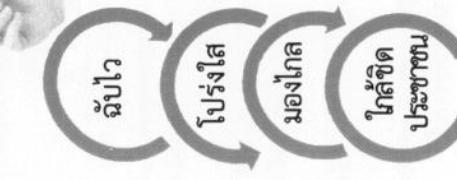




กระทรวงพาณิชย์

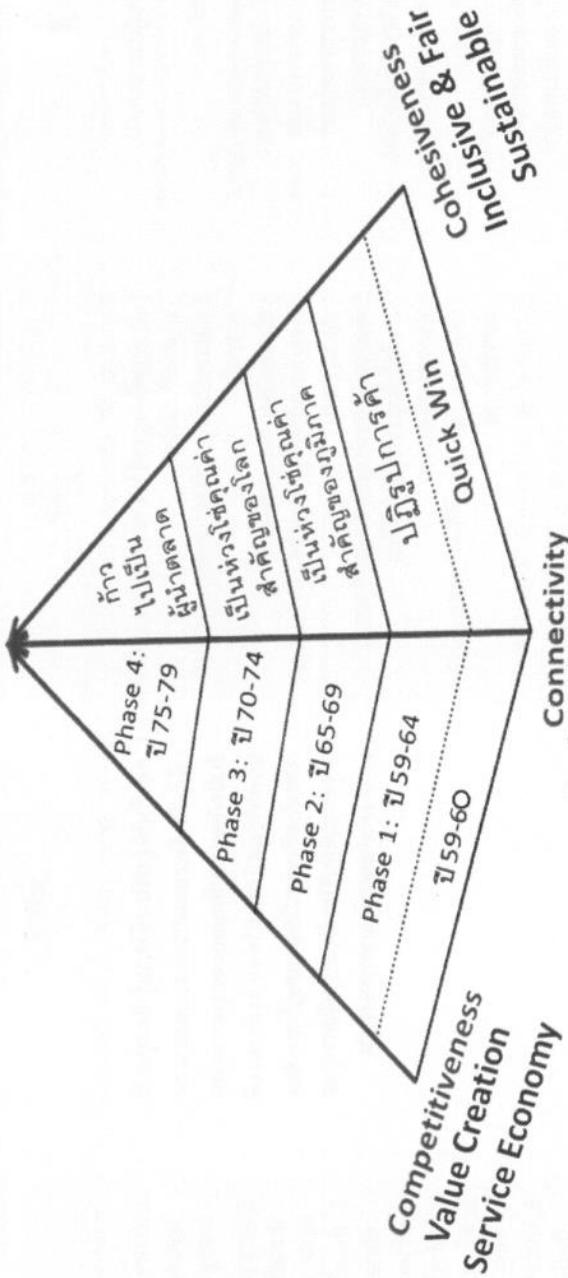


CORE  
VALUES!

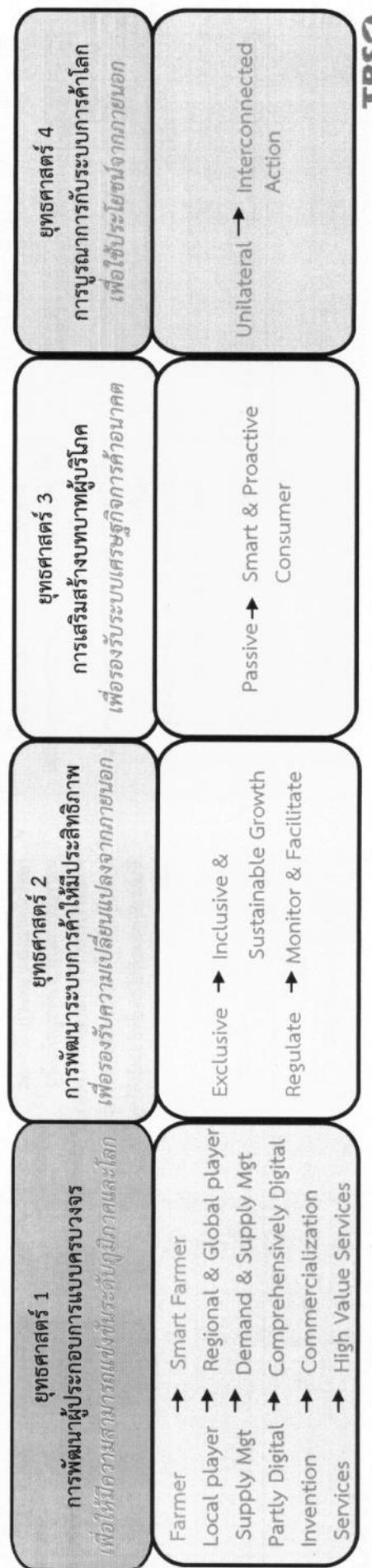


“การค้าก้าวหน้า ประชาสุกๆ”

Advancing trade for people's happiness



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





กระทรวงพาณิชย์

# ยุทธศาสตร์รัฐวิสาหกิจ ระยะ 20 ปี

(กรกฎาคม 2559 – พ.ศ. 2579)

**ยุทธศาสตร์ 1**  
การพัฒนาผู้ประกอบการในเศรษฐกิจดิจิทัล  
เพื่อให้มีความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาคและโลก



Farmer → Smart Farmer

1. พัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการ  
Local player → Regional & Global player

Supply Mgt → D&amp;S Mgt

2. พัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถจัดการ  
demand & supply อย่างต่อเนื่องของ cross  
sector รวมทั้งสิ่งแวดล้อม ยังคงบัน

ห้องพัฒนาและขยายไปต่อไปในระยะต่อ  
ไป 4. ส่งเสริม SME รุ่ง起 Trade Digitization  
เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการ

5. ส่งเสริมการให้บริการทางเทคโนโลยีดิจิทัล  
เชิงพาณิชย์และดิจิทัลโซลูชันให้กับผู้ประกอบการ

Services → High Value Services  
6. พัฒนาธุรกิจการให้บริการใหม่ๆ ตามความต้อง

และปรับตัว

**ยุทธศาสตร์ 2**  
การพัฒนาผู้ประกอบการในเศรษฐกิจดิจิทัล  
เพื่อรองรับความต้องการของประเทศฯ ในการเข้าสู่สังคม



Regulate → Monitor &amp; Facilitate

1. ปรับกฎหมายสู่การดำเนินการที่สนับสนุน  
การทำงานร่วมกัน ลดข้อจำกัด เช่น  
ห้ามการซื้อขายผู้บริโภคในสังคม

2. พัฒนาสถาบันด้วยมาตรฐานสากลตามมาตรฐาน  
ท้องถิ่น 3. ลงทุนเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัล  
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ hardware  
และ software 5. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสังคมดิจิทัล  
และด้านสังคมดิจิทัล 6. พัฒนาสังคมดิจิทัล  
7. พัฒนาสังคมดิจิทัล ให้มีความยั่งยืนและยั่งยืน

8. ส่งเสริมวัฒนธรรมการซื้อขายที่เป็นมิตรและยั่งยืน  
9. พัฒนาแบบทดสอบเพื่อทดสอบคุณภาพ

**ยุทธศาสตร์ 3**  
การสนับสนุนผู้ประกอบการในเศรษฐกิจดิจิทัล  
เพื่อรักษาความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาคและโลก

Innovation → Commercialization  
Services → High Value Services  
6. พัฒนาธุรกิจการให้บริการใหม่ๆ ตามความต้องการ  
ของประเทศฯ และดิจิทัลโซลูชันให้กับผู้ประกอบการ

และปรับตัว

✓ ผู้ประกอบการไม่ต้องเดินทางไกลต่อสัปดาห์  
จันทร์แม้จะต้องเดินทางไกลต่อสัปดาห์  
อัตราหุ้นส่วนของผู้ประกอบการในสังคมดิจิทัล  
สูงสุด 50% ของ GDP ของชาติที่ต้องการ  
นับตั้งแต่ 1 ปี ไปจนถึง 5 ปี ตามที่ต้องการ

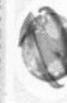
✓ ผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อสังคมดิจิทัล  
ของชาติสูงสุด 5% ของ GDP ของชาติที่ต้องการ  
นับตั้งแต่ 1 ปี ไปจนถึง 5 ปี ตามที่ต้องการ

✓ ผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อสังคมดิจิทัล  
ของชาติสูงสุด 5% ของ GDP ของชาติที่ต้องการ  
นับตั้งแต่ 1 ปี ไปจนถึง 5 ปี ตามที่ต้องการ

✓ ผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อสังคมดิจิทัล  
ของชาติสูงสุด 5% ของ GDP ของชาติที่ต้องการ  
นับตั้งแต่ 1 ปี ไปจนถึง 5 ปี ตามที่ต้องการ

✓ ผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อสังคมดิจิทัล  
ของชาติสูงสุด 5% ของ GDP ของชาติที่ต้องการ  
นับตั้งแต่ 1 ปี ไปจนถึง 5 ปี ตามที่ต้องการ

**ยุทธศาสตร์ 4**  
การยกระดับการค้าระหว่างประเทศฯ ให้ก้าวสู่ภูมิภาคและโลก  
เพื่อใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางเศรษฐกิจ



Unilateral → Interconnected Action

1. ปรับเปลี่ยนเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทย  
โดยเฉพาะ CLMV ด้วยการลงทุนในโครงสร้าง  
สาธารณูปโภค รวม และเชื่อมโยงระบบขนส่ง

2. ปรับเปลี่ยนเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยและใช้  
ประโยชน์จากการลงทุนในอาเซียน RCEP TTP WTO

3. ขับเคลื่อนกลไกการค้าระหว่างประเทศฯ อาทิ  
พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับมาตรฐาน

4. สร้างความสมั่นพันธ์ทั่วโลกเชิงธุรกิจการค้า  
อย่างไร้ขีดจำกัดกับประเทศไทยและอาเซียน

5. สร้างการรับรู้และภาระยอมรับในสินค้า<sup>1</sup>  
และบริการของไทยในเวทีโลก

6. ปรับเปลี่ยนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ  
ปรับจัดอุปกรณ์ทางการค้าของประเทศไทย  
ในต่างประเทศ

✓ ระดับความสำเร็จของการจัดระเบียบ  
และสร้างมาตรฐานการค้า

✓ ระดับความสำเร็จของการจัดระเบียบ  
ความสะอาดว่าด้วยการดำเนินการค้าของประเทศไทย

✓ ระดับความสำเร็จของการดำเนินการค้าของประเทศไทย  
และบริการของประเทศไทย

✓ ระดับความสำเร็จของการดำเนินการค้าของประเทศไทย  
และบริการของประเทศไทย

✓ ระดับความสำเร็จของการดำเนินการค้าของประเทศไทย  
และบริการของประเทศไทย

ผล.  
(นาย/นางรัตน์ บุญมาศ)  
ธปท./กศ./กศ./กศ./กศ./กศ./กศ./กศ./กศ./กศ./กศ.

พน.  
(นาย/นางสาวอรุณรัตน์ ภานุชัย)  
ศศบ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ.

พน.  
(นาย/นางสาวอรุณรัตน์ ภานุชัย)  
ศศบ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ./บศ.

TPSO



Quick Win

# เรื่องสำคัญที่จะดำเนินการปฏิรูปในระยะที่ 1 (กรกฎาคม 2559 - ธันวาคม 2560) ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์

<p><b>ยุทธศาสตร์ 1</b> การพัฒนาบุคลากรอบรมบุคลากร (เพื่อรักษาความต่อเนื่องของการเมือง) <i>(ดูรายละเอียด)</i></p>	<p><b>ยุทธศาสตร์ 2</b> การพัฒนาระบบการค้าให้มีประสิทธิภาพ (เพื่อรักษาความมั่นคงจากการเมือง) <i>(ดูรายละเอียด)</i></p>	<p><b>ยุทธศาสตร์ 3</b> การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค (เพื่อรักษาและยกระดับภารกิจการค้าอุตสาหกรรม) <i>(ดูรายละเอียด)</i></p>	<p><b>ยุทธศาสตร์ 4</b> การบูรณาการรับระบบการค้าโลก (เพื่อใช้ประโยชน์จากภายนอก) <i>(ดูรายละเอียด)</i></p>
<p>1. จัดตั้งสถาบันส่งเสริมศิลป์ตามตัวบทฯ นำตัวร่วม เพื่อช่วยผู้ประกอบการให้ได้พัฒนาศิริค้าและห้องสมุดศิลป์ นวัตกรรมชุมชนสู่ที่จังหวัดมุ่งค้าขายและมากขึ้น</p> <p>2. เร่งรัดแนวทิบูนหา backlog ดำเนินการตามตัวบทฯ จัดทำเป็นสิ่งที่บูรณาการและเตรียมหามากกว่า</p> <p>3. เร่งรัดแก้ไขปัญหาการลงทะเบียนตัวรับยสิทธิ์ สถาบันสูงสุดเพื่อให้หย่อนจาก PWL ในปี 2560</p> <p>4. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากการหัวรัพย์สินทางปัญญา ทางปั้นปูปูฯ</p> <p>5. ผลักดันส่งเสริมการพัฒนาการค้าต่างประเทศ</p>	<p>1. ปฏิรูประบบการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรโดยใช้การตลาดนำการผลิต เช่น ชี้วิ่ง ปาร์ม น้ำมัน น้ำตาล มันสำปะหลัง</p> <p>2. ปฏิรูปกฎหมาย - กฎหมายการประมงและชั้นทางการค้า - กฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว - กฎหมายการจัดตั้งนิติบุคคลตามเดียว</p> <p>3. ปฏิรูปกฎหมายที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ พ.ร.บ.สิทธิบัตร พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ - กฎหมายการส่องโคนและน้ำเข้า</p> <p>4. บังคับใช้กฎหมายห้ามลักปั้นห้างธุรกิจ</p> <p>5. ผลักดันอำนาจความสอดคล้องธุรกิจและ การค้า เช่น จดทะเบียนธุรกิจ NSW MOC-OSS</p> <p>6. สร้างมาตรฐานชุมชน เช่น ตลาดต้องชุมชน หมู่บ้าน ทำมาค้าขาย Farm Outlet</p>	<p>1. สร้างอาสาสมัครให้ผู้บริโภค สามารถเลือกซื้อสินค้าในราคาที่เป็นธรรมและถูกต่อ ค่าใช้จ่ายการจัดงาน “รงฟ์” ให้ห่วงและพัฒนา โครงการ “ทุนภัยชีวะ พัฒนา”</p> <p>2. พัฒนาอาชีวศึกษานิเทศน์ “อาชีวะ พอกุ” ให้ครอบคลุม อาชีวะ “ฉลาดชื่อ ประดับด้วย”</p> <p>3. พัฒนาอาชีวศึกษาและอาชีวะ พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ ให้มีความยั่งยืนและต่อเนื่อง</p> <p>4. บังคับใช้กฎหมายห้ามลักปั้นห้างธุรกิจ</p> <p>5. ผลักดันอำนาจความสอดคล้องธุรกิจและ การค้า เช่น จดทะเบียนธุรกิจ 1569 สายด่วนชุมชน 1569</p> <p>6. ตั้งศูนย์บริการเชิงตัวต่อตัว ผู้บริโภค</p>	<p>1. กระบวนการร่วมมือ CLMVT เพื่อผลลัพธ์การค้าการลงทุนและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย</p> <p>2. สร้างภาพลักษณ์สินค้า/ธุรกิจ บริการของไทยให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับในต่างประเทศ</p> <p>3. ผลักดันการส่งออกโดยใช้ การตลาดนำการผลิต แสงอาทิตย์ ตลาดใหม่และมีการกำหนดกลยุทธ์เชิงลึก ลงในระดับเมือง (city-focus)</p> <p>4. เข้าร่วมประชุมเจรจาเพื่อย้ายตลาด สร้างความเข้าใจและใช้ประโยชน์ความตกลงการค้าระหว่างประเทศ</p>