



“เศรษฐกิจโลกกับการส่งออกของไทย”

นายสมเกียรติ ตรีรัตน์พันธ์

ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วันพุธที่ 16 กันยายน 2558

เวลา 13.00-15.00 น.



ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของไทย

ในรูปแบบสกุลดอลลาร์ (ล้านเหรียญฯ)

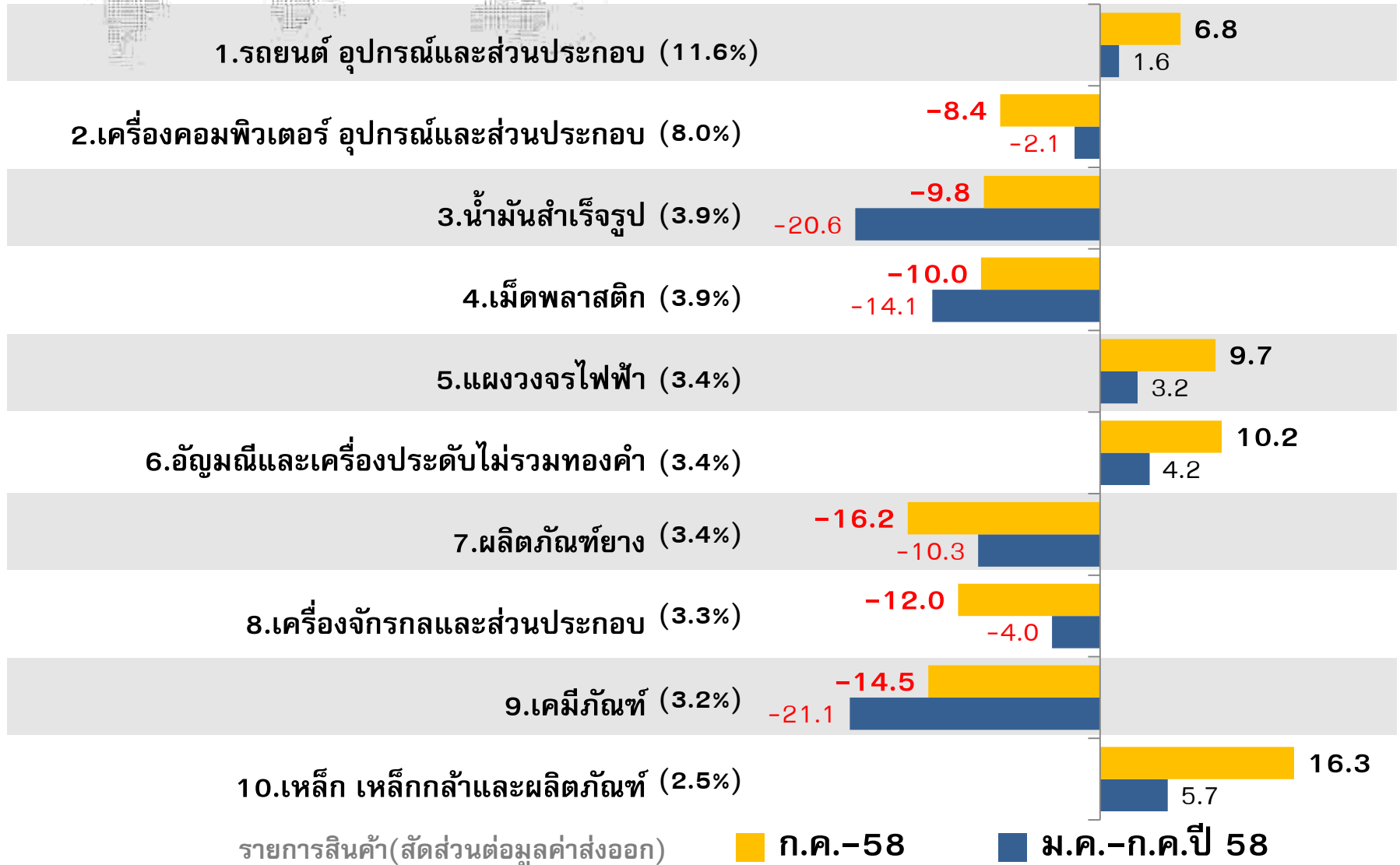
	กรกฎาคม 2558		ม.ค. – ก.ค. 58	
	มูลค่า	Growth (%)	มูลค่า	Growth (%)
มูลค่าการค้า	35,675	-8.27	245,913	-6.66
การส่งออก	18,223	-3.56	125,078	-4.66
การนำเข้า	17,452	-12.73	120,835	-8.64
ดุลการค้า	770		4,243	

ที่มา: กรมศุลกากร คำนวณโดยสำนักพาณิชย์ดิจิทัลและสารสนเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก

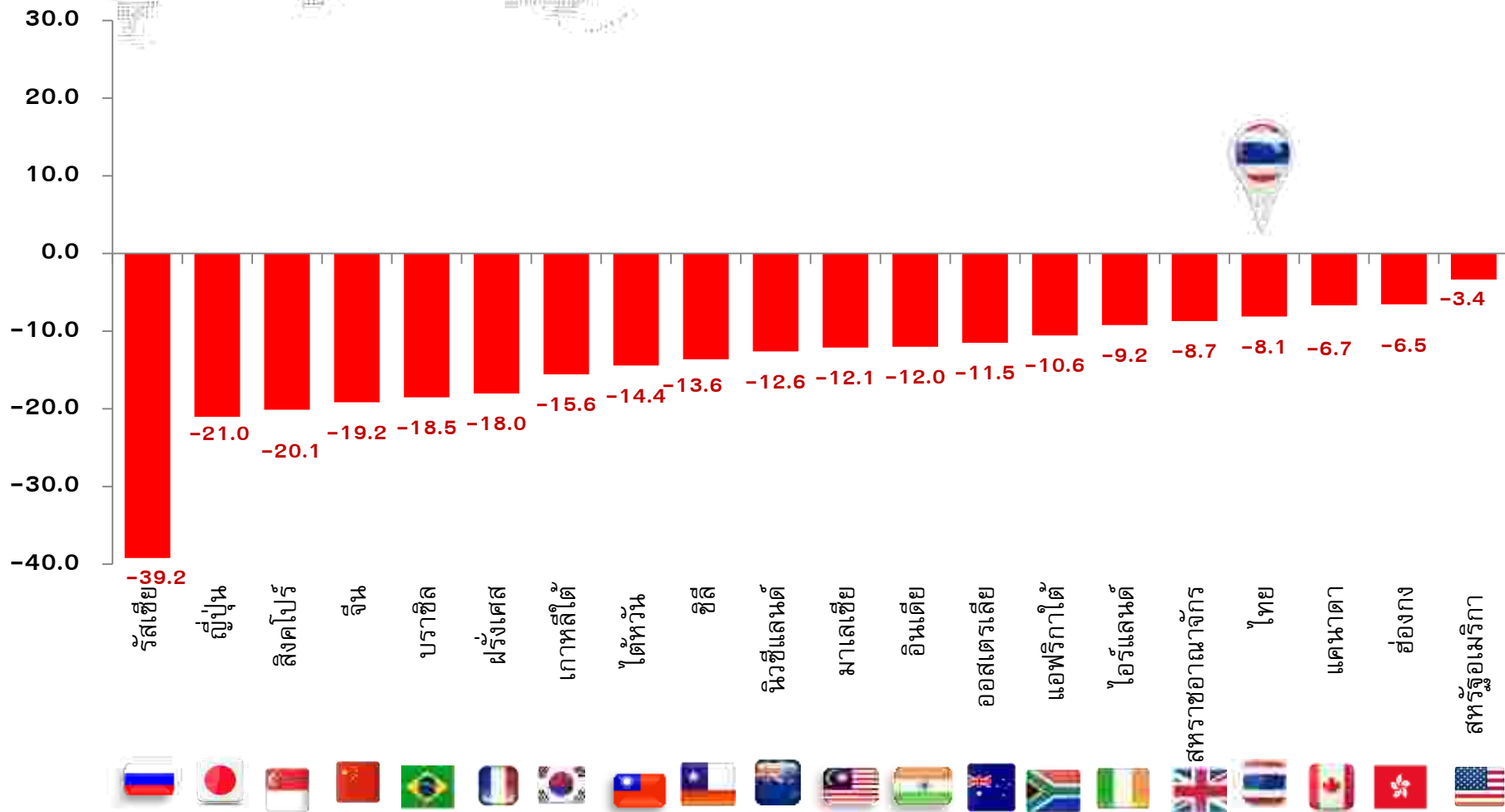
อัตราการขยายตัวของมูลค่าส่งออก %YoY



สถานการณ์นำเข้ารวมของประเทศต่าง ๆ

ม.ค. – มิ.ย. 2558 ประเทศคู่ค้าส่วนใหญ่มีทิศทางหดตัว

(อัตราการขยายตัว : %YoY)



***Top 20 Importing Countries** ที่มีสถิติ 6 เดือนออกมาแล้ว
ยกเว้นรัสเซีย ไต้หวัน มาเลเซีย และอินเดียที่เป็นสถิติ 5 เดือน

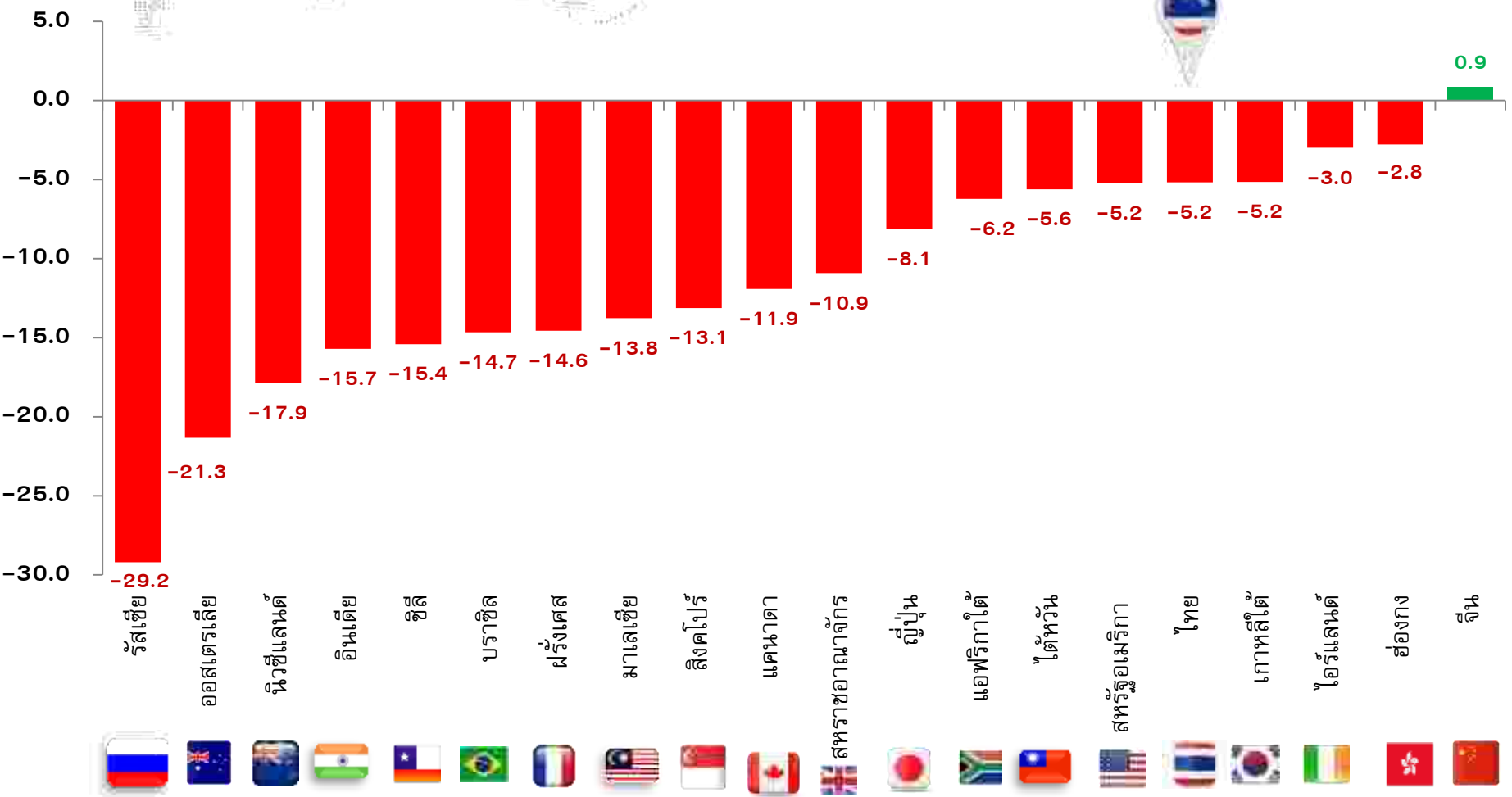
ที่มา : Global Trade Atlas



สถานการณ์ส่งออกของประเทศต่าง ๆ

ม.ค. - มิ.ย. 2558 ประเทศคู่แข่งเกือบทุกประเทศมีทิศทางหดตัว

(อัตราการขยายตัว : %YoY)



***Top 20 Exporting Countries** ที่มีสถิติ 5 เดือนออกมาแล้ว
ยกเว้นรัสเซีย ไต้หวัน มาเลเซีย และอินเดียที่เป็นสถิติ 5 เดือน

ที่มา : Global Trade Atlas

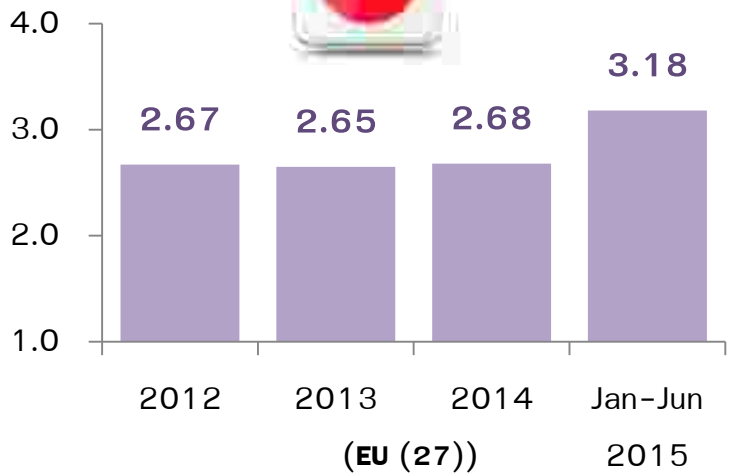
Trade Policy and Strategy Office, Ministry of Commerce



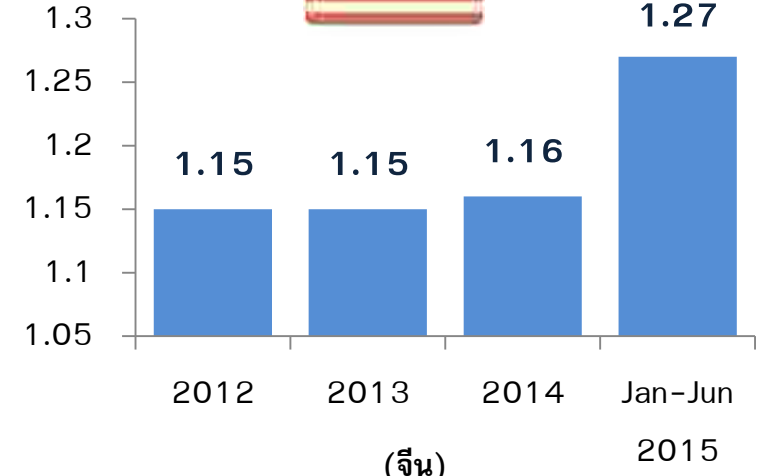
Market Share ของไทยในตลาดคู่ค้าสำคัญมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

(% Share) ตลาดหลัก

(ญี่ปุ่น)



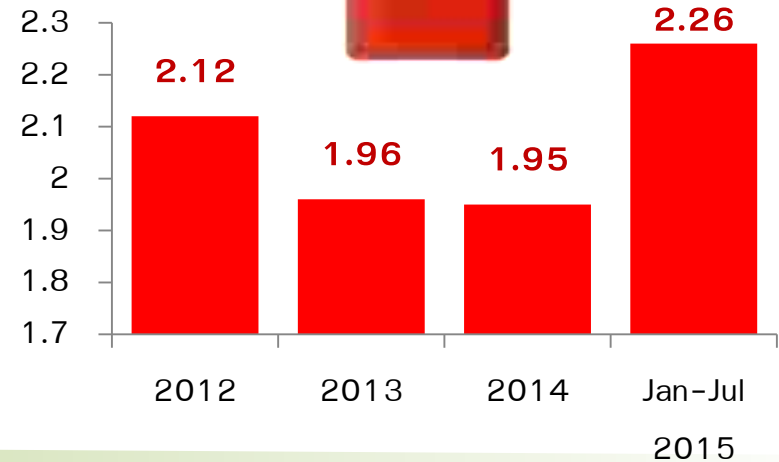
(สหรัฐอเมริกา)



(EU (27))



(จีน)



ที่มา: World Trade Atlas

Ministry of Commerce

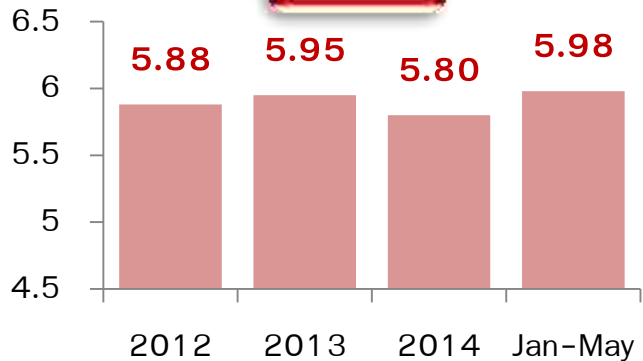


Market Share ของไทยในตลาดคู่ค้าสำคัญมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

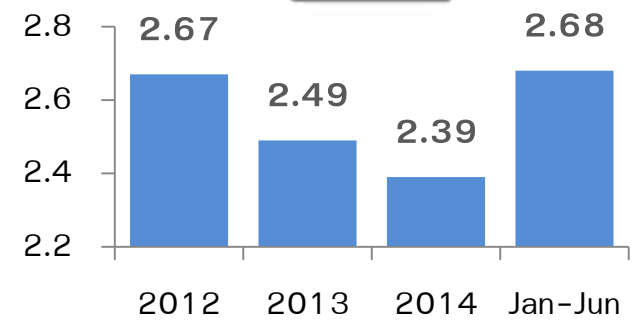
(%Share)

ตลาดรอง

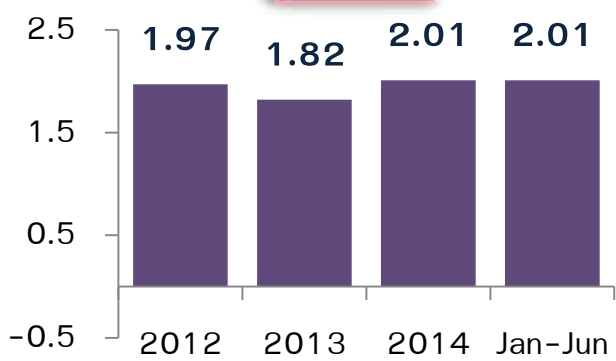
(มาเลเซีย)



(สิงคโปร์)



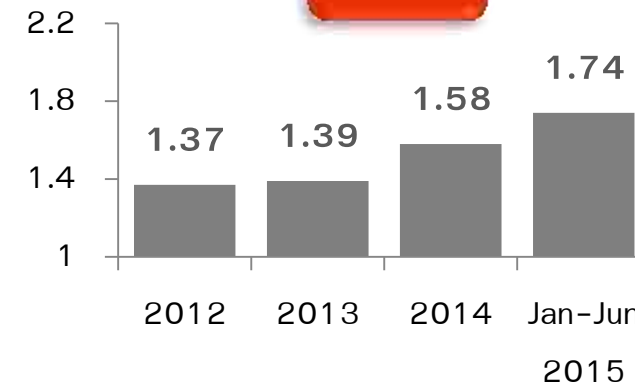
(ฮ่องกง)



(เกาหลีใต้)



(ไต้หวัน)



(อินเดีย)



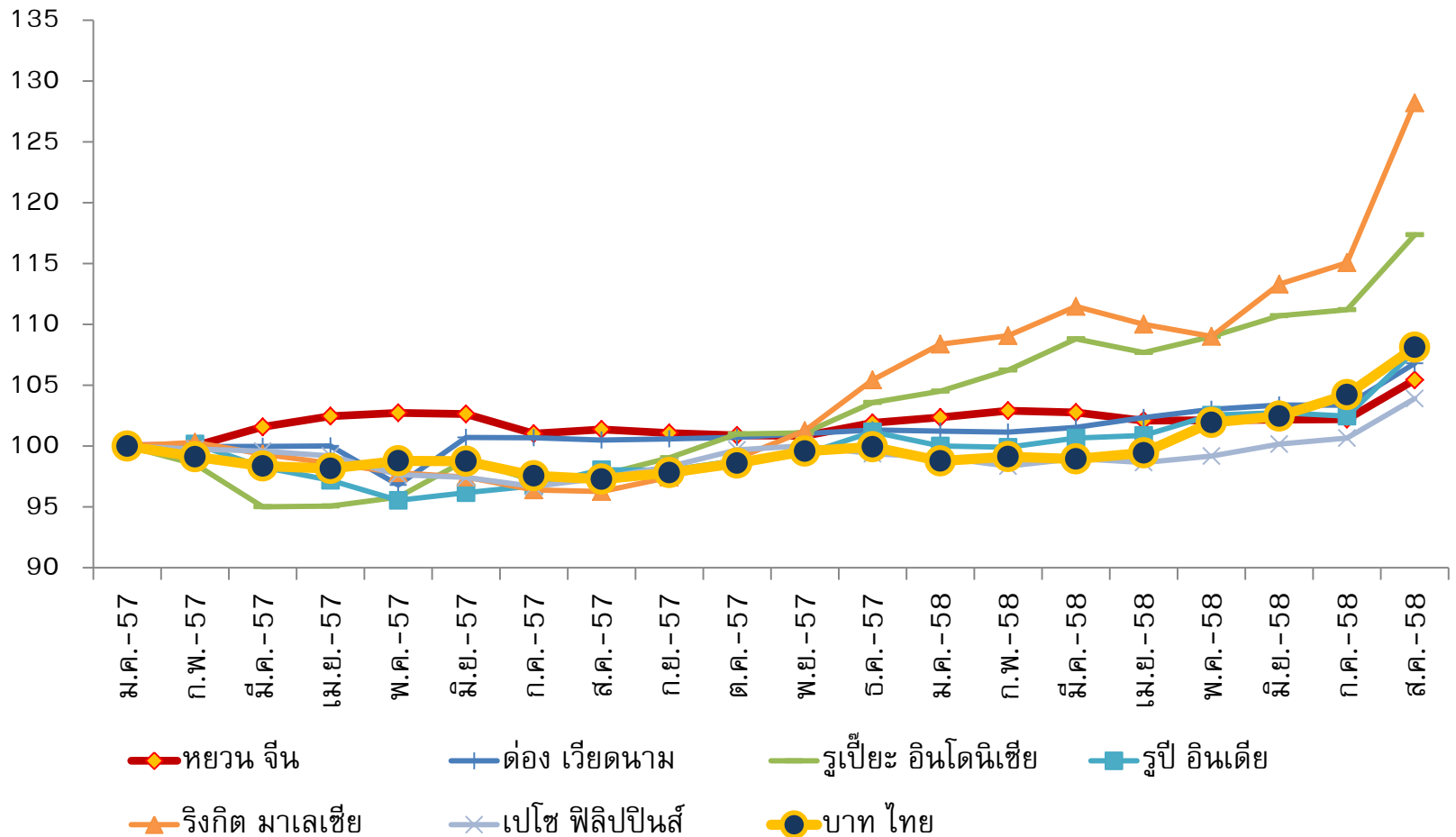
ที่มา: World Trade Atlas



สถานการณ์ค่าเงินของประเทศในภูมิภาค

ค่าเงินบาท และค่าเงินหยวน เริ่มมีทิศทางอ่อนค่าตามค่าเงินในภูมิภาค

ดัชนีค่าเงินของประเทศในภูมิภาค เทียบกับดอลลาร์สหรัฐ (ม.ค.2557 = 100)

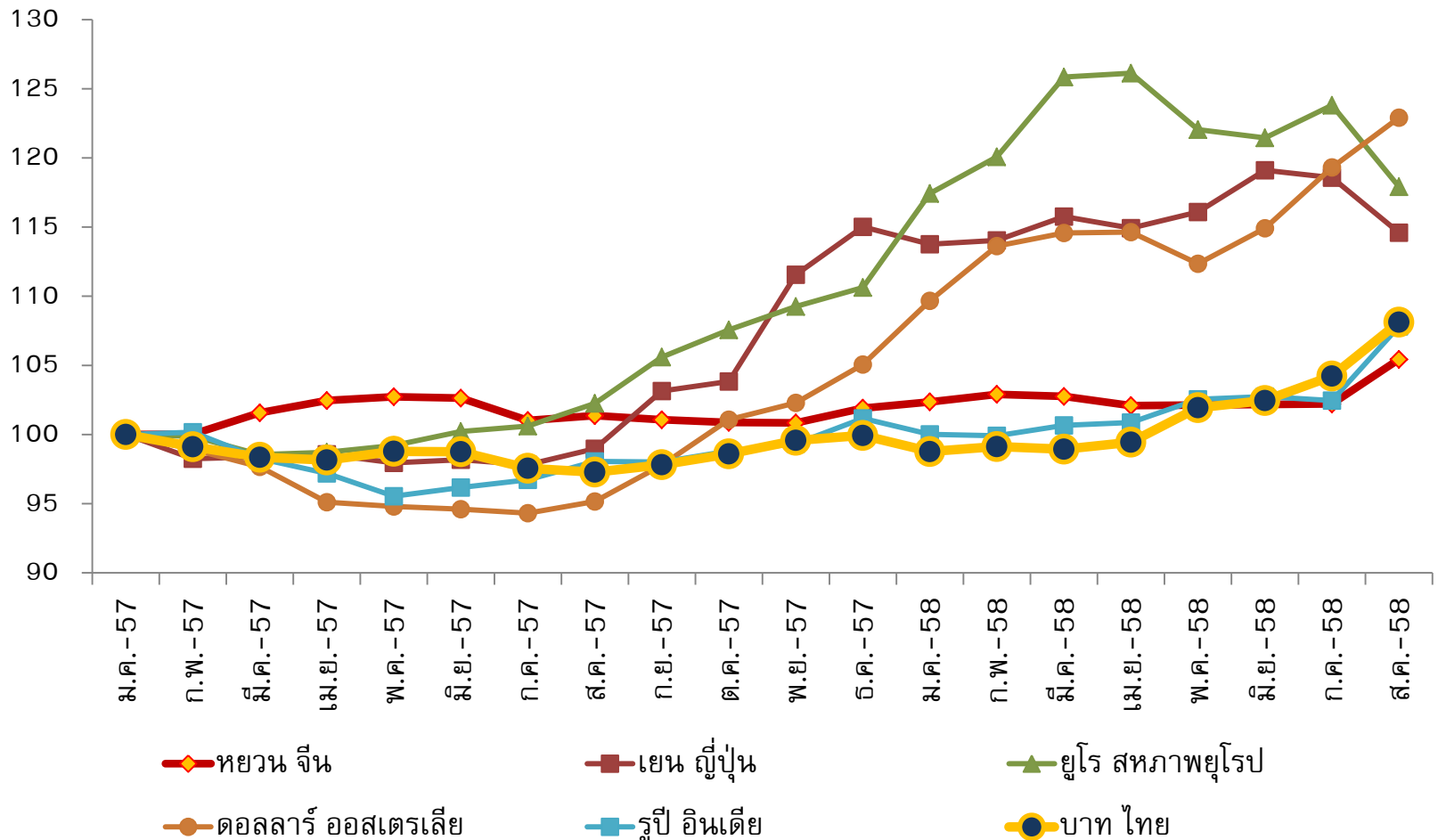




สถานการณ์ค่าเงินของประเทศคู่ค้า

หลายประเทศใช้นโยบายการเงินเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ
ส่งผลให้ค่าเงินอ่อนค่า โดยเฉพาะสหภาพยุโรป และญี่ปุ่น

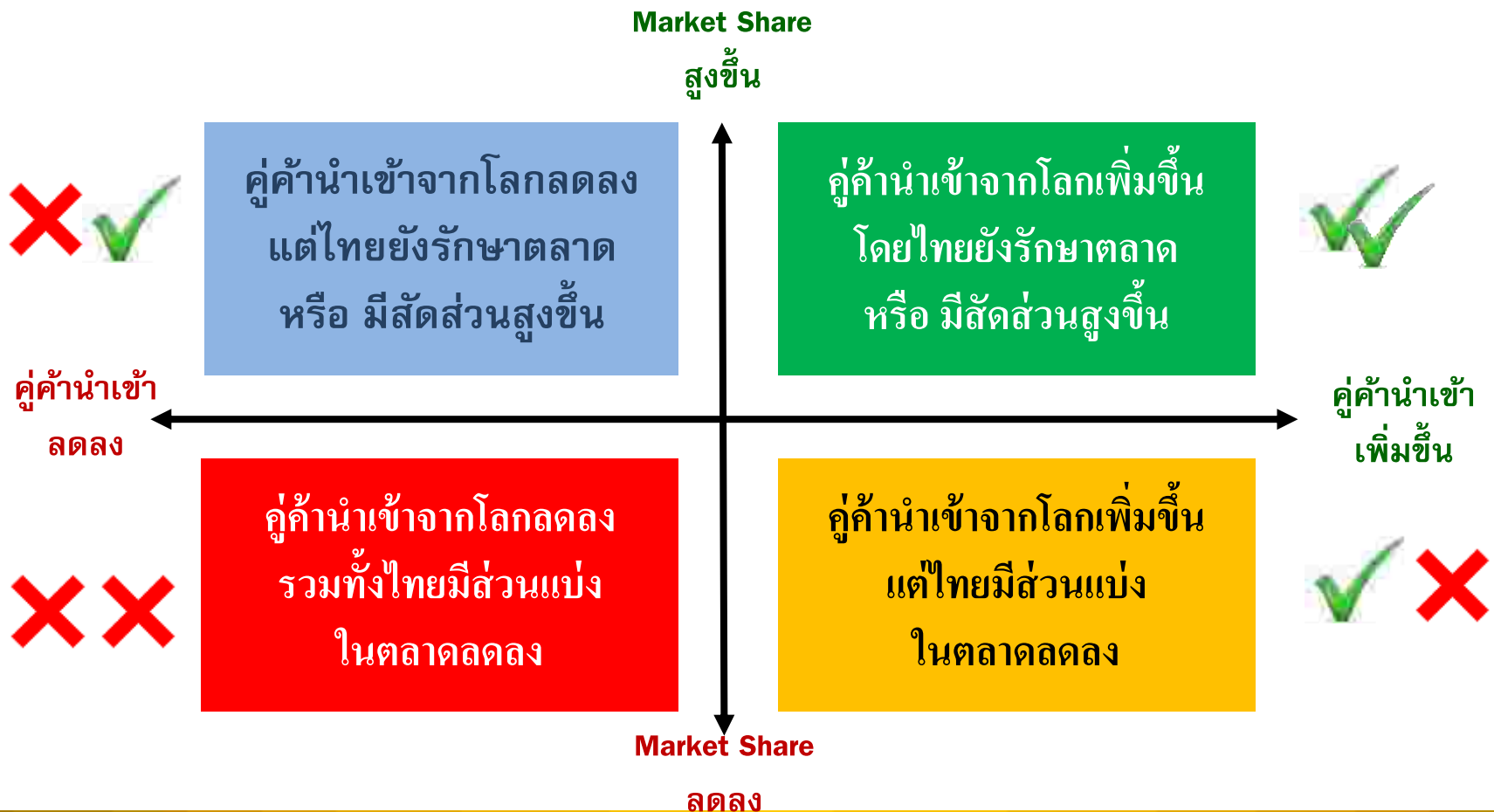
ดัชนีค่าเงินของประเทศคู่ค้า เทียบกับดอลลาร์สหรัฐ (ม.ค.2557 = 100)





การจัดอันดับ Watch List ตลาดส่งออก

วิเคราะห์จากมูลค่าการนำเข้ารายสินค้า ในตลาดส่งออกสำคัญ
และแนวโน้ม Market Share ของไทยในตลาดนั้น
อัตราการเปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา
(Year-to-Date % Change) ปี2558





เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ : HS 8415

เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ

การส่งออก **HS Code 8415** **Air Conditioning**

Watch List ตลาดส่งออก 10 อันดับแรก

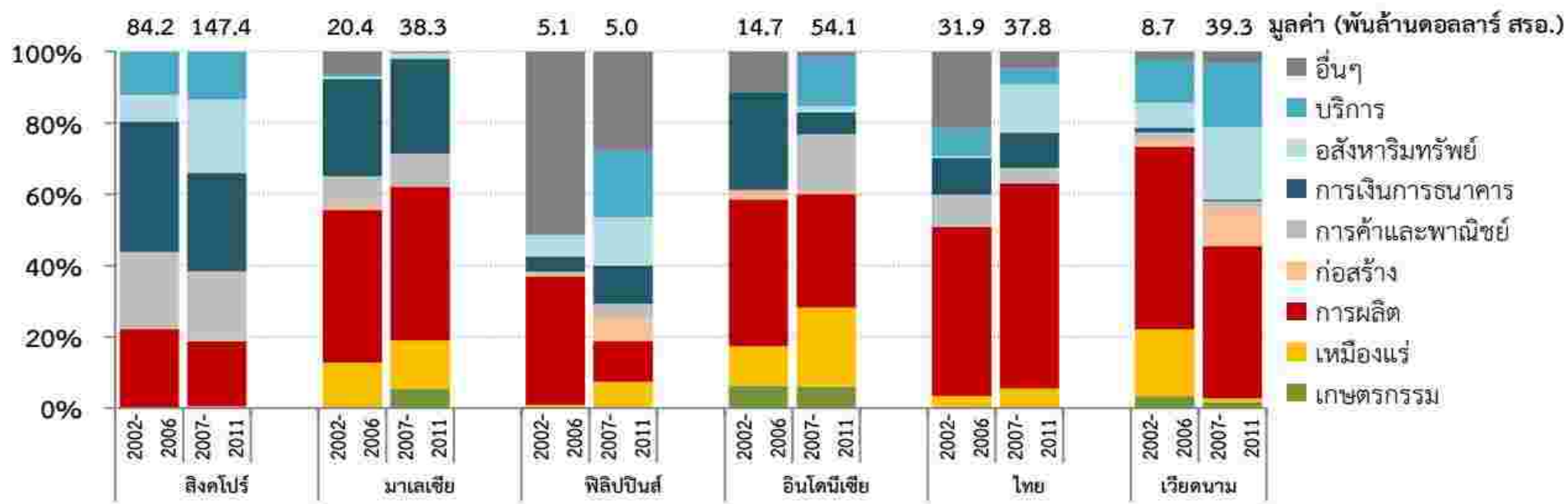
ประเทศ	สัดส่วนส่งออก	Import %YTD	Market Share
1 Vietnam	8.6	-	-
2 Australia	7.0	-4.4	43.1
3 India	6.6	24.9	38.2
4 Japan	6.4	-21.0	15.0
5 United States	6.2	-3.7	4.7
6 Singapore	5.9	6.6	52.5
7 UAE	5.8	-	-
8 Saudi Arabia	5.0	-	-
9 Taiwan	4.9	10.1	55.9
10 Indonesia	4.2	-20.9	55.3

Market Share สูงขึ้น	คู่ค้านำเข้าลดลง			คู่ค้านำเข้าเพิ่มขึ้น			Market Share สูงขึ้น
	ประเทศ	%YTD	Market Share	ประเทศ	%YTD	Market Share	
Market Share สูงขึ้น	Australia	-4.4	43.1	India	24.9	38.2	Market Share สูงขึ้น
	Japan	-21.0	15.0	Singapore	6.6	52.5	
	Indonesia	-20.9	55.3	Taiwan	10.1	55.9	
Market Share ลดลง	ประเทศ	%YTD	Market Share	ประเทศ	%YTD	Market Share	Market Share ลดลง
	United States	-3.7	4.7				
	คู่ค้านำเข้าลดลง			คู่ค้านำเข้าเพิ่มขึ้น			



มูลค่าและสัดส่วน FDI ที่ไหลเข้ากลุ่มประเทศ ASEAN แยกตามสาขาเศรษฐกิจ

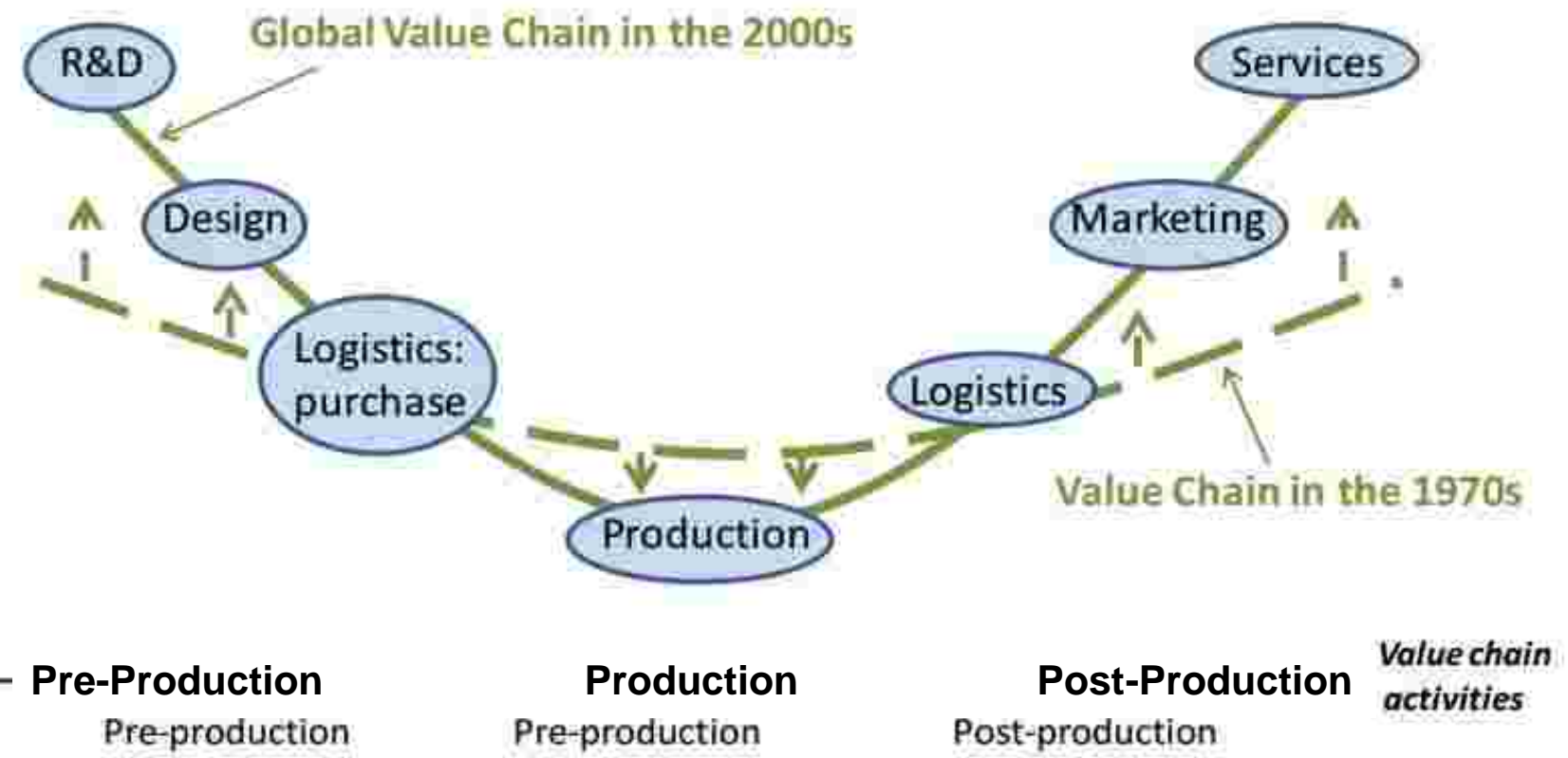
มูลค่าการลงทุนของไทยขยายตัวไม่มากเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียน
รวมทั้ง FDI ที่เข้ามาลงทุนในไทยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในสาขาการผลิต





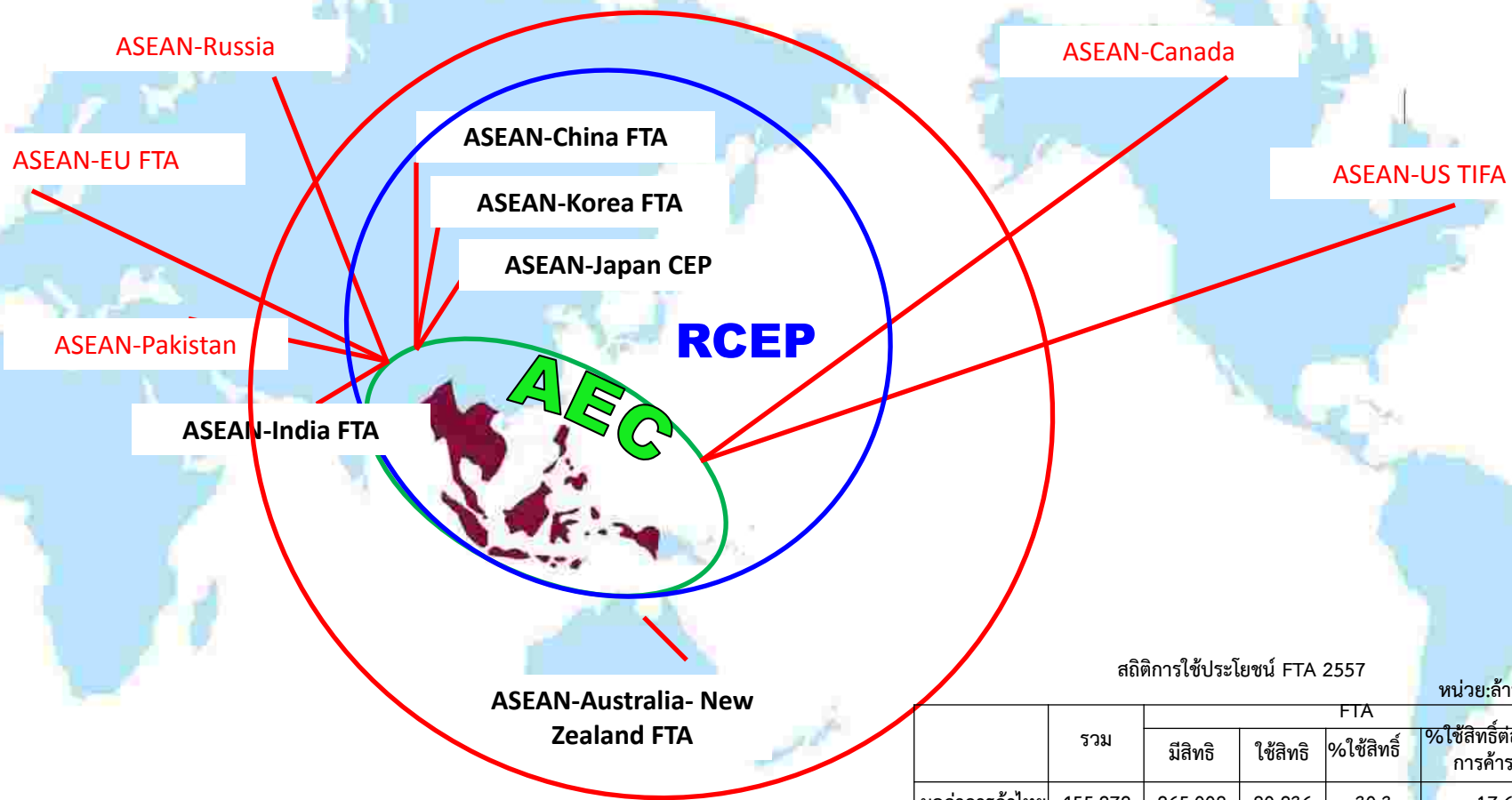
Manufacturing's Servitization: The Smiley Curve

Value added



Source: based on Shih (1992), Dedrick and Kraemer (1999) and Baldwin (2012)

FTA อาเซียน – คู่เจรจา/คู่เจรจาอนาคต



สถิติการใช้ประโยชน์ FTA 2557 หน่วย:ล้าน USD

	รวม	FTA			%ใช้สิทธิ์ต่อมูลค่าการค้ารวม
		มีสิทธิ	ใช้สิทธิ	%ใช้สิทธิ	
มูลค่าการค้าไทย	455,272	265,008	80,236	30.3	17.6
-ส่งออก	227,524	89,767	51,583	57.5	22.7
-นำเข้า	227,748	175,241	28,653	16.4	12.6

THANK YOU



Trade Policy and Strategy Office :TPSO

macrotpso@gmail.com



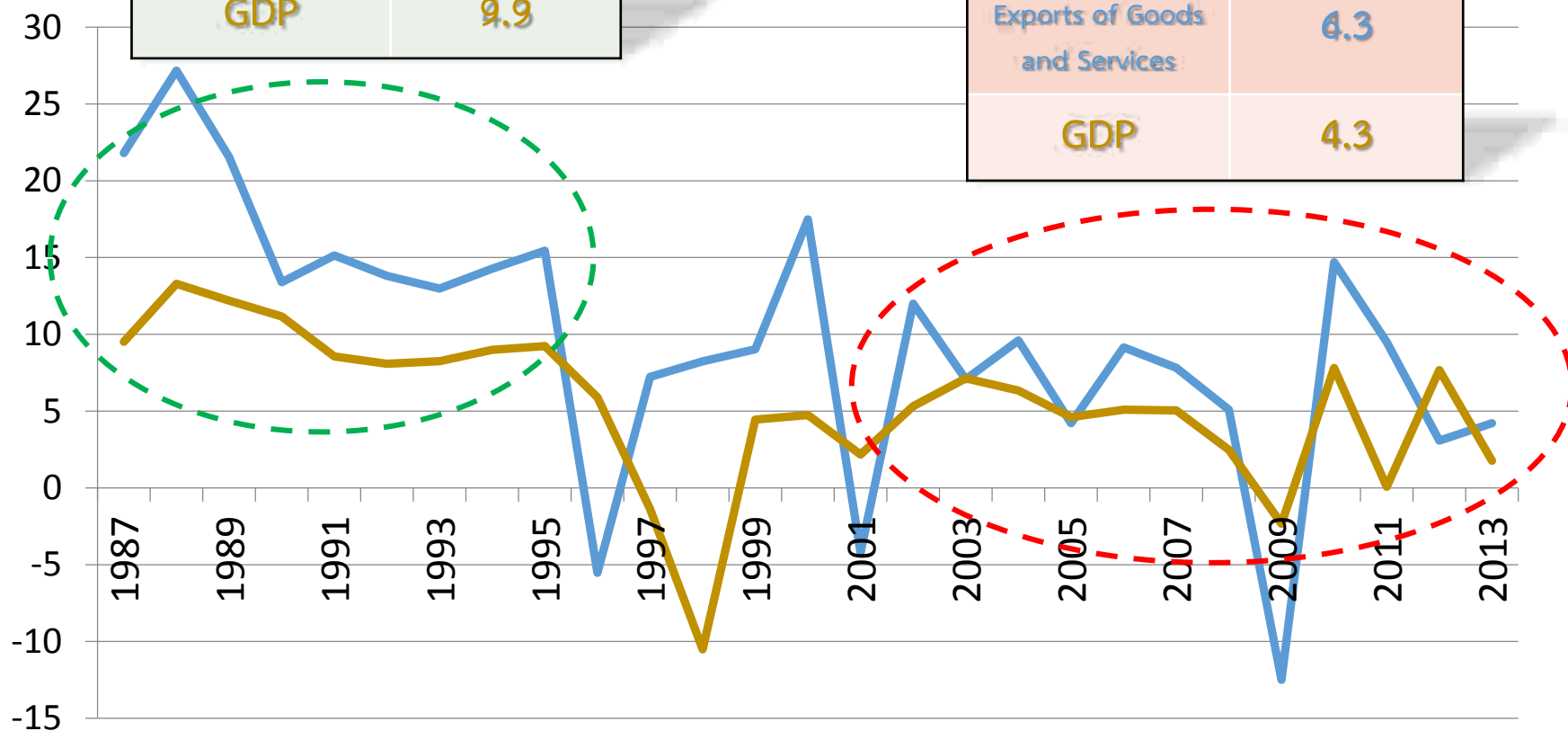
Backup

1. เศรษฐกิจไทยขึ้นกับการส่งออก

Growth Rates of Thailand's GDP and Exports of Goods and Services (%)

1987-1995	Growth Rates
Exports of Goods and Services	17.3
GDP	9.9

2002-2013	Growth Rates
Exports of Goods and Services	4.3
GDP	4.3

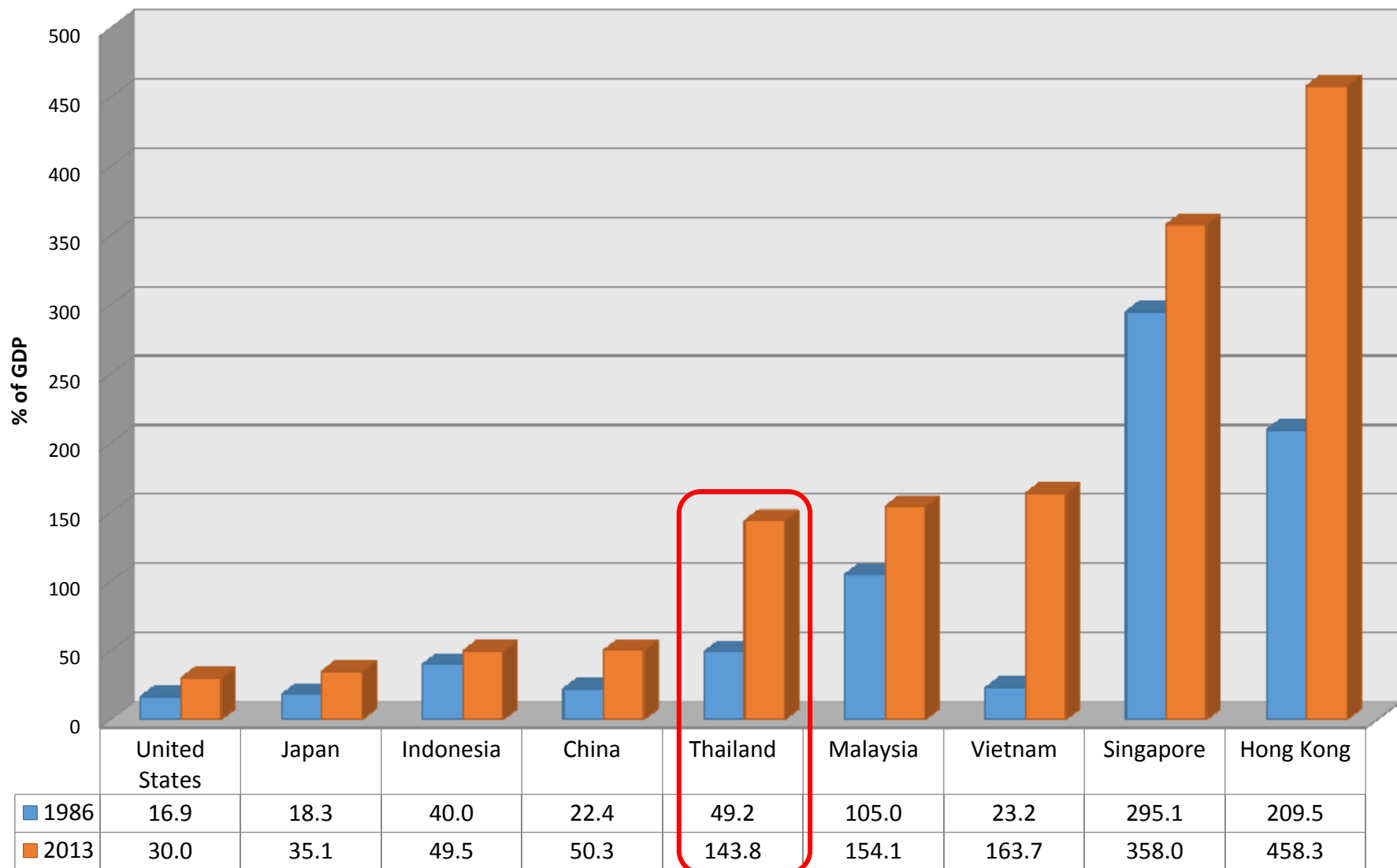


— Exports of goods and services (annual % growth) — GDP growth (annual %)



Trade Openness

(Exports + Imports) – of goods and services- as % of GDP

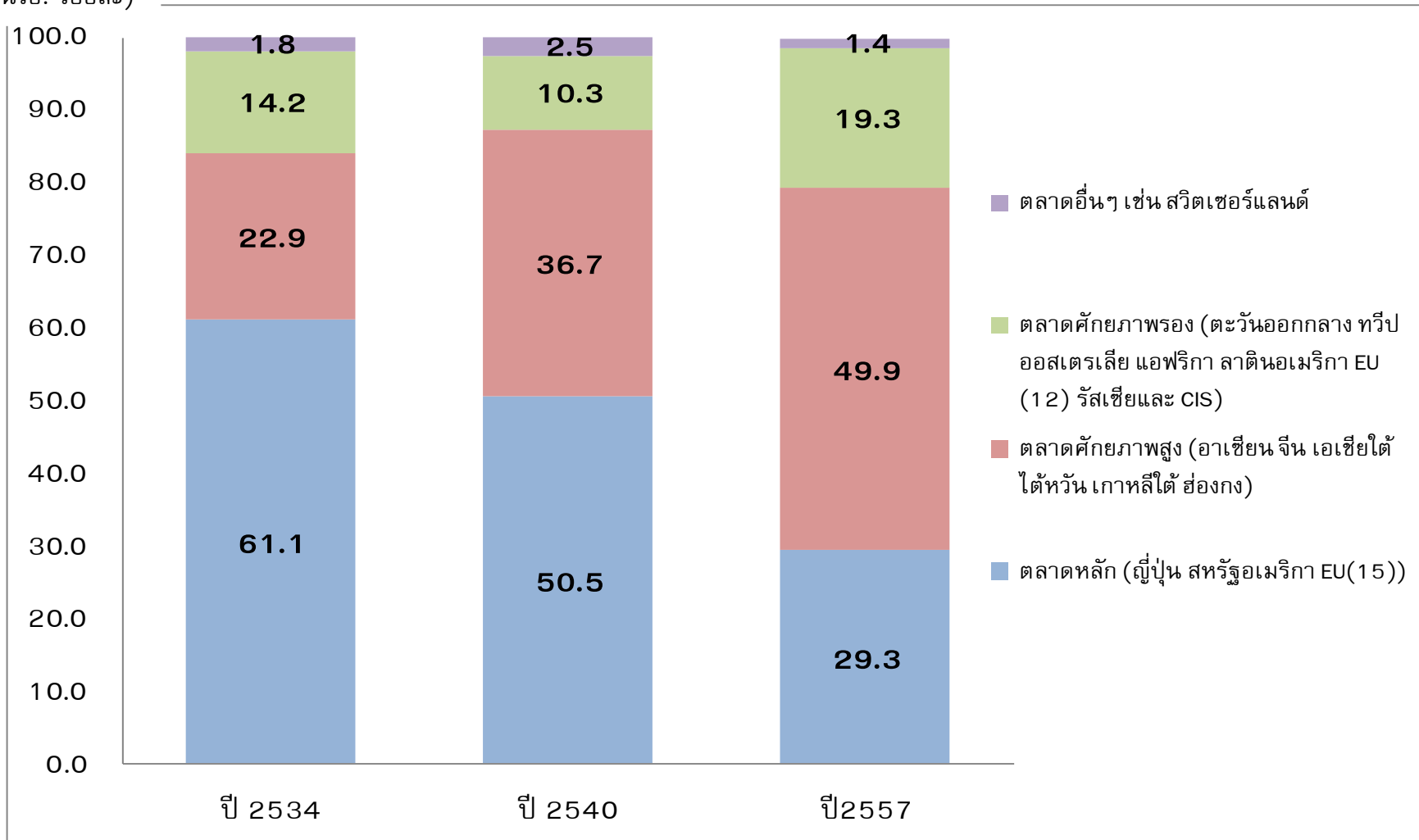




โครงสร้างตลาดสินค้าส่งออกของไทย

มูลค่าส่งออกรวม 28,524 ล้านบาท. 58,329 ล้านบาท. 227,574 ล้านบาท.

(หน่วย: ร้อยละ)



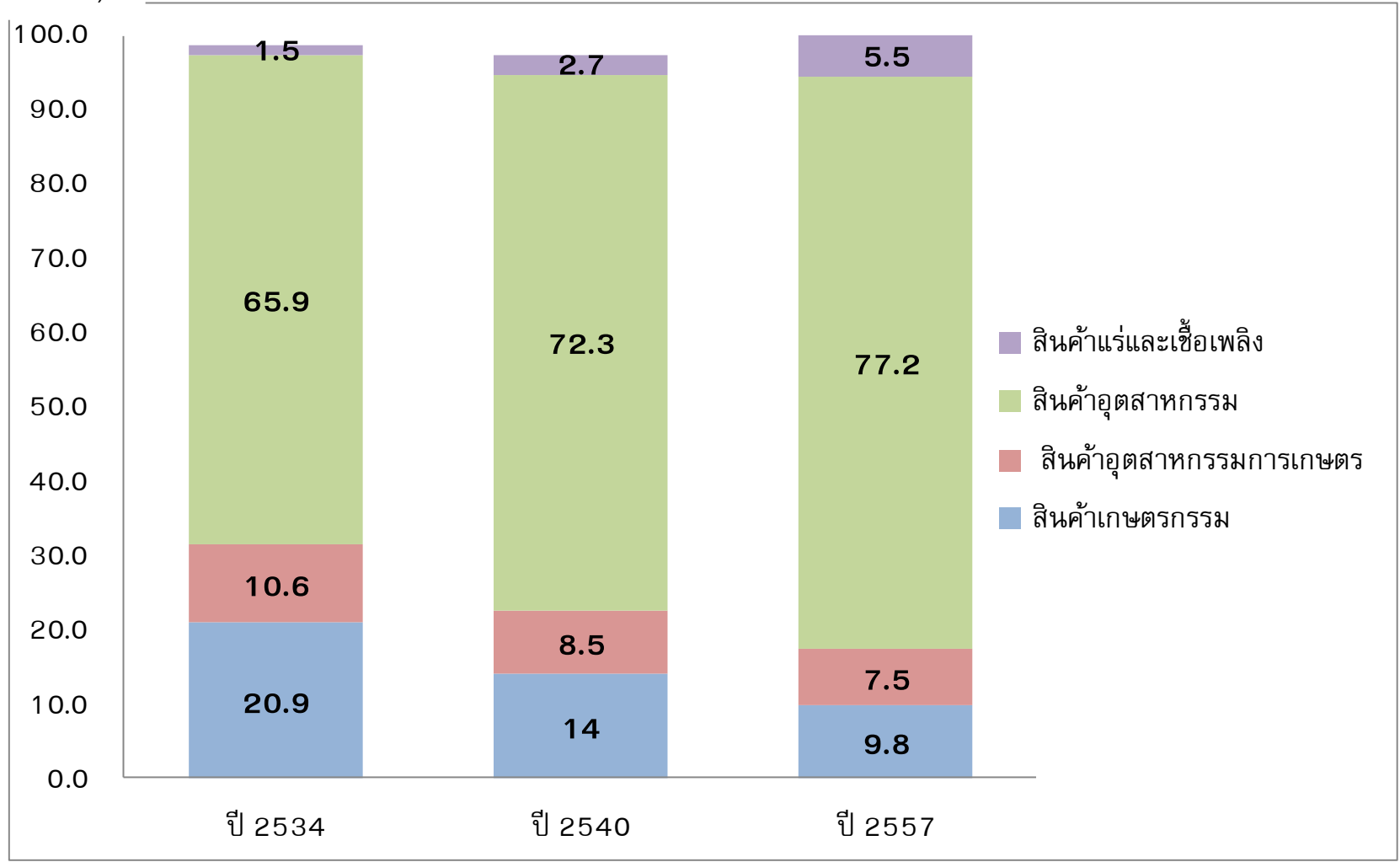
ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร



โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย

มูลค่าส่งออกรวม 28,524 ล้านบาท. 58,329 ล้านบาท. 227,574 ล้านบาท.

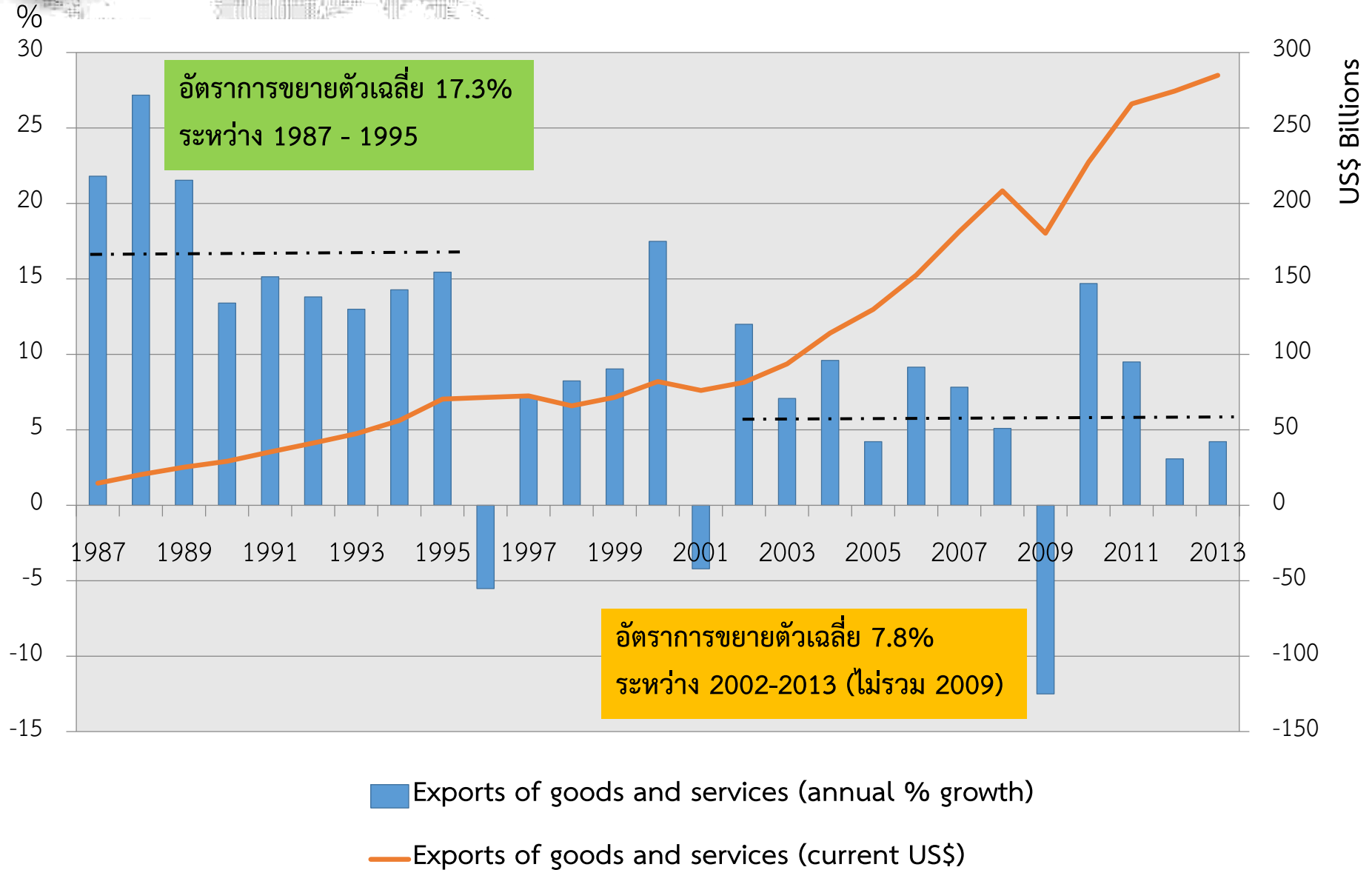
(หน่วย: ร้อยละ)



ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร



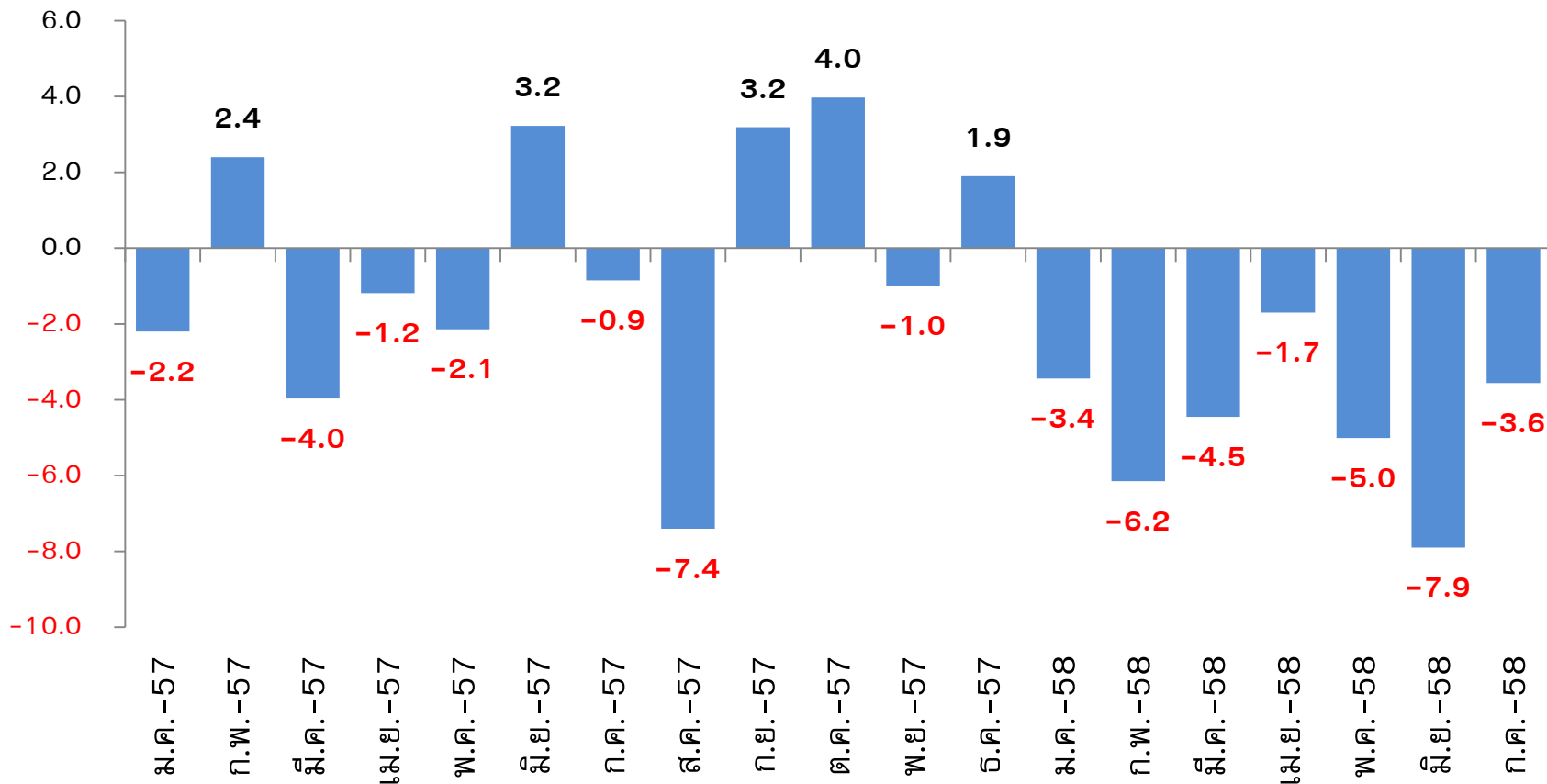
Thailand's Export Performance: Past and Present





อัตรายายตัวของมูลค่าการส่งออกของไทย ในรูปสกุลเงินดอลลาร์

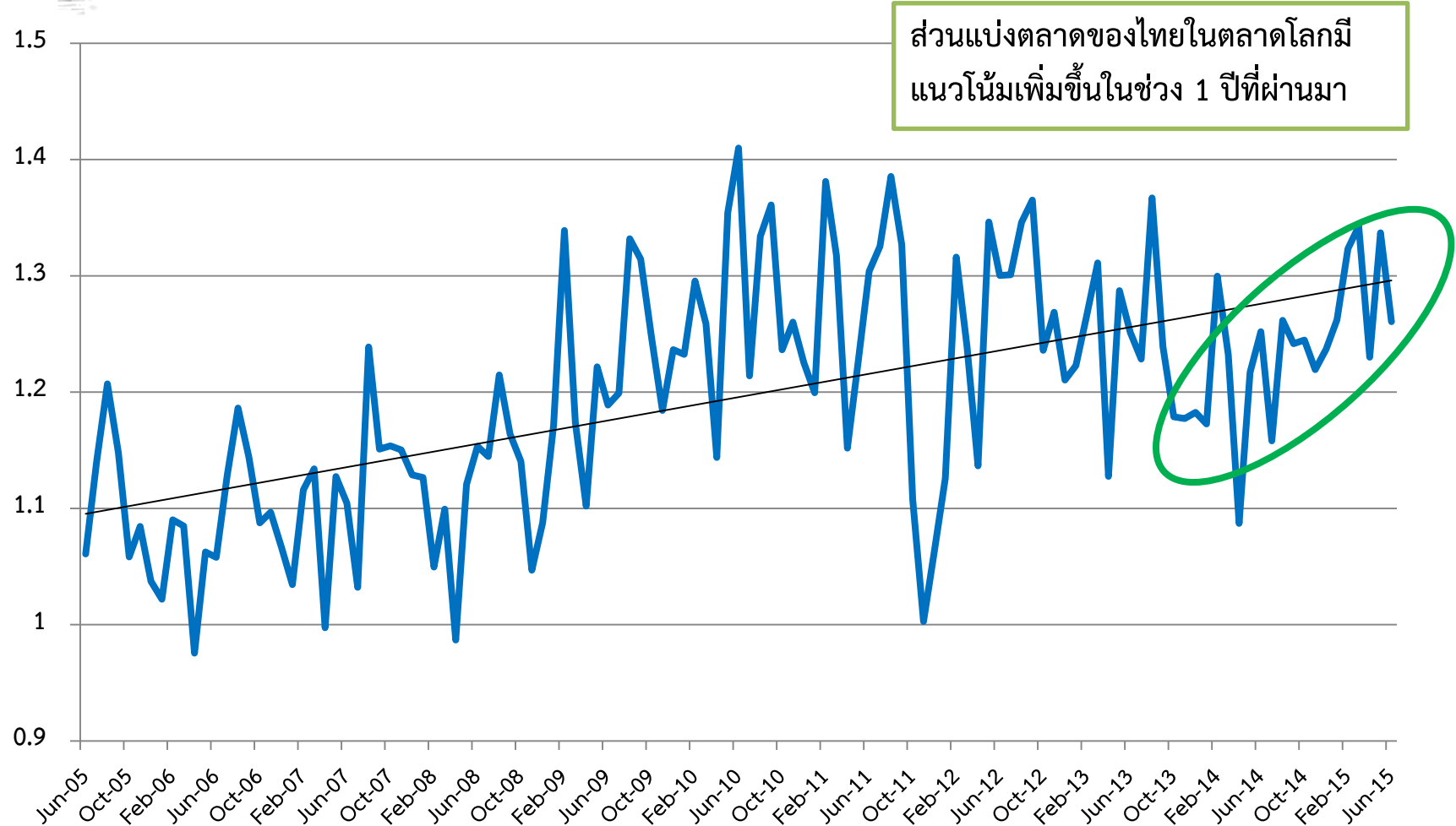
เดือนกรกฎาคม 2558 หดตัวที่ร้อยละ -3.6





Thailand's Export Market Share in the World Market (%), 2005-2015

หน่วย: ร้อยละ



ที่มา: ข้อมูลจาก UN Comtrade คำนวณโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์

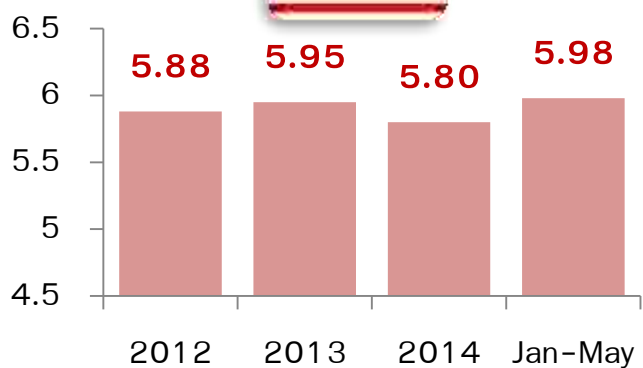


Market Share ของไทยในตลาดคู่ค้าสำคัญมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

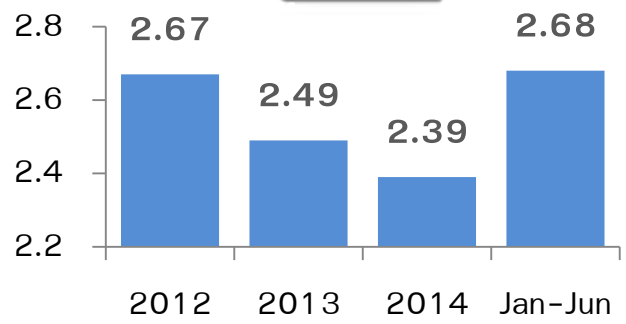
(%Share)

ตลาดรอง

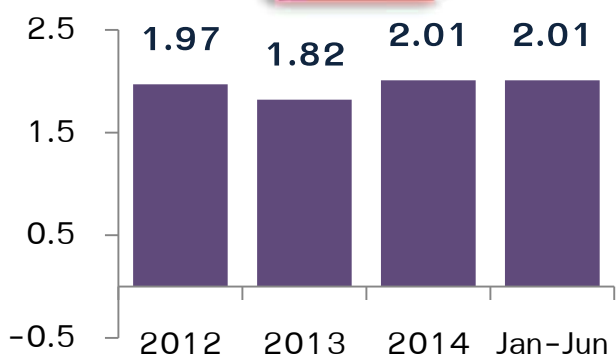
(มาเลเซีย)



(สิงคโปร์)



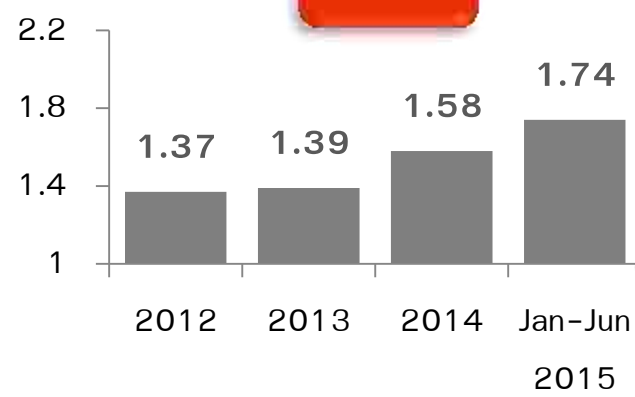
(ฮ่องกง)



(เกาหลีใต้)



(ไต้หวัน)



(อินเดีย)

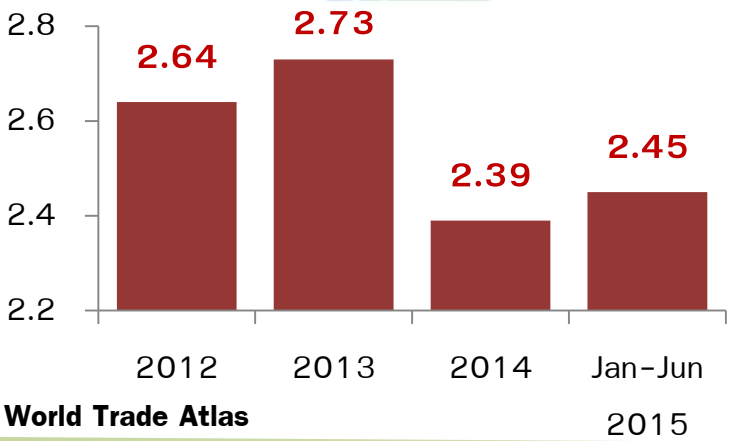
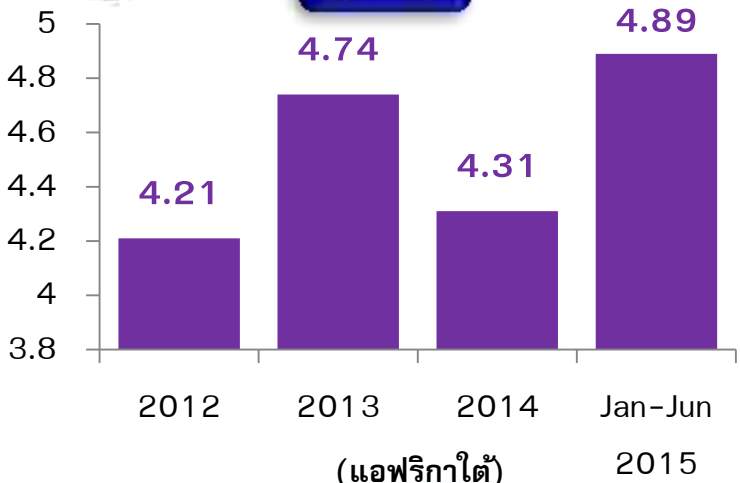


ที่มา: World Trade Atlas



Market Share ของไทยในตลาดคู่ค้าสำคัญมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

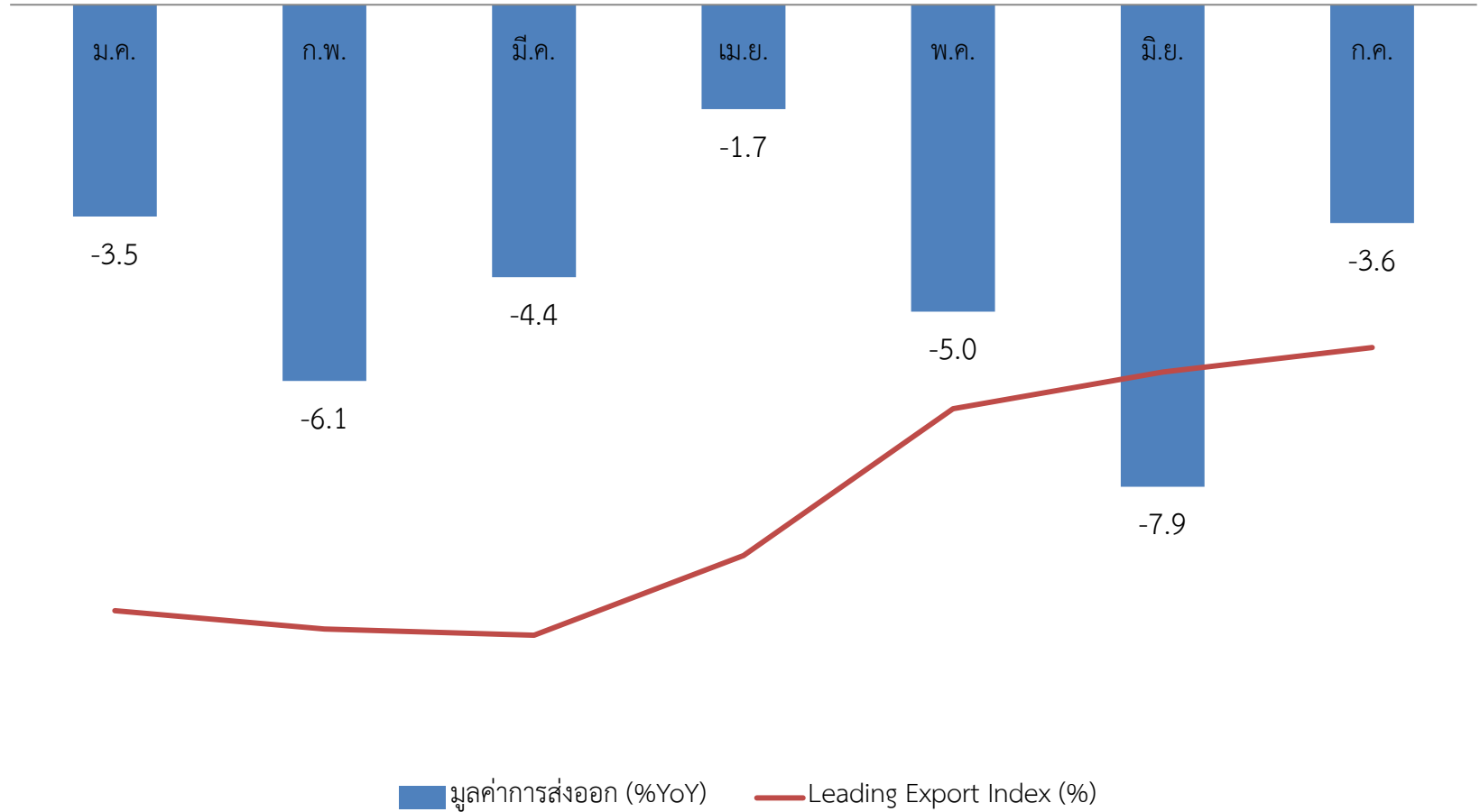
(%Share)
ตลาดอื่น ๆ



ที่มา: World Trade Atlas



การส่งออกของไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดไปแล้ว และมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นในระยะต่อไป





การส่งออกของไทยในปี 2559 จะกลับมาขยายตัว

สมมุติฐาน	คาดการณ์ 2559
1. เศรษฐกิจจีน (%YOY)	6.3
2. เศรษฐกิจอเมริกา (%YOY)	3.0
3. เศรษฐกิจญี่ปุ่น (%YOY)	1.2
4. เศรษฐกิจยูโรโซน (%YOY)	1.7
5. เศรษฐกิจอาเซียน-5 (%YOY)	5.1
6. อัตราแลกเปลี่ยน (บาท/US\$)	37.0
7. ราคาน้ำมันดิบ (US\$/BBL)	50.4
8. ราคาสินค้าวัตถุดิบอุตสาหกรรมโลก (%YOY)	-6.1
9. ราคาสินค้าเกษตรโลก (%YOY)	-2.4
คาดการณ์มูลค่าการส่งออกปี 2559 (%YoY)	2.8

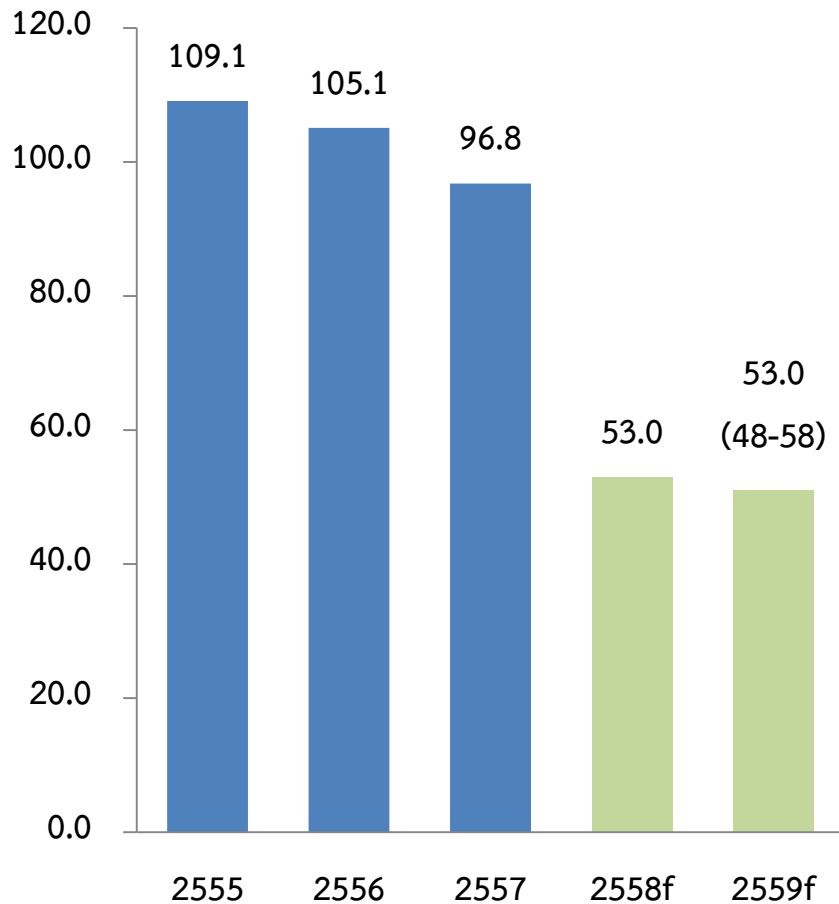


เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญในปีหน้ามีทิศทางที่ดีขึ้น

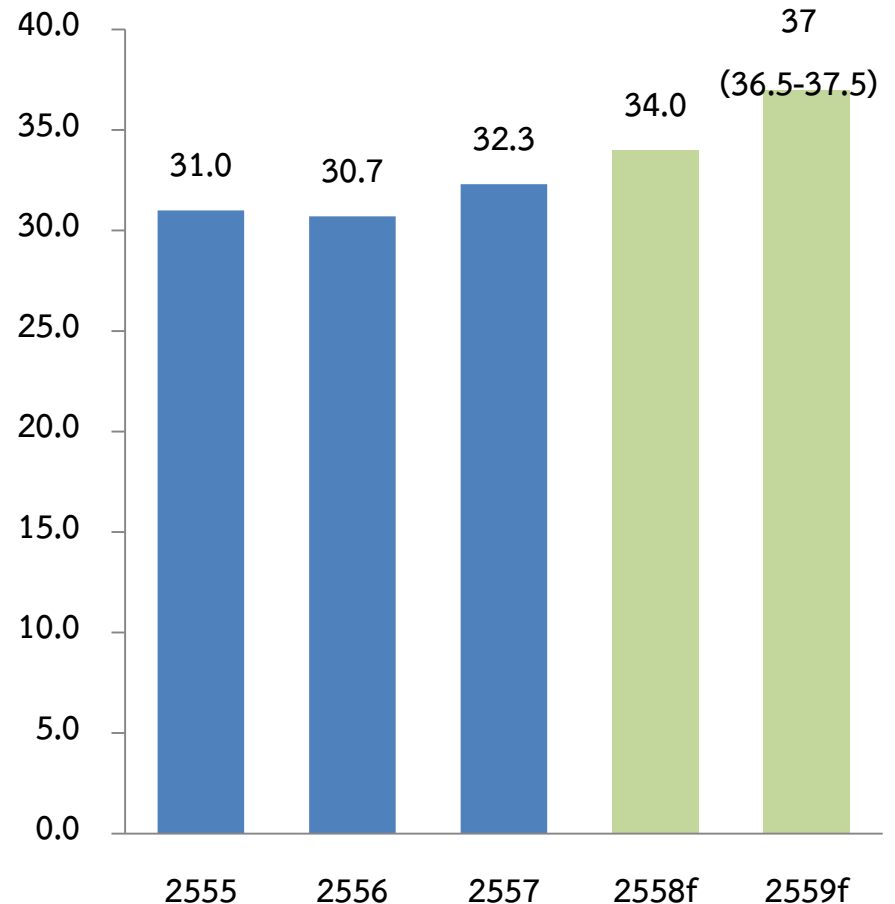
Economic Outlook	IMF (ก.ย.58)	
	2558f	2559f
จีน	6.8	↓ 6.3
อเมริกา	2.5	↑ 3.0
ญี่ปุ่น	0.8	↑ 1.2
ยูโรโซน	1.5	↑ 1.7
อาเซียน-5	4.7	↑ 5.1
ราคาสินค้าอุตสาหกรรมโลก	-16.6	↑ -6.1
ราคาสินค้าเกษตรโลก	-12.3	↑ -2.4

ราคาน้ำมันดิบดูไบ ในปี 2559 มีแนวโน้มต่ำกว่าปี 2558 เล็กน้อย
ขณะที่ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าจากการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของสหรัฐฯ

Dubai Crude Oil Price (USD/Barrel)

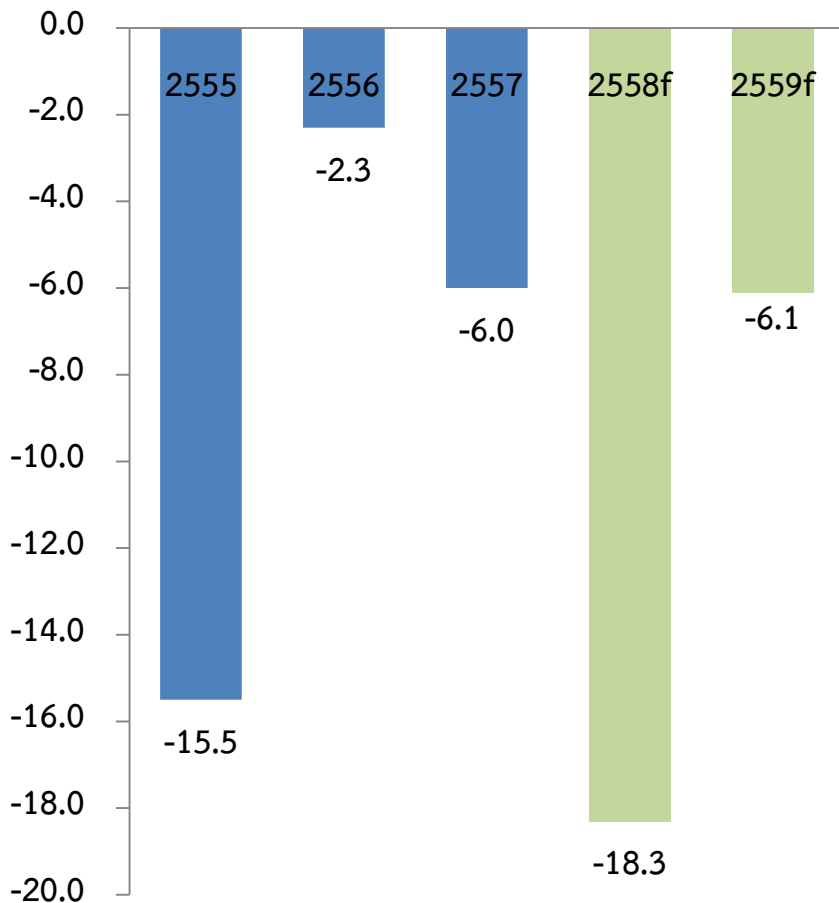


อัตราแลกเปลี่ยน (บาท/US\$)

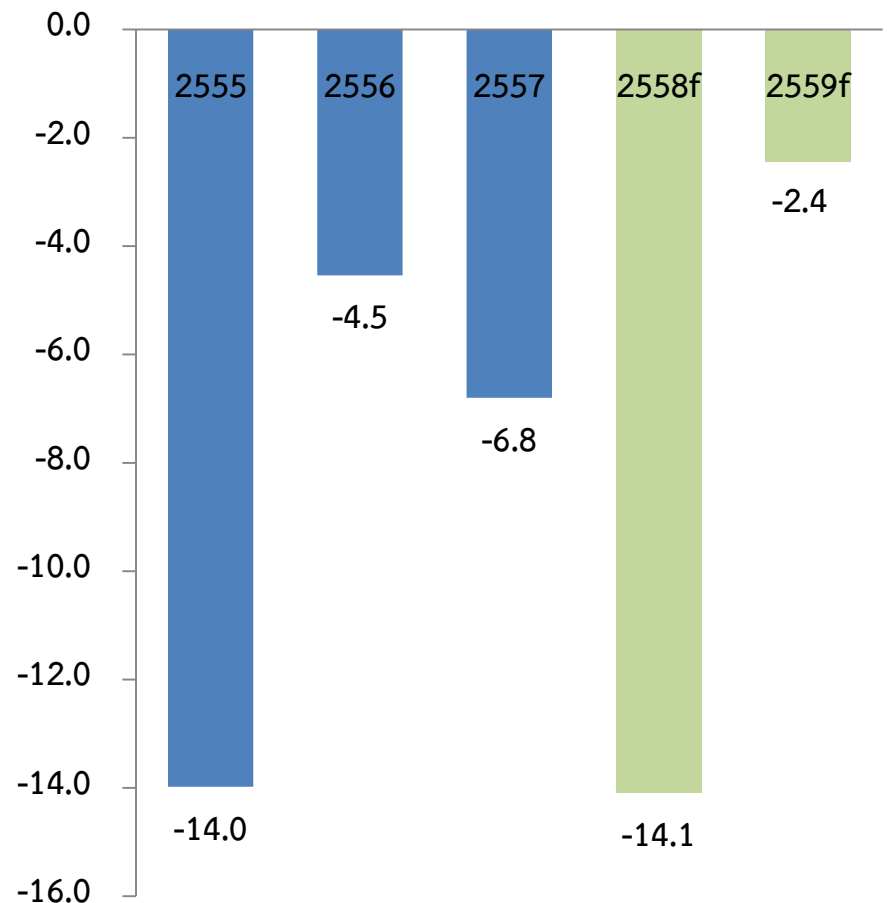


ราคาสินค้าวัตถุดิบอุตสาหกรรม และราคาสินค้าเกษตรมีทิศทางที่ดีขึ้น

ราคาสินค้าอุตสาหกรรม (%YoY)



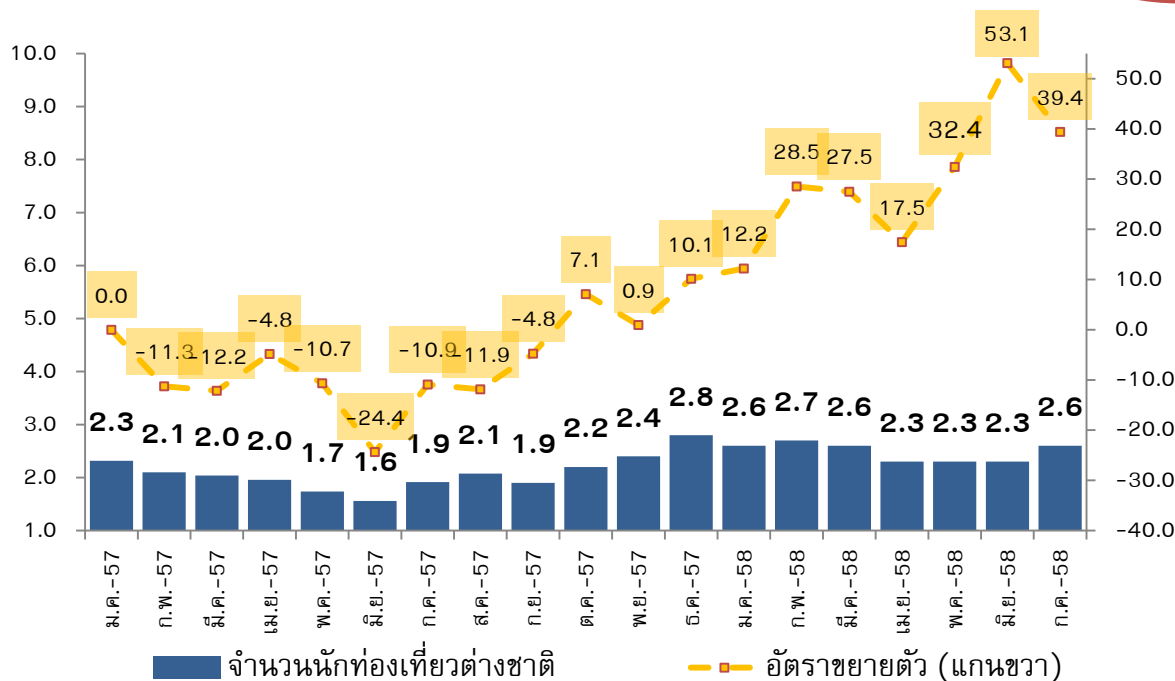
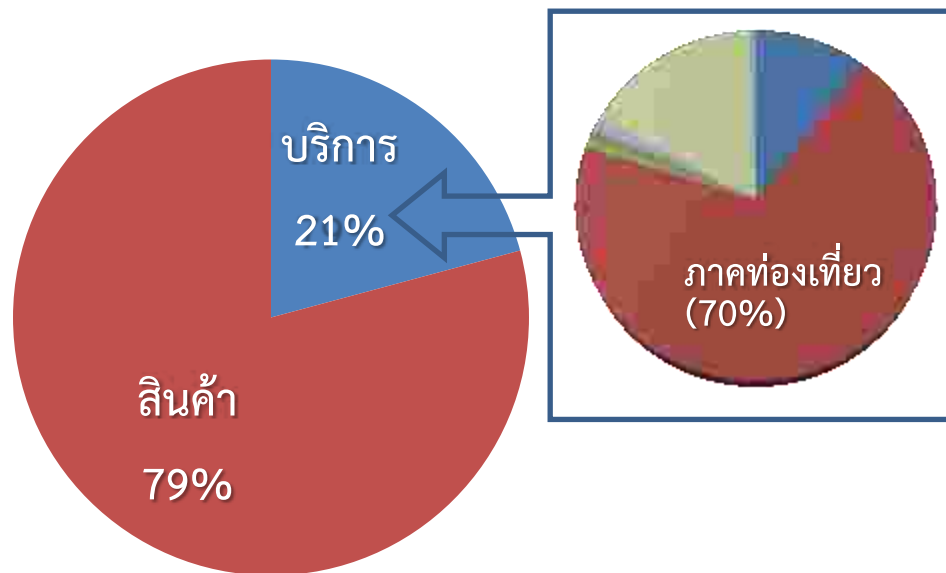
ราคาสินค้าเกษตร (%YoY)



การส่งออกสินค้าบริการยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทดแทนการส่งออกสินค้าที่เติบโตน้อยลง

การส่งออก	อัตราการขยายตัวระหว่าง 2555-2557
สินค้า	-0.2%
บริการ	5.5%

สัดส่วนการส่งออกบริการ ไตรมาส 2 2558

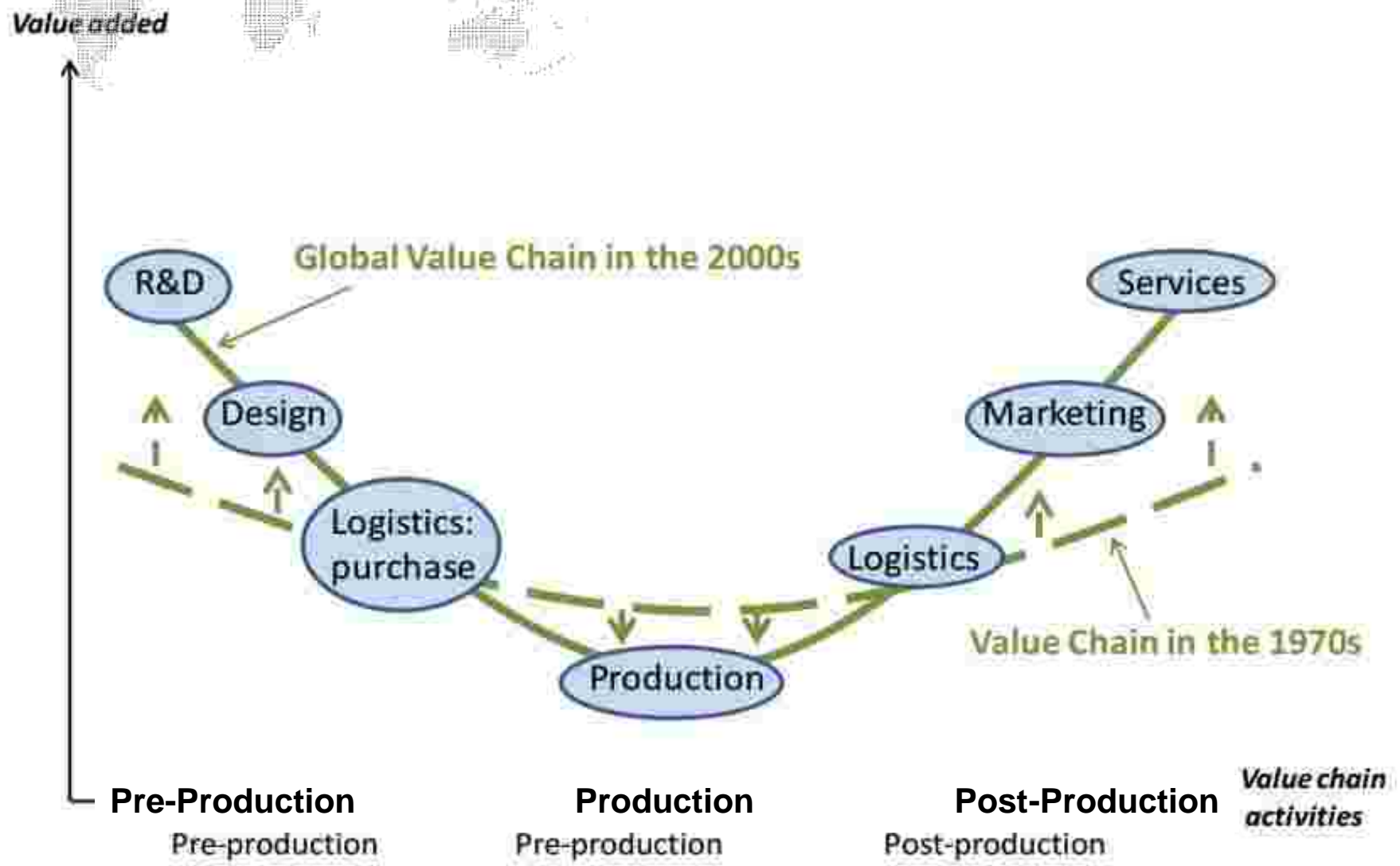


- การส่งออกสินค้าบริการนำโดยการท่องเที่ยว
- รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนและมาเลเซีย



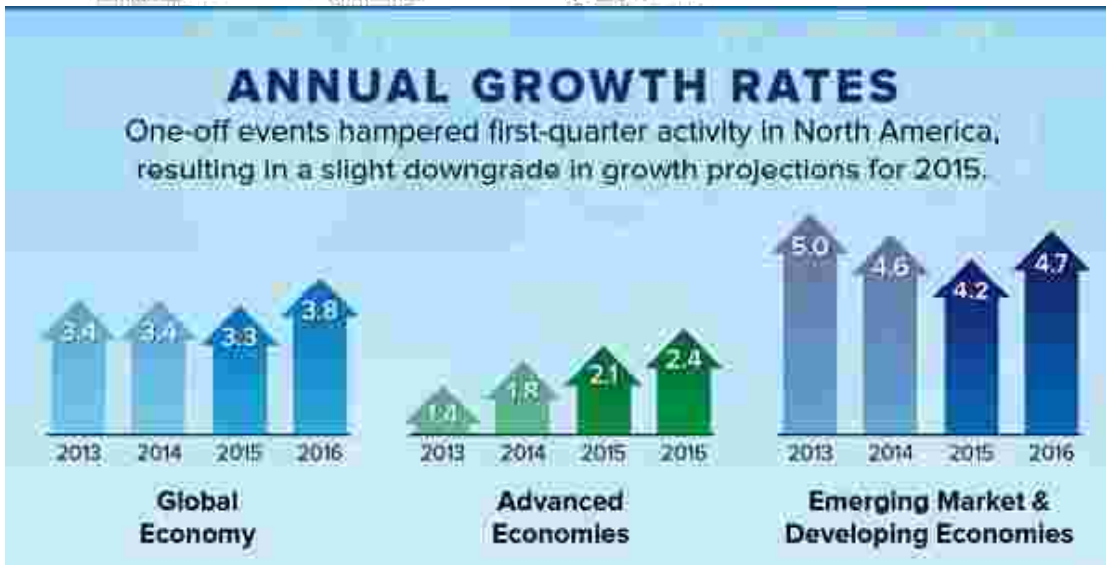


Manufacturing's Servitization: The Smiley Curve



Source: based on Shih (1992), Dedrick and Kraemer (1999) and Baldwin (2012)

Slow and Low Growth: เศรษฐกิจโลกเติบโตน้อยและช้า



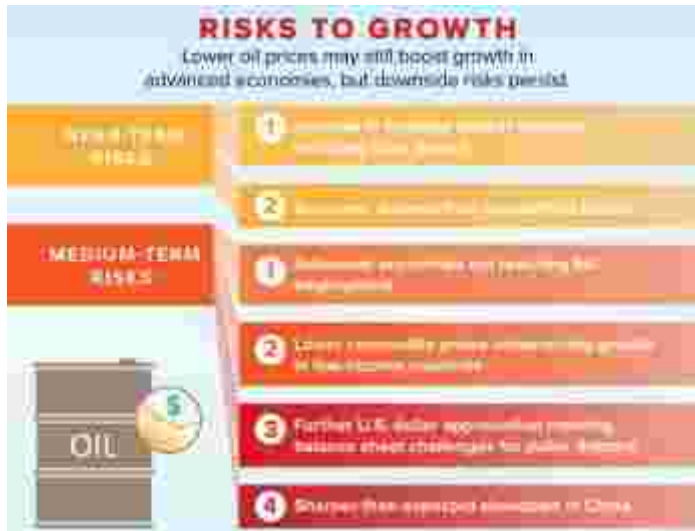
IMF ปรับลดคาดการณ์การเติบโต
ของเศรษฐกิจโลก ปี 2015
จาก 3.5% เหลือ 3.3% หรืออาจจะต่ำกว่านี้
(จากที่ขยายตัวเฉลี่ยปีละ 4.3% ในช่วง 2004-11)

โดยมีประเทศเกิดใหม่และ
ประเทศกำลังพัฒนาเป็นตัวขับเคลื่อน
การเติบโตของเศรษฐกิจโลก



ปัจจัยบวก

- ราคาน้ำมัน
โลกที่ลดลง



ปัจจัยลบ

- ความผันผวนในตลาดการเงินโลก
- ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์
- การว่างงานในประเทศพัฒนาแล้วที่ยังคงสูง
- การตกต่ำของราคาสินค้าโภคภัณฑ์
- การเพิ่มดอกเบี้ยของสหรัฐอเมริกา
- เศรษฐกิจจีนเติบโตต่ำกว่าคาด

ที่มา : World Economic Outlook Update July 2015, IMF



ตลาดการค้าโลกมีแนวโน้มเชื่อมโยงกันภายในภูมิภาค

สัดส่วนปริมาณการค้าและ GDP ลดลง



2. การสร้างโอกาสพัฒนาศักยภาพและขยายส่งออก



The Rise of Asia : การผงาดขึ้นมาของเอเชีย

ภายใน 20 ปีข้างหน้า เศรษฐกิจเอเชียจะมีขนาดใหญ่เกือบ 40% ของเศรษฐกิจโลก และมากกว่าครึ่งหนึ่งของคนชั้นกลางทั้งหมดของโลกจะอยู่ในเอเชีย

ASIAN GROWTH

Nearly **40%** of global output by 2030

5.6% growth per annum over next 2 decades

Over half of world's middle class will be in Asia

Asia Rest of the World



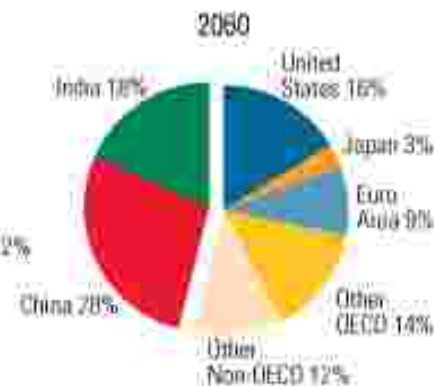
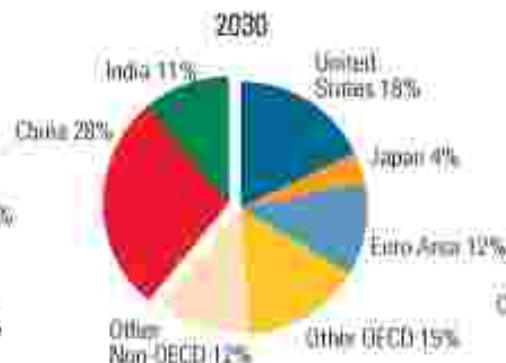
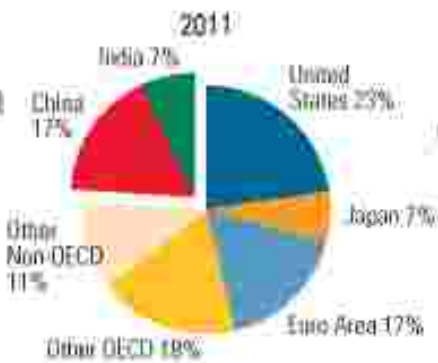
ที่มา : Pacific Economic Monitor December 2014, Asian Development Bank

China and India GDP Projected to be Larger than G-7 Countries' GDPs

Percentage of global GDP in 2005 purchasing power parity



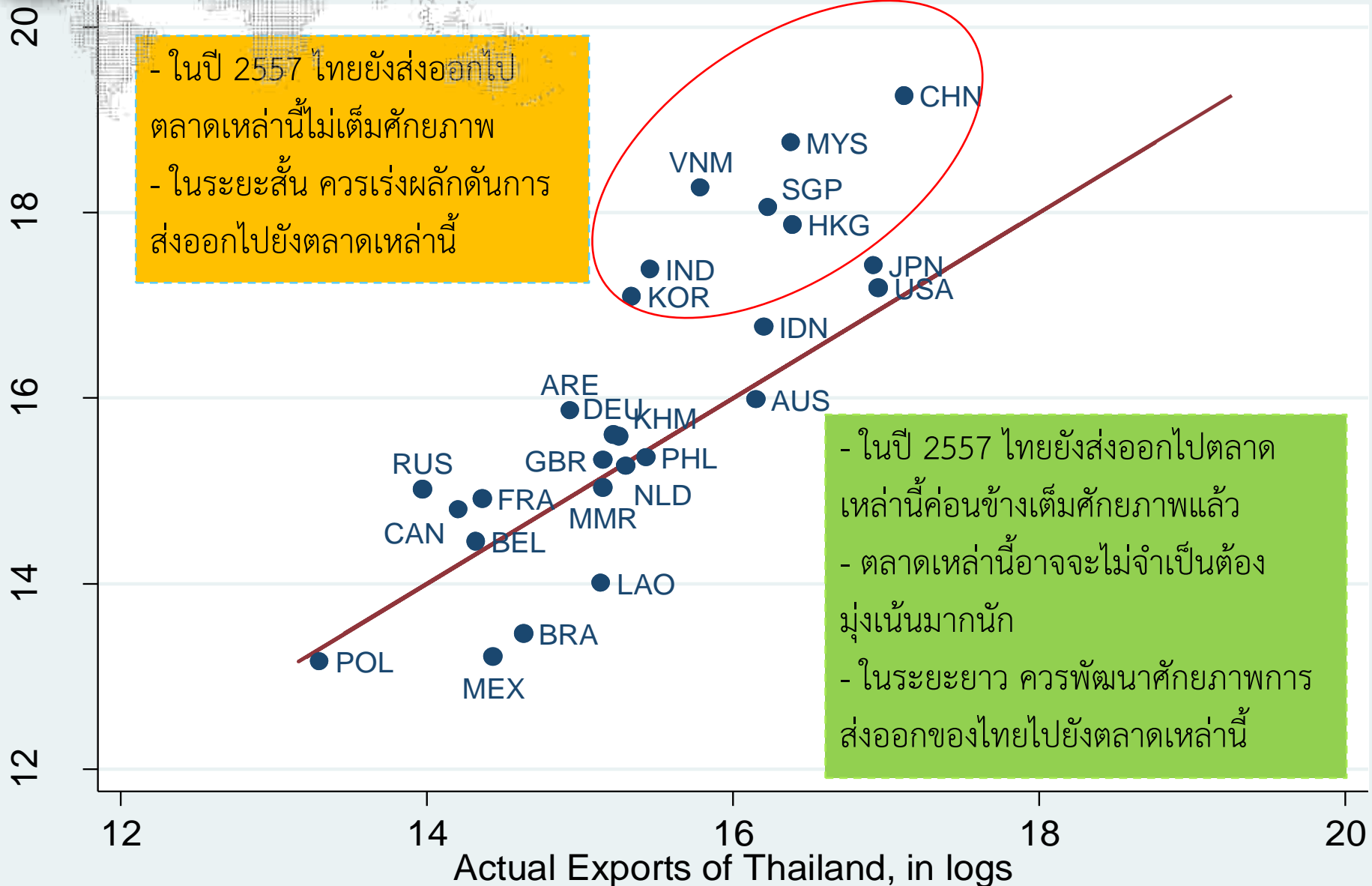
เศรษฐกิจจีนและอินเดีย จะเติบโตจนสามารถแข่งขันกับกลุ่มประเทศ G7 ได้ในอนาคต



Global GDP is taken as 100% of GDP for 34 OECD and 8 non-OECD G20 countries

Source: Organisation for Economic Co-operation and Development

Gravity Model Analysis of Thailand's Bilateral Trade



- ในปี 2557 ไทยยังส่งออกไปตลาดเหล่านี้ไม่เต็มศักยภาพ
 - ในระยะสั้น ควรเร่งผลักดันการส่งออกไปยังตลาดเหล่านี้

- ในปี 2557 ไทยยังส่งออกไปตลาดเหล่านี้ค่อนข้างเต็มศักยภาพแล้ว
 - ตลาดเหล่านี้อาจจะไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นมากนัก
 - ในระยะยาว ควรพัฒนาศักยภาพการส่งออกของไทยไปยังตลาดเหล่านี้

Opportunities (สร้างโอกาสการค้าการลงทุน)



ทุน
เทคโนโลยีและ
ตลาด
สินค้า



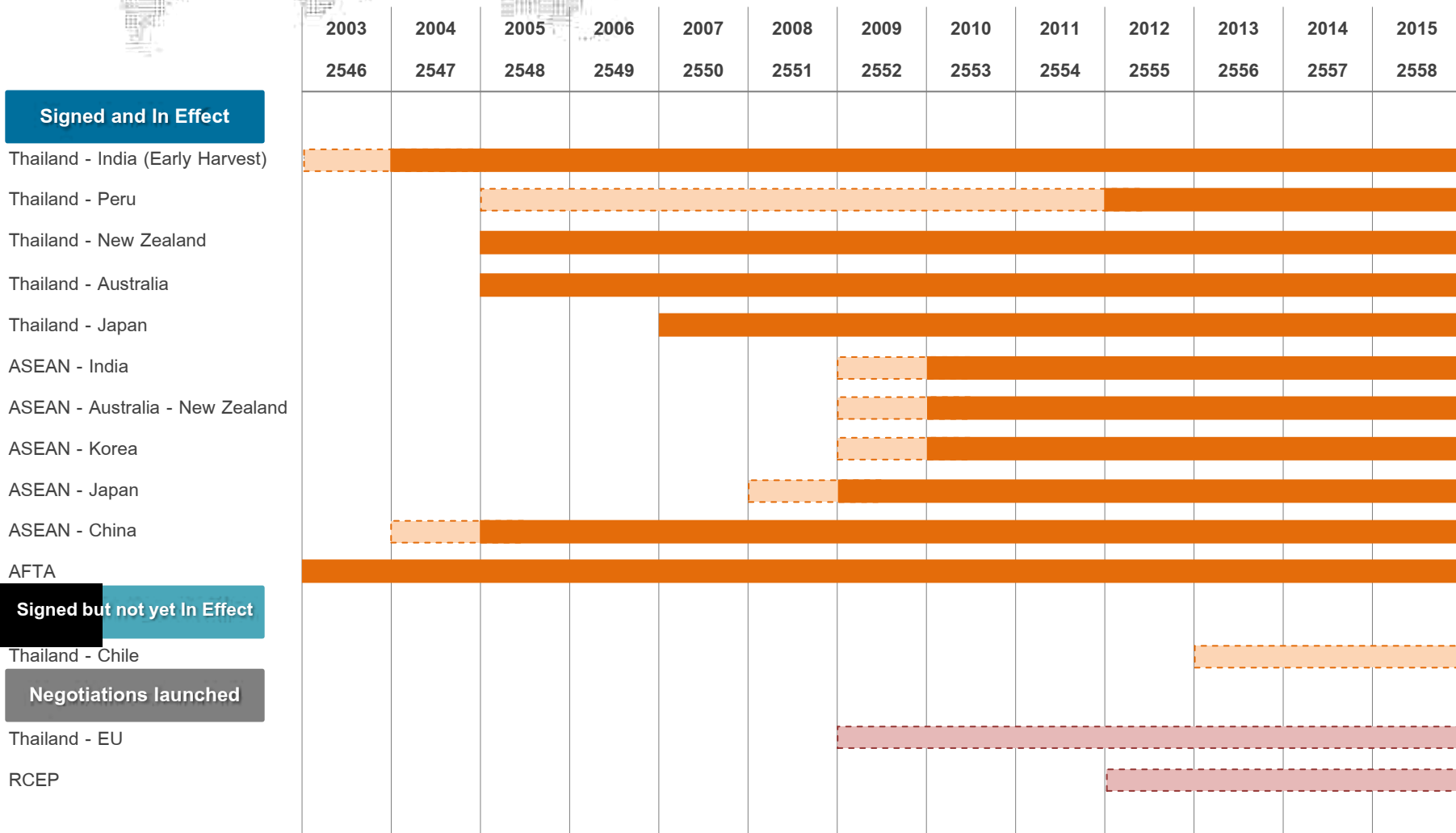
การ
ผลิต
และ
ตลาด
สินค้า
คุณภาพ



การเจรจาการค้าระหว่างประเทศของไทย

ปัจจุบันประเทศไทยได้จัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) ไปแล้วทั้งสิ้น 12 ฉบับ ครอบคลุม 16 ประเทศ

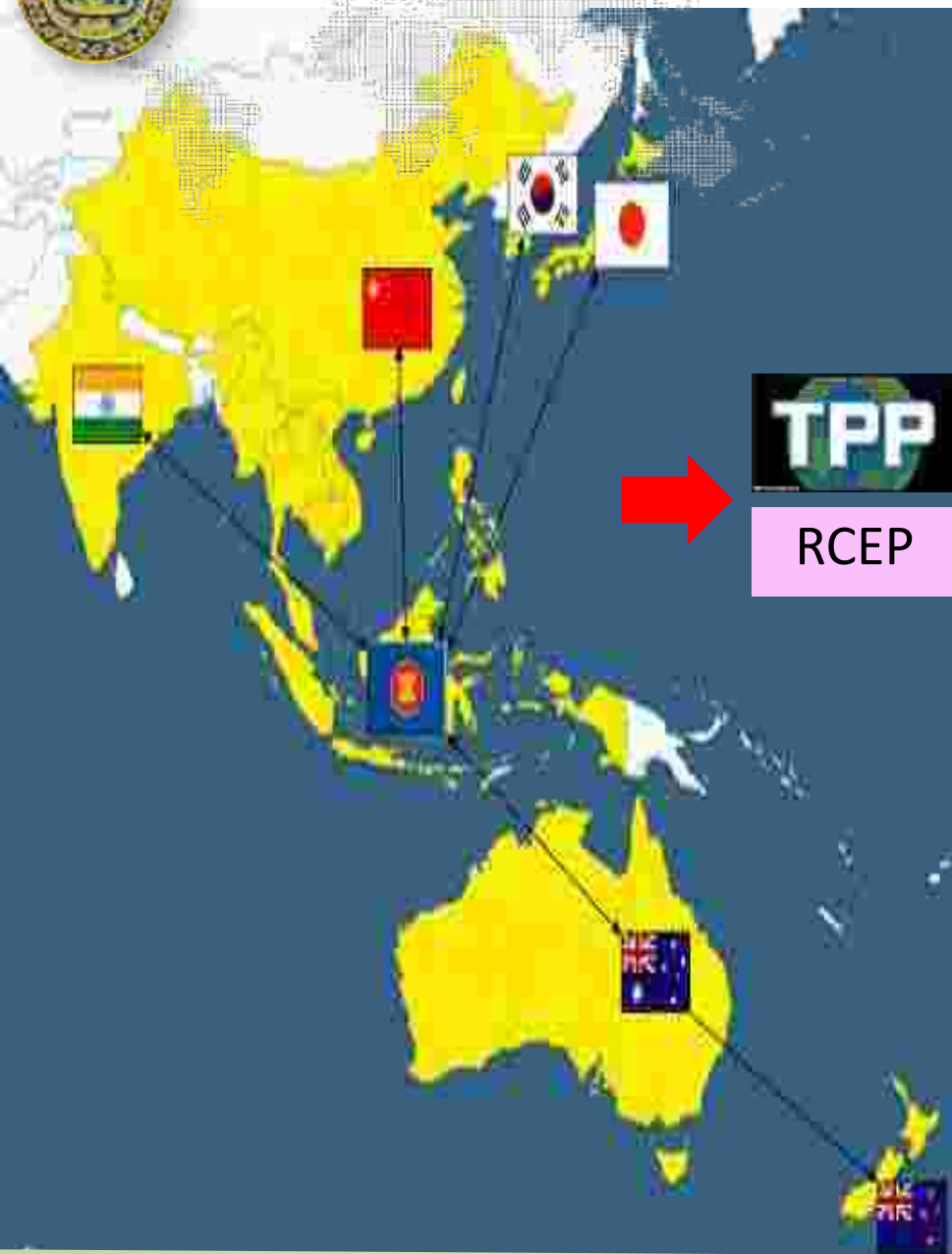
กรอบความตกลงทางการค้าเสรี FTA ของไทย



Note: [Dashed orange box] Date of Signed [Solid orange box] Effective Date [Dashed red box] In Progress



TPP/RCEP



ข้อมูล (2013)	RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership)	TPP (Trans - Pacific Strategic Economic Partnership)
1. GDP (พินล้านเหรียญสหรัฐ)	21,498	27,799
2. GDP growth (%)	4.6	2.1
3. ประชากร (ล้านคน)	3,403	801
4. จำนวนประเทศ	16	12
5. ประเด็นเจรจา	การค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน มาตรการด้านการค้าและความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ รวมถึงเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การค้า และการลงทุนระหว่างกัน การปรับกฎระเบียบทางการค้าและกฎถิ่นกำเนิดสินค้า	26 เรื่อง ทั้งในด้านการเปิดตลาดการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุน การปฏิรูป และการสร้างความสอดคล้อง ในกฎระเบียบทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิก SMEs ด้านนโยบายการแข่งขัน การจัดซื้อจัดจ้างโดยรัฐ และทรัพย์สินทางปัญญา

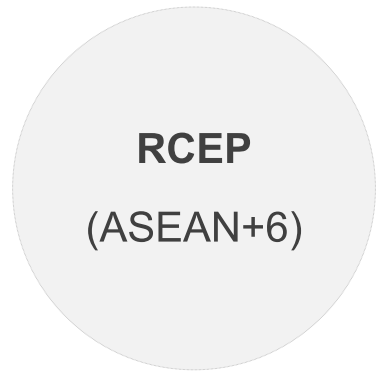


การเจรจา Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)



ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคของอาเซียน (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP) เป็นความตกลงที่พัฒนาต่อยอดจากความตกลงการค้าเสรีในลักษณะ ASEAN+1 ที่อาเซียนมีอยู่ 5 ฉบับกับ 6 ประเทศ ได้แก่

- อาเซียน – จีน
- อาเซียน – ญี่ปุ่น
- อาเซียน – เกาหลีใต้
- อาเซียน – อินเดีย
- อาเซียน – ออสเตรเลีย – นิวซีแลนด์



ตั้งเป้าหมายให้แล้วเสร็จปี 2558

หากการเจรจาประสบความสำเร็จ RCEP จะช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุนของภาคเอกชนได้มากยิ่งขึ้น ประเทศในความตกลง RCEP จะกลายเป็นกลุ่มการค้าเสรีที่ใหญ่ที่สุด และมีตลาดรองรับที่ใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจากประเทศในกลุ่มสมาชิก RCEP มี GDP รวมกว่า 16,761 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีการเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยประชากรรวมกว่า 3,358 ล้านคน โดยมีเป้าหมายการเจรจาประเด็นสำคัญ RCEP ให้แล้วเสร็จในปี 2558 อันเป็นที่ที่จะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ยกเว้นประเด็นทางเทคนิคให้แล้วเสร็จภายในปี 2559)

ความแตกต่างระหว่าง AEC และ RCEP

AEC	RCEP
ตลาดมีความหลากหลายไม่มาก ลักษณะของสินค้าและบริการในภูมิภาคมีความคล้ายคลึงกัน จึงอาจก่อให้เกิดการแข่งขันกันมากกว่าการเกื้อกูลกันและกัน	ตลาดมีขนาดใหญ่กว่า มีสินค้าและบริการที่หลากหลายมากกว่า อีกทั้งมีการขยายตัวของตลาดที่สูงกว่า การรวมกลุ่ม RCEP จึงสามารถเข้ามาเติมเต็มโครงสร้างการผลิต และเอื้อประโยชน์ให้แก่ภูมิภาคได้มากกว่า
	คาดหวังว่าการรวมกลุ่ม RCEP จะต้องสามารถก้าวหน้าไปได้ไกลกว่าการรวมกลุ่ม ASEAN+1 และมีความมุ่งหวังให้ความตกลงสามารถพัฒนาไปได้ไกลเทียบกับความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (TPP)

3. มาตรการเพิ่มรายได้ผู้มีรายได้น้อย

มาตรการเพิ่มรายได้ผู้มีรายได้น้อย

คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยและเกษตรกรเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนในเศรษฐกิจฐานราก โดยใช้งบประมาณ 1.36 แสนล้านบาท โดยแบ่งเงินอัดฉีดเป็น 3 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1

วงเงิน 6 หมื่นล้านบาท สำหรับกองทุนหมู่บ้าน – โดยปล่อยกู้ให้กองทุนหมู่บ้านโดยให้หมู่บ้านละไม่เกิน 1 ล้านบาท

กลุ่มที่ 2

วงเงิน 3.6 หมื่นล้านบาท ற்பับตำบล เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ระดับตำบล เพื่อช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยที่ได้รับผลจากภาวะสินค้าเกษตรตกต่ำ

กลุ่มที่ 3

วงเงิน 4 หมื่นล้านบาท สำหรับโครงการลงทุนขนาดเล็กของรัฐบาลทั่วประเทศ เพื่อเกิดการจ้างงานและส่งเสริมให้มีการลงทุนทั้งในส่วนกลางและต่างจังหวัด



ผลดีต่อเศรษฐกิจไทย การกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า สามารถอัดฉีดถึงกลุ่มเป้าหมายตรงจุด ทำให้คนท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น ช่วยกระตุ้นกำลังซื้อและการบริโภค และช่วยฟื้นความเชื่อมั่นทั้งผู้บริโภคและภาคธุรกิจ



นโยบายภาครัฐในสถานการณ์ส่งออกที่ชะลอตัวลง

ไทยพึ่งพาการส่งออกมาโดยตลอด แต่ในปัจจุบันเมื่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป ไทยจำเป็นต้องเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว โดยวางรากฐาน 4 เรื่องใหญ่

1. การกลับมาเน้นสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจจากภายในประเทศ

เศรษฐกิจไทยต้องเติบโตอย่างสมดุลคือไม่ใช่แค่พึ่งพาการส่งออก ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นตัวนำร่องเสริมด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น การท่องเที่ยวระดับจังหวัด OTOP

2. การผลักดันเรื่องคลัสเตอร์อุตสาหกรรม

ตั้งโซนครอบคลุม 3-4 จังหวัดที่มีศักยภาพในแต่ละคลัสเตอร์เพื่อดึงดูดการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ อุตสาหกรรมนั้นๆ ต้องไม่ก่อให้เกิดมลพิษ และเป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

3. การพัฒนานักธุรกิจใหม่

SMEs ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ไทยต้องสร้างผู้ประกอบการใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นโดยเริ่มจากพื้นฐานที่เรามีอยู่ และพื้นฐานเทคโนโลยีที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต รวมทั้งพัฒนาระบบ E-Commerce, Branding, Know-how

4. การลงทุนขนาดใหญ่

เพื่อที่มีสาธารณูปโภคพื้นฐานพร้อมที่จะแข่งขันกับประเทศข้างเคียงได้ เช่น รถไฟรางคู่ เพื่อพัฒนาและเชื่อมต่อการคมนาคมในประเทศ ประโยชน์ที่จะตามมาจะมีมากมายตามเส้นทาง เช่น การท่องเที่ยว อสังหาริมทรัพย์



“เศรษฐกิจการค้าไทยขยายตัวอย่างเข้มแข็ง และมีเสถียรภาพ”

เศรษฐกิจการผลิต → เศรษฐกิจบริการ (TRADING NATION)

สร้างความเข้มแข็งทางการค้า การนำเข้าเศรษฐกิจ (Strengthening)

- สินค้า
 - เกษตรพื้นฐาน → เกษตรคุณภาพ
 - อุตสาหกรรมตามสั่ง → ห่วงโซ่สำคัญ
 - บริการพื้นฐาน → บริการจัดการ
- ผู้ประกอบการ
 - ผู้ผลิต → ผู้จัดการค้า/บริการ
- โครงสร้างพื้นฐาน **สู่สากล**
 - โลจิสติกส์/ขนส่ง
 - โทรคมนาคม
 - การเงิน
 - การศึกษา

สร้างโอกาสทางการค้าการลงทุน พันธมิตรธุรกิจ (Opportunities)

- ประเทศพัฒนาแล้ว
 - แสวงหาทุน เทคโนโลยี ตลาดสินค้าคุณภาพสูง
- ประเทศกำลังพัฒนารวดเร็ว
 - แสวงหาปัจจัยการผลิต ตลาดสินค้าคุณภาพปานกลาง

สร้างเสถียรภาพราคาและตลาด การแข่งขันที่เป็นธรรม (Stabilities)

- สร้างระบบบริหารจัดการสินค้าเชิงรุก
 - ก่อขนาดแคลน
 - ก่อล้มตลาด
- สร้างตลาดและเครือข่ายการค้า
- สร้างความต้องการบริโภค
- สร้างความรับรู้ข่าวสารการค้า

THANK YOU



Trade Policy and Strategy Office :TPSO

macrotpso@gmail.com

