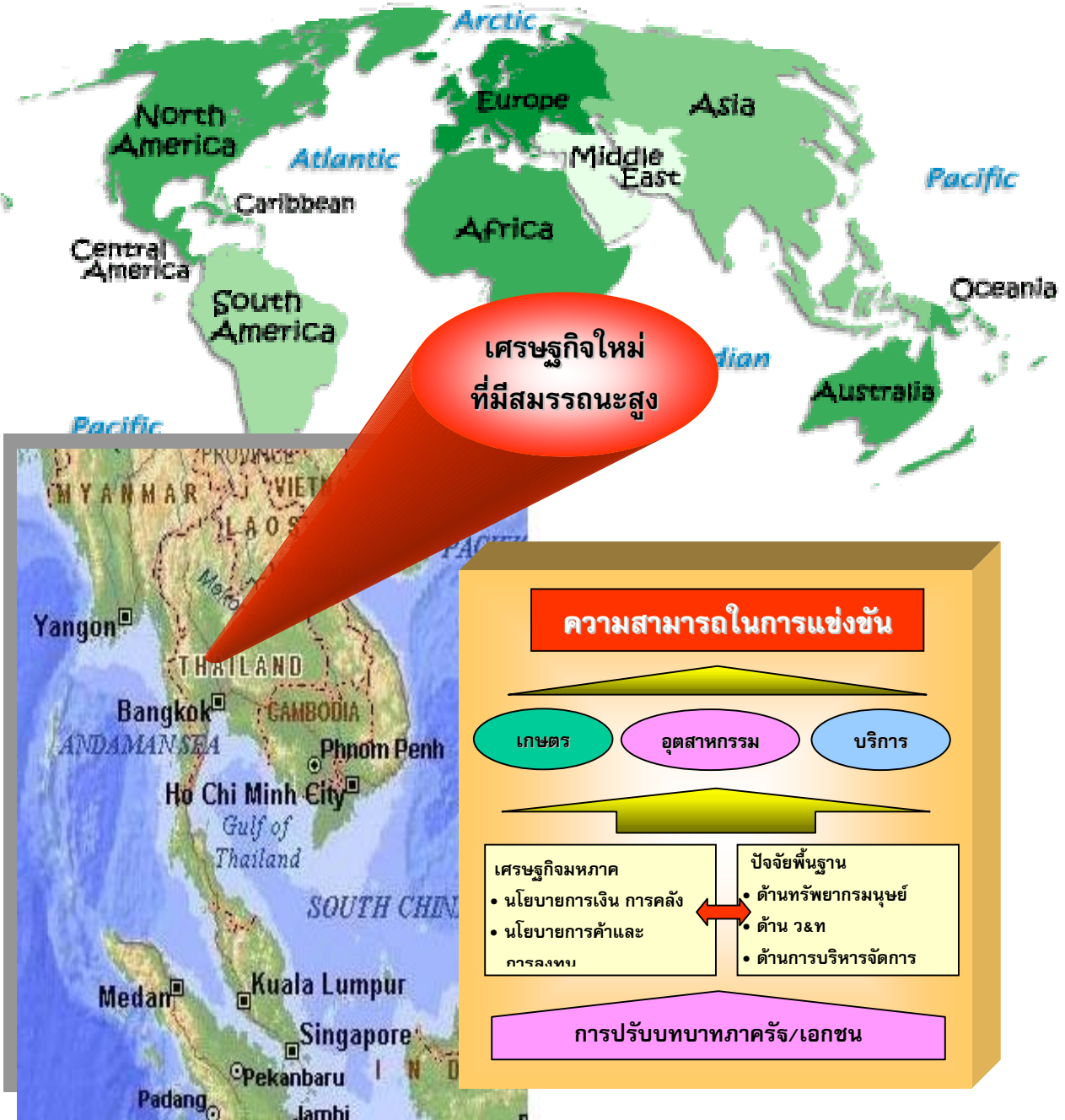


ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก



สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ร่วมกับ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม

กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ร่วมกับ หน่วยงานเศรษฐกิจภาคการผลิตและบริการ 7 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก” เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 ที่มี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน เพื่อร่วมกันกำหนดกรอบยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยทั้งในระดับภาพรวมและระดับรายสาขา โดยการทบทวนการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจโลกที่มีผลกระทบต่อและเป็นประเด็นท้าทายต่อไทย รวมทั้งสำรวจสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในเวทีโลกเพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การแข่งขันด้านต่างๆ ที่เหมาะสม

เอกสารรายงานฉบับนี้ เป็นรายละเอียดเพิ่มเติมของกรอบยุทธศาสตร์ที่ได้นำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าว รวมทั้งสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ และสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนในยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของประเทศ ทั้งระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนปฏิบัติการของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้ง ช่วยให้ภาคเอกชนได้รับรู้ถึงทิศทางของประเทศ และแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐเพื่อนำไปสู่การปรับบทบาทของภาคเอกชนที่สอดคล้องกับทิศทางและแนวทางดังกล่าว โดยรายงานประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก **ส่วนแรก** เป็นกรอบแนวคิดยุทธศาสตร์หลักแยกเป็น 3 ส่วน คือ **ส่วนที่หนึ่ง** ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทยโดยรวม **ส่วนที่สอง** ยุทธศาสตร์การแข่งขันรายสาขา และ**ส่วนที่สาม** กลไกการดำเนินงาน **ภาคผนวก** เป็นคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถและรายงานผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก” โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งภาคธุรกิจเอกชน ได้ใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย แผนงาน และมาตรการต่างๆ ในการร่วมกันสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเพิ่มขึ้น เพื่อการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนสืบต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก.
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	(1)
ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทยโดยรวม	1
• การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลก	1
• สถานภาพทางการแข่งขันของไทยในเวทีโลก	4
• การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายของการพัฒนา	10
• ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทย	11
ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์การแข่งขันรายสาขา	14
• ยุทธศาสตร์การแข่งขันสินค้าเกษตร	14
• ยุทธศาสตร์การแข่งขันภาคอุตสาหกรรม	18
• ยุทธศาสตร์การค้าสินค้าและบริการระหว่างประเทศ	21
• ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว	27
• ยุทธศาสตร์การลงทุน	31
• ยุทธศาสตร์การต่างประเทศ	41
• ยุทธศาสตร์การคลัง	44
ส่วนที่ 3 กลไกการดำเนินงาน	51
ภาคผนวก	
• คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	
• รายงานผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก”	

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลกที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ได้แก่ ความพยายามในการผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกระดับ ทั้งในระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี การเกิดขึ้นของประเทศกำลังพัฒนาใหม่ๆ ซึ่งรวมถึงการเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) ของประเทศจีน รูปแบบของการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ทางภาษี (Non-tariff Barriers : NTB) ถูกนำมาใช้ในการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น ต่างเป็นปัจจัยสำคัญที่ประเทศต่างๆ หันมาให้ความสนใจต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศในทิศทางที่ชัดเจน และสอดคล้องกับภารกิจดังกล่าวมากขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

ประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (Opened Economy) ประกอบด้วยสภาพทางการแข่งขันของไทยในเวทีโลกปัจจุบันทั้งทางด้านการผลิต การค้า และการลงทุน ที่อยู่ในสภาวะค่อนข้างต่ำ และในบางส่วนมีแนวโน้มที่ถดถอย คงหนีไม่พ้นที่จะต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเช่นกัน ในการปรับตัวของประเทศไทยนั้น สิ่งสำคัญในเบื้องต้น คือ **ประเทศจะต้องมีตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Position) และเป้าหมายของการพัฒนาที่กำหนดขึ้นอย่างชัดเจน** ซึ่งจากการพิจารณาสภาพทางการแข่งขันของไทย สะท้อนให้เห็นถึงสัญญาณเตือนว่าประเทศไทยอยู่ในสภาวะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า (Nutcracker) การติดอยู่ในกับดักของการเติบโตที่ไร้กำไร การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนในสัดส่วนต่ำกว่า (More for Less) และขาดการลงทุนเพื่ออนาคต นอกจากนี้ การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของโลกค่อนข้างต่ำ ตลอดจนไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในภูมิทัศน์การเมืองและเศรษฐกิจโลก

ดังนั้น **ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนาของไทย ควรจะให้ความสำคัญกับการก้าวไปสู่การมีระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มีสมรรถนะสูง (Modern/High Performance Economy)** โดยมีเป้าหมายหลัก 3 ประการคือ การเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออก การกำหนดตำแหน่งของสาขาการผลิตที่ประเทศมีความได้เปรียบ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) และการเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในทุกภาคการผลิตและบริการ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ **ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของไทย (Thailand Competitive Strategy) ได้ถูกกำหนดขึ้นประกอบด้วย 3 ส่วน** คือ การกำหนดตำแหน่งของสาขาการผลิตที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) การกำหนด Strategic Thrust ในด้านต่างๆ (การผลิตและบริการ การลงทุน การค้าระหว่างประเทศ และการต่างประเทศ) และการปรับบทบาทของภาครัฐให้เอื้อต่อภาคเอกชน ทั้งเพื่อลดต้นทุนการประกอบการ การสร้างโอกาสทางธุรกิจ และการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงาน

1. **การกำหนดตำแหน่งของสาขาการผลิตที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche)** ในเบื้องต้น ควรมีประมาณ 8-10 Niches อาทิ การเป็น 1 ใน 10 ประเทศท่องเที่ยวโลก การเป็นศูนย์กลางแฟชั่น การเป็นครัวของโลก การเป็น Top 5 Trader ในเอเชีย หรือ การเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น

2. **การกำหนด Strategic Thrust** หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันทางด้านต่างๆ ได้แก่

2.1 **ด้านการเกษตร** จะปรับเปลี่ยนจากการมุ่งเน้นเฉพาะด้านฐานการผลิตไปสู่การดำเนินงานที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตระดับไร่นา ไปจนถึงมือผู้บริโภค (From Farm to Table) โดยเน้นเรื่องคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้า

2.2 **ด้านอุตสาหกรรม** ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป็นหลัก (Mass Customization) โดยจะต้องวางยุทธศาสตร์การพัฒนา 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีศักยภาพแข่งขันในระดับโลก ในระดับภูมิภาค และกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน

2.3 **ด้านการค้าสินค้าและบริการระหว่างประเทศ** มุ่งเน้นการดำเนินนโยบายคู่ขนาน ให้ความสำคัญกับการเจรจาการค้าในระดับต่างๆ ควบคู่กับการกำหนดกลยุทธ์การนำเข้าในเชิงรุก ในส่วนการค้าบริการ ได้จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจที่ควรพัฒนา ธุรกิจที่สร้างรายได้ที่ทำได้ดีอยู่แล้ว และธุรกิจที่มีการจัดระเบียบ เพื่อให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์และหน่วยงานที่รับผิดชอบที่ชัดเจน

2.4 **ด้านการต่างประเทศ** กำหนดให้ไทยเป็นผู้นำในอาเซียนภายใต้กรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค เป็นศูนย์กลางและจุดเชื่อมโยงในเอเชีย เป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนา ผลักดันให้การร่วมมือในภูมิภาคเอเชีย (ACD) เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างเป็นขั้นตอน กำหนดยุทธศาสตร์การเจรจาที่ชัดเจนในกรอบเวทีต่างๆ โดยให้มีระบบข้อมูลในการทำงาน

2.5 **ด้านการคลัง** จะต้องมีการปรับโครงสร้างภาษีศุลกากรทั้งระบบ ปรับบทบาทของกรมศุลกากรและกรมสรรพากรในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อน โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการจัดเก็บภาษีให้เป็นปัจจุบัน ทัวถึงและเป็นธรรม

2.6 **ด้านการลงทุน** ให้ความสำคัญกับการสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานทั้งกายภาพและเทคโนโลยี เน้นสร้างแรงจูงใจการลงทุนที่ใช้ปัญญา เทคโนโลยีและนวัตกรรม ปรับกฎระเบียบให้โปร่งใส และเน้นการตลาดเชิงรุกและตลาดเป้าหมายของอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ชัดเจน

2.7 **ด้านการท่องเที่ยว** เน้นสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดเป้าหมายเชิงคุณภาพ ตลาดเฉพาะกลุ่มของภูมิภาคและตลาดในประเทศ โดยจะต้องมีการปรับบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้สามารถประสานการทำงานร่วมกับภาคเอกชนและหน่วยงานราชการอื่น รวมทั้ง ใช้ประโยชน์จากการปรับแผนกลยุทธ์ของบริษัทการบินไทยให้สามารถ

เป็น Multiple Tourist Hub โดยมีการกำหนด Global Destination Mapping เพื่อทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างชัดเจน

3. **การปรับบทบาทของภาครัฐให้เอื้อต่อภาคเอกชน** การปรับตัวของประเทศไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลกจะไม่สำเร็จได้ด้วยดี ถ้าปราศจากการมีกลไกที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องซึ่งกันและกัน รวมทั้ง สนับสนุนปัจจัยพื้นฐานที่เหมาะสมและเพียงพอ โดยเฉพาะกลไกของภาครัฐ ที่จะต้องมีการปรับรูปแบบและบทบาทไปพร้อมกัน ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ

ระดับนโยบาย คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2545 เห็นชอบให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) และ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีได้ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งแล้วเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน องค์ประกอบของคณะกรรมการฯ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้แทนภาครัฐและเอกชน รวม 10 คน และเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำหน้าที่กรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการชุดนี้ ทำหน้าที่ในการกำหนดกรอบนโยบายและแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศทั้งในภาพรวมและรายสาขา กำกับดูแล และผลักดันการดำเนินงานให้เกิดผลเป็นรูปธรรมและเป็นไปตามกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้ง อนุมัติแผนงานและโครงการภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ระดับปฏิบัติ กระทรวงที่เกี่ยวข้องจะปฏิรูปบทบาทของตนเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การแข่งขันที่ได้กำหนดขึ้น และเพื่อตอบสนองต่อภาคธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก

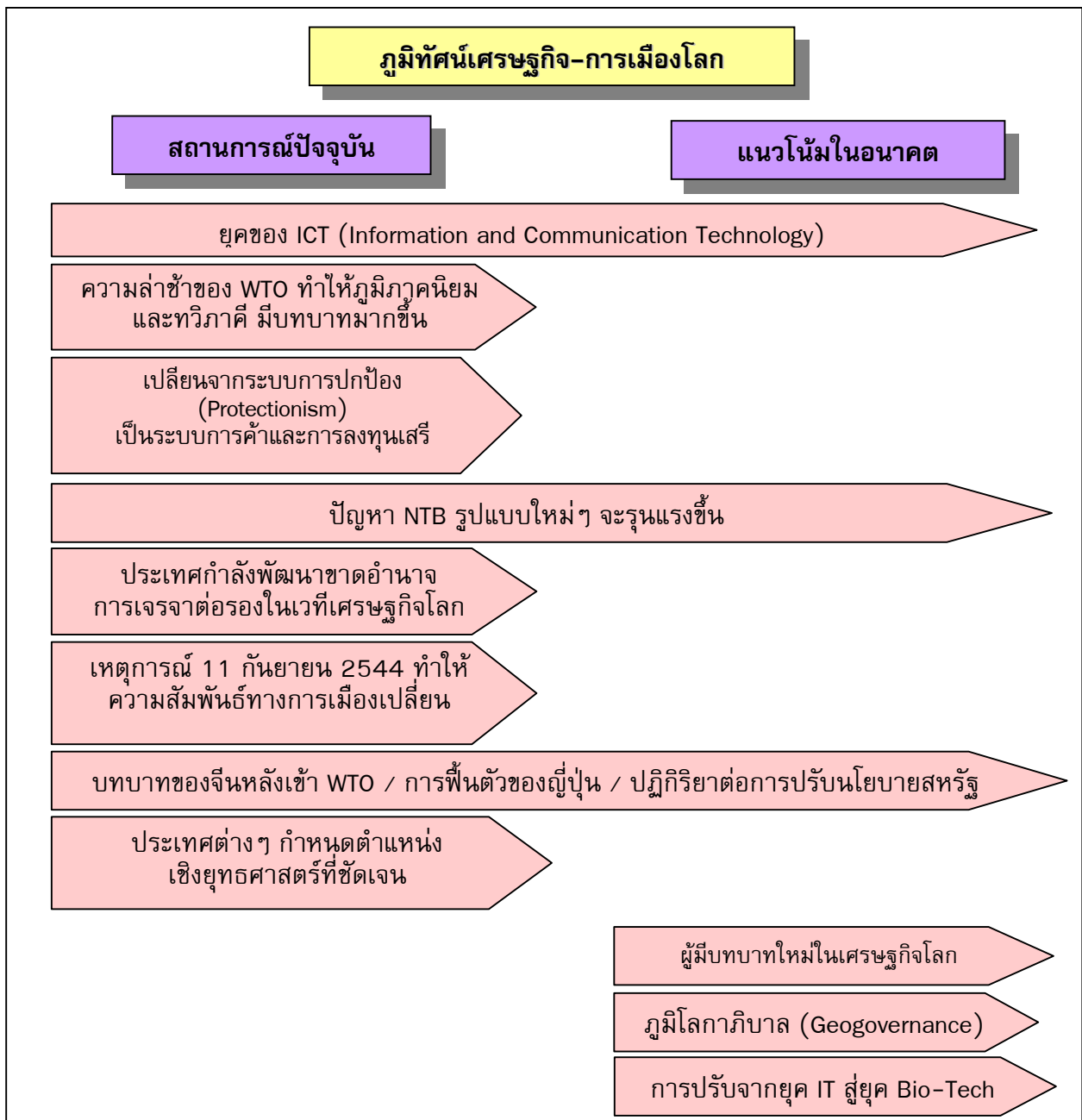
ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทยโดยรวม

1. การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลก

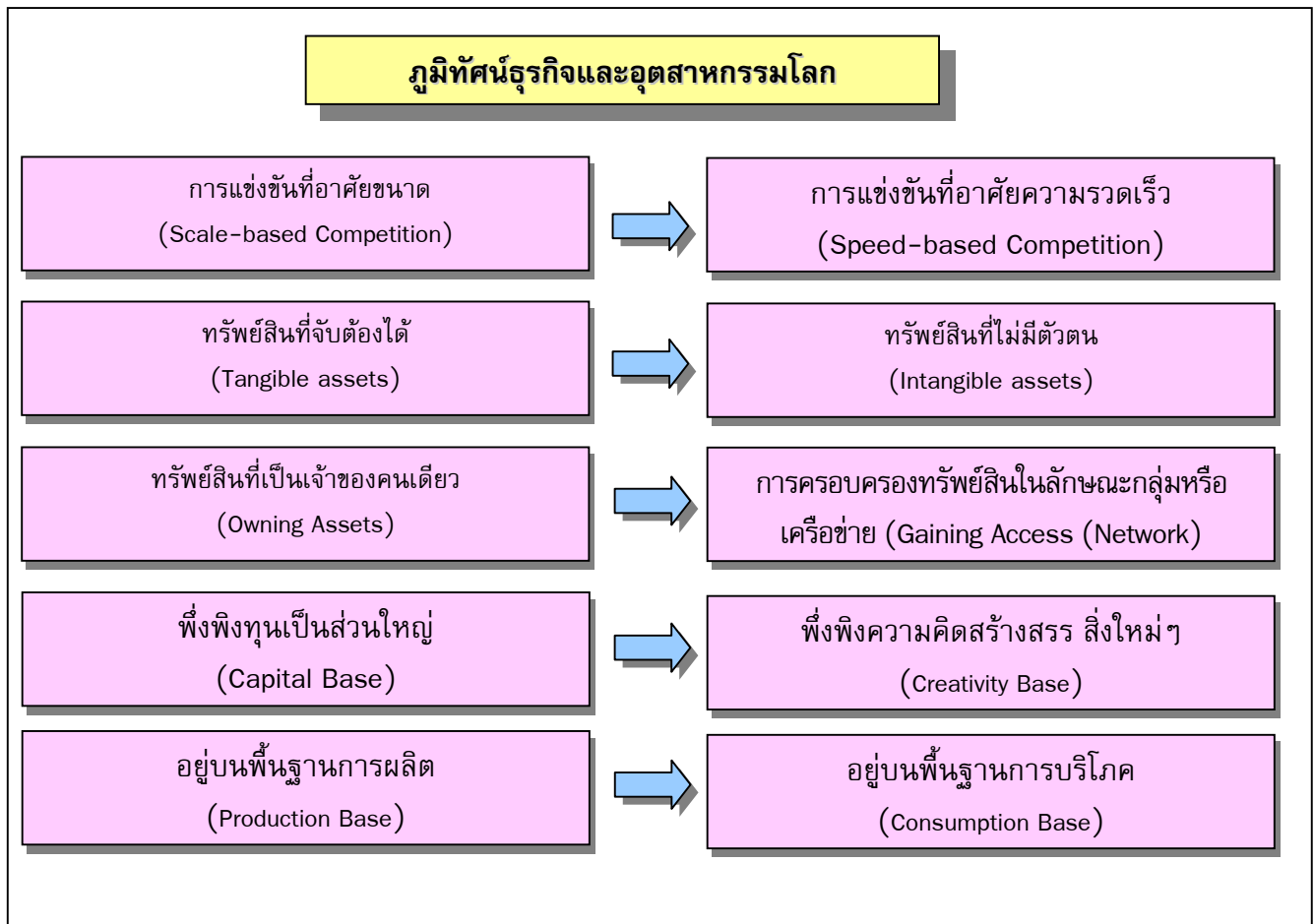
1.1 ภาวะการแข่งขันในโลกปัจจุบันปรับเปลี่ยนจากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ซึ่งเน้นการใช้แรงงานและต้นทุนเป็นการแข่งขันที่มุ่งเน้นความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ครอบคลุมถึงการกำหนดตลาด การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น พัฒนาการทางเทคโนโลยี และการประหยัดต่อขนาด รวมทั้งความก้าวหน้าทางคุณภาพ คุณลักษณะ และนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ โดยศักยภาพของการแข่งขันขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการพัฒนาไปสู่สังคมเศรษฐกิจความรู้ (Knowledge Based Economy/Society) ซึ่งระบบฐานข้อมูล การติดต่อสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลมีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว และครอบคลุมถึงคนกลุ่มใหญ่ขึ้น การดำเนินธุรกรรมทางเศรษฐกิจในโลกยุคโลกาภิวัตน์ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่สำคัญ เป็นการก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีด้านข่าวสารและโทรคมนาคม (Information and Communication Technology: ICT) ส่งผลให้โลกมีพลวัต (Dynamic) สูงมาก การเคลื่อนย้ายของแรงงาน เงินทุน และสินค้าเป็นไปโดยเสรีมากขึ้น

1.2 ในด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระแสได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในหลาย ๆ ด้าน ความล่าช้าในการดำเนินงานขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในระดับภูมิภาค และทวีภาคีมากขึ้น ในขณะที่การเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก ของสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากจีนยังมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์และต้นทุนค่าแรงที่ต่ำอยู่ อีกทั้งยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สำคัญ นอกจากนี้ แนวโน้มการปกป้องทางการค้า (Protectionism) โดยใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barrier: NTB) ได้เพิ่มรูปแบบใหม่ๆ ขึ้น เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้แรงงานเด็ก เป็นต้น อีกทั้งการเพิ่มข้อจำกัดในเรื่องคุณภาพ และมาตรฐานสินค้า นอกจากนั้น ประเทศที่พัฒนาแล้วยังเป็นตลาดส่งออก และแหล่งเงินทุนที่สำคัญ จนทำให้ประเทศกำลังพัฒนาขาดอำนาจต่อรองในเวทีเศรษฐกิจโลก ในขณะเดียวกัน การปรับตัวของประเทศกำลังพัฒนา ที่มีต่อการดำเนินนโยบายของสหรัฐอเมริกา หลังเหตุการณ์การก่อวินาศกรรมที่นครนิวยอร์ก เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544 รวมทั้งโอกาสการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ซึ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ต้องให้ความสนใจ

1.3 นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มของภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลกที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่ การเข้ามามีบทบาทใหม่ในเศรษฐกิจโลกของ บริษัทข้ามชาติ (Multi-National Corporation: MNC) องค์กรอาสาสมัครเอกชน (Non-Governmental Organization: NGO) รวมทั้ง สภาวะภูมิโลกาภิบาล (Geo-Governance) และการปรับจากยุคเทคโนโลยีสารสนเทศไปสู่ยุคเทคโนโลยีชีวภาพ (Bio-Technology)



1.4 กระแสโลกาภิวัตน์และปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลก ทำให้กระบวนการของการดำเนินธุรกิจและอุตสาหกรรมแตกต่างกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอย่างสิ้นเชิง คือ การปรับเปลี่ยนตนเองไปสู่การแข่งขันที่ต้องใช้ความรวดเร็ว (Speed-Based Competition) แทนการแข่งขันในเชิงขนาด (Scale-Based) การสร้างความได้เปรียบด้านการผลิตที่ใช้สินทรัพย์ทางกายภาพ (Tangible Assets) เป็นการผลิตที่อาศัยความรู้ ทักษะ และเทคโนโลยี (Intangible Assets) โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของทุนหรือเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด (Owning Assets) แต่อาศัยความเชื่อมโยงและเข้าถึง (Gaining Assets Network) ดังนั้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Base) จึงมีความสำคัญมากกว่าด้านทุน (Capital Base) อีกทั้งการให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค (Consumption Base) แทนการมุ่งการผลิต (Production Base) เพียงอย่างเดียว ซึ่งกระบวนการใหม่นี้ทางธุรกิจเหล่านี้ทำให้ประเทศต่างๆ ในโลกมีการปรับกลยุทธ์การพัฒนาไว้พร้อมกับการแข่งขันตลอดเวลา



2. สถานภาพทางการแข่งขันของไทยในเวทีโลก

2.1 ด้านการค้า

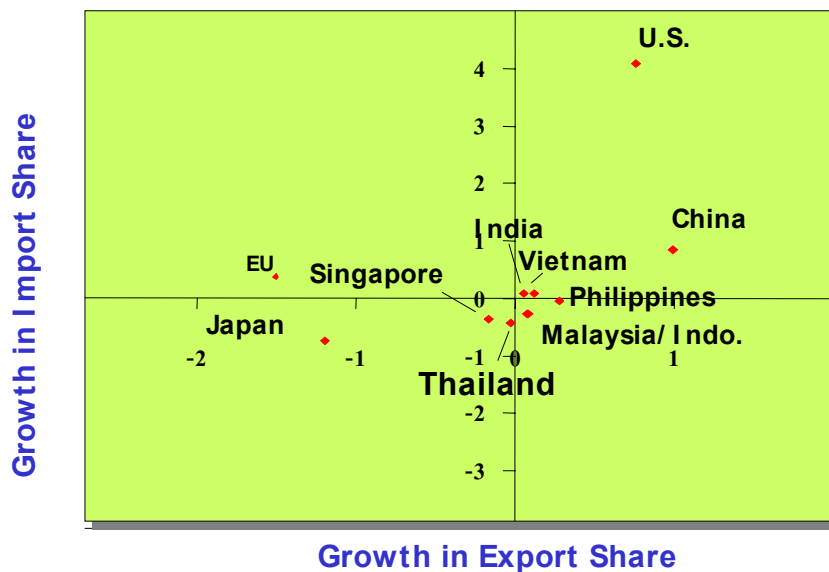
(1) ส่วนแบ่งการค้าโลกของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ และมีแนวโน้มถดถอยลง โดยภาวะการส่งออกของไทยที่ถดถอยเกิดจากการหดตัวของสินค้าอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ ซึ่งหดตัวถึงร้อยละ 6.9 โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานสูง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าไทยในตลาดคู่ค้าสำคัญลดลง เช่น ตลาดญี่ปุ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ การแข่งขันจากจีนและเวียดนาม ซึ่งยังคงมีความได้เปรียบในด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและค่าจ้างแรงงานต่ำ ทำให้สามารถผลิตสินค้าประเภทเดียวกับไทยในต้นทุนที่ต่ำกว่า ไทยต้องสูญเสียตลาดในการส่งออกสินค้าบางประเภท การกีดกันทางการค้าจากประเทศคู่ค้าก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่สำคัญ ถึงแม้ว่าประเทศคู่ค้าไม่สามารถที่จะใช้ภาษีหรือระบบโควตาในการจำกัดการส่งออกของไทยอันเนื่องมาจากข้อบังคับของ WTO แต่ประเทศคู่ค้าจะหันมาใช้ข้อจำกัดในทางคุณภาพเป็นตัวกีดกันทางการค้าได้

(2) ในส่วนของการนำเข้าก็มีการขยายตัวที่ลดลง โดยสินค้านำเข้าในหมวดวัตถุดิบและกึ่งวัตถุดิบลดลงตามภาวะการส่งออกที่ซบเซา ขณะที่ การนำเข้าสินค้าทุนหดตัวเช่นกัน เนื่องจากความต้องการลงทุนเพื่อขยายการผลิตมีน้อยซึ่งเป็นผลจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี 2540 เป็นต้นมา

ด้านการค้า

ส่วนแบ่งการค้าโลกของไทยยังอยู่ในระดับต่ำและมีแนวโน้มถดถอยลง



Source: WTO International Trade Statistics 2001

10

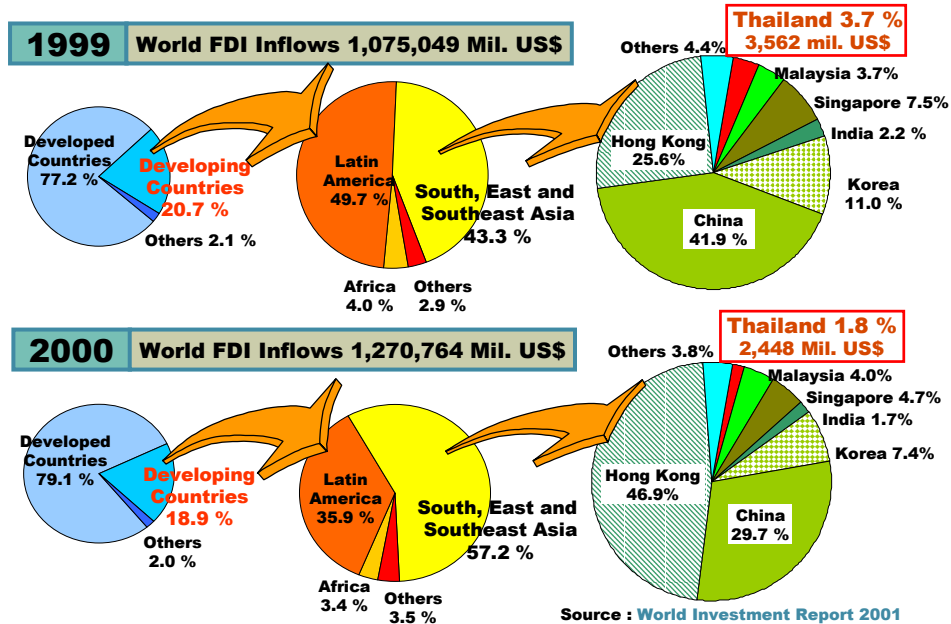
(3) จากข้อมูลอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกและนำเข้าของไทยในตลาดโลกเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป กลุ่มประเทศอาเซียน จีน และอินเดีย จะเห็นว่าส่วนแบ่งการค้าโลกของไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศอาเซียนอื่นๆ ในขณะที่สหรัฐอเมริกา และจีน ยังคงมีการขยายตัวในระดับสูงทั้งด้านการส่งออกและนำเข้า

2.2 ด้านการลงทุน

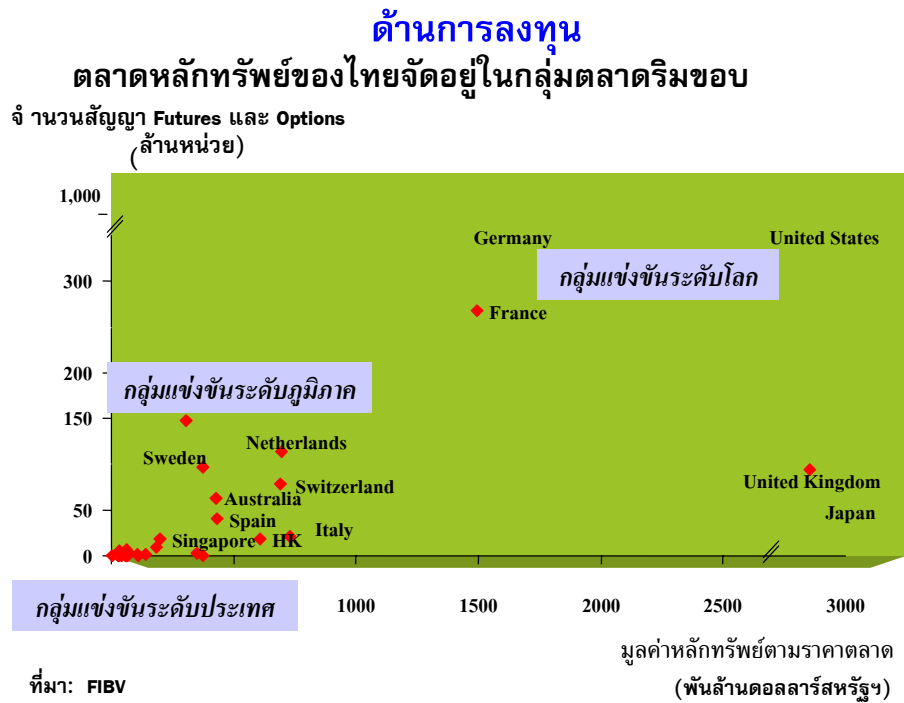
(1) การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI) ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในระดับต่ำและมีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2543 การลงทุนโดยตรงนำเข้าของประเทศไทยคิดเป็นเพียงร้อยละ 1.8 ของการลงทุนโดยตรงนำเข้าของโลก ลดลงจากปีก่อนซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 3.7 เนื่องจาก ต่างชาติหันไปลงทุนในประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และแรงงานที่ถูกกว่า อาทิเช่น จีน และเวียดนาม ซึ่งแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของไทยในตลาดการค้าการลงทุนโลกที่ลดลง นอกจากนี้ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไทยยังคงซบเซา นับตั้งแต่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากเศรษฐกิจไทยที่หดตัว ทำให้ธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยมีผลประกอบการที่ไม่ดีพอที่จะดึงดูดให้ทั้งนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ด้านการลงทุน

Thailand's Share in Global FDI Inflows Low and Decreasing



(2) การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์ของไทยจัดอยู่ในกลุ่มตลาดริมขอบ ที่ไม่มีความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก เมื่อพิจารณาจากจำนวนสัญญา และมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคและในโลก อย่างไรก็ตามมีเพียงไม่กี่ประเทศแถบเอเชียที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคได้ คือ สิงคโปร์ และฮ่องกง



2.3 ด้านการผลิต

(1) อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภาพโดยรวม (Total Factor Productivity Growth : TFP) ของประเทศไทยและกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (Asia - Pacific Region) จากรายงานของ Pacific Economic Outlook Structure Project ตั้งแต่ปี 2533 พบว่า อัตราการเติบโตของ TFP ของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าประเทศในแถบเอเชีย ได้แก่ ไต้หวัน ฮ่องกง เกาหลีใต้ และมาเลเซีย แต่มีค่าสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม

ด้านการผลิต
ผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)

ประเทศ	ช่วงเวลา	ค่า TFP Growth (%)
อินโดนีเซีย	1991-1996	-1.81
มาเลเซีย	1993-1998	0.06
ฮ่องกง	1994-1997	2.80
เกาหลีใต้	1990-1996	5.13
สิงคโปร์	1984-1994	3.10
ไต้หวัน	1991-1996	2.66
ฟิลิปปินส์	1990-1998	-0.55
เวียดนาม	1994-1998	2.75
ญี่ปุ่น	1990-1995	-0.10
ไทย	1997-2000	-3.40

ที่มา : Pacific Economic Cooperation Council, PEO Structure 2000

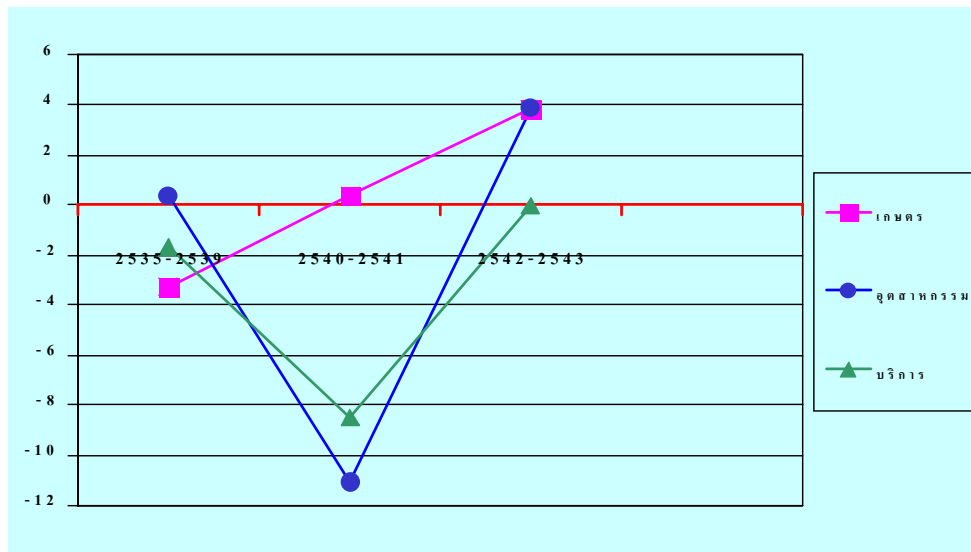
(2) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคการผลิต (Sector) ในช่วงปี 2535-2543 อัตราการขยายตัวในสาขาเกษตรกรรมสูงขึ้นโดยตลอดเฉลี่ยร้อยละ 1.72 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของผลิตภาพปัจจัยทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.75 ในขณะที่ TFP ลดลงร้อยละ 0.87 ผลิตภาพจากปัจจัยแรงงานและปัจจัยที่ดินลดลงร้อยละ 0.15, และร้อยละ 0.22 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาแต่ละช่วงเวลาพบว่า TFP ของสาขาเกษตรกรรมในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจมีค่าสูงถึงร้อยละ 3.85 เทียบกับในช่วงก่อนวิกฤติและช่วงวิกฤติเศรษฐกิจมีค่า TFP ติดลบร้อยละ 3.26 และร้อยละ 0.41 ตามลำดับ การที่ TFP ของสาขาเกษตรกรรมมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ เนื่องจาก ในช่วงดังกล่าวแรงงานจากสาขาอุตสาหกรรมที่ถูกเลิกจ้างงานได้เคลื่อนย้ายสู่ภาคเกษตรกรรม จึงมีการนำประสบการณ์ส่วนหนึ่งมาใช้ในกระบวนการผลิต ส่งผลทำให้ประสิทธิภาพการผลิตของสาขาเกษตรกรรมดีขึ้น ประกอบด้วย การพัฒนางานวิจัยทางด้านเกษตรกรรมที่ได้มีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ได้ส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตในภาคการเกษตรกรรมให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

(3) สำหรับสาขาอุตสาหกรรม ช่วงปี 2535-2543 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.67 ต่อปี เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นในการเพิ่มผลิตภาพของปัจจัยแรงงาน และปัจจัยทุนร้อยละ 1.47 และร้อยละ 6.58 ตามลำดับ ในขณะที่ TFP ลดลงร้อยละ 1.37 และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงเวลา พบว่า TFP ของสาขาอุตสาหกรรมในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจ มีค่าสูงสุดถึงร้อยละ 3.89 เทียบกับในช่วงก่อนวิกฤติและช่วงวิกฤติที่ TFP มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.41 และติดลบร้อยละ 11.08 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มผลิตภาพโดยรวมของสาขาอุตสาหกรรมมีแนวโน้มดีขึ้น

(4) ในภาคบริการ ช่วงปี 2535-2543 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.26 ต่อปี เป็นผลมาจากการขยายตัวของผลิตภาพปัจจัยแรงงานและปัจจัยทุน ร้อยละ 1.19 และร้อยละ 4.89 ตามลำดับ ในขณะที่ TFP ติดลบร้อยละ 2.82 และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วง พบว่า TFP ของสาขาบริการและอื่นๆ ในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจมีแนวโน้มดีขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนวิกฤติและช่วงวิกฤติ โดยที่ค่า TFP ในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจมีค่าติดลบร้อยละ 0.03 เทียบกับในช่วงก่อนวิกฤติและช่วงวิกฤติที่มีค่า TFP ติดลบเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1.66 และร้อยละ 8.52 ตามลำดับ

ด้านการผลิต

ผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity : TFP) ของภาคการผลิตและบริการของไทย

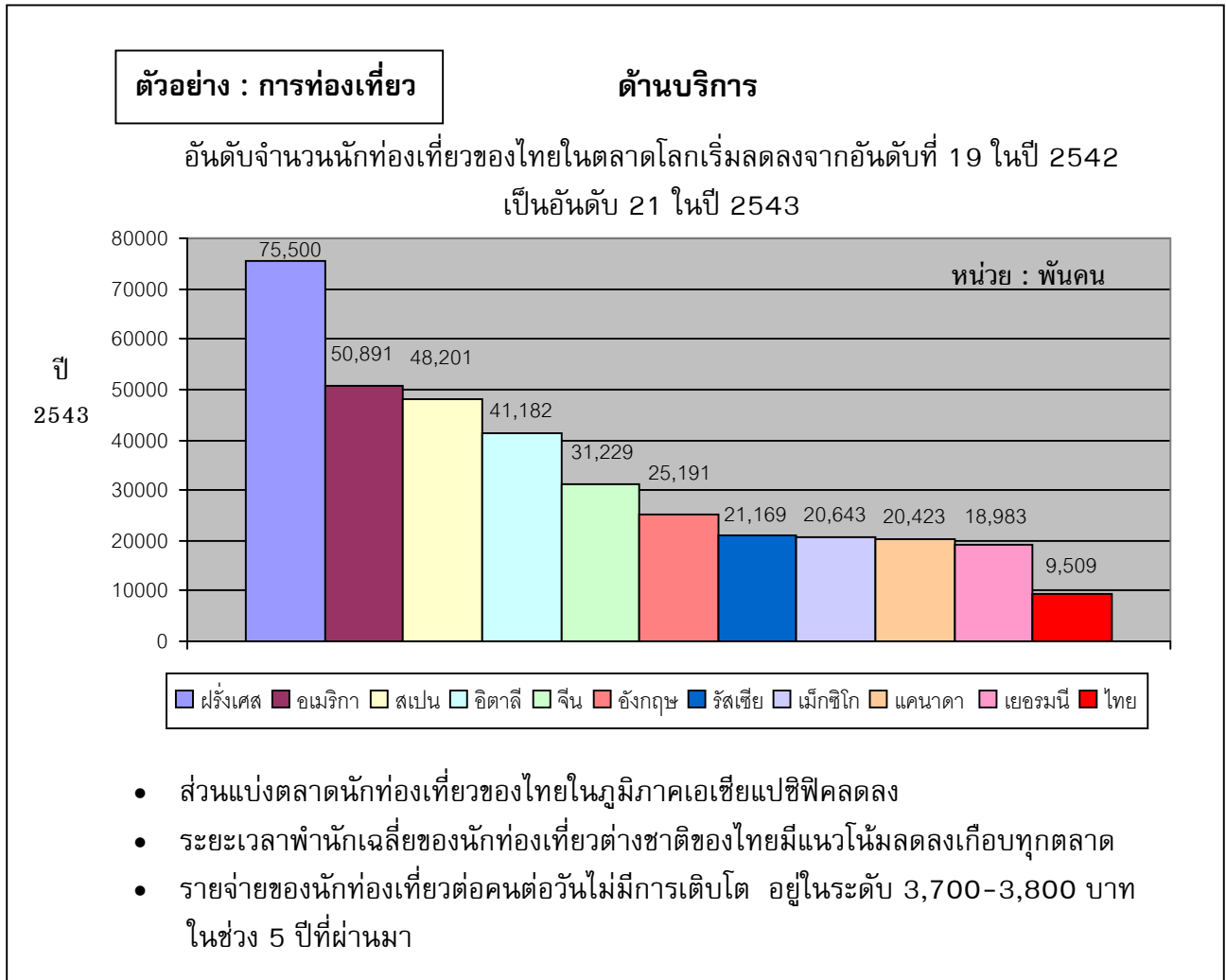


ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2.4 ด้านบริการ

ภาคบริการที่สำคัญของไทย คือ การท่องเที่ยว แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 9.5 ล้านคนในปี 2543 เป็น 10.06 ล้านคนในปี 2544 แต่ส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกเริ่มลดลงจากอันดับที่ 19 ในปี 2542 เป็นอันดับที่ 21 ในปี 2543 เช่นเดียวกับส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวของไทยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ลดลง รวมถึงระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยมีแนวโน้มลดลงในเกือบทุกตลาด ในขณะที่รายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันที่อยู่ในระดับคงที่ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาคือ 3,700-3,800 บาท ทั้งนี้ สาเหตุที่การเติบโตของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลงนั้นเนื่องจาก **ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำ** ทำให้คนไม่ต้องการที่จะ

ท่องเที่ยวมากขึ้น เหตุการณ์วินาศกรรมในสหรัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ข่าวลือเรื่องความไม่สงบทางภาคใต้ของประเทศไทยภายหลังที่เกิดวิกฤตในสหรัฐอเมริกา ปัญหาทัวร์คุณภาพต่ำในตลาดจีนและตลาดฝรั่งเศส และ ความไม่สะดวกในการเดินทาง อันเป็นผลมาจากการยกเลิกเที่ยวบินและเปลี่ยนเส้นทางบินในบางเส้นทาง เช่น สายการบิน Alitalia ยกเลิกเที่ยวบินจากมิลานมาประเทศไทย และสายการบินไทยเปลี่ยนเส้นทางบินตรงเฟิร์ธ-ภูเก็ต มาบินผ่านกรุงเทพฯ แทน เป็นต้น



3. การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายของการพัฒนา

จากการทบทวนสถานการณ์เศรษฐกิจการเมืองโลก และการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะมีผลต่อสมรรถนะการแข่งขันของประเทศในระยะต่อไป พบว่า สิ่งที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อภาคการผลิต การค้า และการลงทุนของประเทศไทยโดยสะท้อนถึงสัญญาณเตือนว่า ประเทศไทยได้ตกอยู่ในสถานะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า (Nutcracker) รวมทั้งยังติดอยู่ในกับดักของการเติบโตที่ไร้กำไร ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่น้อยกว่า (More for Less) มาสู่การลงทุนที่ได้มูลค่าตอบแทนที่มากกว่า (More for More Value) และห่วงโซ่มูลค่าที่เน้นอุปสงค์เป็นตัวนำ (Demand Driven Value Chain) นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในเรื่องของการลงทุนเพื่ออนาคตมีน้อย และมีความล่าช้าในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของโลกต่ำ ตลอดจนไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในภูมิภาคการเมืองและเศรษฐกิจโลก ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศ และกรอบของการแข่งขันและร่วมมือไปพร้อมๆ กัน (Co-opetitive Strategy) ในบริบทของเศรษฐกิจการเมืองโลก

การปรับทิศทางการพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนาของประเทศ โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขปัจจัยของสถานะแวดล้อมต่างๆ ดังกล่าว ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทั้งนี้เพื่อนำประเทศไปสู่แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมทั้งในปัจจุบันและอนาคต และการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1 ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนา (Desired Strategic Position)

ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนา (Desired Strategic Position) ได้กำหนดไว้ในเบื้องต้น คือ การให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่/ที่มีสมรรถนะสูง (Modern/High Performance Economy) ซึ่งหมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

(1) ระบบเศรษฐกิจที่แข่งขันด้วยความเร็ว (Economy of Speed) ซึ่งหมายถึง การตอบสนองและการปรับตัวที่รวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานะแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

(2) การมีธรรมาภิบาล ทั้งในภาครัฐและเอกชน (Good and Corporate Governance) คือ การนำหลักการบริหารจัดการที่ดีมาปฏิบัติ ได้แก่ หลักความคุ้มค่า หลักความรับผิดชอบ หลักการมีส่วนร่วม หลักความโปร่งใสที่สามารถตรวจสอบได้ หลักนิติธรรม และหลักคุณธรรม

(3) **การมีโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ** (Efficient Infrastructure) โดยมีโครงสร้างพื้นฐานที่พอเพียงและมีคุณภาพในระดับมาตรฐาน รวมทั้งมีความเสมอภาคในการเข้าถึงเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับคุณภาพสินค้า กระตุ้นการพัฒนานวัตกรรม โดยเฉพาะที่ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

(4) **การบริหารนโยบายเศรษฐกิจที่รอบคอบ** (Sound Economic Management) ในการดำเนินนโยบายด้านการเงิน การคลัง และเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อช่วยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจให้มีสมดุล ภูมิคุ้มกัน และมีเสถียรภาพ

(5) **ทุนทางสังคมที่มีคุณภาพ** (High Quality of Social Capital) ทั้งในส่วนของทรัพยากรมนุษย์ รวมตลอดทั้งวัฒนธรรม จารีตประเพณี และชีวิตความเป็นอยู่

3.2 เป้าหมายการพัฒนา

การที่จะนำพาประเทศให้สามารถบรรลุถึงตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนา ดังกล่าวข้างต้น เห็นควรกำหนดเป้าหมายหลักของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อยกระดับการแข่งขัน เพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนี้

(1) **เพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทย** จากระดับร้อยละ 0.9 ในปี 2544 ให้อยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 1.1 ของตลาดโลกในปี 2549

(2) **กำหนดตำแหน่งของสาขาที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบ** เพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) ประมาณ 8-10 สาขา อาทิ การเป็น 1 ใน 10 ประเทศท่องเที่ยวโลก การเป็นศูนย์กลางแฟชั่น การเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) การเป็นประเทศผู้นำการค้า 5 อันดับแรกในเอเชีย หรือการเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น

(3) **การเพิ่มผลผลิต (Productivity)** ในทุกภาคการผลิตและบริการ

4. ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทย (Thailand Competitive Strategy)

การที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของประเทศไทย (Thailand Competitive Strategy) ที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การกำหนดตำแหน่งของสาขาที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) เพื่อการพัฒนาจุดเด่นของสินค้าและบริการไทยให้มีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมทั้งสามารถนำพาประเทศไปสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มีสมรรถนะสูง โดยมีขั้นตอนของการดำเนินการ 3 ขั้นตอนคือ *การกำหนดเป้าหมาย (Goal)* และ *ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนา (Positioning)* รวมทั้ง *กลยุทธ์เพื่อการดำเนินงาน (Strategy)*

4.2 การกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขัน (Strategic Thrust) ในด้านต่างๆ ได้แก่

(1) **ด้านการผลิตและบริการ** จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตในการดำเนินงานใหม่ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ดังนี้

(1.1) **ด้านการเกษตร** จะต้องให้ความสำคัญกับการเกษตรทั้งระบบจากการผลิตระดับไร่นามาสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายอย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย โดยเน้นการผลิตตามความต้องการของตลาด เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความหลากหลายของสินค้า

(1.2) **ด้านอุตสาหกรรม** จะต้องให้ความสำคัญกับการผลิตที่สนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เน้นการเพิ่มผลผลิต การปรับห่วงโซ่อุปทาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างและมีศักยภาพอย่างเป็นระบบในแต่ละกลุ่มสินค้า (Sector) รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่เน้นกรอบของการแข่งขันและความร่วมมือไปพร้อมๆ กัน (Cooperative Strategy) อาทิ แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

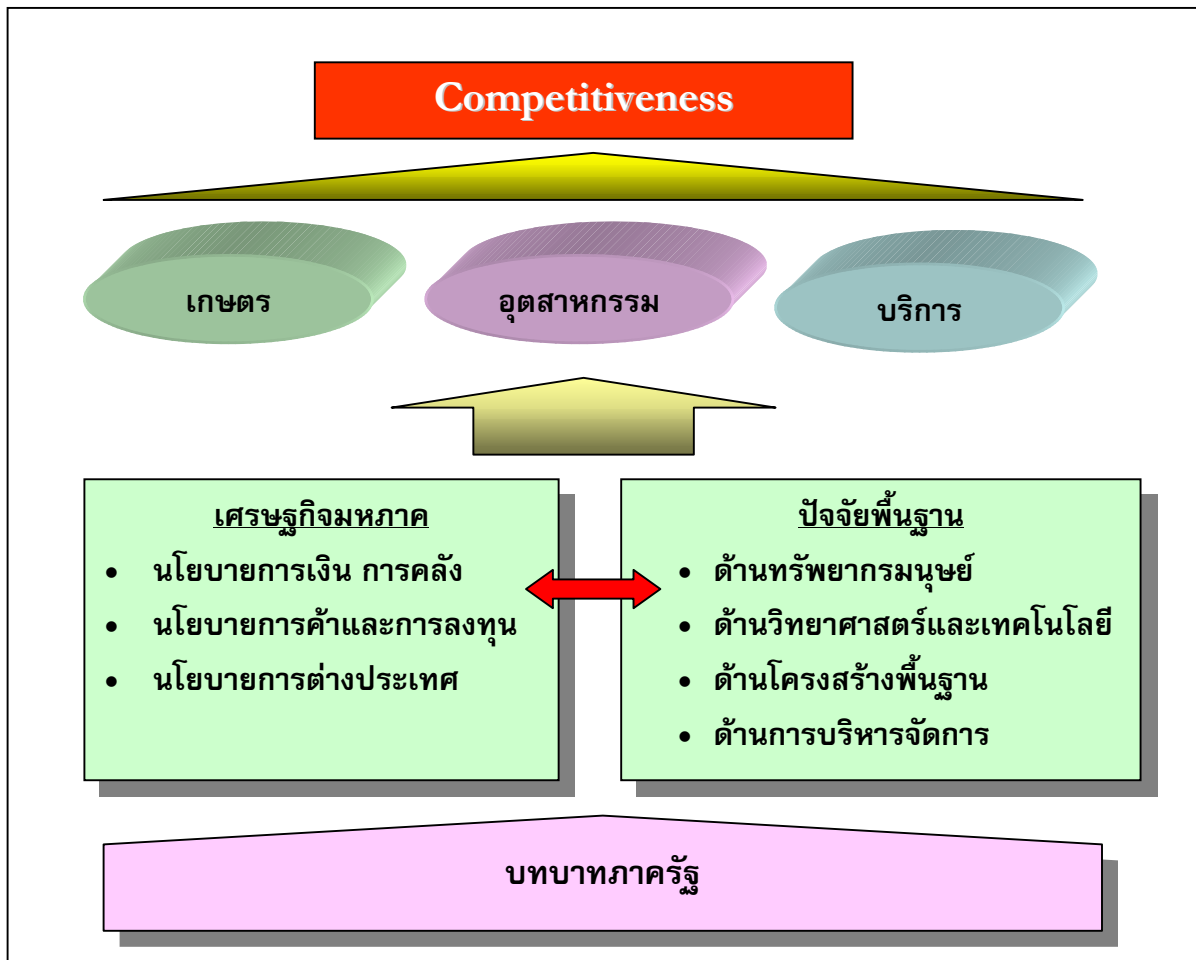
(1.3) **ด้านการบริการท่องเที่ยว** จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดจากการลงทุนที่มากแต่ให้ผลตอบแทนในสัดส่วนที่ต่ำ (More for Less) มาสู่การลงทุนที่ได้มูลค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น (More for More Value) และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) มากกว่าการดำเนินการตลาด (Marketing)

(2) **ด้านการลงทุน** ควรให้ความสำคัญกับการสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน การส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางกายภาพและเทคโนโลยี และกระตุ้นการถ่ายทอด พัฒนาเทคโนโลยีและทักษะ รวมทั้ง ปรับโครงสร้างด้านสิ่งจูงใจเพื่อดึงดูดการลงทุนที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดจนให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม

(3) **ด้านการค้าระหว่างประเทศ** มุ่งเน้นการกระจายตลาดสินค้าส่งออกให้กว้างขวาง ส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดหาและเป็นช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้า ทบทุน/ปรับปรุงกฎระเบียบและกฎหมายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านการค้าและการลงทุน รวมทั้ง ปรับระบบการเจรจาและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจการค้าอย่างเป็นเอกภาพ เสริมสร้างอำนาจต่อรองของไทยในเวทีเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ และส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน การกำหนดยุทธศาสตร์การค้าบริการระหว่างประเทศ โดยส่งเสริมการส่งออกในสินค้าบริการมากขึ้นภายใต้สัญลักษณ์ทางการค้า (Brand Name) ของไทย และที่สำคัญให้มีองค์กรดูแลภาพรวมทิศทาง และนโยบายด้านการค้าบริการที่ชัดเจน

(4) **ด้านการต่างประเทศ** ให้ความสำคัญกับบทบาทของประเทศไทยในการเป็นผู้นำในเวทีความร่วมมือระดับภูมิภาค และเป็นจุดเชื่อมโยงในเอเชียระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้ง การมียุทธศาสตร์การเจรจาที่ชัดเจนในกรอบเวทีต่างๆ ตลอดจนมีระบบข้อมูลเชิงลึกในการทำงาน

3. **การปรับบทบาทภาครัฐให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน** ในด้านต่างๆ ได้แก่ 3.1 **ช่วยลดต้นทุนการประกอบธุรกรรม** ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินนโยบายด้านต่างๆ ทั้ง เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอย่างต่อเนื่องและคาดการณ์ได้ การผ่อนคลायข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน และการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ 3.2 **สร้างโอกาสทางธุรกิจ** โดยเน้นการลดความเสี่ยงของภาคธุรกิจ การเพิ่ม Critical Mass การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่มูลค่า และการสร้างระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส ทั้งในภาครัฐและเอกชน 3.3 **เสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงานของภาคเอกชน** ซึ่งประกอบไปด้วย การกำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การส่งเสริมการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็ว การส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม และการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตในทุกภาคส่วนของสังคม



ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์การแข่งขันรายสาขา

ยุทธศาสตร์การแข่งขันสินค้าการเกษตร

การค้าขายสินค้าเกษตรในตลาดโลกในปัจจุบันมักจะประสบกับปัญหาที่หลายประเทศจะพยายามสร้างมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้ผลิต และผู้บริโภคในประเทศของตน มีการตั้งเงื่อนไขจนกลายเป็นอุปสรรคไปในที่สุด

ประเด็นท้าทาย

ประเด็นท้าทายสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันของภาคเกษตรไทย ได้แก่

ประเด็นแรก : การอุดหนุนสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศของประเทศพัฒนาแล้ว ทั้งการอุดหนุนการผลิตและการอุดหนุนการส่งออก เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับสินค้านำเข้า หรือสินค้าส่งออกในตลาดโลก ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อสินค้าเกษตรของไทย เนื่องจากประเทศไทยมีการอุดหนุนสินค้าเกษตรน้อยกว่าประเทศพัฒนาแล้วมาก

ประเด็นที่สอง : การใช้มาตรการอื่นที่มีไม่มาตรการด้านภาษีนำเข้า (Non-tariff Barrier : NTB) ซึ่งเป็นมาตรการที่เป็นอุปสรรคมากขึ้น เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม และมาตรการด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเด็นที่มีแนวโน้มเพิ่มความสำคัญขึ้น เช่น การกำหนดมาตรการป้องกันการก่อการร้ายโดยอาศัยเครื่องมือทางชีววิธี การเพิ่มความเข้มงวดในเรื่องการทารุณสัตว์ รวมทั้ง การหีบยกประเด็นการผลิตสินค้าโดยอาศัยเทคโนโลยีการตัดต่อพันธุกรรม ซึ่งมีผลต่อการกำหนดนโยบายให้ชัดเจนและเหมาะสมกับปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงไป

ประเด็นที่สาม : บทบาทของเงินเมื่อเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ซึ่งประเทศไทยต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งจะปรับตัวและแสวงโอกาส เพราะจีนเป็นประเทศใหญ่ มีกำลังการผลิตและกำลังซื้อสูงมาก ประเทศไทยต้องมั่นใจในสินค้าที่จะสามารถแข่งขันกับจีนในตลาดโลก รวมไปถึงการช่วงชิงตลาดในจีนสำหรับสินค้าบางชนิดที่จีนจะต้องเปิดตลาดมากขึ้น

กรอบแนวคิด

เนื่องจาก ปัจจัยและองค์ประกอบในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรมีมากมาย แต่ปัจจัยพื้นฐาน และสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นอย่างมาก ได้แก่ **การพัฒนาคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า** ซึ่งคุณภาพที่กล่าวถึงนี้รวมความถึงคุณภาพในด้านรูปร่าง ขนาด สี สัน รสชาติ และประเด็นที่สำคัญยิ่ง คือ คุณภาพด้านความปลอดภัยทั้งในด้านการบริโภคและความปลอดภัยที่จะไม่นำเอาศัตรูทั้งพืชและสัตว์ติดไปกับสินค้าส่งออกด้วย

ในอดีต การพัฒนาและการควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตร มักจะเน้นในขั้นสุดท้ายของการเตรียมส่งสินค้า ซึ่งก็ใช้ได้ผลมาระยะหนึ่ง แต่ต่อไปนี้ มีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาและควบคุมคุณภาพตั้งแต่เริ่มต้นการผลิตวัตถุดิบจากไร่นา เพื่อให้แน่ใจว่ามีการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพปลอดภัยปราศจากสารตกค้างและปราศจากศัตรูพืช สมควรที่จะยอมรับให้นำไปแปรรูปต่อไป ซึ่งจะเป็นกระบวนการควบคุมคุณภาพจากไร่นาถึงโต๊ะอาหาร (From Farm to Table) และที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ถือเป็นหลักการพื้นฐานในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตรและอาหารที่ต้องดำเนินการอย่างครบวงจร ทั้งนี้ เพื่อลดแรงกดดันจากประเทศผู้นำเข้าที่มักจะกำหนดมาตรฐานในด้านคุณภาพไว้สูงและใช้เป็นเครื่องมือในการกีดกันการนำเข้าด้วย

กระบวนการควบคุมคุณภาพจากไร่นาถึงโต๊ะอาหารนี้ นอกจากจะช่วยปรับปรุงคุณภาพสินค้าเกษตรได้เป็นอย่างดีแล้ว ยังเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกษตรกรมีโอกาสมีรายได้เพิ่มจากการเพิ่มกิจกรรมในด้านอื่นนอกจากการผลิตเฉพาะวัตถุดิบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการดูแลหลังการเก็บเกี่ยวและการแปรรูป เป็นการเพิ่มบทบาทของเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรในวงจรการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้มากขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มช่องทางการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรไปในคราวเดียวกัน

ยุทธศาสตร์การแข่งขันสินค้าเกษตร

1. ยุทธศาสตร์ด้านการผลิตสินค้าเกษตร (Product Strategy)

1.1 ต้องเน้นให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพในด้านความปลอดภัยในการบริโภค เช่น เรื่องสารตกค้าง รวมทั้งในด้านความปลอดภัยทางชีวภาพ เช่น ปราศจากศัตรูพืช-สัตว์ ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาโดยการตัดต่อพันธุกรรม เป็นต้น

1.2 การจัดระบบการพัฒนาและควบคุมคุณภาพจากไร่นาถึงโต๊ะอาหาร เพื่อให้ผู้นำเข้าและผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าไทย

1.3 การยกระดับความสามารถในการตรวจสอบและรับรองคุณภาพในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งขีดความสามารถของห้องปฏิบัติการที่จะใช้ในการตรวจสอบ ทั้งในระดับไร่นาและในด้านการแปรรูป

1.4 กระจายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น สร้างชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) รวมทั้งพัฒนาในด้านการบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของลูกค้า

1.5 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสินค้า ซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์พื้นฐานที่พยายามทำกันมาโดยตลอด โดยเน้นการกำหนดเป็นเขตเกษตรเศรษฐกิจหรือเป็นเขตการผลิตเพื่อการส่งออก

1.6 การกำหนดนโยบายในเรื่อง GMO ซึ่งจำเป็นต้องกำหนดเป็นนโยบายให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายการวิจัย GMO เพื่อการผลิต ถึงแม้ไทยจะมีนโยบายไม่ผลิตสินค้า GMO แต่มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาวิจัยเพื่อมิให้ล้าหลังในทางวิชาการ อันจะมีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการผลิตและการแข่งขัน หากในอนาคตสังคมโลกไม่มีการต่อต้านเรื่อง GMO อีกต่อไป ประสิทธิภาพในการผลิตจะกลายเป็นปัญหาสำคัญทันทีหากไม่มีวิชาการด้าน GMO ไว้

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าใหม่ๆ (New Product Development)

นอกจากการปรับปรุงสินค้าดั้งเดิมที่มีอยู่ จำเป็นต้องเร่งรัดพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อกระจายการส่งสินค้าออกไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ได้แก่

2.1 สินค้าประเภทอุตสาหกรรมจากป่าไม้และสัตว์ป่า ซึ่งไทยมีป่าร้อนชื้นที่อุดมไปด้วยสัตว์ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพ ที่ควรจะได้พัฒนามาใช้ประโยชน์ แต่ทั้งนี้จะต้องไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อมและดำเนินการไปตามหลักสากลที่ปฏิบัติกัน

2.2 สินค้าที่ปลอดจากสารพิษและสินค้าเกษตรอินทรีย์ จัดว่าเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอนาคตที่ผู้บริโภคมักจะยอมลงทุนซื้อในราคาสูง ดังนั้น หากสามารถผลิตได้ตามคุณภาพที่กำหนด ก็จะมีโอกาสในการส่งออกและนำเงินตราเข้าประเทศได้เป็นอย่างดี

2.3 สินค้าประเภทสมุนไพรและเครื่องเทศ ความนิยมเริ่มมีมากขึ้นอย่างชัดเจน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

2.4 กิจกรรมท่องเที่ยวเกษตรและการท่องเที่ยวธรรมชาติ นับวันจะเป็นที่นิยมมากขึ้นเป็นลำดับ สมควรที่จะได้กำหนดแนวทางและแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการที่จะเชื่อมโยงกับการเพิ่มยอดขายสินค้าอื่น

เช่น ร้านอาหารไทย หากได้รับการสนับสนุนให้มีความนิยมแพร่หลายยิ่งขึ้น ก็จะเป็นช่องทางในการเพิ่มการนำเข้าสินค้าไทย ทั้งที่เป็นวัตถุดิบสำหรับอาหารไทย และที่มีโอกาสเป็นสินค้าต่อเนื่อง เช่น ไวน์ไทย หัตถกรรมต่างๆ ที่นำไปเผยแพร่และจำหน่ายในร้านอาหารไทย

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรและเกษตรอุตสาหกรรม

เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนมีโอกาสเพิ่มมูลค่าและรายได้ในภาคเกษตรมากขึ้น แทนที่จะผลิตและขายแต่วัตถุดิบเท่านั้น นอกจากนั้น ชุมชนยังจะเป็นฐานการผลิตและการตลาดที่กระจายไปตามท้องถิ่นต่างๆ และช่วยสนับสนุนให้เป็นฐานการผลิตที่ยั่งยืนต่อไป รัฐบาลจึงควรสนับสนุน

4.1 ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในสาขาต่างๆ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งด้านเกษตรและเกษตรอุตสาหกรรม

4.2 สร้างโอกาสในการประกอบการให้กับองค์กรเกษตรกรและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในระดับท้องถิ่น โดยเพิ่มและสนับสนุนการลงทุน ทั้งการก่อสร้าง การดำเนินการแล้ว จึงถ่ายโอน (Built Operate and Transfer) ตลอดจนการสร้างและสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการจัดการให้แพร่หลายยิ่งขึ้น

5. ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนา

เป็นยุทธศาสตร์ที่จะเป็นพื้นฐานในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หากปราศจากเทคโนโลยีที่เหมาะสมแล้ว ประสิทธิภาพและคุณภาพของการผลิตสินค้าย่อมด้อยกว่าของประเทศอื่น ดังนั้น รัฐบาลจึงจำเป็นต้องมีการสนับสนุนอย่างจริงจัง ดังนี้

5.1 สนับสนุนให้มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิต โดยสนับสนุนให้ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ยังไม่ได้รับความสนใจมาก่อน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต

5.2 สนับสนุนและคุ้มครองงานวิจัย ตลอดจนดูแลความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งถือเป็นต้นทุนในการกระจายการผลิตสินค้าชนิดใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

5.3 ปรับปรุงระบบบริหารจัดการภาครัฐในเรื่องงานวิจัย โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมงานวิจัยกับภาครัฐ และควรทบทวนในเรื่องการแบ่งปันผลประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยด้วย

5.4 การพัฒนาบุคลากร ยังคงถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์การแข่งขันภาคอุตสาหกรรม

ประเด็นท้าทาย

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของโลกทำให้การทำนายของภาคอุตสาหกรรมที่เผชิญในการแข่งขันในเวทีโลกนั้น มีการเปลี่ยนแปลงไปจากแต่ก่อน กล่าวคือ การแข่งขันทางด้านราคาเริ่มลดลง แต่หันมาแข่งขันทางด้านการพัฒนาการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และการอาศัยความได้เปรียบของการแข่งขันในด้านการผลิต เปลี่ยนจากด้านแรงงานราคาถูกมาสู่การแข่งขันทางด้านฝีมือและความรู้ (Knowledge) รูปแบบของการกีดกันทางการค้าที่เคยใช้มาตรการด้านภาษีศุลกากรและปริมาณ เปลี่ยนมาสู่รูปแบบการกีดกันทางด้านคุณภาพ มาตรฐาน และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การรับรู้ข่าวสาร รสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ที่มีระยะเวลาสั้นลงกว่าแต่ก่อน รวมทั้ง การเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ของจีนที่ทำให้โอกาสของจีนมาเป็นคู่แข่งทางการค้าและการลงทุนของไทยมากกว่าแต่ก่อน

ทั้งนี้ เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมไทยสามารถคงศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกได้ จำเป็นที่จะต้องมีการปรับยุทธศาสตร์ในภาพรวมของภาคอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงรูปแบบและแนวคิดที่แตกต่างจากที่ผ่านมา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

1. กรอบแนวคิด

1.1 ยุทธศาสตร์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเวทีโลก ภายใต้สภาพเศรษฐกิจและสังคมของโลกที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วนั้น จะเน้นความสำคัญและทิศทางในการที่จะสร้างให้อุตสาหกรรมของประเทศมีความแตกต่าง (Differentiation) และเน้นการพัฒนาการผลิตในเชิง Mass Customization มากกว่า Mass Production เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาของวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ที่มีระยะเวลานับลง ดังนั้น ต้องมีการกำหนดตำแหน่ง (Position) ของอุตสาหกรรมในตลาดโลกให้ชัดเจน ควบคู่กับการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (Demand Driven) โดยการพัฒนาความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Customer Responsiveness) และส่งมอบสินค้าอย่างตรงเวลาและรวดเร็ว เพื่อให้สามารถสร้างรายได้เปรียบทางด้าน Economies of Speed

1.2 การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันที่จะเน้นการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านความรู้ (Knowledge-based) จำเป็นต้องมีการดำเนินยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม (Innovation) การสร้างพื้นฐานของการวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะทางด้านคุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

2. การจัดกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรมไทยที่สำคัญ แบ่งตามความสามารถในการแข่งขันและความเป็นที่สนใจของอุตสาหกรรมนั้นๆ ออกได้เป็น 3 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ

2.1 กลุ่ม Global Industry เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศสูง ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์

2.2 กลุ่ม Regional and Domestic Industry เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศในระดับปานกลาง ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศและภูมิภาค ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ และกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิกและแก้ว

2.3 กลุ่ม Basic and Strategic Industry เป็นอุตสาหกรรมที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน ได้แก่ ปิโตรเคมี เหล็กและเหล็กกล้า และกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักร

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมจะแยกเป็นยุทธศาสตร์ทางด้านการค้าระหว่างประเทศ และยุทธศาสตร์สำคัญ ที่มีทั้งยุทธศาสตร์ร่วม (Common Strategies) และบางส่วนเป็นยุทธศาสตร์เฉพาะ (Customized Strategies) สำหรับแต่ละอุตสาหกรรม สรุปได้ดังนี้

กลุ่มอุตสาหกรรม	ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ
Globalization Industry	FREE	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนามาตรฐานและคุณภาพ • การพัฒนาการออกแบบ • การสร้าง Brand Name • การพัฒนาและวิจัย (R&D) • การพัฒนาความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรม • การพัฒนาด้านนวัตกรรม
Regional and Domestic Industry	FAIR	<ul style="list-style-type: none"> • การปรับปรุงนวัตกรรม • การพัฒนาการออกแบบ • การพัฒนาผู้ประกอบการ • การสร้างเครือข่ายในการตลาด • การสร้างผู้ประกอบการใหม่ • การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

กลุ่มอุตสาหกรรม	ยุทธศาสตร์การค้า ระหว่างประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ
Basic and Strategic Industry	MANAGE	<ul style="list-style-type: none"> • การฟื้นฟูกิจการ • การเร่งการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม • การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต

ยุทธศาสตร์การค้าสินค้าและบริการระหว่างประเทศ

ประเด็นท้าทาย

1. กฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศของโลกยังไม่เป็นธรรมและมีช่องโหว่ ทำให้มีการใช้มาตรการที่เป็นอุปสรรคทางการค้า ได้แก่

1.1 **ภาษีศุลกากร** เมื่อต่างประเทศลดอัตราภาษีศุลกากรลง เฉพาะอย่างยิ่งประเทศคู่ค้าใหญ่ๆ ที่พัฒนาแล้วได้มีการนำมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff-Barriers) มาใช้เพิ่มขึ้น

(1) **ไทยมีอัตราภาษีเฉลี่ยสูง** ขณะที่ประเทศคู่ค้าโดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วมีอัตราภาษีเฉลี่ยต่ำ

(2) **มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี** เช่น SPS/TBT AD/CVD ซึ่งไทยใช้มาตรการเหล่านี้บ่อย ขณะที่ประเทศคู่ค้าสำคัญใช้มาตรการเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้าสูง

1.2 **การอุดหนุนสินค้าเกษตรมีสูง** โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วมีการให้การอุดหนุนเป็นจำนวนมาก ขณะที่ไทยมีการอุดหนุนต่ำ

2. **ประเทศคู่ค้ามีการนำเรื่องใหม่ๆ มากีดกันการค้ามากขึ้น** เช่น เรื่อง GMOs สิ่งแวดล้อม Animal welfare และแรงงาน เป็นต้น ในขณะที่ประเทศไทยมีการนำมาใช้น้อยมาก

3. **อำนาจต่อรอง** ไทยมีอำนาจการต่อรองต่ำ ขณะที่ประเทศคู่ค้าโดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจมีอำนาจการต่อรองสูง การเจรจาการค้าระหว่างประเทศจึงมักจะถูกครอบงำ (Dominate) โดยประเทศมหาอำนาจ

4. **ประเทศคู่แข่งและคู่ค้าของไทยมีการทำ FTA/CEP กันแพร่หลาย** จึงได้เปรียบประเทศไทยซึ่งมีการทำ FTA/CEP น้อย

5. **ศักยภาพการแข่งขันภาคบริการของไทยยังต่ำ** มีการแข่งขันจากต่างชาติสูงและการเจรจาถูกผลักดันให้เปิดตลาดมากขึ้น ขณะที่กฎเกณฑ์ที่จะจัดระเบียบภาคบริการไม่เพียงพอ และการบังคับใช้กฎระเบียบไม่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์การค้าและบริการระหว่างประเทศของไทย

1. ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

1.1 กรอบแนวคิด

เพื่อให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าและบริการในเวทีเศรษฐกิจโลกได้ จะต้องดำเนินยุทธศาสตร์ใน 2 ด้านพร้อมๆ กัน (Dual Track) คือ

Track 1

ด้าน Demand มี 2 ส่วนคือ

- (1) ใช้ประโยชน์จากเวทีเศรษฐกิจโลกให้มากที่สุด โดยปรับกลยุทธ์ของไทยให้เป็นในเชิงรุกมากกว่ารับและให้ได้ประโยชน์มากขึ้น
- (2) ใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการส่งออกเชิงรุก (Demand Management)

Track 2

ด้าน Supply หรือภาคการผลิตภายในประเทศทั้งทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร โดยการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อลดการพึ่งพาเศรษฐกิจต่างประเทศ แต่มีใช้เป็นการปิดประเทศ

1.2 ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

(1) กลยุทธ์ส่งเสริมการส่งออกเชิงรุก

กลยุทธ์เชิงรุกในการส่งออกเพื่อนำไปสู่ Economy of Speed และช่วยในเรื่องของการเพิ่มการส่งออกสินค้าและบริการทั้งที่เป็น Value Added และ Hi-end ประกอบด้วย

- **การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และบทบาทด้านการส่งเสริมการส่งออก** โดยเน้นการเข้าถึงตลาดโดยให้การส่งออกไปตลาดต่างประเทศมีอุปสรรคน้อยที่สุด ซึ่งในขณะนี้ได้มีการจัดตั้งศูนย์ส่งออก (One-Stop Export Service Center) สำหรับการเข้าถึงลูกค้าในต่างประเทศให้มากขึ้น โดยวิธีให้ลูกค้าในต่างประเทศเป็นแหล่งข้อมูลทางการค้า (Intelligence) ของแต่ละตลาดและลูกค้า เพื่อจะได้สนองความต้องการของแต่ละตลาดและลูกค้าที่แตกต่างกัน

- **สินค้าที่จะผลิตควรผลิตสินค้าที่มี Value Added** ซึ่งสามารถทำได้โดยการเพิ่ม Design และ Packaging ซึ่งในเรื่องนี้กระทรวงพาณิชย์ได้มีแผนงานที่จะจัดตั้งศูนย์ออกแบบผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (Thailand Design Center) รวมทั้งการสร้างตราหรือยี่ห้อของไทย (Branding) เพื่อให้ลูกค้ามองแล้วรู้ว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย

- **การเข้าสู่ตลาด (Accessibility)** โดยจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ (Distribution Center) มีโครงการจัดทำ Thailand Plaza ไปตลาดที่สำคัญของไทย เป็นต้น

- **การเจาะตลาดใหม่ๆ** รวมทั้งการสร้างประตูการค้า (Gateway) ของสินค้าไทยเข้าสู่ประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและจีน

(2) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์การเจรจาในเวทีเศรษฐกิจโลก

การสร้างบรรยากาศการค้าโลกให้เอื้อต่อการส่งออก โดยการใช้เวทีเศรษฐกิจโลกให้เป็นประโยชน์มากที่สุด ทั้งในระดับโลก ได้แก่ องค์การการค้าโลก (WTO) **ระดับภูมิภาค** เช่น ASEAN / APEC / ASEM / GMS-EC และ**ระดับทวิภาคี** เช่น FTA / CEP / CER เป็นต้น โดย

ระดับโลก

- **WTO : การเจรจารอบใหม่ (Doha Development Agenda)** ขณะนี้กำลังมีการเจรจาการค้ารอบใหม่ภายใต้องค์การการค้าโลก ได้เปิดเจรจาแล้วตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2544 ซึ่งกำหนดให้มีเรื่องเจรจาใน 8 เรื่อง (เกษตร บริการ การเปิดตลาดสินค้าอุตสาหกรรม และประมง การปรับปรุงกฎเกณฑ์ของ WTO ให้มีความชัดเจนและรัดกุมยิ่งขึ้น เช่น ความตกลง AD/CVD สิ่งแวดล้อม ทรัพย์สินทางปัญญา การระงับข้อพิพาท และการปฏิบัติตามพันธกรณีของความตกลง) ที่จะต้องเจรจาให้เสร็จสิ้นภายใน 1 มกราคม 2548 และทุกประเทศจะต้องรับผลการเจรจาพร้อมกันทุกเรื่อง (Single Undertaking) โดยกลยุทธ์ของประเทศไทยจะเป็นทั้งฝ่ายรุกและฝ่ายรับในเรื่องที่เจรจาดังนี้

เรื่องที่ไทยเป็นฝ่ายรุก เป็นเรื่องที่ประเทศไทยค่อนข้างมีความพร้อม ได้แก่

- **สินค้าเกษตรรวมถึง เกษตรอุตสาหกรรม (Agro-Industry) และอาหารกระป๋อง** โดยจะผลักดันให้เปิดตลาดมากขึ้น ลดการอุดหนุนภายในลง และยกเลิกการอุดหนุนส่งออกทุกชนิดในที่สุด

- **กฎเกณฑ์ของ WTO** ให้มีการปรับปรุงกฎเกณฑ์ให้เป็นธรรมกับประเทศกำลังพัฒนามากขึ้น เช่น AD/CVD, TBT/SPS

- **สินค้าอุตสาหกรรม** จะเจรจาให้มีการลดภาษีสินค้าในกลุ่ม Global Industry (Food, Leather, Garment, Electronics, Jewelry, Auto) สินค้าอุตสาหกรรมที่น่าจะแข่งขันได้ คือ อัญมณีและเครื่องประดับ (Jewelry) อาหาร และผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่อยู่ในกลุ่ม Global Industry ของกระทรวงอุตสาหกรรม

เรื่องที่ไทยต้องเป็นฝ่ายตั้งรับ เช่น

บริการ

- การเจรจาการค้าบริการรอบใหม่เพื่อให้สมาชิกผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการ เป็นการสร้างความมั่นใจและเป็นหลักประกันว่าประเทศสมาชิกจะไม่ถอยหลังไปสร้างข้อกีดกันมากกว่าที่เคยอนุญาตและได้ผูกพันไว้ ซึ่งในการเจรจารอบใหม่ ไทยถูกเรียกร้องให้เปิด

ตลาดมากขึ้น ซึ่งไทยยังไม่พร้อมที่จะเปิดเสรีมากกว่าที่กฎหมายปัจจุบันอนุญาต เพราะกฎหมายภายในยังไม่เอื้ออำนวย

➢ หลักการสำคัญประการหนึ่งของกฎเกณฑ์การค้าของ WTO คือ การปฏิบัติต่อประเทศสมาชิกอย่างเท่าเทียมกัน จะเลือกปฏิบัติโดยให้สิทธิแก่ประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นพิเศษไม่ได้ ซึ่งในส่วนของไทยมีพันธะตามสนธิสัญญาทางไมตรีให้สหรัฐฯ สามารถมาเปิดธุรกิจภายในประเทศไทยได้ 100% ในกิจการเกือบทุกอย่าง ยกเว้น 6 สาขา ได้แก่ การธนาคารที่เกี่ยวกับการรับฝากเงิน การคมนาคม การขนส่ง การแสวงหาประโยชน์จากที่ดินหรือทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ การค้าภายในเกี่ยวกับผลิตผลทางเกษตรพื้นเมือง และการรับดูแลทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น ในขณะที่ปัจจุบันกฎหมายของไทยจำกัดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุน โดยถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 49 ประเทศสมาชิกอื่น ๆ จึงพยายามจะผลักดันให้ไทยเปิดตลาดให้เท่ากับที่ให้สหรัฐฯ (Treaty of Amity)

สิ่งแวดล้อม แรงงาน และ GMOs : ประเทศที่พัฒนาแล้วมักจะใช้เรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นข้ออ้างในการกีดกันทางการค้า ไทยจะต้องหาทางป้องกันไม่ให้มีการใช้เรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็นข้ออ้าง

ระดับภูมิภาค

เป็นเรื่องของความร่วมมือเป็นส่วนใหญ่ เช่น APEC และ ASEM ซึ่งจะมีกลยุทธ์ดังนี้

- สร้างความร่วมมือในภูมิภาคเอเชีย (Asian Cooperation Dialogue: ACD) ให้เป็นรูปธรรมเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองของไทยในภูมิภาค

- ผลักดันให้ข้อตกลงของอาเซียนมีผลในทางปฏิบัติมากขึ้น
- เร่งสร้างกลไก AFTA+3 ให้เป็น East Asian Economic Area ให้ได้ เพื่อให้เป็นเขตการค้าเสรี

- ใช้ GMS-EC เป็นฐานการผลิตสินค้าที่เป็น low-end

ระดับทวีป

- เน้นการขยายการค้าและสร้างความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นลำดับแรก

- ทำ FTA กับจีน อินเดีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เป็นต้น ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีศักยภาพ เป็น Gate way ลดอุปสรรคทางการค้าในประเทศคู่ค้า สามารถก้าวสู่กันทางเศรษฐกิจ และเพิ่มอำนาจการต่อรองของไทย

2. ยุทธศาสตร์การค้าบริการระหว่างประเทศของไทย

ประเภทธุรกิจบริการของไทย แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) **กลุ่มธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และมีความพร้อมสูง** ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคารไทย สุขภาพ (ธุรกิจรักษาพยาบาล long-stay ทันตกรรม) การศึกษา การออกแบบและก่อสร้าง และเสริมความงาม

(2) **กลุ่มธุรกิจบริการที่ควรพัฒนา** โดยสถานะและ logistic ไทยเรามีศักยภาพ แต่ความสามารถยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากขาดเงินทุน เทคโนโลยี หรือขาดทักษะทางด้านภาษาและขาดประสบการณ์ ซึ่งต้องพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ เช่น ในด้านวิชาชีพก็ปรับเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร ด้านธุรกิจก็ควรปรับกฎระเบียบเงื่อนไขการเข้ามาลงทุน หรือมีผู้เข้ามาบริหาร สร้างโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) ที่จะดึงดูดให้เข้ามาในประเทศ ได้แก่ สวนสนุก ศูนย์ประชุม วิชาชีพ (วิศวกร สถาปนิก บัญชี กฎหมาย) บันเทิง โฆษณา

(3) **กลุ่มธุรกิจบริการพื้นฐานที่จะต้องดูแลมาก** ซึ่งรัฐจะต้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือ เนื่องจากเป็นธุรกิจรากฐานและเกี่ยวข้องกับความมั่นคง หรือขาดกฎหมายที่จะรองรับ ได้แก่ โทรคมนาคม ขนส่ง การเงิน การค้าส่ง-ค้าปลีก

ยุทธศาสตร์การค้าบริการระหว่างประเทศ

(1) การปรับเปลี่ยนจากผู้นำเข้าเป็นผู้ส่งออกบริการ

- ลดการออกไปใช้บริการในต่างประเทศ เช่น การศึกษา ท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการส่งออกธุรกิจที่มีศักยภาพ ได้แก่ ธุรกิจที่สร้างรายได้ เช่น การจัด road show และจัด business contact ให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการไทยพบกับผู้แทนและนักธุรกิจต่างชาติ (กรมส่งเสริมการส่งออกมีเป้าหมายที่จะเพิ่มร้านอาหารในต่างประเทศ)

- สร้าง Image การให้บริการในตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (Thailand's brand) เช่น ภัตตาคารไทย นวดแผนโบราณไทย และไปในตลาดที่มีกำลังซื้อ เช่น ยุโรป สหรัฐฯ ญี่ปุ่น

- พัฒนาผู้ประกอบการสู่สากล (ตั้งที่กรมส่งเสริมการส่งออกและกรมทะเบียนการค้าดำเนินการอยู่) เช่น ปรับปรุงให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ทำฐานข้อมูลเชื่อมโยงกับต่างประเทศ การอบรมผู้ประกอบการให้เป็นสากล

(2) การปรับการเจรจาจากการตั้งรับเป็นการรุก

- เรียกร้องให้การเปิดตลาดบริการที่ไทยมีศักยภาพ ซึ่งในอดีตไทยเป็นฝ่ายตั้งรับ ไม่เรียกร้อง (request) ประเทศใด และเป็นฝ่ายที่ถูกต่างชาติเรียกร้องให้พิจารณาเปิดตลาด จะต้องเป็นฝ่ายรุก โดยการมี request เขาบ้าง
- สร้างกฎระเบียบ/ยกมาตรฐานคุณภาพให้ทัดเทียมต่างประเทศ คือ เมื่อเปิดตลาดแล้ว**ต้องมีกฎระเบียบที่สร้างอุปสรรคทางการค้าแบบแฝง** เช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น การกำหนดมาตรฐานคุณภาพ หรือกำหนดให้ต้องมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น เป็นต้น

(3) การปรับบทบาทของศักร

- ให้มีองค์กรดูแลภาพรวมทิศทาง/นโยบายด้านการค้าบริการ (เช่น กำหนดทิศทางว่า ไทยจะมุ่งเน้นการค้าบริการด้านใด เปิดเสรีได้หรือไม่)
- ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในบริการที่มีศักยภาพใน 2 กลุ่มธุรกิจบริการที่กล่าวไปแล้วข้างต้น คือ กลุ่มธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ และกลุ่มธุรกิจบริการที่ควรพัฒนา

ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นท้าทาย

จากการประเมินการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจ การเมือง และสังคมโลก พบว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแนวคิดความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งวิธีการดำเนินงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปความเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์โลกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

- 1. Globalisation** หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารภายในโลกที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่
- 2. New Competitors** หมายถึง การเกิดคู่แข่งใหม่ๆ ซึ่งนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความใกล้เคียงกัน ทำให้การแข่งขันมีสูงขึ้น และผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น
- 3. Sustainable Tourism** หมายถึง แนวคิดในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด แต่ให้เกิดการกระจายผลทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในแนวทางใหม่ และส่งผลกระทบต่อแนวคิดการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- 4. Quality Based Products** หมายถึง การคำนึงถึงคุณภาพมากกว่าปริมาณ ในราคาที่เหมาะสม
- 5. IT** หมายถึง การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้เกิดช่องทางในการเผยแพร่และการขาย รวมไปถึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ
- 6. Human Rights and World Peace** ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากการเกิดเหตุการณ์ก่อการร้ายและสงครามในบริเวณต่างๆ จึงมีแนวคิดในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างสันติภาพในโลก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ทั้งยังเป็นสื่อในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความรู้ และความเข้าใจระหว่างกัน
- 7. Change of Lifestyle** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบความต้องการและแนวทางการดำรงชีวิต เช่น การมีเวลาเดินทางลดลงในขณะที่มีเงินมากพอ (Time Poor Money Rich) ทำให้เกิดความต้องการสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการเฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การนำเสนอสินค้าจะเป็นไปในลักษณะ Tailor-Made เฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

8. Safety and Security หมายถึง นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ซึ่งมีอิทธิพลสูงต่อการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เส้นทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว

ยุทธศาสตร์การพัฒนากท่องเที่ยวไทย 3 ปี

จากการศึกษาวิเคราะห์จากประเด็นท้าทายดังกล่าวไปแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนากท่องเที่ยวไทยระยะ 3 ปี ต่อคณะรัฐมนตรีเพื่ออนุมัติไปแล้วเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2545 โดยนำเสนอกรอบกลยุทธ์การดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดำเนินการ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ 1 : ศึกษาและจัดทำ Positioning ของประเทศไทยในตลาดการท่องเที่ยวโลก เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นให้ประเทศเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มาตรฐานโลก

กลยุทธ์ที่ 2 : กำหนดและเผยแพร่ Brand Name ของประเทศไทย เพื่อมุ่งนำเสนอประเทศไทยในรูปแบบที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นในภูมิภาคเดียว โดยนำเอกลักษณ์ของประเทศไทยมานำเสนอ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาสินค้าและบริการ

กำหนดแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยแบ่งกลุ่มสินค้าที่จะดำเนินการพัฒนา ใน 3 ปี ในรูปแบบของ Cluster 5 กลุ่ม เพื่อทำให้กิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้

กลุ่ม 1 : หาดทราย ชายทะเล

กลุ่ม 2 : อุทยาน ป่าเขา

กลุ่ม 3 : ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม

กลุ่ม 4 : สินค้าตามความสนใจเฉพาะ

กลุ่ม 5 : สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 : การขยายพื้นที่ท่องเที่ยว โดย

1. ร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในระดับต่างๆ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในภูมิภาค และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น

2. ผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการศึกษาและฝึกอบรมด้านการบริการและการท่องเที่ยว
3. ผลักดันอย่างต่อเนื่องให้ประเทศไทยช่วงชิงการเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว (Tourism Hub) โดยเฉพาะด้านการบินจากสิงคโปร์

กลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนจุดเน้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดย

1. มุ่งกลุ่มเป้าหมายคุณภาพควบคู่กับรักษาการเติบโตของตลาดเชิงปริมาณ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยมีตลาดเป้าหมายที่สำคัญ แบ่งได้เป็น

1.1 ตลาดเป้าหมายคุณภาพ (ตลาดต่างประเทศ)

- **ภูมิภาคเอเชีย** : ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ฮ่องกง เกาหลี จีน
- **ภูมิภาคโอเชียเนีย** : ออสเตรเลีย
- **ภูมิภาคยุโรป** : อังกฤษ เยอรมัน สแกนดิเนเวีย ฝรั่งเศส อิตาลี และ เนเธอร์แลนด์
- **ภูมิภาคตะวันออกกลาง** : UAE และ อิสราเอล

1.2 **ตลาดเฉพาะกลุ่ม (ตลาดต่างประเทศ)** ประกอบด้วย กลุ่ม MICE กลุ่มเยาวชน กลุ่ม Long Stay กลุ่ม Sport (กลุ่มกอล์ฟและกลุ่มดำน้ำ) กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มศาสนา และกลุ่มครอบครัว

1.3 **ตลาดในประเทศ** ประกอบด้วย กลุ่ม MICE กลุ่มครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเยาวชน

2. เน้นการดำเนินงานแบบ More for More เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

3. เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ และเพิ่มเครือข่ายในการทำการตลาด

4. เน้นการทำตลาดแบบ Target Marketing ควบคู่กับการทำตลาดแบบ Mass Marketing

กลยุทธ์ที่ 3 : การกำหนดกลยุทธ์และการบริหารจัดการใหม่ โดยการเปลี่ยนยุทธศาสตร์การจัดการจากส่วนกลางเป็นส่วนท้องถิ่น รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 4 : การแบ่งภาระรับผิดชอบใหม่ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและบทบาทในการบริหารจัดการให้กับท้องถิ่นมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 5 : การปรับบทบาทองค์กรการบริหาร (Restructure) โดยการแบ่งความรับผิดชอบให้ชัดเจน ดังนี้

1. **ภาครัฐ** เป็น Regulators กำหนดมาตรฐานและบังคับใช้กฎหมาย
2. **ภาคเอกชน** เป็น Self Regulation และสร้างเครือข่ายการชวยให้แข่งขันได้ในระดับโลก
3. **องค์กรท้องถิ่น** เป็นผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การลงทุน

สถานการณ์ด้านการลงทุนของไทยในเวทีโลก

การแข่งขันในการดึงดูดการลงทุนของประเทศต่างๆ ได้ทวีความรุนแรงสูงขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หลังจากประเทศจีนเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) แม้ว่าโดยภาพรวมคลื่นการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศได้ไหลเข้าสู่ภูมิภาคเอเชียมากขึ้น แต่การลงทุนส่วนใหญ่ไหลเข้าสู่จีนทั้งในรูปแบบของเม็ดเงินและสัดส่วน ในปี 2543 ในจำนวนเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศทั้งหมดมีสัดส่วนที่ไหลสู่เอเชียร้อยละ 57.2 เพิ่มขึ้นจากปี 2542 ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 43.3 แต่ในส่วนของการลงทุนในไทยนั้น กลับพบว่า มีสัดส่วนการลงทุนลดลง โดยในปี 2543 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในไทยมีมูลค่าประมาณ 2,448 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 1.8 ของการลงทุนทั้งหมดที่เข้ามาในภูมิภาคเอเชีย¹ (หรือร้อยละ 0.19 ของการลงทุนโดยตรงของโลก) ลดลงจากปี 2542 ซึ่งมีการลงทุนถึง 3,562 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 3.7 ของการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย (หรือร้อยละ 0.33 ของการลงทุนโดยตรงของโลก) สถานภาพการลงทุนของไทยที่ถดถอยทั้งในรูปแบบเม็ดเงินและสัดส่วน แสดงว่า ความสามารถในการแข่งขันดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศของไทยได้เสื่อมถอยลง จึงจะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

รูปแบบขององค์กรส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ

รูปแบบและขอบเขตงานขององค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศคู่แข่งที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียเปรียบเทียบกับไทย สามารถสรุปได้ ดังนี้

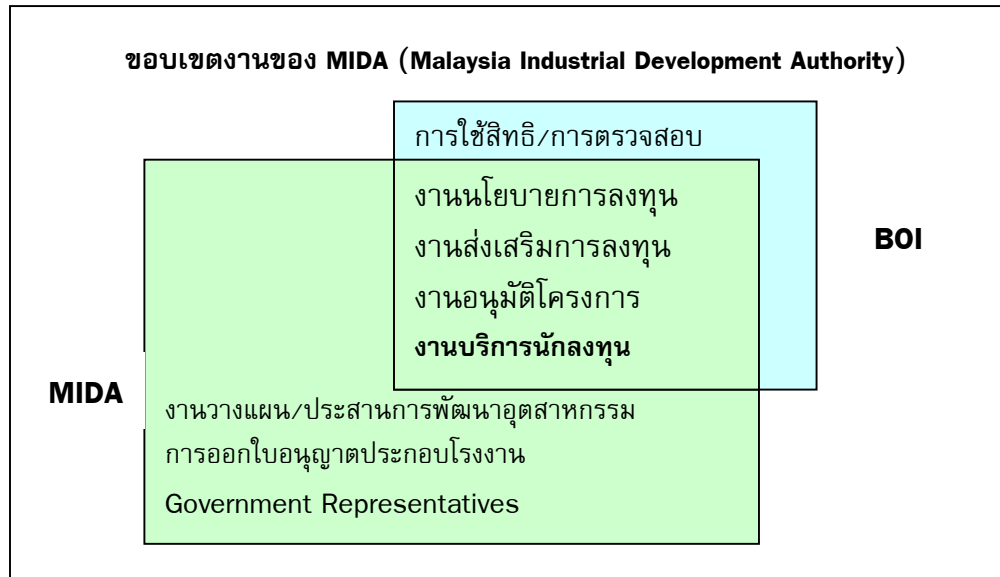
- องค์กรส่งเสริมการลงทุนเกือบทุกประเทศในเอเชียเป็นหน่วยงานราชการ ยกเว้นในกรณีของญี่ปุ่นเป็นองค์กรเอกชน
- ประเทศที่องค์กรส่งเสริมการลงทุนขึ้นตรงกับประธานาธิบดีหรือนายกรัฐมนตรี ได้แก่ องค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทย และอินโดนีเซีย
- ประเทศที่องค์กรส่งเสริมการลงทุนสังกัดกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม ได้แก่ องค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ และจีน
- ประเทศที่องค์กรส่งเสริมการลงทุนสังกัดกระทรวงเศรษฐกิจ ได้แก่ องค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศไต้หวัน
- อย่างไรก็ดี ผู้นำระดับสูงสุดของทุกประเทศล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายการลงทุน และการเจรจาชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศด้วยตนเองมากขึ้นโดยลำดับ

¹ ภูมิภาคเอเชีย หมายถึง เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

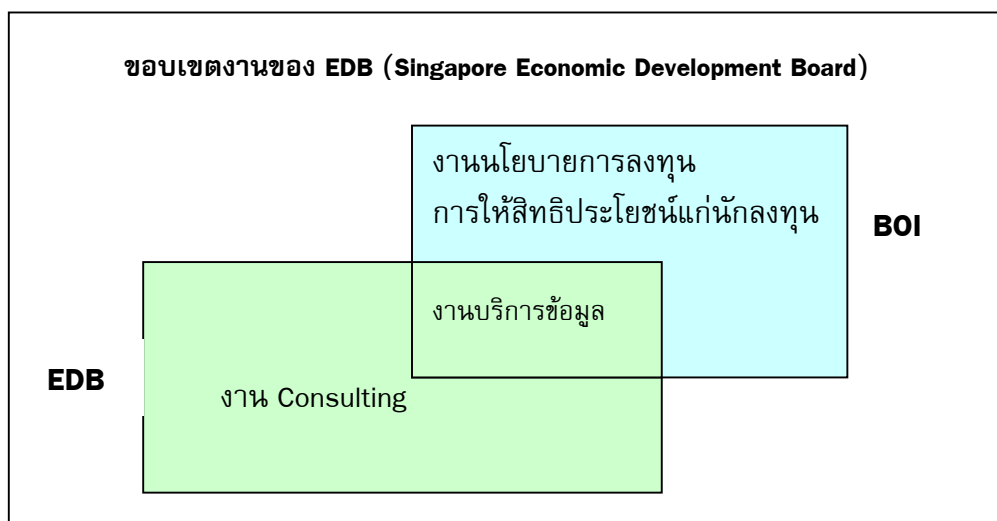
- องค์กรส่งเสริมการลงทุนของทุกประเทศ ยกเว้นอินโดนีเซีย มีขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบกว้างกว่าของไทย

ขอบเขตงานขององค์กรส่งเสริมการลงทุนในเอเชีย

- **Malaysia Industrial Development Authority (MIDA) ของประเทศมาเลเซีย**



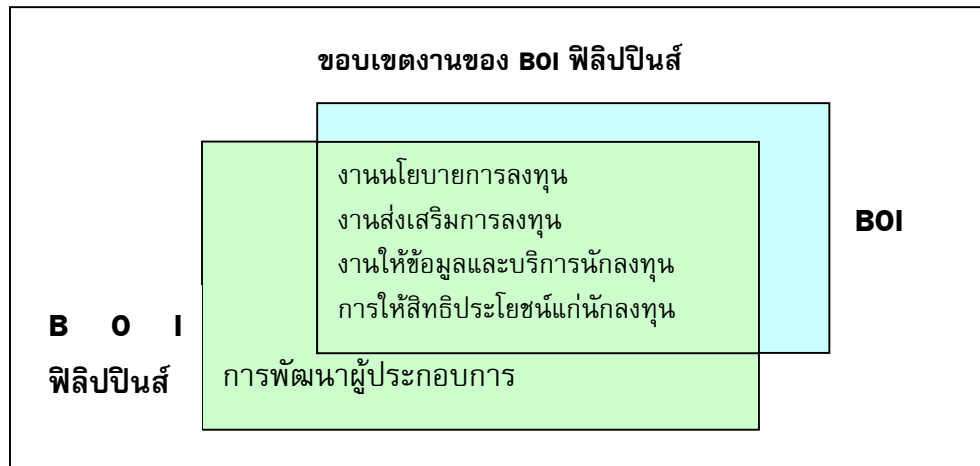
- **Economic Development Board (EDB) ของประเทศสิงคโปร์**



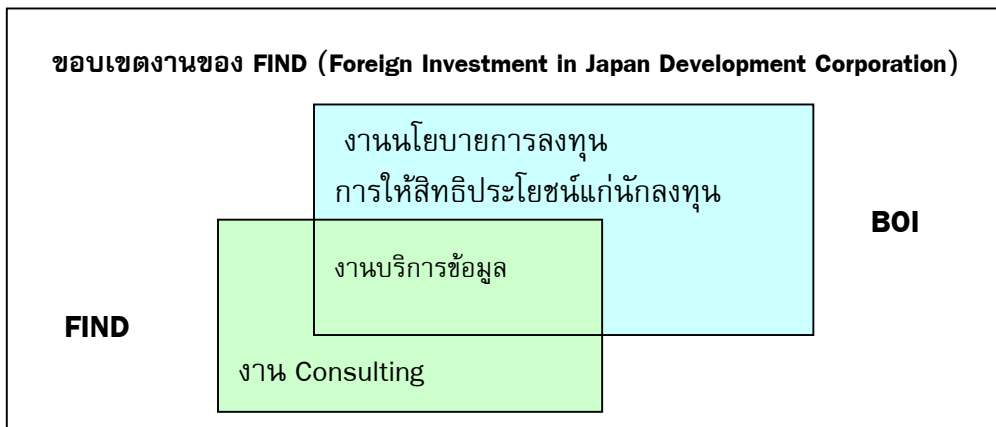
- **Investment Coordinating Board (BKPM) ของประเทศอินโดนีเซีย**



- **Board of Investment (BOI) ของประเทศฟิลิปปินส์**



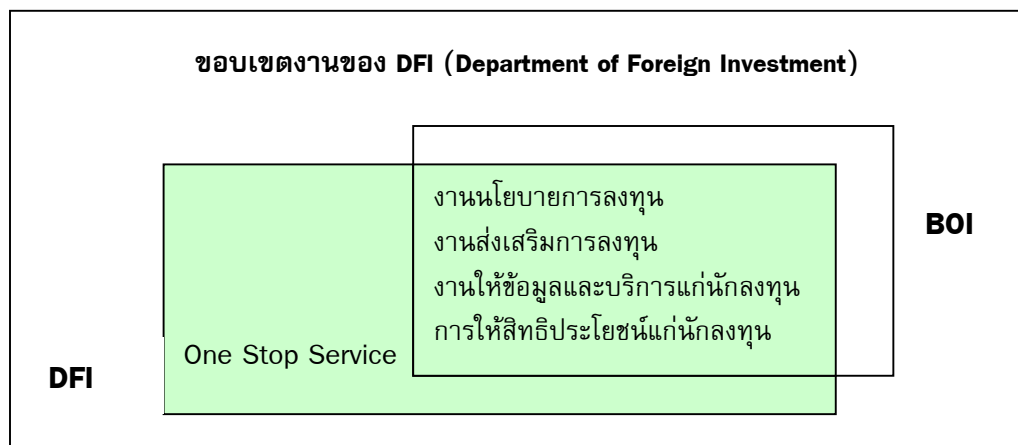
- **Foreign Investment in Japan Development Corporation (FIND) ของประเทศญี่ปุ่น**



- **Korea Trade – Investment Promotion Agency (KOTRA) ของประเทศเกาหลีใต้**



- **Department of Foreign Investment (DFI) ของประเทศจีน**



- **Industrial Development and Investment Center (IDIC) ของประเทศไต้หวัน**



มาตรการชักจูงการลงทุนของต่างประเทศ

สำหรับการแข่งขันในการปรับปรุงมาตรการชักจูงการลงทุนของแต่ละประเทศ เพื่อให้สามารถดึงดูดการลงทุนได้มากขึ้นในช่วงที่ผ่านมา ก็ทวีความรุนแรงมากขึ้นทั้งทางด้านมาตรการที่เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวกับภาษีและไม่เกี่ยวกับภาษี หากเปรียบเทียบสิทธิและประโยชน์ที่ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เสนอให้กับนักลงทุนในปัจจุบัน จะเห็นว่าได้เพิ่มทั้งความหลากหลายของสิทธิประโยชน์และขอบเขตการให้ส่งเสริมมากขึ้น สิทธิและประโยชน์ของไทย ซึ่งได้บังคับใช้มากกว่า 25 ปี ยังมีข้อเสียเปรียบคู่แข่งอย่างสิงคโปร์และมาเลเซีย (รายละเอียดตามตารางที่ 1) นอกจากนี้ยังมีสิ่งจูงใจในรูปแบบที่จำกัดแล้ว ยังขาดความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการของนักลงทุนในแต่ละอุตสาหกรรม หากไม่แก้ไขปรับปรุงให้สามารถใช้ในการชักจูงและดึงดูดการลงทุนเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นแล้ว ก็อาจส่งผลกระทบต่อการลงทุนโดยรวมของประเทศไทยในระยะยาวได้ นอกจากนี้ ไทยจะต้องปรับยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการลงทุนทางด้านอื่น โดยเฉพาะด้านที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร เพราะสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรกำลังจะมีความสำคัญลดน้อยลง

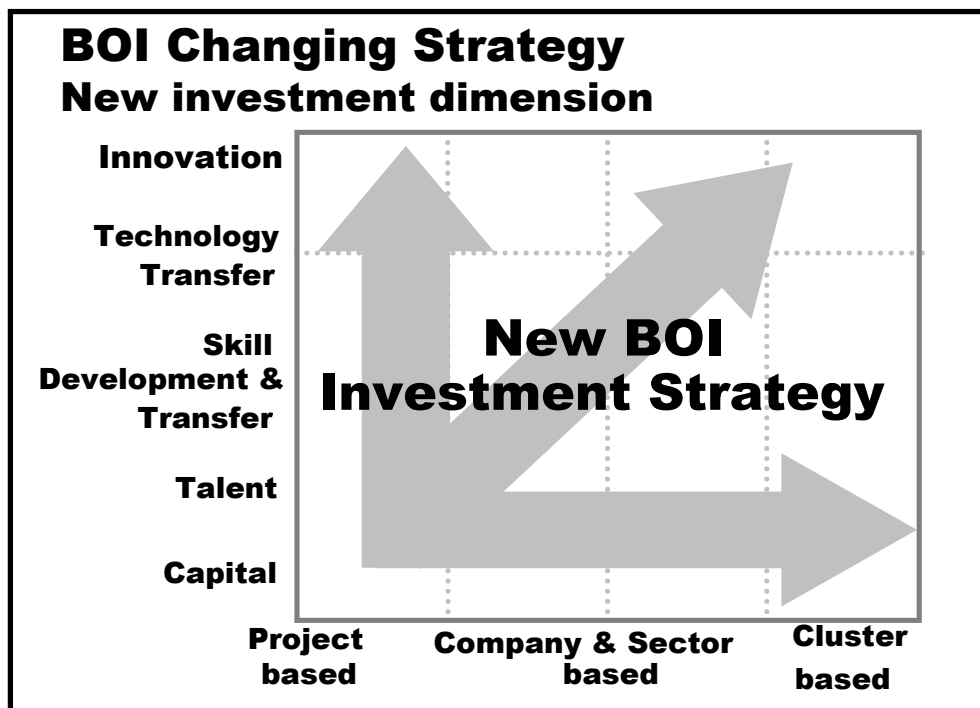
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบสิ่งจูงใจเพื่อชักจูงการลงทุนของประเทศในกลุ่ม ASEAN

สิ่งจูงใจ	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์
ด้านภาษี	<ul style="list-style-type: none"> - ยกเว้นภาษีเงินได้สูงสุด 8 ปี และลดหย่อนภาษีเงินได้ครึ่งหนึ่ง 5 ปี (ให้ตามเขตที่ตั้ง) 	<ul style="list-style-type: none"> - ยกเว้นภาษีเงินได้ 5 - 10 ปี - Investment tax allowance 60 - 100% ของเงินลงทุนค่าโรงงานและเครื่องจักรเพื่อลดภาษีเงินได้ - Reinvestment allowance เท่ากับ 60% ของการลงทุนขยายหรือปรับปรุงเครื่องจักรเพื่อลดภาษีเงินได้ (ให้ตามประเภทธุรกิจ) 	<ul style="list-style-type: none"> - ยกเว้นภาษีเงินได้ 5-10 ปี (ใช้ร่วมกับบริษัทในเครือ) - Investment tax allowance 100% ของมูลค่าโรงงานและเครื่องจักร - Development & expansion ลดภาษีเงินได้ลงเหลืออัตรา 10% ได้ถึง 20 ปี (ให้ตามคุณค่าของโครงการ)

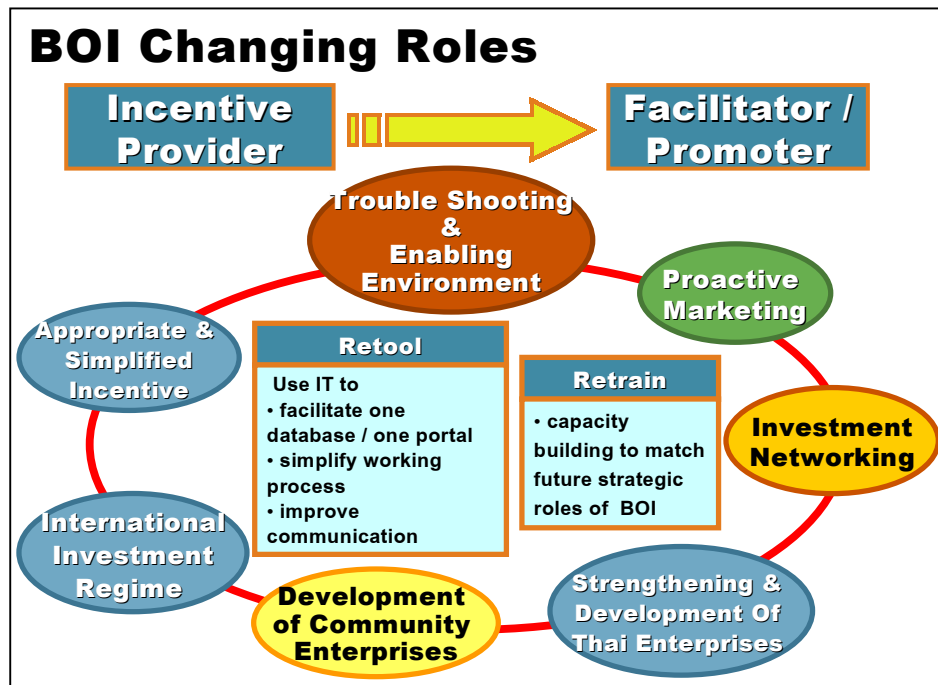
สิ่งจูงใจ	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์
ด้านการส่งออก	- ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบสำหรับการผลิตเพื่อส่งออก	- ให้ส่วนลดเงินได้ - Export credit refinancing scheme 80% ของมูลค่าส่งออก - Double deduction สำหรับ export promotion & export insurance expense - Industrial building allowance สำหรับสินค้าส่งออก	- ลดหย่อนภาษีเงินได้ 90% สำหรับกำไรจากส่วนส่งออก ตั้งแต่ 3 - 15 ปี - Export credit financing จากธนาคารของรัฐ - Double deduction สำหรับ export promotion expense
ด้านวิจัยและพัฒนา	- หักค่าใช้จ่ายได้ 2 เท่า (โดยกรมสรรพากร)	- ทำ R&D เองจะได้รับ Investment tax allowance พิเศษ (50% ของค่าใช้จ่าย หรือ 70% ของกำไร) - หักค่าใช้จ่ายได้ 2 เท่าทั้งทำเอง และจ้างผู้อื่น	- Investment tax allowance 100% ของกิจกรรม R&D - หักค่าใช้จ่าย R&D ได้ 2 เท่า - เร่งตัดค่าเสื่อมเครื่องจักรและโรงงานได้ใน 3 ปี - ให้ Industrial building allowance อาคารทำ R&D หักค่าใช้จ่ายค่า Know-how และ patent ภายใน 5 ปี - ยกเว้นค่าใช้จ่าย Royalty fees
ด้านการฝึกอบรม	- หักค่าใช้จ่ายได้ 1.5 เท่า (โดยกระทรวงแรงงานฯ)	- ให้ Investment tax allowance ในการฝึกอบรม	- Training grant under Skills Development Fund
ด้านสิ่งแวดล้อม	- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร	- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรเพื่อสิ่งแวดล้อมและ Recycling	- Investment tax allowance สำหรับการลดการใช้ น้ำ
ด้านอื่น ๆ		- รัฐบาลที่ดินให้ในราคาต่ำ และเป็นตัวกลางจัดหาสาธารณูปโภค	- เป็นตัวกลางจัดหาแรงงานที่ดิน และสาธารณูปโภคให้

ยุทธศาสตร์การลงทุนของประเทศไทย : บทบาทใหม่ของ BOI

การปรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุน เพื่อพัฒนาเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของประเทศจะต้องมุ่งการพัฒนาและเสริมสร้างมิติการลงทุนรูปแบบใหม่ กล่าวคือ ปรับเปลี่ยนจากเดิมที่มุ่งเน้นดึงดูดเม็ดเงินลงทุน มาเป็นการมุ่งเน้นการลงทุนที่ส่งเสริมและป้อนเฉพาะบุคลากรที่มีศักยภาพเชี่ยวชาญเฉพาะ (talent) การพัฒนาและการถ่ายโอนทักษะบุคลากรระดับต่างๆ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการส่งเสริมและพัฒนาความคิดริเริ่มเพื่อการสร้างนวัตกรรมใหม่



สำหรับในส่วนของสำนักงานก็จะต้องปรับเปลี่ยนบทบาทการอำนวยความสะดวกและการให้บริการนักลงทุน รวมถึงการออกมาตรการใหม่เพื่อชักจูงการลงทุน เพื่อรองรับการปรับยุทธศาสตร์การลงทุนแนวใหม่ ดังนั้น บทบาทของสำนักงานจะต้องเปลี่ยนการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเป็นหลัก เป็น “ผู้อำนวยความสะดวกและผู้ให้บริการเพื่อการส่งเสริมการลงทุน” มากขึ้นในด้านต่างๆ แก่นักลงทุน ทั้งที่เป็นคนไทยและต่างชาติ โดยจะมียุทธศาสตร์หลัก ดังนี้



1. การปรับปรุงและเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี

1.1 การแก้ไขปัญหาและขจัดอุปสรรคต่อการลงทุน ซึ่งเป็นต้นทุนแฝงของภาคเอกชน เพื่อเสริมสร้างความน่าลงทุน และเป็นแรงจูงใจให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกลงทุนในไทย

1.2 การส่งเสริมและประสานงานให้มีการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน (infrastructure) ทั้งทางด้าน Hardware และ Software ที่เพียงพอที่จะเอื้อต่อการลงทุนด้านต่างๆ

2. การปฏิบัติการชักจูงการลงทุนเชิงรุก

2.1 จะรณรงค์ส่งเสริมและชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง

2.2 กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย (Target Industries) และประเทศเป้าหมาย (Country Specific) ในการชักจูงการลงทุน อาทิ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน และกลุ่มประชาคมยุโรป เพื่อดึงดูดการลงทุนสู่ไทยอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การพัฒนาและเสริมสร้างเครือข่ายการลงทุน

ส่งเสริมการก่อตั้งและขยายเครือข่ายหรือแนวร่วมของไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการลงทุน เช่น

- 3.1 การทำสัญญาความร่วมมือกับกลุ่มธนาคารใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มในประเทศญี่ปุ่น
- 3.2 จัดตั้งและส่งเสริมกิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้บริหารของบริษัทที่ลงทุนในประเทศไทยและเคยทำงานในไทยเมื่อกลับไปประเทศตนแล้ว รวมตัวกันเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์เศรษฐกิจและการลงทุนมาสู่ไทย
- 3.3 การจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรเอกชนไทยในต่างประเทศ
- 3.4 สถาปนาความสัมพันธ์ในระดับจังหวัดของไทยและจังหวัดของต่างประเทศ (Local to Local) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ผลิตท้องถิ่นของไทยที่จะได้รับความรู้และวิธีการใหม่ๆ และเข้าถึงตลาดในต่างประเทศ
- 3.5 สถาปนาเครือข่ายกับสถาบันและองค์กรภายในประเทศ รวมทั้งองค์กรเอกชนของไทยและต่างประเทศ เช่น องค์กรการค้าต่างประเทศในประเทศไทย

4. การพัฒนาขีดความสามารถในกฎ ระเบียบและข้อตกลงด้านการลงทุนในเวทีระหว่างประเทศ

- 4.1 พัฒนาและสั่งสมองค์ความรู้และฐานข้อมูลด้าน International Investment Regime ในเวทีระหว่างประเทศในระดับต่างๆ
- 4.2 เพิ่มพูนทักษะของเจ้าหน้าที่โดยการอบรมและการปฏิบัติจริง (on the job training) เพื่อเตรียมบุคลากรไว้สำหรับการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านกฎระเบียบการลงทุนระหว่างประเทศ
- 4.3 การติดตามความเคลื่อนไหวของการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบเกี่ยวกับการลงทุนระหว่างประเทศ เพื่อเผยแพร่และกระตุ้นผู้ประกอบการไทยในการเตรียมความพร้อม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

5. การบริหารงานส่งเสริมการลงทุน

- 5.1 เพิ่มประสิทธิภาพและขยายขอบเขตการให้บริการแก่นักลงทุนอย่างครบวงจร
- 5.2 ลดขั้นตอนและปรับปรุงกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่ยุงยากและไม่จำเป็น เพื่อให้ง่ายและไม่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน
- 5.3 การลดภาระงานที่สำนักงานไม่จำเป็นต้องดำเนินการเอง โดยให้องค์กรอื่นดำเนินการแทน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านการลงทุน ซึ่งเป็นงานหลักขององค์กร

6. การพัฒนาและเสริมสร้างวิสาหกิจไทย

- 6.1 ส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจไทย โดยร่วมกับส่วนราชการและองค์กรเอกชนทั้งของไทยและต่างประเทศ

6.2 ดำเนินการให้ SMEs ของไทย เชื่อมโยงกับ SMEs ของต่างประเทศโดยตรง เพื่อการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี โดยอาศัยความร่วมมือจากองค์กรของต่างประเทศ เช่น GTZ (บริษัทอุตสาหกรรมขนาดย่อม) แห่งประเทศเยอรมัน

6.3 ส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงระหว่างบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน รายใหญ่กับ SMEs ไทย เพื่อให้เกิดการใช้วัตถุดิบและชิ้นส่วนต่างๆ ในประเทศมากขึ้น

7. การพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของวิสาหกิจชุมชน

7.1 ประสานและร่วมมือกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง และองค์กรต่างประเทศ เพื่อจัดให้มีการสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นบูรณาการเดียวกันเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยการให้การสนับสนุนที่จำเป็นทางด้านการเงิน การจัดการ และการตลาด เพื่อให้โครงการวิสาหกิจชุมชนไทยเกิดขึ้นได้และเป็นที่ยอมรับในตลาด

7.2 เสริมสร้างและสนับสนุนการลงทุนของวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ร่วมกับ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ

ความสำคัญของยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ เป็นยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญมากในการสนับสนุนยุทธศาสตร์รายสาขาของหน่วยงานอื่นๆ ด้านเศรษฐกิจ ด้วยเหตุผลสำคัญ 4 ประการ

1. การดำเนินยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศและการทูต เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศต่างๆ ในทุกมิติ และทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับรัฐกับรัฐ ช่วยให้เกิดบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานเชิงรุกในด้านการค้าและบริการ การเกษตร การอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการลงทุน ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

2. ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานผ่านผู้แทน และคณะผู้แทนของไทยที่ประจำการในประเทศต่างๆ เอกอัครราชทูต ในฐานะหัวหน้าคณะผู้แทน ดำรงสถานะอันเป็นที่ยอมรับในประชาคมระหว่างประเทศ สามารถที่จะเปิดช่องทางการเจรจาระดับสูง สร้างเครือข่ายของความสัมพันธ์ แสวงหาโอกาส และข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มพูนผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนี้ เอกอัครราชทูตและคณะผู้แทนไทยยังมีหน้าที่คุ้มครอง/ป้องกัน และเจรจาแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของประเทศไทย โดยเฉพาะของภาคธุรกิจและแรงงานไทยในต่างประเทศ

3. ปัจจุบันรัฐบาลไทยมีสถานเอกอัครราชทูต คณะทูตถาวรฯ ประจำองค์การสหประชาชาติ สถานกงสุลใหญ่ รวม 80 แห่ง ใน 57 ประเทศทั่วโลก คณะผู้แทนไทยทั้ง 80 คณะนี้ คือ กลไกถาวรที่สำคัญของไทยในการผลักดันยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศของไทย

ในขณะที่ภูมิทัศน์เศรษฐกิจการเมืองโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ประเทศต่างๆ อยู่ในสภาวะต้องแข่งขันและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันมากขึ้นควบคู่กันไป หน่วยงานของรัฐ และเอกชน มีการดำเนินภารกิจด้านต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประเด็นท้าทายในการบริหารจัดการ เพื่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย คือ “รัฐบาลจะบริหารจัดการภายในประเทศ เพื่อการดำเนินภารกิจต่างประเทศที่เป็นเอกภาพอย่างไร (Internal Management of External Relations) จึงจะทำให้เป้าหมายของยุทธศาสตร์บรรลุผล”

หากพิจารณายุทธศาสตร์ของหน่วยงานด้านเศรษฐกิจในเชิงบูรณาการแล้ว จะเห็นความเชื่อมโยงของบทบาท และภารกิจ ที่ชัดเจนมากขึ้นใน 3 กลุ่มหน่วยงาน คือ

1. หน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวกับปัจจัยและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น กระทรวงแรงงาน กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงคมนาคม

2. หน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับนโยบาย แผนงานและปฏิบัติการ ได้แก่ กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมการลงทุน

3. หน่วยงานที่มีภารกิจประสานความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับการต่างประเทศ ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ (สถานเอกอัครราชทูต คณะทูตถาวรฯ สถานกงสุลใหญ่ รวม 80 แห่ง ใน 57 ประเทศทั่วโลก) (กรุณาดูแผนภูมิที่ 12)

ในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ นอกจากจะคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลกแล้ว กระทรวงการต่างประเทศยังได้ให้ความสำคัญกับประเด็นซึ่งที่ประชุมเชิงปฏิบัติการ 20 พฤษภาคม 2545 ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ 5 ประการ ได้แก่

ประการแรก จะต้องเป็นการดำเนินการในเชิงรุก ประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน เสริมสร้างและเร่งรัดความร่วมมือระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและชุมชนระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชีย เพื่อเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ และการค้าระหว่างกันให้มากขึ้น

ประการที่สอง จะต้องปฏิรูปวิธีคิด วิธีทำงาน ควบคู่ไปกับการปฏิรูปโครงสร้างการจัดกระทรวงใหม่ และอยู่บนพื้นฐานการทำงานร่วมกับภาคเอกชน

ประการที่สาม เน้นการสร้างองค์ความรู้ ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ

ประการที่สี่ คำนึงถึงความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ประการที่ห้า คำนึงถึงความคุ้มค่า ยั่งยืน ของการลงทุนภาครัฐในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการของกระทรวงการต่างประเทศ ในการดำเนินยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ จะประกอบด้วย การปฏิรูปใน 3 ด้าน ได้แก่

การปฏิรูปนโยบาย (Policy Reform) ประกอบด้วย

1. การดำเนินการทูตเชิงรุก เพิ่มพูนความสัมพันธ์กับนานาประเทศ โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศในภูมิภาคเอเชีย ทั้งในระดับทวิภาคีและในกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาค เพื่อขยายโอกาส เปิดช่องทางการเจรจาระดับสูง เสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการผลักดันยุทธศาสตร์ในด้านการเกษตร อุตสาหกรรม การค้าและบริการการลงทุน และการท่องเที่ยว และจะนำไปสู่การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างกันในภูมิภาคให้มากที่สุด

ในการดำเนินการข้างต้นจะเน้นกลยุทธ์ให้ไทยเป็นจุดเชื่อม (Lead and Link) ของประเทศไทยเอเชีย และเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศที่กำลังพัฒนา

2. ผลักดันกรอบความร่วมมือเอเชีย (Asia Cooperation Dialogue) ต่อไป หลังจากการประชุมครั้งที่ไทยเป็นเจ้าภาพประสบผลสำเร็จ โดยได้รับการตอบสนองอย่างดีจาก 16 ประเทศ ที่เข้าร่วมประชุม สามารถสร้างเวทีหารือ (Dialogue) ในระดับผู้กำหนดนโยบายของประเทศเอเชีย ในลักษณะทั่วทั้งภูมิภาค (Asia-Wide Dialogue and Cooperation) ตลอดจนสามารถโน้มน้าวให้ประเทศในเอเชียมีแนวคิดในเชิงบวก แสวงหาจุดแข็งและโอกาส เพื่อนำมาฉีกกำลังร่วมมือกันในด้านต่างๆ อันจะนำไปสู่การเพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเอเชียโดยรวม

3. ดำเนินการทูตเชิงเศรษฐกิจ (Economic Diplomacy) โดยการเจรจาระดับสูง เพื่อนำไปสู่การเสริมสร้างหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnerships) การมี Closer Economic Partnership, Free Trade Area การผลักดัน Niche Market ของไทยในด้านต่างๆ การเพิ่มพูนความร่วมมือด้าน R & D และวิทยาศาสตร์ ตลอดจนการใช้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มพูนอำนาจต่อรอง และส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของไทย

4. ปรับวิธีคิด โดยให้มีการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศต่อประเทศต่างๆ (ทวีภาคี) และต่อองค์การระหว่างประเทศที่สำคัญๆ (พหุภาคี) เพื่อวางกรอบความคิด และเป้าหมายในการดำเนินงานต่างประเทศให้ชัดเจน

5. ปรับวิธีการทำงาน จาก inside out เป็น outside in โดยเน้นการมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบายต่างประเทศของภาคเอกชน และภาคประชาชน เช่น การจัดตั้งเครือข่ายการค้าและอุตสาหกรรม สำหรับเอกชนไทย

6. ดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมในสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลใหญ่ 80 แห่งทั่วโลก เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ด้านการคลัง

การฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วทั้งทางด้านการค้าและการเงินระหว่างประเทศในยุคสารสนเทศในปัจจุบัน เป็นความท้าทายของคนไทยในการร่วมมือกันในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ สร้างการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนและเป็นธรรม ให้บังเกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศ และกับคนไทยทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต

ภาคราชการได้ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจจนประสบความสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ และถึงเวลาที่ต้องปฏิรูปการทำงานให้ภาคราชการเป็นกลไกในการผลักดันการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ให้ประเทศเข้าสู่ระดับการพัฒนาที่สูงขึ้น

กระทรวงการคลังมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิรูประบบงานและการทำงานของหน่วยงาน ภายใต้สังกัดของกระทรวงอย่างจริงจัง ให้กระทรวงการคลังเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เป็นองค์กรที่มีความโปร่งใส และพร้อมให้บริการกับประชาชน โดยกระทรวงการคลังจัดทำ “แผนปฏิรูปกระทรวงการคลัง” เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว และให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภายในกระทรวงการคลัง

แผนปฏิรูปกระทรวงการคลัง

1. **ปรับกระบวนการทำงานเป็นเชิงรุกมากขึ้นเพื่อสร้างเสถียรภาพ และการพัฒนาประเทศ** กระทรวงการคลังได้ให้ความสำคัญในการปรับกระบวนการทำงานของระบบราชการให้มีความคล่องตัว และเป็นไปในเชิงรุกมากขึ้น ดังนี้

- **สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง** ได้ปรับแนวคิดและแนวทางการทำงานเป็นการสร้างเสถียรภาพและการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเป็นศูนย์รวมข้อมูลและระบบการติดตามดูแลและวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจ และปรับบทบาทให้เป็นผู้ดำเนินการออกแบบนโยบายการบริหารจัดการเศรษฐกิจมหภาค โดยมีการพยากรณ์ทางเศรษฐกิจที่รวดเร็ว แม่นยำ และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการปรับบทบาทในการเสนอแนะนโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเวทีระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียให้เป็นไปในเชิงรุก เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีเศรษฐกิจโลก

- **ด้านกรมจัดเก็บภาษี (กรมสรรพากร, กรมศุลกากร, กรมสรรพสามิต)** จะทำการเร่งสำรวจเพื่อขยายฐานภาษีไปสู่ผู้เสียภาษีรายใหม่เพื่อดึงผู้เสียภาษีนอกระบบให้เข้ามาอยู่ในระบบ รวมทั้งมีการกระจายภาระภาษี และมีการจัดเก็บภาษีอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมมากขึ้น และยังให้ความสำคัญในการเปลี่ยนบทบาทจากการมุ่งเน้นการจัดเก็บภาษีอากร เป็นการสนับสนุนภาคการผลิตและการส่งออก และประสานงานด้านศุลกากรระหว่างประเทศมากขึ้น โดยการปรับปรุงระเบียบพิธีการ

ปฏิบัติงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ และยกระดับคุณภาพการให้บริการ ให้มีความรวดเร็ว ฉับไว บริการประชาชนด้วยข้อมูล และความสะดวกในการเสียภาษี รวมทั้งการป้องกันและปราบปรามการทุจริต กวดขันและจับกุมผู้เลี่ยงภาษี โดยการปรับปรุงการตรวจสอบ และระบบการติดตามประเมินผล

- **กรมสรรพากร สำนักสรรพากรวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ และสำนักหนี้สาธารณะ** ในส่วนของระบบการบริหารการเบิกจ่ายภาครัฐนั้น ได้ปรับระบบดังกล่าวให้เป็นระบบที่รัดกุม รวดเร็ว และสามารถให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่รวดเร็ว ด้านการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินของรัฐบาลนั้น ได้ปรับแนวทางการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินให้เป็นการบริหารในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ทรัพย์สินสุทธิของภาครัฐมีมูลค่าสูงสุด

2. สร้างความยั่งยืนทางการคลัง และลดความเสี่ยงวิกฤตเศรษฐกิจในอนาคต

เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายของรัฐบาลในการสร้างดุลยภาพทางเศรษฐกิจ กระทรวงการคลังจึงได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างเสถียรภาพทางการคลังในระยะ 5 ปีข้างหน้า

- **สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง** จึงเป็นหน่วยงานหลักในการสร้างความยั่งยืนทางการคลังและการบริหารความเสี่ยงทางการคลัง โดยการประสานกับกรมจัดเก็บในการปรับปรุงระบบการจัดเก็บ และเสนอแนวทางในการปรับโครงสร้างภาษีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ได้เน้นเฉพาะการจัดเก็บรายได้สูงสุดในปัจจุบัน แต่เน้นรวมถึงการสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีความเข้มแข็งซึ่งจะเป็นฐานภาษีในอนาคต และมีรายได้เพียงพอต่อการพัฒนาประเทศโดยยั่งยืน รวมทั้งการปฏิรูปสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากร ที่ใช้ในการส่งเสริมการลงทุนและการส่งออก ผลักดันให้มีการนำระบบภาษีมาใช้ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ปฏิรูประบบภาษีท้องถิ่นและผลักดันให้มีการจัดตั้งบริษัทเงินทุนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ทางด้านการบริหารความเสี่ยงทางการคลังนั้น นำระบบบริหารความเสี่ยงทางด้านการคลังมาใช้ในการเสนอแนะนโยบาย และสร้างกลไกการวิเคราะห์การบริหารด้านการคลังทั้งทางด้านรายได้อื่นๆ รายจ่าย ดุลการคลัง หนี้สาธารณะ และทรัพย์สินของรัฐ โดยอาศัยระบบฐานข้อมูลเชิงลึกและพัฒนาฐานข้อมูลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน และการคลังภาคสาธารณะ ทางด้านการเงิน สำนักงานเศรษฐกิจการคลังมีหน้าที่เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบการเงิน สถาบันการเงิน การออมการลงทุน SMEs รวมทั้งนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ การจัดตั้งสถาบันหรือองค์กรทางการเงินเพื่อสนับสนุนภาคเศรษฐกิจจริง รวมทั้งลดภาระภาครัฐ เช่น การจัดตั้งสถาบันประกันเงินฝาก และจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเครดิต ส่งเสริมขีดความสามารถของภาคการผลิตด้วยมาตรการการพัฒนาตลาดทุน ทั้งตลาดแรก และตลาดรอง เป็นต้น นอกจากนี้สำนักงานเศรษฐกิจการคลังจะต้องทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงกับองค์กรอื่นเพื่อให้เกิดกำลังในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

3. ปรับแนวทางและระบบงานในการจัดเก็บภาษีแนวใหม่

การวางระบบบริหารการจัดเก็บภาษีซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลไกหลักของกระทรวงการคลัง ในการดำเนินนโยบายการคลังให้เป็นแนวใหม่นั้น จะมีส่วนสำคัญยิ่งในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อภาคการผลิตของประเทศ

- **กรมสรรพากร** ได้ปรับแนวทางในการจัดเก็บภาษีโดยเน้นการจัดเก็บภาษีให้เป็นปัจจุบัน แทนการตรวจสอบย้อนหลัง เพื่อลดปัญหาการตรวจสอบภาษีซึ่งเป็นภาระของภาคเอกชน และสร้างความโปร่งใสในการจัดเก็บภาษี เร่งสำรวจผู้เสียภาษีใหม่เพื่อขยายและสร้างฐานภาษีที่ยั่งยืน และชักจูงให้ผู้หลบเลี่ยงภาษีเข้าสู่ระบบมากขึ้น เร่งติดตามอากรค้าง มีการกระจายภาระภาษี และมีการจัดเก็บภาษีอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมมากขึ้น ปรับปรุงระบบงานคืนภาษีให้รวดเร็วและมีความโปร่งใсыิ่งขึ้น เพื่อช่วยลดต้นทุนของภาคการผลิตอีกทางหนึ่ง

- **กรมสรรพสามิต** เน้นการเพิ่มพูนประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการบริหารงานจัดเก็บภาษี และลดการเลี่ยงภาษี ตรวจสอบ ป้องกันและปราบปรามการทุจริต โดยการวางมาตรการตรวจสอบ เช่น การเติมสาร Marker ในน้ำมันดีเซลหมุนเร็วเพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบการหลีกเลี่ยงภาษีน้ำมัน และการนำมิเตอร์มาใช้ในการควบคุมการจัดเก็บภาษีแทนการตรวจนับจำนวนภาชนะบรรจุเบียร์ เป็นต้น นอกจากนี้กรมสรรพสามิตยังต้องประสานงานและเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการบริหารงานจัดเก็บภาษีกับหน่วยงานอื่นในสังกัดกระทรวงการคลัง เพื่อให้มีฐานข้อมูลที่มีมาตรฐานเดียวกัน

- **กรมศุลกากร** ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจเดิมที่เน้นการจัดเก็บภาษีอากรจากการค้าระหว่างประเทศเพื่อเป็นรายได้ให้แก่รัฐ เป็นการเพิ่มความสำคัญกับการส่งเสริมสนับสนุนการส่งออก และการประสานงานด้านศุลกากรระหว่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งการเพิ่มบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการ ด้วยการเพิ่มช่องทางการรับข้อมูลใบขนสินค้าจากผู้ประกอบการผ่านทาง Internet ปรับปรุงระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการตรวจปล่อยสินค้าที่ส่งออกด้วยระบบคอนเทนเนอร์ เน้นตรวจสอบเฉพาะ Shipment ที่มีความเสี่ยงสูงโดยใช้หลักการบริหารความเสี่ยง แทนการตรวจสอบทุก Shipment จะช่วยให้ผู้ส่งออกประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการส่งออก ทำให้สามารถส่งออกสินค้าได้รวดเร็วขึ้น ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งเขตปลอดอากรตามกฎหมายศุลกากร เพื่อเป็นการลดภาระค่าภาษีอากรซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิตได้ส่วนหนึ่ง นอกจากนี้กรมศุลกากรได้มีแผนในการอำนวยความสะดวกทางการค้าและสนับสนุนการส่งออก โดยการปรับปรุงระเบียบพิธีการของถ่ายลำที่บรรจุในคอนเทนเนอร์ การยกเว้นการปฏิบัติพิธีการส่งออกสำหรับของที่ผู้โดยสารนำออกนอกราชอาณาจักรโดยนำติดตัวไปพร้อมกับตน การยกเว้นการปฏิบัติพิธีการส่งออกสำหรับของส่งออกทางไปรษณีย์ ปรับปรุงหลักเกณฑ์เกี่ยวกับร้านค้าปลอดอากร ปรับลดหลักเกณฑ์เงื่อนไขในการจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บน

4. ปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่าย

การใช้จ่ายของภาครัฐบาลถือเป็นกลไกหลักที่รัฐบาลนำมาใช้ในการฟื้นฟูและกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งในอนาคตนั้นการใช้จ่ายของภาครัฐจะเป็นกลไกหลักที่ก่อให้เกิดการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายของภาครัฐจะเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้นโยบายของรัฐบาลเกิดประสิทธิผลต่อระบบเศรษฐกิจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

- **กรมบัญชีกลาง** ถือเป็นหน่วยงานหลักในการดูแลงานด้านดังกล่าว และได้มีแผนปฏิรูประบบการรับ-จ่ายเงินและการบริหารเงินสดภาครัฐ จากระบบ Manual เป็นการรับตรงจ่ายตรง โดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบผ่านเครือข่ายของธนาคารพาณิชย์ทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และเพิ่มความโปร่งใสและลดช่องทางการทุจริตคอร์รัปชันในระบบการรับ-จ่ายเงินของรัฐ ด้านระบบบัญชีภาครัฐได้วางแผนปฏิรูปเป็นการวางระบบบัญชีเกณฑ์เงินคงค้างแทนการใช้ระบบบัญชีเกณฑ์เงินสดสำหรับทุกหน่วยงานภาครัฐ คือ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างมาตรฐานบัญชีสากลระบบเดียวกัน พร้อมทั้งพัฒนาจัดทำโปรแกรมระบบบัญชีเกณฑ์เงินคงค้างให้ส่วนราชการแต่ละแห่งนำไปใช้เพื่อให้เป็นหน่วยงานที่มีระบบบัญชีและข้อมูลทางบัญชีของตนเองโดยสมบูรณ์ สอดคล้องกับการให้อิสระแก่ส่วนราชการในการบริหารตนเองตามการปฏิรูประบบราชการ ด้านระบบการจัดทำรายงานฐานะการเงินแผ่นดินได้วางแผนปฏิรูป โดยให้ส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐทุกแห่งจัดทำบัญชีของตนเองด้วยระบบเกณฑ์คงค้างและส่งข้อมูลทางการเงินมาที่กรมบัญชีกลาง โดยผ่านทางระบบ on-line เพื่อให้กรมบัญชีกลางนำข้อมูลมาประมวลผลเพื่อจัดทำรายงานฐานะการเงินแผ่นดิน (Consolidated Financial Statement) ต่อไป ด้านระบบการตรวจสอบภายในเน้นการเสริมสร้างศักยภาพ โดยการตรวจสอบก่อนเสร็จสิ้นการดำเนินงาน (Pre Audit) โดยผู้บริหารส่วนราชการ ก่อนที่สำนักงานตรวจเงินแผ่นดินจะเข้าตรวจซึ่งจะเป็นระบบเหมือนภาคเอกชน แทนการตรวจสอบผลการดำเนินงานของส่วนราชการภายหลังการดำเนินงาน (Post Audit) ที่ใช้ในปัจจุบัน ด้านการปฏิรูประบบเงินนอกงบประมาณจะปรับปรุงระบบการบริหารงานและการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของทุนหมุนเวียนต่างๆ ทั้งที่กำหนดโดยกฎหมายงบประมาณรายจ่ายประจำปีและโดยกฎหมายเฉพาะ เพื่อให้ทุนหมุนเวียนเหล่านี้มีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับระบบงบประมาณใหม่ ด้านการปฏิรูประบบสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการและลูกจ้างประจำ ได้มีการเตรียมการจัดทำฐานข้อมูลข้าราชการและผู้มีสิทธิรับการรักษาเพื่อนำมาใช้ประกอบการพัฒนาสวัสดิการรักษายาบาลแก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันก็ลดการรั่วไหลและประหยัดงบประมาณของรัฐด้วย ด้านการปฏิรูประบบพัสดุจะมีการโอนงานบริหารพัสดุจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีมาไว้ที่กรมบัญชีกลาง ขณะนี้กรมได้เตรียมความพร้อมในการโอนงานบริหารพัสดুর่วมกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยเฉพาะงานในเรื่องระเบียบพัสดุและงานข้อมูลสารสนเทศพัสดุ เพื่อพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างและการ

บริหารพัสดุของส่วนราชการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนใช้ทรัพยากรของประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดสอดคล้องกับการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศของรัฐบาล

5. บริหารทรัพย์สินและหนี้สินของรัฐแบบมืออาชีพ

เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการเห็นภาพรวมของสถานะทรัพย์สินสุทธิของภาครัฐ กระทรวงการคลังต้องปรับการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินของภาครัฐเป็นการบริหารในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้ทรัพย์สินสุทธิของภาครัฐมีมูลค่าสูงสุด ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพย์สิน ได้แก่ กรมธนารักษ์ และสำนักรัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ และสำนักบริหารหนี้สาธารณะ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารหนี้สาธารณะนับตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา

- **กรมธนารักษ์** ได้มีแผนการปฏิรูประบบวิธีการทำงาน ด้วยการแก้ไขกฎระเบียบเพื่อให้ขั้นตอนการทำงานสั้นลงเกิดความคล่องตัวในการทำงาน และกระจายอำนาจในการตัดสินใจลงไปในระดับต่างๆ และสร้างมาตรฐานในการทำงาน รวมทั้งออกแบบและจัดทำโครงสร้างฐานของข้อมูลให้ครบถ้วนถูกต้องสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ มาเป็นเครื่องมือเพื่อจัดเก็บข้อมูล ด้านการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มพันธกิจ ประกอบด้วย ด้านที่ราชพัสดุ ด้านบริหารเงินตรา ด้านกาษาปณ์ และด้านทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และมีการจัดทำรายละเอียดของงาน (Scope of Work) แต่ละพันธกิจให้ครบถ้วน แล้วจึงจัดกลุ่มของงานตามลักษณะงานออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านปฏิบัติการ ด้านสนับสนุนปฏิบัติการ และด้านสนับสนุน

- **สำนักรัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ** เพื่อให้การบริหารเป็นไปเชิงธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพนั้น สำนักรัฐวิสาหกิจได้ปรับกระบวนการทำงานให้ครบทั้งระบบ ตั้งแต่ การศึกษานโยบายในการพัฒนารัฐวิสาหกิจ การกำกับดูแล การพัฒนาศูนย์ข้อมูล การให้การสนับสนุนด้านต่างๆ การประเมินผล การประชาสัมพันธ์ และการบริหารหลักทรัพย์ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่รัฐวิสาหกิจให้สามารถพึ่งตนเองได้ และให้รัฐวิสาหกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

- **สำนักหนี้สาธารณะ** ได้กำหนดแผนปฏิรูปงานไว้ 9 ด้าน ได้แก่
 - ปฏิรูปการจัดทำแผนบริหารหนี้สาธารณะ
 - การจัดทำระบบการประเมินผลและบริหารความเสี่ยงเพื่อสนับสนุนการบริหารและปรับโครงสร้างหนี้ของภาครัฐ
 - ปฏิรูปการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของรัฐวิสาหกิจ และปรับปรุงระบบการค้ำประกันหนี้ของรัฐวิสาหกิจ
 - ปฏิรูปหลักเกณฑ์การก่อหนี้โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรของรัฐอื่นๆ
 - โครงการปรับปรุงระบบฐานข้อมูลหนี้สาธารณะ

- การดำเนินการให้พระราชบัญญัติการบริหารหนี้สาธารณะเป็นกฎหมาย
- โครงการปรับปรุงระบบบริหารการชำระหนี้
- ปฏิรูประบบติดตามและประเมินผลโครงการเงินกู้จากต่างประเทศ
- ปฏิรูปและพัฒนาศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย

6. วางระบบการบริหารสมัยใหม่

6.1 *ให้ความสำคัญเรื่องความโปร่งใสในการทำงาน* โดยเน้นการปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบในกระบวนการเก็บภาษีโดยเฉพาะในภาษีนำเข้าและภาษีส่งออก เน้นหลักการการให้บริการใสสะอาด โดยการปรับลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานในบางขั้นตอน เพื่อให้การให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว และลดภาระนอกระบบของผู้ประกอบการ รวมทั้ง การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในการการเก็บภาษีประเภทต่างๆ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการดำเนินการ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน เกิดความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ ทางด้านภาษี และช่วยประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการได้ โดย

- **กรมสรรพากร : E-Revenue** ขยายบริการยื่นแบบและชำระภาษีทางระบบ internet ให้ครอบคลุมทุกประเภทภาษี, บริการออกเลขประจำตัวผู้เสียภาษีเงินได้แบบ on-line, ให้บริการข้อมูลกฎหมาย และวิธีปฏิบัติส่งตรงถึงผู้เสียภาษีทาง e-mail และผ่านทาง Web-site, ให้บริการ download แบบแสดงรายการภาษีประเภทต่างๆ ทาง internet, ปรับปรุงบริการตรวจเช็คการจดทะเบียนทาง Internet

- **กรมสรรพสามิต : E-Excise** นำระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาใช้ในโครงการรับชำระภาษีสรรพสามิตจากสินค้าประเภทน้ำมัน รถยนต์ (ในระยะแรก) และสินค้าอื่นๆ (ในระยะต่อมา) ผ่านทางระบบ Internet เป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่ง ขณะนี้อยู่ระหว่างการติดต่อประสานงานเชื่อมต่อกับธนาคารที่จะเข้าร่วมโครงการ และการเตรียมจัดตั้งศูนย์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกรมสรรพสามิต (ศพส.) คาดว่าจะแล้วเสร็จและเปิดให้บริการรับชำระภาษีได้เร็วๆ นี้

- **กรมศุลกากร** : ให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ Internet ในการส่งข้อมูลใบขนสินค้าให้กรมศุลกากร นอกเหนือจากระบบ EDI ที่มีใช้อยู่ในปัจจุบัน เป็นการเพิ่มทางเลือก และลดค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ประกอบการ

6.2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการแก่ประชาชนและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร

- **สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง : เป็นศูนย์กลาง Network ของกระทรวงการคลัง** บริหารจัดการระบบข้อมูลระบบ IT ให้กับทุกกรมในสังกัดกระทรวงการคลัง โดยปฏิบัติงานด้าน IT Service and IT Management ทั้งด้าน Hardware Software and Network
- **สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง : E-Fiscal** การให้บริการข้อมูลเศรษฐกิจการคลังผ่านเครือข่าย Internet พัฒนาพัฒนาศูนย์รวมของฐานข้อมูลทางเศรษฐกิจ การเงิน และการคลังภาคสาธารณะ ให้เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อประโยชน์ในการเสนอแนะนโยบาย และเผยแพร่ต่อสาธารณะชนที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการใช้ระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยในการทำงาน
- **กรมบัญชีกลาง** : เปลี่ยนระบบการรับ-จ่ายเงินและบริหารเงินสดภาครัฐจากระบบ Manual เป็นระบบการรับตรงจ่ายตรงโดยใช้ระบบ Electronic ผ่านเครือข่ายธนาคารพาณิชย์ การส่งข้อมูลบัญชีของแต่ละหน่วยงานผ่านระบบ on-line เพื่อนำมาจัดทำรายงานฐานะการเงินของแผ่นดิน ศึกษาพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อประมวลผลรายงานฐานะการเงินแผ่นดิน และระบบข้อมูลด้านการคลังภาครัฐหรือระบบ GFMS (Government Financial Management Information System) พัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของส่วนราชการด้วยระบบ Electronic
- **กรมธนารักษ์** : ออกแบบและจัดทำโครงสร้างฐานของข้อมูลของกรมธนารักษ์ให้ครบถ้วนถูกต้องสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ มาเป็นเครื่องมือเพื่อจัดเก็บข้อมูล
- **สำนักวิจัยสภาพและหลักทรัพย์ของรัฐ** : จัดตั้งและพัฒนาศูนย์ข้อมูลวิจัยสภาพและหลักทรัพย์ของรัฐ
- **สำนักบริหารหนี้สาธารณะ** : โครงการปฏิรูประบบฐานข้อมูลหนี้สาธารณะ และการปฏิรูปและพัฒนาศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย

ส่วนที่ 3 กลไกการดำเนินงาน

เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้ง ความเข้มแข็งของภาคการผลิตและบริการ อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน นอกเหนือจากการมียุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดกลไกและการปฏิรูปบทบาทการดำเนินงาน โดยเฉพาะกลไกของภาครัฐ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ สำหรับผลักดันให้เกิดการดำเนินงานสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การแข่งขันที่ได้กำหนดไว้

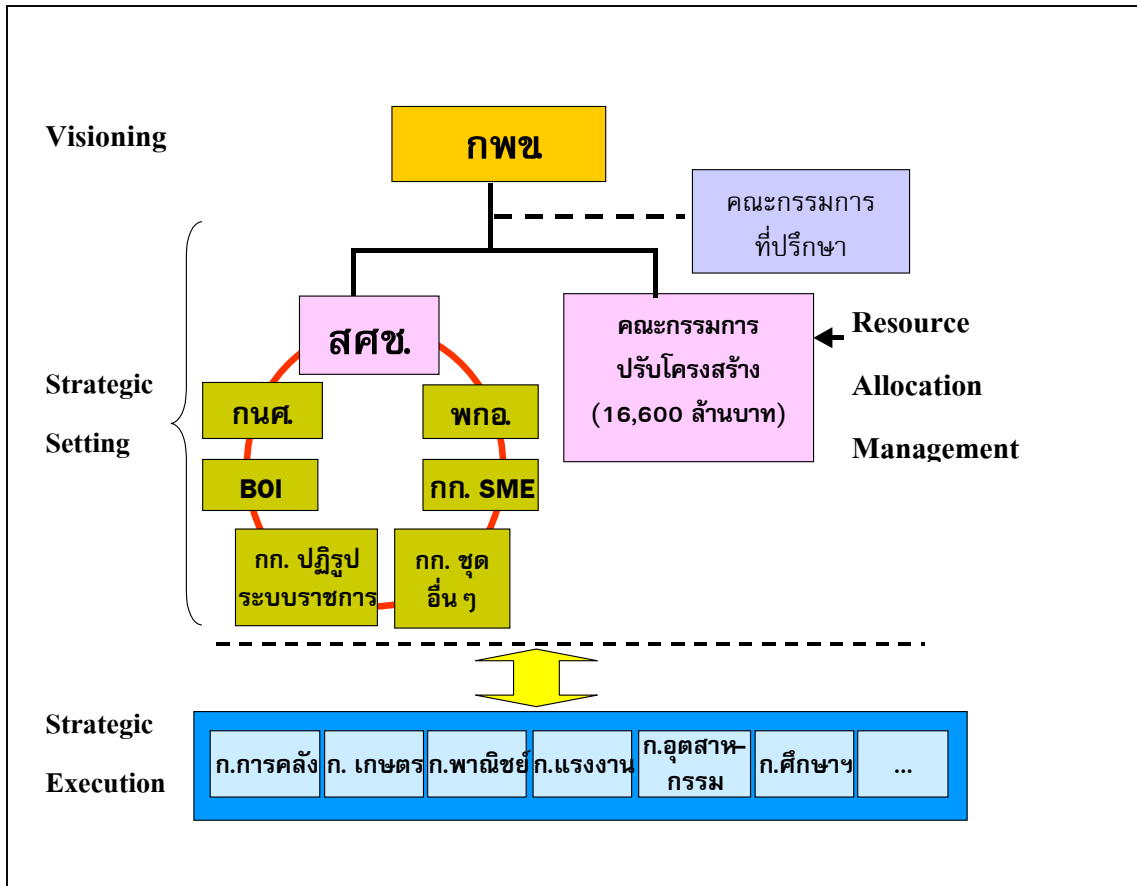
ระดับนโยบาย

1. **การจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ** คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2545 เห็นชอบให้มีการจัดตั้ง**คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ** ซึ่ง ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีได้ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการฯ แล้วเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน องค์ประกอบของคณะกรรมการฯ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้แทนภาครัฐและเอกชน รวม 10 คน และเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำหน้าที่กรรมการและเลขานุการฯ ซึ่งคณะกรรมการชุดนี้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดกรอบนโยบายและแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศทั้งในภาพรวมและรายสาขา กำกับดูแล และผลักดันการดำเนินงานให้เกิดผลเป็นรูปธรรม และเป็นไปตามกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งอนุมัติแผนงาน/โครงการภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก)

2. **การทำงานร่วมกับคณะกรรมการระดับประเทศอื่น ๆ** การกำหนดและผลักดันกรอบทิศทาง และยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและครอบคลุมทุกมิติ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานเริ่มตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ (Visioning) การกำหนดประเด็นสำคัญในแต่ละด้านเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ (Agenda Setting) การนำแผนปฏิบัติการไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม (Executing) และการกำกับดูแลการดำเนินงาน (Monitoring) เพื่อให้รับทราบถึงความสำเร็จและหรือแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงาน ซึ่งในส่วนของคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จะทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ ทิศทาง และนโยบายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยประสานหรือมอบหมายให้คณะกรรมการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการในการกำหนดกลยุทธ์ พร้อมทั้งกำกับดูแลให้หน่วยงานต่างๆ นำไปปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับ กรอบ ทิศทาง และยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

3. การจัดตั้งคณะกรรมการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ เพื่อทำหน้าที่พิจารณา กลั่นกรอง แผนงานและโครงการของหน่วยงานต่างๆ ที่ขออนุมัติใช้เงินจากงบประมาณ สำหรับปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ

แผนภาพการทำงานร่วมกันของ กพข. กับคณะกรรมการนโยบายชุดอื่น ๆ



ระดับปฏิบัติ

กระทรวงที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการปรับบทบาทของหน่วยงาน เพื่อรองรับให้สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ทั้งในภาพรวมและในระดับสาขา โดยในเบื้องต้น 7 หน่วยงานที่กำหนดยุทธศาสตร์ เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เสนอแนวทางในการปรับบทบาทการดำเนินงานไว้ ดังนี้

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้เตรียมการและปรับกระบวนการบริหารงานเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ได้จัดตั้งองค์กรกลางขึ้นในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อกำกับดูแลเรื่องมาตรฐานสินค้าเกษตร ซึ่งต่อมาได้รับความเห็นชอบให้รวมการดูแลในเรื่องมาตรฐานอาหารด้วย อันจะทำให้มีเอกภาพในการบริหารจัดการในเรื่องมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารได้ดียิ่งขึ้นต่อไปอีก
2. การปรับปรุงคณะกรรมการรายสินค้าซึ่งมีอยู่มากและมีความซ้ำซ้อนในบางส่วน เพื่อให้มีเอกภาพในการบริหารจัดการ รวมทั้งการเตรียมจัดตั้งหน่วยงานสินค้าเกษตรชั้นปฐม เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการกำกับดูแลสินค้าชนิดต่างๆ อย่างครบวงจร รวมทั้งการผลักดันการออกกฎหมายสภาการเกษตร
3. การปรับปรุงระบบการส่งเสริมการเกษตร โดยเน้นการกระจายอำนาจจากส่วนกลางสู่ส่วนภูมิภาคและลงสู่ส่วนท้องถิ่นในโอกาสต่อไป เพิ่มเติมการจัดระบบการให้บริการ เช่น คลินิกเกษตรให้กว้างขวางยิ่งขึ้น พัฒนาและนำเอาความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการส่งเสริมการเกษตรให้มากขึ้น ตลอดจนกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และตัดสินใจให้มากยิ่งขึ้น
4. พัฒนาศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลให้เป็นองค์กรประสานและดำเนินการพัฒนาการเกษตรร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐและกับประชาชนในชุมชนนั้นๆ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน โดยออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อเป็นแนวทางและให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องถือเป็นแนวทางปฏิบัติ
5. จัดตั้งบริษัทพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการเกษตรและวิสาหกิจชุมชนขนาดกลาง-ขนาดย่อม (SME) เพื่อการสนับสนุนการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานการผลิตและการตลาดที่จำเป็น
6. จัดตั้งสำนักงานกองทุนวิจัยเป็นองค์กรอิสระเพื่อสนับสนุนการวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยที่จะก่อให้เกิดผลในทางเศรษฐกิจ
7. เพิ่มขีดความสามารถในการแก้ไขปัญหาอันเนื่องมาจากการใช้มาตรการกีดกันการค้าในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการสนับสนุนและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรในต่างประเทศ
8. ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค และไม่สามารถจะสนับสนุนการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

กระทรวงอุตสาหกรรม

เพื่อให้การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมเป็นไปตามแนวทางข้างต้น จำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานในทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางด้านนโยบาย การดำเนินงาน และองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะหลักการในส่วนของนโยบายนั้น รัฐจำเป็นต้องคำนึงถึงบทบาทของตนเองในฐานะผู้ชี้แนะ สนับสนุน และส่งเสริม มากกว่าเป็นผู้ดำเนินการ และการสร้าง

บรรยากาศในการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดแนวทางหลักของการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมไว้ ดังนี้

1. **การชี้นำ ดูแล** เพื่อให้อุตสาหกรรมและ SMEs มีความพร้อมสำหรับการแข่งขัน แนวทางการดำเนินงานจะเน้นการสนับสนุน การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้มาตรฐาน
2. **การส่งเสริมการลงทุน** จะให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศการลงทุนความพร้อม โครงสร้างพื้นฐาน และแรงจูงใจที่เหมาะสม
3. **การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน** เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม และ SMEs เน้นการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานอุตสาหกรรม รวมทั้งพัฒนาด้านนวัตกรรม
4. **บทบาทความร่วมมือภายใต้ข้อตกลงระหว่างประเทศ** ที่จะประสานประโยชน์และ โอกาสในความร่วมมือต่างๆ ในการขยายศักยภาพการแข่งขัน และการขยายตลาด
5. **การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ** เน้นด้านการพัฒนา การบริหารจัดการ การปรับตัวที่รวดเร็ว และการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ
6. **การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน** เน้นการเชื่อมโยงวิสาหกิจกับ การตลาดมากขึ้น รวมทั้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดำรงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่น

กระทรวงพาณิชย์

เพื่อรองรับยุทธศาสตร์ข้างต้น กระทรวงพาณิชย์กำหนดบทบาทไว้ ดังนี้

1. เสริมสร้างหน่วยงานเจรจาการค้าระหว่างประเทศให้เข้มแข็งขึ้น
2. ผลักดันการส่งออกไปตลาดใหม่ เช่น จีน เอเชียใต้ รัสเซีย แอฟริกา และตะวันออกกลาง
3. ปรับปรุงประสิทธิภาพของสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศให้มีการคิดริเริ่มและอิสระใน แนวนโยบาย
4. พัฒนา e-commerce โดยเฉพาะในเรื่องของ B To B ให้แพร่หลายมากขึ้น
5. สร้างองค์รกำกับดูแลนโยบายด้านการนำเข้า ซึ่งปัจจุบันยังขาดอยู่ในส่วนของการที่จะ เสริมสร้างอำนาจต่อรอง
6. การปรับกฎระเบียบภายในประเทศที่จะช่วยดูแลภาคบริการของไทยให้แข่งขันกับต่างประเทศได้ และรวมถึงการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เพื่อให้การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวบรรลุผลตามที่ตั้งไว้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงเสนอให้มีการปรับบทบาทขององค์กร ดังนี้

1. ปรับบทบาทขององค์กร จากเดิมที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวเพียงผู้เดียว เปลี่ยนเป็นลักษณะของ Inter-Ministry Agenda เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการประสานการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ให้มีการประกาศใช้ พ.ร.บ. ท่องเที่ยว เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดโครงสร้างการบริหารการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดทำร่าง พ.ร.บ.)
3. จัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ททช.) เพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรหลักในการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ให้มีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน
4. จัดตั้งบริษัทพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Thailand Tourism Development Corporation : TTDC) ในลักษณะ Holding Company ซึ่งหากต้องการพัฒนาพื้นที่ใด TTDC ก็ไปจัดตั้งบริษัทพัฒนาพื้นที่นั้นๆ โดยหาผู้ร่วมทุนในพื้นที่เพื่อดำเนินการ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

บทบาทของสำนักงานจะเปลี่ยนจากการให้สิทธิประโยชน์มาเป็นการอำนวยความสะดวกและให้บริการเพื่อการส่งเสริมการลงทุน โดยจะดำเนินการปฏิรูปองค์กร ทั้งการปฏิรูปโครงสร้าง (Restructure) การปฏิรูปจุดเน้นของการทำงาน (Refocus) และการปฏิรูปบทบาท (Redefine Roles)

1. **การปฏิรูปโครงสร้าง (Restructure)** โดยการให้ความสำคัญกับรูปแบบการส่งเสริมการลงทุนที่ก่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมทั้ง การปรับปรุงกฎระเบียบ ให้เกิดความเท่าเทียม โปร่งใส และไม่สลับซับซ้อน
2. **การปฏิรูปจุดเน้นของการทำงาน (Refocus)** ซึ่งจะต้องมีการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย การตลาดในเชิงรุกและเฉพาะมากขึ้น การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ธุรกิจชุมชน รวมทั้ง ผู้ประกอบการ
3. **การปฏิรูปบทบาท (Redefine Roles)** ที่จะให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับการประสานงาน ควบคู่กับการสร้างเครือข่าย และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

กระทรวงการต่างประเทศ

1. การปฏิรูปองค์กร (Organization Reform) ประกอบด้วย

1.1 สร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาบุคลากร และส่งเสริมขีดความสามารถของภาครัฐ ภาคเอกชน โดยการจัดตั้งสถาบันการศึกษาวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ทางการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

1.2 ยกกระดับหน่วยงาน กองนโยบายและวางแผน เป็น สำนักนโยบายและแผน เพื่อให้ความสำคัญกับงานความร่วมมือเอเชีย (Asia Cooperation Dialogue) งานให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านต่างประเทศ งานบริหารราชการในต่างประเทศ ตลอดจนงานประสานกิจการรัฐสภาและคณะรัฐมนตรี

1.3 ปรับวิธีการทำงานของกงสุลกิตติมศักดิ์ของไทยทั่วโลก ให้สามารถสนับสนุนยุทธศาสตร์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในประเทศต่างๆ ที่ไม่มีสถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุล

2. การปฏิรูปกลไก (Mechanism Reform) ประกอบด้วย

2.1 การส่งเสริมประสิทธิภาพและเอกภาพในการทำงานเป็นทีมประเทศไทย ทั้งในประเทศ โดยการปรับปรุงการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารราชการในต่างประเทศ และในต่างประเทศ โดยการดำเนินโครงการเอกอัครราชทูต CEO ตามนโยบายของรัฐบาล

2.2 การปรับโครงสร้างสถานเอกอัครราชทูต และสถานกงสุลใหญ่ทั่วโลกให้สามารถตอบสนองยุทธศาสตร์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย โดยพิจารณาเปิดสำนักงานปรับ/โอน/ลด บุคลากร การจัดตั้ง Regional Embassy เป็นต้น

2.3 พัฒนาองค์ความรู้ และเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านข้อมูล ข่าวสารเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อชี้โอกาสและเตือนภัยล่วงหน้า โดยการจัดตั้งระบบฐานข้อมูลเชิง intelligence เน้นการวิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดในลักษณะ Global Economic Watch and Early Warning System ทั้งในส่วนกลางและในต่างประเทศ

2.4 ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการในต่างประเทศ (Foreign Service Act)

กระทรวงการคลัง

กระทรวงการคลังปฏิรูประบบงานและการทำงานของหน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวง โดยจัดทำ “แผนปฏิรูปกระทรวงการคลัง” ซึ่งประกอบด้วย ปรับกระบวนการทำงานเป็นเชิงรุกมากขึ้น ปรับแนวทางและระบบงานในการจัดเก็บภาษีใหม่ ปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายของกรมบัญชีกลาง และปรับปรุงการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินของภาครัฐให้เป็นในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (รายละเอียดปรากฏในส่วนที่ 2 : ยุทธศาสตร์รายสาขา)