



สมุดปกขาว

สรุปผลการสัมมนา หอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 39

Connect the Dots Design the Future

รวมพลัง สร้างสรรค์ อนาคต

วันที่ 20 – 21 พฤศจิกายน 2564

ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กรุงเทพมหานคร
(Hybrid Webinar)



บทสรุปผู้บริหารการประชุมหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 39

Connect the Dots Design the Future

คณะกรรมการหอการค้าไทย วาระประจำปี 2564-2565 ได้กำหนดนโยบาย Connect the Dots โดยมุ่งเน้นให้หอการค้าไทย เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อมุ่งสู่ยกระดับเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งหอการค้าไทยได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้แก่สมาชิกและผู้ประกอบการทั่วประเทศ โดยผ่านการขับเคลื่อนผ่าน 3 Value Chain ได้แก่ 1) การค้าและการลงทุน 2) เกษตรและอาหาร และ 3) การท่องเที่ยวและบริการ พร้อมทั้ง ยึดแนวทางที่หอการค้าไทยเคยดำเนินงานมาเป็นแนวทางการขับเคลื่อนภารกิจ “การฟื้นฟูเศรษฐกิจภายใน 99 วันแรก” เพื่อเร่งสร้างความเชื่อมั่น แก้ไขหาระยะสั้น ทั้งการจ้างงานและปัญหาผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs และยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไปสู่การฟื้นตัวอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การฟื้นฟูเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็วภายใต้ทรัพยากรที่มีจำกัดนั้น หอการค้าไทยได้จัดลำดับความสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ สำหรับดำเนินการให้เกิดผลเป็นรูปธรรมภายใน 99 วันแรกของการทำงานของคณะกรรมการหอการค้าไทย โดยมี 3 ภารกิจสำคัญ คือ

- 1) เร่งฉีดวัคซีนให้ประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประเทศ
- 2) เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย ด้วย Digital Transformation เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- 3) แก้ไขกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้สะดวก

การประชุมหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 39 ได้ตั้งกรอบการขับเคลื่อนเพื่อมุ่งสู่การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและธุรกิจอย่างยั่งยืน ให้สอดคล้องกับการก้าวไปข้างหน้าของประเทศ และผู้ประกอบการ ซึ่งในปีนี้ หอการค้าไทย ได้ให้ความสำคัญกับ การรวมพลัง สร้างสรรค์อนาคต ภายใต้กรอบสัมมนา “Connect The Dots Design The Future” ซึ่งเป็นความตั้งใจของภาคเอกชน ที่จะรวมพลังกับทุกภาคส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยไปข้างหน้า โดยได้มีการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็นในการสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 39 เพื่อสรุปรวบรวมเป็นแนวทางและออกแบบภาพอนาคตของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยแบ่งออกเป็น 3 เรื่อง ได้แก่

เรื่องที่ 1 “CONNECT หอการค้า 5 ภาค เดินหน้าฝ่าวิกฤตเพื่อพลิกเศรษฐกิจไทย”

เรื่องที่ 2 “CONNECT SMEs ไทย ด้วย Digital Transformation”

เรื่องที่ 3 “โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทยจากมุมมองของคนรุ่นใหม่”

จากการระดมความคิดเห็นสามารถสรุปผลจากการสัมมนา ดังนี้

เรื่องที่ 1 เรื่อง “CONNECT หอการค้า 5 ภาค เดินหน้าฝ่าวิกฤตเพื่อพลิกเศรษฐกิจไทย”

หอการค้าไทย ได้ดำเนินการจัดเสวนาระดมความคิดเห็นสมาชิกหอการค้าจังหวัด ทั้ง 5 ภูมิภาค เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกหอการค้าทั่วประเทศได้มีส่วนร่วมในการแสดงมุมมอง ต่อการพัฒนาประเทศ นำมาบูรณาและสามารถนำแผนงานมาดำเนินการขับเคลื่อน อย่างเป็นรูปธรรม โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ 5 ภาค และ Strategic Move ให้มีบริบท สอดคล้องกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) โดยสามารถกำหนดโครงการที่สำคัญเร่งด่วนต่อการยกระดับ เศรษฐกิจภูมิภาค ดังนี้

ภาคใต้

- ✓ โครงการ ANDAMAN ECONOMIC TOURISM (เขตเศรษฐกิจเพื่อการท่องเที่ยว อันดามัน)
- ✓ โครงการ ANDAMAN GO GREEN
- ✓ สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 33 (พ.ศ. 2568)
- ✓ สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน Specialized Expo 2028 ณ จังหวัดภูเก็ต

ภาคตะวันออก

- ✓ โครงการพัฒนา SMEs ให้สามารถขายสินค้าไปยังต่างประเทศผ่านช่องทาง Cross Border e-Commerce (CBEC)
- ✓ โครงการระเบียงผลไม้ภาคตะวันออก (Eastern Fruit Corridor :EFC) และพัฒนา โครงการต่อเนื่องกับโครงการมหานครผลไม้
- ✓ เร่งรัดการก่อสร้างถนนเฉลิมบูรพาชลทิศ ระยะที่ 2
- ✓ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการผลิตสินค้าเกษตร โดยการพัฒนากระบวนการผลิต สินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ หรือการทำเกษตรแม่นยำ (Precision Farming)
- ✓ สร้างแต้มต่อให้กับธุรกิจ SMEs ในการเข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- ✓ โครงการสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัยเพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม (จ.ระยอง)

ภาคกลาง

- ✓ ยกกระดับเกษตรแนวใหม่มูลค่าสูงทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) โดยการสร้าง ผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่ (ปวช - ป ตรี , Short Course) / จัดตั้ง Value Creation Trader และ ขยายช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- ✓ เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปิดให้บริการรถไฟจีน - สปป.ลาว

ภาคเหนือ

- ✓ เสริมสร้างความแข็งแกร่งของชุมชน และ SMEs (ยกระดับมาตรฐาน)
- ✓ โครงการนำร่องเปิดด่านการค้าชายแดนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ ไทย-สปป.ลาว-เวียดนาม-จีน / ไทย-จีน และ ไทย-อินเดีย

ทั้งนี้ จากการเสวนาฯ ได้เปิดโอกาสให้สมาชิกได้ร่วมแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดย 3 อันดับแรกที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศมากที่สุด ได้แก่ 1) การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน 2) การปรับสมดุลและการพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ และ 3) การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งหอการค้าไทย และเครือข่ายจะนำประเด็นที่ได้ไปขับเคลื่อน connect กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

เรื่องที่ 2 เรื่อง “CONNECT SMEs ไทย ด้วย Digital Transformation”

หอการค้าไทย ได้จัดเสวนา เรื่อง “CONNECT SMEs ไทย ด้วย Digital Transformation” โดยมี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัท ไอบีเอ็ม ประเทศไทย และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร่วมเสวนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสมาชิกหอการค้าทั่วประเทศ เพื่อนำมาขับเคลื่อนและยกระดับผู้ประกอบการ SMEs ไทยด้วยเครื่องมือ Digital Transformation ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs โดยปัจจุบันประเทศไทย มีจำนวน SMEs จำนวน 3,134,442 ราย สร้างการจ้างงาน 12 ล้านคน และสร้าง GDP คิดเป็น 5.38 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น 34.2% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด อย่างไรก็ดี SMEs ของไทยยังประสบปัญหาขาดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันหลายด้าน อาทิ ขาดเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัล หนี้สินมาก ผลิตภาพต่ำ มีการส่งออกน้อย และไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ทั้งนี้ จากการเสวนามีข้อเสนอต่อการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ด้วย Digital Transformation ดังนี้

- 1) ขับเคลื่อน Thailand Trade Platform ในการช่วยเหลือ SMEs โดยเน้นการเชื่อมโยงข้อมูลและใช้เทคโนโลยีให้สามารถเข้าถึงบริการภาครัฐได้อย่างทั่วถึง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม และสร้างรายได้อย่างยั่งยืน
- 2) ปรับกฎหมายและระเบียบการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สามารถดูแลบูรณาการของ SMEs เพื่อช่วยขับเคลื่อนแผนส่งเสริม SMEs ให้มีประสิทธิภาพ

เรื่องที่ 3 เรื่อง “โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทยจากมุมมองของคนรุ่นใหม่”

หอการค้าไทย ร่วมกับสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และเครือข่าย จัดเวทีทิศทางอนาคตประเทศไทย ภายใต้หัวข้อ “โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทยจากมุมมองของคนรุ่นใหม่” เน้นการเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) และใช้แนวทาง Design Thinking โดยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ช่วยทำหน้าที่ระดมความเห็นจากคนรุ่นใหม่ ทั้งภาครัฐและเอกชนทั่วประเทศ ซึ่งได้ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้าน Product & Service for the Future การพัฒนาสินค้าและบริการ เน้นการเพิ่มมูลค่า การพัฒนาผู้ประกอบการของประเทศ และการออกแบบพัฒนา Digital Platform เพื่ออำนวยความสะดวกในอนาคต

2) ด้าน People for the Future การมองทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ควรจะต้องมีการเตรียมวางแผนการพัฒนา ทั้งในเรื่องการศึกษา การพัฒนาความสามารถ Reskill, Upskill รวมถึง Learn Unlearn Relearn การพัฒนาบุคลากรในองค์กร การส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long Learning) รวมถึงการพัฒนามนุษย์ถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศ

3) ด้านการ Connect to the World เพราะการเชื่อมโลกเป็นสิ่งที่จำเป็นในการพัฒนาประเทศให้เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น ผ่านสิ่งที่เรามี เช่น การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ บริการ วัฒนธรรม รวมทั้ง การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเติบโตและก้าวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

4) ด้าน Social Issues in the Future จะต้องเร่งแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม การกระจายรายได้ ความยากจนข้ามรุ่น และความคุ้มครองทางสังคม

5) ด้าน Our Planet in the Future การพัฒนาเศรษฐกิจ ความเจริญปัจจุบัน จะต้องมีการพัฒนาและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

พร้อมทั้ง **ได้ดำเนินการจัดการประกวด YEC Pitching : YEC's Business SPIN UP** ซึ่งเป็นการจัดการประกวด YEC Pitching อย่างต่อเนื่องเป็น ปีที่ 6 โดยเป็นความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC หอการค้าไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้นำเสนอไอเดียธุรกิจเพื่อการเปลี่ยนแปลง โดยจะเป็นไอเดียธุรกิจใหม่ (NEW IDEA) หรือต่อยอดจากธุรกิจหลัก (SPIN-OFF) เพื่อเปลี่ยนผ่านธุรกิจของตนเอง และช่วยสนับสนุนและผลักดันให้ผู้ประกอบการสร้างแนวคิดใหม่ในการต่อยอดธุรกิจของตนเอง ในสภาวะวิกฤตโควิด-19 โดยปีนี้มี YEC จากทั่วประเทศ สมัครเข้าร่วมประกวด จำนวน 46 โครงการ และมีผู้ที่ได้รับรางวัล ได้แก่

รางวัลชนะเลิศ คือ โครงการ Cen Solution : YEC หอการค้าจังหวัดนนทบุรี

รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 โครงการ Up Square TECH Platform : YEC หอการค้าจังหวัดสงขลา

รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 โครงการ One Move ERP : YEC กรุงเทพฯ

รางวัล Popular Vote โครงการ สบายดีลำปาง : YEC หอการค้าจังหวัดลำปาง

ทั้งหมดนี้ คือ สรุปผลประชุมการสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 39 **Connect The Dots Design The Future : รวมพลัง สร้างสรรค์ อนาคต** ซึ่งพวกเราหอการค้าไทย มุ่งหวังจะทำงานเชื่อมโยงกับรัฐบาล ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในทุกมิติ พร้อมทั้งร่วมกันออกแบบอนาคตเศรษฐกิจประเทศไทย ให้ไปสู่เป้าหมายร่วมกันในอนาคต ตามแนวคิด “Connect The Dots” เพื่อให้ประเทศไทยกลับมาฟื้นตัว เปิดประเทศได้อย่างรวดเร็ว และสร้างอนาคตประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป



ลำดับเอกสารแนบ

- 1) สรุป 3 ภารกิจเร่งด่วนฟื้นฟูประเทศไทย
 - 2) เอกสารเสวนา เรื่อง “CONNECT หอการค้า 5 ภาค เดินหน้าฝ่าวิกฤต เพื่อพลิกเศรษฐกิจไทย”
 - 3) เอกสารเสวนา เรื่อง “CONNECT SMEs ไทย ด้วย Digital Transformation”
 - 4) เอกสารเสวนา เรื่อง “โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่” และ “YEC Pitching”
- 



เอกสารแนบ 1

เรื่อง สรุป 3 ภารกิจเร่งด่วนฟื้นฟูประเทศไทย



สรุป 3 ภารกิจเร่งด่วนฟื้นฟูประเทศไทย

คณะกรรมการหอการค้าไทย วาระประจำปี 2564-2565 ได้กำหนดนโยบาย Connect the Dots โดยมุ่งเน้นให้หอการค้าไทย เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อมุ่งสู่การยกระดับเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งหอการค้าไทย ได้ขับเคลื่อน “การฟื้นฟูเศรษฐกิจภายใน 99 วันแรก” เพื่อเร่งสร้างความเชื่อมั่น แก้ปัญหา ระยะสั้น ทั้งการจ้างงานและปัญหาผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs และยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไปสู่การฟื้นตัวอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การฟื้นฟูเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็วภายใต้ทรัพยากร ที่มีอย่างจำกัดนั้น หอการค้าไทย ได้จัดลำดับความสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจสำหรับ ดำเนินการให้เกิดผลเป็นรูปธรรมภายใน 99 วันแรกของการทำงานของคณะกรรมการ หอการค้าไทย โดยมี 3 ภารกิจเร่งด่วน คือ

- 1) เร่งฉีดวัคซีนให้ประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประเทศ
- 2) เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย ด้วย Digital Transformation เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึง แหล่งเงินทุน
- 3) แก้ไขกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้สะดวก

1. เร่งฉีดวัคซีนให้ประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประเทศ

หอการค้าไทยได้ร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ของบริษัทใหญ่กว่า 40+ เพื่อร่วมกันวางแผนการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ของภาคเอกชน ที่จะมีส่วนร่วมสนับสนุน ภาครัฐ ให้สามารถเปิดประเทศได้อย่างรวดเร็ว เพื่อความปลอดภัยและขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ สามารถเดินหน้าต่อไปได้ ซึ่งเป็นหนึ่งนโยบายหลักในการทำงานของหอการค้าไทย ที่ต้องมีการ Connect the dots คือ ดึงความร่วมมือจากทุกฝ่าย ให้ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมาย ที่วางไว้ ทั้งนี้ ได้แบ่งงานออกเป็น 4 ทีม เพื่อสนับสนุนการฉีดวัคซีน ได้แก่

TEAM A: Distribution and Logistics สนับสนุนการกระจายและฉีดวัคซีน ช่วยสนับสนุนสถานที่ บุคลากร และอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยใช้กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่นำร่อง ซึ่งหอการค้าไทยผนึกกำลังร่วมกับภาคเอกชนเข้ามาเสริมการทำงานของกรุงเทพมหานครเพื่อบรรลุตามเป้าหมาย โดยวางแผนสนับสนุนการตั้งหน่วยบริการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ให้แก่ประชาชนทั่วไป โดยได้กำหนดจัดหน่วยบริการฉีดวัคซีนโควิด-19 ไว้ทั้งสิ้น 25 แห่ง เป็นต้น

TEAM B: Communication สร้างการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเข้าใจและเข้ามาฉีดวัคซีน โดยได้เข้าไปร่วมทำงานกับกระทรวงสาธารณสุข และ สสส. เพื่อปรับแผนการสื่อสารตามสถานการณ์ของจำนวนวัคซีนและการลงทะเบียน ทั้งนี้ ได้มีการสำรวจความเชื่อมั่นโดยแบ่งกลุ่มตามพฤติกรรมของประชาชน ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด พร้อมวางแผนการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงประชาชนและสร้างความเชื่อมั่น โดยยึดเอาหลักการทางสาธารณสุขที่ถูกต้อง ร่วมกับ Influencer กลุ่มต่าง ๆ

TEAM C: IT Operation นำเทคโนโลยีและระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการลงทะเบียนขั้นตอนในการฉีดที่รวดเร็ว และมีระบบการติดตามตัว พร้อมออกใบรับรองการฉีดวัคซีนได้ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากไอบีเอ็มได้นำทีมผู้เชี่ยวชาญช่วยให้คำปรึกษาด้านระบบไอทีโดยรวม พร้อมทั้ง ธนาคารกรุงไทย ดูแลเรื่องการพัฒนาาระบบลงทะเบียนออนไลน์และผ่านแอปพลิเคชัน และเครือข่าย อาทิ เซ็นทรัล เอสซีจี เดอะมอลล์ เซเว่น อีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท ท็อปส์ เดลี และมินิบิ๊กซี ร่วมบริหารจัดการศูนย์ฉีดทั้ง 25 แห่ง ตั้งแต่ระบบการจอง ไปจนถึงระบบการปฏิบัติงานของศูนย์ฉีดฯ ที่จะต้องรองรับประชาชนจำนวนมาก

TEAM D: Extra Vaccine procurement ทีมจัดหาวัคซีนเพิ่มเติม โดยร่วมกับภาครัฐและเครือข่ายโรงพยาบาลเอกชน สำรวจความต้องการฉีดวัคซีนทางเลือกเพิ่มเติม เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล และทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้เร็วมากขึ้น

โดยรัฐบาล ได้รับข้อเสนอของหอการค้าไทย และจัดตั้งคณะกรรมการ 4 ทีม ขึ้นเป็น “ทีมประเทศไทย” เพื่อทำงานร่วมกับภาคเอกชน ในด้านการกระจายและการฉีดวัคซีน การนำเทคโนโลยีและระบบมาปรับปรุงกระบวนการ การติดต่อและให้ข้อมูลข่าวสารกับประชาชน และการจัดหาวัคซีนเพิ่มเติมจนเกิดผลในการแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดโควิด-19 เชิงประจักษ์ในปัจจุบัน

2. เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย ด้วย Digital Transformation เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

การพัฒนาภาคธุรกิจของไทยด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับภาคธุรกิจให้ได้มากที่สุด เป็นนโยบายเร่งด่วนอีกประการหนึ่งของหอการค้าไทย คือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจด้วย Digital Transformation ซึ่งได้มีมาตรการสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ SMEs เพื่อผลักดันมาตรการสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ SMEs อาทิ มาตรการสินเชื่อฟื้นฟู (Soft loan) มาตรการพักทรัพย์ พักหนี้ (Asset warehousing) และการปรับโครงสร้างหนี้ เพื่อเสริมสภาพคล่องและการฟื้นตัวกลับมาดำเนินธุรกิจในอนาคต ซึ่งหอการค้าไทยได้ Connect the Dots กับธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เพื่อหารือถึงแนวทางในการผลักดันโครงการและรับฟังข้อเสนอแนะของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ในการขับเคลื่อนให้เกิดเป็นรูปธรรม

พร้อมทั้ง ขับเคลื่อน Digital Factoring Platform เป็นแพลตฟอร์มภายใต้โครงการ แชนด์บ็อกซ์ เซ็นทรัล รีเทล (CRC) และธนาคารกสิกรไทย (KBANK) เพื่อสนับสนุนให้ SMEs โดยเฉพาะรายย่อยที่เป็นคู่ค้ากับ Retailer ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงครอบคลุมทุกจังหวัด เพื่อเสริมสภาพคล่อง ปรับปรุง และขยายธุรกิจ โดยมี 4 ประเภทสินเชื่อที่จะใช้ในการสนับสนุน SME รายย่อย ได้แก่

- 1) Soft loan สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อฟื้นฟูสภาพคล่อง ตามเกณฑ์ ธปท. โดยมี บสย. ค้ำประกันเต็มวงเงิน
- 2) สินเชื่อ Term loan (Clean loan) อัตราดอกเบี้ยต่ำประเภทอื่นของ Bank สำหรับสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย
- 3) สินเชื่อ Factoring จาก Bank รับซื้อหนี้การค้าโดยใช้ PO และ Invoice เป็นหลักประกัน
- 4) สินเชื่อ Factoring จาก Retailer รับซื้อหนี้การค้าโดยใช้ PO และ Invoice เป็นหลักประกัน ผ่านการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำจาก Bank ไปยัง Retailer และ Retailer ไปสู่ SME Supplier ด้วยอัตราดอกเบี้ยเดียวกัน

3. แก้ไขกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้สะดวก

หอการค้าไทยเล็งเห็นว่า สิ่งที่จะเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศ คือเรื่องการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ และจะเป็นแรงดึงดูดสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับภาคธุรกิจ รวมถึงนักลงทุนจากต่างประเทศ จึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1) การพัฒนาระบบให้บริการภาครัฐ การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบ การลด/เลิก ใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมที่ไม่จำเป็น อาทิ จัดทำคู่มือประชาชน สามารถลดระยะเวลาติดต่อราชการเฉลี่ย 41.71% ส่งเสริมให้มีระบบ Biz Portal ยื่นขออนุญาต ประกอบธุรกิจครบวงจร ผ่านออนไลน์ในครั้งเดียว (ส่วนกลาง 25 ประเภทธุรกิจ 78 ใบอนุญาต/ ต่างจังหวัด 10 ประเภทธุรกิจ 18 ใบอนุญาต) การไม่เรียกสำเนาเอกสารที่ราชการออกให้ประชาชน และ ร่วมสำรวจความคิดเห็นกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย ประกอบการศึกษาแนวทางการขออนุญาตประกอบธุรกิจได้ใน 1 ใบอนุญาต (Super License) เป็นต้น
- 2) การปรับปรุงกฎหมายของคณะกรรมการ Regulatory Guillotine อาทิ จัดประชุม ระดมความคิดเห็น ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรม ธุรกิจก่อสร้างและ อสังหาริมทรัพย์ รวมทั้ง ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อจัดทำแนวทางปรับปรุงกฎระเบียบ แก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจเป้าหมาย ผลักดันการปรับปรุง กฎเกณฑ์และแก้ไขผลกระทบจากการปฏิบัติตาม พ.ร.บ.โรงแรมฯ พ.ร.บ.ควบคุม อาคารฯ และ ผลักดันการแจ้งที่พักอาศัยชั่วคราวภายใน 24 ชม. และการแจ้ง รายงานตัวอยู่ในราชอาณาจักรเกิน 90 วัน ของคนต่างด้าว ให้สามารถรายงานผ่าน Application ของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น



1ST 99 DAYS CONNECT THE DOTS

เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย

CONNECT THE DOTS

หอการค้าทำหน้าที่เชื่อมโยงการทำงานจากเครือข่าย
ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจไทย
ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

“Your Success Is Our Success”

ส สร้างความ
เชื่อมั่น

#สร้างความเชื่อมั่น

#ร่วมกันสร้างสรรค์

#ช่วยกันผลักดัน



1ST 99 DAYS
CONNECT THE DOTS
เพื่อฟื้นเศรษฐกิจไทย

1.

เร่งฉีดวัคซีนให้ประชาชน
เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประเทศ

เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย ด้วย
Digital Transformation
เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

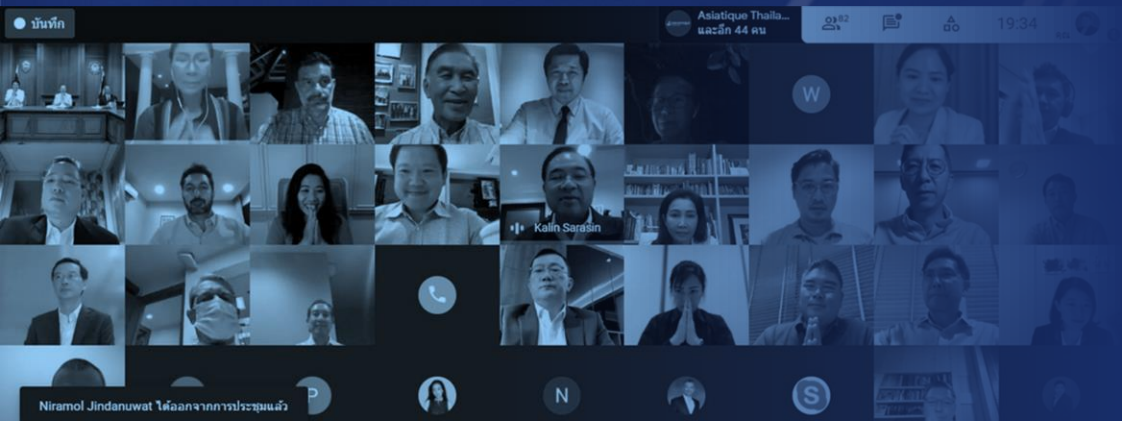
2.

3.

Ease of Doing Business
แก้ไขกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวก
ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้สะดวก

1.

เร่งฉีดวัคซีนให้ประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประเทศ



- จัดประชุมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ของบริษัทใหญ่กว่า 40 บริษัทผ่าน Video Conference เพื่อวางแผนสนับสนุนภาครัฐในการฉีดวัคซีนโควิด 19
- ร่วมมือกับรัฐบาลตั้ง **ทีมประเทศไทย** โดยแบ่งออกเป็น 4 ทีม เพื่อสนับสนุนการฉีดวัคซีน ดังนี้

TEAM A

Distribution and Logistics

ทีมสนับสนุนการกระจายและฉีดวัคซีนช่วยสนับสนุนสถานที่ บุคลากร และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้กรม.

Communication

ทีมสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเข้าใจและฉีดวัคซีนในสถานที่ที่พร้อม เพราะปัจจุบันหลายคนยังไม่เข้าใจเรื่องการฉีดวัคซีน หลายคนไม่ยอมฉีด ดังนั้นต้องทำความเข้าใจข้อมูลที่ต้องการ

TEAM C

IT Operation

ทีมเทคโนโลยีและระบบ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพการลงทะเบียนก่อนในการฉีดที่รวดเร็วและระบบการติดตามตัวพร้อมออกใบรับรองการฉีดวัคซีนได้

TEAM B

TEAM D

Extra Vaccine procurement

ทีมจัดหาวัคซีนเพิ่มเติม โดยร่วมกับภาครัฐและเครือข่ายโรงพยาบาลเอกชนสำรวจความต้องการฉีดวัคซีนทางเลือกเพิ่มเติม เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล และทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้เร็วมากขึ้น

TEAM A – Distribution and Logistics
ทีมสนับสนุนการกระจายและฉีดวัคซีน

TEAM B – Communication
ทีมสื่อสาร

TEAM C – IT Operation
ทีมเทคโนโลยีและระบบ

TEAM D – Extra Vaccine procurement
ทีมจัดหาวัคซีนเพิ่มเติม



TEAM A Vaccine Distribution

- สนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงวัคซีนให้มากที่สุด โดยภาคเอกชนร่วมกันจัดตั้ง 25 ศูนย์ฉีดนอกโรงพยาบาลทั่วกรุงเทพมหานคร
- ความสามารถในการฉีดวัคซีน ได้ถึง 80,000 คน/วัน
- ศูนย์ฉีดวัคซีนฯ 25 ศูนย์ มีมาตรฐานและความปลอดภัย สามารถรองรับการฉีดกับประชาชนได้ทุกช่วงอายุ
- จัดทำระบบลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ www.ไทยร่วมใจ.com และสามารถลงทะเบียนผ่านร้านสะดวกซื้อทั่วกรุงเทพมหานคร



ฉีดนี้...เพื่อชาติ

จำนวนผู้รับวัคซีนเกินกว่า 70% จะสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ให้เกิดขึ้น
เพื่อให้ประเทศเดินหน้าต่อไปได้

**เตรียมตัวให้พร้อม
ปูพรมฉีดทั่วประเทศ**



ฉีดนี้...เพื่อชาติ

จำนวนผู้รับวัคซีนเกินกว่า 70%
จะสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ให้เกิดขึ้น
เพื่อให้ประเทศเดินหน้าต่อไปได้



ฉีดนี้...เพื่อทุกคน

เตรียมตัวให้พร้อม
ปูพรมฉีดทั่วประเทศ



**ฉีดนี้...
เพื่อครอบครัว**

การฉีดวัคซีนช่วยลดความเสี่ยงในการเป็นพาหะ
หลายคนติดเชื้อแต่ไม่แสดงอาการ
และแพร่ไปสู่บุคคลใกล้ชิดโดยไม่รู้ตัว

TEAM B Communication

- ภาคเอกชนได้สนับสนุนเพิ่มเติมในช่องทางการสื่อสารเสริมจากทีม นายกฯ ทีมกระทรวงสาธารณสุข และทีม สสส. เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อ BTC LINE Facebook Google & YouTube

โครงการไทยร่วมใจ

การแสดงความประสงค์เข้ารับบริการฉีดวัคซีน

โควิด-19

สำหรับประชาชนอายุ 60 ปีขึ้นไป

แสดงความประสงค์



ตรวจสอบข้อมูล/นัดหมาย



TEAM **C** IT Operation

- ดูแลระบบ IT โดยการสนับสนุนของผู้เชี่ยวชาญจาก IBM ประเทศไทย ในการให้คำปรึกษาด้านระบบ IT โดยรวม และธนาคารกรุงไทยพัฒนาระบบ ลงทะเบียนออนไลน์ โดยแบ่งกลุ่มทำงานย่อย 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มด้าน Call Center 2) กลุ่มด้าน In-Store Registration 3) กลุ่มด้าน Infra





TEAM **D** Extra Vaccine Procurement

- ช่วยเหลือรัฐบาลในการจัดหาวัคซีนทางเลือกเพิ่มเติม สำหรับภาคเอกชนและโรงพยาบาลเอกชนให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- สื่อสารให้ภาครัฐทราบว่าภาคเอกชนยินดีสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการฉีดวัคซีนให้กับพนักงาน ครอบครัว และชุมชนใกล้เคียง

รัฐบาลควรเร่งแผนการฉีด วัคซีนเข็ม 3





เตรียมวัคซีนอย่างน้อย 20 ล้านโดส

รองรับกับสถานการณ์ฉุกเฉิน หากมีการกลายพันธุ์ของเชื้อโควิด 19

เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย ด้วย Digital Transformation เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

2.

มาตรการสนับสนุนการเงินแก่ SME

- หารือกับธนาคารพาณิชย์เพื่อรับฟังปัญหา อุปสรรค และแนวทางข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการทางการเงินของภาครัฐ
- ประชุมกับรองนายกรัฐมนตรี (คุณสุพัฒนพงษ์) เพื่อหารือประเด็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ตามมาตรการของรัฐบาล ทั้งโครงการพักทรัพย์ พักหนี้/ โครงการสินเชื่อฟื้นฟู/ Credit Term เสริมสภาพคล่อง SME

Digital Factoring Platform

- โครงการ Sand Box ที่นำร่องโดย CRC กับธนาคารกสิกรไทย โดยสนับสนุน SME รายย่อยที่เป็นคู่ค้าของ Retailer เข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำอย่างรวดเร็ว โดยมี 4 ประเภทสินเชื่อ ได้แก่ 1) Soft Loan 2) สินเชื่อ Term Loan 3) สินเชื่อ Factoring ซึ่งจะขยายผลไปยัง SME กลุ่มอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเชื่อมโยง SME จำนวน 500,000 ราย



Soft Loans เพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับ SMEs

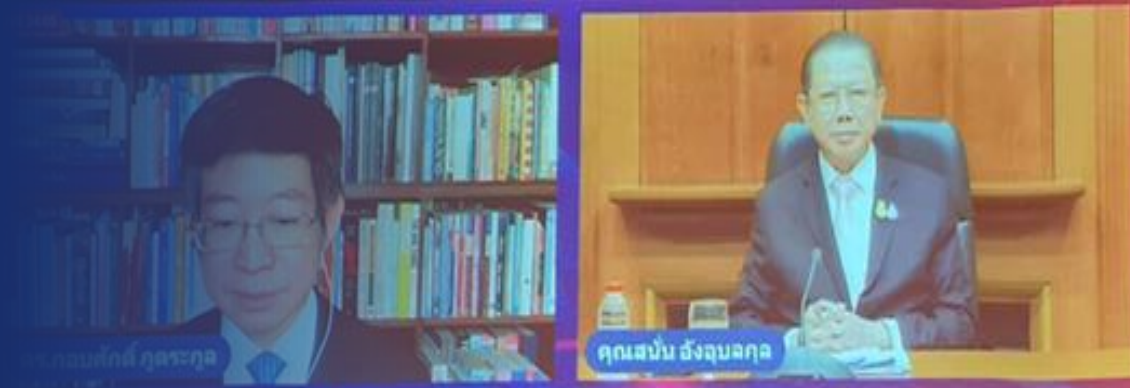


3.

Ease of Doing Business

แก้ไขกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวก
ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้

- เพื่อเกิดความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ และเป็นแรงดึงดูดสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับภาคธุรกิจ รวมถึงนักลงทุนจากต่างประเทศ ดังนั้น หอการค้าไทยจึงได้ร่วมงานกับ กพร. เพื่อบริหารจัดการภารกิจดังกล่าว โดยแบ่งออกเป็น 2 ภารกิจสำคัญ
 - 1) การพัฒนาระบบบริการภาครัฐ การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบ การลด/ เลิกใบอนุญาตค่าธรรมเนียม (ร่วมกับสำนักงาน กพร.)
 - 2) การปรับปรุงกฎหมายของคณะกรรมการ Regulatory Guillotine (ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล)





ภาครัฐต้องทำหน้าที่เป็น Facilitator

- หอการค้าไทยประสานการทำงานกับภาครัฐ เพื่อสะท้อนความต้องการของภาคธุรกิจ นำไปสู่นโยบายและมาตรการที่สำคัญ มุ่งหวังให้เกิดการปรับปรุง แก้ไข และเปลี่ยนแปลง (Ease of Doing Business)



พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ
ว่าด้วยการสนับสนุนและขับเคลื่อนโครงการฮักไทย (HUG THAIS)
ระหว่าง

ภาคีเครือข่ายแห่งประเทศไทย กับ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

วันที่ 21 มิถุนายน 2564



ฮักไทย สนับสนุนและคัดเลือกสินค้าจากชุมชนและผู้ประกอบการไทย
ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ผ่าน Omnichannel เชื่อมโยงสินค้า Offline
และ Online รวมเป็นหนึ่ง



Eat more #ฮักกิน



Travel more #ฮักเที่ยว



Shop more #ฮักใช้



Phuket Sandbox

July 1, 2021

ก้าวแรก... เพื่อฟื้นการท่องเที่ยวไทย

- พลิกดันให้มีการเปิดพื้นที่นำร่องสำหรับการท่องเที่ยวในสถานการณ์ Covid – 19 โดยร่วมมือกับหอการค้า จ.ภูเก็ต ททท. และเครือข่ายเอกชนในพื้นที่ เตรียมความพร้อม สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว
- ยกทัพเครือข่ายหอการค้าทั่วประเทศ จัดทริปท่องเที่ยวดอกย้าความเชื่อมั่น ให้กำลังใจชาวภูเก็ต

CONNECT THE DOTS

1.

เร่งฉีควัคซีนให้ประชาชน

เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประเทศ

2.

เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย ด้วย
Digital Transformation
เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

3.

Ease of Doing Business

แก้ไขกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวก
ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้สะดวก



Connect the dots

DESIGN

THE FUTURE

รวมพลัง สร้างสรรค์ อนาคต



เอกสารแนบ 2

เรื่อง CONNECT หอการค้า 5 ภาค เดินหน้าฝ่าวิกฤต
เพื่อพลิกเศรษฐกิจไทย





สรุปสาระสำคัญการสัมมนาหอการค้าภาค 5 ภาค

เรื่อง Connect the Dots : ก้าวข้ามโควิด – เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค

วันพุธที่ 17 พฤศจิกายน 2564 ณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และผ่านระบบ Conference

หอการค้าไทย โดยประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาค 5 ภาค ร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ดำเนินการจัดเสวนาระดมความคิดเห็นสมาชิกหอการค้าจังหวัดทั้ง 5 ภูมิภาค เรื่อง “Connect the Dots : ก้าวข้ามโควิด – เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค” เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกหอการค้าทั่วประเทศได้มีส่วนร่วมในการแสดงมุมมองต่อการพัฒนาประเทศ เพื่อนำมาบูรณาและสามารถนำแผนงานมาดำเนินการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีบริบทสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยการสัมมนา มีผู้เข้าร่วมจากเครือข่ายหอการค้าจังหวัด จำนวน 320 คน ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญเป็นยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ ทั้ง 5 ภาค ได้ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจพื้นที่ภาคใต้ 2025

วิสัยทัศน์ : หอการค้าภาคใต้ เป็นองค์กรศูนย์กลางเชื่อมโยงการทำงานเครือข่าย ภาครัฐ เอกชน และประชาชน ภายใต้ BCG MODEL โดยขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาให้เป็นภูมิภาคที่ทันสมัยน่าอยู่น่าลงทุน เติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย : สร้างภาคใต้ให้เป็นภูมิภาคแห่งความสุข (REGIONAL OF HAPPINESS)

ยุทธศาสตร์ (STRATEGY)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 รักษาดูแลกลุ่มธุรกิจที่เป็นผู้นำตลาด (แชมป์) ให้คงความได้เปรียบ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว การบริการ การค้า และการเกษตร ให้คงความได้เปรียบมีความสามารถในการแข่งขัน และส่วนแบ่งการตลาด รักษาปริมาณและมูลค่าทางเศรษฐกิจ และความเป็นผู้นำในกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมูลค่าสูง (Wellness & Health)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระดับกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญ แต่ขาดปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรรม ส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยการใช้เทคโนโลยี และเครื่องจักรกลทดแทนแรงงาน พัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้ต้นทุนการผลิตแข่งขันได้ทั้งตลาดภายในและตลาดโลก โดยใช้เทคโนโลยีที่เท่าเทียมกันและพัฒนาต่อยอดได้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมเป็นที่ต้องการของตลาด และการสร้างตลาดใหม่ๆ ให้กับสินค้า ด้วยการใช้ Market Place Platform สร้างช่องทางการตลาดแบบ End-to-End

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคน : ถ่ายทอด เรียนรู้ พัฒนาทักษะแห่งอนาคต และส่งเสริมสังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน : พัฒนาสู่เมืองทันสมัย และสังคมแห่งความสุข น่าอยู่น่าลงทุน เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การผลิต การขนส่ง และการศึกษาของภูมิภาค สร้างงานแห่งอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริม Digital Economic และการกระจายการลงทุนใหม่อย่างเหมาะสม : เศรษฐกิจที่หลากหลาย รวมทั้งใช้การผลิตกับประเทศ ภูมิภาค และโลก

Strategic Move: ภาคใต้ (Highlight การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคใต้)

1) ด้านการค้า การลงทุน การค้าชายแดน

- 1.1 IMT-GT14 จังหวัดภาคใต้-เชื่อมโยงการค้าการลงทุนไทย-มาเลเซีย (ท่าเรือเอกชน)
- 1.2 การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ปลอดภัยจาก COVID (PHUKET SANDBOX และ SAMUI PLUS)
- 1.3 การเชื่อมโยงอนุภูมิภาค-ท่าเรือฝั่งอ่าวไทย -อันดามัน-EEC-BIMSTEC
- 1.4 Thailand Southern Expo จ.สุราษฎร์ธานี
- 1.5 จัดตั้งจุด Drop off สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าออนไลน์การค้าชายแดนไทย -มาเลเซีย - จ.นราธิวาส
- 1.6 เมืองต้นแบบอุตสาหกรรมก้าวหน้าแห่งอนาคต อ.จะนะ จ.สงขลา
- 1.7 SMART CITY จ.สุราษฎร์ธานี

2) ด้านเกษตรและอาหาร

- 2.1 โครงการแพะแปลงใหญ่ จ.กระบี่
- 2.2 ส่งเสริมและยกระดับพืชเกษตรกาแฟภาคใต้ จ.ชุมพร/จ.ระนอง
- 2.3 โครงการพัฒนาการประมงในอ่าวพังงาอย่างยั่งยืน(บ่อปลายักษ์) (Andaman Sustainable Fisheries Blueprint) จ.กระบี่
- 2.4 Rubber City (ยาง) จ.สงขลา
- 2.5 Oil Palm City(ปาล์ม) จ.สุราษฎร์ธานี
- 2.6 ส่งเสริมผลไม้ (ทุเรียน, มังคุด, โกโก้, ลองกอง) จ.นครศรีธรรมราช/จ.นราธิวาส/จ.ปัตตานี /จ.ชุมพร
- 2.7 เมืองสมุนไพร จ.พังงา /จ.สุราษฎร์ธานี

3) ด้านท่องเที่ยวบริการ

- 3.1 ไทยแลนด์รีเวียร์
- 3.2 ท่องเที่ยวชุมชน
- 3.3 Andaman Go Green
- 3.4 โครงการคลองท่อมเมืองสปา
- 3.5 อุทยาน ธรณีโลก SATUN GEOPARK
- 3.6 HAPPY MODEL
- 3.7 โครงการสุราษฎร์ธานีเมดิคอลฮับ (Medical Service, Wellness Service , Product Service , Academic Service Medical Tourism)

4) ปัจจัยสนับสนุน

- 4.1 Southern Maritime Hub
- 4.2 การขยายถนนหมายเลข 4 (เพชรเกษม) เป็น 4 ช่องจราจรในช่วงที่เหลื่อมอยู่
- 4.3 เร่งรัดการก่อสร้างและพัฒนาถนนเลียบริมชายฝั่งอ่าวไทย (Thailand Rivera)
- 4.4 อันดามัน GATEWAY(สตูล -ปะลิส) (สะพานมิตรภาพ ไทย-มาเลเซีย)

- 4.5 ถนนเชื่อมเบตง กับสุคีริน จ.นราธิวาส
- 4.6 รถไฟสายใหม่ (เส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ท่าหนุ่น (พังงา) เชื่อมฝั่งอันดามันและอ่าวไทย และเส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ดอนสัก)
- 4.7 รถไฟทางคู่ (ช่วงชุมพร-สุราษฎร์ธานี ช่วงสุราษฎร์ธานี-หาดใหญ่ ช่วงหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์ และรถไฟทางคู่สุโขทัย-โกสุมพิสัย)
- 4.8 โครงการสนามบินภูเก็ตแห่งที่ 2 (พังงา)
- 4.9 โครงการสนามบินเบตง
- 4.10 โครงการขยายสนามบินนราธิวาส
- 4.11 ท่าเทียบเรือสำราญขนาดใหญ่ (Cruise) จ.กระบี่ สถานีขนส่งสินค้า สุโขทัย-ลก จ.นราธิวาส (ขสทบ.)

โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)

1) พัฒนาการท่องเที่ยวของภาคใต้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

- ✓ ท่องเที่ยวชุมชน
- ✓ โครงการคลองท่อมเมืองสปา
- ✓ HAPPY MODEL

2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Multimodal Transport)

- ✓ โครงการศึกษาระบบเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานทางบก ทางน้ำ ระบบราง และอากาศ (Multimodal Transportation)

รถไฟสายใหม่ ได้แก่

- เส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ท่าหนุ่น (พังงา) เชื่อมฝั่งอันดามันและอ่าวไทย
- เส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ดอนสัก

รถไฟทางคู่ ได้แก่

- ช่วงชุมพร-สุราษฎร์ธานี
- ช่วงสุราษฎร์ธานี-หาดใหญ่
- ช่วงหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์
- รถไฟทางคู่สุโขทัย-โกสุมพิสัย

3) การเชื่อมโยงการค้ากับเขตพัฒนาเศรษฐกิจ ทั้งในและนอกภูมิภาค

- ✓ IMT-GT14 จังหวัดภาคใต้ โดยเชื่อมโยงการค้าการลงทุน ไทย-มาเลเซีย (ท่าเรือเอกชน)
- ✓ การเชื่อมโยงอนุภูมิภาค อาทิ ท่าเรือฝั่งอ่าวไทย , อันดามัน , EEC และ BIMSTEC

ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจพื้นที่ภาคตะวันออก 2025

วิสัยทัศน์ : เป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง/สินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยที่มีมูลค่าสูง เป็นประตูเศรษฐกิจสู่ตลาดโลก และเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวคุณภาพสูง โดยที่คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง

เป้าหมาย : ภาคตะวันออกมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 5% ต่อปี และรายได้ของครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 30,000 บาท ต่อครัวเรือน ต่อเดือน

ยุทธศาสตร์ (STRATEGY)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการค้าและการลงทุน : พัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกให้เป็นเขตเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนระดับชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านเกษตรและอาหาร : ยกกระดับห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยให้มีมูลค่าสูงและได้มาตรฐานระดับสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการท่องเที่ยวและบริการ : ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการคุณภาพสูง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านปัจจัยสนับสนุน (โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติ & สิ่งแวดล้อม กฎหมาย/กฎระเบียบ และอื่นๆ) : พัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออก

Strategic Move: ภาคตะวันออก (Highlight การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคตะวันออก)

1) ด้านการค้าและการลงทุน

- 1.1 พัฒนาโครงการต่อเนื่องกับโครงการมหานครผลไม้ เช่น การจัดงาน Fruit Innovation Fair 2021 (FIF2021)
- 1.2 โครงการหอการค้าแฟร์
- 1.3 โครงการพัฒนา SMEs ให้สามารถขายสินค้าไปยังต่างประเทศผ่านช่องทาง Cross Border e-Commerce (CBEC)

2) ด้านเกษตรและอาหาร

- 2.1 ยกกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร (ThaiGAP)
- 2.2 พัฒนาแหล่งผลิตอาหารเกษตรปลอดภัยสูง
- 2.3 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้านเกษตร
- 2.4 เร่งรัดโครงการระเบียงผลไม้ภาคตะวันออก (Eastern Fruit Corridor :EFC)
- 2.5 พัฒนาเมืองสมุนไพร

3) ด้านท่องเที่ยวและบริการ

- 3.1 โครงการมหานครอัญมณี
- 3.2 โครงการ 1 หอการค้า 1 ท่องเที่ยวชุมชน
- 3.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีเอกลักษณ์และมูลค่าสูง
- 3.4 ยกกระดับแหล่งท่องเที่ยวหลักให้มีมาตรฐานระดับสากล

4) ปัจจัยสนับสนุน

- 4.1 เร่งรัดการก่อสร้างถนนเฉลิมบูรพาชลทิต ระยะที่ 2
- 4.2 เร่งรัดโครงการรถไฟทางคู่ ระยอง-ตราด
- 4.3 เร่งจัดการเดินรถไฟด่วนพิเศษกรุงเทพฯ-สระแก้ว
- 4.4 เร่งรัดระบบขนส่งสาธารณะเชื่อมโยงรถไฟความเร็วสูง
- 4.5 พัฒนาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้ผู้ประกอบการใน EEC
- 4.6 ส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ

โครงการสำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)

1) โครงการพัฒนา SMEs ให้สามารถขายสินค้าไปยังต่างประเทศผ่านช่องทาง Cross Border e-Commerce (CBEC)

- ✓ สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ของไทยให้ขยายโอกาสทางธุรกิจเข้าสู่ตลาดจีนผ่านช่องทาง e-Commerce ข้ามพรมแดน (CBEC) ด้วยกลยุทธ์เชิงรุก
- ✓ โดยดำเนินการผ่าน Platform CBEC ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากคนจีน ได้แก่ Tmall Global และ JD International เพื่อคว้าโอกาสจากตลาด e-Commerce ที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด

2) เร่งรัดโครงการระเบียงผลไม้ภาคตะวันออก (Eastern Fruit Corridor :EFC) และพัฒนาโครงการต่อเนื่องกับโครงการมหานครผลไม้

- ✓ โครงการ EFC ตั้งอยู่ภายในนิคมอุตสาหกรรม Smart Park จ.ระยอง มีเป้าหมายให้เป็นมหานครผลไม้โลก
- ✓ หอการค้าจังหวัดจันทบุรี กำหนดจัดงาน Fruit Innovation Fair 2021 หรือ FIF2021 ระหว่างวันที่ 10-12 ธันวาคม 2564

3) เร่งรัดการก่อสร้างถนนเฉลิมบูรพาชลทิศ ระยะที่ 2

- ✓ ใช้เชื่อมโยงและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ เริ่มต้นจากอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ผ่านปากน้ำระยอง ไปสิ้นสุดที่บ้านฉาง (ใกล้สนามบินอู่ตะเภา) ระยะทาง 95 กิโลเมตร วงเงินก่อสร้าง 4,500 ล้านบาท
- ✓ ศึกษารายละเอียดและจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) แล้วเสร็จในปี 2564 และเสนอสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) อนุมัติ

ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจพื้นที่ภาคกลาง 2025

วิสัยทัศน์ : ภาคกลางเป็นแหล่งการค้า การผลิต อาหาร สินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูงที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านนิเวศ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม มุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย : ภาคกลางมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 5% ต่อปี

ยุทธศาสตร์ (STRATEGY)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เกษตรและอาหาร : โดยการยกระดับเกษตรแนวใหม่มูลค่าสูง ตั้งแต่ต้นน้ำ (สร้างผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่) กลางน้ำ (ตั้ง Value Creation Trader เชื่อมโยงตลาด ลดบทบาทพ่อค้าคนกลาง เพิ่มมูลค่าด้วยคุณภาพ และสร้างผู้ประกอบการแปรรูปการเกษตรรุ่นใหม่) และปลายน้ำ (ขยายช่องทางตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ท่องเที่ยวและบริการ : เน้นหลักการ Happy Model ส่งเสริมความยั่งยืนตามหลัก BCG โมเดล สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สร้างสรรค์ (ทวารวดี-ละโว้-อยุธยา) และการท่องเที่ยวชุมชนวิถีลุ่มน้ำภาคกลาง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การค้า การลงทุน & ค้าขายแดน : โดยการพัฒนา SMEs, ส่งเสริมและยกระดับการค้าออนไลน์ และการพัฒนาการค้าชายแดน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 บังคับสนับสนุน : โดยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม

Strategic Move: ภาคกลาง (Highlight การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคกลาง)



โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)

- 1) เกษตรและอาหาร (ยกระดับเกษตรแนวใหม่มูลค่าสูง) ได้แก่ กิจกรรมการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่
- 2) ท่องเที่ยวและบริการ (Happy Model + BCG Model) ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สร้างสรรค์ (ทวารวดี-ละโว้-อยุธยา) และกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนวิถีลุ่มน้ำภาคกลาง
- 3) การค้า การลงทุน & ค้าขายแดน ได้แก่ กิจกรรมการพัฒนา SMEs เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล และกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการค้าชายแดน

ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2025

วิสัยทัศน์ : เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ การค้าการลงทุน การเกษตร และบริการ เชื่อมโยงภูมิภาค กินดี อยู่ดี มีสุข ปลอดภัย สังคมเข้มแข็ง และเป็นธรรมอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย : มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.5% ต่อปี

ยุทธศาสตร์ (STRATEGY)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การค้า การลงทุน และการค้าชายแดน : พัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เป็นเขตเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนระดับชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เกษตรและอาหาร : ยกกระต๊อบห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยให้มีมูลค่าสูงและได้มาตรฐานระดับสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ท่องเที่ยวและบริการ : ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการคุณภาพสูง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปัจจัยสนับสนุน : พัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน(รถไฟ) , ทรัพยากรธรรมชาติ & สิ่งแวดล้อม , กฎหมาย/กฎระเบียบ และอื่นๆ

Strategic Move : ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Highlight ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

1) การค้า การลงทุน และการค้าชายแดน

- 1.1 การเตรียมความพร้อมรองรับรถไฟความเร็วสูง จีน-สปป.ลาว
- 1.2 ยกกระต๊อบการค้าออนไลน์ โครงการนครชัยบุรินทร์ Mall
- 1.3 ยกกระต๊อบมาตรฐานสินค้ากลุ่มผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าย้อมคราม เพื่อเป็นศูนย์กลางหัตถอุตสาหกรรมผ้าทอมือ (Isan Handicraft Textiles Valley)
- 1.4 ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NEEC)
- 1.5 ผลักดันโครงการ Dry Port (หนองคาย ขอนแก่น นครราชสีมา อุตรธานี อุบลราชธานี)
- 1.6 ยกกระต๊อบด้านการค้าสู่ระดับสากล (ช่องสายตะกู / ช่องอานม้า / ด่านยักษ์คุ)

2) เกษตรและอาหาร

- 2.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวด้วยนวัตกรรม อาทิ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ / ข้าวภูเขาไฟ 6 ลูก (พรีเมียมเกรด)
- 2.2 โครงการ 1ไร่ได้เงิน 1ล้าน อาทิ โคเนื้อ / โควากิว / โคขุน / การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ Biofloc / แมลง / จิ้งหรีด
- 2.3 ศูนย์กลางผลิตยางพารา (Rubber City)
- 2.4 ศูนย์กลางตลาดสมุนไพร (มหานครแห่งพืชเวช)
- 2.5 เมืองเกษตรและอาหารปลอดภัย
- 2.6 โครงการเกษตรปลอดการเผา (Zero Burn)

3) ท่องเที่ยวและบริการ

- 3.1 ทวีร์ริมโขง 7จังหวัด
- 3.2 HAPPY MODEL
- 3.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อารยธรรม วัฒนธรรม สุขภาพ และกีฬา
- 3.4 การจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก (ปี 2569 จ.อุตรธานี และ ปี 2572 จ.นครราชสีมา)
- 3.5 การเตรียมเป็นเจ้าภาพการจัดงานแข่งขันจักรยานทางไกล L'ÉTAPE ปี 2024(จ.อุตรธานี)
- 3.6 การเตรียมเป็นเจ้าภาพการจัดงานแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 33 ปี 2025 (จ.อุบลราชธานี)
- 3.7 การจัดงาน Virtual Run กลุ่มจังหวัด by YEC

4) ปัจจัยสนับสนุน

4.1 เร่งดันการก่อสร้างระบบขนส่ง

มอเตอร์เวย์ ได้แก่ หมายเลข 6 บางปะอิน-หนองคาย และหมายเลข M3 ช่างจ่อม สุรินทร์-บึงกาฬ

รถไฟความเร็วสูง ได้แก่ ระยะที่ 1 ช่วงกรุงเทพฯ-นครราชสีมา และระยะที่ 2 ช่วงนครราชสีมา-หนองคาย

รถไฟทางคู่ ได้แก่ ศึกษาออกแบบเส้นทางคมนาคมทางรางคู่เชื่อม NeEC (อุดรธานี-สกลนคร-นครพนม)

สนามบิน ได้แก่ ศึกษาความเป็นไปได้ก่อสร้างสนามบินสารสินธุ์ และศึกษาความเป็นไปได้ก่อสร้างท่าอากาศยานบึงกาฬ

4.2 ผลักดันการสร้างสะพานมิตรภาพ จ.หนองคาย แห่งใหม่ เพื่อรองรับการขนส่งทางรถไฟโดยเฉพาะ

4.3 โครงการพัฒนาเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ลงลำตะคอง

โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)

1) เร่งรัดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อพัฒนาเมืองชายแดนและเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจ

- ✓ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงชายแดน เพื่อรองรับรถไฟความเร็วสูงจีน-สปป.ลาว
- ✓ ผลักดันโครงการ Dry Port (หนองคาย ขอนแก่น นครราชสีมา อุดรธานีอุบลราชธานี)
- ✓ ศึกษาออกแบบเส้นทางคมนาคมทางรางคู่เชื่อม NeEC (อุดรธานี-สกลนคร-นครพนม) ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NEEC)
- ✓ ยกกระตือรือร้นการค้า (ช่องสายตะกู / ช่องอานม้า / ด่านยักษ์คุ)
- ✓ เร่งรัดโครงการเส้นทางมอเตอร์เวย์หมายเลข M3 ช่างจ่อม สุรินทร์-บึงกาฬ

2) การเพิ่มมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

- ✓ การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวหอมมะลิด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืน
- ✓ โครงการ 1 ไร่ ได้เงิน 1 ล้าน (โคเนื้อ / โควากิว / โคขุน / Biofloc/แมลง / จิ้งหรีด)

3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อารยธรรม วัฒนธรรม สุขภาพ และกีฬา

- ✓ ทวีร์ริมโขง
- ✓ เตรียมความพร้อมเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ (มหกรรมพืชสวนโลก, การแข่งขันจักรยานทางไกล L'ÉTAPE , การแข่งขันกีฬาซีเกมส์)

ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจพื้นที่ภาคเหนือ 2025

วิสัยทัศน์ : เป็นตัวแทนภาคธุรกิจที่มีเครือข่ายเข้มแข็งเชื่อมโยงสู่สากล ทำงานบูรณาการร่วมกับภาครัฐ และภาคการศึกษา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภาคเหนือให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย :

- 1) ภาคเหนือมี GPP 1.3 ล้านล้านบาท ภายในปี 65 (มูลค่าเศรษฐกิจปี 2562)
- 2) มูลค่าสินค้าเกษตรอยู่ในระดับปี 2562 และราคาผลผลิตต่อไร่สูงกว่าปี 2562 ภายในปี 65
- 3) มูลค่าเศรษฐกิจด้านท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดกลับไปอยู่ในระดับปี 2562 และอัตราประชากรที่ได้รับวัคซีนอยู่ที่ร้อยละ 70 ภายในปี 2565

ยุทธศาสตร์ (STRATEGY)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การค้า การลงทุน และการค้าชายแดน : ยกระดับการเชื่อมโยงการค้าชายแดนผ่านเส้นทางชายแดน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เกษตรและอาหาร : ยกระดับห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยให้มีมูลค่าสูงและได้มาตรฐานระดับสากลภายใต้ BCG Model

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ท่องเที่ยวและบริการ : พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวรับผิดชอบ (Responsible Tourism) และเศรษฐกิจผู้สูงอายุ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปัจจัยสนับสนุน : พัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคเหนือ ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน , ทรัพยากรธรรมชาติ & สิ่งแวดล้อม , กฎหมาย/กฎระเบียบ และความเข้มแข็งสมาชิก

Strategic Move : ภาคเหนือ (Highlight การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคเหนือ)

1) การค้า การลงทุน และค้าชายแดน

- 1.1 โครงการ NEC
- 1.2 เปิดด่านชายแดนบ้านห้วยต้นนุ่น
- 1.3 ยกระดับด่านค้าชายแดนก๊วผาวอก อ.เชียงดาว และด่านบ้านหลักแต่ง (ตลาดออนไลน์)
- 1.4 MOU การค้าการลงทุนร่วมกับ ลาว-เวียดนาม
- 1.5 ผลักดันโครงการ BIMSTEC (การ Cross Border E-Commerce และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอินเดีย)
- 1.6 SMEs Innovation Capacity Enhancement, SMEs Center, TCC Connect, TEDx
- 1.7 1 หอ 1 วิสาหกิจชุมชน
- 1.8 ตั้งเขตเศรษฐกิจเชียงราย
- 1.9 ผลักดันให้นครสวรรค์เป็นศูนย์ท่าเรือบก (Dry Port) และสถานีขนส่งสินค้า (Truck Terminal)
- 1.10 Northern Expo Thailand/International Trade Show

2) เกษตรและอาหาร

- 2.1 โครงการสร้างสารสกัดมูลค่าสูงจากสมุนไพรไทย
- 2.2 โครงการ 1ไร่ 1ล้าน
- 2.3 โครงการเกษตรแปรรูปและพัฒนาสายพันธุ์ลำไย, มะม่วง
- 2.4 โครงการขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย BCG Model
- 2.5 โครงการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพการผลิตภาคเกษตรสู่มาตรฐาน GAP ลำไย, สินค้าเกษตรอื่นๆ
- 2.6 โครงการ 1 หอ 1 สหกรณ์การเกษตร
- 2.7 การส่งเสริมและพัฒนาการปลูกและแปรรูปไผ่ ภายในกลุ่มจังหวัด
- 2.8 ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าทางการเกษตรในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ
- 2.9 โครงการ โคก หนอง นา โมเดล เฉลิมพระเกียรติ รัชกาลที่ 10
- 2.10 การส่งเสริมพืชเศรษฐกิจสูง (อโวคาโด กาแฟ งา ส้ม และบุก)
- 2.11 การผลักดันโครงการพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer)

- 2.12โครงการ 1 หมู่บ้าน 1 อ่างเก็บน้ำ
- 2.13โครงการพัฒนาบึงชุมทรัพย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี
- 2.14โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี
- 2.15เกษตรลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยีเพิ่มคุณค่าปุ๋ยหมัก
- 2.16โครงการพัฒนาตลาดอีคอมเมิร์ซ และตลาดกลางออนไลน์

3) ท่องเที่ยวบริการ

- 3.1 Happy Model
- 3.2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 3.3 1 หอ 1 ท่องเที่ยวชุมชน (ชุมชนดิจิทัล)
- 3.4 ผลักดันศูนย์ส่งเสริมสุขภาพประชาชนสู่ผู้สูงวัยพหุศักยภาพ ด้วยการแพทย์แบบผสมผสานที่นครสวรรค์
- 3.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ อาทิ การออกบูธจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์หรือร่วมกิจกรรมภายในงานที่จัดขึ้นโดย หอการค้าจังหวัด / การส่งเสริมท่องเที่ยวทางน้ำ (1 หรือ 2 วัน) / การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว

4) ปัจจัยสนับสนุน

- 4.1 อุโมงค์ส่งน้ำ (แม่น้ำสาละวิน-ยวม)
- 4.2 รถไฟฟ้าคู่เส้นทาง เด่นชัย-เชียงราย
- 4.3 ขยายพื้นที่รันเวย์ของท่าอากาศยานแพร่, สร้าง Chiang Mai Airport แห่งที่ 2
- 4.4 สะพานเชื่อมโยงเศรษฐกิจภาคเหนือ-อีสาน
- 4.5 ขยายช่องทางจราจร (แม่แตง - ปาย - แม่ฮ่องสอน) และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 (เถิน-ลี้-ฮอด-แม่สะเรียง)
- 4.6 โครงการก่อสร้างถนน 4 ช่องทาง บริเวณตาซวน - สลกบาตร - กำแพงเพชร
- 4.7 มอเตอร์เวย์ เชียงใหม่ - เชียงราย
- 4.8 พัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
- 4.9 การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ตามระเบียบเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ควบคู่กับการพัฒนาเส้นทาง R3 อาทิ ผลักดันโครงการก่อสร้างสะพานบก (หล่มสัก - น้ำหนาว (เพชรบูรณ์) - พิษณุโลก - หลวงพระบาง (สปป.ลาว)) และ ผลักดันระบบโลจิสติกส์ (แม่สอด (ตาก) - พิษณุโลก - จุดผ่านแดนถาวรภูตู๋(อุตรดิตถ์))
- 4.10 การศึกษาและพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมขนส่ง อาทิ สาย อ.ดอยสะเก็ด อ.แม่ฮ่องสอน จ.เชียงใหม่ เชื่อม อ.บ้านธิ อ.เมืองลำพูน บรรจบทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 11 บริเวณตำบลศรีบัวบาน จังหวัดลำพูน / สายเหมืองง่า - ศรีบัวบาน (ศาลากลางจังหวัดลำพูน - หลังใหม่) / สายท่าจักร - ศรีบัวบาน (ศาลากลางจังหวัดลำพูน - หลังใหม่)
- 4.11 โครงการความร่วมมือระหว่างหอการค้าจังหวัดภาคเหนือกับสมาคมหายใจภาคเหนือทั้ง 17 จังหวัด
- 4.12 ยกระดับระบบสาธารณสุขภาคเหนือ
- 4.13 TCC Connect We Safe / Brand หอเหนือ
- 4.14 การเสริมสร้างสมาชิก ด้วยการทำกิจกรรมภายในจังหวัด
- 4.15 Revisit & Recreate

โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)

1) โครงการบริหารแหล่งน้ำ

- ✓ โครงการ 1 หมู่บ้าน 1 อ่างเก็บน้ำ
- ✓ โครงการสร้างอุโมงค์ส่งน้ำ แม่น้ำสาละวิน ลุ่มแม่น้ำยวม (ภาคเหนือตะวันตก)

2) โครงการนำร่องเปิดด่านประตุการค้าชายแดนและพัฒนาโครงการสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง (ไทย-สปป /ลาว-เวียดนาม-จีน/ไทย -จีน/ไทย -อินเดีย)

- ✓ ด่านชายแดนบ้านห้วยต้นนุ่น(แม่ฮ่องสอน)
- ✓ เปิดด่านกัวผาวอก อ.เชียงดาว และด่านบ้านหลักแต่ง อ.เวียงแหง (เชียงใหม่)
- ✓ พัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน 2 (แพร่ น่าน พะเยา เชียงราย)
- ✓ ยกระดับการพัฒนาจุดผ่านแดนถาวรบ้านฮวก(พะเยา) ด่านสากลปางมอญ (สปป ลาว)
- ✓ ปลุกค้าชายแดน ไทย - จีน - อินเดีย : เร่งยกระดับสินค้าและบริการภาคเหนือสู่ Northern Premium ผ่านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ และการท่องเที่ยว

3) โครงการแก้ไขปัญหาฝุ่นควันภาคเหนือ โดยภาคเหนือจะถูกปกคลุมด้วยฝุ่นควัน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน ทำให้ช่วงนั้นหลายจังหวัดในภาคเหนือติดอันดับเมืองที่มีมลพิษทางอากาศแย่ที่สุดในโลก สาเหตุของปัญหาคือ การเผาพื้นที่เกษตรและไฟฟ้าในภาคเหนือ ทำให้เกิดฝุ่นควันข้ามแดนเพิ่มขึ้นทุกปีส่วนใหญ่เกิดจากการเผาซากข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่ขยายพื้นที่ปลูกในที่สูง เผาอ้อยเพื่อเก็บเกี่ยว และเผาตอซังข้าวในพื้นที่ราบเพื่อเตรียมเพาะปลูกต่อไป

การป้องกันไฟข้ามชาติ : หอการค้าจังหวัดภาคเหนือร่วมกับสมาคมหายใจภาคเหนือ แก้ไขปัญหาฝุ่นควัน ด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจ ส่งเสริมการปลูกพืชเศรษฐกิจ/สร้างอาชีพอื่นๆ ทดแทนการปลูกพืชที่ต้องเผา กำหนด Zoning จัดการกับการเผาแปลงใหญ่ระดับห้าหมื่นถึงสามแสนไร่ จำนวน 6 แปลง ทั่วภาคเหนือในช่วงอากาศปิด

5
สัมมนาหอการค้า
ภาค-ภาค



Connect the dots

ก้าวข้ามโควิด - เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค

พุธที่ 17 พฤศจิกายน 2564 | เวลา 13.30 - 16.00น. | ผ่านระบบ ZOOM



CENTRAL
GROUP



true
together



5
สัมมนาหอการค้า
ภาค.ภาค

Connect the dots
ก้าวข้ามโควิด - เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค

วัฒนา ธนาศักดิ์เจริญ

รองประธานกรรมการหอการค้าไทย

และประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคใต้





ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคใต้ 2025

**STRATEGY OF THE SOUTHERN
CHAMBER OF COMMERCE**

(1) บริบทการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ภาคใต้

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้
เกิดความต้องการใหม่ๆ การดำเนินธุรกิจใหม่
เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการเหล่านั้น

อยู่ในธุรกิจ และ อุตสาหกรรม เดิมมานาน
ความสามารถในการปรับตัวต่ำ

สังคมเกษตรกรรมดั้งเดิม ไม่มีการใช้เทคโนโลยี
ในการเพิ่มผลผลิต
การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มยังมีน้อย

พฤติกรรมกรรมการนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิม
และยังต้องใช้เวลาในการกลับมาของ
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ปัญหาความยากจน และความเหลื่อมล้ำ
ทางเศรษฐกิจและสังคมขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำให้ภัยพิบัติทางธรรมชาติมีแนวโน้มเกิดบ่อยครั้งขึ้น และมีระดับความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น



เทคโนโลยีและนวัตกรรมได้เข้ามา Disruption
อย่างมากในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจจะต้องปรับตัว
อย่างมาก เพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยี

ขนาดของกำลังแรงงานมีแนวโน้มลดลงขาด
แรงงานทักษะสูง ในสายอาชีพ

โครงสร้างพื้นฐานยังไม่เชื่อมโยง ทำให้ต้นทุน
การขนส่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

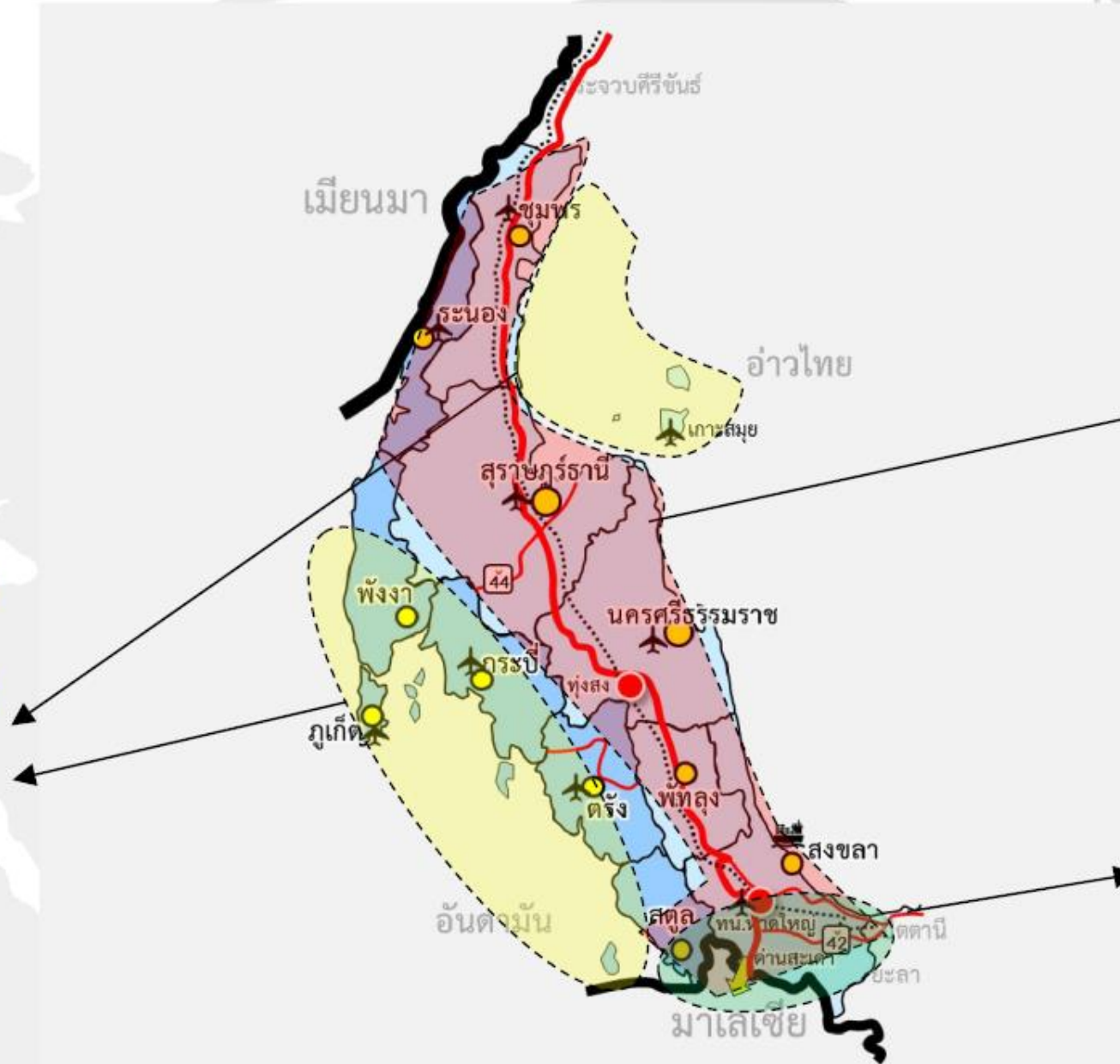
การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) มีผลทำให้ความต้องการสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ทำให้การ
เชื่อมโยงกันในภูมิภาคลดลง การค้าระหว่าง
ชายแดนเกิดการชะงักงัน

เสถียรภาพของจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็น
อุปสรรคต่อการพัฒนาในด้านต่างๆ

(2) กรอบแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ภาคใต้

แหล่งท่องเที่ยว
ชายทะเลระดับ
นานาชาติ



ฐานการผลิตและ
แปรรูปสินค้า
เกษตรมูลค่าสูง

การค้าชายแดน
และการท่องเที่ยว
ชายแดน

(3) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคใต้ 2025

วิสัยทัศน์ : หอการค้าภาคใต้ เป็นองค์กรศูนย์กลางเชื่อมโยง การทำงานเครือข่าย ภาครัฐ เอกชน และประชาชน ภายใต้ **BCG MODEL** โดยขับเคลื่อนด้วย **เทคโนโลยีและ นวัตกรรม** เพื่อพัฒนา ให้เป็น ภูมิภาคที่ **ทันสมัย น่าอยู่ น่าลงทุน เติบโตอย่างยั่งยืน**



เป้าหมาย : สร้างภาคใต้ให้เป็น ภูมิภาคแห่งความสุข (REGIONAL OF HAPPINESS)



ยุทธศาสตร์ (STRATEGY)

(การค้า การลงทุน การค้าชายแดน)

(ท่องเที่ยวและบริการ)

(เกษตรและอาหาร)

(ปัจจัยสนับสนุน)

(เพิ่มเติม)

ยุทธศาสตร์ที่ 1

รักษาดูแลกลุ่มธุรกิจ
ที่เป็นผู้นำตลาด(แชมป์)
ให้คงความได้เปรียบ

ยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาระดับกลุ่ม
ธุรกิจที่สำคัญ
แต่ขาดปัจจัยสนับสนุน

ยุทธศาสตร์ที่ 3

การพัฒนาคน

ยุทธศาสตร์ที่ 4

การพัฒนา
โครงสร้างพื้นฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ 5

ส่งเสริม Digital
Economic และการ
กระจายการลงทุนใหม่
อย่างเหมาะสม

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues)

(การค้า การลงทุน การค้าชายแดน)

(ท่องเที่ยวและบริการ)

(เกษตรและอาหาร)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 รักษาดูแลกลุ่มธุรกิจที่เป็นผู้นำตลาด(แชมป์) ให้คงความได้เปรียบ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว, การบริการ, การค้า, และการเกษตร ให้คงความได้เปรียบมีความสามารถในการแข่งขัน และส่วนแบ่งการตลาด, รักษาปริมาณ และมูลค่าทางเศรษฐกิจ, และความเป็นผู้นำในกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมูลค่าสูง (Wellness & Health)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระดับกลุ่มธุรกิจที่สำคัญ แต่ขาดปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรรม ส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยการใช้เทคโนโลยี และเครื่องจักรกลทดแทนแรงงาน พัฒนาความสามารถ ในการแข่งขัน ให้ต้นทุนการผลิตแข่งขันได้ทั้งตลาดภายใน และตลาดโลก โดยการใช้เทคโนโลยีที่เท่าเทียมกัน และพัฒนาต่อยอดได้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมเป็นที่ต้องการของตลาด และ การสร้างตลาดใหม่ๆให้กับ สินค้า ด้วยการ ใช้ Market Place Platform สร้างช่องทางการตลาดแบบ N2N

(ปัจจัยสนับสนุน)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคมน : ถ่ายทอด เรียนรู้ พัฒนา ทักษะแห่งอนาคต และ ส่งเสริม สังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน : พัฒนาสู่เมืองทันสมัย และสังคมแห่งความสุข, น่ายอยู่, น่ายลงทุน เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การผลิต การขนส่ง และการศึกษา ของภูมิภาค สร้างงานแห่งอนาคต

(เพิ่มเติม)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริม Digital Economic และการกระจายการลงทุนใหม่อย่างเหมาะสม :
เศรษฐกิจที่หลากหลาย ร่วมห่วงโซ่การผลิตกับ ประเทศ, ภูมิภาค, และ โลก

(4) Strategic Move: ภาคใต้ (Highlight การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคใต้)

(การค้า การลงทุน การค้าชายแดน)

- IMT-GT 14 จังหวัดภาคใต้
- เชื่อมโยงการค้าการลงทุน
ไทย- มาเลเซีย (ท่าเรือเอกชน)
- การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ปลอดภัยจาก COVID (PHUKET SANDBOX และ SAMUI PLUS)
- การเชื่อมโยงอนุภูมิภาค
- ท่าเรือฝั่งอ่าวไทย - อินโดจีน
- EEC
- BIMSTEC
- Thailand Southern Expo
จ.สุราษฎร์ธานี
- จัดตั้งจุด Drop off สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าออนไลน์
การค้าชายแดนไทย - มาเลเซีย
จ.นราธิวาส
- เมืองต้นแบบอุตสาหกรรมก้าวหน้าแห่งอนาคต อ.จะนะ จ.สงขลา
- SMART CITY จ.สุราษฎร์ธานี

(เกษตรและอาหาร)

- โครงการเพาะปลูกใหญ่
จ.กระบี่
- ส่งเสริมและยกระดับพืชเกษตร
กาแฟภาคใต้ จ.ชุมพร/จ.ระนอง
- โครงการพัฒนาการประมงในอ่าวพังงาอย่างยั่งยืน(บ่อปลายักษ์) (Andaman Sustainable Fisheries Blueprint) จ.กระบี่
- Rubber City (ยาง) จ.สงขลา
- Oil Palm City (ปาล์ม)
จ.สุราษฎร์ธานี
- ผลไม้ (ทุเรียน, มังคุด, โกโก้, ลองกอง)
จ.นครศรีธรรมราช/จ.นราธิวาส/จ.ปัตตานี/จ.ชุมพร
- เมืองสมุนไพร
จ.พังงา /จ.สุราษฎร์ธานี

(ท่องเที่ยวและบริการ)

- ไทยแลนด์รีเวียร์
- ท่องเที่ยวชุมชน
- Andaman Go Green
- โครงการคลองท่อมเมืองสปา
- อุทยานธรณีโลก SATUN GEOPARK
- HAPPY MODEL
- โครงการสุราษฎร์ธานี เมดิคอลฮับ
(Medical service , Wellness Service , Product Service , Academic Service Medical Tourism)

(ปัจจัยสนับสนุน)

- Southern Maritime Hub
- การขยายถนนหมายเลข 4 (เพชรเกษม) เป็น 4 ช่องจราจรในช่วงที่เหลืออยู่
- เร่งรัดการก่อสร้างและพัฒนาด่านเลียบชายฝั่งอ่าวไทย (Thailand Rivera)
- อินโดจีน GATE WAY (สตูล - ปะลิส) (สะพานมิตรภาพ ไทย - มาเลเซีย)
- ถนนเชื่อมเขต กับสุคิริน จ.นราธิวาส
- 1. รถไฟสายใหม่
- เส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ท่าปูน (พังงา) เชื่อมฝั่งอินโดจีนและอ่าวไทย
- เส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ดอนสัก
- 2. รถไฟฟ้ารางคู่
- ช่วงชุมพร-สุราษฎร์ธานี
- ช่วงสุราษฎร์ธานี-หาดใหญ่
- ช่วงหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์
- รถไฟฟ้ารางคู่สู่สิงคโปร์
- โครงการสนามบินภูเก็ตแห่งที่ 2 (พังงา)
- โครงการสนามบินเบตง
- โครงการขยายสนามบินนราธิวาส
- ท่าเทียบเรือสำราญขนาดใหญ่ (Cruise) จ.กระบี่
- สถานีขนส่งสินค้า สุโขทัย-ลก จ.นราธิวาส (VSNB.)

(5) โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)

พัฒนาการท่องเที่ยว
ของภาคใต้ให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยว



High Value Tourism

Health & Wellness Tourism.
Maintain the championship.



พัฒนาโครงสร้าง
พื้นฐาน
(Multimodal Transport)



MULTIMODAL TRANSPORT

Reduce logistic cost by invest
cross link infrastructure and
connect all transport together.



การเชื่อมโยงการค้ากับ
เขตพัฒนาเศรษฐกิจ
ทั้งในและนอกภูมิภาค



ECONOMIC ZONE (SEZ & EEC) WITH GLOBAL SUPPLY CHAIN

CONNECT THE DOT



- ท่องเที่ยวชุมชน

- โครงการคลองท่อมเมืองสปา

- HAPPY MODEL

- โครงการศึกษาระบบเชื่อมโยง
โครงสร้างพื้นฐานทางบก ทางน้ำ ระบบ
ราง และอากาศ (Multimodal
Transportation)

1. รถไฟสายใหม่

- เส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ท่าปูน (พังงา)
เชื่อมฝั่ง อันดามันและอ่าวไทย
- เส้นทางสายสุราษฎร์ธานี-ดอนสัก

2. รถไฟฟ้าทางคู่

- ช่วงชุมพร-สุราษฎร์ธานี
- ช่วงสุราษฎร์ธานี-หาดใหญ่
- ช่วงหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์
- รถไฟฟ้าทางคู่สู่สิงคโปร์

- IMT-GT 14 จังหวัดภาคใต้
- เชื่อมโยงการค้าการลงทุน
ไทย- มาเลเซีย (ท่าเรือเอกขันธ์)

- การเชื่อมโยงอนุภูมิภาค
- ท่าเรือฝั่งอ่าวไทย – อันดามัน
- EEC
- BIMSTEC
- GMS

5
สัมมนาหอการค้า
ภาค.ภาค

Connect the dots
ก้าวข้ามโควิด - เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค

ปรัชญา สมะลาภา

รองประธานกรรมการหอการค้าไทย

และประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคตะวันออก





Connect the dots
DESIGN
THE FUTURE
รวมพลัง สร้างสรรค์ อนาคต

ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ ภาคตะวันออก 2025

โดย คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจหอการค้าพื้นที่ภาคตะวันออก

(1) บริบทการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออก

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีผลทำให้วิธีการทำธุรกิจ (Means) และผลที่ต้องการ (Ends) เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม



ข้อได้เปรียบต่าง ๆ ที่ประเทศไทยเคยใช้เพื่อดึงดูดเม็ดเงินลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI)



เริ่มที่จะมีแนวโน้มเสื่อมถอยลง

การขยายตัวของธุรกรรมอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน (CBEC) มีผลทำให้ผู้ประกอบการ SMEs สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน



การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศอาจต้องใช้เวลาอีกอย่างน้อย 3 ปี จึงจะฟื้นตัวกลับมาเท่ากับช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาด



การแพร่ระบาด มีผลทำให้จำนวนคนจน และระดับความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมขยายตัวเพิ่มมากขึ้น



การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำให้ภัยพิบัติทางธรรมชาติมีแนวโน้มเกิดบ่อยครั้งขึ้น และมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น



เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจจะมีผลทำให้ธุรกิจบางอย่างต้องปิดตัวลงและอาชีพบางอย่างต้องถูกแทนที่



ขนาดของกำลังแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่อัตราการพึ่งพิงของประชากรที่สูงวัยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น



การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชนบทไปสู่ความเป็นเมือง และ/หรือการย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าสู่เมืองมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น



การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) มีผลทำให้ความต้องการสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

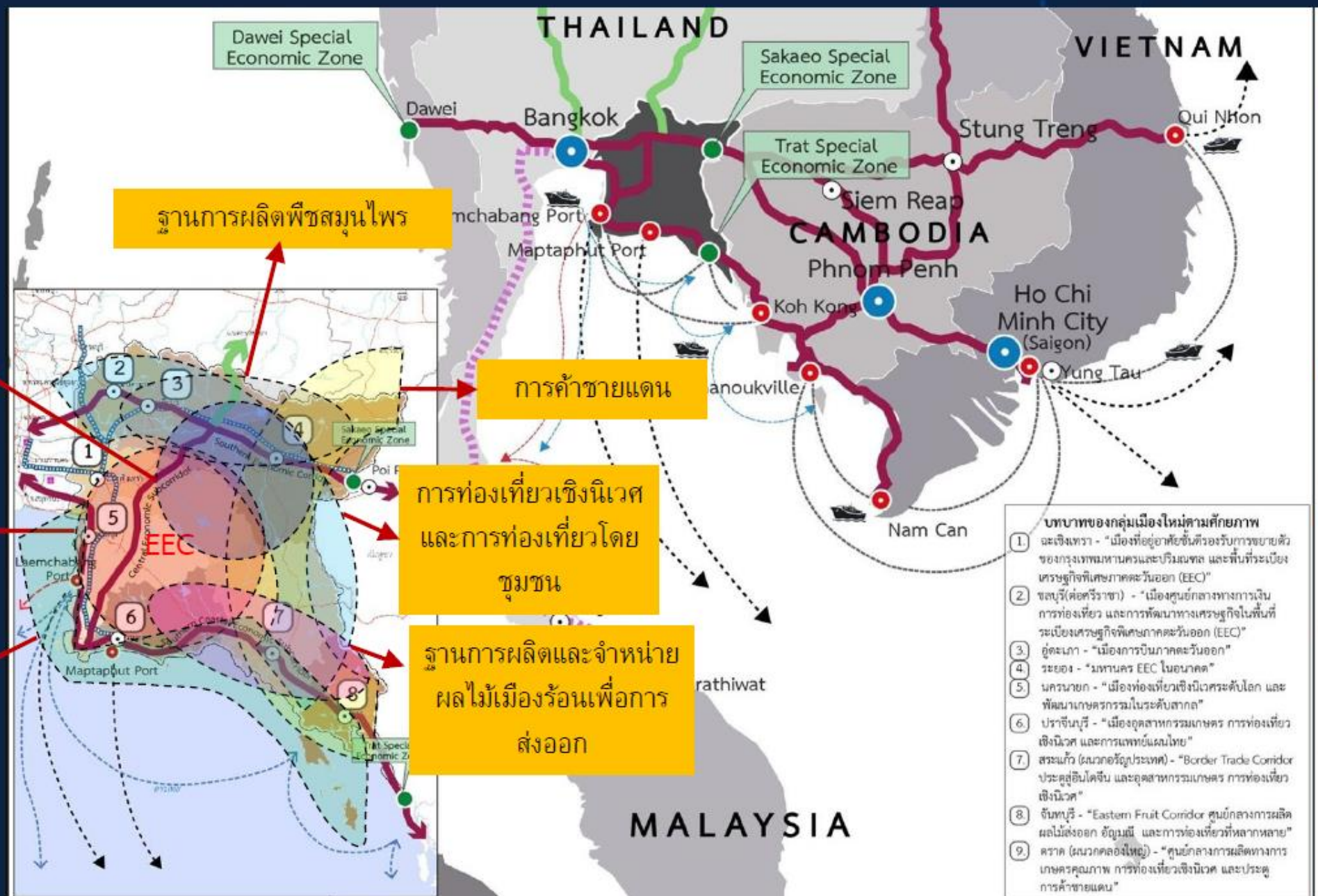


ความขัดแย้งของชาติมหาอำนาจ ทำให้เกิดการกระจายความเสี่ยงของการผลิตและการลงทุนออกจากประเทศจีน



นานาชาติมีความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีแนวโน้มที่จะนำปัจจัยดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้า

(2) กรอบแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออก



ฐานการผลิตพืชสมุนไพร

ฐานการผลิตและส่งออก
อาหารปลอดภัย

ฐานการผลิตอุตสาหกรรม(แห่ง
อนาคต)
ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

การท่องเที่ยวทางทะเล
ระดับนานาชาติ

การค้าชายแดน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
และการท่องเที่ยวโดย
ชุมชน

ฐานการผลิตและจำหน่าย
ผลไม้เมืองร้อนเพื่อการ
ส่งออก

- บทบาทของกลุ่มเมืองใหม่ตามศักยภาพ
1. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)
 2. เมืองศูนย์กลางการขนส่ง (Central Transport Hub City) - เมืองศูนย์กลางการขนส่ง (EEC)
 3. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)
 4. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)
 5. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)
 6. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)
 7. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)
 8. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)
 9. เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (Eastern Coastal Port City) - เมืองท่าชายฝั่งตะวันออก (EEC)

(3) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคตะวันออก 2025

วิสัยทัศน์:

เป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง/สินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยที่มีมูลค่าสูง เป็นประตูเศรษฐกิจสู่ตลาดโลก และเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวคุณภาพสูง โดยที่คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง

เป้าหมาย:

ภาคตะวันออกมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 5% ต่อปี

รายได้ของครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 30,000 บาท/ครัวเรือน/เดือน

ยุทธศาสตร์:

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ลดความเหลื่อมล้ำ

การค้า & การลงทุน

พัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกให้เป็นเขตเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนระดับชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน

เกษตร & อาหาร

ยกระดับห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยให้มีมูลค่าสูงและได้มาตรฐานระดับสากล

ท่องเที่ยว & บริการ

ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการคุณภาพสูง

ปัจจัยสนับสนุน

โครงสร้างพื้นฐาน

ทรัพยากรธรรมชาติ & สิ่งแวดล้อม

กฎหมาย/กฎระเบียบ

อื่นๆ

พัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออก

(4) Highlight แผนงาน/โครงการที่ใช้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคตะวันออก 2025

การค้า & การลงทุน

- พัฒนาโครงการต่อเนื่องกับโครงการมหานครผลไม้ เช่นการจัดงาน **Fruit Innovation Fair 2021 (FIF2021)**
- โครงการหอการค้าแฟร์
- โครงการพัฒนา **SMEs** ให้สามารถขายสินค้าไปยังต่างประเทศผ่านช่องทาง **Cross Border e-Commerce (CBEC)**

เกษตร & อาหาร

- ยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร (**ThaiGAP**)
- พัฒนาแหล่งผลิตอาหารเกษตรปลอดภัยสูง
- เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้านเกษตร
- เร่งรัดโครงการ **Eastern Fruit Corridor (EFC)**
- พัฒนาเมืองสมุนไพร

ท่องเที่ยว & บริการ

- โครงการมหานครอัญมณี
- โครงการหอการค้า 1 ท่องเที่ยว 1 ชุมชน
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีเอกลักษณ์และมูลค่าสูง
- ยกระดับแหล่งท่องเที่ยวหลักให้มีมาตรฐานระดับสากล

ปัจจัยสนับสนุน

- เร่งรัดการก่อสร้างถนนเฉลิมบูรพาชลทิศ ระยะที่ 2
- เร่งรัดโครงการรถไฟทางคู่ ระยะยong-ตราด
- เร่งจัดการเดินรถไฟด่วนพิเศษ กรุงเทพฯ-สระแก้ว
- เร่งรัดระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงรถไฟความเร็วสูง
- พัฒนาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้ผู้ประกอบการใน **EEC**
- ส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ

(5) โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)



รายละเอียดโดยสังเขป

- สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ของไทยให้ขยายโอกาสทางธุรกิจเข้าสู่ตลาดจีนผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน (CBEC) ด้วยกลยุทธ์เชิงรุก
- ผ่านแพลตฟอร์ม CBEC ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากคนจีน ซึ่งได้แก่ Tmall Global และ JD International เพื่อคว้าโอกาสจากตลาดอีคอมเมิร์ซจีนที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด



รายละเอียดโดยสังเขป

- ใช้เชื่อมโยงและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ เริ่มต้นจากอนุสาวรีย์สุนทรภู่ ผ่านปากน้ำระยอง ไปสิ้นสุดที่บ้านฉาง (ใกล้กับสนามบินอู่ตะเภา) ระยะทาง 95 กิโลเมตร วงเงินก่อสร้าง 4,500 ล้านบาท
- ปัจจุบันอยู่ระหว่างศึกษารายละเอียดและจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2564 และเสนอสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) อนุมัติต่อไป



รายละเอียดโดยสังเขป

- โครงการ EFC ตั้งอยู่ภายในนิคมฯ Smart Park (จ.ระยอง) มีเป้าหมายให้เป็น “มหานครผลไม้โลก”
- หอการค้า จ.จันทบุรี กำหนดจัดงาน Fruit Innovation Fair 2021 (หรือ FIF2021) ระหว่างวันที่ 10-12 ธ.ค. 2564

5
สัมมนาหอการค้า
ภาค.ภาค

Connect the dots
ก้าวข้ามโควิด - เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค

ธวัชชัย เศรษฐจินดา

รองประธานกรรมการหอการค้าไทย

และประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคกลาง





ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ “ภาคกลาง” 2025

โดย คณะกรรมการพัฒนา
เศรษฐกิจพื้นที่ภาคกลาง หอการค้าไทย

(1) บริบทการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ภาคกลาง

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีผลทำให้วิธีการทำธุรกิจ (Means) และผลที่ต้องการ (Ends) เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

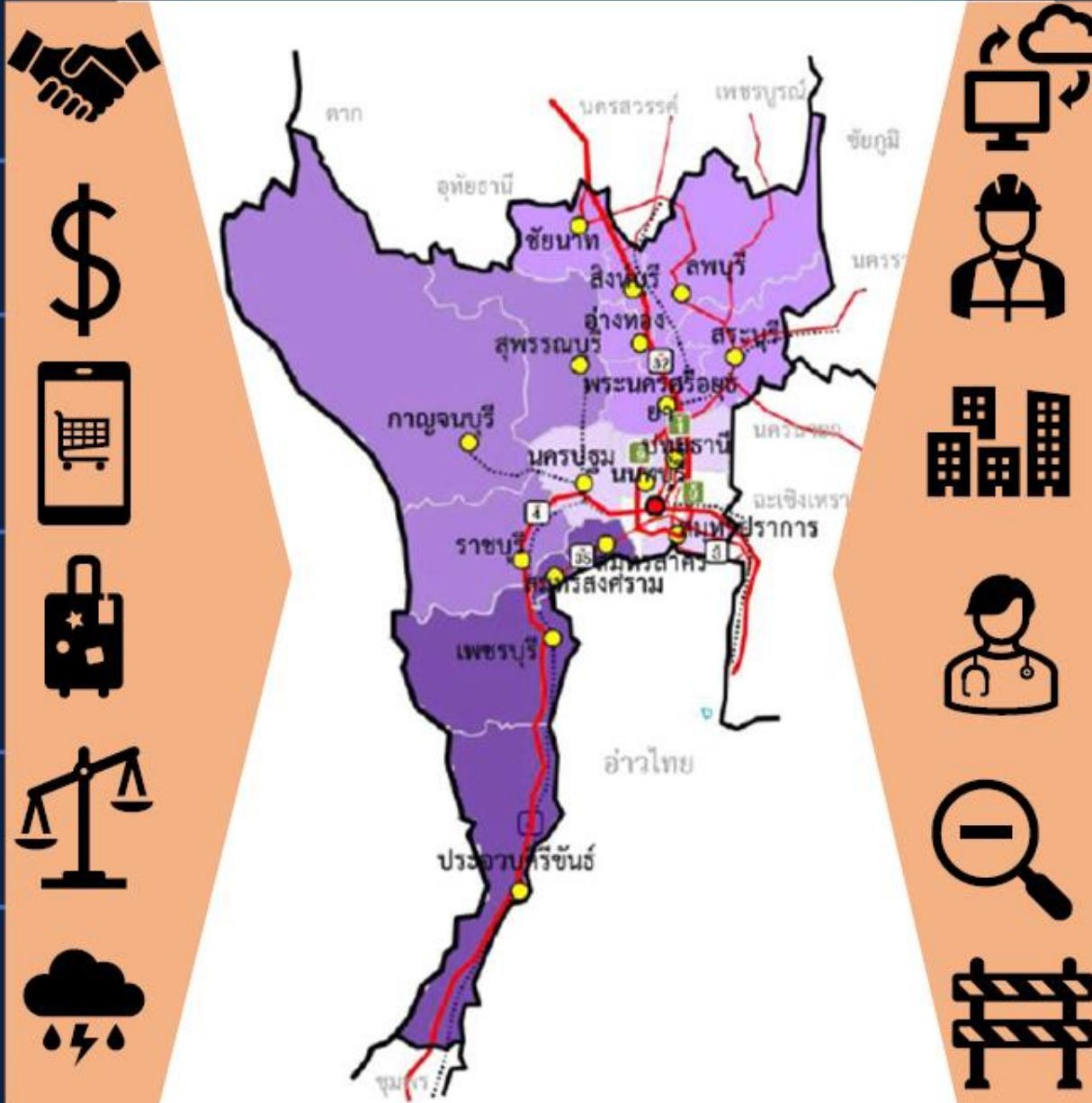
โครงสร้างหลักทางเศรษฐกิจขับเคลื่อนโดยภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ แต่มีการขยายตัวต่ำกว่าระดับประเทศ

การปรับเปลี่ยนที่รวดเร็วด้านเทคโนโลยีทำให้รูปแบบการผลิตและการค้ามีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต และมีการค้าในรูปแบบ e-commerce มากขึ้น

การท่องเที่ยวกระจุกตัวในบางพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวรอบนอกไม่เป็นที่รู้จักและขาดความพร้อมจึงไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักค้างในพื้นที่

สถานการณ์ความยากจน และความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ของภาคกลางมีแนวโน้มลดลง

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำให้ภัยพิบัติทางธรรมชาติมีแนวโน้มเกิดบ่อยครั้งขึ้น และมีระดับความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น



เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจจะมีผลทำให้ธุรกิจบางอย่างต้องปิดตัวลงและอาชีพบางอย่างได้ถูกทดแทน

สัดส่วนกำลังแรงงานของภาคกลางมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง และส่วนใหญ่อยู่ในภาคบริการ

การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชนบทไปสู่ความเป็นเมือง และ/หรือการย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าสู่เมืองมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้น กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) อย่างสมบูรณ์มีผลทำให้ความต้องการสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

ความขัดแย้งของชาติมหาอำนาจ ทำให้เกิดการกระจายความเสี่ยงของการผลิตและการลงทุนออกจากประเทศจีน

ทรัพยากรดินเสื่อมโทรม พื้นที่ใช้ประโยชน์นอกภาคการเกษตรเพิ่มขึ้น ขณะที่พื้นที่เกษตรลดลงอย่างต่อเนื่อง

(2) กรอบแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ภาคกลาง



การยกระดับเกษตร แนวใหม่มูลค่าสูง

ต้นน้ำ :

สร้างผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่
(ปวช - ป ตรี , Short Course)

กลางน้ำ :

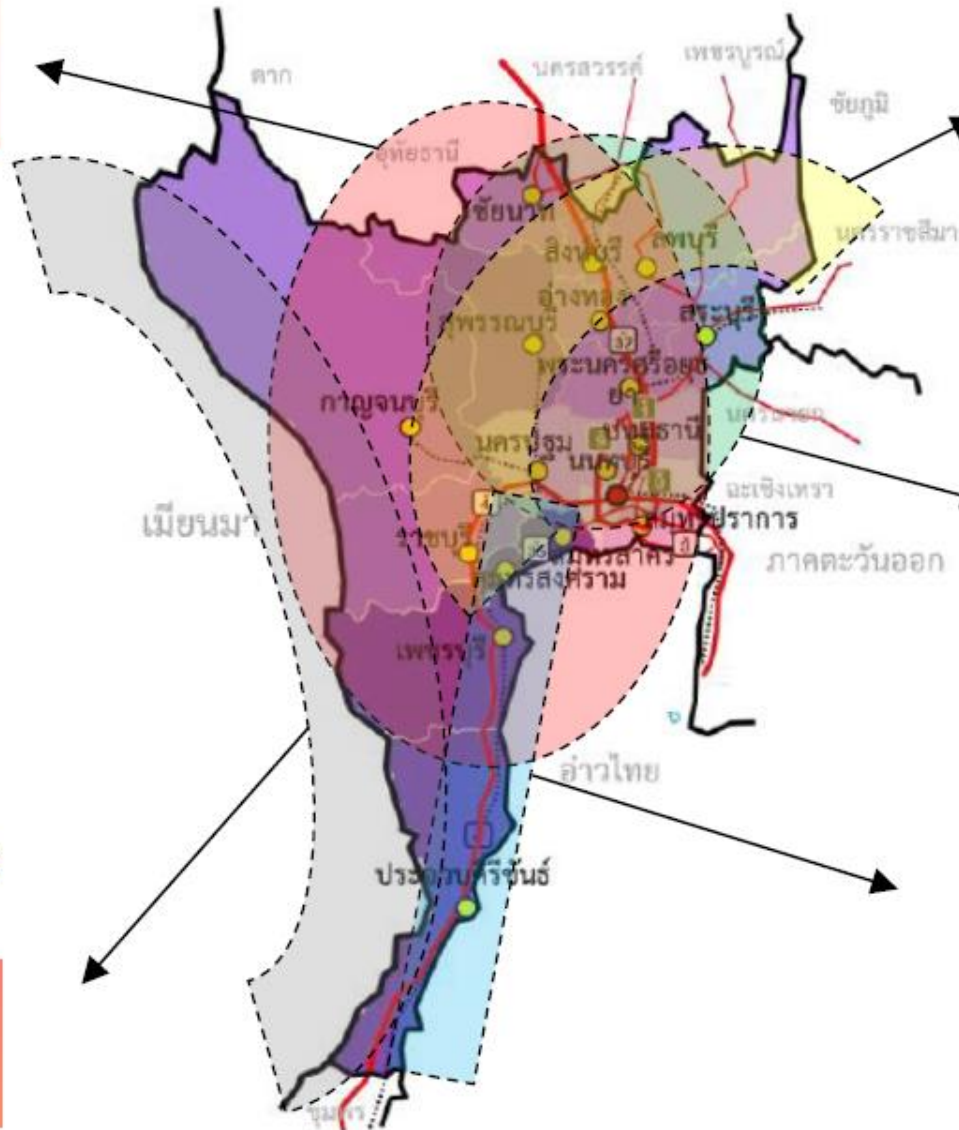
จัดตั้ง Value Creation Trader:
เชื่อมโยงตลาด ลดบทบาทคนกลาง
เพิ่มมูลค่าด้วยคุณภาพและบริการ /
ผู้ประกอบการแปรรูปการเกษตรรุ่นใหม่

ปลายน้ำ :

ขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ และออฟไลน์



การค้าชายแดน



ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
สร้างสรรค์
(ทวารวดี - ละโว้ - อโยธยา)



ท่องเที่ยวชุมชน
วิถีลุ่มน้ำภาคกลาง



การพัฒนาปรับปรุง
โครงสร้างพื้นฐานคมนาคม

(3) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคกลาง 2025

วิสัยทัศน์

ภาคกลางเป็นแหล่งการค้า การผลิต อาหาร สินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
ที่มีมาตรฐานและปลอดภัย อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ด้านนิเวศ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม มุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

ภาคกลางมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 5% ต่อปี

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เกษตรและอาหาร

การยกระดับเกษตรแนวใหม่มูลค่าสูง

- **ต้นน้ำ:**
สร้างผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่
(ปวช - ป ตรี , Short Course)
- **กลางน้ำ:**
จัดตั้ง Value Creation Trader:
เชื่อมโยงตลาด ลดบทบาทคนกลาง
เพิ่มมูลค่าด้วยคุณภาพและบริการ /
ผู้ประกอบการแปรรูปการเกษตรรุ่นใหม่
- **ปลายน้ำ:**
ขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ และ
ออฟไลน์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ท่องเที่ยวและบริการ

การท่องเที่ยวโดยเน้นหลักการ
Happy Model ส่งเสริมความยั่งยืน
ตามหลัก BCG โมเดล

- ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สร้างสรรค์
(ทวารวดี - ละโว้ - อโยธยา)
- ท่องเที่ยวชุมชนวิถีลุ่มน้ำภาคกลาง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การค้า การลงทุน & ค่าขายแดน

- การพัฒนา SMEs เพื่อรองรับ
การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล
- ส่งเสริมและยกระดับการค้าออนไลน์
(Go Digital Go Online)
- ส่งเสริมและพัฒนาการค้าชายแดน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปัจจัยสนับสนุน

การปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม

(4) Strategic Move: ภาคกลาง



เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
(Competitive Advantage)

Priority 1

การพัฒนา SMEs เพื่อรองรับ
การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล

หอการค้าแฟร์ (อ่างทอง, สิงห์บุรี, ลพบุรี)

มหกรรมเจ้าพระยา-ป่าสัก EXPO

ยกระดับด้านการค้า (สิงขร/พระเจดีย์สามองค์)

โครงการเทศกาลวัฒนธรรมอาหาร 4 จังหวัด

Priority 2 โครงการยกระดับและพัฒนาสนามบินพาณิชย์หัวหิน

ผลักดันเชื่อมโยงภูมิภาคเหนือ-กลาง-อีสาน
(ถนนสายเอเชีย 32 และสายพหลโยธิน 1)

ผลักดันให้ สระบุรีเป็น Hub Logistic ทางรางภาคกลาง

ปรับปรุงคุณภาพน้ำในคลองมหาสวัสดิ์

ต่อถนนและสร้างสะพานข้ามคลองนารายณ์

Priority 3 1002-3004 เพื่อเชื่อมต่อถนนทพฐ-นครปฐม

โครงการศึกษาเส้นทาง ทางรถไฟสายพุน้ำร้อน
กาญจนบุรี - สุพรรณบุรี - อำเภอกาชา
พระนครศรีอยุธยา

Priority 1

ยกระดับเกษตรแนวใหม่มูลค่าสูง

ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์สร้างสรรค์

ท่องเที่ยวชุมชนวิถีลุ่มน้ำภาคกลาง

1 หอการค้า 1 ท่องเที่ยวชุมชน

ส่งเสริมการผลิตและแปรรูปสมุนไพร

1 ไร่ ได้เงิน 1 ล้าน

ไทยแลนด์รีเวียรา



ลดความเหลื่อมล้ำ
(Reduce Inequality)

Priority 2

Priority 3



หอฯ ทำเอง



ผลักดันภาครัฐทำ



หอฯ ทำร่วมกับภาครัฐ

(5) โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)



เกษตรและอาหาร

การยกระดับ
เกษตรแนวใหม่มูลค่าสูง

กิจกรรม



สร้างผู้ประกอบการ
เกษตรรุ่นใหม่



ท่องเที่ยวและบริการ

Happy Model +
BCG โมเดล

กิจกรรม



ท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์สร้างสรรค์
(ทวารวดี - ละโว้ - อโยธยา)



ท่องเที่ยวชุมชน
วิถีลุ่มน้ำภาคกลาง



การค้า การลงทุน
และการค้าชายแดน

กิจกรรม



การพัฒนา SMEs
เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่าน
เข้าสู่ยุคดิจิทัล



ส่งเสริมและพัฒนา
การค้าชายแดน

5
สัมมนาหอการค้า
ภาค.ภาค

Connect the dots
ก้าวข้ามโควิด - เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค

สวาท ธีระรัตนนุกุลชัย

รองประธานกรรมการหอการค้าไทย

และประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2025

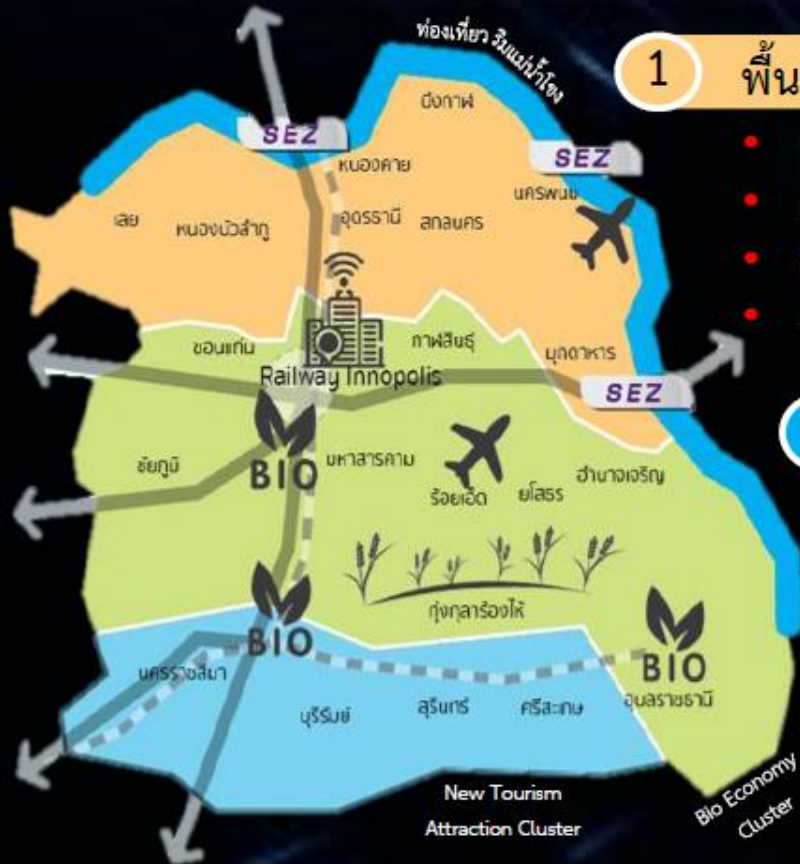
โดย คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

บริบทการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีผลต่อการผลิตและการดำรงชีวิตในอนาคต
- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุมีผลต่อรูปแบบการผลิตทางการเกษตรที่ต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีและเครื่องจักรกลมากขึ้น
- ความเป็นเมืองก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในหลายมิติ
- กระแสการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติทำให้ภาคมีโอกาสนำภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนา
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีผลกระทบต่อการผลิตภาคเกษตร
- ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีชีวภาพมีผลให้ระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมดีขึ้น
- โรคอุบัติใหม่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของคนในภาค

กรอบแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



1

พื้นที่ภาคอีสานตอนบน เติบโตบนฐานการค้าชายแดน มีผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะคุณภาพสูง

- อุดรธานี หนองบัวลำภู สกลนคร : เป็นศูนย์กลางแฟชั่นผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าย้อมคราม
- สกลนคร มุกดาหาร นครพนม : เป็นฐานการเลี้ยงโคเนื้อคุณภาพสูง
- เลย : เป็นฐานการปลูกพืชผัก ไม้ดอกไม้ประดับเมืองหนาว
- สกลนคร : เป็นฐานการผลิตสมุนไพร (โพล ขมิ้นชัน)

2

พื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

- 7 จังหวัดริมแม่น้ำโขง : เป็นฐานเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามแนวแม่น้ำโขง
- ภาคอีสานตอนล่าง : เป็นฐานการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม กีฬา ชุมชนช้าง เชิงนิเวศและธรรมชาติระดับโลก

3

พื้นที่ภาคอีสานตอนกลางและตอนล่าง เติบโตบนฐานเกษตรมูลค่าสูง และอุตสาหกรรมชีวภาพ

- ทุ่งกุลาร้องไห้ ทุ่งลัมฤทธิ์ : เป็นฐานการผลิตข้าวหอมมะลิมาตรฐานปลอดภัยและอินทรีย์ชั้นนำของประเทศ
- ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี : เป็นฐานอุตสาหกรรมชีวภาพ
- นครราชสีมา : เป็นฐานอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์คุณภาพสูง

4

พื้นที่ที่มีความได้เปรียบเชิงที่ตั้ง สามารถพัฒนาเป็นฐานอุตสาหกรรมอนาคต

- นครพนม ร้อยเอ็ด : มีวิทยาลัยการบิน (อุตสาหกรรมการบิน)
- ขอนแก่น นครราชสีมา : มีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (อุตสาหกรรมระบบราง)





ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2025



วิสัยทัศน์ : เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ การค้าการลงทุน การเกษตร และบริการ เชื่อมโยงภูมิภาค
กินดี อยู่ดี มีสุข ปลอดภัย สังคมเข้มแข็ง และเป็นธรรมอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย : มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.5% ต่อปี



การค้า การลงทุน & การค้าชายแดน

พัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ให้เป็นเขตเศรษฐกิจการค้าและการลงทุน
ระดับชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน



เกษตร & อาหาร

ยกระดับห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตรและอาหาร
ปลอดภัยให้มีมูลค่าสูง
และได้มาตรฐานระดับสากล



ท่องเที่ยว & บริการ

ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ
ท่องเที่ยวและบริการคุณภาพสูง



ปัจจัยสนับสนุน

โครงสร้างพื้นฐาน

ทรัพยากรธรรมชาติ & สิ่งแวดล้อม

กฎหมาย/กฎระเบียบ

อื่นๆ

พัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Highlight การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ



การค้า การลงทุน & การค้าชายแดน

การเตรียมความพร้อมรองรับ
รถไฟความเร็วสูงจีน-สปป.ลาว

ยกระดับการค้าออนไลน์
โครงการนครชัยบุรินทร์ Mall

ยกระดับมาตรฐานสินค้ากลุ่มผ้าไหม ผ้าฝ้าย
ผ้าย้อมคราม เพื่อเป็นศูนย์กลางหัตถอุตสาหกรรม
ผ้าทอมือ (Isan Handicraft Textiles Valley)

ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ (NEEC)

ผลักดันโครงการ Dry Port
(หนองคาย ขอนแก่น นครราชสีมา อุดรธานี อุบลราชธานี)

ยกระดับด้านการค้าสู่ระดับสากล
(ช่องสายตะกู / ช่องอานม้า / ด่านยักษ์คุ)



เกษตร & อาหาร

การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวด้วยนวัตกรรม

- ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้
- ข้าวภูเขาไฟ 6 ลูก (พริ่เมี่ยมเกรด)

โครงการ 1 ไร่ ได้เงิน 1 ล้าน

- โคเนื้อ / โควากิว / โคขุน
- การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ Biofloc
- แมลง / จิ้งหรีด

ศูนย์กลางผลิตยางพารา (Rubber City)

ศูนย์กลางตลาดสมุนไพร (มหานครแห่งพิษณุเวช)

เมืองเกษตรและอาหารปลอดภัย

โครงการเกษตรปลอดการเผา (Zero Burn)



ท่องเที่ยว & บริการ

ทัวร์ริมโขง 7 จังหวัด

HAPPY MODEL

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
อารยธรรม วัฒนธรรม สุขภาพ และกีฬา

การจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก
(ปี 2569 จ.อุดรธานี และ ปี 2572 จ.นครราชสีมา)

การเตรียมเป็นเจ้าภาพการจัดงานแข่งขัน
จักรยานทางไกล L'ÉTAPE ปี 2024 (จ.อุดรธานี)

การเตรียมเป็นเจ้าภาพการจัดงานแข่งขัน
กีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 33 ปี 2025 (จ.อุบลราชธานี)

การจัดงาน Virtual Run กลุ่มจังหวัด by YEC



ปัจจัยสนับสนุน

เร่งต้นการก่อสร้างระบบขนส่ง
มอเตอร์เวย์

- หมายเลข 6 บางปะอิน-หนองคาย
 - หมายเลข M3 ชองจอม สุรินทร์-บึงกาฬ
- รถไฟความเร็วสูง

- ระยะที่ 1 ช่วงกรุงเทพฯ-นครราชสีมา
 - ระยะที่ 2 ช่วงนครราชสีมา-หนองคาย
- รถไฟทางคู่

- ศึกษาออกแบบเส้นทางคมนาคมทางรางคู่เชื่อม
NeEC (อุดรธานี-สกลนคร-นครพนม)

สนามบิน

- ศึกษาความเป็นไปได้ก่อสร้างสนามบินสารสินธุ์
- ศึกษาความเป็นไปได้ก่อสร้างท่าอากาศยานบึงกาฬ

ผลักดันการสร้างสะพานมิตรภาพ จ.หนองคาย
แห่งใหม่ เพื่อรองรับการขนส่งทางรถไฟโดยเฉพาะ

โครงการผันน้ำเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ลงลำตะคอง

โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน Flagship Projects

เร่งรัดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อพัฒนาเมืองชายแดน และเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจ



- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงชายแดน เพื่อรองรับรถไฟความเร็วสูงจีน-สปป.ลาว
 - ผลักดันโครงการ Dry Port (หนองคาย ขอนแก่น นครราชสีมา อุดรธานี อุบลราชธานี)
 - ศึกษาออกแบบเส้นทางคมนาคมทางรางคู่เชื่อม NeEC (อุดรธานี-สกลนคร-นครพนม) ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NEEC)
 - ยกระดับด้านการค้า (ช่องสายตะกู / ช่องอานม้า / ด่านยั๊กซู่)
 - เร่งรัดโครงการเส้นทางมอเตอร์เวย์หมายเลข M3 ช่องจอม สุรินทร์-บึงกาฬ



การเพิ่มมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร



- การสร้างมูลค่าเพิ่มข้าวหอมมะลิด้วยนวัตกรรมอย่างยั่งยืน
- โครงการ 1 ไร่ ได้เงิน 1 ล้าน (โคเนื้อ / โควากิว / โคขุน / Biofloc / แมลง / จิ้งหรีด) ผ่านการส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และภูมิปัญญา ตลอดห่วงโซ่การผลิต อย่างเป็นระบบ ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐาน ความปลอดภัยระดับสากล และเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ตลอดจนขยายตลาดไปสู่อาเซียน

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อารยธรรม วัฒนธรรม สุขภาพ และกีฬา

- ท้าริมโขง
- เตรียมความพร้อมเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ (มหกรรมพืชสวนโลก, การแข่งขันจักรยานทางไกล L'ÉTAPE, การแข่งขันกีฬาซีเกมส์)

5
สัมมนาหอการค้า
ภาค.ภาค

Connect the dots
ก้าวข้ามโควิด - เดินหน้าเศรษฐกิจภูมิภาค

สมบัติ ชินสุงเสริม

รองประธานกรรมการหอการค้าไทย

และประธานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคเหนือ



ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ พื้นที่ภาคเหนือ 2025

โดย คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคเหนือ

(1) บริบทการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่เหนือ



การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19
มีผลทำให้วิธีการทำธุรกิจ (Means) และผลที่
ต้องการ (Ends) เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

สถานการณ์การค้าชายแดนได้รับผลกระทบจาก
ความมั่นคงทางการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน

การจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลง
และประสบปัญหาฝุ่นควัน

แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านย้ายเข้ามา
ประกอบอาชีพในภาคเหนือเป็นจำนวนมาก

ฐานเศรษฐกิจภาคการเกษตรมีความเปราะบาง
ต่อภาวะการเปลี่ยนแปลง

ประเทศเพื่อนบ้านมีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม
และบริการท่องเที่ยวที่ก้าวกระโดดกว่าประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำให้ภัยพิบัติ
ทางธรรมชาติมีแนวโน้มเกิดบ่อยครั้งขึ้น
และมีระดับความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น



เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลง
อย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจจะมีผลทำให้ธุรกิจบางอย่าง
ต้องปิดตัวลงและอาชีพบางอย่างได้ถูกทดแทน

ขนาดของกำลังแรงงานมีแนวโน้มลดลง
ในขณะที่อัตราการพึ่งพิงของประชากรที่สูงวัย
มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชนบทไปสู่ความเป็นเมือง
และ/หรือการย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าสู่เมือง
มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)
มีผลทำให้ความต้องการสินค้าและบริการ
เพื่อสุขภาพขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

การเชื่อมโยงโครงข่ายเส้นทางคมนาคม ส่งผลให้
เกิดโอกาสในการขยายตลาดการค้า การท่องเที่ยว
และบริการการศึกษานานาชาติ ธุรกิจบริการ
สุขภาพและการแพทย์

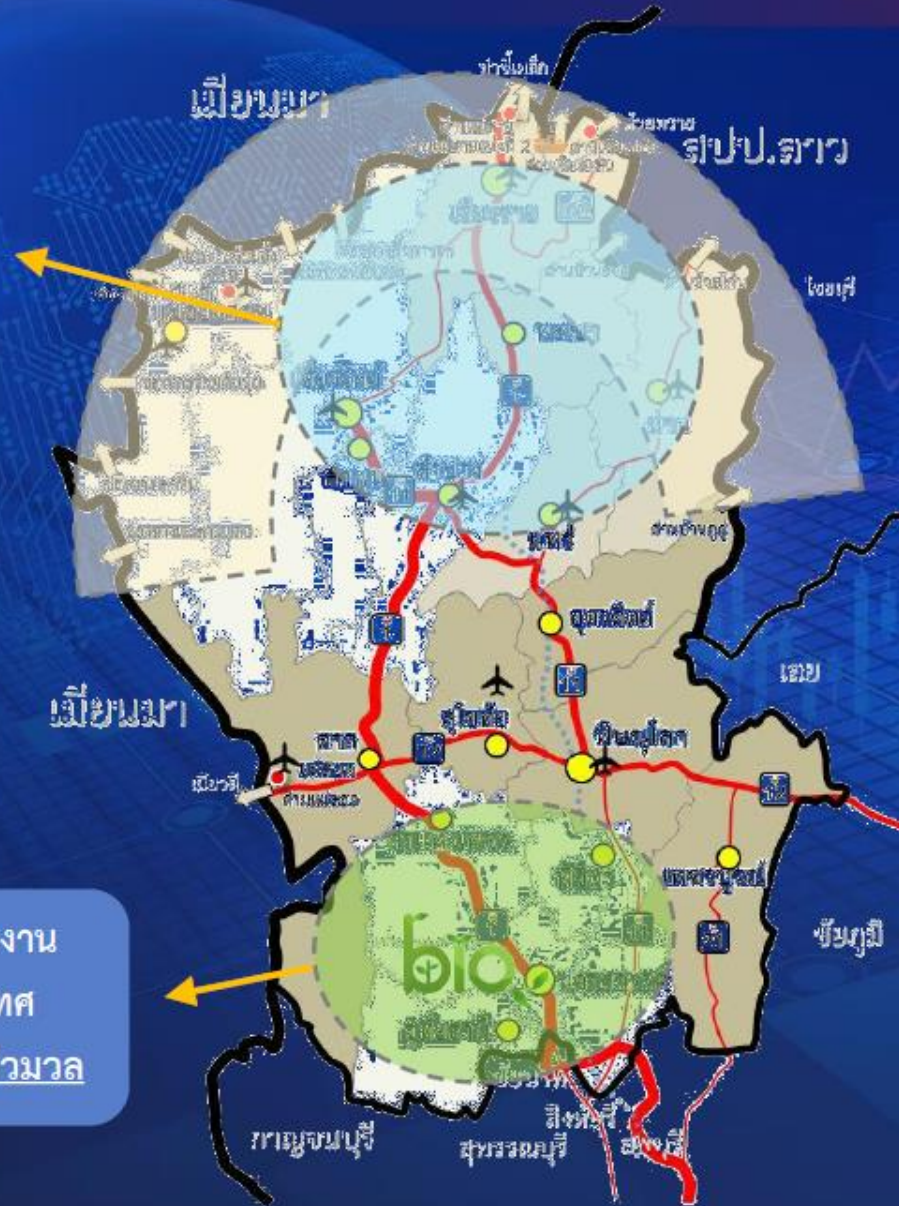
แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(2) กรอบแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ภาคเหนือ



- เป็นพื้นที่ที่มีสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรม
- เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ภูเก็ต พัทยา หลวงพระบาง
- มีเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และเป็นลำดับ 3 ของเมืองท่องเที่ยวที่ดี ที่สุดและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว อีกทั้ง เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก สาขา Crafts and Folk Art

เป็นแหล่งผลิตข้าว มันสำปะหลัง อ้อยโรงงาน และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่สำคัญของประเทศ
เป็นฐานอุตสาหกรรมชีวภาพและพลังงานชีวภาพ



เป็นประตูการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน
ทั้งเมียนมา และสปป. ลาว
และสามารถเชื่อมโยงการค้ากับประเทศจีนตอนใต้

- เพิ่มความมั่นคงในอาชีพเกษตรกร ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ที่ใช้พื้นที่ ของประเทศทำเกษตรกรรม
- แก้ไขปัญหาน้ำท่วม-ภัยแล้งซ้ำซ้อน และไม่เกิดการทิ้งแปลงร้างว่างเปล่า
- เสริมสร้างด้านโลจิสติกส์ ส่งผลให้ เกิดเส้นทางเลี้ยงเมืองมากมาย และสอดคล้องกับกระแส Belt and Road Initiative (BRI) ของประเทศจีน

(3) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจภาคเหนือ 2025



วิสัยทัศน์

เป็นตัวแทนภาคธุรกิจที่มีเครือข่ายเข้มแข็งเชื่อมโยงสู่สากล ทำงานบูรณาการร่วมกับภาครัฐ และภาคการศึกษา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภาคเหนือให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

ภาคเหนือ
มี GPP 1.3 ล้านล้านบาท ภายในปี 2565
(มูลค่าเศรษฐกิจปี 2562)

มูลค่าสินค้าเกษตรอยู่ในระดับปี 2562 และ
ราคาผลผลิตต่อไร่สูงกว่าปี 2562 ภายในปี
2565

มูลค่าเศรษฐกิจด้านท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด
กลับไปอยู่ในระดับ 2562 และอัตราการประชากรที่
ได้รับวัคซีนอยู่ที่ร้อยละ 70 ภายในปี 2565

ยุทธศาสตร์

เพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน

ลดความเหลื่อมล้ำ

การค้า & การลงทุน
และการค้าชายแดน

ยกระดับการเชื่อมโยงการค้าชาย
ผ่านเส้นทางชายแดน
(Border Trade)

เกษตร & อาหาร

ยกระดับห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตร
และอาหารปลอดภัยให้มีมูลค่าสูง
และได้มาตรฐานสากลภายใต้ BCG
Model

ท่องเที่ยว & บริการ

พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
รับผิดชอบ (Responsible Tourism)
และเศรษฐกิจผู้สูงอายุ
(Silver Economy)

ปัจจัยสนับสนุน

โครงสร้างพื้นฐาน

ทรัพยากรธรรมชาติ & สิ่งแวดล้อม

กฎหมาย/กฎระเบียบ

ความเข้มแข็งสมาชิก

พัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคเหนือ

(4) Strategic Move: ภาคเหนือ

การค้าการลงทุนและค้าชายแดน

- โครงการ NEC
- เปิดด่านชายแดนบ้านห้วยต้นนุ่น
- ยกระดับด่านค้าชายแดนทิวผาวอกอ.เชียงดาว และด่านบ้านหลักแต่งอ.เวียงแหง
- กาดแม่ฮ่องสอน (ตลาดออนไลน์)
- MOU การค้าการลงทุนร่วมกับลาว-เวียดนาม
- ผลักดันโครงการ BIMSTEC (ms Cross Border E-Commerce และการส่งเสริมการค้าเกี่ยวกับอินเดีย)
- SMEs Innovation Capacity Enhancement, SMEs Center, TCC Connect, TEDx
- 1 หอ 1 วิสาหกิจชุมชน
- ตั้งเขตเศรษฐกิจเชียงราย
- ผลักดันให้นครสวรรค์ เป็นศูนย์ท่าเรือบก (Dry Port) และสถานีขนส่งสินค้า (Truck Terminal)
- Northern Expo Thailand /International Trade Show

เกษตรและอาหาร

- โครงการสร้างสารพัดมูลค่าสูงจากสมุนไพรไทย
- โครงการ 1 ไร่ 1 ล้าน
- โครงการเกษตรแปรรูปและพัฒนาสายพันธุ์ลำไย, มะม่วง
- โครงการขับเคลื่อนการขับเคลื่อนภาคการเกษตรด้วย BCG Model
- โครงการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพการผลิตภาคเกษตรสู่มาตรฐาน GAP ลำไย, สินค้าเกษตรอื่นๆ
- โครงการ 1 หอ 1 สหกรณ์การเกษตร
- การส่งเสริมและพัฒนากลุ่มปลูกและแปรรูปไข่ ภายในกลุ่มจังหวัด
- ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าทางการเกษตรในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ
- โครงการ โคก หนอง นา โมเดล เฉลิมพระเกียรติ รัชกาลที่ 10
- การส่งเสริมพืชเศรษฐกิจสูง (อโวคาโด กาแฟ ส้ม และบุก)
- การผลักดันโครงการพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer)
- โครงการ 1 หมู่บ้าน 1 อ่างเก็บน้ำ
- โครงการพัฒนาบึงพุนกวิทย อำเภอมือง จังหวัดอุทัยธานี
- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี
- เกษตรลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยีเพิ่มคุณค่าปุ๋ยหมัก
- โครงการพัฒนาตลาดอีคอมเมิร์ซ และตลาดกลางออนไลน์

ท่องเที่ยวบริการ

- Happy Model
- เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 1 หอ 1 กองเที่ยวชุมชน (ชุมชนดิจิทัล)
- การผลักดันศูนย์ส่งเสริมสุขภาพประชาชนสู่ผู้สูงวัยพฤกษพลัง ด้วยการแพทย์แบบผสมผสานที่นครสวรรค์
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ
 - การออกบูธจำหน่ายสินค้า / ผลิตภัณฑ์หรือร่วมกิจกรรมภายในงานที่จัดขึ้นโดยหอการค้าจังหวัด
 - การส่งเสริมท่องเที่ยวทางน้ำภายใน 1 หรือ 2 วัน
 - การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว

(4) Strategic Move: ภาคเหนือ



ปัจจัยสนับสนุน

- อุโมงค์ส่งน้ำ (แม่น้ำสาละวิน-ยวม)
- รถไฟทางคู่เส้นทาง เด่นชัย-เชียงใหม่
- ขยายพื้นที่รันเวย์ของท่าอากาศยานแพร์, สร้าง Chiang Mai Airport แห่งที่ 2
- สะพานเชื่อมโยงเศรษฐกิจภาคเหนือ-อีสาน
- ขยายช่องทางจราจร (แม่แตง - ปาย - แม่ฮ่องสอน) และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 (เกิน-ลี้-ฮอด-แม่สะเรียง)
- โครงการก่อสร้างถนน 4 ช่องทาง บริเวณตาช่อน - สลกบาตร - กำแพงเพชร
- มอเตอร์เวย์ เชียงใหม่ - เชียงราย
- พัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2
- การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ตามระเบียบเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ควบคู่กับการพัฒนาเส้นทาง R3A
 - ผลักดันโครงการก่อสร้างสะพานบก (หล่มสัก - น้ำหนาว (เพชรบูรณ์) - พิษณุโลก - หลวงพระบาง (สปป.ลาว))
 - ผลักดันระบบโลจิสติกส์ (แม่สอด (ตาก) - พิษณุโลก - จุดผ่านแดนถาวรภูคู้ (อุตรดิตถ์))
- การศึกษาและพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมขนส่ง
 - สาย อ.ดอยสะเก็ด อ.แม่ฮ่องสอน จ.เชียงใหม่ เชื่อม อ.บ้านธิ อ.เมืองลำพูน บรรจบทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 11 บริเวณตำบลศรีบัวบาน จังหวัดลำพูน
 - สายเหมืองง่า - ศรีบัวบาน (ศาลากลางจังหวัดลำพูน - หลังใหม่)
 - สายท่าจักร - ศรีบัวบาน (ศาลากลางจังหวัดลำพูน - หลังใหม่)
- โครงการความร่วมมือ ระหว่างหอการค้าจังหวัดภาคเหนือกับสมาคมหลายใจภาคเหนือ ทั้ง 17 จังหวัด
- ยุทธศาสตร์ระบบสาธารณสุขภาคเหนือ
- TCC Connect We Safe / Brand หอเหนือ
- การเสริมสร้างสมาชิก ด้วยการทำกิจกรรมภายในจังหวัด
- Revisit & Recreate

(5) โครงการที่สำคัญ/เร่งด่วน (Flagship Projects)



- โครงการ 1 หมู่บ้าน 1 อ่างเก็บน้ำ
- โครงการสร้างอุโมงค์ส่งน้ำ แม่น้ำสาละวิน ลุ่มแม่น้ำยวม
- การจัดสมดุลน้ำโดยไม่สร้างเขื่อน

ยกระดับการ
เชื่อมโยงการค้าขาย
ผ่านเส้นทางชายแดน
(Border Trade)

โครงการนำร่อง
เปิดด่านประตู
การค้าชายแดน
/ พัฒนาโครงการสร้าง
พื้นฐาน

โครงการแก้ไขปัญหา
ฝุ่นควันภาคเหนือ

- เปิดด่านชายแดน
- พัฒนาเส้นทางเชื่อมโยง
โลจิสติกส์ของกลุ่มจังหวัด
- ยกระดับการพัฒนา
เป็นจุดผ่านแดนถาวร

- การป้องกันไฟข้ามชาติ
- สภามหาภัยใจภาคเหนือ
แก้ไขปัญหาฝุ่นควัน
ด้วยการปลูกพืชเศรษฐกิจ/
สร้างอาชีพอื่นๆ ทดแทนการ
ปลูกพืชที่ต้องเผา

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและบริการ

- Happy Model
- 1 หอ 1 ชุมชน

ยุทธศาสตร์การค้าการลงทุน และการค้าชายแดน

- NEC
- BIMSTEC

ยุทธศาสตร์

ด้านการเกษตรและอาหาร

- 1 ไร่ 1 ล้าน
- เกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
- เชื่อมโยงเกษตรและการท่องเที่ยว

ด้านแม่สาย

ด้านห้วยต้นนุ่น

ด้านก๊วยดาวอก / แม่แตง

ด้านแม่สอ 1-2

โครงการ 1 หมู่บ้าน 1 อ่างเก็บน้ำ

โครงการสร้างอุโมงค์ส่งน้ำ แม่น้ำสาละวิน ลุ่มแม่น้ำยม

โครงการรถไฟทางคู่เส้นทางเด่นชัย - เชียงราย

พัฒนาระบบโลจิสติกส์ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้
ควบคู่กับการพัฒนาเส้นทาง R3A

ด้านเชียงแสน

ด้านเชียงของ

ด้านบ้านฮวก

ด้านห้วยโก๋น

ด้านภูตู๋

แหล่งกักน้ำโดยเฉพาะในลุ่มน้ำยม

การบริหารจัดการแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

โครงการบริหารแหล่งน้ำ

โครงการต้นทาง
สิ่งที่ยังด้อยในระบบ

โครงการก่อสร้างรถไฟทางคู่
(นครสวรรค์ - กำแพงเพชร - ตาก - แม่สอ)

โครงการขยายถนน 4 เลนตลอดสาย 108 และ 106



เอกสารแนบ 3

เรื่อง CONNECT SMEs ไทย ด้วย

Digital Transformation



สรุปสาระสำคัญการเสวนา

เรื่อง CONNECT SMEs ไทย ด้วย Digital Transformation

วันเสาร์ที่ 20 พฤศจิกายน 2564 ณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และผ่านระบบ Conference

หอการค้าไทย ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ผ่านกลไกการเชื่อมโยงด้วยแนวทาง Digital Transformation โดยมุ่งหวังในการเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ SMEs ไทย จึงกำหนดจัดเสวนา เรื่อง “CONNECT SMEs ไทย ด้วย Digital Transformation” โดยมี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัท ไอพีเอ็ม ประเทศไทย และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ร่วมเสวนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสมาชิกหอการค้าทั่วประเทศ เพื่อนำมาขับเคลื่อนและยกระดับผู้ประกอบการ SMEs ไทยด้วยเครื่องมือ Digital Transformation ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้

ความสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs โดยปัจจุบันประเทศไทย มีจำนวน SMEs จำนวน 3,134,442 ราย สร้างการจ้างงาน 12 ล้านคน และ สร้าง GDP คิดเป็น 5.38 ล้านล้านบาท หรือ คิดเป็น 34.2% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด อย่างไรก็ตาม SMEs ของไทยยังประสบปัญหา ขาดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันหลายด้าน อาทิ ขาดเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัล หนี้สินมาก ผลิตภาพต่ำ มีการส่งออกน้อย และ ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566-2570) โดยมีวิสัยทัศน์ “ไทยมี SME ที่เข้มแข็ง มีศักยภาพ และสามารถแข่งขันได้” ที่เชื่อมโยงกับ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และ ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) โดยมี **3 พันธกิจ** ดังนี้

- 1) ส่งเสริม SME ทุกกลุ่มอย่างครอบคลุมให้เข้มแข็งและเติบโต
- 2) สร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อยกระดับศักยภาพธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขัน
- 3) พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ

พร้อมทั้ง กำหนดกลยุทธ์ และแนวทางการส่งเสริม SMEs แบ่งเป็น 3 ประเด็นส่งเสริม ได้แก่

ประเด็นการส่งเสริมที่ 1 การสร้างการเติบโตที่ครอบคลุม มี 7 กลยุทธ์ในการขับเคลื่อน อาทิ พัฒนาธุรกิจในระยะต้นให้เริ่มธุรกิจได้อย่างมั่นคง / ยกย่องธุรกิจที่มุ่งเติบโตให้มีศักยภาพ / ส่งเสริมเกษตรกรสู่การเป็นธุรกิจมืออาชีพ เป็นต้น

ประเด็นการส่งเสริมที่ 2 การสร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า มี 2 กลยุทธ์ ได้แก่ สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น / ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสากล

ประเด็นการส่งเสริมที่ 3 การพัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ มี 6 กลยุทธ์ อาทิ สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน / สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล / ปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ดำเนินการบูรณาการข้อมูลร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และ ภาคเอกชนหลายหน่วยงาน ทั้งข้อมูลเชิงโครงสร้างและข้อมูลเพื่อการส่งเสริม SMEs รวมไปถึง มีระบบดิจิทัลสำคัญ อาทิ

- ✓ THAI SME-GP เป็นแหล่งรวมสินค้าผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- ✓ ระบบ Dashboard SME Big Data บนหน้าเว็บไซต์ สสว.
- ✓ การพัฒนาระบบให้บริการผู้ประกอบการ SME ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (SME Access) รองรับแนวทางให้บริการแบบ One Stop Service : OSS
- ✓ บริการ Business Development Services (BDS) ทำหน้าที่ให้บริการ SMEs เพื่อให้ธุรกิจเกิดการพัฒนา อาทิ การทดสอบผลิตภัณฑ์ การอบรม การบริหารจัดการ เช่น ร่วมกับการรณรงค์ส่งเสริมผู้ประกอบการ Q mark ส่งเสริมผู้ประกอบการขนส่งให้มีมาตรฐาน เป็นต้น

เนื่องจากผู้ประกอบการ อาจจะมีความต้องการขอรับการสนับสนุนหรือส่งเสริมที่แตกต่างกัน ทาง สสว. จึงเปลี่ยนรูปแบบการส่งเสริม SMEs โดยการเปิดโอกาสให้ SMEs เสนอความต้องการในแต่ละด้าน โดยเสนอให้การสนับสนุนเงินทุนคนละครั้งแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งเงื่อนไขต่างๆ จะแจ้งให้ทราบต่อไป

ความสำคัญและประโยชน์ของ Digital Transformation: การที่ธุรกิจของตัวเองถูก Disrupt จากวิกฤตเศรษฐกิจภายในและต่างประเทศ และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปัจจุบัน ซึ่งคาดว่า SMEs จำนวน 1 ใน 5 จะไม่กลับมาดำเนินธุรกิจอีกครั้ง ดังนั้น คงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถฟื้นตัวและปรับตัวจากวิกฤตต่างๆ ในลักษณะ K Shape : ซึ่ง SMEs ส่วนหนึ่งจะล้มหายตายจาก และ ส่วนหนึ่งจะสามารถฟื้นกลับขึ้นมาใหม่ได้ โดยกลยุทธ์การปรับตัวของ ธุรกิจไทย ประกอบด้วย

- 1) **การเพิ่มมูลค่า (Reimagine) และสร้างข้อได้เปรียบ : Put AI to Work** ให้นุชนุสรสร้างงานที่สร้างคุณค่า เพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจและเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา
- 2) **การหาแนวทางพลิกฟื้น (Recover) และสร้างโอกาสฟื้นฟู : Put Automation to Work** โดยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดค่าใช้จ่าย และส่งเสริมการทำงานแบบ Remote & Contactless
- 3) **ต้นตัวเพื่อปรับให้เร็ว (Reform Enablers)** โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างแต้มต่อให้ SMEs

จากการสำรวจเทรนด์ Digital Transformation ของ SMEs ในช่วงโควิด-19 พบว่า SMEs กว่า 67% เลือกที่จะปรับกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์/บริการให้ตอบโจทย์ลูกค้า รวมทั้ง หาลูกค้าใหม่ และลดค่าใช้จ่าย ในขณะที่ SMEs กว่า 85% จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ

การเชื่อมโยงข้อมูล จะทำให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เร็วขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างประโยชน์ และส่งเสริมอนาคตสำหรับประเทศไทย ผ่านแนวทางสำคัญ ได้แก่

- 1) ผลักดันการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐและเอกชน (**เชื่อมโยง ใช้ แชร์**) เพื่อมี Big Data for SMEs ให้ภาคธุรกิจสามารถตัดสินใจได้แม่นยำ ลดความเสี่ยง และเข้าใจความต้องการของลูกค้า
- 2) การพัฒนา Thailand Trade Platform แบบ B2G B2C และ B2B เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลในระดับ Global ด้วยการผสมผสานเทคโนโลยี Blockchain, Cloud, AI and IoT
- 3) การนำเทคโนโลยีเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจและธุรกิจท่องเที่ยว ผ่าน Super App

เทคโนโลยีที่สร้างแต้มต่อให้ SMEs ในแต่ละธุรกิจ เช่น

- 1) รถยนต์ : Mobile, AI, Autonomous, Transport, Cloud, IoT, Robots
- 2) อิเล็กทรอนิกส์ : IoT, RPA, Mobile, Cloud, Robots, AI
- 3) การแพทย์ : Cloud, AI, RPA, Wearable
- 4) สินค้าอุปโภคบริโภค : IoT, RPA, Mobile, Cloud, AI, Robots, Mobile ฯลฯ

SMEs ที่นำเทคโนโลยีมาใช้ให้เป็นประโยชน์ จนกลายเป็นยูนิคอร์น เช่น Flash Bitkub เป็นต้น ทั้งนี้ สสว. ยินดีที่จะเป็นหน่วยงานกลาง ในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงบูรณาการการใช้ข้อมูลต่างๆ และหากในอนาคต บริษัท Start up มีความต้องการใช้ข้อมูลให้เสนอความต้องการกับทาง สสว.ได้

โดยจากการเสวนาฯ มีข้อเสนอต่อการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ด้วย Digital Transformation ประกอบด้วย

- 1) ขับเคลื่อน Thailand Trade Platform ในการช่วยเหลือ SMEs โดยเน้นการเชื่อมโยงข้อมูลและใช้เทคโนโลยี ให้สามารถเข้าถึงบริการภาครัฐได้อย่างทั่วถึง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน
- 2) ปรับกฎหมายและระเบียบการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สามารถดูแลบูรณาการของ SMEs เพื่อช่วยขับเคลื่อนแผนส่งเสริม SMEs ให้มีประสิทธิภาพ



รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพงศ์ มาลัย

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม



www.sme.go.th



facebook.com/osmep



<https://twitter.com/osmep>



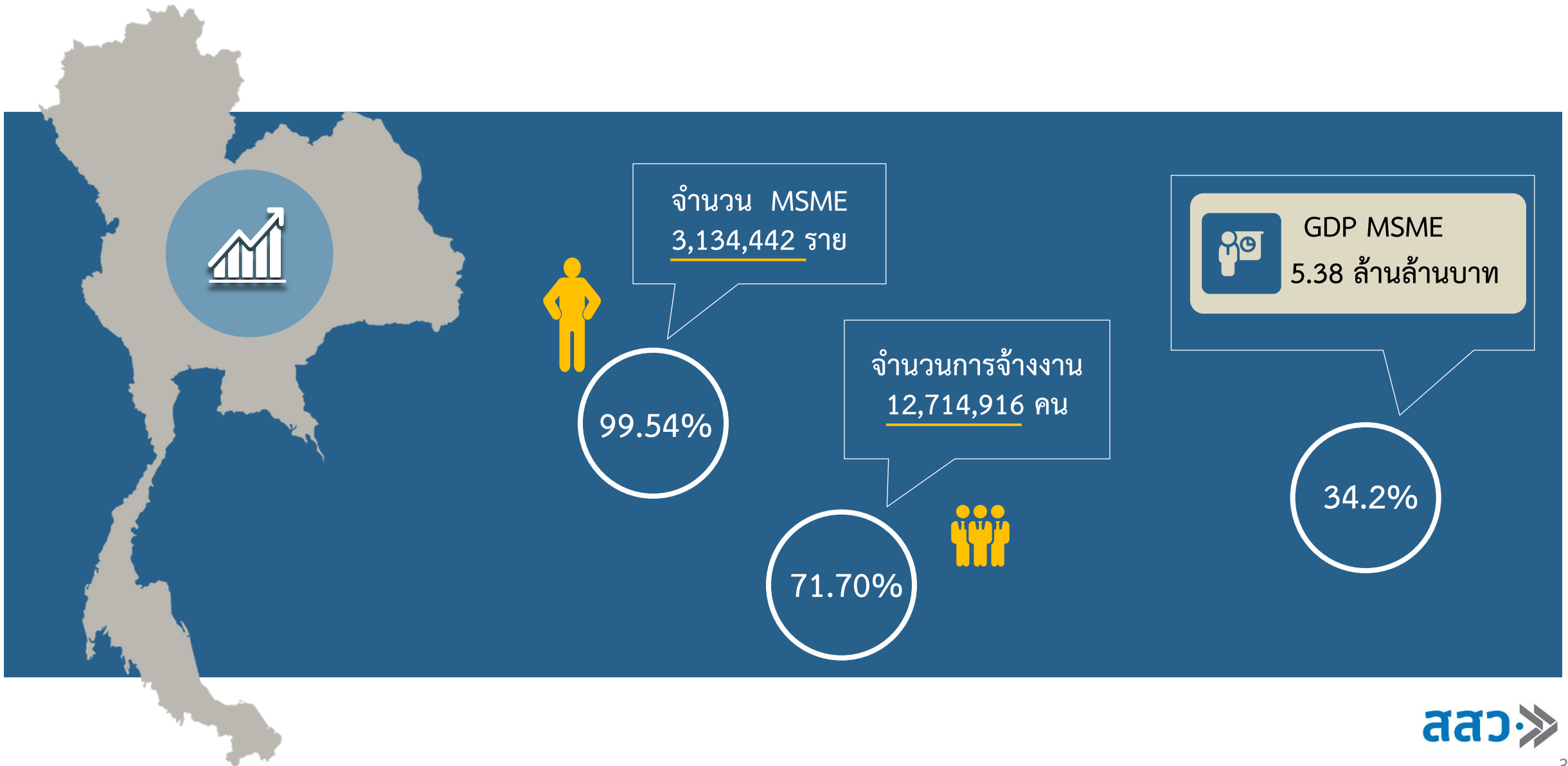
Call Center: 1301

SME
Digital
Transformation

	การผลิต		การบริการและการค้า	
	 รายได้	 จ้างงาน	 รายได้	 จ้างงาน
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	ไม่เกิน 500 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 300 ล้านบาท	ไม่เกิน 100 คน
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 คน
วิสาหกิจขนาดย่อย (Micro)	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	ไม่เกิน 5 คน	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	ไม่เกิน 5 คน

- กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562
- ประกาศในราชกิจจานุเบกษา 7 มกราคม 2563

เงื่อนไข: กรณีที่จำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจหนึ่ง แต่รายได้เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกขนาด ให้ใช้รายได้เป็นเกณฑ์การพิจารณา



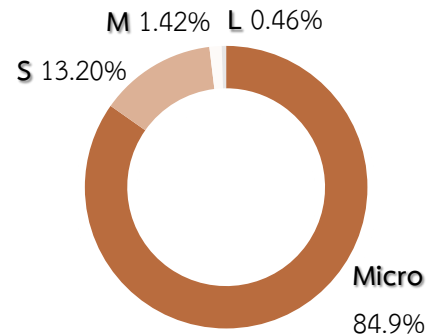
สถานการณ์เชิงโครงสร้างของ SME ปี 2563



จำนวนวิสาหกิจ (ราย)

SME
99.5%

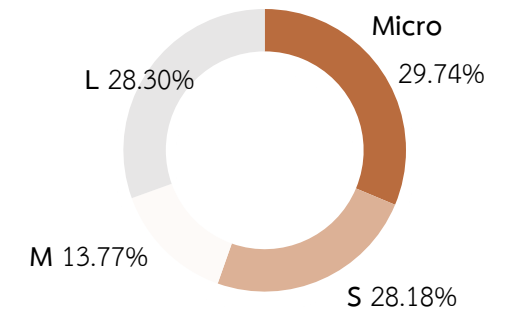
Micro	2,673,922
S	415,673
M	44,847
SME	3,134,442
L	14,454
Total	3,148,897



การจ้างงาน (คน)

SME
71.7%

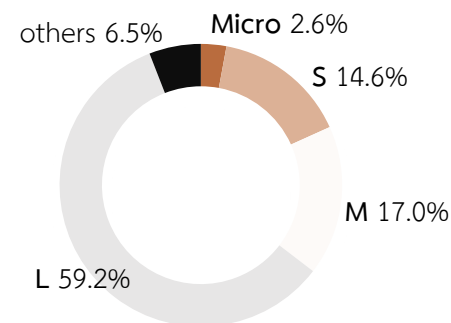
Micro	5,274,729
S	4,997,999
M	2,442,188
SME	12,714,916
L	5,019,245
Total	17,734,161



มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (ล้านบาท)

SME
34.2%

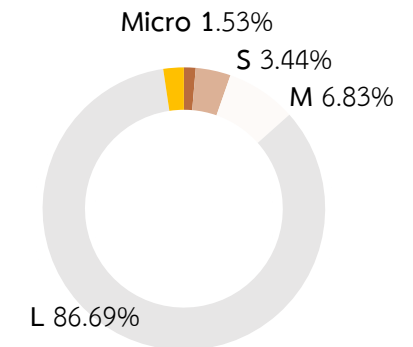
Micro	417,304
S	2,290,099
M	2,668,663
SME	5,376,066
L	9,922,420
others	1,027,777
Total	15,703,021



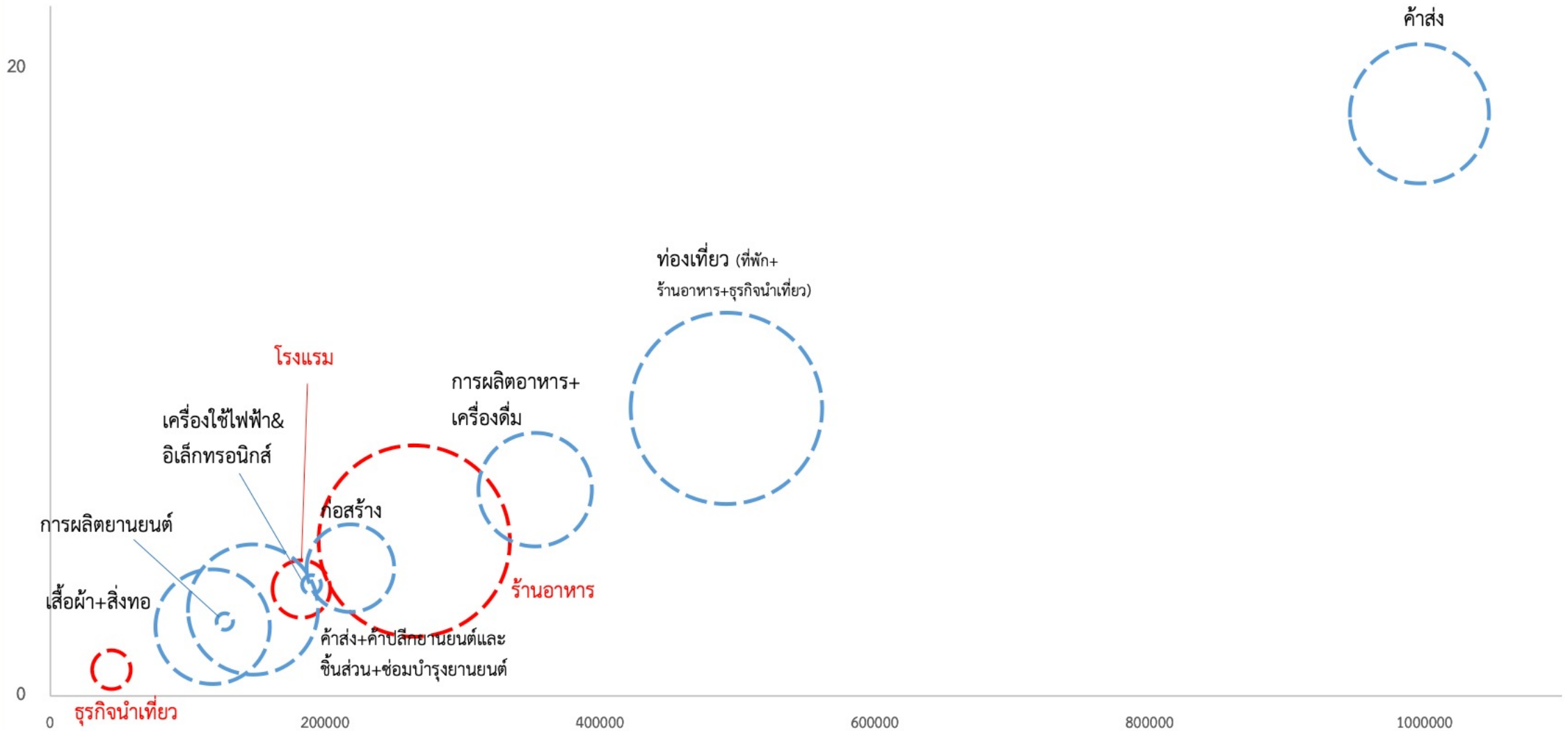
มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)

SME
13.4%

Micro	102,604
S	247,100
M	490,044
SME	839,750
L	6,223,129
n.a.	115,614
Total	7,178,494



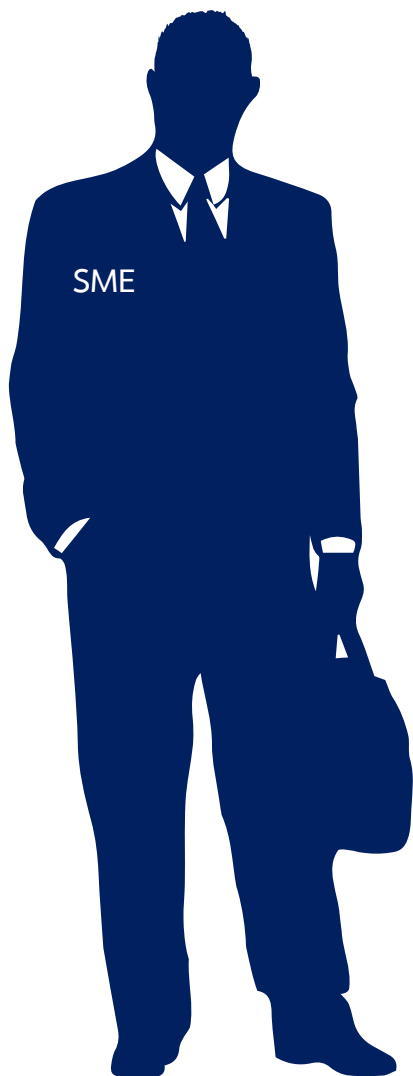
SME GDP Share ปี 63 (%)



ขนาดวงกลมเส้นประ คือ จำนวน SME ปี 63

GDP ปี 63
(ล้านบาท)

ประเด็นปัญหาและข้อจำกัดของ SME



➤ SME ยังคงอ่อนแอ ขาดศักยภาพ
และขาดความสามารถในหลายด้าน

SME มีผลิตภาพ
ต่ำเกินไป

ยังมีจุดอ่อน
ด้านการพัฒนาดิจิทัล

SME ยังมีการใช้
เทคโนโลยีน้อย

ธุรกิจรายย่อย
ยังคงมีหนี้สินมาก

➤ ผลกระทบที่เกิดขึ้น

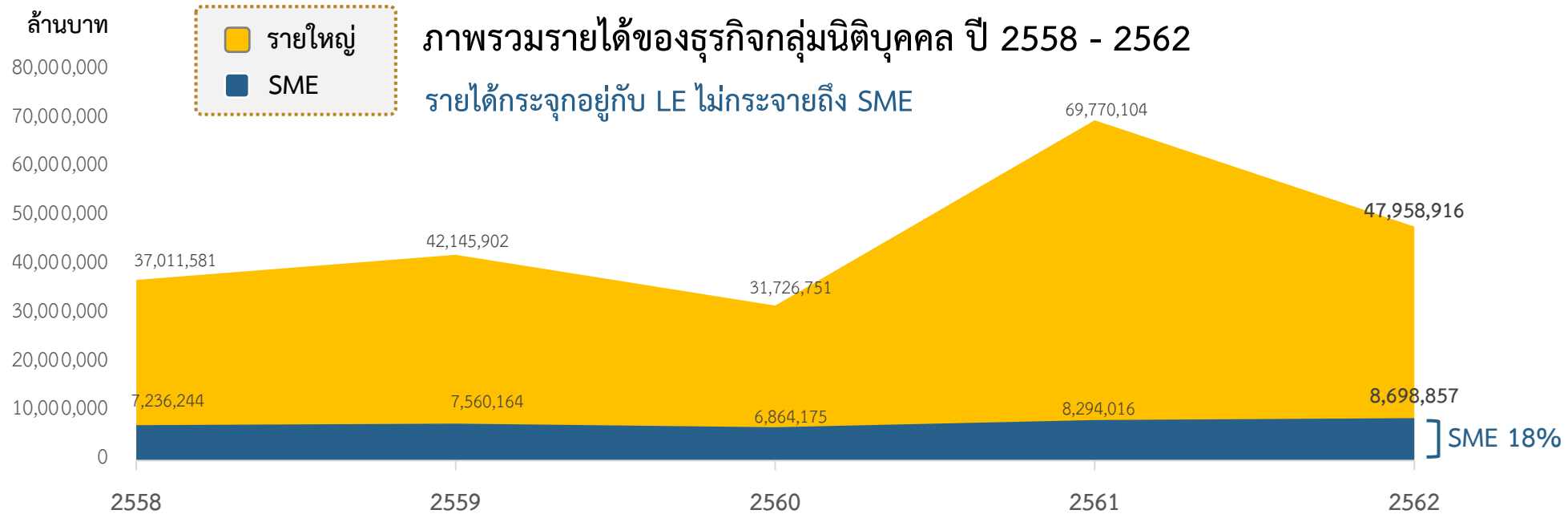
รายได้กระจุกตัว
อยู่กับธุรกิจขนาดใหญ่

SME มีการส่งออก
น้อยมาก

มีธุรกิจนอกระบบ
ขนาดใหญ่

SME เข้าถึงสินเชื่อ
ได้น้อย

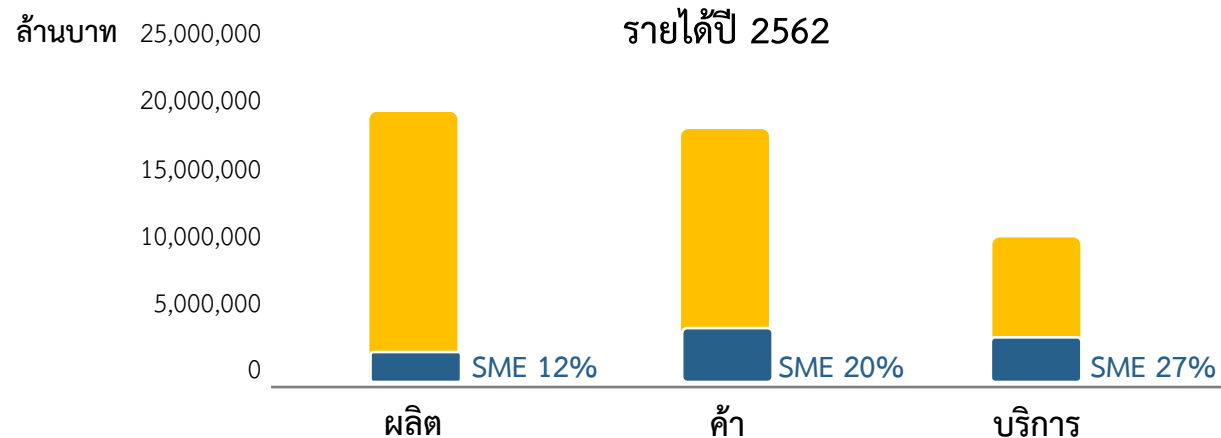
รายได้ของ SME (เฉพาะนิติบุคคล)



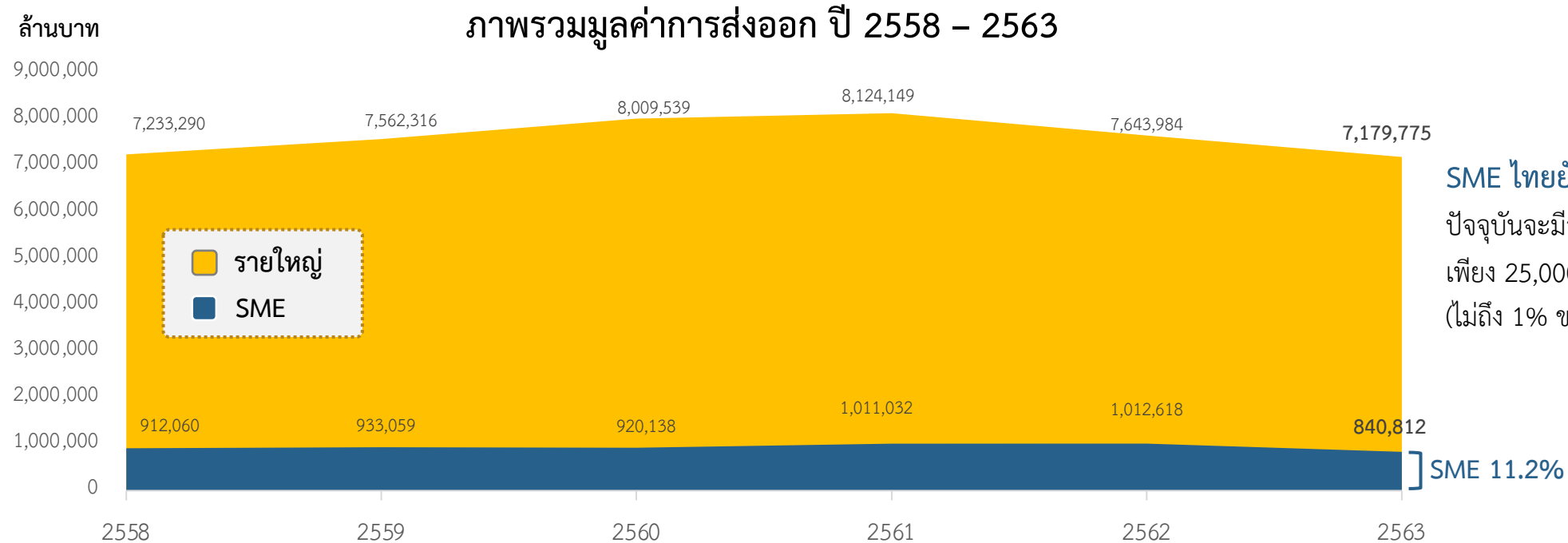
รายได้ปี 2562

สัดส่วนรายได้ของ SME เพียง 18% ในขณะที่มีจำนวนมากถึง 98% ของนิติบุคคล

สัดส่วนรายได้ของ SME จำแนกตาม ลักษณะวิสาหกิจ



การส่งออกของ SME (เฉพาะการส่งออกโดยตรง)



SME ไทยยังมีกิจกรรมส่งออกน้อยเกินไป
ปัจจุบันจะมีจำนวน SME ที่ส่งออกอยู่ประมาณ
เพียง 25,000 ราย
(ไม่ถึง 1% ของ SME ทั้งหมด)

การส่งออกของประเทศไทย
โดยภาพรวม มีการส่งออก
สินค้าประเภท
High-technology น้อย

เปรียบเทียบกับต่างประเทศ

Export by SMEs

- Korea: 52.4% (2015)
- UK: 41.8% (2018)
- Italy: 51.9% (2018)

ที่มา: OECD Data

<https://data.oecd.org/trade/exports-by-business-size.htm>

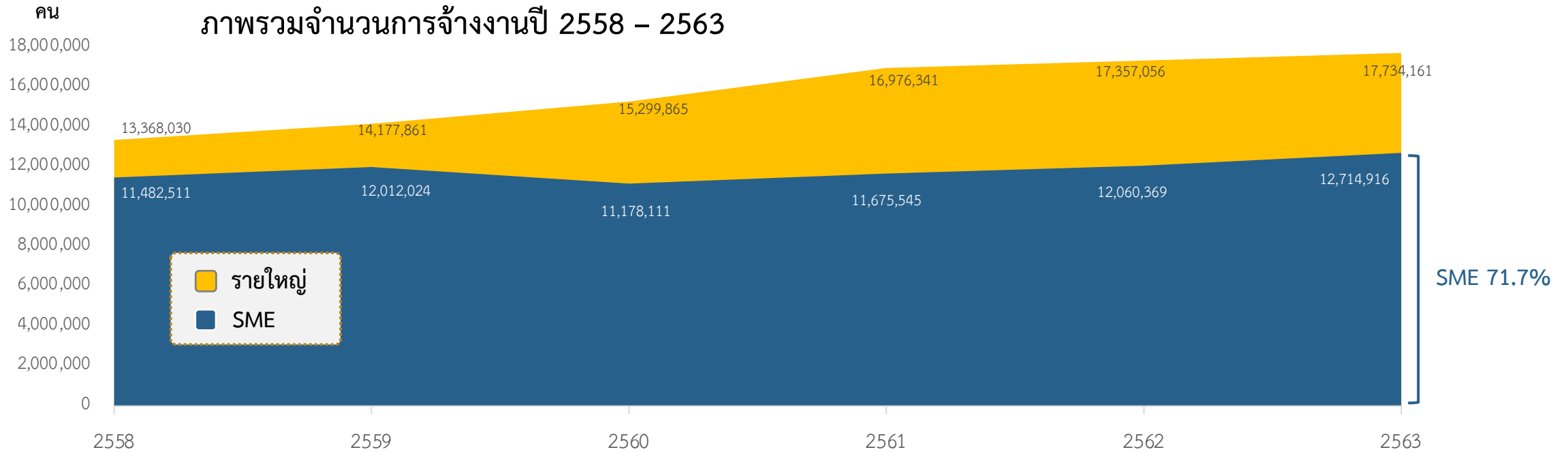
การส่งออกสินค้า hi-tech

High-technology Export (Current USD, Thousand USD)

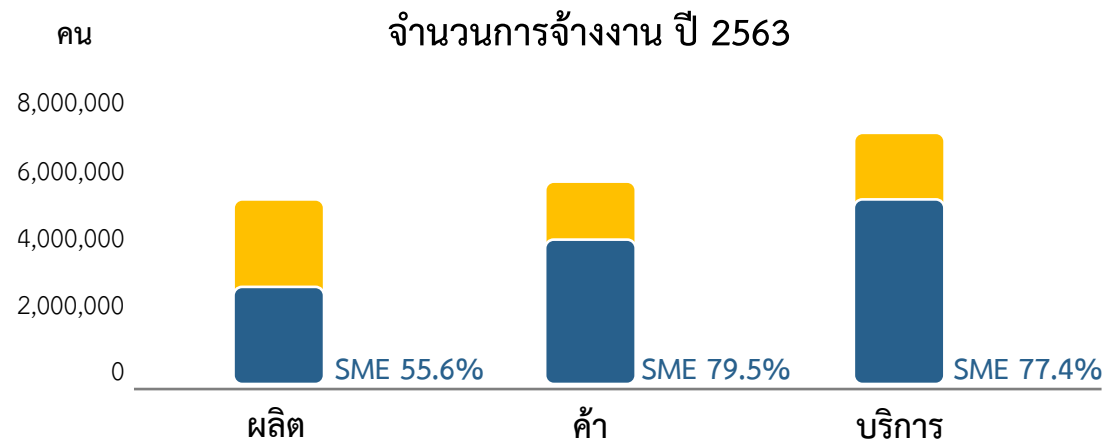
- Thailand: 40,263,649 (2019)
- Malaysia: 86,554,988 (2019)
- Vietnam: 90,436,077 (2019)

ที่มา: The World Bank Data

การจ้างงานของ SME



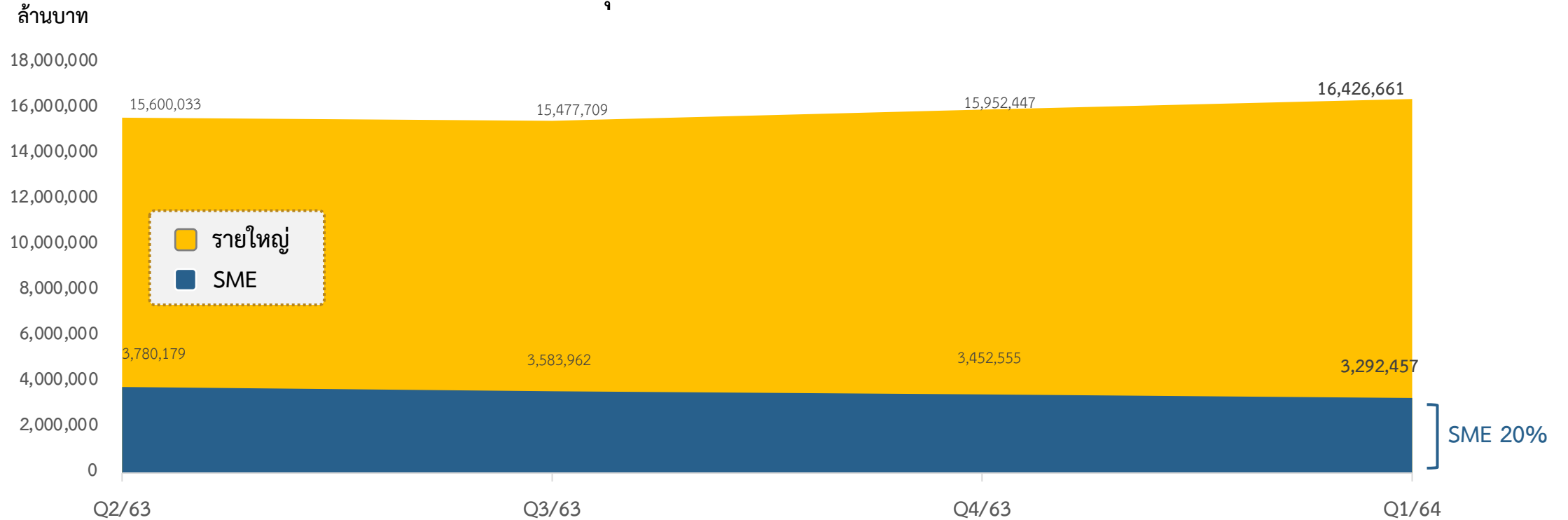
สัดส่วนการจ้างงาน
ของ SME จำแนก
ตามลักษณะวิสาหกิจ



ยังต้องส่งเสริมให้ SME
เป็นแหล่งการสร้างการจ้างงาน
ที่มีคุณภาพให้กับแรงงานไทย

การเข้าถึงสินเชื่อของ SME (เฉพาะสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์)

ภาพรวมวงเงินสินเชื่อธุรกิจ



SME เข้าถึงสินเชื่อได้น้อย
และลดลงในช่วง
สถานการณ์โควิด 19

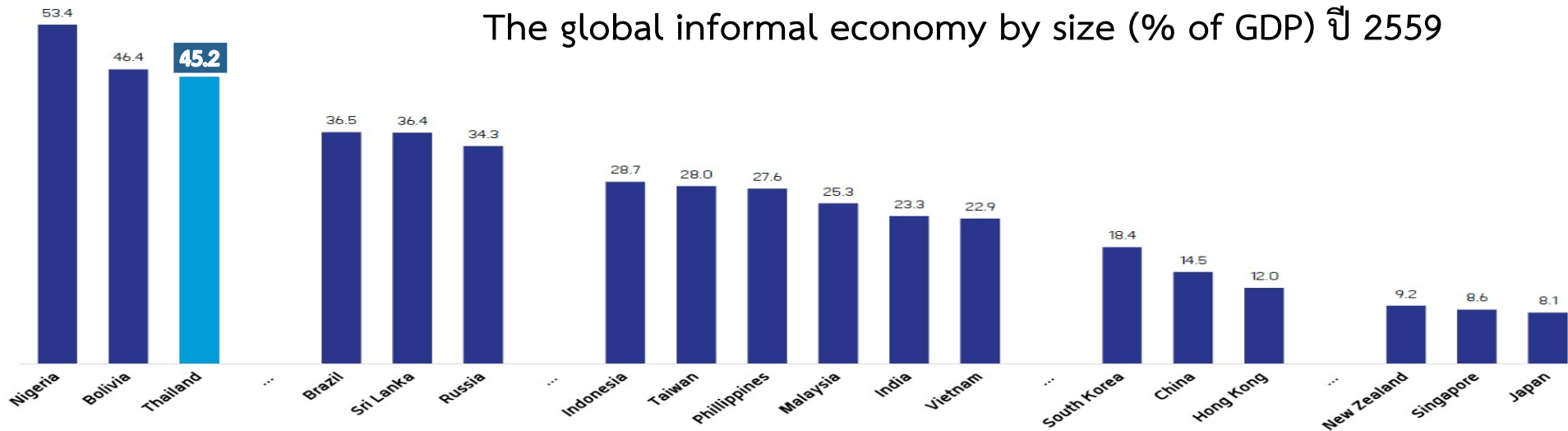
เปรียบเทียบกับต่างประเทศ

Financing SMEs and Entrepreneurs 2020:
An OECD Scoreboard

สัดส่วนของสินเชื่อคงค้าง (business loan)

- Korea: 80.2% (2017)
81.2% (2018)
- Malaysia: 48.7% (2016)
50.6% (2017)

The global informal economy by size (% of GDP) ปี 2559

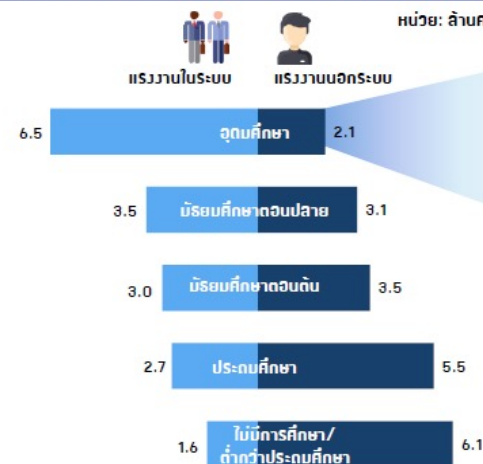


ที่มา : Digital Payments and the Global Informal Economy. A.T.Kearney & VISA.

ประเทศไทยถูกระบุว่ามีเศรษฐกิจนอกระบบที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของโลก และมีผู้เข้าสู่การประกอบอาชีพอิสระเพิ่มมากขึ้น

จำเป็นที่ภาครัฐต้องมีมาตรการบริหารจัดการ และดูแลผู้ประกอบการอาชีพอิสระ รวมทั้งการส่งเสริมการเข้าสู่ระบบให้มากขึ้นด้วย

การเปรียบเทียบระดับการศึกษาของแรงงานในระบบและนอกระบบ ปี พ.ศ. 2563



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ / กระทรวงแรงงาน



1

Basic Digital Tools (BDT)

- Internet Usage
- Web Presence
- Computer Usage
- Infocomm security



2

Digital Platform Tools (DPT)

- E-payment
- E-Commerce
- Software as a service



3

Advanced Digital Tools (ADT)

- Internet of things
- Data analytics
- Artificial intelligence

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566-2570)

วิสัยทัศน์

“ไทยมี SME ที่เข้มแข็ง มีศักยภาพ และสามารถแข่งขันได้”

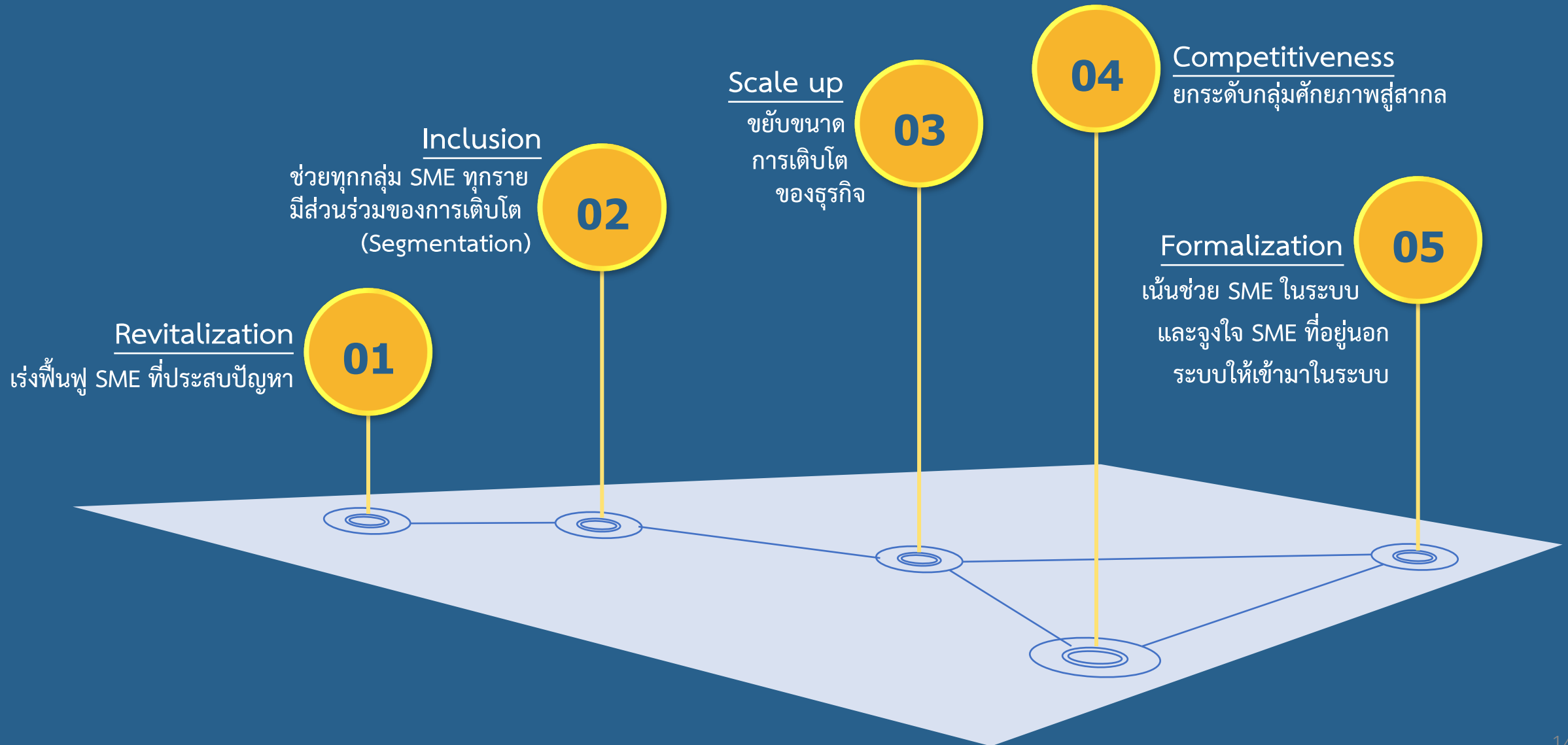


พันธกิจ

1. ส่งเสริม SME ทุกกลุ่มอย่างครอบคลุมให้เข้มแข็งและเติบโต
2. สร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อยกระดับศักยภาพธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขัน
3. พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ



SME



แผนระดับที่ 1



ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

แผนระดับที่ 2



แผนแม่บท
ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ผู้ประกอบการและ SME ยุคใหม่*

ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

ด้านที่ 2 สังคมแห่งโอกาสและความเสมอภาค
หมวดหมู่ที่ 7 ไทยมี SME ที่เข้มแข็งมีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้

แผนระดับที่ 3



แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570)

แผนปฏิบัติการส่งเสริม SME



ปี 2570 สัดส่วน SME GDP เป็น 40 %

1

ตัวชี้วัดเพื่อบ่งชี้
สถานภาพของ SME

- สัดส่วนรายได้ของ SME ต่อรายได้รวม (=25%)
- สัดส่วนจำนวน SME ที่จดทะเบียนนิติบุคคลและจดทะเบียนพาณิชย์ (↑20%)
- สัดส่วน VAT ของ SME ต่อ VAT รวม (↑20%)
- สัดส่วนหนี้สินต่อทุนเฉลี่ยของ SME (↓20%)
- อัตราการอยู่รอดของ SME รายใหม่ (↑20%)

2

ตัวชี้วัดเพื่อบ่งชี้ถึงระดับความก้าวหน้า
ของประเด็นในการพัฒนา SME ที่สำคัญ

- สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของ SME (=20%)
- สัดส่วนมูลค่าการส่งออกบริการของ SME (↑20%)
- จำนวนผู้ส่งออก SME รายใหม่ (↑10,000 ราย)
- สัดส่วนสินเชื่อของ SME ต่อสินเชื่อธุรกิจรวม (=60%)
- มูลค่าการระดมทุนของ SME ในตลาดทุน (↑12%)
- จำนวน SME ที่มีการวิจัยและพัฒนา การพัฒนานวัตกรรม และจดสิทธิบัตร (↑20%)
- จำนวน SME ที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ (↑40%)
- จำนวน SME ภาครัฐบริการที่มีมูลค่าสูง (↑20%)
- มูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ SME ไทยผลิตได้ (↓10%)

3

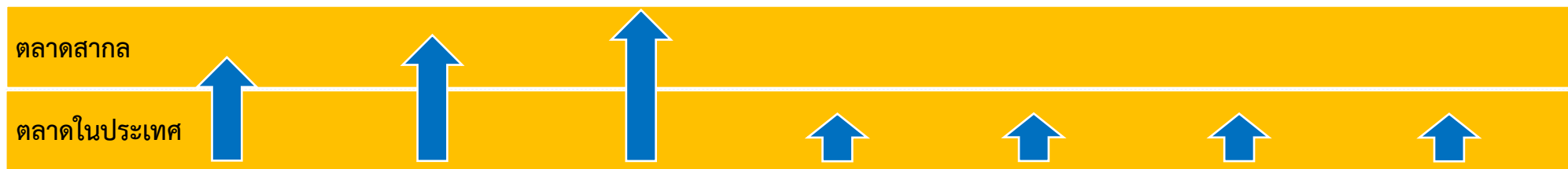
ตัวชี้วัดเพื่อบ่งชี้ถึงระดับความก้าวหน้า
ของปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ

- จำนวน SME ที่เข้าใช้ระบบ Platform Service ต่าง ๆ (↑80%)
- จำนวนกฎหมาย กฎระเบียบที่ได้รับการปรับปรุง ให้สร้างความเป็นธรรม และไม่ใช่อุปสรรคกับธุรกิจ (↑20%)
- ฐานข้อมูลที่มีข้อมูลที่ทันสมัยสถานการณ์และครอบคลุมใช้กำหนดนโยบายได้ (วัดเชิงคุณภาพ)
- Joint KPI มีหน่วยงานรับผิดชอบการขับเคลื่อน การส่งเสริม SME ร่วมกัน (วัดเชิงคุณภาพ)

แนวคิดแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566-2570) และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME พ.ศ. 2566

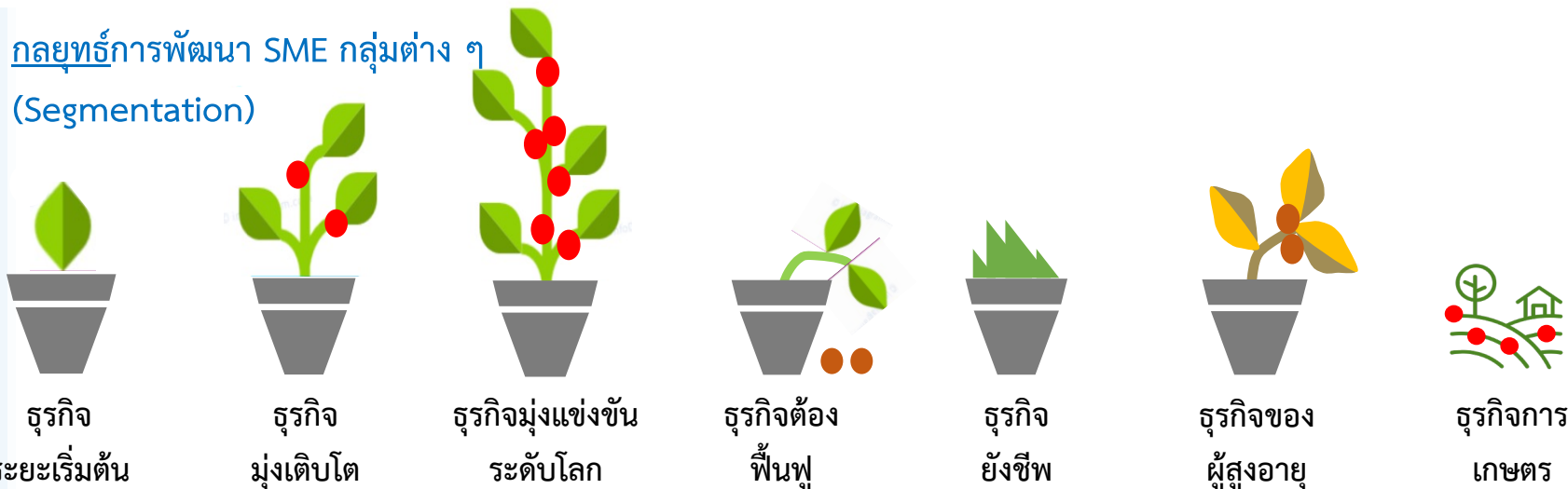
กลยุทธ์การพัฒนาด้านตลาด

ประเด็นส่งเสริมที่ 2
สร้างการเติบโต
แบบมุ่งเป้า



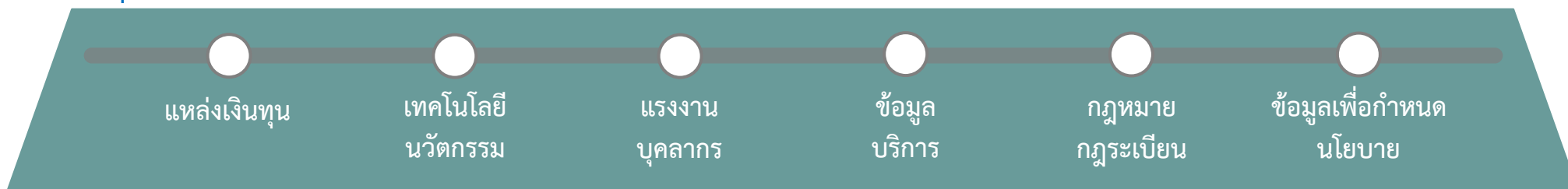
กลยุทธ์การพัฒนา SME กลุ่มต่าง ๆ (Segmentation)

ประเด็นส่งเสริมที่ 1
สร้างการเติบโตที่
ครอบคลุม



กลยุทธ์การพัฒนา Ecosystem

ประเด็นส่งเสริมที่ 3
พัฒนาสภาพแวดล้อม
ให้สนับสนุนการเติบโต
ของธุรกิจ



ประเด็นการส่งเสริมที่ 1 การสร้างการเติบโตที่ครอบคลุม

ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์ (Segmentation)

“ครอบคลุมการพัฒนา SME ในกลุ่มต่าง ๆ”

01 พัฒนารูธุรกิจในระยะเริ่มต้น ให้เริ่มธุรกิจได้อย่างมั่นคง



- ❑ Entrepreneurial Mindset (เยาวชน)
- ❑ Startup Info Platform
- ❑ บ่มเพาะ / Virtual Incubator
- ❑ แหล่งเงินทุนทางเลือกสำหรับ startup (Venture Capital /Angel Investor)

02 ยกระดับธุรกิจที่มุ่งเติบโต ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน



- ❑ Digital Transformation
- ❑ ยกระดับคุณภาพมาตรฐาน
- ❑ ความรู้การบริหารจัดการมืออาชีพ
- ❑ ปรับใช้เทคโนโลยี

03 ยกระดับธุรกิจที่มีศักยภาพ สู่การแข่งขันระดับโลก



- ❑ เข้าถึงนวัตกรรม R&D
- ❑ เข้าสู่ GVC และตลาดโลก
- ❑ มาตรฐานสากล และเข้าสู่ BGC
- ❑ เข้าถึงตลาดทุน (SME Board)

04 พัฒนาธุรกิจที่ประสบปัญหา ให้ฟื้นตัว



- ❑ การวิเคราะห์สถานการณ์หนี้สิน
- ❑ จัดกลุ่มเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำ
- ❑ แหล่งเงินทุนในการฟื้นตัวของธุรกิจ

05 ช่วยเหลือ ธุรกิจยังชีพ ให้สามารถ อยู่รอด

- ❑ Financial Literacy / บัญชีอย่างง่าย
- ❑ สินเชื่อสำหรับรายย่อย
- ❑ เรียนรู้การตลาดออนไลน์

06 สนับสนุน ผปก. สูงอายุ ในการดำเนิน ธุรกิจ

- ❑ การพัฒนารูธุรกิจเฉพาะ
- ❑ เชื่อมโยงผปก. สูงอายุกับคนรุ่นใหม่
- ❑ เงินทุนสำหรับผปก. สูงวัย
- ❑ สนับสนุนให้ผปก. สูงวัยที่มีประสบการณ์ช่วยเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจได้

07 ส่งเสริม เกษตรกร สู่การเป็นธุรกิจ มืออาชีพ



- ❑ แนวคิด/ความรู้พื้นฐานการทำธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สืบทอด
- ❑ ศูนย์ข้อมูลการพัฒนาธุรกิจเกษตร
- ❑ พัฒนามูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร
- ❑ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

ประเด็นการส่งเสริมที่ 2 การสร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า

ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ “โอกาสทางการตลาดที่ SME ต้องเข้าถึง”

08 สร้างส่วนแบ่งตลาดในประเทศให้เพิ่มขึ้น



- ❑ ส่งเสริมการซื้อสินค้าจาก SME โดยธุรกิจขนาดใหญ่ และ SME (Corporate Procurement)
- ❑ National E-Commerce Platform
- ❑ สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นสินค้า SME
- ❑ เสริมสร้างความรู้ในการเข้าสู่ช่องทางการค้าออนไลน์



- ❑ สนับสนุนมาตรการส่งเสริม SME เข้าถึงตลาดภาครัฐอย่างต่อเนื่อง สร้างการรับรู้ให้กับ SME และหน่วยงานภาครัฐ
- ❑ สนับสนุนสินค้าที่มีมูลค่าสูงให้สามารถเข้าถึงตลาดภาครัฐ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์ อากาศยาน โดยมีการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานทดแทนการนำเข้า
- ❑ แก้ไขปัญหาอุปสรรคเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงตลาดภาครัฐของ SME

09 ส่งเสริมการเข้าสู่สากล



- ❑ Market Intelligence ตลาดต่างประเทศ
- ❑ สร้างและพัฒนาผู้ส่งออกรายใหม่
- ❑ สนับสนุนการขยายตลาดต่างประเทศสำหรับ SME เช่น Online Business Matching
- ❑ สนับสนุนการเข้าสู่ Regional /Global Value Chain
- ❑ พัฒนาคุณภาพให้ได้มาตรฐานของประเทศคู่ค้า
- ❑ สนับสนุนสินค้ามูลค่าสูงสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น สินค้านวัตกรรม สินค้าสร้างสรรค์
- ❑ จัดให้มี National Trading Firm
- ❑ ส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่มี

ประเด็นการส่งเสริมที่ 3 การพัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ

ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ “พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญสำหรับ SME”

10 สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

- ❑ ขยายบทบาทการค้าประกันสินเชื่อ
- ❑ ส่งเสริมการใช้ระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้าง Digital Footprint
- ❑ สนับสนุนสินเชื่อระยะสั้น: ขยายผล Digital Factoring การสนับสนุนให้เกิด Order-based Lending
- ❑ ระบบประเมินสินทรัพย์ที่ไม่ใช่หลักทรัพย์ค้ำประกันดั้งเดิม
- ❑ ตัวกลางทางเครดิตเชื่อม SME สู่แหล่งเงินทุน

11 สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

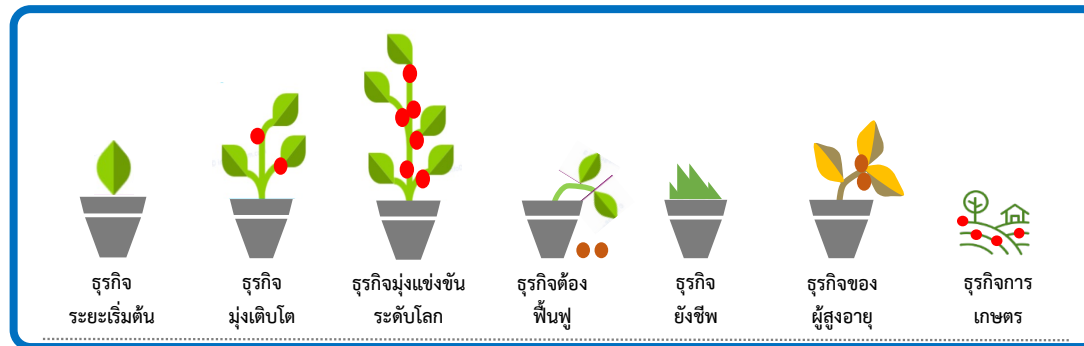
- ❑ ถ่ายทอดงานวิจัยและพัฒนาที่มีอยู่
- ❑ ที่ปรึกษาในการปรับใช้เทคโนโลยี (Technology Service Provider)
- ❑ ศูนย์กลางข้อมูลงานวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ ห้องปฏิบัติการต่างๆ
- ❑ เงินสนับสนุน/สิทธิประโยชน์ให้ SME ในการพัฒนานวัตกรรม
- ❑ สนับสนุนการจดทรัพย์สินทางปัญญา

12 สร้างความพร้อมของบุคลากร/แรงงาน

- ❑ สิทธิประโยชน์ให้ SME ในการพัฒนาบุคลากร
- ❑ พัฒนาระดับทักษะแรงงาน (Reskill / Upskill / New Skill)
- ❑ เตรียมความพร้อมนักศึกษาในการเข้าสู่ตลาดแรงงาน
- ❑ Platform การหาบุคลากรด้านต่างๆ สำหรับ SME

13 มีศูนย์กลางในการให้ข้อมูล องค์ความรู้ และบริการ

- ❑ SME Web Portal ให้ข้อมูลหลักทุกด้านสำหรับ SME
- ❑ SME Learning Platform
- ❑ ระบบที่ปรึกษา ผู้ให้บริการทางธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญครบวงจร
- ❑ เครื่องมือประเมินศักยภาพ SME ด้านต่างๆ
- ❑ Market Intelligence สำหรับ SME
- ❑ SME One-stop Service



14 ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบให้ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

- ❑ ทบทวนปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยรองรับบริบทการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน
- ❑ ปรับปรุงกฎหมายให้อำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business)
- ❑ สิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบ (Formalization)

15 พัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย

- ❑ การใช้หนึ่งรหัส หนึ่งผู้ประกอบการ (SME One ID)
- ❑ ขยายขอบเขตการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ
- ❑ พัฒนาข้อมูล SME ผู้รับบริการความช่วยเหลือจากภาครัฐ
- ❑ พัฒนาข้อมูลเตือนภัยด้านต่างๆ (SME Early Warning System)

#2



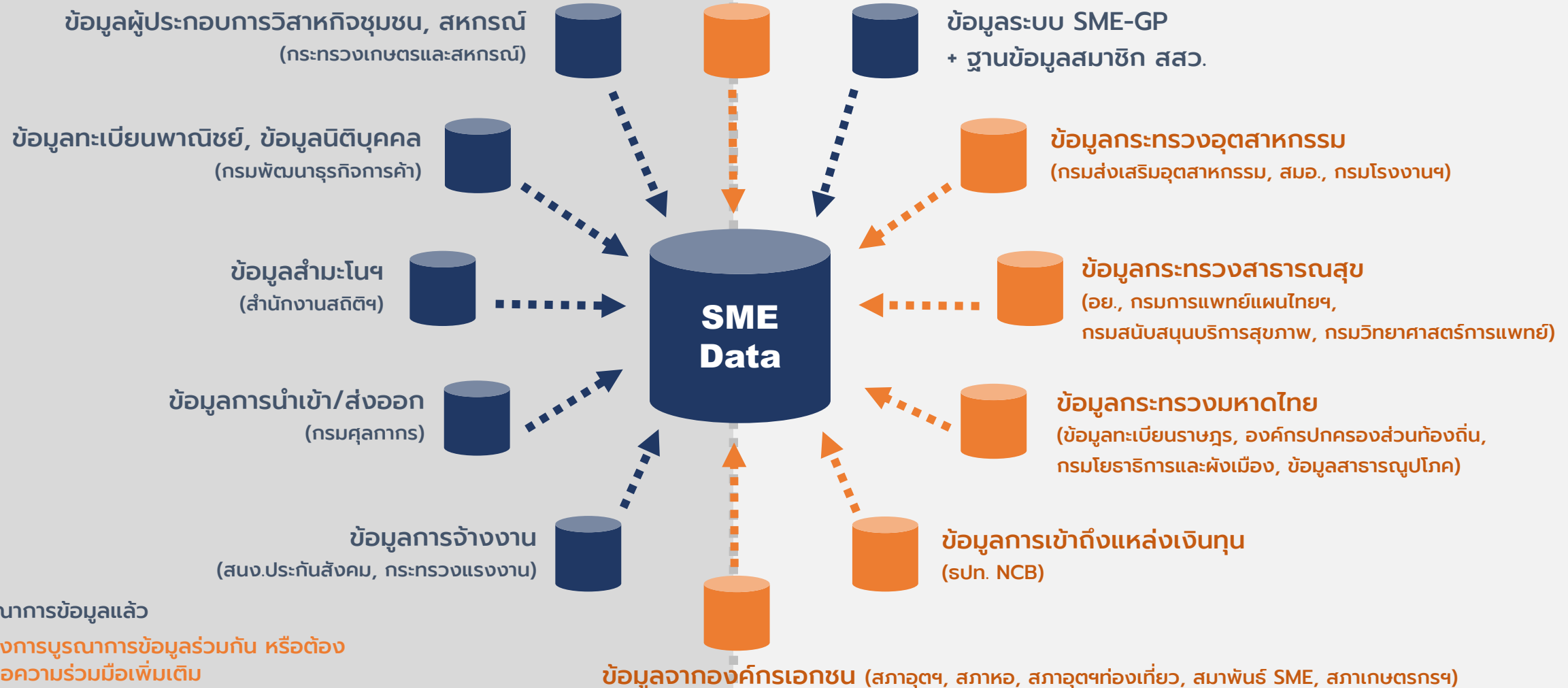
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อมูลเชิงโครงสร้าง และ Open Data



ข้อมูล

เพื่อการส่งเสริม SME



THAI SME-GP

มาตรการสนับสนุนให้ SME เข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

แหล่งรวมสินค้าผู้ประกอบการ SMEs สามารถค้นหาสินค้าและบริการได้ที่นี้

ค้นหาสินค้า



เครื่องใช้
สำนักงาน



คอมพิวเตอร์



บริการซ่อม



ก่อสร้าง



อื่นๆ

สำหรับผู้ประกอบการ



📝 ลงทะเบียน

👤 เข้าสู่ระบบ

🔍 ตรวจสอบข้อมูลผู้ใช้งานระบบ

📄 ตัวอย่างหนังสือรับรอง

สำหรับหน่วยงานภาครัฐ



👤 กลุ่มสินค้า

📍 พื้นที่

🔍 ค้นหาสินค้า

📄 ตัวอย่างหนังสือรับรอง



109,615

ผู้ขึ้นทะเบียน (ราย)

13 พ.ย. 2564



783,146

สินค้า/บริการ (รายการ)

13 พ.ย. 2564



551,306

มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้าง (ล้านบาท)

31 ส.ค. 2564

THAI
SME-GP มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้าง (ณ 31 ส.ค. 2564)

หมวดเครื่องมือ อุปกรณ์
และวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ (รวม) **56,724** ล้านบาท

การจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ประกอบการ SME
ที่ขึ้นทะเบียนฯ ไว้กับ สสว. **13,903** ล้านบาท
24.5%
83,063 สัญญา
7,219 ราย

Dashboard SME Big Data



หน้าถัดไป

ข้อมูลรวม

ข้อมูลเฉลี่ย

เลือกปี

2563

เลือกกลุ่มจังหวัด

All

เลือกจังหวัด

All

เลือกภาคธุรกิจ

All

เลือกหมวดธุรกิจ

All

เลือกขนาดธุรกิจ

☒ All

☒ SME และ Micro

☒ Micro

☒ S

☒ M

☒ L

☒ ไม่ระบุ

ข้อมูลทางการเงินของผู้ประกอบการนิติบุคคล 10 ปีย้อนหลังตามนิยามใหม่



ปี : 2563



จังหวัด : ทุกจังหวัด



ขนาดธุรกิจ : All



33,641,292M

ต้นทุนขาย
(หน่วย : บาท)



42,991,003M

รายได้รวม
(หน่วย : บาท)



40,145,995M

ค่าใช้จ่ายรวม
(หน่วย : บาท)



50,251,482M

หนี้สินรวม
(หน่วย : บาท)

จำนวนนิติบุคคลที่ส่งงบการเงิน

500,000

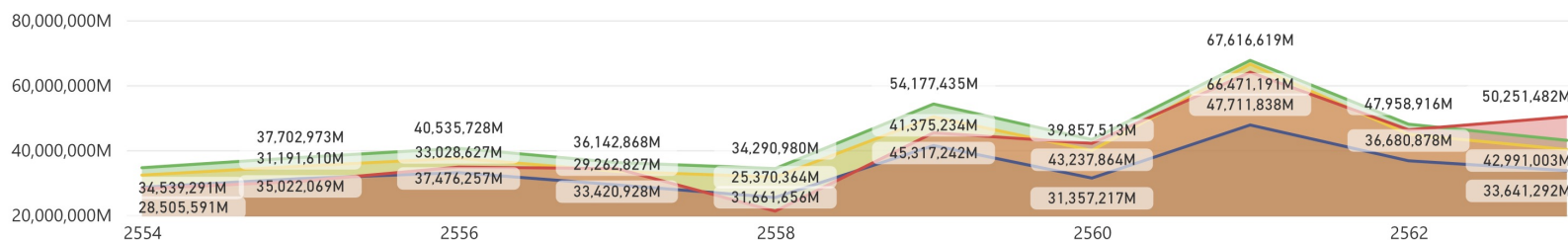
0

2550

2560

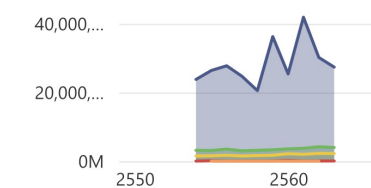
เปรียบเทียบต้นทุนขาย รายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สิน รายปี

● ต้นทุนขาย ● รายได้รวม ● ค่าใช้จ่ายรวม ● หนี้สินรวม



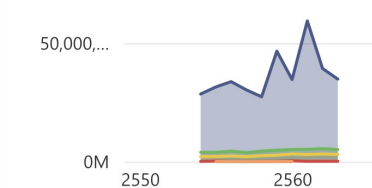
ต้นทุนขายรายปี

● Micro ● S ● M ● L ● ไม่ระบุ



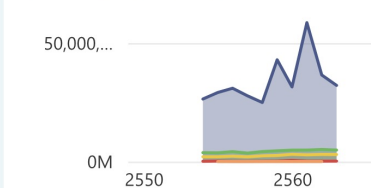
รายได้รวมรายปี

● Micro ● S ● M ● L ● ไม่ระบุ



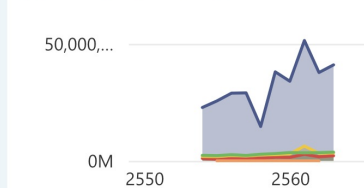
ค่าใช้จ่ายรวมรายปี

● Micro ● S ● M ● L ● ไม่ระบุ



หนี้สินรวมรายปี

● Micro ● S ● M ● L ● ไม่ระบุ



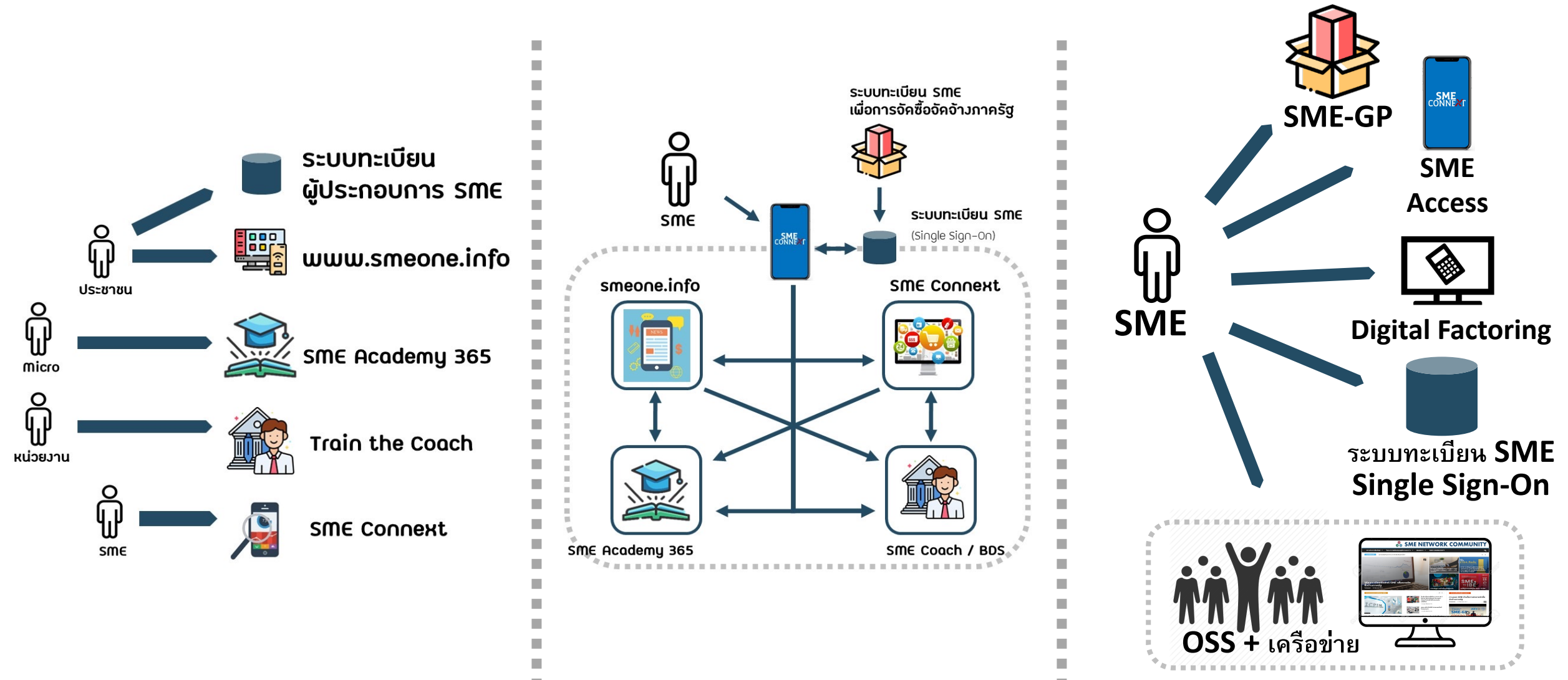
Clear Filter

หมายเหตุ : ข้อมูลที่นำเสนอกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ตั้งแต่ มกราคม 2554 จนถึง มิถุนายน 2564

Microsoft Power BI



การพัฒนาระบบการให้บริการผู้ประกอบการ SME ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (SME Access)

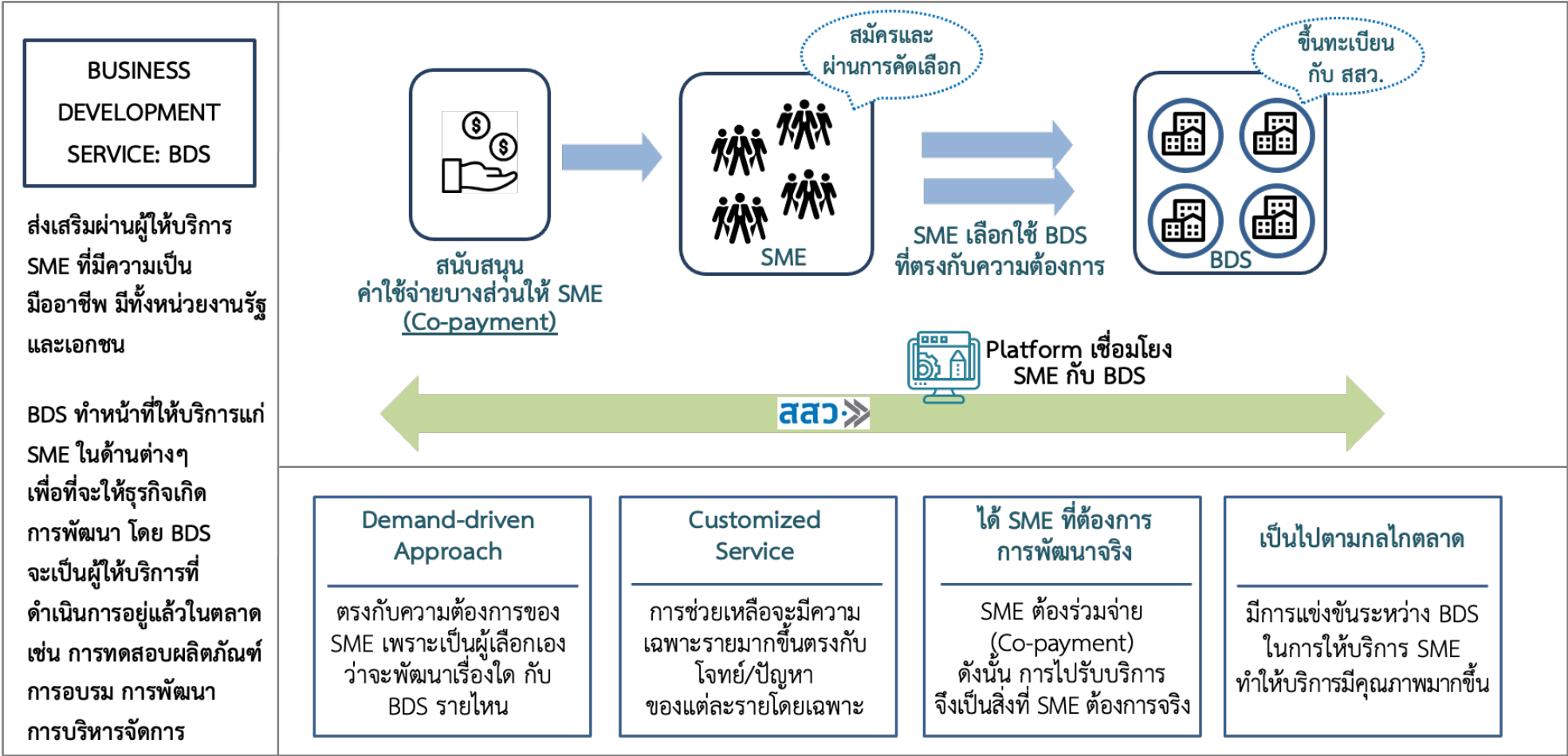


สร้างสังคมผู้ประกอบการให้เติบโตและก้าวเข้าสู่สากล

- การส่งเสริมเข้าสู่ธุรกิจอนาคต
- การส่งเสริมเพื่อการยกระดับ
- การส่งเสริมเพื่อการปรับตัว
- การส่งเสริมมุ่งเป้าเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและนโยบายภาครัฐ เช่น BDS

เป้าประสงค์ : สร้างสังคมผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง

BDS --> จ่ายคนละครึ่ง



ความร่วมมือกับกรมการขนส่งทางบก : Q Mark

ตัวอย่าง : BDS



กรมการขนส่งทางบก
ขึ้นทะเบียนเป็น BDSP
กรอกข้อมูล IB / CB ในระบบ
/ จัดทำรายละเอียดการ
ให้บริการ ราคา ฯลฯ



IB (Inspection Body)
CB (Certification Body)
- ภาครัฐ ราย
- ภาคเอกชน ... ราย

1



SME



- จำนวน SME ขนส่ง 384,165 ราย (ได้รับ Q Mark 450 ราย)
- จำนวนรถบรรทุกทุกประเภท 1,115,935 คัน (ได้รับ Q Mark 60,977 คัน)

กรมการขนส่งทางบก
แจ้งให้ SME ในสังกัด



2



ลงทะเบียน
กรอกข้อมูลกิจการ ตรวจสอบข้อมูล
รายได้ / แนบหลักฐานต่าง ๆ ในระบบ
รอรับ Account

สสว.



พิจารณาคุณสมบัติ
ขึ้นทะเบียนกรมฯ เป็น BDSP /
แจ้งผลให้ SME ที่ผ่านเกณฑ์
ขอข้อเสนอราคากับกรมฯ และ
กรอกข้อเสนอการพัฒนาในระบบ

3



4

สสว.
พิจารณาคำขอดูหนน
แจ้ง SME ทำสัญญา /
ตรวจสอบสัญญา / แจ้ง SME -
กรมฯ เริ่มการพัฒนา

SME



เข้ารับบริการ
กรมฯ ประสาน IB / CB
เข้าตรวจประเมิน

5



สสว. ร่วม
ติดตามการ
ตรวจประเมิน

ค่าตรวจประเมิน
ประมาณ 15,000
บาท สสว.สนับสนุน
ประมาณ 50 -80%

สสว.

ตรวจสอบ อนุมัติ
โอนเงินให้ SME /
ออกใบสำคัญจ่าย

7



SME

เบิกค่าใช้จ่าย
ส่งใบเสร็จ / หลักฐาน / สำเนา
Book bank ฯลฯ ให้ สสว.

6



CONNECT SMEs ไทย ด้วย **Digital Transformation**

ปฐมา จันทรักษ์

กรรมการบริหาร สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
รองประธานด้านการขยายธุรกิจในกลุ่มประเทศอินโดจีน
และกรรมการผู้จัดการใหญ่ ไอบีเอ็ม ประเทศไทย

Part 1:

Digital Transformation สำหรับ SME ความสำคัญและ ประโยชน์



Koyori 20

Credit: San Marcos 2020



MONO MUSIC

แถลงการณ์
บริษัท โมโน มิวสิค จำกัด

เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย
ที่ผ่านมา มีการชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน
รวมไปถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจาก
ทางบริษัท โมโน มิวสิค จำกัด จึงมีมติให้
บริษัท โมโน มิวสิค จำกัด ขอแจ้งให้ทราบ
การดำเนินงานทั้งหมดของบริษัทฯ

ปิดตำนาน 16 ปี
โรงละครสยามนิรมิต เช่นพิชโควิด

เลิกกิจการ



'โรงแรมดาราเทวี' ปิดกิจการ
หลังขาดทุนสะสม 3 ปีเจอพิษโควิดซ้ำเติม

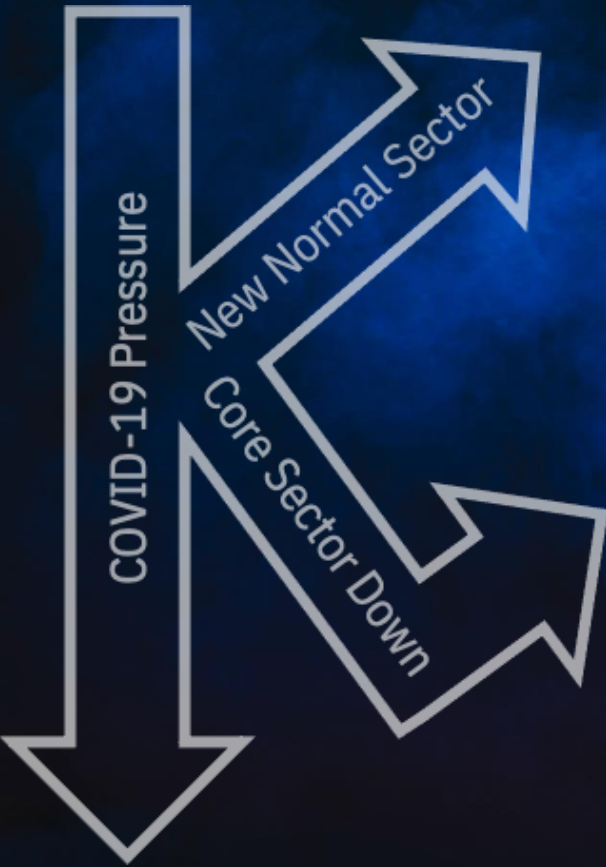


คมชัดลึก
ยุติกิจการจ่ายชดเชย 10



โควิด 19 พ่นพิษ
โรงงานในชลบุรีปิดกิจการ

การฟื้นฟู และ กลยุทธ์การปรับตัวของอุตสาหกรรมไทย



คิดใหม่
เพื่อเพิ่มมูลค่า

Reimagine



รถยนต์ EV



อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ



ธุรกิจทางการแพทย์



โรโบติกส์ (Robotics)



อาหาร



การเกษตร



ชีวเคมี

หาแนวทาง
เพื่อพลิกฟื้น

Recover



การท่องเที่ยว



ธุรกิจการบิน



การปกป้อง
ความมั่นคง

ต้นตัว
เพื่อปรับให้เร็ว

Reform Enablers



ธุรกิจดิจิทัล



การศึกษา

ไม่ใช่ ทางเลือก

แต่เป็น...

“ทางรอด”

แนวโน้ม Digital Transformation ของ SME ในช่วง COVID-19

67%

ปรับกลยุทธ์

1. เพิ่มประสิทธิภาพ
2. ตอบโจทย์ลูกค้า รวมทั้ง
หาลูกค้าใหม่
3. ลดค่าใช้จ่าย

85%

ต้องใช้เทคโนโลยี



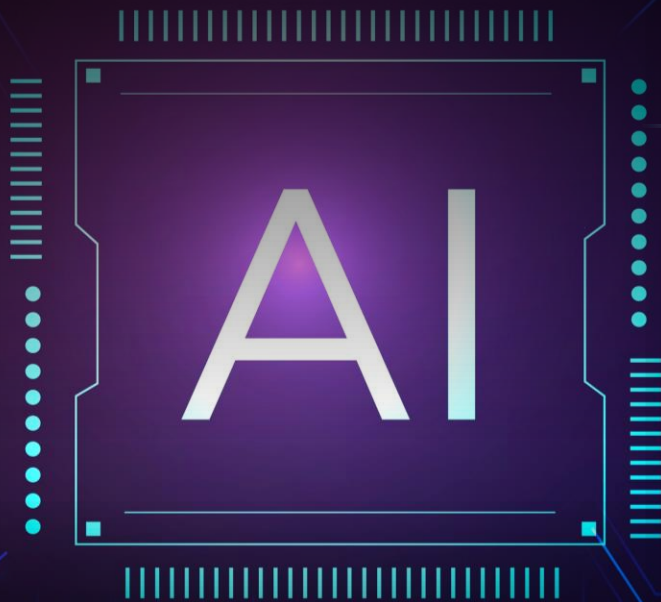


“เชื่อม”

“ใช้”

“แฮนด์”

คิดใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างข้อได้เปรียบ: Put AI to Work



เทรนด์การลงทุน AI

- Automation and RPA
- Security
- Chatbots
- IoT
- Marketing
- Supply chain
- Predictive
- Image recognition

3 ปัจจัยที่องค์กรลงทุนใน AI

1. ให้นุ้ษยทำงานที่สร้างคุณค่า
2. เพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจ
3. เข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลา

หาแนวทางพลิกฟื้นและสร้างโอกาสฟื้นฟู: Put Automation to Work

Top 10 Areas to Automate

- Customer Service
- Internal IT
- Financial and Accounting
- Business Planning
- Sales
- Human Resource
- Logistics and Operation
- Marketing
- Supply Chain

3 ปัจจัยที่องค์กรลงทุนใน Automation

1. เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
2. ลดภาระค่าใช้จ่าย
3. การทำงานแบบ Remote & Contactless

เทคโนโลยีเพื่อสร้างแต้มต่อให้ SMEs ในแต่ละอุตสาหกรรม



รถยนต์

Mobile, AI, Autonomous Transport, Cloud, IoT, Robots



อิเล็กทรอนิกส์

IoT, RPA, Mobile, Cloud, Robots, AI



การแพทย์

Cloud, AI, RPA, IoT, Wearable, Mobile



สินค้าอุปโภคบริโภค

IoT, RPA, Cloud, AI, Robots, Mobile



การเกษตร

AI, Analytics, RPA, IoT, Blockchain, Geo Info System



เคมีธุรกิจ

Mobile, AI, Cloud, IoT, RPA, Blockchain



การท่องเที่ยว

Cloud, Mobile, RPA, Virtual Reality, IoT, AI, Analytics



การบิน

Cloud, AI, 3D Printing, Robots, Analytics, IoT, Mobile



ค้าปลีก

Cloud, IoT, Mobile, RPA, AI, 3D Printing, Analytics,



สื่อและบันเทิง

Cloud, Analytics, VR, RPA, Mobile, IoT, AI

สินค้าอุตสาหกรรม

Mobile, AI, 3D Printing, IoT, Cloud, Robots, Analytics



การเงิน

Cloud, Analytics, AI, Mobile, IoT, RPA, Blockchain



ประกัน

Mobile, RPA, Cloud, AI, Robots, Blockchain



ไอที เทคโนโลยี

Cloud, IoT, Mobile, AI, RPA, Blockchain



อุตสาหกรรม

IoT, Cloud, Mobile, AI, RPA, Autonomous Transport



คมนาคม

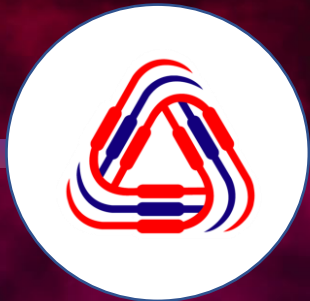
Cloud, IoT, RPA, AI, Mobile, Autonomous Transport

Part 2:

การเชื่อมโยงข้อมูล ประโยชน์
และภาพฝันในอนาคตสำหรับประเทศไทย

การเชื่อมโยงข้อมูล ภาครัฐและภาคเอกชน

- ✓ ตัดสินใจแม่นยำ
- ✓ แจ้งเตือนเพื่อลดความเสี่ยง
- ✓ เข้าใจความต้องการของลูกค้า



Big Data
for SME

Thailand Trade Platform: Accessing Global Opportunities

B2C Platform

- Supply Chain Business Network
- Banking & Payment
- eCommerce Platform
- Tourist Platform
- Biz Portal & Single submission: Thailand e-Government
- B2G Invoicing: e-TAX, VAT Refund

B2B Platform



B2G Platform



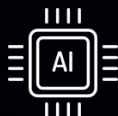
TRADE+LENS

Global supply
chain platform
underpinned by **blockchain**
technology



Food Trust

Enabling with Technologies: Blockchain, Cloud, AI and IoT



กระตุ้นเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สะดวก ปลอดภัย และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน



THANK YOU



Follow me on



<https://www.linkedin.com/in/patamachantaruck/>



<https://twitter.com/patamach>



CONNECT SMEs ไทย ด้วย **Digital Transformation**

BACKUP

The Economist

US-China relations in crisis

The dash to cash

Ethiopia's hidden war

How virus-testing works

MARCH 21ST-27TH 2020



COVID-19: What's the End Game?



Australia	A\$12 (inc. GST)	Hong Kong	HK\$90	Korea	₩12,000	New Zealand	NZ\$15.00	Sri Lanka	Ru1,200
Bangladesh	TK\$50	India	₹400	Malaysia	RM20.00	Pakistan	Ru900	Taiwan	NT\$275
Cambodia	US\$9.50	Indonesia	Rp110,000	Myanmar	US\$9.50	Philippines	Peso450	Thailand	Baht100
China	RM880	Japan	¥1,259 + Tax	Nepal	Nr750	Singapore	S\$13.50 (inc. GST)	Vietnam	US\$9.50



เอกสารแบบ 4

เรื่อง โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทย
จากมุมมองของคนรุ่นใหม่





**YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE**



UTCC

สรุปสาระสำคัญเวทีทิศทางอนาคตประเทศไทย

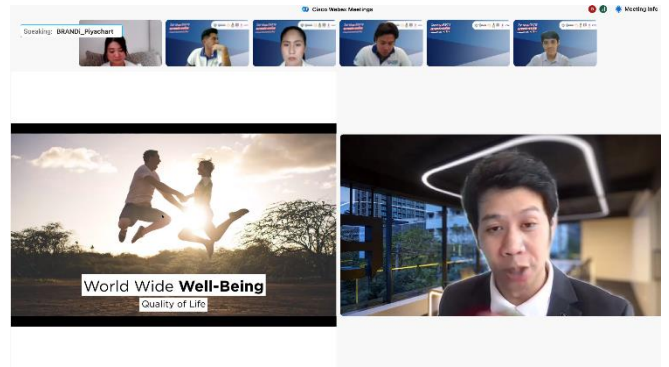
หัวข้อ “โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทยจากมุมมองของคนรุ่นใหม่”

วันศุกร์ที่ 29 ตุลาคม 2564 เวลา 13.30-17.00 น. ผ่านระบบ Cisco Webex

หอการค้าไทย โดยคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC หอการค้าไทย ร่วมกับภาคีเครือข่าย 4 องค์กร ประกอบด้วย สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (มูลนิธิพัฒนาไท) สถาบันพระปกเกล้า คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ จัดสัมมนาเวทีทิศทางอนาคตประเทศไทย หัวข้อ “โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทยจากมุมมองของคนรุ่นใหม่” เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้มีส่วนร่วม ในการแสดงมุมมองแนวคิดในการพัฒนาประเทศ แบบบูรณาการ สามารถนำแผนงานที่มีอยู่มาดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยเป็นแนวคิดจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ จากทุกภาคส่วน ทั้งเครือข่ายของภาคเอกชน และภาครัฐ

การสัมมนาฯ ดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมจากเครือข่ายคนรุ่นใหม่ทั้งภาคเอกชน และภาครัฐ รวม 13 เครือข่าย จำนวน 197 คน แบ่งเป็น 3 ช่วง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ ได้เข้าใจสาระสำคัญของการจัดงานในครั้งนี้ และให้ผู้เข้าร่วมสัมมนามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นมากที่สุด การจัดทำแบบสำรวจ (Poll) และการจัดระดมสมอง (Workshop) ได้รับการสนับสนุนทางวิชาการจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

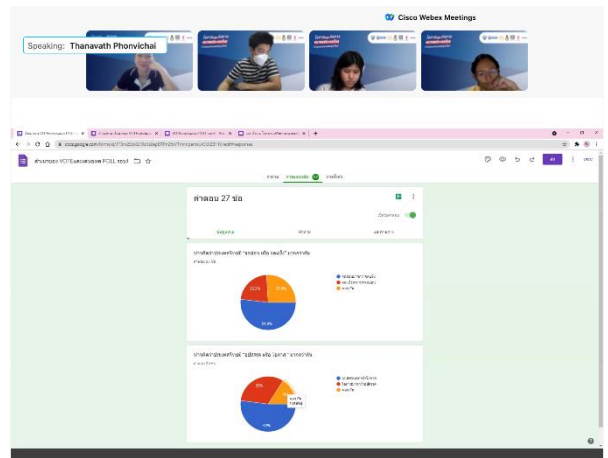
ช่วงที่ 1 การบรรยาย “โอกาสของประเทศไทย ภายหลัง COVID: Profit People Planet เติบโต อย่างยั่งยืนได้อย่างไร” โดย คุณคุณปิยะชาติ อิศรภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท แบรินด์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ปัจจุบันวิธีคิดที่คนรุ่นใหม่ คือ ธุรกิจจะสร้าง Great Impact ได้อย่างไร (Balance: Planet + People + Profit/Policy) การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ คนจะไม่ซื้อสินค้าและบริการ แต่คนจะซื้อคุณค่าและบริการผ่านการส่งมอบ สิ่งที่เรากำลังเผชิญ : R-EVOLUTION ซึ่งจะต้องมองให้ออกว่าวัฏจักร มีความเกี่ยวพันกันอย่างไร ถึงจะวางกลยุทธ์ธุรกิจได้ ที่ผ่านมาธุรกิจเติบโตมาสู่ปัญหาสิ่งแวดล้อม การสร้างความร่วมมือระหว่าง People และ Planet ผ่านการตั้งเป้าหมาย SDGs (Sustainable Development Goals) ซึ่งเป้าหมายธุรกิจปัจจุบันเปลี่ยนไป โดยเป็นการดูแลผู้คน ลูกค้า สังคม สิ่งแวดล้อม ควบคู่กัน หากธุรกิจสนใจเรื่อง People และ Planet ธุรกิจจะสามารถขายสินค้าที่มีคุณค่า ในราคาที่สูงได้ เพราะคนพร้อมจ่าย (เป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ) สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้จะสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจ จะทำอย่างไรให้ Private Sector เติบโตไปด้วยกัน ธุรกิจต้องเข้าใจเรื่อง Innovation ต้องเน้น Business + Goodness = Innovation ผู้การมี Private Sector ที่เข้มแข็ง มองเรื่องความยั่งยืนเป็นโอกาสทางธุรกิจ ลดความเสี่ยง สร้างภูมิคุ้มกันทางธุรกิจ ด้วยกลยุทธ์ ทำเพื่อสร้างความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ เราต้องเป็นคนรุ่นใหม่ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดี เป็นผู้นำที่เป็นแบบอย่างในการเปลี่ยนแปลง



ช่วงที่ 2 บรรยาย หัวข้อ “คนรุ่นใหม่ กับการสร้างอนาคตกับทิศทางประเทศไทย” โดย รศ.ดร.ธนวรรณ พลวิชัย อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โครงสร้างของประชากรปัจจุบันจะเป็น Generation Y และ Z ประชากรที่เป็น Generation Y เป็นกำลังหลักในการพัฒนาประเทศ ทุกประเทศเริ่มต้นพัฒนาเศรษฐกิจ เศรษฐกิจดีธุรกิจเติบโต สังคมจะดีตาม การพัฒนาเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม พร้อมกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหา ประเทศไทยเริ่มใส่ใจสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (เกิดแนวคิด 3P) โดยองค์การสหประชาชาติ ได้ตั้งเป้าหมาย SDGs และหลายบริษัททั่วโลกก็ให้ความสนใจ แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ประเทศไทยต้องพัฒนา ภายใต้กรอบมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน แบ่งเป็น 6 กรอบ คือ 1) ความมั่นคง 2) การสร้างความสามารถในการแข่งขัน 3) การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน 4) การสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมในสังคม 5) การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6) การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ความท้าทายของคนรุ่นใหม่เศรษฐกิจไทยเติบโตในอัตราลดลง ซึ่งตามแผนยุทธศาสตร์ชาติจะต้องเติบโตในอัตราร้อยละ 5 ต่อปี การทำการสำรวจ (Poll) ครั้งนี้ใช้หลัก Fact + Faith + Feeling โดยแบ่งออกเป็น 6 คำถาม ดังนี้

1. คิดว่าประเทศไทยมี “จุดอ่อน” หรือ “จุดแข็ง” มากกว่ากัน ผลสำรวจร้อยละ 60.9 เห็นว่าประเทศไทยมีจุดอ่อนมากกว่าจุดแข็ง
2. คิดว่าประเทศไทยมี “อุปสรรค” หรือ “โอกาส” มากกว่ากัน ผลสำรวจร้อยละ 39.8 เห็นว่ามีโอกาสมากกว่าอุปสรรค
3. คิดว่าประเทศไทยความที่จะเน้นการเติบโตไปในทิศทางใด ผลสำรวจร้อยละ 44.9 เห็นว่าควรเน้นในเรื่องเกษตรแปรรูป
4. คิดว่าประเทศไทยควรเน้นอุตสาหกรรมทางด้านใด สำหรับอนาคตของประเทศไทย ผลสำรวจร้อยละ 39.7 เห็นว่าควรเน้นในเรื่องเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
5. คิดว่าใน 6 เรื่องตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ข้อใดมีความสำคัญที่สุด ผลสำรวจร้อยละ 44.6 การพัฒนาและเสริมศักยภาพคน

6. คิดว่าใน 10 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ข้อใดมีความสำคัญที่สุด ผลสำรวจ
ร้อยละ 32.3 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์



ช่วงที่ 3 การระดมสมอง (Workshop) : ออกแบบ อนาคตไทย ด้วยกระบวนการคิดเชิงการออกแบบ โดย รศ.ดร.เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ ที่ปรึกษาประจำสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เป็นการระดมสมองในรูปแบบ Design Thinking ให้กลุ่มผู้แทนคนรุ่นใหม่จากองค์กรเครือข่าย เข้ามาเสนอความคิดเห็นผ่านระบบ Padlet (Post-it Online) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าสัมมนาทุกคนได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีหัวข้อในการระดมสมอง 5 เรื่อง เพื่อเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประกอบด้วย

1. หัวข้อ **Product & Service for the Future** เป็นหัวข้อที่เปิดให้แสดงความคิดเห็นในเรื่องการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มมูลค่า การพัฒนาผู้ประกอบการของประเทศ และการออกแบบพัฒนา Digital Platform เพื่ออำนวยความสะดวกในอนาคต ผลจากการระดมสมองแบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- การพัฒนาสินค้าและบริการ การเข้าไปพัฒนาสินค้าชุมชน OTOP การสร้าง Storytelling การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนผ่าน Creative & culture economy/ Soft power, Content export (ภาพยนตร์, ละคร, เพลง, eSport) การพัฒนาอาหารโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งเสริมเทคโนโลยี Smart Farming และ Agri-Tech เพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมธุรกิจการแพทย์แผนไทย ให้เป็น Medical Hub เพิ่มมูลค่าให้ชาวต่างชาติเข้ามาพักอาศัยในระยะยาว
- การพัฒนาผู้ประกอบการ เน้นการพัฒนาคนซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญให้ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็ง โดยการพัฒนาตั้งแต่ฐานรากคือการพัฒนาระบบการศึกษาตั้งแต่เริ่มต้น และจัดให้มีการ Re-Skill, Up-Skill กับแรงงานให้เพิ่มมากขึ้น สิทธิประโยชน์และการสนับสนุนจากรัฐ การส่งเสริมผู้ประกอบการ Start Up การสร้าง Ecosystem ให้กับผู้ประกอบการ รวมทั้งการแก้ไขปัญหากฎหมาย

และระเบียบต่างๆ สนับสนุนแหล่งเงินทุน ในกลุ่มธุรกิจรายย่อย ให้เอื้อกับการดำเนินธุรกิจ

- **การพัฒนา Digital Platform** สนับสนุนและให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีการออกแบบ Platform เพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และเชื่อมโยงกับการเกษตร เพิ่มผลผลิต และสามารถทำให้ผลผลิตมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2. หัวข้อ **People for the Future** การมองทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่ควรจะต้องมีการเตรียมวางแผนการพัฒนา ทั้งในเรื่องการศึกษา การพัฒนาความสามารถ Reskill, Upskill การพัฒนาบุคลากรในองค์กร รวมถึงการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long Learning) การพัฒนามนุษย์ถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศ ผลจากการระดมสมอง แบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- **การศึกษา** เป็นรากฐานของการพัฒนาคน ควรมีการปรับปรุงแนวคิดแบบเดิม พัฒนาบุคลากรครู กระบวนการเรียนการสอน ปรับโครงสร้างระบบการศึกษา ให้คนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ สร้างทางเลือกที่หลากหลายและเหมาะสม โอกาสในการเข้าถึงแหล่งความรู้ที่เท่าเทียมกัน สร้างครูที่มีคุณภาพ มาเป็นผู้ให้ความรู้ ออกจากกรอบความคิดเดิมๆ และปรับผลตอบแทนวิชาชีพครู เน้นจริยธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ สนับสนุน พึงพา สานประโยชน์ คิดถึงส่วนรวม และมีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งจะต้องเชื่อมโยง Competency พัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่ตอบโจทย์การอุตสาหกรรมในอนาคต สร้างครู สร้างคน ที่เหมาะสมกับทักษะ ความรู้ อุตสาหกรรมในอนาคต
- **การพัฒนาทักษะ** ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะการทำงาน ทักษะที่ใช้ในการดำเนินชีวิต และการพัฒนาตัวเองเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น SMART EQ&IQ, Resilience skill, Critical Skill, Logical Skill, Digital Literacy, Collaboration, Multi skills ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในองค์กร ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกัน การเรียนรู้ในรูปแบบ Life – Long Learning สนับสนุนการศึกษาทุกช่วงวัย ผลักดันทักษะที่ตอบโจทย์กับบริบทการเปลี่ยนแปลง ทุนช่วงวัย
- **การส่งเสริมคน** ควรมีการส่งเสริมคนเก่งที่มีความซื่อสัตย์ มีจริยธรรม ความรับผิดชอบ คิดถึงส่วนรวมให้เติบโตในองค์กร หน่วยงาน เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับคนรุ่นต่อไป การลดช่องว่างระหว่างวัยเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ลดการทำรายงานประเมินผล เน้นการสื่อสารแลกเปลี่ยนให้เกิดประสิทธิภาพ

3. หัวข้อ **Connect to the World** การเชื่อมโลกเป็นสิ่งที่จำเป็นอีกอย่างหนึ่งของการพัฒนาประเทศ ให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักได้มากขึ้น ผ่านสิ่งที่มี เช่น การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ บริการ วัฒนธรรม ให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ผลจากการระดมสมอง แบ่งเป็น 5 ข้อ ดังนี้

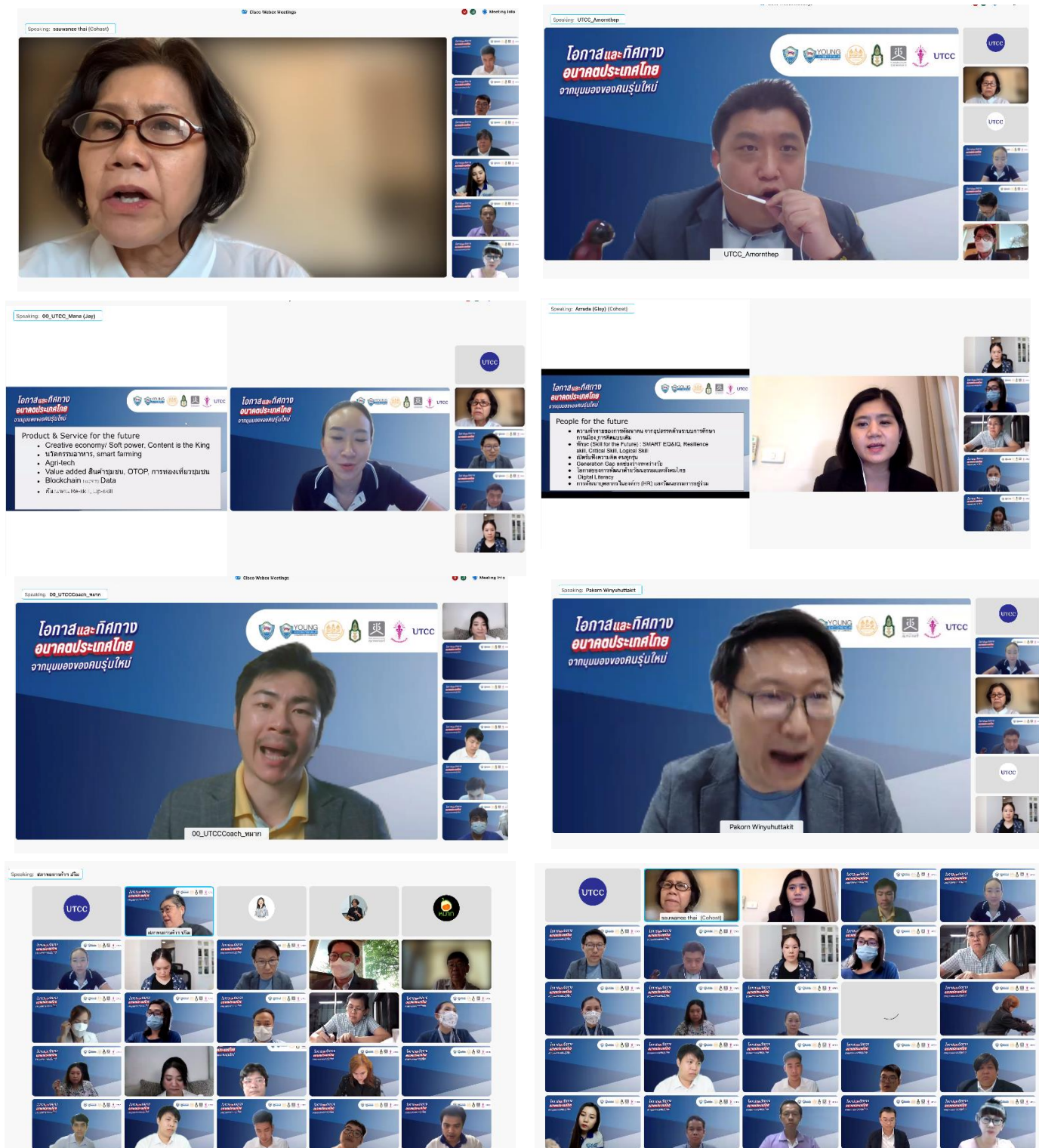
- **การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี** เทคโนโลยีทำให้โลกไร้พรมแดน ใช้เทคโนโลยีติดต่อกันง่ายขึ้น ต้องมีแผนผลักดันให้ประเทศไทยเข้าสู่ Global Citizen และเชื่อมเป็น Global Supply Chain ทำให้ไทยมีส่วนร่วม Global Supply Chain และการพัฒนาระบบ E-commerce
- **ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ** โดยเพิ่มการทำ ยุทธศาสตร์ความร่วมมือ (Strategic Partnership) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศให้มากขึ้น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศ ASEAN Synergy ที่ทำร่วมอยู่ในเวทีโลกหลายเวที รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย ผลักดันประเทศให้เป็นที่รู้จักในทางที่ดีมากขึ้น
- **ความชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจ ใน value chain ที่น่าสนใจ** โดยเฉพาะธุรกิจที่ส่งออกเกี่ยวกับวัฒนธรรม วัตถุดิบ อาหาร และอุตสาหกรรมอื่นๆ Thailand to have a "clear" global role, Kitchen of the World, Wellness Hub ให้มีการสำรวจความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และเร่งปรับตัวเพื่อไปอยู่ใน Supply Chain ที่กำลังปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว การจัดการพัฒนาบุคลากร Upskill Reskill เพื่อพัฒนาเป็นแรงงานคุณภาพสูง
- **การพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน Ease of Doing Business** ซึ่งจะเปิดโอกาสให้ประเทศมีความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นการอำนวยความสะดวกจึงจำเป็นมากในการพัฒนา E-Service การส่งเสริม Thailand 4.0 / Digital Government จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับประเทศอื่นได้มากขึ้น ลดข้อจำกัด ขั้นตอนทางกฎหมาย แก่กฎระเบียบที่ล้าหลัง ยกเลิกกฎหมายเก่าที่ไม่มิประโยชน์ เพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการ
- **การพัฒนาคนและโครงสร้างพื้นฐาน** โดยต้องสร้างคนที่มี Global Mindset และมีความสามารถ ด้านภาษา เพิ่มความสามารถการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน พัฒนาด้านการศึกษาให้ตอบสนองกับสถานการณ์ปัจจุบัน การดึงความสามารถของคนมาใช้พัฒนาประเทศ

4. หัวข้อ **Social Issues in the Future** ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม การกระจายรายได้ ความยากจนข้ามรุ่น และความคุ้มครองทางสังคม ผลจากการระดมสมอง แบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- **ความเท่าเทียม** ไม่มีความเหลื่อมล้ำ มีความเป็นธรรม การบังคับใช้กฎหมาย ด้านเพศ วัย ที่เท่าเทียมกัน
- **ความเสมอภาค** การเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน ยอมรับความแตกต่าง แต่ไม่แตกแยก เน้นความสุขมากกว่าเงิน สังคมที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ของคนต่างวัยได้ มีพื้นที่สาธารณะให้ทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน
- **ความปลอดภัย** ไม่มีความรุนแรง มีความสมานฉันท์ สังคมที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกระดับ ลดปัญหาการคอร์รัปชันในสังคมให้ได้ ดูแลเอาใจใส่ ฟังพากัน

5. หัวข้อ **Our Planet in the Future** การพัฒนาเศรษฐกิจ ความเจริญปัจจุบัน จะต้องมีการพัฒนา และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ผลจากการระดมสมอง แบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- **ความต้องการ** การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การมีแหล่งน้ำ อากาศ ที่สะอาดปราศจากมลพิษ การลดขยะ ลดการใช้พลาสติก และสารเคมี
- **ปัญหา** การสร้างการตระหนักรู้ถึงผลกระทบ ให้กับประชาชน และการเพิ่มการมีส่วนร่วมกับภาคเอกชน ซึ่งที่ผ่านมาขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง นโยบายบังคับใช้ไม่จริงจัง ขาดงบประมาณและขาดความร่วมมือจากทุกภาคส่วน
- **แนวทางแก้ไข** การปลูกฝังความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่เด็ก ตั้งแต่ที่บ้าน โรงเรียน การร่วมมือทำอย่างจริงจัง จากทุกส่วน เริ่มจากจุดเล็ก ๆ ก่อน การออกกฎหมาย ข้อบังคับควรเพิ่มบทลงโทษ และบังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม มาตรการช่วยเหลือทางภาษี เช่น Carbon credit



บทสรุป จากการสัมมนา ในครั้งนี้ กลุ่มคนรุ่นใหม่จากทุกภาคส่วนได้มีการร่วมมือกันระดมสมอง แนวคิด วิธีการในการสนับสนุน ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม โดยสิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน จากทั้ง 5 หัวข้อ จากผลสำรวจร้อยละ 81.4 คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ **People for the Future** เพราะเชื่อว่าเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศได้อย่างมั่นคง และยั่งยืน

**โอกาสและทิศทาง
อนาคตประเทศไทย**
จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

ผลสรุปการจัดงาน

สัมมนาเวทีทิศทางอนาคตประเทศไทย ครั้งที่ 4

“โอกาสและทิศทางอนาคตประเทศไทยจากมุมมองของคนรุ่นใหม่”

วันที่ 29 ตุลาคม 2564

โดย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่

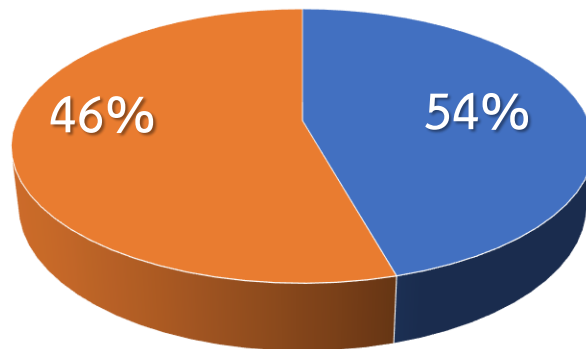


YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

เครือข่ายเข้าร่วม



■ เครือข่ายภาคเอกชน

■ เครือข่ายภาครัฐ

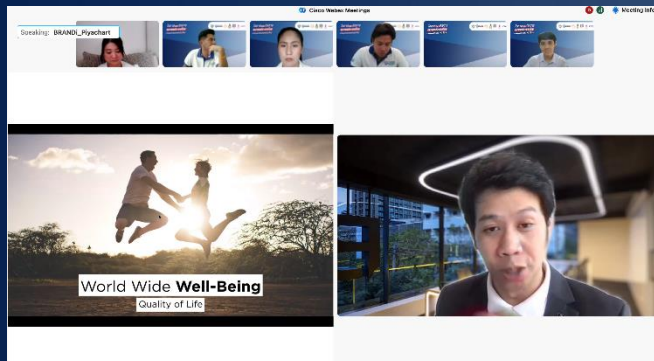
โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC



กล่าวเปิดการสัมมนา

โดย คุณปริม จิตจรุงพร

ประธานคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC
หอการค้าไทย

บรรยาย “โอกาสของประเทศไทย ภายหลัง COVID : Profit People Planet เต็มโต อย่างยั่งยืนได้อย่างไร” โดย คุณคุณปิยะชาติ อิศรภักดี
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บจ. แบรินดิ คอร์ปอเรชัน จำกัด

- วิธีคิดที่คนรุ่นใหม่ คือ ธุรกิจจะสร้าง Great Impact เน้นเรื่อง (Balance: Planet + People + Profit/Policy)
- ธุรกิจต้องเข้าใจเรื่อง Innovation ต้องเน้น Business + Goodness = Innovation
สู่การมี Private Sector ที่เข้มแข็ง

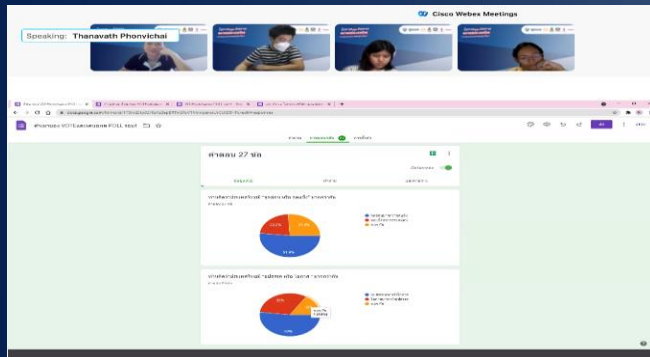
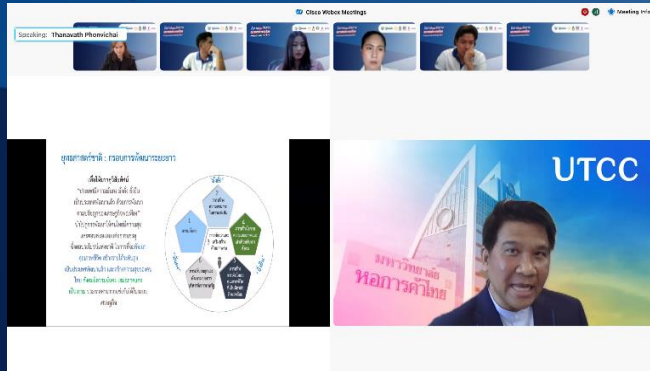
โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC



บรรยาย หัวข้อ “คนรุ่นใหม่กับการสร้างอนาคตกับทิศทางประเทศไทย” โดย รศ.ดร.ธนวรรณ พลวิชัย อธิการบดีมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

- โครงสร้างของประชากรปัจจุบันจะเป็น Generation Y และ Z ประชากรที่เป็น Generation Y เป็นกำลังหลักในการพัฒนาประเทศ
- แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ประเทศไทยต้องพัฒนา ภายใต้กรอบมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน แบ่งเป็น 6 กรอบ คือ 1) ความมั่นคง 2) การสร้างความสามารถในการแข่งขัน 3) การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน 4) การสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมในสังคม 5) การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6) การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
- ความท้าทายของคนรุ่นใหม่เศรษฐกิจไทยเติบโตในอัตราลดลง ซึ่งตามแผนยุทธศาสตร์ชาติจะต้องเติบโตในอัตราร้อยละ 5 ต่อปี
- ได้มีการจัดทำ Poll สำรวจในการสัมมนา ผลมีดังนี้

โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



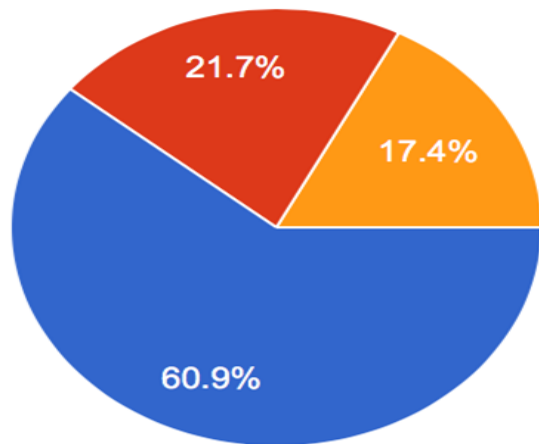
YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

ท่านคิดว่าประเทศไทยมี “จุดอ่อน หรือ จุดแข็ง” มากกว่ากัน

92 responses



- จุดอ่อนมากกว่าจุดแข็ง
- จุดแข็งมากกว่าจุดอ่อน
- พอๆ กัน

โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



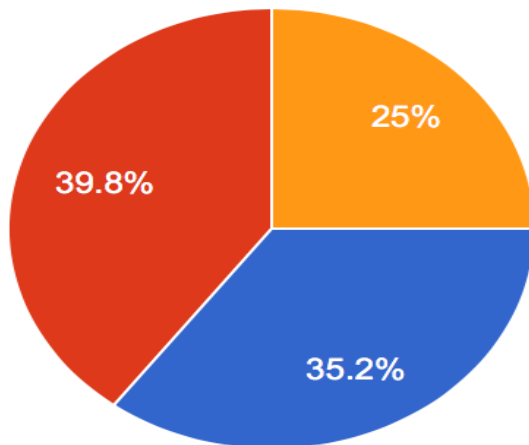
YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

ท่านคิดว่าประเทศไทยมี “อุปสรรค หรือ โอกาส” มากกว่ากัน

88 responses



- อุปสรรคมากกว่าโอกาส
- โอกาสมากกว่าอุปสรรค
- พอๆ กัน

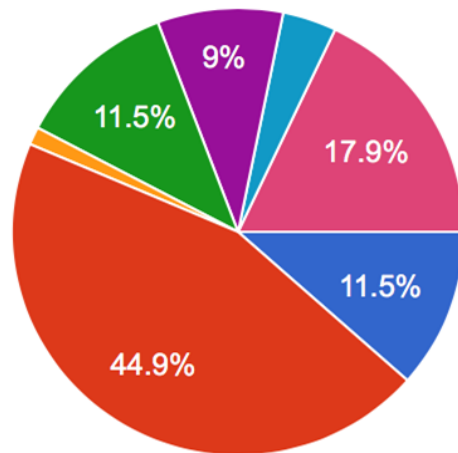
โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



UTCC

ท่านคิดว่าประเทศไทยควรที่จะเน้นการเติบโตไปในทิศทางใด

78 responses



- เกษตรกรรม
- เกษตรแปรรูป
- อุตสาหกรรมขั้นต้น (ใช้แรงงานเป็นหลัก)
- อุตสาหกรรมขั้นกลาง (ใช้เทคโนโลยีขั้นต้น)
- อุตสาหกรรมขั้นสูง (ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง)
- บริการที่ไม่เน้นเทคโนโลยี (เช่น การท่องเที่ยว)
- บริการที่เน้นการใช้เทคโนโลยี (เช่น บริการเทคโนโลยีต่างๆ การเงิน)

โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



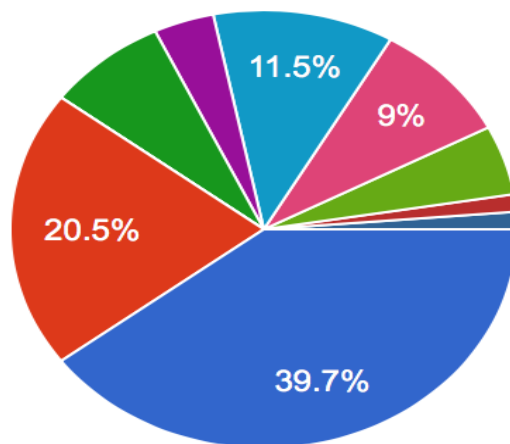
YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

ท่านคิดว่าประเทศไทยควรเน้นอุตสาหกรรมทางด้านใด สำหรับอนาคตของประเทศไทย

78 responses



- เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
- ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ยานยนต์
- แปรรูปอาหาร
- อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
- การแพทย์ครบวงจร
- อุตสาหกรรมดิจิทัล
- การบินและโลจิสติกส์

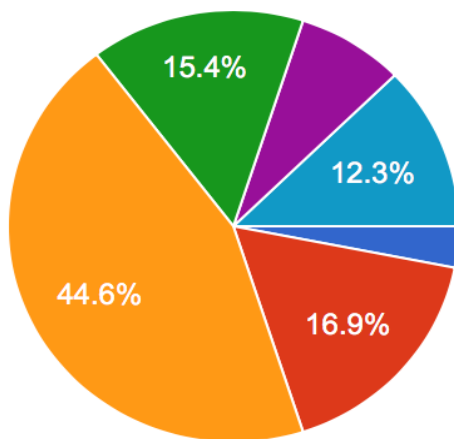
โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



UTCC

ท่านคิดว่าใน 6 เรื่องนี้ในการพัฒนาประเทศเรื่องใดมีความสำคัญที่สุด (โปรดเลือก 1 ข้อ)

65 responses



- ความมั่นคง
- การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- การพัฒนาและเสริมศักยภาพคน
- ความเท่าเทียมและเสมอภาคทางสังคม
- การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็น...
- การปรับสมดุลและการพัฒนาระบบบริหาร...

โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



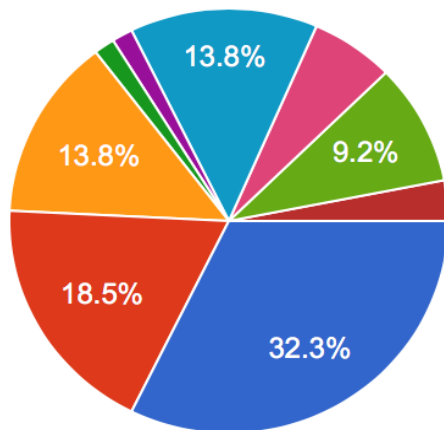
YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

ท่านคิดว่าใน 10 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ข้อใดมีความสำคัญที่สุด (โปรดเลือก 1 ข้อ)

65 responses



- การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
- การสร้างความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำ...
- การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและ...
- การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อกา...
- การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการ...
- การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันกา...
- การพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานและระบบ โลจิส...
- การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย แ...

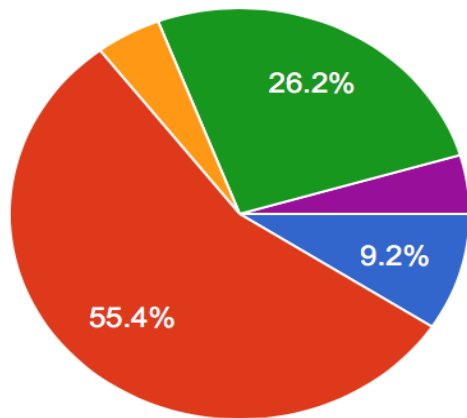
โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



UTCC

ท่านคิดว่าประเทศไทยต้องมีการพัฒนาเรื่องใดมากที่สุด สำหรับโอกาสที่ประเทศไทยจะเติบโตในอนาคต โปรดเลือกตอบเพียงข้อเดียว

65 responses



- Product/ Service for the Future (การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ)
- People for the Future (การพัฒนาคน)
- Connect to the World to the Future (การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ)
- Social Issues in the Future (การสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับป...
- Our Planet in the Future (การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่างๆ...
- อื่นๆ

โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE

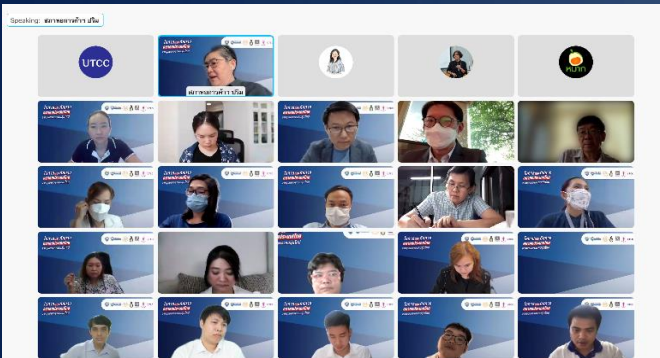
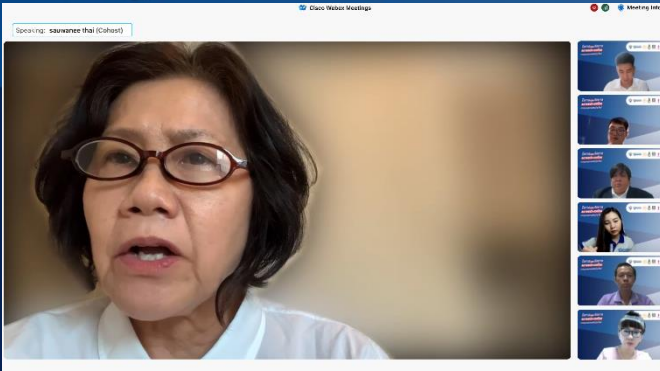


UTCC

การระดมสมอง (Workshop) : ออกแบบ อนาคตไทย ด้วยกระบวนการ
คิดเชิงการออกแบบ โดย รศ.ดร.เสาวนีย์ ไทยรุ่งโรจน์
ที่ปรึกษาประจำสภามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

การระดมสมองในรูปแบบ Design Thinking ให้กลุ่มผู้แทนคนรุ่นใหม่จากองค์กร
เครือข่าย เข้ามาเสนอความคิดเห็นผ่านระบบ Padlet (Post-it Online) เพื่อเปิด
โอกาสให้ผู้เข้าสัมมนาทุกคนได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีหัวข้อในการ
ระดมสมอง 5 เรื่อง เพื่อเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประกอบด้วย

- ✓ Product & Service for the Future
- ✓ Social Issues in the Future
- ✓ People for the Future
- ✓ Our Planet in the Future
- ✓ Connect to the World



โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่

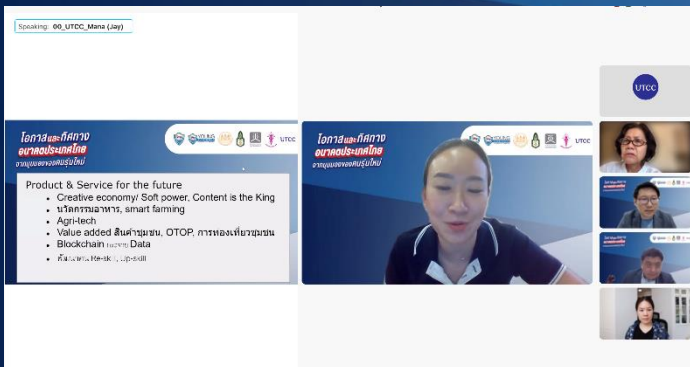


UTCC

Product & Service for the Future

เป็นหัวข้อที่เปิดให้แสดงความเห็นในเรื่องการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มมูลค่า การพัฒนาผู้ประกอบการของประเทศ และการออกแบบพัฒนา Digital Platform เพื่ออำนวยความสะดวกในอนาคต ผลจากการระดมสมอง แบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- การพัฒนาสินค้าและบริการ
- การพัฒนาผู้ประกอบการ
- การพัฒนา Digital Platform



โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE

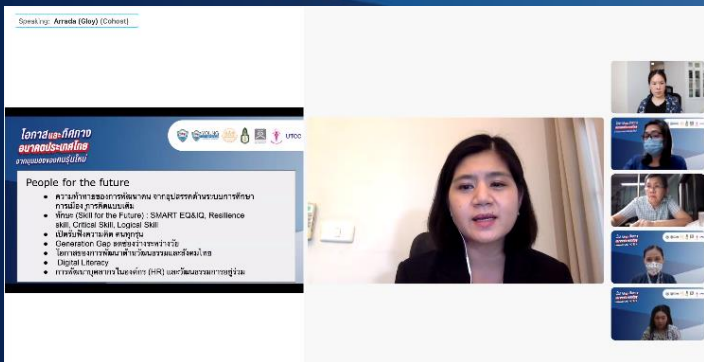


UTCC

People for the Future

การมองทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่
จะต้องมีการเตรียมวางแผนการพัฒนา ทั้งในเรื่องการศึกษา
การพัฒนาความสามารถ Reskill, Upskill การพัฒนาบุคลากรใน
องค์กร รวมถึงการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long
Learning) การพัฒนามนุษย์ถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนา
ประเทศ ผลจากการระดมสมอง แบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- การศึกษา
- การพัฒนาทักษะ
- การส่งเสริมคน



โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

Connect to the World

การเชื่อมโลกเป็นสิ่งที่จำเป็นอีกอย่างหนึ่งของการพัฒนาประเทศ ให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักได้มากขึ้น ผ่านสิ่งที่มี เช่น การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ บริการ วัฒนธรรม ให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ผลจากการระดมสมองแบ่งเป็น 5 ข้อ ดังนี้

- การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ
- ความชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจใน value chain
- การพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน Ease of Doing Business
- การพัฒนาคนและโครงสร้างพื้นฐาน



โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

Social Issues in the Future

เป็นการแลกเปลี่ยนความเห็นเรื่องปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม การกระจายรายได้ ความยากจนข้ามรุ่น และความคุ้มครองทางสังคม ผลจากการระดมสมอง แบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- ความเท่าเทียม
- ความเสมอภาค
- ความปลอดภัย



โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE

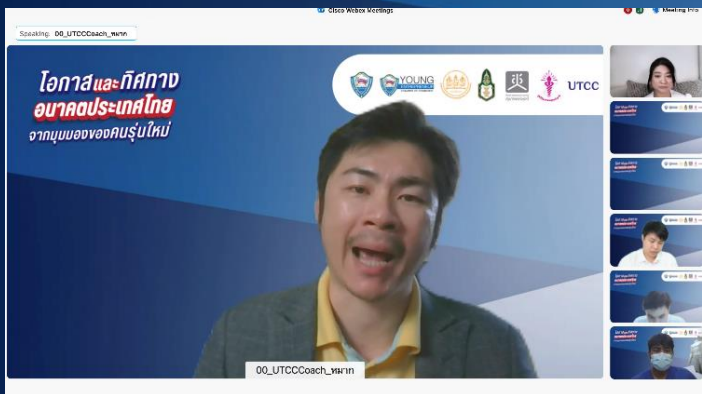


UTCC

Our Planet in the Future

การพัฒนาเศรษฐกิจ ความเจริญปัจจุบัน จะต้องมีการพัฒนาและ
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ผลจากการระดมสมอง
แบ่งเป็น 3 ข้อ ดังนี้

- ความต้องการ
- ปัญหา
- แนวทางแก้ไข



โอกาสและทิศทาง อนาคตประเทศไทย จากมุมมองของคนรุ่นใหม่



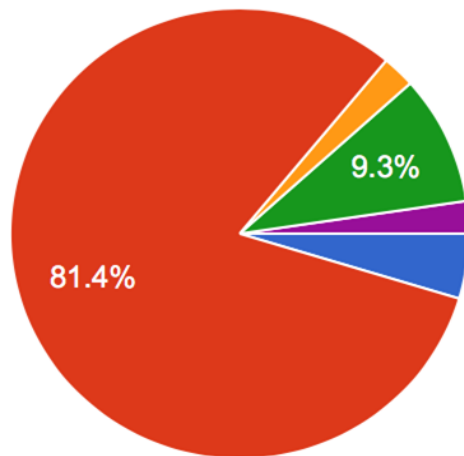
YOUNG
ENTREPRENEUR
CHAMBER OF COMMERCE



UTCC

ท่านคิดว่าข้อใด คือ อนาคตของประเทศไทย และจำเป็นต้องขับเคลื่อนให้เร็วที่สุด

43 responses



- Product / Service for the Future
- People for the Future
- Connect to the World
- Social Issues in the future
- Our Planet of the Future

Connect the dots
DESIGN
THE FUTURE
รวมพลัง สร้างสรรค์ อนาคต