

คำถามและคำตอบจากงานสัมมนา

“ทิศทางเศรษฐกิจและการส่งออกของประเทศไทยในช่วงครึ่งปีหลัง”

วันพุธที่ 19 กรกฎาคม 2549 เวลา 12.00-17.00 น.

ณ ห้องบางกอก คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว

คำตอบจากหน่วยงานของ Exim Bank

1. สถานที่ใดที่รับรองคุณภาพการผลิตที่ไม่ใช่ ISO 9000 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง

ตอบ การผ่านการรับรองมาตรฐานเป็นเสมือนการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ที่ติดต่อทำธุรกรรมด้วย ประกอบกับ มาตรฐานแต่ละชนิดมีรายละเอียดการรับรองที่แตกต่างกัน การเลือกขอรับรองมาตรฐานจึงควรคำนึงถึงชื่อเสียงและการยอมรับมาตรฐานนั้น ๆ ในสายตาของผู้ที่ติดต่อทำธุรกรรม อาทิ ผู้ซื้อสินค้า เป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ไม่ต้องการขอรับรองมาตรฐาน ISO 9000 ควรศึกษาความแตกต่าง รวมถึงต่อรองขอใช้ มาตรฐานอื่น หากมาตรฐานดังกล่าวไม่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ หรือผู้ที่ติดต่อทำธุรกรรมด้วย

สำหรับมาตรฐานที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกับมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9000 ได้แก่ Balance Scorecard, HACCP, GMP, TQM เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ มาตรฐานต่าง ๆ ได้ที่สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ 02-617-1723-36 http://www.masci.or.th/about_us.php และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โทรศัพท์ 02-202-3301-4 http://www.tisi.go.th/index_t.html

2. Service Provider น่าจะช่วยให้ผู้ประกอบการได้มาก แต่ไม่ทราบว่าจะมีค่าใช้จ่ายประมาณกี่เปอร์เซ็นต์

ตอบ ค่าใช้จ่ายของ Service Provider แตกต่างกันไปตามประเภทสินค้า รวมถึงบริการที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ ซึ่งจากการสอบถามผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยจำนวน 235 บริษัท ในงานวิจัยเรื่อง "ต้นทุนด้านโลจิสติกส์สำหรับอุตสาหกรรมส่งออกไทย" ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ ยอดขายเฉลี่ยของอุตสาหกรรมอาหารอยู่ที่ประมาณร้อยละ 6.47

สำหรับต้นทุนการให้บริการ Service Provider ประเภทอื่น อาทิ หน่วยงานตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้า และบรรษัทฯ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ทั้งประเภทสินค้าส่งออก มาตรฐานสินค้าที่ตลาดส่งออก กำหนด ไปจนถึงคุณภาพบริการที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ จึงไม่มีประมาณการสัดส่วนต้นทุนโดยรวมของ อุตสาหกรรม เนื่องจากค่าประมาณการอาจไม่สะท้อนภาพที่แท้จริง

คำตอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

➤ **ถาม** **อยากทราบรายชื่อผู้นำเข้าที่แท้จริงในแต่ละประเทศธุรกิจ แลพบประเทศอเมริกาได้ ต้องติดต่อที่ไหนอย่างไร**

ตอบ ผู้ประกอบการสามารถค้นหารายชื่อผู้นำเข้าของแต่ละประเทศได้จาก Website ที่เกี่ยวข้อง อาทิ Website ของ Exim Bank ในหัวข้อ Importer Lists ซึ่งได้รวบรวม Web Link ที่น่าสนใจแสดงรายชื่อผู้นำเข้าของประเทศต่างๆไว้ นอกจากนี้ท่านสามารถสอบถามข้อมูลโดยตรงได้ที่ กรมส่งเสริมการส่งออก ถนนรัชดาภิเษก โทร. 02-5115066-77 หรือ DEP Call 1169

➤ **ถาม** **ปัญหา AD สับปรดกระป๋องไทยกับ USA ทางกรมมีการแก้ไข และช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยอย่างไร**

ตอบ รายละเอียดเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ และมาตรการทางการค้า จากสำนักมาตรการปกป้องและตอบโต้ทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศกระทรวงพาณิชย์

http://www.dft.moc.go.th/the_files/%24%2411/level4/AGRI/a_vegetable_fruit.htm

➤ **ถาม** **ศูนย์กระจายสินค้ามีอยู่ที่แห่ง ถ้าต้องการใช้บริการศูนย์กระจายสินค้า ต้องติดต่ออย่างไร**

ตอบ การสนับสนุนช่องทางการกระจายสินค้า และการบริการของศูนย์กระจายสินค้า มีรายละเอียดปลีกย่อยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการต่างๆทาง Logistics ซึ่งท่านสามารถสอบถามได้ทาง สำนักกระจายสินค้าไทย กรมส่งเสริมการส่งออก โทรศัพท์ 02-5115066-77 ต่อ 504 / 612 / 614 / 644

➤ **ถาม** **ยุทธศาสตร์ในการตั้ง Regional Hub และหน้าที่ในการช่วยเหลือผู้ประกอบการ**

ตอบ ข้อมูลเกี่ยวกับ **รายละเอียดโครงการ Regional Hub เพื่อการรุกและรักษาตลาด** จากสำนักงานยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ดังนี้

กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุกเน้นการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ (Hub) ของภูมิภาคและเป็นประตูการค้า (Gate way) ของภูมิภาคอาเซียน (ASEAN) โดยได้กำหนดให้มีศูนย์ภูมิภาค (Regional Hub) ประจำภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก เพื่อเป็นเครือข่ายสนับสนุนและเชื่อมโยงการค้าดำเนินงานให้สอดคล้องกับประเด็นสำคัญ (Emerging Issues) ของภูมิภาคนั้นๆ ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายในการนำเงินรายได้เข้าสู่ประเทศเพื่อมาพัฒนาและยกระดับสถานะของเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศให้แข็งแกร่งอย่างยั่งยืน โดยมีลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. การขยายภารกิจเชิงรุกเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กระแสพลวัตของโลกาภิวัตน์มีผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศของประเทศหรือภูมิภาคต่างๆ อย่างไร้พรมแดน การเปลี่ยนแปลงในประเทศหรือภูมิภาคในโลกล้อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กระทรวงพาณิชย์จึงจำเป็นต้องปรับยุทธศาสตร์เชิงรุกและขยายภารกิจรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อมิให้ตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบประเทศคู่แข่งที่กำลังมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น อาทิ จีน อินเดีย เวียดนาม กลุ่มประเทศ CIS เป็นต้น

การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ใหม่ของกระทรวงพาณิชย์ได้มุ่งเฉพาะการส่งออกสินค้าและบริการเพียงอย่างเดียว แต่จะครอบคลุมถึงการพัฒนา ยกกระตือรือร้น ผลักดัน และขยายตลาดการค้าและธุรกิจของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยเน้นการประกอบธุรกิจและบริการระหว่างประเทศของไทย การสรรหาและเชื่อมโยงกับแหล่งทรัพยากรที่เหมาะสมของโลก การสร้างเครือข่ายกระจายสินค้าไทยในต่างประเทศ เป็นต้น

2. กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการจัดตั้งศูนย์ภูมิภาค (Regional Hub) จำนวน 6 ศูนย์ ได้แก่ ภูมิภาคอเมริกาเหนือ ยุโรป เอเชียตะวันออก อาเซียน จีน และอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดสำคัญ (ตลาดอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชียตะวันออก) และตลาดที่ไทยต้องเร่งดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อขยายผลประโยชน์จากการจัดทำเขตการค้าเสรี (จีน อินเดียและอาเซียน) โดยกระทรวงพาณิชย์ได้มีการหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนรวมทั้งเจ้าหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์ที่ประจำอยู่ในทุกภูมิภาค (เมื่อวันที่ 14-15 ธันวาคม 2548) และได้ร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์การขยายการค้าและธุรกิจไทยของแต่ละภูมิภาค

3. แผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ของศูนย์ภูมิภาค ประกอบด้วย 9 แผนยุทธศาสตร์ ได้แก่

1) การจัดทำเขตการค้าเสรี (FTA) 2) การสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจ/หุ้นส่วนเศรษฐกิจ (Economic Cooperation/Partnership) 3) การปกป้องผลประโยชน์ทางการค้า (Trade Measure) 4) อำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facility) 5) การส่งเสริมธุรกิจการค้า (Business Promotion) 6) การสรรหาและเชื่อมโยงทรัพยากรจากต่างประเทศ (Global Sourcing) 8) การเสริมสร้างสมรรถนะด้านการค้า (Capacity Building) ทั้งนี้จะมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน (Monitoring and Evaluation) โดย Regional Leader และหน่วยงานส่วนกลาง เพื่อติดตามและปรับแผนยุทธศาสตร์ให้ยืดหยุ่นตามสถานการณ์

4. กลไกการทำงานของศูนย์ภูมิภาค (Regional Hub) กระทรวงพาณิชย์ได้แต่งตั้งหัวหน้าคณะทำงานผู้รับผิดชอบภารกิจด้านต่างประเทศประจำภูมิภาค (Regional Leader) ปฏิบัติงานอยู่ที่กรุงเทพฯ และหัวหน้าคณะดำเนินงานด้านต่างประเทศประจำภูมิภาค (Regional Manager) ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานในต่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายการดำเนินงานเพื่อรักษาและขยายตลาดธุรกิจการค้าระหว่างประเทศไทยในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก

Regional Leader จะประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการค้าและการขยายธุรกิจของไทยในภูมิภาคนั้นๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการค้าและการขยายธุรกิจของไทยในภูมิภาคนั้นๆ รวมทั้งเป็นแกนกลางในการผลักดัน ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ที่กำหนด ทั้งนี้ Regional Manager จะเป็นแกนกลางที่เชื่อมโยงการดำเนินงานภายในภูมิภาคที่ประจำอยู่และวางแผนการปฏิบัติงานร่วมกับหัวหน้าสำนักงานในต่างประเทศ (Country Man) โดยหัวหน้าสำนักงานในต่างประเทศจะหารือกับทูต CEO ของทีมประเทศไทยในประเทศที่ประจำอยู่ เพื่อกำหนดแผนปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของไทยในประเทศนั้นๆ และยุทธศาสตร์ของศูนย์ภูมิภาค

ศูนย์ภูมิภาคจะดำเนินการในลักษณะเชื่อมโยง (Matrix) ระหว่างการทำงานตามยุทธศาสตร์ (Agenda Base) การทำงานตามภารกิจ (Function Base) และการทำงานตามพื้นที่ (Area Base) โดยระดมทรัพยากรจากทุกภาคส่วน และบูรณาการ งบประมาณ บุคลากรและทรัพยากรของหน่วยงานในส่วนกลาง (สำนักงานปลัดกระทรวง กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และกรมการค้าต่างประเทศ) และหน่วยงานในต่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ เป็นการลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงานและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของประเทศ

กระทรวงพาณิชย์กำหนดให้เร่งดำเนินการตามยุทธศาสตร์และภารกิจใหม่ที่ปรับขยายเพิ่มขึ้นตั้งแต่เดือนมกราคม 2549 เป็นต้นไป เพื่อให้ทันกับกระแสโลกาภิวัตน์และป้องกันมิให้ไทยต้องสูญเสียส่วนแบ่งตลาดธุรกิจการค้าต่างประเทศให้แก่ประเทศคู่แข่ง จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ Regional Hub เพื่อการรุกและรักษาตลาดการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ ระยะ 5 ปี ระหว่างปี 2549-2553 รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 2,740,340,000 บาท (สองพันเจ็ดร้อยสี่สิบล้านสามแสนสี่หมื่นบาทถ้วน) ดังนี้

4.1 ปี 2549 ขอเบิกจ่ายจากเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นจำนวน 250 ล้านบาท (สองร้อยห้าสิบล้านบาท) สำหรับดำเนินการเชิงรุกที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของภูมิภาคและไม่ซ้ำซ้อนกับแผนงาน/โครงการของกรมที่มีภารกิจเกี่ยวข้อง

4.2 ปี 2550-2553 เบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายประจำปี จำนวน รวม 2,490.34 ล้านบาท (สองพันสี่ร้อยเก้าสิบล้านสามแสนสี่หมื่นบาทถ้วน) สำหรับดำเนินการเชิงรุกที่เป็นบูรณาการและเชื่อมโยงการทำงานของกรมที่มีภารกิจเกี่ยวข้อง โดยสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์และยุทธศาสตร์ของศูนย์ภูมิภาค

ค่าใช้จ่ายของโครงการฯ แยกตามภูมิภาค (หน่วย : ล้านบาท)

ศูนย์ภูมิภาค	2549★	2550	2551	2552	2553	2550-2553	รวมทั้งสิ้น
1. อเมริกาเหนือ	30.00	69.00	75.90	83.49	91.84	320.23	350.23
2. ยุโรป	30.00	70.00	77.00	84.70	93.17	324.87	354.87
3. เอเชียตะวันออก	40.00	66.43	74.14	83.30	94.90	318.77	358.77
4. อาเซียน	50.00	100.00	110.00	121.00	133.10	464.10	514.10
5. จีน	70.00	175.50	193.05	212.36	233.59	814.50	884.50
6. อินเดีย	30.00	46.57	51.23	56.36	61.99	216.15	246.15
7. การติดตาม ประเมินผล ทุกศูนย์ภูมิภาค	-	7.93	7.93	7.93	7.93	31.72	31.72
รวมเงินทั้งสิ้น	250.00	535.43	589.25	649.14	716.52	2,490.34	2,740.34

★ ใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

5. ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินโครงการ

5.1 ไทยจะมีส่วนแบ่งตลาดการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ เพิ่มขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งตลาดการค้าของไทยในตลาดโลกเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว หรือมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันไม่น้อยกว่า 1 แสนล้านบาท รวมทั้งธุรกิจของไทยสามารถไปประกอบธุรกิจในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้ไม่น้อยกว่า 5 หมื่นล้านบาท ภายในระยะเวลา 5 ปี ทำให้ดุลการค้าระหว่างประเทศของไทยเกินดุล หรือขาดดุลน้อยลง ส่งผลให้เศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

5.2 มีศูนย์กลางและเครือข่ายการค้าในภูมิภาคใหม่ด้านธุรกิจการค้าระหว่างประเทศประจำภูมิภาคทั่วโลก เพื่อขยายตลาดการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ พัฒนา ยกระดับและผลักดันนักธุรกิจของไทยไปขยายเครือข่ายและประกอบธุรกิจในต่างประเทศ สรรหาและแสวงหาวัตถุดิบ เทคโนโลยี นวัตกรรม และบุคลากรที่เหมาะสมจากต่างประเทศ เพื่อมาใช้เป็นทรัพยากรสำหรับขยายธุรกิจการค้าระหว่างประเทศของไทย

5.3 มีเครือข่ายศูนย์ข้อมูลเชิงลึกด้านการค้าและการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกที่เชื่อมโยงกัน สามารถนำมาใช้เพื่อกำหนดมาตรการเชิงรุกที่สอดคล้องกับกระแสพลวัตของโลกาภิวัตน์ได้อย่างทันเวลาและมีประสิทธิภาพ

สำนักงานยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

22 มีนาคม 2549

