลบางรายการยังไม่สอดคล้องกัน

(9) เกษตรกรยังขาดความรู้ในการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผลิตและแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า และลดต้นทุนในการผลิตสินค้า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในการเกษตรยังไม่ทั่วถึง เกษตรกรยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งไม่มีงบประมาณในการลงทุนด้านเทคโนโลยี ขาดการเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการและเกษตรกร ทุกภาคส่วนควรร่วมมือกันสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าแก่เกษตรกรทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและลดต้นทุน ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้เกษตรกร

(10) การรวมกลุ่มเกษตรกรยังมีปัญหาในการดำเนินงาน เนื่องจากขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ การสร้างเครือข่าย และขาดการใช้ประโยชน์จากความร่วมมือเพื่อสร้างอำนาจต่อรองทางการค้า ทำให้การรวมกลุ่มและเครือข่ายเกษตรกรหลาย ๆ กลุ่มยังคงไม่เข้มแข็งและขาดประสิทธิภาพ

^๘ ปี ๒๕๖๒ พบว่า ไทย มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งสิ้น ๓๗๓ ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยมาจากภาคพลังงานและการคมนาคมขนส่งมากที่สุด ร้อยละ ๗๐ รองลงมาคือ ภาคเกษตร ร้อยละ ๑๕ ภาคกระบวนการอุตสาหกรรมและการใช้ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ ๑๐ และภาคของเสีย ร้อยละ ๕ ที่มา: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (๒๕๖๖)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 10 ปี (ปี 2557 – 2566)

	ปี	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566
GDP รวม	มูลค่า (ล้านบาท)	13,230,304	13,743,480	14,590,337	15,488,664	16,373,343	16,889,174	15,661,291	16,188,611	17,378,015	17,922,038
	การเติบโต (%)	1.0	3.1	3.4	4.2	4.2	2.1	-6.1	1.6	2.5	1.9
GDP ภาคเกษตร	มูลค่า (ล้านบาท)	1,334,795	1,219,421	1,236,980	1,302,041	1,342,912	1,372,848	1,362,979	1,407,097	1,516,169	1,537,031
	การเติบโต (%)	-0.3	-6.5	-1.2	4.8	6.1	-1.0	-3.2	2.2	2.5	2.0
GDP ภาคอุตสาหกรรม	มูลค่า (ล้านบาท)	4,526,820	4,592,339	4,791,853	5,029,209	5,278,350	5,254,658	4,791,808	5,236,385	5,670,190	5,453,771
	การเติบโต (%)	0.1	1.9	2.2	2.1	2.9	-0.1	-5.8	3.8	0.1	-2.4
GDP ภาคบริการ	มูลค่า (ล้านบาท)	7,368,689	7,931,720	8,561,504	9,157,414	9,752,081	10,261,668	9,506,504	9,545,129	10,191,656	10,931,236
	การเติบโต (%)	1.8	5.6	4.8	5.2	4.7	3.8	-6.6	0.3	3.8	4.3

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2567)

หมายเหตุ: CAGR เฉลี่ย 10 ปี ดังนี้ (1) ภาคเกษตร 1.6% (2) ภาคอุตสาหกรรม 2.1% และ (3) ภาคบริการ 4.5% (ภาพรวม 3.4%)

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมของไทย ปี 2557 - 2566

รายการสินค้า	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)											CAGR (ร้อยละ)
	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566		
เกษตรกรรม	22,364.8	20,169.4	19,408.5	22,960.3	23,222.3	21,781.4	21,101.5	26,151.3	26,739.2	26,814.76		2.04
%YoY	-1.5	-9.8	-3.8	18.3	1.1	-6.2	-3.1	23.9	2.3	0.3		
อุตสาหกรรมเกษตร	17,007.5	16,612.3	16,723.2	17,054.4	18,253.3	18,778.8	18,058.4	19,326.5	22,793.2	22,440.82		3.13
%YoY	-1.7	-2.3	0.7	2.0	7.0	2.9	-3.8	7.0	17.9	-1.6		
เกษตรกรรมและ อุตสาหกรรมเกษตร	39,372.3	36,781.7	36,131.7	40,014.7	41,475.6	40,560.2	39,159.9	45,477.8	49,532.4	49,255.58		2.52
%YoY	-1.6	-6.6	-1.8	10.7	3.7	-2.2	-3.5	16.1	8.9	-0.6		
อุตสาหกรรม	175,615.8	168,616.9	172,195.0	187,950.5	200,378.0	196,775.2	185,920.2	216,243.6	226,001.3	224,173.26		2.75
%YoY	1.1	-4.0	2.1	9.2	6.6	-1.8	-5.5	16.3	4.5	-0.8		
แร่และเชื้อเพลิง	12,473.8	8,911.1	6,693.3	8,669.5	11,103.5	8,933.4	6,554.0	10,284.5	11,891.3	11,645.45		-0.76
%YoY	-15.3	-28.6	-24.9	29.5	28.1	-19.5	-26.6	56.9	15.6	-2.1		
สินค้าอื่น ๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		-
%YoY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
รวม	227,462.0	214,309.6	215,387.5	236,634.7	252,957.0	246,268.8	231,634.1	272,006.1	287,424.9	285,074.29		2.54
%YoY	-0.5	-5.8	0.5	9.9	6.9	-2.6	-5.9	17.4	5.7	-0.8		

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ประมวลผลโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 10 มิถุนายน 2567

การส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของไทยไปยังตลาดเป้าหมาย ปี 2557 – 2566

ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)											CAGR (ร้อยละ)	สัดส่วน (ร้อยละ)
	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566			
จีน	6,104.8	5,899.3	5,058.8	6,141.7	5,759.5	6,128.9	6,817.9	10,916.5	10,550.1	11,271.2		7.1	42.0
สหรัฐฯ	1,372.8	1,264.7	1,388.3	1,460.9	1,451.1	1,525.0	1,502.5	1,586.2	1,587.5	1,506.6		1.0	5.6
ญี่ปุ่น	2,740.8	2,702.4	2,797.3	3,204.3	3,197.4	3,180.0	2,981.6	3,179.9	3,391.8	3,206.1		1.8	12.0
เกาหลีใต้	636.8	532.4	453.4	564.9	552.1	537.1	494.2	646.7	871.1	664.1		0.5	2.5
อินเดีย	275.0	243.2	182.5	202.1	239.4	179.8	139.4	272.3	284.8	243.8		-1.3	0.9
สหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก	120.8	98.6	98.0	86.9	81.2	58.6	68.5	87.0	114.4	79.6		-4.5	0.3
ซาอุดีอาระเบีย	88.0	79.7	71.4	61.7	86.2	66.5	33.4	27.6	24.4	39.3		-8.6	0.1
เยอรมนี	250.2	201.7	208.3	250.7	263.6	221.3	163.8	180.8	164.2	129.9		-7.0	0.5
ฝรั่งเศส	152.9	118.5	127.3	139.4	145.0	152.3	112.2	178.3	181.7	120.2		-2.6	0.4
แอฟริกาใต้	265.7	249.2	255.1	343.8	366.5	331.1	346.8	380.6	357.9	486.8		7.0	1.8
ตลาดเป้าหมาย	12,007.8	11,389.7	10,640.4	12,456.4	12,142.0	12,380.6	12,660.3	17,455.9	17,527.9	17,747.5		4.4	66.2
อาเซียน	3,415.9	3,289.2	3,451.3	4,026.1	4,744.9	3,619.0	3,406.2	3,326.3	3,056.1	3,545.8		0.4	13.2
เป้าหมาย+อาเซียน	15,423.7	14,678.9	14,091.7	16,482.5	16,886.9	15,999.6	16,066.5	20,782.2	20,584.0	21,293.4		3.6	79.4
ทั่วโลก	22,364.8	20,169.4	19,408.5	22,960.3	23,222.3	21,781.4	21,101.5	26,151.3	26,739.2	26,814.8		2.0	100.0

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ประมวลผลโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 10 มิถุนายน 2567

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปยังตลาดเป้าหมาย ปี 2557 – 2566

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)											CAGR (ร้อยละ)	สัดส่วน (ร้อยละ)
	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566			
จีน	714.7	1,088.3	1,269.0	795.7	917.3	1,145.1	1,137.5	1,220.8	1,435.5	2,033.2	12.3	9.1	
สหรัฐฯ	2,420.4	2,349.0	2,400.9	2,521.6	2,514.7	2,575.6	3,028.3	3,087.4	3,349.3	2,871.6	1.9	12.8	
ญี่ปุ่น	2,149.2	1,923.0	1,808.7	1,768.1	1,882.6	1,843.7	1,711.0	1,723.2	1,768.6	1,712.2	-2.5	7.6	
เกาหลีใต้	441.3	417.1	312.0	322.7	497.0	565.6	393.3	449.0	707.9	798.3	6.8	3.6	
อินเดีย	181.9	89.0	77.0	246.4	275.3	284.2	262.0	804.8	1,318.3	1,018.2	21.1	4.5	
สหราชอาณาจักร	182.1	170.0	154.6	183.1	147.3	183.0	155.0	180.7	245.0	247.1	3.5	1.1	
ซาอุดีอาระเบีย	171.5	188.1	169.6	166.7	178.3	181.8	195.8	149.8	187.4	210.2	2.3	0.9	
เยอรมนี	292.0	232.2	207.1	215.5	204.8	189.8	188.2	225.0	237.0	185.2	-4.9	0.8	
ฝรั่งเศส	161.5	173.4	130.7	126.8	123.4	111.1	118.6	134.7	178.8	163.8	0.2	0.7	
แอฟริกาใต้	136.9	124.7	79.8	105.2	133.3	112.8	79.3	82.9	94.1	103.4	-3.1	0.5	
ตลาดเป้าหมาย	6,851.5	6,754.8	6,609.4	6,451.8	6,874.0	7,192.7	7,269.0	8,058.3	9,521.9	9,343.1	3.5	41.6	
อาเซียน	5,043.6	5,225.9	5,781.5	5,882.6	6,568.9	6,680.3	6,281.1	6,623.7	8,038.8	8,145.0	5.5	36.3	
เป้าหมาย+อาเซียน	11,895.1	11,980.7	12,390.9	12,334.4	13,442.9	13,873.0	13,550.1	14,682.0	17,560.7	17,488.1	4.4	77.9	
ทั่วโลก	17,007.5	16,612.3	16,723.2	17,054.4	18,253.3	18,778.8	18,058.4	19,326.5	22,793.2	22,440.8	3.1	100.0	

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ประมาณผลโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 10 มิถุนายน 2567

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตรไปยังตลาดเป้าหมาย ปี 2557 - 2566

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)											CAGR (ร้อยละ)	สัดส่วน (ร้อยละ)
	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566			
จีน	6,819.5	6,987.6	6,327.8	6,937.4	6,676.8	7,274.0	7,955.4	12,137.3	11,985.6	13,304.3	7.7	27.0	
สหรัฐอเมริกา	3,793.2	3,613.7	3,789.2	3,982.5	3,965.8	4,100.6	4,530.8	4,673.6	4,936.8	4,378.1	1.6	8.9	
ญี่ปุ่น	4,890.0	4,625.4	4,606.0	4,972.4	5,080.0	5,023.7	4,692.6	4,903.1	5,160.4	4,918.3	0.1	10.0	
เกาหลีใต้	1,078.1	949.5	765.4	887.6	1,049.1	1,102.7	887.5	1,095.7	1,579.0	1,462.4	3.4	3.0	
อินเดีย	456.9	332.2	259.5	448.5	514.7	464.0	401.4	1,077.1	1,603.1	1,262.0	12.0	2.6	
สหรัฐอเมริกาบริติช	302.9	268.6	252.6	270.0	228.5	241.6	223.5	267.7	359.4	326.7	0.8	0.7	
ซาอุดีอาระเบีย	259.5	267.8	241.0	228.4	264.5	248.3	229.2	177.4	211.8	249.5	-0.4	0.5	
เยอรมนี	542.2	433.9	415.4	466.2	468.4	411.1	352.0	405.8	401.2	315.1	-5.9	0.6	
ฝรั่งเศส	314.4	291.9	258.0	266.2	268.4	263.4	230.8	313.0	360.5	284.0	-1.1	0.6	
แอฟริกาใต้	402.6	373.9	334.9	449.0	499.8	443.9	426.1	463.5	452.0	590.2	4.3	1.2	
ตลาดเป้าหมาย	18,859.3	18,144.5	17,249.8	18,908.2	19,016.0	19,573.3	19,929.3	25,514.2	27,049.8	27,090.7	4.1	55.0	
อาเซียน	8,459.5	8,515.1	9,232.8	9,908.7	11,313.8	10,299.3	9,687.3	9,950.0	11,094.9	11,690.8	3.7	23.7	
เป้าหมาย+อาเซียน	27,318.8	26,659.6	26,482.6	28,816.9	30,329.8	29,872.6	29,616.6	35,464.2	38,144.7	38,781.5	4.0	78.7	
ทั่วโลก	39,372.3	36,781.7	36,131.7	40,014.7	41,475.6	40,560.2	39,159.9	45,477.8	49,532.4	49,255.6	2.5	100.0	

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ประมวลผลโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 10 มิถุนายน 2567

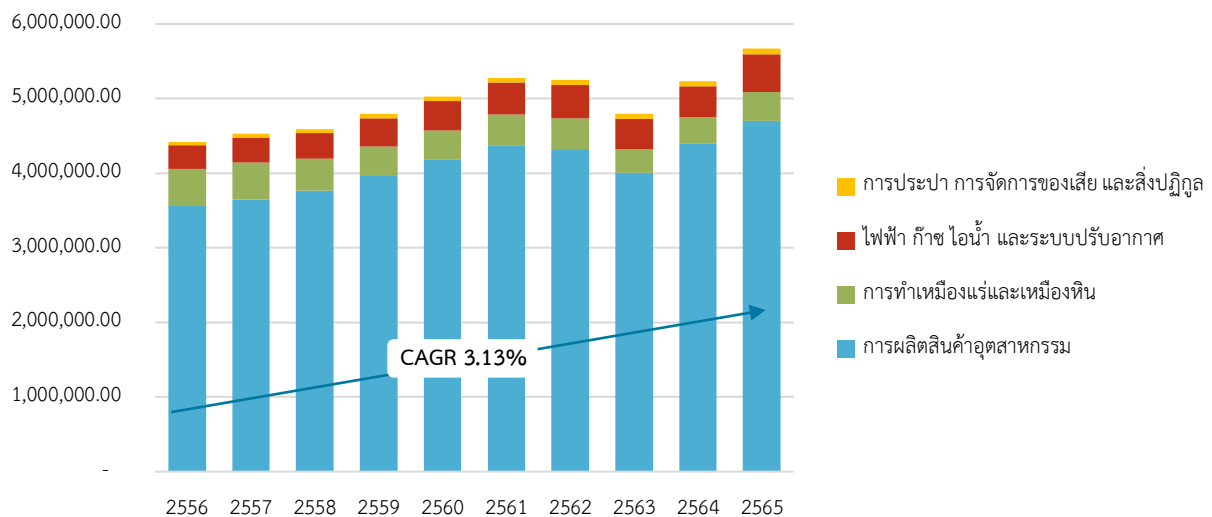
2.2) การค้าสินค้าอุตสาหกรรม

ภาคอุตสาหกรรมของไทยมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลสถิติบัญชีประชาชาติและผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ⁹ โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม (Industrial) โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2565) มูลค่าภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate¹⁰) ร้อยละ 2.80 จาก 4,420,724 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 5,670,190 ล้านบาท ในปี 2565

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) แบ่งภาคอุตสาหกรรมตามผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน (Mining and quarrying) การผลิตสินค้าอุตสาหกรรม (Manufacturing) ไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ (Electricity, gas, steam and air conditioning supply) และการประปา การจัดการของเสีย และสิ่งปฏิกูล (Water Supply, Sewerage, Waste Management and Remediation Activities) โดยภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมีส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.91 ของภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด ในปี 2565 ภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมีมูลค่า 4,701,012 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี 2556 - 2565 ที่ร้อยละ 3.13 ต่อปี

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในภาคอุตสาหกรรมของไทย ปี พ.ศ. 2556 – 2565

หน่วย: ล้านบาท



ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

⁹ สศช. แบ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้คำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศออกเป็น 3 ภาค ได้แก่ (1) ภาคเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง (2) ภาคอุตสาหกรรม และ (3) ภาคบริการ

¹⁰ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) คือ อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีแบบทบต้น ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มการเติบโตในระยะยาว

เมื่อพิจารณาภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม¹¹ พบว่า ในปี 2565 (ข้อมูล ณ กรกฎาคม 2567) สินค้าที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี ร้อยละ 13.43 รองลงมา ได้แก่ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 12.96 ยานยนต์และส่วนประกอบ ร้อยละ 11.90 ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก ร้อยละ 10.10 และอุปกรณ์ไฟฟ้า ร้อยละ 7.48 เป็นต้น สำหรับสินค้าที่มีการเติบโตเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2556 – 2565 สูงที่สุด ได้แก่ เกษีษภัณฑ์ ร้อยละ 8.17 ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ร้อยละ 5.12 เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี ร้อยละ 4.26 ผลิตภัณฑ์โลหะ ร้อยละ 4.22 และเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 3.62

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทย

สินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)		สัดส่วนปี 2565 (ร้อยละ)	CAGR พ.ศ. 2556 - 2565
	2556	2565		
สิ่งทอ	119,755	80,394	2.67	(4.33)
เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	76,391	81,333	2.70	0.70
เครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง	39,854	54,874	1.82	3.62
ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	38,593	60,464	2.01	5.12
กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ	50,821	60,779	2.02	2.01
การพิมพ์และการผลิตซ้ำสื่อบันทึก	11,841	10,599	0.35	(1.22)
เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี	277,598	404,217	13.43	4.26
เกษีษภัณฑ์	31,973	64,844	2.16	8.17
ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก	250,830	303,969	10.10	2.16
ผลิตภัณฑ์แร่โลหะ	151,940	162,916	5.41	0.78
โลหะขั้นมูลฐาน	65,453	77,642	2.58	1.92
ผลิตภัณฑ์โลหะ	101,122	146,705	4.88	4.22
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	345,172	389,966	12.96	1.36
อุปกรณ์ไฟฟ้า	165,465	224,937	7.48	3.47
เครื่องจักรและเครื่องมือ	151,677	186,941	6.21	2.35
ยานยนต์และส่วนประกอบ	337,886	358,078	11.90	0.65
อุปกรณ์ขนส่ง	86,863	103,296	3.43	1.94
เฟอร์นิเจอร์	32,119	39,023	1.30	2.19
สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	147,576	195,886	6.52	3.20
การซ่อมแซมและการติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์	1,555	1,977	0.07	2.70
รวมทั้งสิ้น	2,484,484	3,008,840	100.00	2.15

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

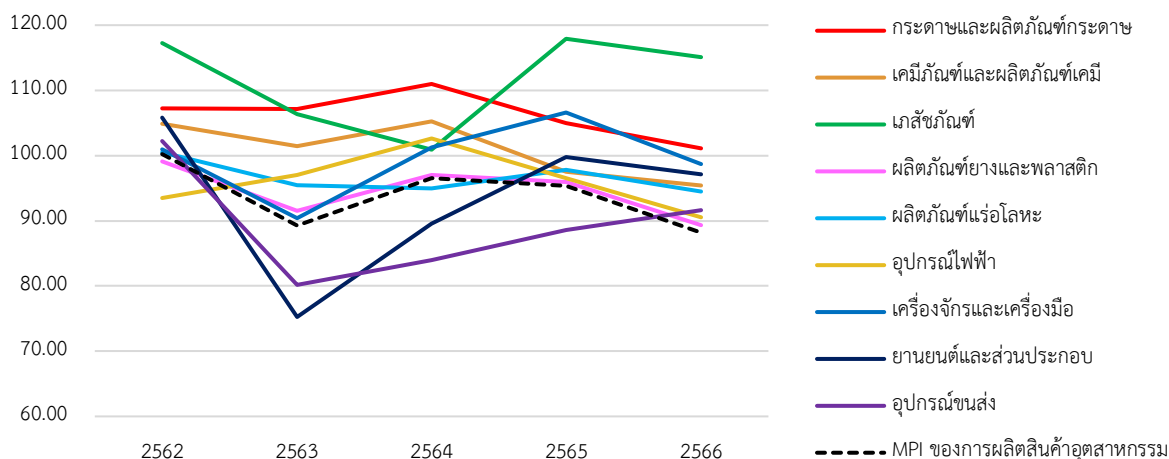
¹¹ สศข. จำแนกสินค้าในภาคอุตสาหกรรม 24 ชนิด ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ยาสูบ สิ่งทอ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ การพิมพ์และผลิตซ้ำสื่อบันทึก ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี เกษีษภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก ผลิตภัณฑ์แร่โลหะ โลหะขั้นมูลฐาน ผลิตภัณฑ์โลหะ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องจักรและเครื่องมือ ยานยนต์และส่วนประกอบ อุปกรณ์ขนส่ง เฟอร์นิเจอร์ สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ และการซ่อมแซมและการติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์

ในการพิจารณาในขั้นนี้ ไม่รวม อาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ยาสูบ และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index: MPI) พบว่า ตั้งแต่ปี 2562 – 2566 MPI ของการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง โดยอยู่ระหว่างร้อยละ 80 – 100 และสินค้าที่ในปี 2566 มี MPI มากกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ เกษษภัณฑ์ กระจกและผลิตภัณฑ์กระจก เครื่องจักรและเครื่องมือ ยานยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ เคมี ผลิตภัณฑ์แร่โลหะ อุปกรณ์ขนส่ง อุปกรณ์ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก ตามลำดับ

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของไทย ปี พ.ศ. 2562 – 2566

หน่วย: ร้อยละ



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

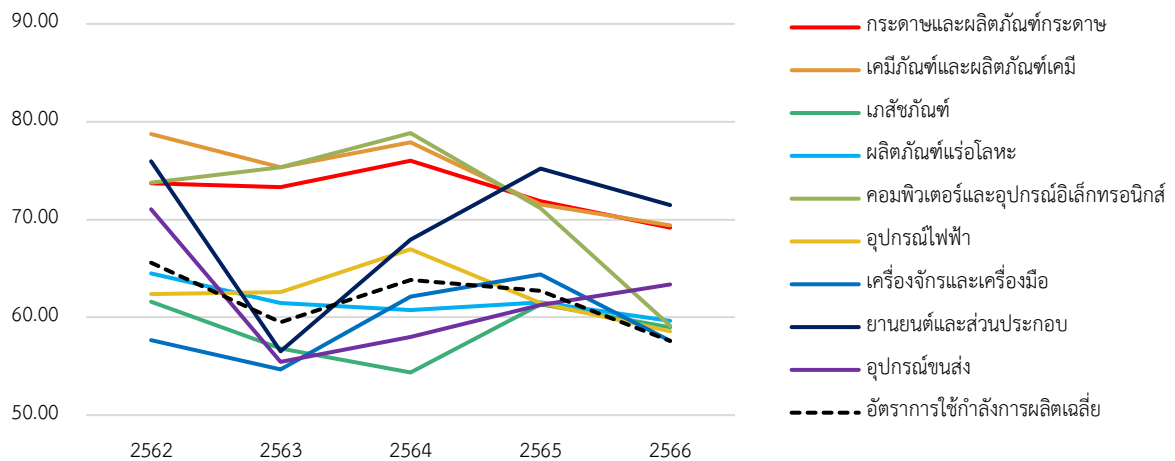
อัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate: CAP-U)¹² ในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทยตั้งแต่ปี 2562 – 2566 พบว่า สินค้าที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตสูงสุดและมากกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่งแสดงถึงความต้องการสินค้าเพิ่มมากขึ้นและจำเป็นต้องมีแนวโน้มที่จะขยายกำลังการผลิต ได้แก่ ยานยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี และกระจกและผลิตภัณฑ์กระจก

ดังนั้น สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตและช่วยให้เศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในระหว่างปี 2562 - 2566 ได้แก่ ยานยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี และกระจกและผลิตภัณฑ์กระจก อย่างไรก็ตาม ในปี 2563 การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ลุกลามไปทั่วโลก กระทบห่วงโซ่การผลิตรถยนต์สะดุกลง ขณะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศและตลาดส่งออกซบเซารุนแรง

¹² อัตราการใช้กำลังการผลิต (CAP-U) หมายถึง ค่าร้อยละของการผลิตที่เกิดขึ้นจริงเมื่อเทียบกับการผลิตสูงสุดเต็มศักยภาพ หรือเต็มกำลังการผลิต (Capacity) ณ ช่วงเวลาหนึ่ง โดย (1) ถ้า CAP-U มากกว่าร้อยละ 100 แสดงว่าอุตสาหกรรมอาจมีปัญหาขาดแคลนกำลังการผลิต หรืออาจเป็นการเร่งการผลิตในระยะสั้น โดยไม่ได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิต (2) ถ้า CAP-U มากกว่าร้อยละ 80 แสดงว่าอุตสาหกรรมกำลังจะมีปัญหาการขาดแคลนกำลังการผลิต (3) ถ้า CAP-U น้อยกว่าร้อยละ 60 แสดงว่าภาคอุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตส่วนเกิน และ (4) ถ้า CAP-U น้อยกว่าร้อยละ 50 แสดงว่าจะไม่มีแนวโน้มที่จะมีการลงทุนใหม่เพื่อขยายกำลังการผลิตตอบสนองความต้องการซื้อสินค้า เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจซบเซา

กำลังการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทย ปี พ.ศ. 2562 – 2566

หน่วย: ร้อยละ



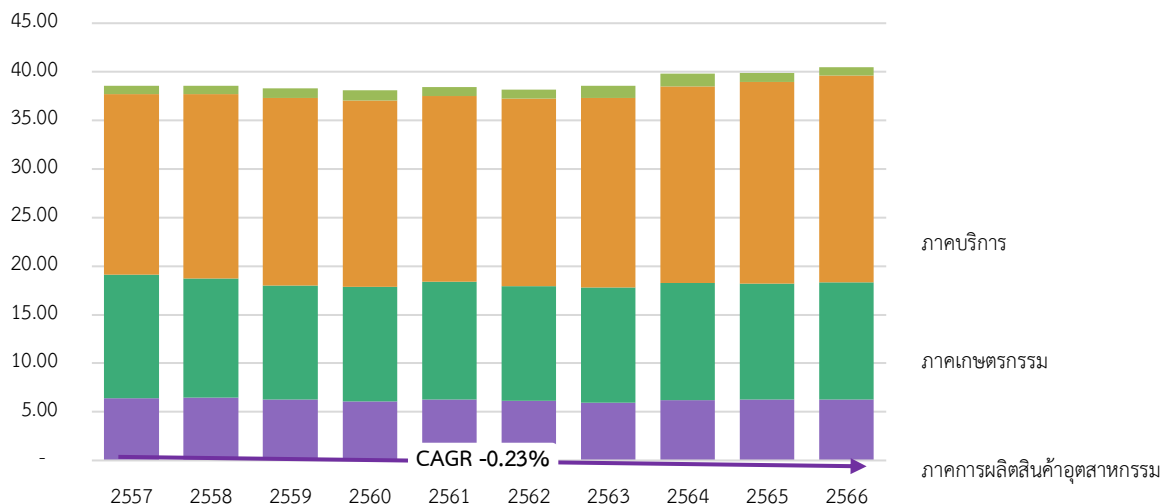
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

การจ้างงานในภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทย ในช่วงปี 2557 – 2566

จำนวนการจ้างงานในภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทย¹³ มีแนวโน้มลดลง เฉลี่ยร้อยละ 0.23 ต่อปี ทั้งนี้ ในปี 2566 ภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมมีสัดส่วนแรงงานน้อยที่สุด (สัดส่วนร้อยละ 15.68 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 6.26 ล้านคน) เมื่อเทียบกับภาคบริการ (สัดส่วนร้อยละ 53.46 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 21.34 ล้านคน) และภาคเกษตรกรรม (สัดส่วนร้อยละ 30.19 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 12.05 ล้านคน)

สัดส่วนและแนวโน้มของแรงงานในภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของไทย ปี พ.ศ. 2557 – 2566

หน่วย : ล้านคน

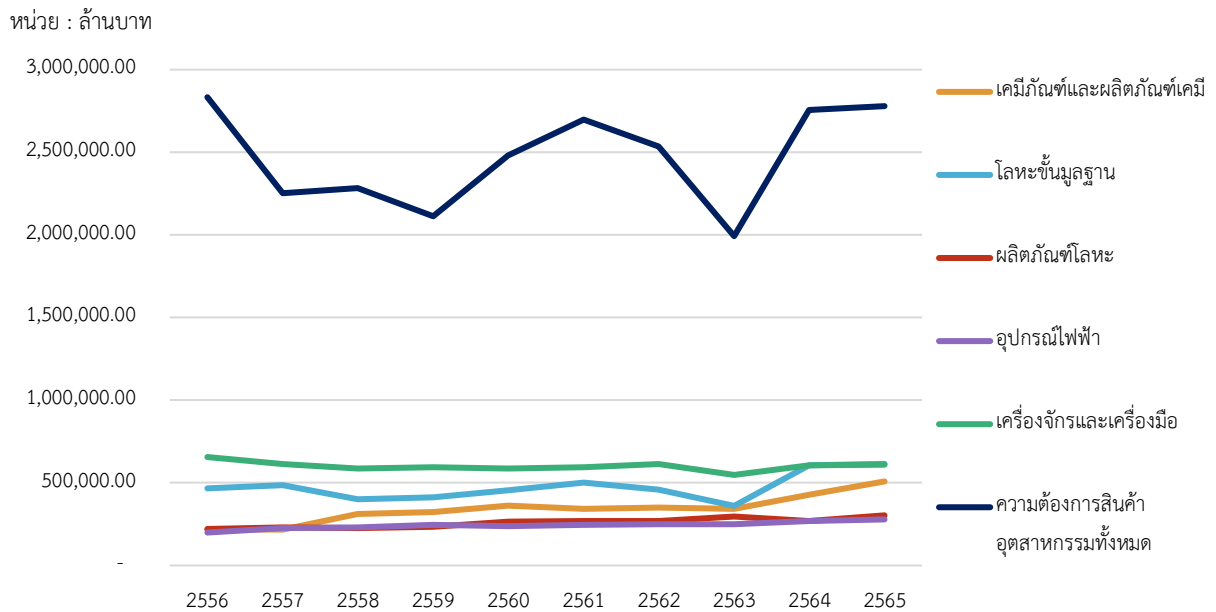


ที่มา: ข้อมูลตัวชี้วัดสังคม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

¹³ การจ้างงานส่วนที่เหลือ ได้แก่ (1) ภาคการทำเหมืองแร่และเหมืองหิน (สัดส่วนร้อยละ 0.11 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 0.05 ล้านคน) (2) ภาคไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ (สัดส่วนร้อยละ 0.26 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 0.10 ล้านคน) (3) ภาคการประปา การจัดการของเสีย และสิ่งปฏิกูล (สัดส่วนร้อยละ 0.19 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 0.07 ล้านคน) (4) กิจกรรมขององค์กรระหว่างประเทศ (สัดส่วนร้อยละ 0.01 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 0.003 ล้านคน) และ (5) ไม่ทราบข้อมูล (สัดส่วนร้อยละ 0.10 ของผู้มีงานทำ หรือประมาณ 0.04 ล้านคน)

การบริโภคสินค้าอุตสาหกรรมในประเทศไทย ความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมในประเทศ¹⁴ (Domestic Demand) เป็นไปตามสถานการณ์โลกและสถานการณ์ภายในประเทศ โดยในปี 2557 – 2559 ความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง เป็นผลจากสถานการณ์ความขัดแย้งและความไม่มั่นคงทางการเมืองของไทย และในปี 2563 เป็นผลจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สำหรับปี 2565 ลดลงจากปี 2556 ร้อยละ 1.96 โดยมีการเติบโตสะสมหดตัวร้อยละ 0.22

ความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญในประเทศไทย ปี พ.ศ 2556 – 2565



ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และกระทรวงพาณิชย์
ประมวลผลโดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ปี 2565 สินค้าอุตสาหกรรมที่มีความต้องการในประเทศไทยมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี โลหะขั้นมูลฐาน ผลิตภัณฑ์โลหะ อุปกรณ์ไฟฟ้า และเครื่องจักรและเครื่องมือ ทั้งนี้ ความต้องการ 4 สินค้าแรกเติบโตต่อเนื่อง ขณะที่ความต้องการเครื่องจักรและเครื่องมือมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยในช่วงปี 2556 - 2565 เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 0.79

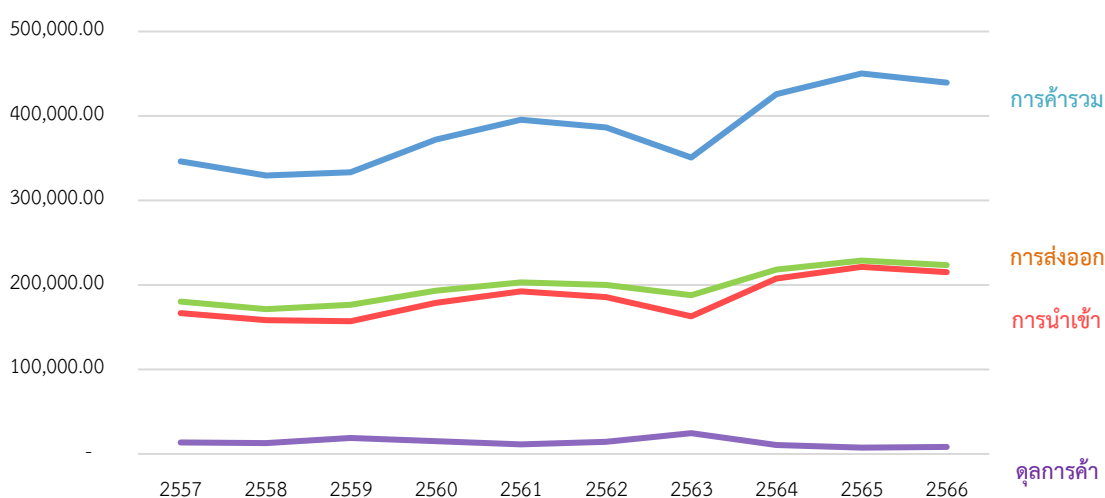
¹⁴ United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) ระบุแนวทางการพิจารณาความต้องการในประเทศ ดังนี้

$$\text{Apparent consumption} = \text{Domestic Output} + \text{Total Import} - \text{Total Export}$$

การค้าสินค้าอุตสาหกรรมระหว่างประเทศของไทย การค้าสินค้าอุตสาหกรรม¹⁵ระหว่างประเทศของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 การค้าสินค้าอุตสาหกรรมระหว่างประเทศของไทยมีมูลค่า 346,414.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นเป็น 439,330.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 หรือขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.68 ต่อปี โดยไทยเกินดุลการค้าสินค้าอุตสาหกรรมมาโดยตลอด แต่มูลค่าดุลการค้าค่อนข้างผันผวน อาทิ ในปี 2563 ดุลการค้าฯ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 70.95 จากปีก่อนหน้า จนมีมูลค่าสูงถึง 24,603 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ลดลงต่อเนื่อง (ลดลงร้อยละ 58.37 และร้อยละ 26.88) ในช่วงปี 2564 - 2565 ก่อนที่จะเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2566 ที่ร้อยละ 12.16 จนมีมูลค่า 8,399 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาพรวมการค้าสินค้าอุตสาหกรรมระหว่างประเทศของไทย ปี พ.ศ. 2557 - 2566

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ที่มา: Global Trade Atlas

ในปี 2566 ไทยส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นมูลค่า 223,864.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย (279,844.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยสินค้าอุตสาหกรรมที่ไทยส่งออกมากที่สุด ในปี 2566 ได้แก่ (1) เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ มูลค่า 49,478.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 22.10 ของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย) (2) เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์และส่วนประกอบ มูลค่า 40,378.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 18.04) (3) ยานพาหนะและส่วนประกอบ มูลค่า 33,454.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 14.94) (4) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง มูลค่า 16,754.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 7.84) และ (5) ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า มูลค่า 14,459.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 6.46)

¹⁵ พิจารณาจาก HS Code 28-97 และไม่รวม HS Code 45

สินค้าอุตสาหกรรมที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดและการเติบโตเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2557 – 2566

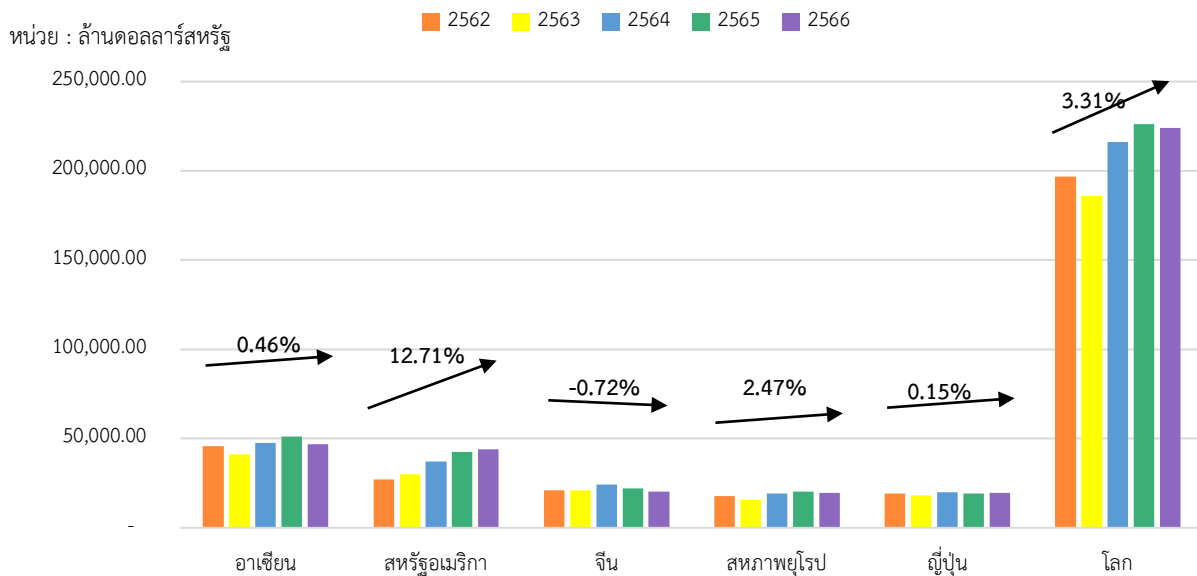
อันดับ	สินค้าอุตสาหกรรม	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน ปี 2566 ต่อมูลค่ารวม (ร้อยละ)	CAGR ปี 2557 - 2566 (ร้อยละ)
		2557	2566		
1	HS85 เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	30,346.48	49,478.96	22.10	5.58
2	HS84 เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์และ ส่วนประกอบ	38,258.59	40,378.45	18.04	0.60
3	HS87 ยานพาหนะและส่วนประกอบ	25,764.62	33,454.69	14.94	2.94
4	HS40 ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	14,182.56	16,754.65	7.48	1.87
5	HS71 ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่ หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า	9,958.86	14,459.98	6.46	4.23
6	HS39 พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก	13,350.35	12,999.65	5.81	(0.30)
7	HS73 ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	4,015.21	5,472.70	2.44	3.50
8	HS90 อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทาง ทัศนศาสตร์ การถ่ายรูป การถ่ายทำภาพยนตร์	4,604.99	5,069.91	2.26	1.07
9	HS29 เคมีภัณฑ์อินทรีย์	5,946.89	3,971.52	1.77	(4.39)
10	HS74 ทองแดงและของทำด้วยทองแดง	1,343.88	3,407.17	1.53	10.89
11	HS44 ไม้และของทำด้วยไม้ ถ่านไม้	2,290.93	3,298.30	1.47	4.13
12	HS76 อะลูมิเนียมและของทำด้วยอะลูมิเนียม	1,435.47	2,705.72	1.22	7.30
13	HS33 เอสเซนเชียลออยล์ เครื่องหอม เครื่องสำอางหรือสิ่งปรุงแต่ง	1,879.11	2,451.28	1.09	3.00
14	HS38 เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด	919.51	1,971.12	0.88	8.84
15	HS88 อากาศยานและส่วนประกอบ	850.21	1,675.19	0.75	7.83
16	HS94 เฟอร์นิเจอร์	1,333.43	1,617.50	0.72	2.17
17	HS48 กระดาษ และของทำด้วยกระดาษ	1,324.78	1,525.86	0.68	1.58
18	HS72 เหล็กและเหล็กกล้า	1,320.76	1,483.91	0.66	1.30
19	HS61 เครื่องแต่งกาย	1,860.63	1,333.08	0.60	(3.64)
20	HS55 เส้นใยเส้นประดิษฐ์	1,304.96	1,247.97	0.56	(0.49)
	สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	17,670.01	19,107.19	8.54	0.87
	รวมทั้งสิ้น	179,692.24	223,864.80	100.00	2.46

ที่มา: Global Trade Atlas

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี 2557 – 2566 อยู่ที่ร้อยละ 2.46 และสินค้าอุตสาหกรรมที่มูลค่าการส่งออกเติบโตเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ (1) ทองแดงและของทำด้วยทองแดง เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.89 (2) เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.84 (3) อากาศยานและส่วนประกอบ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.83 (4) อะลูมิเนียมและของทำด้วยอะลูมิเนียม เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.30 และ (5) เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.58

ในปี 2566 ตลาดที่ไทยส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไปมากที่สุด ได้แก่ (1) เอเชีย มูลค่า 46,754.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 20.86 ของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย (2) สหรัฐอเมริกา มูลค่า 43,955.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 19.61 (3) จีน มูลค่า 20,274.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.04 (4) สหภาพยุโรป มูลค่า 19,743.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 8.81 และ (5) ญี่ปุ่น มูลค่า 19,473.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 8.69

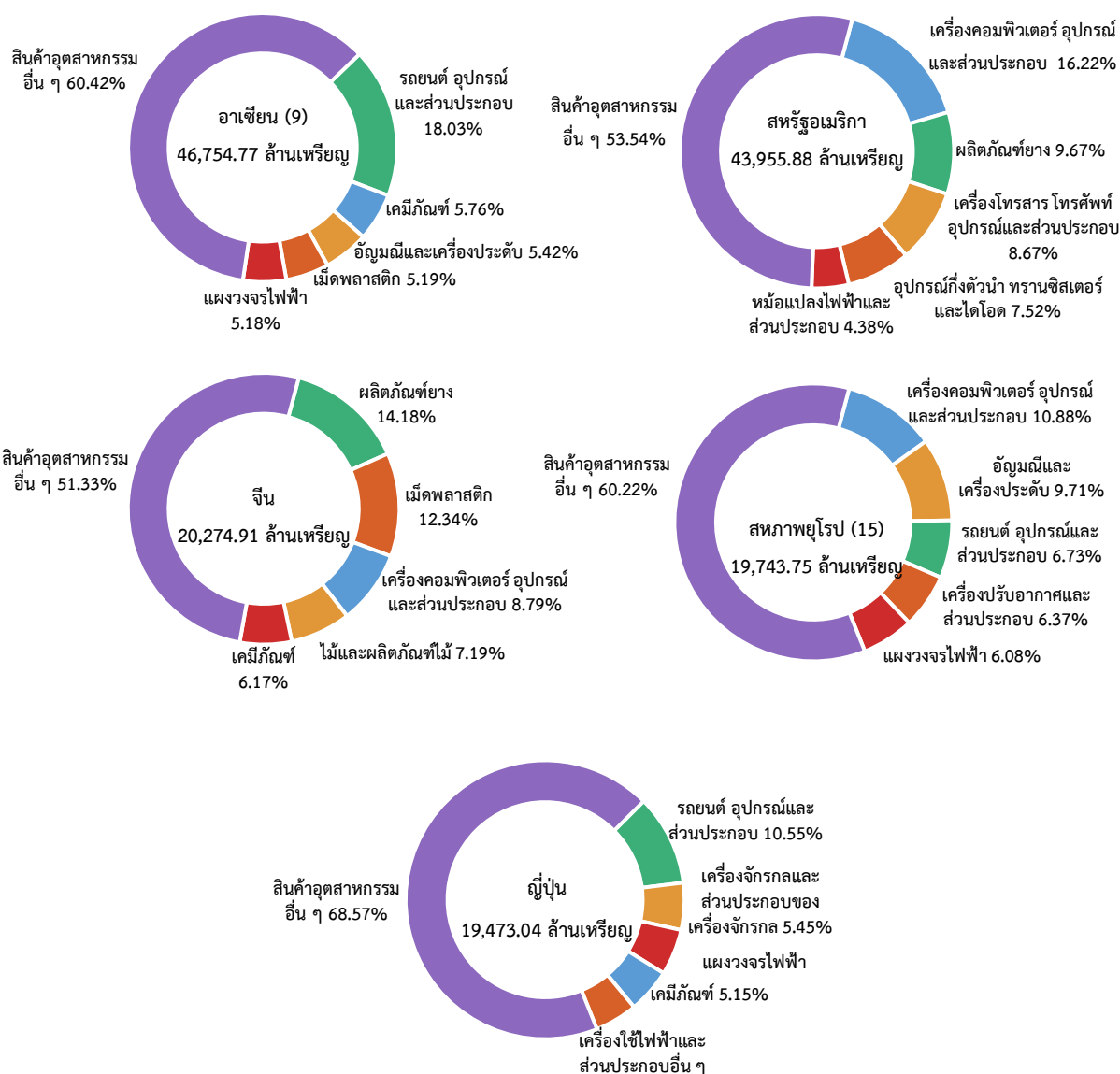
ตลาดส่งออกสำคัญสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมของไทย ปี พ.ศ. 2562 – 2566



ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

แนวโน้มการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยในช่วงปี 2562 – 2566 ไปยัง 5 ตลาดสำคัญพบว่า มี 4 ตลาดที่ขยายตัว ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 12.71 (2) สหภาพยุโรป เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.47 (3) เอเชีย เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 0.46 และ (4) ญี่ปุ่น เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 0.15 ในขณะที่ตลาดจีน การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.72 สินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไป 5 ตลาดสำคัญ และมีการเติบโตต่อเนื่อง ได้แก่ (1) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.39 (2) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ร้อยละ 0.86 (3) ผลิตภัณฑ์ยาง ร้อยละ 3.51 (4) อัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 2.68 และ (5) แผงวงจรไฟฟ้า ร้อยละ 6.34

สัดส่วนสินค้าส่งออกในคู่ค้าสำคัญของไทยในปี พ.ศ. 2566



ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

การนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของไทยในปี 2566 ไทยนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมเป็นมูลค่า 215,465.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 73.77 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของไทย (292,089.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยสินค้าอุตสาหกรรมที่ไทยนำเข้ามากที่สุด ในปี 2566 ได้แก่ (1) เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ มูลค่า 58,926.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 27.35) (2) เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์และส่วนประกอบ มูลค่า 31,033.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 14.40) (3) ยานพาหนะและส่วนประกอบ มูลค่า 14,796.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 6.87) (4) ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า มูลค่า 13,557.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 6.29) และ (5) เหล็กและเหล็กกล้า มูลค่า 12,139.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 5.63)

สินค้าอุตสาหกรรมที่ไทยนำเข้ามากที่สุดและการเติบโตเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2557 – 2566

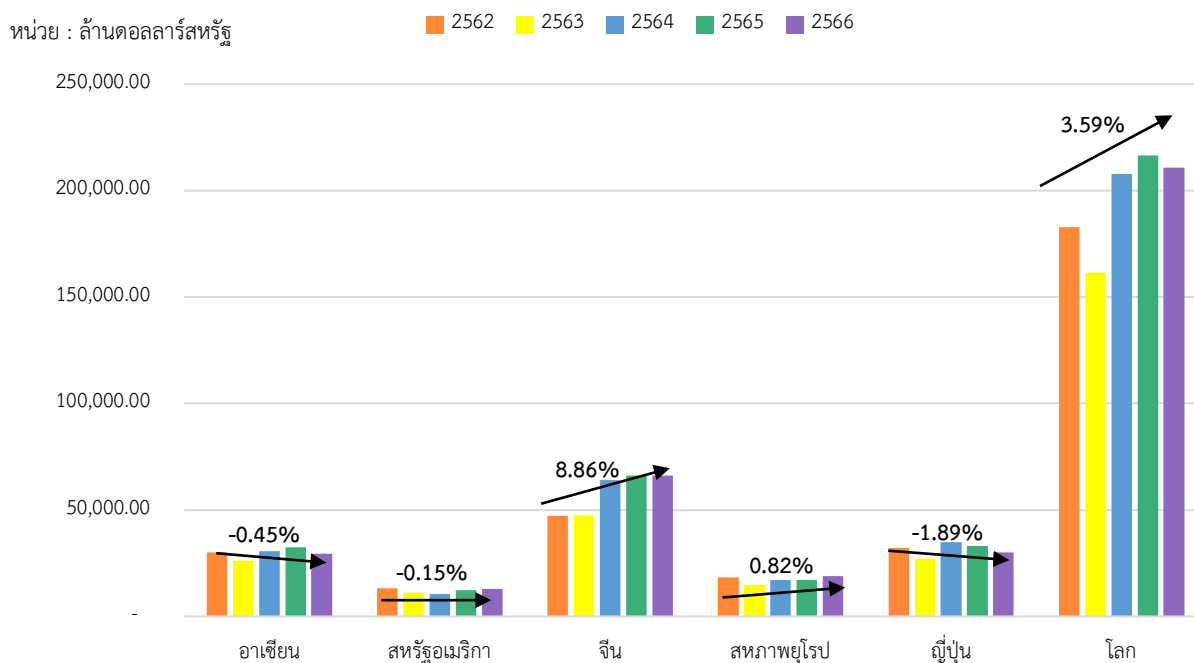
อันดับ	สินค้าอุตสาหกรรม	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน ปี 2566 ต่อมูลค่ารวม (ร้อยละ)	CAGR ปี 2557 - 2566 (ร้อยละ)
		2557	2566		
1	HS85 เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	37,862.99	58,926.47	27.35	5.04
2	HS84 เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์และ ส่วนประกอบ	29,783.80	31,033.30	14.40	0.46
3	HS87 ยานพาหนะและส่วนประกอบ	8,338.36	14,796.66	6.87	6.58
4	HS71 ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่ หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า	9,497.27	13,557.31	6.29	4.03
5	HS72 เหล็กและเหล็กกล้า	11,982.33	12,139.06	5.63	0.14
6	HS39 พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก	8,183.73	9,845.47	4.57	2.08
7	HS73 ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	6,598.62	7,860.28	3.65	1.96
8	HS90 อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทาง ทัศนศาสตร์ การถ่ายรูป การถ่ายทำภาพยนตร์	5,341.54	6,668.64	3.09	2.50
9	HS38 เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด	3,079.86	5,885.83	2.73	7.46
10	HS74 ทองแดงและของทำด้วยทองแดง	3,482.72	5,260.88	2.44	4.69
11	HS29 เคมีภัณฑ์อินทรีย์	4,984.46	4,723.86	2.19	(0.59)
12	HS76 อะลูมิเนียมและของทำด้วยอะลูมิเนียม	3,123.57	4,606.36	2.14	4.41
13	HS30 ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม	1,938.95	3,146.61	1.46	5.53
14	HS40 ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	2,338.77	2,816.42	1.31	2.09
15	HS28 เคมีภัณฑ์อนินทรีย์	1,763.41	2,469.82	1.15	3.81
16	HS31 ปุ๋ย	2,115.31	2,265.47	1.05	0.76
17	HS88 อากาศยานและส่วนประกอบ	3,275.23	2,093.68	0.97	(4.85)
18	HS48 กระดาษ และของทำด้วยกระดาษ	1,680.47	1,891.24	0.88	1.32
19	HS33 เอสเซนเชียลออยล์ เครื่องหอม เครื่องสำอางหรือสิ่งปรุงแต่ง	1,288.36	1,943.84	0.86	4.06
20	HS94 เฟอร์นิเจอร์	842.48	1,546.14	0.72	6.98
	สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	18,950.48	22,088.46	10.25	1.72
	รวมทั้งสิ้น	166,452.73	215,465.80	100.00	2.91

ที่มา: Global Trade Atlas

มูลค่าการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของไทยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี 2557 – 2566 อยู่ที่ร้อยละ 2.91 และสินค้าอุตสาหกรรมที่มูลค่าการนำเข้าเติบโตเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ (1) เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.46 (2) เฟอร์นิเจอร์ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.98 (3) ยานพาหนะและส่วนประกอบ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.58 (4) ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.53 และ (5) เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.04

ในปี 2566 แหล่งนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย ได้แก่ (1) จีน มูลค่า 66,203.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 31.42 ของการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของไทย (2) ญี่ปุ่น มูลค่า 29,918.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 14.20 (3) อาเซียน มูลค่า 29,469.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 13.99 (4) สหภาพยุโรป มูลค่า 18,774.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 8.91 และ (5) สหรัฐอเมริกา มูลค่า 12,979.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 6.16

แหล่งนำเข้าสำคัญสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมของไทย ปี พ.ศ. 2562 – 2566



ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

แนวโน้มการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของไทยในช่วงปี 2562 - 2566 จาก 5 แหล่งนำเข้าสำคัญ พบว่า มี 2 แหล่งที่ขยายตัว ได้แก่ (1) จีน เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.86 และ (2) สหภาพยุโรป เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 0.82 ในขณะที่ญี่ปุ่น อาเซียน และสหรัฐอเมริกา การนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของไทยลดลงเฉลี่ยร้อยละ 1.89 0.45 และ 0.15 ตามลำดับ สินค้าสำคัญที่ไทยนำเข้าจาก 5 แหล่งสำคัญนี้ และมีการเติบโตต่อเนื่อง ได้แก่ (1) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ นำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.85 (2) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ ร้อยละ 2.93 (3) เคมีภัณฑ์ ร้อยละ 4.38 (4) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 3.41 และ (5) แผงวงจรไฟฟ้า ร้อยละ 10.08

สถานการณ์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดโลก ในปี 2566 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมทั่วโลกมีมูลค่าทั้งสิ้น 16,852,041.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐโดยประเทศที่ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) จีน มูลค่า 3,191,423.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการส่งออกร้อยละ 18.94 (2) เยอรมนี มูลค่า 1,557,273.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการส่งออกร้อยละ 9.24 (3) สหรัฐอเมริกา มูลค่า 1,443,843.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการส่งออกร้อยละ 8.57 (4) เนเธอร์แลนด์ มูลค่า 640,855.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการส่งออกร้อยละ 3.80 และ (5) ญี่ปุ่น มูลค่า 638,813.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มีส่วนแบ่งการส่งออกร้อยละ 3.79 สำหรับประเทศไทย เป็นผู้ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมอันดับที่ 23 ของโลก มูลค่า 223,864.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.33 ของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมรวมของโลก

สำหรับการนำเข้าในปี 2566 การนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมทั่วโลกมีมูลค่าทั้งสิ้น 16,513,604.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศที่นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา มูลค่า 2,481,887.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการนำเข้าร้อยละ 15.03 (2) จีน มูลค่า 1,555,745.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการนำเข้าร้อยละ 9.42 (3) เยอรมนี มูลค่า 1,191,764.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการนำเข้าร้อยละ 7.22 (4) ฮังการี มูลค่า 614,701.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการนำเข้าร้อยละ 3.72 และ (5) ฝรั่งเศส มูลค่า 588,099.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีส่วนแบ่งการนำเข้าร้อยละ 3.56 สำหรับประเทศไทย มีการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมเป็นอันดับที่ 22 ของโลก มูลค่า 215,465.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.30 ของการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมรวมของโลก

การค้าสินค้าอุตสาหกรรมทั่วโลกในปี พ.ศ. 2566

การส่งออก					การนำเข้า				
อันดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	ส่วนแบ่ง การส่งออก (%)	CAGR ¹⁶ (%)	อันดับ	ประเทศ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	ส่วนแบ่ง การนำเข้า (%)	CAGR (%)
1	จีน	3,191,423.04	18.94	7.91	1	สหรัฐอเมริกา	2,481,887.90	15.03	5.38
2	เยอรมนี	1,557,273.16	9.24	3.52	2	จีน	1,555,745.56	9.42	2.62
3	สหรัฐอเมริกา	1,443,843.78	8.57	3.71	3	เยอรมนี	1,191,764.61	7.22	4.49
4	เนเธอร์แลนด์	640,855.70	3.80	6.29	4	ฮังการี	614,701.94	3.72	3.53
5	ญี่ปุ่น	638,813.49	3.79	0.02	5	ฝรั่งเศส	588,099.10	3.56	3.27
6	อิตาลี	570,334.93	3.38	5.35	6	สหราชอาณาจักร	583,895.06	3.54	1.03
7	ฮังการี	565,534.49	3.36	1.96	7	เนเธอร์แลนด์	579,081.25	3.51	6.16
8	เกาหลีใต้	565,072.13	3.35	3.59	8	ญี่ปุ่น	473,131.37	2.87	0.90
9	ฝรั่งเศส	515,644.71	3.06	2.35	9	อิตาลี	472,170.35	2.86	6.79
10	เบลเยียม	427,577.83	2.54	4.42	10	แคนาดา	452,028.66	2.74	5.25
23	ไทย	223,864.80	1.33	2.81	22	ไทย	215,465.80	1.30	3.75
	โลก	16,852,041.71	100.00	4.86		โลก	16,513,604.72	100.00	4.54

ที่มา: Global Trade Atlas

ในปี 2566 สินค้าอุตสาหกรรมที่มีการส่งออกในโลกมากที่สุด ได้แก่ (1) เครื่องจักร เครื่องอุปโภคไฟฟ้า และส่วนประกอบ มีมูลค่าการส่งออก 3,425,805.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (2) เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบ มีมูลค่าการส่งออก 2,566,099.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (3) ยานพาหนะและส่วนประกอบ มีมูลค่าการส่งออก 1,813,918.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (4) ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม มีมูลค่าการส่งออก 903,642.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ (5) ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า มีมูลค่าการส่งออก 764,301.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

¹⁶ อัตราการเติบโตสะสมต่อปี (Compound Annual Growth Rate) ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2562 - 2566

สินค้าอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญทั่วโลก 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2562 – 2566

อันดับ	สินค้า	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		CAGR ปี 2562 - 2566 (ร้อยละ)
		2562	2566	
1	HS85 เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	2,680,387.84	3,425,805.81	6.33
2	HS84 เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบ	2,204,529.19	2,566,099.42	3.87
3	HS87 ยานพาหนะและส่วนประกอบ	1,453,769.45	1,813,918.42	5.69
4	HS30 ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม	676,639.92	903,642.28	7.50
5	HS71 ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วย โลหะมีค่า	579,133.64	764,301.56	7.18
6	HS39 พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก	598,933.55	704,461.92	4.14
7	HS90 อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์ การถ่ายรูป การถ่ายทำภาพยนตร์	614,282.16	682,295.50	2.66
8	HS29 เคมีภัณฑ์อินทรีย์	399,900.48	480,753.48	4.71
9	HS72 เหล็กและเหล็กกล้า	360,791.47	461,384.97	6.34
10	HS73 ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	301,585.99	379,383.58	5.91

ที่มา: Global Trade Atlas

ในปี 2566 สินค้าอุตสาหกรรมที่มีการนำเข้ามากที่สุดทั่วโลก ได้แก่ (1) เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ มีมูลค่าการนำเข้า 3,572,084.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (2) เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบ มีมูลค่าการนำเข้า 2,522,045.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (3) ยานพาหนะและส่วนประกอบ มีมูลค่าการนำเข้า 1,778,778.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (4) ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม มีมูลค่าการนำเข้า 873,272.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ (5) ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า มีมูลค่าการนำเข้า 809,282.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้าอุตสาหกรรมนำเข้าที่สำคัญทั่วโลก 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2562 – 2566

อันดับ	สินค้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		CAGR ปี 2562 - 2566 (ร้อยละ)
		2562	2566	
1	HS85 เครื่องจักร เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ	2,840,843.10	3,572,084.25	5.89
2	HS84 เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบ	2,207,748.70	2,522,045.10	3.38
3	HS87 ยานพาหนะและส่วนประกอบ	1,461,669.47	1,778,778.08	5.03
4	HS30 ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม	657,834.93	873,272.87	7.34
5	HS71 ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วย โลหะมีค่า	584,834.14	809,282.63	8.46
6	HS39 พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก	617,124.60	688,009.78	2.76

อันดับ	สินค้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		CAGR ปี 2562 - 2566 (ร้อยละ)
		2562	2566	
7	HS90 อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์ การถ่ายรูป การถ่ายทำภาพยนตร์	604,563.65	674,602.84	2.78
8	HS29 เคมีภัณฑ์อินทรีย์	443,198.74	522,196.91	4.19
9	HS72 เหล็กและเหล็กกล้า	363,865.12	459,418.88	6.00
10	HS73 ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	286,358.94	334,284.10	3.94

ที่มา: Global Trade Atlas

จากการเปรียบเทียบสินค้าอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพ โดยไทยมีส่วน
การส่งออกต่อการนำเข้าของตลาดโลกสูง และตลาดโลกมีความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่
(1) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง ไทยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 8.14 (2) พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก ร้อยละ 1.89
(3) ยานพาหนะและส่วนประกอบ ร้อยละ 1.88 (4) ไข่มุก รัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า
ร้อยละ 1.79 และ (5) ทองแดงและของทำด้วยทองแดง ร้อยละ 1.66

สาขาที่เป็นโอกาสการพัฒนา ที่ไทยมีส่วนในตลาดโลกต่ำ แต่ความต้องการของ
ตลาดโลกเติบโตสูง ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม (2) เหล็กและเหล็กกล้า (3) เคมีอนินทรีย์ (4) เพอร์นิเจอร์
และ (5) เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด ซึ่งไทยควรส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การเปรียบเทียบการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของโลกและการส่งออกของไทยในปี พ.ศ. 2566

การนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของโลก					การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย			
อันดับ	สินค้า	มูลค่าปี 2566 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วน (ร้อยละ)	CAGR ปี 62-66 (ร้อยละ)	อันดับ โลก	มูลค่าปี 2566 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	CAGR ปี 62-66 (ร้อยละ)	ส่วนแบ่งตลาด ปี 2566 (ร้อยละ)
1	HS85 เครื่องจักรฯ	3,572,084.25	21.63	5.89	16	49,478.95	10.00	1.39
2	HS84 เครื่องปฏิกรณ์ นิวเคลียร์ฯ	2,522,045.10	15.27	3.38	14	40,378.44	0.14	1.60
3	HS87 ยานพาหนะ	1,778,778.08	10.77	5.03	15	33,454.68	3.56	1.88
4	HS30 ผลิตภัณฑ์ทาง เภสัชกรรม	873,272.87	5.29	7.34	43	605.87	0.52	0.07
5	HS71 ไข่มุก รัตนชาติฯ	809,282.63	4.90	8.46	10	14,459.98	(2.03)	1.79
6	HS39 พลาสติกและ ของที่ทำด้วยพลาสติก	688,009.78	4.17	2.76	15	12,999.64	(0.65)	1.89
7	HS90 อุปกรณ์ที่ใช้ ในทางทัศนศาสตร์ฯ	674,602.84	4.09	2.78	24	5,069.90	(1.61)	0.75
8	HS29 เคมีภัณฑ์อินทรีย์	522,196.91	3.16	4.19	18	3,971.52	(3.57)	0.76
9	HS72 เหล็กและเหล็กกล้า	459,418.88	2.78	6.00	37	1,483.90	4.41	0.32

การนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมของโลก					การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย			
อันดับ	สินค้า	มูลค่าปี 2566 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วน (ร้อยละ)	CAGR ปี 62-66 (ร้อยละ)	อันดับ โลก	มูลค่าปี 2566 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	CAGR ปี 62-66 (ร้อยละ)	ส่วนแบ่งตลาด ปี 2566 (ร้อยละ)
10	HS73 ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	334,284.10	2.02	3.94	20	5,472.69	5.66	1.64
11	HS38 เคมีภัณฑ์เบื้องต้น	287,506.10	1.74	8.63	26	1,971.11	12.40	0.69
12	HS94 เฟอร์นิเจอร์	242,307.69	1.47	1.41	27	1,617.51	3.93	0.67
13	HS76 อะลูมิเนียม	229,987.10	1.39	7.39	22	2,705.71	9.42	1.18
14	HS61 เครื่องแต่งกายที่ถักแบบนิตหรือโครเชต์	217,884.12	1.32	1.25	23	1,333.08	(6.43)	0.61
15	HS88 อากาศยาน	209,862.45	1.27	(2.92)	19	1,675.19	19.18	0.80
16	HS40 ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	205,710.97	1.25	3.13	2	16,754.64	2.23	8.14
17	HS74 ทองแดงและของทำด้วยทองแดง	205,130.98	1.24	9.14	20	3,407.17	12.52	1.66
18	HS62 เครื่องแต่งกายที่ไม่ได้ถักแบบนิตฯ	204,562.23	1.24	0.13	31	728.45	(4.08)	0.36
19	HS28 เคมีอนินทรีย์	190,097.73	1.15	11.35	35	1,024.25	7.56	0.54
20	HS48 กระดาษ และของทำด้วยกระดาษ	178,719.74	1.08	2.61	27	1,525.86	0.22	0.85
	รวม	16,513,604.72	100.00	4.54	23	223,864.80	2.81	1.36

ที่มา: Global Trade Atlas

แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อการค้าสินค้าอุตสาหกรรม

1. แนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance: ESG) การขยายตัวอย่างรวดเร็วของภาคอุตสาหกรรมส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการใช้พลังงาน และเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2564 มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ในภาคอุตสาหกรรมรวมทั้งสิ้น 76.5 ล้านตัน CO₂ เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ร้อยละ 9.9 สอดคล้องกับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมปี 2564 ที่ขยายตัว โดยเฉพาะการผลิตของอุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเหล็ก มีการปล่อยก๊าซ CO₂ จากการใช้ถ่านหิน/ลิกไนต์ อยู่ที่ระดับ 46.2 ล้านตัน CO₂ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 17.5 มีการใช้ก๊าซธรรมชาติ อยู่ที่ระดับ 18.8 ล้านตัน CO₂ เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ร้อยละ 2.2 ในขณะที่การใช้น้ำมันสำเร็จรูป (น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา น้ำมันก๊าด และ LPG) อยู่ที่ระดับ 11.5 ล้านตัน CO₂ ลดลงร้อยละ 3.4 จากช่วงเดียวกันของปี 2563

อุตสาหกรรมเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่ผลิตและปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญ และกำลังเผชิญกับความท้าทายในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Decarbonization) ในกระบวนการผลิตอย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านเพื่อไปสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในหลายอุตสาหกรรม

กำลังดำเนินไปได้ด้วยดี และมีหลายปัจจัยที่ช่วยเร่งให้เกิดเร็วขึ้น เช่น เทคโนโลยี เงินทุน ความต้องการของตลาด ห่วงโซ่อุปทาน โครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น

ทั้งนี้ ประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นกระแสดังตัวของทั่วโลกที่หันมาเน้นเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน ทำให้แนวทางปฏิบัติด้าน ESG ซึ่งครอบคลุมการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) มีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจของทุกภาคส่วน ปัจจุบันทั่วโลกกำลังเผชิญกับความกังวลทางด้านเศรษฐกิจที่เผชิญกับความไม่แน่นอน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าและการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยคาร์บอนสูง ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก จึงทำให้ภาคอุตสาหกรรมต้องปรับตัวตามแนวทางปฏิบัติด้าน ESG เพื่อรองรับการค้าที่มีแนวโน้มจะนำเรื่องสิ่งแวดล้อมมากีดกันสินค้าและบริการในอนาคต

ในขณะที่สถานการณ์ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมของไทยมีต้นทุนเฉพาะหน้าสูงขึ้น ทั้งจากราคาพลังงาน ต้นทุนแรงงาน การเปลี่ยนผ่านไปสู่ Bio-Circular-Green Economy ทำให้ธุรกิจมีต้นทุนเพิ่มเติมในการปรับตัวเพื่อความยั่งยืน เนื่องจากสินค้าและบริการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่จะมาทดแทนสินค้ากลุ่มดั้งเดิมยังอยู่ระหว่างการพัฒนา และเทคโนโลยีการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีต้นทุนสูง เพราะยังไม่มีตลาดรองรับเพียงพอที่จะทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) แต่คาดว่าต้นทุนน่าจะปรับตัวลดลงตามแนวโน้มเศรษฐกิจที่มุ่งสู่ความยั่งยืน

สำหรับอุตสาหกรรมของไทยมีแผนรองรับแนวคิด ESG และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ พลังงานหมุนเวียน และรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงแผนสนับสนุนภาคธุรกิจในกลุ่มโครงสร้างพื้นฐานที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุน เช่น อุตสาหกรรมและโลจิสติกส์อัจฉริยะ ในอีกมุมหนึ่ง อุตสาหกรรมหนักบางกลุ่มที่มีสัดส่วนการปล่อยคาร์บอนสูง อาทิ ปูนซีเมนต์ โลหะ (เหล็กและอลูมิเนียม) และปุ๋ยเคมี อาจต้องเร่งปรับตัวเนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เสี่ยงถูกเก็บภาษีคาร์บอน เช่นเดียวกับหลายประเทศ โดยเฉพาะสหภาพยุโรปที่จะเริ่มจัดเก็บภาษีคาร์บอน

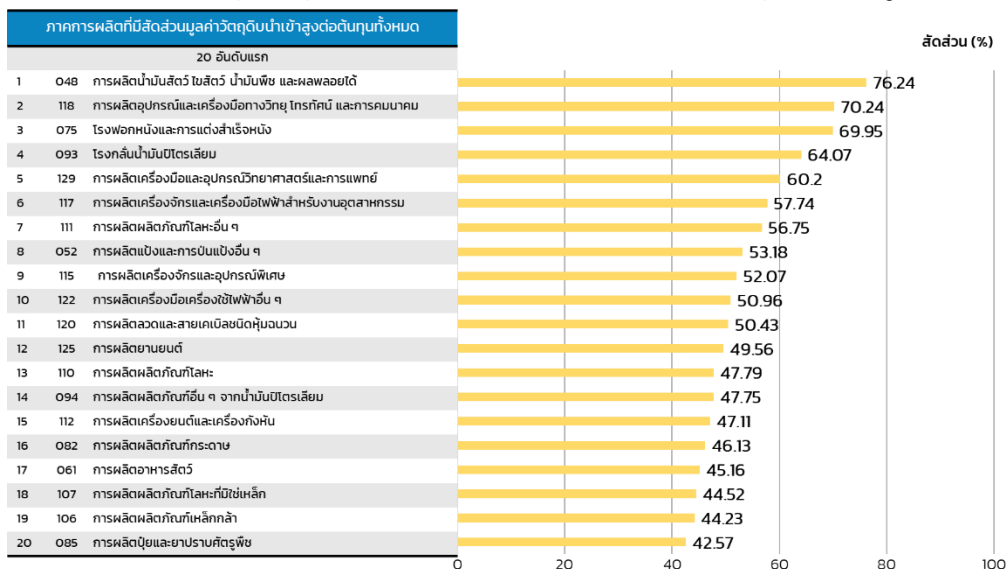
2. การแยกห่วงโซ่อุปทานสหรัฐอเมริกา-จีน สินค้าอุตสาหกรรมเป็นสินค้าที่อาเซียนได้ประโยชน์อย่างเด่นชัดจากการแบ่งแยกห่วงโซ่อุปทาน โดยสมาชิกอาเซียนเกือบทุกประเทศ ยกเว้น สิงคโปร์ มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเวียดนามและไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่งและสอง ตามลำดับ ส่วนแบ่งตลาดสินค้าอุตสาหกรรมของเวียดนามในตลาดสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.1 ในปี ค.ศ. 2018 เป็นร้อยละ 4.5 ในปี ค.ศ. 2022 หรือมากกว่า 1 เท่าตัว ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.3 เป็นร้อยละ 2 ขณะที่เมื่อวิเคราะห์ตลาดจีน ไทยไม่ได้านิสงส์จากการที่จีนนำเข้าจากสหรัฐฯ ลดลง โดยส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยในตลาดจีนค่อนข้างคงที่ระหว่างปี ค.ศ. 2018 - 2022 ที่ร้อยละ 2.1 ในขณะที่มาเลเซีย เวียดนามและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดจีน กรณีสินค้าอุตสาหกรรม ส่วนแบ่งตลาดของไทยลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 2.6 เหลือร้อยละ 2.5 ระหว่างปี ค.ศ. 2018 -2022 เช่นเดียวกับกับสิงคโปร์และฟิลิปปินส์ ในขณะที่เวียดนาม และมาเลเซียขยายส่วนแบ่งตลาดในจีนได้ดีกว่าไทยในสินค้าอุตสาหกรรม โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งสินค้าชั้นกลาง และสินค้าสำเร็จรูป เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ การขยายตัวดังกล่าวเป็นผลจากการย้ายฐานการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ และบริษัทจีนในอุตสาหกรรมดังกล่าว เช่น LG Foxconn Samsung และ Hoya เข้ามาในเวียดนาม ภายหลังเกิดสงครามการค้า ในกรณีของไทย ส่วนแบ่งตลาดของเครื่องปรับอากาศ ไมโครเวฟ และ

กล้องบันทึกภาพในตลาดจีนเพิ่มขึ้น แต่มูลค่าการส่งออกของสินค้าดังกล่าวยังต่ำ ทำให้การขยายส่วนแบ่งตลาดของไทยในจีนในสินค้าประเภทนี้ยังเห็นไม่ชัดเจนเท่าเวียดนาม สำหรับเซมิคอนดักเตอร์ไทยเป็นผู้ผลิตในส่วนกลางน้ำและปลายน้ำ ซึ่งเป็นการนำเข้าเพื่อมาประกอบชิ้นส่วน ประกอบกับการลงทุนตั้งศูนย์ผลิตและการวิจัยและพัฒนาในไทย ยังมีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ไทยไม่ได้รับผลกระทบจากความพยายามแบ่งแยกห่วงโซ่การผลิตระหว่างสหรัฐฯ และจีน มากนัก ทั้งนี้ จีนได้พยายามลดการพึ่งพาชิ้นส่วนจากสหรัฐฯ ทำให้ผู้ประกอบการจีนพาแหล่งนำเข้าชิ้นส่วนที่หลากหลายขึ้น ลดการพึ่งพาประเทศใดประเทศหนึ่ง

3. ความท้าทายจากการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ อุตสาหกรรมของไทยมีการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบเมื่อราคาวัตถุดิบนำเข้าเปลี่ยนแปลงไป สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าได้ทำการวิเคราะห์ผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบนำเข้า ที่มีต่อภาคอุตสาหกรรมไทย โดยพิจารณาใน 2 มิติ ประกอบกัน คือ (1) สัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบนำเข้า ต่อต้นทุนทั้งหมด และ (2) ดัชนีราคาสินค้านำเข้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ภาระต้นทุนที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง Input-Output ปี 2558 (ข้อมูลล่าสุด) ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) แสดงให้เห็นว่า ภาคการผลิตบางส่วนของไทยมีมูลค่าวัตถุดิบนำเข้าต่อต้นทุนทั้งหมดเป็นสัดส่วนที่สูง ซึ่งสะท้อนถึงระดับการพึ่งพาการนำเข้าของภาคการผลิตนั้น ๆ โดยภาคอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ การผลิตอุปกรณ์และเครื่องมือทางวิทยุ โทรทัศน์ และการคมนาคม (ร้อยละ 70.24) รองลงมาคือ โรงฟอกหนังและการแต่งสำเร็จหนัง (ร้อยละ 69.95) โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม (ร้อยละ 64.07) การผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์วิทยาศาสตร์และการแพทย์ (ร้อยละ 60.20) และการผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม (ร้อยละ 57.74)

สัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบนำเข้า ภาคการผลิตของไทยที่ใช้วัตถุดิบนำเข้าสูง

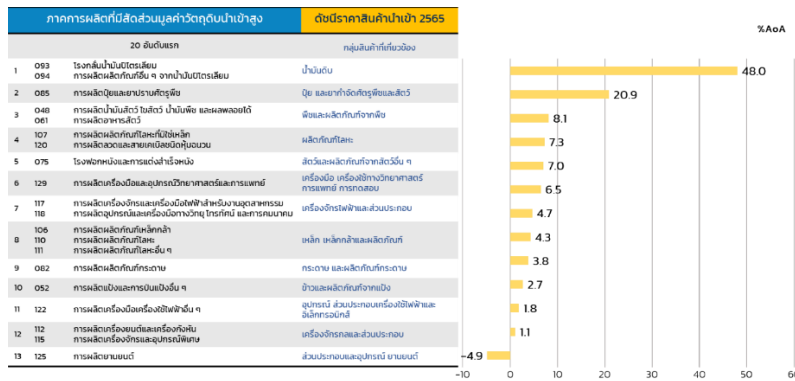


ที่มา: ตาราง I-O ปี 2558 จาก สศช.

ภาคการผลิตที่พึ่งพาวัตถุดิบนำเข้าสูง จะมีโอกาสได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกมาก ผ่านทางราคาสินค้านำเข้า จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ดัชนีราคาสินค้านำเข้า ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการนำมาคาดการณ์ผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต โดยจากการพิจารณาดัชนีราคาสินค้านำเข้า ปี 2565 พบว่า กลุ่มสินค้าที่ดัชนีราคานำเข้าเพิ่มขึ้นสูงสุด ได้แก่ กลุ่มน้ำมันดิบ เพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 48 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จากปัจจัย

สำคัญ อาทิ สงครามรัสเซีย-ยูเครน กระทบกำลังการผลิตน้ำมันโลก และความต้องการบริโภคน้ำมันเพิ่มขึ้น เศรษฐกิจที่เริ่มกลับมาฟื้นตัวหลังจากสถานการณ์ COVID-19 รongลงมาคือ กลุ่มปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชและ สัตว์ เพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 20.9 ทั้งนี้ กลุ่มส่วนประกอบและอุปกรณ์ ยานยนต์ ดัชนีราคานำเข้าลดลงที่ร้อยละ 4.9 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ดัชนีราคาสินค้านำเข้า เฉลี่ยปี 2565 กลุ่มสินค้านำเข้าที่เกี่ยวข้องกับภาคการผลิตที่ใช้วัตถุดิบนำเข้าสูง



ที่มา: กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า สนค.

ผลกระทบของต้นทุนวัตถุดิบนำเข้า ต่อภาคอุตสาหกรรมไทย เมื่อนำสัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบนำเข้า และดัชนีราคาสินค้านำเข้า มาวิเคราะห์ประกอบกัน เพื่อคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิต พบว่า ภาคการผลิตที่จะได้รับผลกระทบสูงสุดเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้านำเข้า วัตถุดิบนำเข้า คือ โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม โดยคาดว่า หากราคาน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 48 ต้นทุนโรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.61 รองลงมา คือ การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากน้ำมันปิโตรเลียม โดยคาดว่า หากราคาน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 48 ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากน้ำมันปิโตรเลียม จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.18 สำหรับภาคการผลิตที่จะได้รับผลกระทบน้อยสุด คือ การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์พิเศษ โดยคาดว่า หากราคาเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 ต้นทุนการผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์พิเศษ จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.29 สำหรับการผลิตรถยนต์ คาดว่า หากราคาส่วนประกอบและอุปกรณ์ ยานยนต์ ลดลงร้อยละ 4.9 ต้นทุนการผลิตรถยนต์จะลดลงร้อยละ 1.02 ทั้งนี้ ผลการคำนวณเป็นการคาดการณ์บนสมมติฐานการเปลี่ยนแปลงด้านราคา ซึ่งในทางปฏิบัติมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อต้นทุนภาคอุตสาหกรรม อาทิ ค่าแรง ค่าซ่อมเครื่องจักร

ผลกระทบของต้นทุนวัตถุดิบนำเข้า ต่อภาคอุตสาหกรรมไทย

ลำดับ	รหัส	ชื่อสินค้า	ดัชนีราคาสินค้านำเข้า 2565		ดัชนีที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลง (%)
			สัดส่วน (%)	เปลี่ยนแปลง (%Aa)	
1	093	โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม	64.07	(1) 48.0	+ 29.61
2	094	การผลิตเหล็กกล้าและเหล็ก	47.75	(1) 48.0	+ 21.18
3	085	การผลิตปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืช	42.57	(2) 20.9	+ 6.01
4	048	การผลิตน้ำมันสัตว์ ไบโอดี บีนบีพี และพอลิเอที	76.24	(3) 8.1	+ 5.89
5	075	โรงผลิตพลังงานความร้อน	69.95	(4) 7.0	+ 3.81
6	129	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์พิเศษและการแพทย์	60.20	(5) 6.5	+ 3.66
7	120	การผลิตโลหะและสายเคเบิลอิเล็กทรอนิกส์	50.43	(6) 7.3	+ 3.08
8	118	การผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือไฟฟ้าพลังงานอุตสาหกรรม	70.24	(7) 4.7	+ 2.96
9	061	การผลิตยางสังเคราะห์	45.16	(3) 4.7	+ 2.89
10	107	การผลิตเหล็กกล้าและเหล็ก	44.52	(6) 7.3	+ 2.04
11	117	การผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือไฟฟ้าพลังงานอุตสาหกรรม	57.74	(7) 4.7	+ 2.03
12	111	การผลิตเหล็กกล้าและเหล็ก	56.75	(8) 4.3	+ 1.71
13	082	การผลิตเหล็กกล้า	46.13	(9) 3.8	+ 1.61
14	052	การผลิตปิโตรเลียมและปิโตรเคมี	53.18	(10) 2.7	+ 1.27
15	110	การผลิตเหล็กกล้า	47.79	(8) 4.3	+ 1.23
16	106	การผลิตเหล็กกล้าและเหล็ก	44.23	(8) 4.3	+ 0.95
17	122	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์พิเศษ	50.96	(11) 1.8	+ 0.86
18	112	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์พิเศษ	47.11	(12) 1.1	+ 0.34
19	115	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์พิเศษ	52.07	(12) 1.1	+ 0.29
20	125	การผลิตยานยนต์	48.56	(13) -4.9	- 1.02

ที่มา: ตาราง I-O ปี 2558 จาก สศข. และดัชนีราคาสินค้านำเข้าโดย สนค. (2566)

นอกจากนี้ หากพิจารณาการกระจุกตัวของแหล่งนำเข้า พบว่า สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมได้เป็น 3 กลุ่ม ตามสัดส่วนมูลค่าแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ **กลุ่มที่ 1 สินค้าที่แหล่งนำเข้ากระจุกตัวมาก (สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า 3 ประเทศ รวมกันมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50) ได้แก่** (1) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ (2) ผลิตภัณฑ์โลหะ (3) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (4) ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ (5) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (6) ข้าวและผลิตภัณฑ์จากแป้ง (7) เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การแพทย์ (8) น้ำมันดิบ (9) อุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า และ (10) พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช **กลุ่มที่ 2 สินค้าที่แหล่งนำเข้ากระจุกตัวปานกลาง (สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า 5 ประเทศ รวมกันมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50) ได้แก่** (1) กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ และ (2) ปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์ และ **กลุ่มที่ 3 สินค้าที่แหล่งนำเข้ากระจุกตัวน้อย (สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า 6 ประเทศ รวมกันมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50) ได้แก่** สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์อื่น ๆ

การแบ่งประเภทกลุ่มสินค้าตามแหล่งนำเข้า

กลุ่ม	ประเภทสินค้า	สัดส่วนมูลค่าแหล่งนำเข้า 2565
กลุ่มที่ 1 – กระจุกตัวมาก (สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า 3 ประเทศแรก รวมกันมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50)	1) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ 2) ผลิตภัณฑ์โลหะ 3) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ 4) ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ 5) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ 6) ข้าวและผลิตภัณฑ์จากแป้ง 7) เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การแพทย์ 8) น้ำมันดิบ 9) อุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า 10) พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	- ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ - จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ - จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย - ญี่ปุ่น จีน อเมริกา - จีน ญี่ปุ่น อเมริกา - มาเลเซีย อินโดนีเซีย จีน - จีน ญี่ปุ่น อเมริกา - UAE ซาอุดีอาระเบีย อเมริกา - ไต้หวัน จีน ญี่ปุ่น - บราซิล อเมริกา จีน
กลุ่มที่ 2 – กระจุกตัวปานกลาง (สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า 5 ประเทศแรกรวมกัน มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50)	11) กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ 12) ปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์	- จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ - จีน ซาอุดีอาระเบีย มาเลเซีย รัสเซีย แคนาดา
กลุ่มที่ 3 – กระจุกตัวน้อย (ผลรวมสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าตั้งแต่ 6 ประเทศขึ้นไป มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50)	13) สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์อื่น ๆ (ประกอบด้วยสินค้าจำพวกไขมันสัตว์ หนังสัตว์ และอื่น ๆ)	- อเมริกา อาร์เจนตินา ฟินแลนด์ เดนมาร์ก - ออสเตรเลีย เยอรมนี บราซิล

ที่มา: ตาราง I-O ปี 2558 จาก สศช.

ประเด็นความท้าทายของการค้าสินค้าอุตสาหกรรมไทย

1. การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยขยายตัวในระดับต่ำ และมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูงยังมีสัดส่วนน้อย ซึ่งส่วนใหญ่สินค้าอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญเป็นการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ โครงสร้างสินค้าส่งออกส่วนใหญ่ของไทยกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมขั้นต้น และสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับกลาง ซึ่งไทยไม่ได้เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเอง และรับหน้าที่เป็นเพียงผู้ประกอบสินค้าเท่านั้น ทำให้นโยบายการผลิต การลงทุน และการพัฒนาในประเทศไทยขึ้นอยู่กับบริษัทแม่ของต่างประเทศเป็นหลัก

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าอุตสาหกรรมของไทยยังไม่มาก จากสัดส่วนมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นภายในประเทศของอุตสาหกรรมระดับต้นและอุตสาหกรรมระดับปานกลาง-ไฮเทค อยู่ในระดับกลาง จึงยังมีช่องว่างในการพัฒนา เมื่อเทียบกับประเทศอื่น

3. การแบ่งแยกห่วงโซ่อุปทานการผลิต (Decoupling) ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของตลาดสินค้าอุตสาหกรรมไทย

4. การพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ และการกระจุกตัวของแหล่งนำเข้าจากต่างประเทศมากเกินไป โดยภาคการผลิตบางส่วนของไทยยังมีมูลค่าวัตถุดิบนำเข้าต่อต้นทุนทั้งหมดเป็นสัดส่วนที่สูง หรือสินค้านำเข้าบางประเภทมีแหล่งนำเข้ากระจุกตัวมาก

5. อุปสรรคทางการค้าจากมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers: NTBs) จากประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการใช้ประเด็นการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศที่ทวีความสำคัญมากขึ้น

2.3) การค้าธุรกิจบริการ

ภาคบริการเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากมูลค่าและอัตราการเติบโตของภาคบริการใน GDP สูงกว่าภาคเกษตรและอุตสาหกรรม และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยภาคบริการมีสัดส่วนสูงที่สุดในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) โดยเป็นสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 50 ของ GDP มาตลอดช่วง 20 ปี ที่ผ่านมา และในปี 2566 GDP ภาคบริการมีมูลค่า 10.9 ล้านล้านบาท (ณ ราคาปัจจุบัน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.00 ของ GDP ของไทย (ภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 8.57 และ 30.43) อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.26 จากปี 2565 (ขณะที่ภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.31 และภาคอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 3.82 ตามลำดับ)

ในปี 2566 สาขาบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5 อันดับแรกของไทย คือ (1) การขนส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ (สัดส่วนร้อยละ 25.69 ของมูลค่า GDP ภาคบริการ) (2) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย (สัดส่วนร้อยละ 15.03) (3) กิจกรรมการบริหารราชการป้องกันประเทศและประกันสังคมภาคบังคับ (สัดส่วนร้อยละ 10.10) (4) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (สัดส่วนร้อยละ 8.65) และ (5) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า (สัดส่วนร้อยละ 8.19) สำหรับสาขาบริการที่ขยายตัวสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (2) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย และ (3) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า ขยายตัวร้อยละ 27.7 12.8 และ 9.2 ตามลำดับ

จำนวนธุรกิจ ในปี 2566 มีนิติบุคคลในภาคบริการที่ส่งงบการเงินแก่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 568,127 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.79 ของนิติบุคคลที่ส่งงบการเงินทั้งหมด สาขาบริการที่มีจำนวนนิติบุคคลสูงสุด 3 อันดับแรกของไทย ในปี 2566 ได้แก่ (1) การขนส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ มีนิติบุคคลจำนวน 222,643 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.19 ของจำนวนนิติบุคคล ในสาขาบริการทั้งหมด (2) การก่อสร้าง มีนิติบุคคลจำนวน 71,195 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.53 ของจำนวนนิติบุคคลในสาขาบริการทั้งหมด และ (3) กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์ มีนิติบุคคลจำนวน 67,421 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.87 ของจำนวนนิติบุคคลในสาขาบริการทั้งหมด

การจ้างงาน ในปี 2566 มีจำนวนแรงงานภาคบริการประมาณ 21.34 ล้านคน (ร้อยละ 53.46 ของแรงงานทั้งหมด) สาขาบริการที่มีจำนวนแรงงานสูงสุด 3 อันดับแรกของไทย ในปี 2566 ได้แก่ (1) การขนส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์ มีแรงงานจำนวน 6.89 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.20 ของจำนวนแรงงานในสาขาบริการทั้งหมด (2) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร มีแรงงานจำนวน 3.17 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.28 ของจำนวนแรงงานในสาขาบริการทั้งหมด และ (3) การก่อสร้าง มีแรงงานจำนวน 2.26 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.89 ของจำนวนแรงงานในสาขาบริการทั้งหมด

มูลค่าเศรษฐกิจ จำนวนนิติบุคคล รายได้ และแรงงานสาขาบริการในปี 2566

สาขาบริการ	GDP ณ ราคาปัจจุบัน ปี 2566			รายได้ภาคบริการ ปี 2566		กำไร ปี 2566	จำนวนนิติบุคคล ณ.สิ้นปี 2566		รายได้เฉลี่ย ต่อนิติบุคคล	จำนวนแรงงาน ปี 2566	
	ล้านบาท	สัดส่วน (%)	เปลี่ยนแปลง 66/65 (%)	ล้านบาท	สัดส่วน (%)		ล้านบาท	สัดส่วน (%)		ล้านบาท	สัดส่วน (%)
1 การขายส่ง การขายปลีก และการซ่อมแซมยานยนต์	2,807,891	25.69	4.8	23,633,784	68.42	459,539	222,643	39.19	106.15	6.89	33.20
2 กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย	1,643,220	15.03	12.82	3,018,028	8.74	310,277	14,717	2.59	205.07	0.52	2.51
3 กิจกรรมการบริหารราชการ การป้องกันประเทศ และประกันสังคมภาคบังคับ	1,104,199	10.10	2.58	-	-	-	-	-	-	1.8	8.67
4 ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	945,833	8.65	27.69	651,982	1.89	24,824	28,668	5.05	22.74	3.17	15.28
5 การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า	894,794	8.19	9.2	1,520,616	4.40	113,111	27,635	4.86	55.03	1.46	7.04
6 การศึกษา	759,771	6.95	3.29	44,245	0.13	5,789	5,026	0.88	8.80	1.12	5.40
7 ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	504,751	4.62	3.16	716,504	2.07	34,061	19,443	3.42	36.85	0.2	0.96
8 กิจกรรมด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	471,591	4.31	6.06	413,739	1.20	52,913	7,491	1.32	55.23	0.84	4.05
9 กิจกรรมด้านอสังหาริมทรัพย์	459,379	4.20	2.36	1,134,587	3.28	152,689	67,421	11.87	16.83	0.35	1.69
10 การก่อสร้าง	440,167	4.03	0.37	1,566,787	4.54	43,237	71,195	12.53	22.01	2.26	10.89
11 กิจกรรมทางวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิค	306,781	2.81	4.63	795,124	2.30	88,686	55,711	9.81	14.27	0.44	2.12
12 กิจกรรมการบริหารและการสนับสนุน	231,274	2.12	5.75	909,016	2.63	-99,961	36,198	6.37	25.11	0.68	3.28
13 กิจกรรมบริการด้านอื่น ๆ	213,325	1.95	2.66	53,930	0.16	127	6,842	1.20	7.88	1.08	5.20
14 ศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ	117,099	1.07	3.94	83,509	0.24	19	5,137	0.90	16.26	0.3	1.45
15 การจ้างงานในครัวเรือนส่วนบุคคล	31,559	0.29	4.7	-	-	-	-	-	-	0.23	1.11
รวม	10,931,634	100.00	7.26	34,541,852	100.00	1,245,311	568,127	100.00	60.80	21.34	100.00

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงแรงงาน

สาขาบริการศักยภาพ

ประเทศไทยยังคงสร้างรายได้กระจุกตัวอยู่ที่ภาคบริการบางสาขา ได้แก่ บริการทางการเงินและการประกันภัย มีรายได้เฉลี่ยต่อนิติบุคคลสูงถึง 205.07 ล้านบาท แต่ครอบคลุมเพียงร้อยละ 2.59 ของจำนวนนิติบุคคล และร้อยละ 2.51 ของแรงงานทั้งหมดในภาคบริการ ขณะที่สาขาการขนส่งและขายปลีก ซึ่งครอบคลุมร้อยละ 39.19 ของจำนวนนิติบุคคล และร้อยละ 33.20 ของแรงงานภาคบริการ มีรายได้เฉลี่ยต่อนิติบุคคลน้อยกว่าเกือบสองเท่าตัว โดยสาขาการขนส่งและขายปลีกมีรายได้เฉลี่ยต่อนิติบุคคลประมาณ 106.15 ล้านบาท นอกจากนี้ กิจกรรมโรงแรมและบริการด้านอาหาร ที่มีบทบาทสำคัญในสาขาการท่องเที่ยว มีจำนวนนิติบุคคลเพียงร้อยละ 5.05 แต่รองรับแรงงานถึงร้อยละ 15.28 ของภาคบริการไทย อีกทั้งมีรายได้เฉลี่ยนิติบุคคลต่ำกว่าค่าเฉลี่ยภาคบริการโดยรวมมากถึงราวหนึ่งในสาม ทั้งนี้ ไทยยังคงพึ่งพาภาคบริการแบบดั้งเดิมที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ ทำให้รายได้ในภาคบริการจึงขยายตัวได้อย่างจำกัด โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา GDP ภาคบริการเติบโตเพียงร้อยละ 2.53

หากจัดกลุ่มสาขาบริการโดยพิจารณาจากมูลค่ารายสาขาและอัตราการเติบโตเฉลี่ย โดยใช้ค่าเฉลี่ย 3 ปี ย้อนหลัง (CAGR 2564-2566) วิเคราะห์ตามวิธีการแบบ BCG Matrix จะพบว่า กลุ่มที่พักรวมและร้านอาหาร (ท่องเที่ยว) และกลุ่มการขนส่งและที่เก็บสินค้า (โลจิสติกส์) เป็นบริการศักยภาพสูง (มูลค่า GDP สูงและอัตราการเติบโตสูง) ขณะที่ธุรกิจข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร กลุ่มบริการสุขภาพ และกลุ่มการบริหารและบริการสนับสนุน เป็นกลุ่มที่ต้องเร่งเพิ่มมูลค่า (GDP อยู่ระดับไม่สูง แต่มีอัตราการเติบโตสูง)

กลุ่ม 1: กลุ่มศักยภาพสูง (Stars) คือ กลุ่มที่ GDP ยังอยู่ในระดับสูงมาก และยังมีอัตราการเติบโตสูงซึ่งการเพิ่ม GDP อาจต้องพิจารณายกระดับบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น และกลยุทธ์ที่ควรใช้ คือ การรักษาขนาดมูลค่าและอัตราการเติบโตให้อยู่ในระดับสูงต่อไปได้ ธุรกิจในกลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มที่พักรวมและร้านอาหาร (ท่องเที่ยว) และกลุ่มการขนส่งและที่เก็บสินค้า (โลจิสติกส์)

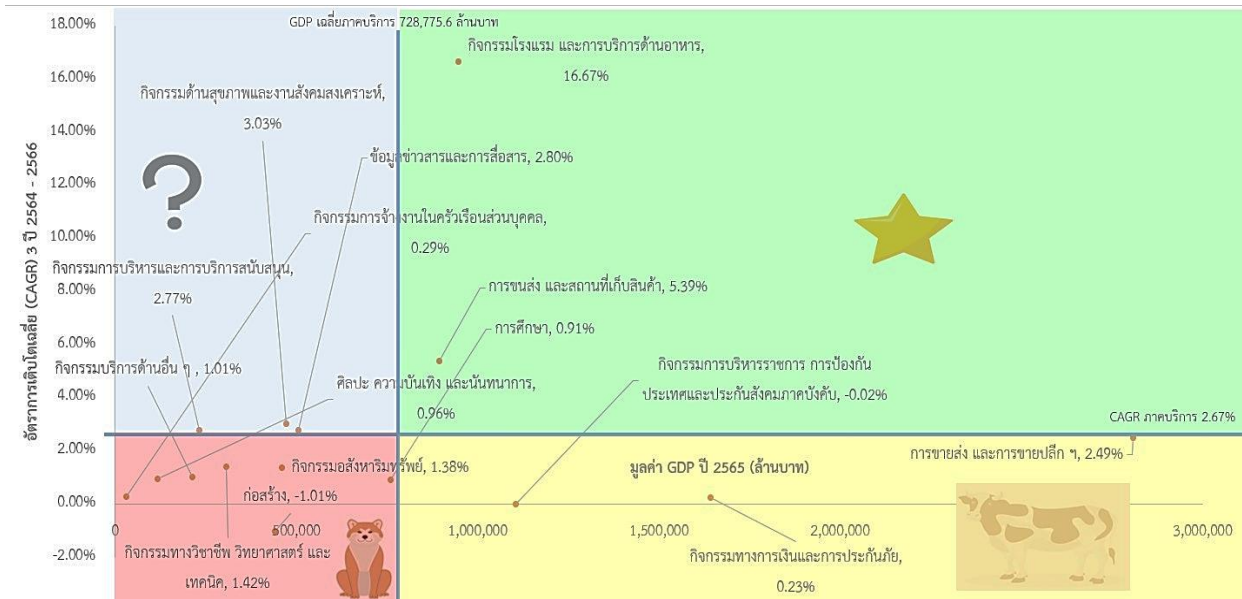
กลุ่ม 2: กลุ่มต้องเร่งเพิ่มมูลค่า (Question Marks) คือ กลุ่มที่ GDP ยังอยู่ในระดับยังไม่สูงมาก แต่มีอัตราการเติบโตสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ควรเร่งให้มีสัดส่วนใน GDP สูงขึ้น เพื่อผลักดันสู่การเป็นธุรกิจศักยภาพสูงต่อไป และกลยุทธ์ที่ควรใช้ คือ การส่งเสริมให้มีกิจกรรมทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ธุรกิจในกลุ่มนี้ ได้แก่ ธุรกิจข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร กลุ่มบริการสุขภาพ และกลุ่มการบริหารและบริการสนับสนุน

กลุ่ม 3: กลุ่มอัมตัว (Cash Cows) คือ กลุ่มที่ GDP ยังสูง แต่มีอัตราการเติบโตไม่สูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่อาจพิจารณาเร่งอัตราการเติบโตได้ผ่านการพัฒนาบริการใหม่ ๆ และกลยุทธ์ที่ควรใช้ คือ การส่งเสริมให้มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ และปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่รูปแบบใหม่ขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้ธุรกิจกลุ่มนี้เติบโต โดยธุรกิจในกลุ่มนี้ ได้แก่ สาขาการขนส่งและขายปลีก และกิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย

กลุ่ม 4: กลุ่มอ่อนแอ (Dogs) คือ กลุ่มที่ GDP ไม่สูง และมีอัตราการเติบโตไม่สูง ได้แก่ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มก่อสร้าง กลุ่มวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิค กลุ่มการจ้างงานส่วนบุคคล กลุ่มการศึกษา กลุ่มศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ และกลุ่มบริการอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ควรได้รับการดูแลประคับประคองให้สามารถยกระดับบริการให้มีมูลค่าและการเติบโตสูงขึ้น

รูปแสดงการจัดกลุ่มสาขาบริการ

วิเคราะห์ตามวิธีการแบบ BCG Matrix โดยใช้ค่าเฉลี่ย 3 ปี ย้อนหลัง (CAGR 2564-2566)



สถานการณ์การค้าบริการระหว่างประเทศของโลก* ภาพรวมการค้าบริการระหว่างประเทศ

ในปี 2566 มีมูลค่า 14.60 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ประมาณ 3.69 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.25 ต่อปี ในช่วง 7 ปี (2560-2566) ประเทศที่ส่งออกบริการมากที่สุด 3 อันดับแรกของโลก ในปี 2566 ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (มูลค่า 999.14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) (2) สหราชอาณาจักร (มูลค่า 584.21 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) และ (3) เยอรมนี (มูลค่า 440.11 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) และประเทศที่นำเข้าบริการมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (มูลค่า 719.30 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) (2) จีน (มูลค่า 552.00 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) และ (3) เยอรมนี (มูลค่า 508.22 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

สถานการณ์การค้าบริการระหว่างประเทศของไทย ปี 2566 การค้าบริการระหว่างประเทศของไทยคิดเป็นมูลค่า 128.51 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยเป็นผู้ส่งออกบริการอันดับที่ 26 ของโลก (มูลค่า 63.03 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 55.34 จากปีก่อนหน้า และมีส่วนแบ่งในการส่งออกโลกคิดเป็นร้อยละ 0.83) และเป็นผู้นำเข้าบริการเป็นอันดับที่ 27 ของโลก (มูลค่า 65.48 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ 4.41 และมีส่วนแบ่งในการนำเข้าโลกร้อยละ 0.93) ไทยขาดดุลบริการประมาณ 2.45 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ **ด้านการส่งออก**** สาขาบริการส่งออกของไทย 3 อันดับแรกในปี 2565 ได้แก่ (1) ท่องเที่ยว (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.3 ของการส่งออกบริการทั้งหมดของไทย) (2) บริการทางธุรกิจอื่น ๆ อาทิ การวิจัยและพัฒนา การให้บริการที่ปรึกษา (ร้อยละ 38.7) และ (3) การขนส่ง (ร้อยละ 16.2) โดยบริการ 3 สาขา คิดเป็นสัดส่วนรวมกันร้อยละ 94.2 ของการส่งออกบริการทั้งหมดของไทย **ด้านการนำเข้า**** สาขาบริการนำเข้าของไทย 3 อันดับแรกในปี 2565 ได้แก่ (1) การขนส่ง (คิดเป็นร้อยละ 43.8 ของมูลค่าการนำเข้าบริการทั้งหมดของไทย) (2) บริการทางธุรกิจอื่น ๆ (ร้อยละ 27.5) และ (3) ท่องเที่ยว (ร้อยละ 10.7) ซึ่งบริการ 3 สาขา มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 82.03 ของการนำเข้าบริการทั้งหมดของไทย)

การวิเคราะห์โอกาสการส่งออกบริการของไทย

- สาขาบริการที่ไทยถือว่ามีความศักยภาพในการส่งออกอย่างโดดเด่น คือ บริการท่องเที่ยว ซึ่งไทยมีอัตราการเติบโตของการส่งออกบริการท่องเที่ยวสูง และมีส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกค่อนข้างสูง

- สาขาที่ไทยควรส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คือ บริการทางธุรกิจอื่น ๆ (อาทิ การวิจัยและพัฒนา การให้บริการที่ปรึกษา) เนื่องจากไทยมีส่วนในตลาดโลกค่อนข้างสูง แต่อัตราการขยายตัวการส่งออกของไทยยังค่อนข้างน้อย

- สาขาที่มีโอกาสการพัฒนา คือ บริการด้านการขนส่ง แม้ว่าไทยจะมีส่วนในตลาดโลกรองลงมา แต่การส่งออกบริการของไทยกำลังเติบโต

- สาขาอื่น ๆ ที่ไทยยังต้องผลักดัน ได้แก่ บริการทางการเงิน บริการด้านประกันภัย และสวัสดิการบำนาญ บริการสารสนเทศและการสื่อสาร การก่อสร้าง บริการทรัพย์สินทางปัญญา และบริการส่วนบุคคล

* ข้อมูลจาก Trademap.org ณ เดือนกันยายน 2567

** ข้อมูลการส่งออกและการนำเข้าบริการของไทย รายสาขา ล่าสุดมีถึงปี 2565

แนวโน้มการค้าบริการในอนาคต แนวโน้มสำคัญ 3 ประการ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคและการผลิตของภาคบริการในอนาคตของไทย มีดังนี้

1. **ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล** เป็นตัวช่วยสำคัญที่ทำให้การค้าบริการทำได้ง่ายขึ้น เป็นการเปิดโอกาสใหม่ให้ธุรกิจเติบโต และสร้างสรรค์เศรษฐกิจในรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดต้นทุน เพิ่มการจ้างงาน พัฒนากิจกรรมงาน รวมถึงกิจกรรมเชิงสังคมต่างๆ และลดความเหลื่อมล้ำทางเพศ ทำให้เกิดการพัฒนาด้านธุรกิจบริการ ดังนี้

(1) เทคโนโลยีจะช่วยยกระดับการค้าบริการ และสร้างช่องทางใหม่ในการให้บริการ อาทิ E-commerce ตลอดจนเทคโนโลยีสมัยใหม่จะถูกนำมาใช้ในการให้บริการโลจิสติกส์มากขึ้น อาทิ โดรนสำหรับการขนส่ง

(2) เทคโนโลยีช่วยเพิ่มมูลค่าบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะการบริการที่สนับสนุนภายในสายงานการผลิต เช่น การศึกษาและพัฒนา การออกแบบ การขนส่ง การตลาด รวมทั้งบริการที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า

(3) เทคโนโลยีสร้างโอกาสในการค้าและเกิดธุรกิจใหม่ๆ อาทิ การค้าบริการข้ามพรมแดน ธุรกิจให้บริการเกษตรอัจฉริยะที่มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรม (Smart Farm) การแพทย์เฉพาะเจาะจง (Precision Medicine) ซึ่งออกแบบการให้บริการเฉพาะเจาะจงในระดับบุคคลอย่างแม่นยำ และธุรกิจบริการด้านสุขภาพและการแพทย์ (Wellness and Medical Services)

2. **การรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดและวิกฤติการณ์สำคัญ** อาทิ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ โรคอุบัติใหม่ และสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น สงครามการค้า สงครามรัสเซีย - ยูเครน การระบาดของไวรัสโควิด-19 ล้วนส่งผลกระทบต่อเกิดการเปลี่ยนแปลงต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ

ภูมิภาคและโลก ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนโอกาสในการอยู่รอดของธุรกิจของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา และเตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร แบ่งเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

(1) พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปและแตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย เช่น กลุ่ม Generation Z เป็นกลุ่มที่มีความสนใจที่หลากหลายและเปิดกว้าง ชอบการสัมผัสประสบการณ์จริง และมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (E-commerce) สูง ในขณะที่กลุ่ม Generation Baby Boomer เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีเวลาว่างมากขึ้น ชอบทำกิจกรรม และมีกำลังในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

(2) ความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในการใช้เทคโนโลยี กลุ่ม New Generation, Generation Z และ Millennials ซึ่งคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตควบคู่ไปกับโลกดิจิทัล จึงมีแนวโน้มการใช้บริการออนไลน์เป็นจำนวนมาก อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ บริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล และธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ อาทิ เกมออนไลน์ YouTube และ Netflix

(3) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สังคมสูงวัยมีแนวโน้มเติบโต ประชาเกิดใหม่มีแนวโน้มลดลง ซึ่งส่งผลต่อการขาดแคลนแรงงาน และการนำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อทดแทนแรงงาน หรือการพึ่งพาแรงงานต่างด้าว ซึ่งภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอาจกำหนดมาตรการในการควบคุมอย่างเหมาะสม ในขณะเดียวกัน สังคมสูงวัยก็เป็นโอกาสให้กับธุรกิจบริการในกลุ่มที่มีความต้องการมากขึ้น อาทิ หุ่นยนต์บริการผู้สูงอายุ (Elder Care Robot) ธุรกิจที่พักอาศัยผู้สูงอายุ (Senior Living Services) บริการดูแลสุขภาพ และประกันมากขึ้น

4. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม (Climate Change)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อทั่วโลก อาทิ วิกฤติความแห้งแล้ง ความผันผวนของฤดูกาล ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น รวมถึงการลดลงของผลผลิตในภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ผู้คนตื่นตัวกับกระแสเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ขึ้น มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรร่วมกันมากกว่าการสร้างความเป็นเจ้าของ (Sharing Economy) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกใหม่ที่จะพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไปสู่ความยั่งยืน จึงเกิดธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ปราศจากของเสีย (Zero Waste, Zero Carbon) และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการจัดการพลังงาน (Energy Management Services)

ประเด็นท้าทายของการค้าธุรกิจบริการ

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมและโทรคมนาคม

● โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคม

- ไทยมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน และเป็นจุดเชื่อมต่อระเบียงเศรษฐกิจของภูมิภาค แต่ยังคงขาดผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ครอบคลุม ทำให้ต้นทุนการประกอบธุรกิจโลจิสติกส์ยังสูง

- ไทยยังขาดการพัฒนาโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับนโยบายและกฎระเบียบการขนส่งโลจิสติกส์ของประเทศคู่ค้าที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้น

- **โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล**

- โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึง โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การโทรคมนาคมสื่อสารของไทยค่อนข้างกระจุกอยู่ในเมืองหลักยังไม่ครอบคลุมไปยังพื้นที่ในเขตเมืองรองมากนัก

- ผู้ประกอบการในธุรกิจบริการยังไม่สามารถปรับตัวต่อการค้าในยุคดิจิทัลได้ดีและยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจได้เต็มศักยภาพ

2. ด้านเทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมและการเข้าถึงแหล่งทุนที่เพียงพอ

- ภาคบริการของประเทศไทยยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ ที่ทันสมัยจากต่างประเทศ

- เทคโนโลยีไทยยังดึงดูดนักลงทุนต่างชาติได้น้อยกว่าอาเซียนอื่น เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม

- กลไกการเข้าถึงแหล่งทุนในปัจจุบันยังไม่เอื้อต่อการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) เท่าที่ควร เพราะการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและธุรกิจสตาร์ทอัพมีความเสี่ยงที่สูงกว่าการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิม

- การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับภาคบริการผ่านการใช้ประโยชน์จากสิทธิทรัพย์สินทางปัญญา นวัตกรรม เทคโนโลยี และการออกแบบยังมีไม่มากพอเท่าที่ควร

3. ด้านกฎระเบียบ

- ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมายและกฎระเบียบ ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ

- ในปี 2565 ดัชนีข้อจำกัดด้านภาคการค้าบริการ (Services Trade Restrictiveness Index :STRI) ขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) พบว่าไทยมีข้อจำกัดการค้าภาคบริการสูงกว่าประเทศคู่แข่ง โดยอยู่ในอันดับที่ 49 จาก 50 ประเทศ และรองจากประเทศในอาเซียน เช่น มาเลเซีย อันดับที่ 43 เวียดนาม อันดับที่ 44 และกลุ่มประเทศ OECD ในเกือบทุกสาขา ซึ่งสะท้อนว่าไทยมีข้อจำกัดในการเข้ามาลงทุนของภาคบริการต่างชาติมากกว่า โดยในรายงานได้ระบุตัวอย่างข้อจำกัดของภาคบริการของไทยที่สำคัญ อาทิ ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด และข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายบุคคล

4. ด้านข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และวางแผน

- ภาคบริการไทยยังขาดข้อมูลที่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ วิจัย และวางแผนการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการที่เป็นปัจจุบันและข้อมูลยังไม่บูรณาการเชื่อมโยงในแต่ละหน่วยงาน

5. ด้านทรัพยากรมนุษย์

- ผลผลิตภาพแรงงานในภาคบริการหลายสาขาของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ อาทิ กลุ่มการขนส่งและที่เก็บสินค้า กลุ่มการศึกษา กลุ่มที่พักแรมและร้านอาหาร กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสุขภาพ
- ขาดบุคลากรที่จะรองรับโอกาสที่ต้องมีศักยภาพและความเชี่ยวชาญ เช่น พยาบาล ผู้ดูแลผู้สูงอายุ ที่ได้รับการรับรองจากประเทศผู้ให้บริการ และบุคลากรแรงงานไทยขาดทักษะในด้านภาษาต่างประเทศ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการผลักดันให้เกิดการส่งออกธุรกิจบริการ และแรงงานส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในธุรกิจบริการแบบดั้งเดิม
- ไทยมีความเสียเปรียบกลุ่มประเทศ CLMV ในด้านต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าและจำนวนแรงงานที่มีมากกว่า ถึงแม้ว่าแรงงานไทยจะมีฝีมือในเรื่องของความละเอียดที่มากกว่า แต่อาจจะไม่คุ้มต่อการลงทุนเมื่อพิจารณาในด้านของต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่า

6. ด้านการค้าบริการระหว่างประเทศ

- การส่งออกบริการของไทยยังกระจุกตัวอยู่ในบางสาขา ทำให้เผชิญความเสี่ยงสูงหากเกิดการเปลี่ยนแปลงในบริบทการค้าโลก อาทิ สาขาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนึ่งในสาขาที่ไทยส่งออกบริการได้สูงสุด แต่ได้รับผลกระทบอย่างมากในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในภาคบริการยังมีมูลค่า/จำนวนธุรกิจที่ไม่สูงเท่าที่ควร
- การจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) ยังไม่ครอบคลุมทุกสาขาธุรกิจบริการที่ไทยมีศักยภาพ

7. ด้านการเพิ่มศักยภาพและผลิตภาพภาคบริการของไทยให้สูงขึ้น

- ผลิตภาพภาคบริการของไทยอยู่ในระดับไม่สูงมากนัก
- ผู้ประกอบการในภาคบริการหลายสาขายังไม่มีมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ
- จำนวนธุรกิจบริการมูลค่าสูงของไทยยังมีสัดส่วนที่ต่ำ และยังขาดการส่งเสริมการค้าภาคบริการสมัยใหม่
- การสร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แก่ภาคบริการที่มีมูลค่าสูงในสาขาที่ไทยมีโอกาสพัฒนา และตลาดมีความต้องการยังมีไม่มากพอเท่าที่ควร

8. ด้านการบูรณาการความร่วมมือภายในประเทศ ระหว่างสาขา และระหว่างประเทศ

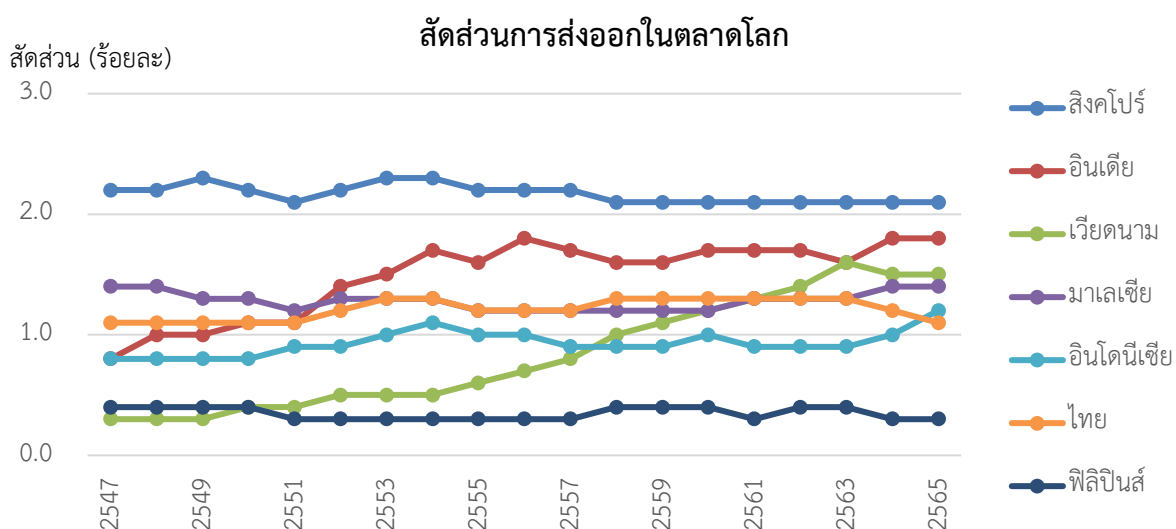
- ขาดการบูรณาการยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ กลยุทธ์ และแนวทางในการส่งเสริมภาคบริการในภาพรวม เพื่อนำไปสู่การดำเนินการพัฒนาภาคบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- สมาคมหรือสมาคมพันธ์ของภาคบริการยังไม่แข็งแกร่ง รวมทั้งความร่วมมือบูรณาการความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับเอกชนยังไม่เข้มแข็ง
- การส่งเสริมกลุ่มคลัสเตอร์ธุรกิจบริการยังไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร

3) เศรษฐกิจการส่งออก

การส่งออกสินค้ามีบทบาทในการสร้างรายได้และมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศกว่าร้อยละ 54.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี 2566 ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีมูลค่ามากที่สุด GDP ของไทย และสร้างการจ้างงานกว่า 3 ล้านตำแหน่ง จากการศึกษาของนักเศรษฐศาสตร์ไทย สะท้อนว่าความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าส่งออกกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า การเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกมีความสำคัญมากในการผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าส่งออกยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ผลผลิต มูลค่าเพิ่มของผลผลิต และค่าจ้างรวมรายภาคการผลิต จึงสรุปได้ว่า ความสามารถในการส่งออกที่ลดลงอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อเศรษฐกิจของประเทศได้ โดยส่งผลให้การเติบโตของผลผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการจ้างงานลดลง ดังนั้น หากความสามารถในการแข่งขันของภาคการส่งออกไทยลดลง ย่อมส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว¹⁷

สำหรับสถานะการส่งออกของไทยปัจจุบัน (ปี 2565) ไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับที่ 28 ของโลก อันดับที่ 11 ของเอเชีย และอันดับที่ 5 ของอาเซียน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยในตลาดโลก พบว่า การส่งออกสินค้าของไทยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนค่อนข้างคงที่ คิดเป็นประมาณร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับการส่งออกทั้งหมดของโลก และในช่วงปี 2563 - 2565 ส่วนแบ่งตลาดยังมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ขณะที่ประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชีย อาทิ อินเดีย และอาเซียน เช่น เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย ล้วนมีสัดส่วนของการส่งออกสินค้าในตลาดโลกเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นถึงขีดความสามารถในการส่งออกในภาพรวมของไทยที่ลดลง

สัดส่วนการส่งออกของประเทศต่าง ๆ ในตลาดโลก ปี 2547 - 2565

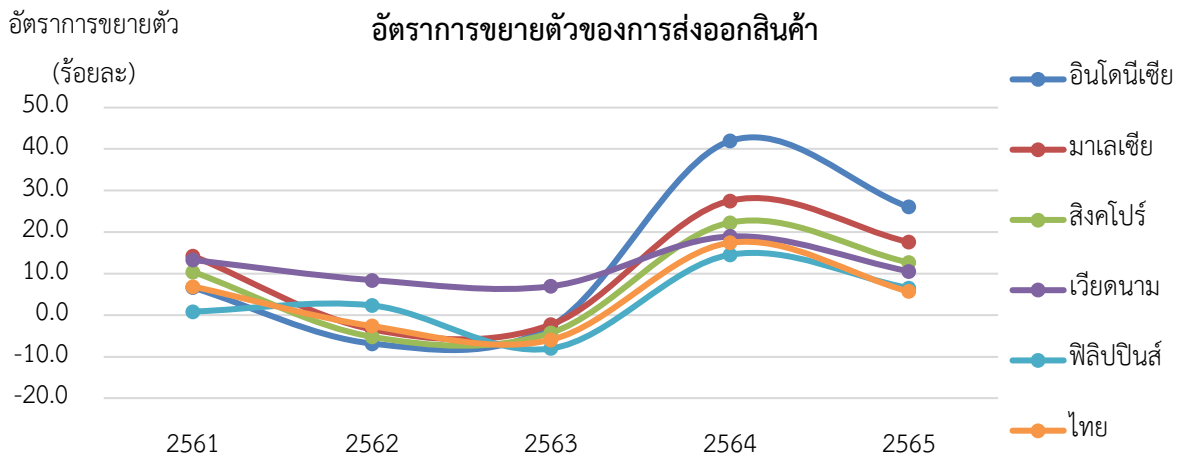


ที่มา: Trademap

¹⁷ กรกรรัมย์ และคณะ (2558) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าในโลก และผลกระทบต่อรูปแบบการค้า การส่งออกและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของประเทศไทย: <https://www.pier.or.th/abridged/2015/06/>

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะหลังวิกฤตโควิด-19 แม้การส่งออกไทยในปี 2564 จะเติบโตได้ดีเนื่องจากเศรษฐกิจโลกฟื้นตัวแรง แต่จะเห็นได้ว่า การส่งออกของไทยฟื้นตัวช้ากว่าประเทศคู่แข่งหลายประเทศในอาเซียน โดยในปี 2565 การส่งออกของไทยขยายตัวต่ำกว่าอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และฟิลิปปินส์

อัตราการขยายตัวของส่งออกของสินค้าประเทศต่าง ๆ ปี 2561 - 2565



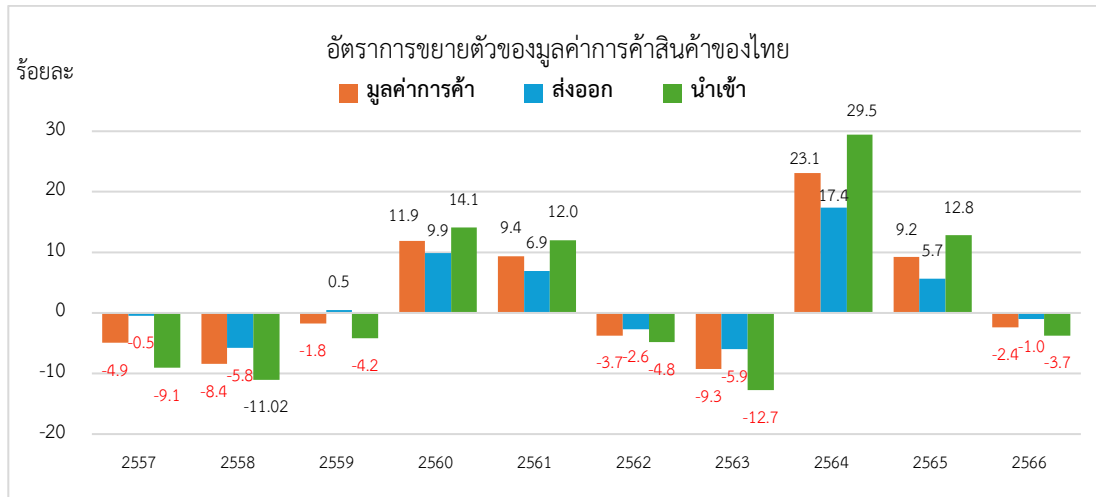
ที่มา: CEIC

ภาพรวมสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของไทย การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยสูงมาก บ่งชี้จากสัดส่วนการส่งออกและนำเข้าสินค้ารวมกันในปี 2566 คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 105.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) โดยเฉพาะภาคการส่งออกที่มีส่วนสร้างรายได้เข้าประเทศ คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 54.4 ของ GDP ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีมูลค่ามากที่สุดของ GDP ของไทย จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า การเจริญเติบโตของการส่งออกมีความสำคัญมากในการผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยส่งผลต่อการเติบโตของผลผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการจ้างงานในประเทศ ซึ่งสะท้อนจากความสัมพันธ์ระหว่างการส่งออกและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (2557 - 2566) การค้าระหว่างประเทศของไทยมีมูลค่าเฉลี่ย 486,304.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแบ่งเป็นการส่งออกเฉลี่ย 246,864.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการนำเข้าเฉลี่ย 239,440.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการค้าระหว่างประเทศของไทยต้องเผชิญกับความท้าทาย ทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ โดยปัจจัยกดดันหลักมาจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ในขณะที่มีประเด็นด้านอื่น ๆ อาทิ นโยบายปกป้องทางการค้า การใช้มาตรการทางการค้า และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ หรือแนวคิดที่จะพึ่งพาตนเองหรือชาติพันธมิตรมากกว่า อย่างกรณีสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ-จีน นอกจากนี้ภายหลังเกิดการระบาดของโควิด-19 และสงครามรัสเซีย-ยูเครน กระตุ้นประเด็นการลดความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทานและแนวโน้มการย้ายฐานการผลิตให้มีความสำคัญมากขึ้น ตลอดจนเงื่อนไขของการค้าการลงทุนตามมาตรฐานโลกใหม่ ที่มีแนวโน้มว่าประเทศต่าง ๆ อาจใช้เป็นเงื่อนไข

ในการกำหนดกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านการค้าและการลงทุน หรือให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นต่อการสร้างมาตรฐานทางสังคม สิ่งแวดล้อม สุขอนามัย และคุณภาพชีวิต ซึ่งประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนกดดันการค้าระหว่างประเทศ และยังท้าทายการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศที่พึ่งพาการส่งออกเป็นหลักเพื่อดึงดูดการค้าและการลงทุนจากการเบี่ยงเบนทางการค้าด้วย

อัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้าสินค้าของไทย ปี 2557 - 2566



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

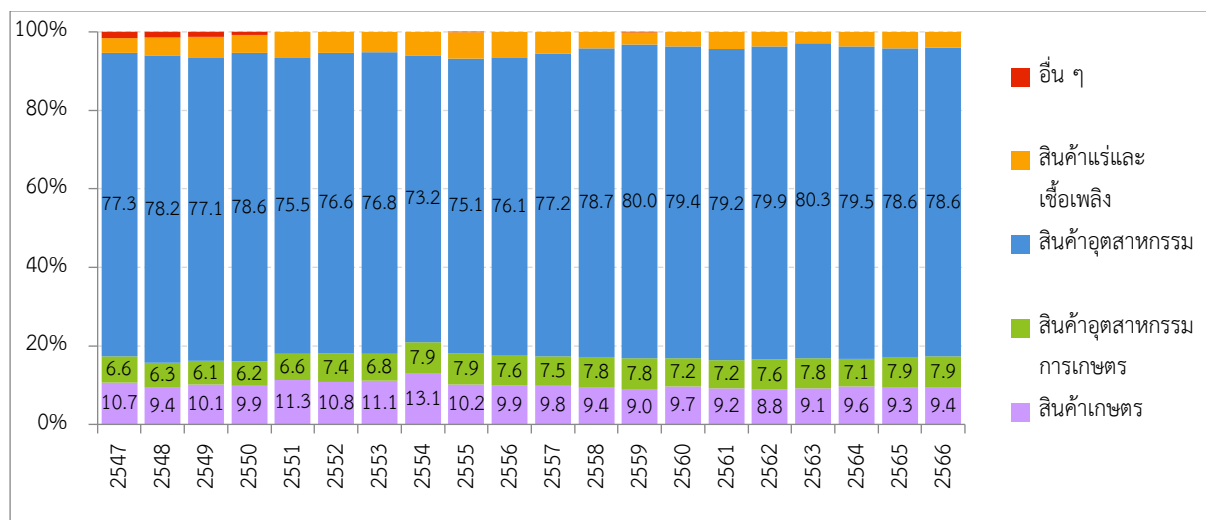
การค้าระหว่างประเทศของไทยที่หดตัวตั้งแต่ปี 2557 - 2559 กลับมาขยายตัวในปี 2560 - 2561 จากแรงขับเคลื่อนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการค้าโลก ประกอบกับความสามารถในการแข่งขันและปรับตัวตามเศรษฐกิจโลกของไทย อย่างไรก็ตาม ในปี 2562 มูลค่าการค้ากลับมาปรับตัวลดลงร้อยละ 3.7 โดยเป็นการหดตัวทั้งการส่งออกและนำเข้า ซึ่งมีปัจจัยกดดันมาจากสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อบรรยากาศทางการค้าและการลงทุนทั่วโลก และในปี 2563 ยังถูกซ้ำเติมจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม หลังวิกฤตโควิด-19 ททยอยคลี่คลายลงเป็นลำดับ ท่ามกลางการฟื้นตัวของอุปสงค์โลก จนเข้าสู่ปี 2564

การค้าระหว่างประเทศกลับมาขยายตัวในระดับสูงที่ร้อยละ 23.1 โดยการส่งออกขยายตัวร้อยละ 17.4 และการนำเข้าขยายตัวร้อยละ 29.5 อย่างไรก็ตาม การส่งออกที่มีทิศทางฟื้นตัวดังกล่าวกลับได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าอีกครั้ง อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากความขัดแย้งรัสเซีย - ยูเครนที่ยืดเยื้อ ทำให้การค้าระหว่างประเทศของไทยในปี 2565 ขยายตัวชะลอลงจากปีก่อน และหดตัวร้อยละ 2.4 ในปี 2567

โครงสร้างการส่งออกสินค้าของไทย การส่งออกจำแนกตามหมวดสินค้า หากจำแนกการส่งออกสินค้าตามหมวดสินค้าหลัก พบว่า ตลอดช่วงระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมาโครงสร้างสินค้าส่งออกของไทยไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก โดยสินค้าส่งออกหลักของไทย คือ สินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งมีสัดส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 77.8 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด (ปัจจุบันมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากเมื่อ 20 ปีก่อน) รองลงมาเป็นการส่งออกสินค้าเกษตร สัดส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 10.0 (ปัจจุบันมีสัดส่วนลดลงจากเมื่อ 20 ปีก่อน) สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรร้อยละ 7.3 (ปัจจุบันมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากเมื่อ 20 ปีก่อน) และสินค้าแร่และเชื้อเพลิงร้อยละ 4.7 (ปัจจุบันมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากเมื่อ 20 ปีก่อน) ตามลำดับ ถ้ามองในแง่มูลค่าการส่งออกจะเห็นว่า

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการส่งออกของไทย ในขณะที่สินค้าเกษตรของไทยได้ขยับเป็นสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรเพื่อการส่งออกมากขึ้นกว่าในอดีตที่ส่งออกเพียงสินค้าที่เป็นวัตถุดิบเท่านั้น

โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย ปี 2547 - 2566



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

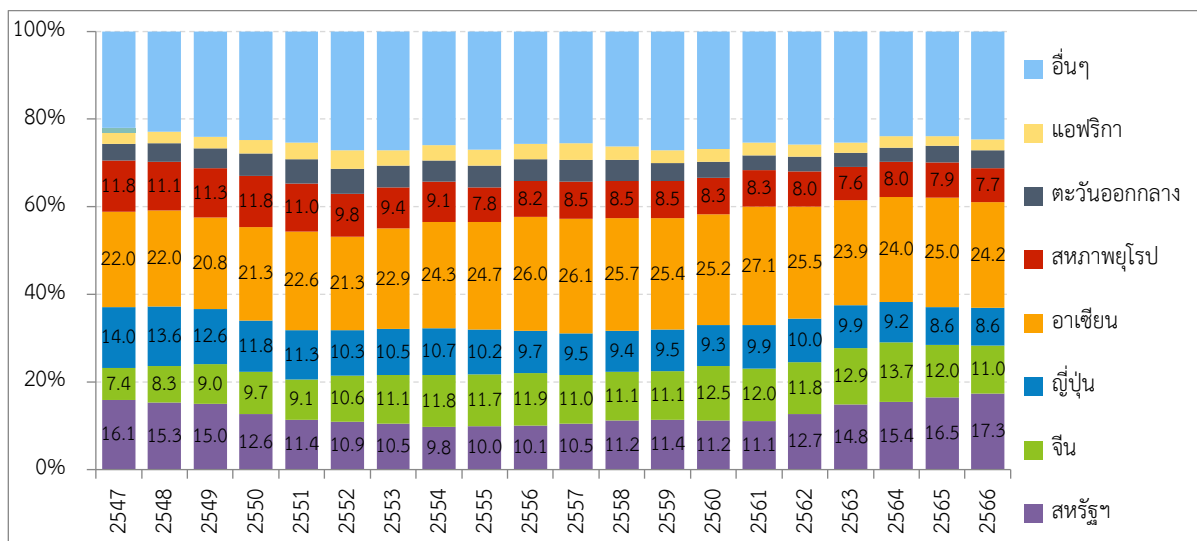
หากพิจารณาถึงสินค้าส่งออกสำคัญของกลุ่มสินค้าประเภทต่าง ๆ เทียบกับเมื่อ 20 ปีก่อนพบว่า กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม ตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบกลายเป็นสินค้าส่งออกอันดับ 1 แทนที่เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขณะเดียวกันอัญมณีและเครื่องประดับและผลิตภัณฑ์ยางครองสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจนมาอยู่ในสินค้าส่งออกอันดับต้น ๆ ในปัจจุบัน กลุ่มสินค้าเกษตรกรรม ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง กลายมาเป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 1 ในหมวดนี้ และสินค้าส่งออกหลักอื่น ๆ อาทิ ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ยางพารา และไก่แปรรูป ยังคงเหมือนกับเมื่อ 20 ปีก่อน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปและน้ำตาลทรายเป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 1 และอันดับที่ 2 ตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา แต่สัดส่วนลดลงต่อเนื่อง โดยมีสินค้ากลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่ อาทิ อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ เครื่องดื่ม และไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ กลุ่มสินค้าแร่และเชื้อเพลิง โดยสินค้าส่งออกหลักในกลุ่มนี้ไม่เปลี่ยนแปลงจาก 20 ปีก่อน ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำมันดิบ และก๊าซปิโตรเลียมเหลว

โครงสร้างการส่งออกของไทยพึ่งพากลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก ดังนั้นกลุ่มสินค้าสำคัญส่งออก 10 อันดับแรกในปี 2566 (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.5 ของมูลค่าการส่งออกของไทย) ส่วนใหญ่จึงเป็นสินค้าอุตสาหกรรมทั้งหมด ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง น้ำมันสำเร็จรูป แผงวงจรไฟฟ้า เม็ดพลาสติก เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ถือเป็นกลุ่มสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยอย่างมาก และนับเป็นความสำเร็จจากแนวทางการพัฒนาประเทศที่ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้สินค้าไทยหลายรายการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตที่สำคัญของโลก เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์

ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศแล้ว ยังเกิดการจ้างงานภายในประเทศ อีกทั้งได้รับการถ่ายทอดด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งผลให้เศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดด

โครงสร้างตลาดส่งออกของไทยในปัจจุบันเมื่อเทียบกับ 20 ปีก่อน จะเห็นได้ว่า ไทยพึ่งพาการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศที่กำลังมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงหรือตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) มากขึ้น ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงจากการพึ่งพาสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น เปลี่ยนมาเป็นการค้าภายในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น จนคิดเป็นสัดส่วนถึงกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด และประเทศที่พัฒนาจนมาเป็นเศรษฐกิจใหญ่ของโลกอย่างจีน ซึ่งเมื่อ 20 ปีก่อน มีสัดส่วนการส่งออกเพียงประมาณร้อยละ 5 ได้ก้าวขึ้นมาเป็นตลาดส่งออกหลักของไทยในปัจจุบัน กลายเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 2 รองจากสหรัฐอเมริกา

โครงสร้างตลาดส่งออกของไทยปี 2547 - 2566



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายละเอียดของโครงสร้างตลาดส่งออก โดยการวิเคราะห์การกระจุกตัวของตลาดส่งออกของไทย พบว่า ไทยมีการกระจายตัวของตลาดส่งออกอย่างต่อเนื่อง ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2557 เป็นผลจากการส่งออกกระจายไปยังตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม) โดยเฉพาะเวียดนาม ทำให้ประเทศในภูมิภาคกลายเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญทดแทนตลาดหลักเดิม และกระจุกตัวขึ้นเล็กน้อยในช่วงปีพ.ศ. 2558 - 2559 ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการแบ่งปันการผลิตระหว่างประเทศ (Global Production Sharing) ที่บริษัทข้ามชาติทั่วโลกกระจายขั้นตอนการผลิตสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกตามความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบประเทศเหล่านี้จึงลดการส่งออกโดยตรงไปยังตลาดหลักเดิมอย่างสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป แต่ส่งผ่านประเทศในภูมิภาคแทน เช่น การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไทยไปยังจีน มาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นการค้าในลักษณะเครือข่ายการผลิต (Processed Trade) ซึ่งเป็นการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยไปผลิตต่อเพื่อจำหน่ายไปสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ดังนั้น ตลาดส่งออกดั้งเดิมจึงไม่ได้ลดระดับความสำคัญอย่างสิ้นเชิง แต่เปลี่ยนเป็นการพึ่งพาทางอ้อม ทั้งนี้ แม้ว่าช่วงที่ผ่านมาการส่งออกของไทยมีทิศทางที่กระจายตลาดมากขึ้น แต่ปัจจุบันสัดส่วนการพึ่งพาสหภาพยุโรปก็ยังคงถือว่าอยู่ในระดับสูง โดยในปี 2566 สัดส่วนการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น อาเซียน และสหภาพยุโรป รวมกันคิดเป็นกว่าร้อยละ 70 ของการส่งออกรวม ซึ่งการกระจุกตัวที่สูงมากเช่นนี้ ย่อมมีผลต่อการส่งผ่านผลกระทบต่าง ๆ และความเสี่ยงโดยรวมของเศรษฐกิจ สถานการณ์

หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะเจาะจงกับบริษัทบางราย หรือในตลาดบางแห่งสามารถส่งผลกระทบต่อพัฒนาการโดยรวมของภาคส่งออก

สำหรับสาขาการผลิตของไทยที่พึ่งพาตลาดส่งออกในการสร้างรายได้เป็นหลัก ประกอบด้วย **กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม** ได้แก่ ข้าวโพดหวานกระป๋อง ผลไม้กระป๋องอื่น ๆ สับปะรดกระป๋อง ปลาทูน่ากระป๋อง เนื้อไก่สุกปรุงรส **กลุ่มสินค้าเกษตร** ได้แก่ ผักผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง สินค้าประมงแช่แข็ง น้ำตาลทราย กุ้งแช่แข็ง ปลาหมึกแช่แข็ง **กลุ่มสินค้าทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์** ได้แก่ ยางแท่ง ยางแผ่น น้ำยางข้น ถุงมือทางการแพทย์ **กลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า** ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น **กลุ่มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ** ได้แก่ เพชร สร้อย จี้ กำไล ต่างหู แหวน เครื่องประดับเทียม **กลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์** ได้แก่ Integrated circuits (IC) Printed wiring boards PCBA **กลุ่มสินค้ารองเท้า** ได้แก่ รองเท้ากีฬา รองเท้าหนังสำหรับผู้ชาย **กลุ่มสินค้าเสื้อผ้า** ได้แก่ เครื่องแต่งกายชั้นนอกสตรีและเด็กหญิงทำจากผ้าถัก เครื่องแต่งกายอื่น ๆ ของบุรุษและเด็กชายที่ทำจากผ้าทอ เครื่องแต่งกายชั้นนอกบุรุษและเด็กชายทำจากผ้าทอ

อย่างไรก็ตาม ภาคการส่งออกที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้แก่เศรษฐกิจไทยมานานกว่า 30 ปี กำลังเผชิญกับปัญหาเชิงโครงสร้างที่สะสมมาเป็นเวลานาน โดยพบว่า มีสัญญาณ 5 ประการที่สะท้อนถึงปัญหาเชิงโครงสร้างที่ทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกของไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายที่ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งปฏิรูปเศรษฐกิจการค้าเพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างเหล่านี้ ประกอบด้วย 1) ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยในตลาดโลกคงที่ ขณะเดียวกันบางสินค้ามีส่วนแบ่งตลาดลดลง 2) อัตราการเติบโตของการส่งออกสินค้าอยู่ในระดับต่ำ 3) สินค้าส่งออกที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทยกระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มน้อย 4) บางกลุ่มสินค้ามีการกระจุกตัวของตลาดส่งออก และ 5) ขาดความหลากหลายของสินค้าส่งออกบางกลุ่ม โดยการส่งออกของกลุ่มสินค้ากระจุกตัวอยู่ที่สินค้าเพียงไม่กี่ชนิด

1) ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยในตลาดโลกคงที่ ซึ่งพิจารณาจากสัดส่วนของมูลค่าส่งออกสินค้าไทยต่อมูลค่าส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก พบว่า การส่งออกสินค้าของไทยมีสัดส่วนไม่เปลี่ยนแปลงมาตลอด 20 ปีที่ผ่านมา อยู่ในช่วงประมาณร้อยละ 1.0 - 1.2 อีกทั้งในช่วง 3 ปีล่าสุดที่ผ่านมา (2563 - 2565) ยังมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ประเทศอื่น ๆ ที่มีระดับการพัฒนาใกล้เคียงกับไทยหรือกลุ่ม Emerging economies ทั้งในภูมิภาคอาเซียน เช่น เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย และนอกภูมิภาคอาเซียน เช่น อินเดีย ตุรกี ต่างมีสัดส่วนของการส่งออกสินค้าในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

หากพิจารณาในมิติของสินค้า จากงานศึกษาของธนาคารแห่งประเทศไทย¹⁸ ที่ใช้เครื่องมือ Constant Market Share Analysis¹⁹ (CMSA) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการส่งออกของประเทศต่อการส่งออกโลก พบว่า การส่งออกสินค้าของไทยไปยังตลาดโลกมีสัดส่วนไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก เนื่องจากมีปัจจัยฉุดรั้งที่ทำให้ไทยไม่สามารถส่งออกได้เต็มศักยภาพ คือ การสูญเสียความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness effect) เป็นสำคัญ และยังมีสาเหตุมาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product Effect) ที่สะท้อนว่าสินค้าของไทยทั้งแข่งขันในตลาดโลกและเป็นที่ต้องการจากประเทศคู่ค้าน้อยลง ตรงกันข้ามกับ

¹⁸ แพรวไทลิน และคณะ (2567) การวิเคราะห์โครงสร้างการส่งออกไทยผ่าน CMSA, ธนาคารแห่งประเทศไทย: <https://shorturl.asia/2n6p1>

¹⁹ เป็นวิธีการที่แบ่งสาเหตุการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการส่งออกของประเทศต่อการส่งออกโลก จาก 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านตลาด (2) ปัจจัยด้านสินค้า (3) ปัจจัยด้านการแข่งขัน (4) ปัจจัยด้านการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และ (5) ปัจจัยด้านการปรับเปลี่ยนตลาด

สถานการณ์ของประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เช่น เวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ที่มีความสามารถทางการแข่งขันสูงขึ้น

โดยสินค้าสำคัญที่กำลังสูญเสียความสามารถทางการแข่งขัน อันเนื่องมาจากปัญหาเชิงโครงสร้าง คือ **ฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ (Hard Disk Drive: HDD)** ที่กำลังถูกดิสรับด้วยสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่อย่าง Solid State Drive (SSD) ที่เปลี่ยนจากการใช้จานหมุนในการอ่าน-เขียนข้อมูลแบบเดิม มาเป็นการใช้งานชิปคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า Flash Memory ในการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ภายในคอมพิวเตอร์แทน ทำให้การประมวลผลทำได้เร็วกว่าและมีขนาดเล็กกว่า และยังไม่มีการลงทุนเพิ่มเติมในสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ อีกทั้งสินค้ากลุ่มนี้ยังเป็นสินค้าที่ขับเคลื่อนโดยธุรกิจชาวต่างชาติเป็นหลัก ไทยจึงเผชิญปัญหาทั้งจากปัญหาเชิงโครงสร้าง และการดึงดูดให้นักลงทุนชาวต่างชาติมาลงทุนในการผลิตสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ **ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์** ไทยพึ่งพาดูดเงินในสัดส่วนที่สูง แต่ปัจจุบันเงินมีนโยบายพึ่งพาตนเอง สร้างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีภายในประเทศทดแทนการนำเข้า จึงทำให้การส่งออกไทยได้รับผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนด้านตลาด **เครื่องนุ่งห่ม** ไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในสินค้าชั้นกลางน้ำและปลายน้ำ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการถูกตัดสิทธิ GSP ประกอบกับไทยไม่ได้มีจุดเด่นด้านอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นแล้ว จึงเกิดการย้ายฐานการผลิตของบริษัทข้ามชาติที่เป็นแบรนด์ระดับโลกไปยังประเทศข้างเคียงที่ยังคงมีความได้เปรียบด้านต้นทุนอยู่ **ยานยนต์** มีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านจากยานยนต์สันดาปไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้าที่กำลังเป็นที่ต้องการในตลาดโลกอย่างมาก ตามมาตรการด้านพลังงานสะอาดที่ให้เงินอุดหนุนและลดภาษี อีกทั้งต้นทุนค่าพลังงานไฟฟ้าต่อกิโลเมตรถูกกว่าน้ำมันถึง 2 เท่า **สินค้าเกษตร** ที่เผชิญกับปัญหาด้านผลิตภาพและคู่แข่ง โดยเฉพาะข้าว ซึ่งไทยได้เสียส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกให้แก่เวียดนามและกัมพูชา²⁰ รวมทั้งทุเรียนที่กำลังสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้เวียดนามและฟิลิปปินส์

2) **อัตราการเติบโตของการส่งออกสินค้าอยู่ในระดับต่ำ** อัตราขยายตัวของมูลค่าส่งออกในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2556 - 2565) มีความผันผวน และขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.0 ต่อปี อีกทั้งหลายสินค้าส่งออกขยายตัวต่ำกว่าการค้าโลก เช่น แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรกล รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เนื่องจากไทยมีอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าที่เป็นไปตามกระแสโลกที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ค่อนข้างน้อย

อัตราการขยายตัวของ GDP การส่งออก และการนำเข้าของไทย

ปี พ.ศ.	อัตราการขยายตัวของ GDP	อัตราขยายตัวของการส่งออก	อัตราขยายตัวของการนำเข้า
2556	2.7	-0.3	0.5
2557	1.0	-0.5	-9.1
2558	3.1	-5.8	-11.0
2559	3.4	0.5	-4.2
2560	4.2	9.9	14.1

²⁰ แพรวไพลิน พิษณุตม์ และอรุณ (2567) วิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันผ่านเทคนิคที่เรียกว่า Constant Market Share Analysis (CMSA) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการส่งออกในช่วงที่ผ่านมาเชิงพลวัต ซึ่งทำให้ทราบสาเหตุที่สัดส่วนการส่งออกของประเทศต่อการส่งออกรวมของโลกเพิ่มขึ้นหรือลดลง ผ่านการแยกองค์ประกอบ (decomposition) ออกเป็นปัจจัยเชิงวัฏจักรเศรษฐกิจ และปัจจัยเชิงโครงสร้าง: <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/research/economic-pulse/economic-pulse-202404.html>

ปี พ.ศ.	อัตราการขยายตัว ของ GDP	อัตราขยายตัว ของการส่งออก	อัตราขยายตัว ของการนำเข้า
2561	4.2	6.9	12.1
2562	2.1	-2.6	-4.8
2563	-6.2	-5.9	-12.7
2564	1.6	17.4	29.5
2565	2.6	5.7	12.6
2566	1.9	-0.8	-4.2

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และกระทรวงพาณิชย์

การเติบโตของมูลค่าการส่งออกไทยเทียบกับการเติบโตของปริมาณการค้าโลก รายการกลุ่มสินค้า

รายการ	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
รวมทั้งหมด	-0.26	-0.12	0.31	-0.82	-0.04	0.25	0.23	-0.01
เครื่องใช้ไฟฟ้า	-0.15	-0.13	0.01	-0.33	0.27	0.85	0.85	1.06
รถยนต์และส่วนประกอบ	4.31	1.38	1.19	-1.31	-0.83	-0.20	-0.57	-2.57
เกษตรกรรม	-3.60	-1.09	-0.76	-3.37	-2.33	-1.29	-1.89	-2.00
เคมีภัณฑ์และพลาสติก	-1.49	-0.92	-0.33	-5.65	-3.63	-2.29	-3.07	-1.58
อุตสาหกรรมการเกษตร	-0.31	-0.55	0.26	1.65	2.02	2.07	3.18	3.06
คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	-0.35	-1.00	0.00	-3.59	-3.34	-2.24	-3.07	-1.04
ผลิตภัณฑ์ยาง	-1.29	0.54	0.90	2.19	3.23	3.25	1.11	1.44
แผงวงจรไฟฟ้า	-0.17	1.53	0.91	-3.32	-3.38	-2.97	-2.64	-3.39
เครื่องจักรกล	0.98	1.18	0.90	-4.23	-3.62	-2.87	-2.75	-3.30
น้ำมันสำเร็จรูป	-5.62	-6.90	-5.03	-13.58	-9.83	-3.94	-4.21	-6.13
สิ่งทอ	-2.41	-1.14	-1.06	-2.49	-1.04	0.06	0.23	1.92
สินค้าอุตสาหกรรม	0.62	0.47	0.78	-0.09	0.50	0.54	0.47	0.25
สินแร่และเชื้อเพลิง	-6.28	-6.50	-4.48	-11.93	-8.21	-3.47	-3.62	-4.98

หน่วย: ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ 5 ปี

ที่มา: SCB EIC

3) สินค้าส่งออกที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทยกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มน้อย เช่น ผลไม้ เนื้อสัตว์แปรรูป ซึ่งสัดส่วนการส่งออกในกลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูปของไทยเปลี่ยนแปลงไม่มาก และยังเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนความต้องการของตลาดโลกเปลี่ยนไปไม่มากเช่นกัน นอกจากนี้มูลค่าส่งออกของทั่วโลกยังไม่ได้สูงมาก อีกทั้งสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น ข้าว ทูเรียน ที่มีแนวโน้มสูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้กับคู่แข่งมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ดี สินค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่คนในประเทศได้รับประโยชน์อย่างมาก จึงต้องได้รับการดูแล ปกป้อง และพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

เมื่อพิจารณาในแง่ของระดับการใช้เทคโนโลยีในโครงสร้างสินค้าส่งออกย้อนหลังในช่วง 25 ปีที่ผ่านมา จะพบการพัฒนาที่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมขั้นต้น (Resource-based Manufactures) รวมถึง กลุ่มอาหารและอุตสาหกรรมเกษตร และสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีระดับกลาง (Medium Technology) โดยเฉพาะ การส่งออกรถยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไทยไม่ได้เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเอง ขณะที่การพัฒนาการส่งออกสินค้า ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง (High Technology) กลับมีสัดส่วนน้อยและเติบโตน้อยกว่าประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน ในช่วงที่ผ่านมา อีกทั้งยังพัฒนาช้ากว่าประเทศคู่แข่งในภูมิภาค ขณะที่ความต้องการสินค้าเทคโนโลยีเพิ่มสูงขึ้น อย่างก้าวกระโดดซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยในระยะยาว²¹

เมื่อเปรียบเทียบช่วงก่อนเกิดโควิด-19 (ปี 2562) กับช่วงหลังเกิดโควิด-19 (ปี 2565) ไทยมี สัดส่วนการส่งออกสินค้าเทคโนโลยีระดับกลางมากที่สุด แต่กำลังมีแนวโน้มลดลง จากสัดส่วนร้อยละ 35.1 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 33.6 ในปี 2565 (-4.2%) รองลงมาเป็นการส่งออกสินค้าวัตถุดิบเพื่อใช้ใน ภาคอุตสาหกรรมที่ลดลงเล็กน้อยจากสัดส่วนร้อยละ 22.5 สู่ร้อยละ 22.4 (-0.5%) และการส่งออกสินค้า เทคโนโลยีระดับสูง เพิ่มขึ้นอย่างมากจากสัดส่วนร้อยละ 18.2 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 20.6 ในปี 2565 (+12.7%) ถือว่าเป็นทิศทางที่ดี แต่ถ้าเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในอาเซียนแล้วไทยยังถือว่ามีส่วนการส่งออก สินค้าในกลุ่มนี้น้อยกว่า มาเลเซียที่มีสัดส่วนร้อยละ 38.8 เวียดนามมีสัดส่วนร้อยละ 41.3 และสิงคโปร์ มีสัดส่วนร้อยละ 41.7

4) บางกลุ่มสินค้ามีการกระจุกตัวของตลาดส่งออก โดยในช่วง 30 ปีที่ผ่านมาภาพรวมตลาด ส่งออกของไทยกระจุกตัวอยู่ใน 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น อาเซียน และยุโรป ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 75 ของมูลค่าส่งออกรวม²² จากเดิมที่สหรัฐฯ และญี่ปุ่นเคยเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับ 1 และ 2 แต่หลังจากปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา กลุ่มประเทศอาเซียนและจีนเริ่มเป็นคู่ค้าสำคัญมากขึ้น อีกทั้งเมื่อศึกษาข้อมูลการกระจุกตัวของ ตลาดส่งออกในรายสินค้า พบความเสี่ยงด้านความสามารถในการปรับเปลี่ยนตลาดของสินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ยางผสม สตาร์ทซ์และอินูลินจากรัฐพิซ เนื้อสัตว์ปรุงแต่ง มันสำปะหลัง ส่วนประกอบของ เครื่องโทรศัพท์ เพอร์นิเจอร์ กลุ่มสินค้าเหล่านี้จึงมีความเสี่ยงในการเผชิญจากปัญหาด้านวัฏจักรเศรษฐกิจ ของประเทศคู่ค้า เนื่องจากการส่งออกพึ่งพาสตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป

ในแง่ของข้อตกลงทางการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) ในปัจจุบัน (ณ กันยายน 2567) ไทยมี FTA จำนวน 15 ฉบับ กับ 19 ประเทศ เป็นอันดับ 4 ของอาเซียน (รวมศรีลังกาที่ลงนามแล้วแต่อยู่ระหว่างการดำเนินการให้มีผลใช้บังคับ) ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศสมาชิกอื่น ๆ ในอาเซียนแล้ว จำนวน FTA และจำนวน ประเทศคู่ FTA ของไทย มีน้อยกว่าสิงคโปร์ เวียดนาม และมาเลเซีย โดยใน 7 เดือนแรกของปี 2567 ไทยมี สัดส่วนการค้ารวมกับประเทศคู่ค้า FTA อยู่ที่ประมาณร้อยละ 59.1 ของมูลค่าการค้ารวม²³ ทำให้ เสียโอกาสในการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย จึงต้องดำเนินการขยายความร่วมมือเขตการค้าเสรีไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ได้มีเป้าหมายจัดทำ FTA กับคู่ค้า ให้มีสัดส่วนการค้าเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80 ในปี 2570 ด้วยเช่นกัน

²¹ ลัทธกิตต์ (2564). [https://media.kkpf.com/document/2021/Jul/\(ฉบับเต็ม\)%20KKP%20Research_จุดเปลี่ยนการส่งออก%20เมื่อโลกเริ่มไม่สนใจไทยอีกต่อไป.pdf](https://media.kkpf.com/document/2021/Jul/(ฉบับเต็ม)%20KKP%20Research_จุดเปลี่ยนการส่งออก%20เมื่อโลกเริ่มไม่สนใจไทยอีกต่อไป.pdf)

²² บุรกร เคนเน็ต และลัทธกิตต์ (2567): https://media.kkpf.com/document/2024/Mar/KKP%20Research_Thai-export-competitiveness.pdf

²³ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, รายงานการค้าไทยกับประเทศคู่ FTA เดือน ม.ค. - มิ.ย. 2567

ด้วยเหตุนี้ไทยจึงควรกลับมาทบทวนเพื่อปรับโครงสร้างตลาดส่งออกบางสินค้า โดยหาตลาดใหม่หรือขยายความร่วมมือทางการค้าให้มากขึ้น ซึ่งการกระจายตัวของตลาดส่งออก (Market Diversification) สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตได้ ผ่านการใช้อัตราค่ากลางการผลิตเพิ่มขึ้นจนถึงระดับหนึ่ง กระตุ้นให้ภาคเอกชนเพิ่มการลงทุนขยายกำลังการผลิต การจ้างงานปรับตัวดีขึ้น ส่งผลไปสู่รายได้และการใช้จ่ายภาคครัวเรือนปรับตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า การเพิ่มสัดส่วนการส่งออกสินค้าที่มีอยู่เดิมไปยังตลาดใหม่ที่ไม่เคยมีการค้าขายมาก่อน และการส่งออกสินค้าเดิมไปยังตลาดที่เคยค้าขายมาก่อน แต่เป็นการค้าขายในสินค้าอื่น จะสามารถกระตุ้นการเติบโตของการผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การส่งออกของไทยมีสัดส่วนที่ต่ำและต่ำกว่าประเทศในภูมิภาค โดยเฉพาะจีน เกาหลีใต้ และมาเลเซีย จึงเป็นสัญญาณเตือนว่า ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้า เพื่อเจาะตลาดส่งออกได้เพิ่มขึ้น โดยไม่มุ่งเน้นเพียงเพิ่มจำนวนตลาดใหม่ แต่ควรให้ตลาดใหม่สามารถรองรับการส่งออกสินค้าได้ต่อเนื่อง²⁴ ทั้งนี้ การศึกษาของนักเศรษฐศาสตร์ไทยพบว่า การกระจายตลาดส่งออกของสินค้าในอุตสาหกรรมยางพารา พลาสติก เคมีภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์ และยานยนต์ จะช่วยเพิ่มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศได้

5) ขาดความหลากหลายของสินค้าส่งออกบางกลุ่ม นอกเหนือจากปัญหาการกระจุกตัวในแง่ของตลาดส่งออก บางกลุ่มสินค้ายังมีปัญหาการกระจุกตัวภายในกลุ่ม โดยการส่งออกกระจุกตัวอยู่ที่สินค้าเพียงไม่กี่ชนิด เช่น ผลไม้กระจุกตัวอยู่ที่การส่งออกทุเรียน แต่ปัจจุบันตลาดส่งออกทุเรียนไทยเริ่มมีการแข่งขันที่มากขึ้นจากการส่งออกของประเทศคู่แข่งภายในภูมิภาคอาเซียนไปยังตลาดจีน ทำให้ไทยเริ่มสูญเสียส่วนแบ่งตลาดหากสามารถส่งเสริมสินค้าอื่น ๆ ภายในกลุ่มให้มีศักยภาพส่งออกไปยังตลาดโลกได้มากขึ้น จะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญ

จากปัญหาเชิงโครงสร้าง 5 ประการข้างต้น สามารถส่งผลกระทบต่อปัญหาไปยังภาคแรงงานและภาคการเงิน โดยภาคแรงงาน แรงงานในภาคอุตสาหกรรมประมาณ 6.4 ล้านคน²⁵ มีความเสี่ยงด้านการพัฒนาไม่ทันตามความก้าวหน้าของตลาดโลก ขาดการพัฒนาและยกระดับทักษะความรู้ให้ทันสมัย เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ขณะที่ภาคการเงินเป็นผลกระทบสืบเนื่องจากความสามารถทางการแข่งขันที่ลดลง จะส่งผลกระทบต่อดุลการค้าในระยะยาว และอาจมีผลต่อเสถียรภาพของค่าเงินบาท โดยความสามารถทางการแข่งขันการส่งออกที่ลดลง และการนำเข้าสินค้าที่มีมูลค่าสูง รวมถึงการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคทดแทนสินค้าที่ผลิตจากในประเทศ เกิดผลกระทบต่อดุลการค้าที่เกินดุลลดลง หรืออาจเกิดการขาดดุลการค้าที่มากขึ้นกับบางประเทศ ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวสามารถนำไปสู่ผลกระทบต่อเสถียรภาพของค่าเงินบาทให้อ่อนค่าในระยะยาวได้

การส่งออกสินค้าของไทยในระยะถัดไปมีแนวโน้มที่จะได้ประโยชน์จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกไม่มากเท่าในอดีต จากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจโลกที่อยู่ในระดับต่ำในระยะกลาง ท่ามกลางตลาดการค้าโลกที่มีพลวัตสูงและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนในด้านต่าง ๆ ทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลกที่จะทำให้การบริโภค การค้า และการลงทุนของโลกเปลี่ยนไป เช่น การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและดิจิทัล กระแสการลดระดับของโลกาภิวัตน์ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง

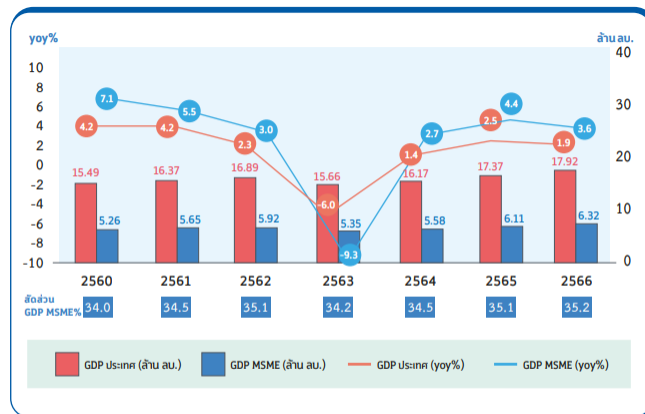
²⁴ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2562, TSRI-Policy-Brief-Vol.39.pdf (trf.or.th)

²⁵ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ประชากร และกระแสดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ขณะที่ไทยยังปรับตัวตามกระแสโลกใหม่ได้ล่าช้า ซึ่งสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งเกิดจากจากความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงหรือสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกจากปัญหาเชิงโครงสร้างของไทยที่สะสมมาเป็นเวลานาน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัว โดยให้ความสำคัญกับการปฏิรูปนโยบายเชิงโครงสร้างที่สำคัญ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาทักษะแรงงาน ตลอดจนการรักษาความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้การส่งออกสามารถยกระดับการพัฒนาและรายได้ของไทยให้แข่งขันได้ในตลาดโลก

4) เศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจภาคเอกชนในประเทศไทยเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.5) และเป็นแหล่งการจ้างงานในระบบให้แก่คนภายในประเทศจำนวนเฉลี่ยกว่า 12 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของการจ้างงานในระบบทั้งประเทศ จึงกล่าวได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกระดูกสันหลังที่มีส่วนสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็งและพร้อมที่จะปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสถานการณ์โลก จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการจ้างงาน อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาที่ผ่านมา มูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจ MSMEs คิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 3 เท่านั้น หรือมีสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 34 - 35 ของ GDP ซึ่งมีมูลค่าราว 5 - 6 ล้านล้านบาท ขณะที่การส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 15 ของมูลค่าส่งออกรวม



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ณ 19 ก.พ. 67
ประมาณ GDP MSME : ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเชิงยุทธศาสตร์ สว.

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

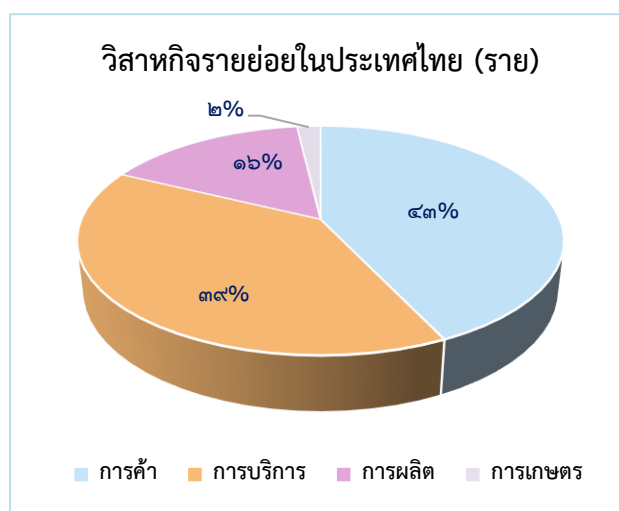
ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 3,187,378 ราย แบ่งเป็น วิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprises) จำนวน 2,727,186 ราย วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises: SEs) จำนวน 416,628 ราย และวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprises: MEs) จำนวน 43,564 ราย โดยมีที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมากที่สุด จำนวน 807,615 ราย สำหรับในส่วนภูมิภาคมีที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด จำนวน 747,815 ราย รองลงมาที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 545,800 ราย ภาคใต้ จำนวน 469,507 ราย ตามลำดับ (ข้อมูลปี 2565)

จำนวนวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง (MSMEs) ปี 2565 ของประเทศไทย

ภาค	รายย่อย (Micro)	ขนาดย่อม (SEs)	ขนาดกลาง (MEs)	MSMEs
กทม. และปริมณฑล	584,594	198,534	24,487	807,615
ส่วนภูมิภาค	2,142,592	218,094	19,077	2,379,763
เหนือ	499,707	43,012	3,081	545,800
ตะวันออกเฉียงเหนือ	693,891	49,917	4,007	747,815
กลาง	299,198	39,895	4,411	343,504
ตะวันออก	226,618	41,953	4,566	273,137
ใต้	423,178	43,317	3,012	469,507
รวมทุกภาค	2,727,186	416,628	43,564	3,187,378

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประมวลผลโดย สนค.

วิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprises) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.2) เป็นธุรกิจภาคการค้าและการบริการ มีจำนวนรวมกัน 2,242,386 ราย (จากจำนวน 2,727,186 ราย) มีเพียงจำนวน 433,729 ราย หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.9 ของวิสาหกิจรายย่อย ดำเนินธุรกิจในภาคการผลิต โดยเป็นกิจการ ร้านขายของชำจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็น ร้านอาหาร ร้านตกแต่งทรงผม กิจการเช่าและการดำเนินการเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ และร้านค้าขายปลีกสินค้าอื่น ๆ ตามลำดับ ซึ่งธุรกิจรายย่อย กระจายอยู่ในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ชลบุรี สมุทรปราการ และสุราษฎร์ธานี ตามลำดับ



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประมวลผลโดย สนค.

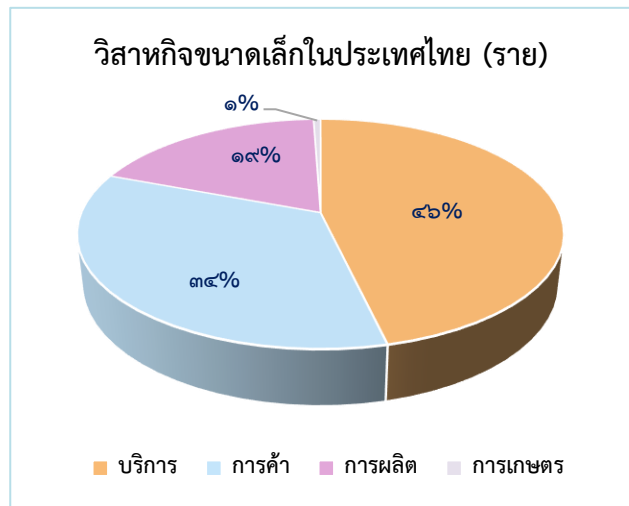
10 ประเภทธุรกิจแรกของวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprises)

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ร้านขายของชำ	408,165	15.0
ร้านอาหาร	296,626	10.9
ร้านตกแต่งทรงผม	112,608	4.1
กิจการเช่าและการดำเนินการเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์	110,772	4.1
ร้านค้าขายปลีกสินค้าอื่น ๆ	103,837	3.8
กิจการซ่อมบำรุงรักษาและการซ่อมจักรยานยนต์	64,227	2.4
ร้านเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	55,432	2.0

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
การบำรุงรักษาและการซ่อมระบบเครื่องยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์	52,179	1.9
การสีข้าว	45,767	1.7
การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากฟางและวัสดุถักสาน	42,351	1.6
รวม 10 กิจกรรม	1,291,964	47.4
กิจกรรมอื่น ๆ	1,435,222	52.6
รวมทุกกิจกรรม	2,727,186	100.0

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประมวลผลโดย สนค.

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises) เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 46.3) เป็นธุรกิจภาคบริการ มีจำนวน 1,291,964 ราย (จากจำนวน 416,628 ราย) และส่วนที่เหลือร้อยละ 34.4 หรือจำนวน 143,351 ราย เป็นธุรกิจภาคการค้า ร้อยละ 18.7 หรือจำนวน 77,974 ราย เป็นธุรกิจภาคการผลิต และเพียงร้อยละ 0.6 เป็นธุรกิจภาคเกษตร หรือจำนวน 2,345 ราย โดยเป็นบริการร้านอาหารจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็นการก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่พักอาศัย การก่อสร้างอาคารที่พักอาศัย ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ และโรงแรม รีสอร์ท ห้องชุด ตามลำดับ ซึ่งธุรกิจขนาดเล็กกระจายอยู่ในกรุงเทพมหานคร ชลบุรี สมุทรปราการ นนทบุรี และปทุมธานี ตามลำดับ



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประมวลผลโดย สนค.

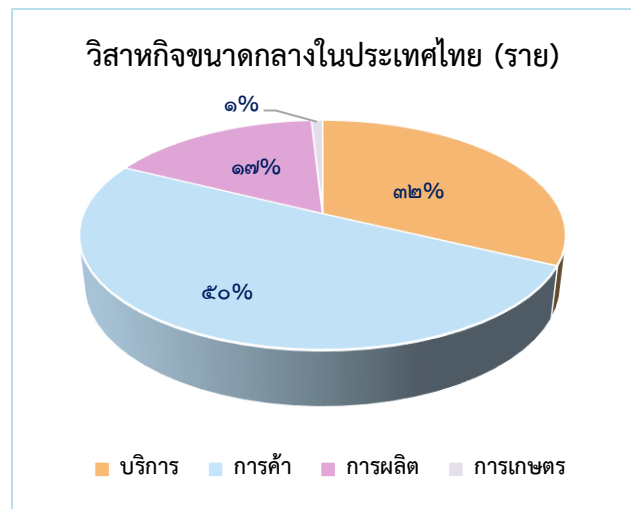
10 ประเภทธุรกิจแรกของวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises)

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
บริการร้านอาหาร	23,851	5.7
การก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่พักอาศัย	21,270	5.1
การก่อสร้างอาคารที่พักอาศัย	9,537	2.3
ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	8,291	2.0
โรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด	8,209	2.0
การขายส่งเครื่องจักรและอุปกรณ์อื่น ๆ	7,459	1.8
การซื้อและการขายอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นของตนเองที่ไม่ใช่เพื่อเป็นที่พักอาศัย	6,927	1.7

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
การเช่าและการดำเนินการเกี่ยวกับบ่อสังหาริมทรัพย์ ที่เป็นของตนเองหรือเช่าจากผู้อื่นเพื่อเป็นที่พักอาศัย	6,656	1.6
การขนส่งและขนถ่ายสินค้า รวมถึงคนโดยสาร	6,383	1.5
ร้านขายปลีกเครื่องประดับ	5,982	1.4
รวม 10 กิจกรรม	104,505	25.1
กิจการอื่น ๆ	312,123	74.9
รวมทุกกิจการ	416,628	100.0

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประมวลผลโดย สนค.

วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprises) ครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.3) เป็นธุรกิจภาคการค้า มีจำนวน 21,896 ราย (จากจำนวน 43,564 ราย) ร้อยละ 32.1 หรือจำนวน 13,995 ราย เป็นธุรกิจภาคบริการ ร้อยละ 16.7 หรือจำนวน 7,286 ราย เป็นธุรกิจภาคการผลิต และเพียงร้อยละ 0.9 เป็นธุรกิจภาคเกษตร หรือจำนวน 387 ราย โดยเป็นการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็นการก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่พักอาศัย การขนส่งเครื่องจักรและอุปกรณ์อื่น ๆ ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ และการขนส่งและขนถ่ายสินค้า รวมถึงคนโดยสาร ตามลำดับ ซึ่งธุรกิจขนาดกลางกระจายอยู่ในกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ชลบุรี นนทบุรี และปทุมธานี ตามลำดับ



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประมวลผลโดย สนค.

10 ประเภทธุรกิจแรกของวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprises)

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
การขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ	2,658	6.1
การก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่พักอาศัย	1,753	4.0
การขนส่งเครื่องจักรและอุปกรณ์อื่น ๆ	1,151	2.6
ร้านขายปลีกวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	994	2.3
การขนส่งและขนถ่ายสินค้า รวมถึงคนโดยสาร	866	2.0
การซื้อและการขายอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นของตนเอง ที่ไม่ใช่เพื่อเป็นที่พักอาศัย	687	1.6

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)
การขายยานยนต์ใหม่ชนิดรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถกระบะ รถตู้และรถขนาดเล็กที่คล้ายกัน	650	1.5
โรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด	626	1.4
การขายส่งเคมีภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม	616	1.4
การขายส่งวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	578	1.3
รวม 10 กิจกรรม	10,579	24.3
กิจกรรมอื่น ๆ	35,985	75.7
รวมทุกกิจกรรม	43,564	100.0

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประมวลผลโดย สนค.

แนวนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเด็น 08 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ และหมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 มีเป้าหมายให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยสามารถมีส่วนร่วมในการผลักดันมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศได้มากขึ้น ซึ่งมีเป้าหมายที่จะผลักดันให้มูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนร้อยละ 40 ต่อ GDP โดยเศรษฐกิจระหว่างประเทศสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain: GVC) มากขึ้น สามารถปรับตัวและใช้ประโยชน์จากกระแสการค้าใหม่ ๆ ของโลก หรือ Megatrend เพื่อสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจ ตลอดจนสามารถรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและการมีขีดความสามารถทางการแข่งขัน

ขณะที่การค้าจะมีบทบาทสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายข้างต้น ผ่านการดำเนินนโยบายที่ส่งเสริมและผลักดันมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งการค้าภายในประเทศและการค้าระหว่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มากขึ้น ซึ่งได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญไว้ดังนี้

เป้าหมายสำหรับการค้าภายในประเทศ ได้แก่ เพิ่มส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มการขยายตัวของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป้าหมายสำหรับการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ เพิ่มสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกทั้งประเทศ เพิ่มจำนวนผู้ส่งออกที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเพิ่มสัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ

สถานะการพัฒนาด้านการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การพัฒนาด้านการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในรายงานสรุปผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ฉบับประจำปี 2566 พบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจหรือผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2566 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 35.2 ต่อ GDP รวมทั้งประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนเท่าเดิมกับปี 2565 และยังคงมีสัดส่วนทรงตัวเช่นนี้มาตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ขณะที่ด้านการค้าที่กำหนดให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีสัดส่วนของมูลค่าส่งออกคิดเป็นร้อยละ 20 ของมูลค่าส่งออกรวม โดยในปี 2566 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 15.2 เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 12.0 ในปี 2565 ทั้งนี้ ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ได้แก่ การเข้าถึงตลาดผู้ซื้อและเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจในต่างประเทศ การเข้าถึงห่วงโซ่อุปทานโลก การใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า พิธีการศุลกากรที่รวดเร็ว และการอำนวยความสะดวกทางการค้า การเข้าถึงข้อมูลเชิงธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบของประเทศคู่ค้า

ขณะที่การสำรวจศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดกลางและขนาดย่อม (MSMEs) ฉบับไตรมาสสุดท้ายของปี 2566 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า วิสาหกิจทั้งประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลมีผลประเมินศักยภาพและโอกาสในการเติบโตอยู่ในระดับต่ำ และปานกลาง ตามลำดับ เนื่องจากการเติบโตของกำไรมีความไม่สม่ำเสมอ กำไรของบางไตรมาสเพิ่มขึ้น บางไตรมาสลดลง มาตลอด 2 ปีที่ผ่านมา ขณะเดียวกันมีปัญหาการรักษาฐานลูกค้าประจำ แม้ว่าจะมีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามปกติ แต่สภาพคล่องของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ประกอบการยังมีความกังวลเกี่ยวกับผลประกอบการและอนาคตของกิจการ ซึ่งเกิดจากปัญหาความเปราะบางและความท้าทาย ดังนี้

ปัญหาและความเปราะบางของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นแหล่งรายได้ให้กับประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ แต่มีสถิติพบอัตราการอยู่รอดจากการประกอบธุรกิจในช่วง 3 ปีแรก เพียงร้อยละ 20 โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเผชิญกับปัญหาและความเปราะบางอยู่ 3 ประการสำคัญ คือ การเติบโตของรายได้อยู่ในระดับต่ำและขาดกำไรสะสม ต้นทุนต่อหน่วยสูง และอำนาจต่อรองต่ำ (ttb analytics, 2567)

การเติบโตของรายได้อยู่ในระดับต่ำและขาดกำไรสะสม วิสาหกิจขนาดเล็กมีการเติบโตของรายได้ที่ค่อนข้างต่ำ โดยการเติบโตในช่วง 3 ปีย้อนหลังที่ผ่านมา เติบโตเพียงร้อยละ 2.8 ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางมีการเติบโตร้อยละ 3.7 วิสาหกิจขนาดย่อมมีกำไรเฉลี่ยจากการดำเนินธุรกิจเพียงร้อยละ 0.15 ของรายได้ ซึ่งมีกำไรที่ต่ำและไม่เพียงพอต่อที่ใช้ในการเพิ่มศักยภาพและรักษาสถานะทางการแข่งขัน ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางมีกำไรเฉลี่ยจากการดำเนินธุรกิจเพียงร้อยละ 3.1 ของรายได้เท่านั้น ซึ่งปัญหาความสามารถในการทำกำไรต่างเป็นปัญหาสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล

ต้นทุนต่อหน่วยสูง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญกับต้นทุนที่ปรับลดได้ยาก และมีความผันผวนตามปริมาณขาย ตลอดจนค่าจ้างเป็นต้นทุนคงที่ต่อหน่วยที่มีนัยสำคัญ วิสาหกิจขนาดย่อมมีฐานลูกค้าจำกัดต้องเผชิญกับต้นทุนในการขายและบริหารสูงถึงร้อยละ 25.3 ของรายได้ ซึ่งมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางที่มีต้นทุนดังกล่าวร้อยละ 12.9 ของรายได้ เนื่องจากมีฐานลูกค้าที่มากกว่า

อำนาจต่อรองต่ำ ธุรกิจมีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ ทำให้จำเป็นต้องสั่งสินค้าครั้งละมาก ๆ เพื่อลดต้นทุนสินค้าต่อหน่วย ส่งผลต่อเงินทุนที่ต้องสำรองเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าคงคลัง รวมถึงอำนาจต่อรองกับลูกค้าไม่สูงเช่นกัน ทำให้จำเป็นต้องให้เครดิตการค้าที่ยาวขึ้นเพื่อรักษาฐานลูกค้า โดยปกติวิสาหกิจขนาดย่อมต้องสำรองเงินทุนเพื่อหมุนเวียนเมื่อเทียบกับยอดขายสูงถึง 169 วัน

ประเด็นความท้าทายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. ผู้ประกอบการยังขาดทักษะความเป็นผู้ประกอบการและทักษะในการดำเนินธุรกิจ เช่น ทักษะและความรู้ทางการเงินและการทำบัญชี กฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การบริหารและวางแผนภาษีอากร ส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับที่สามารถดำเนินการเรื่องนั้นได้บ้างแต่ต้องขอคำแนะนำเป็นส่วนใหญ่ และกว่าร้อยละ 15 ขึ้นไป ไม่มีความรู้ในเรื่องดังกล่าว นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดความสามารถในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลและพันธมิตรหรือเครือข่ายทางธุรกิจ โดยยังคงทำธุรกิจในรูปแบบเดิม ไม่สามารถแสวงหาโอกาสทางธุรกิจและปรับตัวให้ทันต่อแนวโน้มและกติกาทางการค้าใหม่ ๆ ได้ โดยผลการสำรวจศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ร้อยละ 82 ของการสำรวจ ไม่มีหรือมีแต่ไม่เพียงพอในด้านพันธมิตรและเครือข่ายที่พร้อมสนับสนุนการทำธุรกิจ

ตารางที่ 9 ร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามระดับความรู้และทักษะด้านการเงินและกฎหมาย

ประเด็น	ไม่มีความรู้	ต้องปรับปรุง	พอใช้	ดี	ดีเยี่ยม
1) การจัดทำบัญชีและการเงิน	14.55	35.55	21.19	18.16	10.55
2) การจัดทำรายงานและยื่นแบบภาษีอากรที่เกี่ยวข้องกับการ	18.07	29.68	23.83	22.46	5.96
3) การบริหารและวางแผนภาษีอากร	24.12	25.59	25.88	14.45	9.96
4) การบริหารเงินทุน เช่น หลักทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ	27.05	26.17	20.51	18.07	8.20
5) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ	23.83	27.73	24.02	19.82	4.60
6) กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา	25.98	31.45	16.31	12.50	13.76
7) นโยบายต่างๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการ	14.16	29.30	28.03	19.82	8.69

หมายเหตุ :
 ไม่มีความรู้ หมายถึง ไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นเลย
 ต้องปรับปรุง หมายถึง มีความรู้ในระดับที่สามารถดำเนินการเรื่องนั้นได้บ้าง แต่ต้องขอคำแนะนำเป็นส่วนใหญ่
 พอใช้ หมายถึง มีความรู้ในระดับที่สามารถดำเนินการเรื่องนั้นได้ด้วยตัวเองอย่างถูกต้อง
 ดี หมายถึง มีความรู้ในระดับที่สามารถถ่ายทอด และ/หรือให้คำแนะนำคนอื่นได้อย่างถูกต้อง
 ดีเยี่ยม หมายถึง มีความรู้ในระดับที่สามารถนำความรู้ไปต่อยอด หรือบูรณาการกับความรู้ด้านอื่นได้

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังอาศัยโอกาสของตลาดส่งออกน้อย โดยจากการสำรวจสถานภาพและรูปแบบการส่งออกสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย ภายใต้โครงการของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า วิสาหกิจขนาดเล็ก มีสัดส่วนของรายได้ที่มาจาก การส่งออกเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมด ขณะที่วิสาหกิจรายย่อย มีสัดส่วนของรายได้ที่มาจาก การส่งออกเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมด สำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง มีสัดส่วนของรายได้ที่มาจาก การส่งออกเฉลี่ยมากกว่าครึ่งหนึ่งของรายได้ทั้งหมด นอกจากนี้ จากข้อมูลระดับรายธุรกิจ (Firm-Level) ในปี 2566 มีผู้ส่งออกที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลจำนวนประมาณ 22,300 ราย คิดเป็นสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 2.7 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลทั้งหมด ทั้งนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เผชิญกับข้อจำกัดที่ยังไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานเพื่อการส่งออกได้ จึงกลายเป็นอุปสรรคที่ทำให้ไม่สามารถขยายโอกาสทางธุรกิจให้กว้างขวางมากขึ้น

3. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีข้อจำกัดด้านความสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี นวัตกรรมและดิจิทัล เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการที่ยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากสินค้าส่งออกส่วนใหญ่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าเพิ่มน้อย และยังใช้ประโยชน์จากตลาด E-Commerce เพื่อเจาะตลาดและขยายช่องทางจัดจำหน่ายสินค้ารูปแบบออนไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ไม่เต็มศักยภาพ แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถทำธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ได้ แต่ส่วนใหญ่ยังดำเนินธุรกิจและติดต่อกับลูกค้าผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเป็นส่วนใหญ่ ขณะเดียวกัน การเจาะตลาดต่างประเทศผ่านตลาด E-Commerce ข้ามพรมแดน ยังมีจำนวนน้อย สอดคล้องกับจำนวนผู้ส่งออกที่น้อย หากสามารถใช้ประโยชน์จากช่องทาง E-Commerce ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ จะช่วยเพิ่มรายได้และสามารถเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและนำมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนการส่งมอบบริการที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้

4. ศักยภาพในการปรับตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภายใต้กระแสการค้าโลกในบริบทใหม่ยังเป็นเป็นหนึ่งในความท้าทายสำคัญ โดยเฉพาะการปรับตัวเพื่อรับมือต่อมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม แรงงาน และสังคม ที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการค้ามากขึ้น อีกทั้งสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์โลก และการกำหนดนโยบายหรือมาตรการที่มีใช้ภาษีของภาครัฐต่างประเทศ เพื่อปกป้องทางการค้ามากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญกับต้นทุนการทำธุรกิจที่สูงขึ้นและประสบกับข้อจำกัดในการปรับตัวและใช้ประโยชน์จากกฎการค้าโลกใหม่

5. การเผชิญข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงเงินทุนเพื่อการส่งออก การเผชิญต่อต้นทุนวัตถุดิบและราคาเชื้อเพลิงภายในประเทศที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศ

6. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่อยู่นอกระบบและไม่ขึ้นทะเบียนกับภาครัฐ ทำให้หน่วยงานของรัฐไม่มีข้อมูลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (โดยเฉพาะวิสาหกิจรายย่อย) ทำให้ไม่สามารถออกแบบมาตรการเชิงลึกที่ตรงกับความต้องการของธุรกิจแต่ละประเภทและขนาด

ความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ

วิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในเรื่องการตลาด การขาย และการประชาสัมพันธ์ มากที่สุด ซึ่งหมายรวมถึงการตลาดให้ผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตลอดจนการนำเข้า-ส่งออก และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ รองลงมาต้องการความช่วยเหลือในเรื่องการบัญชีและการเงิน การบริหารวัตถุดิบ และสินค้าคงคลัง การบริหารการผลิต การตลาดดิจิทัล การค้า E-Commerce การออกแบบบรรจุภัณฑ์ กฎหมายและทรัพย์สินทางปัญญา ตามลำดับ ขณะที่ความต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ต้องการให้สถาบันการเงินของรัฐเพิ่มความสำคัญของข้อมูลที่ไม่ใช่ด้านการเงินในการประเมินความน่าเชื่อถือ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและคุณลักษณะของวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อม และต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อนำเงินมาลงทุนเพิ่ม

การส่งเสริมของภาครัฐ โครงการศึกษาการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มผู้ส่งออกที่ได้รับการส่งเสริมจากกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ ชี้ให้เห็นว่า การใช้จ่ายงบประมาณเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าสู่ช่องทาง **การตลาด**

และจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ได้ ส่งผลทำให้มูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายงบประมาณจัดกิจกรรมอื่น ๆ²⁶ โดยการศึกษาดังกล่าวให้ข้อมูลว่าการจัดกิจกรรมด้านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้มูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เติบโตเป็น 4.9 เท่าของงบประมาณที่ภาครัฐใช้จ่าย จึงเป็นข้อมูลที่บ่งชี้ว่า การส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซสำหรับการขยายตลาดสินค้าไปยังต่างประเทศ จึงมีความสำคัญมากต่อการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสอดรับพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกที่เปลี่ยนแปลงวิธีการจับจ่ายซื้อของบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองลงมาเป็นการจัดกิจกรรมที่ยกระดับให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดำเนินธุรกิจอย่างมีมาตรฐานสากล ซึ่งช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจ MSMEs เติบโตเป็น 3.3 เท่าของงบประมาณที่ภาครัฐใช้จ่าย การจัดกิจกรรมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมงานแสดงสินค้าที่มุ่งสู่ตลาดต่างประเทศ ช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เติบโตเป็น 2.5 เท่าของงบประมาณที่ภาครัฐใช้จ่าย

4.1.2 สถานการณ์โลกสำคัญที่มีผลต่อทิศทางและรูปแบบการค้า

1) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน

การพัฒนาอุตสาหกรรมและการค้าในช่วงที่ผ่านมาของทั่วโลก ส่งผลให้เศรษฐกิจของหลายประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมที่มีการใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก และเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีแนวโน้มสูงขึ้นต่อเนื่อง จนเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในหลายมิติ ตลอดจนสะสมปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศจนส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชากรโลก และกลับมาสร้างผลกระทบต่อการค้าโลก อาทิ ผลผลิตทางการเกษตรลดลงและออกผลเก็บเกี่ยวไม่เป็นไปตามช่วงฤดูกาลปกติ ห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงักอันเนื่องมาจากภัยพิบัติอุทกภัย การขนส่งสินค้าได้รับผลกระทบจากระดับน้ำทะเลที่ลดลงเป็นอุปสรรคต่อการขนส่งของเรือสินค้าขนาดใหญ่ดังเช่นปัญหากระดับน้ำทะเลลดต่ำลงบริเวณคลองปานามา และคลองสุเอซ

สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF) ได้ระบุความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นความเสี่ยงที่อยู่ใน 10 อันดับแรก ทั้งกรณีของความเสี่ยงในระยะสั้น (ระยะ 2 ปีข้างหน้า) และความเสี่ยงในระยะยาว (10 ปีข้างหน้า) ซึ่งมีทั้งภัยพิบัติทางธรรมชาติและสภาพอากาศที่รุนแรง ความล้มเหลวในการบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความล้มเหลวในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ วิกฤตการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมขนาดใหญ่ และการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและการล่มสลายของระบบนิเวศ ซึ่งหากประเทศใดไม่เริ่มให้ความตระหนักที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจะมีความเสี่ยงเชิงกายภาพและมีความสามารถในการรับมือค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะภาคการเกษตรและภาคการท่องเที่ยวจะเป็นภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ตลอดจนภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ น้ำท่วม สร้างความเสียหายต่อเครื่องจักร

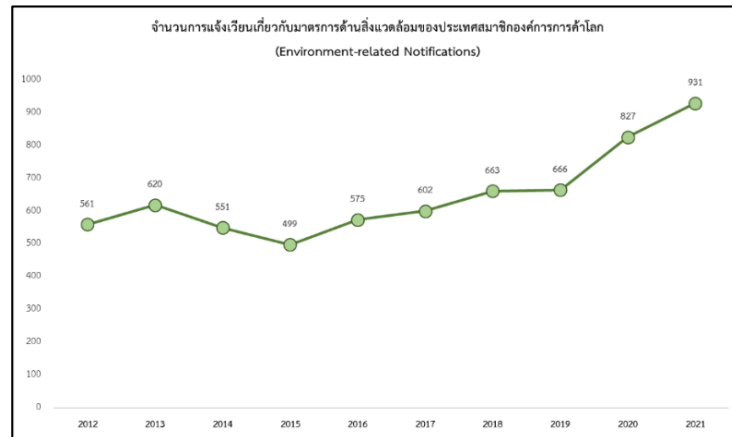
²⁶ กิจกรรมจากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในรายงานฉบับดังกล่าว มีทั้งหมด 9 กิจกรรม ได้แก่ (1) การจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา และการให้คำปรึกษาแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (2) การจัดกิจกรรมดูงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (3) การให้คำปรึกษาเชิงลึกเพื่อการพัฒนาและเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (4) การสร้างแบรนด์ (5) การส่งเสริมเพื่อยกระดับเข้าสู่มาตรฐานสากล (6) การรวมกลุ่ม การสร้างเครือข่ายธุรกิจเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและเข้าถึงตลาดต่างประเทศ (7) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่มุ่งตลาดต่างประเทศ (8) การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (9) การส่งเสริมการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

ความเสียหายต่อระบบไฟฟ้า เกิดการชะงักงันของการผลิตและการขนส่ง สำหรับประเทศไทยเคยมีการประเมินจากสถาบัน Swiss Re Institute ในปี 2564 ว่าจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นอันดับ 4 จากจำนวน 48 ประเทศทั่วโลก ขณะเดียวกันการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 71 จากจำนวน 185 ประเทศ จากการจัดอันดับของสถาบัน Notre Dame Global Adaptation Initiative

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงกลายเป็นวาระสำคัญระดับโลกที่ทุกประเทศให้ความสำคัญและต้องร่วมมือกันแก้ไขอย่างเร่งด่วน มีการตั้งเป้าหมายร่วมเพื่อขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันในการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change Conference of the Parties: UNFCCC COP) ครั้งที่ 26 (COP26) เมื่อปี 2564 (ค.ศ. 2021) ที่มีเป้าหมายสำคัญในการควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลกให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส และพยายามควบคุมไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส เมื่อเทียบกับยุคก่อนอุตสาหกรรม ซึ่งนับตั้งแต่ความตกลงปารีสมีผลใช้บังคับ (เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2559) ยังไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นประเทศต่าง ๆ จึงแสดงเจตนาารมณ์ที่จะบรรลุ “ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality)” และการบรรลุ “การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero emissions)” ซึ่งประเทศไทยได้แสดงเจตนาารมณ์ที่จะบรรลุเป้าหมาย “ความเป็นกลางทางคาร์บอน” ในปี ค.ศ. 2050 หรือ พ.ศ. 2593 และมีเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero emissions) ในปี ค.ศ. 2065 หรือ พ.ศ. 2608 ทั้งนี้ องค์กรอิสระระหว่างประเทศที่ชื่อว่า Climate Change Performance Index ได้ประเมินผลและจัดอันดับการปกป้องด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate protection performance) ของประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 25 จากที่มีการประเมินผลทั้งสิ้น 64 ประเทศทั่วโลกในการจัดอันดับฉบับปี 2567 มีอันดับดีขึ้นมา 17 อันดับ (จากอันดับที่ 42 ในการจัดอันดับฉบับปี 2566) และจัดอยู่ในประเภทของประเทศที่มีการปกป้องและดูแลด้านสภาพภูมิอากาศในระดับปานกลาง โดยประเทศไทยมีพัฒนาการที่ดีในการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่กระตือรือร้นในการออกนโยบายและแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนมีการจัดตั้งกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีจุดที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาในแง่ของการผลิตและการใช้พลังงานหมุนเวียนที่ยังมีสัดส่วนอยู่ในระดับต่ำ

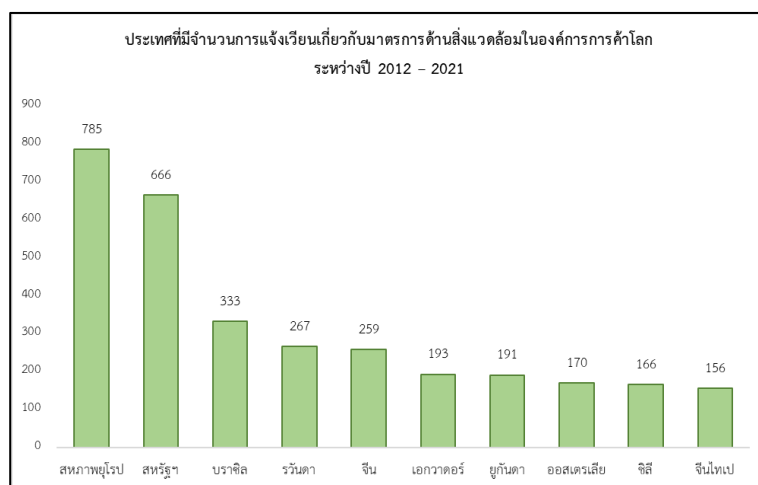
ภาคการค้าถือเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีส่วนสำคัญในการทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ และสร้างปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยสร้างผลกระทบส่งผ่านในรูปแบบของกระบวนการผลิต และการขนส่ง จึงนำมาซึ่งการออกนโยบายและมาตรการ ตลอดจนการออกกฎหมาย กฎระเบียบ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบรรเทาผลกระทบของปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ โดยการออกนโยบาย มาตรการ กฎหมาย กฎระเบียบ เป็นไปเพื่อจัดการ ปกป้อง คุ้มครอง แก้ปัญหา ส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อันจะนำไปสู่การบังคับให้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต ในภาคธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านการสร้างความตระหนักในการมีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบและพฤติกรรมการลงทุน ซึ่งลักษณะของนโยบายและมาตรการข้างต้นได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบกระแสการค้าโลกอย่างมีนัยสำคัญ

จากสถิติของฐานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Database: EDB) ขององค์การการค้าโลก (WTO's Environmental Database, 2566) ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (ปี ค.ศ. 2012 - 2021) พบการใช้มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการค้ามีแนวโน้มมากขึ้น สะท้อนจากการแจ้งเวียนเกี่ยวกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศสมาชิก WTO (Environment-Related Notifications) มีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก โดยในปี 2555 (ค.ศ. 2012) มีการแจ้งเวียนรวม 561 มาตรการ ขณะที่ในปี 2564 (ค.ศ. 2021) มีการแจ้งเวียนรวม 931 มาตรการ



ที่มา: องค์การการค้าโลก (WTO)

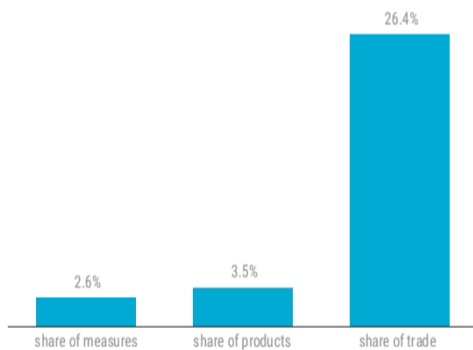
เมื่อพิจารณารายประเทศ พบว่า ประเทศสมาชิก WTO ที่มีการแจ้งเวียนเกี่ยวกับการออกมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของตนเป็นจำนวนสูงที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สหภาพยุโรป 785 มาตรการ (2) สหรัฐอเมริกา 666 มาตรการ (3) บราซิล 333 มาตรการ (4) รวันดา 267 มาตรการ และ (5) จีน 259 มาตรการ สำหรับไทยมีการแจ้งเวียน 80 มาตรการ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกา และจีน ซึ่งเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 1 และ 2 ของไทย มีจำนวนการแจ้งเวียนการออกมาตรการอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก นอกจากนี้ ญี่ปุ่น เวียดนาม และมาเลเซีย ตลาดส่งออกอันดับที่ 3 - 5 ของไทย ตามลำดับ มีการแจ้งเวียนมาตรการ จำนวน 133 มาตรการ 76 มาตรการ และ 20 มาตรการ ตามลำดับ



ที่มา: องค์การการค้าโลก (WTO)

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่อง Trade regulations for climate action: New insights from the global non-tariff measures database ของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) พบว่า การใช้มาตรการการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Measures: NTMs) ที่เป็นการใช้เพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.6 ของจำนวนมาตรการการค้าที่มีใช้ภาษีทั้งหมด แต่สร้างผลกระทบต่อการค้าโลกเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 26.4 ของมูลค่าการค้าโลก ซึ่งสร้างผลกระทบต่อครอบคลุมการค้าสินค้าในกลุ่มสินค้ายานพาหนะ ไฟฟ้า เชื้อเพลิงสำหรับยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และอิเล็กทรอนิกส์ พลาสติก ไม้ กระดาษ อุปกรณ์ส่องสว่าง เป็นต้น

Figure 1. Global share of climate change related non-tariff measures



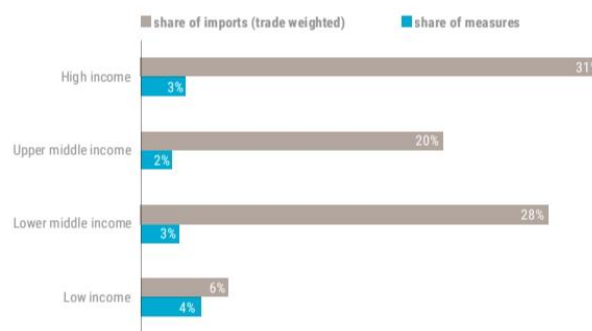
Source: UNCTAD calculations, based on the TRAINS database.

Figure 2. Trade affected by climate change related non-tariff measures, by sector

Sector	Affected trade in US\$ billion	Share of affected trade in total trade
Motor vehicles	2,343	83%
Electricity and heat generation, transformation and storage	1,705	48%
Motor fuel	1,433	37%
Electrical or fuel powered machinery and equipment	1,022	19%
Household appliances and electronics	666	44%
Plastics and microplastics	464	35%
Timber, pulp, paper and furniture	430	42%
Other transport (rail, air, marine, etc.)	162	24%
Lighting	116	55%
Other	1,667	9%

Source: UNCTAD calculations, based on the TRAINS database.
Note: Trade in the graphs is the sum of imports and exports and the average between 2017 and 2021.

Figure 3. Share of climate change related non-tariff measures, by income group



Source: UNCTAD calculations, based on the TRAINS database.

ที่มา: UNCTAD

ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบและทิศทางของกระแสการค้า มีทั้งปัจจัยแวดล้อมภายนอก (External factor) ประกอบด้วย นโยบายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในประเทศ นโยบายและมาตรการทางการค้าของต่างประเทศ และสังคมหรือพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยเฉพาะของธุรกิจ (Internal factor) ประกอบด้วย เทคโนโลยี และข้อจำกัดด้านทรัพยากร เงินทุน

ปัจจัยแวดล้อมภายนอก (External factor)

1. นโยบายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในประเทศ เป็นการดำเนินนโยบายหรือการออกกฎหมายมุ่งเน้นที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเริ่มต้นจากภาคเศรษฐกิจที่มีการใช้พลังงานจากฟอสซิลสูง เช่น ภาคพลังงาน ภาคการขนส่ง ซึ่งมีความพยายามผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้

พลังงานหมุนเวียน เพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน ลดการใช้เชื้อเพลิงจากถ่านหิน น้ำมัน ปิโตรเลียม ขณะที่ภาคการขนส่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้ยานยนต์ไฟฟ้าและระบบราง โดยมีแนวทางที่จะกระตุ้นให้ลดสัดส่วนการผลิตและการใช้ยานยนต์สันดาปภายในที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงกว่า ซึ่งมีการใช้ทั้งมาตรการส่งเสริม อุดหนุน และสนับสนุนการผลิต สำหรับในภาคอุตสาหกรรม ภาครัฐส่งเสริมให้มีการนำแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ-หมุนเวียน-สีเขียว หรือโมเดลเศรษฐกิจ BCG มาใช้ในภาคธุรกิจ รวมถึงการสนับสนุนการลงทุนด้านเทคโนโลยีและวัตถุดิบในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สำหรับประเทศไทย อยู่ระหว่างการร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ.... ซึ่งมีเป้าหมายที่จะเสนอต่อคณะรัฐมนตรีพิจารณาภายในปี 2567 โดยร่างพระราชบัญญัติฯ กำหนดให้หน่วยงานของรัฐมีอำนาจขอข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อประโยชน์ในการจัดทำฐานข้อมูลก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ทั้งภาคพลังงาน ภาคขนส่ง ภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม มีผลให้ภาคธุรกิจต้องตรวจวัดและรายงานปริมาณการปล่อย การกักเก็บ และการลดก๊าซเรือนกระจก ซึ่งมีการประเมินว่า อุตสาหกรรมที่จะได้รับผลกระทบจากการบังคับใช้ร่างพระราชบัญญัติฯ ได้แก่ การผลิตไฟฟ้า การก่อสร้าง การขนส่ง การทำเหมือง ถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ โลหะและอโลหะ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิง อิเล็กทรอนิกส์ การใช้สารทดแทนสารทำลายชั้นโอโซน การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า กระจกและเยื่อกระดาษ อาหารและเครื่องดื่ม เกษตร และปศุสัตว์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) นอกจากนี้ ยังจะได้รับผลกระทบจากระบบการจัดเก็บภาษีคาร์บอน (Carbon tax) และระบบการซื้อขายสิทธิในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emissions Trading System) ที่จะมีผลใช้บังคับในอนาคต อย่างไรก็ตาม ร่างพระราชบัญญัตินี้กล่าวถึงการช่วยเหลือในด้านการปรับตัวต่อการปฏิบัติตามกฎหมายผ่านการสนับสนุนทางการเงินภายใต้กองทุนตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เพื่อให้องค์กรภาคเอกชนนำไปใช้ดำเนินการลงทุนทางความรู้ เทคโนโลยี และเสริมศักยภาพการดำเนินงาน เพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกิจกรรมการผลิตที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ยิ่งไปกว่านั้น กระทรวงการคลัง โดยกรมสรรพสามิตมีการดำเนินการ 3 เรื่องในปี 2567 ได้แก่ (1) การศึกษาแนวทางการจัดเก็บภาษีคาร์บอน (Carbon tax) ซึ่งเป็นการใช้กลไกราคาเป็นกลไกบังคับในการรับผิดชอบต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดจากการบริโภคและการผลิตร่วมกัน โดยดำเนินการควบคู่ไปกับเรื่อง Emissions Trading System ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะกำหนดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในแต่ละอุตสาหกรรม และระบบการซื้อขายก๊าซเรือนกระจกในตลาด ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวยังเป็นการรองรับต่อมาตรการ CBAM ของสหภาพยุโรปที่จะบังคับใช้กับประเทศไทยอย่างเต็มรูปแบบภายใน 2 ปีข้างหน้า (2) การสนับสนุนการนำเอทานอลบริสุทธิ์มาใช้ในการผลิตพลาสติกชีวภาพ (Bioplastics) และ (3) การปรับโครงสร้างภาษีแบตเตอรี่ โดยมีแผนที่จะลดอัตราภาษีสรรพสามิตแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าจากอัตราร้อยละ 8 เหลือร้อยละ 1 เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย และสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตแบตเตอรี่เช่นเดียวกับการเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า ทั้งนี้ การดำเนินการข้างต้นทั้งหมดเพื่อให้ประเทศไทยสามารถดำเนินการตามที่ได้แสดงเจตนารมณ์ในเวทีนานาชาติในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 30 – 40

2. นโยบายและมาตรการทางการค้าของต่างประเทศ ภาครัฐของต่างประเทศดำเนินนโยบายและมาตรการที่มุ่งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นศูนย์เร็วขึ้น และมีมาตรการที่เข้มงวดมากขึ้น หลังจากที่ได้ประกาศเจตนารมณ์การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการประชุม UNFCCC โดยประเทศต่าง ๆ ได้ใช้นโยบายหรือมาตรการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรม สินค้า หรือบริการ ที่ช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันได้ใช้นโยบายหรือมาตรการเพื่อสร้างอุปสรรคให้กับกิจกรรม สินค้า หรือบริการ ที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อนำสินค้าที่ carbon intensive polluting ออกจากตลาด ซึ่งองค์การการค้าโลก (WTO) ได้รวบรวมนโยบายหรือมาตรการที่เป็นทั้งการสนับสนุน/ส่งเสริม และการสร้างอุปสรรค ไว้ดังนี้

2.1 นโยบายหรือมาตรการที่สนับสนุนและส่งเสริม ประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade facilitation) การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (Government procurement) การบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนในระดับต่ำ หรือที่ช่วยพยากรณ์สภาพอากาศเพื่อช่วยรับมือกับวิกฤตด้านสภาพภูมิอากาศ (Services) การเงินเพื่อการค้า (Trade finance) สนับสนุนการเงิน เช่น การให้สินเชื่อทางการค้าแก่ภาคธุรกิจที่สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงาน การค้าสินค้าเกษตรและอาหาร เนื่องจากการค้ามีบทบาทร่วมในการสร้างความมั่นคงทางอาหารโลก

2.2 นโยบายหรือมาตรการที่สร้างอุปสรรค ได้แก่ การออกกฎระเบียบหรือเรียกร้องให้ซื้อใบรับรอง (Regulations and certification) อัตราอากรขาเข้า (Import tariffs) เพื่อมุ่งเร่งการเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจสีเขียว โดยสร้างสมดุลผ่านการใช้มาตรการทางภาษี การทบทวนอัตราอากรโดยลดอัตราอากรขาเข้าสำหรับสินค้าที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งปัจจุบันมีอย่างน้อย 30 ประเทศสมาชิกที่ลดอัตราอากรขาเข้าสินค้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่เป็นเทคโนโลยีด้านพลังงานหมุนเวียน (Renewable technologies) การใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS measures) เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิและภัยแล้ง ทำให้เกิดโรคต่าง ๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงผลกระทบต่อโรคในสัตว์ ทำให้หลายประเทศมีการยกระดับมาตรการ SPS ให้สูงขึ้น เพื่อรักษาความปลอดภัยทางอาหาร และการใช้อัตราภาษีภายในประเทศและราคาคาร์บอน/ภาษีคาร์บอน กับสินค้าประเภท carbon-intensive goods ซึ่งเป็นนโยบายที่ใช้กลไกราคาของตลาดเป็นเครื่องมือ เพื่อที่จะทำให้ราคาเป็นแรงจูงใจให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผ่านต้นทุนที่สูงขึ้นและส่งผ่านไปยังราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้นตามปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งจะกดดันให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยประเทศพัฒนาแล้วกระตือรือร้นในการใช้ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือในการกำหนดมาตรการทางการค้า โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป มีความก้าวหน้าและริเริ่มการออกมาตรการกำหนดกลไกราคาคาร์บอน และมาตรการปรับราคาคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน ซึ่งจะกระทบต่อต้นทุนทางการค้าของภาคเอกชนทั่วโลก

2.2.1 สหภาพยุโรปบังคับใช้มาตรการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) ต่อสินค้านำเข้า ซึ่งเป็นมาตรการภายใต้ European Green Deal เพื่อป้องกันการรั่วไหลของคาร์บอน (Carbon Leakage) และลดความเหลื่อมล้ำในการแข่งขันจากผู้ผลิตต่างชาติที่มีมาตรการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เข้มข้นน้อยกว่าสหภาพยุโรป โดยที่ผู้นำเข้าสินค้าเข้ามายังสหภาพยุโรปต้องจ่ายราคาคาร์บอนผ่านการซื้อ CBAM Certificates ตามปริมาณการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต

ของสินค้าที่ได้นำเข้ามา โดยสหภาพยุโรปจะจัดเก็บภาษีนำเข้าสินค้าที่มีการปล่อยคาร์บอนในปริมาณมาก 6 สินค้า ได้แก่ ซีเมนต์ เหล็กและเหล็กกล้า อะลูมิเนียม ปุ๋ย ไฮโดรเจน และไฟฟ้า และในอนาคตอาจเก็บภาษีนำเข้าสินค้าเพิ่มเติม ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย พลาสติก อาหาร เคมีภัณฑ์ อุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งหากมาตรการนี้มีผลบังคับใช้จะส่งผลกระทบต่อ 3 มิติ ได้แก่ ราคานำเข้าสินค้าแพงขึ้น มูลค่าการนำเข้าสินค้าของยุโรปลดลง และต้นทุนการผลิตสินค้าสูงขึ้น ดังนั้น หากผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องไม่มีการปรับตัว จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง

ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าไปยังสหภาพยุโรปมีระยะเปลี่ยนผ่าน (Transition Period) ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 - 31 ธันวาคม 2568 ผู้นำเข้าสินค้ามายังสหภาพยุโรปต้องรายงาน (1) ปริมาณการปล่อยคาร์บอนทางตรง (2) ปริมาณสินค้าของกลุ่มที่เข้าเกณฑ์ CBAM ที่นำเข้ามาในสหภาพยุโรป และ (3) ราคาคาร์บอนของประเทศที่ผลิตสินค้า ต่อทางคณะกรรมการยุโรป แต่ผู้นำเข้ายังไม่ต้องซื้อ CBAM certificate และข้อมูลที่ยังไม่จำเป็นต้องผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ จนกระทั่งในวันที่ 1 มกราคม 2569 - 31 ธันวาคม 2577 มาตรการ CBAM จะมีผลบังคับใช้โดยผู้นำเข้าสินค้าที่กำหนดให้ต้องมีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าที่เข้าเกณฑ์ CBAM ต้องซื้อ CBAM certificates และรายงาน (1) ปริมาณการปล่อยคาร์บอนทางตรง (2) ปริมาณสินค้ากลุ่มที่เข้าเกณฑ์ CBAM ที่นำเข้ามาในสหภาพยุโรป และ (3) จำนวน CBAM certificates ที่ต้องจ่าย หลังการหักลบตามจำนวนที่ถูกผ่อนผันจากการที่ประเทศผู้ส่งออกมีกลไกการปล่อยคาร์บอน และ (4) เอกสารประกอบรับรองการวัดปริมาณการปล่อยคาร์บอนจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ ต่อฐานข้อมูลของสหภาพยุโรป ซึ่งในระยะนี้สหภาพยุโรปจะทยอยลดสิทธิการปล่อยก๊าซคาร์บอนแบบให้เปล่าลง และตั้งแต่ปี 2578 เป็นต้นไป สหภาพยุโรปจะบังคับใช้มาตรการ CBAM อย่างเต็มรูปแบบ หรือ full implementation โดยจะยกเลิกสิทธิการปล่อยก๊าซคาร์บอนแบบให้เปล่าของทุกภาคอุตสาหกรรม

ผลกระทบต่อไทย ภาคการส่งออกของไทยอาจจะได้รับผลกระทบของมาตรการ CBAM ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากสัดส่วนการส่งออกของไทยไปยังตลาดสหภาพยุโรป เป็นสัดส่วนที่ไม่มากนัก เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ (ประมาณร้อยละ 10) อีกทั้ง 5 กลุ่มสินค้าแรกที่มาตรการ CBAM ครอบคลุม (ซีเมนต์ เหล็กและเหล็กกล้า อะลูมิเนียม ปุ๋ย และไฟฟ้า) ไม่ได้เป็นกลุ่มสินค้าส่งออกหลักที่ไทยส่งออกไปยังสหภาพยุโรป โดยจากข้อมูลส่งออกปี 2565 พบว่า มูลค่าส่งออกของไทยรวม 5 กลุ่มสินค้าแรกที่เข้าเกณฑ์ CBAM ไปยังสหภาพยุโรปนั้นมีมูลค่าเพียง 212.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 0.07 ของมูลค่าการส่งออกไปยังโลกทั้งหมด และเพียงร้อยละ 0.8 ของการส่งออกไปสหภาพยุโรป จากสัดส่วนนี้ ส่วนใหญ่มาจากการส่งออกสินค้ากลุ่มเหล็กและเหล็กกล้า (ประมาณ ร้อยละ 67 จากมูลค่าการส่งออกสินค้า 5 กลุ่มที่เข้าเกณฑ์ CBAM ไปยังสหภาพยุโรปคิดเป็นร้อยละ 0.05 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ทั้งหมดของไทย) รองลงมาสินค้ากลุ่มอะลูมิเนียม (ประมาณร้อยละ 33 จากมูลค่าการส่งออกสินค้า 5 กลุ่มที่เข้าเกณฑ์ CBAM ไปยัง EU คิดเป็นร้อยละ 0.02 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ทั้งหมดของไทย) อย่างไรก็ตาม ในระยะยาว มาตรการ CBAM มีแนวโน้มนำมาบังคับใช้กับทุกภาคอุตสาหกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องเร่งรับมือและเริ่มลงทุนด้านเทคโนโลยี เพื่อเปลี่ยนผ่านกระบวนการผลิตและทำให้ต้นทุนการผลิตค่อย ๆ ปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ในอนาคต

2.2.2 มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของสหรัฐอเมริกาที่ได้รับการเสนอในรัฐสภา

ประกอบด้วย 4 มาตรการสำคัญ คือ (1) Energy Innovation and Carbon Dividend Act of 2023 (2) Foreign Pollution Fee Act of 2023 (3) Clean Competition Act และ (4) Market Choice Act หากมีการประกาศใช้กฎหมายข้างต้นย่อมต้องส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดต้นทุนเพิ่มขึ้นในการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการปรับกระบวนการผลิต การรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(1) Energy Innovation and Carbon Dividend Act of 2023

เป็นร่างกฎหมายที่เสนอให้เก็บภาษีคาร์บอนกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและสินค้าส่งออกของสหรัฐอเมริกา โดยมีสินค้าที่ถูกกำหนดให้เก็บภาษีเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเชื้อเพลิง (น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้คาร์บอนเข้มข้น (เหล็ก เหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์จากโรงถลุงเหล็ก อะลูมิเนียม ซีเมนต์ กระจก เยื่อกระดาษ กระดาษ เคมีภัณฑ์ เซรามิกอุตสาหกรรม) ทั้งนี้ หากสินค้านำเข้าได้ถูกเก็บภาษีคาร์บอนจากประเทศต้นทางแล้ว จะได้รับการปรับลดอัตราภาษีที่จะถูกเก็บจากร่างกฎหมายนี้ ร่างกฎหมายฉบับนี้มีเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ร้อยละ 98 ของอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของปี 2005 ภายในปี 2050 โดยมีราคาคาร์บอนเริ่มต้น 15 ดอลลาร์สหรัฐต่อเมตริกตันของคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (CO₂-Eq) และจะเพิ่มขึ้นปีละ 10 ดอลลาร์สหรัฐ เว้นแต่หากปีใดสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากกว่าร้อยละ 90 เมื่อเทียบกับอัตราการปล่อยในปี 2005 จะไม่ถูกเก็บภาษี

(2) Foreign Pollution Fee Act of 2023 เป็นร่างกฎหมายที่มีจุดมุ่งหมาย

เพื่อลดการนำเข้าสินค้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณที่เข้มข้น โดยเก็บภาษีในอัตราที่เป็นส่วนต่างระหว่างความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกที่ถูกปล่อยจากการผลิตของสินค้านำเข้า (ค่าเฉลี่ยทั่วโลก) กับสินค้าชนิดเดียวกันที่ผลิตในสหรัฐฯ โดยมีสินค้าเป้าหมาย ได้แก่ อะลูมิเนียม พลังงานชีวภาพ ซีเมนต์ น้ำมันดิบ แก้ว ไฮโดรเจน, เมทานอล, แอมโมเนีย เหล็กและเหล็กกล้า แบตเตอรี่ลิเทียมไอออน แร่ธาตุ ก๊าซธรรมชาติ ปิโตรเคมี พลาสติก เยื่อกระดาษและกระดาษ ผลิตภัณฑ์จากการกลั่นปิโตรเลียม โซลาร์เซลล์ (รวมถึงแผง) กังหันลม

(3) Clean Competition Act มีเป้าหมายเพื่อยกระดับความสามารถ

ในการลดก๊าซเรือนกระจกของสหรัฐอเมริกาที่เกิดจากภาคอุตสาหกรรมผ่านการออกมาตรการจัดเก็บภาษีความเข้มข้นของคาร์บอน (carbon intensity charge) โดยกำหนดให้เก็บภาษีกับผลิตภัณฑ์ขั้นต้นที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการค้าและการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมอยู่ในอุตสาหกรรมปิโตรเลียม ปิโตรเคมี กระดาษและเยื่อกระดาษ เหมืองถ่านหิน ปูนซีเมนต์ กระจก ปูย เหล็กและเหล็กกล้า และอะลูมิเนียม

(4) Market Choice Act ร่างกฎหมายนี้มุ่งเป้าไปที่อุตสาหกรรมที่มี

กระบวนการทางอุตสาหกรรมที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้นและกลุ่มสินค้าที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้มข้นที่ไม่ใช่เชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งมีความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกอย่างน้อยร้อยละ 5 และมีความเข้มข้นทางการค้าอย่างน้อยร้อยละ 15 โดยครอบคลุมสินค้าในอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า ซีเมนต์ ปิโตรเคมี โรงกลั่น ปูนขาว เคมีภัณฑ์ กระจก สารกึ่งตัวนำ การผลิตไฟฟ้า เชื้อเพลิงเอทานอล เป็นต้น

3. สังคม พฤติกรรมผู้บริโภค และการดำเนินธุรกิจ ผู้บริโภคและนักลงทุนเมื่อมีความตระหนักปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือเรียกร้องให้ธุรกิจใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทั้งการเลือกใช้สินค้าและบริการ และการเลือกลงทุนในธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ที่จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน จึงส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อรักษาฐานลูกค้าและสร้างโอกาสรองรับผู้บริโภคที่มีแนวโน้มมากขึ้นที่ใส่ใจด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม ขณะที่**ภาคธุรกิจ** การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้ส่งผลต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจในระดับโลก โดยบริษัทข้ามชาติและธุรกิจขนาดใหญ่หลายแห่งเริ่มมีการปรับตัวด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว ซึ่งมีแผนการดำเนินงานที่มุ่งไปสู่การปรับตัวด้านสิ่งแวดล้อมที่รวดเร็วกว่าเป้าหมายของประเทศ และเริ่มกำหนดให้ธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตปรับตัวด้วยเช่นกัน มีผลการสำรวจของ Standard Chartered ตั้งแต่ปี 2564 พบว่า บริษัทข้ามชาติหลายแห่งมีแผนที่จะอาจไม่ดำเนินธุรกิจกับซัพพลายเออร์ที่มีกระบวนการผลิตที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนสูงภายในปี 2568 เพื่อมุ่งเป้าหมายไปสู่การเปลี่ยนผ่านเป็นองค์กร net zero emissions ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตในประเทศกำลังพัฒนาและตลาดเกิดใหม่ โดยบริษัทข้ามชาติได้เพิ่มความเข้มข้นในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น และได้สร้างเงื่อนไขการทำธุรกิจในระดับห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้คู่ค้าหันมาดำเนินการเปลี่ยนผ่านไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนเช่นกัน และบริษัทข้ามชาติเตรียมพร้อมที่จะเปลี่ยนคู่ค้าหากคู่ค้าเดิมไม่มีการพัฒนาที่จะเปลี่ยนผ่านการดำเนินธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน ขณะเดียวกันบริษัทข้ามชาติหลายแห่งยังสมัครใจที่จะเผชิญกับต้นทุนที่สูงและให้ราคาเสนอซื้อที่สูงขึ้น หากการเปลี่ยนคู่ค้าจะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กร net zero emissions ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทขนาดใหญ่สนใจที่จะให้ความร่วมมือกับคู่ค้าทางธุรกิจในการที่จะมีส่วนร่วมเปลี่ยนผ่านและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ การร่วมลงทุนในด้านเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม บริษัทข้ามชาติส่วนใหญ่ยังแสดงความกังวลต่อภาคธุรกิจในประเทศกำลังพัฒนาหลายแห่งยังขาดความรู้และข้อมูลที่จะนำไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการผลิตสินค้าและบริการ ทั้งนี้ สำหรับประเทศไทยการปรับตัวยังคงกระจุกตัวอยู่ที่ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมและมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเทคโนโลยีการผลิต แต่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีอุปสรรคต่อการปรับตัวในเรื่องของเงินทุนและเทคโนโลยี

ปัจจัยเฉพาะของธุรกิจ (Internal factor)

1. เทคโนโลยี เทคโนโลยีในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากจะถูกพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญสำหรับเทคโนโลยีแต่ละประเภทจนถึงสามารถนำมาใช้ได้ในแต่ละธุรกิจแล้ว (ปัจจัยแวดล้อมภายนอก) เทคโนโลยีในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกยังมีหลายระดับ แต่ละธุรกิจสามารถเลือกใช้ตามบริบทที่เหมาะสม (ปัจจัยเฉพาะของธุรกิจ) โดยส่วนใหญ่จะเริ่มจากการใช้วัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ง่ายที่สุด และมีต้นทุนต่ำ ไล่ขึ้นไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงอย่างการดักจับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ถูกปล่อยออกมาจากการผลิตซึ่งมีต้นทุนที่สูง โดยธุรกิจส่วนใหญ่มักเริ่มจากสิ่งทำได้ง่ายไปจนถึงการใช้เครื่องมือที่มีต้นทุนสูงขึ้น

2. ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเงินทุน เป็นหนึ่งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความเร็วในการปรับตัว หากธุรกิจสาขาใดหรือองค์กรมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเงินทุนที่น้อย จะมีความสามารถในการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างได้รวดเร็วกว่าสาขาธุรกิจหรือองค์กรที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเงินทุนที่มาก โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงและใช้เวลาคืนทุนนาน

ความพยายามในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกย่อมจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ หรือเรียกว่า ความเสี่ยงในการเปลี่ยนผ่าน (Transition risk) ซึ่งเกิดจากนโยบายของภาครัฐและต่างประเทศ ผ่านไปยังต้นทุนและราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้น และกระทบต่อกำไร ผลผลิต และการลงทุนของภาคธุรกิจ และกระทบต่อการบริโภคของครัวเรือน นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภค ผู้ผลิต และนักลงทุน ที่คำนึงถึงความยั่งยืนมากขึ้นตามกรอบ ESG (Environmental, Social and Governance) จะกระทบต่อความต้องการสินค้า บริการ และมูลค่าสินทรัพย์ รวมถึงความไม่แน่นอนที่อาจเพิ่มขึ้นจะกระทบต่อเศรษฐกิจด้วย อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำจะช่วยลดความรุนแรงของความเสี่ยงเชิงกายภาพในระยะยาว และจะกลับมาส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย

ผลกระทบของความเสี่ยงในการเปลี่ยนผ่านต่อเศรษฐกิจในภาพรวม การใช้นโยบายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจะก่อให้เกิดต้นทุนทางเศรษฐกิจ ทำให้ผลผลิตและการบริโภคลดลง นอกจากนี้ สาขาธุรกิจที่พึ่งพิงการใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากฟอสซิล ไฟฟ้า ขนส่ง และปูนซีเมนต์ ในการผลิตทั้งทางตรงและทางอ้อม และกลุ่มครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำ มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านนี้สูงกว่ากลุ่มอื่น แต่สามารถที่จะบรรเทาได้จากการใช้นโยบายแบบผสมผสาน เช่น การให้เงินอุดหนุน การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาครัฐ การกระจายรายได้จากการเก็บภาษีคาร์บอนไปยังการพัฒนาทางสังคม

ผลกระทบของความเสี่ยงในการเปลี่ยนผ่านต่อภาคธุรกิจ พิจารณาได้จากความเสี่ยงที่เกิดจากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse gas risk exposure) และความเสี่ยงที่เกิดจากความเร็วในการเปลี่ยนผ่าน (Transition speed risk) ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก และปัจจัยเฉพาะของธุรกิจ ที่เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการปรับตัวเร็ว-ช้า ตลอดจนสะท้อนความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ ซึ่งแบ่งผลกระทบออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มธุรกิจที่มี Transition risk ต่ำ มีแนวโน้มได้ประโยชน์จากการเปลี่ยนผ่าน ได้แก่ ธุรกิจผลิตไฟฟ้าพลังงานทดแทน ธุรกิจการขนส่งระบบราง ธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้าพลังงานแบตเตอรี่ (BEV) โดยมีปัจจัยส่งเสริมหลักจากนโยบายภาครัฐในการปรับแหล่งพลังงานของประเทศที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต รวมถึงแผนการดำเนินธุรกิจของเอกชนที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผ่านการลงทุนในเทคโนโลยีที่เอื้อต่อการปรับตัวไปใช้พลังงานสีเขียว

กลุ่มที่ 2 กลุ่มธุรกิจที่มี Transition risk สูง มีแนวโน้มเสียประโยชน์จากการเปลี่ยนผ่าน หากไม่มีการปรับตัวหรือปรับตัวไม่ทัน ได้แก่ ธุรกิจโรงไฟฟ้าถ่านหิน ธุรกิจยานยนต์สันดาปภายใน เนื่องจากปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง เป็นต้นทางในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไปยังธุรกิจสาขาอื่น ๆ จากการใช้พลังงานและการขนส่ง และยังได้รับผลกระทบโดยตรงจากการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนผ่านเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำของภาครัฐ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มธุรกิจที่มี Transition risk ปานกลาง ได้แก่ ธุรกิจผลิตซีเมนต์และก่อสร้าง เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น เหล็ก อะลูมิเนียม เนื่องจากธุรกิจเริ่มมีการปรับตัวโดยสามารถปรับใช้เทคโนโลยีตามปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอุตสาหกรรมได้และยังมีระยะเวลาในการปรับตัวตามข้อกำหนดหรือมาตรการจากต่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ธุรกิจและครัวเรือนรายได้น้อยที่พึ่งพิงพลังงานสูงมีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบมาก โดยเฉพาะธุรกิจที่ใช้พลังงานฟอสซิลจะมีค่าใช้จ่ายในการลดก๊าซเรือนกระจกสูงและต้องลดการผลิตลง นอกจากนี้ ภาระต้นทุนการลดก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้น จะกระทบต่อผู้บริโภคจากการส่งผ่านไปยั้งราคาสินค้าที่สูงขึ้น ครัวเรือนที่มีรายได้น้อยจะได้รับผลกระทบมากกว่า เนื่องจากมีสัดส่วนในการบริโภคสินค้าที่ใช้พลังงานในการผลิตสูง โดยเฉพาะน้ำมัน ก๊าซ ไฟฟ้า ซึ่งเป็นสินค้าจำเป็นที่ทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสูงไปด้วย นอกจากนี้ การเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำนำไปสู่การพัฒนาทางเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อใช้ในการลดก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิต การขนส่ง และการกำจัดของเสีย ธุรกิจที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการลดก๊าซเรือนกระจกจะมีความต้องการแรงงานทักษะขั้นสูงมากขึ้น ขณะที่จ้างแรงงานพื้นฐานลดลงนำไปสู่ปัญหาความไม่สอดคล้องกันระหว่างทักษะแรงงานและความต้องการ

ธุรกิจที่มีความสามารถในการส่งผ่านต้นทุนไปยังราคาสินค้าจะได้รับผลกระทบน้อยกว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าจำเป็นและสินค้าผูกขาด ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจที่อยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันกัน โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยังมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและเทคโนโลยีในการปรับตัวสู่การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันมีมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

2) ภูมิรัฐศาสตร์โลก (Geopolitics) และการแข่งขันของชาติมหาอำนาจ

การเปลี่ยนแปลงทางภูมิรัฐศาสตร์เป็นหนึ่งในสาเหตุสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการค้าโลก และกระทบต่อเศรษฐกิจโลกเป็นวงกว้าง เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกันในรูปแบบของห่วงโซ่อุปทาน การดำเนินการของประเทศใดประเทศหนึ่ง จึงส่งผลกระทบต่อการค้าของโลกโดยรวมในหลายช่องทาง อาทิ ผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากสินค้าที่โดนมาตรการกีดกันทางการค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงด้านการผลิตกับหลายประเทศ ต้นทุนการค้าที่สูงขึ้น จากมาตรการด้านภาษี ต้นทุนการขนส่งสูงขึ้นจากอุปสรรคที่ปิดเส้นทางการขนส่ง เช่น การปิดเส้นทางขนส่งทางทะเลในสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยูเครน การโจมตีเรือสินค้าของกลุ่มกบฏฮูตีท่ามกลางความขัดแย้งระหว่างอิสราเอลกับฮามาส ตลอดจนราคาพลังงานที่สูงขึ้นและอ่อนไหวต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองโลก ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยการผลิตที่สำคัญ และส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการ ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจที่ลดลง บรรยากาศการค้าระหว่างประเทศที่มีความตึงเครียดมักส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก โดยสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนและมีโอกาสยืดเยื้อหรือทวีความรุนแรงขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจและการลงทุนของภาคเอกชน

ภูมิรัฐศาสตร์ได้เป็นตัวกำหนดทิศทางและรูปแบบการค้าโลก (global trade landscape) ดังนี้

(1) ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ แม้ว่าเหตุการณ์โควิด-19 ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนความสัมพันธ์ทางการค้าผ่านกระบวนการ de-risk เพื่อลดความเสี่ยงจากการชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน แต่ปัจจัยสำคัญที่เป็นการพิจารณาเลือกความสัมพันธ์ทางการค้ามาจากเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ (national strategic objectives) ที่นำไปสู่การเลือกขยายความสัมพันธ์ทางการค้าและการเข้าร่วมห่วงโซ่อุปทานกับประเทศที่เป็นมิตร และปกป้องทางการค้ากับประเทศที่จะกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งมีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดจาก

สถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนที่เริ่มต้นจากสงครามการค้า ไปสู่สงครามด้านเทคโนโลยี และสงครามด้านความมั่นคงของชาติ จนท้ายที่สุดมีแนวโน้มที่จะเกิดการแยกห่วงโซ่อุปทานในบางอุตสาหกรรม

(2) การค้าโลกมีแนวโน้มที่จะเจาะจงมากขึ้น (concentrated) ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศมีทิศทางที่ยึดโยงกับรูปแบบทางการเมืองบนเวทีโลก อีกทั้งเป็นตัวคัดสรรประเทศที่จะเข้าร่วมเป็นมิตรในการสานสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุน ทำให้ความสัมพันธ์ทางการค้าโน้มเอียงไปยังประเทศที่มีสถานะทางการเมืองเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือมี geopolitical distance ที่ลดลง สะท้อนได้จากการเกิดระเบียงทางการค้า (trade corridors) โดยประเทศที่เป็นพันธมิตรกันสร้างระเบียงการค้าระหว่างกัน เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า และป้องกันการชะงักงันของการผลิตและการค้าจากสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ที่เป็นเครื่องมือขัดขวางการค้าและเศรษฐกิจ เช่น การเกิดเหตุการณ์ที่เรียกว่า friend shoring ของช่วงฝั่งตะวันตก หรือการสร้างความร่วมมืออินโด-แปซิฟิกของสหรัฐอเมริกา สะท้อนได้จากการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนมีทิศทางลดลงหลังจากเกิดสงครามการค้าและการแยกห่วงโซ่อุปทาน และหันมาทำการค้ากับประเทศภายในภูมิภาค เช่น แคนาดา เม็กซิโก และประเทศที่เป็นพันธมิตร เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมถึงอาเซียน ขณะที่จีนมุ่งทำการค้ากับประเทศในภูมิภาคอาเซียน และประเทศในกลุ่มความร่วมมือ BRICS มากขึ้น และลดการค้ากับสหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้

ภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน

การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างสองชาติมหาอำนาจ สหรัฐอเมริกากับจีน เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทิศทางการค้าของโลก (trade flow realignment) โดยเริ่มจากเหตุการณ์สงครามการค้าในปี 2561 ตามด้วยการดึงดูดให้การผลิตในห่วงโซ่อุปทานของสหรัฐอเมริกากลับสู่ประเทศ (US reshoring) ไปจนถึงการแยกห่วงโซ่อุปทาน หรือ decoupling โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไฟฟ้า

สงครามการค้า (Trade war) เริ่มต้นหลังจากที่ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ เข้ารับตำแหน่งเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2560 ภายใต้นโยบาย “อเมริกาต้องมาก่อน (America First)” ซึ่งเน้นการปกป้อง ชาตินิยม และการกระจายรายได้ รวมถึงลดความเหลื่อมล้ำ โดยการตัดสินใจด้านต่าง ๆ ทั้งภาษี คนเข้าเมือง และกิจการต่างประเทศ จะต้องเอื้อประโยชน์ต่อแรงงานและครอบครัวชาวสหรัฐฯ เพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ “Make America Great Again” โดยประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ มุ่งเน้นการใช้นโยบายและมาตรการปกป้องทางการค้า (Trade Protectionism) เพื่อรักษาความเป็นมหาอำนาจของสหรัฐฯ และลดการขาดดุลการค้าสินค้า ซึ่งสหรัฐอเมริกากล่าวว่า ประเทศคู่ค้ามีพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า เช่น การทุ่มตลาด การอุดหนุนของภาครัฐ การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การบังคับให้ถ่ายทอดเทคโนโลยี การละเมิดสิทธิแรงงาน ซึ่งจีนเป็นประเทศที่สหรัฐอเมริกาขาดดุลการค้าสินค้ามากที่สุดมาโดยตลอด

ในปี 2561 สหรัฐอเมริกาเรียกเก็บภาษีนำเข้ากับสินค้าจีนเป็นการเฉพาะผ่านการใช้อำนาจภายใต้มาตรา 301 ของ Trade Act 1974 ในอัตราร้อยละ 7.5 - 25 ครอบคลุมสินค้าเทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา สินค้าเกษตร ประมง สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าเกี่ยวเนื่องกับนโยบาย Made in China 2025 ของจีน คิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 66 ของมูลค่านำเข้าสินค้าจากจีนทั้งหมด ขณะเดียวกันจีนได้ใช้มาตรการ

ทางภาษีต่อไปได้มาตรการทางภาษีของสหรัฐอเมริกา โดยเรียกเก็บภาษีสืบคืนสินค้านำเข้าจากสหรัฐอเมริกา ในอัตราร้อยละ 2.5 - 25 ครอบคลุมสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นมูลค่าประมาณ ร้อยละ 58 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากสหรัฐอเมริกาทั้งหมด

ล่าสุดเมื่อเดือนพฤษภาคม 2567 สหรัฐอเมริกาได้ประกาศขึ้นอัตราภาษีนำเข้ากับสินค้าจีน ครอบคลุม สินค้ามูลค่า 1.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศจากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม โดยมีการขึ้นอัตราภาษีสืบคืนสินค้านำเข้าจีน ดังนี้

- ส่วนประกอบของแบตเตอรี่	ร้อยละ 25	ในปี 2567
- รถยนต์ไฟฟ้า (EV)	ร้อยละ 100	ในปี 2567
- แบตเตอรี่ลิเทียมไอออนสำหรับรถยนต์ EV	ร้อยละ 25	ในปี 2567
- แบตเตอรี่ลิเทียมไอออนสำหรับรถยนต์ที่ไม่ใช่รถยนต์ EV	ร้อยละ 25	ในปี 2569
- กราฟต์ธรรมชาติ	ร้อยละ 25	ในปี 2569
- แร่ธาตุสำคัญ	ร้อยละ 25	ในปี 2567
- แม่เหล็กถาวร	ร้อยละ 25	ในปี 2569
- เซมิคอนดักเตอร์	ร้อยละ 50	ในปี 2568
- เครนขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์หน้าท่า (Ship-to-Shore Crane)	ร้อยละ 25	ในปี 2567
- โซลาร์เซลล์	ร้อยละ 50	ในปี 2567
- เหล็กและอะลูมิเนียม	ร้อยละ 25	ในปี 2567

สำหรับอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment: PPE) จะขึ้นภาษีสินค้านำเข้า ไม่น้อยกว่าอัตราที่กำหนด ดังนี้

- หน้ากาก	ร้อยละ 25	ในปี 2567
- ถุงมือยางชนิดที่ใช้ทางการแพทย์	ร้อยละ 25	ในปี 2569
- กระบอกฉีดยาและเข็มฉีดยา	ร้อยละ 50	ในปี 2567

การแยกห่วงโซ่อุปทาน (Decoupling) เกิดขึ้นต่อเนื่องจากสงครามการค้า ซึ่งมีการใช้มาตรการ ที่สร้างอุปสรรคต่อการค้าและการลงทุน โดยมีจุดเปลี่ยนสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกาออกกฎหมายที่เรียกว่า **Export Control Reform Act of 2018** เพื่อจำกัดการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีพื้นฐานและ เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีนัยสำคัญต่อความมั่นคงของประเทศ การคว่ำบาตรบริษัทเทคโนโลยีของจีนด้วยเหตุผล ทางความมั่นคง การจำกัดการส่งออกชิปขั้นสูงไปยังจีน (รวมถึงชิปของบริษัทต่างชาติที่ใช้เครื่องมือ และซอฟต์แวร์ของสหรัฐอเมริกา) เพื่อที่จะลดบทบาทจีนในอุตสาหกรรมการผลิตเซมิคอนดักเตอร์ ผ่านกฎหมายที่เรียกว่า **CHIPS and Science Act 2022** โดยมีมาตรการ 2 ส่วนหลัก ส่วนแรก คือ การปิด กั้นไม่ให้เงินเข้าถึงเทคโนโลยีของสหรัฐฯ โดยเฉพาะหากเป็นภัยต่อความมั่นคงหรือขัดแย้งกับนโยบาย ต่างประเทศ (ควบคุมการส่งออกเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น Advanced IC Supercomputer และ AI) และส่วนที่ สอง คือ การเพิ่มเงินลงทุนวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมเซมิคอนดักเตอร์ภายในประเทศ จำนวน 52,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อใช้เป็นแรงจูงใจสำหรับการตั้งโรงงานผลิตเซมิคอนดักเตอร์ขึ้นในสหรัฐอเมริกา อีกทั้ง ยังออกกฎหมาย **Inflation Reduction Act** เป็นกฎหมายจัดการด้านเงินเฟ้อ และการให้สิทธิประโยชน์

ทางภาษี ใช้งบประมาณลงทุนมากถึง 370,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อดึงดูดให้บริษัทต่าง ๆ กลับมาลงทุนในสหรัฐฯ เช่น การให้เงินอุดหนุนอย่างมหาศาล ซึ่งมีผลให้ประเทศที่พัฒนาแล้วอื่น ๆ อาทิ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ต่างออกมาตรการอุดหนุนในทำนองคล้ายคลึงกัน เพื่อป้องกันการไหลออกของเงินทุน หรือเพิ่มการแข่งขันในการจูงใจให้บริษัทเหล่านี้ยังคงลงทุนในประเทศของตนต่อไป โดยองค์ประกอบที่มีผลต่อการแยกห่วงโซ่อุปทานการผลิต คือการอุดหนุนผู้บริโภค (บุคคลและภาคธุรกิจ) ในการซื้อยานยนต์ไฟฟ้า (Battery EV Plug-in hybrid EV และ Hydrogen fuel cell) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2023 – 2032 ด้วยเงินอุดหนุนมูลค่าสูงสุด 7,500 ดอลลาร์สหรัฐ โดยผู้บริโภคจะต้องซื้อเพื่อใช้เอง ไม่ใช่เป็นการขายต่อ และต้องใช้ภายในสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก

นอกจากนี้ ยังมีการออกกฎหมาย Holding Foreign Companies Accountable Act (HFCAA) เพื่อควบคุมกำกับดูแลบริษัทจีนในตลาดหุ้นของสหรัฐอเมริกา และกฎหมายจำกัดการเข้าถึงวัตถุดิบจำเป็นของบริษัทหัวเว่ย การเพิ่มบริษัทจีนและสถาบันวิจัยที่ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเทคโนโลยี ลงในบัญชีดำ (entity list) ของสหรัฐอเมริกา ทำให้บริษัทในสหรัฐอเมริกาต้องขออนุญาตก่อนส่งออกสินค้าไปยังบริษัทที่อยู่ในบัญชีดำ และการแบนแอปพลิเคชัน TikTok และ WeChat ของจีน โดยอ้างถึงการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนสหรัฐฯ เป็นต้น จึงสร้างความตึงเครียดในบรรยากาศการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ทั้งสองมีความสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบของความร่วมมือและการแข่งขันไปในเวลาเดียวกัน เนื่องจากเศรษฐกิจมีภาวะพึ่งพิงกันอยู่มาก โดยมาตรการทางการค้าและมาตรการทางภาษีดำเนินไปพร้อม ๆ กับการแย่งชิงความเป็นมหาอำนาจในด้านต่าง ๆ เช่น ความเป็นผู้นำทางเทคโนโลยี

ขณะที่จีนให้ความสำคัญกับการพัฒนาตัวเองผ่านนโยบาย Dual Circulation หรือยุทธศาสตร์วงจรคู่ขนาน ที่พยายามเพิ่มอุปสงค์ในประเทศและลดการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ ลดความเสี่ยงจากการย้ายห่วงโซ่อุปทานและการย้ายฐานการผลิตออกจากจีน (Internal Circulation) พร้อมกันกับ External Circulation เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดส่งออกและเชื่อมโยงกับภายนอก โดยมี Belt and Road Initiative (BRI) ในการกระจายการลงทุน ธุรกิจ และสินค้าของตนเองไปยังประเทศต่าง ๆ ขณะเดียวกัน จีนได้ใช้มาตรการทางภาษีตอบโต้มาตรการทางภาษีของสหรัฐอเมริกา โดยเรียกเก็บภาษีกับสินค้านำเข้าจากสหรัฐฯ ในอัตราร้อยละ 2.5 – 25 ครอบคลุมประมาณร้อยละ 68 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าสหรัฐฯ ของจีนทั้งหมด ครอบคลุมสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภค ขณะที่มาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศ เช่น แผนพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ยุคใหม่ 2030 (AI 2030) เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ ยุทธศาสตร์วงจรคู่ขนาน (Dual Circulation) เพื่อเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศและลดการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีภายในประเทศ โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหว เช่น เซมิคอนดักเตอร์ และควอนตัมคอมพิวเตอร์ โดยจีนได้กำหนดให้วงจรรวมหรือเซมิคอนดักเตอร์ เป็น 1 ใน 7 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจของจีน ระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 (ปี 2564 - 2568) เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีสำคัญที่จะทำให้จีนบรรลุเป้าหมายการสร้างเศรษฐกิจดิจิทัล อีกทั้ง เมื่อเดือนมกราคม 2565 เทชบาลนครเซี่ยงไฮ้และรัฐบาลมณฑลเจ้อเจียงได้ประกาศโครงการเงินอุดหนุนและนโยบายภาษีพิเศษ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในอุตสาหกรรมชิป และคณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติ (NDRC) และกระทรวงพาณิชย์ ได้ประกาศแผนการจัดตั้งแพลตฟอร์มการจัดหาระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมเซมิคอนดักเตอร์ ในเมืองเซินเจิ้น

ทิศทางการแยกห่วงโซ่อุปทาน แนวโน้มเกิดการแยกห่วงโซ่อุปทานใน 2 ระดับ คือ การแยกห่วงโซ่อุปทานเฉพาะบางอุตสาหกรรมเชิงยุทธศาสตร์ และการแยกห่วงโซ่อุปทานในวงกว้าง

(1) การแยกห่วงโซ่อุปทานเฉพาะบางอุตสาหกรรมเชิงยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รัฐบาลของประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ต่างทุ่มงบประมาณจำนวนมากเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศให้มากที่สุด ทั้งงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิตภายในประเทศ

(2) การแยกห่วงโซ่อุปทานในวงกว้าง เป็นผลพวงจากความพยายามในการแยกห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ ให้เกิดความไม่แน่นอนทางธุรกิจ โดยเฉพาะการตอบโต้ไปมาของประเทศต่าง ๆ ทั้งสหรัฐอเมริกา จีน รวมถึงชาติพันธมิตรของสหรัฐอเมริกา

ดังนั้นแนวโน้มการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนในระยะต่อไปมีแนวโน้มลดลง แต่ประเทศต่างมุ่งกระจายความเสี่ยงในการผลิต ลดการพึ่งพาประเทศใดประเทศหนึ่ง และเพิ่มความยืดหยุ่นทางการค้าให้มากยิ่งขึ้น อาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกแบ่งแยกออกเป็นสองค่าย (U.S. - China decoupling) ได้ในระยะยาว และจะทำให้ภูมิทัศน์โลกทั้งด้านการผลิต การค้า และการลงทุนระหว่างประเทศเปลี่ยนไป ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก รวมถึงเศรษฐกิจไทยที่เชื่อมโยงกับตลาดและฐานการผลิตทั้งในและต่างประเทศอย่างใกล้ชิด

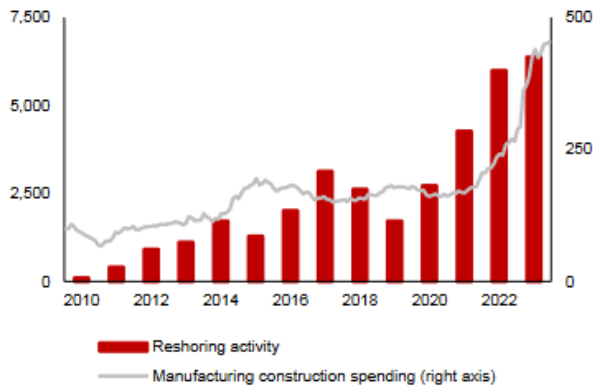
ผลของสงครามการค้าและการแยกห่วงโซ่อุปทานระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน

การค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนมีแนวโน้มลดลง หลังเกิดสงครามการค้า สหรัฐอเมริกาและจีนมีการค้าระหว่างกันลดลง โดยสหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าจากจีนในสัดส่วนที่ลดลงจากสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 21.4 ในช่วงปี 2558 - 2560 (ก่อนเกิดสงครามการค้า) เหลือเฉลี่ยร้อยละ 19.3 ในช่วงปี 2561 - 2563 และเหลือสัดส่วนร้อยละ 13.9 ในปี 2566 ขณะเดียวกันจีนนำเข้าสินค้าจากสหรัฐอเมริกาในสัดส่วนที่ลดลงจากเฉลี่ยร้อยละ 8.7 ในช่วงปี 2558 - 2560 (ก่อนเกิดสงครามการค้า) ลดลงเหลือเฉลี่ยร้อยละ 6.6 ในช่วงปี 2561 - 2563 และเหลือสัดส่วนร้อยละ 6.5 ในปี 2566

การค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน		ค่าเฉลี่ย ปี 58-60	ค่าเฉลี่ย ปี 61-63	ปี 2566
ตลาด สหรัฐฯ	มูลค่านำเข้าจากจีน (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	483,596	474,674	427,229
	ส่วนแบ่งตลาดของจีน (ร้อยละ)	21.4	19.3	13.9
	การเปลี่ยนแปลงการนำเข้าจากจีน (ร้อยละ)	+8.7	-1.8	-20.3
ตลาดจีน	มูลค่านำเข้าจากสหรัฐฯ (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	142,012	136,971	166,085
	ส่วนแบ่งตลาดของสหรัฐฯ (ร้อยละ)	8.7	6.6	6.5
	การเปลี่ยนแปลงการนำเข้าจากสหรัฐฯ (ร้อยละ)	-0.2	-3.6	-6.5

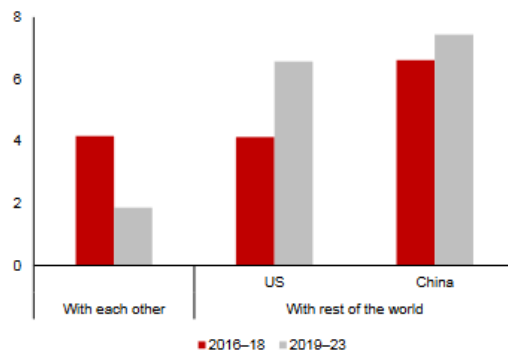
ที่มา: Global Trade Atlas

Figure 2.45. United States: Reshoring Activities and Manufacturing Construction Spending
(Index, 2010 = 100; Index, Jan 2010 = 100)



Source: Reshoring Initiative; National authorities via Haver Analytics; AMRO staff calculations.
Note: Data for reshoring activity is on an annual basis and refers to the number of jobs generated from these reshored projects. Data for construction spending is monthly.

Figure 2.47. China and United States: Growth of Total Trade, by Partner
(Percent)



Source: IHS Markit; AMRO staff calculations.
Note: Data refers to the average over the period of the monthly (year-on-year) growth rates. Latest data are up to September 2023.

ที่มา: AMRO

บริษัทข้ามชาติมีการย้ายฐานการผลิตออกจากจีน สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศจีนที่ทำให้เกิดการสะดุดของห่วงโซ่อุปทาน จึงกลายเป็นเหตุการณ์ตัวเร่ง (catalyst) ที่ทำให้บริษัทข้ามชาติทั่วโลกได้ตระหนักถึงการลดการพึ่งพาการผลิตเพียงที่ใดที่หนึ่งมากเกินไป และเริ่มมีแผนที่จะกระจายฐานการผลิตออกไปยังประเทศอื่น ๆ หลังจากที่มีแผนการกระจายฐานการผลิตจากอุปสรรคด้านภาษีที่เกิดจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน จนเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “ยุทธศาสตร์ CHINA+1” เพื่อสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนให้แก่ภาคการผลิตของธุรกิจ จึงเป็นเหตุให้ภาคอุตสาหกรรมจีนเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่หลังจากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สงครามการค้าและสงครามเทคโนโลยีระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนที่ทำให้เกิดการแยกห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่การผลิตของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง และการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการใช้เซมิคอนดักเตอร์ ตลอดจนผู้ประกอบการจีนที่มีฐานการผลิตภายในประเทศจีนและส่งออกสินค้า เริ่มเผชิญกับอุปสรรคทางการค้าของต่างประเทศ จึงย้ายฐานการผลิตออกไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะการย้ายฐานการผลิตมายังอาเซียน นอกจากนี้ การเติบโตของเศรษฐกิจจีนและการบริโภคในอนาคตจะเริ่มเข้าสู่การเติบโตในอัตราที่ชะลอตัวจากในอดีต ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการย้ายฐานการผลิตของต่างประเทศออกจากจีนหรือการลดการลงทุนใหม่ ๆ และหันไปลงทุนในประเทศอื่นแทน เนื่องจากต้นทุนการผลิตในจีนที่สูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนด้านค่าแรง ขณะเดียวกันผู้ประกอบการจีนต่างหาแหล่งลงทุนใหม่ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำลงและตลาดที่มีการเติบโตของการบริโภคสูงเช่นเดียวกัน อาเซียนจึงกลายเป็นทางเลือกสำคัญอันดับแรกของผู้ประกอบการจีนที่จะย้ายฐานการผลิตเข้ามาลงทุน เนื่องจากประเทศในภูมิภาคอาเซียนมีความตกลงการค้าเสรีกับต่างประเทศ ทำให้สินค้าส่งออกได้เปรียบทางการแข่งขันด้านราคาและลดอุปสรรคทางการค้า อีกทั้งยังมีที่ตั้งที่เป็นยุทธศาสตร์ที่ดีสามารถขนส่งสินค้าทางทะเลที่สะดวก ทำให้สามารถเชื่อมโยงกับตลาดโลกได้ง่ายขึ้น และต้นทุนด้านแรงงานที่ถูกกว่า เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องใช้แรงงานเข้มข้น ยิ่งไปกว่านั้น ยังเป็นภูมิภาคที่มีโอกาสด้านตลาดที่คาดว่าจะมีชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อสูงมากขึ้น ด้วยเหตุผลข้างต้นจึงเริ่มผู้ประกอบการธุรกิจจีนเข้ามา

ลงทุนโดยตรง (FDI) ในอาเซียนเพื่อใช้ประโยชน์ทางการค้ามากขึ้น เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมแบตเตอรี่ อุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมเคมีคอนดักเตอร์ ตลอดจนธุรกิจบริการ เช่น อีคอมเมิร์ซ ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ท่องเที่ยว (hospitality)

ผลต่อภูมิภาคอาเซียนและไทย

สหรัฐอเมริกามีแนวโน้มหันมาทำการค้ากับประเทศสมาชิกอาเซียนมากขึ้น พิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดของสินค้าส่งออกของประเทศสมาชิกอาเซียนในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ไทย เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ระหว่างปี ค.ศ. 2018 - 2022 พบว่า เวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมากจากร้อยละ 1.9 ในปี ค.ศ. 2018 เป็นร้อยละ 3.9 ในปี ค.ศ. 2022 สำหรับไทยเป็นประเทศอันดับที่ 2 ที่ได้ประโยชน์จากการแบ่งแยกห่วงโซ่อุปทานระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน โดยส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.3 เป็นร้อยละ 1.8 ในช่วงเวลาเดียวกัน ในขณะที่อินโดนีเซีย และมาเลเซียมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 0.8 เป็น 1.1 ในกรณีของอินโดนีเซีย และร้อยละ 1.6 เป็น 1.7 ในกรณีของมาเลเซีย สำหรับสิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ มีส่วนแบ่งตลาดไม่เปลี่ยนแปลงอยู่ที่ร้อยละ 1.0 และ 0.5 ตามลำดับ ส่วนสินค้าอุตสาหกรรม เป็นสินค้าที่อาเซียนได้ประโยชน์อย่างเด่นชัดจากการแบ่งแยกห่วงโซ่อุปทาน ประเทศสมาชิกอาเซียนเกือบทุกประเทศ ยกเว้น สิงคโปร์ มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเวียดนาม และไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ส่วนแบ่งตลาดสินค้าอุตสาหกรรมของเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.1 ในปี ค.ศ. 2018 เป็นร้อยละ 4.5 ในปี ค.ศ. 2022 หรือมากกว่า 1 เท่าตัว ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.3 เป็นร้อยละ 2 ในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นชัดเจน ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรทัศน์ กล้องฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ และวงจรที่ใช้ในทางอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนแบ่งตลาดของไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ในตลาดสหรัฐฯ ระหว่างปี ค.ศ. 2018 และ 2022

(หน่วย: ร้อยละต่อการนำเข้ารวมของสหรัฐฯ)

รายการสินค้า	ไทย		มาเลเซีย		สิงคโปร์		เวียดนาม		อินโดนีเซีย		ฟิลิปปินส์	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022
สินค้ารวม	1.3	1.8	1.6	1.7	1.0	1.0	1.9	3.9	0.8	1.1	0.5	0.5
สินค้าเกษตรและอาหาร (HS01-21)	2.5	2.2	0.6	0.4	2.2	2.3	3.0	2.6	3.3	3.8	1.0	0.8
สินค้าอุตสาหกรรม (HS28-98)	1.3	2.0	1.8	2.0	1.1	1.0	2.1	4.5	0.7	1.0	0.5	0.5
เครื่องจักร เครื่องกล (HS84)	2.1	3.3	1.1	1.6	1.2	0.8	0.7	2.8	0.2	0.3	0.9	0.7
เครื่องปรับอากาศ (HS841510)	0.9	27.7	0.4	0.0	0.1	0.1	0.0	0.3	0.0	2.2	0.0	0.0
ตู้เย็น (HS841810, 841821, 841829)	1.4	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (HS85)	2.2	3.6	7.0	6.5	0.8	0.6	3.1	9.8	0.3	0.9	1.2	1.5
โทรทัศน์ (HS852871, 852872)	2.1	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	6.6	0.7	0.5	0.0	0.0
โทรทัศน์ (HS851712, 851718)	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	8.8	18.9	0.0	0.0	0.1	0.0
กล้อง (HS852580-89)	7.7	13.0	0.2	2.3	0.2	0.5	4.8	14.0	0.2	1.2	0.1	0.4
ไมโครเวฟ (HS851650)	1.1	1.9	12.0	8.8	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
เครื่องซักผ้า (HS845011, 12)	0.5	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
คอมพิวเตอร์ (HS847130)	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	1.8	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0
Hard Disk (HS847170)	47.7	62.9	6.1	1.2	0.6	0.1	0.2	1.6	0.0	0.0	11.3	8.7
อุปกรณ์กึ่งตัวนำ (HS8541)	4.1	10.6	19.9	15.2	2.3	2.3	4.5	20.8	0.3	1.1	2.5	1.6
Photosensitive device (HS854140_49)	4.4	13.6	25.1	17.0	3.1	2.8	6.8	27.9	0.1	1.5	2.0	0.6
วงจรรวมในอิเล็กทรอนิกส์ (HS8542)	2.7	4.6	43.3	32.5	1.6	0.9	4.0	5.3	0.2	0.0	4.4	4.0
วงจร, logic (HS854231)	1.1	2.0	60.5	44.0	0.6	0.7	6.3	9.2	0.1	0.0	2.0	1.7
วงจร, memories (HS854232)	5.3	5.6	12.2	12.3	9.9	4.4	0.0	0.4	0.0	0.0	3.6	2.3
วงจร, others (HS854239)	6.0	8.4	16.6	18.2	1.7	0.7	0.2	0.3	0.50	0.07	10.39	7.62
รถยนต์ (HS8701-04)	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0
รถจักรยานยนต์ (HS8711)	9.6	10.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	1.9	0.4	2.5	0.0	0.0
ชิ้นส่วนยานยนต์	0.7	1.6	0.1	0.1	0.1	0.1	0.3	0.7	0.1	0.2	0.1	0.0

ที่มา: โครงการศึกษาการแยกห่วงโซ่อุปทาน (Decoupling) ของอุตสาหกรรมสำคัญระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนและนัยยะต่อเศรษฐกิจการค้าไทย สนค.

อาเซียนกลายเป็นตลาดส่งออกสำคัญของจีน ทดแทนที่สหรัฐอเมริกาลดการนำเข้าสินค้าจากจีน
ในทางตรงกันข้าม สงครามการค้าและการแยกห่วงโซ่อุปทานระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน ทำให้สหรัฐอเมริกา นำเข้าสินค้าจากจีนลดลง และตลาดอาเซียนกลายเป็นตลาดส่งออกของจีนทดแทนสหรัฐอเมริกา โดยอาเซียน เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของจีนที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.9 ในปี 2561 เป็นร้อยละ 15.8 ในปี 2565 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.8 ซึ่งสินค้าที่จีนส่งออกมายังอาเซียนมากขึ้นทดแทนที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ได้น้อยลงอย่างกลุ่มสินค้าเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (HS 84 ซึ่งรวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์กึ่งตัวนำ) สัดส่วนของอาเซียนในฐานะตลาดส่งออกของจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.8 เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า เพิ่มขึ้น ร้อยละ 29.1

ขณะที่การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดสินค้าของประเทศสมาชิกอาเซียนในตลาดจีน หลังจากที่ สหรัฐอเมริกากับจีนมีสงครามการค้าและการแยกห่วงโซ่อุปทาน แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดยภาพรวม มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดจีน ขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้าง คงที่ในตลาดจีน ระหว่างปี 2561 – 2565 เนื่องจากโครงสร้างการส่งออกของจีนและไทยมีความคล้ายคลึงกัน ค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ๆ ขณะเดียวกันสินค้าที่ไทยส่งออกไม่ค่อยตรงกับสินค้า ที่จีนต้องการนำเข้าในเชิงโครงสร้างมากนัก

กรณีของสินค้าเกษตรและอาหาร ไทยและอินโดนีเซียเป็นเพียงสองประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น โดยกรณีของไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากการส่งออกผลไม้สดไปยังจีน ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นการแยก ห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่สินค้าเกษตรและอาหารประเภทอื่น ๆ ยังคงมีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างคงที่

กรณีของสินค้าอุตสาหกรรม มาเลเซียและเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดในจีนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้า ในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งสินค้าชิ้นกลางและสินค้าสำเร็จรูป เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ และ คอมพิวเตอร์ ซึ่งการขยายตัวเป็นผลมาจากการย้ายฐานการผลิตของการลงทุนบริษัทข้ามชาติและบริษัทจีน ในอุตสาหกรรมดังกล่าว ขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในส่วนของสินค้าไมโครเวฟ และกล่องบันทึกภาพ แต่มูลค่าส่งออกของสินค้านี้มีสัดส่วนน้อย จึงทำให้การขยายตัวของส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยในตลาดจีน ในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมไม่เห็นชัดเจนเท่ากับประเทศอื่น ๆ

สำหรับประเทศไทย สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนที่ขยายวงกว้าง เป็นทั้งโอกาส และความท้าทายของประเทศไทย เนื่องจากไทยมีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานของทั้งสองประเทศอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ ไทยยังมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง และสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าส่วนใหญ่ เป็นสินค้าที่ไทยสามารถส่งออกไปยังทั้งสองประเทศได้ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบที่อาจดึงดูดนักลงทุนให้มาลงทุน เพื่อผลิตสินค้าเหล่านี้ในไทยในอนาคต อย่างไรก็ตาม อาจมีผลกระทบที่ทำให้จีนต้องหาตลาดใหม่ทดแทน สหรัฐอเมริกา เพื่อระบายอุปทานส่วนเกินของสินค้านำเข้าจากภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการไทย เผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นจากสินค้าจีนที่เข้ามาในภูมิภาคและภายในประเทศ

ขณะที่เหตุการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์อื่น ๆ ไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง และทิศทางการค้าโลกอย่างมีนัยสำคัญ แต่สร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการค้าโลกผ่านช่องทางราคา สินค้าโภคภัณฑ์ที่ปรับตัวสูงขึ้นจนเป็นเหตุให้เกิดภาวะเงินเฟ้อได้ ทั้งสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย กับยูเครน และสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างอิสราเอลกับฮามาส

สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยูเครน

สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยูเครน เกิดขึ้นตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2565 กระทั่งปัจจุบัน เข้าสู่ปีที่ 3 มีแนวโน้มเป็นสถานการณ์ที่ยืดเยื้อ และเกิดการโต้ตอบต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ ต่อไป ซึ่งความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยูเครนสร้างผลกระทบต่อราคาพลังงานและอาหารโลกให้สูงขึ้น และสร้างความผันผวนต่อระบบเศรษฐกิจการค้าโลก โดยมาตรการคว่ำบาตรรัสเซียของพันธมิตรฝ่ายชาติตะวันตกส่งผลกระทบต่อการค้าในตลาดโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะรัสเซียเป็นผู้ส่งออกสินค้าสำคัญหลายประเภท โดยเฉพาะน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่รายหนึ่งของโลก ส่งผลให้ราคาน้ำมันในตลาดโลกพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว กระทบต่อราคาสินค้าโภคภัณฑ์และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นตามมาเป็นวงกว้าง เกิดปัญหาเงินเฟ้อสูงขยายไปทั่วโลก ขณะเดียวกัน อุปสรรคต่อการขนส่งและการส่งออกสินค้าธัญพืชของยูเครน (ข้าวสาลี) ส่งผลให้ราคาอาหารทั่วโลกปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน

สำหรับประเทศไทย ไทยได้รับผลกระทบโดยตรงจากการค้าระหว่างประเทศไม่มากนัก เนื่องจากมีส่วนการค้ากับรัสเซียและยูเครนค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม ในช่วงต้นของสถานการณ์ความขัดแย้ง ไทยได้รับผลกระทบทางอ้อมจากมาตรการคว่ำบาตรของชาติตะวันตก เช่น การขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ การชำระเงินมีปัญหาในการโอนเงินหรือชำระเงินสกุลหลัก และการขาดแคลนวัตถุดิบเพื่อใช้ผลิตสินค้าจากปัญหาห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น

ขณะที่ผลกระทบทางอ้อม ไทยได้รับผลกระทบจากราคาพลังงานโลกที่สูงขึ้น และส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและราคาสินค้าของผู้บริโภค โดยราคาน้ำมันดิบที่สูงขึ้นมีผลต่อระดับราคาสินค้าทุกกลุ่มของดัชนีราคาผู้บริโภค และการส่งผ่านของต้นทุนการผลิตไปยังราคาผู้บริโภคในหมวดสินค้าจะเกิดขึ้นมาก และมีนัยสำคัญในระยะเวลาประมาณ 1 - 5 เดือน โดยการปรับขึ้นของราคาน้ำมันดิบส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาผู้บริโภคมากที่สุด (หากราคาน้ำมันดิบเพิ่มร้อยละ 1 จะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคเพิ่ม ร้อยละ 0.036) รองลงมา คือ เหล็ก (ร้อยละ 0.020) ปุ๋ย (ร้อยละ 0.010) ข้าวสาลี (ร้อยละ 0.006) และค่าระวางเรือ (ร้อยละ 0.005) นอกจากนี้ ผลกระทบของปัจจัยต่างประเทศ และฝั่งต้นทุนหรืออุปทานที่มีต่อดัชนีราคาผู้บริโภคในปีที่ผ่านมา ยังสอดคล้องกับงานศึกษาของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ ในปี 2566 ที่ระบุว่า ปัจจัยต่างประเทศ มีบทบาทต่อการเคลื่อนไหวของอัตราเงินเฟ้อไทยมากขึ้นในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจการเงินโลกในปี 2551 ซึ่งส่วนหนึ่งสะท้อนจากความเคลื่อนไหวของราคาน้ำมันและสินค้าโภคภัณฑ์โลก ส่วนตัวแปรที่ขับเคลื่อนเงินเฟ้อไทยตั้งแต่ปี 2553 - 2565 ส่วนใหญ่มาจากปัจจัยด้านอุปทาน ขณะที่ปัจจัยด้านอุปสงค์มีบทบาทในการอธิบายเงินเฟ้อไทยน้อยมาก การใช้อัตราดอกเบี้ยนโยบายเพื่อจัดการด้านอุปสงค์จึงมีประสิทธิผลจำกัด จากปัจจัยดังกล่าว การดำเนินมาตรการของภาครัฐเพื่อดูแลราคาสินค้าและบริการ การส่งเสริมการส่งออก และการท่องเที่ยว จึงมีบทบาทสำคัญต่อการรักษาเสถียรภาพดัชนีราคาให้เคลื่อนไหวอยู่ในระดับที่เหมาะสม และการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของประชาชน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างกระทรวงพาณิชย์ กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงการคลังที่มีเครื่องมือด้านภาษี กระทรวงพลังงาน ที่สามารถดูแลราคาน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านการบริหารจัดการกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง กระทรวงคมนาคม ที่กำกับดูแลค่าโดยสารสาธารณะ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มีบทบาทโดยตรงในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างอิสราเอลกับฮามาส

เกิดขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม 2566 จนขยายเป็นวงกว้างไปสู่สถานการณ์การโจมตีเรือสินค้าของกลุ่มกบฏฮูตี บริเวณทะเลแดง ซึ่งเป็นช่องทางการขนส่งสินค้าระหว่างเอเชียกับยุโรป ตลอดจนการขนส่งน้ำมัน ซึ่งทะเลแดง เชื่อมต่อกับคลองสุเอซเป็นเส้นทางการค้าหลักระหว่างเอเชียกับยุโรป และยังครอบคลุมเส้นทางทางการค้า ทางทะเลประมาณร้อยละ 12 ของโลก โดยหลังเกิดเหตุโจมตีเรือขนส่งสินค้า ทำให้บริษัทเดินเรือขนส่งสินค้าทั่วโลก ระวังการเดินทางเรือในเส้นทางทะเลแดง และเปลี่ยนไปใช้เส้นทางอื่นที่ใช้ระยะเวลาขนส่งยาวนานขึ้น ผลักดันให้ ค่าระวางเรือปรับเพิ่มขึ้นในหลายเส้นทาง ไม่เพียงแต่เฉพาะค่าระวางเรือที่ผ่านทะเลแดงและคลองสุเอซเท่านั้น ซึ่งผลกระทบจากสถานการณ์ข้างต้นทำให้สินค้าจากไทยที่จะไปยังตะวันออกกลาง ยุโรป แอฟริกาเหนือ รวมถึง สหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันออกบางส่วน ต้องเผชิญกับต้นทุนที่สูงขึ้น โดยข้อมูลอัตราค่าระวางเรือ ณ สัปดาห์ที่ 2 ของปี 2567 จากสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย พบว่า ค่าระวางเรือในเดือนมกราคม 2567 เพิ่มขึ้น จากเดือนธันวาคม 2566 ทั้งในเส้นทางไทย-Jebel Ali (สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์) เส้นทางไทย-ยุโรป (Main Port) เส้นทางไทย-สหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันตก และเส้นทางไทย-สหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันออก โดยเฉพาะเส้นทาง ไทย-ยุโรป ที่ค่าระวางเรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 252 สำหรับตู้คอนเทนเนอร์ 20 ฟุต และร้อยละ 196 สำหรับ ตู้คอนเทนเนอร์ 40 ฟุต มาอยู่ที่ 3,200 – 4,500 ดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ผู้ส่งออกสินค้ายังเผชิญกับค่าใช้จ่าย ส่วนเพิ่มอื่น ๆ อาทิ ค่าธรรมเนียมการหยุดชะงักของระบบขนส่ง ค่าบริการเพิ่มเติมในช่วงหนาแน่น และ ค่าธรรมเนียมผูกฉิ่ง เป็นต้น

หากพิจารณาในแง่ของผลกระทบต่อส่งออกสินค้าของไทยตามเส้นทางที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบ

- **การส่งออกไปยุโรป** การส่งออกไปยุโรปจากไทยใช้เส้นทางผ่านทะเลแดงและคลองสุเอซเกือบ ทั้งหมด โดยการส่งออกไปสหภาพยุโรปและสหราชอาณาจักร คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 8 ของการส่งออก ทั้งหมดของไทย สินค้าส่งออกสำคัญที่อาจได้รับผลกระทบจากปัญหาการขนส่ง อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ เครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องปรับอากาศ โถงแปรรูป และผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี

- **การส่งออกไปตะวันออกกลาง** เส้นทางทะเลแดงและคลองสุเอซเป็นเส้นทางทางการค้าจากไทย ไปยังประเทศในตะวันออกกลาง ได้แก่ จอร์แดน และอิสราเอล คิดเป็นสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 10 ของ การค้าไทยกับตะวันออกกลาง โดยสินค้าส่งออกสำคัญ อาทิ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อาหารทะเล กระป๋องและแปรรูป ส่วนประเทศอื่นที่เหลือร้อยละ 90 จะขนส่งผ่านทางท่าเรือของสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ เพื่อกระจายสินค้าต่อไปยังประเทศในตะวันออกกลางอื่น ๆ ดังนั้นภาพรวมการส่งออกไปตะวันออกกลางน่าจะ ไม่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้มากนัก

- **การส่งออกไปแอฟริกาตอนเหนือ** เส้นทางทะเลแดง-คลองสุเอซ เป็นช่องทางการส่งออกหลักไป อียิปต์ซึ่งเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับ 1 ของไทยในภูมิภาคแอฟริกาตอนเหนือ (สัดส่วนร้อยละ 0.2 ของการส่งออก สินค้าทั้งหมดของไทย) โดยมีสินค้าส่งออกสำคัญ อาทิ เคมีภัณฑ์ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ชิ้นส่วน ยานยนต์ และผลิตภัณฑ์เหล็ก

- **การส่งออกไปสหรัฐอเมริกา** การหยุดชะงักของการขนส่งสินค้าผ่านทะเลแดงยังส่งผลกระทบ ทางอ้อมต่อการค้าของเอเชียและสหรัฐฯ เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาเรือขนส่งบางลำได้เปลี่ยนเส้นทางเดินเรือ อ้อมมาจากคลองปานามาไปยังคลองสุเอซ เพื่อหลีกเลี่ยงระดับน้ำที่ต่ำของคลองปานามา ซึ่งเป็นข้อจำกัด

ในการเดินเรือ และเมื่อเกิดสถานการณ์ที่ไม่ปลอดภัยในทะเลแดงอาจต้องเปลี่ยนเส้นทางเดินเรืออีกครั้ง ไปเป็นการเดินเรือผ่านแหลมกู๊ดโฮป

ขณะที่การปิดช่องแคบฮอร์มุซที่เป็นเส้นทางขนส่งน้ำมันที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีการขนส่งน้ำมันวันละ 21 ล้านบาร์เรล หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ของปริมาณการขนส่งน้ำมันทั่วโลกในแต่ละวัน²⁷ อีกทั้งยังเป็นช่องทางเดินเรือส่งออกสินค้าสำคัญของประเทศที่ส่งออกน้ำมันและก๊าซธรรมชาติเกือบทั้งหมดในตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ธนาคารโลก (World Bank)²⁸ เคยประเมินไว้ว่า หากสงครามอิสราเอลกับฮามาส ลุกกลามนำไปสู่ความขัดแย้งขนาดใหญ่ของชาติในตะวันออกกลางเทียบเท่ากับเมื่อครั้งที่เกิดเหตุการณ์คว่ำบาตรน้ำมันของชาติอาหรับในโลกตะวันตกเมื่อปี ค.ศ. 1973 หรือสงครามยมคิปปูร์ (Yom Kippur) จะทำให้อุปทานน้ำมันทั่วโลกลดลง 6-8 ล้านบาร์เรลต่อวัน ส่งผลให้ราคาน้ำมันโลกอยู่ในช่วง 140 - 157 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล สูงเป็นประวัติการณ์

สำหรับผลกระทบต่อไทย การปิดช่องแคบฮอร์มุซส่งผลกระทบต่อไทยที่พึ่งพาการนำเข้าน้ำมันดิบจากตะวันออกกลาง โดยในปี 2566 ไทยนำเข้าพลังงาน (น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ และน้ำมันสำเร็จรูป) จากกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง สัดส่วนประมาณร้อยละ 50 ของการนำเข้าสินค้ากลุ่มดังกล่าวทั้งหมดของไทย โดยนำเข้าจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และกาตาร์ เป็นหลัก ดังนั้น หากช่องแคบฮอร์มุซถูกปิด อุปทานน้ำมันดิบกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศจะประสบปัญหาการขนส่ง เกิดภาวะขาดแคลนน้ำมันดิบ ราคาน้ำมันพุ่งสูง กระทบการผลิตภาคอุตสาหกรรมและภาคการขนส่ง อันจะนำไปสู่ภาวะเงินเฟ้อและปัญหาค่าครองชีพ ขณะที่ด้านการส่งออก ช่องแคบฮอร์มุซก็เป็นช่องทางสำคัญในการกระจายสินค้าไทยเข้าสู่ประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลางเช่นกัน โดยส่วนใหญ่สินค้าไทยจะขนส่งผ่านทางช่องแคบฮอร์มุซเพื่อเข้าสู่ท่าเรือในเมือง Jebel Ali ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

3) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและดิจิทัล

เทคโนโลยี สร้างผลกระทบต่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต การดำเนินธุรกิจ และเกิดนวัตกรรมต่าง ๆ ขึ้น เพื่อให้ให้นานาประเทศสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไปได้ ภายใต้สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และความกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและโครงสร้างประชากร โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้การปรับเปลี่ยนทางเทคโนโลยีในภาคส่วนต่าง ๆ เร่งตัวขึ้นอย่างชัดเจน โดยข้อมูลจากรายงานเทคโนโลยีและนวัตกรรมประจำปี 2566 ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) รายงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมของโลก โดยแบ่งกลุ่มเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้เป็น 3 กลุ่ม 17 ประเภท ดังนี้

เทคโนโลยี และ นวัตกรรม เกี่ยวกับอุตสาหกรรม 4.0	เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	เทคโนโลยีและนวัตกรรมอื่น ๆ
Artificial Intelligence	Solar PV	Nanotechnology
Internet of things	Concentrated solar power	Gene editing
Big data	Biofuels	
Blockchain	Biogas and biomass	

²⁷ <https://www.eia.gov/todayinenergy/detail.php?id=61002>

²⁸ <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2023/10/26/commodity-markets-outlook-october-2023-press-release>

เทคโนโลยีและนวัตกรรมเกี่ยวกับอุตสาหกรรม 4.0	เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	เทคโนโลยีและนวัตกรรมอื่น ๆ
5G	Wind technology	
3D printing	Green hydrogen	
Robotics	Electric vehicles	
Drone technology		

ที่มา: Technology and Innovation Report 2023, United Nations.

เทคโนโลยีและนวัตกรรมข้างต้นสร้างงานให้กับประชาชนจำนวนมาก โดยมีทักษะที่เป็นที่ต้องการในตลาดแรงงาน อาทิ โปรแกรมเมอร์ด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล วิศวกรสาขาต่าง ๆ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่คาดว่าจะสร้างงานได้จำนวนมากในอนาคต คือ 5G (22 ล้านตำแหน่งงานภายในปี 2578) 3D Printing (3-5 ล้านตำแหน่งงานภายในปี 2576) Wind Energy (3.3 ล้านตำแหน่งงานภายในปี 2568) Green Hydrogen (2 ล้านตำแหน่งงานภายในปี 2573-2593) และ Electric Vehicles (2 ล้านตำแหน่งงานภายในปี 2578) ทั้งนี้ การขยายตัวด้านการค้าเป็นช่องทางหลักของการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากประเทศผู้คิดค้นไปยังประเทศผู้ใช้งาน นอกจากนี้ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมจะช่วยสนับสนุนให้การพัฒนาสู่ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เทคโนโลยี AI และ Robotics

เทคโนโลยี AI ถูกนำมาใช้กับการค้าและผู้ประกอบการธุรกิจมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้กระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานจากการขายสินค้าจากออฟไลน์เป็นออนไลน์ ต่อมาจึงพัฒนาและต่อยอดมาประยุกต์ใช้กับการบริหารธุรกิจอย่างกว้างขวาง สถาบัน McKinsey ได้ศึกษาการนำเทคโนโลยี AI มาใช้บริหารงานของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเทคโนโลยี AI มาใช้เพื่อปรับปรุงด้านการขาย (Sales) และการตลาด (Marketing) มากที่สุด เนื่องจากเทคโนโลยี AI สามารถช่วยวิเคราะห์และวางแผนการตลาด การโฆษณา และสามารถเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจได้ เช่น AI ช่วยวิเคราะห์และตัดสินใจวิธีการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงวิเคราะห์ผลลัพธ์เพื่อปรับปรุงให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการ AI ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าและบริการที่ทันสมัย ออกแบบหน้าเว็บไซต์ที่สวยงาม AI ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการค้นหา หรือการทำ Search Engine Optimization ซึ่งเป็นการช่วยให้เว็บไซต์ของธุรกิจได้รับความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย AI ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า อาทิ เทคโนโลยี Chatbot

เทคโนโลยีที่จะมีผลต่อการค้าไทย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มีเป้าหมายเพื่อ เร่งรัดผลักดันการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจภาคการผลิตเพื่อเข้าสู่การขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจโดยนวัตกรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เน้นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการเชิงคุณภาพ ผ่านการต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่ไทยมีศักยภาพ (First S-curve) และสร้างอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-curve) ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีในการยกระดับผลิตภาพในภาพรวมให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงได้รวดเร็วขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลในการปรับเปลี่ยนไปสู่อุตสาหกรรม

และบริการแห่งอนาคตที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง โดยการเร่งพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของภาคการผลิต รวมถึงเร่งยกระดับคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าและบริการหลักของไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่มูลค่าโลก จากการวิเคราะห์เทคโนโลยีที่สำคัญของโลกและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ รวมถึงอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายของประเทศ พบว่า เทคโนโลยีที่จะมีผลต่อการค้าสินค้าและบริการของไทย มี 4 กลุ่ม ดังนี้

1. เทคโนโลยีเกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ การเชื่อมต่ออุปกรณ์เข้ากับอินเทอร์เน็ต (IoT) และฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)

การพัฒนาด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และดิจิทัล ประกอบกับปัจจัยภายนอก อาทิ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นตัวเร่งให้เกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกิจและชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการสินค้า เช่น สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ มากยิ่งขึ้น เกิดการเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ เข้ากับอินเทอร์เน็ต (Internet of Things) ตลอดจนภาคธุรกิจใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) ในการพัฒนาสินค้า การให้บริการ และการทำการตลาดให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสมัยใหม่

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมแห่งอนาคตตามการผลักดันของภาครัฐ เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน โดยในปี 2564 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะประมาณ 1.05 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด โดยมีสินค้าส่งออกหลัก 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ส่วนประกอบและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 2) วงจรรวม 3) ไคโอด ทรานซิสเตอร์ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ 4) เครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์ และ 5) เครื่องอุปกรณ์สำหรับป้องกันวงจรไฟฟ้า และตลาดหลักในการส่งออก 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) สหรัฐอเมริกา 2) ฮองกง 3) จีน 4) ญี่ปุ่น และ 5) มาเลเซีย ซึ่งหากต้องการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน ไทยจำเป็นต้องเพิ่มสัดส่วนการส่งออกของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะให้มากขึ้น²⁹

จากข้อมูลของ Trade Map โดย International Trade Centre พบว่า การส่งออกสินค้าสำคัญในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย โดยเฉพาะวงจรรวมสำหรับผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ มีมูลค่าการส่งออกสูงและมีอัตราการเติบโตอย่างคงที่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามการส่งออกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ลดลงในปี 2563 ซึ่งเป็นช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งในปี 2564 จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของไทยมีอัตราการฟื้นตัวกลับมาอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัลและการผลักดันจากภาครัฐ

อย่างไรก็ตาม สินค้าส่งออกของไทยยังคงเป็นสินค้าที่ใช้วัตรกรรมระดับต่ำ มีมูลค่าต่อชิ้นน้อย โดยในปี 2563 ไทยมีมูลค่าการลงทุนด้านการวิจัยพัฒนาของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะประมาณ 1.7 หมื่นล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.64 ของ GDP ภาคอุตสาหกรรม³⁰ ซึ่งถือว่าน้อย เมื่อเทียบกับการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมโดยรวม จึงมีความจำเป็นต้องเพิ่มสัดส่วนการวิจัยพัฒนาในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะมากขึ้น เพื่อสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการกลุ่ม Start up ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

²⁹ ที่มา แผนนโยบายและแผน ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (E&E Intelligence Unit: EIU) สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (EEI)

³⁰ ที่มา แผนนโยบายและแผน ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (E&E Intelligence Unit: EIU) สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (EEI)

สำหรับทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะในอนาคต คาดว่า อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะจะมีบทบาทสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมการผลิต ภาคการเกษตร และภาคบริการ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในอนาคตมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างการผลิตแบบเดิมที่พึ่งพาแรงงานเข้มข้นไปสู่การผลิตที่เน้นเทคโนโลยีและนวัตกรรม และสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีสูงและมีมูลค่าเพิ่มสูงให้เกิดขึ้นในประเทศ มุ่งสู่การผลิตสินค้าซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดในอนาคต (เช่น ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ยานยนต์ไร้คนขับ หุ่นยนต์ ดิจิทัล ชิ้นส่วนอากาศยาน) ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะของโลกปี 2565-2569 จะมีมูลค่าสูงประมาณ 80 ล้านล้านบาท

นอกจากอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะจะเป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนาและเติบโตได้ด้วยตนเองแล้ว ยังถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สนับสนุนให้ภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ พัฒนาและเติบโตด้วย อาทิ ภาคเกษตรกรรม และธุรกิจบริการโลจิสติกส์ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

(1) การเกษตรดิจิทัล

"เกษตรอัจฉริยะ" หรือ "สมาร์ทฟาร์ม" เป็นการจัดการฟาร์มด้วยเซนเซอร์ โดยนำเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) มาใช้ในภาคการเกษตรมากขึ้น อาทิ ระบบควบคุมการเปิดปิดน้ำที่สามารถตั้งเวลาได้ การสั่งการและติดตามการเติบโตของพืชด้วยสมาร์ทโฟน รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการจัดเก็บ บันทึก ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและเพิ่มความแม่นยำในการทำการเกษตรมากขึ้น ผ่านการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปลูกพืชแต่ละชนิดมาใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ การเจริญเติบโต การป้องกันโรค การประเมินความเหมาะสมของพื้นที่เพาะปลูก โดยดำเนินการร่วมกับการพัฒนาเซนเซอร์และอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่

(2) เครื่องจักรกลเกษตร หุ่นยนต์ โดรนและระบบอัตโนมัติ

เกษตรกรในประเทศไทยมีอายุมากขึ้น จึงต้องการอุปกรณ์ทุ่นแรงมาช่วยสนับสนุนการทำงานเกษตร อย่างไรก็ตาม การใช้ "หุ่นยนต์" เดินช่วยงานในแปลงเกษตรของไทยอาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการปรับตัวในอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากใช้งบประมาณสูงและต้องมีการบริหารจัดการที่ดี รวมถึงหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรให้คุ้มค่ากับการลงทุน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน มีการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ควบคุมทางไกล หรือ "โดรน" มาใช้ทุ่นแรงเกษตรกรเพิ่มมากขึ้น เช่น การพ่นยา การพ่นปุ๋ย การหว่านเมล็ดพันธุ์พืช ซึ่งมีข้อดี ได้แก่ 1) ประหยัดต้นทุนการจ้างงาน 2) ลดอันตรายจากการรับสารเคมีเข้าสู่ร่างกาย และ 3) พ่นยา/ปุ๋ย ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ โดรนยังสามารถใช้ในการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลรายแปลงเพื่อช่วยในการทำงานของเกษตรกร ในการวางแผนการเพาะปลูกในอนาคตได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

(3) การจัดการฟาร์มรูปแบบใหม่

การจัดการฟาร์มรูปแบบใหม่ หมายถึง การปลูกพืชในระบบปิด (Plant Factory) โดยใช้แสงอาทิตย์เทียม ทำให้สามารถปลูกพืชในเมืองได้โดยไม่ต้องรอสภาพอากาศที่เหมาะสม และเป็นการปลูกพืชที่สะอาด ไม่ต้องใช้ยาฆ่าแมลง เนื่องจากเป็นพื้นที่ปิดที่สามารถควบคุมสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับพันธุ์พืชผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล อย่างไรก็ตาม การจัดการฟาร์มรูปแบบใหม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง และต้องเลือกพืชที่เป็นที่ต้องการของตลาดเพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด จึงจะสามารถแข่งขันด้านราคาในตลาดได้ ทำให้ยังไม่ได้

รับความนิยมในกลุ่มเกษตรกร หรือผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผู้ประกอบการรายใหญ่หรือผู้ประกอบการในต่างประเทศได้มีการนำระบบดังกล่าวเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการฟาร์มเพิ่มมากขึ้น เพื่อกระจายสินค้าที่เป็นมาตรฐานให้กับผู้บริโภคในตลาดโลก

(4) หุ่นยนต์ในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์

หุ่นยนต์ คือหนึ่งในสิ่งที่ถูกตั้งเป้าหมายการพัฒนาในอนาคต ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน หุ่นยนต์จะยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมได้โดยสมบูรณ์ และฟังก์ชันการทำงานยังไม่หลากหลาย แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า หุ่นยนต์สามารถทำงานที่ง่ายและไม่ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีส่วนช่วยในภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก เช่น ช่วยลดภาระของพนักงานในคลังสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในคลังสินค้าของธุรกิจ e-commerce และสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการใช้งานหุ่นยนต์ในกระบวนการผลิตอย่างแพร่หลาย

ทั้งนี้ เมื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากหุ่นยนต์มาใช้ร่วมกับฐานข้อมูลขนาดใหญ่ประกอบกับผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ที่ฉลาดมากขึ้น จะทำให้สามารถรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างธุรกิจได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ยังจะช่วยให้ธุรกิจบริการโลจิสติกส์สามารถสรุปผลจากอดีตและคาดการณ์สำหรับอนาคตได้ โดยปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยี “เทเลเมติกส์” ซึ่งเป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลพร้อมระบบประมวลผลภายในรถยนต์ โดยระบบดังกล่าวจะจัดเก็บข้อมูล เช่น ความเร็วรอบเครื่องยนต์ ความเร็วไมล์รถ ระดับน้ำมัน แรงดันยางรถ ผสมกับข้อมูลจำพวกประวัติการบำรุงรักษาและซ่อมแซมรถ มาวิเคราะห์เพื่อวางแผนบำรุงรักษาหรือซ่อมแซมได้อย่างถูกต้อง ทำให้ธุรกิจสามารถใช้งานรถขนส่งได้เต็มประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา

2. เทคโนโลยีเกี่ยวกับชีวภาพ

หมายถึง กระบวนการนำสิ่งมีชีวิตมาพัฒนาจากเดิม หรือสร้างผลิตภัณฑ์จากสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ทางชีวภาพ ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งอนาคตตามการผลักดันของรัฐ ดังนี้

(1) เทคโนโลยีชีวภาพทางการเกษตร

เป็นการใช้เทคโนโลยีพัฒนาพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตเพื่อประยุกต์ใช้ทางเกษตรกรรม เช่น การพัฒนาพันธุ์พืชใหม่ การเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อพืชในการผลิตต้นพืชในระยะเวลาสั้นแต่ได้ปริมาณมาก การผสมเทียม การย้ายฝากตัวอ่อน ซึ่งแนวทางการใช้เทคโนโลยีชีวภาพสมัยใหม่จะช่วยพัฒนากระบวนการทางการเกษตรให้มีประสิทธิภาพสูง รวมถึงแก้ไขปัญหาทางการเกษตรในด้านต่าง ๆ ได้ อาทิ การพัฒนาพันธุ์พืชทนโรค สารชีวภาพกำจัดโรคในพืช ปุ๋ยเพิ่มประสิทธิภาพในการเติบโตของพันธุ์พืช โดยส่วนใหญ่สตาร์ทอัพในกลุ่มนี้จะเป็นการต่อยอดจากผลงานวิจัยด้านการพัฒนาพันธุ์พืชที่มีระยะเวลาอย่างน้อย 4-5 ปี สำหรับเป็นองค์ความรู้ในการสร้างธุรกิจใหม่

(2) อุตสาหกรรมชีวเภสัชภัณฑ์ (Biopharmaceuticals)

เป็นการต่อยอดอุตสาหกรรมยาจากผู้ผลิตยาชื่อสามัญสู่ฐานการผลิตในอุตสาหกรรมชีวเภสัชภัณฑ์ ซึ่งเป็นการผลิตยาที่มีแนวโน้มเติบโตในอนาคต โดยคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดโลกสูงถึง 5.47 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 18.98 ล้านล้านบาท ในปี 2570 หรือเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.6 ต่อปี

3. เทคโนโลยีเกี่ยวกับเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม

หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ขับเคลื่อนและกระจายตัวอย่างรวดเร็วผ่านการขยายตัวของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เทคโนโลยีการเก็บข้อมูลขนาดใหญ่ และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีพื้นฐานการทำธุรกิจด้วยการเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการจับคู่ระหว่างความต้องการของผู้เสนอขายสินค้าและบริการ กับความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ แพลตฟอร์มจึงทำหน้าที่นายหน้าซื้อขายสินค้าและบริการที่รวดเร็วทันเวลา โดยผ่านกลไกช่องทางดิจิทัล โดยใช้แอปพลิเคชันของแพลตฟอร์มที่ให้บริการในโทรศัพท์มือถือ เศรษฐกิจแพลตฟอร์มจึงมีจุดเด่นในด้านอำนวยความสะดวกทางการค้า ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูล สามารถเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์และร้านค้า เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการ และมีความสะดวกในการซื้อ-ขายมากขึ้น

ธุรกิจที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัดจากเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม คือ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) จากผลสำรวจผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และ SMEs โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) พบว่า ในช่วงปี 2557 - 2563 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 13.21 ต่อปี จนมีมูลค่า 3.78 ล้านล้านบาท และคาดว่าในปี 2564 มูลค่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 4.01 ล้านล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 6.11 จากปี 2563

ธุรกิจอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้รับประโยชน์อย่างชัดเจนจากการพัฒนาเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม คือ **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว** ประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลหลากหลายรูปแบบมาประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางและสร้างความปลอดภัยด้านสาธารณสุขให้แก่นักท่องเที่ยว โดยในช่วงแรกเริ่มมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการอำนวยความสะดวก อาทิ การเดินทาง การจองที่พัก การค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดการปรับตัวของเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในยุคใหม่ ตลอดจนการทำ Digital Content ด้วยเทคโนโลยี เช่น Augmented Reality (AR) Virtual Reality (VR) เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หรือการประยุกต์ใช้ระบบ Contactless รูปแบบต่าง ๆ เช่น Payment, Check-in, Booking และ Track & Trace System เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อ จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดการสร้างประสบการณ์ทางเลือก (Alternative experiences) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบเสมือนจริง ผ่านแพลตฟอร์ม (เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน) ในสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น พิพิธภัณฑ์ แกลอรี คอนเสิร์ต เพื่อสร้างประสบการณ์ทางเลือกให้ผู้ชมได้ท่องเที่ยวจากที่บ้าน ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ โดยไม่จำเป็นต้องพิจารณาเรื่องค่าเดินทาง ความปลอดภัย สภาพอากาศ รวมไปถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีข้อจำกัดในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นผู้สูงอายุหรือผู้ป่วย รวมถึงคนที่ไม่มียานพาหนะจะท่องเที่ยวต่างประเทศได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์แบบใกล้เคียงได้เช่นกัน

4. เทคโนโลยีเกี่ยวกับพลังงานทางเลือก

ทั่วโลกให้ความสำคัญกับการจัดการกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเฉพาะในภาคพลังงานและขนส่งซึ่งเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกหลักของโลก โดยมีการพัฒนาพลังงานทางเลือกเป็นหนึ่งในหนทางสำคัญ

พลังงานทางเลือก หมายถึง พลังงานที่ได้จากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่ฟอสซิล (Fossil Fuel) อาทิ ถ่านหิน ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ หรือยูเรเนียม ซึ่งมีแต่ใช้แล้วจะหมดไป อีกทั้งเป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศโลก และนำไปสู่ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและสิ่งแวดล้อม ขณะที่

พลังงานทางเลือก เช่น พลังงานไฟฟ้า พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม ส่วนใหญ่เป็นพลังงานสะอาด ใช้แล้วไม่มีวันหมด และไม่ก่อให้เกิดมลพิษกับสิ่งแวดล้อม โดยประเทศไทยได้นำพลังงานทางเลือกมาพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ ดังนี้

(1) เทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า (รถ EV)

ภาครัฐ และภาคอุตสาหกรรมและทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้มีการขับเคลื่อนเพื่อเปลี่ยนแปลงการเป็นฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้ามาอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น การเก็บภาษีสรรพสามิต เดิมที่จะเป็นการคำนวณตามขนาดของเครื่องยนต์ แต่ปัจจุบันมีการคำนวณตามปริมาณการปล่อยไอเสียแทน เช่น รถยนต์สันดาปที่ใช้ น้ำมัน ภาษีจะอยู่ประมาณร้อยละ 25 – 30 แต่ถ้าเป็นรถยนต์ไฟฟ้า ภาษีจะอยู่ที่ร้อยละ 2 เท่านั้น

ประเทศไทยตั้งเป้าหมายที่จะเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก ในปี 2565 คณะรัฐมนตรีจึงได้อนุมัติมาตรการต่าง ๆ ทั้งมาตรการทางการเงินการคลังและมาตรการอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นการลงทุนและความต้องการรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย มาตรการทางการเงินคลัง อาทิ การอุดหนุนเงินสดสูงสุดถึง 150,000 บาทสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่ผลิตในประเทศ การยกเว้นภาษีนิติบุคคลสูงถึง 13 ปี สำหรับการตั้งโรงงานผลิตรถยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนในไทย การยกเว้นภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูปและชิ้นส่วนเทคโนโลยีสำคัญของยานยนต์ไฟฟ้าในระยะเริ่มต้น การลดอัตราภาษีสรรพสามิต การลดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจดทะเบียนรถ และการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีด้านการส่งออกผ่านกรอบข้อตกลงทางการค้า (FTA) ซึ่งทำให้การส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนจากไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนและเอเชียแปซิฟิกเสียภาษีเกือบร้อยละศูนย์

นอกจากนี้ ยังมีมาตรการส่งเสริมอื่น ๆ เช่น การเร่งขยายโครงข่ายสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า โดยมีเป้าหมายติดตั้งสถานีชาร์จให้ได้ 12,000 แห่งทั่วประเทศ ภายในปี 2573 ดังนั้น ภาครัฐจึงถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าไทยให้ก้าวสู่การเป็น “HUB ยานยนต์ไฟฟ้าแห่งภูมิภาคเอเชีย” ซึ่งคณะกรรมการยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ หรือ บอร์ด EV ได้ออกแนวทางการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า ตามนโยบาย 30@30 คือ การตั้งเป้าผลิตรถ ZEV (Zero Emission Vehicle) หรือรถยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 30 ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดในปี 2573 (หรือปี ค.ศ. 2030) นโยบาย 30@30 นี้ จึงถือเป็นอีกหนึ่งกลไกที่จะนำไทยเข้าสู่การเป็นสังคมคาร์บอนต่ำในอนาคต

(2) เทคโนโลยีพลังงานทางเลือกสำหรับการจัดส่งสินค้า

อุตสาหกรรมโลจิสติกส์เป็นอุตสาหกรรมที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นอย่างมาก โดย World Economic Forum รายงานว่า ในปี 2565 การขนส่งสินค้าปล่อยก๊าซเรือนกระจกคิดเป็นร้อยละ 5.5 ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก ทำให้การขนส่งสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังมีความจำเป็นมากขึ้น ซึ่งวิธีแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์อาจทำได้หลายวิธี อาทิ การใช้รถยนต์ไฟฟ้าจัดส่งสินค้าในช่วงสุดท้าย (Last mile delivery) การใช้ก๊าซ Bio-LNG เป็นเชื้อเพลิงรถบรรทุก และอื่น ๆ ตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการขนส่งและการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

Bio-LNG เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่มีศักยภาพซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญของการขนส่งสินค้าทางบกเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับแล้วในเส้นทางการขนส่งสินค้าหลัก ๆ ซึ่งบริษัทขนส่งขนาดใหญ่อย่าง DHL คาดการณ์ว่ากำลังการผลิต Bio-LNG จะมีมากกว่าความต้องการภายใน 3 ปีข้างหน้า และรถบรรทุกที่ใช้ Bio-LNG ได้ ก็สามารถใช้ LNG แบบดั้งเดิมได้ระหว่างรอ Bio-LNG พัฒนาจนเสร็จสิ้น จึงเป็นอีกแนวทางที่จะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้เช่นเดียวกัน และอีกทางเลือกหนึ่ง คือ

ก๊าซ CNG (Compressed Natural Gas) ซึ่งในปัจจุบันยังไม่ถูกผลิตออกมาในสภาพของก๊าซเหลว แต่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นส่วนประกอบเพียงร้อยละ 20 - 55 ของน้ำมันเบนซิน โดยปัจจุบัน ประเทศที่เป็นผู้นำด้านก๊าซ CNG ได้แก่ เยอรมนี อิตาลี และสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งในยุโรปมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับแล้ว นอกจากนี้ แนวโน้มในอนาคตจะให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลการปล่อยคาร์บอน ทำให้พลังงานสะอาดเป็นทางเลือกที่ดี อีกทั้งยังส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกหุ้นส่วนทางธุรกิจอีกด้วย

จากการพัฒนาในด้านนวัตกรรมข้างต้นทำให้เกิดผลกระทบต่อการค้า ดังนี้

1) เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น ผ่านการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการเพิ่มมูลค่าสินค้าและการบริการ อาทิ พันธุ์พืชทนโรค ผลิตภัณฑ์ชีวเภสัชภัณฑ์ การท่องเที่ยวรูปแบบเสมือนจริง และเชื้อเพลิงสะอาดทางเลือกใหม่

2) เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตทั้งเทคโนโลยีที่ช่วยลดต้นทุนในการผลิต และเทคโนโลยีที่ช่วยลดการสูญเสียในกระบวนการผลิตควบคู่ไปกับการใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้โดรนในภาคการเกษตร การจัดการฟาร์มรูปแบบใหม่ และการใช้หุ่นยนต์ในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์

3) เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันมากขึ้น อาทิ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้ให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ ผู้ให้บริการสถานีเชื้อเพลิงพลังงานทางเลือก และผู้ให้บริการให้คำปรึกษาในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในเชิงธุรกิจ

4) เกิดลูกค้านวัตกรรมใหม่ อาทิ นักท่องเที่ยวในเชิงการแพทย์ นักท่องเที่ยวเสมือนจริง

5) เกิดการจ้างงานมากขึ้น จากความต้องการแรงงานที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะ รวมถึงเกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทำให้องค์กรต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อยุคสมัย อย่างไรก็ตามแรงงานบางประเภทอาจถูกทดแทนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมโดยเฉพาะ หุ่นยนต์

6) เกิดการปรับตัวของภาครัฐเพื่อให้ส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่อย่างเป็นรูปธรรม และปรับเปลี่ยนนโยบายให้เหมาะสมผ่านกลไกการรับฟังเสียงของภาคเอกชน ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลภาครัฐที่โปร่งใสมากขึ้น เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็วอย่างเท่าเทียมกัน

แม้ว่าการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีผลดีต่อการค้า แต่ก็มีประเด็นที่ต้องเฝ้าระวังเช่นกัน อาทิ ภาครัฐ เอกชน และสังคมต้องมีความรู้ในด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) มากขึ้น โดยอาจอยู่ในรูปของกลยุทธ์ในการปกป้องข้อมูลและสินทรัพย์ดิจิทัลจากการแฮก การโจมตี รวมถึงเทคโนโลยีขั้นตอนและมาตรการรักษาความปลอดภัยอื่น ๆ สำหรับระบบอุปกรณ์และข้อมูลได้รับการออกแบบมาเพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลที่เก็บไว้ในสื่อทางกายภาพหรือสื่อออนไลน์ โดยไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้ อาจเกิดความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยี (Technological Divide) มากขึ้น จากการที่ประชาชนหรือธุรกิจบางกลุ่มยังไม่สามารถเข้าถึงหรือมีข้อจำกัดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น เงินทุน ความรู้ ความสามารถ และทักษะในการเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยี เป็นต้น

4.2 ภาพรวมของแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 – 2570

4.2.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์ เศรษฐกิจการค้าของประเทศได้รับการยกระดับให้มีความสามารถทางการแข่งขันสูง
วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- (2) เพื่อยกระดับภาคการส่งออกของไทยไปสู่การส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และเพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศจากการส่งออก
- (3) เพื่อยกระดับการค้าภาคการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น และยกระดับรายได้เกษตรกร
- (4) เพื่อต่อยอดการค้าของสินค้าอุตสาหกรรมเดิมให้สูงขึ้น และสนับสนุนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมใหม่ที่มีศักยภาพ
- (5) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการค้าภาคบริการ ทั้งบริการดั้งเดิมและบริการสมัยใหม่

เป้าหมาย ผู้ประกอบการไทยทุกระดับมีความสามารถในการแข่งขัน มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงปรับตัวและยกระดับให้เท่าทันกับเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่

4.2.2 แผนปฏิบัติการเรื่อง ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติฯ

4.2.2.1 แผนปฏิบัติการเรื่อง การพัฒนาการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เป้าหมาย

ผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีส่วนร่วมเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศตลอดจนมีส่วนร่วมในห่วงโซ่การผลิตโลกมากขึ้น

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. สัดส่วนมูลค่าส่งออกของ MSMEs ต่อมูลค่าส่งออกรวม อยู่ที่ร้อยละ 20 ภายในปี 2570
2. จำนวนผู้ส่งออกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 30,000 รายต่อปี ภายในปี 2570
3. ส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 ภายในปี 2570 โดยวัดจากสัดส่วนของรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคลต่อรายได้ของนิติบุคคลทั้งประเทศ
4. สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ภายในปี 2570
5. วิสาหกิจประเภทนิติบุคคลขนาดเล็กได้รับการยกระดับเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 10,000 ราย ภายในปี 2570

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ส่งเสริมการค้าภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

1.1 พัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้รับมาตรฐาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ รวมทั้งพัฒนาแบรนด์ การออกแบบสินค้า และสร้างการยอมรับในแบรนด์สินค้าให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าทางตลาดได้เพิ่มขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สถาบันวิจัยและพัฒนา อัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน)) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

1.2 ส่งเสริมให้เส้นทางท่องเที่ยว ทั้งเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลักและเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรอง เมืองนำเที่ยวเป็นช่องทางการเพิ่มรายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการ GI และผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหลายรายยังอาศัยการท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงเวลาการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเป็นอีกช่องทางในการเพิ่มรายได้ โดยส่งเสริมให้มีความร่วมมือของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ในการนำร้านค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปเปิดบูธขายของ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) กระทรวงมหาดไทย (กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

1.3 สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น ศูนย์การค้า ท่าอากาศยาน สถานีรถประจำทาง ร้านอาหาร Michelin ศูนย์การประชุม แหล่งท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวสายมู เพื่อส่งเสริมให้พื้นที่ของสถานที่ข้างต้นเป็นจุดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของพื้นที่ภาคนั้น ๆ ซึ่งสถานที่ข้างต้นเป็นแหล่งรวมของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวนมาก ทำให้มีโอกาสสร้างช่องทางการตลาดให้กับ SMEs ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือกับสายการบินทั้งของไทย และต่างประเทศในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพ เช่น สินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียน GI ประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม นำไปให้บริการบนเที่ยวบิน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงคมนาคม (กรมท่าอากาศยาน) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน)) กระทรวงมหาดไทย (กรมการพัฒนาชุมชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

1.4 ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าถึงการใช้ระบบการชำระเงินระหว่างประเทศ ด้วย Digital Payment หรือ Cashless Payment (เช่น QR Payment, Digital wallet) อย่างทั่วถึง ตลอดจนขยายความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการพัฒนาระบบการชำระเงินระหว่างประเทศข้างต้นให้กว้างขวาง เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงโอกาสทางการตลาดผ่านการจับจ่ายใช้สอยและ

การชำระเงินของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทย โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือแรงงานต่างชาติที่เข้ามาทำงานในไทย เนื่องจากมีต้นทุนการทำธุรกรรมทางการเงินที่ต่ำ และอำนวยความสะดวกด้านการชำระเงินให้แก่ชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้จ่ายใช้สอยร้านค้าในไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงการคลัง (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าภายใน)

1.5 กระตุ้นการบริโภคสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักในวงกว้าง อาทิ การจัดประกวดสินค้า การจัดแสดงสินค้า จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้า สนับสนุนการทำตลาดพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกด้วย Data-driven Personalized Marketing การใช้ Story telling Influencer Marketing และ social Marketing เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) กระทรวงมหาดไทย (กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น)

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 ส่งเสริมการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

2.1 พัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศและให้ได้รับมาตรฐานสากลหรือมาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนด รวมถึงมาตรฐานที่เกิดขึ้นจากกฎกติกาการค้าใหม่ ๆ ของโลก (เช่น มาตรฐานอันเนื่องมาจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม) ลดข้อจำกัดที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถส่งออกสินค้าและบริการ หรือสร้างโอกาสเข้าร่วมเป็นห่วงโซ่การผลิตในตลาดโลก โดยมีกลุ่มเป้าหมายทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นนิติบุคคล ผู้ประกอบการ GI ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีศักยภาพในการส่งออก

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)) กระทรวงมหาดไทย (กรมการพัฒนาชุมชน) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

2.2 ส่งเสริมการนำสินค้าและบริการของไทยจำหน่ายผ่านช่องทาง Modern trade และ E-Commerce ของต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและเพิ่มรายได้ สำหรับการส่งเสริมการนำสินค้าและบริการของไทยจำหน่ายผ่านช่องทาง Modern trade โดยพาผู้ประกอบการไปเสนอขายสินค้าและบริการกับผู้นำเข้า และผู้บริหารศูนย์การค้าในต่างประเทศ ร่วมมือกับเครือข่ายศูนย์การค้าของไทยในต่างประเทศ สำหรับส่งเสริมการนำสินค้าและบริการของไทยจำหน่ายผ่านช่องทาง E-Commerce โดยการจำหน่ายบนร้านค้าของกระทรวงพาณิชย์ที่ขึ้นทะเบียนร้านค้าไว้กับแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของต่างประเทศ และพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มได้โดยตรง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)

2.3 ส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ FTA และความร่วมมือกับเมืองสำคัญของประเทศคู่ค้า เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ โดยให้ความรู้ FTA การสะสมถิ่นกำเนิดสินค้า แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเก็บข้อมูลเพื่อติดตามและประเมินผลการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ FTA ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขณะที่การใช้ประโยชน์จาก MoU กับเมืองสำคัญของประเทศคู่ค้า เพื่อประโยชน์ในการสร้างความร่วมมือเครือข่าย และการเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีระหว่างกัน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าต่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด)

2.4 เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ มารวมศูนย์ไว้ในที่เดียวแบบ One Stop Service เสมือนเป็นห้องสมุดด้านการส่งออกให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและความรู้ ทั้งด้านการตลาด มาตรฐานและกฎระเบียบของประเทศคู่ค้า การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา แหล่งข้อมูลการหาแหล่งเงินทุน การรายงานสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกและนำเข้า พฤติกรรมผู้บริโภคและการซื้อสินค้าและบริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ฯลฯ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ กรมทรัพย์สินทางปัญญา สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน))

2.5 เพิ่มบทบาทงานด้านส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของหน่วยงานของรัฐในส่วนภูมิภาค เพื่อช่วยผลักดันเป้าหมายการเพิ่มจำนวนผู้ส่งออกในพื้นที่ส่วนภูมิภาค โดยเป็นที่ปรึกษาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถให้ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ มาตรฐานสินค้า การจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ การนำผู้ประกอบการธุรกิจออกสู่ตลาดต่างประเทศได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ)

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 พัฒนาความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

3.1 พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้มีโอกาสทำการค้าในทุกตลาดเป้าหมาย ทั้งการค้าระหว่างธุรกิจ (B2B) การค้าระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) และการค้าระหว่างธุรกิจและธุรกิจและผู้บริโภค (B2B2C) โดยออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละสาขา ทั้งความรู้และทักษะด้านการวางแผนและบริหารธุรกิจ กฎหมาย การบัญชี การตลาด การประชาสัมพันธ์ ทักษะภาษาต่างประเทศ การประกันการส่งออก credit term ฯลฯ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม กระทรวงการคลัง (ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย)

3.2 พัฒนาความสามารถในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ และรองรับการเปลี่ยนผ่านด้านดิจิทัล โดยสร้างความรู้และทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารธุรกิจ การตลาด และการผลิต ตลอดจนพัฒนาฝีมือแรงงานให้พร้อมต่อการใช้เครื่องมือ เทคโนโลยีที่ช่วยสร้างผลิตภาพให้แก่สินค้าและบริการขององค์กร โดยมีผลงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจที่สามารถประยุกต์ใช้นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารธุรกิจ ทำให้รายได้และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) กระทรวงแรงงาน (กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน))

3.3 พัฒนาศักยภาพด้านการผลิต การค้า และการบริการ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน โดยสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพการแข่งขัน รวมถึงรองรับต่อกฎกติกาการค้าโลกใหม่ เช่น เทคโนโลยีที่ช่วยเปลี่ยนผ่านกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีดิจิทัล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ/ITAP) กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน))

3.4 ผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เพื่อเข้าถึงสิทธิประโยชน์จากมาตรการของภาครัฐ และสถาบันการเงิน ตลอดจนช่วยยกระดับศักยภาพและโอกาสในการเติบโตให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากการเป็นนิติบุคคลจะผลักดันให้ผู้ประกอบการและกิจการต้องมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความน่าเชื่อถือ เช่น การจัดทำบัญชีและงบการเงินอย่างเป็นมาตรฐานเพื่อรายงานต่อ

หน่วยงานของรัฐ จะช่วยให้ธุรกิจรับรู้ผลการดำเนินงานที่แท้จริง เห็นปัญหาที่แท้จริงของกิจการ นำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด อีกทั้งยังช่วยให้การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินกระทำได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด) **สำนักนายกรัฐมนตรี** (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

3.5 สนับสนุนการเข้าถึงเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อ ยกระดับและขยายศักยภาพธุรกิจ โดยสนับสนุนให้สถาบันการเงินและหน่วยงานภาครัฐจัดสรรเงินทุนอย่างต่อเนื่อง อาทิ เงินทุนสำหรับปรับปรุงมาตรฐานการผลิต การทำการตลาด การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม และยกระดับเทคโนโลยีการผลิตของสินค้าและบริการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการคลัง (ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน))

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 พัฒนาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางการพัฒนา

4.1 พัฒนาระบบงานให้บริการของหน่วยงานของรัฐเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้การบริการที่รวดเร็ว โดยพัฒนาระบบงานให้เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ เข้าถึงได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งการขึ้นทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ การขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การขึ้นทะเบียนผู้ส่งออก การรับรองมาตรฐาน ฯลฯ และการใช้ระบบเทคโนโลยีช่วยให้การดำเนินงานรวดเร็วยิ่งขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมการค้าต่างประเทศ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กรมวิชาการเกษตร) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)

4.2 เชื่อมโยงระบบการบริการของภาครัฐ ทั้งการขออนุญาต การจดทะเบียน การขอสิทธิประโยชน์ การร้องเรียนอุทธรณ์ในการประกอบธุรกิจ ข้อมูลเชิงทางการค้า และการพัฒนาเครือข่าย ให้รวมศูนย์ไว้ที่เดียวและครบวงจร เพื่อลดระยะต้นทุนทางการเงินและเวลาให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าถึงระบบของหน่วยงานภาครัฐในหลายแพลตฟอร์ม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **สำนักนายกรัฐมนตรี** (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน)) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมการค้าต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์) กระทรวงมหาดไทย (กรมการพัฒนาชุมชน) กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร)

4.3 สนับสนุนการสร้างเครือข่าย และการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างกันของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศ เพื่อเพิ่มการเชื่อมโยงในห่วงโซ่การผลิตภายในประเทศให้เข้มแข็ง ลดการพึ่งพา การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ รวมทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากร ทูบ การวิจัยและพัฒนา และ ความรู้ระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ กรมการค้าภายใน) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)) สำนักงานรัฐมนตรี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

4.2.2.2 แผนปฏิบัติการเรื่อง การพัฒนาและยกระดับการส่งออกของไทย

เป้าหมาย

ภาคการส่งออกของประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. มูลค่าส่งออกภาพรวม มีมูลค่า 10 ล้านล้านบาท ภายในปี 2570
2. ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลก มีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.3 ภายในปี 2570
3. สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อมูลค่าส่งออกรวม ภายในปี 2570
4. สัดส่วนการค้ากับคู่ค้า FTA เพิ่มขึ้นไปอยู่สัดส่วนร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้ารวม ภายในปี 2570

หมายเหตุคำอธิบายตัวชี้วัด:

1. มูลค่าส่งออกภาพรวม ที่เผยแพร่โดยกระทรวงพาณิชย์
2. ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลก ใช้วัดบทบาทของการส่งออกไทยในตลาดโลก คำนวณจากมูลค่าส่งออกรวม หน่วย ดอลลาร์สหรัฐ หารกับ มูลค่าการส่งออกรวมของโลก โดยค่าตัวชี้วัดที่กำหนดมากกว่าส่วนแบ่งการส่งออกของไทยในตลาดโลก ที่ผ่านมาที่อยู่ในช่วงประมาณ ร้อยละ 1.0 – 1.2
3. สัดส่วนการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ใช้หลักการแบ่งกลุ่มสินค้า ตาม SITC rev.4 by technological categories ของ UN trade & development โดยนำมูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง หารด้วยมูลค่าการส่งออกรวม
4. สัดส่วนการค้ากับคู่ค้า FTA ใช้ข้อมูลจากรายงานการค้าไทยกับประเทศคู่ FTA ของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ยกระดับการส่งเสริมสินค้าส่งออกและธุรกิจบริการไทย และกระจายตลาดส่งออกของไทย

แนวทางการพัฒนา

1.1 ยกระดับการส่งออกที่มุ่งเป้าไปยังการผลักดันสินค้า/บริการที่มีความสำคัญต่อการเติบโตทางการค้าในอนาคต โดยพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal รวมถึงธุรกิจบริการของคนไทยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้า สินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ

- กลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า อาทิ สินค้าเกษตรแปรรูป เช่น สมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร เครื่องสำอาง สินค้าตามเทรนด์โลก เช่น สินค้าฮาลาล อาหารอนาคต อาหารสุขภาพ (Healthy Foods) ผลิตภัณฑ์อาหารจากเทคโนโลยีชีวภาพ (Food Biotechnology Products) และอาหารใหม่ (Novel Food) เช่น Plant-based meat เป็นต้น

- อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อาทิ สินค้ายานยนต์สมัยใหม่ (รถยนต์ไฟฟ้าและอะไหล่ยานยนต์) เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ สินค้าเทคโนโลยีที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ เครื่องจักรกลการเกษตร สินค้าที่สนับสนุนเศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) เป็นต้น

- สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองยุค Next Normal และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ อาทิ สินค้า Work from Home หรือ Work from Anywhere สินค้า BCG สินค้ากลุ่มผู้สูงอายุ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

- ธุรกิจบริการ อาทิ ร้านอาหารไทย Thai SELECT บริการด้านสปา ค่าส่งค่าปลีก อุตสาหกรรมดิจิทัล ธุรกิจสื่อบันเทิง-เกม (Digital Content) ธุรกิจการศึกษา เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน)

1.2 รักษาตลาดเดิม และกระจายสัดส่วนตลาดส่งออกไปยังตลาดที่มีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงในอนาคต มุ่งเน้นรักษาตลาดเดิม พร้อมทั้งส่งเสริมการค้าการลงทุนชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการขยายการส่งออกภายใต้กลยุทธ์ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม ส่งเสริมการเปิดตลาด แสวงหาช่องทางตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะตลาดเกิดใหม่ อาทิ เอเชียใต้ ลาตินอเมริกา แอฟริกา ตะวันออกกลาง รัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน)

1.3 ปรับการส่งเสริมการค้าในตลาดศักยภาพจากนโยบายการส่งเสริมแบบองค์รวม เป็นนโยบายการส่งเสริมแบบรายเมือง/มณฑล/รัฐ (City Focus) โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกาและจีน เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสินค้าและบริการของไทยให้กระจายไปในหลายพื้นที่ของประเทศคู่ค้า โดยต่อยอดกลไกการจัดทำบันทึกความตกลง (MOU) ระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับเมืองต่าง ๆ ของต่างประเทศ ในการขยายพันธมิตรและเครือข่ายทางการค้า แสวงหาคู่ค้าและขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ ตลอดจนเสริมสร้าง

ความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นกับผู้นำเข้า อีกทั้งให้มีการศึกษาและดำเนินนโยบายด้านการตลาดลงลึกในระดับเมือง/มณฑล/รัฐ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ

1.4 พัฒนาสินค้า Product Champion ในระดับจังหวัด/ท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทย โดยการเจาะลึกสินค้าส่งออกในระดับจังหวัด พัฒนา ยกระดับมาตรฐาน และเพิ่มมูลค่าสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนหรือจังหวัด สินค้าที่สะท้อนความเป็น Soft Power ของไทย ให้ออกสู่สายตาชาวต่างชาติ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาหน่วยย่อยในระดับจังหวัดและท้องถิ่น ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายในประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดในสินค้าส่งออกที่คนไทยเป็นผู้ผลิต และยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และนำรายได้จากต่างประเทศกลับเข้าสู่คนไทย ทั้งการส่งออกสินค้าโดยตรง และรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในไทย ที่เชื่อมโยงมาจากสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติเช่นกัน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน))

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 ขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ

แนวทางการพัฒนา

2.1 เจรจาความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้า กับประเทศคู่ค้าในหลายภูมิภาค ขยายการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้า (FTA) และความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ บูรณาการความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้ากับนานาชาติ ทั้งในระดับทวิภาคี อนุภูมิภาค ภูมิภาค และพหุภาคี รวมถึงการส่งเสริมการค้าชายแดน/ผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนปรับปรุงกรอบความร่วมมือให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อเพิ่มโอกาส ลดอุปสรรคทางการค้า และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า ส่งเสริมและผลักดันการใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้า ที่มีอยู่ โดยการอำนวยความสะดวกในการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าให้ผู้ประกอบการ รวมถึงให้ความรู้และสร้างความตระหนักถึงผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ

2.3 ส่งเสริมการใช้กรอบความร่วมมือกับต่างประเทศให้เกิดประโยชน์ต่อการยกระดับภาคการส่งออก และการรักษาความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ โดยเสริมสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งองค์กรภาครัฐและมีไม่ภาครัฐในทุกกระดับ เพื่อดึงดูดการลงทุนร่วมทุนในอุตสาหกรรมที่เป็น

เทคโนโลยีขั้นสูง หรืออุตสาหกรรมที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับกระแสโลก ปัจจุบันและอนาคต เช่น กระแสด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล และอิเล็กทรอนิกส์ กระแสด้านสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน ใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก เพื่อรักษาความมั่นคง และควมมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ เช่น เสถียรภาพด้านพลังงาน เสถียรภาพด้านอาหาร เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานนายกรัฐมนตรี

(สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมาตรฐานสินค้า

แนวทางการพัฒนา

3.1 พัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าในประเทศสู่มาตรฐานระหว่างประเทศ สร้างความร่วมมือกับต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติ เพื่อจัดทำและปรับปรุงข้อกำหนดของไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงพลังงาน กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม

3.2 ยกย่องคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเพื่อการส่งออก มุ่งส่งเสริมการผลิตสินค้าและการรับรองมาตรฐานสินค้าตลอดห่วงโซ่การผลิต ทั้งมาตรฐานภายในประเทศ ในประเทศคู่ค้า และมาตรฐานด้านการค้าระหว่างประเทศที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3.3 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่การผลิต สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และผลักดันไปสู่การใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

3.4 ส่งเสริมการสร้างสรรคและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า โดยส่งเสริมการสร้างแตกต่างด้วยทรัพย์สินทางปัญญา อัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ สนับสนุนและเร่งรัดการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนการส่งเสริมผู้ประกอบการให้นำทรัพย์สินทางปัญญาไปต่อยอดใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 คຸ່ມครองผู้ประกอบการภายในประเทศ สร้างความเข้มแข็งและความเป็นธรรมทางการค้า

แนวทางการพัฒนา

4.1 ปรับปรุง แก้ไข และบังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการทางการค้า ให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจยุคใหม่ ของผู้ประกอบการในประเทศ ให้สามารถแข่งขันได้อย่างเป็นธรรม ท่ามกลางบริบทของเศรษฐกิจการค้าสมัยใหม่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

4.2 พัฒนากลไกปกป้อง คຸ່มครอง และรักษาผลประโยชน์ทางการค้า ยกกระตบการบังคับใช้ กฎระเบียบ กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ กำกับดูแลพฤติกรรมทางการค้าและติดตามสถานการณ์และสถานการณ์การแข่งขันของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เอื้อต่อการแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างชาติและเกิดความเป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม

4.3 ยกกระตบการอำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคทางการค้า พัฒนาระบบการให้บริการประชาชน ผู้ประกอบการ และภาคธุรกิจ และการอำนวยความสะดวกทางการค้าอย่างครบวงจร โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเพื่อรองรับการค้าสมัยใหม่ที่สุดคล้องกับมาตรฐานสากล ตลอดจนการเชื่อมโยงระบบบริการและข้อมูลสำคัญระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ณ จุดเดียว (One Stop Service)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงพลังงาน กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม

4.4 สร้างและส่งเสริมระบบนิเวศและปัจจัยสนับสนุนที่เหมาะสมต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ ส่งเสริมผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจยุคใหม่เพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน โดยการพัฒนาทักษะ เสริมสร้างองค์ความรู้และสนับสนุนข้อมูลที่เป็นแก่ผู้ประกอบการและแรงงานตลอดห่วงโซ่ การเพิ่มการเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมทั้งสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศหรือขยายช่องทางการค้า โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากการผ่านแพลตฟอร์มการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของภาครัฐในการวิเคราะห์ตลาด ความต้องการสินค้าของประเทศคู่ค้า และวางแผนการผลิต

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน))

4.2.2.3 แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

เป้าหมาย

ภาคการเกษตรไทยมีมูลค่าสูงขึ้น และรายได้เกษตรกร/ผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาเกษตรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 4.5 ต่อปี (สอดคล้องตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (3) ประเด็น การเกษตร (พ.ศ. 2561 – 2580)
2. อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.0 ต่อปี (อัตราการขยายตัว (CAGR) 10 ปี (พ.ศ. 2557 – 2566) ร้อยละ 2.5 ต่อปี)
3. มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรไปยังตลาดเป้าหมาย ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.0 ต่อปี (อัตราการขยายตัว (CAGR) 10 ปี (พ.ศ. 2557 – 2566) ร้อยละ 4.1 ต่อปี)

หมายเหตุคำอธิบายตัวชี้วัด:

1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคเกษตร ตามข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งจัดทำโดยกองบัญชีประชาชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ตารางที่ 1)
2. มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร ตามการจัดกลุ่มสินค้าของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (ตารางที่ 2)
3. ตลาดเป้าหมาย หมายถึง ประเทศเป้าหมาย 10 ประเทศสำคัญที่รัฐบาลไทยจะดำเนินการด้านการทูตเศรษฐกิจเชิงรุก หรือดำเนินการทั้งในด้านการเมือง การค้า และการลงทุน รวมทั้ง เป็นประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าและมีความต้องการสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ตลาดหลัก ที่ต้องรักษาไว้ คือ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น เยอรมนี และฝรั่งเศส (2) ตลาดศักยภาพ คือ อินเดีย สหรัฐฯ อาหรับเอมิเรตส์ เกาหลีใต้ และ (3) ตลาดศักยภาพรอง คือ ซาอุดีอาระเบีย และแอฟริกาใต้ (ตารางที่ 3 – 5)

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 การส่งเสริมการจัดการปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตรและโครงสร้างพื้นฐาน

แนวทางการพัฒนา

1.1 ลดต้นทุนปัจจัยการผลิต ผลักดันความร่วมมือระหว่างประเทศให้เกิดประโยชน์ต่อการนำเข้าปัจจัยการผลิต อาทิ ปุ๋ยเคมี เมล็ดพันธุ์ สารเคมีทางการเกษตร และวัตถุดิบอาหารสัตว์ รวมทั้งเครื่องจักรกลทางการเกษตร ที่มีราคาถูกลง กระจายแหล่งนำเข้าเพื่อลดการพึ่งพาแหล่งนำเข้าเพียงแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ขณะเดียวกัน ภาครัฐควรมีนโยบายสร้างปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ให้ประเทศไทยสามารถพึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น พัฒนาอุตสาหกรรมปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยชีวภาพ (Bio food และ Bio fertilizer) ตลอดจนลดอุปสรรคและมีนโยบายที่ยืดหยุ่นต่อการนำเข้าปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร รวมทั้ง อำนวยความสะดวกในการจัดหาแหล่งจำหน่ายปัจจัยการผลิตให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อให้ประเทศไทยมีวัตถุดิบที่เพียงพอและมีต้นทุนที่แข่งขันได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม

1.2 ส่งเสริมธุรกิจบริการด้านการเกษตรตลอดห่วงโซ่ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน อีกทั้งเป็นการส่งเสริมโมเดลธุรกิจใหม่ สำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ อาทิ บริการให้เช่าเครื่องจักร บริการออกแบบติดตั้งระบบเกษตรอัจฉริยะ บริการจัดการศัตรูพืช บริการเก็บเกี่ยว ผลผลิต และบริการข้อมูลเฉพาะทางเพื่อใช้วางแผนการเกษตร รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ตามที่กฎหมายกำหนด เป็นไปตามมาตรฐานสากล สามารถเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

1.3 ผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวม กระจายสินค้าเกษตรอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตร ตลาดกลาง ห้องเย็น ห้องแช่แข็ง ไซโล อย่างทั่วถึงและมี ประสิทธิภาพ ทั้งในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และภูมิภาค เพื่อเป็นสถานที่จัดเก็บและกระจายสินค้าที่มี ความเหมาะสมสำหรับการดูแลรักษาคุณภาพของสินค้าเกษตร รวมถึงการจัดทำระบบควบคุมคลังสินค้า ตลอดจนยกระดับสถาบันเกษตรกรไทยที่เข้มแข็งให้เป็นผู้ประกอบการโลจิสติกส์เกษตร ให้สามารถทำธุรกิจ รวบรวมผลผลิต เคลื่อนย้าย ให้บริการแปรรูปผลผลิต จัดเก็บ กระจายสินค้าได้รวดเร็ว มีมาตรฐาน และขยาย ช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน องค์การคลังสินค้า) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

1.4 ส่งเสริมการลงทุนภาคเกษตรในระดับท้องถิ่น โดยผู้มีสิทธิได้รับการส่งเสริมการลงทุน เช่น บริษัท วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ หรือมูลนิธิ และกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เช่น ปุ๋ยชีวภาพ การ ผลิตเชื้อเพลิงจากผลผลิตการเกษตร กิจการคัดคุณภาพและบรรจุ กิจการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม กิจการผลิต สารสกัด กิจการห้องเย็นและการขนส่งห้องเย็น เป็นต้น รวมทั้ง ส่งเสริมการลงทุนภาคเกษตรจากต่างประเทศ ดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการในภาคเกษตร ทั้งนี้ ในปี 2566 โครงการต่างชาติดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประเภทการเกษตร และแปรรูปอาหาร จำนวน 96 โครงการ มูลค่า 34,703 ล้านบาท และโครงการต่างชาติดึงดูดการลงทุนใน การส่งเสริมการลงทุน ประเภทการเกษตรและแปรรูปอาหาร จำนวน 87 โครงการ มูลค่า 30,312 ล้านบาท

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน)

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 การส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาทักษะผู้ประกอบการสินค้าเกษตร

แนวทางการพัฒนา

2.1 พัฒนาความรู้และทักษะของเกษตรกร มีการให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้ม (Trends) ด้านการค้า ตลาดสินค้าเกษตร พฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีทางการเกษตร เพื่อให้เกษตรกร และผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน อาทิ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agriculture Practices: GAP) หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต

(Good Manufacturing Practices: GMP) ส่งเสริมการทำตลาดออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ สร้างหลักสูตร SME ให้เกษตรกรได้เรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการ และส่งเสริมให้เกษตรกรมีการจัดตั้งนิติบุคคล เพิ่มขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

2.2 พัฒนาความรู้และทักษะของผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตร การให้ความรู้และฝึกอบรม การทำรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ระบบธุรกิจการเกษตรตั้งแต่ธุรกิจปัจจัยการผลิต ธุรกิจบริการทางการเกษตร ธุรกิจการผลิตสินค้าเกษตร ธุรกิจการแปรรูปสินค้าเกษตรและธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร รวมทั้งการสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจการเกษตร ความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน วิถีตลาดสินค้าเกษตร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจการเกษตร แนวคิดและความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ ประเภทของผู้ประกอบการในธุรกิจการเกษตร กลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการ การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การส่งเสริมการตลาดสินค้า และการปรับตัวทางธุรกิจการเกษตรต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงลักษณะการประกอบการธุรกิจการเกษตรในประเทศไทยและต่างประเทศ และการมีธรรมาภิบาลและจริยธรรมในการประกอบการธุรกิจการเกษตร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

2.3 ส่งเสริมการรวมกลุ่ม เพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตร สร้างความเข้มแข็ง อำนาจต่อรองทางการค้า และความน่าเชื่อถือในตลาด รวมทั้ง ช่วยลดต้นทุนโดยวางแผนการผลิตและการใช้ปัจจัยการผลิตร่วมกัน อาทิ กลุ่มสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบของห้างหุ้นส่วนจำกัด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2.4 ส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากข้อมูลด้านการค้าสินค้าเกษตรของภาครัฐ อาทิ สถานการณ์ราคา การส่งออกและการนำเข้าสินค้าเกษตร เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ ทั้งการวางแผนบริหารจัดการด้านการผลิตและการตลาด การติดตามสถานการณ์ด้านต่าง ๆ และมาตรการต่าง ๆ เช่น มาตรการ CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) และ EUDR (European Union Deforestation Regulation) ซึ่งเป็นมาตรการทางการค้าที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพืชเศรษฐกิจสำคัญ เช่น ยางพารา กาแฟ โกโก้ ถั่วเหลือง ปาล์มน้ำมัน โค และไม้ มาตรการ RSPO ของปาล์มน้ำมัน และการทำ Carbon Footprint ของสินค้าพืชเกษตรสำคัญ เพื่อแสวงหาโอกาสทางการค้าและเตรียมความพร้อมรับมือกับความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยประชาสัมพันธ์การเข้าถึงข้อมูลและการใช้งานอย่างทั่วถึง รวมถึงมีช่องทางให้คำปรึกษาแก่เกษตรกร และผู้ประกอบการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการค้าสินค้าเกษตรมูลค่าสูง

แนวทางการพัฒนา

3.1 ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรแปรรูปและเกษตรมูลค่าสูง ส่งเสริมและผลักดันการค้าสินค้าเกษตรแปรรูปและสินค้าเกษตรมูลค่าสูง เช่น สินค้าอาหารแห่งอนาคต สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ อาหารฮาลาล สินค้าสมุนไพร ตลอดจนสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและยกระดับรายได้เกษตรกรและผู้ประกอบธุรกิจการเกษตร รวมถึงสนับสนุนการวางจำหน่ายในตลาดพรีเมียม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข

3.2 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ด้านการค้าสินค้าเกษตร ผ่านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเชื่อมั่น และการยอมรับของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยรวมทั้งการจัดและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3.3 ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของไทย เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับคุณภาพ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์แผนไทย (เช่น สมุนไพร) อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (เช่น พีชโปรตีนสูง) และอุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (เช่น อ้อย ปาล์ม น้ำมัน ข้าวโพด และมันสำปะหลัง) ซึ่งจะช่วยยกระดับรายได้เกษตรกรและผู้ประกอบธุรกิจการเกษตร ผลผลิตสินค้าเกษตรสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมต่อเนื่องของไทย ลดการขาดดุลการค้าที่ต้องนำเข้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ ช่วยสร้างรายได้และพัฒนาภาคเกษตรไทย และทำให้การพัฒนาประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3.4 ส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตรให้มีสินค้าและคู่ค้าที่หลากหลาย ปัจจุบันไทยพึ่งพาการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตรเพียงไม่กี่รายการ จึงควรผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรที่มีศักยภาพใหม่ ๆ ที่ตลาดโลกมีความต้องการ เช่น เครื่องเทศและสมุนไพร กาแฟ โกโก้ กล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ เนื้อไก่ กุ้ง ทุ่นากระป๋อง อาหารสัตว์เลี้ยง และไอศกรีม เป็นต้น สำหรับตลาดส่งออกของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตรของไทยกระจุกตัวในกลุ่มประเทศเดิม เช่น ปี 2566 การส่งออกสินค้าเกษตรกรรมไป จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา สามประเทศรวมกัน มีสัดส่วนเกือบร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของไทย สำหรับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร มีการกระจายตลาดส่งออกมากกว่าสินค้าเกษตรกรรม แต่ทั้งนี้ สหรัฐฯ จีน และญี่ปุ่น ยังคงเป็นคู่ค้าสำคัญสูงสุดสามอันดับแรกของไทย ดังนั้น ควรกระจายตลาดส่งออกไปยังตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ภูมิภาคตะวันออกกลาง เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ)

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 การส่งเสริมระบบตลาดสินค้าเกษตร

แนวทางการพัฒนา

4.1 รักษาเสถียรภาพสินค้าเกษตร บริหารจัดการปริมาณและราคาสินค้าเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการพัฒนาระบบด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น โดยภาคการผลิตมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าเพื่อกำหนดปริมาณผลผลิตและกำหนดการออกสู่ตลาดของสินค้าเพื่อรักษาเสถียรภาพของราคาไม่ให้สินค้าเกษตรล้นตลาด/ขาดตลาด รักษาระดับราคาสินค้าเกษตรไม่ตกต่ำหรือสูงเกินไป หรือราคา มีความผันผวน อาทิ การจัดหาแหล่งกระจายสินค้า การชะลอการจำหน่ายสินค้าเกษตรในช่วงที่ราคาตกต่ำ หรือผันผวน การออกมาตรการช่วยเหลือผู้รับซื้อ และมีการบริหารจัดการข้อมูลให้เป็นระบบ เพื่อวางแผนบริหารจัดการสินค้าเกษตรอย่างเหมาะสม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4.2 ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม ส่งเสริมระบบเกษตรพันธสัญญา การทำตลาดข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร ภายใต้สัญญาที่เป็นธรรม โดยเป็นการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีข้อตกลงไว้ล่วงหน้า ระหว่างเกษตรกรกับผู้รับซื้อผลผลิตทางการเกษตร อาทิ โรงงานแปรรูปหรือตัวแทนผู้รับซื้อในท้องถิ่น ต่าง ๆ ซึ่งมีการทำสัญญาข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรและระบุเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดของสินค้า เช่น แหล่งผลิต ปริมาณ ราคา และช่วงเวลาที่จะส่งมอบ ซึ่งทำให้เกษตรกรมีหลักประกันว่ามีรายได้แน่นอน และช่วยลดความเสี่ยงให้กับเกษตรกร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4.3 พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบธุรกิจการเกษตร มีช่องทางการตลาดสำหรับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเพิ่มขึ้น และให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ด้วยตนเอง ทั้งช่องทางดั้งเดิมและช่องทางอีคอมเมิร์ซ โดยเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้ค้า การอบรมให้ความรู้ด้านการจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ตลอดจนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางการตลาดต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักและสามารถเชื่อถือยอมรับได้สำหรับผู้บริโภค การส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ ผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการส่งเสริมการส่งออกสินค้าผ่านการค้าชายแดน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย

4.4 ยกระดับตลาดสินค้าเกษตรที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) (เช่น สินค้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำ สินค้าส่งเสริมความยั่งยืนสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน) โดยเพิ่มและขยายช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรยั่งยืน สร้างการตลาดสินค้าเกษตรยั่งยืนในท้องถิ่น และค้าปลีกสมัยใหม่ สนับสนุนให้จัดซื้อสินค้าเกษตรยั่งยืนจากกลุ่มเกษตรกรหลายกลุ่มเพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง รวมถึง

นำระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค และส่งเสริม/สนับสนุนให้มีการวิจัยเกี่ยวกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพืชเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างการแข่งขันในตลาดโลก

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงอุตสาหกรรม

ประเด็นการพัฒนาที่ 5 การอำนวยความสะดวกทางการค้า

แนวทางการพัฒนา

5.1 สนับสนุนการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์การค้าสินค้าเกษตร ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การค้าสินค้าเกษตรทั้งระบบ เพื่อกระจายสินค้าเกษตรไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ลดระยะเวลาในการขนส่งสินค้า ยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าเกษตร ลดต้นทุน และลดปัญหาอุปสรรคด้านการค้าในทุกมิติ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน กรมการค้าต่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงคมนาคม กระทรวงการคลัง

5.2 แก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้าสินค้าเกษตร ทั้งการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตร ผ่านการเจรจาการค้าและการเสริมสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่เกี่ยวข้อง และมีการทบทวนข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) เพื่อให้มีประสิทธิภาพและเป็นปัจจุบันมากขึ้น มีการอัปเดตข้อมูล สถานการณ์ต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรับทราบอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการปรับปรุงและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

5.3 ยกระดับการให้บริการประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าเกษตร ประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้เกี่ยวกับการค้าสินค้าเกษตร อาทิ การใช้ประโยชน์จากข้อตกลง FTA การขออนุมัติอนุญาต ให้ความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ รวมทั้งพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการค้าของภาครัฐเพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4.2.2.4 แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าสินค้าอุตสาหกรรม

เป้าหมาย

การค้าของสินค้าอุตสาหกรรมเดิมได้รับการต่อยอดและพัฒนาให้มีความก้าวหน้า และการค้าสินค้าอุตสาหกรรมใหม่ที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนาและสนับสนุนเป็นแหล่งรายได้ของประเทศ

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจากภาคอุตสาหกรรม เฉลี่ยร้อยละ 4
2. ผลิตภาพรวม (Total Factor Productivity: TFP) ภาคอุตสาหกรรมเติบโต เฉลี่ยร้อยละ 2
3. มูลค่าการส่งออกของภาคอุตสาหกรรมขยายตัว เฉลี่ยร้อยละ 3

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ยกระดับสินค้าอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 1.1 มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าอุตสาหกรรมเดิม

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 1.2 ส่งเสริมการเติบโตสินค้าอุตสาหกรรมใหม่

แนวทางการพัฒนา

1) สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากห่วงโซ่อุปทานเดิมที่ไทยมีศักยภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมพัฒนาให้มีการปรับตัว โดยวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานในแต่ละอุตสาหกรรม ควบคู่ไปกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปของโลก ซึ่งจะเป็นการปกป้องและสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เป็นของผู้ประกอบการไทยให้สามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุตสาหกรรมใหม่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

2) แสวงหาแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายจากทั้งในและต่างประเทศ พร้อมส่งเสริมการผลิตและการใช้วัตถุดิบในประเทศ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมกับห่วงโซ่การผลิตโลกหรือจับคู่ประเทศอื่น (Partnership) ซึ่งจะช่วยให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถแสวงหาวัตถุดิบ ทรัพยากรและเทคโนโลยี ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทำให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าอุตสาหกรรมเดิม และส่งเสริมการเติบโตสินค้าอุตสาหกรรมใหม่ อย่างไรก็ตาม การใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศมากเกินไปอาจมีความเสี่ยงและส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในของไทย จึงต้องหาแหล่งวัตถุดิบในประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ เพิ่มความยืดหยุ่นในกระบวนการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม) กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

3) พัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมให้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมไทยให้มีมาตรฐานตรงตามตลาดเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของตลาดและนำไปพัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมให้ตรงตามเป้าหมาย พร้อมทั้งให้มีมาตรฐานตามที่คู่ค้าต้องการ อาทิ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ด้านการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และมาตรฐานที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าระหว่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

4) สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมไทย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและขยายมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด พร้อมทั้งการชูจุดเด่นของไทยในมิติต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

5) รักษาฐานตลาดเดิม และเสริมตลาด/ประเทศใหม่ที่มีศักยภาพ อาทิ ตลาดอาเซียน ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ เพื่อขยายการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย โดยวิเคราะห์ความต้องการตลาด และเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการได้รับทราบถึงข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงความต้องการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความได้เปรียบทางการค้า และเป็นการกระจายความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางการค้าที่เกิดขึ้นในโลก

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงการต่างประเทศ (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

6) เสริมสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ในการยกระดับเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอุตสาหกรรม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์) กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 พัฒนาระบบนิเวศ (ecosystem) ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการแข่งขัน

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 2.1 สนับสนุนความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 2.2 ลดทอนอุปสรรคทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ

แนวทางการพัฒนา

1) ส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ทั้งการรักษาและขยายมูลค่าการลงทุนของนักลงทุนเดิม รวมถึงดึงดูดมูลค่าการลงทุนของนักลงทุนใหม่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก)

2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการแข่งขันของอุตสาหกรรม และส่งเสริมให้เกิดระบบนิเวศสีเขียวภายในพื้นที่เขตอุตสาหกรรม รวมถึงสนับสนุนให้บริษัทดำเนินแนวทางการพัฒนาขององค์กรอย่างยั่งยืน (Environment Social และ Governance: ESG) 3 ด้านหลัก คือ สิ่งแวดล้อม สังคม การกำกับดูแล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก) กระทรวงคมนาคม (กรมเจ้าท่า กรมการขนส่งทางบก กรมท่าอากาศยาน กรมทางหลวง) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กรมควบคุมมลพิษ) กระทรวงมหาดไทย (กรมโยธาธิการและผังเมือง)

3) สร้างโอกาสและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งในมิติของการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การประกอบธุรกิจและพัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า อาทิ กำหนดเกณฑ์การให้สินเชื่อกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันในแต่ละ Cluster ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร กรมสรรพสามิต บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม) ธนาคารแห่งประเทศไทย

4) ขยายการเจรจาและส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงและความร่วมมือทางการค้า รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้ในมาตรการของประเทศคู่ค้าและกระบวนการในการขอใช้สิทธิให้กับผู้ประกอบการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม) กระทรวงการต่างประเทศ (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

5) ทบทวนข้อกฎหมายหรือกฎระเบียบ เพื่อลดข้อจำกัดทางด้านกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็นให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน กรมการค้าต่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร) กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) กระทรวงมหาดไทย (กรมโยธาธิการและผังเมือง) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา)

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 เร่งเสริมทักษะแรงงาน

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.1 สนับสนุนการสร้างแรงงานใหม่ (New skill)

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.2 ส่งเสริมทักษะแรงงานเดิม (Reskill & Upskill)

แนวทางการพัฒนา

1) ยกย่องทักษะ สมรรถนะ และศักยภาพของแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานสอดคล้องกับการพัฒนาความสามารถเฉพาะบุคคล (Individual Development Plan) และความต้องการของตลาด โดยเฉพาะทักษะในเทคโนโลยีขั้นสูงและการต่อยอดความรู้ในการสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ซึ่งนำไปสู่การยกระดับแรงงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างโอกาส เพิ่มผลิตภาพและสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ) กระทรวงแรงงาน (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมการจัดหางาน) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงศึกษาธิการ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

2) พัฒนาหลักสูตรและส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาเพื่อให้สามารถสร้างบุคลากรใหม่ที่มีศักยภาพและตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรมใหม่ให้เข้าสู่ตลาดแรงงานมากขึ้น รวมถึงการสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญตรงสายอาชีพ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม มุ่งเน้นส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรเรียนหลักสูตรพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในสายอาชีพเพิ่มขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) กระทรวงศึกษาธิการ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กรมส่งเสริมการเรียนรู้) กระทรวงแรงงาน (กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) กระทรวงอุตสาหกรรม หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

3) ส่งเสริมความร่วมมือด้านการพัฒนาแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ทั้งในระดับประเทศและองค์กร/บริษัทภายในประเทศ โดยให้มีการถ่ายทอดทักษะ เทคโนโลยี รวมถึงองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการและแรงงานไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ) กระทรวงแรงงาน (กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน) กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) กระทรวงการต่างประเทศ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน สภาองค์การนายจ้างแห่งประเทศไทย สภาองค์การนายจ้างธุรกิจไทย สภาองค์การนายจ้างผู้ประกอบการค้าและอุตสาหกรรมไทย

4) ดึงดูดแรงงานต่างชาติที่มีทักษะให้เข้ามาทำงานในไทยมากขึ้น เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างแรงงานไทยและต่างชาติ ทั้งนี้ จะต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์ให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงแรงงาน (กรมการจัดหางาน) สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก) กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ) กระทรวงอุตสาหกรรม

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 สร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลก

ประเด็นย่อยการพัฒนาที่ 4.1 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรม

ประเด็นย่อยการพัฒนาที่ 4.2 สร้างความสามารถในการปรับตัว

แนวทางการพัฒนา

1) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้พื้นฐานเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำไปสู่การยกระดับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ และสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมไปสู่การทำธุรกิจฐาน

นวัตกรรม และการผลิตผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีขั้นสูง รวมถึงมีการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรมและผู้วิจัยพัฒนา เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ต่อยอดงานวิจัยไปสู่เชิงพาณิชย์ เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์/วิธีการผลิตที่ตรงตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้ เพื่อให้ไทยสามารถ สร้างสรรค์สินค้าอุตสาหกรรมใหม่และขึ้นเป็นผู้บุกเบิก (pioneer) ในตลาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงาน การวิจัยแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย สำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ) กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า) หอการค้าไทยและสภาหอการค้า แห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

2) ส่งเสริมการพัฒนาและสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง อาทิ การสร้างหลักสูตรการค้าในรูปแบบใหม่ การค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กฎระเบียบการค้าโลก การพัฒนาทักษะด้านการตลาดและการประกอบการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม หอการค้าไทยและสภา หอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

3) พัฒนาและจัดการฐานข้อมูลภาคอุตสาหกรรมให้มีศูนย์กลางฐานข้อมูลแห่งชาติ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)) กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) สำนักงานสถิติแห่งชาติ) กระทรวงการคลัง หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน

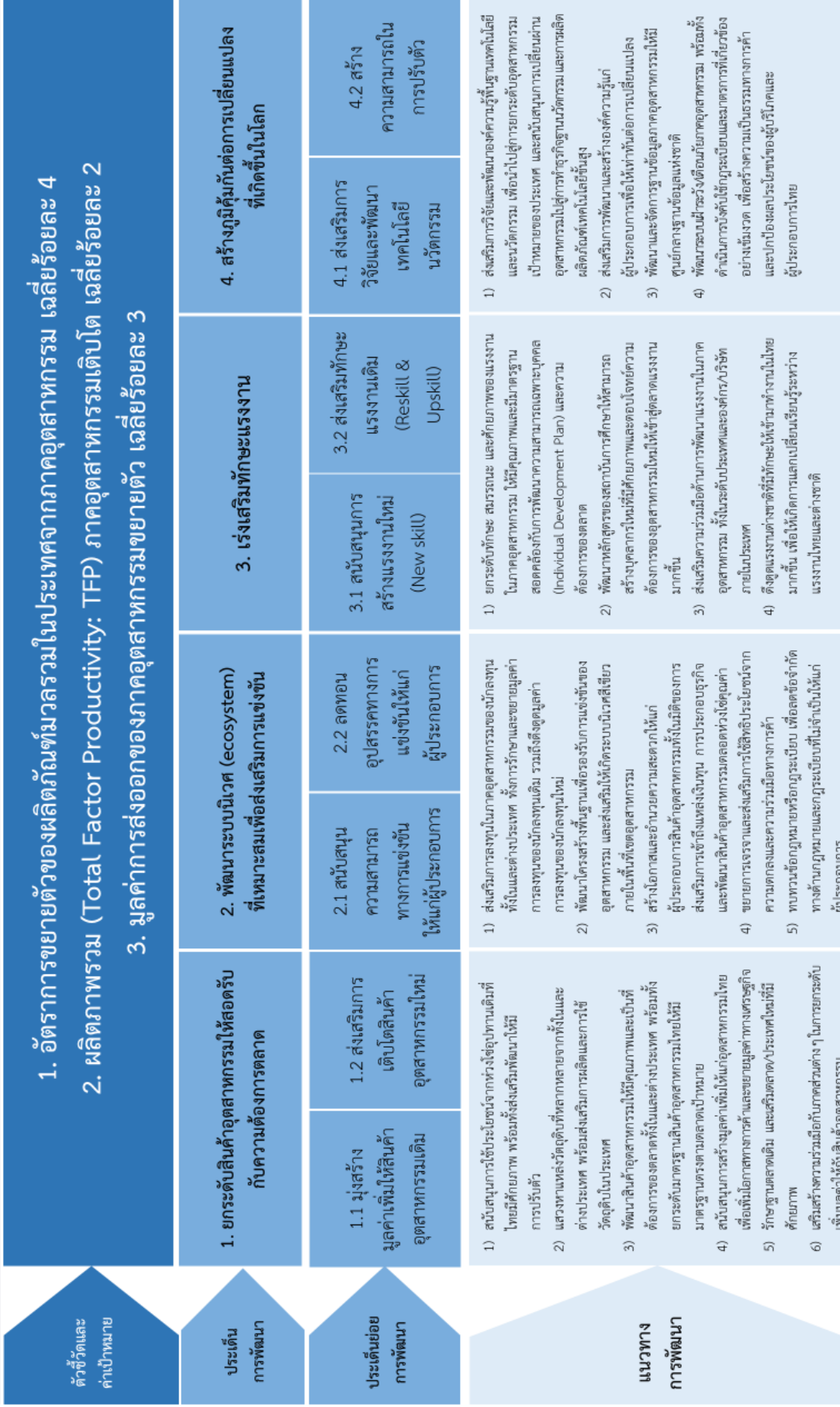
4) พัฒนาระบบเฝ้าระวัง/เตือนภัยภาคอุตสาหกรรม พร้อมทั้งดำเนินการบังคับใช้กฎระเบียบ และมาตรการที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มงวด เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้า และปกป้องผลประโยชน์ ของผู้บริโภคและผู้ประกอบการไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร) หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

แผนความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าสินค้าอุตสาหกรรม ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570

สาระสำคัญของ “แผนปฏิบัติการการค้าสินค้าอุตสาหกรรม ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568-2570”

แผนปฏิบัติการการค้าสินค้าอุตสาหกรรม ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568-2570



กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ กันยายน 2567

สาระสำคัญของ “แผนปฏิบัติการด้านอุตสาหกรรม ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568-2570”

แผนภาพความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568-2570

<p>ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>
<p>เป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ</p>	<p>ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน</p>	<p>ใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโต บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุลภายในขีดความสามารถของระบบนิเวศ</p>
<p>ประเด็นที่เกี่ยวข้องยุทธศาสตร์ชาติ</p>	<p>อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต</p>	<p>พัฒนาความมั่นคงน้ำ พลังงาน และเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>
<p>แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์</p>	<p>ประเด็น (02) การต่างประเทศ</p>	<p>ประเด็น (23) การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม</p>
<p>เป้าหมายระดับประเด็นการพัฒนา</p>	<p>การต่างประเทศ</p>	<p>ประเด็น (18) การเติบโตอย่างยั่งยืน</p>
<p>แผนแม่บทย่อย</p>	<p>ความร่วมมือเศรษฐกิจและ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนา ระหว่างประเทศ</p>	<p>สภาพแวดล้อมของประเทศไทยมีคุณภาพดีขึ้นอย่างยั่งยืน</p>
<p>เป้าหมายแผนแม่บทย่อย</p>	<p>ประเทศไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการค้าการลงทุน การบริการและความเชื่อมโยงที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีระดับการเติบโตสูง</p>	<p>มูลค่าการลงทุนวิจัยและพัฒนาบนนวัตกรรมคือผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพิ่มขึ้น</p>
<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 13</p>	<p>ประเทศไทย 3 ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก</p>	<p>การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ด้านเศรษฐกิจ</p>
<p>เป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ</p>	<p>1. การสร้างอุปสงค์ของรถยนต์ไฟฟ้าประเภทต่าง ๆ เพื่อการใช้ในประเทศและส่งออกไป 2. ผู้ประกอบการเดิมสามารถปรับตัวไปสู่การผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและมีการลงทุนเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญภายในประเทศ</p>	<p>ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ สร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นจากการวิจัยและ นวัตกรรมส่งผลให้เกิดการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน</p>
<p>แผนระดับ 3</p>	<p>ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ของกระทรวงอุตสาหกรรม</p>	<p>ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ สร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นจากการวิจัยและ นวัตกรรมส่งผลให้เกิดการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน</p>

นโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ กรกฎาคม 2567

4.2.2.5 แผนปฏิบัติการเรื่อง การค้าธุรกิจบริการ

เป้าหมาย

การค้าภาคบริการไทยเติบโต ทั้งภาคบริการดั้งเดิมและภาคบริการสมัยใหม่

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย

1. อัตราการขยายตัวของมูลค่าธุรกิจบริการเพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี
2. ดัชนีข้อจำกัดทางการค้าบริการ (Services Trade Restrictiveness Index: STRI) ของภาคบริการ มีคะแนนลดลงไม่น้อยกว่า 0.03 ภายในปี 2570
3. อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกธุรกิจบริการไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการ

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 1.1 โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมและดิจิทัลที่มีคุณภาพสูงรองรับการเติบโตธุรกิจบริการ

แนวทางการพัฒนา

1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมทั้งทางบก ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ เชื่อมโยงภายในประเทศ โดยพัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมขนส่งให้เชื่อมโยงพื้นที่ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ระหว่างจังหวัดและภูมิภาคต่างๆ ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ รวมทั้งพัฒนาหรือปรับปรุงเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานกับประเทศเพื่อนบ้าน รองรับบริการขนส่งหลายรูปแบบ และการขนส่งข้ามพรมแดน เพื่ออำนวยความสะดวก การเดินทางและการดำเนินธุรกิจแบบไร้รอยต่อและส่งเสริมการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงคมนาคม (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กรมเจ้าท่า กรมการขนส่งทางราง กรมท่าอากาศยาน การรถไฟแห่งประเทศไทย การท่าเรือแห่งประเทศไทย) กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร) กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าต่างประเทศ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2) ส่งเสริมการขนส่งในรูปแบบที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายต่ำ มีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจและลดการใช้เชื้อเพลิงน้ำมัน อาทิ การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะและระบบขนส่งเสริม (feeder system) ด้วยเทคโนโลยีไฟฟ้า หรือพลังงานสะอาด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงคมนาคม (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กรมการขนส่งทางราง กรมการขนส่งทางบก กรมเจ้าท่า การท่าเรือแห่งประเทศไทย การรถไฟแห่งประเทศไทย) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม) กระทรวงพลังงาน

3) ส่งเสริมให้ภาคเอกชนสร้างคลังสินค้าตามเส้นทางการคมนาคม อาทิ สร้างถังพักไซโล ห้องเย็น เก็บผลผลิต เพื่อเป็นการคงคุณภาพของสินค้าให้ยาวนานขึ้น และเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการขนส่งโลจิสติกส์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน องค์การคลังสินค้า) กระทรวงคมนาคม (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กรมการขนส่งทางราง)

4) ส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมและดิจิทัลของผู้ประกอบการให้มากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจบริการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ ปรับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล และสามารถพัฒนายกระดับธุรกิจบริการได้มากขึ้น อาทิ การส่งเสริมการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันของไทยเพื่อเป็นแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบริการไทยให้เข้าถึงตลาดทั้งแบบผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการ (B2B) และผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (B2C) และอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคเข้าถึงผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานมากขึ้น เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์ม/แอปพลิเคชัน จองโรงแรม นวดสปา ร้านอาหาร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์) กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเด็นการพัฒนಾಯ่อยที่ 1.2 การพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมและการเข้าถึงแหล่งทุนที่เพียงพอ เพื่อการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและดำเนินธุรกิจบริการ

แนวทางการพัฒนา

1) สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านธุรกิจบริการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการภาคบริการสามารถบูรณาการองค์ความรู้ นำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยรัฐอาจสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยส่งเสริมในด้านธุรกิจบริการ อาทิ ดิจิทัลซัพพลายเชน ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน คลาวด์ และปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Big Data รวมถึงการส่งเสริมให้ภาคเอกชนดำเนินธุรกิจด้านการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กรมวิทยาศาสตร์บริการ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)

2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อการวิจัยพัฒนานวัตกรรมและดำเนินธุรกิจบริการ ตลอดจนประเมินและควบคุมความเสี่ยงในการให้เงินทุนโดยเฉพาะธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) มากขึ้น โดยอาจต้องใช้กลไกเงินงบประมาณจากภาครัฐและธนาคารเอกชน รวมถึงการพิจารณาร่วมลงทุนของแหล่งทุนภาคธุรกิจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) สภาคณบดีแห่งประเทศไทย

3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่และรายย่อยเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในการนำเทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจบริการ เพื่อพัฒนายกระดับธุรกิจบริการเดิมและสนับสนุนธุรกิจบริการเกิดใหม่ให้มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

(องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) **กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม** (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล)

4) ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจบริการที่ต่างชาติดีมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมควบคู่กับการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี และการหาพันธมิตรร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการมูลค่าสูงของไทย โดยคำนึงถึงอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ไทยต้องการส่งเสริม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **สำนักนายกรัฐมนตรี** (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) **กระทรวงพาณิชย์** (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) **กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม** **กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน))

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 1.3 การพัฒนาสีเขียวเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างยั่งยืน **แนวทางการพัฒนา**

1) ปรับเปลี่ยนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคสีเขียว และระบบโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อปกป้องผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ มลพิษ และภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ อาทิ น้ำท่วม ฝุ่นควัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจบริการ โดยเฉพาะ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การพัฒนาออกแบบอาคาร ระบบโครงสร้างพื้นฐาน และจุดเชื่อมต่อทางคมนาคมที่คำนึงถึงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและการลงทุนที่คำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **กระทรวงพลังงาน** (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน) **กระทรวงมหาดไทย** (กรมโยธาธิการและผังเมือง) **กระทรวงคมนาคม** (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กรมการขนส่งทางราง กรมการขนส่งทางบก กรมเจ้าท่า การรถไฟแห่งประเทศไทย) **กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม)

2) ขับเคลื่อนการส่งเสริมธุรกิจบริการสีเขียว โดยผลักดันให้ผู้ประกอบการใช้แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการเกิดมลพิษและการทำลายสิ่งแวดล้อม โดยสร้างความตระหนักรู้ และจูงใจให้ผู้ประกอบการปรับการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการใช้สินค้าและบริการที่รักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **สำนักนายกรัฐมนตรี** (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) **กระทรวงอุตสาหกรรม** (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ) **กระทรวงพาณิชย์** (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) **หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย** **สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**

3) สนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจบริการเกิดใหม่จากการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาทิ ธุรกิจซื้อขายคาร์บอนเครดิต ธุรกิจการจัดการของเสีย การระดมทุนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจสีเขียว ธุรกิจการออกแบบภูมิทัศน์ก่อสร้างประหยัดพลังงาน สตาร์ทอัพด้านสิ่งแวดล้อม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** **กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)) **กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม** (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) **ธนาคารแห่งประเทศไทย** **สมาคมธนาคารไทย**

4) มาตรการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสีเขียว (Green Transition) โดยการส่งเสริมกลไกการเงินสีเขียว ในการจัดสรรเงินทุนสำหรับการเปลี่ยนผ่านสีเขียว ผ่านการออกพันธบัตรเพื่อความยั่งยืนและออกมาตรการสินเชื่อ เพื่อการปรับตัวของภาคธุรกิจ สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปรับตัวและ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: ธนาคารแห่งประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) สำนักงานกฤษฎมนตรี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) กระทรวงการคลัง

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนเพื่อส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจบริการ

ประเด็นพัฒนาย่อยที่ 2.1 นโยบาย/กฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินและพัฒนาธุรกิจบริการ อย่างเสรี โปร่งใส และเป็นธรรม

แนวทางการพัฒนา

1) ทบทวน/ปรับแก้ไขกฎระเบียบให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจบริการ โดยมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ให้ได้รับความสะดวก ลดขั้นตอน และลดภาระ ค่าใช้จ่ายและเอกสารต่าง ๆ ให้กับผู้ประกอบการ โดยอาจดำเนินการในรูปแบบศูนย์บริการร่วม/ศูนย์บริการ แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service: OSS)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) สำนักงานกฤษฎมนตรี (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า) กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการคลัง

2) ทบทวน/ปรับนโยบาย/กฎระเบียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการอย่าง เสรี โปร่งใส และเป็นธรรม สนับสนุนการดำเนินธุรกิจบริการที่ทันสมัยปัจจุบัน และสอดคล้องกับการค้า ในอนาคต รวมทั้งส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมทรัพย์สินทางปัญญา) สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3) มีมาตรการ/กฎระเบียบรองรับการควบคุมการดำเนินธุรกิจบริการจากต่างชาติให้ได้มาตรฐาน และมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มแข็งและเข้มข้น เช่น การขออนุญาตการประกอบธุรกิจ การเสียภาษี รวมทั้งมีการตรวจสอบและติดตามการดำเนินธุรกิจบริการจากต่างชาติเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) กระทรวงแรงงาน กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการคลัง สำนักงานกฤษฎมนตรี (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ)

ประเด็นพัฒนาย่อยที่ 2.2 การจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์และวางแผน

แนวทางการพัฒนา

1) จัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศภาคบริการให้ทันสมัยและสามารถเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูล ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ มีการจัดประเภทหมวดหมู่ข้อมูลและความถี่ในการปรับปรุงข้อมูล ให้สอดคล้องกันเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถนำไปวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ ประเมินโอกาสและความเสี่ยง

ประกอบการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ รวมถึงให้บริการข้อมูลแก่ภาคเอกชนและประชาชน เพื่อใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจ โดยควรมีหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการรวบรวมบูรณาการข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและออกแบบการเข้าถึงฐานข้อมูลสารสนเทศที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว เป็นมิตรกับผู้ใช้งาน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **สำนักนายกรัฐมนตรี** (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) **กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม** (สถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (องค์การมหาชน) สำนักงานสถิติแห่งชาติ) **กระทรวงพาณิชย์** (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า) **กระทรวงการคลัง** **กระทรวงแรงงาน**

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 การพัฒนาคนในการขับเคลื่อนภาคบริการแห่งอนาคต

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.1 ผู้ประกอบการภาคบริการสามารถยกระดับการดำเนินธุรกิจและการประกอบธุรกิจบริการมูลค่าสูงเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนา

1) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง และพัฒนาผู้ประกอบการภาคบริการให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจบริการในอนาคต โดยเฉพาะทักษะในด้านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การทำการตลาดทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งการคาดการณ์วางแผนการดำเนินธุรกิจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **กระทรวงพาณิชย์** (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) **กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม** (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) **กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)) **กระทรวงแรงงาน** **สำนักนายกรัฐมนตรี** (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน))

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 3.2 แรงงานในภาคบริการมีความพร้อมในการขับเคลื่อนภาคบริการแห่งอนาคต

แนวทางการพัฒนา

1) ยกระดับความพร้อมด้านการศึกษา และส่งเสริมการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะแรงงาน (Upskill) และการสร้างทักษะใหม่ที่จำเป็นต่อการทำงาน (Reskill) ทั้งแรงงานไร้ฝีมือ (Unskilled labor) แรงงานฝีมือ (Skilled labor) และแรงงานระดับสูงทางอาชีพ (Professional) โดยทักษะสำคัญที่แรงงานควรพัฒนา และตรงตามความต้องการของภาคธุรกิจ อาทิ ทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงทักษะเฉพาะของสาขาบริการต่างๆ เช่น ทักษะด้านกฎหมาย ทักษะด้านวิศวกรรม และการผลักดันให้แรงงานมีมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพเพื่อยกระดับมาตรฐานแรงงานและโอกาสในการเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีทักษะในประชาคมอาเซียนต่อไป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: **กระทรวงแรงงาน** (กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน) **กระทรวงศึกษาธิการ** **กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา** **กระทรวงสาธารณสุข** **กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** **สำนักนายกรัฐมนตรี** (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ)

2) อำนวยความสะดวกให้แรงงานต่างชาติไร้ฝีมือ (Unskilled labor) สามารถเข้ามาทำงานในไทยได้สะดวกขึ้น เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานไร้ฝีมือในภาคบริการของไทย โดยเพิ่มความยืดหยุ่นในด้านการอนุญาต การขึ้นทะเบียนแรงงาน ลดขั้นตอน และผ่อนปรนกฎระเบียบให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะรายเล็กในการนำแรงงานต่างชาติเข้าเมืองและทำงานอย่างถูกกฎหมาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงแรงงาน กระทรวงการต่างประเทศ

3) ดึงดูดให้แรงงานทักษะสูง (High skilled labor) ทั้งคนไทยและต่างชาติทำงานในไทย โดยอำนวยความสะดวกในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การจ้างงานและมาตรการทางภาษีที่จูงใจแก่แรงงานทักษะสูงคนไทย และวิชาที่มีเงื่อนไขยืดหยุ่นมากขึ้นเพื่อจูงใจให้แรงงานต่างชาติคุณภาพเข้ามาทำงานในไทย ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับธุรกิจบริการต่างๆ เช่น การท่องเที่ยว สุขภาพ และช่วยเพิ่มผลิตภาพ ยกย่องธุรกิจบริการให้มีมูลค่าสูง เกิดการถ่ายทอดทักษะที่จะสามารถส่งเสริมการเติบโตของภาคบริการไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงแรงงาน กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)

สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) กระทรวงการต่างประเทศ

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 การส่งออกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ

ประเด็นพัฒนาย่อยที่ 4.1 การค้าบริการระหว่างประเทศของไทยเติบโต

แนวทางการพัฒนา

1) ส่งเสริมการส่งออกภาคบริการของไทยที่มีศักยภาพและโดดเด่นเป็นที่ต้องการในตลาดโลกมากขึ้น เช่น บริการท่องเที่ยว บริการธุรกิจอื่นๆ บริการขนส่ง บริการทางการเงินประกันภัย ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจ Digital Content ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทยได้มากขึ้นด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา) กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงคมนาคม กระทรวงการคลัง

2) ส่งเสริมการส่งออกบริการโดยใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา และผลักดันการส่งออกบริการที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของไทย โดยผลักดันบริการทางวัฒนธรรมและขับเคลื่อน Soft Power อาทิ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ท่องเที่ยว ดนตรี ศิลปะ เทศกาล รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการส่งเสริมแฟชั่นไทยในต่างประเทศ โดยช่วยสนับสนุนประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริการไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา) กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

3) ผลักดันให้เกิดการส่งเสริมการค้าบริการ ผ่านการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้าหรือการสร้างความร่วมมือกับประเทศคู่ค้าในสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพ หรือสาขาบริการที่ไทยมีความต้องการ เพื่อพัฒนาต่อยอดให้กับไทย รวมทั้งการสานต่อความร่วมมือด้านการจ้างแรงงานระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และการเข้าร่วม

ประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลในเวทีระหว่างประเทศต่างๆ และการดำเนินการตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ
ที่ไทยเป็นภาคี เช่น องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) การประชุมการท่องเที่ยวอาเซียน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศ) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กรมการท่องเที่ยว) กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงแรงงาน

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4.2 การเพิ่มศักยภาพและผลิตภาพภาคบริการของไทยให้สูงขึ้น

แนวทางการพัฒนา

1) ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานและ/หรือคุณภาพของธุรกิจบริการให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค รวมทั้งผลักดันให้ผู้ประกอบการขอรับรองใช้มาตรฐานต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า
ให้กับธุรกิจ โดยอาจสร้างแรงจูงใจสนับสนุนเงินทุนให้ผู้ประกอบการในการตรวจรับรองมาตรฐาน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศ) กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการคลัง

2) ส่งเสริมการจัดงานแสดงธุรกิจบริการไทยในประเทศและต่างประเทศ การจับคู่ธุรกิจใหม่ ๆ
ด้านบริการ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและสร้างห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็ง รวมทั้งการนำผู้ประกอบการไทย
เข้าร่วมงานนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการในต่างประเทศและบुकตลาดศักยภาพ เพื่อขยายตลาด
และสร้างโอกาสความร่วมมือทางธุรกิจ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวง
สาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงคมนาคม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สมาคมธนาคารไทย คณะกรรมการร่วม
ภาคเอกชน 3 สถาบัน หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย

3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในธุรกิจบริการจดทะเบียนนิติบุคคลให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์
ในการเพิ่มความน่าเชื่อถือและพัฒนาการดำเนินธุรกิจและการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
เช่น การเข้าร่วมงานกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด งานแสดงธุรกิจ ช่องทางการประชาสัมพันธ์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ประเด็นการพัฒนาย่อยที่ 4.3 การบูรณาการความร่วมมือภายในประเทศ ระหว่างสาขา และ ระหว่างประเทศให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ

แนวทางการพัฒนา

1) ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือของภาคบริการ ระหว่างภาครัฐและเอกชน และระหว่าง
เอกชนกับเอกชน โดยผลักดันให้เกิดการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาคม
สมาพันธ์การค้าที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการ และเกิดความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ ที่จะร่วมกันพัฒนาภาคบริการ
ของไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงแรงงาน กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการคลัง

สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน) **หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย** **คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน**

2) ประสานความร่วมมือและดำเนินการร่วมกันระหว่างธุรกิจบริการและธุรกิจอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารกับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และธุรกิจบริการสุขภาพกับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวัฒนธรรม หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

แผนความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการการดำรงชีพบริการ ภายใต้แผนปฏิบัติการดำรงชีพแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี		ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	
เป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ	ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน	ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงยิ่งขึ้น	
ประเด็นที่เกี่ยวข้องยุทธศาสตร์ชาติ	อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต	โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก	พัฒนาเศรษฐกิจพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	ประเด็น (02) การต่างประเทศ	ประเด็น (07) โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล	ประเด็น (08) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
เป้าหมายระดับประเทศ	การค้าต่างประเทศที่มีโอกาส ทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มีมาตรฐานสากล และมีขีดภูมิคุ้มกันในระดับสากล	ความสามัคคีในกันและกัน ด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่ทันสมัย	ผู้ประกอบการมีทักษะขั้นสูง มีผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจทั้งมวลมากขึ้น
ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ	ความร่วมมือเศรษฐกิจและ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ	การเชื่อมโยงเชิงเศรษฐกิจ และสร้างสรรค และวิสาหกิจ	การสร้างโอกาสเข้าถึง บริการทางการเงิน
แผนแม่บทย่อย	การค้า การลงทุน การบริการ และความเชื่อมโยงที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย โดยระบบเศรษฐกิจที่เน้นนวัตกรรมที่ขึ้น	การเชื่อมโยงเชิงเศรษฐกิจ และสร้างสรรค และวิสาหกิจ	นุศุดการระดมทุนผ่านตลาดทุนของกิจการ ที่เริ่มต้นตั้งและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น
เป้าหมายแผนแม่บทย่อย	ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาค	การเชื่อมโยงเชิงเศรษฐกิจ และสร้างสรรค และวิสาหกิจ	นุศุดการระดมทุนผ่านตลาดทุนของกิจการ ที่เริ่มต้นตั้งและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น
แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 13	ยุทธศาสตร์ที่ 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค	ยุทธศาสตร์ที่ 5 ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค	ยุทธศาสตร์ที่ 7 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีขีดมากเพิ่มขึ้น
เป้าหมายและตัวชี้วัด	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ	เป้าหมาย: ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 13	ยุทธศาสตร์ที่ 5 ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค	ยุทธศาสตร์ที่ 8 ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค
เป้าหมายและตัวชี้วัด	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ
แผนระดับ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค	ยุทธศาสตร์ที่ 7 ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค	ยุทธศาสตร์ที่ 9 ไทยเป็นประตูสู่เศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค
เป้าหมายและตัวชี้วัด	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ	เป้าหมาย: ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน ตัวชี้วัด: 1. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ

**สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์**

**563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี**



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office