

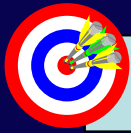
ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและ
กลุ่มจังหวัดกับความท้าทายใหม่ในเวทีโลก

อุตสาหกรรม การค้า และการจัดการระบบโลจิสติกส์

สมภาพ อมาตยกุล

รองประธานมูลนิธิเพื่อการวิจัยแห่งประเทศไทย

และ กรรมการ ก.พ.ร.



ประเทศไทยมั่นคง ประชาชนมั่งคั่ง มีความเป็นอยู่ที่ดี เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป
(Global Trend)

วาระแห่งชาติ

- 1
- 2
- 3
- 4

การบริหารกิจการ
บ้านเมืองที่ดี

ความร่วมมือจาก
ทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง

ระดับภาค

ภาคเหนือ

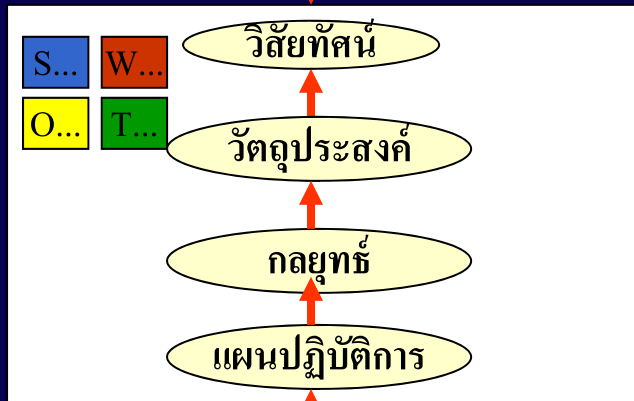
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ยุทธศาสตร์ภาค

ภาคกลาง

ภาคใต้

ระดับกลุ่มจังหวัด



ระดับจังหวัด

จังหวัดที่ 1

จังหวัดที่ 2

จังหวัดที่ 3

จังหวัดที่ 4

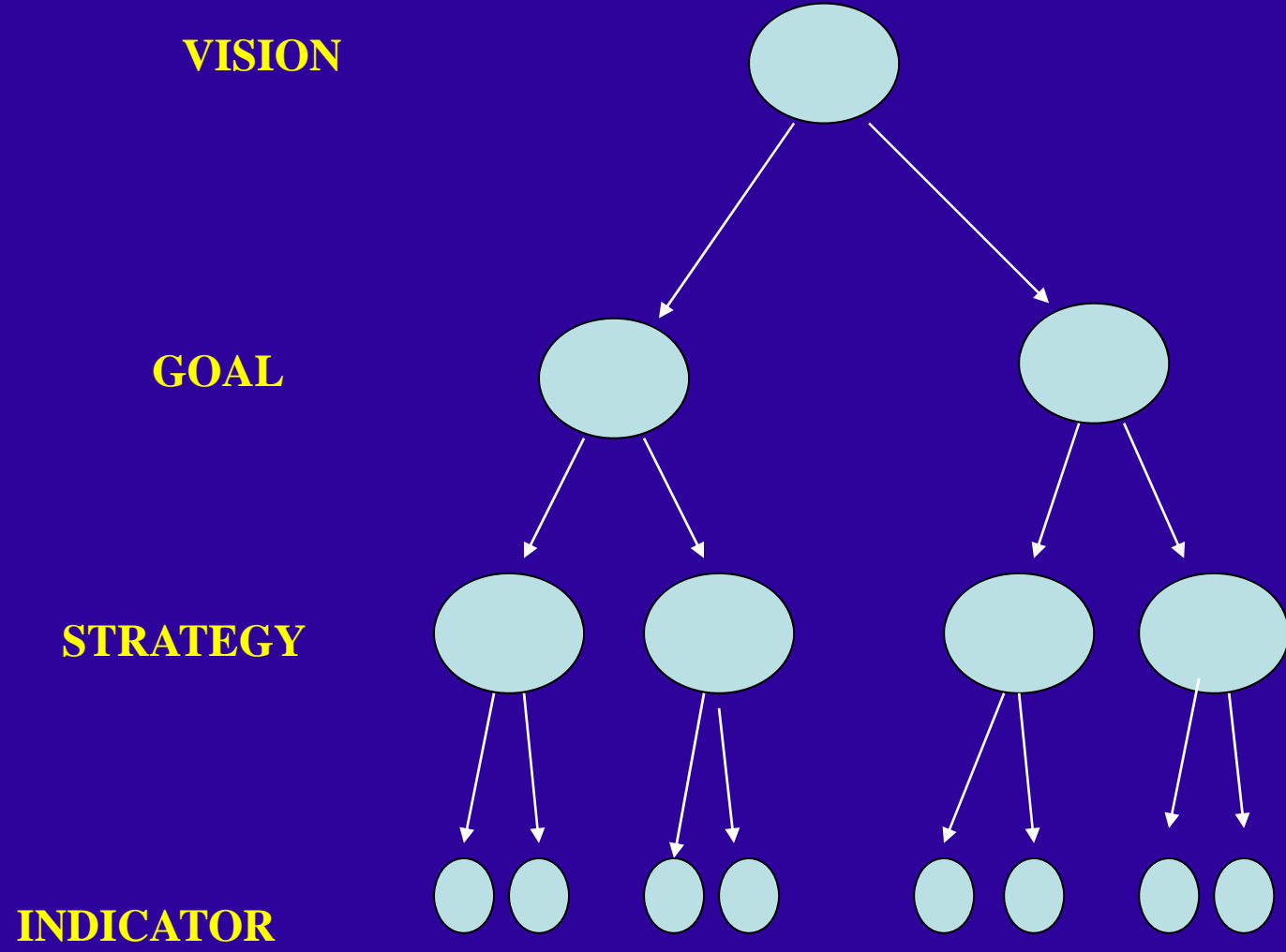
จังหวัดที่ 5

- เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วม ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา
- การประชุมเชิงปฏิบัติการ ระดมความคิดเห็นและข้อมูลให้เกิดฉันทามติ
- วิธีดำเนินการให้บรรลุจุดมุ่งหมายการพัฒนา
 - การพัฒนาแบบองค์รวม และการบูรณาการ
 - วางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning)
 - วางแผนปฏิบัติการ (Actionning)

สาระของยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

1. วางแผนพัฒนาตามนโยบายของรัฐบาลและระเบียบวาระแห่งชาติ (National Agenda) แปลงไปสู่การปฏิบัติในระดับระเบียบวาระแห่งพื้นที่ (Area Agenda)
2. พัฒนาตามความคิดริเริ่มของจังหวัด (Area Initiative) 1)
การพัฒนาด้านการเกษตร
 - 2) การพัฒนาอุตสาหกรรม
 - 3) การค้า การลงทุน
 - 4) อุตสาหกรรมชุมชน
 - 5) การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

Strategy Mapping



VISION

GOAL

STRATEGY

INDICATOR

Logic Model

Strategic Plan

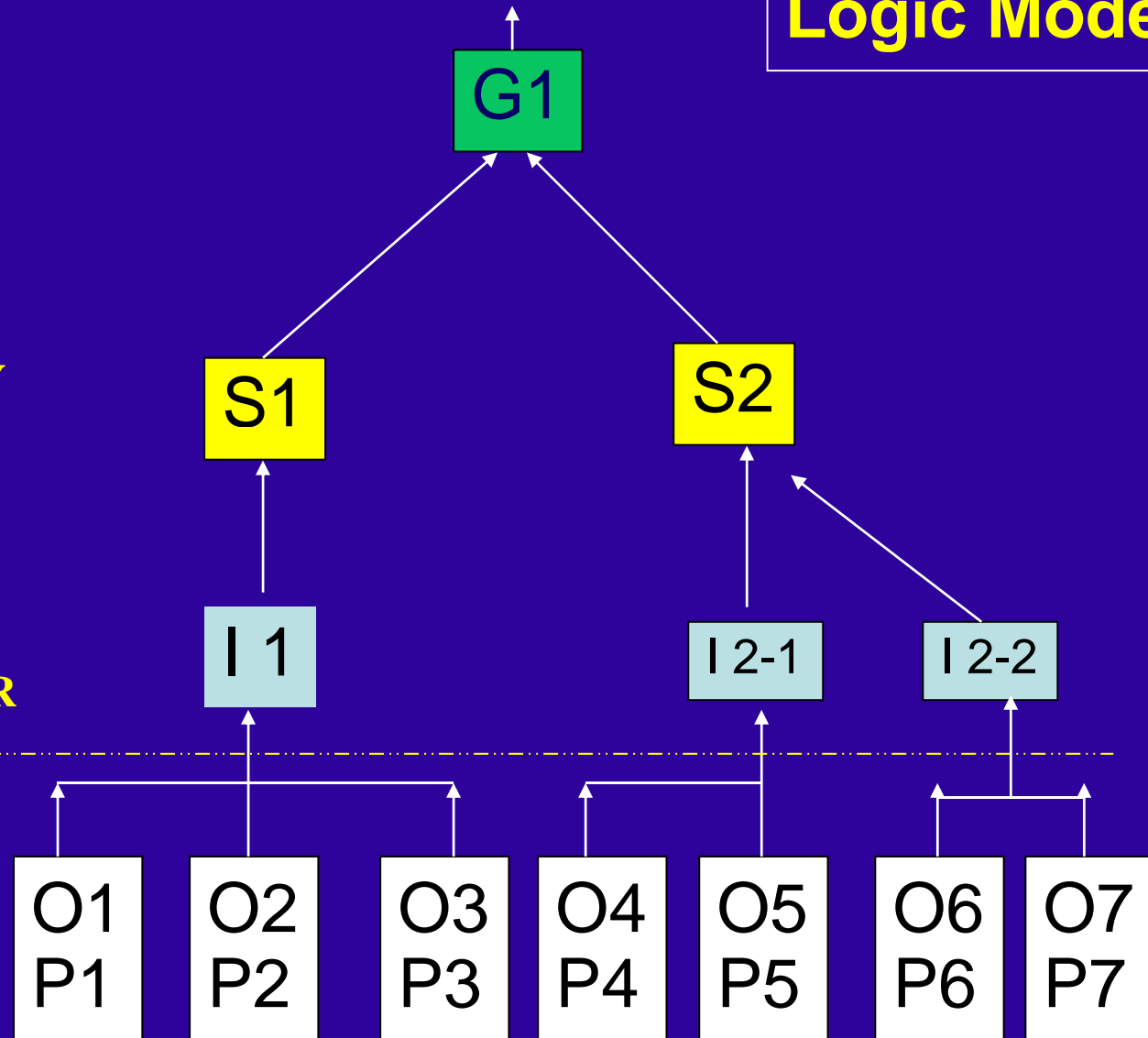
Ultimate Outcome
GOAL

STRATEGY

Outcome
INDICATOR

Action Plan

Output
PROJECT



เมืองที่แข็งแกร่ง

- พลเมืองมีความผูกพันสำนึกทางประวัติศาสตร์ เป็นค่านิยม
- มีเศรษฐกิจที่ซับซ้อนเกี่ยวโยงกันเป็นพหุมิติ
- มีการกระจายอำนาจ พลเมืองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบาย
- ภาวะผู้นำที่ให้ความสำคัญกับเมืองทุกส่วนสามารถมองเห็นทั้งบางส่วนและทุกส่วนได้ในเวลาเดียวกัน

เมืองที่แข็งแกร่ง

- สามารถรับการเปลี่ยนแปลง จัดการกับความล้มเหลว แก้ไขปรับโครงสร้างตนเองได้
- สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ทั้งของตนเองและของเมืองอื่น
- เมืองที่คำนึงและดูแลรักษาโครงสร้างสาธารณะของตน

คุณลักษณะของเมืองที่แข็งแรง

- สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สะอาด และปลอดภัย มีคุณภาพสูง
- ระบบนิเวศที่มั่นคง ดำรงอยู่ในระยะยาว
- ชุมชนที่เข้มแข็ง สนับสนุนซึ่งกันและกัน ไม่มุ่งเอาเปรียบกัน
- สาธารณชนมีส่วนร่วมตัดสินใจในนโยบายที่กระทบต่อชีวิต สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาสังคม

คุณลักษณะของเมืองที่แข็งแรง

- ประชาชนทั้งหมดของเมืองได้รับสิ่งจำเป็นในชีวิต (อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย รายได้ ความปลอดภัย และงาน)
- เข้าถึงประสบการณ์ที่หลากหลายและทรัพยากรต่าง ๆ
- โอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์และสื่อสารกันอย่างกว้างขวาง
หลากหลาย
- เศรษฐกิจที่หลากหลาย มีพลัง มีนวัตกรรม
- สนับสนุนให้ผู้อยู่อาศัยเกี่ยวพันกับอดีต กับมรดกทาง
วัฒนธรรม และทางชีววิทยา และเกี่ยวข้องกับคนกลุ่มอื่น

คุณลักษณะของเมืองที่แข็งแรง

- เวทีสาธารณะที่เข้าถึงได้และส่งเสริมความเห็นที่สร้างสรรค์
- การสาธารณสุขที่เหมาะสม การบริการทางรักษาพยาบาลที่ทุกคนสามารถใช้บริการได้ ประชาชนมีสุขภาพดี ความเจ็บไข้อยู่ในระดับต่ำ

องค์ประกอบของชุมชนที่แข็งแรง

- มีความสำนึกเรื่องประชาคมและการมีส่วนร่วม
- ระบบความเป็นอยู่ที่ดี การดูแลสุขภาพ การรักษาพยาบาล
ในชุมชนที่มีคุณภาพสูง
- ชุมชนที่เอื้ออาทรกัน การแบ่งปันกัน
- ชุมชนที่สงบสุข ไม่มีความรุนแรง มีความปลอดภัย
- ที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม
- มีงานสำหรับทุกคนที่ต้องการทำงาน

องค์ประกอบของชุมชนที่แข็งแรง

- สนับสนุนวิถีชีวิตที่แข็งแรงและมีสมดุล
- มีอาหารเพื่อสุขภาพ
- โอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต พัฒนาศักยภาพของมนุษย์
- มีงานที่ปรับเวลาทำงานได้ตามสุขภาพ สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย
- โอกาสที่จะมีนันทนาการ การออกกำลังกาย การพักผ่อน มีพื้นที่สีเขียว

องค์ประกอบของชุมชนที่แข็งแกร่ง

- ย่านอาศัยมีบูรณาการ ทุกคนสามารถเข้าอยู่อาศัยได้
- เอาใจใส่ระบบนิเวศของชุมชน ใช้เทคโนโลยี ที่เหมาะสม (การนำมาใช้ใหม่ การย่อยสลายด้วยระบบชีวภาพ)

บทบาทเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

– การพัฒนาภาคการผลิตและบริการ

- ปรับโครงสร้างการผลิต ให้ความสำคัญกับพัฒนาการเกษตรและการแปรรูป อุตสาหกรรม และบริการ
- ศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ คู่กับการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
- การบริหารจัดการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งห่วงโซ่อุปทาน
- สร้างมูลค่าเพิ่ม
- สร้างความเชื่อมโยงของเครือข่ายการผลิตสู่การตลาดในลักษณะ Cluster

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศ

- การสร้างความร่วมมือในเวทีระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน
- สร้างเสริมความเข้มแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- พัฒนาคคนให้มีคุณภาพทันการเปลี่ยนแปลง
- เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน
- พัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- การเสริมสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีของภาคเอกชน มีธรรมาภิบาล ระบบการทำงานที่โปร่งใส

ทุนทางสังคม

ผลรวมของสิ่งดีงามต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคมทั้งที่ได้จากการ
สั่งสมและการต่อยอด การรวมตัวของสมาชิกในสังคมที่
มีคุณภาพสร้างประโยชน์ให้ส่วนรวม

- 1) ทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพ
- 2) ทุนทางสถาบัน เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา
ศาสนา การเมือง องค์กรชุมชน
- 3) ทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ครอบคลุมถึงระบบคุณค่า
คุณธรรมวินัย จิตสำนึกเพื่อส่วนรวม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาทุนทางสังคม

- 1) การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของทุกฝ่ายให้มีทัศนคติในเชิงสร้างสรรค์ ลดการสั่งการ หรือรูปแบบเดียวใช้ทั่วไป
- 2) การรักษา ต่อยอด ฟื้นฟูและพัฒนาทุนทางสังคมที่ดีอยู่แล้ว
- 3) ผลผสมผสานทุนทางสังคมที่มีอยู่เข้ากับสิ่งดี ๆ ที่เกิดใหม่อย่างเหมาะสม
- 4) ใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมต้องมีความสมดุลระหว่างการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต และขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 5) ความร่วมมือจากทุกฝ่ายตั้งแต่ต้น
 - สร้างเครือข่ายในทุกสาขาอาชีพในลักษณะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
 - สร้างสภาพแวดล้อมให้ทุนทางสังคมเจริญงอกงามและเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนา

บทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุนทางสังคม

ภาคประชาชน เป็นแกนนำในการขับเคลื่อนการพัฒนา และเพิ่มทุนทางสังคมให้สอดคล้องกับโอกาส ศักยภาพ และความพร้อม

- **ภาครัฐ** ต้องมีบทบาทในการชี้แนะ เชื่อมโยงการพัฒนาทุนทางสังคม
- **ภาคเอกชน** การขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นหุ้นส่วนสังคมด้วยการมีธรรมาภิบาลในองค์กร มีบทบาทในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
- **ประชาสังคม** มีบทบาทในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ สร้างทางเลือก พัฒนา และส่งเสริมภาคีการพัฒนาให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง
- **สถาบันศาสนา** มีบทบาทในการปลูกฝังทัศนคติและแนวทางการปฏิบัติ ที่ถูกต้องในการดำรงชีวิต

โครงสร้างเศรษฐกิจแข็งแกร่ง มั่นคง แข่งขันได้

- เน้นการพึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาจากภายนอก
- แข่งขันได้มีเสถียรภาพ กระจายการพัฒนาอย่างเป็นธรรม
- โครงสร้างการผลิตระหว่างภาคเกษตร กับอุตสาหกรรมและการบริการสู่การผลิตบนฐานความรู้ ที่เน้นกระบวนการ นวัตกรรม เทคโนโลยีที่เหมาะสม
- พัฒนาต่อยอด ควบคู่กับการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านพื้นฐาน และโลจิสติกส์ พลังงาน องค์กรความรู้ รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพ และสร้างภูมิคุ้มกันของเศรษฐกิจฐานราก เพื่อกระจายความเจริญ และรายได้

การบริหารจัดการทุนเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนายั่งยืน

- ปรับโครงสร้างการผลิตให้ผลิตภาพการผลิตและการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการให้สูงขึ้น
 - บนฐานความรู้
 - ใช้กระบวนการพัฒนาคัสเตอร์ และห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain)
 - สนับสนุน การเพิ่มผลิตภาพการผลิต สนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี
 - บริการสุขภาพ ธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง บริการทางการเงิน บริการประกันภัย ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจภาพยนตร์

การบริหารจัดการทุนเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

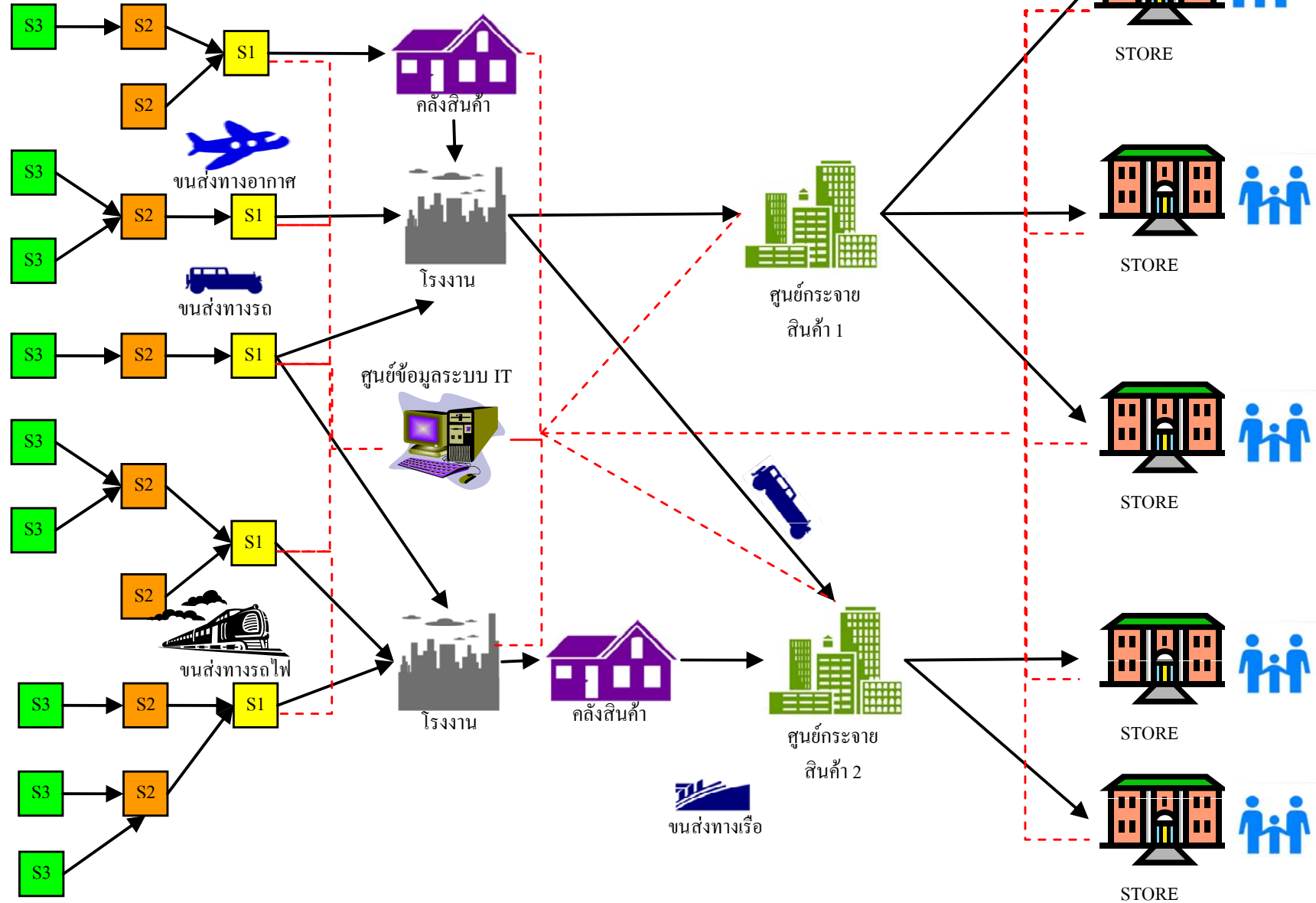
- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์
 - ยกกระดับคุณภาพการให้บริการทั้งการเข้าถึงและการสร้างเครือข่ายการบริการที่มีความครอบคลุมทั่วถึง
 - ลดต้นทุนด้านเวลาของประชาชนและภาคธุรกิจ
 - พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง และโลจิสติกส์ ให้เชื่อมโยงอย่างบูรณาการทั้งเครือข่ายภายในและการเชื่อมต่อสู่ต่างประเทศ
 - พัฒนาระบบการขนส่งสนับสนุน (Feeder) รวมทั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าตามจุดยุทธศาสตร์

ตัวอย่างแสดงเครือข่ายความสัมพันธ์ ระบบ Supply Chain

ผู้จัดส่ง
ชิ้นส่วน กลุ่ม

ผู้จัดส่ง
ชิ้นส่วน กลุ่ม

ผู้จัดส่ง
ชิ้นส่วน กลุ่ม



ขนส่งทางเรือ

บทบาทการมีส่วนร่วมในการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจ

- **ภาครัฐ** สร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้ข้อมูลนโยบาย บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง
- **สถาบันการศึกษา** เป็นแกนนำชุมชนในการนำทุน และการวิจัยในท้องถิ่นมาศึกษาวิจัยต่อยอด
- **ภาคธุรกิจเอกชน** สนับสนุนการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในสถานประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น
- **ภาคประชาชน** มีส่วนร่วมในการศึกษาและพัฒนาเพื่อสะท้อนความต้องการของชุมชน ติดตามการทำงานของรัฐ
- **สื่อมวลชน** สร้างระบบการสื่อสารนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการจากภาครัฐสู่ชุมชน

รัฐ เอกชน ร่วมพัฒนาความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ

- รัฐ กระตุ้นเศรษฐกิจ ปรับปรุงกฎระเบียบเอื้อการแข่งขัน
- รัฐ ชักนำการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยมุ่งส่งเสริมความรู้ ทักษะ เทคโนโลยี ระบบตลาด ระบบขนส่ง
- เอกชน พัฒนาสินค้า/บริการในราคา คุณภาพที่แข่งขันได้
- เอกชน มีบทบาทเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
- เอกชน ปรับปรุงนวัตกรรมการผลิต การจัดการ เน้น

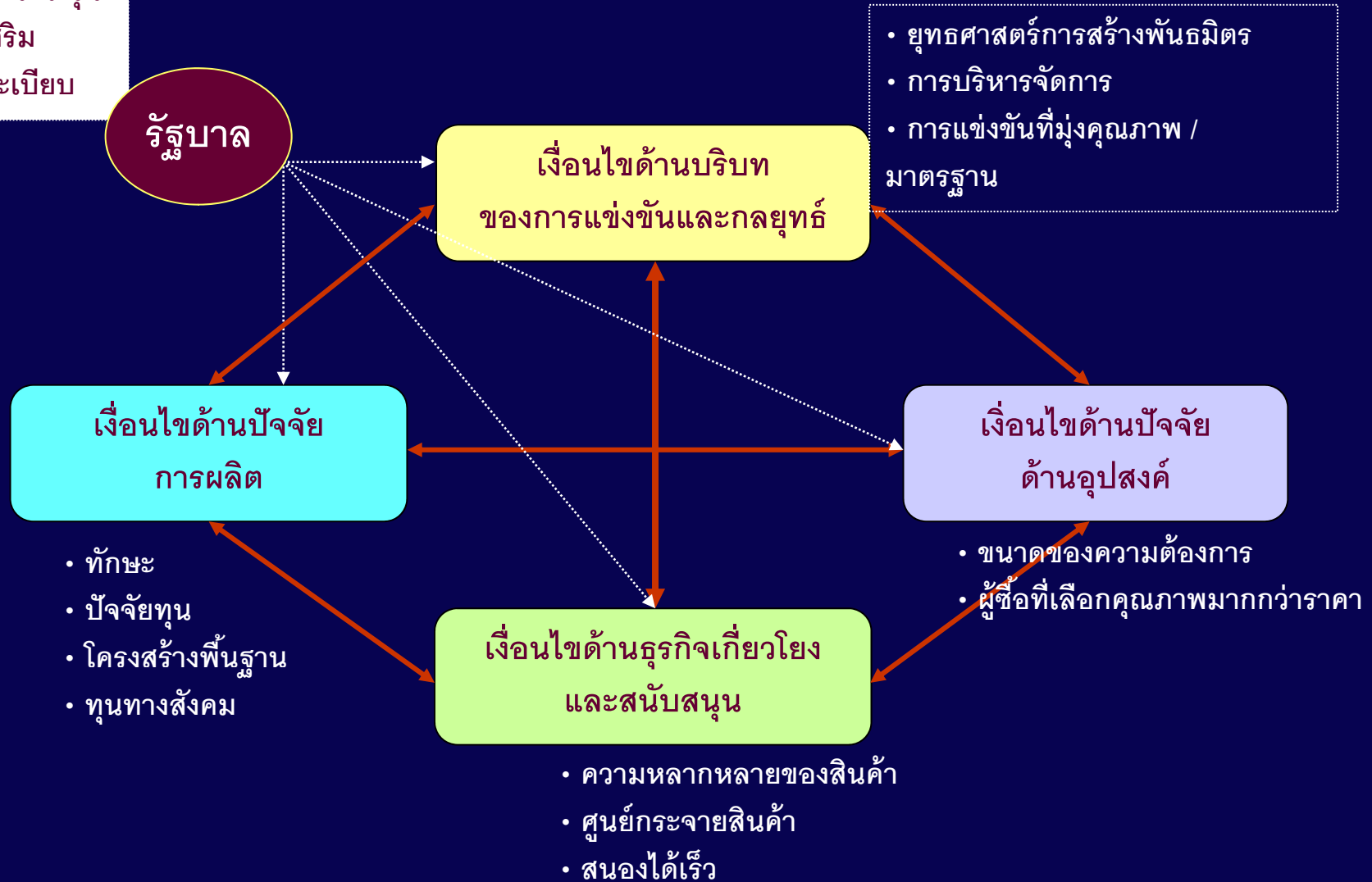
คุณภาพ

องค์ประกอบของการทำงานเป็นทีม ในกลุ่มจังหวัด

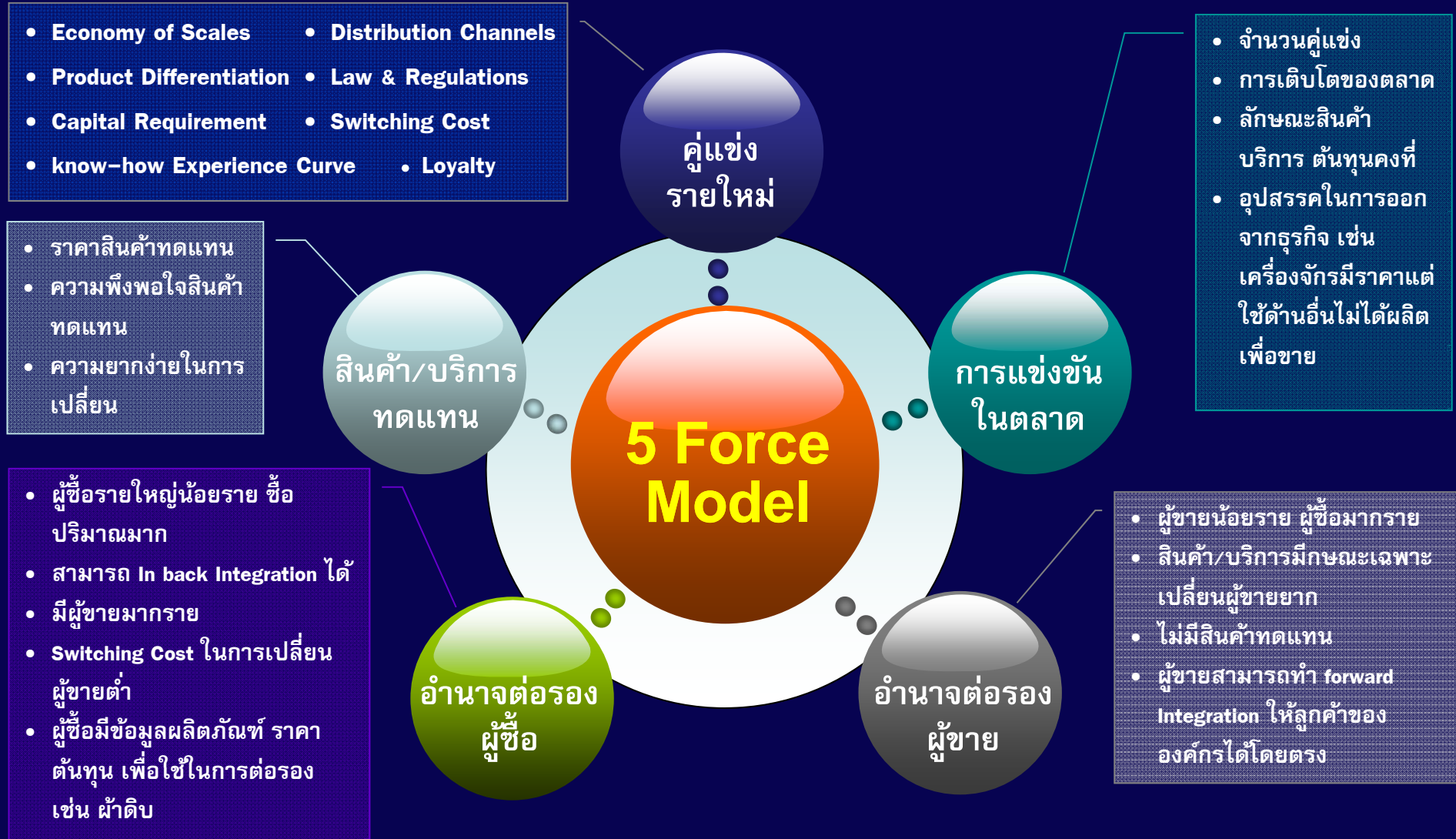
- T ความไวใจ เชื่อใจกัน
- E ความเข้าใจ เห็นใจกัน
- A ความเห็นร่วมกัน
- M ผลประโยชน์ร่วมกัน
- W ความเต็มใจ
- O ให้โอกาสกับทุกฝ่ายในกลุ่มจังหวัด
- R การยอมรับซึ่งกันและกัน
- K การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน

ความได้เปรียบด้านการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ

- นโยบาย
- การสนับสนุน
- ส่งเสริม
- กฎระเบียบ



การวิเคราะห์ Five Force Model

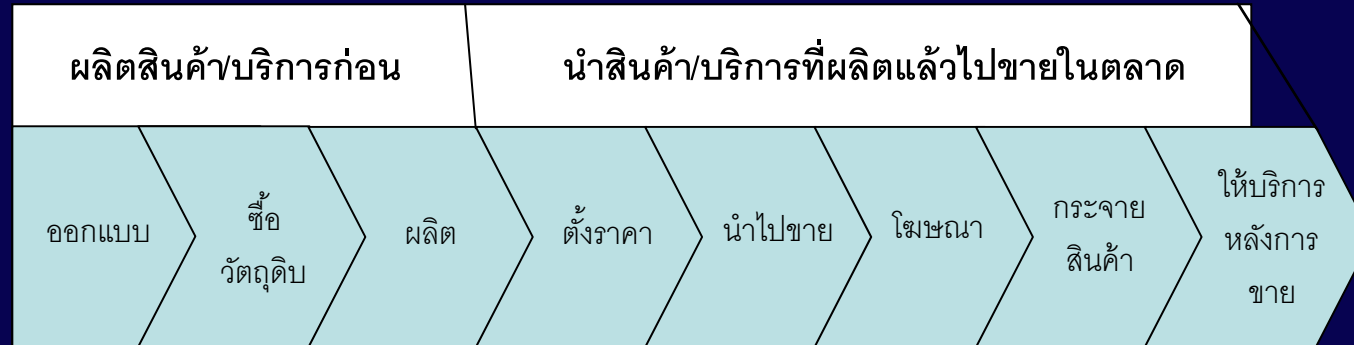


กรอบแนวคิดในการกำหนดราคาสินค้า/บริการ

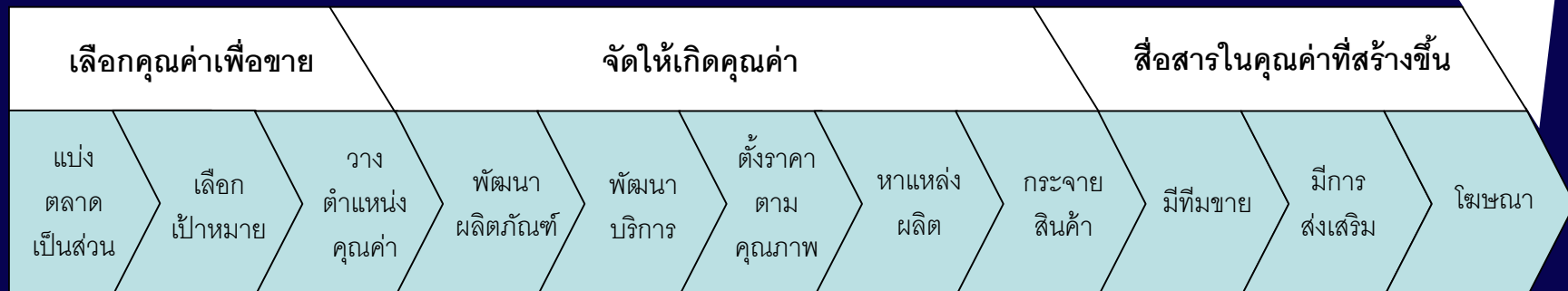
1. กำหนดต่ำเพื่อความอยู่รอด
2. กำหนดสูงมากเพราะมีโอกาสหากำไรสูงสุด
3. กำหนดเท่ากับหรือต่ำกว่าเพื่อยอดขายสูงสุด
4. กำหนดให้อยู่ในระดับสูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์
5. กำหนดราคาตามอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน
6. มุ่งลดต้นทุนต่อเนื่องเพื่อให้ ราคาและคุณค่า สู้ได้

กระบวนการทางตลาดสมัยใหม่

กระบวนการดั้งเดิม



กระบวนการสมัยใหม่โดยสร้างคุณค่า



กระบวนการทางตลาดสมัยใหม่

- แบ่งส่วนตลาด Market Segmentation เพื่อเลือกตลาดที่ดี
- SWOT Analysis
- การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) สร้างเครือข่ายพันธมิตร
- มีกระบวนการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)
- ทำการตลาดเชิงความสัมพันธ์ (Relationship Marketing)
- พัฒนาระบบโลจิสติกส์ (Logistics)
- ปรับปรุงระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์การแข่งขันของค้าปลีกสมัยใหม่

เป็นผู้นำด้านความแตกต่าง

เป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ

ตลาดทั่วไป

คอนวีเนียนสโตร์

- สินค้าดี มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ
- บริการที่สะดวก ~ ใกล้ที่ทำงาน
~ ใกล้ชุมชน
- มีบริการเสริม
- ขายในราคาสูงกว่า

ค้าปลีกขนาดใหญ่

- มีการประหยัดต่อขนาด
- ระบบกระจายสินค้าดี
- ใช้เทคโนโลยีในการบริหาร
- มีบริการที่ดี สถานที่สะดวก
- มีส่วนแบ่งตลาดสูง
- ~ ซื้อมาในปริมาณสูง
- ~ ได้ส่วนลดสูง
- ~ มีอำนาจต่อรอง
ราคาซึ่งต่ำ

ร้านค้าปลีกรายย่อยในท้องถิ่น
ไม่มีส่วนแบ่งตลาดพอเพียง

ผลกำไรไม่พอ ขาดเงินทุนปรับปรุง
ใช้วิธี "ราคาถูก" ไม่ได้

ขาดจุดเน้นเรื่อง ความแตกต่าง
อยู่ตลาดที่ไม่มีกำลังซื้อ

สับสนในจุดหมายและความอยู่รอดของตนเอง
"ติดกับดักอยู่ตรงกลาง"

ซูเปอร์มาร์เก็ตชนิดดี

- มีสินค้าต่างประเทศหลากหลาย
- สินค้าสด มีคุณภาพ
- ผู้ซื้อมีความสามารถจ่ายในราคาสูง

ตลาดนัด

- ขายราคาถูก
- ค่าเช่าสถานที่
- เข้าถึงชุมชน
- อยู่ห่างไกล คู่แข่งเข้าไม่ถึง

ตลาด
เน้นเฉพาะ

ยุทธศาสตร์เชิงรุกด้านการค้าและการลงทุน



1 สร้างศักยภาพในการแสวงหาโอกาสและเข้าสู่ตลาดอย่าง

เหมาะสม (Opportunities Searching & Strategies Approach)

- สำรองความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค ตามส่วนแบ่งตลาด
- ศึกษาโอกาสทางการค้าการลงทุน ขนาดและผลตอบแทน
- วิเคราะห์เปรียบเทียบการแข่งขัน คู่แข่ง ผลิตภัณฑ์ จุดแข็งและจุดอ่อน ของคู่แข่งและตนเอง
- แสวงหายุทธศาสตร์ที่ทำให้มีความได้เปรียบ
- เรียนรู้กฎระเบียบ อุปสรรค โอกาส วิธีการในการทำธุรกิจ
- มีเครือข่ายข้อมูลเกี่ยวกับตลาด ผู้บริโภค ระเบียบการค้า

- คณะผู้แทนทางการค้าสร้างความสัมพันธ์ในประเทศ
เป้าหมาย
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทย โครงการช่วยเหลือสังคมที่
สำคัญ ๆ
- Business Forum
- ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวาระสำคัญ ๆ ของประเทศ
- คณะเจรจาแก้ไขปัญหาอุปสรรค
- ฟื้นฟูความสัมพันธ์กับประเทศที่มีข้อขัดแย้ง ที่เคยมีการค้า
ต่อกัน และมีโอกาสทางการค้า

การส่งเสริมแลกเปลี่ยนการค้าและการลงทุนในประเทศ เป้าหมาย (Trade & Investment Promotion Strategy)

- การจัดงานแสดงสินค้า
- โครงการประชาสัมพันธ์
- มาตรการให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์มาลงทุนในไทย
- ประชาสัมพันธ์ธุรกิจบริการ ร้านอาหารไทย ธุรกิจสุขภาพ บันเทิง ท่องเที่ยว
- โฆษณา เอกลักษณ์ ทัศนคติที่ดี ความพึงพอใจสินค้า บริการของไทย
- มาตรการให้ร่วมทุนด้าน Content Industry เช่น

การเจาะตลาดการค้าการลงทุนในประเทศเป้าหมาย/การชัก นำการลงทุนในไทย (Trade & Investment Penetration Strategy)

- Business Matching
- Distribution Center
- Trading Firm
- ส่งเสริมพันธมิตรทางการค้า
- รวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)
- มีเครือข่ายผู้ลงทุนร่วมในภูมิภาค

5

การสร้างความเข้มแข็งและความได้เปรียบในการแข่งขัน

(Strengthening Competitiveness Strategy)

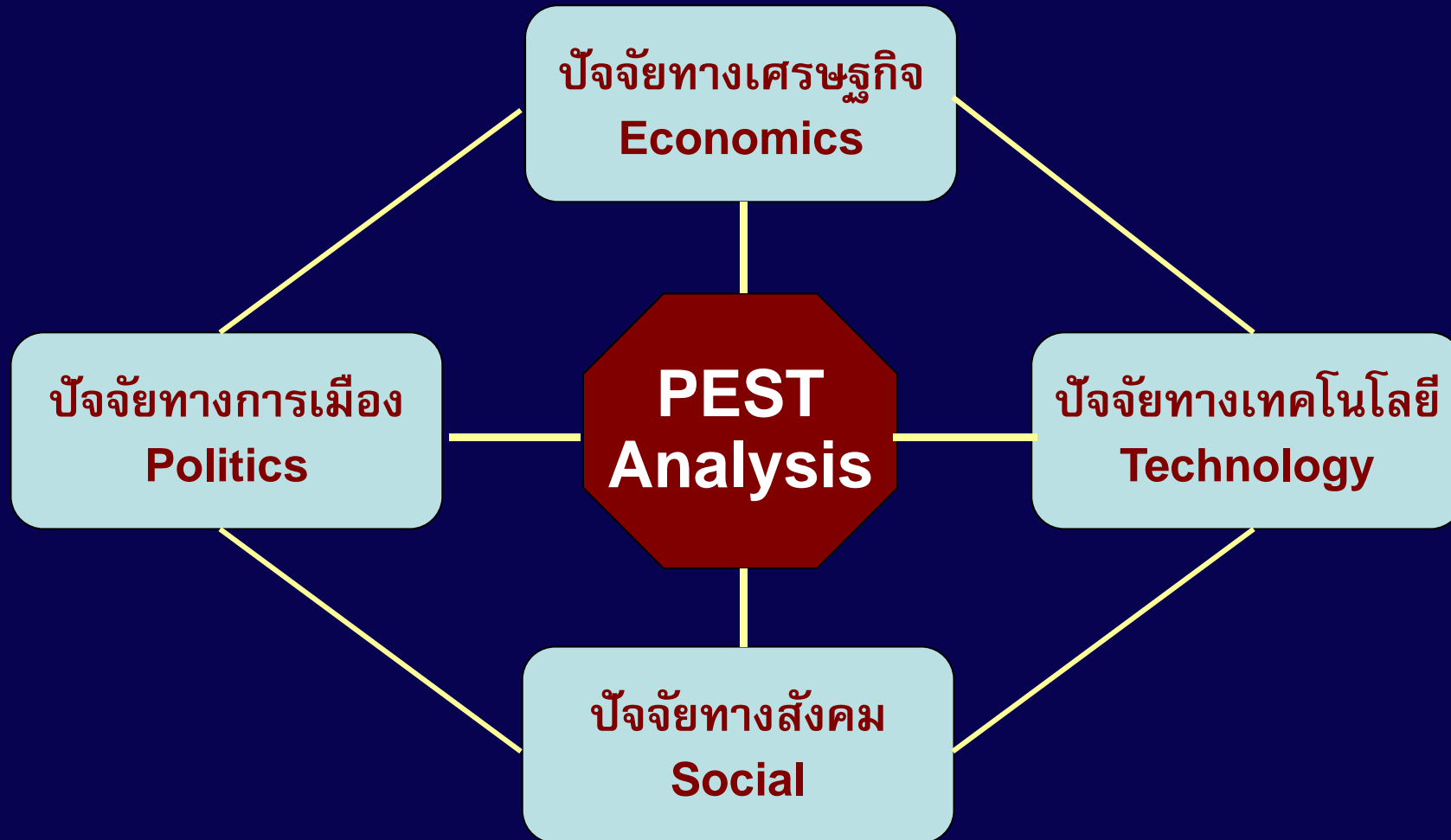
- สำรวจความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค
- ถ่ายทอดความรู้ การเข้าสู่ตลาดภูมิภาค
- สนับสนุนผู้ประกอบการระดับ SME ให้มีความรู้ในธุรกิจในกลุ่ม และภูมิภาค
- กฏระเบียบ วิธีการทางการค้า
- แก้ปัญหา อุปสรรคทางการค้า
- มีความพร้อมในการเจรจา FTA

การเข้าถึงแหล่งทรัพยากรวัตถุดิบและฐานการจ้างผลิต

(Global Reach & Outsourcing Strategy)

- หาวัตถุดิบ แร่ธาตุ วัตถุดิบทางการเกษตร
- ทำ Contracted Farming กับประเทศเพื่อนบ้าน
- หาแหล่งผลิตชิ้นส่วน เครื่องจักรอุปกรณ์ ในภูมิภาค
- การย้ายฐานการผลิต สู่ภูมิภาคที่มีแรงงานและวัตถุดิบ
- ชักชวนผู้ผลิตชิ้นส่วนให้มาผลิตในประเทศไทย เพื่อค้ำจุนการผลิตเพื่อส่งออก
- เจรจาเพื่อให้มีข้อตกลง แหล่งทรัพยากร พลังงานไฟฟ้า ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของภูมิภาคเพื่อกำหนด ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม



ภูมิภาคอาเซียน

ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของไทย 5 อันดับในภูมิภาค



1. สิงคโปร์
2. มาเลเซีย
3. อินโดนีเซีย
4. เวียดนาม
5. ฟิลิปปินส์

สภาพแวดล้อมทั่วไป-อาเซียน



สินค้าที่มีโอกาสเติบโตในภูมิภาคอาเซียน

	มูลค่า: ล้านบาท	อัตราการขยายตัว (%)
ไม้แปรรูป	450	52
เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ	12,346	42
เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	10,331	29
เหล็ก เหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์	30,755	24
เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ	3,698	22
เครื่องตัดต่อและป้องกันวงจรไฟฟ้า	4,655	18
แผงวงจรไฟฟ้า	44,071	16
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	12,557	16
รถยนต์ อุปกรณ์ ชิ้นส่วน	55,673	11

รักษาฐานการค้า เพื่อให้ไทยก้าวหน้าในตลาดโลก

สร้างศักยภาพแสวงหาโอกาส เข้าสู่ตลาดอย่างเหมาะสม

- ทำ Market Segmentation
- วิเคราะห์โอกาสการค้าการลงทุน
ขนาดและผลตอบแทน ความน่าลงทุน
- วิเคราะห์เปรียบเทียบการแข่งขัน
(SWOT Analysis)
- มีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ
ทางการค้า อุปสรรค โอกาส
- มีเครือข่ายข้อมูล เกี่ยวกับตลาด
ผู้บริโภค ระเบียบการค้า การลง-
ทุน วิธีการทำธุรกิจ และเชื่อมโยง
ฐานข้อมูลกับภูมิภาคอื่น

บ่มเพาะความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศในแต่ละภูมิภาค

- ส่งคณะผู้แทนการค้าการลงทุนไปสร้าง
ความสัมพันธ์ในประเทศเป้าหมาย
หรือส่งผู้แทนทางการค้ามาเยือนไทย
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ไทย เข้าร่วมโครงการ
ช่วยเหลือสังคมที่มีความสำคัญ ๆ
- จัดการสัมมนาทางการค้า การลงทุนทั้ง
ในประเทศและต่างประเทศ
- ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประเทศในวาระ
สำคัญ ๆ ของประเทศไทย
- แลกเปลี่ยนคณะเจรจาแก้ไขปัญหา
อุปสรรคทางการค้า
- พัฒนาความสัมพันธ์กับประเทศที่มีข้อขัด
แย้งที่เคยมีการค้าต่อกัน

ส่งเสริมแลกเปลี่ยนการค้า การลงทุน ในประเทศเป้าหมาย

- นำสินค้าคุณภาพมีความพร้อมสู่
ตลาดไปออกงานแสดงสินค้า
- โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า
บริการ บรรยากาศการลงทุนหรือ
โอกาสการลงทุน
- รณรงค์ให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์
อิเล็กทรอนิกส์มาผลิตในไทย
- ประชาสัมพันธ์ธุรกิจบริการ ร้านอาหาร
ไทย สุขภาพ บันเทิง
- โฆษณาเอกลักษณ์ ทัศนคติที่ดี
ความพึงพอใจสินค้าบริการไทย
- รณรงค์ให้มีผู้มาร่วมทุนด้าน
Content Industry

รักษาฐานการค้า เพื่อให้ไทยก้าวหน้าในตลาดโลก

เจาะตลาดการค้า การลงทุน ในประเทศเป้าหมาย

- จับคู่ธุรกิจ ในการค้าการลงทุน
โลจิสติกส์เพื่อส่งออก
- แสวงหาผู้ให้บริการ ร่วมทุนทำ
ศูนย์กระจายสินค้า
- พัฒนาช่องทางตลาด Trading
Firm
- ส่งเสริมพันธมิตรการค้า ลงทุน
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ค้าเป็น
กลุ่มวิสาหกิจ (Cluster)
- ส่งเสริมนักธุรกิจไทยให้มีเครือข่าย
ผู้ลงทุนร่วม เพื่อสร้าง Value
Chain เช่น แพชั่น

เข้าถึงแหล่งทรัพยากร วัตถุดิบและฐานการผลิต

- แสวงหาวัตถุดิบ เช่น แร่ธาตุ
อัญมณี วัตถุดิบทางการเกษตร
Contracted Farming หรือขึ้นส่วน
เครื่องจักรอุปกรณ์
- โครงการสนับสนุนการย้ายฐาน
การผลิต การชักชวนผู้ผลิตขึ้น
ส่วนให้มาผลิตในไทย
- เจรจาเพื่อมีข้อตกลงให้บางประ
เทศเป็นแหล่งทรัพยากร เช่น
วัตถุดิบทางการเกษตร, พลังงาน
ไฟฟ้า ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน หรือ
เหล็ก

ภูมิภาคอินเดีย



สภาพแวดล้อมทั่วไป-อินเดีย

สังคม

- ขนาดของพื้นที่เป็นอันดับ 7 ของโลก ประชากรเป็นอันดับ 2 มีความแตกต่างทางชนชั้นค่อนข้างมาก มีวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม
- ประชากรส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทางด้านภาษาอังกฤษ
- ค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำ
- อัตราการรู้หนังสือโดยเฉลี่ยร้อยละ 59.5

การเมืองและกฎหมาย

- มีอัตราภาษีของสินค้านำเข้าสูง
- มีมาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด และมีมาตรการที่ใช้ภาษีอย่างอื่นเป็นการป้องกันการค้า
- การนำเข้าสินค้าบางประเภทต้องทำการซื้อขายผ่านตัวแทนของรัฐบาล

India

เทคโนโลยี

- มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านสารสนเทศ เนื่องจากมีความได้เปรียบทางด้านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางภาคใต้
- รัฐบาลมีองค์กรเฉพาะมาสนับสนุน
- มีสถาบันการศึกษาที่เน้นการผลิตบุคลากรทาง IT

เศรษฐกิจ

- มีอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ดีในอนาคต เนื่องจากมีกำลังซื้อสูง
- อุตสาหกรรม IT ยังมีแนวโน้มของการเติบโตเนื่องจากปัจจัยทางด้านค่าแรงงานที่ต่ำ
- ยังมีแหล่งทรัพยากรทางเศรษฐกิจอีกมาก

สินค้าที่มีโอกาสเติบโตในภูมิภาคอินเดีย

	มูลค่า: ล้านบาท	อัตราการขยายตัว (%)
ยางพารา	2,906	2,865
เหล็ก เหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์	9,541	229
เครื่องคอมพิวเตอร์ ส่วนประกอบ	2,240	99
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,975	90
เม็ดพลาสติก	6,059	80
แผงวงจรไฟฟ้า	740	32
เครื่องซักผ้าและอุปกรณ์	109	25
ผลิตภัณฑ์เซรามิก	110	23
เครื่องใช้ไฟฟ้า ส่วนประกอบ	517	22
รถยนต์และอุปกรณ์	3,510	22
เครื่องปรับอากาศ	1,331	18

ก้าวทันคู่แข่ง เพิ่มส่วนแบ่งในตลาดใหญ่

เจาะตลาดการค้า การลงทุน ในประเทศเป้าหมาย

- จับคู่ธุรกิจ ในการค้าการลงทุน โลจิสติกส์เพื่อส่งออก
- แสวงหาผู้ให้บริการ ร่วมทุนทำ ศูนย์กระจายสินค้า
- พัฒนาช่องทางตลาด Trading Firm
- ส่งเสริมพันธมิตรการค้า ลงทุน
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ค้าเป็น กลุ่มวิสาหกิจ (Cluster)
- ส่งเสริมนักธุรกิจไทยให้มีเครือข่ายผู้ลงทุนร่วม เพื่อสร้าง Value Chain เช่น แพชั่น

บ่มเพาะความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศในแต่ละภูมิภาค

- ส่งคณะผู้แทนการค้าการลงทุนไปสร้างความสัมพันธ์ในประเทศเป้าหมาย หรือส่งผู้แทนทางการค้ามาเยือนไทย
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ไทย เข้าร่วมโครงการ ช่วยเหลือสังคมที่มีความสำคัญ ๆ
- จัดการสัมมนาทางการค้า การลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประเทศในวาระสำคัญ ๆ ของประเทศไทย
- แลกเปลี่ยนคณะเจรจาแก้ไขปัญหา อุปสรรคทางการค้า

ส่งเสริมแลกเปลี่ยนการค้า การลงทุน ในประเทศเป้าหมาย

- นำสินค้าคุณภาพมีความพร้อมสู่ ตลาดไปออกงานแสดงสินค้า
- โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ บรรยากาศการลงทุนหรือ โอกาสการลงทุน
- รณรงค์ให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์มาผลิตในไทย
- ประชาสัมพันธ์ธุรกิจบริการ ร้านอาหารไทย สุขภาพ บันเทิง
- โฆษณาเอกลักษณ์ ทัศนคติที่ดี ความพึงพอใจสินค้าบริการไทย
- รณรงค์ให้มีผู้มาร่วมทุนด้าน Content Industry

ก้าวทันคู่แข่ง เพิ่มส่วนแบ่งในตลาดใหญ่

สร้างความเข้มแข็ง ความได้เปรียบในการแข่งขัน

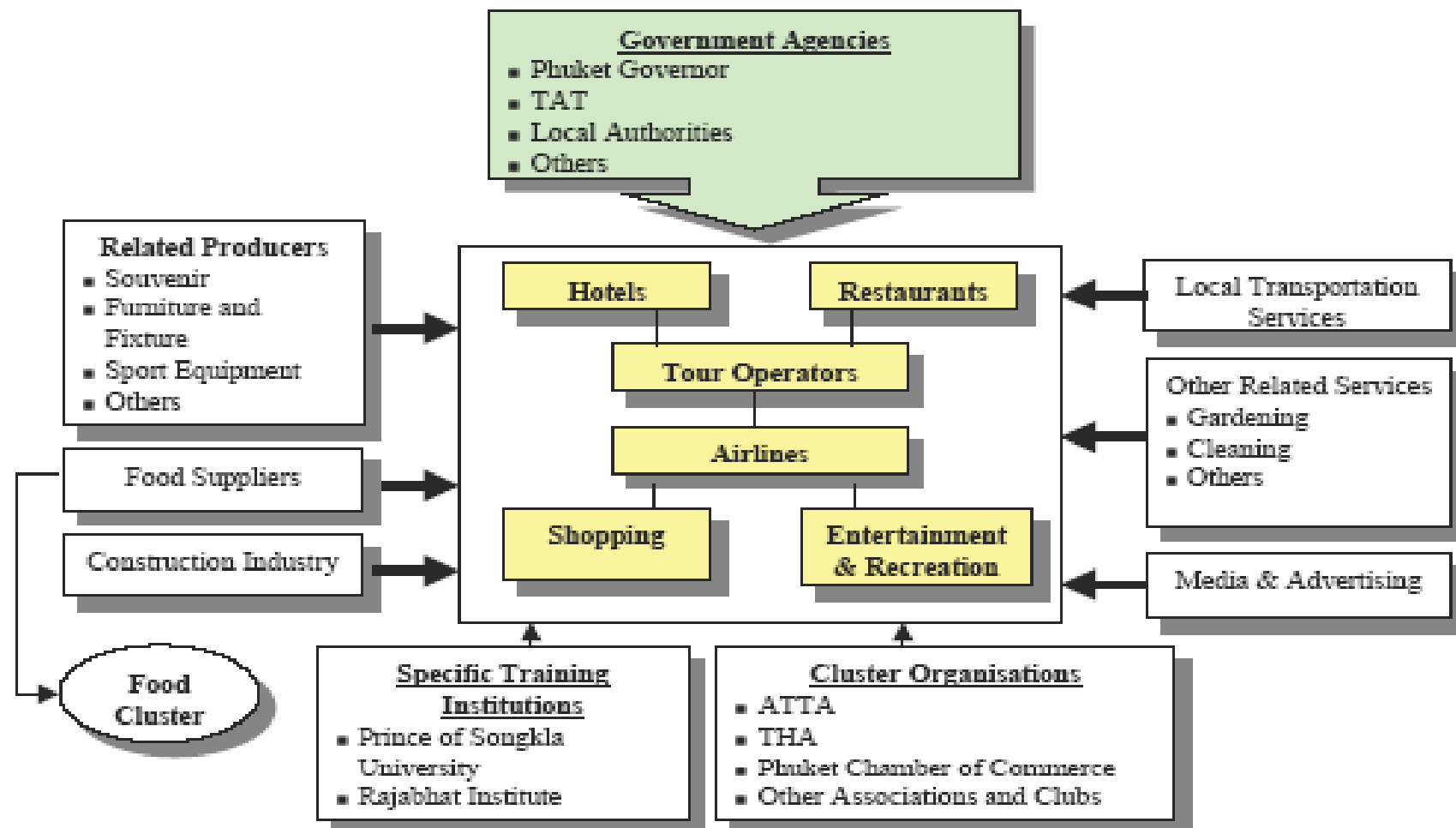
- สำรวจความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคตามส่วนแบ่งตลาด
- ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเข้าสู่ตลาดและกลยุทธ์การแข่งขัน
- สนับสนุน SME ให้มีความรู้ความชำนาญในการทำธุรกิจ
- ถ่ายทอดความรู้ภายใต้กฎระเบียบวิธีการทางการค้าของแต่ละประเทศ
- แนะนำช่วยเหลือแก้ปัญหาอุปสรรคทางการค้า
- เตรียมทีมงานและมีส่วนร่วมของเอกชนในการเจรจา FTA

เข้าถึงแหล่งทรัพยากร วัตถุดิบและฐานการผลิต

- แสวงหาวัตถุดิบ เช่น แร่ธาตุ อัญมณี วัตถุดิบทางการเกษตร Contracted Farming หรือชิ้นส่วนเครื่องจักรอุปกรณ์
- โครงการสนับสนุนการย้ายฐานการผลิต การชักชวนผู้ผลิตชิ้นส่วนให้มาผลิตในไทย
- เจรจาเพื่อมีข้อตกลงให้บางประเทศเป็นแหล่งทรัพยากร เช่น วัตถุดิบทางการเกษตร, พลังงานไฟฟ้า ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน หรือเหล็ก

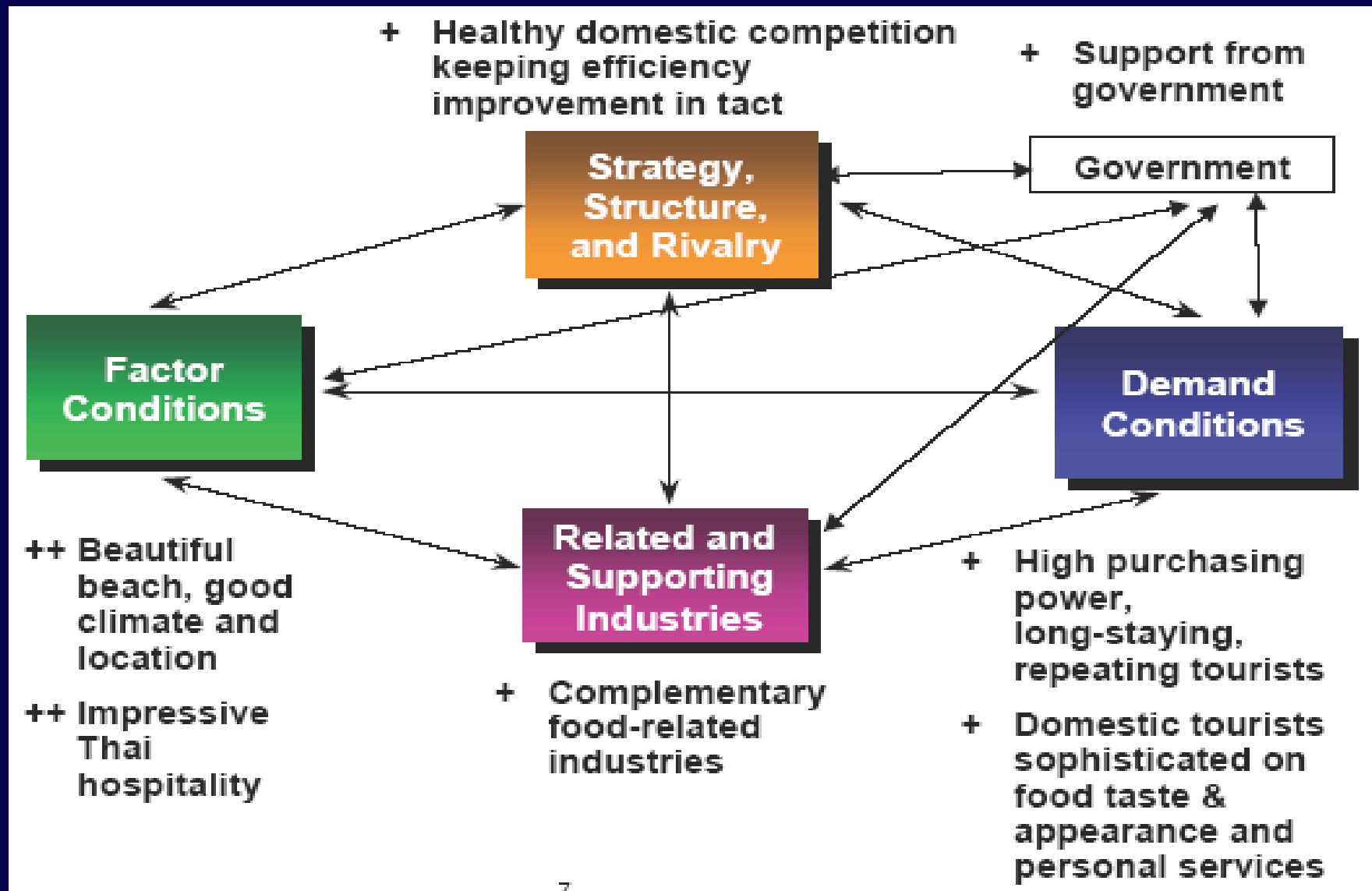
Cluster Map of Phuket Tourism

Phuket Tourism Cluster covers a wide range of participants.

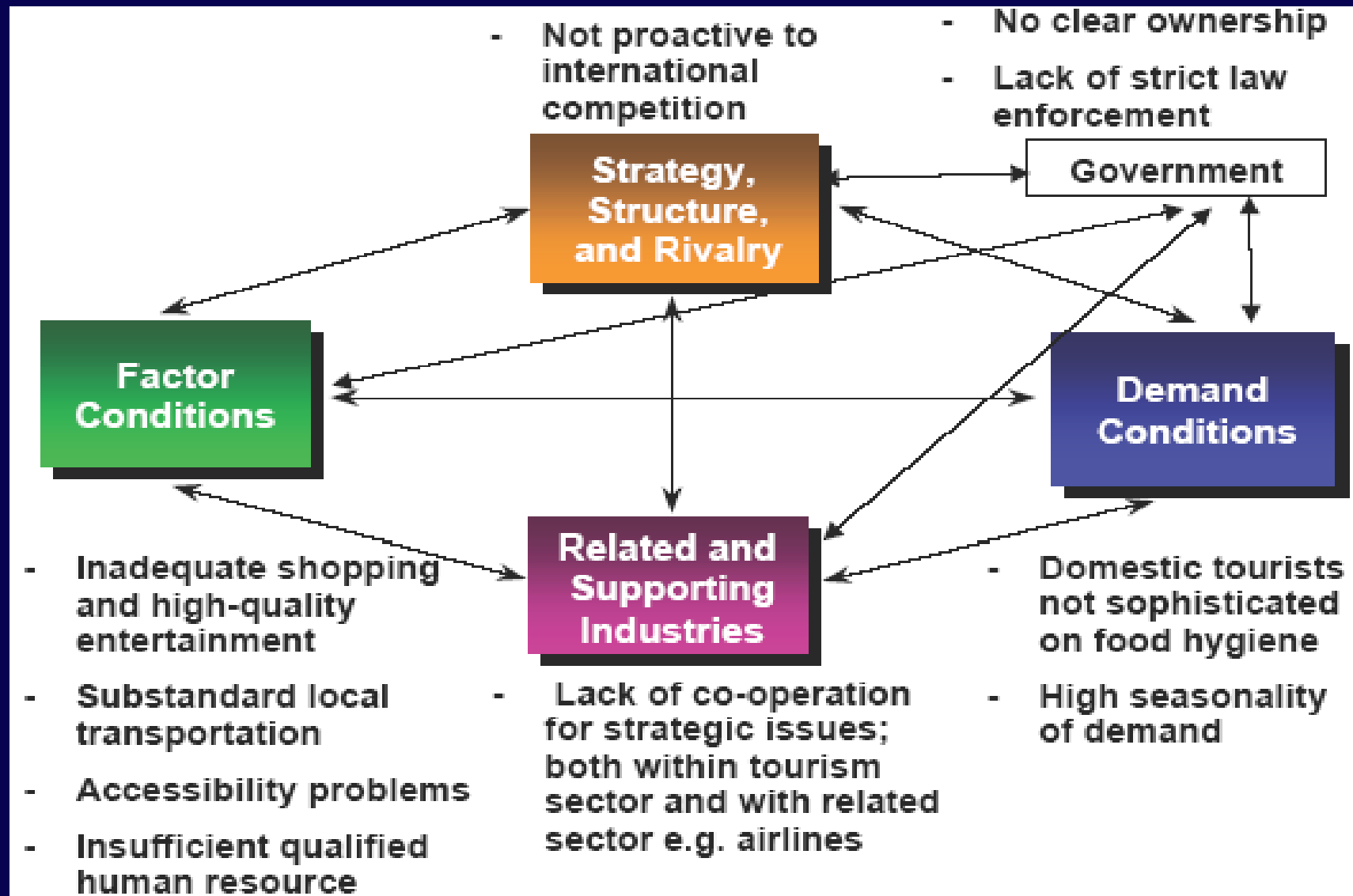


Diamond Model

Factors that support Phuket's competitiveness



Factors that hinder Phuket's Competiveness



ประเภทบริการแยกตามองค์ระหว่างประเทศ

1. การขนส่ง (Transportation)
2. การเดินทาง (Traveling)
3. การสื่อสาร (Communications)
4. การก่อสร้าง (Construction)
5. การประกันภัย (Insurance)
6. การบริการด้านการเงิน (Financial)
7. คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ (Animation)
8. สิทธิบัตรและสิทธิทางการค้า (Loyalty and License Fee)
9. บริการด้านวัฒนธรรม การพักผ่อนหย่อนใจ

สัดส่วนของภาคบริการ

ประเทศ	ปี 23	ปี 33	ปี 43
จีน	21	31	33
ไทย	48	50	49
ฟิลิปปินส์	36	44	53
มาเลเซีย	–	43	40
สิงคโปร์	61	65	66
อินเดีย	36	40	49
ฮ่องกง (จีน)	68	74	85

สัดส่วนมูลค่าเพิ่มและการจ้างงานในภาคบริการ

ประเทศ	มูลค่าเพิ่มในภาคบริการ (หน่วย : ร้อยละของมูลค่าเพิ่มใน GDP)		การจ้างงานในภาคบริการ (หน่วย : ร้อยละของการจ้างงานทั้งหมด)	
	ปี 2533	ปี 2543	ปี 2533	ปี 2543
เกาหลี	46	51	47	61
ญี่ปุ่น	58	67	58	64
ฝรั่งเศส	66	71	66	73
สวีเดน	64	70	73	73
สหรัฐอเมริกา	70	74	76	78
สหราชอาณาจักร	63	70	72	78
ออสเตรเลีย	67	70	70	73

วิสัยทัศน์ กลุ่มจังหวัด

ประชาสังคมมีคุณภาพและมาตรฐานการครองชีพที่ดี
โดยมีรายได้หลักจากการแปรรูปสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง
อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง การท่องเที่ยว
และประชาสังคมพึงพอใจกับการจัดการและบริการของจังหวัด
และภูมิใจที่ได้อาศัยอยู่ในกลุ่มจังหวัดนี้

วิสัยทัศน์ A – เป้าประสงค์

วิสัยทัศน์ : เป็นศูนย์กลางการขนส่ง คมนาคมทางบก และ
การกระจายสินค้า

เป้าหมาย : มีโครงข่ายคมนาคม ที่เหมาะสมเพื่อการจัดตั้ง
ศูนย์รวมและกระบวนการการกระจายสินค้า
เพื่อให้สะดวก รวดเร็ว เพื่อสามารถลดต้นทุน
และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
(Competitive Advantage)

วิสัยทัศน์ B – เป้าประสงค์

วิสัยทัศน์ : เป็นแหล่งผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีคุณภาพระดับมาตรฐาน

เป้าประสงค์ : สินค้าเกษตรที่ผลิตในกลุ่มจังหวัดมีความปลอดภัยจากสารพิษ ได้รับการแปรรูป ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น การเกษตรได้รับการส่งเสริมพัฒนาเพื่อให้มีมาตรฐานที่สามารถแข่งขันได้ในการส่งออก

วิสัยทัศน์ C – เป้าประสงค์

วิสัยทัศน์ : เป็นแหล่งอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

เป้าประสงค์ : คุณภาพของวัสดุก่อสร้างได้รับการพัฒนาด้านรูปแบบและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง

วัสดุก่อสร้างมีมาตรฐานสูงขึ้น

บุคลากรในอุตสาหกรรมให้การพัฒนาให้มีศักยภาพสูง เพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

วิสัยทัศน์ D – เป้าประสงค์

วิสัยทัศน์ D : เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกมา
และอยากกลับมาอีก

เป้าประสงค์ : การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดได้รับการพัฒนาและ
เชื่อมโยง เพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์และเชิงธรรมชาติ
คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการอยู่
ในมาตรฐาน

วิสัยทัศน์ E – เป้าประสงค์

วิสัยทัศน์ E : ประชาชนมีคุณภาพ และมาตรฐานการครองชีพที่ดี
และมีความภูมิใจในถิ่นที่อยู่

เป้าประสงค์ : ประชากรในกลุ่มจังหวัดมีการศึกษาและอ่านออก
เขียนได้

ผู้ที่อยู่ในวัยทำงานได้รับการถ่ายทอดฝึกฝนให้มี
ทักษะและทัศนคติที่ดี

ประชากรมีรายได้เฉลี่ยในเกณฑ์ที่สูงขึ้น

สังคมเป็นระเบียบ และเกื้อกูลกัน

ประชากรในกลุ่มเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น พอใจ
และไม่ละทิ้งถิ่นฐาน