

ความคาดหวังของภาคเอกชนต่อแนวทางและกระบวนการ ขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

การพัฒนาภาคการค้าและบริการ



โดย

นายกสิทธิ์ สารสิน

รองประธานกรรมการ หอการค้าไทย

28 กันยายน 2558

การพัฒนาภาคการค้าและบริการ

- ข้อเสนอทางยุทธศาสตร์: จะเดินด้วย Strategy อะไร & How-to ทำได้อย่างไร
- Expected Outcome: ผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง ในช่วง 5 ปี ของแผนฯ 12
- ระบบ Support: การสนับสนุนที่ต้องการจากภาครัฐและเอกชน
- การร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน
- กระบวนการขับเคลื่อน และปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)



แนวทางการพัฒนาภาคการค้าและบริการ

ระยะสั้น

ระยะกลาง

ระยะยาว

2558

เริ่มดำเนินการทันที
เห็นผลได้ใน 1-3 ปี

2560

เริ่มดำเนินการทันที
เห็นผลได้ใน 3-5 ปี

2562

เริ่มดำเนินการทันที
ระยะเห็นผลมากกว่า 5 ปี

...

■ ขยายสู่ตลาดที่มีการเติบโต

- เน้น **ASEAN** (ชายแดน&ผ่านแดน)
- แก้ไขปัญหาอุปสรรค & Facilitation

■ ปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

- **Ease of Doing Business**
- Seamless & Synchronize

■ ขยายภาคบริการ (Service)

- **Tourism** & Wellness
- **Logistics**
- Design & Construction
- Education
- Finance & Insurance
- Movie / Programmer

■ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

- Whole Value Chain
- Training/ Business Matching/ Exhibition
- **Branding** & Differentiation
- Digital & E-Commerce

■ เพิ่มมูลค่าสินค้า (Value Added)

- R&D และ Innovation
- Brand/ Product Design/ Packaging
- Product Standard
- Services เช่น Traceability
- **Move up value chain**

■ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการค้า

- พัฒนาสู่ **Trader** (ITC)
- สร้างเครือข่าย (Network)
- E-Commerce

โอกาสในการขยายฐานตลาด สู่ตลาดใหม่ๆ ที่มีการเติบโต

ประเทศ CLMV เติบโตต่อเนื่อง

Average GDP Growth 1996-2011

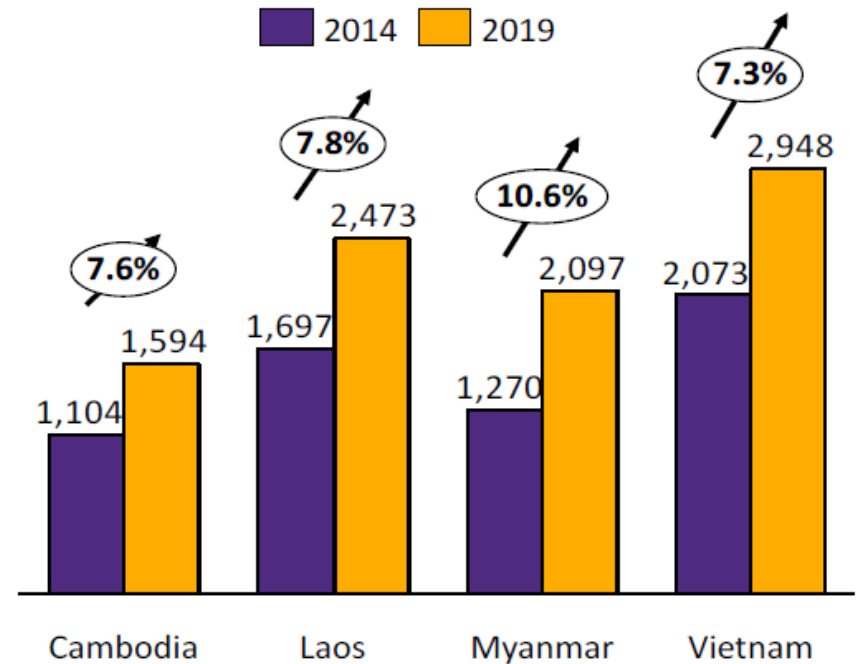
Average GDP Growth	1996-2000	2001-2005	2006-2011
Cambodia	7.18%	9.36%	6.80%
Laos	6.17%	6.33%	7.99%
Myanmar	8.35%	12.87%	10.30%
Vietnam	6.96%	7.51%	6.83%
Thailand	0.87%	5.45%	3.09%

Source: EIC analysis based on data from ERIA (2014)

Income per head 2014-2019

Unit: Per capita GDP, nominal (USD)

Note:
Thailand 5,560.7



Source: EIC analysis based on data from World Bank and IMF WEO

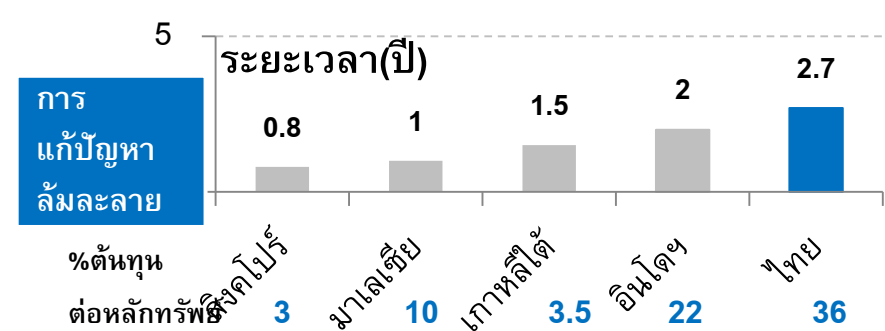
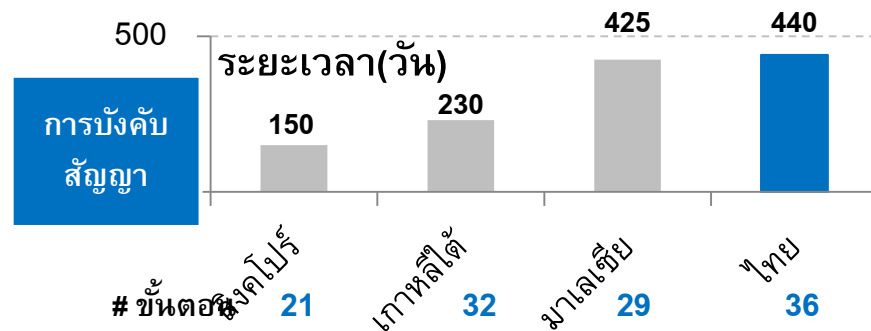
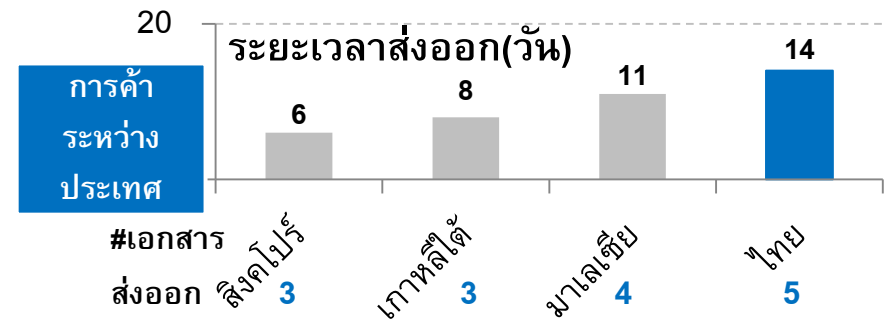
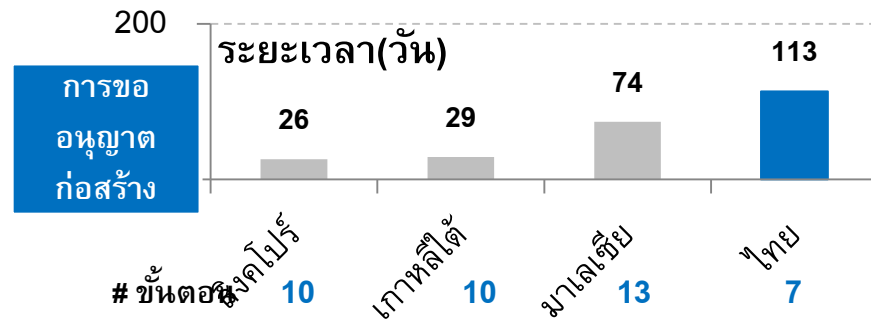
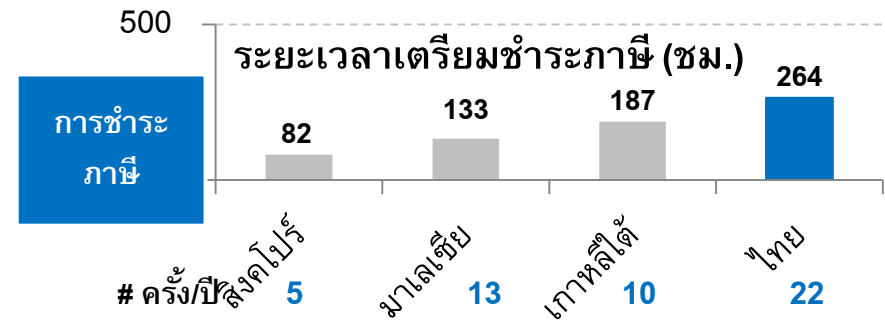
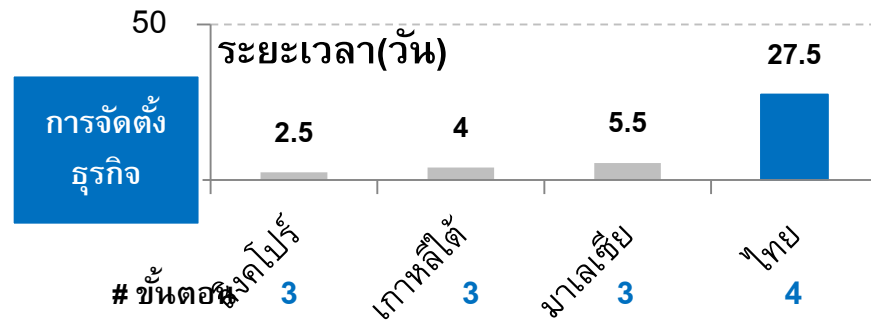
โอกาสในการขยายฐานตลาด สู่ตลาดใหม่ๆ ที่มีการเติบโต

ค้าชายแดน และ ค้าผ่านแดน เติบโตต่อเนื่อง

	2556		2557	
	มูลค่า (ล้านบาท)	% YoY	มูลค่า (ล้านบาท)	% YoY
การค้าชายแดน	924,241.8	15	987,572.2	6.8
มาเลเซีย	501,402.0	-2.8	507,655.5	1.25
เมียนมาร์	196,866.3	9.1	214,387.2	8.9
สปป.ลาว	132,137.2	0.1	151,063.7	14.3
กัมพูชา	93,836.3	14.3	114,465.8	22
การค้าผ่านแดน	110,163.8	10.4	155,533.4	41
สิงคโปร์	55,741.8	2.2	63,174.0	13.3
จีนตอนใต้	37,842.9	12.7	45,218.3	19.5
เวียดนาม	16,579.1	41.9	47,141.1	184.3

ปรับกระบวนการทำงาน - EASE OF DOING BUSINESS

ตัวอย่างการเปรียบเทียบระยะเวลา จำนวนขั้นตอนและต้นทุนดำเนินการจากรายงาน Ease of Doing Business





ปรับกระบวนการทำงาน - EASE OF DOING BUSINESS



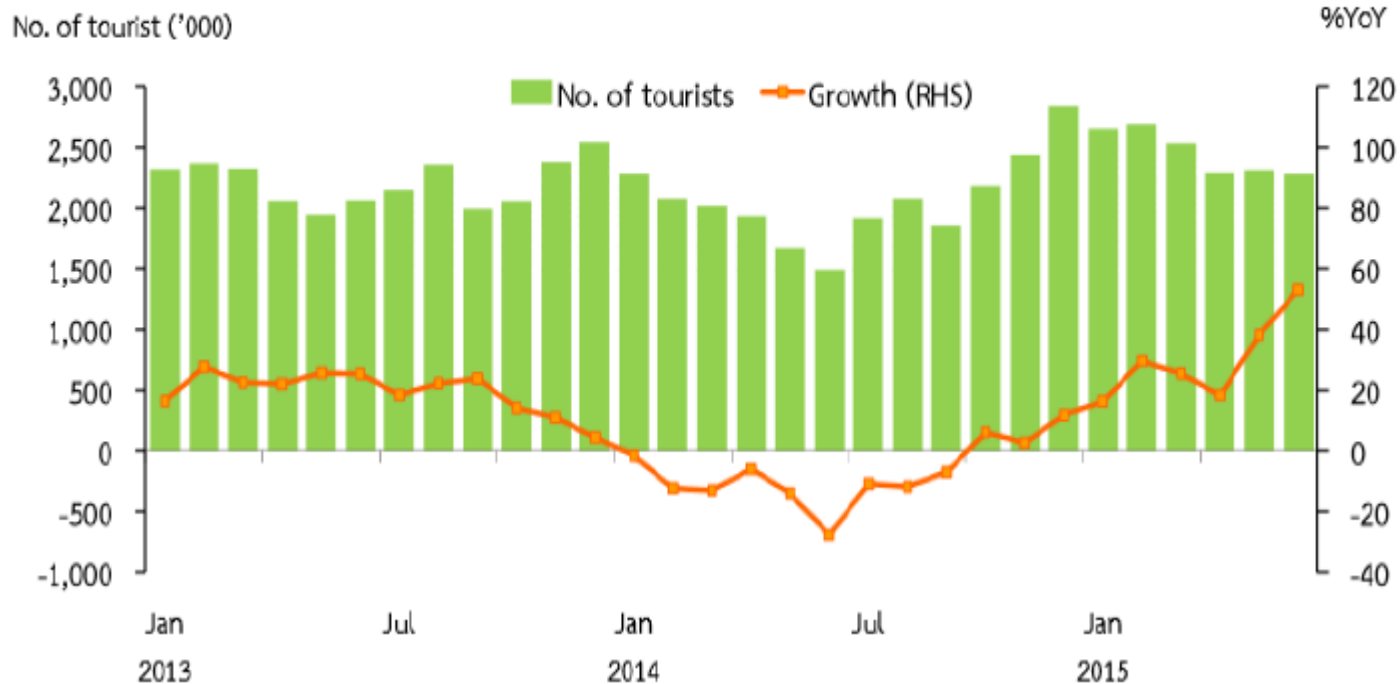
จัด Priority ของกระบวนการหลัก 5+1 กระบวนการ

	1. การจัดตั้งธุรกิจ (75)	2. การขออนุญาตก่อสร้าง (6)	3. การชำระภาษี (62)	4. กระบวนการนำเข้า-ส่งออก (36)	5. การท่องเที่ยว การทำ VISA Work Permit	6. ประเด็น EoDB อื่นๆ
ตัวอย่างประเด็นที่ควรแก้ไขเพื่อให้อันดับดีขึ้น	อนุมัติทะเบียนแรงงานและประกันสังคม จาก 21 วัน	ใบอนุญาตก่อสร้างจากสำนักงานเขต 45 วัน	การจ่ายประกันสังคม 12 ครั้งต่อปี ใช้เวลา รวม 48 ชั่วโมง	ปรับกระบวนการสำรวจข้อมูลของผู้ตอบ		
ตัวอย่างประเด็นที่ควรขับเคลื่อนเพื่อ Competitiveness	- ใบอนุญาตค้าปลีก - เอกสารการต่ออายุใบอนุญาตหรือเปลี่ยนกรรมการต่างๆ	- EIA - รง.4	- การจัดเก็บภาษีสรรพสามิต - ภาษีการปรับปรุงโครงสร้างหนี้	- ความผิดศุลกากร - พิกัดศุลกากร - National Single Window - Bonded Warehouse - การควบคุมค่าใช้จ่ายการนำเข้าส่งออก - ติดต่อกับหลายหน่วยงาน	- Multiple VISA เข้าประเทศไทย - ไทย-พม่า ยกเว้นการตรวจลงตรา (VISA) สำหรับการเดินทางอากาศ - ตม.6 - จำหน่ายสุรา	- ข้อสังเกตพบ. อำนวยความสะดวกฯ - การออกกฎหมายที่กระทบเอกชน - รับรองเอกสารและเชื่อมข้อมูล electronic - ภาษีโครงการ BOI

รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่อง

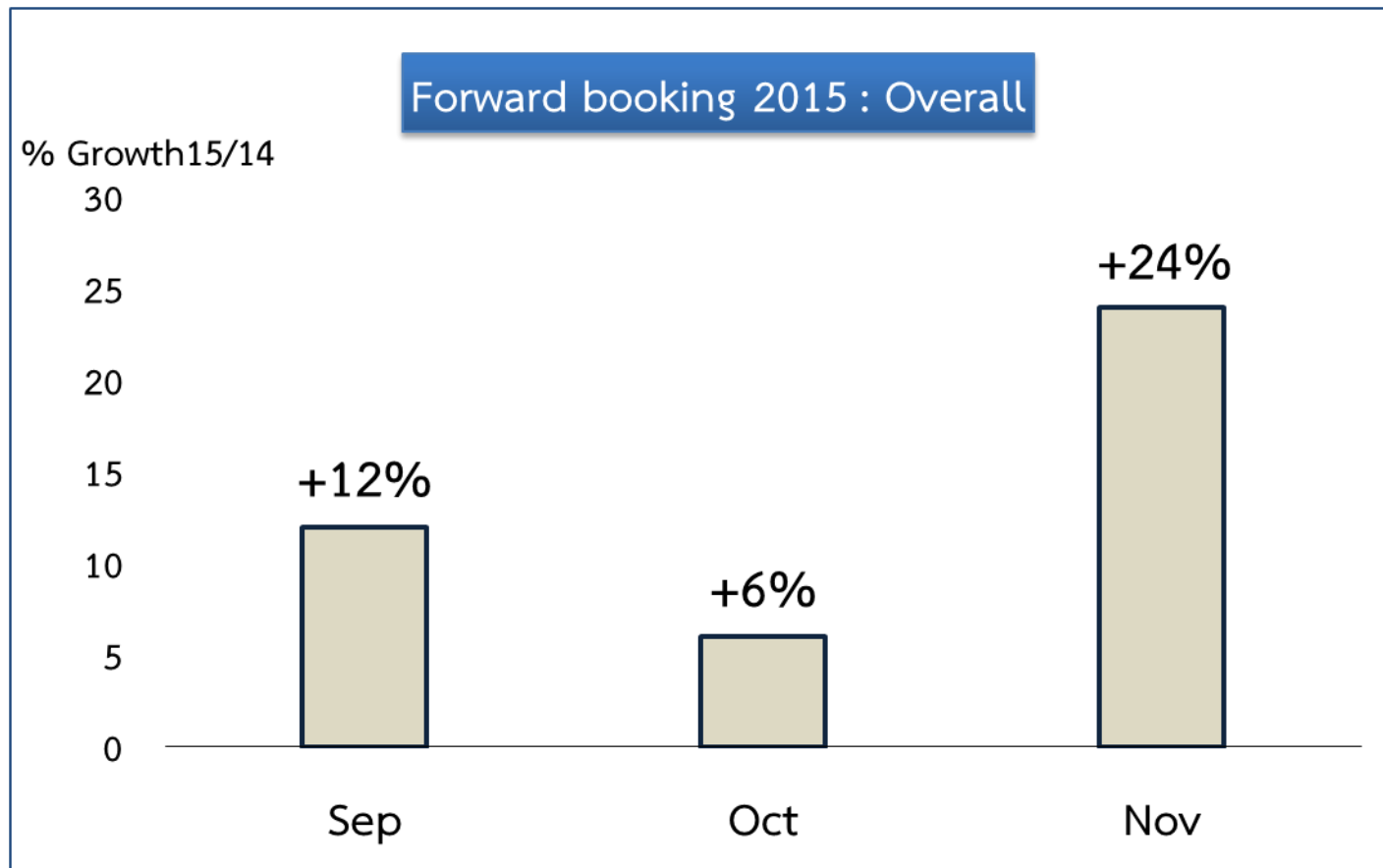
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

TMB



- เดือน ก.ค. 58 นักท่องเที่ยวต่างชาติ = 2.6 ล้านคน (+39.4% YoY)
- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนและมาเลเซีย
- สามารถใช้การท่องเที่ยวนำการค้า และเติบโตไปด้วยกัน

รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่อง ยอดจองบัตรโดยสารเครื่องบินล่วงหน้า ซึ่งภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้า ประเทศไทย ในเดือนกันยายน-พฤศจิกายน 2558 มีแนวโน้มขยายตัวดี



ที่มา: ททท. (ตัวเลขโดยระบบ Forwardkeys ณ วันที่ 17 ก.ย. 2558)

เพิ่มมูลค่าจากภาคการท่องเที่ยว

การส่งเสริมตลาดปี 2559 : สู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยการทำให้ประเทศไทย
เป็น Quality Leisure Destination



เน้นคุณภาพ มากกว่าปริมาณ

“Quality Leisure Destination”

- Safety
- Security
- Hygiene

Thai culture

Thai experience

Thai way of Life

เพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว
ด้วยวิถีไทย

ประสานความร่วมมือพัฒนา
การตลาดอย่างเป็นองค์รวม



รายได้รวม + 8%
ต่างประเทศ +8%,
ในประเทศ +8%

สร้างสมดุลในทุกมิติ



รายได้เติบโตต่อเนื่องและยั่งยืน



เพิ่มมูลค่าจากภาคการท่องเที่ยว

ทิศทางหลักและจุดเน้นตลาดต่างประเทศ

ยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยสู่การเป็น
“Quality Leisure Destination”

เพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว



- เจาะ First Visit
- หาดตลาดใหม่ เช่น ยุโรปตะวันออก บราซิล แอฟริกา มุสลิม



- เจาะตลาด Niche Market
- ทำตลาดแบบ focus ในตลาด mainstream เช่น สตรี ครอบครัว คู่รัก/คู่แต่งงาน



- เกาะกระแส AEC
- ขยายฐานตลาดทั้งในและนอก AEC

เพิ่มมูลค่าจากภาคการท่องเที่ยว

ทิศทางหลักและจุดเน้นตลาดในประเทศ

เพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว



- สร้างกระแสภาคภูมิใจในความเป็นไทย
- ดึงคนไทยเที่ยวในประเทศ
- นำเสนอมุมมองใหม่ด้านคุณค่าของแต่ละภูมิภาค



- เจาะ segment ศักยภาพที่ใช้จ่ายสูง: Active Senior, Single Living/Women Empower, DINKs, Gen Y, Golfer



- ส่งเสริมตลาด mainstream ให้ท่องเที่ยวในวันธรรมดาและกระจายตัวสู่เมืองรอง

เพิ่มมูลค่าจากภาคการท่องเที่ยว

เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงใน ASEAN



Golden Route (R3)

ASEAN a Tropical Paradise

Experiencing Southeast Asia's
Diverse Contemporary
Creativity

World Class Cities

The Ancient Khmer Empire in
Southeast Asia

การพัฒนาและเตรียมความพร้อมด้าน **Logistics**

1) Hardware

- ทางบก, ทางน้ำ, ทางราง
- Gateway

- ✓ ขนส่งทางแม่น้ำ
- ✓ ปรับปรุงตลิ่ง/ท่าเรือ
- ✓ เดินเรือชายฝั่ง

2) Software

- กฎระเบียบต่างๆ
- การอำนวยความสะดวก: NSW

3) People-ware ***

- พัฒนาและเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ Logistics ของไทย



เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

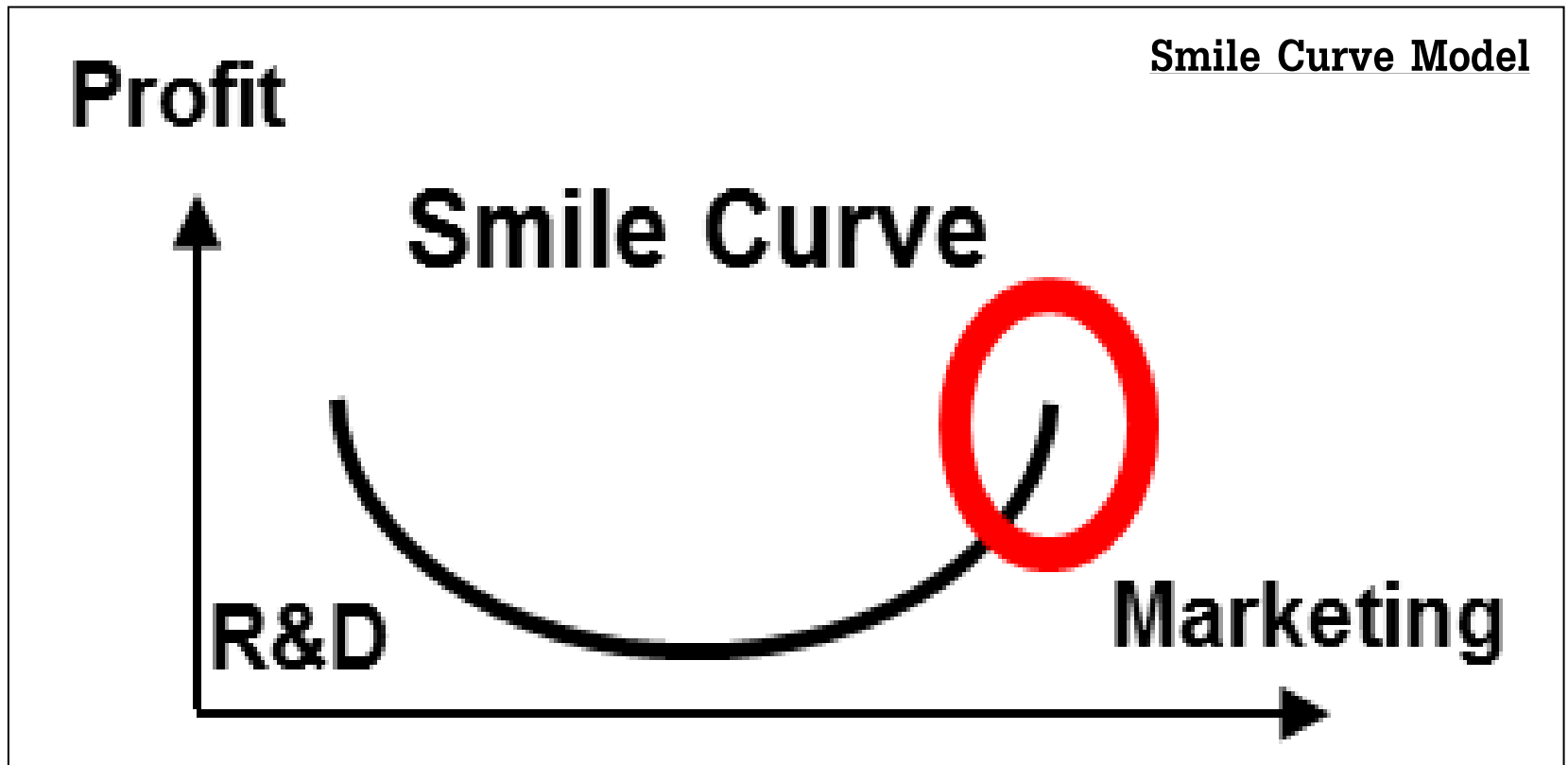
- มองทั้ง **Value Chain** / บริษัทใหญ่ช่วยบริษัทเล็ก
- เสริมความสามารถ ผ่าน **Training / Business Matching / Exhibition**
ใช้ **Information** เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ได้ถูกต้อง / กำหนดทิศทาง / ทำการบ้าน
- ช่วยกันทั้ง **ภาครัฐและเอกชน** / Share ข้อมูล Opportunities



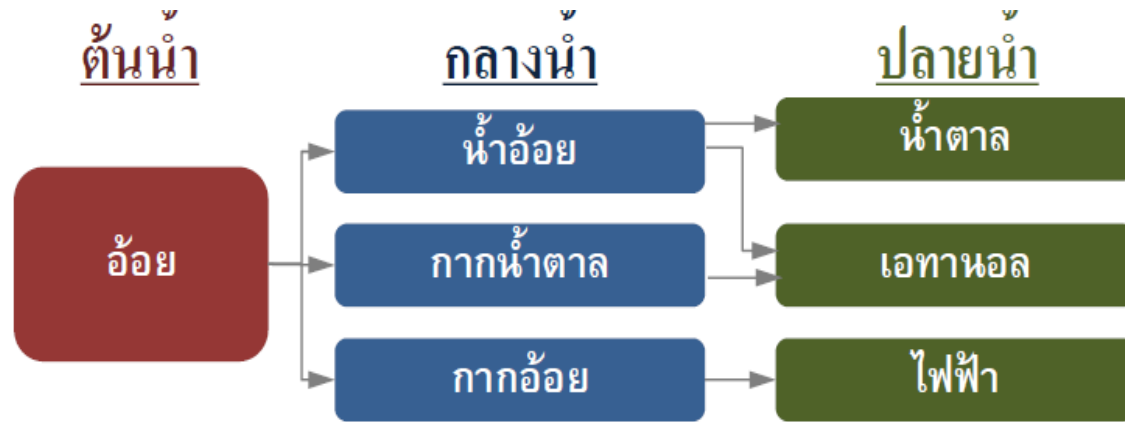
สร้างตราสินค้า (Brand) และยกมาตรฐานสินค้าไทย



A **BRAND** IS MORE THAN
JUST A LOGO IT'S AN
EXPERIENCE.

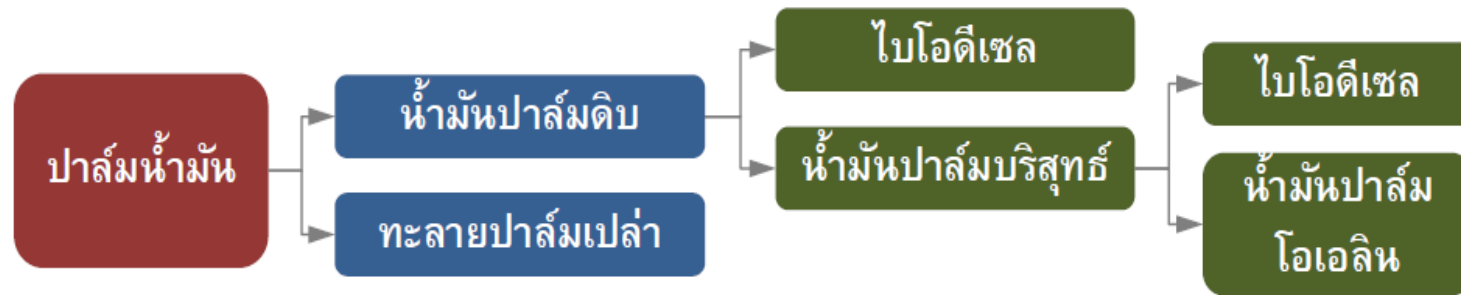


สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)

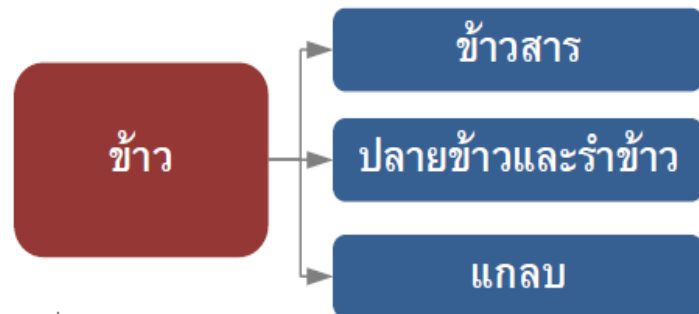


ผลผลิตทางการเกษตรสามารถนำไป
สร้างมูลค่าเพิ่มในภาคอุตสาหกรรม

มูลค่าทางเศรษฐกิจ
รวม (ไม่หักต้นทุน)
21,439 บาทต่อไร่



มูลค่าทางเศรษฐกิจ
รวม (ไม่หักต้นทุน)
21,347 บาทต่อไร่



มูลค่าทางเศรษฐกิจ
รวม (ไม่หักต้นทุน)
8,805 บาทต่อไร่

* ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

เพิ่มมูลค่า โดย Move Up Value Chain



ปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจและการกระจายสินค้า

- เริ่มจากการกระจายผ่าน **Distributor** ➡ สู่การสร้างเครือข่าย
- จาก **Exporter** ➡ เป็น **Trading / International Trading Center (ITC)**

ตัวอย่าง SCG Authorized Dealer



โครงการ ITC-IHQ ของ BOI



ความคาดหวังของภาคเอกชนต่อแนวทางและกระบวนการ ขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

การพัฒนาภาคการค้าและบริการ



โดย

นายกสิทธิ์ สารสิน

รองประธานกรรมการ หอการค้าไทย

28 กันยายน 2558