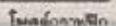


กระแสโลกกับการเตรียมความพร้อมของรัฐวิสาหกิจ



ดร. ธนาวิษญ์ จินดาประดิษฐ์

30 เมษายน 2518 - 19 ธ.ค. 2549



Thailand's Cluster Vision: World Leader in Niche Markets

Selected Niches

Food: *Kitchen of the World*

- Important sector with declining world market position
- Insufficient value chain presences and lack of brands key issues

Fashion: *Asia Tropical Fashion*

- Three (Textiles/Apparel, Jewelry, Leather) important sectors with declining world market share and few linkages
- Insufficient value chain presence and inconsistent policy key issues

Tourism: *Tourism Capital Asia*

- Important sector with potential for significantly higher value creation
- Lack of shared vision is critical constraint

Automotive: *Detroit of Asia*

- Growing sector with small world market share moving gradually out of protection
- Low level of productivity and innovation key issues

Software: *World Graphic Design Center*

- Very small sector of few companies
- Uncompetitive business environment and lack of linkage to existing IT activities are critical issues

Doing Business 2018

Reforming to Create Jobs

A World Bank Group Flagship Report



What is measured in *Doing Business*?



DB 2018 Rank	Economy	DTF score	DTF change
1	New Zealand	86.55	-0.18
2	Singapore	84.57	+0.04
3	Denmark	84.06	-0.01
4	Korea, Rep.	83.92	0.00
5	Hong Kong SAR, China	83.44	+0.29
6	United States	82.54	-0.01
7	United Kingdom	82.22	-0.12
8	Norway	82.16	-0.25
9	Georgia	82.04	+2.12
10	Sweden	81.27	+0.03

ข้อสั่งการนายกรัฐมนตรี => “**ห่วงโซ่คุณค่า**” สู่ความเชื่อมโยงภาคประชาชน-ภาครัฐกิจ

ประชาคมโลก

ASEAN +3 +6

CLMV + Malaysia

การค้าชายแดน
10 เขตเศรษฐกิจพิเศษ

4 ภาค

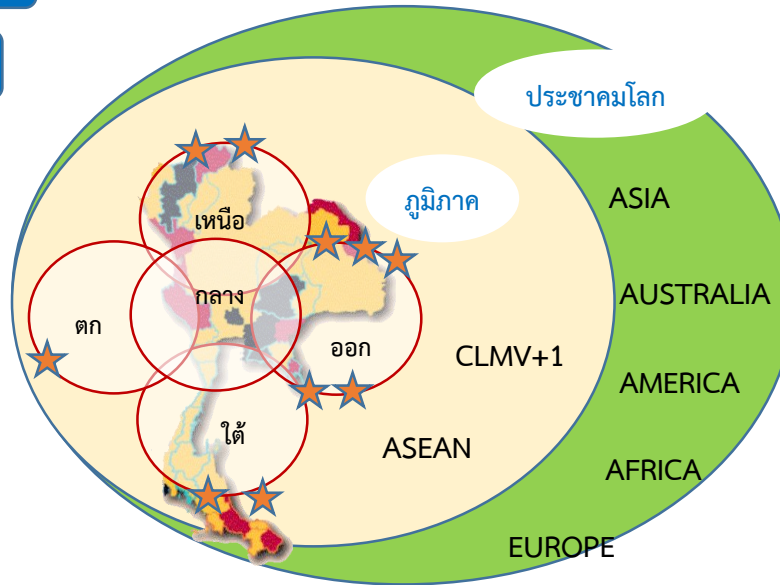
18 กลุ่มจังหวัด

76 จังหวัด

878 อำเภอ

7,255 ตำบล

74,965 หมู่บ้าน



สภาพแวดล้อม

- น้ำ ดิน สภาพภูมิอากาศ
- ความสูง-ต่ำ ภูมิประเทศ
- วัสดุต้นทุน
- ฯลฯ

“ภาครัฐ + เอกชน + ประชาชน”

ปลายทาง

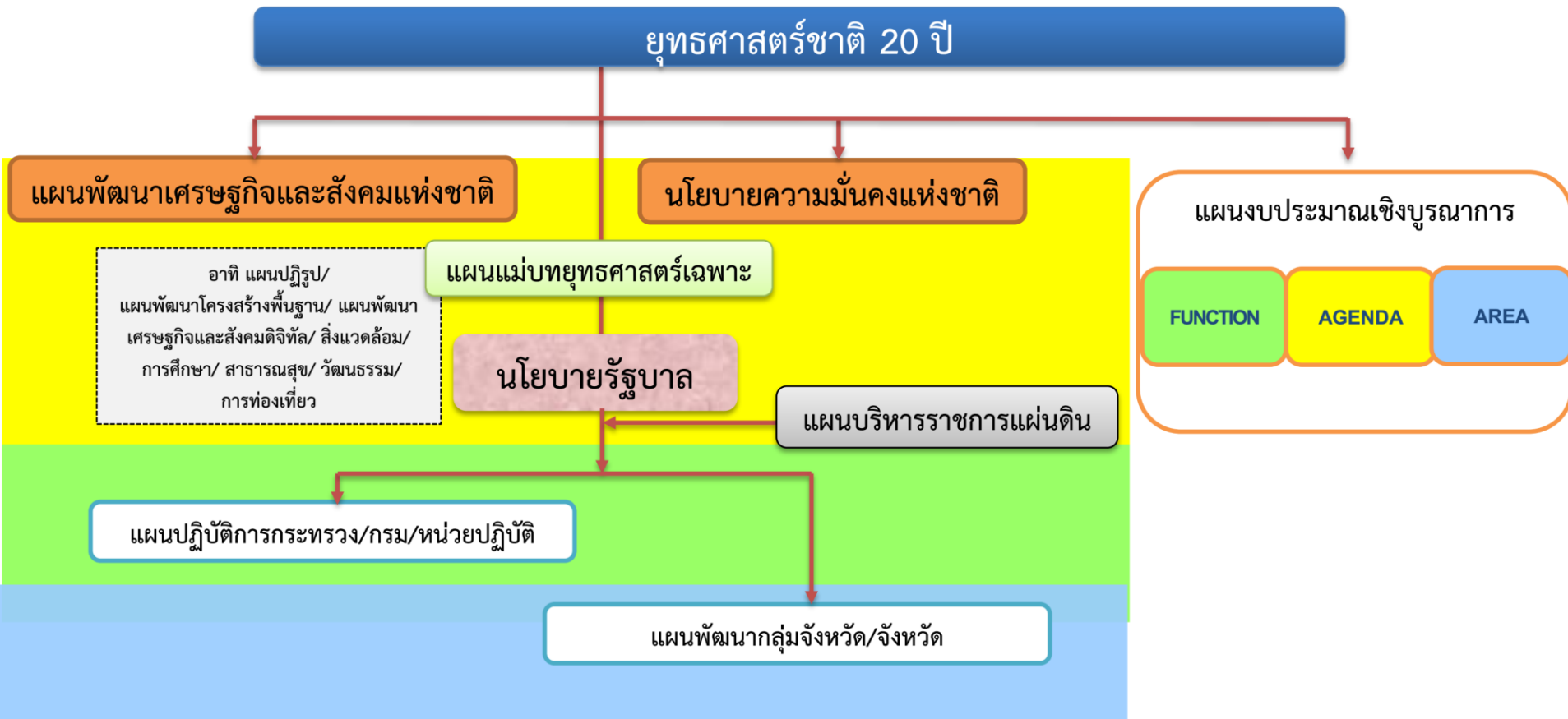
- ✓ ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดกลางชุมชน
- ✓ การนำ OTOP ขายในสถานีบริการน้ำมัน/ ท่าเรือ/ ท่าอากาศยาน/ห้างสรรพสินค้า
- ✓ การสนับสนุนตลาด SME
- ✓ เชื่อมเขตเศรษฐกิจพิเศษเมืองท่า/ด่านชายแดน
- ✓ ตลาดต่างประเทศคู่ค้าเก่า/ ใหม่/
- ✓ เขตการค้าเสรี/ หมู่เกาะ
- ✓ แอฟริกา มหาอำนาจ โลกมุสลิม
- ✓ ฯลฯ

- ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน
- โรงงาน ลานตากผลผลิต
- สหกรณ์
- การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ชั้น 1 / 2 / 3
- สนับสนุนการรวมกลุ่ม/เพิ่มทางเลือก/พ่อค้าคนกลาง / ภาครัฐกิจ เอกชน
- ✓ ฯลฯ

ต้นทาง

- ✓ ปัจจัยการผลิต ที่ดิน เมล็ดพันธุ์
- ✓ เงินทุน
- ✓ แหล่งน้ำ
- ✓ ศูนย์การเรียนรู้
- ✓ เกษตรแปลงใหญ่
- ✓ ไร่ นาสวนผสม
- ✓ ฯลฯ

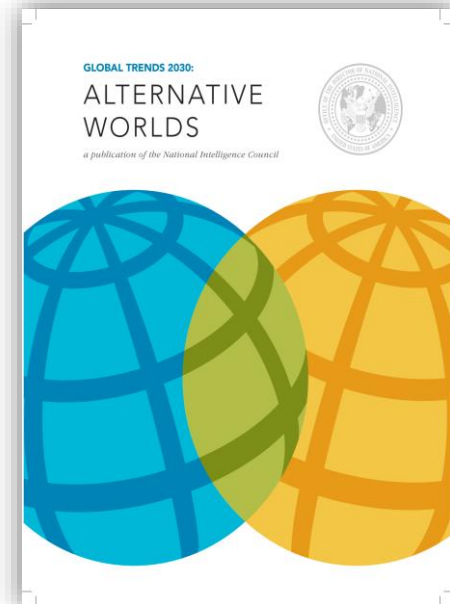
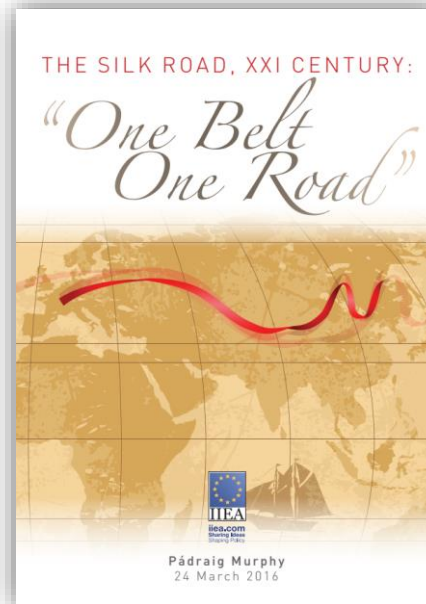
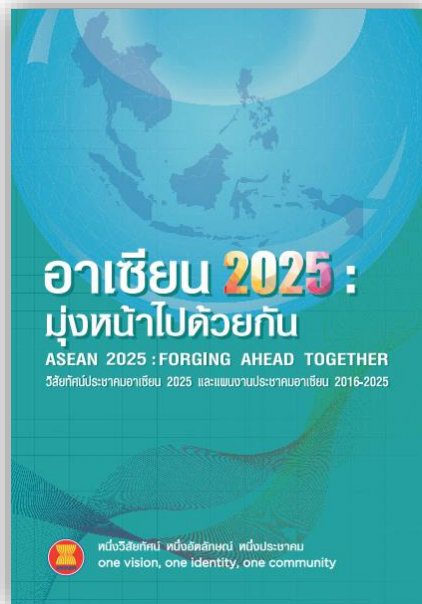
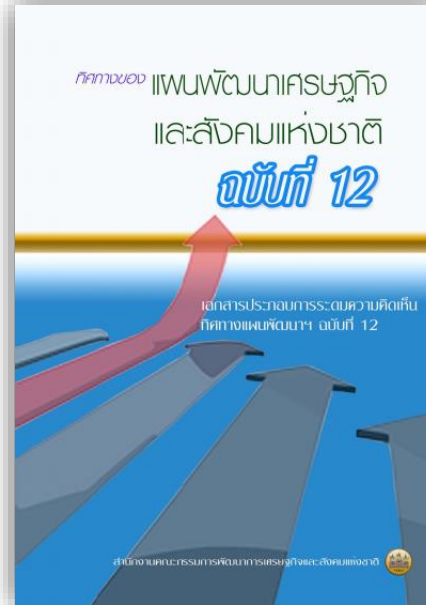
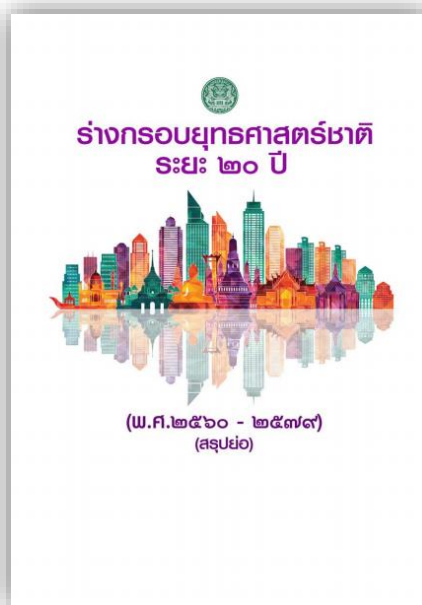
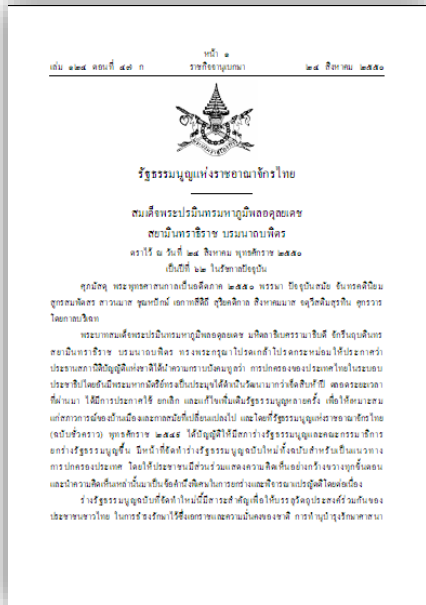
ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติกับแผนในระดับต่างๆ



การวางแผนการพัฒนาในปัจจุบันจะต้องเน้นความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ในระดับต่างๆ ทั้งนี้การเชื่อมโยงจะมีส่วนเชื่อมโยงกันทั้งสามระดับคือ ระดับ Agenda ระดับ Function และระดับพื้นที่ ซึ่งนักวางยุทธศาสตร์จะต้องตระหนักถึงภาพรวมนี้เพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์จะมีความครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กระบวนการจัดการบริหารเชิงกลยุทธ์

กรอบแนวคิดสำคัญในการบริหารเชิงกลยุทธ์







ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี



(พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)
(สรุปย่อ)





ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี



(พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)
(สรุปย่อ)

ยุทธศาสตร์ชาติ : กรอบการพัฒนาระยะยาว

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์

“ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว
ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

นำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีความสุข

และตอบสนองต่อการบรรลุ

ซึ่งผลประโยชน์แห่งชาติ ในการที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิต
สร้างรายได้ระดับสูงเป็นประเทศพัฒนาแล้ว และสร้าง
ความสุขของคนไทย สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและ
เป็นธรรม ประเทศสามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจ

วิสัยทัศน์ : “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนา
ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”



ความมั่นคง



ความมั่งคั่ง



ความยั่งยืน



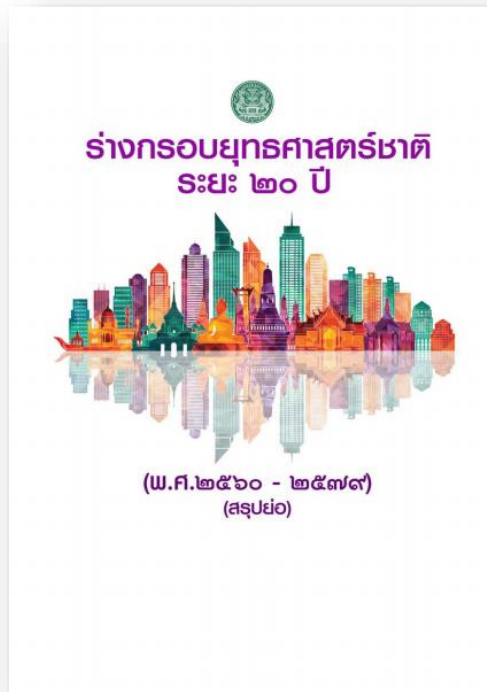
ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ
ระยะ ๒๐ ปี



(พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)
(สรุปย่อ)

ความมั่นคง

- **การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัย**และการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครอบครัว และปัจเจกบุคคล
- **ความมั่นคงในทุกมิติ** ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง
- **ประเทศมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย** มีสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ที่เข้มแข็งเป็นศูนย์กลาง และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน
- **ระบบการเมืองที่มั่นคง**เป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหาร ประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล สังคมมีความปรองดองและความสามัคคี สามารถผนึกกำลังเพื่อพัฒนา ประเทศ ชุมชนมีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่น
- **ความมั่นคงของอาหาร พลังงาน และน้ำ** ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงานและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต มีที่อยู่อาศัยและความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน



ความมั่นคง

- ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น
- เศรษฐกิจมีความสามารถในการแข่งขันสูง สามารถสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ สร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคต และเป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาคทั้งการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจ มีบทบาทสำคัญในระดับภูมิภาคและระดับโลก เกิดสายสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าอย่างมีพลัง
- ความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาต่อเนื่อง ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงิน ทุนที่เป็นเครื่องมือเครื่องจักร ทุนทางสังคม และทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ
ระยะ ๒๐ ปี



(พ.ศ.๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)
(สรุปย่อ)

ความยั่งยืน

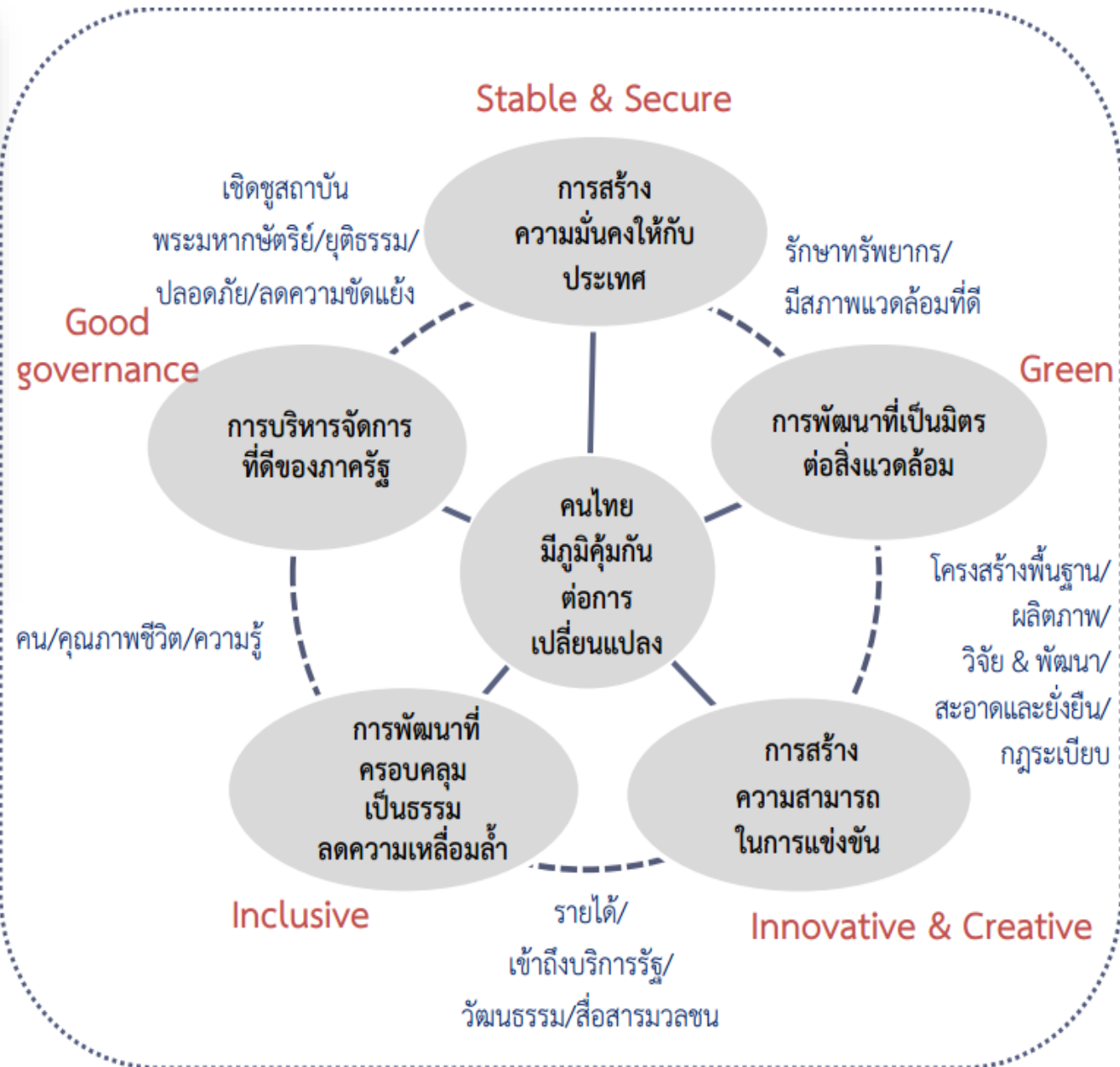
- **การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ** รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่ไม่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศน์
- **การผลิตและการบริโภคเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** และสอดคล้องกับกฎระเบียบของประชาคมโลกซึ่งเป็นที่ยอมรับร่วมกัน ความอุดมสมบูรณ์ขอทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม
- **มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน** ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือและปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาในระดับอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน



ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี



(พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙)
(สรุปย่อ)





คำสั่งนโยบาย

ของ

คณะรัฐมนตรี

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี
แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

คำสั่งนโยบายของคณะรัฐมนตรี.....๑

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ วันศุกร์ที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๗

๑. การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์.....๓
๒. การรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ.....๔
๓. การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ.....๕
๔. การศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม.....๖
๕. การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุข และสุขภาพของประชาชน.....๗
๖. การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ.....๘
๗. การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน.....๑๓
๘. การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม.....๑๔
๙. การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากร และการสร้างสมดุล
ระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน.....๑๕
๑๐. การส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาลและการป้องกัน
ปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ.....๑๗
๑๑. การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม.....๑๙



< ว่าง >

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่สิบสอง

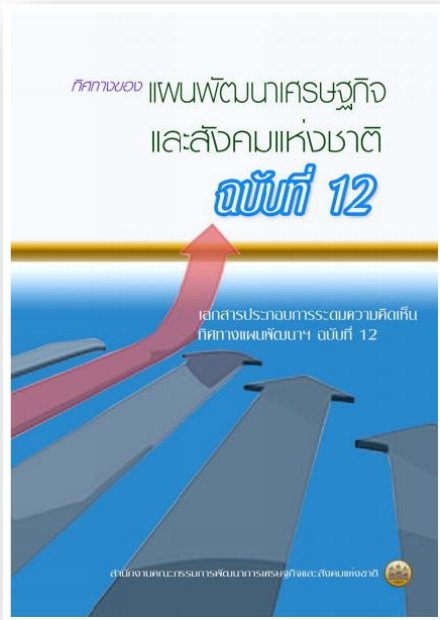
พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
สำนักนายกรัฐมนตรี

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ได้จัดทำขึ้นในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปณิธานนำทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๙-๑๑ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง เกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ :** การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ :** การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ :** การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔ :** การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๕ :** การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๖ :** การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติดมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
- ยุทธศาสตร์ที่ ๗ :** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
- ยุทธศาสตร์ที่ ๘ :** การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ ๙ :** การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
- ยุทธศาสตร์ที่ ๑๐ :** ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา



ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ (Trading and Service Nation) เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย แหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และมินิวัตกรรมสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

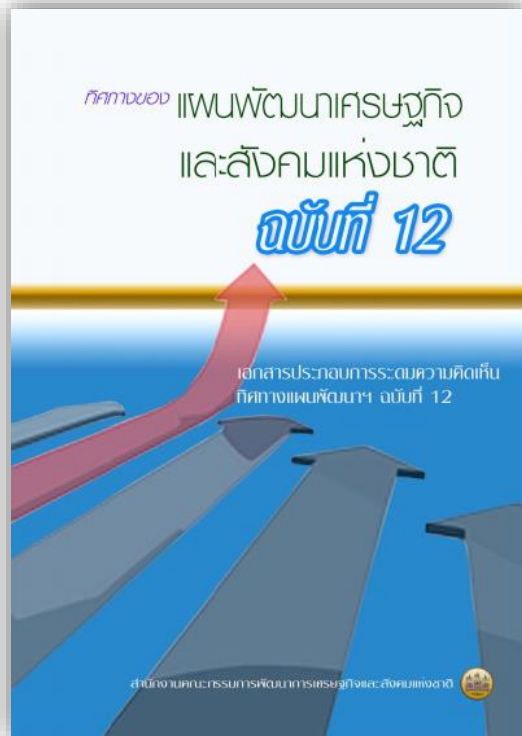
การหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางสู่รายได้สูง

การพัฒนาศักยภาพคนให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศและการสร้างสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ

การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

การสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การบริหารราชการแผ่นดินที่มีประสิทธิภาพ



เป้าหมาย 8 ตัวชี้วัดศก.เข้ามแข็งยั่งยืนในแผนฯ 12



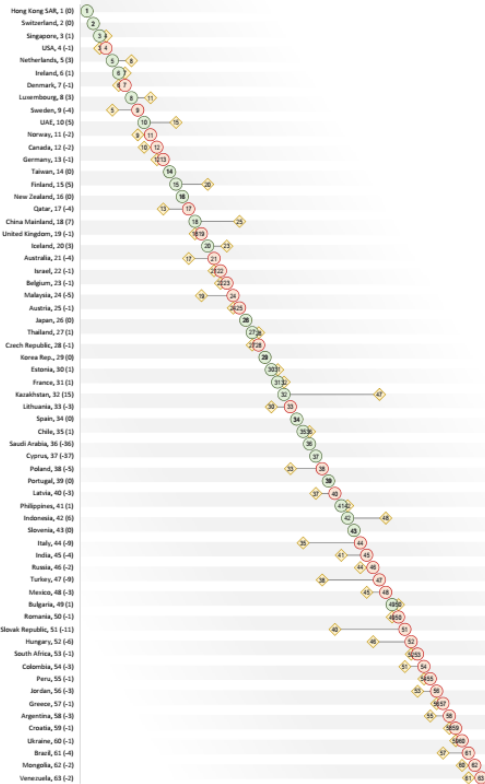
1. จีดีพี ขยายตัว ไม่ต่ำกว่า 5.0% รายได้ต่อหัว 8.2 พันดอลลาร์ สหรัฐฯ	2. การลงทุน ภาครัฐ 10% ภาคเอกชน 7.5%	3. การส่งออก ขยายตัว เฉลี่ย ไม่ต่ำกว่า 4.0%	4. ผลิตภาพ ผลิตภาพของ ปัจจัยการ ผลิตโดยรวม และปัจจัย แรงงาน 2.5%	5. เสถียรภาพ หนี้สาธารณะ ≤5.5% ของจีดีพี ขาดดุลบัญชี เดินสะพัด ≤2%ของจีดีพี เงินเฟ้อ 2.5±1.5%	6. ภาษี ลงทุนภาครัฐ ร่วมเอกชน เฉลี่ยปีละ 4.7 หมื่นล้านบาท	7. ภาษี ประชาชนและ ผู้ประกอบการ เข้าสู่ระบบ ภาษีมากขึ้น	8. อันดับแข่งขัน ความสามารถ ในการแข่งขัน เพิ่มขึ้น อยู่ในลำดับ 1 ใน 25 IMD
--	---	--	---	--	---	--	---

ที่มา : เรียบเรียงจากร่างแผนฯ 12 สดช.

ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ (Trading and Service Nation) เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย แหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และมรดกวัฒนธรรมสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

World Competitiveness Ranking 1 Year Change

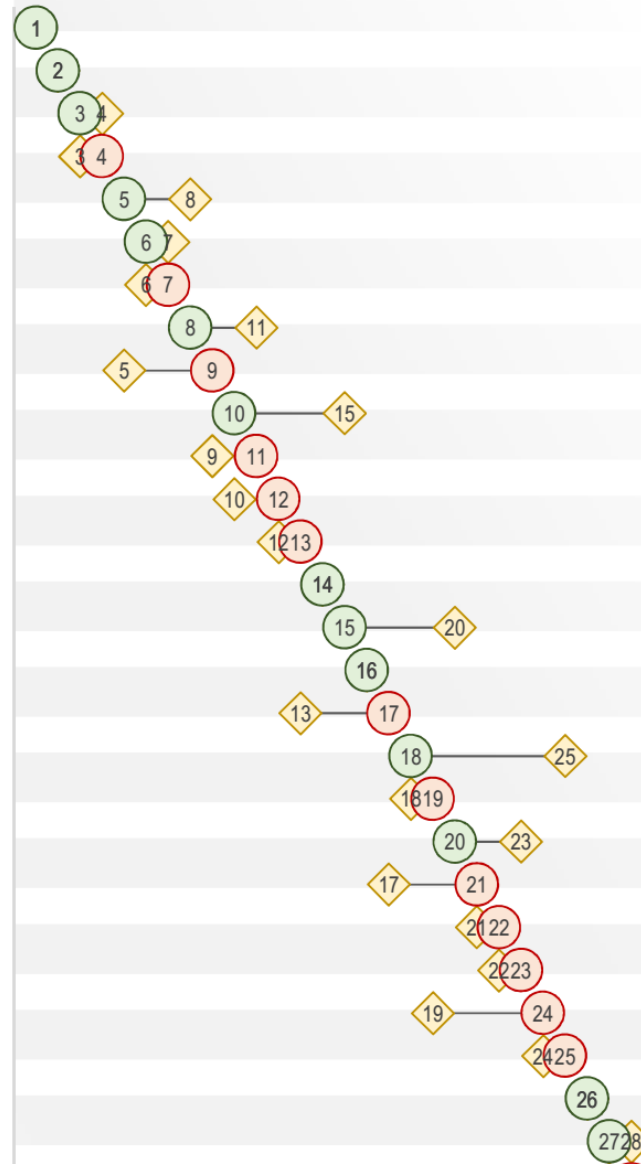
◇ WCY 2016 ○ WCY 2017



World Competitiveness Ranking 1 Year Change

◇ WCY 2016 ○ WCY 2017

- Hong Kong SAR, 1 (0)
- Switzerland, 2 (0)
- Singapore, 3 (1)
- USA, 4 (-1)
- Netherlands, 5 (3)
- Ireland, 6 (1)
- Denmark, 7 (-1)
- Luxembourg, 8 (3)
- Sweden, 9 (-4)
- UAE, 10 (5)
- Norway, 11 (-2)
- Canada, 12 (-2)
- Germany, 13 (-1)
- Taiwan, 14 (0)
- Finland, 15 (5)
- New Zealand, 16 (0)
- Qatar, 17 (-4)
- China Mainland, 18 (7)
- United Kingdom, 19 (-1)
- Iceland, 20 (3)
- Australia, 21 (-4)
- Israel, 22 (-1)
- Belgium, 23 (-1)
- Malaysia, 24 (-5)
- Austria, 25 (-1)
- Japan, 26 (0)
- Thailand, 27 (1)



O V E R A L L S C O R E B O A R D

ECONOMIC
PERFORMANCE

Domestic Economy	1.1
Size	1.1.01-1.1.11
Growth	1.1.12-1.1.21
Weakness	1.1.22-1.1.27
Forecasts	1.1.28-1.1.33
International Trade	1.2
International Investment	1.3
Investment	1.3.01-1.3.08
Finance	1.3.09-1.3.10
Employment	1.4
Prices	1.5

GOVERNMENT
EFFICIENCY

Public Finance	2.1
Fiscal Policy	2.2
Institutional Framework	2.3
Central Bank	2.3.01-2.3.07
State Efficiency	2.3.08-2.3.17
Justice & Security	2.3.18-2.3.22
Business Legislation	2.4
Openness	2.4.01-2.4.05
Competition Regulations	2.4.06-2.4.12
Labor Regulations	2.4.13-2.4.15
Capital Market Regulations	2.4.16-2.4.24
Education	2.5

BUSINESS
EFFICIENCY

Productivity	3.1
Labor Market	3.2
Costs	3.2.01-3.2.04
Relations	3.2.05-3.2.09
Availability of Skills	3.2.10-3.2.20
Finance	3.3
Bank Efficiency	3.3.01-3.3.09
Stock Market Efficiency	3.3.10-3.3.17
Self-financing	3.3.18-3.3.19
Management Practices	3.4
Impact of Globalization	3.5



INFRASTRUCTURE

Basic Infrastructure	4.1
Technological Infrastructure	4.2
Scientific Infrastructure	4.3
Health & Environment	4.4
Value System	4.5



Insight Report

The Global Competitiveness Report 2016–2017

Klaus Schwab, World Economic Forum



Economy

Score¹

Prev.²

Trend³

1	Switzerland	5.81	1	
2	Singapore	5.72	2	
3	United States	5.70	3	
4	Netherlands	5.57	5	
5	Germany	5.57	4	
6	Sweden	5.53	9	
7	United Kingdom	5.49	10	
8	Japan	5.48	6	
9	Hong Kong SAR	5.48	7	
10	Finland	5.44	8	

34

Thailand

4.64

32



GLOBAL COMPETITIVENESS INDEX

Basic requirements
subindex

- Pillar 1. Institutions
- Pillar 2. Infrastructure
- Pillar 3. Macroeconomic environment
- Pillar 4. Health and primary education



Key for
factor-driven
economies

Efficiency enhancers
subindex

- Pillar 5. Higher education and training
- Pillar 6. Goods market efficiency
- Pillar 7. Labor market efficiency
- Pillar 8. Financial market development
- Pillar 9. Technological readiness
- Pillar 10. Market size



Key for
efficiency-driven
economies

Innovation and sophistication
factors subindex

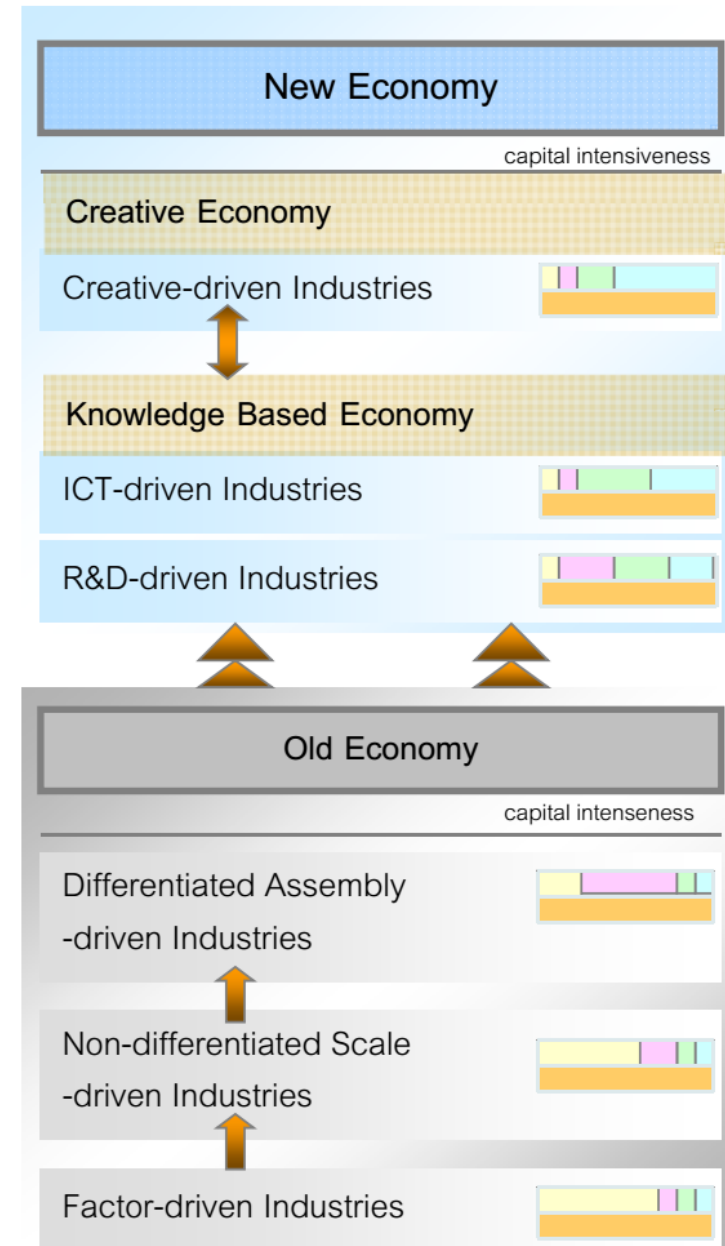
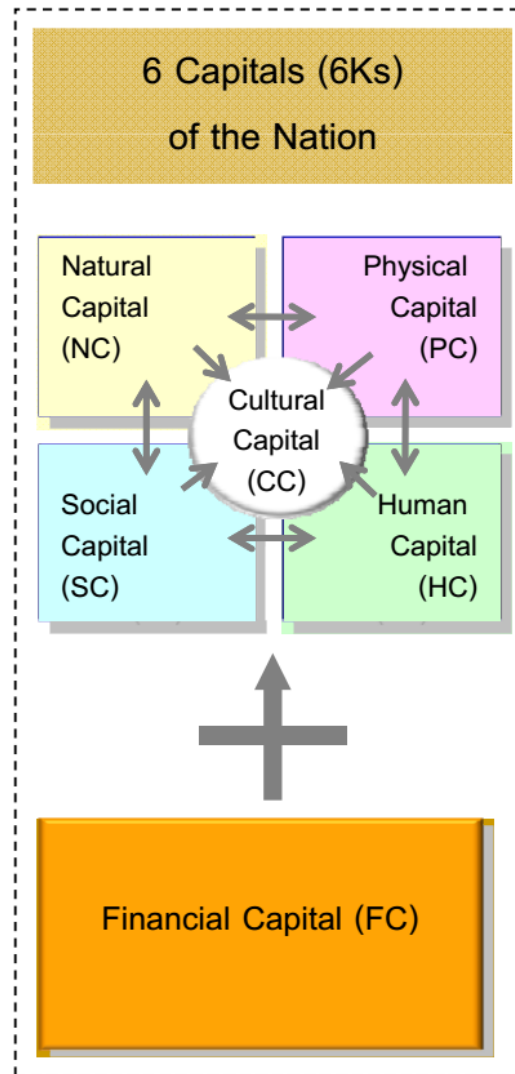
- Pillar 11. Business sophistication
- Pillar 12. Innovation

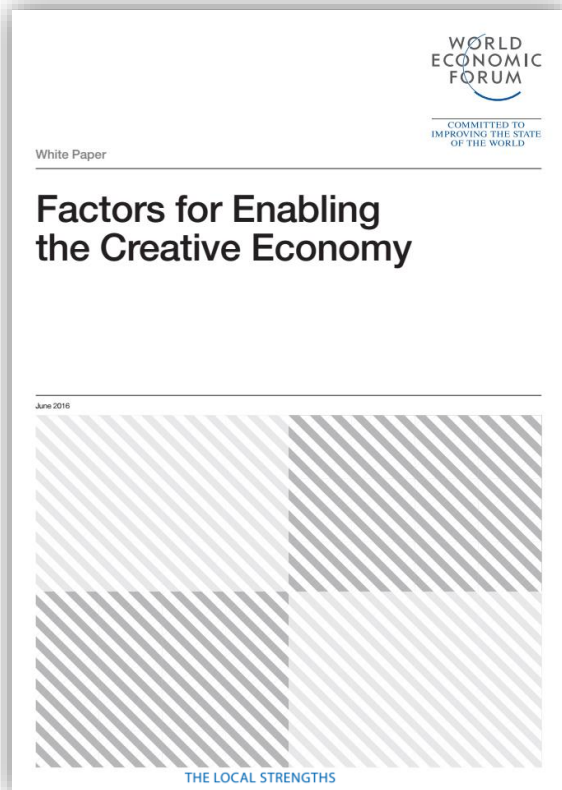


Key for
innovation-driven
economies

ประกอบด้วย 15 กลุ่ม

1. งานออกแบบ
2. แฟชั่น
3. ธุรกิจโฆษณา
4. ภาพยนตร์และวิดิทัศน์
5. การกระจายเสียง
6. ธุรกิจการพิมพ์
7. สถาปัตยกรรม
8. ศิลปการแสดง
9. ทัศนศิลป์
- 10 งานฝีมือและหัตถกรรม
- 11 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 12 การแพทย์แผนไทย
- 13 อาหารไทย
- 14 ดนตรี
15. ซอฟต์แวร์





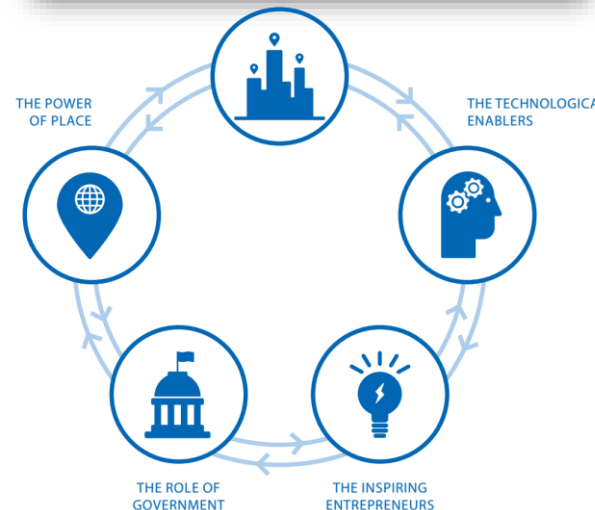
The local strengths: Successful creative economies are found in close proximity to academic, research and cultural centres, allowing ideas and people to mingle.

The technological enablers: Digital technology enables creative ventures to be launched from any location at scale, and successful creative entrepreneurs have been able to harness technology to their advantage.

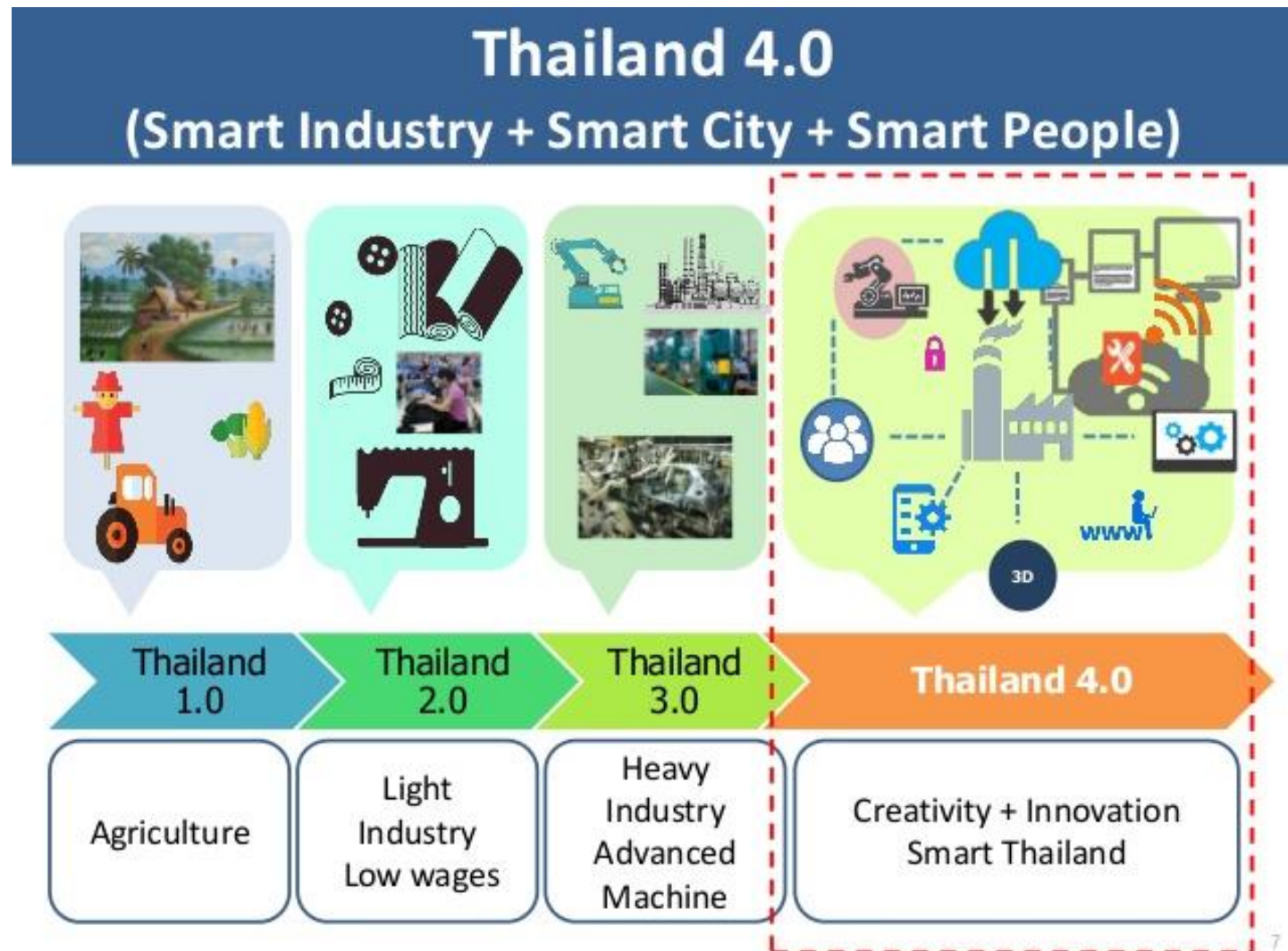
The inspiring entrepreneurs: The catalysts in creative hubs are successful individuals who demonstrate what is possible while inspiring and training other creative entrepreneurs.

The role of government: By using regulation and incentives wisely, governments can help create the right conditions for creative economies to flourish.

The power of place: Creative economies are in places where people want to live due to location and amenities – and the most successful have established themselves as international hubs.



“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)



Thailand 4.0 : Transformation

New Industry

- Food, Agriculture and Bio Technology

- Health, Wellness and Biomedical Technology

- Smart Devices, Robotics and Mechatronics

- Digital, IOT and Embedded Technology

- Creative, Culture and High-Value Services

StartUps

- AgriTech
- FoodTech

- HealthTech

- RobotTech

- FinTech
- EdTech
- eMarketplace
- eCommerce
- Service enhancement

- DesignTech
- Lifestyle Business
- TravelTech

Fall within scope of

**Digital
Manufacturing
Platform**

and

**Smart City
Platform**



Thailand 4.0

รายได้เฉลี่ยต่อคนของไทย
2558

203,306
บาท
ต่อปี

อันดับ
อาเซียน 04

อันดับ
โลก 82

Source : Office of National Economic and Social Development Board, 15 August 2016

ประเทศไทยในอดีต



ประเทศไทย 1.0
สังคมเกษตรกรรม

ถึงเวลาที่เราต้องเปลี่ยน

ทำมากได้น้อย



ทำน้อยได้มาก



ยกระดับความสามารถใน 4 กลุ่มเป้าหมาย



เกษตรแบบดั้งเดิม

เกษตรสมัยใหม่



SMEs เดิม

Smart SMEs
และ Startups



บริการมูลค่าต่ำ

บริการมูลค่าสูง



แรงงานทักษะต่ำ

แรงงานมีความรู้

การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ



เปลี่ยนจาก

ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ

มีอยู่ 2 ด้าน คือ

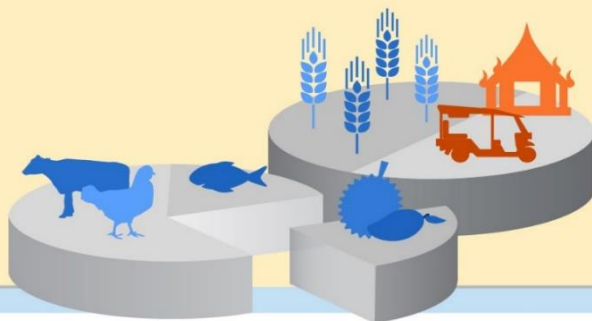


ความหลากหลาย
เชิงชีวภาพ



ความหลากหลาย
เชิงวัฒนธรรม

ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน



เปลี่ยนจาก

โครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

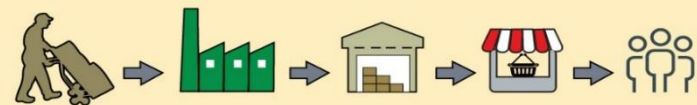
เพิ่มมูลค่า

Value Added



สร้างมูลค่า

High Value



— Productivity —

เติมเต็มด้วยวิทยาการความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา



Trade & Services 4.0 for Thailand 4.0

การค้าและบริการของประเทศไทยในยุค 4.0



Trade 4.0

การค้าขายสินค้าและบริการ บนระบบการค้าอัจฉริยะ
(Smart Trade Platform)



นวัตกรรม
(Innovation)



เทคโนโลยีดิจิทัล
(Digital Technology)



อารมณ์และความรู้สึก
(Emotional)



การค้าขายแบบ
ไร้พรมแดน
(Borderless)

มาตรฐาน (Standard)



ความสะดวกทางการค้า
(Trade Facilitation)



Services 4.0

นวัตกรรมของการบริการไทย
(Innovative on Thai Services)



ความคิดสร้างสรรค์
(Creativity)



วัฒนธรรม
(Cultural)



เทคโนโลยีดิจิทัล
(Digital Technology)

มาตรฐาน (Standard)



บุคลากร (Human Resource)
และผู้ประกอบการ (Entrepreneur)



หัวใจของการขับเคลื่อนประเทศไทยให้มุ่งสู่การค้าและบริการ 4.0

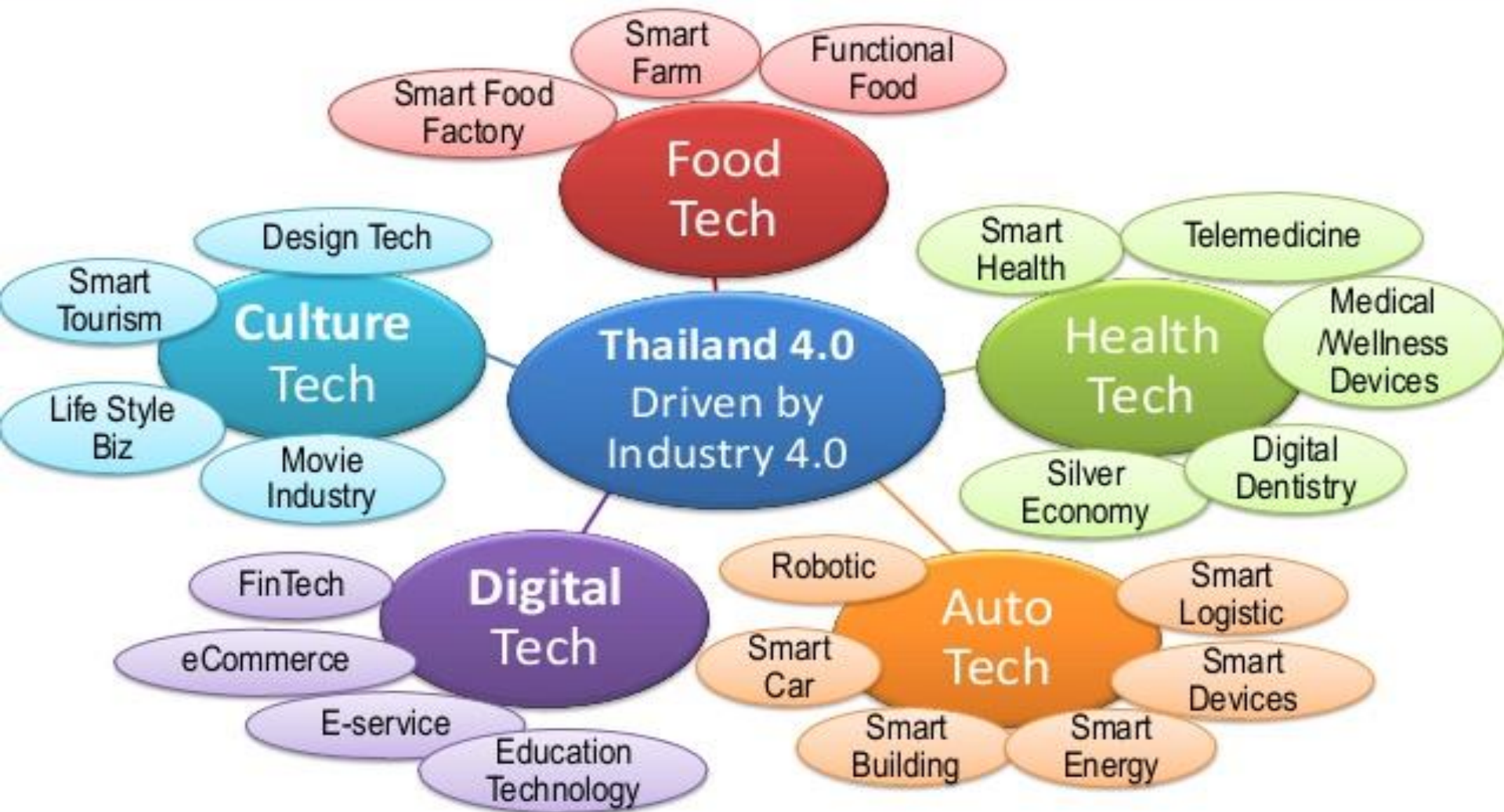
Sufficiency Economy

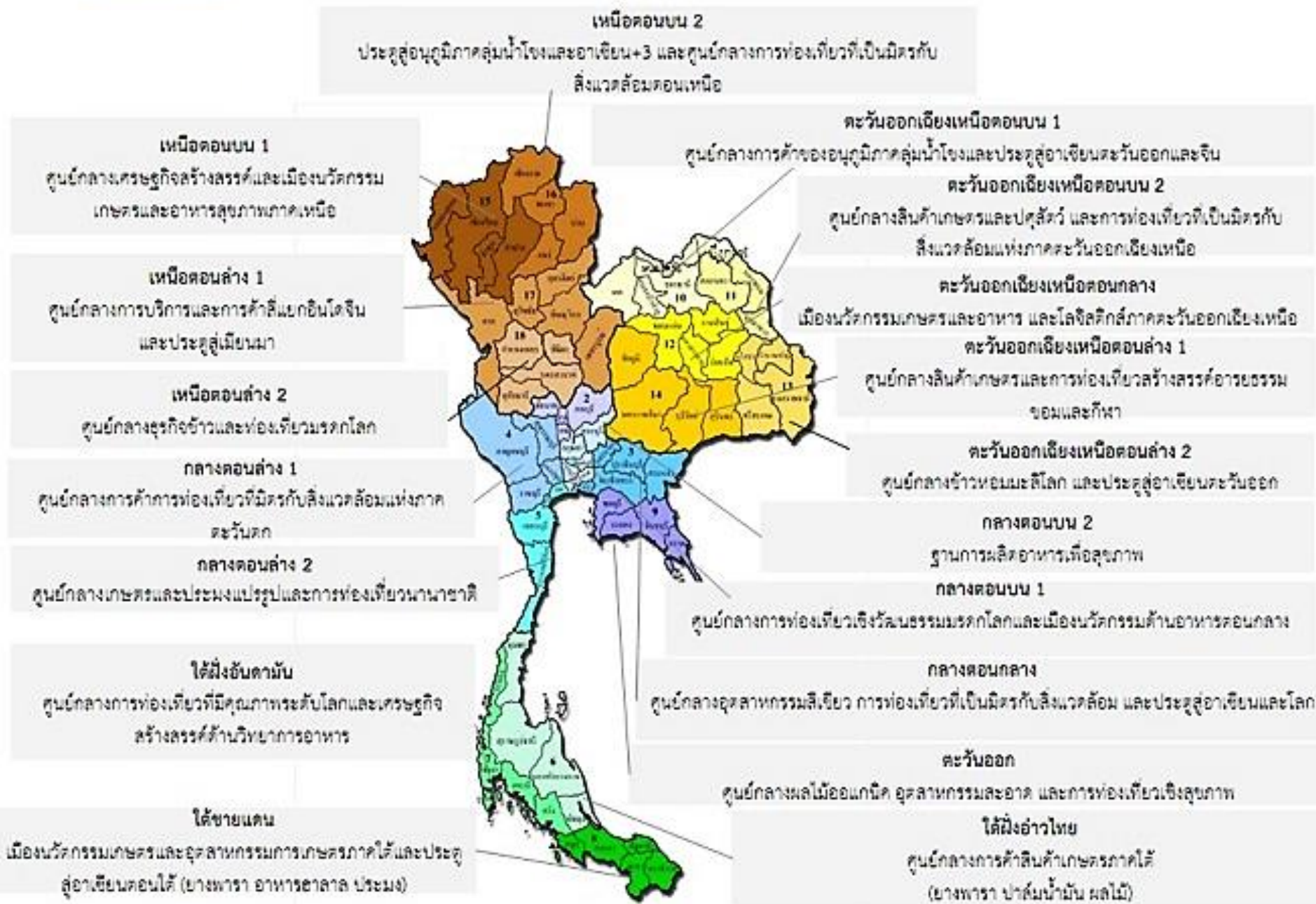
หลักการปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Inclusive

การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

Thailand 4.0 : New Growth Industry





กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนบน 1
“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมล้านนา”

15

กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนล่าง 2
“ข้าวปลอดภัยและท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์”

18

กลุ่มจว.ภาคกลางตอนบน 1 “ศูนย์กลาง
ของชาติในการสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยว
เชิงมรดกประวัติศาสตร์วัฒนธรรม”

1

กลุ่มจว.ภาคกลางบน 2 “ครัวสุขภาพเพื่อ
มหานคร (ผักปลอดภัยและกล้วยน้ำว้า)”

2

กลุ่มจว.ภาคกลางตอนกลาง
“มะม่วง สมุนไพร”

3

กลุ่มจว.ภาคกลางล่าง 1
“เมืองแห่งนวัตกรรมอาหาร”

4

กลุ่มจว.ภาคกลางล่าง 2 “การท่องเที่ยวเชิง
นิเวศและอาหาร และศูนย์กลางโครงการ
ตามพระราชดำริ”

5

กลุ่มจว. ภาคใต้ฝั่งอันดามัน “ทิวทัศน์
บรรยากาศทางทะเล และครัวโลก”

7

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ความหลากหลายทาง
วัฒนธรรม การค้าและการท่องเที่ยว”

8

16

กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนบน 2 “สมุนไพรและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”

17

กลุ่มจว.ภาคเหนือตอนล่าง 1 “การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
การเกษตร และเส้นทางสู่ประตูการค้า”

10

กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
“พืช ปลูกไม้ดอกไม้ประดับและยางพารา”

11

กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
“โคขุน”

12

กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
“ข้าวหอมมะลิปลอดภัย/อินทรีย์
คุณภาพสูง”

13

กลุ่มจว.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1
“ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ มั่นสำปะหลัง โคเนื้อวากิว
อาหารปลอดภัย ผลิตภัณฑ์ไหมมาตรฐาน การท่องเที่ยว
ที่ได้มาตรฐานและทันสมัยสู่สากล”

14

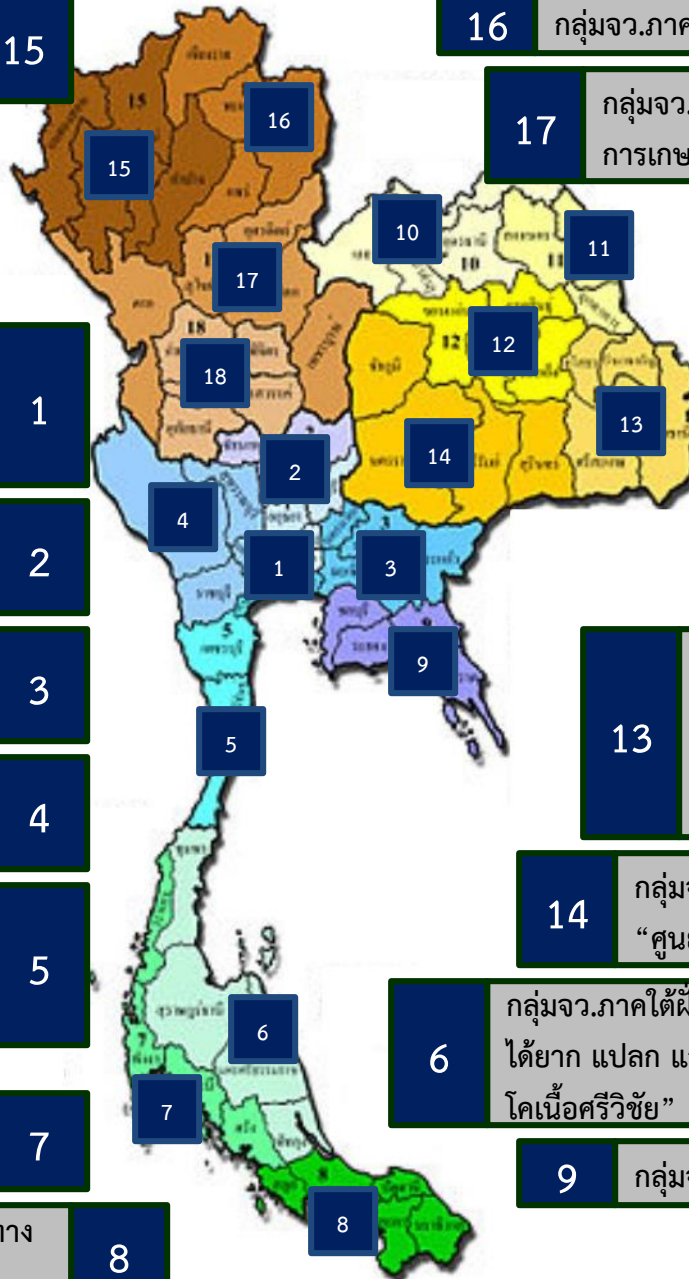
กลุ่มจว.ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2
“ศูนย์กลางของนวัตกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์”

6

กลุ่มจว.ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย “ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ที่หา
ได้ยาก แปลก และได้สัมผัสกับบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น และ
โคเนื้อศรีวิชัย”

9

กลุ่มจว.ภาคตะวันออก “ทุเรียน มังคุด อินทรีย์”

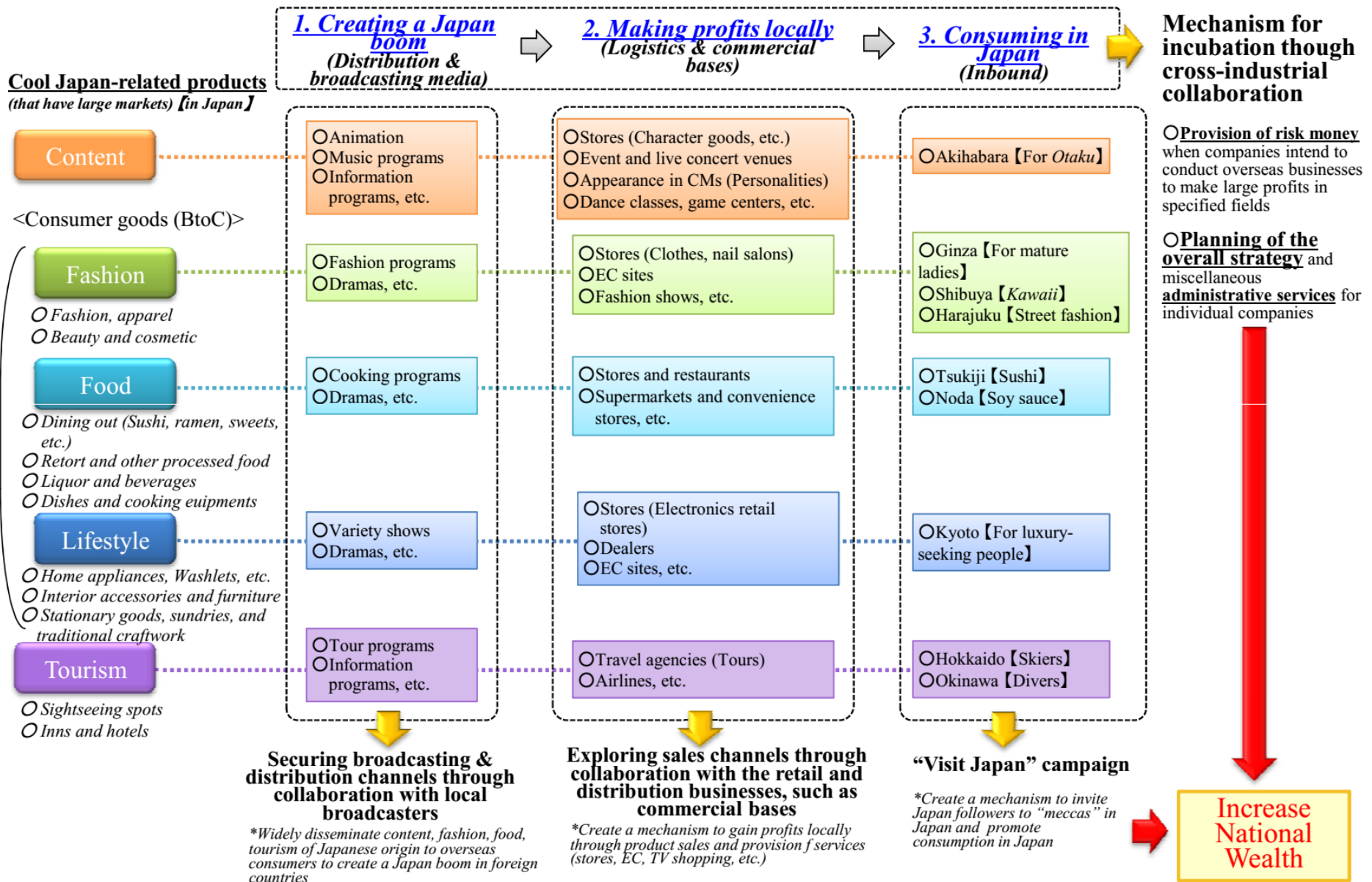




WORLD TRADE
ORGANIZATION

Goods	Services	Intellectual property	Other topics
> Agriculture and agriculture negotiations > Anti-dumping and rules negotiations > Balance of payments > Customs valuation > GATT and the Goods Council > Import licensing > Information technology products > Market access for goods and related negotiations > Preshipment Inspection > Rules of origin > Safeguards (contingency trade barriers) > Sanitary and phytosanitary measures (food safety, animal and plant health and safety) > Schedules of concessions on goods > State trading enterprises > Subsidies and countervailing measures and rules negotiations > Tariffs > Technical barriers to trade > Textiles > Trade facilitation	The General Agreement on Trade in Services (GATS), financial services, telecommunications, etc. Includes analyses of service trade liberalization and day-to-day work on trade in services in the WTO. > Services gateway page > Services negotiations	The Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement) and related issues in the WTO. > Intellectual property gateway page > TRIPS and public health and dedicated webpage for notifications > Geographical indications > Article 27.3(b), protection for plants and animals, traditional knowledge and biodiversity > Non-violation complaints (Article 64.2) > Technology transfer > Least developed countries' priority needs	> Accessions (goes to "The WTO" – institutional information – section of the website) > Building trade capacity > Aid for Trade > Technical assistance and training > Integrated Framework > Standards and Trade Development Facility (STDF) > Civil aircraft > Competition policy > Development > Electronic commerce > Environment > Government procurement > Investment and trade > Regional trade agreements and negotiations on RTAs > Trade policy reviews
		Dispute settlement	
		> Dispute settlement gateway page	

Overall Image of the Cool Japan Strategy to Make Large Profits



- Through the Cool Japan Strategy, ensure employment by promoting overseas development by small and medium businesses and young designers, attracting tourists to Japan, and revitalizing local communities.

Japan

Construction of creative ecosystems
Promotion of creative cities, etc.

Asia, Europe, USA, etc.

Fashion



Students learn about clothing patterns

Anime



Students study sketching

Food culture



Chefs demonstrate Japanese food

Regional specialties and design skill



Kumano brushes

Tourism



Tour guides for foreign tourists (Akihabara)

Implementation of foreign development projects
Creation of funds, etc.

Connect those in charge, the workers, creators and small and medium businesses, with world markets.

Transfer Cool Japan's popularity to export products

Outbound

"Japan" is popular overseas



Parisian girls in "Goth Lolita" fashions (Japan Expo)



Janadriya festival in Saudi Arabia

Inbound

Coming to Japan in search of the "real thing" and the "real place" (Visits by tourists and creators)

Tourism promotion
Loosening criteria for creators' visas
Etc.

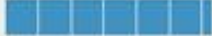
	Sponsoring entity	Industry	Date opened
	Gangwon Naver	IT services, big data	May 11 2015
	Seoul CJ Group	Culture	July 17 2015
	Gyeonggi Korea Telecom	IT services	March 30 2015
	Incheon Hanjin Group	Aviation, marine transport, logistics	July 22 2015
	North Chungcheong LG	Electronics, information and bio	February 4 2015
	South Chungcheong Hanwha	Solar energy, ICT	May 22 2015
	Sejong SK Group	ICT for agriculture	June 30 2015
	Daejeon SK Group	ICT	October 10 2014
	North Gyeongsang Samsung	Electronics	December 17 2014
	North Jeolla Hyosung	Carbon fibre	November 24 2014
	Daegu Samsung	Electronics	September 16 2014
	Gwangju Hyundai Motors	Automobile	January 27 2015
	Ulsan Hyundai Heavy Industries	Shipbuilding, machinery	July 15 2015
	South Jeolla GS Group	Chemical products, bioenergy	June 2 2015
	South Gyeongsang Doosan	Machinery, ICT	April 9 2015
	Jeju Daum	IT services	June 28 2015
	Busan Lotte	Retail, tourism	March 18 2015

Creative economy vitamins

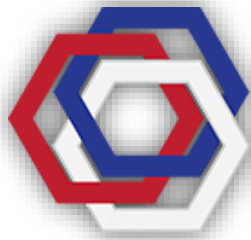
Sector	Key agenda (technologies to be applied)
Vitamin A Agriculture	Management of agricultural, farm products (sensor, big data)
Vitamin C Culture	Services linking tourism, culture and local government (QR code, augmented reality, 3D video)
Vitamin F Food	Machine-to-machine communication based management of food distribution and safety (RFID, smart device, app)
Vitamin I Infrastructure	LTE-based intelligent railroad, smart autonomous driving road, localized GPS satellite navigation
Vitamin S Safety	Sensor network-based warnings against accidents and disasters, protection of the socially disadvantaged (GPS, sensor, app)

Source: the ministry

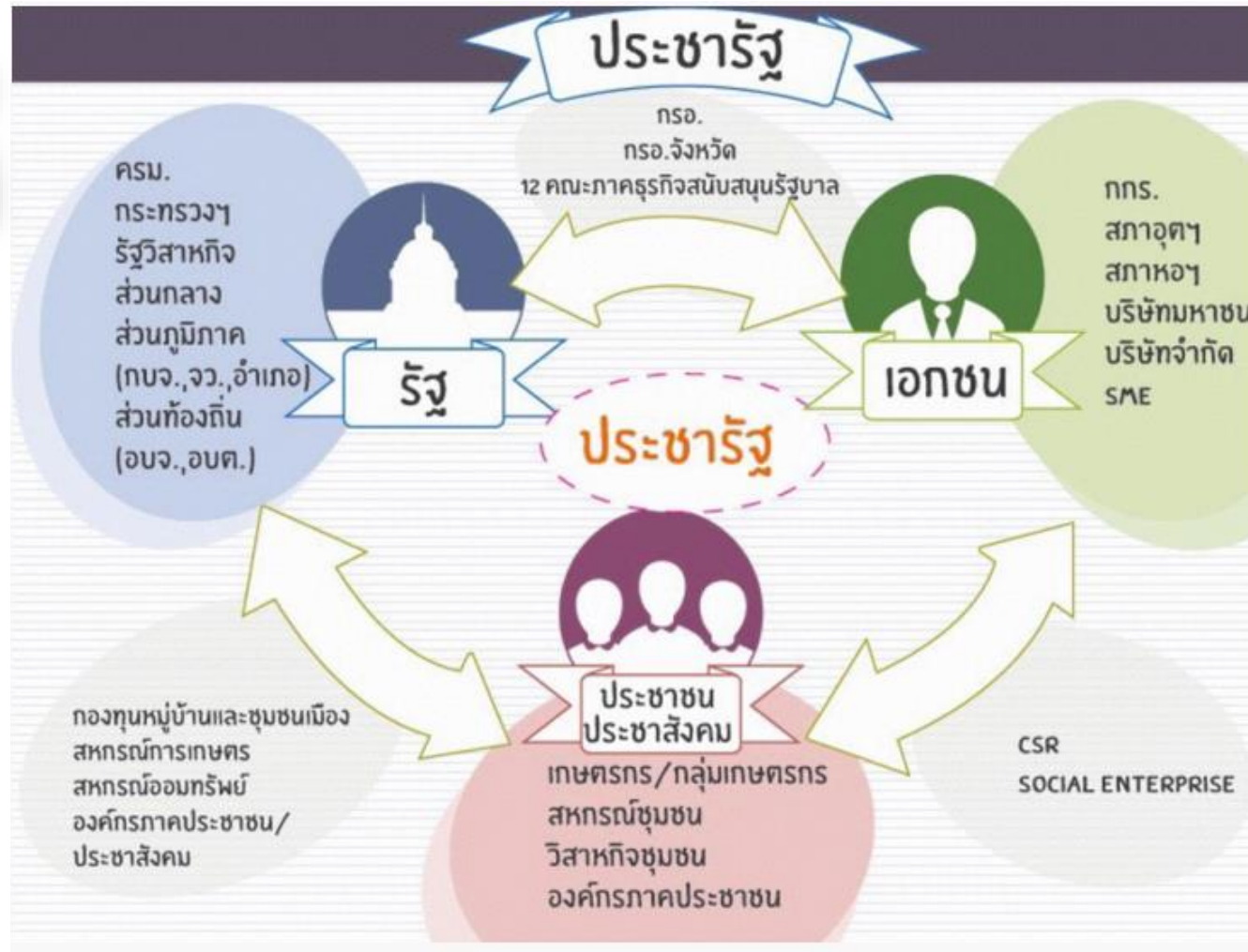
Where Korean stands in terms of “creative economy”

Sectors of capacity	Korea's mark out of 10 scale (ranking among OECD members)	Average for G7 members
Human resources	 6.5 (22)	 7.4
Innovation	 5.4 (11)	 5.5
ITC	 8.6 (1)	 7.0
Culture	 3.7 (29)	 5.3
Society	 6.7 (21)	 7.6
Creative economy capacity index=Average	 6.2 (20)	 6.6

Source: Hyundai Economic Research Institute



สานพลัง
ประชาธิปไตย



การขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ ด้วยการบูรณาการความร่วมมือร่วมกัน
ระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาสังคม

2017 Special 301 Report



Office of the United States Trade Representative

Priority Watch List Watch List

- | | | |
|-------------|----------------------|----------------|
| • Algeria | • Barbados | • Jamaica |
| • Argentina | • Bolivia | • Lebanon |
| • Chile | • Brazil | • Mexico |
| • China | • Bulgaria | • Pakistan |
| • India | • Canada | • Peru |
| • Indonesia | • Colombia | • Romania |
| • Kuwait | • Costa Rica | • Switzerland |
| • Russia | • Dominican Republic | • Turkey |
| • Thailand | • Ecuador | • Turkmenistan |
| • Ukraine | • Egypt | • Uzbekistan |
| • Venezuela | • Greece | • Vietnam |
| | • Guatemala | |

THAILAND

Thailand remains on the Priority Watch List in 2017. The United States is prepared to review that status if Thailand continues taking positive steps and makes substantial progress in addressing the concerns described below.

ภูมิทัศน์ดิจิทัลของไทยในระยะเวลา ๒๐ ปี

ระยะที่ ๑

Digital Foundation

ประเทศไทยลงทุน และสร้างฐานรากในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

๑ ปี ๖ เดือน



๕ ปี

ระยะที่ ๒

Digital Thailand I: Inclusion

ทุกภาคส่วนของประเทศไทยมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลตามแนวทางประชารัฐ

ระยะที่ ๓

Digital Thailand II: Full Transformation

ประเทศไทยก้าวสู่การดิจิทัลไทยแลนด์ที่ขับเคลื่อนและใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัลได้อย่างเต็มศักยภาพ

๑๐ ปี



๑๐ - ๒๐ ปี

ระยะที่ ๔

Global Digital Leadership

ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน



เปิดแผนงาน 6 ด้าน สู่ดิจิทัลไทยแลนด์ปี 2563

1 โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล

- ประชาชนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น **133%**
- 4G ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ
- GDP เพิ่ม **7.3 แสนล้าน**

2 ระบบนิเวศน์ เชิงนวัตกรรมดิจิทัล

- ได้รับการจัดอันดับที่ดีที่สุดของดัชนีความสามารถในการแข่งขัน ความพร้อมของเครือข่าย
- เพิ่มความร่วมมือภาครัฐ-เอกชน
- เป็น 1 ใน 2 ระบบนิเวศน์สตาร์ทอัพของโลก

4 บริการอิเล็กทรอนิกส์ ของภาครัฐ

- เพิ่มอันดับ UN e-Government จาก 102 ให้ขึ้นมาอยู่ใน 50 อันดับแรก
- ขยายการเข้าถึงดิจิทัลให้ครอบคลุม เพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน

6 กรอบการทำงานองค์รวม เพื่อดิจิทัลไทยแลนด์

- มีกฎระเบียบที่อนุญาตให้มีเอกสารอิเล็กทรอนิกส์
- กฎหมายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่มีความโปร่งใส
- มาตรฐานการศึกษาด้านความปลอดภัย
- มีการจัดสรรคลื่นความถี่ผ่านการประมูลที่โปร่งใส

3 เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสังคมที่เท่าเทียม

- เพิ่มความปลอดภัยแก่ประชาชน และทรัพย์สินผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล
- คนไทยทุกคนได้รับการเชื่อมต่อที่มีคุณภาพ

5 ทักษะมนุษย์

- ประชาชนสามารถเข้าถึงความรู้ในการพัฒนาทักษะดิจิทัล
- มีอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์และคำแนะนำในการใช้ที่เหมาะสม
- เพิ่มทักษะเชิงดิจิทัลในทุกๆ อุตสาหกรรม



LOGIN

[My Subscriptions](#) | [Register](#) | [Contact Us](#) | [Forgot Password](#) | [Help](#)[Advanced Search](#)[HOME](#) [PRODUCTS & SERVICES](#) [NEWS & ANALYSIS](#) [METHODOLOGY & REFERENCE](#) [SUBSCRIBER SUPPORT](#) [ABOUT PLATTS](#)

OIL



NATURAL GAS



ELECTRIC POWER



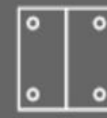
COAL



SHIPPING



PETROCHEMICALS



METALS



AGRICULTURE



Insights that drive opportunities
The information you need across
the commodities markets

[Read More](#)**Register with Platts**

to access FREE premium content

REGISTER

PRODUCT FINDER

Step 1



การเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เป็นเรื่องสำคัญมากในการบริหารจัดการในอนาคต โดยเฉพาะข้อมูลของสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาหรือมีความไม่แน่นอนสูง จะต้องยิ่งให้ความสำคัญเพื่อนำมาลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต



WORLD POPULATION

7,510,150,275

Current World Population

61,251,329

Births this year

326,023

Births today

25,319,869

Deaths this year

134,770

Deaths today

35,931,460

Net population growth this year

GOVERNMENT & ECONOMICS

\$ 9,770,197,198Public Healthcare expenditure [today](#)**\$ 8,510,008,452**Public Education expenditure [today](#)**\$ 4,083,719,238**Public Military expenditure [today](#)**33,268,083**Cars produced [this year](#)**63,274,313**Bicycles produced [this year](#)**87,634,327**Computers produced [this year](#)

HEALTH

5,649,003Communicable disease deaths [this year](#)**3,307,604**Deaths of children under 5 [this year](#)**18,281,030**Abortions [this year](#)**134,500**Deaths of mothers during birth [this year](#)**39,086,288**

HIV/AIDS infected people

731,516Deaths caused by HIV/AIDS [this year](#)**4,464,920,271**Google searches [today](#)

think
with Google™

CONSUMERS SEARCH FOR A VARIETY OF LOCAL INFORMATION



SMARTPHONE



Business hours



Directions to local store



Local store address



COMPUTER/TABLET



Availability of product at local store



Business hours



Local store address

think with Google™

Food Trends
2016



Food With a Function



Traveling Through Taste



Experimenting With Pork



Bite-Sized Snacks



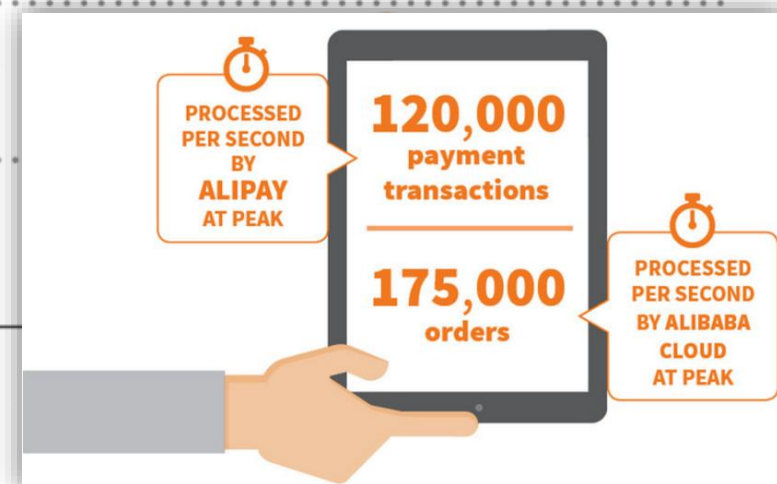
The Pasta Comeback

Internet companies

Selected, 2013

	Total value of transactions, \$bn	Active users, m	Spending per second, \$	Market value* per user, \$	Average spending per user, \$
 Alibaba [†] (China)	269	279	9,368	602	1,061
 amazon (United States)	116	244	3,691	614	477
 ebay (United States)	88	128	2,775	504	684
 JD.COM (China)	21	47	656		
 Rakuten (Japan)	16	90	521		

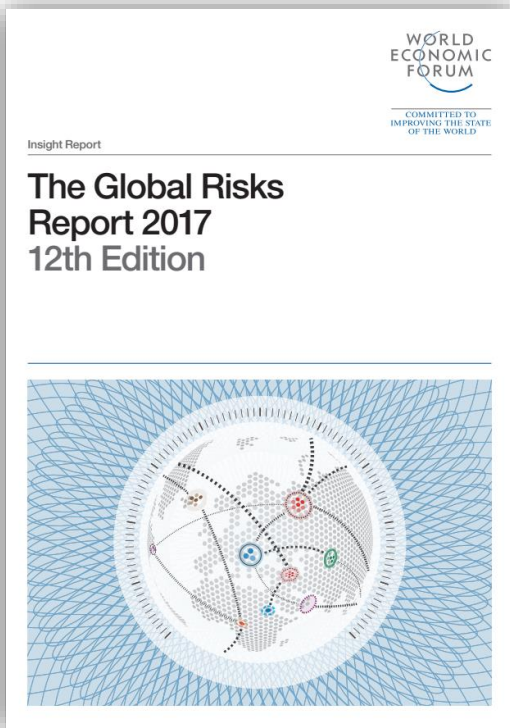
Sources: Company and press reports;
The Economist estimates



[Sign In](#) | [Join Free](#) [My Alibaba](#) ▾[Get Quotations](#) ▾[Home](#) > All Categories

Products by Category

**Agriculture & Food****Apparel, Textiles & Accessories****Auto & Transportation****Bags, Shoes & Accessories****Electronics****Electrical Equipment, Components & Telecoms****Gifts, Sports & Toys****Health & Beauty****Home, Lights & Construction****Machinery, Industrial Parts & Tools****Raw & Processed Materials****Packaging, Advertising & Office**



Top 10 risks in terms of Likelihood

- 1 Extreme weather events
- 2 Large-scale involuntary migration
- 3 Natural disasters
- 4 Terrorist attacks
- 5 Data fraud or theft
- 6 Cyberattacks
- 7 Illicit trade
- 8 Man-made environmental disasters
- 9 Interstate conflict
- 10 Failure of national governance

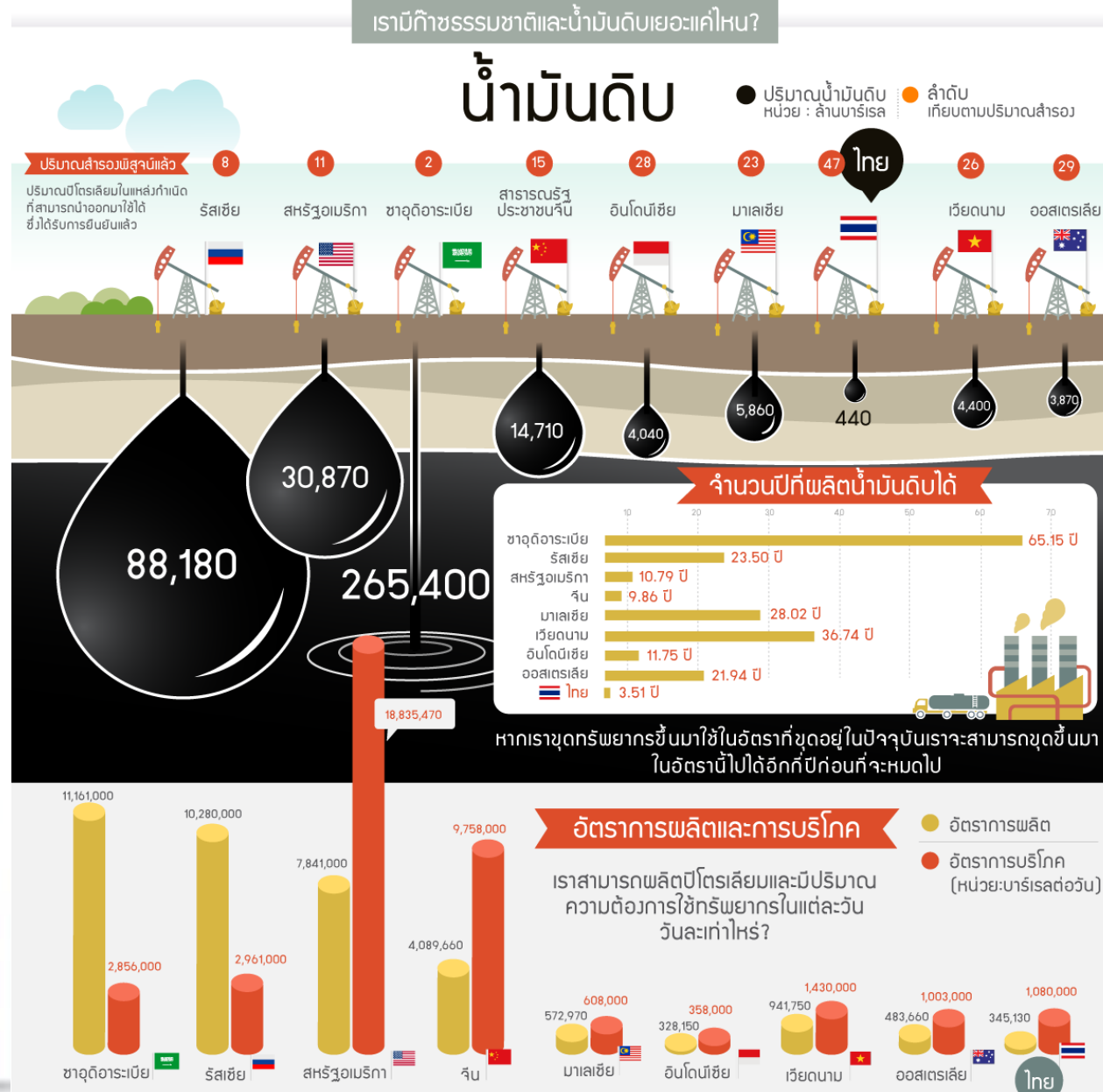
Top 10 risks in terms of Impact

- 1 Weapons of mass destruction
- 2 Extreme weather events
- 3 Water crises
- 4 Natural disasters
- 5 Failure of climate-change mitigation and adaptation
- 6 Large-scale involuntary migration
- 7 Food crises
- 8 Terrorist attacks
- 9 Interstate conflict
- 10 Unemployment or underemployment

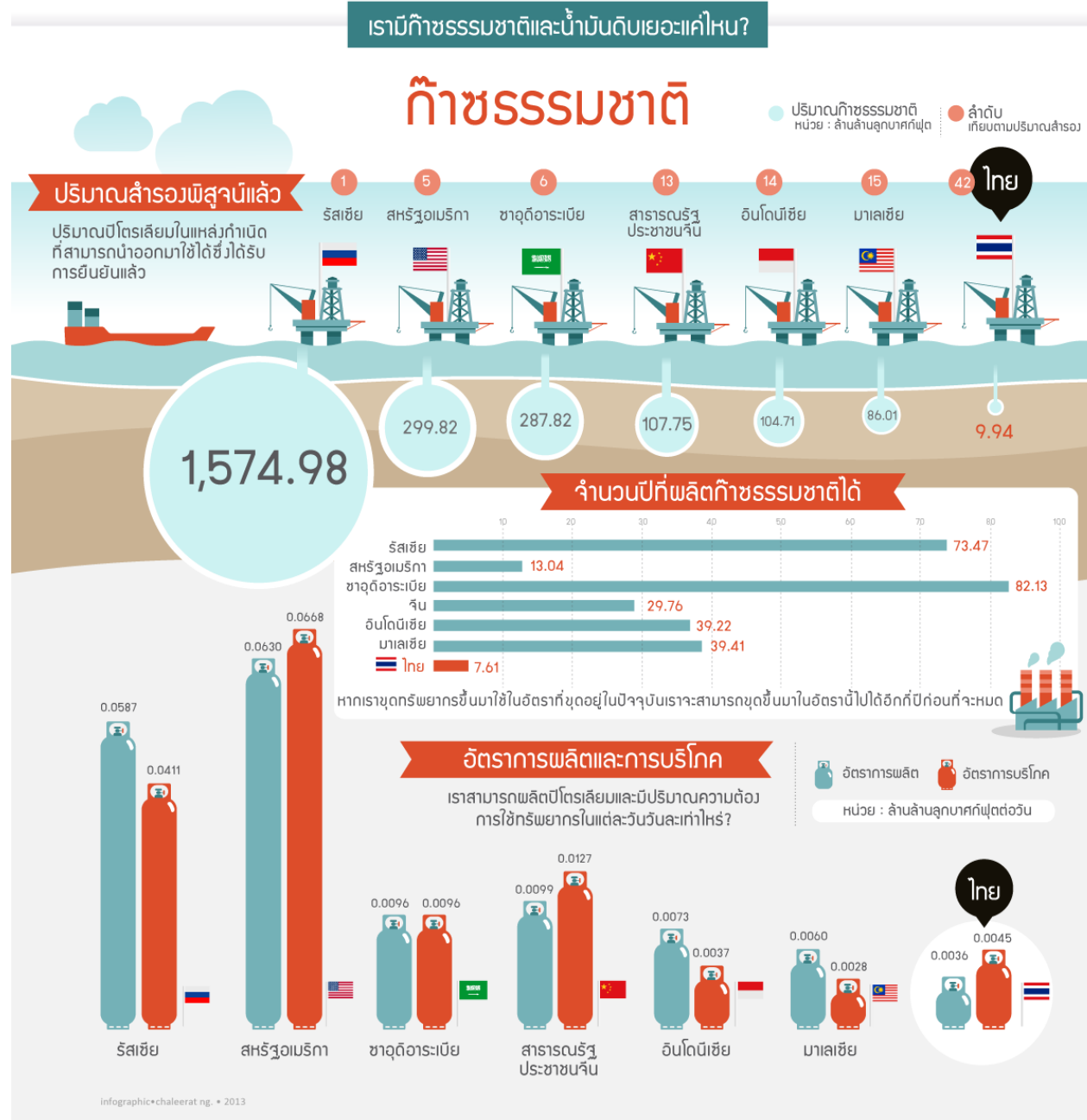
■ Economic
 ■ Environmental
 ■ Geopolitical
 ■ Societal
 ■ Technological

จากข้อมูลรายงานความเสี่ยงของโลกจะเห็นได้ว่าความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นสูงและจะส่งผลกระทบรุนแรงในช่วงปีค.ศ. 2017 นั้นเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Risk – สีเขียว) โดยที่มีเรื่องของ การก่อการร้าย (Terrorist Attack) และเรื่องการทำลายล้างด้วยอาวุธร้ายแรง อยู่ในอันดับสูงเช่นเดียวกัน และที่อยู่ในความสนใจอีกเรื่องคือเรื่องของการโจมตีทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเรื่องที่ได้ได้รับความสนใจในอันดับต้นๆ ที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งก็คือ เรื่อง วิกฤตน้ำ อันจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและยั่งยืนในอนาคต

วิกฤตน้ำมันที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต จะทำให้ต้นทุนการเดินทาง และการขนส่งจะสูงขึ้นเป็นอย่างมาก และอาจจะทำให้อุตสาหกรรมขนส่งต้องเปลี่ยนโฉมในการพัฒนา นวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาเพื่อให้การเดินทางและการขนส่งนั้นบริโภค น้ำมันให้น้อยที่สุด หรืออาจจะใช้เชื้อเพลิงประเภทอื่นทดแทนน้ำมัน ในเวลาอันใกล้นี้อย่างเต็มที่



จากที่น้ำมันเริ่มที่จะหายากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมต่างๆเริ่มเปลี่ยนมาบริโภคก๊าซธรรมชาติมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งในอนาคต ก๊าซธรรมชาติของประเทศไทยก็มีน้อยลงเรื่อยๆ จนอาจจะทำให้ส่งผลกระทบต่อการผลิตขึ้นมาใช้งานได้ไม่พอ และอาจจะต้องนำเข้าเกือบทั้งหมด อันจะส่งผลกระทบต่อการคมนาคมขนส่งของประเทศเป็นอย่างมากต่อไป

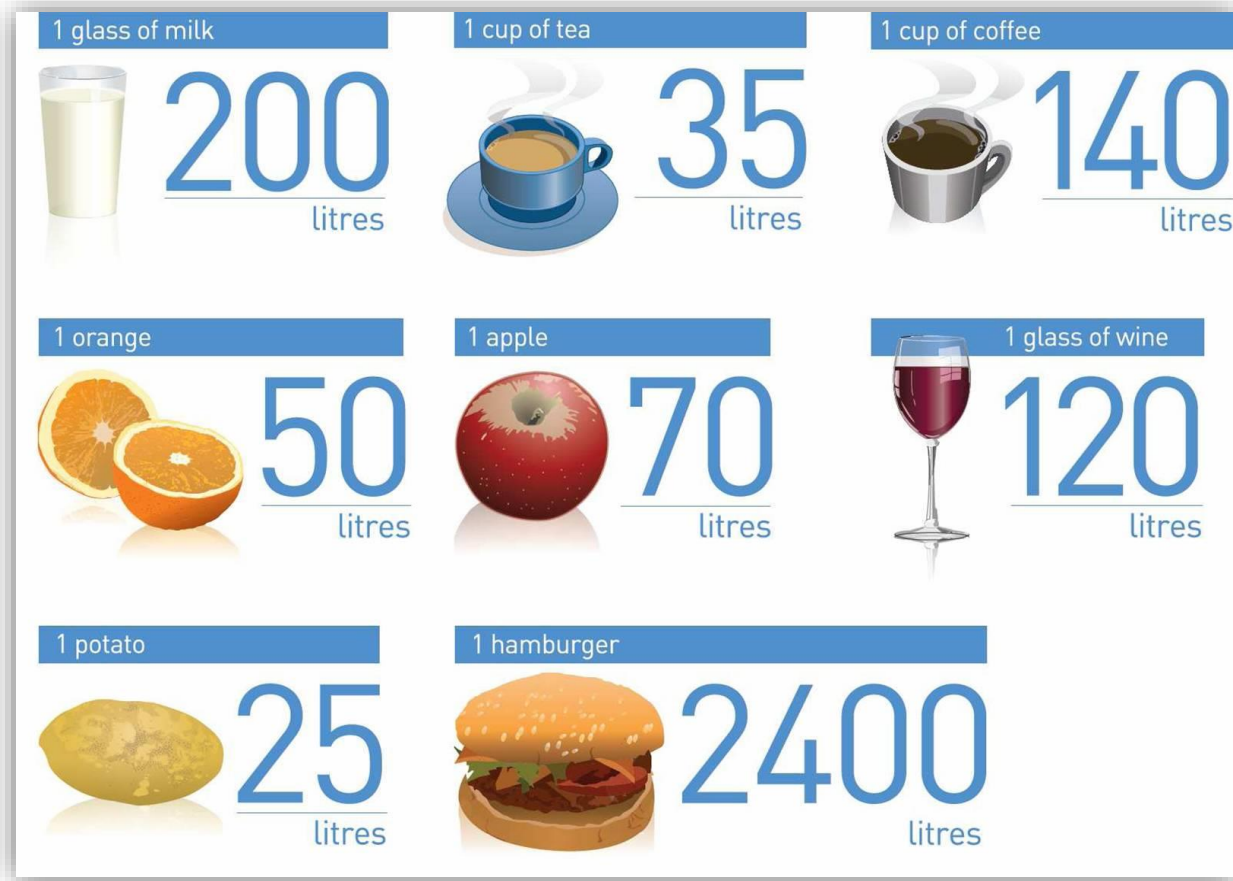
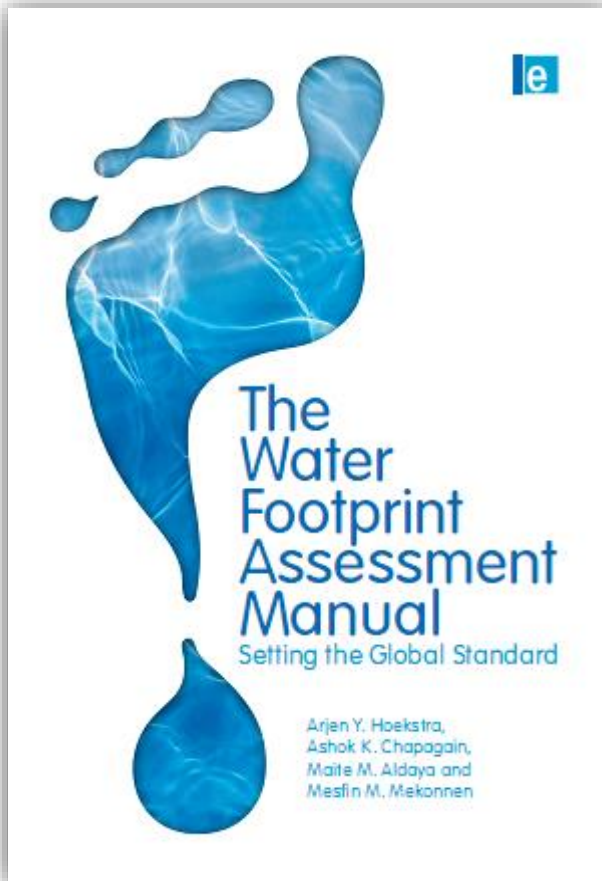


1 NO
POVERTY**2** ZERO
HUNGER**3** GOOD HEALTH
AND WELL-BEING**4** QUALITY
EDUCATION**5** GENDER
EQUALITY**6** CLEAN WATER
AND SANITATION**7** AFFORDABLE AND
CLEAN ENERGY**8** DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH**9** INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE**10** REDUCED
INEQUALITIES**11** SUSTAINABLE CITIES
AND COMMUNITIES

THE GLOBAL GOALS

For Sustainable Development

12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION**13** CLIMATE
ACTION**14** LIFE BELOW
WATER**15** LIFE
ON LAND**16** PEACE AND JUSTICE
STRONG INSTITUTIONS**17** PARTNERSHIPS
FOR THE GOALS



จากปัญหาการขาดแคลนน้ำ ทำให้องค์กรต่างเริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการควบคุมความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ดังนั้นจึงเป็นกระแสที่ติดตามการใช้น้ำในกระบวนการผลิตทั้งกระบวนการที่เรียกว่า “Water Footprint”

CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX 2016



RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE
1	New Zealand	90
7	Singapore	84
13	Australia	79
15	Hong Kong	77
20	Japan	72
27	Bhutan	65
31	Taiwan	61
41	Brunei	58
52	Korea (South)	53
55	Malaysia	49
72	Solomon Islands	42
79	China	40
79	India	40
87	Mongolia	38
90	Indonesia	37

95	Maldives	36
95	Sri Lanka	36
101	Philippines	35
101	Thailand	35
101	Timor-Leste	35
113	Vietnam	33
116	Pakistan	32
123	Laos	30
131	Nepal	29
136	Myanmar	28
136	Papua New Guinea	28
145	Bangladesh	26
156	Cambodia	21
169	Afghanistan	15
174	Korea (North)	12



Urbanization –
City as a
Customer



Bricks and Clicks



Future
Infrastructure
Development



Smart is the New
Green



Innovating to
Zero



Health, Wellness
and Well Being



Social Trends: Gen Y,
Middle Bulge, She-
economy,
Geosocialization



New Business
Models: Value
for Many



Future of
Mobility



Connectivity and
Convergence



Economy:
Beyond BRIC: The
Next Game
Changers

ASEAN 2025: FORGING AHEAD TOGETHER



one vision, one identity, one



The five giants of Asean

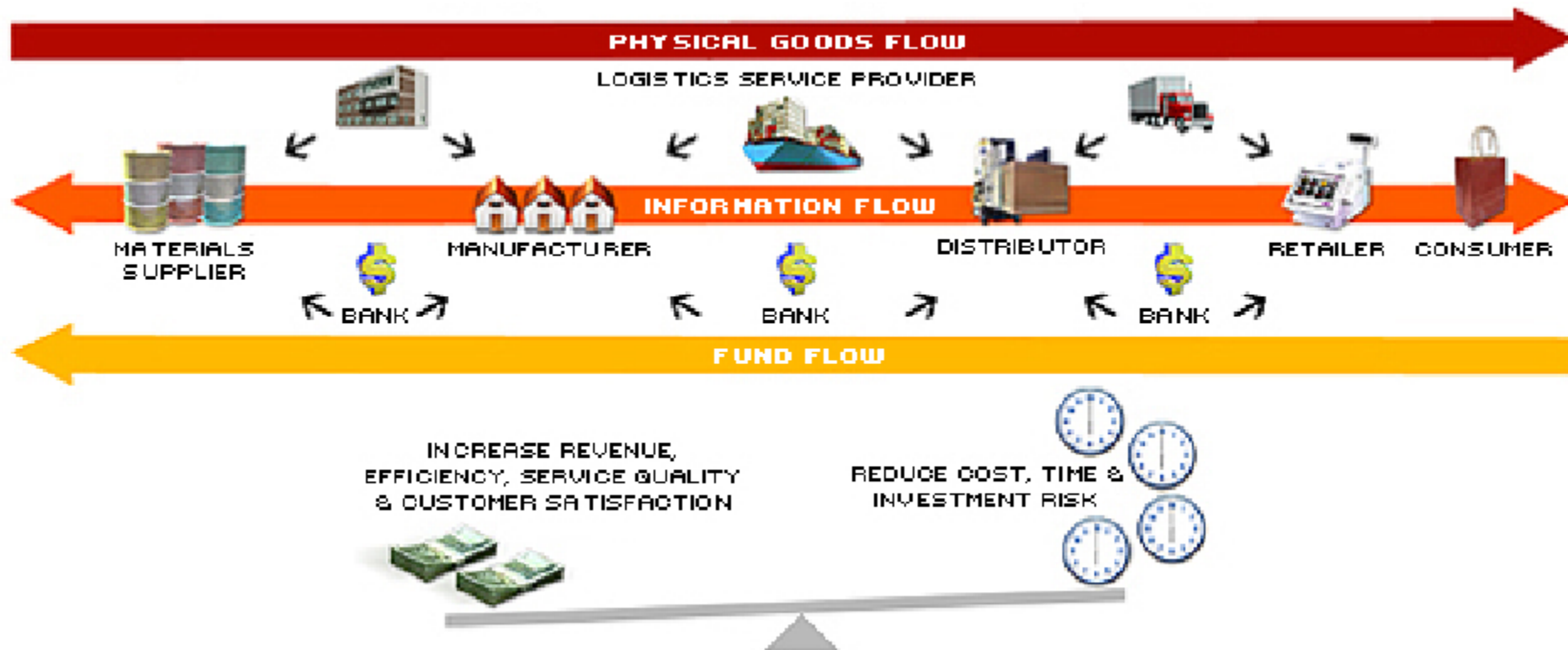


	URBAN POPULATION Of total	ANNUAL GDP GROWTH RATE	CORRUPTION RANKING Out of 175 countries globally	EASE OF DOING BUSINESS June 2015 data out of 189 countries	FIXED BROADBAND SUBSCRIPTIONS Per 100 population
INDONESIA	53%	5%	107	109th	1.19
MALAYSIA	74%	6%	50	18th	10.14
THAILAND	49%	0.9%	85	49th	8.21
PHILIPPINES	44%	6.1%	85	103th	23.22
VIETNAM	33%	6%	119	90th	6.48

NOTE: All data for year 2014 unless otherwise specified

Source: JLL, WORLD BANK, TRANSPARENCY INTERNATIONAL, FOCUS-ECONOMICS ST GRAPHICS

การเชื่อมโยงระหว่างบริษัท มิได้มีเฉพาะสินค้า (Physical Goods Flow) เท่านั้น แต่ยังมีการเชื่อมโยงทางด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information Flow) และการเชื่อมโยงทางการเงิน (Financial Flow) ด้วยทั้งนี้ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ จะช่วยให้การบริหารจัดการทั้ง Supply Chain มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยสามารถพิจารณาถึงความเชื่อมโยงกิจกรรมทางธุรกิจตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



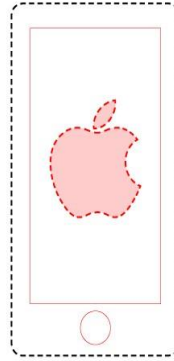
Apple's iPhone Boosts Some Asian Economies

A closer look at the key Apple suppliers*



Sources: IHS Technology; staff reports Photo: Apple

The Wall Street Journal



California, US

Apple designs the iPhone at its headquarters in California. It sends out orders for parts to dozens of companies all around the globe.



Texus Instruments
makes the **touchscreen controller**

Micron
makes the **flash memory**

Dialog semiconductors
makes the **power management components**

ST Microelectronics
makes the **accelerometers and gyroscope**

Samsung
makes **memory and applications processor**

Cirrus Logic
makes the **audio controller**

Murata
makes the **Bluetooth and WiFi components**

Infineon
makes the **phone network components**

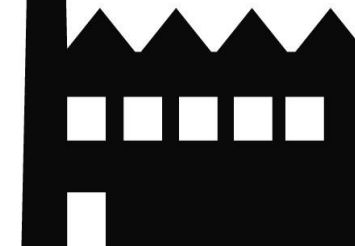
The iPhone supply chain

find out more at
thegatewayonline.com

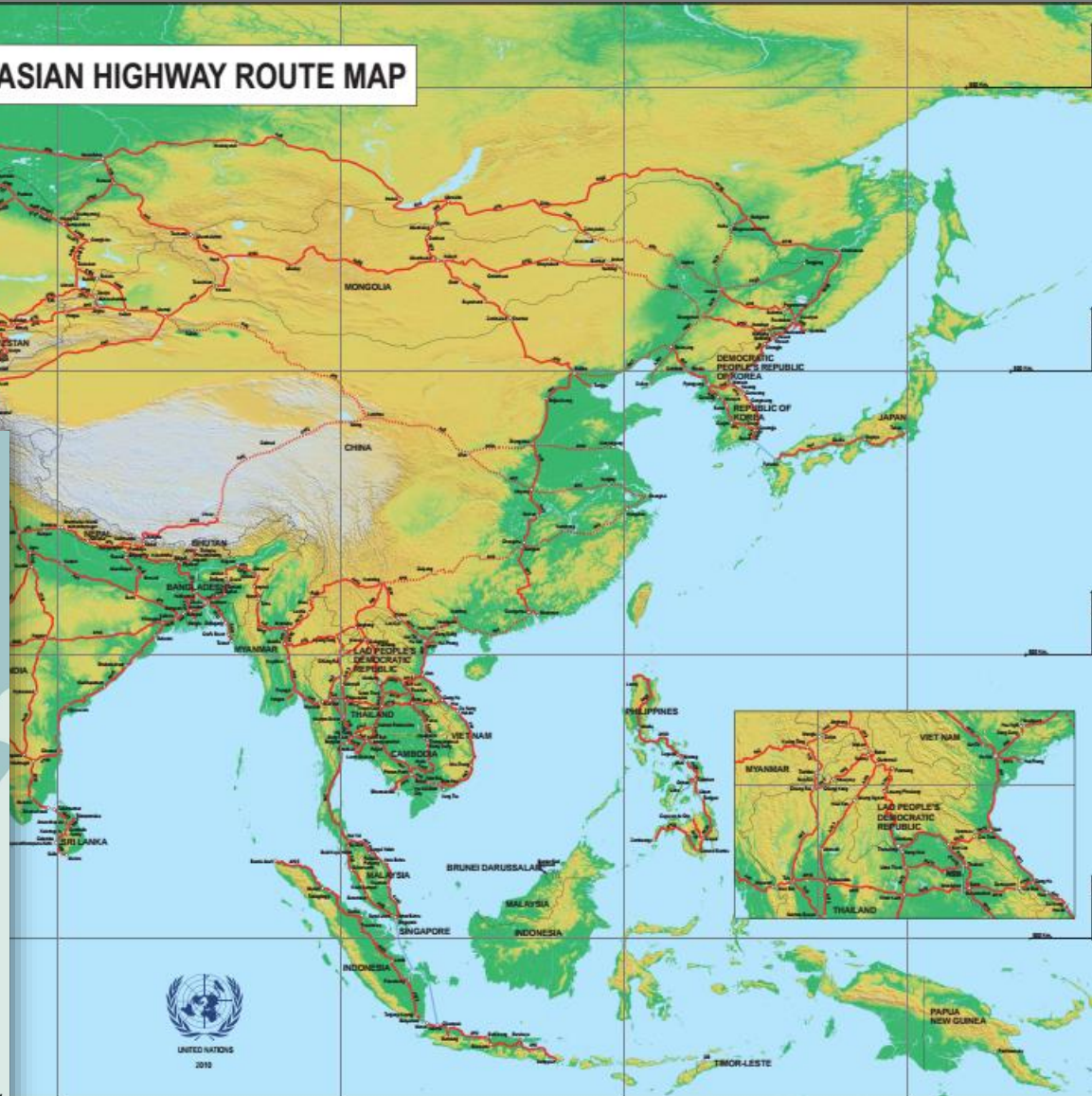
the gateway

Shenzhen, China

iPhones are assembled in China by Taiwanese manufacturer Foxconn. As China becomes more economically developed, the rising cost of labour, energy and property could put pressure on Apple's margins.



ASIAN HIGHWAY ROUTE MAP





“ The ‘Belt and Road’ and the AIIB are both **open** initiatives. We welcome **all countries** along the routes and in Asia, as well as our friends and partners around the world, to take an active part in these endeavors.”



ASEAN'S INFRASTRUCTURE NEEDS

**ASEAN NEEDS
\$100 BILLION
EVERY YEAR
FOR INVESTMENTS**

-  roads
-  railways
-  power
-  clean water supply
-  other critical infrastructure

ASEAN IS
CURRENTLY INVESTING
**LESS THAN HALF
THAT AMOUNT**
LEADING TO
INFRASTRUCTURE
BOTTLENECKS



GROWING INFRASTRUCTURE NEEDS IN ASEAN

ASEAN countries are expected to experience double-digit growth within the next 10 years, coupled with robust GDP increase. With the growing middle-class pushing for better infrastructure and improved governance, an estimated USD60 billion a year will be needed to fulfill infrastructural needs. How can the public and private sector work together to catalyze this expansion, and what initiatives should be put in place?



POWER
USD228bn



ROADS
USD128bn



WATER & SANITATION
USD26bn



PORTS
USD33bn



RAILWAYS
USD119bn



AIRPORTS
USD16bn

INFRASTRUCTURE

Extent to which basic, technological, scientific and human resources meet the needs of business

RANK

Singapore



CHANGE
+2

62.774
SCORE

Malaysia



CHANGE
0

45.229
SCORE

Thailand



CHANGE
0

16.069
SCORE

Indonesia



CHANGE
+2

9.978
SCORE

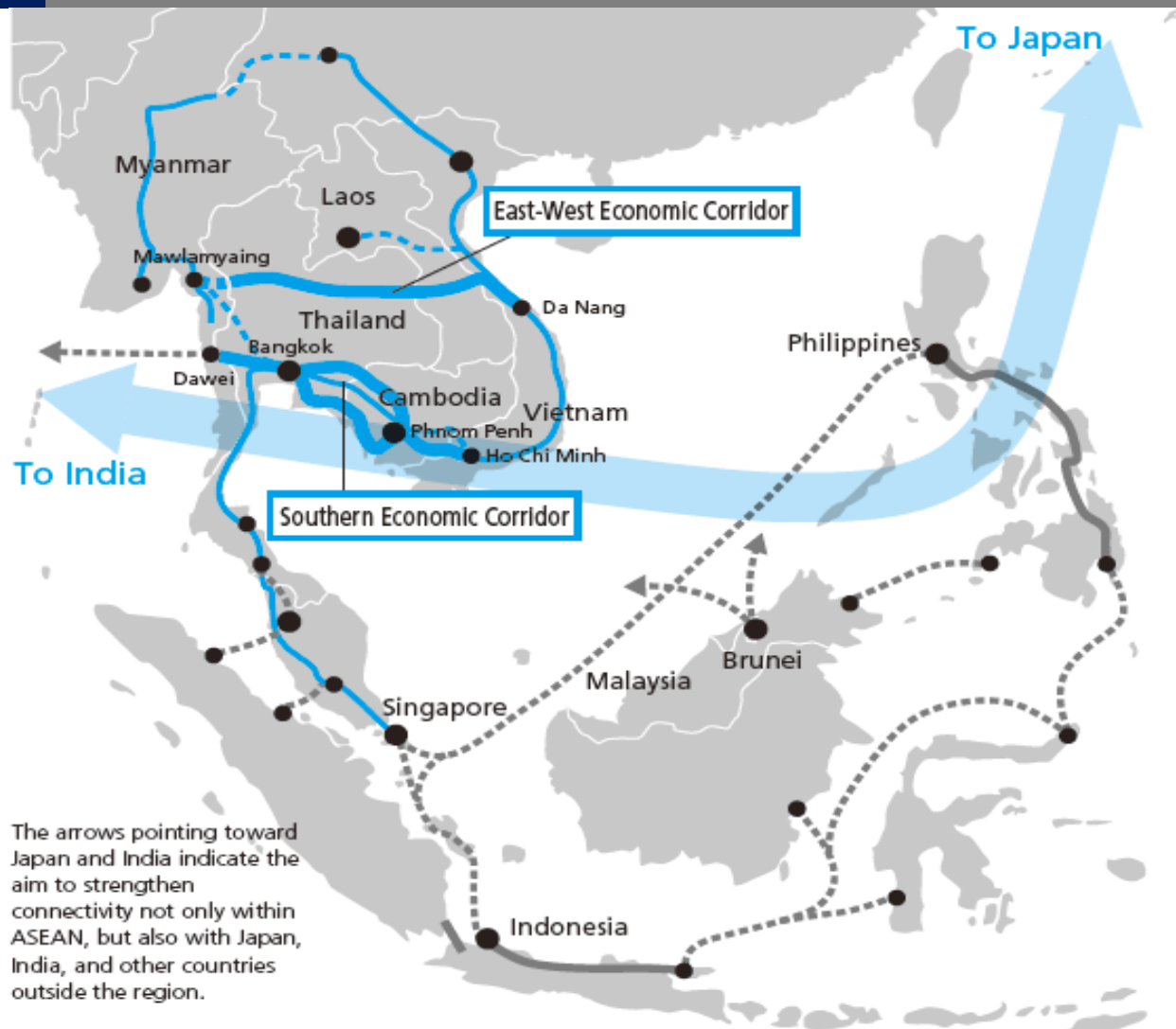
Philippines



CHANGE
-2

1.7
SCORE

Source: IMD World Competitiveness Yearbook 2014



Land corridors

Land corridors

Under construction

East-West Economic Corridor Connects Da Nang and Mawlamyaing.

Southern Economic Corridor Connects Ho Chi Minh and Dawei.

Improvement of highways, international bridges, motorways, ports, etc.

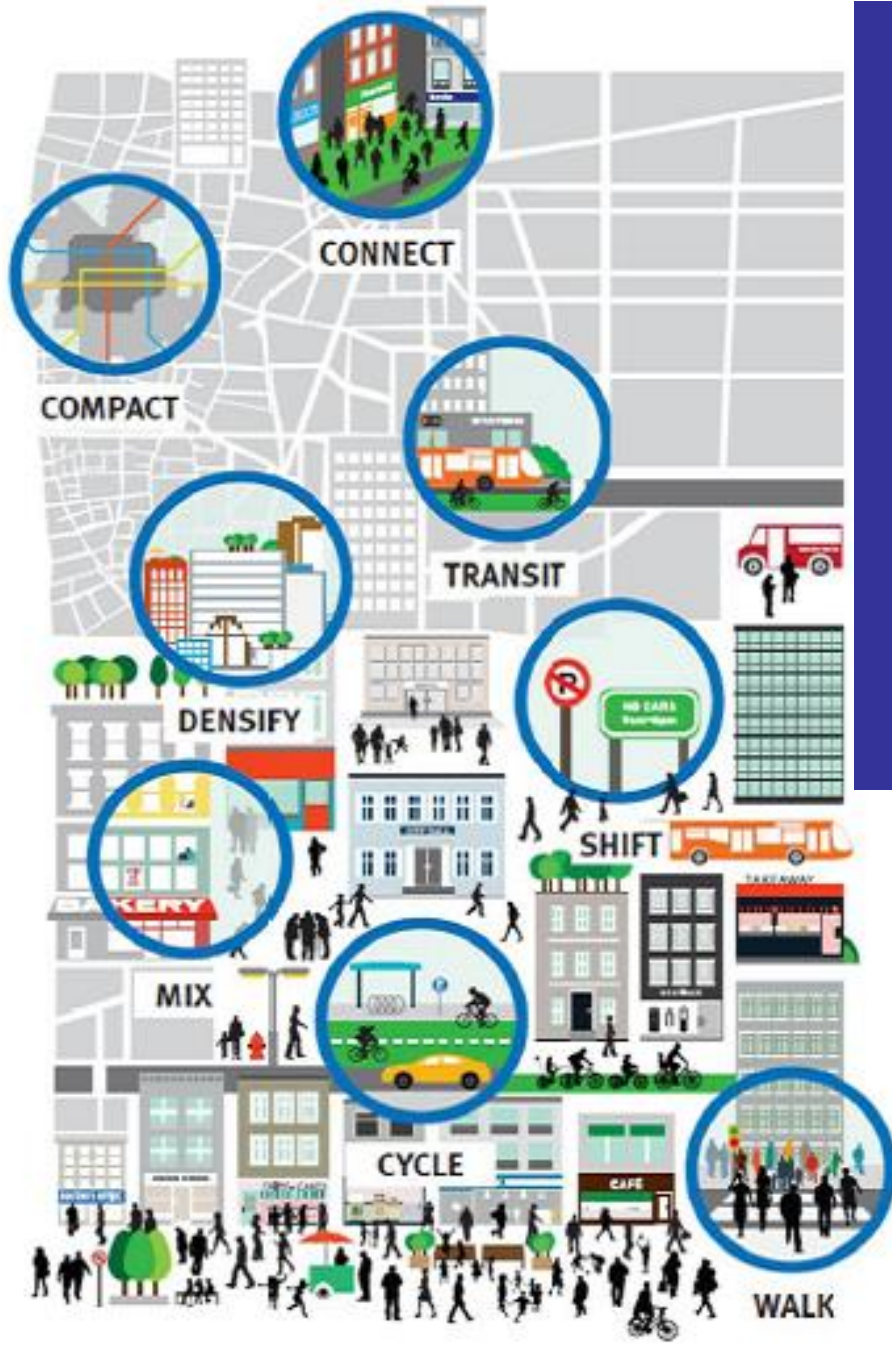
Ocean corridors

Ocean corridors

Improvement required

Connects the major cities of Malaysia, Singapore, Indonesia, Brunei, and the Philippines.

Improvement of ports, industrial development around ports, energy, ICT improvement, etc.



Transit Oriented Development

“Transit Oriented Development (TOD) is moderate to higher density development, located within an easy walk of a major transit stop, generally with a mix of residential, employment and shopping opportunities designed for pedestrians without excluding the auto. TOD can be new construction or redevelopment of one or more buildings whose design and orientation facilitate transit use.”

Source: Technical Advisory Committee to the Statewide Transit-Oriented Development Study



think with Google™

Food Trends
2016

U.S. Report

Food With a
FunctionTraveling
Through Taste

FOOD-LIKE

DRUG-LIKE

NUTRACEUTICALS

SUB-SEGMENT	Everyday Food	Organic Food	Better-for-you Food	Functional Foods	Nutritional Supplements	Medical Foods	OTC/ Prescription Medicines
EXAMPLE							

เผยตลาดสมุนไพรโลกขยายตัวตามกระแสสุขภาพ-ความงาม ปี 63 ภาพรวมพุ่งกว่าแสนล้านเหรียญฯ

Retail dollar sales of gluten-free products in the United States from 2011 to 2016 (in millions of U.S. dollars)*

GLUTEN FREE



Source:

Additional Information:

ในปี 2001 ตลาดอาหารที่เป็น gluten-free ในสหรัฐอเมริกามีมูลค่าประมาณ 210 ล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2006 มูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 696 ล้านดอลลาร์ฯ รายงานของ Packaged Facts คาดการณ์มูลค่าตลาดในปี 2010 จะเพิ่มขึ้นเป็น 1.7 พันล้านเหรียญฯ และ 2.6 พันล้านเหรียญฯ ในปี 2012

LETTUCE

Canada, Chile, Dominican Republic, Mexico, Peru, USA



The Well-Traveled Salad.

Do You Know Where Your Food Has Been?

As consumers, many of us fail to recognize that even our domestic and local food supplies are part of a global network. The daily activity of consuming food directly links our health as humans to the health of crops and produce, food animals, and the environments in which they are produced.

CROUTONS

Argentina, Australia, Brazil, Canada, China, France, India, Mexico, Netherlands, Poland, Russia, Switzerland, Uruguay, USA, Vietnam

**CUCUMBERS**

Canada, Honduras, India, Mexico, Spain, USA

**TOMATOES**

Canada, Dominican Republic, Holland, Israel, Italy, Mexico, USA

**FETA CHEESE**

Canada, Denmark, Egypt, Germany, Greece, Israel, Italy, Turkey, UK, USA

**ONIONS**

Canada, China, Germany, India, USA

**VINAIGRETTE**

Argentina, Brazil, Canada, Chile, China, France, Germany, Greece, India, Indonesia, Italy, Mexico, Morocco, Peru, Portugal, Spain, Thailand, Tunisia, Turkey, USA, Vietnam

**OLIVES**

Greece, Israel, Mexico, Spain, USA

**SPROUTS**

Argentina, Australia, Bangladesh, Canada, China, Egypt, France, India, Morocco, Nepal, Pakistan, South Africa, Spain, Turkey, USA

**MANDARIN ORANGES**

Israel, Mexico, Morocco, South Africa, Spain



The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017

Paving the way for a more sustainable and inclusive future



TRAVEL & TOURISM COMPETITIVENESS INDEX

Enabling Environment

1. *Business Environment* (12 indicators)
2. *Safety and Security* (5 indicators)
3. *Health and Hygiene* (6 indicators)
4. *Human Resources and Labour Market* (9 indicators)
5. *ICT Readiness* (8 indicators)

T&T Policy and Enabling Conditions

6. *Prioritization of Travel and Tourism* (6 indicators)
7. *International Openness* (3 indicators)
8. *Price Competitiveness* (4 indicators)
9. *Environmental Sustainability* (10 indicators)

Infrastructure

10. *Air Transport Infrastructure* (6 indicators)
11. *Ground and Port Infrastructure* (7 indicators)
12. *Tourist Service Infrastructure* (4 indicators)

Natural and Cultural Resources

13. *Natural Resources* (5 indicators)
14. *Cultural Resources and Business Travel* (5 indicators)



1. Silver hair tourists



2. Generation Y & Z



3. Growing middle class





World Tourism Organization

UNWTO



"A very good restaurant in its category"



"Excellent cooking, worth a detour"



"Exceptional cuisine, worth a special journey"

3-Star restaurants worldwide



COUNTRY

	Japan	28
	France	27
	Germany	11
	US	10
	Spain	8
	Italy	8
	China	7
	Spain	7
	The UK Ireland	4
	Switzerland	2
	Belgium	3
	Netherlands	2

CITIES

	Tokyo	13
	Paris	10
	New York	7
	Hong Kong	5
	San Francisco	2
	London	2
	Macau	2
	Chicago	1
	Reims	1
	Shonan	1

Global Report on
Food Tourism

AM Reports: Volume four

AFFILIATE MEMBERS REPORT PUBLISHED BY UNWTO

FUTURE FARMS

small and smart

SURVEY DRONES

Aerial drones survey the fields, mapping weeds, yield and soil variation. This enables precise application of inputs, mapping spread of pernicious weed blackgrass could increase Wheat yields by 2-5%.

FLEET OF AGRIBOTS

A herd of specialised agribots tend to crops, weeding, fertilising and harvesting. Robots capable of microdot application of fertiliser reduce fertiliser cost by 99.9%.

FARMING DATA

The farm generates vast quantities of rich and varied data. This is stored in the cloud. Data can be used as digital evidence reducing time spent completing grant applications or carrying out farm inspections saving on average £5,500 per farm per year.

TEXTING COWS

Sensors attached to livestock allowing monitoring of animal health and wellbeing. They can send texts to alert farmers when a cow goes into labour or develops infection increasing herd survival and increasing milk yields by 10%.

SMART TRACTORS

GPS controlled steering and optimised route planning reduces soil erosion, saving fuel costs by 10%.

What is the impact of innovation?

95%
Competition
feel innovation can drive a more competitive economy



91%
Go Green
feel innovation can create a greener economy



88%
Jobs
feel innovation is the best way to create jobs



86%
Partnership
feel partnership is more important than stand-alone success



87%
Society
feel we should bring value to society as a whole not only to individuals



Improve Lives

can successfully change citizens' lives in the next 10 years in:

90%
Communications

87%
Health Quality

84%
Job Market

84%
Environmental Quality



What drives Innovation?

66%
Value of Innovation
believe that innovation will happen when the general public is convinced of the value that innovation will bring to their lives



65%
Universities & Schools
feel that innovation happens when local universities and schools provide a strong model for tomorrow's leaders



62%
Patent Protection
agree that when the protection of the copyright and patent are effective then innovation can occur



58%
Private Investors
believe that innovation will occur when private investors are supportive of companies that need funds to innovate



Budget Allocation 48%
believe that when government and public officials set aside an adequate share of their budget to support innovative companies, innovation can brew



Government Support 43%
think innovation can occur when governmental support for innovation is efficiently organized and coordinated



WORKFORCE OF THE FUTURE

แนวโน้มแรงงานในอนาคต

หน่วย: ล้านคน (Million people)

BRUNEI
SINGAPORE
LAOS
CAMBODIA
MALAYSIA
MYANMAR
PHILIPPINES
THAILAND
VIETNAM
INDONESIA



2005

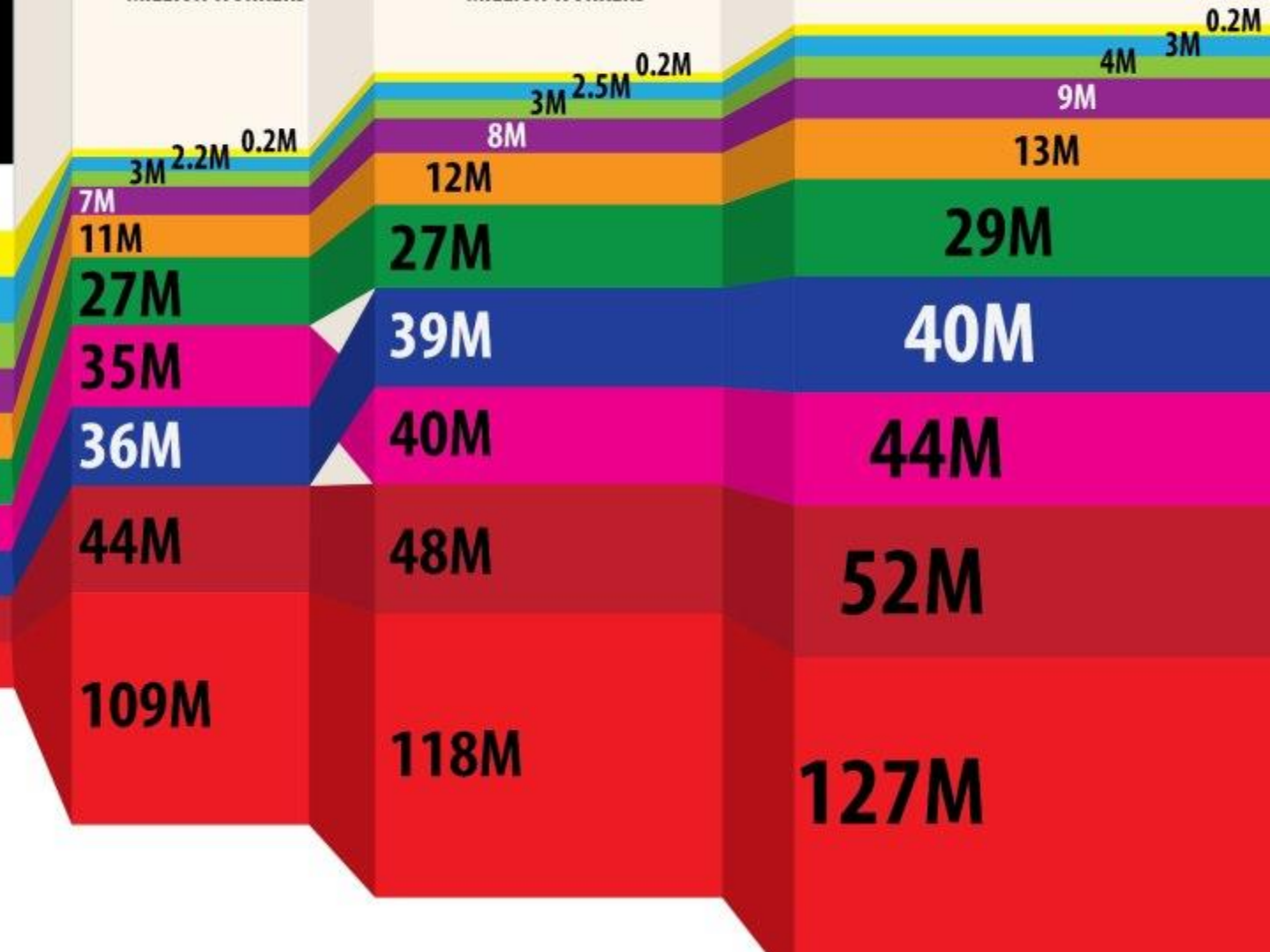
275 ล้านคน
MILLION WORKERS

2010

298 ล้านคน
MILLION WORKERS

2015

321 ล้านคน
MILLION WORKERS

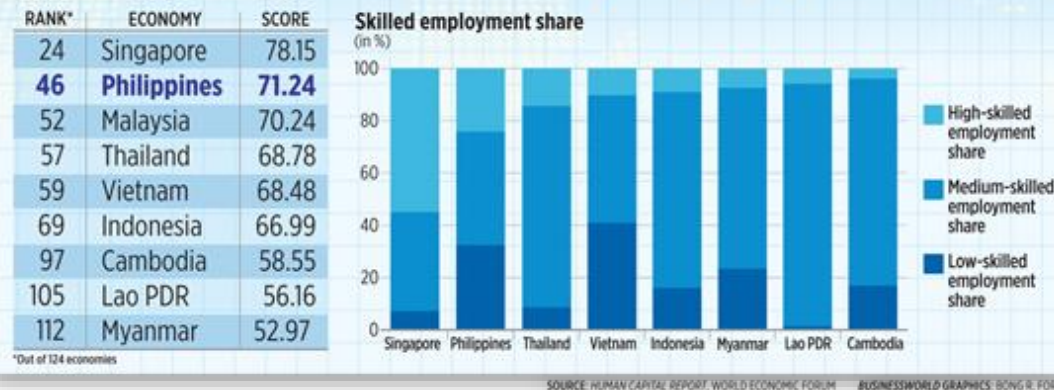


ASEAN DNA



HUMAN CAPITAL INDEX 2015 RANKINGS, ASEAN

The Human Capital Index measures how nations develop and deploy human capital and tracks progress over time. It evaluates the levels of education, skills and employment available to people in five age groups, from those under 15 to those over 65. The index covers 124 economies, representing 92% of the world's people and 98% of its gross domestic product. Asia and the Pacific, the world's most populous region, straddles the middle of the range with an overall average score of 67.83.



ประเทศไทยยังมีทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่ยังเป็นรองอีกหลายประเทศ ซึ่งเราจะต้องเน้นที่จะพัฒนาทุนมนุษย์ในภาคการ อันประกอบด้วย ทักษะที่สะสมมา ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนบุคลิกภาพ และทรัพย์สินส่วนบุคคลอื่นที่จำเป็นไม่ได้ อาทิ สัมพันธภาพส่วนบุคคลในสังคม การได้รับการยอมรับในแวดวง เป็นต้น

ที่มา : World Economic Forum (2015)

Asia and the Pacific

Rank	Country	Score
5	Japan	82.74
9	New Zealand	81.84
13	Australia	80.22
24	Singapore	78.15
30	Korea, Rep.	76.84
46	Philippines	71.24
51	Mongolia	70.75
52	Malaysia	70.24
57	Thailand	68.78
59	Vietnam	68.48
60	Sri Lanka	68.19
64	China	67.47
69	Indonesia	66.99
80	Iran, Islamic Rep.	63.20
87	Bhutan	61.11
97	Cambodia	58.55
99	Bangladesh	57.62
100	India	57.62
105	Lao PDR	56.16
106	Nepal	55.77
112	Myanmar	52.97
113	Pakistan	52.63

@refthinking

(SOURCE: FUTURE OF JOBS REPORT, WORLD ECONOMIC FORUM)

TOP 10 SKILLS IMPORTANT IN THE WORKFORCE

2015

1. Complex Problem Solving



2. Coordinating with Others



3. People Management



4. Critical Thinking



5. Negotiation



6. Quality Control



7. Service Orientation



8. Judgement and Decision Making



9. Active Listening



10. Creativity



2020

1. Complex Problem Solving



2. Critical Thinking



3. Creativity



4. People Management



5. Coordinating with Others



6. Emotional Intelligence



7. Judgement and Decision Making



8. Service Orientation



9. Negotiation



10. Cognitive Flexibility





CROSS CULTURAL COMPETENCY

ABILITY TO OPERATE IN DIFFERENT CULTURAL SETTINGS

THE DRIVERS:



COMPUTATIONAL THINKING

ABILITY TO TRANSLATE VAST AMOUNTS OF DATA INTO ABSTRACT CONCEPTS AND TO UNDERSTAND DATA BASED REASONING

THE DRIVERS:



NEW MEDIA LITERACY

ABILITY TO CRITICALLY ASSESS AND DEVELOP CONTENT THAT USES NEW MEDIA FORMS, AND TO LEVERAGE THESE MEDIA FOR PERSUASIVE COMMUNICATION

THE DRIVERS:



TRANSDISCIPLINARY

LITERACY IN AND ABILITY TO UNDERSTAND CONCEPTS ACROSS MULTIPLE DISCIPLINES

THE DRIVERS:



DESIGN MINDSET

ABILITY TO REPRESENT AND DEVELOP TASKS AND WORK PROCESSES FOR DESIRED OUTCOMES

THE DRIVERS:



COGNITIVE LOAD MANAGEMENT

ABILITY TO DISCRIMINATE AND FILTER INFORMATION FOR IMPORTANCE, AND TO UNDERSTAND HOW TO MAXIMIZE COGNITIVE FUNCTIONS

THE DRIVERS:





tanavich.c@gmail.com / 089.009.0009 / facebook.com/tanavichc