

เรื่อง

เพชรบุญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์

กลุ่มที่ 5

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล

พิศวงการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระดับสากล
เพื่อเพชรบุญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์

โดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

โดย วรวรรณ ชาญด้วยวิทย์

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

การยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลผ่านการปรับฐานแรงงานระดับกลางและระดับล่าง
โดย เกื้อ วงศ์บุญสิน และ พัชราลัย วงศ์บุญสิน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การปฏิรูประบบสนับสนุนการวิจัย-พัฒนาเชิงพาณิชย์ และการสร้างนวัตกรรมในภาคเอกชน

โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ต้นทุนของโครงสร้างพื้นฐานในประเทศไทย: กรณีศึกษาบริการโทรคมนาคม

โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และ ธรรมรัตน์ รัตนนฤมิตรศร

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ผลกระทบของกฎระเบียบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และ เกรียงไกร วีระฤทธิพันธ์

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ร่วมจัดโดย

มูลนิธิชัยพัฒนา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กระทรวงพาณิชย์

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน

และ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

**เอกสารประกอบการประชุมของ
กลุ่มที่ 5**
การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล

ในปัจจุบัน แม้จะยังไม่มีคำจำกัดความของคำว่า “ความสามารถในการแข่งขัน” อย่างเป็นที่เห็นพ้องต้องกันก็ตาม โดยที่ว่าไป มักถือกันว่า ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมขึ้นอยู่กับความสามารถในการเสริมสร้างและรักษามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในระยะยาว หรือที่กล่าวกันว่าความสามารถในการแข่งขันเกี่ยวกับ “ผลิตภาพ” (productivity) ในระดับสูงอย่างต่อเนื่องนั่นเอง

ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั่นๆ มีหลายประการ โดยแตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรม สำหรับอุตสาหกรรมที่ต้องแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งมีห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ซับซ้อนและเชื่อมต่อกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ หรืออุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้น ความสามารถในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันดังแสดงในภาพต่อไปนี้

จากภาพจะเห็นว่า ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันประกอบไปด้วยความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องต่างๆ ภูมิศาสตร์ทางการค้าระหว่างประเทศซึ่งจะสนับสนุนการลดอุปสรรคทางการค้าต่างๆ และปัจจัยพื้นฐานซึ่งสนับสนุนการพัฒนาผลิตภาพของอุตสาหกรรม ปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวมีองค์ประกอบต่างๆ อย่างน้อยอีก 4 ด้านคือ ทรัพยากรมนุษย์ ศักยภาพทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจ และการบริหารจัดการของภาครัฐซึ่งเกี่ยวข้องกับกฎระเบียบและประสิทธิภาพในการให้บริการของภาครัฐ ในกรณีของอุตสาหกรรมซึ่งไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นมากนัก เวลาในการส่งมอบลินค้าและอุตสาหกรรมสนับสนุนก็จะลดความลำดับลงไปบ้างแต่โดยรวมๆ แล้วปัจจัยในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันก็จะคล้ายกับปัจจัยในภาพดังกล่าวข้างต้น

เอกสารประกอบการประชุมในกลุ่มที่ 5 ประกอบด้วยบทความและรายงานการวิจัย ซึ่งสะท้อนกรอบความคิดดังกล่าวจำนวน 5 เรื่องดังต่อไปนี้

1. ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระดับสากลเพื่อแข่งขันท่าทายจากกระแสโลกวิถีใหม่ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

บทความนี้กล่าวถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ในการกำหนดตำแหน่ง (positioning) ในการแข่งขันในระดับโลกของประเทศไทย และทิศทางในการพัฒนาขีดความสามารถของประเทศไทยในอนาคต

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 2 ชิ้น โดยชิ้นแรกเป็นรายงานเรื่องการพัฒนาแรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในขณะที่ชิ้นที่สองมุ่งเน้นที่การปรับฐานแรงงานระดับกลางและระดับล่าง

2.1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดย วรรณ ชาญด้วยวิทย์ รายงานฉบับนี้มีผลการประเมินการด้านอุตสาหกรรมและอุปทานแรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย

2.2 การยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลผ่านการปรับฐานแรงงาน ระดับกลางและระดับล่าง โดย เกื้อ วงศ์บุญสิน และพัชราลัย วงศ์บุญสิน

3. การปฏิรูประบบสนับสนุนการวิจัย-พัฒนาเชิงพาณิชย์และการสร้างนวัตกรรมในภาคเอกชน โดยสมเกียรติ ตั้งกิจวนิชย์

เอกสารชิ้นนี้นำเสนอแนวความคิดในการปฏิรูปโครงสร้างของระบบการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมในภาคเอกชนของประเทศไทย จากระบบซึ่งมีลักษณะกระจาย (fragmented) และขับเคลื่อนจากปัจจัยด้านอุปทาน (supply driven) ไปสู่ระบบใหม่ที่มีลักษณะบูรณาการ (integrated) และขับเคลื่อนจากปัจจัยด้านอุปสงค์ (demand driven)

4. ต้นทุนของโครงสร้างพื้นฐานในประเทศไทย: กรณีศึกษาบริการโทรคมนาคม โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวนิชย์ และธราธร รัตนนฤมิตรศร

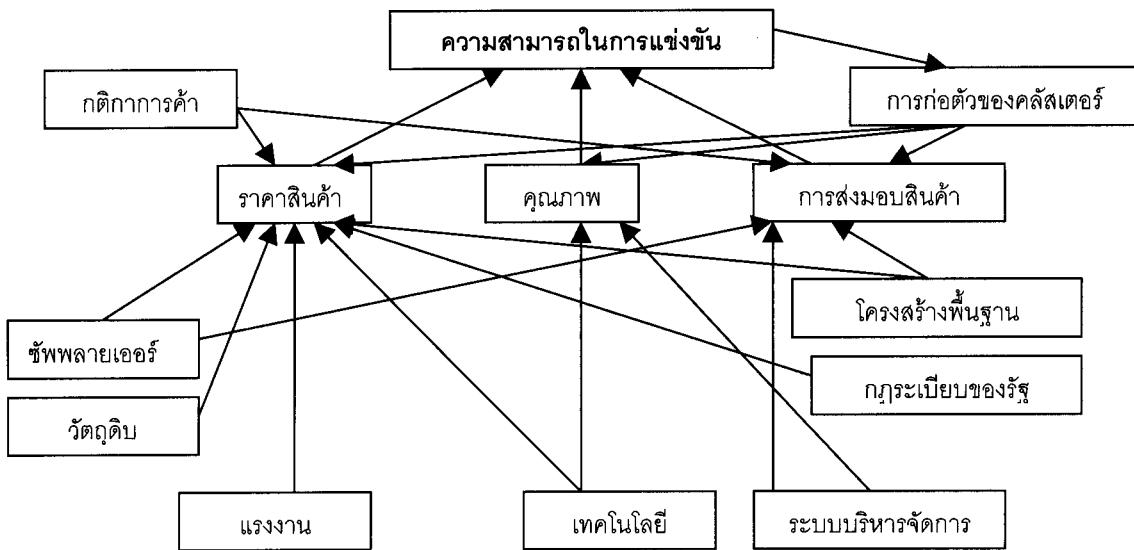
รายงานการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความไร้ประสิทธิภาพของบริการด้านโทรคมนาคมไทย ที่มีต้นทุนสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน และลดทอนขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทย

5. ผลกระทบของกฎระเบียบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสมเกียรติ ตั้งกิจวนิชย์ และเกรียงไกร วีระฤทธิพันธ์

รายงานการวิจัยนี้เป็นความพยายามในการประเมินผลกระทบต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของรัฐที่มีผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ 26 ฉบับ ซึ่งชี้ให้เห็นว่ากฎระเบียบที่มีอยู่ในปัจจุบันก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

การประชุมในกลุ่มย่อยในวันที่ 14 ธันวาคม 2545 จะมุ่งเน้นการอภิปรายในประเด็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย โดยเฉพาะการวางแผนในการแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมไทย และการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนความสามารถของประเทศไทยในต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น

ภาพแสดงปัจจัยสนับสนุนความสามารถในการแข่งขัน



เรื่อง

เพชรบุรีความท้าทายจากการกระแสโลกาภิวัตน์

กลุ่มที่ 5

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล

ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
ในระดับสากล เพื่อเพชรบุรีความท้าทายจากการกระแสโลกาภิวัตน์

โดย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ร่วมจัดโดย

มูลนิธิชัยพัฒนา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กระทรวงพาณิชย์

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน

และ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

สารบัญ

หน้า

ความนำ	1
กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)	3
ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน	3
การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ	5
กระแสโลกวิถีตัวและผลกระทบต่อประเทศไทย (Global Trends and Implications to Thailand).....	6
กระแสโลกวิถีตัว	6
ผลกระทบต่อประเทศไทย	9
ความสามารถในการแข่งขันของไทย	11
ระดับประเทศ.....	11
ระดับอุตสาหกรรม	15
ทิศทางและแนวทางการพัฒนาชี้ขาดความสามารถในระดับสากลของไทย	19
บรรณานุกรม.....	26
ภาคผนวก 1 20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดแข็งและจุดอ่อน ของความสามารถ ในการแข่งขันของไทย ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002	29
ภาคผนวก 2 ค่า RCA	33
เอกสารแนบ ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก	37

สารบัญตารางและภาพ

	หน้า
ตารางที่ 1 สัดส่วนทางการค้าของไทยต่อ GDP	1
ตารางที่ 2 การเคลื่อนย้ายเงินทุนของประเทศ.....	2
ตารางที่ 3 การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากรโลก.....	7
ตารางที่ 4 แนวโน้มอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของไทย แยกตามกลุ่มปัจจัย จัดโดย IMD . 12	
ตารางที่ 5 เปรียบเทียบอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศต่าง ๆ แยกตามกลุ่มปัจจัย ตามผลการจัดอันดับของ IMD	12
ตารางที่ 6 อันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย แยกตามกลุ่มปัจจัย ตามผลการจัดอันดับของ WEF.....	13
ตารางที่ 7 เปรียบเทียบอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียน ตามผลการจัดอันดับของ WEF.....	14
ภาพที่ 1 THE COMPETITIVENESS PARADIGM	4

ทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ในระดับสากล เพื่อเพิ่มความท้าทายจากการกระแสโลกวิถีนี้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ความนำ

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (Open Economy) มาโดยตลอด เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกและสัดส่วนของการนำเข้าต่อ มูลค่าผลผลิตมวลรวมของประเทศไทย (GDP) ซึ่งสูงถึงกว่าร้อยละ 50 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดมา (ตารางที่ 1) โดยจากการคาดการณ์ของสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) พบว่า ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยจะอยู่ที่ร้อยละ 4-5 โดยการส่งออกยังคงเป็นปัจจัยหลักที่เป็นตัวสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจ ขณะที่การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนยังเพิ่มขึ้นไม่นัก ส่วนการลงทุนและการบริโภคของภาครัฐมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องอย่างไรก็ตาม เนื่องจากภาวะการนำเข้าในช่วง 5 ปี จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น ทำให้ดุลการค้าลดลง ขณะที่ดุลบริการและเงินโอนเริ่มมีการเกินดุลน้อยลง โดยในปลายแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ประเทศไทยจะเกินดุลประมาณ 86 พันล้านบาท หรือ 2.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับต้นแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (ปี 2545) ดุลบริการและเงินโอนมีมูลค่า 150.5 พันล้านบาท หรือ 3.5 พันล้านดอลลาร์

ตารางที่ 1 สัดส่วนทางการค้าของไทยต่อ GDP

รายการ	2540	2541	2542	2543	2544p	2545p*
มูลค่าผลผลิตมวลรวม (GDP) (พันล้านบาท)	4,732.61	4,626.45	4,632.13	4,904.72	5,100.68	2,661.78
มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการ (พันล้านบาท)	2,272.11	2,723.95	2,703.31	3,289.68	3,379.57	1,659.02
มูลค่าการนำเข้าสินค้าและบริการ (พันล้านบาท)	2,205.12	1,988.91	2,120.35	2,862.27	3,071.47	1,494.16
สัดส่วนการส่งออกต่อ GDP (ร้อยละ)	47.99	58.86	58.34	67.04	66.24	62.31
สัดส่วนการนำเข้าต่อ GDP (ร้อยละ)	46.57	42.98	45.76	58.33	60.20	56.12

* ตัวเลข 6 เดือน (ม.ค. – มิ.ย. 2545)

ที่มา : สำนักเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นซึ่งทำให้เศรษฐกิจโลกมีการเปิดกว้างและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ประเทศไทยที่มีระบบเศรษฐกิจที่พิงการค้าระหว่างประเทศเป็นจักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรง และปรับเปลี่ยนรูปแบบที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร การขยายตัวของพลเมืองโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและค่านิยมทางวัฒนธรรมและชนบธรรมเนียมประเพณี นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าที่มุ่งส่งเสริมการส่งออกของไทยที่ผ่านมา ไม่ได้มีการกำหนดดยุทธศาสตร์ที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาวอย่างเป็นกระบวนการ และคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าว ส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศเป็นจักรกลในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย (Engine of Growth) ที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตที่มีความเข้มแข็งเพียงพอ

นอกเหนือจากการพึงพิงต่างประเทศในรูปแบบของการส่งออกและนำเข้าแล้ว ประเทศไทยยังต้องพึ่งพิงห้องเงินทุนและเทคโนโลยีในระดับสูงในการพัฒนาประเทศ ข้อมูลการเคลื่อนย้ายเงินทุนทั้งในรูปของเงินกู้ การลงทุนในหลักทรัพย์ และการเคลื่อนย้ายการลงทุนเพื่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศยืนยันถึงความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดของเศรษฐกิจไทยกับเศรษฐกิจโลก (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 การเคลื่อนย้ายเงินทุนของประเทศไทย

(ล้านบาท)

	1997	1998	1999	2000	2001p
Direct Investment	105,262	205,217	121,811	113,188	160,030
- Foreign Direct Investment	117,696	209,888	134,592	115,286	167,664
- Thai Direct Investment Aboard	-12,434	-4,671	-12,781	-2,098	-7,634
Other Loans	-130,397	-164,381	-165,955	-180,778	-122,607
- Foreign Loans	-132,278	-166,782	-164,157	-180,293	-123,057
- Thai Loans	1,881	2,401	-1,798	-485	450
Portfolio Investment	138,268	20,502	14,884	3,066	-29,466
- Equity Securities	122,303	14,271	35,589	35,295	595
- Debt Securities	15,965	6,231	-20,705	-32,229	-30,061

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, พฤศจิกายน 2545

กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)

ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน

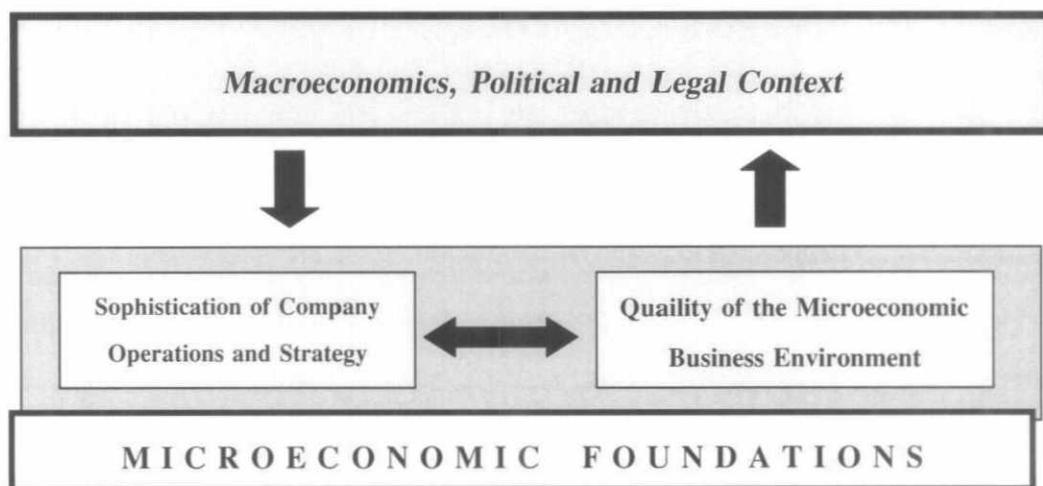
เมื่อกล่าวถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Competitiveness) ยังไม่มีนิยามที่ชัดเจนที่จะอธิบายความหมายของคำนี้ได้ ในระยะเริ่มต้นของการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นิยามของแนวคิดจะมุ่งเน้นไปที่ความสามารถของประเทศในการส่งออกสินค้าให้มากที่สุด และนำเข้าให้น้อยที่สุด ซึ่งต่อมาแนวคิดดังกล่าวได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าก่อให้เกิดปัญหาของการหดตัวทางการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจาก ทุกประเทศต่างมุ่งที่จะใช้มาตรการผลักดันให้เกิดการส่งออก โดยการลดต้นทุนการผลิตและการอุดหนุนสินค้าโดยภาครัฐ รวมทั้ง การนำมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งทางตรง และทางอ้อมมาใช้

หลายฝ่ายตระหนักว่า หัวใจของความสามารถในการแข่งขันอยู่ที่ระดับของประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งการได้ดุลการค้าเพิ่มขึ้นไม่ได้หมายความว่า ประเทศนั้นจะต้องมีประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมที่สูง นั่นหมายถึง การมองเรื่องความสามารถในการแข่งขันของประเทศในประเทศหนึ่ง ควรที่จะต้องมองถึงสมรรถนะและความพร้อมของระบบเศรษฐกิจ ทั้งระบบในเชิงพลวัตร เชิงเปรียบเทียบ ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่ต่างมองเห็นประเด็นที่จะต้องมีความเชื่อมโยงกันระหว่างการค้าระหว่างประเทศ และความเดิบโตทางเศรษฐกิจ กับการปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรส่วนใหญ่ พื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่น การคำนึงถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพิทักษ์สิทธิมนุษยชน เป็นต้น

กรอบแนวคิดดังกล่าวจึงเป็นที่มาของนิยามที่นักเศรษฐศาสตร์และนักบริหารจัดการ รวมทั้งสถาบันที่เกี่ยวข้องทั่วโลกในประเทศไทยและต่างประเทศในปัจจุบัน ได้ให้ความหมายของความสามารถในการแข่งขันที่กว้างขวางขึ้น เช่น สถาบัน *World Economic Forum (WEF)* หมายถึง ความสามารถของประเทศไทยในการเสริมสร้างและรักษามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไว้ได้ในระยะยาว โดยเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศคู่แข่ง ในขณะที่ Paul Krugman (1994) นิยามไว้ว่า คือ ความสามารถของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาดโลก ควบคู่กับการทำให้ผลเมืองของประเทศพอใจกับมาตรฐานการครองชีพที่เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับที่ รองศาสตราจารย์ ดร. ศรีณ พงศ์มหาพัฒน์ อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ให้นิยามไว้ว่า เป็นความสามารถของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของตลาดโลก และในขณะเดียวกัน ทำหน้าที่เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาและขยายรายได้ที่แท้จริง และเนื้อหาใน สมุดบกขาวการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ ที่จัดทำขึ้นโดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ครอบคลุมทั้งเรื่องความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ (International Competitiveness) และความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติ (National Competitiveness) นอกจากนี้ Professor Michael E. Porter ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ผู้ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วโลก ในฐานะเป็น

ผู้นำแนวคิดทางด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้กล่าวว่า นิยามที่เหมาะสมที่สุดของ ความสามารถในการแข่งขัน คือ ผลิตภาพ (Productivity) ที่เป็นมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นต่อหน่วย ของแรงงานและทุนของประเทศ ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณภาพและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งประสิทธิภาพในการใช้ปัจจัยการผลิตเหล่านั้นด้วย ผลิตภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดมาตรฐานความเป็นอยู่ของประเทศในระยะยาว เนื่องจาก เป็นรากฐานสำคัญของรายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศ ผลิตภาพของทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Productivity) จะเป็นตัวกำหนดอัตราค่าจ้าง ในขณะที่ผลิตภาพของทุน (Capital Productivity) จะเป็นปัจจัยกำหนดผลตอบแทนที่จะกลับสู่ผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุน การมีผลิตภาพที่สูงไม่ใช่ เพียงช่วยส่งเสริมการยกระดับรายได้ให้สูงขึ้นเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ประชาชนในประเทศมีเวลาว่างมากขึ้น และเมื่อคนมีรายได้มากขึ้น รัฐบาลก็สามารถเก็บภาษีได้มากขึ้น และสามารถจัดหาบริการสาธารณะแก่ประชาชนได้ดีขึ้น ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งด้านสุขภาพ ความปลอดภัย โอกาสที่เท่าเทียมกัน และการมีสภาพแวดล้อมที่ดี ดังนั้น Prof. Porter จึงให้ความสำคัญกับแนวคิดของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่เน้นการพัฒนาความเข้มแข็งในระดับจุลภาค คือ ระดับธุรกิจ โดยปัจจัยทางด้านมหาด ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย จะต้องมีเสถียรภาพและเหมาะสมที่จะเอื้อต่อการดำเนินงานของภาคธุรกิจ (ภาพที่ 1)

ภาพที่ 1 THE COMPETITIVENESS PARADIGM



ที่มา : Michael E. Porter, 1998

แนวคิดของความสามารถในการแข่งขัน นอกจากจะกล่าวถึงในระดับประเทศแล้ว ยังขยายขอบเขต ครอบคลุมทั้งในระดับบริษัทหรือผู้ประกอบการ และระดับอุตสาหกรรม โดยในระดับบริษัทหรือผู้ประกอบการ ความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถที่จะผลิตผลิตภัณฑ์และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเท่ากับหรือดีกว่าคู่แข่ง ด้วยความสำเร็จ คือ ผลกำไร อัตราส่วนส่งออกของการผลิต และส่วนแบ่งในตลาดโลกหรือตลาดภูมิภาค ระดับอุตสาหกรรม ความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถของบริษัทของประเทศที่จะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันต่างชาติใน

อุตสาหกรรมนั้นๆ ตัวชี้วัด คือ ผลกำไร ดุลการค้าของประเทศในอุตสาหกรรมนั้น ราคา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

จากความหมายของความสามารถในการแข่งขันตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น สรุปได้ว่า แนวคิดใหม่ส่วนใหญ่นิยาม ความสามารถในการแข่งขันคือ ความสามารถของประเทศในการเสริมสร้างและรักษามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในระยะยาว ซึ่งจะต้องเป็นทั้งการแข่งขันระดับต่างประเทศที่เป็นความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลก (Export) ควบคู่กับการแข่งขันในระดับชาติ ที่จะก่อให้เกิดความพอใจและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน ในการสร้างให้มูลค่าเพิ่มขึ้นได้ในระยะเวลาดังกล่าว ต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

1. **โอกาส (Opportunity)** เป็นโอกาสของประเทศในตลาดโลก ที่เกิดจากกระแสโลกวัตน์ อันเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่สามารถที่จะใช้โอกาสดังกล่าวเป็นหนทางในการเพิ่มความสามารถการแข่งขันของประเทศที่จะนำไปสู่การสร้างให้มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ในระยะยาว อย่างไรก็ตาม กระแสโลกวัตน์ไม่ได้เพียงก่อให้เกิดโอกาส แต่อาจก่อให้เกิดข้อจำกัดของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ที่จำเป็นต้องคำนึงถึงและปรับตัวเพื่อเปลี่ยนข้อจำกัดดังกล่าวให้เป็นโอกาสของประเทศต่อไป

2. **ความสามารถ (Capability)** ของประเทศในปัจจัยสนับสนุนต่างๆ (Enabling factors) ที่จะช่วยทำให้เกิดโอกาสที่มีอยู่สามารถนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ ซึ่งความสามารถจะประกอบด้วย ความสามารถที่มีอยู่แล้วซึ่งถือเป็นทุนของประเทศได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนทางกายภาพ (Physical Capital) ทุนทางการเงิน (Financial Capital) และความสามารถที่สร้างเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับโอกาสที่ได้รับ

3. **กลยุทธ์การพัฒนา (Strategy)** เป็นกระบวนการที่จะวิเคราะห์และประเมินโอกาสและความสามารถที่มีอยู่ให้ออกมาในรูปของกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสม ภายใต้การกำหนดตำแหน่ง (Position) ของประเทศที่ชัดเจน เพื่อนำประเทศไปสู่การแข่งขันในระดับสากลที่เป็นเชิงรุก (Offensive Strategy) ตามโอกาสและความสามารถที่มีอยู่และความสามารถที่จะพัฒนาให้ดีขึ้นได้ และในเชิงรับ (Defensive Strategy) เพื่อการรักษาและคงไว้ซึ่งความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศสำหรับเป็นฐานของการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชนโดยทั่วไป

กระแสโลกวิถีน์และผลกระทบต่อประเทศไทย (Global Trends and Implications to Thailand)

กระแสโลกวิถีน์

นักเศรษฐศาสตร์หลายท่านต่างยอมรับกันว่า กระแสโลกวิถีน์มีอิทธิพลต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยต่างๆ ในโลก โดยเฉพาะประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงและพึ่งพิงกับต่างประเทศสูง ดังเช่น ประเทศไทย จากการประมวลผลการศึกษาและคาดการณ์ของนักวิชาการหลายท่านได้ข้อสรุปถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เป็นประเด็นสำคัญและเกี่ยวข้องกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงลักษณะประชากร (The New Demographics) ประชากรของโลกจะเพิ่มขึ้นจาก 6.1 พันล้าน ในกลางปี 2001 เป็น 7.8 พันล้านในปี 2025 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 หรือร้อยละ 1.2 ต่อปี) ทั้งนี้ ร้อยละ 95 ของประชากรที่เพิ่มขึ้นจะอยู่ในประเทศไทยกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในเขตเมือง แนวโน้มประชากรโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงโครงสร้างและพฤติกรรม โดยประชากรสูงอายุ (มากกว่า 50 ปีขึ้นไป) จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ในขณะที่ประชากรวัยหนุ่มสาว (Young Generation) จะมีสัดส่วนลดลง โดยเฉพาะในประเทศไทยที่พัฒนาแล้ว ทั้งนี้ เนื่องจากอัตราการเกิดของประเทศไทยพัฒนาแล้วต่ำลง ประกอบกับคนจะมีสุขภาพดีและอายุยืนมากขึ้น (ตารางที่ 3) นอกจากนี้ ค่านิยม และพฤติกรรมของประชากรจะเปลี่ยนแปลงไปเร็วมากจนยากที่จะคาดเดา การเปลี่ยนแปลงลักษณะประชากรทั้งหมดดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลกระทบสำคัญ คือ

1.1 การสิ้นสุดของตลาดเดียว (The End of Single Market) เดิมตลาดของประเทศไทยที่พัฒนาแล้วจะมีลักษณะ Homogeneous โดยมีกลุ่มวัยรุ่นเป็นผู้ครอบครองตลาดส่วนใหญ่ แต่ต่อไปในอนาคต ตลาดจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนอย่างชัดเจน คือ

(1) ตลาดของผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันทั้งด้านความเลื่อมประสิทธิภาพของร่างกาย การให้บริการเพื่อความบันเทิง เช่น การท่องเที่ยว เป็นต้น

(2) ตลาดของกลุ่มวัยรุ่น ผลิตภัณฑ์และบริการส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อความสะดวกและรวดเร็วในการใช้ชีวิตประจำวัน ความฟุ่มเฟือยในรูปแบบต่างๆ แม้กระทั่งการศึกษาซึ่งจะมีรูปแบบที่เป็น New Luxury Youth Market โดยเฉพาะในตลาดศึกษาต่อเนื่องของผู้ที่มีพื้นฐานการศึกษาดีอยู่แล้ว ขณะนี้กำลังเป็นธุรกิจที่เติบโตเร็วที่สุด เนื่องจาก ครอบครัวที่มีลูกคนเดียวมักจะลงทุนค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาของลูกสูงมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาต่อหัวเท่ากับค่าใช้จ่ายการศึกษาในอดีตของเด็ก 4-5 คนรวมกัน ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีสูง เช่น Nanotechnology และ Material Technology เป็นต้น รวมทั้งก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่า “Culture Product” ที่มีความเหมือนกันในวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ การบริโภค และผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าจำพวก Franchise ต่างๆ

สัญญาณของปรากฏการณ์ดังกล่าวปรากฏให้เห็นแล้วในธุรกิจบริการด้านการเงิน (Financial Services) ที่ขณะนี้การค้าหุ้นในตลาดสินค้าประเภท High Technology ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นของคนอายุน้อยกว่า 45 ปี ส่วนการลงทุนในตลาดกองทุนอื่น (Mutual Fund) ที่เน้นในเรื่องของการลงทุนเพื่อการออม ลูกค้าจะเป็นผู้สูงอายุ

1.2 การระบุประมาณรายจ่ายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกับประเทศกำลังพัฒนาซึ่งโครงสร้างของประชากรวัยสูงอายุที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นมาก จะมีผลต่อค่าใช้จ่ายของรัฐบาลที่จะเพิ่มขึ้นจากเงินสงเคราะห์ผู้สูงอายุ เนื้ยบ้านญี่ปุ่น และค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล เช่นเดียวกับประเทศกำลังพัฒนาที่แนวโน้มดังกล่าวก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกันแต่ในอัตราที่ต่ำกว่า

1.3 การเคลื่อนย้ายแรงงานจากประเทศกำลังพัฒนาไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว (Mobility of Labour) โดยเฉพาะแรงงานฝีมือหรือแรงงานที่มีความรู้ (Skilled Labor/Knowledge Labor) ซึ่งเป็นที่ต้องการและมีบทบาทมากในระบบเศรษฐกิจ ในทางตรงกันข้าม จะมีการเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีทักษะต่ำไปยังประเทศกำลังพัฒนาเพื่อลดจำนวนแรงงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจโลกจะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความยุ่งเหยิงของโครงสร้างการทำงานในสังคมที่กำลังพัฒนา โดยการสร้างให้เกิดการจ้างงานที่ขาดเสียรากพื้นฐาน งานที่ต้องการความชำนาญหลายอย่างอาจถูกลดระดับลง หรือถูกทดแทนด้วยแรงงานที่ต่ำกว่าระดับจริง นอกเหนือจากนั้น จะก่อให้เกิดปัญหาเมืองใหญ่ (Mega City) ที่ต้องมีการวางแผนการพัฒนาเมืองที่ป้องกันและจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม ทางเศรษฐกิจ ทางโครงสร้างพื้นฐาน และทางด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 3 การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากรโลก

ภูมิภาคหรือประเทศ	ประชากร กลางปี ค.ศ.2001 (ล้านคน)	จำนวนประชากร คาดประมาณ (ล้านคน)		ร้อยละของประชากร ในกลุ่มอายุ (ร้อยละ)		ประชากร ใน เขตเมือง (ร้อยละ)
		ปี 2025	ปี 2050	อายุ 15	อายุ 65	
โลก	6,137	7,818	9,036	30	7	46
ประเทศพัฒนาแล้ว	1,193	1,248	1,242	18	14	75
ประเทศกำลังพัฒนา	4,944	6,570	7,794	33	5	40
ประเทศกำลังพัฒนา ^(ไม่รวมจีน)	3,671	5,139	6,425	36	4	41

ที่มา : ประชากรโลก 2001, วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2001

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว สาเหตุจากการเปลี่ยนแปลงในค่านิยมและพฤติกรรมของประชากรทำให้ตลาดเปลี่ยนแปลงเร็ว จำเป็นที่ผู้ผลิตจะต้องมีความพร้อมรับกับการปรับเปลี่ยนโดยต้องพร้อมในการที่จะคิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ (Innovation) และใช้ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมของประสบการณ์และภูมิปัญญา มองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

2. ความเหลื่อมล้ำของความรู้ (Knowledge Divide) จะเกิดขึ้นในระดับระหว่างประเทศและในระดับประเทศ ซึ่งเกิดขึ้นจากความไม่เท่าเทียมกันของความสามารถและความจริงจังในการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกิดจากการศึกษา (Education) ข้อมูลข่าวสาร (Information) และการวิจัย (Research) ของประเทศหนึ่งเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ และการพัฒนาองค์ความรู้ของคนในประเทศที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ประเทศที่มีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องจะเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในสังคมเศรษฐกิจการเมืองโลกที่อาศัยองค์ความรู้ในการพัฒนามากกว่าปัจจัยทางทรัพยากร (Comparative Advantage) ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศต่าง ๆ ในลักษณะดังนี้

2.1 การศึกษาเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทั้งในระบบและนอกระบบขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก จากการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Economy) ซึ่งความรู้มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในทุกส่วนของการผลิต เพื่อลดต้นทุน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ และเพื่อลดการพึงพิงแรงงานที่ขาดแคลน จำเป็นที่ประชากรในทุกเพศ ทุกวัย ต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ดังกล่าว โดยเฉพาะประชากรในวัยทำงานที่ต้องมีความพร้อมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดแรงงานที่มีความต้องการทักษะและฝีมือ

2.2 การวิจัยและพัฒนาจะมีความสำคัญมากขึ้น ทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพที่จะต้องเชื่อมโยงกับการพัฒนาในเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะในเรื่องของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ ทันสมัย และกระจายอย่างทั่วถึง

3. ภาวะกำลังการผลิตส่วนเกิน (Overcapacity) ในสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุด้วยกัน ได้แก่ การเข้ามาใหม่ของประเทศกำลังพัฒนา เช่น จีน และเม็กซิโก เป็นต้น การหดตัวของความต้องการ (Demand Contract) การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งการเพิ่มขึ้นในความรู้ ความสามารถและทักษะฝีมือแรงงาน ก่อให้เกิดผลกระทบสำคัญ 2 ประการดังนี้

3.1 ภาวะ “Global Deflation” ราคสินค้าส่วนใหญ่ทั่วโลกมีราคาถูกลง โดยเฉพาะสินค้าที่สามารถผลิตได้ในประเทศกำลังพัฒนาที่มีค่าแรงงานถูก เช่น ประเทศไทย เป็นต้น การแข่งขันจึงอยู่ในลักษณะของการลดต้นทุนการผลิต โดยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หรือการเป็นผู้นำในการคิดค้นประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

3.2 ภาวะ “Growth with Unemployment” อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจโลกจะสูงขึ้น เช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในช่วงปี 1960 และ 1970 อันเนื่องจากแรงกดดันทางการเมือง เพื่อให้มีมาตรฐานการครองชีพดีขึ้น การมีนโยบายเศรษฐกิจที่ดีขึ้น การเพิ่มขึ้นในการค้าและการลงทุนกับต่างประเทศ การกระจายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) และภาคเอกชนมีพลวัต (Dynamic) มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การขยายตัวทางเศรษฐกิจดังกล่าวลับก่อให้เกิดปัญหาการว่างงานมากขึ้น ที่เห็นได้ชัดเจนคือ ในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งใน 20 ปี曩หน้า มีการคาดการณ์ไว้ว่าผลผลิตภาคอุตสาหกรรมในประเทศพัฒนาแล้วจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 2 เท่า ในขณะที่การจ้างงานในอุตสาหกรรมจะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 10-20 ของกำลังแรงงานรวม ทั้งนี้ เป็นผลจากการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งการลด

บทบาทของภาคอุตสาหกรรมในฐานะผู้สร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศจะนำไปสู่การรวมพลังของกลุ่มคนมากขึ้น เพื่อให้รัฐเข้ามาปกป้องทางการค้าในรูปแบบใหม่ (The New Protectionism) เช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นกับสินค้าเกษตร แต่ภาระการว่างงานดังกล่าวจะบรรเทาได้ในระดับหนึ่งจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมและอาชีพทางด้านบริการที่มีแนวโน้มเพิ่มความสำคัญขึ้นมากในอนาคต

4. การพึ่งพิงและร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น (More Interdependent) ในทุกระดับ เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) ได้แก่ การขยายตัวขององค์กรทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมืองระดับโลกขนาดใหญ่ เช่น WTO และ IMF เป็นต้น การปรับเปลี่ยนรูปแบบของข้าวอาบานางจาก Bipolar มาเป็น Multipolar ปัญหาผู้ก่อการร้ายข้ามชาติ (Terrorism) ซึ่งทำให้ประเทศต่างๆ ต้องอยู่ภายใต้ข้อจำกัดมากขึ้น อันนำไปสู่ความต้องการที่เพิ่มขึ้นในการเจรจาต่อรองและการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในรูปแบบที่หลากหลายทั้งในระดับทวิภาคี (Bi-lateral) ในระดับภูมิภาค (Regional) และระดับโลก เพื่อสร้างความสมดุลย์ของอำนาจการเมืองและทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศและภูมิภาคทั้งที่มีอยู่เดิมและที่เกิดขึ้นใหม่

ในระดับประเทศ ถึงแม้ว่าจะเข้าไปมีบทบาทในเวทีโลกมากขึ้น แต่ภาคธุรกิจและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรจะมีบทบาทมากขึ้นทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศเช่นเดียวกัน จึงต้องอาศัยความร่วมมือของทั้งภาครัฐและเอกชน โดยแนวโน้มในอนาคต พลเมืองจะยังคงใช้การเมืองนำการดำเนินธุรกิจ เนื่องจาก การเมืองจะมีการปรับตัวเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการปรับโครงสร้างของธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ให้มีความสามารถในการสร้างความร่วมมือ เพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นในการเคลื่อนไหวของข้อมูล เทคโนโลยีสมัยใหม่ การอพยพ และอิทธิพลของภาคธุรกิจและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

สำหรับในระดับธุรกิจ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อการตัดสินใจของภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก องค์กรทางด้านข้อมูลข่าวสารหรือองค์กรที่มีข้อมูลข่าวสารมากจะมีอำนาจมากขึ้น ทำให้เกิดการผลักดันที่จะให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนก่อนการตัดสินใจ โดยอาศัยการสร้างความร่วมมือกันระหว่างภาคธุรกิจมากกว่าการมุ่งที่จะแข่งขันกัน อย่างไรก็ตาม ความร่วมมือจะสำเร็จได้จำเป็นต้องอาศัยความโปร่งใสและเปิดเผย ทั้งของภาครัฐและภาคธุรกิจที่จะมีให้กัน (Good Governance and Corporate Governance)

ผลกระทบต่อประเทศไทย

แนวโน้มสถานการณ์โลกในอนาคตที่คาดการณ์ไว้อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศไทยทั้งในเชิงบวก ซึ่งถือเป็นโอกาสของประเทศไทยในการที่จะแสวงหาผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และเชิงลบ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยที่จะต้องได้รับการแก้ไขและพัฒนาเพื่อปรับข้อจำกัดเหล่านั้นให้เป็นโอกาสของประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากแนวโน้มดังกล่าว ผลกระทบที่จะมีต่อประเทศไทยสรุปได้ดังนี้

1. โอกาส จากโครงสร้างประชากรที่จะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นในประเทศพัฒนาแล้ว จะสร้างโอกาสให้กับประเทศไทยที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายตลาดทางด้านสินค้าและบริการที่มีศักยภาพและข้อได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ และแรงงาน รวมทั้งความรู้ความชำนาญที่มีอยู่เดิม (ทางวัฒนธรรม) เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แรงงานและฝีมือเฉพาะด้าน สินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ (นวดแผนโบราณ / สมุนไพร) และบริการทางด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าและบริการที่สามารถเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระดับโลกที่มีชื่อเสียง เช่น ประเทศไทย เป็น例ที่ดี

2. ข้อจำกัด ประกอบด้วย

2.1 นโยบายการเงินการคลังมีประสิทธิภาพน้อยลง สาเหตุจากการงบประมาณรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างประชากร กระทบต่องบประมาณด้านการรักษาพยาบาล เนื้ยบ้านาญและเงินสวัสดิการผู้สูงอายุต่าง ๆ รวมทั้ง กระแสการเปลี่ยนแปลงขององค์ความรู้ และบทบาทภัยติดตามรัฐธรรมนูญ ส่งผลให้งบประมาณทางด้านการศึกษาของภาครัฐเพิ่มขึ้น เพื่อเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ของประชากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก นอกจากนี้ ปัญหานี้สามารถที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องของประเทศต่าง ๆ ในโลก การขาดความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบาย โดยเฉพาะนโยบายเศรษฐกิจและการเงินที่จะเพิ่มความเสี่ยงของราตรัพย์สินและก่อให้เกิดปัณหา Credit Bubble ซึ่งมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากขึ้น

จากการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่สอดรับกับผลการศึกษาของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) รายจ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินนโยบายของรัฐบาลในด้านการศึกษาและสาธารณสุข รวมทั้งรายจ่ายอื่น ๆ ทำให้ฐานะทางการคลังของไทยประสบปัญหาการขาดดุลงบประมาณในระดับสูง ทำให้ยอดหนี้สาธารณะเพิ่มขึ้น อันจะนำไปสู่ความไม่มั่นใจในเสถียรภาพด้านการคลังของประเทศ และยากที่จะจัดทำงบประมาณให้เข้าสู่สมดุล

2.2 การขยายตัวของกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล แม้ด้านความเป็นเมืองของประเทศไทยจะยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ เช่น ญี่ปุ่น สาธารณนาจักร และอินโดนีเซีย เป็นต้น แต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ยังคงเจริญอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลจะส่งผลให้การอพยพเข้ามาของแรงงานเพื่อการมีงานทำจะมีมากขึ้น เช่นเดียวกับในเมืองหลวงขนาดใหญ่ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และโครงสร้างพื้นฐาน ที่จะต้องได้รับการปรับปรุงและแก้ไขให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

2.3 ปัญหาด้านแรงงาน

(1) ขาดแรงงานที่มีความรู้และทักษะ เนื่องจากการอพยพไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วเพื่อค่าตอบแทนที่สูงกว่า ในขณะที่แรงงานส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะเป็นแรงงานขาดความรู้และทักษะ ที่ส่วนหนึ่งอพยพมาจากต่างประเทศ

(2) ภาระการว่างงานในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งจะเกิดขึ้นเช่นเดียวกับประเทศต่าง ๆ ในโลก อันเนื่องจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประกอบกับความรู้ ความสามารถของแรงงานที่ทำให้ผลิตภาพสูงขึ้น

2.4 ภาระการแข่งขันสูงขึ้นและราคาสินค้าต่ำลง โดยเฉพาะสินค้าที่มีความต้องการในตลาดโลกสูง และสินค้าที่ประเทศใหม่ เช่น จีน และเม็กซิโก เป็นต้น สามารถผลิตได้ อันเนื่องจากข้อได้เปรียบททางด้านแรงงานราคาถูก ความรู้ ความสามารถทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งนวัตกรรม และผลิตภาพที่สูง (High Productivity) ของประเทศเหล่านั้น

2.5 แพชญกับข้อกีดกันทางการค้าทั้งที่อยู่ในรูปของภาษีและที่มิใช่ภาษี (*Non-tariff Barriers : NTB*) มากขึ้น เนื่องจาก การขยายตัวของเศรษฐกิจโลกเป็นไปอย่างช้า ในขณะที่ การเพิ่มขึ้นของการรวมหัวอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองในระดับต่างๆ รวมทั้ง ปัญหาการว่างงานในภาคอุตสาหกรรมที่ทำให้ประเทศส่วนใหญ่ต้องปักป้อมประชากรและอุตสาหกรรมในประเทศเพิ่มขึ้น

ความสามารถในการแข่งขันของไทย

การรัฐดึงผลกระทบของกระแสโลกวิวัฒน์ที่มีต่อประเทศไทยทั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัด เป็นการมองปัจจัยต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจากภายนอก จำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องมองปัจจัยจากภายในที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและความสามารถของประเทศที่จะปรับตัวเพื่อรับรับกับโอกาสและข้อจำกัดที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว

ระดับประเทศไทย

ในปัจจุบันการประเมินสถานะทางการแข่งขันของประเทศอันเป็นที่เชื่อถือและยอมรับทั่วโลก ซึ่งค่อนข้างจะครอบคลุมปัจจัยที่กว้าง ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค ได้แก่ การจัดอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของสถาบันระดับนานาชาติ 2 แห่ง คือ สถาบันนานาชาติเพื่อพัฒนาด้านการจัดการ (International Institute for Management Development: IMD) เป็นสถาบันการศึกษาที่มีผู้นำด้านธุรกิจจากทั่วโลกเข้ารับการศึกษา ฝึกอบรม โดยได้จัดทำรายงาน The World Competitiveness Yearbook ทุกปี ซึ่งได้วิเคราะห์และจัดอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ 49 ประเทศทั่วโลก โดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยชี้วัด 4 กลุ่ม คือ คีย์ภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Performance) ประสิทธิภาพของรัฐบาล (Government Efficiency) ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) และโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และสถาบัน World Economic Forum : WEF ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการจัดลำดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ ทั่วโลก 79 ประเทศ โดยใช้ดัชนีวัดความสามารถในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Growth Competitiveness Index : GCI) เป็นเกณฑ์ในการจัดลำดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ประกอบด้วย กลุ่มปัจจัยชี้วัดที่สำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ ระดับความ

ก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สถาบันภาครัฐ และสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค ในปี 2545 สถาบันทั้ง 2 แห่งได้จัดอันดับชี้ด้วยความสามารถในการแข่งขันของไทยไว้ดังนี้

1. สถาบันนานาชาติเพื่อพัฒนาด้านการจัดการ (International Institute for Management: IMD) ผลการจัดอันดับในปี 2545 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 34 นับว่าดีขึ้นจากปีก่อน 4 อันดับ มากที่สุด เมื่อเทียบกับการเพิ่มขึ้นของอันดับประเทศในแถบเอเชียอื่นๆ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย จีน และ เกาหลี แต่ยังอยู่ในอันดับที่ 8 จาก 11 ประเทศในแถบเอเชียที่อยู่ในการจัดอันดับ โดยความสามารถในการแข่งขันของไทยทุกกลุ่มอยู่ในอันดับที่สูงขึ้น ยกเว้น กลุ่มของบทบาททางด้านเศรษฐกิจ (Economic Performance) ที่ลดลงจากอันดับ 15 ในปีที่แล้วมาเป็นอันดับที่ 32 มาจากปัจจัยที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ การขยายตัวของการส่งออกในบริการทางการค้า การไหลและสต็อกของเงินทุนทางตรงจากต่างประเทศ (Direct Investment Flows Abroad) รายได้ประชาชาติต่อหัว ทรัพย์สินและหนี้สินจากการลงทุนในหลักทรัพย์ สัดส่วนการว่างงานของวัยรุ่น (ต่ำกว่า 25) ดัชนีทางการค้า (Terms of Trade Index) (ตารางที่ 4 และ ตารางที่ 5)

ตารางที่ 4 แนวโน้มอันดับชี้ด้วยความสามารถในการแข่งขันของไทย แยกตามกลุ่มปัจจัย จัดโดย IMD

กลุ่มปัจจัย	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ภาพรวม	31	41	36	35	38	34
ศักยภาพทางเศรษฐกิจ	28	32	40	15	15	32
ประสิทธิภาพของธุรกิจ	23	36	28	30	39	27
ประสิทธิภาพของครุภัณฑ์	33	44	42	42	44	38
โครงสร้างพื้นฐาน	40	41	38	37	40	38

ที่มา : IMD World Competitiveness Yearbook, 2002

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบอันดับชี้ด้วยความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศต่างๆ

แยกตามกลุ่มปัจจัย ตามผลการจัดอันดับของ IMD

ประเทศ	ภาพรวม	ศักยภาพทางเศรษฐกิจ	ประสิทธิภาพของธุรกิจ	ประสิทธิภาพของครุภัณฑ์	โครงสร้างพื้นฐาน
สิงคโปร์	5 (2)	15 (3)	1 (1)	11 (10)	7 (5)
ไต้หวัน	24 (18)	40 (29)	21 (20)	18 (19)	20 (16)
เกาหลี	27 (28)	24 (19)	25 (31)	27 (31)	28 (34)
มาเลเซีย	26 (29)	25 (13)	19 (26)	25 (36)	26 (38)
ไทย	34 (38)	32 (15)	27 (39)	38 (44)	38 (40)
ฟิลิปปินส์	40 (40)	33 (40)	37 (37)	44 (41)	44 (41)
อินโดนีเซีย	47 (49)	41 (46)	45 (45)	49 (48)	49 (49)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือ อันดับในปี 2544

ที่มา : IMD World Competitiveness Yearbook, 2002

2. สถาบัน World Economic Forum : WEF ในปี 2545 อันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของไทยได้เลื่อนขึ้น 2 อันดับ จากเดิมอันดับที่ 33 ในปี 2544 มาเป็นอันดับที่ 31 ในปี 2545 ซึ่งเป็นทิศทางที่สอดคล้องกับการจัดอันดับของ IMD ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนมาจากการมีเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจที่เลื่อนขึ้นจากอันดับที่ 34 ในปี 2544 มาเป็นอันดับที่ 8 ในปี 2545 เนื่องจาก ปัจจัยภายในและภายนอกประเทศของไทย เช่น เงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน และเงินสำรองระหว่างประเทศมีเสถียรภาพ และเศรษฐกิจไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการส่งออกเริ่มขยายตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี 2545 เป็นต้นมา นอกจากนี้ ความโปร่งใสของการบริหารงานในหน่วยงานรัฐบาลและความเข้มงวดของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาครัวเรือน ทำให้ดัชนีทางด้านสถาบันภาครัฐเพิ่มขึ้น 2 อันดับ คือ จากอันดับที่ 41 ในปี 2544 มาเป็นอันดับที่ 39 ในปี 2545 อย่างไรก็ตาม อันดับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของประเทศไทยเป็นอันดับต่ำลงเล็กน้อย จากอันดับที่ 39 ในปี 2544 เป็นอันดับที่ 41 ในปี 2545 สาเหตุจากการขาดประสิทธิภาพในเรื่องของนวัตกรรม (Innovation) และความก้าวหน้าทาง ICT ที่ยังคงไม่รุดหน้ามากนัก และเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกัน พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยอยู่ในอันดับที่สูงกว่าประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งในอาเซียน แต่อยู่ในอันดับต่ำกว่าประเทศไทยสิงคโปร์และมาเลเซีย

นอกจากการจัดอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยแล้ว WEF ยังได้จัดอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันระดับจุลภาค โดยเป็นการสำรวจผลการดำเนินงานและความคิดเห็นของบริษัทเอกชนชั้นนำของประเทศ ซึ่งเป็นการพิจารณาจากระดับความก้าวหน้าของแผนปฏิบัติการของบริษัทที่เกี่ยวพันกับระดับทักษะของแรงงาน ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยพื้นฐาน และคุณภาพของงานวิจัย รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจตามแนวคิดคุณภาพของปัจจัยการผลิต แนวทางการดำเนินงานของบริษัทและสภาพคู่แข่งขัน คุณภาพของความต้องการภายในประเทศ และระดับของอุตสาหกรรมเชื่อมโยงต่างๆ (ตารางที่ 6 และตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 อันดับชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย แยกตามกลุ่มปัจจัย ตามผลการจัดอันดับของ WEF

	2544	2545
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	39	41
- การคิดค้นสิ่งใหม่ๆ	47	40
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	53	52
- การถ่ายทอดเทคโนโลยี	8	5
สถาบันภาครัฐ	41	39
- การแก้ไขปัญหาความชัดเจ้งทางกฎหมาย	33	38
- ระดับการคอร์รัปชัน	58	43
สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	16	11
- ความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ	34	8
- ความน่าเชื่อถือของประเทศ	41	45
- รายจ่ายภาครัฐต่อ GDP	3	10
ภาพรวม	33	31

ที่มา : WEF Global Competitiveness Report, 2002

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยกับกลุ่มประเทศเอเชียตามผลการจัดอันดับของ WEF

	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	ไทย	เกาหลีใต้	อินدونีเซีย
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	17	26	52	41	18	65
- การคิดค้นสิ่งใหม่ๆ	20	52	45	40	11	63
- ความก้าวหน้าทาง IT	5	32	63	52	19	73
- ภารถายทอดเทคโนโลยี	-	1	9	5	*	15
สถาบันภาครัฐ	7	33	70	39	32	77
- การแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางกฎหมาย	9	34	63	38	28	68
- ระดับการคอร์รัปชัน	5	34	76	43	38	77
สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	1	20	32	11	10	53
- เศรษฐกิจทางเศรษฐกิจ	1	7	50	8	10	45
- ความน่าเชื่อถือของประเทศ	18	37	53	45	29	74
- รายจ่ายภาครัฐต่อ GDP	11	37	17	10	23	19
ภาพรวม	4	27	61	31	21	67

ที่มา : WEF Global Competitiveness Report, 2002

จากข้อมูลของสถาบันจัดอันดับดังกล่าว สามารถนำมาสรุปถึงศักยภาพและความสามารถของประเทศไทยในทุนของประเทศทั้ง 4 ประเภทดังนี้

1. **ทุนมนุษย์ (Human Capital)** ประเทศไทยจัดได้ว่ามีศักยภาพทางด้านประชากรในหลายด้าน ได้แก่ โครงสร้างประชากรในวัยทำงานอยู่ในเกณฑ์ที่สูง (Dependency Ratio ต่ำ) ค่าตอบแทนและสวัสดิการทางด้านแรงงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีสัดส่วนการทำงานสูง และไม่สูญเสียกำลังแรงงานที่มีการศึกษาสูงออกไปทำงานต่างประเทศมาก ขณะเดียวกัน มีจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไขและปรับปรุงในหลายด้าน เช่น ระดับการศึกษาต่ำ แรงงานที่มีทักษะตามความต้องการทางเศรษฐกิจของประเทศไทยไม่มากนัก ซึ่งนำมาสู่ปัญหามีผลิตภาพทางด้านแรงงานต่ำ (Low Labor Productivity) การว่างงานของวัยรุ่นสูง และด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศต่ำ เป็นต้น

2. **ทุนทางสังคม (Social Capital)** ประเทศไทยจัดได้ว่ามีข้อได้เปรียบทลายประเทศทางด้านดัชนีค่าครองชีพต่ำ (Low Cost of Living) ไม่มีปัญหาการแบ่งแยกทางเพศ เชื้อชาติ และศาสนา ที่สำคัญคือ การมีวัฒนธรรมของประเทศที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่สนใจของต่างประเทศ ในขณะที่จุดอ่อนทางสังคมของประเทศไทยเป็นเรื่องของความสามารถในการให้บริการทางการแพทย์ที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างทั่วถึง และการเปิดประเทศมากจนทำให้กระแสโลกาภิวัตน์มีผลต่อเศรษฐกิจและสังคมของไทยสูง

3. **ทุนทางการเงิน (Financial Capital)** ระบบภาษีทั้งประสิทธิภาพของการจัดเก็บและความเหมาะสมของอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นจุดแข็งที่สำคัญของประเทศไทย เช่นเดียวกับ ปัจจัยทางด้านการลงทุนต่างๆ ได้แก่ ดัชนีตลาดทุนที่มีเสถียรภาพ ต้นทุนของการลงทุน (Cost of Capital) และนโยบายการลงทุน ที่จูงใจนักลงทุนทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยจุดอ่อนทางการเงินของไทยคือ ความ

สามารถในการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อต่าง ๆ และความเป็นอิสระในการควบคุมการบริหารจัดการกิจกรรมภายในประเทศของนักลงทุนจากต่างประเทศ

4. ทุนทางกายภาพ (Physical Capital) ที่พอกันได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทยคือการมีทรัพยากรธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ ถึงแม้จะลดลงมากแล้วก็ตาม ล้วนใหญ่ประเทศไทยขาดศักยภาพทางด้านทุนทางกายภาพ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ ได้แก่ จำนวนและการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ต่อประชากรต่า ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาต่า ซึ่งรวมไปถึงการขาดประสิทธิภาพของการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการวิจัยและพัฒนา การขาดทักษะทางด้านเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร (Information Technology Skills) ประชาชนส่วนใหญ่โดยเฉพาะวัยรุ่นไทยขาดความสนใจในการเรียนรู้และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี และการขาดปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี (ภาคผนวก 1)

ระดับอุตสาหกรรม

นอกเหนือจากการจัดอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศของ 2 สถาบันตั้งกล่าวแล้ว ยังได้มีการศึกษาเพื่อจัดกลุ่มศักยภาพอุตสาหกรรมและจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย ซึ่งรายงานนี้จะยกตัวอย่าง 4 กรณีศึกษา ได้แก่

1. ผลการศึกษาของ ดร.ชัยฤทธิ์ ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2001) ในเอกสารชื่อ “Thailand’s International Competitiveness: Some Indicators” ชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของไทยโดยเปรียบเทียบกับ 8 ประเทศในเอเชีย โดยใช้วิธีการ Revealed Comparative Advantage (RCA) ที่ว่าเราที่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศในแข่งของสัดส่วนการส่งออกในตลาดโลก ได้ข้อสรุปว่า สินค้าส่งออกของไทยที่มีศักยภาพเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านดังกล่าว ได้แก่ สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม รองเท้า หนังสัตว์และผลิตภัณฑ์หนังสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากแร่โอลิฟ เครื่องใช้และเครื่องจักรกลไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก และผลิตภัณฑ์โลหะ (ภาคผนวก 2 ตาราง 1) นอกจากนั้น การศึกษานี้ยังได้จัดกลุ่มสินค้าของประเทศไทยตามความสามารถในการแข่งขันออกเป็น 4 กลุ่ม โดยพิจารณาจากค่า RCA และ Domestic Resource Cost (DRC) ที่วัดต้นทุนของการใช้ทรัพยากรถูกในประเทศไทยสำหรับการผลิตสินค้าส่งออกเพื่อให้ได้เงินตราต่างประเทศมา 1 หน่วย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง ประกอบด้วย ข้าวสาร ยางแผ่นและยางแท่ง เครื่องส่วนไส ผักและผลไม้ระป่อง สินค้าเกี่ยวกับสายตาและการตัดรูป ผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ ปลากระป่อง เลือดผ้าสำเร็จรูป ยางรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน การตกแต่งหนังสัตว์ เครื่องมือและเครื่องจักรที่ใช้ในบ้านและสำนักงาน เฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งไม้ อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้าที่ไม่ได้ทำจากยางนาพื้ก ลวดและเคเบิล อุปกรณ์ไฟฟ้าอื่น ผลิตภัณฑ์โลหะพื้นฐาน (ภาคผนวก 2 ตาราง 2)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับปานกลาง ประกอบด้วย อุตสาหกรรมน้ำตาล ขนมหวาน อาหารสัตว์ วิทยุ โทรทัศน์และเครื่องมือสื่อสาร รถจักรยานและรถจักรยานยนต์ อุปกรณ์กีฬาและสันทนาการ (ภาคผนวก 2 ตาราง 3)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันในขอบเขตจำกัด ประกอบด้วย การถักทอผ้า เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องมือและอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ (ภาคผนวก 2 ตาราง 4)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับต่ำ ได้แก่ ชาและกาแฟ การกลั่นสุรา พลิตภัณฑ์ยาสูบ โรงเรือย ผลิตภัณฑ์ไม้และจุก็อก กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ การกลั่นน้ำมัน พลิตภัณฑ์จากน้ำมันอื่นๆ เคเมอุตสาหกรรมพื้นฐาน ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช พลาสติกและไฟเบอร์ สีและแลตเกอร์ ผลิตภัณฑ์ยา สมุนไพรและเครื่องทำความสะอาด เครื่องสำอาง ไม้ขีด ผลิตภัณฑ์เคมีอื่น ผลิตภัณฑ์พลาสติก แก้วและผลิตภัณฑ์แก้ว ผลิตภัณฑ์เหล็ก เครื่องมือที่ใช้มือและอุปกรณ์การตัด เครื่องยนต์ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตร เครื่องจักรอุตสาหกรรม รถยนต์ และแบตเตอรี่ (ภาคผนวก 2 ตาราง 5)

2. การศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2002) เรื่อง “ยุทธศาสตร์การนำเข้าและส่งออก” ซึ่งในเอกสารดังกล่าวได้ศึกษาเพื่อกำหนดกลุ่มสินค้าและสินค้าที่มีศักยภาพในการสร้าง Niche ทั้งสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม โดยวิเคราะห์จากปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างรายได้ให้ประเทศ (Contribution to GDP) สัดส่วนการส่งออกโดยรวม และภาวะการแข่งขันด้านตลาด ได้ข้อสรุปดังนี้

2.1 **กลุ่มอาหาร เป็นสินค้าที่มีจุดเด่นในด้านมูลค่าเพิ่มที่ค่อนข้างสูง มีการนำเข้าปัจจัยการผลิตต่ำและใช้ต้นทุนภายนอกกว่าร้อยละ 80 และมีต้นทุนการใช้ทรัพยากริม จึงมีความได้เปรียบ เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และความสามารถในการแข่งขันสูง อีกทั้งยังเป็นตลาดรองรับผลิตผลทางการเกษตรและเป็นแหล่งการจ้างงานมากกว่า 10 ล้านคนในอุตสาหกรรมอาหาร เกษตร และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง นอกจากนั้น ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสขยายตัวเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของโลกในระดับสูง ทั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการสร้างประเทศไทยให้เป็น Kingdom of Safe and Quality Food ได้เป็น 4 กลุ่มย่อย ดังนี้**

(1) **กลุ่มอาหารทะเลป้องและแปรรูป โดยเฉพาะกุ้งสดแซ่บเงิน แซ่เบี้ยง เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงมาก แต่ควรมีการพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น**

(2) **กลุ่มธัญพืช ได้แก่ ข้าวและมันสำปะหลัง ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่สามารถปรับใช้เทคโนโลยีเป็นของตนเอง มีบทบาทสูงในโครงสร้างการส่งออกหมวดอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าวที่มีสัดส่วนการส่งออกของลงมาจากอาหารทะเลป้อง มีมูลค่าเพิ่มในระดับสูงแต่มีแนวโน้มการขยายตัวที่ช้าลง ในขณะที่น้ำตาลทรายเป็นสินค้าที่ได้รับการปกป้องจากนโยบายแทรกแซงราคา (Price intervention) จากรัฐ**

(3) **กลุ่มสินค้าปศุสัตว์ ได้แก่ ไก่สัดแซ่บเงิน แซ่เบี้ยง**

(4) กลุ่มผ้าและผลไม้ ได้แก่ ผลไม้กระป่องและผลิตภัณฑ์แปรรูป เป็นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มค่อนข้างสูง (ยกเว้นผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง สาหรับไก่สดแช่เย็น และแช่แข็ง รวมทั้งผลไม้กระป่องปัจจุบันลดไปจาก 29 อันดับแรกของตารางการส่งออก)

2.2 กลุ่มสินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์จากยาง ประเทศไทยผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก ถึง 2.3 ล้านตัน ทำให้มีความพร้อมในด้านวัตถุดิบซึ่งเป็นข้อได้เปรียบ ประเด็นจะต้องเร่งสร้างมูลค่าเพิ่มจากยางธรรมชาติให้มากขึ้น (ยางแผ่น ยางแท่ง ยางเครป น้ำยางข้น) โดยประเทศไทยมีการผลิตยางแปรรูปส่วนใหญ่มีการส่งออกร้อยละ 90 และส่วนที่เหลือเป็นการจำหน่ายในประเทศ ซึ่งเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมต่อเนื่องประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ยาง ยางยานพาหนะ (ยางรถยนต์ OEM และยางหดแทน) ถุงมือยาง ยางรัดของหลอดและห่อสายพานลำเรียงและส่งกำลัง สินค้ากลุ่มนี้มีมูลค่าเพิ่มโดยทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง มีบทบาทลดลงในโครงสร้างการส่งออกแต่ยังคงมีความสำคัญในด้านสัดส่วนของการส่งออก (ไม่油腻ใน 10 อันดับแรก แต่ยังอยู่ใน 20 อันดับ)

2.3 กลุ่มสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย เสื้อผ้าสำเร็จรูป อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้าและชั้นส่วน เป็นกลุ่มสินค้าที่ได้รับการกำหนดให้มีบทบาทนำในการผลักดันประเทศไทยไปสู่ “ศูนย์กลางเมืองแฟชั่น (Tropical Fashion Center)” สินค้ากลุ่มนี้มีจุดเด่นด้านมูลค่าเพิ่มที่อยู่ในระดับปานกลาง และมีสัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบไม่สูงนัก มีบทบาทในการสร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศอยู่ในระดับสูง รวมทั้งมีสัดส่วนต่อการส่งออกโดยรวมอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ได้ สินค้าในกลุ่มนี้ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้นจากประเทศคู่แข่งเป็นจำนวนมาก

2.4 กลุ่มสินค้าเทคโนโลยี ประกอบด้วย

(1) กลุ่มไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพ มีการขยายตัวโดยรวมค่อนข้างดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองหลวงไฟฟ้า ปัจจุบันประเทศไทยยังเลี้ยงเปรียบคู่แข่งในด้านต้นทุนการผลิต ความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทย การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานโดยเฉพาะระบบทดสอบและรับรองมาตรฐาน การเพิ่ม Local content ในองค์ประกอบของสินค้า รวมทั้ง มาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาข้อจำกัดเชิงเทคนิคใหม่ๆ ในตลาดหลัก จำแนกออกเป็น 2 กลุ่มย่อย

- กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ประกอบด้วยเครื่องรับวิทยุ โทรศัพท์ และส่วนประกอบเครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และส่วนประกอบ มอเตอร์ และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า

- กลุ่มผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีศักยภาพในการแข่งขันที่ค่อนข้างหลากหลาย โดยสินค้าที่มีบทบาทสูงในโครงสร้างการส่งออก ได้แก่ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีอัตราการขยายตัวลดลงในขณะที่เมืองไฟฟ้าสามารถขยายตัวได้ รวมทั้งอุปกรณ์ก่อตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอดที่เริ่มมีบทบาทอย่างชัดเจนช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ

(2) กลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถที่จะพัฒนาอุปกรณ์และส่วนประกอบของรถยนต์ โดยการพัฒนาชิ้นส่วนและอุปกรณ์ทดแทนที่มีคุณภาพและมาตรฐาน (Replacement Equipment Manufacturing)

2.5 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมพื้นฐานและวัตถุดิบ และสินค้าขั้นกลาง ประกอบด้วย เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติก และเคมีภัณฑ์

2.6 กลุ่มสินค้าอื่น ๆ ประกอบด้วย กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติก

(1) กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ มีมูลค่าการส่งออกรวมกว่าสี่หมื่นล้านบาท ในอดีตที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกเครื่องเรือนไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ของไทยมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยกว่าร้อยละ 20 ปี จุ๊บันการผลิตเครื่องเรือนไม้และชิ้นส่วนไม้กว่าร้อยละ 70 ใช้ไม้ยางพารา ซึ่งไทยถือเป็นประเทศที่มีไม้ยางพารามากที่สุดประเทศหนึ่ง และมีจำนวนโรงงานที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ถึงกว่า 8,000 โรงงาน และแรงงานกว่า 200,000 คน ถือเป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพที่จะพัฒนา และยังมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

(2) กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นอุตสาหกรรมเชื่อมโยงที่สำคัญ และสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ และนับได้ว่าเป็นข้อต่อ (Linkage) สำคัญที่เชื่อมระหว่างอุตสาหกรรมปิโตรเลียมขั้นปลาย ล้วนเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีการลงทุนสูงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ ที่ใช้ผลิตหรือชิ้นส่วนพลาสติก ซึ่งมีทั้งอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ เป็นจำนวนมาก

3. การจัดแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม แบ่งตามความสามารถในการแข่งขันและความเป็นที่สนใจของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ออกได้เป็น 3 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ

3.1 กลุ่ม *Global Industry* เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศสูง ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์

3.2 กลุ่ม *Regional and Domestic Industry* เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศในระดับปานกลาง ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศและภูมิภาค ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ และกลุ่มอุตสาหกรรมเชร์วิชั่นและแก้ว

3.3 กลุ่ม *Basic and Strategic Industry* เป็นอุตสาหกรรมที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน ได้แก่ ปิโตรเคมี เหล็กและเหล็กกล้า และกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักร

4. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ให้กำหนดให้มีการส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างงาน กระจายรายได้ และหารายได้จากต่างประเทศ โดยประเภทธุรกิจบริการที่มีศักยภาพที่กำหนดไว้สอดคล้องกับแนวนโยบายของกระทรวงพาณิชย์จาก รายงานเศรษฐกิจการค้าไทยปี 2543 และแนวโน้มปี 2544 ของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย

4.1 ธุรกิจการท่องเที่ยว รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศไทย เป็นประมาณร้อยละ 40 ของรายได้จากธุรกิจบริการทั้งหมด และยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตตอนที่มีความหลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของประเทศไทย อาทิ อุทยานแห่งชาติ ความเอื้อเฟื้อแผ่ ความยิ้มแย้มแจ่มใส ตลอดจนไม่มีปัญหาเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา และการก่อการร้าย

4.2 ธุรกิจกัตตาคาร ซึ่งปัจจุบันมีกัตตาคารไทยในต่างประเทศประมาณ 5,000 แห่ง และ กัตตาคารไทยที่พร้อมจะทำระบบแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยอีกประมาณ 30 แห่ง โดยได้มีการจัดตั้งบริษัท Global Thai Restaurant (GTR) ขึ้นเพื่อดำเนินการในเรื่องนี้ โดยมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้มีการเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศมากขึ้นอีกเป็น 6,000 แห่งทั่วโลก และพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยในต่างประเทศหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย

4.3 ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้จากการให้บริการชาวต่างประเทศด้านสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศประมาณ 8,400 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเมื่อผนวกกับธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว (Long Stay Health Care) ที่ดำเนินการร่วมกับธุรกิจโรงแรมและที่พัก จะช่วยให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนปีละไม่ต่ำกว่า 1,300 ล้านบาท

4.4 ธุรกิจบริการอื่นๆ ได้แก่ ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจบริการก่อสร้างและออกแบบ และธุรกิซอฟแวร์ ซึ่งได้พัฒนาให้มีความพร้อมทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพสำหรับเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย สำหรับธุรกิซอฟแวร์ บริษัทซอฟแวร์ไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกได้พิจารณา รวมตัวเพื่อร่วมกันขยายตลาดต่างประเทศ โดยในช่วงต้น จะเน้นที่เทคโนโลยีหลัก 3 ด้านคือ Object Oriented and WAP Related, Oracle Related และ Visual Basic

ทิศทางและแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในระดับสากลของไทย

จากการบทวนสถานการณ์แนวโน้มของโลก และการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะมีผลต่อสมรรถนะการแข่งขันของประเทศไทยในระยะต่อไป ประกอบกับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทย พบว่า สิ่งที่จะเกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อภาคการผลิต การค้า และการลงทุนของประเทศไทย โดยจะท่อนถึงสัญญาณเตือนว่า ประเทศไทยอยู่ในภาวะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า (Nutcracker) รวมทั้ง ยังติดอยู่ในกับดักของการเติบโตที่ไร้กำไร ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่า (More for Less) มาเป็นการลงทุนที่ได้มูลค่าตอบแทนที่มากกว่า (More for More Value) ภายใต้ความร่วมมือในทุกระดับ ทั้งในระดับธุรกิจ ระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศ ในบริบทของเศรษฐกิจการเมืองโลกให้มากขึ้น บนพื้นฐานของเศรษฐกิจระบบคู่ขนาน (Dual Economy) คือ ให้ความสำคัญกับการแสวงหาเงินตราจากต่างประเทศโดยการส่งออก ในขณะเดียวกัน ก็ต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจภายในประเทศให้เป็นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจที่สามารถพึ่งตนเองให้ในระดับหนึ่ง ซึ่งจะต้องอาศัยการพัฒนาองค์ความรู้ (Knowledge)

เป็นสำคัญ เพื่อนำประเทศไปสู่ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงประสงค์ (Desired Strategic Position) คือ การไปสู่เศรษฐกิจที่มีสมรรถนะสูง (Modern/High Performance Economy) โดยมีทิศทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในระดับสากลของไทย 8 ทิศทางที่จะต้องดำเนินการอย่างประสานเชื่อมโยงกันสำหรับเป็นเครื่องมือในการสร้างสาขาระบบที่มีความสำคัญกับประเทศไทย ทั้งที่เป็นสินค้าและบริการพื้นฐาน (Foundation Industries) และสินค้าและบริการที่มีศักยภาพและมีโอกาสในการเติบโตจากกระแสโลกกว้าง (Growth Opportunities) ได้แก่

1. การสร้างบรรยากาศให้อ่อนนุ่มต่อการประกอบธุรกิจ (To Create the Best Climate for Business)
2. การสนับสนุนการส่งออกเชิงรุก (To Aggressively Promote Export)
3. การซักจุ่งให้เกิดการลงทุนจากนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ (To Attract Investment both Local and Foreign)
4. การเสริมสร้างความเข้มแข็งในเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (To Strengthen Regional Capacity to Advance Economic Development)
5. การพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ (To Develop Human Resources with the Skill and Education)
6. การเสริมสร้างศักยภาพด้านบริการโครงสร้างพื้นฐาน (To Put in Place and Maintain Strategic Infrastructure)
7. การสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ (To Create a Knowledge Base Environment)
8. การสร้างความเข้าใจ เทืนประโยชน์ร่วม และพนึกกำลังร่วมกัน (To Create Common Understanding and Concerted Efforts)

ภายใต้ทิศทางทั้ง 8 ข้างต้น ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาใน 4 ด้าน ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ได้แก่ เศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomics) ภาคการผลิตและบริการ (Real Sector) ปัจจัยสนับสนุนพื้นฐาน (Generic Factors) และการสร้างความเข้าใจ ความพร้อม/จิตสำนึก (Awareness) โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1. ภาคการผลิตและบริการ จากภาวะการผลิตส่วนเกินในโลก ทำให้ประเทศต้องปรับเปลี่ยนมาใช้แนวคิดที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขัน (From Ditch to Niche) ในขณะเดียวกัน การปรับทิศทางการพัฒนาประเทศในลักษณะของเศรษฐกิจระบบคู่ขนาน (Dual Track) นั้น จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงการสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมและบริการพื้นฐานด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ จะต้องดำเนินการภายใต้แนวคิดของการทำงานร่วมกันอย่างเป็นบูรณาการ เชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญในการนำไปสู่การสร้าง การแพร่กระจาย และการรับนวัตกรรม (Innovation Creation, Diffusion, and Adoption) เป็นอย่างดี

1.1 การกำหนดสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (*Global Niche*)

เพื่อการพัฒนาจุดเด่นของสินค้าและบริการไทยให้มีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่งขัน และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ภายใต้ศักยภาพของประเทศไทยที่มีอยู่ โดยเฉพาะวัฒนธรรมซึ่งจะใช้เป็นฐานของการแข่งขันได้เป็นอย่างดี (*Culture as the Root of Competency*) ซึ่งในเบื้องต้น จากการประชุมเชิงปฏิบัติการเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 เรื่อง “ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก” ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ที่ประชุมเห็นชอบกับการกำหนด *Niche* ของประเทศไทย 5 Niches คือ การเป็นครัวของโลก (*Kitchen of the World*) เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย (*Asia Tourism Capital*) เป็นศูนย์กลางแฟชั่นของเอเชีย (*Tropical Fashion of Asia*) เป็นฐานการผลิตยานยนต์ของเอเชีย (*Detroit of Asia*) และเป็นศูนย์กลางการออกแบบกราฟฟิคของโลก (*World Graphic Design Center*)

1.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการพื้นฐาน ที่มุ่งผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าเป็นหลัก ซึ่งมีการนำเข้าทุนและวัตถุนิยมค่อนข้างสูง มีมูลค่าเพิ่มอยู่ในระดับต่ำ แต่เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของระบบอุตสาหกรรมของประเทศไทยรวมในระยะยาว หรือเป็นอุตสาหกรรมและบริการที่สามารถรองรับแรงงานส่วนเกินที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ เช่น อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมแบบและแม่พิมพ์ (*Mold and Die*) เป็นต้น

2. เศรษฐกิจทั่วไป ครอบคลุมนโยบายทางด้านการเงินและการคลัง ด้านการค้าและการลงทุนรวมทั้ง ด้านการต่างประเทศ ดังนี้

2.1 การจัดทำนโยบายการเงินและการคลังที่เหมาะสม ปัจจัยที่จะส่งผลสำคัญต่อการดำเนินนโยบายการเงินและการคลัง คือการปรับเปลี่ยนนโยบายตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมทั่วโลกในประเทศไทยและต่างประเทศ (*Right Timing*) โดย

(1) การสร้างเสถียรภาพทางด้านการเงิน (*Financial Sustainability*) โดยการควบคุมภาวะเงินเพื่อของประเทศไทยเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของวัฏจักรเศรษฐกิจ (*Business Cycle*) ที่มีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายในอนาคต ในขณะที่ ราคาระพย์สินและเครดิต (*Credit and Asset Prices*) สามารถนำมาใช้เป็นสัญญาณเตือนภัยที่ตีสำหรับปัญหาทางการเงินในอนาคต ซึ่งนโยบายการเงินควรต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องนี้ด้วย

(2) การจัดทำงบประมาณแบบสมดุล (*Balanced Budget*) โดยเฉพาะแนวโน้มในอนาคต ที่ภาครัฐจะต้องรับผิดชอบด้านงบประมาณของประเทศไทยจากการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างประชากร และการดำเนินงานตามกรอบนโยบายรัฐบาลในโครงการที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการของประชาชน ภาระหนี้สาธารณะที่จะยังคงยืดเยื้อ ซึ่งรัฐต้องมีการสร้างให้เกิดงบประมาณแบบสมดุล โดยการเพิ่มรายได้ให้มากขึ้น จากการขยายฐานภาษีให้ครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมากที่สุด ในขณะเดียวกัน ต้องพิจารณาปรับโครงสร้างอัตราภาษีให้อื้อต่อการพัฒนา *Niche* และอุตสาหกรรมพื้นฐานที่กำหนดไว้ การพิจารณาปรับภาษีมูลค่าเพิ่ม การ

บททวงบประมาณที่จัดสรรให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริหารการจัดเก็บภาษี

2.2 การสนับสนุนให้มีการลงทุนทั้งจากภายในและภายนอกประเทศมากขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาข้อจำกัดทางงบประมาณของรัฐ และลดปัญหาหนี้สาธารณะลง รวมทั้ง เพื่อนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคธุรกิจเพื่อเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ในขณะที่ภาครัฐมีบทบาทลดลง การสนับสนุนให้เกิดการลงทุนทั้งในและต่างประเทศเป็นเรื่องที่จะต้องให้ความสำคัญเช่นกัน ซึ่งอาจดำเนินการได้โดยการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนและบทบาทของรัฐในการกระตุ้นการลงทุน การสร้างวิธีการซักนำการลงทุนที่มีความโปร่งใสโดยใช้สิ่งจูงใจด้านเงินกู้และมาตรการการเงินอื่นๆ เช่น การลดภาษีธุรกิจ เป็นต้น ทำการตลาดโดยตรงกับนักลงทุนที่มีศักยภาพทั้งในและนอกประเทศ การสร้างสิ่งแวดล้อมของการลงทุนภายในประเทศผ่านกลไกเงินกองทุนเพื่อการลงทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หรือการออกพันธบัตรชุมชน เป็นต้น

2.3 การสนับสนุนการส่งออกเชิงรุก (Aggressively Promote Export) เพื่อช่วยส่งเสริมโอกาสในการส่งออกสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ (Niche) และสนับสนุนอย่างจริงจังในการลดอุปสรรคทางการค้า โดย

(1) จัดให้มีการส่งเสริมการส่งออก (Trade Mission) ตามแผนการค้า (Trade Plan) ที่ได้มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับการขยายตัวทางการค้า

(2) สร้างความรู้ด้านการตลาด (Market Intelligence) โดยระบุโอกาสสำหรับการทำธุรกิจแบบหลากหลาย (Trade Diversification) และชี้โอกาสทางการค้าสำหรับตลาดใหม่

(3) สร้างความพร้อมในการส่งออก โดยการทำงานร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการเตรียมความพร้อมเพื่อประกอบธุรกิจและการเป็นผู้ส่งออกรายใหม่ เพื่อให้สามารถดำเนินการค้ากับต่างชาติได้อย่างประสบความสำเร็จ

(4) สนับสนุนการพัฒนาเครื่องหมายการค้า (Branding) สำรวจเครื่องหมายการค้าที่มีศักยภาพ โดยพิจารณาองค์ประกอบทั่วไป เช่น คุณภาพ เพื่อช่วยทำการตลาด ทั้งภายในและต่างประเทศ

2.4 สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ ข้อจำกัดทางการค้าที่เกิดขึ้นจากเงื่อนไขการเป็นสมาชิกขององค์กรระดับโลก (เช่น WTO เป็นต้น) รวมทั้งการแสวงหาอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศพัฒนาแล้ว ทำให้ประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกระดับ โดยเฉพาะในระดับภูมิภาค เพื่อสร้างพลังต่อรองในการเจรจาต่อรองและการพัฒนากลไกของการเจรจาการค้าระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยสนับสนุนพื้นฐาน ครอบคลุม ทรัพยากรมนุษย์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน และการบริหารจัดการ ซึ่งจะต้องเตรียมปัจจัยสนับสนุนเหล่านี้ให้มีความพร้อมต่อการส่งเสริมผลิตภาพ (Productivity) ของภาคการผลิตและบริการ โอกาสที่ประเทศไทยจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

นอกเหนือจากการกำหนดสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ (Niche) จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพ โดยการลดต้นทุนการผลิตที่เกิดจากประสิทธิภาพของการใช้ปัจจัยการผลิต ได้แก่ แรงงาน ทุน และปัจจัยอื่นๆ อาทิ โครงสร้างพื้นฐาน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการบริหารจัดการ พร้อมกับให้ความสำคัญในเรื่องของการพัฒนานวัตกรรม (Innovation) เพื่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Differentiation) อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว สามารถตอบสนองต่อความต้องการทั้งภายในและภายนอกประเทศได้ โดย

3.1 การพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ทั้งทักษะและการศึกษา ซึ่งแบ่งได้เป็น

(1) การกำหนดนโยบายและแผนทางด้านแรงงานที่ชัดเจนและสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ เพื่อรับปัญหาการว่างงานในภาคอุตสาหกรรม การอพยพแรงงานที่มีฝีมือไปต่างประเทศ ในขณะที่มีการอพยพแรงงานต่างด้าวที่มีความรู้และทักษะต่างมาจากภายนอก ซึ่งในเศรษฐกิจโลกที่เน้นฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นลิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน โดย

- กระตุ้นให้ผู้ประกอบการ แรงงาน และสถาบันการศึกษาวางแผนร่วมกันในการผลิตแรงงานที่มีทักษะฝีมือตามความต้องการ ในจำนวนที่พอเพียงสำหรับอุตสาหกรรมหลัก รวมทั้งฝึกอบรมกำลังแรงงานให้มีความรู้และทักษะให้สามารถรองรับการจ้างงานในปัจจุบันและมีศักยภาพที่จะปรับเปลี่ยนตามเทคโนโลยีในอนาคต โดยต้องพิจารณาดำเนินการตามความต้องการของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ
- ต้องมีกระบวนการพัฒนาแรงงานดังกล่าวให้สามารถเรียนรู้ด้วยตัวเองได้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)
- สร้างโอกาสให้แก่ประชาชนวัยหนุ่มสาวได้รับการจ้างงาน โดยใช้กลยุทธ์การพัฒนาและการจ้างงานที่เน้นการให้การศึกษา การถ่ายทอดประสบการณ์ และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานที่สำคัญ ซึ่งกรณีของประเทศไทย IMD ได้จัดเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นจุดอ่อนของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย

(2) การศึกษา เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาทางสังคม เพราะช่วยให้การดำเนินธุรกิจบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้ การศึกษา การเพิ่มทักษะ และการฝึกอบรม จึงเป็นปัจจัยหลักในการสร้างโอกาสในการแข่งขัน ซึ่งรัฐบาลจะต้องเข้ามาแทรกแซงเพื่อให้เกิดความสามารถในการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยพัฒนาการเรียนรู้และเพิ่มทักษะผ่านการศึกษาทั้งในและนอกระบบ ทั้งนี้ เนื้อหาจะครอบคลุมทักษะที่ต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต วิธีการจะรวมถึงการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในวงกว้าง การฝึกงาน การศึกษาทางไกล และการฝึกอบรมตามความต้องการของธุรกิจ ซึ่งจะต้องดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะในระดับสูงของกำลังแรงงาน

3.2 การสนับสนุนนโยบายการลงทุนที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์สูงชั้น ซึ่งจะต้องมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายส่งเสริมการลงทุน ให้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการสร้างให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทุกด้านอย่างเต็มที่ กระตุ้นธุรกิจให้มีการลงทุนที่เหมาะสม โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพ แทนการมุ่งใช้สิทธิประโยชน์เป็นเครื่องมือหลัก เช่นที่ผ่านมา

3.3 การเสริมสร้างศักยภาพด้านบริการโครงสร้างพื้นฐาน โดยการกำหนดกลยุทธ์ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งด้านกายภาพ (ได้แก่ การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ รวมทั้งสารสนับป澹การต่างๆ) สังคม (ได้แก่ บริการด้านสุขภาพ และการศึกษา) และที่สำคัญการใช้เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (Information and Communication Technology : ICT) ในการสร้างเศรษฐกิจข้าวสาร (Information Economy) เพื่อสร้างอำนาจให้แก่ภาคธุรกิจ รวมทั้ง สนับสนุนภาคธุรกิจให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และลดต้นทุนทางการผลิต ตลอดจนเพื่อรองรับกับการเติบโตของเมืองที่ใหญ่ขึ้นจากการอพยพแรงงานในอนาคต ซึ่งจะต้องดำเนินการ ทั้งในส่วนของความสามารถในการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้อย่างทั่วถึง และความสามารถในการใช้ประโยชน์จากเครื่องมือและอุปกรณ์ดังกล่าว

3.4 การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการธุรกิจได้อย่างเต็มที่ โดยการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างความต้องการงานวิจัยและพัฒนาของภาคธุรกิจและการสนับสนุนทางวิชาการ การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ให้ความสำคัญกับขอบเขตการวิจัยและพัฒนาทั้งในธุรกิจเดียวกัน และระหว่างสาขาต่างๆ (cross disciplinary) เช่น การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน การพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) และการพัฒนา GMOs เป็นต้น ทั้งเพื่อตอบสนองต่อการพัฒนา Niches และการวางแผนฐานของการเป็นเศรษฐกิจฐานของคุณรู้ของประเทศไทยในอนาคต

3.5 การบริหารจัดการ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารธุรกิจให้มีผลิตภัณฑ์สูงชั้น โดยการเริ่มจากการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึก (Awareness) ของการเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการอย่างกว้างขวาง รวมทั้ง ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมของผู้ประกอบการที่เข้มแข็งโดยการดำเนินการร่วมกันระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา ชุมชน และสื่อต่างๆ โดยการศึกษาแนวทางปฏิบัติ/ดำเนินการที่ดีที่สุด (Best Practices) ของธุรกิจต่างๆ เพื่อนำมาขยายผลและประยุกต์ใช้ในธุรกิจต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์และกระบวนการการทำงานแบบใหม่ และที่สำคัญคือ การสร้างธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้น ทั้งในภาครัฐและเอกชน (Public and Corporate Governance) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ประการหนึ่งที่จะทำให้ความร่วมมือที่เกิดขึ้นในทุกระดับมีความยั่งยืน ซึ่งรัฐจะต้องเข้าไปสร้างความรู้ ความเข้าใจและการยอมรับของคนทั่วประเทศ ควบคู่กับการส่งเสริมและกำกับให้มีการดำเนินการตามหลักของธรรมาภิบาลอย่างเคร่งครัด ทั้งในส่วนการบริหารงานของภาครัฐฯ เองและของภาคธุรกิจเอกชน

3.6 การพัฒนาวัตกรรม (Innovation) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบอุตสาหกรรมและบริการ ที่จะช่วยให้เกิดการเติบโตและขยายตัวทางเศรษฐกิจ ดังนั้น จึงต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบวัตกรรม โดยการระดมสรรพกำลังทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างวัฒนธรรมของการสร้าง

นวัตกรรมและการออกแบบ (Design) รวมถึงการพนวกช่องทางไปสู่การพาณิชย์ด้วยกลยุทธ์ที่ดีที่สุดสำหรับการสร้างความเข้มแข็งคือ การทำให้องค์ประกอบของระบบนวัตกรรมทั้งหมดทำงาน (การลงทุน การกำหนด ขอบเขตการวิจัยและพัฒนา การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จัดทำโครงการสาธิต และการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์) ไม่ใช่ทำงานเพียงบางส่วน

4. การสร้างความเข้าใจและความพร้อม/จิตสำนึก (Awareness) เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนในการตัดสินใจเพื่อสนับสนุนการแข่งขัน และเพื่อปรับตัวให้ทันต่อความรวดเร็วของ การพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งจะครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ การสร้างองค์ความรู้ การขยายความคิด และการสาธิตวิธีทาง โดยจะต้องดำเนินการร่วมกันทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา และประชาชน ในประเด็นหลัก ๆ เช่น การเพิ่มผลิตภาพ การสร้างธรรมาภิบาลของภาครัฐและเอกชน และการรวมกลุ่มวิสาหกิจ เป็นต้น

บรรณานุกรม

1. ธนาคารแห่งประเทศไทย , 2545, รายงานเศรษฐกิจและการเงิน, พฤษภาคม 2545
2. ดร.ตีร旦 พงษ์มอมพัฒน์, 2541, โครงการประเมินนโยบายและมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย, คณะกรรมการเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2543, รายงานเศรษฐกิจการค้าในปี 2543 และแนวโน้มปี 2544
4. วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544, ประชากรโลก 2001
5. คณะกรรมการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ, 2538, สมุดบกข่าวการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
6. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545, รายงานภาวะเศรษฐกิจปี 2545
7. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545, ยุทธศาสตร์การนำเข้าและส่งออก, เอกสารภายใน
8. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติดับบบที่ 9 (2545-2549)
9. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545, ครอบครองใช้จ่ายภาครัฐในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติดับบบที่ 9 (2545-2549)
10. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ร่วมกับ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงคลัง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก
11. Dr. Suvit Maesincee, 2002, *Moving Thailand : Agenda for Competitiveness Cohesion and Co-prosperity*, The National Defence College of Thailand
12. Dr. Chaiyuth Punyasavatsut, 2001, *Thailand's International Competitiveness : Some Indicators*, Faculty of Economics, Thammasat University
13. Peter F. Drucker, 2002, *Managing in The Next Society*, Butterworth Heinemann, USA.
14. The National Foreign Intelligence Board, 2000, “*Global Trends 2015 : A Dialogue About the Future With Non-government Expert*” The National Intelligence Council, USA.

15. Stephen S. Roach and Andy Xie, 2002, “**The Case of Deflation**”, Special Economic Study, Morgan Stanley
16. **The Economist**, September 28, 2002
17. World Economic Forum, **The Global Competitiveness Report 2002**
18. International Institute for Management Development (IMD), **World Competitiveness Yearbook 2002**
19. www.utoronto.ca/ethnicstudies/soc317_theories , 2002, **Reitz-Session 2**

ภาคผนวก 1

**20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดแข็งและจุดอ่อน
ของความสามารถในการแข่งขันของไทย
ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002**

**20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดแข็ง ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002**

20 Strongest Criteria	Country Value	Country Rank	49-Country Average
Effective personal income tax rate (Percentage of GDP per capita)	3.00	4	17.15
Collected total tax revenues (Percentage of GDP)	14.98	5	31.24
Cost-of-Living Index (Cost Index of basket of goods in major cities, excluding housing (New York City = 100))	61.19	4	81.64
Collected capital and property taxes (Percentage of GDP)	0.28	7	1.57
Employer's social security contribution rate (Compulsory contribution as a percentage of GDP per capita)	4.10	7	17.86
Stock market index (Percentage change on index)	16.80	7	-8.23
Remuneration in services professions (Gross annual income including supplements such as bonuses, in US\$)	1	10	-0
Working hours (Average number of working hours per year)	2,092	11	1,925
Employee's social security contribution rate (Compulsory contribution as a percentage of GDP per capita)	3.00	12	9.10
Employment (Percentage of population)	49.78	8	43.32
Dependency Ratio (Population under 15 and over 64 years old, divided by active population (15 to 64 years old))	44.9	8	50.8
High-tech Exports (Percentage of manufactured exports)	32.33	7	16.96
Remuneration of management (Total base salary plus bonuses and long-term incentives, US\$) (Survey)	1	9	0
Discrimination Discrimination (race, gender, etc.) does not pose a handicap in society	8.15	1	6.51
National Culture National culture is open to foreign ideas	8.15	6	7.24
Labour Regulations Labour regulations (hiring/firing practices, minimum wages, etc.) are flexible enough	6.41	10	4.68
New Business New business are easily created in your country	7.72	14	6.36
Investment Incentives Investment incentives are attractive to foreign investors	7.34	10	6.06
Cost of Capital The cost of capital in your country encourages business development	6.86	10	5.26
Unemployment Legislation Unemployment legislation provides an incentive to look for work	6.05	10	4.98

**20 อันดับสูงสุดของดัชนีที่เป็น จุดอ่อน ของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย
ตามผลการประเมินของ IMD ในปี ค.ศ. 2002**

20 Weakest Criteria	Country Value	Country Rank	49-Country Average
Medical Assistance (Number of inhabitants per physician and per nurse)	-2	45	0
Secondary School Enrollment (Percentage of relevant age group receiving full-time education)	48.0	47	81.6
Overall Productivity (PPP) (Estimated: GDP (PPP) per person employed, US\$)	12,584	45	41,680
Labour Productivity (PPP) (Estimated: GDP (PPP) per person employed per hour, US\$)	6.02	45	22.41
Youth Unemployment (Unemployment of population under 25 years as a percentage of total employment)	43.42	40	26.47
Computers Per Capita (Number of computers per 1000 people/ Source: Computer Industry Almanac)	40	45	309
Total Expenditure on R&D (Percentage of GDP)	0.260	46	1.375
Productivity in Services (PPP) Estimated: Related GDP (PPP) per person employed in services, US\$)	18,825	41	42,358
Total R&D Personnel Nationwide Per Capita Full-time work equivalent (FTE) per 1000 people	0.231	41	3,000
Productivity in Industry (PPP) Estimated: Related GDP (PPP) per person employed in industry, US\$)	22,940	44	46,005
GDP Per Capita (PPP) Estimated: US\$ per capita at purchasing power parity	6,264	42	18,407
Internet Users (Number of internet users per 1000 people/ Source: Computer Industry Almanac)	58.17	40	267.96
Human Development Index (Combines economic-social-educational indicators/ Source: Computer Industry Almanac)	0.757	41	0.835
(Survey)			
Gloablisation Globalistion is threatening to your economy	3.49	48	5.88
Information Technology Skills Information technology skills are not readily available in your country's labour force	5.34	46	7.10
Foreign Investors Foreign investors are not free to acquire control in domestic companies	5.87	41	7.66
Development and Application of Technology Development and application of technology is constrained by the legal environment	5.24	43	6.48
Interest in Science and Technology Interest in science and technology is not strong for the youth of your country	4.20	45	5.39
Relocation of R&D Facilities Relocation of R&D facilities is a threat to the future of your economy	4.13	45	5.06
Credit Credit does not flow easily from banks to business	3.85	38	5.83

ภาคผนวก 2

ค่า RCA

ตารางที่ 1

Group A : Products with High Competitiveness with $RCA > 1$ and $DRC < 1$

Products	NRP 1997	Import Content	Export/Output	*
Rice milling	Low	Low	High	R
Rubber sheet and block	Medium	Low	High	R
Wearing apparel	High	Low	Medium	L
Canning and preservation of fruit and vegetables	High	Low	High	R
Photographic and optical Goods	Medium	Low	High	T
Other rubber products	Medium	Low	High	R
Canning and preservation of fish	High	Low	High	R
Made-up textile goods	Low	Medium	Medium	L
Tyres and tubes	Medium	Medium	Medium	R
Household electrical appliances	Medium	Medium	Medium	T
Leather finishing	High	Medium	Medium	L
Office and household machinery and appliances	Medium	Medium	High	T
Wooden furniture and fixture	Medium	Medium	Medium	R
Jewelry and related articles	Low	High	Medium	L
Footwear (except rubber)	Medium	High	High	L
Watches and clocks	Medium	High	High	T
Insulated wire and cable	Low	High	High	T
Other electrical apparatus and supplies	Medium	High	Medium	T
Structural metal product	Medium	High	Medium	-

Note : * L = Labor-intensive products, T = Technology-intensive products, R = Resource Based products.

ตารางที่ 2

Group B : Products with Medium Comptitiveness with $RCA > 1$ and $DRC > 1$

Products	NRP 1997	Import Content	Export/Output	*
Sugar	Medium	Low	High	R
Confectionery	Medium	Low	Medium	R
Animal feed	Low	Medium	Low	-
Tanneries and leather finishing	Low	High	Medium	-
Radio,television and communication	Low	High	High	T
Motor cycles and bicycles	High	Medium	Medium	T
Recreational and athletic equipment	Low	Low	Medium	L

Note : * L = Labor-intensive products, T = Technology-intensive products, R = Resource Based products

ตารางที่ 3

Group C : Products with limited Competitiveness with $RCA < 1$ and $DRC < 1$

Products	NRP 1997	Import Content 1998	Export/Output 1998	*
Knitting	Medium	Low	High	L
Iron and steel	Low	Medium	Low	T
Scientific equipment	Low	Medium	Medium	T

Note : * L = Labor-intensive products, T = Technology-intensive products, R = Resource Based products

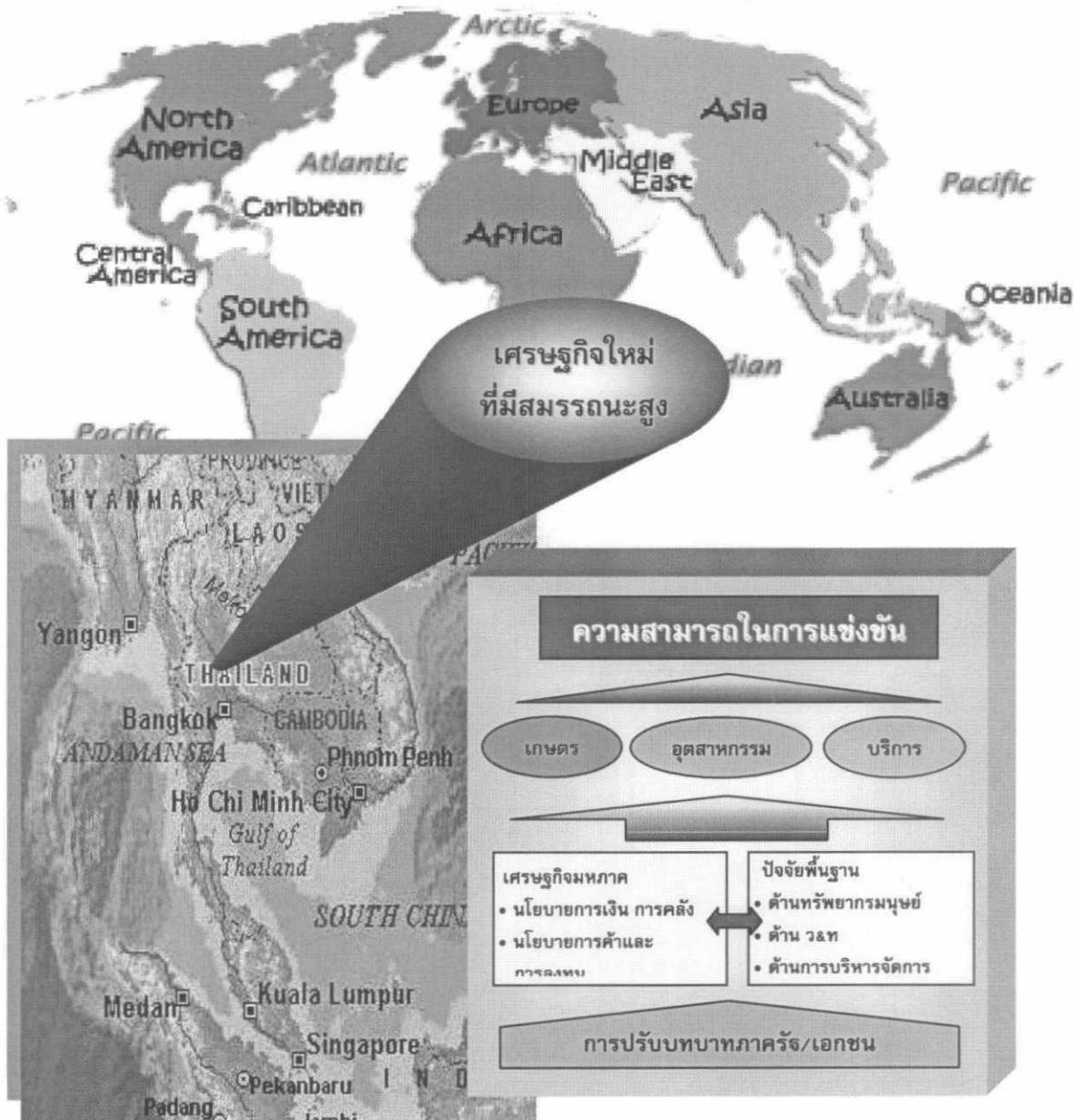
ตารางที่ 4

Group D : Products with Poor Competitiveness with $RCA < 1$ and $DRC > 1$

Products	NRP 1997	Import Content	Export/Output	*
Coffee and tea (processing)	Medium	Medium	Low	-
Distilling and spirits blending	High	Low	Low	-
Tobacco products	High	High	Low	-
Saw mills	Low	Medium	Medium	-
Wood and cork products	Medium	Low	High	-
Pulp, paper and paperboard	Low	High	Medium	-
Paper and paperboard products	Medium	Medium	Low	-
Petroleum refineries	Low	High	Low	R
Other petroleum products	Low	High	Low	R
Basic industrial chemicals	Low	Low	Low	T
Fertilizer and pesticides	Low	Medium	Low	T
Synthetic resins, plastic and artificial fiber	Medium	Low	Medium	T
Paints, vanishes and lacquers	Medium	High	Low	T
Drugs and medicines	Low	High	Low	T
Soap and cleaning preparations	Low	Medium	Low	T
Cosmetics	High	High	Low	T
Matches	Low	Low	Low	-
Other chemical products	Low	High	Medium	T
Plastic wares	High	High	Medium	T
Glass and glass products	Low	Medium	Medium	-
Secondary steel products	Low	High	Low	T
Cutlery and hand tools	Medium	High	Medium	-
Engines and turbines	Medium	High	Low	-
Agricultural machinery and equipment	Low	Medium	Medium	-
Wood and metal working machines	Low	Medium	Low	-
Special industrial machinery	Low	Medium	Low	-
Electric accumulators and batteries	Medium	Medium	Medium	-
Motor vehicles	High	High	Medium	T

Note : * L = Labor-intensive products, T = Technology-intensive products, R = Resource Based products

ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก



สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ร่วมกับ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม
กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ร่วมกับ หน่วยงานเศรษฐกิจภาคการผลิตและบริการ 7 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคัง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก” เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 ที่มี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน เพื่อร่วมกันกำหนดกรอบยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยทั้งในระดับภาครัฐและระดับรายสาขา โดยการทบทวนการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจโลกที่มีผลกระทบและเป็นประเด็นห้ามหายต่อไทย รวมทั้งสำรวจสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในเวทีโลกเพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การแข่งขันด้านต่างๆ ที่เหมาะสม

เอกสารรายงานฉบับนี้ เป็นรายละเอียดเพิ่มเติมของกรอบยุทธศาสตร์ที่ได้นำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าว รวมทั้งสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ และสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนในยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของประเทศไทย ทั้งระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนปฏิบัติการของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้ง ช่วยให้ภาคเอกชนได้รับรู้ถึงทิศทางของประเทศไทย และแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐเพื่อนำไปสู่การปรับบทบาทของภาคเอกชนที่สอดคล้องกับทิศทางและแนวทางดังกล่าว โดยรายงานประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ส่วนแรกเป็นกรอบแนวทางคิดยุทธศาสตร์หลักแยกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทยโดยรวม ส่วนที่สอง ยุทธศาสตร์การแข่งขันรายสาขา และส่วนที่สาม กลไกการดำเนินงาน ภาคผนวก เป็นคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาชีดความสามารถและรายงานผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก” โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งภาคธุรกิจเอกชน ได้ใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย แผนงาน และมาตรการต่างๆ ในการร่วมกันสร้างชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเพิ่มขึ้น เพื่อการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนลึบต่อไป

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สารบัญ

หัว	หน้า
คำนำ	ก.
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	(1)
ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทยโดยรวม	1
• การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลก	1
• สถานภาพทางการแข่งขันของไทยในเวทีโลก	4
• การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายของการพัฒนา	10
• ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทย	11
ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์การแข่งขันรายสาขา	14
• ยุทธศาสตร์การแข่งขันสินค้าเกษตร	14
• ยุทธศาสตร์การแข่งขันภาคอุตสาหกรรม	18
• ยุทธศาสตร์การค้าสินค้าและบริการระหว่างประเทศ	21
• ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว	27
• ยุทธศาสตร์การลงทุน	31
• ยุทธศาสตร์การต่างประเทศ	41
• ยุทธศาสตร์การคลัง	44
ส่วนที่ 3 กลไกการดำเนินงาน	51

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลกที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ได้แก่ ความพยายามในการผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกระดับ ทั้งในระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวีภาคี การเกิดขึ้นของประเทศไทยกำลังพัฒนาใหม่ๆ ซึ่งรวมถึงการเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) ของประเทศไทย รูปแบบของการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ทางภาษี (Non-tariff Barriers : NTB) ถูกนำมาใช้ในการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น ต่างเป็นปัจจัยสำคัญที่ประเทศไทยต่างๆ หันมาให้ความสนใจต่อการทำดิจิทัล化ของประเทศไทยในทิศทางที่ชัดเจน และสอดคล้องกับการกิจดังกล่าวมากขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

ประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (Opened Economy) ประกอบกับสถานภาพทางการแข่งขันของไทยในเวทีโลกปัจจุบันทั้งทางด้านการผลิต การค้า และการลงทุน ที่อยู่ในสภาวะค่อนข้างต่ำ และในบางส่วนมีแนวโน้มที่ลดลง คงหนี้ไม่พันที่จะต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเข่นกัน ในการปรับตัวของประเทศไทยนั้น สิ่งสำคัญในเบื้องต้น คือ ประเทศจะต้องมีตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Position) และเป้าหมายของการพัฒนาที่กำหนดขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งจากการพิจารณาสถานภาพทางการแข่งขันของไทย สะท้อนให้เห็นถึงสัญญาณเดือนว่าประเทศไทยอยู่ในสภาวะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า (Nutcracker) การติดอยู่ในกับดักของการเติบโตที่ไร้กำไร การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนในสัดส่วนต่ำกว่า (More for Less) และขาดการลงทุนเพื่ออนาคต นอกจากนั้น การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของโลกค่อนข้างต่ำ ตลอดจนไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในภูมิทัศน์การเมืองและเศรษฐกิจโลก

ดังนั้น ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงประเมินของไทย ควรจะให้ความสำคัญกับการก้าวไปสู่การมีระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มีสมรรถนะสูง (Modern/High Performance Economy) โดยมีเป้าหมายหลัก 3 ประการคือ การเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออก การกำหนดตำแหน่งของสาขาวิชาการผลิตที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) และการเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในทุกภาคการผลิตและบริการ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของไทย (Thailand Competitive Strategy) ได้ถูกกำหนดขึ้นประกอบด้วย 3 ส่วน คือ การกำหนดตำแหน่งของสาขาวิชาการผลิตที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) การกำหนด Strategic Thrust ในด้านต่างๆ (การผลิตและบริการ การลงทุน การค้าระหว่างประเทศ และการต่างประเทศ) และการปรับบทบาทของภาครัฐให้เอื้อต่อภาคเอกชน ทั้งเพื่อลดต้นทุนการประกอบการ การสร้างโอกาสทางธุรกิจ และการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงาน

1. **การกำหนดตำแหน่งของสาขาระบบที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche)** ในเบื้องต้น ควรมีประมาณ 8-10 Niches อารที การเป็น 1 ใน 10 ประเทศท่องเที่ยวโลก การเป็นศูนย์กลางแฟชั่น การเป็นครัวของโลก การเป็น Top 5 Trader ในเอเชีย หรือ การเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น

2. **การกำหนด Strategic Thrust หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันทางด้านต่างๆ ได้แก่**

2.1 **ด้านการเกษตร** จะปรับเปลี่ยนจากการมุ่งเน้นเฉพาะด้านฐานการผลิตไปสู่การดำเนินงานที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตระดับเริ่นๆ ไปจนถึงมือผู้บริโภค (From Farm to Table) โดยเน้นเรื่องคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้า

2.2 **ด้านอุตสาหกรรม** ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป็นหลัก (Mass Customization) โดยจะต้องวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีศักยภาพแข็งขันในระดับโลก ในระดับภูมิภาค และกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน

2.3 **ด้านการค้าสินค้าและบริการระหว่างประเทศ** มุ่งเน้นการดำเนินนโยบายคู่ขนาน ให้ความสำคัญกับการเจรจาการค้าในระดับต่างๆ ควบคู่กับการกำหนดกลยุทธ์การนำเข้าในเชิงรุก ในส่วนการค้าบริการ ได้จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจที่ควรพัฒนา ธุรกิจที่สร้างรายได้ที่ทำได้ดีอยู่แล้ว และธุรกิจที่มีการจัดระเบียบ เพื่อให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์และหน่วยงานที่รับผิดชอบที่ชัดเจน

2.4 **ด้านการต่างประเทศ** กำหนดให้ไทยเป็นผู้นำในอาเซียนภายใต้กรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค เป็นศูนย์กลางและจุดเชื่อมในเอเชีย เป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศไทยกำลังพัฒนา ผลักดันให้การร่วมมือในภูมิภาคอาเซียน (ACD) เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างเป็นขั้นตอน กำหนดยุทธศาสตร์การเจรจาที่ชัดเจนในกรอบเวทีต่างๆ โดยให้มีระบบข้อมูลในการทำงาน

2.5 **ด้านการคลัง** จะต้องมีการปรับโครงสร้างภาษีคุ้มครองทั้งระบบ ปรับบทบาทของกรมศุลกากรและกรมสรรพากรในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อน โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการจัดเก็บภาษีให้เป็นปัจจุบัน ทั่วถึงและเป็นธรรม

2.6 **ด้านการลงทุน** ให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุน ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานทั้งกายภาพและเทคโนโลยี เน้นสร้างแรงจูงใจการลงทุนที่ใช้ปัญญา เทคโนโลยีและนวัตกรรม ปรับกฎระเบียบให้ไปร่วมใส และเน้นการตลาดเชิงรุกและตลาดเป้าหมายของอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ชัดเจน

2.7 **ด้านการท่องเที่ยว** เน้นสร้างความร่วมมือกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน ตลาดเป้าหมายเชิงคุณภาพ ตลาดเฉพาะกลุ่มของภูมิภาคและตลาดในประเทศไทย โดยจะต้องมีการปรับบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้สามารถประสานการทำงานร่วมกับภาครัฐและหน่วยงานราชการอื่น รวมทั้ง ใช้ประโยชน์จากการปรับแผนกลยุทธ์ของบริษัทการบินไทยให้สามารถ

เป็น Multiple Tourist Hub โดยมีการกำหนด Global Destination Mapping เพื่อทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างชัดเจน

3. การปรับบทบาทของภาครัฐให้เอื้อต่อภาคเอกชน การปรับตัวของประเทศไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลกจะไม่สำเร็จได้ด้วยตัวเอง ถ้าปราศจากการมีกลไกที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องซึ่งกันและกัน รวมทั้ง สนับสนุนปัจจัยพื้นฐานที่เหมาะสมและเพียงพอ โดยเฉพาะกลไกของภาครัฐ ที่จะต้องมีการปรับรูปแบบและบทบาทไปพร้อมกัน ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ

ระดับนโยบาย คณะกรรมการพัฒนาชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพช.) และ ชพนฯ นายกรัฐมนตรีได้ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งแล้วเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน องค์ประกอบของคณะกรรมการฯ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้แทนภาครัฐและเอกชน รวม 10 คน และเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำหน้าที่กรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการชุดนี้ ทำหน้าที่ในการกำหนดกรอบนโยบายและแนวทางการพัฒนาชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยทั้งในภาพรวมและรายสาขา กำกับดูแล และผลักดันการดำเนินงานให้เกิดผลเป็นรูปธรรมและเป็นไปตามกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย รวมทั้ง อนุมัติแผนงานและโครงการภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ระดับปฏิบัติ กระทรวงที่เกี่ยวข้องจะปฏิรูปบทบาทของตนเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การแข่งขันที่ได้กำหนดขึ้น และเพื่อตอบสนองต่อภาคธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทย ภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก

ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทยโดยรวม

1. การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลก

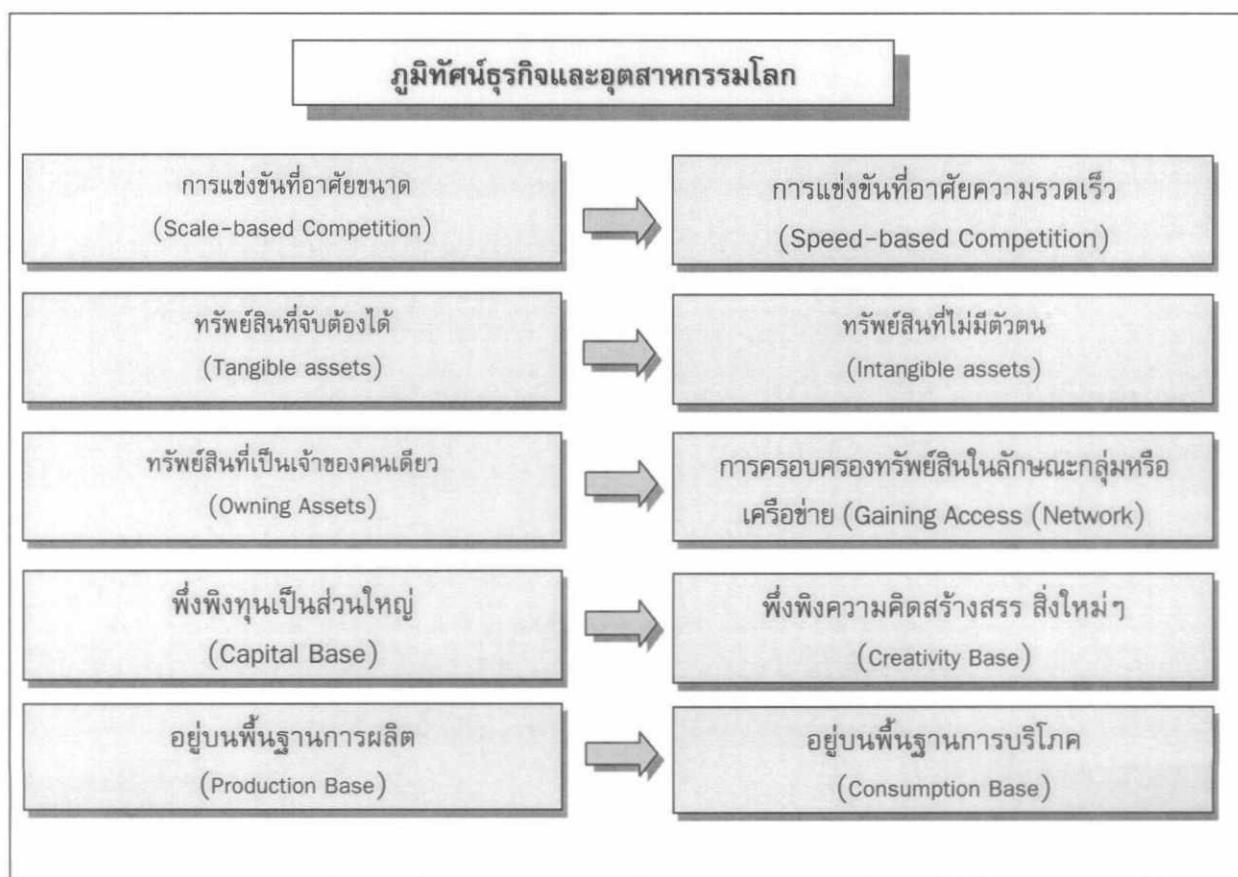
1.1 ภาระการแข่งขันในโลกปัจจุบันปรับเปลี่ยนจากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ซึ่งเน้นการใช้แรงงานและต้นทุนเป็นการแข่งขันที่มุ่งเน้นความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ครอบคลุมถึงการกำหนดตลาด การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น พัฒนาการทางเทคโนโลยี และการประหยัดต้นทุน รวมทั้งความก้าวหน้าทางคุณภาพ คุณลักษณะ และนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ โดยศักยภาพของการแข่งขันขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการพัฒนาไปสู่สังคมเศรษฐกิจความรู้ (Knowledge Based Economy/Society) ซึ่งระบบฐานข้อมูล การติดต่อสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลมีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว และครอบคลุมถึงคนกลุ่มใหญ่ขึ้น การดำเนินธุกรรมทางเศรษฐกิจในโลกยุคโลกาภิวัตน์ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่สำคัญ เป็นการก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีด้านข่าวสารและโทรคมนาคม (Information and Communication Technology: ICT) ส่งผลให้โลกมีพลวัต (Dynamic) สูงมาก การเคลื่อนย้ายของแรงงาน เงินทุน และสินค้าเป็นไปโดยเสรีมากขึ้น

1.2 ในด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระแสได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในหลาย ๆ ด้าน ความล่าช้าในการดำเนินงานขององค์กรการการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในระดับภูมิภาค และทวีภาคีมากขึ้น ในขณะที่การเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรการค้าโลก ของสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากจีนยังมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์และต้นทุนค่าแรงที่ต่ำอยู่ อีกทั้งยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สำคัญ นอกจากนี้ แนวโน้มการปกป้องทางการค้า (Protectionism) โดยใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barrier: NTB) ได้เพิ่มรูปแบบใหม่ๆ ขึ้น เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้แรงงานเด็ก เป็นต้น อีกทั้งการเพิ่มข้อจำกัดในเรื่องคุณภาพ และมาตรฐานสินค้า นอกจากนั้น ประเทศไทยพัฒนาแล้ว ยังเป็นตลาดส่งออก และแหล่งเงินทุนที่สำคัญ จนทำให้ประเทศไทยกำลังพัฒนาขนาด ambitions ต่อรองในเวทีเศรษฐกิจโลก ในขณะเดียวกัน การปรับตัวของประเทศไทยกำลังพัฒนา ที่มีต่อการดำเนินนโยบายของสหรัฐอเมริกา หลังเหตุการณ์การก่อวินาศกรรมที่นครนิวยอร์ก เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544 รวมทั้งโอกาสการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ซึ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ต้องให้ความสนใจ

1.3 นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มของภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลกที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่ การเข้ามามีบทบาทใหม่ในเศรษฐกิจโลกของ บริษัทชั้นชาติ (Multi-National Corporation: MNC) องค์กรอาสาสมัครเอกชน (Non-Governmental Organization: NGO) รวมทั้ง สภาจะภูมิโลกาภิบาล (Geo-Governance) และการปรับจากยุคเทคโนโลยีสารสนเทศไปสู่ยุคเทคโนโลยีชีวภาพ (Bio-Technology)



1.4 กระแสโลกาภิวัตน์และปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลก ทำให้กระบวนการทัศน์ของการดำเนินธุรกิจและอุตสาหกรรมแตกต่างไปจากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอย่าง สิ้นเชิง คือ การปรับเปลี่ยนตนเองไปสู่การแข่งขันที่ต้องใช้ความรวดเร็ว (Speed-Based Competition) แทนการแข่งขันในเชิงขนาด (Scale-Based) การสร้างความได้เปรียบด้านการผลิตที่ใช้สินทรัพย์ทาง กายภาพ (Tangible Assets) เป็นการผลิตที่อาศัยความมั่งคั่ง ทักษะ และเทคโนโลยี (Intangible Assets) โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของทุนหรือเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด (Owning Assets) แต่อาศัยความ เชื่อมโยงและเข้าถึง (Gaining Assets Network) ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Base) จึงมี ความสำคัญมากกว่าด้านทุน (Capital Base) อีกทั้งการให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค (Consumption Base) แทนการมุ่งการผลิต (Production Base) เพียงอย่างเดียว ซึ่งกระบวนการทัศน์ใหม่ทางธุรกิจเหล่านี้ ทำให้ประเทศต่างๆ ในโลกมีการปรับกลยุทธ์การพัฒนาไว้พร้อมกับการแข่งขันตลอดเวลา



2. สถานภาพทางการแข่งขันของไทยในเวทีโลก

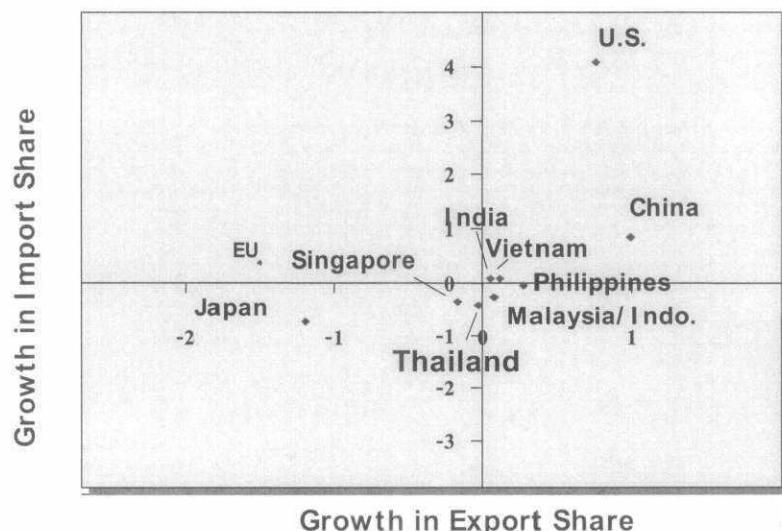
2.1 ด้านการค้า

(1) ส่วนแบ่งการค้าโลกของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ และมีแนวโน้มลดลง โดยภาวะการส่งออกของไทยที่ลดลงเกิดจากการหดตัวของสินค้าอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ ซึ่งหดตัวถึงร้อยละ 6.9 โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานสูง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าไทยในตลาดคู่ค้าสำคัญลดลง เช่น ตลาดญี่ปุ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ การแข่งขันจากจีนและเวียดนาม ซึ่งยังคงมีความได้เปรียบในด้านความอุดมสมบูรณ์ ของทรัพยากรธรรมชาติและค่าจ้างแรงงานต่ำ ทำให้สามารถผลิตสินค้าประเภทเดียวกับไทยในต้นทุนที่ต่ำกว่า ไทยต้องสูญเสียตลาดในการส่งออกสินค้าบางประเภท การกีดกันทางการค้าจากประเทศคู่ค้า ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่สำคัญ ถึงแม้ว่าประเทศคู่ค้าไม่สามารถที่จะใช้ภาษีหรือระบบโควต้าในการจำกัดการส่งออกของไทยอันเนื่องมาจากการข้อบังคับของ WTO แต่ประเทศคู่ค้าจะหันมาใช้ข้อจำกัดในทางคุณภาพเป็นตัวกีดกันทางการค้าได้

(2) ในส่วนของการนำเข้าก็มีการขยายตัวที่ลดลง โดยสินค้านำเข้าในหมวดวัตถุดิบ และกึ่งวัตถุดิบลดลงตามภาวะการส่งออกที่ช้า เช่นที่ การนำเข้าสินค้าทุนหดตัว เช่นกัน เนื่องจากความต้องการลงทุนเพื่อขยายการผลิตมีน้อยซึ่งเป็นผลจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี 2540 เป็นต้นมา

ด้านการค้า
ส่วนแบ่งการค้าโลกของไทยยังอยู่ในระดับต่ำและมีแนวโน้มลดลง



Source: WTO International Trade Statistics 2001

10

(3) จากข้อมูลอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกและนำเข้าของไทยในตลาดโลกเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สาธารณูรัป กลุ่มประเทศอาเซียน จีน และอินเดีย จะเห็นว่าส่วนแบ่งการค้าโลกของไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศอาเซียนอื่นๆ ในขณะที่สหรัฐอเมริกา และจีน ยังคงมีการขยายตัวในระดับสูงทั้งด้านการส่งออกและนำเข้า

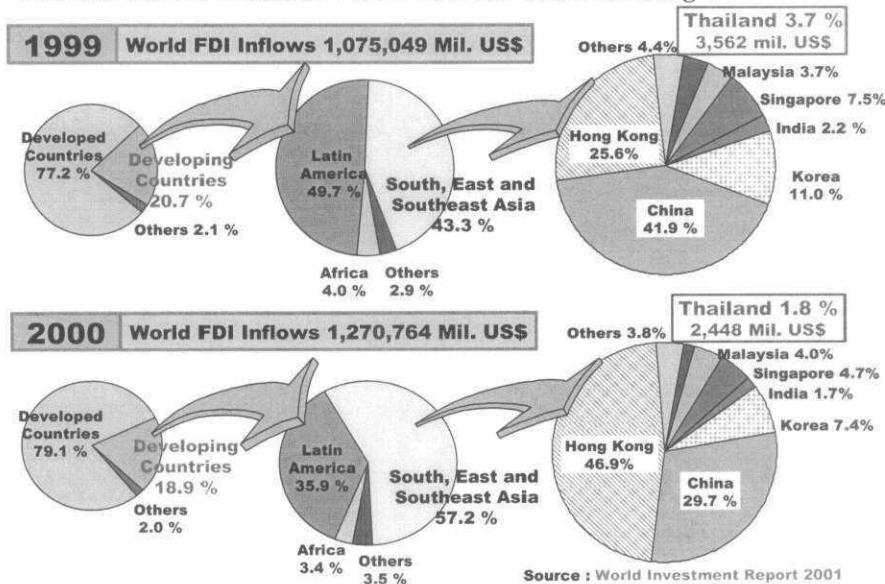
2.2 ด้านการลงทุน

(1) การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI)

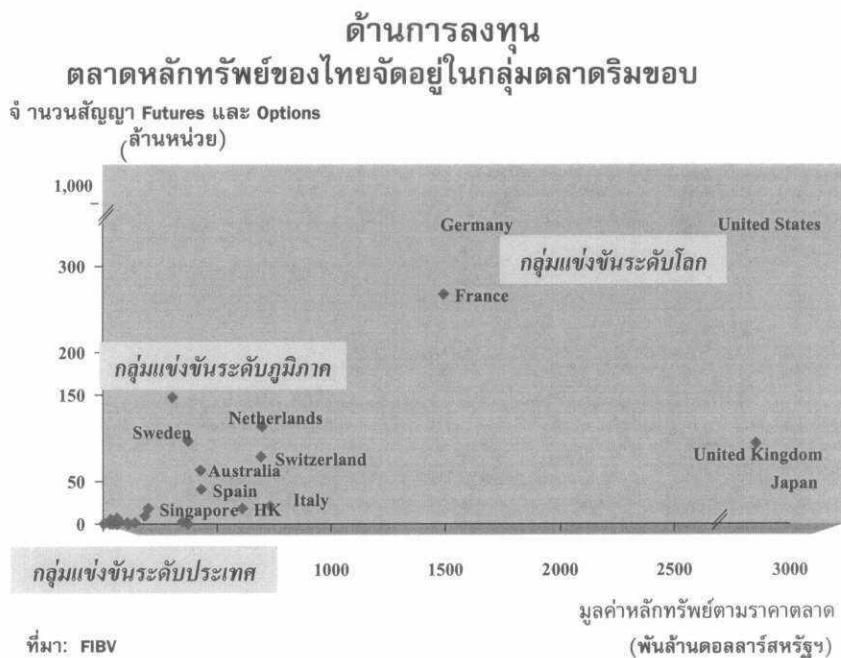
ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในระดับต่ำและมีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2543 การลงทุนโดยตรงนำเข้าของประเทศไทยคิดเป็นเพียงร้อยละ 1.8 ของการลงทุนโดยตรงนำเข้าของโลกลดลงจากปีก่อนซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 3.7 เนื่องจาก ต่างชาติหันไปลงทุนในประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และแรงงานที่ถูกกว่า อาทิ เช่น จีน และเวียดนาม ซึ่งแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของไทยในตลาดการค้าการลงทุนโลกที่ลดลง นอกจากนี้ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไทยยังคงแข็งเชื่อมั่น นับตั้งแต่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากเศรษฐกิจไทยที่หดตัว ทำให้อธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยมีผลประกอบการที่ไม่ดีพอที่จะดึงดูดให้หันกลับมาลงทุนในประเทศไทยและต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ด้านการลงทุน

Thailand's Share in Global FDI Inflows Low and Decreasing



(2) การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์ของไทยจัดอยู่ในกลุ่มตลาดริมขอบ ที่ไม่มีความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก เมื่อพิจารณาจากจำนวนสัญญา และมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคและในโลก อย่างไรก็ตามมีเพียงไม่กี่ประเทศแถบเอเชียที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคได้ คือสิงคโปร์ และฮ่องกง



2.3 ด้านการผลิต

(1) อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภาพโดยรวม (Total Factor Productivity Growth : TFP) ของประเทศไทยและกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (Asia - Pacific Region) จากรายงานของ Pacific Economic Outlook Structure Project ตั้งแต่ปี 2533 พ布ว่า อัตราการเติบโตของ TFP ของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าประเทศในแถบเอเชีย ได้แก่ ไต้หวัน ฮ่องกง เกาหลีใต้ และมาเลเซีย แต่ มีค่าสูงกว่าประเทศอินโดนีเซีย พลีปินส์ และเวียดนาม

ด้านการผลิต
ผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity)

ประเทศ	ช่วงเวลา	ค่า TFP Growth (%)
อินโดนีเซีย	1991-1996	-1.81
มาเลเซีย	1993-1998	0.06
ย่องกง	1994-1997	2.80
เกาหลีต้า	1990-1996	5.13
สิงคโปร์	1984-1994	3.10
ไต้หวัน	1991-1996	2.66
ฟิลิปปินส์	1990-1998	-0.55
เวียดนาม	1994-1998	2.75
ญี่ปุ่น	1990-1995	-0.10
ไทย	1997-2000	-3.40

ที่มา : Pacific Economic Cooperation Council, PEO Structure 2000

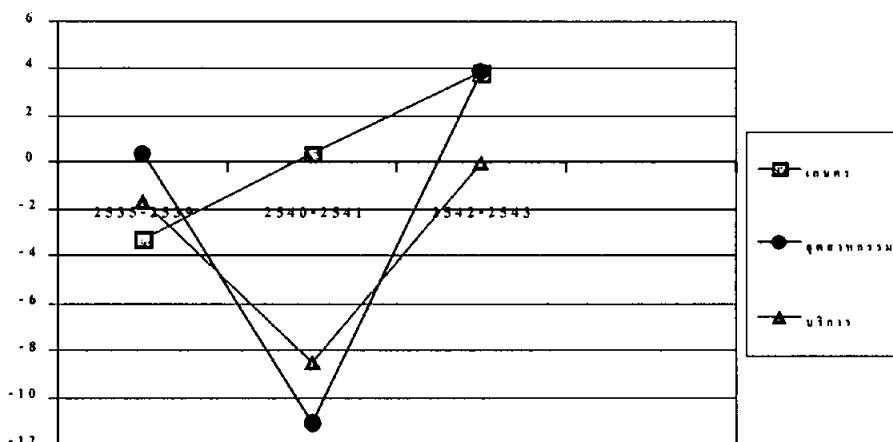
(2) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาคการผลิต (Sector) ในช่วงปี 2535-2543 อัตราการขยายตัวในสาขาเกษตรกรรมสูงขึ้นโดยตลอดเฉลี่ยร้อยละ 1.72 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของผลิตภาพปัจจัยทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.75 ในขณะที่ TFP ลดลงร้อยละ 0.87 ผลิตภาพจากปัจจัยแรงงานและปัจจัยที่ติดลบลดลงร้อยละ 0.15, และร้อยละ 0.22 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาแต่ละช่วงเวลาพบว่า TFP ของสาขาเกษตรกรรมในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจมีค่าสูงถึงร้อยละ 3.85 เทียบกับในช่วงก่อนวิกฤติและช่วงวิกฤติเศรษฐกิจมีค่า TFP ติดลบร้อยละ 3.26 และร้อยละ 0.41 ตามลำดับ การที่ TFP ของสาขาเกษตรกรรมมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ เนื่องจาก ในช่วงดังกล่าวแรงงานจากสาขาอุตสาหกรรมที่ถูกเลิกจ้างงานได้เคลื่อนย้ายสู่ภาคเกษตรกรรม จึงมีการนำประสบการณ์ส่วนหนึ่งมาใช้ในกระบวนการผลิต ส่งผลทำให้ประสิทธิภาพการผลิตของสาขาเกษตรกรรมดีขึ้น ประกอบด้วยการพัฒนางานวิจัยทางด้านเกษตรกรรมที่ได้มีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ได้ส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตในภาคการเกษตรกรรมให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

(3) สำหรับสาขาอุตสาหกรรม ช่วงปี 2535-2543 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.67 ต่อปี เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นในการเพิ่มผลิตภาพของปัจจัยแรงงาน และปัจจัยทุนร้อยละ 1.47 และร้อยละ 6.58 ตามลำดับ ในขณะที่ TFP ลดลงร้อยละ 1.37 และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วงเวลา พบว่า TFP ของสาขาอุตสาหกรรมในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจ มีค่าสูงสุดถึงร้อยละ 3.89 เทียบกับในช่วงก่อนวิกฤติและช่วงวิกฤติที่ TFP มีค่าเท่ากับร้อยละ 0.41 และติดลบร้อยละ 11.08 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มผลิตภาพโดยรวมของสาขาอุตสาหกรรมมีแนวโน้มดีขึ้น

(4) ในภาคบริการ ช่วงปี 2535-2543 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.26 ต่อปี เป็นผลมาจากการขยายตัวของผลิตภาพปัจจัยแรงงานและปัจจัยทุน ร้อยละ 1.19 และร้อยละ 4.89 ตามลำดับ ในขณะที่ TFP ติดลบร้อยละ 2.82 และเมื่อพิจารณาในแต่ละช่วง พบว่า TFP ของสาขาบริการและอื่นๆ ในช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจมีแนวโน้มดีขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนวิกฤติและช่วงวิกฤติที่มีค่า TFP ติดลบเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1.66 และร้อยละ 8.52 ตามลำดับ

ด้านการผลิต

ผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity : TFP) ของ
ภาคการผลิตและบริการของไทย



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2.4 ด้านบริการ

ภาคบริการที่สำคัญของไทย คือ การท่องเที่ยว แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 9.5 ล้านคนในปี 2543 เป็น 10.06 ล้านคนในปี 2544 แต่ส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกเริ่มลดลงจากอันดับที่ 19 ในปี 2542 เป็นอันดับที่ 21 ในปี 2543 เช่นเดียวกับส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวของไทยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ลดลง รวมถึงระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยมีแนวโน้มลดลงในเกือบทุกตลาด ในขณะที่รายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันที่อยู่ในระดับคงที่ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาคือ 3,700-3,800 บาท ทั้งนี้ สาเหตุที่การเติบโตของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลงนั้นเนื่องจาก ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำ ทำให้คนไม่ต้องการที่จะ

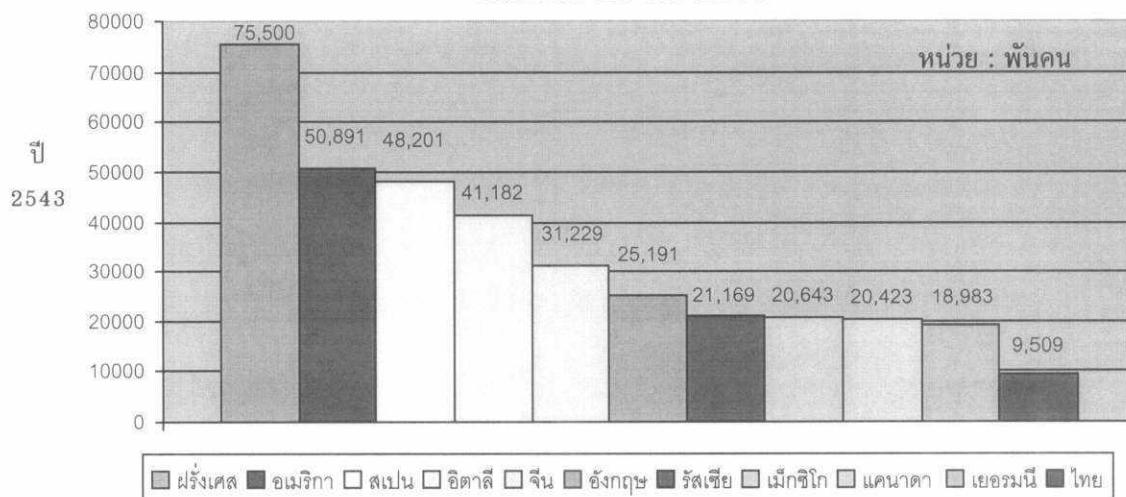
ท่องเที่ยวมากนัก เหตุการณ์วินาศกรรมในสหรัฐฯ ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักรึ่งความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ข่าวลือเรื่องความไม่สงบทางภาคใต้ของประเทศไทยหลังที่เกิดวิกฤตในสหรัฐอเมริกา ปัญหาทัวร์คุณภาพต่ำในตลาดจีนและตลาดฝรั่งเศส และ ความไม่สะดวกในการเดินทาง อันเป็นผลมาจากการยกเที่ยวบินและเปลี่ยนเส้นทางบินในบางเส้นทาง เช่น สายการบิน Alitalia ยกเลิกเที่ยวบินจากมิลานมาประเทศไทย และสายการบินไทยเปลี่ยนเส้นทางบินตรงเพิร์ธ-ภูเก็ต มาบินผ่านกรุงเทพฯ แทน เป็นต้น

ตัวอย่าง : การท่องเที่ยว

ด้านบริการ

อันดับจำนวนนักท่องเที่ยวของไทยในตลาดโลกเริ่มลดลงจากอันดับที่ 19 ในปี 2542

เป็นอันดับ 21 ในปี 2543



- ส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวของไทยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกลดลง
- ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยมีแนวโน้มลดลงเกือบทุกตลาด
- รายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันไม่มีการเติบโต อยู่ในระดับ 3,700-3,800 บาท ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

3. การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายของการพัฒนา

จากการทบทวนสถานการณ์เศรษฐกิจการเมืองโลก และการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ที่จะมีผลต่อสมรรถนะการแข่งขันของประเทศไทยในระยะต่อไป พบว่า สิ่งที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อภาค การผลิต การค้า และการลงทุนของประเทศไทยโดยสะท้อนถึงลัญญาณเตือนว่า ประเทศไทยได้ตกอยู่ ในภาวะที่ถูกบีบจากประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่า (Nutcracker) รวมทั้งยังติดอยู่ในกับดักของการเติบโตที่ไร้กำไร ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดจาก การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่น้อยกว่า (More for Less) มาสู่การลงทุนที่ได้มาสค่าตอบแทนที่มากกว่า (More for More Value) และห่วงโซ่มูลค่าที่เน้นอุปสงค์เป็นตัวนำ (Demand Driven Value Chain) นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในเรื่องของการลงทุนเพื่ออนาคตมีน้อย และมีความล่าช้าในการตอบสนองต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของโลกต่างๆ ตลอดจนไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในภูมิทัศน์การเมืองและเศรษฐกิจโลก ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศไทย และกรอบของการแข่งขัน และร่วมมือไปพร้อมๆ กัน (Co-operative Strategy) ในบริบทของเศรษฐกิจการเมืองโลก

การปรับทิศทางการพัฒนาประเทศไทยสอดคล้องกับการแข่งขันที่ทวิความรุนแรงขึ้นทุกขณะ จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงประสงนาของประเทศไทย โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขปัจจัยของสภาพแวดล้อมต่างๆ ดังกล่าว ทั้งภายในและภายนอกประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อนำประเทศไทยไปสู่แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมทั้งในปัจจุบันและอนาคต และการจัดสรรงบประมาณที่ มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1 ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงประสงนา (Desired Strategic Position)

ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงประสงนา (Desired Strategic Position) ได้กำหนดไว้ในเบื้องต้น คือ การให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่/ที่มีสมรรถนะสูง (Modern/High Performance Economy) ซึ่งหมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

(1) ระบบเศรษฐกิจที่แข่งขันด้วยความเร็ว (Economy of Speed) ซึ่งหมายถึง การตอบสนองและการปรับตัวที่รวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกประเทศไทย

(2) การมีธรรมาภิบาล ทั้งในภาครัฐและเอกชน (Good and Corporate Governance) คือ การนำหลักการบริหารจัดการที่ดีมาปฏิบัติ ได้แก่ หลักความคุ้มค่า หลักความรับผิดชอบ หลักการมีส่วนร่วม หลักความโปร่งใสที่สามารถตรวจสอบได้ หลักนิติธรรม และหลักคุณธรรม

(3) การมีโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Infrastructure) โดยมีโครงสร้างพื้นฐานที่พอเพียงและมีคุณภาพในระดับมาตรฐาน รวมทั้งมีความเสมอภาคในการเข้าถึงเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับคุณภาพสินค้า กระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเฉพาะที่ต่ออยู่กับภูมิปัญญาท้องถิ่น

(4) การบริหารนโยบายเศรษฐกิจที่รอบคอบ (Sound Economic Management) ในการดำเนินนโยบายด้านการเงิน การคลัง และเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อช่วยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจให้มีสมดุล ภูมิคุ้มกัน และมีเสถียรภาพ

(5) ทุนทางสังคมที่มีคุณภาพ (High Quality of Social Capital) ทั้งในส่วนของทรัพยากรมนุษย์ รวมตลอดทั้งวัฒนธรรม จริยธรรม ความเชื่อ ความเป็นอยู่

3.2 เป้าหมายการพัฒนา

การที่จะนำพาประเทศไทยสู่ความสามารถบรรลุถึงตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงประสงค์ ดังกล่าวข้างต้น เท็นควรกำหนดเป้าหมายหลักของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย เพื่อยกระดับการแข่งขัน เพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศไทย ดังนี้

(1) เพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทย จากระดับร้อยละ 0.9 ในปี 2544 ให้อยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 1.1 ของตลาดโลกในปี 2549

(2) กำหนดตำแหน่งของสาขาที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) ประมาณ 8-10 สาขา อาทิ การเป็น 1 ใน 10 ประเทศท่องเที่ยวโลก การเป็นศูนย์กลางแฟชั่น การเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) การเป็นประเทศผู้นำการค้า 5 อันดับแรกในเอเชีย หรือการเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น

(3) การเพิ่มผลผลิต (Productivity) ในทุกภาคการผลิตและบริการ

4. ยุทธศาสตร์การแข่งขันของเศรษฐกิจไทย (Thailand Competitive Strategy)

การที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของประเทศไทย (Thailand Competitive Strategy) ที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การกำหนดตำแหน่งของสาขาที่ประเทศไทยมีความเป็นเลิศในตลาดโลก (Global Niche) เพื่อการพัฒนาจุดเด่นของสินค้าและบริการไทยให้มีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่งขัน และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว รวมทั้ง สามารถนำพาประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ ที่มีสมรรถนะสูง โดยมีขั้นตอนของการดำเนินการ 3 ขั้นตอนคือ การกำหนดเป้าหมาย (Goal) และ ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงประสงค์ (Positioning) รวมทั้ง กลยุทธ์เพื่อการดำเนินงาน (Strategy)

4.2 การกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขัน (Strategic Thrust) ในด้านต่างๆ ได้แก่

(1) ด้านการผลิตและบริการ จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนคติในการดำเนินงานใหม่ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ดังนี้

(1.1) ด้านการเกษตร จะต้องให้ความสำคัญกับการเกษตรทั้งระบบจาก การผลิตระดับไร่นามาสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายอย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย โดยเน้น การผลิตตามความต้องการของตลาด เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความหลากหลายของสินค้า

(1.2) ด้านอุตสาหกรรม จะต้องให้ความสำคัญกับการผลิตที่สนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เน้นการเพิ่มผลผลิต การปรับห่วงโซ่อุปทาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างและมีศักยภาพอย่าง เป็นระบบในแต่ละกลุ่มสินค้า (Sector) รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่เน้นกรอบของการแข่งขันและความร่วมมือไปพร้อมๆ กัน (Cooperative Strategy) อาทิ แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

(1.3) ด้านการบริการท่องเที่ยว จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดจากการลงทุนที่มากแต่ให้ผลตอบแทนในสัดส่วนที่ต่ำ (More for Less) มาสู่การลงทุนที่ได้มูลค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น (More for More Value) และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) มากกว่าการดำเนินการตลาด (Marketing)

(2) ด้านการลงทุน ควรให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อ การลงทุน การลงเสริมโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางกายภาพและเทคโนโลยี และการตั้งการถ่ายทอด พัฒนา เทคโนโลยีและทักษะ รวมทั้ง ปรับโครงสร้างด้านสิ่งจูงใจเพื่อดึงดูดการลงทุนที่ใช้เทคโนโลยีและ นวัตกรรมตลอดจนให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม

(3) ด้านการค้าระหว่างประเทศ มุ่งเน้นการกระจายตลาดสินค้าสู่ออกให้กว้างขวาง ส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดหาและเป็นช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้า ทบทวน/ปรับปรุงกฎระเบียบและกฎหมายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านการค้าและการลงทุน รวมทั้ง ปรับระบบการเจรจาและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจการค้าอย่างเป็นเอกภาพ เสริมสร้างยานพาหนะที่รองของไทยในเวทีเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ และส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน การกำหนดยุทธศาสตร์การค้าบริการระหว่างประเทศ โดยส่งเสริม การส่งออกในสินค้าบริการมากขึ้นภายใต้สัญลักษณ์ทางการค้า (Brand Name) ของไทย และที่สำคัญ ให้มีองค์กรดูแลภาคร่วมทิศทาง และนโยบายด้านการค้าบริการที่ชัดเจน

(4) ด้านการต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับบทบาทของประเทศไทยในการเป็นผู้นำในเวทีความร่วมมือระดับภูมิภาค และเป็นจุดเชื่อมในเอเชียระหว่างประเทศไทยที่พัฒนาแล้วกับประเทศไทยกำลังพัฒนา รวมทั้ง การมียุทธศาสตร์การเจรจาที่ชัดเจนในการอุปโภคบริโภคที่ต่างๆ ตลอดจนมีระบบข้อมูลเชิงลึกในการทำงาน

3. การปรับบทบาทภาครัฐให้อื้อต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ในด้านต่างๆ ได้แก่ 3.1 ช่วยลดต้นทุนการประกอบธุรกิกรรม ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินนโยบายด้านต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอย่างต่อเนื่องและคาดการณ์ได้ การฝ่ายคลายข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน และการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ 3.2 สร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยเน้นการลดความเสี่ยงของภาคธุรกิจ การเพิ่ม Critical Mass การส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่มูลค่า และการสร้างระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส ทั้งในภาครัฐและเอกชน 3.3 เสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงานของภาคเอกชน ซึ่งประกอบไปด้วย การกำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การส่งเสริมการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็ว การส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม และการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตในทุกภาคส่วนของสังคม



ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์การแข่งขันรายสาขา

ยุทธศาสตร์การแข่งขันสินค้าการเกษตร

การค้าขายสินค้าเกษตรในตลาดโลกในปัจจุบันมักจะประสบกับปัญหาที่หลายประเทศพยายามสร้างมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้ผลิต และผู้บริโภคในประเทศของตน มีการตั้งเงื่อนไขจนกล้ายเป็นอุปสรรคไปในที่สุด

ประเด็นท้าทาย

ประเด็นท้าทายสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์การแข่งขันของภาคเกษตรไทย ได้แก่

ประเด็นแรก : การอุดหนุนสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศของประเทศไทยแล้วทั้งการอุดหนุนการผลิตและการอุดหนุนการส่งออก เป็นการเพิ่มขึ้นความสามารถในการแข่งขันกับสินค้านำเข้า หรือสินค้าส่งออกในตลาดโลก ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อสินค้าเกษตรของไทย เนื่องจากประเทศไทยมีการอุดหนุนสินค้าเกษตรน้อยกว่าประเทศพัฒนาแล้วมาก

ประเด็นที่สอง : การใช้มาตรการอื่นที่ไม่ใช่มาตรการด้านภาษีนำเข้า (Non-tariff Barrier : NTB) ซึ่งเป็นมาตรการที่เป็นอุปสรรคมากขึ้น เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม และมาตรการด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น นอกจากนั้น ยังมีประเด็นที่มีแนวโน้มเพิ่มความสำคัญขึ้น เช่น การกำหนดมาตรการป้องกันการร้ายโดยอาศัยเครื่องมือทางชีววิธี การเพิ่มความเข้มงวดในเรื่องการทารุณสัตว์ รวมทั้ง การหยิบยกประเด็นการผลิตสินค้าโดยอาศัยเทคโนโลยีการตัดต่อพันธุกรรม ซึ่งมีผลต่อการกำหนดนโยบายให้ชัดเจนและเหมาะสมสมกับปัจจัยที่เปลี่ยนไป

ประเด็นที่สาม : บทบาทของจีนเมืองจีนเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ซึ่งประเทศไทยต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ พร้อมที่จะปรับตัวและแสวงโอกาส เพราะจีนเป็นประเทศใหญ่ มีกำลังการผลิตและกำลังซื้อสูงมาก ประเทศไทยต้องมั่นใจในสินค้าที่จะสามารถแข่งขันกับจีนในตลาดโลก รวมไปถึงการซ่างซิงตลาดในจีนสำหรับสินค้าบางชนิดที่จีนจะต้องเปิดตลาดมากขึ้น

กรอบแนวคิด

เนื่องจาก ปัจจัยและองค์ประกอบในการเพิ่มขึ้นความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรมีมากมาย แต่ปัจจัยพื้นฐาน และสำคัญในการเพิ่มขึ้นความสามารถในการแข่งขันเป็นอย่างมาก ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งคุณภาพที่กล่าวถึงนี้รวมความถึงคุณภาพในด้านรูปร่าง ขนาด สีสัน รสชาติ และประเด็นที่สำคัญยิ่ง คือ คุณภาพด้านความปลอดภัย ทั้งในด้านการบริโภคและความปลอดภัยที่จะไม่นำเอาสารตulisthing ที่มีพิษและสัตว์ติดไปกับสินค้าส่งออกด้วย

ในอดีต การพัฒนาและการควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตร มักจะเน้นในขั้นสุดท้ายของการเตรียมส่งสินค้า ซึ่งก็ใช้ได้ผลมาระยะหนึ่ง แต่ต่อไปนี้ มีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาและควบคุมคุณภาพตั้งแต่เริ่มต้นการผลิตวัตถุดิบจากไร่นา เพื่อให้แน่ใจว่ามีการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพปลอดจากสารตกค้างและปราศจากศัตรูพืช สมควรที่จะยอมรับให้นำไปแปรรูปต่อไป ซึ่งจะเป็นกระบวนการควบคุมคุณภาพจากไร่นาถึงโต๊ะอาหาร (*From Farm to Table*) และที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ถือเป็นหลักการพื้นฐานในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตรและอาหารที่ต้องดำเนินการอย่างคร่าวๆ ทั้งนี้ เพื่อลดแรงกดดันจากประเทศผู้นำเข้าที่มักจะกำหนดมาตรฐานในด้านคุณภาพไว้สูงและใช้เป็นเครื่องมือในการกีดกันการนำเข้าด้วย

กระบวนการควบคุมคุณภาพจากไร่นาถึงโต๊ะอาหารนี้ นอกจากจะช่วยปรับปรุงคุณภาพสินค้าเกษตรให้เป็นอย่างดีแล้ว ยังเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกษตรกรมีโอกาสมีรายได้เพิ่มจากการเพิ่มกิจกรรมในด้านอื่นนอกจากการผลิตเฉพาะวัตถุดิบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการคุ้มครองและการเก็บเกี่ยวและการแปรรูป เป็นการเพิ่มบทบาทของเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรในวงจรการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้มากขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มช่องทางการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรไปในคราวเดียวกัน

ยุทธศาสตร์การแข่งขันสินค้าเกษตร

1. ยุทธศาสตร์ด้านการผลิตสินค้าเกษตร (*Product Strategy*)

1.1 ต้องเน้นให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพในด้านความปลอดภัยในการบริโภค เช่น เรื่องสารตกค้าง รวมทั้งในด้านความปลอดภัยทางชีวภาพ เช่น ปราศจากศัตรูพืช-สัตว์ ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาโดยการตัดต่อพันธุกรรม เป็นต้น

1.2 การจัดระบบการพัฒนาและควบคุมคุณภาพจากไร่นาถึงโต๊ะอาหาร เพื่อให้ผู้นำเข้าและผู้บริโภค มีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าไทย

1.3 การยกระดับความสามารถในการตรวจสอบและรับรองคุณภาพในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชีดความสามารถของห้องปฏิบัติการที่จะใช้ในการตรวจสอบ ทั้งในระดับไร่นา และในด้านการแปรรูป

1.4 กระจายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น สร้างชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ (*Brand Name*) รวมทั้งพัฒนาในด้านการบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของลูกค้า

1.5 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสินค้า ซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์พื้นฐานที่พยายามทำกันมาโดยตลอด โดยเน้นการกำหนดเป็นเขตเกษตรเศรษฐกิจหรือเป็นเขตการผลิตเพื่อการส่งออก

1.6 การกำหนดนโยบายในเรื่อง GMO ซึ่งจำเป็นต้องกำหนดเป็นนโยบายให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายการวิจัย GMO เพื่อการผลิต ถึงแม่ไทยจะมีนโยบายไม่ผลิตสินค้า GMO แต่มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาวิจัยเพื่อมีให้ล้าหลังในทางวิชาการ อันจะมีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการผลิตและการแข่งขัน หากในอนาคตสังคมโลกไม่มีการต่อต้านเรื่อง GMO อีกต่อไป ประสิทธิภาพในการผลิตจะกลายเป็นปัญหาสำคัญทันทีหากไม่มีวิชาการด้าน GMO ไว้

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าใหม่ๆ (*New Product Development*)

นอกจากการปรับปรุงสินค้าดั้งเดิมที่มีอยู่ จำเป็นต้องเร่งรัดพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อกระจายการส่งสินค้าออกไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ได้แก่

2.1 สินค้าประเภทอุตสาหกรรมจากป้าไม้และสัตว์ป่า ซึ่งไทยมีป้าร้อนชี้นที่อุดมไปด้วยสัตว์ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพ ที่ควรจะได้พัฒนามาใช้ประโยชน์ แต่ทั้งนี้จะต้องฝึกอบรมกับสิ่งแวดล้อมและดำเนินการไปตามหลักสากลที่ปฏิบัติกัน

2.2 สินค้าที่ปลดจากสารพิษและสินค้าเกษตรอินทรีย์ จัดว่าเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอนาคตที่ผู้บริโภcmakจะยอมลงทุนซื้อในราคากูง ดังนั้น หากสามารถผลิตได้ตามคุณภาพที่กำหนด ก็จะมีโอกาสในการส่งออกและนำเงินตราเข้าประเทศได้เป็นอย่างดี

2.3 สินค้าประเภทสมุนไพรและเครื่องเทศ ความนิยมเริ่มมีมากขึ้นอย่างชัดเจน จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

2.4 กิจการท่องเที่ยวเกษตรและการท่องเที่ยวธรรมชาติ นับวันจะเป็นที่นิยมมากขึ้นเป็นลำดับ สมควรที่จะได้กำหนดแนวทางและแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวกับการเพิ่มยอดขายสินค้าอื่น

เช่น ร้านอาหารไทย หากได้รับการสนับสนุนให้มีความนิยมแพร่หลายยิ่งขึ้น ก็จะเป็นช่องทางในการเพิ่มการนำเข้าสินค้าไทย ทั้งที่เป็นวัตถุดิบสำหรับอาหารไทย และที่มีโอกาสเป็นสินค้าต่อเนื่อง เช่น ไวน์ไทย หัตถกรรมต่างๆ ที่นำไปเผยแพร่และจำหน่ายในร้านอาหารไทย

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรและเกษตรอุตสาหกรรม

เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนมีโอกาสเพิ่มมูลค่าและรายได้ในภาคเกษตรมากขึ้น แทนที่จะผลิตและขายแต่วัตถุดิบท่านนั้น นอกจากนั้น ชุมชนยังจะเป็นฐานการผลิตและการตลาดที่กระจายไปตามท้องถิ่นต่างๆ และช่วยสนับสนุนให้เป็นฐานการผลิตที่ยังยืนต่อไป รัฐบาลจึงควรสนับสนุน

4.1 ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในสาขาต่างๆ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งด้านเกษตรและเกษตรอุตสาหกรรม

4.2 สร้างโอกาสในการประกอบการให้กับองค์กรเกษตรกรและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในระดับท้องถิ่น โดยเพิ่มและสนับสนุนการลงทุน ทั้งการก่อสร้าง การดำเนินการแล้วจึงถ่ายโอน (Built Operate and Transfer) ตลอดจนการสร้างและสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการจัดการให้แพร่หลายยิ่งขึ้น

5. ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนา

เป็นยุทธศาสตร์ที่จะเป็นพื้นฐานในการเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขัน หากปราศจากเทคโนโลยีที่เหมาะสมแล้ว ประสิทธิภาพและความต้องการของประเทศอื่น ดังนั้น รัฐบาลจึงจำเป็นต้องมีการสนับสนุนอย่างจริงจัง ดังนี้

5.1 สนับสนุนให้มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิต โดยสนับสนุนให้สมัพسانกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ยังไม่ได้รับความสนใจมาก่อน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต

5.2 สนับสนุนและคุ้มครองงานวิจัย ตลอดจนดูแลความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งถือเป็นต้นทุนในการกระจายการผลิตสินค้าชนิดใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

5.3 ปรับปรุงระบบบริหารจัดการภาครัฐในเรื่องงานวิจัย โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามา่วางแนวทางวิจัยกับภาครัฐ และควรทบทวนในเรื่องการแบ่งปันผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยด้วย

5.4 การพัฒนาบุคลากร ยังคงถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์การแข่งขันภาคอุตสาหกรรม

ประเด็นท้าทาย

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของโลกทำให้การท้าทายของภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นในการแข่งขันในเวทีโลกนั้น มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ก่อให้เกิด การแข่งขันทางด้านราคาเริ่มลดลง แต่ทันมาแข่งขันทางด้านการพัฒนาการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และการอาศัยความได้เปรียบของการแข่งขันในด้านการผลิต เป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันทางด้านภาษีศุลกากรและปริมาณ เป็นมาตรฐานสู่รูปแบบการกีดกันทางการค้าที่เคยใช้มาตรการด้านภาษีศุลกากรและปริมาณ เป็นมาตรฐานสู่รูปแบบการกีดกันทางด้านคุณภาพ มาตรฐาน และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การรับรู้ข่าวสาร ประสิทธิภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อวิถีการของผู้ผลิตภัณฑ์ที่มีระยะเวลาสั้นลงกว่าเดิม รวมทั้ง การเข้าเป็นสมาชิกองค์กรการค้าโลก (WTO) ของจีนที่ทำให้โอกาสของจีนมาเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุนของไทยมากกว่าเดิม

ทั้งนี้ เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมไทยสามารถคงศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกได้ จำเป็นที่จะต้องมีการปรับยุทธศาสตร์ในภาพรวมของภาคอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงรูปแบบและแนวคิดที่แตกต่างจากที่ผ่านมา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

1. ครอบแนวคิด

1.1 ยุทธศาสตร์ของการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเวทีโลก ภายใต้สภาพเศรษฐกิจและสังคมของโลกที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วนี้ จะเน้นความสำคัญและทิศทางในการที่จะสร้างให้อุตสาหกรรมของประเทศไทยมีความแตกต่าง (Differentiation) และเน้นการพัฒนาการผลิตในเชิง Mass Customization มากกว่า Mass Production เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาของวิถีการของผู้ผลิตภัณฑ์ที่มีระยะเวลาสั้นลง ดังนั้น ต้องมีการกำหนดตำแหน่ง (Position) ของอุตสาหกรรมในตลาดโลกให้ชัดเจน ควบคู่กับการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (Demand Driven) โดยการพัฒนาความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Customer Responsiveness) และส่งมอบสินค้าอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางด้าน Economies of Speed

1.2 การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันที่จะเน้นการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านความรู้ (Knowledge-based) จำเป็นต้องมีการดำเนินยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรม (Innovation) การสร้างพื้นฐานของ การวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะทางด้านคุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

2. การจัดกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรมไทยที่สำคัญ แบ่งตามความสามารถในการแข่งขันและความเป็นที่สนใจของอุตสาหกรรมนั้นๆ ออกได้เป็น 3 กลุ่มอุตสาหกรรม คือ

2.1 กลุ่ม Global Industry เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศสูง ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมแพชั่น กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ และกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์

2.2 กลุ่ม Regional and Domestic Industry เป็นอุตสาหกรรมที่ความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศในระดับปานกลาง ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดในประเทศและภูมิภาค ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ และกลุ่มอุตสาหกรรมเชรามิคและแก้ว

2.3 กลุ่ม Basic and Strategic Industry เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน ได้แก่ ปิโตรเคมี เหล็กและเหล็กกล้า และกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักร

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมจะแยกเป็นยุทธศาสตร์ทางด้านการค้าระหว่างประเทศ และยุทธศาสตร์สำคัญ ที่มีทั้งยุทธศาสตร์ร่วม (Common Strategies) และบางส่วนเป็นยุทธศาสตร์เฉพาะ (Customized Strategies) สำหรับแต่ละอุตสาหกรรม สรุปได้ดังนี้

กลุ่มอุตสาหกรรม	ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ
Globalization Industry	FREE	<ul style="list-style-type: none">การพัฒนามาตรฐานและคุณภาพการพัฒนาการออกแบบการสร้าง Brand Nameการพัฒนาและวิจัย (R&D)การพัฒนาความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมการพัฒนาด้านวัตถุดิบ
Regional and Domestic Industry	FAIR	<ul style="list-style-type: none">การปรับปรุงวัตถุดิบการพัฒนาการออกแบบการพัฒนาผู้ประกอบการการสร้างเครือข่ายในการตลาดการสร้างผู้ประกอบการใหม่การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

กลุ่มอุตสาหกรรม	ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ
Basic and Strategic Industry	MANAGE	<ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ● การเร่งการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม ● การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต

ยุทธศาสตร์การค้าสินค้าและบริการระหว่างประเทศ

ประเด็นท้าทาย

1. กฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศของโลกยังไม่เป็นธรรมและมีช่องโหว่ ทำให้มีการใช้มาตรการที่เป็นอุปสรรคทางการค้า ได้แก่

1.1 ภาษีศุลกากร เมื่อต่างประเทศลดอัตราภาษีศุลกากรลง เนื่องจากประเทศคู่ค้าใหญ่ๆ ที่พัฒนาแล้วได้มีการนำมาตรการที่มิใช้ภาษี (Non-Tariff-Barsiers) มาใช้เพิ่มขึ้น

(1) ไทยมีอัตราภาษีเฉลี่ยสูง ขณะที่ประเทศคู่ค้าโดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วมีอัตราภาษีเฉลี่ยต่ำ

(2) มาตรการที่ไม่ใช้ภาษี เช่น SPS/TBT AD/CVD ซึ่งไทยใช้มาตรการเหล่านี้น้อย ขณะที่ประเทศคู่ค้าสำคัญใช้มาตรการเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้าสูง

1.2 การอุดหนุนสินค้าเกษตรมีสูง โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วมีการให้การอุดหนุนเป็นจำนวนมาก ขณะที่ไทยมีการอุดหนุนต่ำ

2. ประเทศไทยมีการนำเรื่องใหม่ๆ มา กีดกันการค้ามากขึ้น เช่น เรื่อง GMOs สิ่งแวดล้อม Animal welfare และแรงงาน เป็นต้น ในขณะที่ประเทศไทยมีการนำมาใช้น้อยมาก

3. อำนาจต่อรอง ไทยมีอำนาจการต่อรองต่ำ ขณะที่ประเทศไทยคู่ค้าโดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจมีอำนาจการต่อรองสูง การเจรจาการค้าระหว่างประเทศจึงมักจะถูกครอบงำ (Dominate) โดยประเทศมหาอำนาจ

4. ประเทศไทยแข็งแกร่งคุ้มครองไทยมีการทำ FTA/CEP กับเพรียบเทียบประเทศไทยซึ่งมีการทำ FTA/CEP น้อย

5. ศักยภาพการแข่งขันภาคบริการของไทยยังต่ำ มีการแข่งขันจากต่างชาติสูงและการเจรจาถูกผลักดันให้เปิดตลาดมากขึ้น ขณะที่กฎเกณฑ์ที่จะจัดระเบียบภาคบริการไม่เพียงพอ และการบังคับใช้กฎระเบียบไม่มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์การค้าและบริการระหว่างประเทศของไทย

1. ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

1.1 ครอบแนวคิด

เพื่อให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าและบริการในเวทีเศรษฐกิจโลกได้ จะต้องดำเนินยุทธศาสตร์ใน 2 ด้านพร้อมๆ กัน (Dual Track) คือ

Track 1

ด้าน Demand มี 2 ส่วนคือ

(1) ใช้ประโยชน์จากเวทีเศรษฐกิจโลกให้มากที่สุด โดยปรับกลยุทธ์ของไทยให้เป็นในเชิงรุกมากกว่ารับและให้ได้ประโยชน์มากขึ้น

(2) ใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการส่งออกเชิงรุก (Demand Management)

Track 2

ด้าน Supply หรือภาคการผลิตภายในประเทศทั้งทางด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตร โดยการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อลดการพึ่งพาเศรษฐกิจต่างประเทศ แต่มิใช่เป็นการปิดประเทศ

1.2 ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

(1) กลยุทธ์ส่งเสริมการส่งออกเชิงรุก

กลยุทธ์เชิงรุกในการส่งออกเพื่อนำไปสู่ Economy of Speed และช่วยในเรื่องของการเพิ่มการส่งออกสินค้าและบริการทั้งที่เป็น Value Added และ Hi-end ประกอบด้วย

- การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และบทบาทด้านการส่งเสริมการส่งออก โดยเน้นการเข้าถึงตลาดโดยให้การส่งออกไปตลาดต่างประเทศมีอุปสรรคน้อยที่สุด ซึ่งในขณะนี้ได้มีการจัดตั้งศูนย์ส่งออก (One-Stop Export Service Center) สำหรับการเข้าถึงลูกค้าในต่างประเทศให้มากขึ้น โดยวิธีให้ลูกค้าในต่างประเทศเป็นแหล่งข้อมูลทางการค้า (Intelligence) ของแต่ละตลาดและลูกค้า เพื่อจะได้สนองความต้องการของแต่ละตลาดและลูกค้าที่แตกต่างกัน

- สินค้าที่มีผลิตภัณฑ์สินค้าที่มี Value Added ซึ่งสามารถทำได้โดยการเพิ่ม Design และ Packaging ซึ่งในเรื่องนี้กระทรวงพาณิชย์ได้มีแผนงานที่จะจัดตั้งศูนย์ออกแบบพัฒนาที่แห่งชาติ (Thailand Design Center) รวมทั้งการสร้างตราหรือยี่ห้อของไทย (Branding) เพื่อให้ลูกค้ามองแล้วรู้ว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย

- การเข้าสู่ตลาด (Accessibility) โดยจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ (Distribution Center) มีโครงการจัดทำ Thailand Plaza ไปตลาดที่สำคัญของไทย เป็นต้น

- การเข้าตลาดใหม่ๆ รวมทั้งการสร้างประตูการค้า (Gateway) ของสินค้าไทยเข้าสู่ประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและจีน

(2) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์การเจรจาในเวทีเศรษฐกิจโลก

การสร้างบรรยากาศการค้าโลกให้อืดต่อการส่งออก โดยการใช้เวทีเศรษฐกิจโลกให้เป็นประโยชน์มากที่สุด ทั้งในระดับโลก ได้แก่ องค์การการค้าโลก (WTO) ระดับภูมิภาค เช่น ASEAN / APEC / ASEM / GMS-EC และระดับหัวใจ เช่น FTA / CEP / CER เป็นต้น โดย

ระดับโลก

• **WTO : การเจรจารอบใหม่ (Doha Development Agenda)** ขณะนี้กำลังมีการเจรจาการค้ารอบใหม่ภายในต้องค์การการค้าโลก ได้เปิดเจรจาแล้วตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2544 ซึ่งกำหนดให้มีเริ่มเจรจาใน 8 เรื่อง (เกษตร บริการ การเปิดตลาดสินค้าอุตสาหกรรม และประมง การปรับปรุงกฎหมายของ WTO ให้มีความชัดเจนและรัดกุมยิ่งขึ้น เช่น ความตกลง AD/CVD สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรดินทางปัญญา การระงับข้อพิพาท และการปฏิบัติตามพันธกรณีของความตกลง) ที่จะต้องเจรจาให้เสร็จสิ้นภายใน 1 มกราคม 2548 และทุกประเทศจะต้องรับผลกระทบเจ้าภาพร่วมกันทุกเรื่อง (Single Undertaking) โดยกลยุทธ์ของประเทศไทยจะเป็นทั้งฝ่ายรุกและฝ่ายรับในเรื่องที่เจรจาดังนี้

เรื่องที่ไทยเป็นฝ่ายรุก เป็นเรื่องที่ประเทศไทยค่อนข้างมีความพร้อม ได้แก่

➤ **สินค้าเกษตรรวมถึง เกษตรอุตสาหกรรม (Agro-Industry)** และอาหารกระป่อง โดยจะผลักดันให้เปิดตลาดมากขึ้น ลดการอุดหนุนภายในลง และยกเลิกการอุดหนุนส่งออกทุกชนิดในที่สุด

➤ **กฎหมายของ WTO** ให้มีการปรับปรุงกฎหมายให้เป็นธรรมกับประเทศไทยกำลังพัฒนามากขึ้น เช่น AD/CVD, TBT/SPS

➤ **สินค้าอุตสาหกรรม** จะเจรจาให้มีการลดภาษีสินค้าในกลุ่ม Global Industry (Food, Leather, Garment, Electronics, Jewelry, Auto) สินค้าอุตสาหกรรมที่น่าจะแข่งขันได้ คือ อัญมณีและเครื่องประดับ (Jewelry) อาหาร และผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่อยู่ในกลุ่ม Global Industry ของกระทรวงอุตสาหกรรม

เรื่องที่ไทยต้องเป็นฝ่ายตั้งรับ เช่น

บริการ

➤ **การเจรจาการค้าบริการรอบใหม่** เพื่อให้สามารถพัฒนาการเปิดตลาดการค้าบริการ เป็นการสร้างความมั่นใจและเป็นหลักประกันว่าประเทศไทยสามารถจะไม่ถอยหลังไปสร้างข้อตกลงมากกว่าที่เคยอนุญาตและได้ญูกันไว้ ซึ่งในการเจรจารอบใหม่ ไทยถูกเรียกร้องให้เปิด

ตลาดมากขึ้น ซึ่งไทยยังไม่พร้อมที่จะเปิดเสรีมากกว่าที่กฎหมายปัจจุบันอนุญาต เพราะกฎหมายภายในยังไม่เอื้ออำนวย

➤ หลักการสำคัญประการหนึ่งของกฎหมายที่การค้าของ WTO คือ การปฏิบัติต่อประเทศสมาชิกอย่างเท่าเทียมกัน จะเลือกปฏิบัติโดยให้สิทธิแก่ประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นพิเศษไม่ได้ ซึ่งในส่วนของไทยมีพันธะตามสนธิสัญญาทางไมตรีให้สหรัฐฯ สามารถมาเปิดธุรกิจภายในประเทศไทยได้ 100% ในกิจการเกือบทุกอย่าง ยกเว้น 6 สาขา ได้แก่ การธนาคารที่เกี่ยวกับการรับฝากเงิน การคมนาคม การขนส่ง การแสวงหาประโยชน์จากที่ดินหรือทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ การค้าภายในเกี่ยวกับผลิตผลทางเกษตรพื้นเมือง และการรับดูแลทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น ในขณะที่ปัจจุบันกฎหมายของไทยจำกัดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุน โดยถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 49 ประเทศสมาชิกอีก 6 จึงพยายามจะผลักดันให้ไทยเปิดตลาดให้เท่ากับที่ให้สหรัฐฯ (Treaty of Amity)

สิ่งแวดล้อม แรงงาน และ GMOs : ประเทศที่พัฒนาแล้วมักจะใช้เรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นข้ออ้างในการกีดกันทางการค้า ไทยจะต้องหาทางป้องกันไม่ให้มีการใช้เรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็นข้ออ้าง

ระดับภูมิภาค

เป็นเรื่องของความร่วมมือเป็นส่วนใหญ่ เช่น APEC และ ASEAN ซึ่งจะมีกลยุทธ์ดังนี้

- สร้างความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียน (Asian Cooperation Dialogue: ACD) ให้เป็นรูปธรรมเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองของไทยในภูมิภาค

- ผลักดันให้ข้อตกลงของอาเซียนมีผลในทางปฏิบัติมากขึ้น
- เร่งสร้างกลไก AFTA+3 ให้เป็น East Asian Economic Area ให้ได้เพื่อให้เป็นเขตการค้าเสรี

- ใช้ GMS-EC เป็นฐานการผลิตสินค้าที่เป็น low-end

ระดับทวิภาคี

- เน้นการขยายการค้าและสร้างความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน

เป็นลำดับแรก

- ทำ FTA กับจีน อินเดีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เป็นต้น ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีศักยภาพ เป็น Gate way ลดอุปสรรคทางการค้าในประเทศไทย สามารถเก็บกักทางเศรษฐกิจ และเพิ่มอำนาจการต่อรองของไทย

2. ยุทธศาสตร์การค้าบริการระหว่างประเทศของไทย

ประเทศไทยจัดบริการของไทย แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) กลุ่มธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และมีความพร้อมสูง ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคารไทย สุขภาพ (ธุรกิจรักษาพยาบาล long-stay ทันตกรรม) การศึกษา การออกแบบและก่อสร้าง และเสริมความงาม

(2) กลุ่มธุรกิจบริการที่ควรพัฒนา โดยสถานะและ Logistic ไทยเรามีศักยภาพ แต่ความสามารถยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากขาดเงินทุน เทคโนโลยี หรือขาดทักษะทางด้านภาษาและขาดประสบการณ์ ซึ่งต้องพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ เช่น ในด้าน วิชาชีพที่ปรับเพิ่มชีดความสามารถของบุคลากร ด้านธุรกิจก่อสร้างภูมิภาค ที่จะต้องดูดให้เข้ามาในประเทศ ได้แก่ สวนสนุก ศูนย์ประชุม วิชาชีพ (วิศวกร สถาปนิก บัญชี กฎหมาย) บันเทิง โฆษณา

(3) กลุ่มธุรกิจบริการพื้นฐานที่จะต้องดูแลมาก ซึ่งรัฐจะต้องเข้ามาให้ความช่วยเหลือ เนื่องจากเป็นธุรกิจราภูมิและเกี่ยวข้องกับความมั่นคง หรือขาดกฎหมายที่จะรองรับ ได้แก่ โทรคมนาคม ขนส่ง การเงิน การค้าส่ง-ค้าปลีก

ยุทธศาสตร์การค้าบริการระหว่างประเทศ

(1) การปรับเปลี่ยนจากผู้นำเข้าเป็นผู้ส่งออกบริการ

- ลดการออกใบอนุญาตให้บริการในต่างประเทศ เช่น การศึกษา ท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการส่งออกธุรกิจที่มีศักยภาพ ได้แก่ ธุรกิจที่สร้างรายได้ เช่น การจัด road show และจัด business contact ให้ผู้ประกอบธุรกิจบริการไทยพบกับผู้แทนและนักธุรกิจต่างชาติ (กรมส่งเสริมการส่งออกมีเป้าหมายที่จะเพิ่มร้านอาหารในต่างประเทศ)
 - สร้าง Image การให้บริการในตลาดที่มีกำลังซื้อสูง (Thailand's brand) เช่น ภัตตาคารไทย นวดแผนโบราณไทย และไปในตลาดที่มีกำลังซื้อ เช่น ยุโรป ญี่ปุ่น
 - พัฒนาผู้ประกอบการสู่สากล (ตั้งที่กรมส่งเสริมการส่งออกและกรมทะเบียน การค้าดำเนินการอยู่) เช่น ปรับปรุงให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ทำฐานข้อมูลเชื่อมโยงกับต่างประเทศ การอบรมผู้ประกอบการให้เป็นสากล

(2) การปรับการเจรจาจากการตั้งรับเป็นการรุก

- เรียกร้องให้การเปิดตลาดบริการที่ไทยมีศักยภาพ ซึ่งในอดีตไทยเป็นฝ่ายตั้งรับไม่เรียกร้อง (request) ประเทศใด และเป็นฝ่ายที่ถูกต่างชาติเรียกร้องให้พิจารณาเปิดตลาด จะต้องเป็นฝ่ายรุก โดยการมี request เข้าบ้าง

- สร้างกฎระเบียบ/ยกร่างกฎหมายคุณภาพให้หดเตี้ยมต่างประเทศ คือ เปิดตลาดแล้วต้องมีกฎระเบียบที่สร้างอุปสรรคทางการค้าและแฟชั่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น การกำหนดมาตรฐานคุณภาพ หรือกำหนดให้ต้องมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น เป็นต้น

(3) การปรับบทบาทองค์กร

- ให้มีองค์กรธุรกิจภาพรวมที่หลากหลาย/นโยบายด้านการค้าบริการ (เช่น กำหนดทิศทางว่า ไทยจะมุ่งเน้นการค้าบริการด้านใด เปิดเสรีได้หรือไม่)

- ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญในการพัฒนาชีดความสามารถในบริการที่มีศักยภาพใน 2 กลุ่มธุรกิจบริการที่กล่าวไปแล้วข้างต้น คือ กลุ่มธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ และกลุ่มธุรกิจบริการที่ควรพัฒนา

ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นท้าทาย

จากการประเมินการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจ การเมือง และสังคมโลก พบว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแนวคิดความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งวิธีการดำเนินงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปความเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์โลกที่ส่งผลกระทบกับการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. **Globalisation** หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารภายในโลกที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่

2. **New Competitors** หมายถึง การเกิดคู่แข่งขันใหม่ๆ ซึ่งนำเสนอลินค์ทางการท่องเที่ยวที่มีความใกล้เคียงกัน ทำให้การแข่งขันมีสูงขึ้น และผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

3. **Sustainable Tourism** หมายถึง แนวคิดในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด แต่ให้เกิดการกระจายผลทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในแนวทางใหม่ และส่งผลกระทบต่อแนวคิดการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

4. **Quality Based Products** หมายถึง การคำนึงถึงคุณภาพมากกว่าปริมาณ ในราคาน้ำหนัก ที่สมเหตุสมผล

5. **IT** หมายถึง การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้เกิดช่องทางในการเผยแพร่และการขาย รวมไปถึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ

6. **Human Rights and World Peace** ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากการเกิดเหตุการณ์ก่อการร้ายและสังหารมิ今บริเวณต่างๆ จึงมีแนวคิดในการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างสันติภาพในโลก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ทั้งยังเป็นสื่อในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความรู้ และความเข้าใจระหว่างกัน

7. **Change of Lifestyle** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบความต้องการและแนวทางการดำรงชีวิต เช่น การมีเวลาเดินทางลดลงในขณะที่มีเงินมากพอ (Time Poor Money Rich) ทำให้เกิดความต้องการสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการเฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การนำเสนอสินค้าจะเป็นไปในลักษณะ Tailor-Made เฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

8. **Safety and Security** หมายถึง นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ซึ่งมีอิทธิพลสูงต่อการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เส้นทางของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย 3 ปี

จากการศึกษาวิเคราะห์จากประเด็นท้าทายดังที่กล่าวไปแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำเสนออยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยระยะ 3 ปี ต่อคณะกรรมการเพื่อนำมติไปแล้วเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2545 โดยนำเสนองรกรอบกลยุทธ์การดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดำเนินการ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ 1 : ศึกษาและจัดทำ Positioning ของประเทศไทยในตลาดการท่องเที่ยวโลก เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นให้ประเทศเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มาตรฐานโลก

กลยุทธ์ที่ 2 : กำหนดและเผยแพร่ Brand Name ของประเทศไทย เพื่อมุ่งนำเสนอประเทศไทย ในรูปแบบที่แตกต่างจากคู่แข่งขันในภูมิภาคเดียว โดยนำเอกลักษณ์ของประเทศไทยมานำเสนอ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาสินค้าและบริการ

กำหนดแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยแบ่งกลุ่มสินค้าที่จะดำเนินการพัฒนา ใน 3 ปี ในรูปแบบของ Cluster 5 กลุ่ม เพื่อทำให้กิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้

กลุ่ม 1 : หาดทราย ชายทะเล

กลุ่ม 2 : อุทยาน ป่าเขา

กลุ่ม 3 : ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม

กลุ่ม 4 : สินค้าตามความสนใจเฉพาะ

กลุ่ม 5 : สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 : การขยายพื้นที่ท่องเที่ยว โดย

1. ร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในระดับต่างๆ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในภูมิภาค และดึงนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากขึ้น

2. ผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์การศึกษาและฝึกอบรมด้านการบริการและการท่องเที่ยว
3. ผลักดันอย่างต่อเนื่องให้ประเทศไทยช่วงชิงการเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว (Tourism Hub) โดยเฉพาะด้านการบินจากสิงคโปร์

กลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนจุดเน้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดย

1. มุ่งก่อรุ่มเป้าหมายคุณภาพควบคู่กับรักษาการเติบโตของตลาดเชิงปริมาณ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยมีตลาดเป้าหมายที่สำคัญ แบ่งได้เป็น

1.1 ตลาดเป้าหมายคุณภาพ (ตลาดต่างประเทศ)

- **ภูมิภาคเอเชีย** : ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ช่องกง เกาหลี จีน
- **ภูมิภาคโอเชียเนีย** : ออสเตรเลีย
- **ภูมิภาคยุโรป** : อังกฤษ เยอรมัน สแกนดิเนเวีย ฝรั่งเศส อิตาลี และ เนเธอร์แลนด์
- **ภูมิภาคตะวันออกกลาง** : UAE และ อิสราเอล

- 1.2 ตลาดเฉพาะกิจลุ่ม (ตลาดต่างประเทศ) ประกอบด้วย กิจลุ่ม MICE กิจลุ่มเยาวชน กิจลุ่ม Long Stay กิจลุ่ม Sport (กิจลุ่มกอล์ฟและกิจลุ่มดำน้ำ) กิจลุ่มผู้สูงอายุ กิจลุ่มศาสนา และกิจลุ่มครอบครัว

- 1.3 ตลาดในประเทศไทย ประกอบด้วย กิจลุ่ม MICE กิจลุ่มครอบครัว กิจลุ่มผู้สูงอายุ และกิจลุ่มเยาวชน

2. เน้นการดำเนินงานแบบ More for More เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว
3. เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ และเพิ่มเครือข่ายในการทำการตลาด

4. เน้นการทำตลาดแบบ Target Marketing ควบคู่กับการทำตลาดแบบ Mass Marketing

กลยุทธ์ที่ 3 : การกำหนดกลยุทธ์และการบริหารจัดการใหม่ โดยการเปลี่ยนผูหอคำสัตว์การจัดการส่วนกลางเป็นส่วนท้องถิ่น รวมทั้ง ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 4 : การแบ่งภาระรับผิดชอบใหม่ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและบทบาทในการบริหารจัดการให้กับท้องถิ่นมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 5 : การปรับบทบาทองค์กรการบริหาร (Restructure) โดยการแบ่งความรับผิดชอบให้ชัดเจน ดังนี้

1. ภาครัฐ เป็น Regulators กำหนดมาตรฐานและบังคับใช้กฎหมาย
2. ภาคเอกชน เป็น Self Regulation และสร้างเครือข่ายการขายให้แข็งขันได้ในระดับโลก
3. องค์กรท้องถิ่น เป็นผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การลงทุน

สถานภาพด้านการลงทุนของไทยในเวทีโลก

การแข่งขันในการตีงคูดการลงทุนของประเทศต่างๆ ได้ทวีความรุนแรงสูงขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หลังจากประเทศไทยเข้าเป็นสมาชิกขององค์กรการค้าโลก (WTO) แม้ว่าโดยภาพรวม คลื่นการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศได้ไหลเข้าสู่ภูมิภาคเอเชียมากขึ้น แต่การลงทุนส่วนใหญ่ไหลเข้าสู่จีนทั้งในรูปของเม็ดเงินและสัดส่วน ในปี 2543 ในจำนวนเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ทั้งหมดมีสัดส่วนที่ไหลสู่เอเชียร้อยละ 57.2 เพิ่มขึ้นจากปี 2542 ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 43.3 แต่ในส่วนของการลงทุนในไทยนั้น กลับพบว่า มีสัดส่วนการลงทุนลดลง โดยในปี 2543 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในไทยมีมูลค่าประมาณ 2,448 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 1.8 ของ การลงทุนทั้งหมดที่เข้ามาในภูมิภาคเอเชีย¹ (หรือร้อยละ 0.19 ของการลงทุนโดยตรงของโลก) ลดลงจากปี 2542 ซึ่งมีการลงทุนถึง 3,562 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 3.7 ของการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย (หรือร้อยละ 0.33 ของการลงทุนโดยตรงของโลก) สถานภาพการลงทุนของไทยที่ถูกดูอยู่ทั้งในรูปเม็ดเงินและสัดส่วน แสดงว่า ความสามารถในการแข่งขันดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศของไทยได้เลื่อนยอดลง พึงจะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

รูปแบบขององค์กรส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ

รูปแบบและขอบเขตงานขององค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยคู่แข่งที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย เปรียบเทียบกับไทย สามารถสรุปได้ ดังนี้

- องค์กรส่งเสริมการลงทุนเกือบทุกประเทศในเอเชียเป็นหน่วยงานราชการ ยกเว้นในกรณีของญี่ปุ่นเป็นองค์กรเอกชน
- ประเทศไทยท่องค์กรส่งเสริมการลงทุนขึ้นตรงกับประธานาธิบดีหรือนายกรัฐมนตรี ได้แก่ องค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทย และอินโดนีเซีย
- ประเทศไทยท่องค์กรส่งเสริมการลงทุนสังกัดกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม ได้แก่ องค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยสิงคโปร์ มาเลเซีย พลีบปินส์ เกาะสีໄด้ และจีน
- ประเทศไทยท่องค์กรส่งเสริมการลงทุนสังกัดกระทรวงเศรษฐกิจ ได้แก่ องค์กรส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยได้ทั่วไป
- อย่างไรก็ตี ผู้นำระดับสูงสุดของทุกประเทศล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายการลงทุน และการเจรจาชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศด้วยตนเองมากขึ้นโดยลำดับ

¹ ภูมิภาคเอเชีย หมายถึง เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

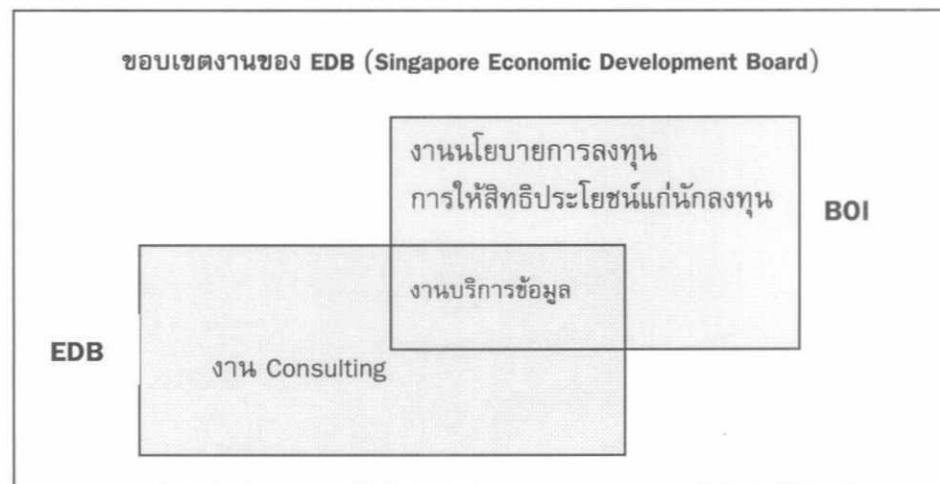
- องค์กรส่งเสริมการลงทุนของทุกประเทศ ยกเว้นอินโดเนเซีย มีขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบกว้างกว่าของไทย

ขอบเขตงานขององค์กรส่งเสริมการลงทุนในเอเชีย

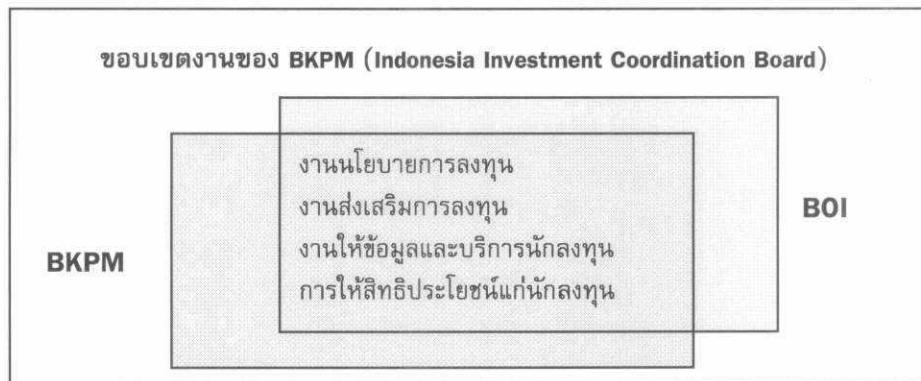
- Malaysia Industrial Development Authority (MIDA)** ของประเทศไทยมาเลเซีย



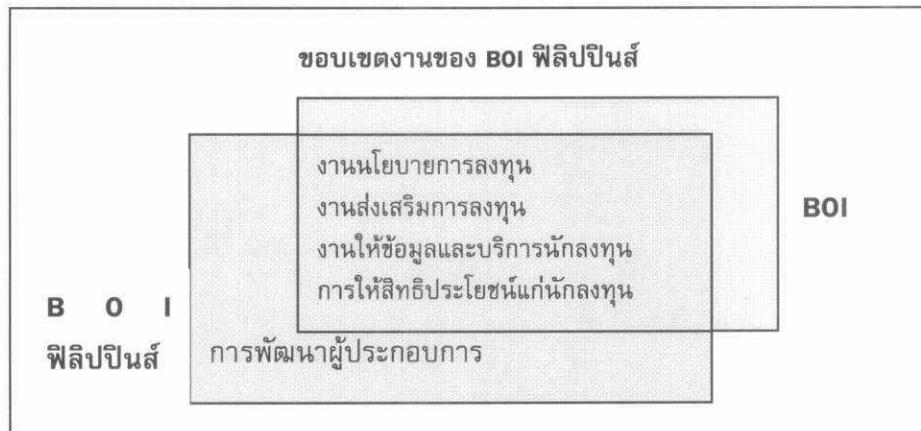
- Economic Development Board (EDB)** ของประเทศไทยสิงคโปร์



- **Investment Coordinating Board (BKPM)** ของประเทศไทยโดยนี้เชี่ยว



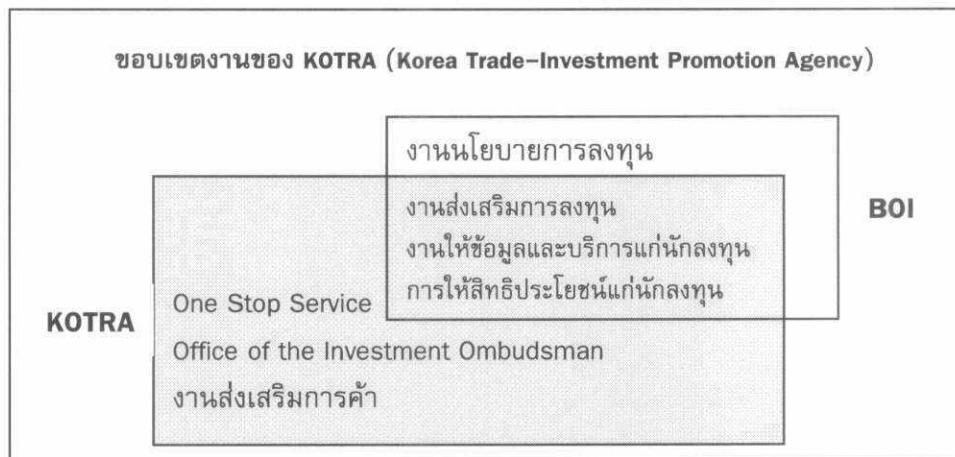
- **Board of Investment (BOI)** ของประเทศไทยฟิลิปปินส์



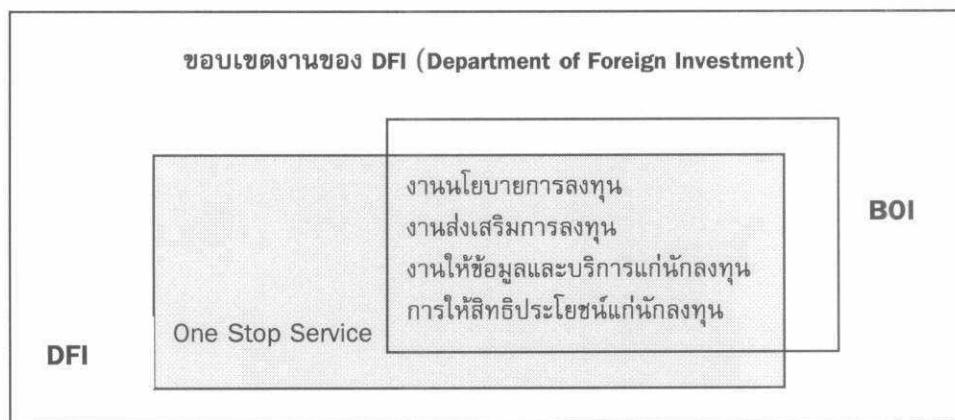
- **Foreign Investment in Japan Development Corporation (FIND)** ของญี่ปุ่น



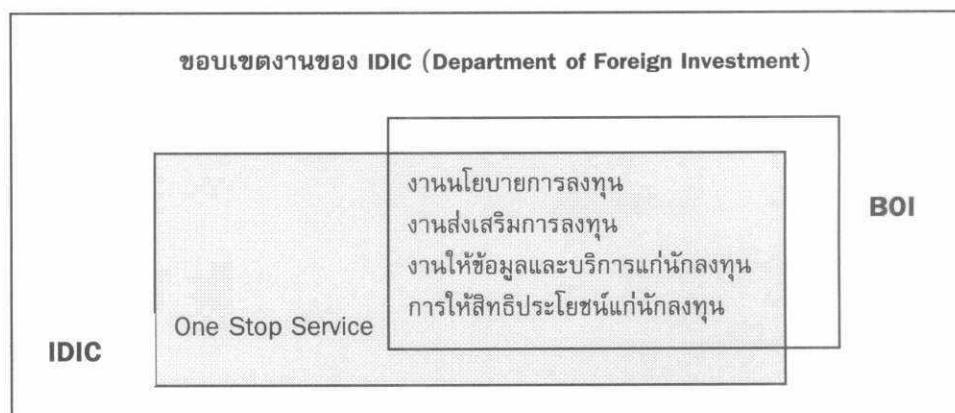
- **Korea Trade – Investment Promotion Agency (KOTRA) ของประเทศไทย**



- **Department of Foreign Investment (DFI) ของประเทศไทย**



- **Industrial Development and Investment Center (IDIC) ของประเทศไทย**



มาตรการชักจูงการลงทุนของต่างประเทศ

สำหรับการแข่งขันในการปรับปรุงมาตรการชักจูงการลงทุนของแต่ละประเทศ เพื่อให้สามารถดึงดูดการลงทุนได้มากขึ้นในช่วงที่ผ่านมา ก็ทว่าความรุนแรงมากขึ้นทั้งทางด้านมาตรการที่เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวกับภาษีและที่ไม่เกี่ยวกับภาษี หากเปรียบเทียบสิทธิและประโยชน์ที่ประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เสนอให้กับนักลงทุนในปัจจุบัน จะเห็นว่าได้เพิ่มทั้งความหลากหลายของสิทธิประโยชน์และขอบเขตการให้สิทธิและประโยชน์ของไทย ซึ่งได้บังคับใช้มากว่า 25 ปี ยังมีข้อเสียเปรียบคู่แข่งอย่างสิงคโปร์และมาเลเซีย (รายละเอียดตามตารางที่ 1) นอกจากมีสิ่งจูงใจในรูปแบบที่จำกัดแล้ว ยังขาดความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการของนักลงทุนในแต่ละอุตสาหกรรม หากไม่แก้ไขปรับปรุงให้สามารถใช้ในการชักจูงและดึงดูดการลงทุนเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นแล้ว ก็อาจส่งผลกระทบต่อการลงทุนโดยรวมของประเทศไทยในระยะยาวได้ นอกจากนี้ ไทยจะต้องปรับยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการลงทุนทางด้านอื่น โดยเฉพาะด้านที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร เพราะสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรกำลังจะมีความสำคัญลดน้อยลง

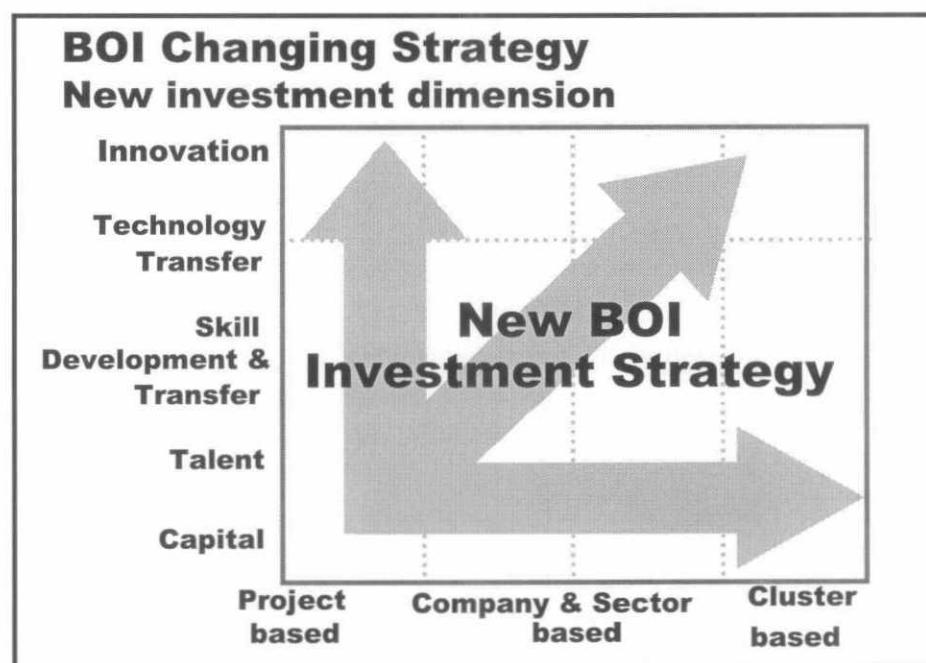
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบสิ่งจูงใจเพื่อชักจูงการลงทุนของประเทศไทยในกลุ่ม ASEAN

สิ่งจูงใจ	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์
ด้านภาษี	- ยกเว้นภาษีเงินได้สูงสุด 8 ปี และลดหย่อนภาษีเงินได้ครึ่งหนึ่ง 5 ปี (ให้ตามเขตที่ตั้ง)	- ยกเว้นภาษีเงินได้ 5 – 10 ปี - Investment tax allowance 60 – 100% ของเงินลงทุนค่าโรงงานและเครื่องจักรเพื่อลดภาษีเงินได้ - Reinvestment allowance เท่ากับ 60% ของการลงทุนขยายหรือปรับปรุงเครื่องจักรเพื่อลดภาษีเงินได้ (ให้ตามประเภทธุรกิจ)	- ยกเว้นภาษีเงินได้ 5-10 ปี (ใช้ร่วมกับบริษัทในเครือ) - Investment tax allowance 100% ของมูลค่าโรงงานและเครื่องจักร - Development & expansion ลดภาษีเงินได้ลงเหลืออัตรา 10% ได้ถึง 20 ปี (ให้ตามคุณค่าของโครงการ)

สิ่งจูงใจ	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์
ด้านการส่งออก	- ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบสำหรับการผลิตเพื่อส่งออก	- ให้ส่วนลดเงินได้ - Export credit refinancing scheme 80% ของมูลค่าส่งออก - Double deduction สำหรับ export promotion & export insurance expense - Industrial building allowance สำหรับสินค้าส่งออก	- ลดหย่อนภาษีเงินได้ 90% สำหรับกำไรจากส่วนส่งออก ตั้งแต่ 3 - 15 ปี - Export credit financing จากธนาคารของรัฐ - Double deduction สำหรับ export promotion expense
ด้านวิจัยและพัฒนา	- หักค่าใช้จ่ายได้ 2 เท่า (โดยกรมสรรพากร)	- ทำ R&D เองจะได้รับ Investment tax allowance พิเศษ (50% ของค่าใช้จ่าย หรือ 70% ของกำไร) - หักค่าใช้จ่ายได้ 2 เท่าทั้งทำเอง และจ้างผู้อื่น	- Investment tax allowance 100% ของกิจกรรม R&D - หักค่าใช้จ่าย R&D ได้ 2 เท่า - เร่งตัดค่าเสื่อมเครื่องจักรและโรงงานได้ใน 3 ปี - ให้ Industrial building allowance อาคารทำ R&D หักค่าใช้จ่ายค่า Know-how และ patent ภายใน 5 ปี - ยกเว้นค่าใช้จ่าย Royalty fees
ด้านการฝึกอบรม	- หักค่าใช้จ่ายได้ 1.5 เท่า (โดยกระทรวงแรงงานฯ)	- ให้ Investment tax allowance ในการฝึกอบรม	- Training grant under Skills Development Fund
ด้านสิ่งแวดล้อม	- ยกเว้นอากรขาเข้า เครื่องจักร เพื่อสิ่งแวดล้อมและ Recycling	- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร เพื่อสิ่งแวดล้อมและ Recycling	- Investment tax allowance สำหรับการลดการใช้น้ำ
ด้านอื่นๆ		- รัฐจัดหาที่ดินให้ในราคาน้ำ และเป็นตัวกลางจัดหาสาธารณูปโภค	- เป็นตัวกลางจัดหาแรงงาน ที่ดิน และสาธารณูปโภคให้

ยุทธศาสตร์การลงทุนของประเทศไทย : บทบาทใหม่ของ BOI

การปรับยุทธศาสตร์การลงทุน เพื่อพัฒนาเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยรวม ของประเทศไทยจะต้องมุ่งการพัฒนาและเสริมสร้างมิติการลงทุนรูปแบบใหม่ กล่าวคือ ปรับเปลี่ยนจากเดิม ที่มุ่งเน้นดึงดูดเม็ดเงินลงทุน มาเป็นการมุ่งเน้นการลงทุนที่ส่งเสริมและบ่มเพาะบุคลากรที่มีศักยภาพ เชี่ยวชาญเฉพาะ (talent) การพัฒนาและการถ่ายโอนหักษะบุคลากรระดับต่างๆ การส่งเสริมการวิจัย และพัฒนา รวมทั้งการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการส่งเสริมและพัฒนาความคิดริเริ่มเพื่อการสร้าง นวัตกรรมใหม่



สำหรับในส่วนของสำนักงานก็จะต้องปรับเปลี่ยนบทบาทการอำนวยความสะดวกและการให้ บริการนักลงทุน รวมถึงการออกแบบการใหม่เพื่อชักจูงการลงทุน เพื่อรับการปรับยุทธศาสตร์การ ลงทุนแนวใหม่ ดังนั้น บทบาทของสำนักงานจะต้องเปลี่ยนการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเป็นหลัก เป็น “ผู้อำนวยความสะดวกและผู้ให้บริการเพื่อการส่งเสริมการลงทุน” มากขึ้นในด้านต่างๆ แก่ นักลงทุน ทั้งที่เป็นคนไทยและต่างชาติ โดยจะมียุทธศาสตร์หลัก ดังนี้



1. การปรับปรุงและเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี

1.1 การแก้ไขปัญหาและขัดอุปสรรคต่อการลงทุน ซึ่งเป็นต้นทุนแห่งของภาคเอกชน เพื่อเสริมสร้างความน่าลงทุน และเป็นแรงจูงใจให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกลงทุนในไทย

1.2 การส่งเสริมและประสานงานให้มีการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกทางพื้นฐาน (infrastructure) ทั้งทางด้าน Hardware และ Software ที่เพียงพอที่จะเอื้อต่อการลงทุนด้านต่างๆ

2. การปฏิบัติการซักจูงการลงทุนเชิงรุก

2.1 จารนรงค์ส่งเสริมและซักจูงการลงทุนจากต่างประเทศอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง

2.2 กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย (Target Industries) และประเทศเป้าหมาย (Country Specific)ในการซักจูงการลงทุน อาทิ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน และกลุ่มประชาคมยุโรป เพื่อดึงดูดการลงทุนสู่ไทยอย่างมีประสิทธิผล

3. การพัฒนาและเสริมสร้างเครือข่ายการลงทุน

ส่งเสริมการก่อตั้งและขยายเครือข่ายหรือแนวร่วมของไทยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการลงทุน เช่น

3.1 การทำสัญญาความร่วมมือกับกลุ่มธนาคารใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มในประเทศไทยปัจจุบัน

3.2 จัดตั้งและส่งเสริมกิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้บริหารของบริษัทที่ลงทุนในประเทศไทยและเคยทำงานในไทยเมื่อกลับไปประเทศตนเองแล้ว รวมตัวกันเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์เศรษฐกิจและการลงทุนมาสู่ไทย

3.3 การจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรเอกชนไทยในต่างประเทศ

3.4 สถาปนาความสัมพันธ์ในระดับจังหวัดของไทยและจังหวัดของต่างประเทศ (Local to Local) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ผลิตท้องถิ่นของไทยที่จะได้รับความรู้และวิธีการใหม่ๆ และเข้าถึงตลาดในต่างประเทศ

3.5 สถาปนาเครือข่ายกับสถาบันและองค์กรภายนอกในประเทศไทย รวมทั้งองค์กรเอกชนของไทยและต่างประเทศ เช่น องค์การการค้าต่างประเทศในประเทศไทย

4. การพัฒนาชีดความสามารถในการลงทุนระหว่างประเทศ

4.1 พัฒนาและสร้างสมองค์ความรู้และฐานข้อมูลด้าน International Investment Regime ในเวทีระหว่างประเทศในระดับต่างๆ

4.2 เพิ่มพูนทักษะของเจ้าหน้าที่โดยการอบรมและการปฏิบัติจริง (on the job training) เพื่อเตรียมบุคลากรไว้สำหรับการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายเบื้องต้นระหว่างประเทศ

4.3 การติดตามความเคลื่อนไหวของการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบเกี่ยวกับการลงทุนระหว่างประเทศ เพื่อเผยแพร่และกระตุ้นผู้ประกอบการไทยในการเตรียมความพร้อม เพื่อรับการเปลี่ยนแปลงต่อไป

5. การบริหารงานส่งเสริมการลงทุน

5.1 เพิ่มประสิทธิภาพและขยายขอบเขตการให้บริการแก่นักลงทุนอย่างครบวงจร

5.2 ลดขั้นตอนและปรับปรุงกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่ยุ่งยากและไม่จำเป็น เพื่อให้ง่ายและไม่เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน

5.3 การลดภาระงานที่สำนักงานไม่จำเป็นต้องดำเนินการเอง โดยให้องค์กรอื่นดำเนินการแทน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านการลงทุน ซึ่งเป็นงานหลักขององค์กร

6. การพัฒนาและเสริมสร้างวิสาหกิจไทย

6.1 ส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจไทย โดยร่วมกับส่วนราชการและองค์กรเอกชนทั้งของไทยและต่างประเทศ

6.2 ดำเนินการให้ SMEs ของไทย เชื่อมโยงกับ SMEs ของต่างประเทศโดยตรง เพื่อการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี โดยอาศัยความร่วมมือจากองค์กรของต่างประเทศ เช่น GTZ (บริษัทอุตสาหกรรมขนาดย่อม) แห่งประเทศไทย

6.3 ส่งเสริมและพัฒนาการเชื่อมโยงระหว่างบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนรายใหญ่กับ SMEs ไทย เพื่อให้เกิดการใช้จัดซื้อและซื้อส่วนต่างๆ ในประเทศมากขึ้น

7. การพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของวิสาหกิจชุมชน

7.1 ประสานและร่วมมือกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง และองค์กรต่างประเทศ เพื่อจัดให้มีการสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นบูรณาการเดียวกันเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยการให้การสนับสนุนที่จำเป็นทางด้านการเงิน การจัดการ และการตลาด เพื่อให้โครงการวิสาหกิจชุมชนไทยเกิดขึ้นได้และเป็นที่ยอมรับในตลาด

7.2 เสริมสร้างและสนับสนุนการลงทุนของวิสาหกิจชุมชนในรูปสหกรณ์ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ

ความสำคัญของยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ เป็นยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญมากในการสนับสนุน ยุทธศาสตร์รายสาขาของหน่วยงานอื่นๆ ด้านเศรษฐกิจ ด้วยเหตุผลสำคัญ 4 ประการ

1. การดำเนินยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศและการทูต เป็นการส่งเสริมความ สัมพันธ์กับประเทศต่างๆ ในทุกมิติ และทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับรัฐกับรัฐ ช่วยให้เกิด บรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานเชิงรุกในด้านการค้าและบริการ การเกษตร การ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการลงทุน ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

2. ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานผ่านผู้แทน และ คณะผู้แทนของไทยที่ประจำการในประเทศไทย เอกอัครราชทูต ในฐานะหัวหน้าคณะผู้แทน ตั้งร สถานะอันเป็นที่ยอมรับในประชาคมระหว่างประเทศ สามารถที่จะเปิดช่องทางการเจรจาระดับสูง สร้างเครือข่ายของความสัมพันธ์ แสวงหาโอกาส และข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มพูน ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนั้น เอกอัครราชทูตและคณะผู้แทนไทยยังมีหน้าที่ คุ้มครอง/ป้องกัน และเจรจาแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของประเทศไทย โดยเฉพาะของ ภาคธุรกิจและแรงงานไทยในต่างประเทศ

3. ปัจจุบันรัฐบาลไทยมีสถานเอกอัครราชทูต คณะทูตถาวรฯ ประจำองค์กร สหประชาชาติ สถานกงสุลใหญ่ รวม 80 แห่ง ใน 57 ประเทศทั่วโลก คณะผู้แทนไทยทั้ง 80 คณะนี้ คือ กลไกการที่สำคัญของไทยในการผลักดันยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการ ส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศของไทย

ในขณะที่ภูมิทัศน์เศรษฐกิจการเมืองโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ ประเทศไทย อยู่ในสภาวะต้องแข่งขันและเพ่งพาอาศัยชื่นกันและกันมากขึ้นควบคู่กันไป หน่วยงานของ รัฐ และเอกชน มีการดำเนินการกิจด้านต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประเด็นท้าทายในการบริหาร จัดการ เพื่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย คือ “รัฐบาล จะบริหารจัดการภัยในประเทศ เพื่อการดำเนินการกิจด้านประเทศที่เป็นเอกภาพอย่างไร (Internal Management of External Relations) จึงจะทำให้เป้าหมายของยุทธศาสตร์บรรลุผล”

หากพิจารณา yuothstr.org ของหน่วยงานด้านเศรษฐกิจในเชิงบูรณาการแล้ว จะเห็น ความเชื่อมโยงของบทบาท และภารกิจ ที่ซัดเจนมากขึ้นใน 3 กลุ่มหน่วยงาน คือ

1. หน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวกับปัจจัยและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น กระทรวงแรงงาน กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงคมนาคม

2. หน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับนโยบาย แผนงานและปฏิบัติการ ได้แก่ กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมการลงทุน

3. หน่วยงานที่มีภารกิจประสานความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับการต่างประเทศ ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ (สถานเอกอัครราชทูต คณะทูตต่างๆ สถานงงสุลใหญ่ รวม 80 แห่ง ใน 57 ประเทศทั่วโลก) (กรุณาดูแผนภูมิที่ 12)

ในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ นอกจากจะคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์เศรษฐกิจและการเมืองโลกแล้ว กระทรวงการต่างประเทศยังได้ให้ความสำคัญกับประเด็นซึ่งที่ประชุมเชิงปฏิบัติการ 20 พฤษภาคม 2545 ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ 5 ประการ ได้แก่

บริการแรก จะต้องเป็นการดำเนินการในเชิงรุก ประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน เสริมสร้างและเร่งรัดความร่วมมือระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและชุมชนระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคอาเซียน เพื่อเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ และการค้าระหว่างกัน ให้มากขึ้น

ประการที่สอง จะต้องปฏิรูปวิธีคิด วิธีการทำงาน ควบคู่ไปกับการปฏิรูปโครงสร้างการจัดกระทรวงใหม่ และอยู่บนพื้นฐานการทำงานร่วมกับภาคเอกชน

ประการที่สาม เน้นการสร้างองค์ความรู้ ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ

ประการที่สี่ คำนึงถึงความเข้มแข็งของยุทธศาสตร์ในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ประการที่ห้า คำนึงถึงความคุ้มค่า ยั่งยืน ของการลงทุนภาครัฐในการเสริมสร้างชีดความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการของกระทรวงการต่างประเทศ ในการดำเนินยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ จะประกอบด้วยการปฏิรูปใน 3 ด้าน ได้แก่

การปฏิรูปนโยบาย (Policy Reform) ประกอบด้วย

1. การดำเนินการทูตเชิงรุก เพิ่มพูนความสัมพันธ์กับนานาประเทศ โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศในภูมิภาคอาเซียน ทั้งในระดับทวิภาคีและในกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาค เพื่อขยายโอกาส เปิดช่องทางการเจรจาระดับสูง เสริมสร้างบรรษัทภคที่เอื้ออำนวยต่อการผลักดันยุทธศาสตร์ในด้านการเกษตร อุตสาหกรรม การค้าและบริการการลงทุน และการท่องเที่ยว และจะนำไปสู่การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างกันในภูมิภาคให้มากที่สุด

ในการดำเนินการข้างต้นจะเน้นกลยุทธ์ให้ไทยเป็นจุดเชื่อม (Lead and Link) ของประเทศไทยเอเชีย และเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศที่กำลังพัฒนา

2. ผลักดันกรอบความร่วมมือเอเชีย (Asia Cooperation Dialogue) ต่อไป หลังจากการประชุมครั้งแรกที่ไทยเป็นเจ้าภาพประสบผลสำเร็จ โดยได้รับการตอบสนองอย่างดีจาก 16 ประเทศ ที่เข้าร่วมประชุม สามารถสร้างเวทีหารือ (Dialogue) ในระดับผู้กำหนดนโยบายของประเทศเอเชีย ในลักษณะทั่วทั้งภูมิภาค (Asia-Wide Dialogue and Cooperation) ตลอดจนสามารถ โน้มนำให้ประเทศในเอเชียมีแนวคิดในเชิงบวก แสวงหาจุดแข็งและโอกาส เพื่อนำมาผนึกกำลังร่วมมือ กันในด้านต่างๆ อันจะนำไปสู่การเพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเอเชียโดยรวม

3. ดำเนินการทูตเชิงเศรษฐกิจ (Economic Diplomacy) โดยการเจรจาระดับสูง เพื่อนำไปสู่ การเสริมสร้างหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnerships) การมี Closer Economic Partnership, Free Trade Area การผลักดัน Niche Market ของไทยในด้านต่างๆ การเพิ่มพูนความร่วมมือด้าน R & D และวิทยาศาสตร์ ตลอดจนการใช้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นกลยุทธ์สำคัญ ในการเพิ่มพูนอำนาจต่อรอง และส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของไทย

4. ปรับวิธีคิด โดยให้มีการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศต่อประเทศต่างๆ (ทวิภาคี) และต่อองค์การระหว่างประเทศที่สำคัญ (พหุภาคี) เพื่อวางแผนครอบความคิด และเป้าหมาย ในการดำเนินงานต่างประเทศให้ชัดเจน

5. ปรับวิธีการทำงาน จาก inside out เป็น outside in โดยเน้นการมีส่วนร่วมใน กระบวนการกำหนดนโยบายต่างประเทศของภาคเอกชน และภาคประชาชน เช่น การจัดตั้งเครือข่าย การค้าและอุตสาหกรรม สำหรับเอกชนไทย

6. ดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมในสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลใหญ่ 80 แห่ง ทั่วโลก เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ด้านการคลัง

การพัฒนาของเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วทั้งทางด้านการค้าและการเงินระหว่างประเทศในยุคสารสนเทศในปัจจุบัน เป็นความท้าทายของคนไทยในการร่วมมือกันในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ สร้างการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนและเป็นธรรม ให้บังเกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศ และกับคนไทยทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต

ภาคราชการได้ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ ควบคุมสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ และถึงเวลาที่ต้องปฏิรูปการทำงานให้ภาคราชการเป็นกลไกในการผลักดันการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ให้ประเทศเข้าสู่ระดับการพัฒนาที่สูงขึ้น

กระทรวงการคลังมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิรูประบบงานและการทำงานของหน่วยงาน ภายใต้สังกัดของกระทรวงอย่างจริงจัง ให้กระทรวงการคลังเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เป็นองค์กรที่มีความโปร่งใส และพร้อมให้บริการกับประชาชน โดยกระทรวงการได้จัดทำ “แผนปฏิรูปกระทรวงการคลัง” เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว และให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภายในกระทรวงการคลัง

แผนปฏิรูปกระทรวงการคลัง

1. ปรับปรุงบุคลากรทำงานเป็นเชิงรุกมากขึ้นเพื่อสร้างเสถียรภาพ และการพัฒนาประเทศ กระทรวงการคลังได้ให้ความสำคัญในการปรับปรุงบุคลากรทำงานของระบบราชการให้มีความคล่องตัว และเป็นไปในเชิงรุกมากขึ้น ดังนี้

- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ได้ปรับแนวคิดและแนวทางการทำงานเป็นการสร้างเสถียรภาพและการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเป็นศูนย์รวมข้อมูลและระบบการติดตามดูแลและวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจ และปรับบทบาทให้เป็นผู้นำในการออกแบบนโยบายการบริหารจัดการเศรษฐกิจมหาชน โดยมีการพยายามทุกทางเศรษฐกิจที่รวดเร็ว แม่นยำ และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการปรับบทบาทในการเสนอแนะนโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเวทีระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียให้เป็นไปในเชิงรุก เพื่อสร้างชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในเวทีเศรษฐกิจโลก

- ด้านกรมจัดเก็บภาษี (กรมสรรพากร, กรมศุลกากร, กรมสรรพาณิช) จะทำการเร่งสำรวจเพื่อขยายฐานภาษีไปสู่ผู้เสียภาษีรายใหม่เพื่อดึงผู้เสียภาษีเข้ามายังในระบบ รวมทั้งมีการกระจายภาระภาษี และมีการจัดเก็บภาษีอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมมากขึ้น และยังได้ให้ความสำคัญในการเปลี่ยนบทบาทจากการมุ่งเน้นการจัดเก็บภาษีอากร เป็นการสนับสนุนภาคการผลิต และการส่งออก และประสานงานด้านคุณภาพระหว่างประเทศมากขึ้น โดยการปรับปรุงระเบียบพิธีการ

ปฏิบัติงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ และยกระดับคุณภาพการให้บริการ ให้มีความรวดเร็ว ฉับไว บริการประชาชนด้วยช้อมูล และความสะดวกในการเสียภาษี รวมทั้งการป้องกันและปราบปรามการทุจริต กวดขันและจับกุมผู้เสี่ยงภาษี โดยการปรับปรุงการตรวจสอบ และระบบการติดตามประเมินผล

- **กรมธนารักษ์ สำนักรัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ และสำนักหนี้สาธารณะ** ในส่วนของระบบการบริหารการเบิกจ่ายภาครัฐนั้น ได้ปรับระบบดังกล่าวให้เป็นระบบที่รัดกุม รวดเร็ว และสามารถให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่รวดเร็ว ด้านการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินของรัฐนั้น ได้ปรับแนวทางการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินให้เป็นการบริหารในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ทรัพย์สินสุทธิของภาครัฐมีมูลค่าสูงสุด

2. สร้างความยั่งยืนทางการคลัง และลดความเสี่ยงวิกฤตเศรษฐกิจในอนาคต

เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายของรัฐบาลในการสร้างดุลยภาพทางเศรษฐกิจ กระทรวงการคลัง จึงได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างเสถียรภาพทางการคลังในระยะ 5 ปีข้างหน้า

- **สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง** จึงเป็นหน่วยงานหลักในการสร้างความยั่งยืนทางการคลังและการบริหารความเสี่ยงทางการคลัง โดยการประสานกับกรมจัดเก็บในการปรับปรุงระบบการจัดเก็บ และเสนอแนวทางในการปรับโครงสร้างภาษีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้มีได้เน้นเฉพาะการจัดเก็บรายได้สูงสุด ในปัจจุบัน แต่เน้นรวมถึงการสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีความเข้มแข็งซึ่งจะเป็นฐานภาษีในอนาคต และมีรายได้เพียงพอต่อการพัฒนาประเทศโดยยั่งยืน รวมทั้งการปฏิรูปสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากร ที่ใช้ในการส่งเสริมการลงทุนและการส่งออก ผลักดันให้มีการนำระบบภาษีมาใช้ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ปฏิรูประบบภาษีท้องถิ่นและผลักดันให้มีการจัดตั้งบรรษัทเงินทุนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ทางด้านการบริหารความเสี่ยงทางการคลังนั้น นำระบบบริหารความเสี่ยงทางด้านการคลังมาใช้ในการเสนอแนะนโยบาย และสร้างกลไกการวิเคราะห์การบริหารด้านการคลังทั้งทางด้านรายได้ รายจ่าย ดุลการคลัง หนี้สาธารณะ และทรัพย์สินของรัฐ โดยอาศัยระบบฐานข้อมูลเชิงลึกและพัฒนาระบบฐานข้อมูลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน และ การคลังภาครัฐ ทางด้านการเงิน สำนักงานเศรษฐกิจการคลังมีหน้าที่เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบการเงิน สถาบันการเงิน การออมการลงทุน SMEs รวมทั้งนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ การจัดตั้งสถาบันหรือองค์กรทางการเงิน เพื่อสนับสนุนภาคเศรษฐกิจจริง รวมทั้งลดภาระภาครัฐ เช่น การจัดตั้งสถาบันประกันเงินฝาก และจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเครดิต ส่งเสริมขีดความสามารถของภาคการผลิตด้วยมาตรการการพัฒนาตลาดทุน ทั้งตลาดแรก และตลาดรอง เป็นต้น นอกจากนี้สำนักงานเศรษฐกิจการคลังจะต้องทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงกับองค์กรอื่นเพื่อให้เกิดกำลังในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

3. ปรับแนวทางและระบบงานในการจัดเก็บภาษีใหม่

การวางแผนบริหารการจัดเก็บภาษีซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลไกหลักของกระทรวงการคลัง ในการดำเนินนโยบายการคลังให้เป็นแนวใหม่นั้น จะมีส่วนสำคัญยิ่งในการเอื้ออำนวยประโยชน์ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อภาคการผลิตของประเทศไทย

● **กรมสรรพากร** ได้ปรับแนวทางในการจัดเก็บภาษีโดยเน้นการจัดเก็บภาษีให้เป็นปัจจุบัน แทนการตรวจสอบย้อนหลัง เพื่อลดปัญหาการตรวจสอบภาษีซึ่งเป็นภาระของภาคเอกชน และสร้างความโปร่งใสในการจัดเก็บภาษี เร่งสำรวจผู้เสียภาษีใหม่เพื่อขยายและสร้างฐานภาษีที่ยั่งยืน และซักจุ่งให้ผู้ที่ลับเลี้ยงภาษีเข้าสู่ระบบมากขึ้น เร่งติดตามอาการค้าง มีการกระจายภาระภาษี และมีการจัดเก็บภาษีอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมมากขึ้น ปรับปรุงระบบงานคืนภาษีให้รวดเร็วและมีความโปร่งใสยิ่งขึ้น เพื่อช่วยลดต้นทุนของภาคการผลิตอีกด้วยทั้งนี้

● **กรมสรรพาณิช** เน้นการเพิ่มพูนประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการบริหารงานจัดเก็บภาษี และลดการเลี้ยงภาษี ตรวจสอบ ป้องกันและปราบปรามการทุจริต โดยการวางแผนมาตรการตรวจสอบ เช่น การเติมสาร Marker ในน้ำมันดีเซลหมุนเร็วเพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบการหลีกเลี่ยงภาษีน้ำมัน และ การทำมิเตอร์มาใช้ในการควบคุมการจัดเก็บภาษีแทนการตรวจบัญชีงานของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้กรมสรรพาณิชยังต้องประสานงานและเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านการบริหารงานจัดเก็บภาษีกับหน่วยงานอื่นในสังกัดกระทรวงการคลัง เพื่อให้มีฐานข้อมูลที่มีมาตรฐานเดียวกัน

● **กรมศุลกากร** ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจเดิมที่เน้นการจัดเก็บภาษีอากร จากการค้าระหว่างประเทศเพื่อเป็นรายได้ให้แก่รัฐ เป็นการเพิ่มความสำคัญกับการส่งเสริมสนับสนุนการส่งออก และการประสานงานด้านศุลกากรระหว่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งการเพิ่มบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการ ด้วยการเพิ่มช่องทางการรับข้อมูลใบอนุสินค้าจากผู้ประกอบการผ่านทาง Internet ปรับปรุงระบบปฏิบัติ เกี่ยวกับการตรวจสอบปล่อยสินค้าที่ส่งออกด้วยระบบคอนเทนเนอร์ เน้นตรวจสอบเฉพาะ Shipment ที่มีความเสี่ยงสูงโดยใช้หลักการบริหารความเสี่ยง แทนการตรวจสอบทุก Shipment จะช่วยให้ผู้ส่งออกประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการส่งออก ทำให้สามารถส่งออกสินค้าได้รวดเร็วขึ้น ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งเขตปลอดอากรตามกฎหมายศุลกากร เพื่อเป็นการลดภาระค่าภาษีอากรซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิตได้ส่วนหนึ่ง นอกจากนี้กรมศุลกากรได้มีแผนในการอำนวยความสะดวกทางการค้าและสนับสนุนการส่งออก โดยการปรับปรุงระบบพิธีการของถ่ายลำที่บรรจุในคอนเทนเนอร์ การยกเว้นการปฏิบัติพิธีการส่งออกสำหรับของที่ผู้โดยสารนำออกนอกราชอาณาจักรโดยน้ำติดตัวไปพร้อมกับตน การยกเว้นการปฏิบัติพิธีการส่งออกสำหรับของส่งออกทางไปรษณีย์ ปรับปรุงหลักเกณฑ์เกี่ยวกับร้านค้าปลอดอากร ปรับลดหลักเกณฑ์เงื่อนไขในการจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บัน

4. ปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่าย

การใช้จ่ายของภาครัฐบาลถือเป็นกลไกหลักที่รัฐบาลนำมาใช้ในการพื้นฟูและรักษาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งในอนาคต้นการใช้จ่ายของภาครัฐจะเป็นกลไกหลักที่ก่อให้เกิดการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายของภาครัฐจะเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้นโยบายของรัฐบาลเกิดประสิทธิผลต่อระบบเศรษฐกิจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

● กรมบัญชีกลาง ถือเป็นหน่วยงานหลักในการดูแลงานด้านดังกล่าว และได้มีแผนปฏิรูประบบการรับ-จ่ายเงินและการบริหารเงินสดภาครัฐ จากระบบ Manual เป็นการรับตรงจ่ายตรง โดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบผ่านเครือข่ายของธนาคารพาณิชย์ทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความสะดวก ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และเพิ่มความโปร่งใสและลดช่องทางการทุจริตคอร์ปชันในระบบการรับ-จ่ายเงินของรัฐ ด้านระบบบัญชีภาครัฐได้วางแผนปฏิรูปเป็นการวางแผนระบบบัญชีเกณฑ์เงินคงค้างแทนการใช้ระบบบัญชีเกณฑ์เงินสดสำหรับทุกหน่วยงานภาครัฐ คือ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรอิสระ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างมาตรฐานบัญชีสถาบันเดียวกัน พร้อมทั้งพัฒนาจัดทำโปรแกรมระบบบัญชีเกณฑ์เงินคงค้างให้ส่วนราชการแต่ละแห่งนำไปใช้เพื่อให้เป็นหน่วยงานที่มีระบบบัญชีและข้อมูลทางบัญชีของตนเองโดยสมบูรณ์ ลดคลื่องกับการให้อิสระแก่ส่วนราชการในการบริหารตนเองตามการปฏิรูประบบราชการ ด้านระบบการจัดทำรายงานฐานะการเงินแผ่นดินได้วางแผนปฏิรูป โดยให้ส่วนราชการและหน่วยงานภาครัฐทุกแห่งจัดทำบัญชีของตนเองด้วยระบบเกณฑ์คงค้างและส่งข้อมูลทางการเงินมาที่กรมบัญชีกลาง โดยผ่านทางระบบ on-line เพื่อให้กรมบัญชีกลางนำข้อมูลมาประมวลผลเพื่อจัดทำรายงานฐานะการเงินแผ่นดิน (Consolidated Financial Statement) ต่อไป ด้านระบบการตรวจสอบภายในให้เน้นการเสริมสร้างศักยภาพ โดยการตรวจสอบก่อนเสร็จสิ้นการดำเนินงาน (Pre Audit) โดยผู้บริหารส่วนราชการ ก่อนที่สำนักงานตรวจเงินแผ่นดินจะเข้าตรวจสอบซึ่งจะเป็นระบบเหมือนภาคเอกชน แทนการตรวจสอบผลการดำเนินงานของส่วนราชการภายหลังการดำเนินงาน (Post Audit) ที่ใช้ในปัจจุบัน ด้านการปฏิรูประบบเงินกองบประมาณ จะปรับปรุงระบบการบริหารงานและการติดตามประเมินผลการทำงานของทุนหมุนเวียนต่างๆ ทั้งที่กำหนดโดยกฎหมายงบประมาณรายจ่ายประจำปีและโดยกฎหมายเฉพาะ เพื่อให้ทุนหมุนเวียนเหล่านี้มีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพสอดรับกับระบบงบประมาณใหม่ ด้านการปฏิรูประบบสวัสดิการรักษาพยาบาลข้าราชการและลูกจ้างประจำ ได้มีการเตรียมการจัดทำฐานข้อมูลข้าราชการและผู้มีสิทธิรับการรักษาเพื่อนำมาใช้ประกอบการพัฒนาสวัสดิการรักษาพยาบาลแก่ข้าราชการและลูกจ้างประจำให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันก็ลดการรั่วไหลและประหยัดงบประมาณของรัฐด้วย ด้านการปฏิรูประบบพัสดุจะมีการโอนงานบริหารพัสดุจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีมาไว้ที่กรมบัญชีกลาง ขณะนี้กรมได้เตรียมความพร้อมในการโอนงานบริหารพัสดุร่วมกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีโดยเฉพาะงานในเรื่องระเบียบพัสดุและงานข้อมูลสารสนเทศพัสดุ เพื่อพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างและการ

บริหารพัสดุของส่วนราชการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนใช้ทรัพยากรของประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดสอดคล้องกับการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทยของรัฐบาล

5. บริหารทรัพย์สินและหนี้สินของรัฐแบบมืออาชีพ

เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการเห็นภาพรวมของสถานะทรัพย์สินสุทธิของภาครัฐ กระบวนการคลังต้องปรับการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินของภาครัฐเป็นการบริหารในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้ทรัพย์สินสุทธิของภาครัฐมีมูลค่าสูงสุด ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพย์สิน ได้แก่ กรมธนารักษ์ และสำนักรัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ และสำนักบริหารหนี้สาธารณะ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารหนี้สาธารณะนับตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา

● **กรมธนารักษ์** ได้มีแผนการปฏิรูประบบวิธีการทำงาน ด้วยการแก้ไขกฎระเบียบเพื่อให้ขั้นตอนการทำงานสั้นลงเกิดความคล่องตัวในการทำงาน และกระจายอำนาจในการตัดสินใจลงมาในระดับต่างๆ และสร้างมาตรฐานในการทำงาน รวมทั้งออกแบบและจัดทำโครงสร้างฐานของข้อมูลให้ครบถ้วนถูกต้องสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ มาเป็นเครื่องมือเพื่อจัดเก็บข้อมูล ด้านการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มพันธกิจ ประกอบด้วย ด้านที่ราชพัสดุ ด้านบริหารเงินตรา ด้านภาษี แล้วด้านทรัพย์สินมีค่าของแผ่นดิน และมีการจัดทำรายละเอียดของงาน (Scope of Work) แต่ละพันธกิจให้ครบถ้วน แล้วจึงจัดกลุ่มของงานตามลักษณะงานออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านปฏิบัติการ ด้านสนับสนุนปฏิบัติการ และด้านสนับสนุน

● **สำนักรัฐวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ** เพื่อให้การบริหารเป็นไปเชิงธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพนั้น สำนักรัฐวิสาหกิจได้ปรับกระบวนการการทำงานให้ครบถ้วนระบบ ตั้งแต่ การศึกษา นโยบายในการพัฒนารัฐวิสาหกิจ การกำกับดูแล การพัฒนาศูนย์ข้อมูล การให้การสนับสนุนด้านต่างๆ การประเมินผล การประชาสัมพันธ์ และการบริหารหลักทรัพย์ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ รัฐวิสาหกิจให้สามารถพึงตนเองได้ และให้รัฐวิสาหกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

● **สำนักหนี้สาธารณะ** ได้กำหนดแผนปฏิรูปงานไว้ 9 ด้าน ได้แก่

- ปฏิรูปการจัดทำแผนบริหารหนี้สาธารณะ
- การจัดทำระบบการประเมินผลและบริหารความเสี่ยงเพื่อสนับสนุนการบริหารและปรับโครงสร้างหนี้ของภาครัฐ
- ปฏิรูปการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของรัฐวิสาหกิจ และปรับปรุงระบบการคำนวณหนี้ของรัฐวิสาหกิจ
- ปฏิรูปหลักเกณฑ์การก่อหนี้โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรของรัฐอื่นๆ
- โครงการปรับปรุงระบบฐานข้อมูลหนี้สาธารณะ

- การดำเนินการให้พระราชบัญญัติการบริหารหนี้สาธารณะเป็นกฎหมาย
- โครงการปรับปรุงระบบบริหารการชำระหนี้
- ปฏิรูประบบทดิตตามและประเมินผลโครงการเงินกู้จากต่างประเทศ
- ปฏิรูปและพัฒนาศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย

6. วางแผนการบริหารสมัยใหม่

6.1 ให้ความสำคัญเรื่องความโปร่งใสในการทำงาน โดยเน้นการปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบในกระบวนการเก็บภาษีโดยเฉพาะในภาษีนำเข้าและภาษีส่งออก เน้นหลักการการให้บริการให้สะอาด โดยการปรับลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานในบางขั้นตอน เพื่อให้การให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว และลดภาระของระบบของผู้ประกอบการ รวมทั้ง การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในการการเก็บภาษีประเภทต่างๆ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการดำเนินการ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน เกิดความรวดเร็วในการให้บริการต่างๆ ทางด้านภาษี และช่วยประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการได้ โดย

- **กรมสรรพากร : E-Revenue** ขยายบริการยื่นแบบและชำระภาษีทางระบบ internet ให้ครอบคลุมทุกประเภทภาษี, บริการออกเลขประจำตัวผู้เสียภาษีเงินได้แบบ on-line, ให้บริการข้อมูลกฎหมาย และวิธีปฏิบัติส่งตรงถึงผู้เสียภาษีทาง e-mail และผ่านทาง Web-site, ให้บริการ download แบบแสดงรายการภาษีประเภทต่างๆ ทาง internet, ปรับปรุงบริการตรวจสอบการจดทะเบียนทาง Internet

- **กรมสรรพาณิชย์** : **E-Excise** นำระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาใช้ในโครงการรับชำระภาษีสรรพาณิชย์จากสินค้าประเภทน้ำมัน รถยนต์ (ในระยะแรก) และสินค้าอื่นๆ (ในระยะต่อมา) ผ่านทางระบบ Internet เป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่ง ขณะนี้อยู่ระหว่างการติดต่อประสานงานเชื่อมต่อกับธนาคารที่จะเข้าร่วมโครงการ และการเตรียมจัดตั้งศูนย์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกรมสรรพาณิชย์ (ศพส.) คาดว่าจะแล้วเสร็จและเปิดให้บริการรับชำระภาษีได้เร็วๆ นี้

- **กรมศุลกากร** : ให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ Internet ในการส่งข้อมูลใบอนุสินค้าให้กรมศุลกากร นอกเหนือจากระบบ EDI ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เป็นการเพิ่มทางเลือกและลดค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ประกอบการ

6.2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการแก่ประชาชนและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร

- **สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง :** เป็นศูนย์กลาง Network ของกระทรวงการคลัง บริหารจัดการระบบข้อมูลระบบ IT ให้กับทุกกรมในสังกัดกระทรวงการคลัง โดยปฏิบัติงานด้าน IT Service and IT Management ทั้งด้าน Hardware Software and Network
- **สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง :** E-Fiscal การให้บริการข้อมูลเศรษฐกิจการคลังผ่านเครือข่าย Internet พัฒนาพัฒนาศูนย์รวมของฐานข้อมูลทางเศรษฐกิจ การเงิน และการคลังภาครัฐฯ ให้เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อประโยชน์ในการเสนอแนะนโยบาย และเผยแพร่ต่อสาธารณะชนที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการใช้ระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยในการทำงาน
- **กรมบัญชีกลาง :** เปลี่ยนระบบการรับ-จ่ายเงินและบริหารเงินสดภาครัฐจากระบบ Manual เป็นระบบการรับตรงจ่ายตรงโดยใช้ระบบ Electronic ผ่านเครือข่ายธนาคารพาณิชย์ การส่งข้อมูลบัญชีของแต่ละหน่วยงานผ่านระบบ on-line เพื่อนำมาจัดทำรายงานฐานะการเงินของแผ่นดิน ศึกษาพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อประเมินผลรายงานฐานะการเงินแผ่นดิน และระบบข้อมูลด้านการคลังภาครัฐหรือระบบ GFMIS (Government Financial Management Information System) พัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของส่วนราชการด้วยระบบ Electronic
- **กรมธนารักษ์ :** ออกแบบและจัดทำโครงสร้างฐานข้อมูลของกรมธนารักษ์ให้ครบถ้วนถูกต้องสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ มาเป็นเครื่องมือเพื่อจัดเก็บข้อมูล
- **สำนักวิสาหกิจและหลักทรัพย์ของรัฐ :** จัดตั้งและพัฒนาศูนย์ข้อมูลรัฐวิสาหกิจ
- **สำนักบริหารหนี้สาธารณะ :** โครงการปฏิรูประบบฐานข้อมูลหนี้สาธารณะ และการปฏิรูปและพัฒนาศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย

ส่วนที่ 3 กลไกการดำเนินงาน

เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะในการแข่งขันของประเทศไทย รวมทั้ง ความเข้มแข็งของภาคการผลิตและบริการ อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน นอกจากนี้จากการมียุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดกลไกและการปฏิรูปบทบาทการดำเนินงาน โดยเฉพาะกลไกของภาครัฐ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ สำหรับผลักดันให้เกิดการดำเนินงานสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การแข่งขันที่ได้กำหนดไว้

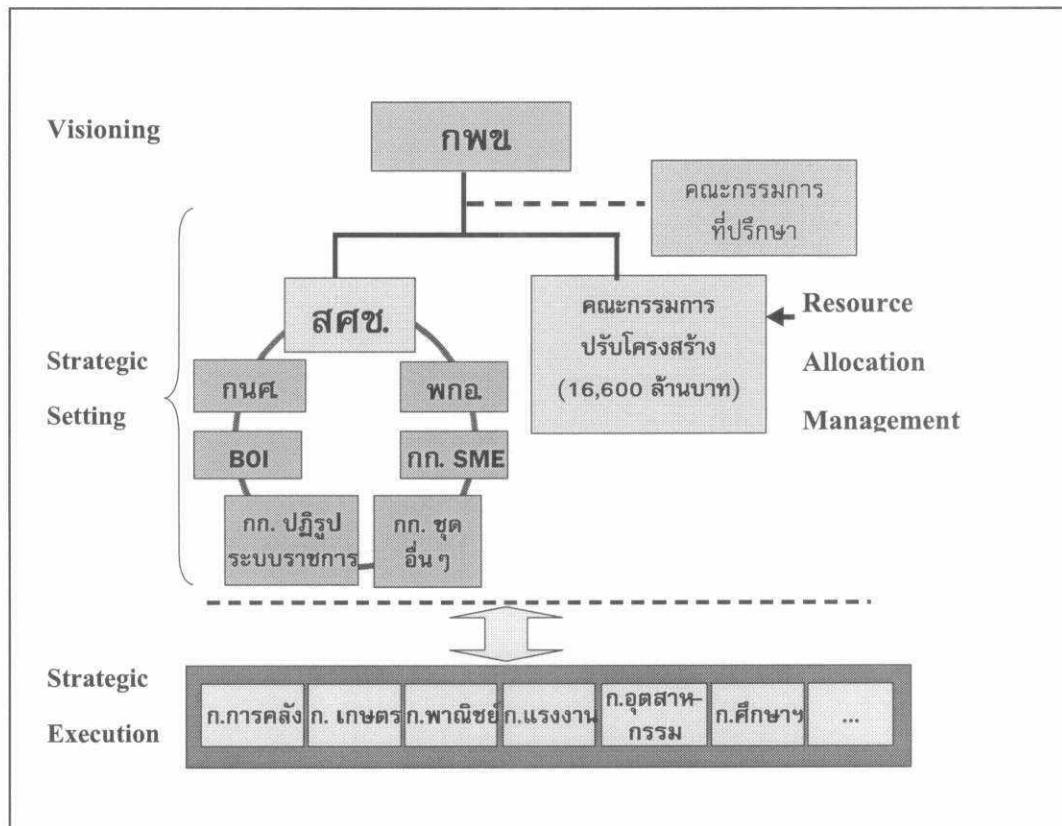
ระดับนโยบาย

1. การจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย คณะกรรมการนี้มีมติเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2545 เห็นชอบให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ซึ่งฯ พลฯ นายกรัฐมนตรีได้ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการฯ แล้วเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน องค์ประกอบของคณะกรรมการฯ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้แทนภาครัฐและเอกชน รวม 10 คน และเลขาริการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทำหน้าที่กรรมการและเลขานุการฯ ซึ่งคณะกรรมการชุดนี้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดกรอบนโยบายและแนวทางการพัฒนาชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในภาพรวมและรายสาขา กำกับดูแล และผลักดันการดำเนินงานให้เกิดผลเป็นรูปธรรม และเป็นไปตามกรอบทิศทางและยุทธศาสตร์การเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย รวมทั้งอนุมัติแผนงาน/โครงการภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก)

2. การทำงานร่วมกับคณะกรรมการระดับประเทศอื่นๆ การกำหนดและผลักดันกรอบทิศทาง และยุทธศาสตร์การเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขัน จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ และครอบคลุมทุกมิติ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานเริ่มตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์ (Visioning) การกำหนดประเด็นสำคัญในแต่ละด้านเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ (Agenda Setting) การนำแผนปฏิบัติการไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม (Executing) และการกำกับดูแลการดำเนินงาน (Monitoring) เพื่อให้รับทราบถึงความสำเร็จและหรือแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงาน ซึ่งในส่วนของคณะกรรมการพัฒนาชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย จะทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ ทิศทาง และนโยบายการเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย โดยประสานหรือมอบหมายให้คณะกรรมการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการในการกำหนดกลยุทธ์ พร้อมทั้งกำกับดูแลให้หน่วยงานต่างๆ นำไปปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับ กรอบ ทิศทาง และยุทธศาสตร์ ที่กำหนดไว้

3. การจัดตั้งคณะกรรมการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ เพื่อทำหน้าที่พิจารณา กลั่นกรอง แผนงานและโครงการของหน่วยงานต่างๆ ที่ขออนุมัติใช้เงินจากงบประมาณ สำหรับปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ

แผนภาพการทำงานร่วมกันของ กพช. กับคณะกรรมการนโยบายชุดอื่น ๆ



ระดับปฏิบัติ

กระทรวงที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการปรับบทบาทของหน่วยงาน เพื่อรับให้สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ทั้งในภาพรวมและในระดับสาขา โดยในเบื้องต้น 7 หน่วยงานที่กำหนดยุทธศาสตร์ เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2545 ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวง พาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เสนอแนวทางในการปรับบทบาทการดำเนินงานไว้ ดังนี้

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้เตรียมการและปรับกระบวนการบริหารงานเพื่อสนับสนุน
ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ได้จัดตั้งองค์กรกลางขึ้นในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อกำกับดูแลเรื่องมาตรฐาน
สินค้าเกษตร ซึ่งต่อมาได้รับความเห็นชอบให้รวมการคุ้มครองเรื่องมาตรฐานอาหารด้วย อันจะทำให้มี
เอกสารในการบริหารจัดการในเรื่องมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารได้ดียิ่งขึ้นต่อไปอีก
2. การปรับปรุงคณะกรรมการรายสินค้าชั้น มีอยู่มากและมีความซ้ำซ้อนในบางส่วน เพื่อให้มี
เอกสารในการบริหารจัดการ รวมทั้งการเตรียมจัดตั้งหน่วยงานสินค้าเกษตรขึ้นปฐม เพื่อเป็นหน่วยงาน
กลางในการกำกับดูแลสินค้าชนิดต่างๆ อย่างครบวงจร รวมทั้งการผลักดันการออกกฎหมายสภากาชาดเกษตร
3. การปรับปรุงระบบการส่งเสริมการเกษตร โดยเน้นการกระจายอำนาจจากส่วนกลางสู่ส่วน
ภูมิภาคและลงสู่ส่วนท้องถิ่นในโอกาสต่อไป เพิ่มเติมการจัดระบบการให้บริการ เช่น คลินิกเกษตรให้
กว้างขวางยิ่งขึ้น พัฒนาและนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการส่งเสริมการ
เกษตรให้มากขึ้น ตลอดจนกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้และตัดสินใจให้มากยิ่งขึ้น
4. พัฒนาศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลให้เป็นองค์กรประสาน
และดำเนินการพัฒนาการเกษตรร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐและประชาชนในชุมชนนั้นๆ
เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน โดยอุตสาหกรรมเบื้องหลังนายกรัฐมนตรีเพื่อเป็นแนวทางและให้
ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องถือเป็นแนวทางปฏิบัติ
5. จัดตั้งบรรษัทพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการเกษตรและวิสาหกิจชุมชนขนาดกลาง-ขนาด
ย่อม (SME) เพื่อการสนับสนุนการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานการผลิตและการตลาดที่จำเป็น
6. จัดตั้งสำนักงานกองทุนวิจัยเป็นองค์กรอิสระเพื่อสนับสนุนการวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ
วิจัยที่จะก่อให้เกิดผลในทางเศรษฐกิจ
7. เพิ่มขีดความสามารถในการแก้ไขปัญหาอันเนื่องมาจากการใช้มาตรการกีดกันการค้าใน
รูปแบบต่างๆ รวมทั้งการสนับสนุนและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรในต่างประเทศ
8. ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค และไม่สามารถสนับสนุนการดำเนินงาน
ให้เป็นไปตามนโยบายการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

กระทรวงอุดหนุน

เพื่อให้การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของภาคอุดหนุนเป็นไปตามแนวทางข้างต้น จำเป็นที่
จะต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานในทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางด้านนโยบาย การดำเนิน
งาน และองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะหลักการในส่วนของนโยบายนั้น รัฐบาลต้อง
คำนึงถึงบทบาทของตนเองในฐานะผู้ชี้นำ สนับสนุน และส่งเสริม มากกว่าเป็นผู้ดำเนินการ และการสร้าง

บรรยกาศในการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดแนวทางหลักของการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมไว้ ดังนี้

1. **การเขียน ดูแล เพื่อให้อุตสาหกรรมและ SMEs มีความพร้อมสำหรับการแข่งขัน** แนวทางการดำเนินงานจะเน้นการสนับสนุน การพัฒนาศักยภาพเพื่อให้ได้มาตรฐาน
2. **การส่งเสริมการลงทุน จะให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศการลงทุนความพร้อมโครงสร้างพื้นฐาน และแรงจูงใจที่เหมาะสม**
3. **การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม และ SMEs** เน้นการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานอุตสาหกรรม รวมทั้งการพัฒนาด้านนวัตกรรม
4. **บทบาทความร่วมมือภายในประเทศ ที่จะประสานประโยชน์และโอกาสในความร่วมมือต่างๆ ในภาระภาระทางว่างประเทศ ที่จะประสานประโยชน์และโอกาสในความร่วมมือต่างๆ ในการขยายศักยภาพการแข่งขัน และการขยายตลาด**
5. **การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ เน้นด้านการพัฒนาการบริหารจัดการ การปรับตัวที่รวดเร็ว และการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ**
6. **การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน เน้นการเชื่อมโยงวิสาหกิจกับการตลาดมากขึ้น รวมทั้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการลักษณะนี้และภูมิปัญญาของท้องถิ่น**

กระทรวงพาณิชย์

เพื่อรับรับยุทธศาสตร์ข้างต้น กระทรวงพาณิชย์กำหนดบทบาทไว้ ดังนี้

1. **เสริมสร้างหน่วยงานเจ้าการค้าระหว่างประเทศให้เข้มแข็งขึ้น**
2. ผลักดันการส่งออกไปตลาดใหม่ เช่น จีน เอเชียใต้ รัสเซีย และตะวันออกกลาง
3. **ปรับปรุงประสิทธิภาพของสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศให้มีการคิดริเริ่มและอิสระในแนวทางนโยบาย**
4. พัฒนา e-commerce โดยเฉพาะในเรื่องของ B To B ให้แพร่หลายมากขึ้น
5. **สร้างองค์กรกำกับดูแลนโยบายด้านการนำเข้า ซึ่งปัจจุบันยังขาดอยู่ในส่วนของการที่จะเสริมสร้างอำนาจต่อรอง**
6. **การปรับกฎระเบียบภายในประเทศที่จะช่วยดูแลภาคบริการของไทยให้แข่งขันกับต่างประเทศได้ และรวมถึงการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการ**

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เพื่อให้การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวบรรลุผลตามที่ตั้งไว้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงเสนอให้มีการปรับบทบาทขององค์กร ดังนี้

1. ปรับบทบาทขององค์กร จากเดิมที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวเพียงผู้เดียว เปลี่ยนเป็นลักษณะของ Inter-Ministry Agenda เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของ การประสานการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ให้มีการประกาศใช้ พ.ร.บ. ท่องเที่ยว เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดโครงสร้างการบริหารการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดทำร่าง พ.ร.บ.)
3. จัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ททช.) เพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรหลักในการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ให้มีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน
4. จัดตั้งบริษัทพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Thailand Tourism Development Corporation : TTDC) ในลักษณะ Holding Company ซึ่งหากต้องการพัฒนาพื้นที่ใด TTDC ก็ไปจัดตั้งบริษัทพัฒนาพื้นที่นั้นๆ โดยหาผู้ร่วมทุนในพื้นที่เพื่อดำเนินการ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

บทบาทของสำนักงานจะเปลี่ยนจากการให้สิทธิประโยชน์มาเป็นการอำนวยความสะดวกและให้บริการเพื่อการส่งเสริมการลงทุน โดยจะดำเนินการปฏิรูปองค์กร ทั้งการปฏิรูปโครงสร้าง (Restructure) การปฏิรูปจุดเน้นของการทำงาน (Refocus) และการปฏิรูปบทบาท (Redefine Roles)

1. **การปฏิรูปโครงสร้าง (Restructure)** โดยการให้ความสำคัญกับรูปแบบการส่งเสริมการลงทุนที่ก่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมทั้ง การปรับปรุงกฎระเบียบ ให้เกิดความเท่าเทียม โปร่งใส และไม่ลับซับซ้อน
2. **การปฏิรูปจุดเน้นของการทำงาน (Refocus)** ซึ่งจะต้องมีการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมาย การตลาดในเชิงรุกและเฉพาะมากขึ้น การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ธุรกิจชุมชน รวมทั้ง ผู้ประกอบการ
3. **การปฏิรูปบทบาท (Redefine Roles)** ที่จะให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับการประสานงานควบคู่กับการสร้างเครือข่าย และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

กระทรวงการต่างประเทศ

1. การปฏิรูปองค์กร (Organization Reform) ประกอบด้วย

1.1 สร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาบุคลากร และส่งเสริมชีดความสามารถของภาควิชา ภาคเอกชน โดยการจัดตั้งสถาบันการศึกษาวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ทางการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

1.2 ยกระดับหน่วยงาน กองนโยบายและวางแผน เป็น สำนักนโยบายและแผน เพื่อให้ความสำคัญกับงานความร่วมมือเอเชีย (Asia Cooperation Dialogue) งานให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านต่างประเทศ งานบริหารราชการในต่างประเทศ ตลอดจนงานประสานกิจการรัฐสภาและคณะกรรมการต่างประเทศ

1.3 ปรับวิธีการทำงานของสุลกิตติมศักดิ์ของไทยทั่วโลก ให้สามารถสนับสนุนยุทธศาสตร์ในการเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในประเทศไทยต่างๆ ที่ไม่มีสถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุล

2. การปฏิรูปกลไก (Mechanism Reform) ประกอบด้วย

2.1 การส่งเสริมประสิทธิภาพและเอกสารในการทำงานเป็นทีมประเทศไทย ทั้งในประเทศไทย โดยการปรับปรุงการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารราชการในต่างประเทศ และในต่างประเทศ โดยการดำเนินโครงการเอกอัครราชทูต CEO ตามนโยบายของรัฐบาล

2.2 การปรับโครงสร้างสถานเอกอัครราชทูต และสถานกงสุลใหญ่ทั่วโลกให้สามารถตอบสนองยุทธศาสตร์ในการเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขันของไทย โดยพิจารณาเปิดสำนักงานปรับ/โอน/ลด บุคลากร การจัดตั้ง Regional Embassy เป็นต้น

2.3 พัฒนาองค์ความรู้ และเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านข้อมูล ช่าวสารเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อชี้โอกาสและเตือนภัยล่วงหน้า โดยการจัดตั้งระบบฐานข้อมูลเชิง intelligence เน้นการวิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดในลักษณะ Global Economic Watch and Early Warning System ทั้งในส่วนกลางและในต่างประเทศ

2.4 ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการในต่างประเทศ (Foreign Service Act) กระทรวงการคลัง

กระทรวงการคลังปฏิรูประบบงานและการทำงานของหน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวง โดยจัดทำ “แผนปฏิรูปกระทรวงการคลัง” ซึ่งประกอบด้วย ปรับกระบวนการการทำงานเป็นเชิงรุกมากขึ้น ปรับแนวทางและระบบงานในการจัดเก็บภาษีแนวใหม่ ปรับปรุงประสิทธิภาพการเบิกจ่ายของกรมบัญชีกลาง และปรับปรุงการบริหารทรัพย์สินและหนี้สินของภาครัฐให้เป็นในเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (รายละเอียดปรากฏในส่วนที่ 2 : ยุทธศาสตร์รายสาขา)