

ด่วนที่สุด

ที่ พณ 0904(2)/ 471



กระทรวงพาณิชย์
ที่ 1080
วันที่ 12 มิ.ย. 2552
เรื่อง 1/94

กระทรวงพาณิชย์

44/100 ถ.นนทบุรี 1

อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

// กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง เป้าหมายการส่งออกปี 2552

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการ

ตามที่กระทรวงพาณิชย์ได้จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับภาคเอกชน และสมาคมการค้า
ทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2552 เวลา 13.30-18.00 น. ณ ห้องประชุม 30410 กระทรวง
พาณิชย์ เพื่อจัดทำมาตรการเร่งด่วนกระตุ้นการส่งออกปี 2552 ประกอบการพิจารณาจัดทำเป้าหมายการส่งออก
ปี 2552 ของกระทรวงพาณิชย์โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นางพรทิวา นาคาศัย) เป็นประธานฯ
และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายอลงกรณ์ พลบุตร) เป็นรองประธานฯ นั้น

กระทรวงพาณิชย์ขอสรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ดังนี้

1. การส่งออกปี 2551 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.6 คิดเป็นมูลค่า 177,841.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
2. ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทำให้การส่งออกชะลอตัวลงในปี 2552 ที่สำคัญได้แก่

2.1 ความต้องการในตลาดโลกที่ลดลงตามเศรษฐกิจของตลาดส่งออกหลัก โดยเฉพาะ
สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่นที่ส่งสัญญาณถดถอยมากขึ้น ทำให้ผู้ซื้อในต่างประเทศชะลอการสั่งซื้อหรือ
หยุดการสั่งซื้อชั่วคราวเพื่อรอดูสถานการณ์โดยเฉพาะในช่วงปลายปี 2551 ต่อเนื่องจนถึงต้นปี 2552 สินค้าที่
ได้รับผลกระทบมากจะเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นแก่การครองชีพ ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์
และ อัญมณี ขณะที่สินค้าที่ยังสามารถขยายการส่งออกได้ ได้แก่ สิ่งทอ พลาสติก วัสดุก่อสร้าง สิ่งพิมพ์
เครื่องเดินทาง ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องสำอาง และชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น

2.2 ปัญหาการขาดสภาพคล่องของผู้ซื้อในต่างประเทศจากผลกระทบของวิกฤตทาง
การเงินที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นทำให้มีการขอยืดระยะเวลาในการชำระเงินมากขึ้น ประกอบกับการเลื่อน
การส่งมอบ ทำให้ผู้ส่งออกลังเลที่จะรับคำสั่งซื้อใหม่ๆ ทั้งจากผู้ซื้อรายเดิม ผู้ซื้อรายใหม่ หรือผู้ซื้อในตลาดใหม่ๆ
เนื่องจากไม่แน่ใจว่าจะได้รับการชำระเงินรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการซื้อประกันการชำระเงินก็เป็นต้นทุนที่
เพิ่มขึ้นของผู้ส่งออกและส่งผลทำให้ผู้ส่งออกของไทยประสบปัญหาสภาพคล่องตามไปด้วย

2.3 คาดว่าปริมาณการส่งออกสินค้าเกษตรจะใกล้เคียงกับปี 2551 หรือลดลงเล็กน้อยแต่
ราคาส่งออกจะลดลงค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับปี 2551 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงมาก สินค้าเกษตรที่สำคัญได้แก่
ข้าว ยางพารา และ มันสำปะหลัง ขณะที่สินค้าอาหารคาดว่าจะสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากความ

ต้องการในตลาดโลกที่ยังมีอยู่ สินค้าอาหารส่งออกที่สำคัญได้แก่ อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ผัก ผลไม้สด แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป และ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี เป็นต้น

2.4 การปิดสนามบินสุวรรณภูมิในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นธันวาคม ทำให้ผู้ซื้อจากต่างประเทศไม่สามารถเดินทางเข้ามาเพื่อสั่งซื้อสินค้า และสร้างความไม่มั่นใจในการสั่งซื้อสินค้าจากไทยว่าจะสามารถส่งออกไปได้หรือไม่ โดยเฉพาะสินค้าที่ส่งออกทางเครื่องบิน ดังนั้น ผู้สั่งซื้อจากต่างประเทศจึงเดินทางไปซื้อจากประเทศอื่นแทน ส่งผลกระทบต่อการส่งออกในช่วงครึ่งแรกของปี 2552

3. สำหรับในช่วงครึ่งหลังของปี 2552 คาดว่าการส่งออกจะมีแนวโน้มที่ปรับตัวดีขึ้นกว่าในช่วงครึ่งแรกของปี โดยมีปัจจัยสนับสนุนได้แก่

3.1 เศรษฐกิจของตลาดส่งออกสำคัญโดยเฉพาะตลาดหลัก คาดว่าจะมีแนวโน้มที่ปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ อันเป็นผลมาจากการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและการเงินของรัฐบาลในแต่ละประเทศซึ่งดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2551 ถึงต้นปี 2552 และจะส่งผลสำเร็จในช่วงครึ่งหลังของปี 2552 ซึ่งจะมีผลทำให้ความต้องการในตลาดส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย รวมทั้งเศรษฐกิจของตลาดส่งออกใหม่ๆ ยังมีการขยายตัวต่อเนื่องทั้งประเทศในแถบเอเชีย ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา ยุโรปตะวันออก และ แอฟริกา เป็นต้น

3.2 ค่าเงินบาทมีเสถียรภาพ และราคาน้ำมันโลกที่อยู่ในระดับต่ำทำให้ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยดีขึ้น

3.3 ผู้ประกอบการไทยได้รับการยอมรับในด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน และคุณภาพในการให้บริการมากกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้ผู้ซื้อยังสนใจที่จะซื้อสินค้าจากไทยเพิ่มมากขึ้น

3.4 สินค้าจีนยังประสบปัญหาในเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน เป็นโอกาสของสินค้าอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคของไทย

3.5 ผลสำเร็จจากความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการดำเนินมาตรการเร่งด่วน กระตุ้นการส่งออก ในการเจาะขยายตลาดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดใหม่ที่สำคัญคือ จีน อินเดีย ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา ยุโรปตะวันออก และแอฟริกา

4. ในปี 2552 ที่ประชุมมีความเห็นว่า การส่งออกจะลดลงเมื่อเทียบกับปี 2551 โดยในช่วงครึ่งแรกของปีคาดว่าจะการส่งออกจะลดลงมาก และอาจจะกลับมาดีขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องมีการดำเนินมาตรการเพื่อเร่งรัดและกระตุ้นการส่งออกอย่างเต็มที่ เพื่อผลักดันให้การส่งออกในปี 2552 ขยายตัว โดยมีข้อเสนอมาตรการเร่งด่วนเพื่อกระตุ้นการส่งออก ปี 2552 ดังนี้

4.1 มาตรการด้านตัวสินค้า

4.1.1 สนับสนุนด้านนวัตกรรมโดยขอความร่วมมือจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) เพื่อให้ความรู้และแนวทางกับกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพ

4.1.2 ขอความร่วมมือจากกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ รวมถึงสถาบันการศึกษาที่มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าสำเร็จแล้ว ออกมาเผยแพร่ให้กลุ่มธุรกิจได้นำไปช่วยเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงใจลูกค้าและมีหลากหลายมากขึ้น

4.1.3 ให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาสินค้าไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพิ่มมูลค่าหรือการสร้าง Brand โดยจะจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง

4.1.4 ส่งเสริมธุรกิจบริการที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ ธุรกิจบริการภายใต้โครงการ “Siam Supreme Service” หรือเรียกว่า โครงการ “ Triple S ” (SSS) โดยจะสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ และการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการและเร่งดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด โดยจัดให้มีสถาบันเฉพาะของ ธุรกิจบริการเพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดยุทธศาสตร์และส่งเสริมธุรกิจบริการ ทั้งนี้ในระยะแรกจะ ดำเนินการในสาขาธุรกิจบันเทิง ธุรกิจสุขภาพ และธุรกิจออกแบบก่อสร้าง

4.1.5 เร่งดำเนินการโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ส่งเสริมร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และทุกธุรกิจอาหารไทยที่มีโอกาสเข้าไปอยู่ในครัวของคนทั่วโลก เช่น พืช ผัก ผลไม้ เนื้อหมู เนื้อไก่ อาหาร ทะเล เครื่องปรุง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าพร้อมปรุงและพร้อมรับประทาน โดยจะตั้งทีมงานประกอบด้วย กระทรวง พาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันอาหาร ภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.2 มาตรการด้านราคาต้นทุนสินค้าและสภาพคล่อง

4.2.1 มาตรการช่วยเหลือผู้ส่งออกอย่างเร่งด่วนในเรื่องภาษีวัตถุดิบของสินค้าที่ นำเข้าเพื่อการส่งออก ตามที่ผู้ส่งออกได้เสนอมา

4.2.2 เพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้กับผู้ส่งออกโดยเพิ่มการให้สินเชื่อเพื่อการ ส่งออกผ่าน Exim Bank วงเงิน 10,000 ล้านบาท

4.2.3 หางเงินช่วยประกันการส่งออก โดยผ่าน Exim Bank โดยจัดตั้งกองทุน ประกันการส่งออกเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการชำระเงินจากผู้ซื้อหรือธนาคารผู้ซื้อในต่างประเทศ วงเงิน 5,000 ล้านบาท

4.2.4 ร่วมกับกระทรวงที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาแรงงาน ตลอดจน เพิ่มทักษะ อาชีพให้กับบางกลุ่มอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมอาหาร (ไก่แช่แข็ง กุ้งแช่แข็ง และอาหารทะเลกระป๋อง) อุตสาหกรรมแฟชั่น เป็นต้น

4.2.5 ร่วมมือกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดูแลเรื่องการตลาด และวางแผนสำหรับ สินค้าเกษตร เพื่อหาทางผลักดันเข้าสู่ระบบ (Contract Farming) ให้มากที่สุด

4.2.6 ประสานกับภาคเอกชนเรื่องการลดต้นทุนด้าน Logistic ให้เหมาะสมและไม่ ทำให้ผู้ส่งออกมีต้นทุนที่สูงเกินจริง

4.3 มาตรการด้านการตลาด

4.3.1 รักษาตลาดเก่าให้เข้มแข็ง โดยภาครัฐจะช่วยเหลือผู้ส่งออกโดยการสร้างความสัมพันธ์ กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยวิธี CRM (Customer Relation Management) ภายใต้โครงการ Thailand Best Friend โดยจะเชิญลูกค้ารายใหญ่ของทุกกลุ่มธุรกิจมาเป็นแขกพิเศษของรัฐบาล เพื่อบอกเกียรติบัตรเป็น Thailand Best Friend พร้อมมอบสิทธิประโยชน์มากมายระหว่างที่อยู่ในประเทศไทย ให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ประเทศไทยเป็นบ้านที่สอง เพื่อสร้าง Loyalty Customer

4.3.2 สร้างความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจกับกลุ่มลูกค้าเดิม โดยร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นต้น จัด Road Show ไปในตลาดเป้าหมายโดยในระยะแรกจะดำเนินการจัด Road Show ไปประเทศญี่ปุ่น จีน อาเซียน และตะวันออกกลาง

4.3.3 เร่งขยายการส่งออกในตลาดใหม่ โดย

(1) จัด Road Show ในตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ และมีโอกาสขยายตลาดเพิ่มในโครงการ New Market for Exporter (NME) ตลอดจนเร่งรัดการดำเนินการตามแผนงานกิจกรรมส่งเสริมการตลาดตามแผนงาน/โครงการซึ่งได้กำหนดไว้แล้ว 692 โครงการ

(2) เร่งรัดการนำคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้าในตลาดใหม่ โดยจะนำภาคเอกชนที่มีโอกาสในตลาดใหม่เหล่านี้ไปร่วมเจรจาด้วย

4.3.4 เร่งเจรจากรอบการค้า ASEAN SUMMIT+ 6 เพื่อให้ผู้ส่งออกได้รับประโยชน์จากมาตรการภาษีของประเทศคู่สัญญาที่ประเทศมีโอกาสดังกล่าวออกอีกหลายธุรกิจ เช่น ประเทศเกาหลี ประเทศอินเดีย หรือประเทศจีน เป็นต้น

4.3.5 สร้างเครือข่ายในต่างประเทศเพิ่มเติมจากปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์มีสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศอยู่แล้ว 66 แห่งและภายใน 3 ปีจะสร้างเครือข่ายในต่างประเทศเพิ่มเติมอีก 50 แห่งทั่วโลก เพื่อให้สำนักงานดังกล่าวเป็นหัวหอกในการเจาะตลาด โดยในระยะแรกจะว่าจ้างให้ภาคเอกชนดำเนินการ ระยะยาวอาจจะจัดตั้งเป็นสำนักงานถาวร

4.4 มาตรการด้านการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าไทย

4.4.1 จะเร่งประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพรูปแบบและมาตรฐาน อาทิ โครงการ Thailand Brand ให้เป็นที่ยอมรับต่อสากล

4.4.2 หามาตรการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ถึงกลุ่มประเทศเป้าหมาย โดยให้ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์หรือเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเก่าและใหม่ได้เข้าถึงข้อมูลของสินค้าจากประเทศไทยได้ง่ายขึ้น

4.5 มาตรการเสริมตามข้อเสนอของผู้ส่งออกที่มีปัญหาเรื่องขาดคำสั่งซื้อ Order ชั่วคราว

เพื่อเป็นการบรรเทาปัญหาที่ผู้ส่งออกมีการสั่งซื้อลดลงและช่วยบรรเทาปัญหาการว่างงานตลอดจนเพื่อสนับสนุนให้คนไทยหันมาใช้สินค้าไทย เพื่อช่วยลดการนำเข้าสินค้าและเป็นการช่วยเหลือปัญหาของผู้ส่งออกได้อีกทางหนึ่ง โดยนำสินค้าไทยมาจัดจำหน่ายในงาน Made in Thailand ภายใต้โครงการ “ไทย ใช้ของไทย ฝ่าวิกฤติโลก” โดยจะจัดงาน Made in Thailand ที่ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งการสนับสนุนการค้าชายแดนและประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

5.. เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้งภายนอกและภายในประเทศ ประกอบกับการดำเนินมาตรการเร่งด่วนเพื่อกระตุ้นการส่งออกตามที่รายงานข้างต้น คาดว่า จะสามารถเร่งรัดผลักดันให้มูลค่าการส่งออกสินค้าในปี 2552 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 0-3 เป็นมูลค่าประมาณ 177,841-183,177 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และธุรกิจบริการ 12 สาขาได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร การศึกษา สุขภาพความงาม อู่ซ่อมรถยนต์ ก่อสร้าง ออกแบบ แฟรนไชส์ ตัดเย็บเสื้อผ้า (Tailor-made) บริการจัดงานแสดงสินค้า Digital Content และบันเทิง Software และการพิมพ์ ที่ได้รับการส่งเสริมจะสามารถทำรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 จากมูลค่า 998,628 ล้านบาท เป็น 1,100,000 ล้านบาท ทั้งนี้ โดยมีสมมติฐานที่สำคัญ ได้แก่

5.1 ประเทศต่างๆ ประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและการเงินในประเทศ โดยเฉพาะตลาดส่งออกสำคัญได้คือพอสมควร

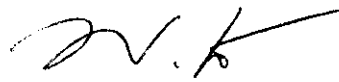
5.2 ค่าเงินบาทมีเสถียรภาพและมีค่าอยู่ในระดับเฉลี่ยประมาณ 35.00 บาท/เหรียญสหรัฐ

5.3 ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกยังอยู่ในระดับต่ำ ราคาเฉลี่ยประมาณ 50 เหรียญสหรัฐ/บาร์เรล

5.4 มีการดำเนินการตามข้อเสนอ มาตรการเร่งด่วนเพื่อกระตุ้นการส่งออกปี 2552 ในข้อ 4

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบ ขอให้โปรดนำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อโปรดทราบ เป้าหมายการส่งออกสินค้าปี 2552 ร้อยละ 0-3 และธุรกิจบริการร้อยละ 10 และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาดำเนินการตามข้อเสนอมาตรการเร่งด่วนเพื่อกระตุ้นการส่งออกในข้อ 4

ขอแสดงความนับถือ



(นางพรทิwa นาคาศัย)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์