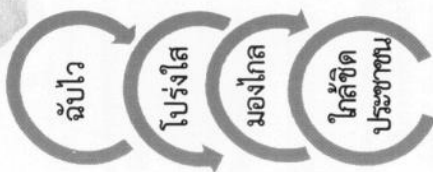




กระทรวงพาณิชย์

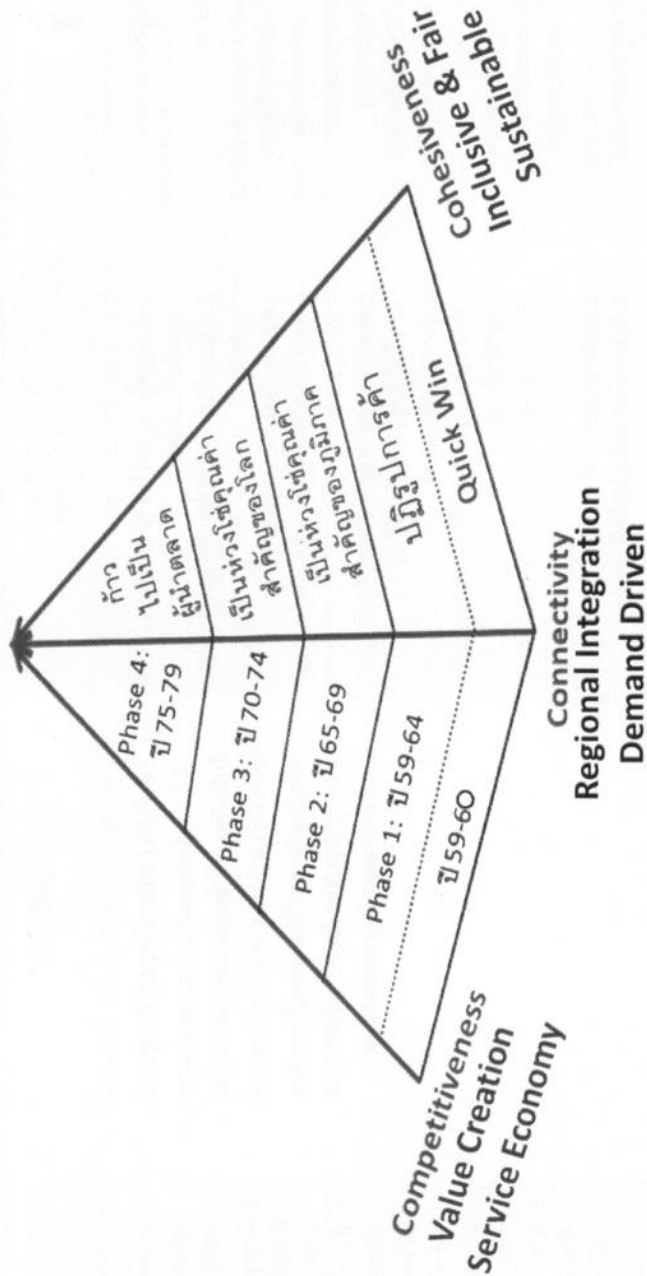
CORE  
VALUES!



## ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ ระยะ 20 ปี (กรกฎาคม 2559 – พ.ศ. 2579)

“การค้าก้าวหน้า ประชาสุขใจ”

Advancing trade for people's happiness



| ยุทธศาสตร์ 1<br>การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร<br>เพื่อให้มีความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาคและโลก |                            | ยุทธศาสตร์ 2<br>การพัฒนากระบวนการค้าให้มีประสิทธิภาพ<br>เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก |                                  | ยุทธศาสตร์ 3<br>การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค<br>เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจการค้าอนาคต |                              | ยุทธศาสตร์ 4<br>การบูรณาการกับระบบการค้าโลก<br>เพื่อใช้ประโยชน์จากภายนอก |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Farmer                                                                                          | → Smart Farmer             | Exclusive                                                                                   | → Inclusive & Sustainable Growth | Passive                                                                           | → Smart & Proactive Consumer | Unilateral                                                               | → Interconnected Action |
| Local player                                                                                    | → Regional & Global player | Regulate                                                                                    | → Monitor & Facilitate           |                                                                                   |                              |                                                                          |                         |
| Supply Mgt                                                                                      | → Demand & Supply Mgt      |                                                                                             |                                  |                                                                                   |                              |                                                                          |                         |
| Partly Digital                                                                                  | → Comprehensively Digital  |                                                                                             |                                  |                                                                                   |                              |                                                                          |                         |
| Invention                                                                                       | → Commercialization        |                                                                                             |                                  |                                                                                   |                              |                                                                          |                         |
| Services                                                                                        | → High Value Services      |                                                                                             |                                  |                                                                                   |                              |                                                                          |                         |

TPSO



# ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ ระยะ 20 ปี

(กรกฎาคม 2559 – พ.ศ. 2579)

กระทรวงพาณิชย์

## ยุทธศาสตร์ 1

การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร  
เพื่อให้มีความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาคและโลก



- Farmer → Smart Farmer  
1. พัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการ  
Local player → Regional & Global player  
Supply Mgt → D&S Mgt  
Partly Digital → Comprehensively Digital  
2. พัฒนาผู้ประกอบการ ให้สามารถจัดการ demand & supply อย่างครบวงจร cross sector รวมทั้งส่งเสริมการเชื่อมโยงกับท้องถิ่นและขยายไปต่างประเทศ  
3. ส่งเสริมผู้ประกอบการสาขาทั้งเพื่อสังคม  
4. ส่งเสริม SME รู้ใช้ Trade Digitization เพื่อให้อุปกรณ์ทันสมัย  
Invention → Commercialization  
5. ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของตลาด และต่อยอดนวัตกรรมด้านบริการ  
Services → High Value Services  
6. พัฒนารัฐวิสาหกิจให้มีมาตรฐานและคุณภาพ

- ✓ ผู้ประกอบการมีท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ✓ จำนวนธุรกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น
- ✓ อันดับความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจของไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ
- ✓ สัดส่วน GDP ของภาคบริการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัย
- ✓ มูลค่าการลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมีนัย
- ✓ มูลค่าการค้าและบริการจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น
- ✓ มูลค่าการค้าที่เกื้อหนุนรูปแบบธุรกิจจากพื้นที่ใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้น

พณ.  
(มท./ท้องถิ่น/กค./ปอ/อ/กค./กช./วท./กค./  
อปท./กค./สมาคมการค้า)

## ยุทธศาสตร์ 2

การพัฒนากระบวนการค้าให้มีประสิทธิภาพ  
เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก



- Regulate → Monitor & Facilitate  
1. ปรับปรุงระเบียบการค้าเสรี สอดคล้องกับนวัตกรรมทางการค้าสมัยใหม่  
2. พัฒนากลไกอำนวยความสะดวกทางการค้า  
3. สร้างและพัฒนา trade digitalization  
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า ทั้ง hardware และ software  
5. พัฒนากลไกการค้ากับคู่ค้าและสร้างงานนำซื้ออีอีซีในรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่  
6. พัฒนาระบบขนส่งทางเรือ  
7. พัฒนาระบบการค้าบริการให้มีความสะดวกทันสมัย  
มีประสิทธิภาพ  
Exclusive → Inclusive & Sustainable Growth  
8. ส่งเสริมวัฒนธรรมการค้าที่เป็นธรรมและยั่งยืน  
9. พัฒนาระบบตลาดเชื่อมโยงท้องถิ่นกับเมือง

- ✓ การทำรัฐวิสาหกิจมีความสะดวกและรวดเร็วขึ้น
- ✓ ความโปร่งใสของกฎระเบียบการค้าไม่ขัดแย้งและไม่ซ้ำซ้อน
- ✓ มีระบบการค้าที่เป็นธรรมเสรีและมีการแข่งขันสูงขึ้น
- ✓ อันดับความยากง่ายในการประกอบธุรกิจของไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

พณ.  
(สท./สมาคมการค้า/องค์กรภาคประชาสังคม)

## ยุทธศาสตร์ 3

การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค  
เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจการค้าอนาคต



- Passive → Smart & Proactive Consumer  
1. ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความรู้ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน มีความพอประมาณ และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและนวัตกรรมสมัยใหม่ได้อย่างทัน่วงทันที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง  
2. ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีบทบาทในการดูแลตลาด และกำหนดพัฒนาการของตลาด

- ✓ การเข้าถึงข้อมูลตลาดของผู้บริโภคและสามารถเชื่อมโยงจากข้อมูลที่เป็นทางการสู่ภาคธุรกิจและภาคเอกชน
- ✓ จำนวนผู้บริโภคที่รวมตัวและมีบทบาทมากขึ้นในตลาดเพื่อรักษาลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคที่มี

พณ.  
(สท./องค์กรภาคประชาสังคม)

## ยุทธศาสตร์ 4

การบูรณาการกับระบบการค้าโลก  
เพื่อใช้ประโยชน์จากภายนอก



- Unilateral → Interconnected Action  
1. ประสานเศรษฐกิจการค้าการลงทุนกับอาเซียน โดยเฉพาะ CLMV ด้วยการเจรจาเปิดเสรี สร้างมาตรฐานร่วม และเชื่อมโยงระบบขนส่ง  
2. ประสานเศรษฐกิจการค้าการลงทุนและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือระดับพหุภาคี อาทิ RCEP TPP WTO  
3. ขับเคลื่อนกลไกการค้ากับประเทศกำลังพัฒนา  
4. สร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจการค้าอย่างใกล้ชิดกับประเทศพัฒนาแล้ว  
5. สร้างการรับรู้และการยอมรับในสินค้าและบริการของไทยในเวทีโลก  
6. ประสานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยอำนวยความสะดวกทางการค้าของไทยในต่างประเทศ

- ✓ ระดับความล้ำเรืองของการเจรจาเปิดเสรีและสร้างมาตรฐานการค้า
- ✓ ระดับความล้ำเรืองของการเจรจาอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุน

พณ.  
(ทช./กท/ทพ)



## Quick Win

# เรื่องสำคัญที่จะดำเนินการปฏิรูปปีในระยษะที่ 1 (กรกฎาคม 2559 - ธันวาคม 2560) ในส่วนของการทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์

