

รายงานการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมฯ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๙  
ของสำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๑ (สพต.๑)

การประชุมร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชน  
ในลักษณะคณะทำงานเฉพาะกิจ (Special Task Force: STF)

๑. ข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม

- (๑) สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- (๒) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- (๓) สภาผู้ขนส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
- (๔) สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป สมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทย และสมาคมผู้ค้าอะไหล่รถจักรยาน
- (๕) ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- (๖) สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (SACIT)
- (๗) สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (GIT)
- (๘) สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI)
- (๙) สมาพันธ์อุตสาหกรรมแห่งอินเดีย (CII)

๒. ผลจากการมีส่วนร่วม

เป็นกิจกรรมเจรจาธุรกิจที่ขับเคลื่อนร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชนหลายแห่ง ในลักษณะคณะทำงานเฉพาะกิจ (Special Task Force: STF) เพื่อรองรับสถานการณ์การค้าโลกและผลักดันการส่งออกตามนโยบาย Big Quick Win ของกระทรวงพาณิชย์ โดยได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอด ๖ เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม ๒๕๖๘ - มกราคม ๒๕๖๙

๒.๑ In-coming Trade Mission from New Delhi

กรมร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาผู้ขนส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สามสภา) จัดงานเจรจาธุรกิจภายใต้โครงการคณะผู้แทนการค้า (In-coming Trade Mission) จากกรุงนิวเดลี โดยมีการจัดประชุมวางแผนร่วมกันกับหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อเลือกสินค้ารูปแบบการจัดกิจกรรม เชิญชวนและคัดกรองผู้ส่งออกที่มีศักยภาพจาก ๓ สภา รวมทั้งสมาคมต่างๆ มาร่วมงานพิธีเปิดงานและการเจรจาธุรกิจในช่วงวันที่ ๖ - ๗ สิงหาคม ๒๕๖๘ โดยมีผู้ประกอบการอินเดียจำนวน ๒๑ ราย จาก ๕ กลุ่ม ได้แก่ วัตถุดิบผลิตอาหาร (อาทิ ข้าว ผลไม้สดและแช่แข็ง) อาหารแปรรูป อาหารและของใช้สัตว์เลี้ยง ยางพาราและผลิตภัณฑ์ อะไหล่รถยนต์และจักรยานยนต์ โดยในกลุ่มสินค้ายางพารามีผู้บริหารของสมาคมอุตสาหกรรมยางพาราของอินเดีย (All India Rubber Industries Association: AIRIA) เดินทางมาเข้าร่วมด้วย

สำหรับผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมมีจำนวน ๙๓ ราย (เป้าหมาย ๒๐ ราย) ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากภาคีต่างๆ เกิดการเจรจาธุรกิจจำนวน ๓๐๕ คู่เจรจา มีมูลค่าการค้าที่คาดว่าจะสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๘,๘๒๖,๙๔๕ เหรียญสหรัฐ (๒๘๔,๙๕๑,๔๓๘ บาท / เป้าหมาย ๒๒ ล้านบาท) ในขณะเดียวกัน การประเมินผลจากฝั่งผู้นำเข้าพบว่าผู้นำเข้าคาดว่าจะสั่งซื้อสินค้าภายใน ๑ ปี เป็นมูลค่าประมาณ ๔๗๐ ล้านบาท โดยการเจรจาธุรกิจจัดขึ้นทั้งที่กระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งการเดินทางไปเจรจาธุรกิจที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนั้นๆ ทำให้เกิดการเจรจาธุรกิจและสร้างเครือข่ายระหว่างนักธุรกิจอินเดียกับสมาคมต่างๆ นอกจากนี้ได้มีการประสานกับผู้จัดงาน Smart SME Expo เพื่อนำผู้ประกอบการอินเดียไปร่วมงานที่ศูนย์แสดงสินค้า IMPACT เมืองทองธานี โดยผู้จัดงานได้นำนักธุรกิจอินเดียไปเยี่ยมชมคูหาสินค้าอาหาร รวมทั้งธุรกิจแฟรนไชส์ต่างๆ



## ๒.๒ Outgoing Trade Mission to New Delhi

กรมได้ประสานงานกับผู้บริหารของสามสภาข้างต้น ในการจัดคณะผู้แทนการค้าไทยเดินทางไปเจรจาธุรกิจที่กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย ระหว่างวันที่ ๒๓ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘ โดยมีการประชุมวางแผนเสนอรายชื่อและคัดเลือกผู้ประกอบการร่วมกัน เพื่อไปแสดงสินค้าที่งาน World Food India มีผู้ประกอบการเข้าไทยเข้าร่วมทั้งสิ้น ๒๔ ราย แบ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหาร ๑๖ ราย อาทิ เส้นก๋วยเตี๋ยว เครื่องปรุง น้ำตาลมะพร้าว อาหารพร้อมปรุง ปลากระป๋อง ผลไม้อบแห้ง ขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่ม รวมทั้งอุตสาหกรรมสนับสนุนการผลิตอาหารอีก ๘ ราย เกิดมูลค่าการค้าภายในหนึ่งปีไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ มีการบูรณาการกับกระทรวงการต่างประเทศ โดยสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงนิวเดลี ช่วยในการจัดหาพื้นที่คูหาประเทศไทย (Thailand Pavilion) โดยที่กรมไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่และตกแต่งสถานที่



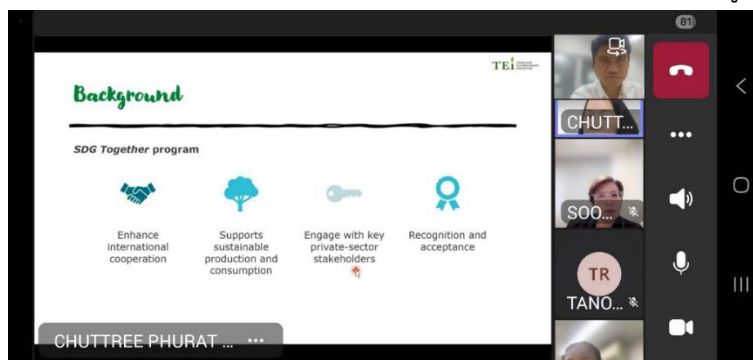
### ๒.๓ Trade Mission to Mumbai

กรมและผู้แทนจากสามสภา รวมทั้งสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ได้จัดคณะผู้บริหารและผู้แทนการค้าเดินทางเยือนเมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย ระหว่างวันที่ ๗ - ๑๐ มกราคม ๒๕๖๙ ภายใต้โครงการ SDGs Together นำโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และผู้บริหารของกระทรวงพาณิชย์ โดยในการเดินทางครั้งนี้มุ่งเน้นกลุ่มสินค้าที่ค้ำประกันสิ่งแวดล้อม/การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะสินค้าวัสดุก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพื่อรองรับโอกาสที่ขยายตัวในเขตเมืองของอินเดีย รวมทั้งสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของอินเดียในด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีผลการดำเนินการ ดังนี้

(๑) มีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพได้รับการเชิญชวนผ่านสามสภา รวมถึงสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย โดยผ่านการคัดเลือกและเดินทางไปพบปะเจรจาธุรกิจที่อินเดียจำนวน ๑๗ ราย ร่วมกับผู้ประกอบการอินเดียกว่า ๕๐ ราย เกิดยอดสั่งซื้อ ๓.๒๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ ๑๐๐ ล้านบาทภายใน ๑ ปี โดยมีสินค้าที่ได้รับความสนใจ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องนอน ห้องนั่งเล่นและห้องน้ำ ประตูเหล็ก วัสดุจากไม้ไผ่และยางรีไซเคิล และระบบระบายอากาศและทำความเย็นในอาคาร เป็นต้น นอกจากการส่งออกไปยังอินเดียแล้ว ยังมีการเจรจาที่จะนำเข้าวัตถุดิบที่จำเป็นจากอินเดีย อาทิ แร่บอกไซต์ เพื่อนำมาต่อ ยอดการผลิตเป็นอลูมิเนียมในไทยด้วย

(๒) มีการลงนามระหว่างภาคเอกชนเพื่อการยอมรับร่วมกันในมาตรฐานสินค้า โดยเป็นการลงนามระหว่างหน่วยงานตรวจรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของทั้งสองประเทศ ได้แก่ สมาพันธ์อุตสาหกรรมแห่งอินเดีย (CII) และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) นำโดยอดีตนายกรัฐมนตรีพรรคประชาธิปัตย์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการมีความตกลงยอมรับร่วมกัน (Mutual Recognition Agreement: MRA) จะทำให้คู่ค้าทั้งสองฝ่ายมีความมั่นใจในการนำสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปใช้และเป็นประโยชน์ต่อการได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารเขียว (Green Building Certification) ต่อไป รวมถึงเป็นการลดขั้นตอนและค่าใช้จ่าย เอื้ออำนวยความสะดวกในการส่งออก-นำเข้าระหว่างกัน โดยไม่ต้องมีการตรวจรับรองที่ซ้ำซ้อน

(๓) การเชื่อมโยงความร่วมมือกับเครือข่ายบริษัท Tata Group โดยเฉพาะสินค้าไลฟ์สไตล์ของไทย โดยกรมได้ประสานให้ SACIT และ GIT เข้ามามีส่วนร่วมในการเจรจาธุรกิจกับ Tata Group โดยจัดการประชุมทั้งก่อนการเดินทางและประสานงานภายหลังการเดินทางเพื่อติดตามและขยายผลให้เป็นรูปธรรม





### ๓. การนำผลการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงาน

(๑) การลดข้อจำกัดในการจัดกิจกรรมที่ไม่ได้บรรจุไว้ในแผนงาน/งบประมาณ: การแลกเปลี่ยนความร่วมมือและบูรณาการกับทีมประเทศไทย รวมถึงหน่วยงานภาคเอกชน ช่วยให้มียุทธศาสตร์มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถร่วมงานแสดงสินค้าได้โดยไม่ต้องมีแผนงานและงบประมาณที่ตั้งไว้ล่วงหน้า

(๒) การเข้าถึงผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพ: จากการวางแผนจัดงานร่วมกันกับสมาคม รวมทั้งการเชิญชวนและคัดเลือกผู้ประกอบการร่วมกัน ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาร่วมกิจกรรมของกรมมากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน การประชุมวางแผนและประเมินผลร่วมกันทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อคิดเห็นกันได้ชัดเจน

(๓) มูลค่าการเจรจาธุรกิจที่เพิ่มขึ้น: จากการที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสมาคมในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องได้เข้ามาร่วมจัดการเจรจาธุรกิจ ณ สถานที่ของตนเองด้วย ทำให้เกิดการพบปะเจรจาธุรกิจเพิ่มมากขึ้นจากที่คาดหวังไว้หลายเท่าตัว และก่อให้เกิดยอดการสั่งซื้อมากกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้มากกว่า ๑๐ เท่า ช่วยเกิดผลที่กระจายไปได้กว้างขึ้นและมีหน่วยงานช่วยในการติดตามความคืบหน้าในการเจรจา (follow-up) นอกจากนี้ การสื่อสารการจัดกิจกรรมของกรมผ่านสื่อโซเชียลของภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วมและรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของผลงาน ทำให้ข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สร้างการรับรู้และเรียนรู้ในกระบวนการจัดกิจกรรม B2B ให้แก่หน่วยงานภาคเอกชนนำไปปรับใช้

(๔) กลไกการหารือเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านมาตรฐานสินค้า: การบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชนช่วยให้การเจรจาเกี่ยวกับเกณฑ์และกระบวนการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าระหว่างหน่วยงานต่างๆ เป็นไปได้อย่างคล่องตัวและโปร่งใสมากขึ้น เนื่องจากภาคเอกชนสามารถหารือกันโดยตรงและลงลึกในรายละเอียด ในขณะที่เดียวกัน การเข้าไปสังเกตการณ์ของภาครัฐมีส่วนเพิ่มความมั่นใจว่าความตกลงร่วม (MRA) จะได้รับการยอมรับให้เป็นกติกากำหนดที่ยอมรับกันในตลาด และอาจนำไปสู่การขยายผลให้เกิดการซื้อขายกันระหว่างประเทศต่อไป

(๕) เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายสมาคมในห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศ: การเปิดโอกาสให้คลัสเตอร์ภายใต้สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้มีบทบาทเป็นเจ้าภาพรับคณะนักธุรกิจอินเดียทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารของสภาอุตสาหกรรมและสมาคมจากทั้งสองประเทศ อาทิ สมาคมอุตสาหกรรมยางพาราแห่งอินเดีย (AIRIA) กับสมาคมเทคโนโลยียางและอีลาสโตเมอร์แห่งประเทศไทย (RETA) ซึ่งจะมีความร่วมมือในการจัดงานสัมมนาและการแลกเปลี่ยนการเชิญเข้าร่วมงานแสดงสินค้าประจำปีระหว่างกัน ซึ่งการเชื่อมโยงระหว่างสมาคมอุตสาหกรรมดังกล่าว (Association to Association: A2A) จะเพิ่มช่องทางสื่อสารในห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผ่านข้อมูลข่าวสารระหว่างภาคีที่อยู่ต้นน้ำและปลายน้ำได้ใกล้ชิดมากขึ้น (Demand-driven) โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาช่องทางของภาครัฐเท่านั้น ช่วยให้เกิดการปรับตัวรับแนวโน้มความต้องการใหม่ๆ และกฎระเบียบ/มาตรฐานได้อย่างต่อเนื่องและทันท่วงที (Agility) ซึ่งจะเป็นช่องทางที่เสริมการทำงานของภาครัฐ ลดข้อจำกัดด้านทรัพยากรรองรับทั้งภารกิจส่งเสริมการค้าและการลงทุน รวมถึงการนำเข้าสู่ที่ครอบคลุมหลายกลุ่มสินค้าและประเทศเป้าหมายได้

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๑

พฤษภาคม ๒๕๖๙