

แผนพิมพ์เขียวการค้าแห่งชาติ (National Trade Blueprint หรือ NTBp)



ที่มา: MATRADE และหนังสือพิมพ์ The Star

เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2564 นายกรัฐมนตรี Dato' Sri Ismail Sabri bin Yaakob เปิดตัวแผนพิมพ์เขียวการค้าแห่งชาติ (National Trade Blueprint หรือ NTBp) ครอบคลุมระยะเวลา 5 ปี (2564 - 2568) มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการค้าของมาเลเซียผ่านการพัฒนาระบบนิเวศธุรกิจ โดยเฉพาะการส่งออกสินค้า

NTBp มีเป้าหมายในการยกระดับให้มาเลเซียกลายเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นด้านการส่งออกอย่างยั่งยืน เพื่อให้บรรลุสิ่งนี้ NTBp จะช่วยเสริมนโยบายและแผนแม่บทปัจจุบันอื่นๆ ผ่านการหลอมรวมวัตถุประสงค์ มาตรการ และนำผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ในห่วงโซ่ ปรับให้เข้ากับแนวทางการค้าปัจจุบัน โดยคำนึงถึงแนวโน้มระดับโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในขณะเดียวกันก็ตอบสนองความต้องการของธุรกิจท้องถิ่นด้วย

สาระสำคัญของของ NTBp ประกอบด้วย

4 ยุทธศาสตร์หลัก: (1) เพิ่มบริษัทส่งออก (2) เพิ่มการส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าสูง (3) เพิ่มความหลากหลายของสินค้าส่งออก และ (4) เพิ่มประสิทธิภาพระบบนิเวศการส่งออกของประเทศ

3 ประเด็นกลยุทธ์: (1) สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการส่งออก (2) เพิ่มเครื่องมือ/กลยุทธ์ในการส่งเสริมการส่งออก และ (3) ยกระดับขีดความสามารถและความเป็นเลิศของสินค้าส่งออก

8 กลยุทธ์หลัก: (1) สร้างความเข้มแข็งให้กับระบบนิเวศการส่งออกของประเทศ (2) เพิ่มขีดความสามารถให้กับภาคการส่งออก (3) สร้างความโดดเด่นและข้อได้เปรียบในภาคการส่งออกของประเทศ (4) ใช้เทคโนโลยีและ e-Commerce เป็นกลไกหลักของการพัฒนา (5) เร่งเปิดตลาดและอำนวยความสะดวกทางการค้า (6) ส่งเสริมประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้กับสินค้าและแบรนด์ของมาเลเซีย (7) ขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าด้วยการลงทุนและความหลากหลายของอุตสาหกรรมการส่งออก และ (8) ส่งเสริมนวัตกรรมและความยั่งยืน

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Dato' Seri Mohamed Azmin Ali รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรม (MITI) กล่าวขอบคุณรัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการช่วยกันร่วมกันรวบรวมข้อมูลพัฒนาแผนพิมพ์เขียวฉบับนี้เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป โดยใช้เวลาหนึ่งปีกว่าจะเสร็จสมบูรณ์

ความเห็นของ สคต.

การประกาศแผน NTBp ของมาเลเซียถือเป็นก้าวสำคัญในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าและการส่งออกของประเทศในระยะ 5 ปี โดยเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบนิเวศและรากฐานของกลไกในการขับเคลื่อนการส่งออกของประเทศเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืนในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และการสร้างแบรนด์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน

ประเทศไทยถือเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของมาเลเซีย ซึ่งมีการเชื่อมโยงการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ร่วมกัน กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจแนวทางและถึงเป้าหมายของมาเลเซีย เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์และแผนในการขยายตลาดเชิงรุก เพื่อผลักดันการส่งออกของสินค้าและธุรกิจบริการของไทยเข้าสู่ตลาดมาเลเซียได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถต่อยอดการค้าผ่านการเชื่อมโยง Supply Chain ของทั้งสองประเทศ ผลักดันการส่งออกไปยังประเทศที่สาม เพื่อเป็นกระจายตลาดส่งออกของไทยและมาเลเซียให้มีความหลากหลายและกระจายความเสี่ยงทางการค้าภายใต้สถานการณ์ของเศรษฐกิจการค้าโลกในปัจจุบัน ซึ่งความไม่แน่นอนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วต่อไป

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ