

กระแสการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้าระดับทวิภาคีโดยเฉพาะการทำความตกลงกับประเทศคู่ค้าใหม่ หรือตลาดใหม่ ได้แก่ รัสเซีย แอฟริกาใต้ และชิลี ซึ่งเป็นตลาดที่อยู่ในความสนใจไม่เฉพาะสำหรับประเทศไทยแต่รวมถึงประเทศอื่นๆ ในโลก เพื่อขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กว้างขวางมากขึ้น รวมทั้งจะเป็นการลดการพึ่งพิงตลาดส่งออกหลักที่เป็นตลาดเดิมของไทยอีกด้วย สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย การทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศคู่ค้าใหม่ๆ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อโอกาสทางการค้าและการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ตลาดใหม่เพื่อแสวงหาประโยชน์ทางการค้าและการลงทุนที่จะเกิดกว้างขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและเต็มศักยภาพย่อมต้องเผชิญกับปัญหา อุปสรรค และต้องอาศัยการเตรียมความพร้อมที่ดี มีข้อมูลทางเศรษฐกิจ สังคม ของประเทศคู่ค้าใหม่ๆ เหล่านั้นที่มากเพียงพอ ในขณะเดียวกัน การทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้า อาจก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย ซึ่งจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับ และเยียวยาความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเหล่านั้น

การศึกษานี้ แบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ตามรายประเทศที่ทำการศึกษา ซึ่งในแต่ละส่วนได้สำรวจรวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้มีความรู้ความชำนาญ (Key Informants) ทั้งในและต่างประเทศ ครอบคลุมประเด็นการศึกษาในแต่ละส่วน (ประเทศ) ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศเป้าหมายในการทำ FTA กับไทย
- 2) การวิเคราะห์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และมาตรการทางการค้าที่สำคัญ
- 3) การวิเคราะห์สถานการณ์ และศักยภาพทางการค้าในภาพรวมและรายสาขา
- 4) การวิเคราะห์อุตสาหกรรม SMEs ของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศเป้าหมาย ประกอบด้วย
 - 4.1 กรณีประเทศชิลี ครอบคลุมอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 4.2 กรณีประเทศรัสเซีย ครอบคลุมอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4.3 กรณีประเทศแอฟริกาใต้ ครอบคลุม ข้าว อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

5) ข้อเสนอแนะแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs เพื่อรองรับการทำความตกลงเปิดเสรี (FTA)

กรณีประเทศชิลี

ประเทศชิลีเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง มีการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้ากับหลายประเทศทั้งในภูมิภาคเดียวกัน และในภูมิภาคอื่น สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าในภูมิภาคอเมริกาใต้ได้เนื่องจากมีภูมิประเทศติดต่อกับประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจของอเมริกาใต้ ได้แก่ อาร์เจนตินา และบราซิล เป็นต้น นอกจากนี้ ชิลียังเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางด้าน

โลจิสติกส์สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งทางเรือ และการบริหารท่าเรือ ปัจจุบันประเทศไทยยังมีปริมาณการค้ากับชิลีน้อย ซึ่งจากการวิเคราะห์ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) พบว่า ประเทศไทยและชิลีมีสินค้าหลายรายการที่สามารถเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างกันได้ คือ รายการสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออก (RCA สำหรับการส่งออกมากกว่า 1) และเป็นสินค้าที่ชิลีมีความต้องการนำเข้าสูง (RCA สำหรับการนำเข้ามากกว่า 1) เช่น สินค้าในกลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วน สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าอาหารแปรรูป ฯลฯ และรายการสินค้าที่ไทยมีความต้องการในการนำเข้าสูง (RCA สำหรับการนำเข้ามากกว่า 1) และเป็นสินค้าที่ชิลีมีศักยภาพในการส่งออก (RCA สำหรับการส่งออกมากกว่า 1) เช่น ทองแดง ลวดทองแดง สินค้าประมง (ปลา Trout, Salmon) แร่สังกะสี Wine ฯลฯ

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis: CMS) แสดงว่า ไทยเป็นประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงในตลาดชิลี และการวิเคราะห์ในรายสาขาสินค้า พบว่า สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้ายานยนต์และชิ้นส่วน เป็นกลุ่มสินค้าที่ไทยมีอัตราการขยายตัวสูง ความสามารถในการแข่งขันสูง นอกจากนี้ การวิเคราะห์ในรายสาขาการท่องเที่ยว พบว่า ประเทศทั้งสองต่างมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวที่สามารถส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวระหว่างกันให้มากขึ้นได้ โดยมีอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ระยะเวลาที่ไกลทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเดินทาง และการขาดการประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

กรณีประเทศรัสเซีย

ประเทศรัสเซียเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ มีพรมแดนติดต่อกับหลายประเทศรวมทั้งประเทศในยุโรป รวมทั้งสามารถเป็นฐานในการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศ CIS ได้ ประชากรประกอบด้วยประชากรที่มีรายได้สูง และประชากรที่มีรายได้น้อย เศรษฐกิจของรัสเซียมีการขยายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่องตามการปรับเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลก เพราะเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางด้านพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติมาก นอกจากนี้ ยังเป็นประเทศที่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสูง เป็นประเทศที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับไทยมาเป็นเวลานาน รัสเซียจึงเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงทั้งทางการค้าและการลงทุนของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย อย่างไรก็ตาม การทำการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียยังมีอุปสรรคที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ ข้อจำกัดทางด้านภาษา ความไม่เข้าใจวัฒนธรรมการทำธุรกิจของรัสเซีย กฎระเบียบทางการค้าที่เข้มงวดโดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหารแปรรูปที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออก การขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อนำสินค้าไทยกับกับผู้บริโภคชาวรัสเซีย เป็นต้น การวิเคราะห์ด้วยดัชนี RCA พบว่าไทยและรัสเซียสามารถเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างกันได้สินค้านานหลายรายการ รัสเซียมีความต้องการในการนำเข้าสินค้านานหลายรายการที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออก เช่น ยานยนต์และชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ และไทยก็มีความต้องการนำเข้าสินค้าจากรัสเซียหลายรายการที่รัสเซียมีศักยภาพในการส่งออก เช่น เหล็ก อลูมิเนียม น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ชี้ให้เห็นว่าไทยยังไม่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดรัสเซียเมื่อเปรียบเทียบกับคู่ค้าอื่นๆ ของรัสเซีย การเพิ่มขึ้นของการส่งออกของไทยในตลาดรัสเซียเป็นการเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของตลาดรัสเซีย หรือการขยายตัวทางเศรษฐกิจของรัสเซีย ปริมาณการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียยังมีปริมาณไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับศักยภาพทางการค้าระหว่างประเทศทั้งสอง และการทำการค้ายังจำกัดอยู่ในกลุ่มสินค้าเพียงบางรายการ ตามปริมาณความต้องการเป็นครั้งคราว โดยมีสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดรัสเซีย ได้แก่ เครื่องรับโทรทัศน์ ข้าว อัญมณีและเครื่องประดับ คอมพิวเตอร์และอาหารแปรรูป เป็นต้น การวิเคราะห์ในสาขาการท่องเที่ยว พบว่า ไทยและรัสเซียมีโอกาสที่ดีที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกัน ดังนั้น ตลาดรัสเซียจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย

กรณีประเทศแอฟริกาใต้

ประเทศแอฟริกาใต้ถือได้ว่าเป็นสถานที่ยุทธศาสตร์ที่สำคัญทางการค้าการลงทุนของไทยในการเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าสู่ประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค แอฟริกาใต้มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติโดยเฉพาะแร่ธาตุ ที่สำคัญและมีการส่งออกจำนวนมาก ได้แก่ ถ่านหิน เพชร และเหล็ก แอฟริกาใต้มีการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้าในระดับทวิภาคีกับคู่ค้าหลายประเทศ และเป็นสมาชิกของ Southern African Custom Union (SACU) การวิเคราะห์ด้วยดัชนี RCA ปรากฏว่า สินค้าหลายรายการที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกและแอฟริกาใต้มีความต้องการในการนำเข้า ได้แก่ ข้าว ยานยนต์และชิ้นส่วน อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น และสินค้าหลายรายการที่ไทยมีความต้องการนำเข้า และแอฟริกาใต้มีศักยภาพในการส่งออก ได้แก่ เพชร อลูมิเนียม เหล็ก เครื่องยนต์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่แสดงว่าไทยมีศักยภาพในการแข่งขันสูงในตลาดแอฟริกาใต้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่ค้าที่สำคัญอื่นๆ โดยการขยายตัวของการส่งออกในตลาดแอฟริกาใต้เป็นผลจากการขยายตัวของตลาดแอฟริกาใต้และการเพิ่มขึ้นของศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าไทย นอกจากนี้ พบว่า ข้าว สินค้าอาหารแปรรูป ยางพารา เฟอร์นิเจอร์ ยานยนต์และชิ้นส่วน สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงในตลาดแอฟริกาใต้ เช่นเดียวกับกรณีประเทศรัสเซีย การวิเคราะห์ในสาขาการท่องเที่ยว ปรากฏว่า เป็นสาขาบริการที่มีศักยภาพ และสามารถส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวระหว่างสองประเทศให้มากขึ้นได้ ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ

ข้อเสนอแนะแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การสำรวจ รวบรวม วิเคราะห์โอกาสทางการค้า รวมทั้งปัญหา อุปสรรคในการเข้าถึงตลาดใหม่ (Market Access) โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย จัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย เพื่อรองรับการทำความตกลงเปิดเสรี (FTA) ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมทางการค้า และการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.1 กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าสินค้า ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- การจัดทำระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อการค้าการลงทุน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- การส่งเสริมในการให้บริหารข้อมูลตลาด และกฎระเบียบทางการค้าของประเทศคู่ค้า รวมถึงข่าวสารของการจัดงานแสดงสินค้าที่สำคัญในระดับโลก และในประเทศคู่ค้า เพื่อเพิ่มโอกาสแก่

ผู้ประกอบการ SME ไทย ในการพบปะกับผู้นำเข้าสินค้าจากประเทศคู่ค้าและขยายตลาดส่งออกได้มากขึ้น

- การจัดตั้งหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านการให้บริการทางการเงิน เช่น การให้ความช่วยเหลือเพื่อลดค่าธรรมเนียมในการทำ Export guarantee เพื่อลดอุปสรรคต่อการทำการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย
- การสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ SME ไทย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกสินค้า
- การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทย มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าในประเทศคู่ค้าและในภูมิภาค ทั้งในรูปแบบการจัดตั้ง Trading company โดยกลุ่มผู้ประกอบการไทย และการให้บริการข้อมูลตัวแทนจำหน่ายที่สำคัญของประเทศคู่ค้า
- การส่งเสริมให้มี Trading company ที่ดำเนินการโดยภาคเอกชน เพื่อเพิ่มโอกาสของผู้ประกอบการไทย ในการขยายตลาดในประเทศคู่ค้า
- การจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรงในการประสานงานในเรื่องการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้า เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดประเทศคู่ค้าได้มากขึ้น
- จัดให้มีหน่วยงานโดยตรง (ซึ่งอาจเป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม) ในการกำกับ ดูแล และควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของประเทศผู้นำเข้า
- การพัฒนาทางด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบโลจิสติกส์ภายในประเทศ (Inland logistic) และในเรื่องเส้นทางเดินเรือเพื่อลดต้นทุนการขนส่งสินค้า และระยะเวลาการขนส่งสินค้า ซึ่งจะทำให้สินค้าไทย โดยวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น
- สำหรับสินค้าเกษตร หรือสินค้าที่เน่าเสียได้ (Perishable products) หรือสินค้าที่มีระยะเวลาในการเก็บรักษาสั้น ควรจะต้องมีการพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์ และการหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้า

1.2 กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าบริการ ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- การจัดทำระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อการค้าการลงทุน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม
- การจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรงในการประสานงานในเรื่องการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้า เพื่อช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น

- การสนับสนุนในการจัดทำรายการ โทรทัศน์สารคดีท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการจัดทำวารสารท่องเที่ยวเมืองไทยรายเดือน เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งศิลปวัฒนธรรม อาหาร ธุรกิจบริหาร และแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ เป็นภาษาท้องถิ่น เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทย
- การสนับสนุน และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ ในกลุ่มอาเซียน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มภูมิภาค เพื่อเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยว และความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวจากต่างทวีป
- การจัดตั้งศูนย์บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวของไทยในประเทศคู่ค้า

1.3 กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการลงทุน ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- การจัดทำระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์ และเป็นประโยชน์ต่อการค้าการลงทุน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม
- การจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรงในการประสานงานในเรื่องการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้า เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดประเทศคู่ค้าได้มากขึ้น

2. ยุทธศาสตร์การเพิ่ม และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1 กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการวิจัย และพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการ ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- การสนับสนุนการทำ Market research เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทยในการส่งออกและนำเข้าสินค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้า
- การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสร้างแบรนด์สินค้าของไทยที่มีคุณภาพ รวมถึงสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว

2.2 กลยุทธ์การพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Industrial Clustering) ของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- การพัฒนาอุตสาหกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ และการหีบห่อจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่จะเป็นประโยชน์ และส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย นอกจากนี้ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Industrial Clustering) ของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมจะ

เป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยได้

3. ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.1 กลยุทธ์การเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลาง เพื่อเพิ่มมูลค่า ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- การสนับสนุนในการเร่งจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีทวิภาคีที่ไทยจะได้ประโยชน์
- จัดให้มีการศึกษาห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) ของรายการสินค้าที่เป็นสินค้าเป้าหมายของไทย เพื่อให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาด และโอกาสที่จะได้รับประโยชน์จากการนำเข้าวัตถุดิบ หรือสินค้าชั้นกลาง รวมทั้งให้วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยได้เข้าใจโครงสร้างของการผลิตสินค้าที่ตนผลิตในห่วงโซ่มูลค่าของโลก (Global Value Chain: GVC) ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการแข่งขันให้กับ SME ไทย

3.2 กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบ และการส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงเขตการค้าเสรี ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่

- จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ไทย ในการปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบทั้งในแง่ของการใช้ประโยชน์จากความตกลง และผลกระทบในเชิงลบ ที่เกิดจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่เกิดขึ้น
- การจัดให้มีการศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของโลกในรายสินค้าที่สำคัญ หรือสาขาที่มีความสำคัญจะเป็นประโยชน์ต่อการรองรับผลกระทบ และการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยสามารถรวมกลุ่มกันในลักษณะ Cluster และเสริมสร้างความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมด้วย