

**รายงานผลการดำเนินงานสำคัญของกระทรวงพาณิชย์**  
**ตามนโยบายสำคัญของรัฐบาล/ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์/ภารกิจสำคัญ**  
**ปีงบประมาณ ๒๕๕๘**

---

กระทรวงพาณิชย์มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าของทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มีความสามารถเข้มแข็ง และมั่นคง ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจการค้าโลก รวมทั้งบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งการเชื่อมโยงและดูแลผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค โดยในรอบปีที่ผ่านมากระทรวงพาณิชย์ได้มีผลการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้นโยบายของรัฐบาลและยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของกระทรวงฯ สรุปได้ดังนี้

**๑. การบริหารจัดการสินค้าเกษตรสำคัญในเชิงรุก**

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการดูแลให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้นด้วยวิธีที่เหมาะสม ตั้งแต่การลดต้นทุน การผลิตไปจนถึงการใช้กลไกตลาดดูแลราคาสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพและร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนดนโยบายและเตรียมมาตรการรองรับผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะส่งผลดีต่อการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำได้อย่างยั่งยืน โดยมีผลการดำเนินงานในสินค้าสำคัญ ดังนี้

➤ **ข้าว** คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว (นบข.) ได้กำหนดมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกข้าวปี ๒๕๕๗/๕๘ ดังนี้

- **มาตรการลดต้นทุนปัจจัยการผลิต** ขอความร่วมมือผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายลดราคาปุ๋ยเคมีที่ใช้ในนาข้าวลงกระสอบ (๕๐ กก.) ละ ๔๐- ๕๐ บาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๖-๘ สำหรับยาป้องกันหรือยากำจัดศัตรูพืช ลดลงประมาณร้อยละ ๕-๑๐ และค่าบริการรถเกี่ยวข้าวลดลงเฉลี่ยไร่ละ ๕๐ บาท รวมทั้งปุ๋ยเคมีที่ใช้กับพืชชนิดอื่น ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง ลดลงกระสอบละ ๒๕-๔๐ บาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๔-๘

- **มาตรการสนับสนุนด้านการตลาด** โดยดำเนิน

- **มาตรการชดเชยดอกเบี้ย** ให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกข้าวเปลือกปีการผลิต ๒๕๕๗/๕๘ ในอัตราร้อยละ ๓ แบ่งเป็น **ข้าวนาปี** มีผู้ประกอบการค้าข้าวเข้าร่วมและผ่านการรับรอง ๑๕๓ ราย ใน ๒๕ จังหวัด วงเงินกู้ ๓๓,๐๐๐ ล้านบาท ปริมาณเก็บสต็อก ๓.๒ ล้านตัน โดยคณะกรรมการพิจารณาชดเชยดอกเบี้ยได้อนุมัติการชดเชยดอกเบี้ยจากผู้เข้าร่วมโครงการแล้ว จำนวน ๖ รายใน ๓ จังหวัด จำนวนเกษตรกร ๒,๓๗๕ ราย ปริมาณเก็บสต็อก ๘,๔๐๐ ตัน มูลค่าการรับซื้อประมาณ ๑๐๐ ล้านบาท ขณะนี้อยู่ระหว่างคณะกรรมการระดับจังหวัดประสานธนาคารพาณิชย์ เพื่อคำนวณการชดเชยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ ๓ ต่อไป **ข้าวนาปรัง** มีผู้ประกอบการค้าข้าวเข้าร่วม ๗๐ ราย วงเงินกู้ ๗,๒๐๐ ล้านบาท และมีการรับซื้อเพื่อเก็บสต็อกข้าวเปลือกแล้ว ปริมาณ ๘๖๔,๐๐๐ ตัน ขณะนี้อยู่ระหว่างการตรวจสอบและรับรองของจังหวัด

- **โครงการสินเชื่อเกษตรกรเพื่อชะลอการขายข้าวเปลือก** เพื่อชะลอไม่ให้ข้าวเปลือกออกสู่ตลาดในช่วงที่มีผลผลิตปริมาณมาก โดยรัฐบาลชดเชยดอกเบี้ยสำหรับสินเชื่อที่จ่ายให้เกษตรกรในการเก็บข้าวเปลือกไว้ในยุ้งฉางของตนเองเพื่อรอการขายในเวลาที่เหมาะสม มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการประมาณ ๘๐,๐๐๐ ราย ปริมาณข้าวเปลือก ๔๗๕,๐๐๐ ตัน วงเงิน ๖,๗๐๐ ล้านบาท

- **การจัดตลาดนัดข้าวเปลือก ปี ๒๕๕๗/๕๘** เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาข้าวภายในประเทศ รวม ๑๕๘ ครั้ง ใน ๔๑ จังหวัด ปริมาณซื้อขายรวม ๑๑๕,๐๐๐ ตัน มูลค่ากว่า ๑,๑๐๐ ล้านบาท ส่งผลให้ราคาข้าวรับซื้อข้าว ณ ท่าข้าว/โรงสี ปรับสูงขึ้นเฉลี่ยตันละ ๑๐๐-๘๐๐ บาท

■ **การระบายข้าวในสต็อกของรัฐ** ดำเนินการระบายข้าวจากโครงการรับจำนำของรัฐบาลที่ผ่านมา จำนวนมากกว่า ๑๘ ล้านตัน โดยเริ่มต้นจากการตรวจนับปริมาณและตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้ทราบความมีอยู่จริงของข้าว โดยแยกระบายข้าวที่มีคุณภาพมาตรฐานและข้าวหย่อนมาตรฐานเล็กน้อยก่อน ส่วนข้าวที่หย่อนคุณภาพมาก ข้าวเสื่อมสภาพ ข้าวผิวดิน และข้าวที่สูญหายได้ดำเนินการแจ้งความดำเนินคดี ซึ่งที่ผ่านมาได้ระบายข้าวในสต็อกที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและที่หย่อนมาตรฐานเล็กน้อย โดยได้ระบายข้าวได้รวม ๕.๙ ล้านตัน มูลค่าประมาณ ๖๘,๐๐๐ ล้านบาท แบ่งเป็นข้าวในสต็อกรัฐบาล ๔.๗ ล้านตัน มูลค่า ๕๑,๓๐๐ ล้านบาท และข้าวฤดูกาลผลิตใหม่ ประมาณ ๑.๒ ล้านตัน มูลค่ารวม ๑๖,๗๐๐ ล้านบาท

ทั้งนี้ การส่งออกข้าวในช่วง ๑๒ เดือนที่ผ่านมา (สิงหาคม ๒๕๕๗-กรกฎาคม ๒๕๕๘) ไทยส่งออกข้าวปริมาณ ๑๐.๕ ล้านตัน มูลค่า ๕,๑๘๗ ล้านเหรียญสหรัฐฯ (๑๖๗,๗๕๐ ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ส่งออกปริมาณ ๘.๖ ล้านตัน มูลค่า ๔,๖๙๙ ล้านเหรียญสหรัฐ (๑๔๙,๓๔๑ ล้านบาท) ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๒ และมูลค่าในรูปเงินเหรียญสหรัฐและเงินบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ และ ๑๒ ตามลำดับ

■ **การจัดประมูลข้าวสาร** เพื่อเป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบการค้าข้าวให้เสรีและเป็นธรรม สามารถสะท้อนราคาข้าวสารทั้งในระบบตลาดจริงและตลาดล่วงหน้า และเป็นราคาอ้างอิง รวม ๖ ครั้ง ณ จังหวัดนครสวรรค์ และสุพรรณบุรี มีปริมาณการประมูลรวม ๘,๗๐๐ ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ ๑๐๐ ล้านบาท นอกจากนี้ยังได้ดำเนินการฟื้นฟูตลาดกลางข้าวและพืชไร่ในความส่งเสริมของกระทรวงพาณิชย์ ส่งผลให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวเปลือกได้ในราคาสูงกว่าราคาตลาด และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรและผู้ประกอบการได้รับทราบถึงประโยชน์ของการใช้ตลาดกลาง และเป็นกลไกหรือเครื่องมือในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร

➤ **ปาล์มน้ำมัน** ได้วางระบบการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาราคาปาล์มน้ำมันให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรม และไม่เกิดภาวะขาดแคลนน้ำมันปาล์ม ดังนี้

- **ปลายปี ๒๕๕๗** เกิดสถานการณ์ผลปาล์มออกสู่ตลาดน้อยมากผิดปกติ จึงได้ดำเนินการเชิงรุกในการตรวจสอบปริมาณผลผลิตปาล์มน้ำมันและสต็อกคงเหลือของน้ำมันปาล์มดิบในช่วงเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๗ - มกราคม ๒๕๕๘ และนำเสนอคณะกรรมการนโยบายปาล์มแห่งชาติ (กนป.) เพื่อพิจารณาแก้ไขสถานการณ์ได้ทัน่วงทีก่อนที่จะเกิดภาวะน้ำมันปาล์มขาดตลาด โดยให้นำเข้าน้ำมันปาล์มจากต่างประเทศในปริมาณเท่าที่จำเป็นจำนวน ๕๐,๐๐๐ ตัน ในระยะเวลาสั้น ๆ ประมาณ ๒ สัปดาห์ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ ทำให้ไม่ส่งผลกระทบต่อราคาผลปาล์ม โดยเกษตรกรยังคงสามารถขายผลปาล์มได้ในราคา กก.ละ ๕.๗๐-๖.๐๐ บาท ในขณะเดียวกันได้ขอความร่วมมือโรงงานสกัดให้รับซื้อผลปาล์มจากเกษตรกรในราคาไม่ต่ำกว่า กก.ละ ๕ บาท ในอีกทางหนึ่ง

- **ช่วงปลายเดือนเมษายน ๒๕๕๘** ผลผลิตออกสู่ตลาดมากและต่อเนื่อง ส่งผลให้ราคาผลปาล์มมีแนวโน้มลดลง จึงได้กำหนดมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มทั้งระบบ โดย

- **กำหนดราคาแนะนำ** ให้รับซื้อผลปาล์มทะลายและผลปาล์มร่วงในราคาเดียวกัน อัตราน้ำมันร้อยละ ๑๗ ไม่ต่ำกว่า กก.ละ ๔.๒๐ บาท ณ หน้าโรงสกัดฯ และจัดรับซื้อในพื้นที่ (ลานเท) พร้อมกำหนดให้โรงกลั่นโรงผลิตไบโอดีเซล และผู้รับซื้อน้ำมันดิบทั่วไปรับซื้อน้ำมันปาล์มดิบ ในราคาไม่ต่ำกว่า กก.ละ ๒๖.๒๐ บาท ณ หน้าคลังผู้รับซื้อในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อให้ราคาขายปลีกน้ำมันพืชปาล์มบรรจุขวด ไม่เกินลิตรละ ๔๒ บาท พร้อมทั้งออกตรวจสอบสต็อกน้ำมันปาล์มทุกเดือน

- **ด้านปริมาณ** ให้ อคส. รับซื้อน้ำมันปาล์มดิบปริมาณ ๑๐๐,๐๐๐ แสนตัน จากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มในราคาไม่ต่ำกว่า กก.ละ ๒๖.๒๐ บาท

- **ช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๕๘** ผลผลิตปาล์มน้ำมันเริ่มทยอยออกสู่ตลาดมากขึ้นตามฤดูกาล ประกอบกับราคาน้ำมันปาล์มของประเทศมาเลเซียอยู่ในเกณฑ์ต่ำ รวมทั้งภาวะการค้าที่ชะลอตัว ทำให้ราคาผลปาล์มที่เกษตรกรขายได้อ่อนตัวลง จึงได้กำหนดราคาแนะนำในการรับซื้อผลปาล์มทะลาย และผลปาล์มร่วงในราคาเดียวกันตามภาวะตลาดเพื่อพัฒนาคุณภาพปาล์มน้ำมัน โดยอัตราน้ำมันร้อยละ ๑๗ ราคาไม่ต่ำกว่า กก.ละ ๓.๒๐ บาท ณ หน้าโรงสกัดฯ และปรับเพิ่มราคาซื้อขึ้น กก. ละ ๓๐ สต. ต่ออัตราน้ำมันที่เพิ่มขึ้นทุกร้อยละ ๑ และให้โรงกลั่น

โรงผลิตไบโอดีเซล และผู้รับซื้อน้ำมันดิบรับซื้อน้ำมันปาล์มดิบ ในราคาไม่ต่ำกว่า กก.ละ ๒๐.๓๐ บาท ส่งมอบ หน้าคลังผู้รับซื้อในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จัดระบบการซื้อขายผลปาล์มและน้ำมันปาล์ม โดยให้ผู้ประกอบการแจ้งปริมาณสถานที่เก็บ จัดทำบัญชีคุมสินค้าน้ำมันปาล์ม กำหนดระยะเวลาให้แจ้งข้อมูลเร็วขึ้นจากเดิม ภายในวันที่ ๑๐ ของเดือนถัดไป เป็นภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป รวมทั้งกำหนดแนวทางป้องปรามการลักลอบ นำเข้าน้ำมันปาล์ม และออกตรวจสอบสต็อกน้ำมันปาล์มทุกเดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม - ธันวาคม ๒๕๕๘

➤ **มันสำปะหลัง** ดำเนินการบริหารจัดการตลาดมันสำปะหลัง ปี ๒๕๕๗/๕๘ ด้วยมาตรการการชะลอ ดอกเบี้ยการเก็บเกี่ยว โดย ธ.ก.ส. ได้จ่ายเงินกู้ให้เกษตรกรรวม ๔๘๐ ล้านบาท จำนวนเงิน ๑๘ ล้านบาท และเพิ่ม ประสิทธิภาพการเพาะปลูกในระบบน้ำหยดโดยจัดอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรจำนวน ๑,๐๐๐ ราย และ ธ.ก.ส. ได้จ่ายเงินกู้ให้เกษตรกรแล้ว ๒,๐๘๑ ล้านบาท จำนวน ๒๔๕ ล้านบาท รวมทั้งยกระดับมาตรฐานการแปรรูป มันสำปะหลังให้ผู้ประกอบการ โดยรัฐชดเชยดอกเบี้ยอัตราร้อยละ ๓ ระยะเวลา ๒๔ เดือน มีผู้ประกอบการสมัคร เข้าร่วม จำนวน ๑๙ ราย นอกจากนี้ ยังได้มีการพัฒนามาตรฐานลานมันคุณภาพ (๑ จังหวัด ๑ ลานมัน) เป้าหมาย ๒๐ ราย ขณะนี้อยู่ระหว่าง การคัดเลือกลานมันต้นแบบ

➤ **ผลไม้** กำหนดแผนการระบายผลไม้ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาด ไปยังตลาดที่ห่างไกลจากแหล่งผลิต อาทิ ตลาดกลาง ห้างค้าปลีกค้าส่ง รวมไปถึงด่านการค้าชายแดน โดยรณรงค์การบริโภคผลไม้ไทยในห้างค้าปลีกค้าส่ง ขนาดใหญ่ การลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างห้างค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ ในการรับซื้อผลไม้กับเกษตรกร/ กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร ปริมาณ ๑๒,๘๐๐ ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ ๔๔๐ ล้านบาท จัดกิจกรรมพบปะ และเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการค้าผลไม้จากประเทศเมียนมากับผู้ประกอบการค้าผักและผลไม้ของไทย จัดตั้ง จุดรวบรวมผลผลิต ณ สหกรณ์เขาสมิง จังหวัดตราด เพื่อกระจายผลผลิตไปยังจังหวัดนอกแหล่งผลิต ปริมาณรวมทั้ง สิ้นกว่า ๔๗๐ ตัน มูลค่าราว ๒ ล้านบาท ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ในงานต่าง ๆ เช่น งานมหกรรม การค้าชายแดนนครพนมและงานเทศกาลผลไม้ไทย งานมหกรรมบริโภคผลไม้จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น และมี มาตรการผลักดันการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ได้จัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าผัก และผลไม้ไปเยือนอินโดนีเซีย มีการสั่งซื้อผลไม้สดจากไทยทันทีกว่า ๓๕ ล้านบาท และคาดว่าจะมีมูลค่าสั่งซื้อหลังจาก นี้อีกกว่า ๑๙๐ ล้านบาท

➤ **ยางพารา** ได้มีความตกลงกับจีนในการขายยางพาราจำนวน ๒๐๐,๐๐๐ ตัน และมีความตกลงระหว่าง บริษัทไทยกับอินเดียร่วมลงทุนก่อตั้งโรงงานผลิตยางรถยนต์ในจังหวัดระยองเพื่อส่งออก คาดว่าจะใช้ยางพาราเป็น วัตถุดิบในการผลิตปีละมากกว่า ๑๐๐,๐๐๐ ตัน รวมทั้งยังได้ร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจอาลีบาบาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ยางพาราในตลาดจีน ยอดขายสูงถึงกว่า ๕๐ ล้านบาท และก่อให้เกิดความต้องการต่อเนื่องอีกเป็นจำนวนมากในเวลาต่อมา

➤ **การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรกรชุมชน (Farm Outlet)** เพื่อให้เกษตรกรมีช่องทางใน การจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ รูปแบบและการบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลผลิต โดยจัดตั้งศูนย์เกษตรกรชุมชน แห่งใหม่ จำนวน ๕ แห่ง ใน ๔ จังหวัด ได้แก่ จังหวัดระนอง สระบุรี (๒ แห่ง) นครปฐม และกาฬสินธุ์ และพัฒนาเพิ่มศักยภาพศูนย์ฯ เดิมที่มีอยู่ จำนวน ๑๙ แห่ง ใน ๑๔ จังหวัด

## ๒. การดูแลค่าครองชีพให้แก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อย

กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน โดยจัดโครงการส่งเสริมการขายเพื่อ ช่วยเหลือผู้บริโภคให้ได้ซื้อสินค้าราคาต่ำกว่าท้องตลาด รวมทั้งมีการติดตามตรวจสอบและกำกับดูแลราคาขายปลีก สินค้าอุปโภคบริโภคอย่างใกล้ชิด ที่สำคัญ อาทิ

➤ **การปรับลดราคาจำหน่ายสินค้า** โดยในช่วงต้นปี ๒๕๕๘ ได้มีการปรับลดราคาจำหน่ายสินค้าที่มีต้นทุนค่าขนส่งมาก จำนวน ๘ รายการ ได้แก่ น้ำมันหล่อลื่น ประมาณร้อยละ ๒-๕ เม็ดพลาสติก ประมาณร้อยละ ๔-๘ ถุงพลาสติก ประมาณร้อยละ ๔-๑๕ ปูนซีเมนต์ ประมาณร้อยละ ๒-๔ กระเบื้องมุงหลังคา ประมาณร้อยละ ๕-๗ เหล็กเส้น เหล็กแผ่น เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ ร้อยละ ๕-๑๐ ปุ๋ยเคมี กระสอบละ ๑๐-๓๐ บาท ก๊าซหุงต้มบรรจุถัง โดยออกประกาศราคาแนะนำขนาด ๑๕ กก. ในเขตกรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ ในราคาไม่เกินถังละ ๓๗๐ บาท (รวมค่าบริการขนส่งถึงสถานที่ของผู้ซื้อซึ่งมีระยะทางในรัศมีไม่เกิน ๕ กม. ไม่รวมค่าบริการขนส่งขึ้นอาคารสูง) และในช่วงเดือนกันยายน ๒๕๕๘ สถานการณ์ราคาน้ำมันดีเซลมีการปรับลดลงอีก จึงได้มีการหารือร่วมกับสมาคมและผู้ผลิตผู้จำหน่าย รวมทั้งห้างค้าปลีกค้าส่ง ห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ และขอความร่วมมือให้ลดราคาจำหน่ายสินค้าลง ขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดทำแผนการลดราคา และให้ห้างค้าปลีกค้าส่งพิจารณาปรับลดค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เรียกเก็บจากผู้ผลิต ผู้จำหน่าย เพื่อให้ราคาสินค้าลดลงได้มากขึ้น

➤ **การจัดงานธงฟ้าทั่วประเทศ** เพื่อจำหน่ายสินค้าจำเป็นในราคาประหยัด กระจายไปสู่แหล่งชุมชนทุกจังหวัด โดยจำหน่ายสินค้าราคาถูกร้อยละ ๓๐ รวมกว่า ๑,๘๐๐ ครั้ง มูลค่าจำหน่ายรวม ๑,๘๐๐ ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนได้กว่า ๗ ล้านคน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๗๖๐ ล้านบาท และยังกระจายไปยังแหล่งชุมชน ในรูปแบบรถ “ธงฟ้าสู่ชุมชน” เพื่อจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพในแหล่งชุมชนทุกเขตรวม ๕๐ เขต ในกรุงเทพฯ มีมูลค่าจำหน่ายรวม ๘๓ ล้านบาท สามารถลดค่าครองชีพประชาชนได้ ๓๔ ล้านบาท

นอกจากนี้ ในช่วงที่เกิดวิกฤตภัยแล้งได้จัดรถ “ธงฟ้าเคลื่อนที่สู่ชุมชนจังหวัด” เพื่อช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ประสบภัยแล้ง จำนวนกว่า ๗๐๗ ตำบล ในพื้นที่ ๑๙ จังหวัด โดยจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาต่ำกว่าตลาดประมาณร้อยละ ๓๐-๕๐ มีมูลค่าการจำหน่ายรวม ๘๓ ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพประชาชนได้กว่า ๖๐ ล้านบาท รวมทั้งช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม จำนวน ๑๙ ตำบล ในพื้นที่ ๑๗ จังหวัด มีมูลค่าการจำหน่ายรวม ๒.๑ ล้านบาท สามารถลดค่าครองชีพประชาชนได้กว่า ๑.๔ ล้านบาท

➤ **การจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงตามโครงการเพื่อชุมชน** เพื่อลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อย และสร้างความเข้มแข็งผ่านระบบสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน โดยนำข้าวสารในสต็อกของรัฐบาลไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ ตัน มาจัดทำข้าวสารบรรจุถุงที่ได้มาตรฐาน ขนาด ๒ กิโลกรัม จำนวน ๑,๐๐๐ ตัน (๕๐๐,๐๐๐ ถุง) จำแนกเป็นข้าวขาว ๕% จำนวน ๙๐๐ ตัน และข้าวสารเหนียว ๑๐% จำนวน ๑๐๐ ตัน เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้มีรายได้น้อยในราคาต่ำกว่าตลาดประมาณร้อยละ ๒๐ (ข้าวขาว ๕% ราคา ๓๐ บาท/ถุง ข้าวเหนียว ๑๐% ราคา ๕๐ บาท/ถุง) มีสหกรณ์เข้าร่วมจำนวน ๕๘ จังหวัด ๑๒๔ สหกรณ์

➤ **การจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคราคาประหยัด เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและประชาชนที่ประสบภัยธรรมชาติ** โดยร่วมกับ ธ.ก.ส. และผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ลดราคาจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ร้อยละ ๑๐ - ๕๐ ผ่านร้านค้าของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (สกต.) จำนวน ๒๓ สินค้า ๑๐๘ รายการ ระยะเวลา ๖ เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม ๒๕๕๘ - มกราคม ๒๕๕๙ ในพื้นที่ ๓๕ จังหวัด ได้แก่ จังหวัดน่าน อุตรดิตถ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ เป็นต้น โดยมีร้านค้าเข้าร่วมฯ จำนวน ๒๕๗ แห่ง

➤ **การจัดหาร้านอาหารปรุงสำเร็จเพื่อคืนความสุขทุกงานให้ประชาชน** (หนูณิชย์...พาชิม) เริ่มดำเนินการตั้งแต่สิงหาคม ๒๕๕๗ ปัจจุบันมีร้านค้าเข้าร่วมโครงการทั่วประเทศรวมกว่า ๓,๒๐๐ แห่ง สามารถลดภาระค่าครองชีพ ได้ประมาณวันละ ๒.๗ ล้านบาท คิดเป็นมูลค่ารวมกว่า ๗๐๐ ล้านบาท รวมทั้งขอความร่วมมือห้างค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่จัดโซนจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ ในราคาจาน/ชามละ ๓๐-๔๐ บาท เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ประชาชน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-พฤศจิกายน ๒๕๕๘

➤ **การตรึงราคาจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค** โดยขอความร่วมมือผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มต่างๆ ขยายระยะเวลาในการตรึงราคาหรือชะลอการปรับราคาจำหน่ายจนถึงเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘

➤ **การจัดมหกรรมลดราคาสินค้า** ในงาน“ เทใจ คีนสุข สู่ประชาชน” ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ลดราคาสินค้า ลงกว่าร้อยละ ๒๐-๗๐ ทั่วประเทศ เพื่อคีนความสุขและเป็นของขวัญปีใหม่ให้แก่ประชาชน โดยร่วมกับผู้ผลิต ผู้จำหน่ายรายใหญ่ ห้างค้าปลีกค้าส่ง ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อรวมแล้วกว่า ๑๒,๘๐๐ แห่งทั่วประเทศ มูลค่าจำหน่ายรวมประมาณ ๕๐,๐๐๐ ล้านบาท และจัดงาน “เทใจ...คีนสุข...ต้อนรับเปิดเทอม” ในช่วงใกล้เปิดเทอม ร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่งทุกสาขาทั่วประเทศ ร้านค้าปลีกท้องถิ่น และร้านจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน ลดราคาสินค้าชุดนักเรียน อุปกรณ์การเรียน และสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ร้อยละ ๑๐-๗๐ โดยมีมูลค่า การจำหน่ายรวมประมาณ ๔๐,๐๐๐ ล้านบาท

➤ **การรับเรื่องร้องเรียน** ผ่านสายด่วน ๑๕๖๙ กรมการค้าภายใน ตลอด ๒๔ ชั่วโมง โดยมีเรื่องร้องเรียนกว่า ๑,๙๙๐ คำร้อง พบการกระทำผิด ๒๓๒ ราย อาทิ ไม่แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้าหรือค่าบริการ แสดงราคา จำหน่ายปลีกสินค้าและค่าบริการไม่ตรงกับราคาที่จำหน่าย และค่าบริการที่ให้บริการไม่แสดงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (ค่าภาษี ค่าบริการ) ให้ชัดเจนและครบถ้วน เป็นต้น ดำเนินการเปรียบเทียบปรับตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้า และบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒

### ๓. การขับเคลื่อนการส่งออก

การส่งออกเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญในการขยายเศรษฐกิจของประเทศ แม้ว่าจะเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ราคาน้ำมันและสินค้าเกษตรโลกตกต่ำที่ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกในระยะครึ่งปีแรกของปี ๒๕๕๘ (มกราคม-กรกฎาคม ๒๕๕๘) ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ ๓.๔ (ในรูปเงินบาท) แต่ยังมีสินค้าสำคัญอีกหลายรายการ ที่ส่งออกเพิ่มขึ้น อาทิ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผลไม้สด/แช่เย็นแช่แข็ง/แปรรูป ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป เครื่องประดับอัญมณี เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ฯลฯ กระทรวงพาณิชย์ได้พยายามผลักดันการส่งออกควบคู่ไปกับการ เพิ่มศักยภาพการค้าตลอดระยะ ๑ ปีที่ผ่านมา ที่สำคัญ อาทิ

➤ **การเร่งรัดแก้ไขกฎระเบียบที่จะเป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ** การส่งเสริมการค้าชายแดน และเขตเศรษฐกิจพิเศษ การเตรียมความพร้อมเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การแก้ไขปัญหาการค้า มนุษย์ และการทำประมงผิดกฎหมาย และยังได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมี นายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการ เพื่อบริหารจัดการการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าระหว่างกระทรวง/ กรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ

➤ **การรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดส่งออกหลักและแสวงหาช่องทางใหม่ๆ** รวมทั้งตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการส่งออกโดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการส่งออกร่วมกับภาคเอกชน และ เร่งรัดการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง อาทิ การเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาด โดยได้เปิดเจรจาความตกลง การค้าเสรี ไทย-ปากีสถาน การเร่งรัดทำการตลาดเชิงกลยุทธ์ ที่เน้นเจาะเมืองใหม่ ๆ เจาะกลุ่มเป้าหมายสำคัญๆ และ ขยายช่องทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์

➤ โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญตามยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการส่งออก ดังนี้

#### ● ยุทธศาสตร์การเร่งรัดทำตลาดเชิงกลยุทธ์

กระทรวงพาณิชย์ได้เร่งรัดทำการตลาดเชิงรุก โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายตลาดกว่า ๑๐,๐๐๐ ราย และก่อให้เกิดมูลค่าการส่งซื้อรวมกว่า ๑๔๐,๐๐๐ ล้านบาท โดยสามารถผลักดันสินค้าในกลุ่มสำคัญ ดังนี้

#### ■ การผลักดันสินค้าและบริการเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร (Clusters)

๑. กลุ่มสินค้าการเกษตรอาหาร/อาหารแปรรูป/อุตสาหกรรมและทั่วไปการส่งเสริมและเร่งรัด ผลักดันกลุ่มสินค้าเกษตร อาหาร ข้าว ยางพารา และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ โดยการส่งเสริมการเปิดตลาดและ แสวงหาช่องทางใหม่ๆ เพื่อผลักดันสินค้าศักยภาพไทยผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ การเร่งขยายช่องทางการค้าใน ตลาดต่างประเทศผ่านเครือข่ายของบริษัทใหญ่ (โครงการพื้จูงน้อง) ทั้งนี้ ได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการรายใหญ่ ที่ประสบความสำเร็จ ๕ ราย (เครือเจริญโภคภัณฑ์ กลุ่มสหพัฒน์ กลุ่มเซ็นทรัลไทยเบฟเวอเรจ และบริษัทลือกลั่น)

เพื่อช่วยเหลือ SMEs ในการขยายตลาด จำนวน ๘๕ บริษัท โดยการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการอบรมให้ความรู้เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย ไปจนถึงการจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ ซึ่งคาดว่าจะสามารถเกิดมูลค่าการสั่งซื้อได้รวมกว่า ๓๐๐ ล้านบาท อีกทั้ง ได้จัดงานแสดงสินค้า **Southern International Trade Expo** ณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อส่งเสริมการขยายโอกาสทางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าอาหาร เกษตร ยางพารา และผลิตภัณฑ์จากยางพารา โดยมีผู้เข้าร่วมงาน จำนวน ๑๘๐ คูหา ผู้นำเข้าจากต่างประเทศจากประเทศในอาเซียน จีน เกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย และอิหร่านรวมกว่า ๓๔๐ ราย ซึ่งมีกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้นำเข้าจากต่างประเทศ ๕๘ บริษัท มีมูลค่าซื้อขายรวมกว่า ๓๓,๐๐๐ ล้านบาท นอกจากนี้ ยังได้ส่งเสริมการขยายโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มสินค้าเกษตร อาหาร และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม โดยส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จำนวน ๒๓ งาน จัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ ๔ งาน ต้อนรับคณะผู้แทนทางการค้า ๒๓ คณะ และนำคณะผู้ประกอบการไทยไปเจรจาการค้าในต่างประเทศจำนวน ๑๒ คณะ

๒. กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น อัญมณีและเครื่องประดับ และผู้สูงอายุการส่งเสริมและเร่งรัดการดำเนินธุรกิจสินค้าศักยภาพของไทยในกลุ่มสินค้าแฟชั่น และไลฟ์สไตล์ ไปยังตลาดเป้าหมายต่างๆ โดยเฉพาะ **สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (๖๐ Plus Project)** โดยการสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ อาทิ สินค้าสำหรับผู้สูงอายุในกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ เครื่องนุ่งห่ม อุปกรณ์ฝึกทักษะ/ของเล่น ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพและความงาม เครื่องใช้ในครัวเรือน เพอร์ซิเจอร์ อุปกรณ์การแพทย์ และอาหาร เป็นต้น โดยมุ่งส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการไทย ตั้งแต่การจัดสัมมนา อบรมให้ความรู้ การเชิญผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาให้คำปรึกษา/คำแนะนำในการพัฒนาสินค้า การคัดเลือกสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ การส่งเสริมการตลาดในกิจกรรมต่างๆ อาทิ เข้าร่วมแสดงสินค้าในนิทรรศการประชาสัมพันธ์ ๖๐+ ในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ การร่วมคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ เป็นต้น **สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ** จัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ และสำรวจแหล่งวัตถุดิบอัญมณีในประเทศต่างๆ อาทิ เมียนมา เกาหลีใต้ และภูมิภาคแอฟริกา เป็นต้น และจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) เพื่อเป็นเวทีให้ผู้ประกอบการไทยได้มีโอกาสพบปะนักธุรกิจผู้นำเข้าต่างชาติเพิ่มขึ้น สินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ได้นำเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ๑๐ งาน นอกจากนี้ยังได้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ๗ งาน ต้อนรับคณะผู้แทนการค้าจากต่างประเทศ ๓ คณะ และนำคณะผู้ประกอบการไทยเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศจำนวน ๑๐ คณะ

๓. กลุ่มธุรกิจบริการ ส่งเสริมและเพิ่มโอกาสทางการค้าธุรกิจบริการ กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อขยายโอกาสทางการค้า อาทิ ดิจิทัลคอนเทนต์ และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เป็นต้น โดยได้นำผู้ประกอบการ เข้าร่วมงาน **“Bangkok International Digital Content”** พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเจรจาการค้ากับนักธุรกิจจากต่างประเทศอีกด้วย และส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงไทยโดยนำผู้ประกอบการร่วมงาน **“Thai Night”** ณ ประเทศฝรั่งเศส เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ได้นำผู้ประกอบการธุรกิจบริการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศจำนวน ๓ งาน ต้อนรับคณะผู้แทนการค้าจากต่างประเทศมาเจรจาธุรกิจในไทยจำนวน ๑ คณะ และนำคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้าในต่างประเทศจำนวน ๓ คณะ

■ **การส่งเสริมการขยายการค้าในอาเซียนโดยใช้ประโยชน์จาก AEC** ส่งเสริมและผลักดันผู้ประกอบการไปขยายตลาดหรือดำเนินธุรกิจในอาเซียนได้กว่า ๑,๐๐๐ ราย เกิดมูลค่าการสั่งซื้อกว่า ๑,๑๐๐ ล้านบาท โดยดำเนินการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การให้ความรู้ด้านการตลาด กฎระเบียบทางการค้า การสร้างเครือข่ายธุรกิจ ไปจนถึงการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด โดยสร้างเวทีขยายโอกาสที่สำคัญให้แก่ผู้ประกอบการไทย อาทิ การจัดงานแสดงสินค้าไทย Thailand Week ส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านกิจกรรมสร้างเครือข่าย DITP AEC Club Business Matching and Networking และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเปิด AEC โดยร่วมมือกับ

สถาบันการศึกษาไทยทั้ง ๑๔ แห่ง เพื่อสร้างโอกาสการสร้างและพัฒนาทรัพยากรบุคคลในกลุ่มนิสิต นักศึกษา ที่เป็นกำลังสำคัญที่จะขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตให้ยั่งยืนต่อไป

- ยุทธศาสตร์การปฏิรูปโครงสร้างการส่งออกเพื่อวางรากฐานเศรษฐกิจในระยะยาว

- การพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs เพื่อการส่งออก ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม ๕,๕๐๐ ราย ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านโครงการฝึกอบรมและสัมมนา กว่า ๑๐๐ โครงการ และยังได้ริเริ่มการให้บริการข้อมูลการค้าผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน “DITP Connect” เพื่อส่งตรงข้อมูลตลาดต่างประเทศที่ทันต่อเหตุการณ์ไปยังโทรศัพท์สมาร์ตโฟนของผู้ประกอบการ ซึ่งมีผู้โหลดใช้งานแล้วรวม ๓,๕๐๐ ราย

- การพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพของไทย ที่สำคัญ อาทิ โครงการ Product and Service Champion ร่วมกับภาคเอกชนเพื่อคัดเลือกและผลักดันสินค้าและบริการที่มีศักยภาพของไทย อาทิ ข้าวหอมมะลิและผลิตภัณฑ์จากข้าว ธุรกิจบริการ Wellness เป็นสินค้าแชมป์เปียนที่จะผลักดันในเชิงรุก ทั้งในด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เป็นต้น โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก โดยมอบตราสัญลักษณ์ Thai Select/ Thai Select Premium แก่ร้านอาหารไทยทั่วโลก รวม ๑,๔๐๐ ร้านและผลิตภัณฑ์อาหาร ๒๖๐ รายการ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมการตลาด และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหารไทยในตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างกระแสความนิยม/ความต้องการบริโภคอาหารไทย และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ซื้อผู้นำเข้าในต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพมาตรฐานของสินค้า/ธุรกิจบริการอาหารไทย การจัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารฮาลาล (Thai Halal to the World) โดยร่วมมือกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) พัฒนาและต่อยอดผู้ประกอบการอาหารฮาลาล ๓ จังหวัดชายแดนใต้ โดยนำผู้ประกอบการสินค้าฮาลาลเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการนำไปเจรจาธุรกิจที่ประเทศจอร์แดน กาตาร์ และโอมาน คาดว่าจะมีการสั่งซื้อต่อเนื่องใน ๑ ปีประมาณ ๙,๘๐๐ ล้านบาท

- การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม ดำเนินการส่งเสริมสินค้าที่มีการออกแบบที่ดีผ่านการมอบรางวัล Design Excellence Award (DEMark) มีสินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark รวม ๕๗๐ ราย และได้รับการผลักดันจนได้รับรางวัลการออกแบบระดับสากล เช่น Good Design Award (G-Mark) ที่ประเทศญี่ปุ่นจำนวน ๓๑๐ รายการ โครงการ Thailand Trust Mark (TTM) เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้สินค้าและบริการไทยในเวทีโลก ปัจจุบันมีผู้ได้รับตราสัญลักษณ์ TTM จำนวนกว่า ๖๔๐ ราย ซึ่งได้รับการส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศผ่านกิจกรรมต่างๆ โครงการ OTOP Premium ดำเนินการต่อยอดการพัฒนาสินค้าระดับท้องถิ่นสู่การค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการโดยผู้เชี่ยวชาญจากประเทศญี่ปุ่นและทีมนักออกแบบไทยอย่างต่อเนื่อง จำนวน ๕๐ กลุ่ม จาก ๕ ภูมิภาคของไทย และคัดเลือกผู้ที่มีศักยภาพ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในตลาดญี่ปุ่นและยุโรป

- การพัฒนาและส่งเสริมการค้าในระบบดิจิทัล ส่งเสริมการค้าออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์กลาง Thaitrade.com ซึ่งเป็นตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐแห่งแรกของไทย เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งนอกจากจะช่วยในการลดต้นทุนแล้ว ยังสร้างโอกาสในการขายได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง โดยได้มีการจับคู่เจรจาธุรกิจรวม ๑,๐๐๐ คู่ มีผู้ซื้อจากประเทศต่างๆ มากกว่า ๓๐ ประเทศ และคาดการณ์มูลค่าการค้าซื้อขายผ่านระบบรวมทั้งสิ้นประมาณ ๒๔,๗๐๐ ล้านบาท

- การพัฒนา ส่งเสริม และเพิ่มโอกาสทางโลจิสติกส์การค้า พัฒนาและเร่งเสริมสร้างศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการให้บริการโลจิสติกส์ในหลากหลายมิติ รวมถึงการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับต่างประเทศ ในด้านการลดต้นทุนโลจิสติกส์การค้า ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้จัดกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการให้ได้รับความรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในองค์กรได้อย่างเหมาะสม อีกทั้ง ยังกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความกระตือรือร้นในการพัฒนาและยกระดับการประกอบธุรกิจของตนโดยการจัดประกวดรางวัล Excellent Logistics Management Award (ELMA) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี รางวัลนี้เป็นรางวัลให้สำหรับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพด้านการบริหาร มาตรฐานสากล และความพร้อมทางด้านโลจิสติกส์ที่ดีเยี่ยม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าและความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ตลอดจนได้จัด

ประชาสัมพันธและการบริการให้คำปรึกษาด้านโลจิสติกส์การค้า ผ่าน**นิทรรศการ DITP Logistic Pavilion** ในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศต่างๆ อีกด้วย พร้อมนี้ ได้เสริมสร้างการขยายโอกาสทางการค้า โดยการจัดงานแสดงสินค้าโลจิสติกส์การค้าเพื่อเป็นเวทีให้กับผู้ประกอบการในการเจรจาการค้าและการจับคู่ธุรกิจ เป็นต้น

■ **การเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาดและลดอุปสรรคทางการค้า** กระทรวงพาณิชย์ยังคงเดินหน้ากระชับความสัมพันธ์กับประเทศคู่ค้าและยังคงยึดมั่นต่อพันธกรณีระหว่างประเทศของไทย ทั้งในระดับพหุภาคีระดับภูมิภาคและระดับทวิภาคี ปัจจุบันประเทศไทยมีความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement : FTA) ที่มีผลใช้บังคับแล้วกับ ๑๖ ประเทศ ภายใต้ความตกลง ๑๑ ฉบับด้วยกัน ซึ่งยังมีการเจรจาต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงความตกลงรวมทั้งขยายขอบเขตการเปิดเสรีและรวมตัวกันมากขึ้น โดยเฉพาะอาเซียนซึ่งปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมบทบาทและใช้โอกาสใน “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” (AEC) โดยทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักของไทยในการรวมกลุ่มเป็น “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” และได้ดำเนินการตามแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ในปี ๒๕๕๘ ใกล้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายแล้ว เพื่อให้ในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๘

ส่วนการค้าบริการ กระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมลงนามในเอกสารสำคัญซึ่งเป็นผลการเจรจาความตกลงว่าด้วยการค้าบริการภายใต้อาเซียน ๕ ฉบับ ผลจากความตกลงฯ นี้จะส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจบริการในประเทศคู่เจรจาได้ง่ายขึ้น นอกจากคู่ค้าในอาเซียนแล้วไทยยังได้ร่วมมือกับประเทศอาเซียนจัดทำความตกลง FTA กับคู่ค้า ๖ ประเทศ ประกอบด้วย อาเซียน-จีน อาเซียน-ญี่ปุ่น อาเซียน-เกาหลีใต้ อาเซียน-อินเดีย และอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ และปัจจุบันกำลังอยู่ระหว่างเจรจาจัดทำ FTA อาเซียน-ฮ่องกง และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค หรือที่เรียกว่า RCEP ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกอาเซียน ๑๐ ประเทศและประเทศคู่ FTA ของอาเซียนอีก ๖ ประเทศ เพื่อขยายประโยชน์เพิ่มเติมจากความตกลงอาเซียน+๑

สำหรับ FTA ระดับทวิภาคี ไทยมี FTA กับประเทศคู่ค้าแล้ว ๕ ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น อินเดีย และเปรู อยู่ระหว่างดำเนินการให้มีผลใช้บังคับอีก ๒ ฉบับ กับชิลี และเปรู (FTA ฉบับเต็ม) และขณะนี้ไทยกำลังจะเริ่มเจรจา FTA กับอีก ๒ ประเทศ ได้แก่ ตุรกีและปากีสถาน ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าการค้าระหว่างกันปีละประมาณ ๑,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ในด้านการเจรจาการค้าระดับพหุภาคีภายใต้องค์การการค้าโลก (WTO) ไทยได้ร่วมผลักดันให้การเจรจามีความคืบหน้า โดยได้ร่วมผลักดันการเจรจาความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้มีผลสำเร็จ และเร่งรัดการเข้าเป็นสมาชิกในปีนี้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ไทยได้ประกาศให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศพัฒนาน้อยที่สุด ๔๘ ประเทศ โดยการยกเลิกภาษีนำเข้าและโควตาอันเป็นประโยชน์ต่อการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบจากกลุ่มประเทศดังกล่าว และเป็นการขยายความสัมพันธ์ทางการค้าไปยังประเทศพัฒนาน้อยที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในแถบแอฟริกาและเอเชียใต้ด้วย

#### ๔. การขับเคลื่อนสู่ประชาคมอาเซียน

กระทรวงพาณิชย์ได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ตลอดจนส่งเสริมการค้าชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอย่างเต็มที่ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ดังนี้

➤ **การส่งเสริมการค้าและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน** กระทรวงพาณิชย์มีเป้าหมายผลักดันมูลค่าการค้าชายแดนและผ่านแดนของไทยเพิ่มขึ้นเป็น ๑.๕ ล้านล้านบาท (เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๕๗ ประมาณร้อยละ ๓๑) โดยในระยะ ๗ เดือนแรกของปี ๒๕๕๘ (มกราคม – กรกฎาคม ๒๕๕๘) มีมูลค่ารวมกว่า ๐.๗ ล้านล้านบาท และเมื่อรวมกับการค้าเมืองหน้าด่านแล้วมีมูลค่ารวม ๐.๘ ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๕๓ ของเป้าหมาย และเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ ๓.๕ โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่



● **ผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์เดินทางลงพื้นที่**เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเพื่อพบหารือกับรัฐมนตรีของประเทศเพื่อนบ้านในรูปแบบของการจัดงานมหกรรมการค้าชายแดน ซึ่งในงานประกอบด้วยการประชุมหารือร่วมกันระหว่างภาครัฐ : ระดับรัฐมนตรีของทั้งสองประเทศ (Policy Forum) การประชุมหารือร่วมกันระหว่างภาคเอกชนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (Business Forum) การจัดฝึกอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจัดงานแสดงสินค้า (Trade Fair) และการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ได้ดำเนินการแล้ว จำนวน ๔ ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ ๑ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในโอกาสนี้ได้เจรจาหารือกับรัฐมนตรีพาณิชย์ของเมียนมา มีการกำหนดเป้าหมายการค้าชายแดนระหว่างกัน ปี ๒๕๕๙ เพิ่มขึ้นเท่าตัวจาก ๐.๒ ล้านล้านบาท เป็น ๐.๔ ล้านล้านบาท และได้สถาปนา “บ้านพี่เมืองน้อง” ระหว่างอำเภอแม่สอดกับเมืองเมียวดี ครั้งที่ ๒ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดมุกดาหาร ได้เจรจาส่งเสริมการค้าชายแดนกับรัฐมนตรีของสปป.ลาว มีการตั้งเป้าหมายการค้าระหว่างกัน เพิ่มขึ้นเป็น ๘,๐๐๐ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ครั้งที่ ๓ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว มีการเจรจาหารือแนวทางการส่งเสริมการค้าชายแดนกับรัฐมนตรีพาณิชย์ของกัมพูชา โดยได้ตั้งเป้าหมายการค้าระหว่างกันให้ขยายตัวร้อยละ ๓๐ ต่อปี และ ครั้งที่ ๔ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดสงขลา ทั้งสองฝ่ายเห็นพ้องกันว่าจัดงานมหกรรมการค้าชายแดนจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการค้าระหว่างสองประเทศให้ขยายตัวได้มากขึ้น

● **การจัดสัมมนาสร้างความรู้ความเข้าใจ**ด้านการค้าชายแดนและการใช้ประโยชน์จากเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ตลอดจนสามารถใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากความตกลง ขั้นตอนการทำการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน โอกาสและความพร้อมจากการที่ได้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษนำร่อง รวม ๖ ครั้ง มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑,๑๐๐ คน นอกจากนี้ยังได้จัดงานแสดงสินค้าและจัดสัมมนาเชิงธุรกิจ (Business Forum) รวม ๒ ครั้ง ณ จังหวัดเชียงราย และนครพนม และมีผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเชิงธุรกิจรวมกว่า ๑,๖๐๐ ราย

● **การส่งเสริมความสัมพันธ์** อันดีกับ สปป.ลาว โดยเชิญรัฐมนตรีของ สปป.ลาว มาบรรยายศักยภาพการค้าการลงทุนระหว่างไทย – ลาว บริเวณชายแดนร่วมกัน

● **การจัดคณะผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์นำคณะผู้แทนการค้าการลงทุนเยือนประเทศเพื่อนบ้าน** เพื่อขยายการค้าการลงทุน ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนของทั้งสองประเทศ จำนวน ๔ ครั้ง คือ ได้แก่ เวียดนาม โดยเห็นชอบร่วมกันปรับปรุงมูลค่าการค้าไทย-เวียดนาม เป็น ๒๐,๐๐๐ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ๒๐๒๐ กัมพูชา สามารถเจรจาจับคู่ธุรกิจ ๒ บริษัท โดยคาดว่าจะภายใน ๑ ปี จะขายได้มีมูลค่าการค้าประมาณ ๖.๕ ล้านบาท สปป.ลาว สามารถเจรจาจับคู่ธุรกิจได้ทันที ๑๐ บริษัท โดยมีมูลค่าการค้าประมาณ ๓๐ ล้านบาท และ มาเลเซีย สามารถเจรจาจับคู่ธุรกิจ ๑๐ บริษัท โดยมีมูลค่าการค้าประมาณ ๑๐ ล้านบาท และในเดือนกันยายน ๒๕๕๘ ยังได้กำหนดจัดคณะผู้แทนเยือนเมียนมา อีก ๑ ครั้ง

● **การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในพื้นที่** เพื่อหาแนวทางพัฒนาการค้าการลงทุนบริเวณชายแดนร่วมกัน โดยการจัดคณะผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงพาณิชย์ ลงพื้นที่ประชุมหารือเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการค้าชายแดนรวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อรับทราบปัญหา/อุปสรรค ในจังหวัดจันทบุรี ตาก เชียงราย และสระแก้ว

● **การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน** (Young Entrepreneur Network Development Program : Yen-D Program) เพื่อพัฒนาศักยภาพการค้าดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทย และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทย และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของประเทศเพื่อนบ้าน (เวียดนาม กัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา) จำนวน ๔ รุ่น ๆ ละ ๖๐ คน ระหว่างเดือน ก.ย. - พ.ย. ๕๘

● **การส่งเสริมการค้าการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ** ในฐานะคณะกรรมการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ได้กำหนดแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษและสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องให้แก่ทุกภาคส่วน อาทิ ประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานทั้งภาครัฐและ

ภาคเอกชน นักลงทุนชาวไทย ชาวต่างชาติ ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ โดยใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โฆษณา แอปพลิเคชัน (Mobile Application) และจัดโรดโชว์ (Road Show) ในต่างประเทศ

- **การแต่งตั้งคณะกรรมการคณะกรรมการส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน** โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานกรรมการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ๒๘ หน่วยงานร่วมเป็นกรรมการฯ เพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนและการลงทุนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ ตามแผนงานเร่งด่วน ผ่านกระทรวงที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ (ตามแผนงานบริหารจัดการนำเข้าสินค้าเกษตรจากประเทศเพื่อนบ้านบริเวณแนวชายแดนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม) กระทรวงคมนาคม (การพัฒนาเส้นทางและระบบโลจิสติกส์) กระทรวงการคลัง (การให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เสริมสภาพคล่องแก่ผู้ประกอบการ) เป็นต้น

- **การจัดตลาดนัดการค้าชายแดน** รวม ๒๒ ครั้ง ใน ๑๔ จังหวัด อาทิ จังหวัดนครพนม หนองคาย สระแก้ว สตูล เลย น่าน ตาก อุตรดิตถ์ แม่ฮ่องสอน และบึงกาฬ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกว่า ๑,๗๓๐ ราย มูลค่าจำหน่ายประมาณ ๗๕ ล้านบาท

- **การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าจังหวัดชายแดนใต้** โดยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาด ผ่านการอบรมให้ความรู้ในระดับพื้นที่ ณ จังหวัดสงขลา รวม ๓๐๐ คน จัดอบรมด้วยหลักสูตรที่เข้มข้นรวม ๕๐ ราย และจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้ารวม ๔ ครั้ง ณ จังหวัดชลบุรีและปัตตานี มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกว่า ๕๐๐ ราย รวมทั้งนำผู้ประกอบการที่ผ่านการพัฒนาเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ณ จังหวัดนนทบุรี รวม ๕๐ ราย

➤ **การเดินทางสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหลังปี ๒๕๕๘** ไทยได้ดำเนินการตามแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ๒๕๕๘ ใกล้เคียงจุดมุ่งตามเป้าหมายแล้ว ขณะนี้อาเซียนเร่งดำเนินการมาตรการสำคัญลำดับสูงจำนวน ๕๐๖ มาตรการ เพื่อให้แล้วเสร็จในวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๘ และจากการวัดผลพบว่า ไทยดำเนินการตามมาตรการดังกล่าวได้ร้อยละ ๙๔ ในขณะที่ภาพรวมของอาเซียนดำเนินการได้ร้อยละ ๙๒ โดยมาตรการสำคัญที่ไทยได้ดำเนินการไปแล้ว อาทิ การลดภาษีนำเข้าเป็นศูนย์ การปรับประสานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม การจัดทำคลังข้อมูลทางการค้าของไทยผ่านช่องทางเว็บไซต์ [www.thailandntr.com](http://www.thailandntr.com) การจัดตั้งระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดเดียวของไทย และการจัดตั้งระบบรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง รวมทั้งการเปิดเสรีการค้าบริการในสาขาต่างๆ นอกจากนี้ไทยให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมภายในประเทศโดยการพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรของหน่วยงานรัฐ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและ ใช้ประโยชน์จาก AEC ให้แก่ทุกภาคส่วนทั่วประเทศ รวมทั้งยังได้สร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งกับภาครัฐและเอกชน จำนวน ๑๙ หน่วยงาน และจัดกิจกรรมร่วมกันรวม ๙๐ ครั้ง มีผู้เข้าร่วมกว่า ๑๖,๐๐๐ ราย และการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Information Center) ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกกว่า ๔๐,๕๐๐ ราย และมีผู้ใช้บริการกว่า ๓๖,๐๐๐ ราย รวมทั้งได้ขยายการดำเนินงานโดยจัดตั้งศูนย์ AEC จังหวัดขึ้นใน ๗๖ จังหวัด ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการรวมกว่า ๘๓,๐๐๐ ราย

➤ **การพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของไทย** ดำเนินการเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับ SMEs และเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงพัฒนาการให้บริการ และอำนวยความสะดวกแก่ภาคธุรกิจ เพื่อยกระดับเป็นประเทศที่ง่ายต่อการทำธุรกิจ (Ease of Doing Business) โดยมีการดำเนินงานสำคัญ อาทิ

- การผลักดันให้เกิดสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนใน ASEAN โดยพัฒนาการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ภาคธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ได้แก่

- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล ได้แก่ การพัฒนาการให้บริการนิติบุคคลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการรับงบการเงิน (e-Filing) ร่วมกับ ๙ หน่วยงานพันธมิตร โดยนำเทคโนโลยีที่เป็นระบบมาตรฐานสากลมาใช้เป็นประเทศที่ ๒ ในอาเซียน รองจากประเทศสิงคโปร์ หรือเป็นลำดับที่ ๒๒ ของโลก มีการจัดทำสรุปรายการทางบัญชีให้มีมาตรฐานเดียวกันภายใต้กฎหมายที่แตกต่างกันของแต่ละหน่วยงาน เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับงบการเงินของไทย (e-Filing Single Point) และเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีภารกิจเกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำข้อมูลทางการเงินมาวิเคราะห์ได้แบบ Real Time ลดภาระการป้อนข้อมูล ทำให้ธุรกิจได้ใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง ทันเวลา เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ทั้งนี้ ได้เปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ ๒๕๕๕ โดยมีผู้สมัครเข้าใช้ระบบแล้วรวมประมาณ ๔๒,๐๐๐ ราย และการให้บริการข้อมูลทางทะเบียนนิติบุคคลแบบ Real Time ผ่านแอปพลิเคชัน (DBD e-Service Application) บนสมาร์ตโฟน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหรือประชาชนทั่วไปสามารถตรวจสอบข้อมูลนิติบุคคลได้อย่างทันทีทันใด ทั้งนี้ มีผู้เข้าใช้บริการสืบค้นข้อมูลแล้วรวมประมาณ ๖๓๐,๐๐๐ ครั้ง

- การพัฒนากฎหมายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ SMEs โดยได้ผลักดันให้มีกฎหมายนิติบุคคลโดยบุคคลคนเดียว เพื่อสนับสนุน SMEs เข้าสู่ระบบมากขึ้น โดยศึกษากฎหมายการจดทะเบียนนิติบุคคลโดยบุคคลคนเดียวเพื่อให้ได้รูปแบบการจัดตั้งนิติบุคคลโดยบุคคลคนเดียวที่เหมาะสมกับการประกอบธุรกิจ SMEs ไทย ขจัดปัญหาในการประกอบธุรกิจ สร้างความเข้มแข็งให้แก่ SMEs ไทย ให้พร้อมในการแข่งขันทางการค้าและการลงทุน รวมทั้งยกระดับให้ประเทศไทยให้เป็นประเทศที่ง่ายต่อการเริ่มต้นธุรกิจ (Ease of Doing Business) กำหนดแล้วเสร็จภายในปี ๒๕๕๘

- การเตรียมพร้อมรองรับพระราชบัญญัติหลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ. ... ที่จะมีผลบังคับใช้ ซึ่งกฎหมายนี้จะเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น ลดข้อจำกัดในการนำทรัพย์สินไปใช้เป็นหลักประกันชำระหนี้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ภาคธุรกิจไทย โดยได้เตรียมจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บริการประชาชนสามารถตรวจสอบได้

- การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจ โดยดำเนินการ

- การยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบันในการพัฒนาและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนา โดยสร้างองค์ความรู้การประกอบธุรกิจอย่างครบวงจร บ่มเพาะความเป็นมืออาชีพในการประกอบธุรกิจ สร้างองค์ความรู้ให้กับธุรกิจรายใหม่ สร้างนักบัญชีคุณภาพ เพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างธรรมาภิบาลธุรกิจ รวมถึงสร้างความเข้มแข็งแก่สมาคมการค้าให้มีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวแทนการค้า รวมกว่า ๒๒,๐๐๐ ราย

- การสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดีเทียบเท่าระดับสากล โดยจัดทำเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจ รวม ๑๔ เกณฑ์ จำแนกเป็น เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพของธุรกิจบริการ รายสาขา ๑๒ ธุรกิจ อาทิ ธุรกิจสปา ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ธุรกิจร้านอาหาร ฯลฯ เพื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ พร้อมทั้ง ให้คำปรึกษาแนะนำการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการธุรกิจโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยได้ดำเนินการแก่ผู้ประกอบการแล้วรวมกว่า ๔๐๐ ราย

- การสร้าง เชื่อมโยง และขยายเครือข่ายทางธุรกิจ โดยเน้นสร้างพันธมิตรทางการค้าและการสร้างโอกาสการตลาด โดยจัดให้มีกิจกรรมการประชุมหรือ แลกเปลี่ยนเรียนรู้แก่ผู้ประกอบการรวมกว่า ๕,๐๐๐ ราย รวมถึงสร้างเชื่อมโยงเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทานกับประเทศเพื่อนบ้าน ก่อให้เกิดการจับคู่ธุรกิจระหว่างกันรวมกว่า ๕๐ ธุรกิจ นอกจากนี้ ได้มีการส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายธุรกิจ Biz Club ให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค โดยมีการจัดตั้ง Biz Club แล้วรวม ๓๘ แห่ง ปัจจุบันมีสมาชิกรวมกว่า ๘,๐๐๐ ราย

■ **การส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)** โดยส่งเสริมธุรกิจใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ และยกระดับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e - Commerce) ของไทย โดยสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจให้ใช้ e-Commerce ทำธุรกิจทั้งรายใหม่และธุรกิจที่มีการต่อยอด (Advance) รวมถึงยกระดับขีดความสามารถทางธุรกิจ e-Commerce ให้มีมาตรฐานเทียบเคียงการรับรองระดับสากล และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ โดยใช้สัญลักษณ์รับรอง “DBD Registered” และ “DBD Verified”

นอกจากนี้ ได้ส่งเสริมการตลาดและกระตุ้นการค้าออนไลน์ เชื่อมโยงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ e-Commerce อย่างครบวงจร โดยจัดมหกรรมลดราคาสินค้าและบริการออนไลน์ “Thailand Online Mega Sale” ผ่านเว็บไซต์กลาง [www.megasale.in.th](http://www.megasale.in.th) จำหน่ายสินค้าและบริการลดราคาร้อยละ ๒๐-๘๐ และจัดทำตลาดกลางออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ([www.thaicommercestore.com](http://www.thaicommercestore.com)) พร้อมทั้งพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถสร้างร้านค้าออนไลน์ได้ ตลอดจนขยายช่องทางการค้าผ่านสมาร์ตโฟนผ่านแอปพลิเคชัน “Thai Commerce Application” และเชื่อมโยงกับร้านค้าออนไลน์ขนาดใหญ่ของเอกชน อาทิ Central.co.th Weloveshopping.com Lnw.com และ Tarad.com รวมถึงจัดงาน e - Commerce day เพื่อใช้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้ประกอบธุรกิจ e - Commerce รวมถึงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจอย่างครบวงจร (e - Commerce Supply Chain)

■ **การพัฒนาและส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศ** ได้มีการเร่งรัดการรับจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยลดระยะเวลาการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากเดิม ๒๐ เดือน เหลือ ๙ เดือน สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเดิม ๒๔ เดือน เหลือ ๑๒ เดือน และอนุสิทธิบัตรจากเดิม ๑๐ เดือน เหลือ ๔ เดือน รวมทั้ง พัฒนาปรับปรุงกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นสากลและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของการค้ายุคใหม่ เช่น กฎหมายลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและสนับสนุนการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อันเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล โดยเพิ่มมาตรการคุ้มครองงานลิขสิทธิ์ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยียุคดิจิทัล ได้แก่ การกำหนดความผิดสำหรับผู้ที่ยกยอหาวิธีการหรือช่องโหว่ของระบบ เพื่อละเมิดลิขสิทธิ์ในระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งเจ้าของลิขสิทธิ์ทำไว้เพื่อเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ โดยการแฮ็กหรือหลบเลี่ยงมาตรการทางเทคโนโลยี เช่น รูปภาพหรือคลิปวิดีโอบนอินเทอร์เน็ต และกลายน้ำดิจิทัลลอก เป็นต้น ตลอดจนการออกกฎหมายเพื่อป้องปรามการละเมิดลิขสิทธิ์กรณีมีการแอบถ่ายในโรงภาพยนตร์ เพื่อช่วยป้องกันความเสียหายทางเศรษฐกิจต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ด้านการป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมศุลกากร กรมสอบสวนคดีพิเศษ และภาคเอกชนเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น จัดทำลายของกลางคดีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่คดีถึงที่สุดแล้วรวมกว่า ๑.๖ ล้านชิ้น มูลค่าความเสียหายของสินค้าจริงกว่า ๕,๗๐๐ ล้านบาท เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่เจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาและนักลงทุนว่าจะไม่มีสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเข้าสู่ท้องตลาดหรือส่งออกไปยังต่างประเทศ รวมทั้ง จัดสัมมนาณรงค์สร้างจิตสำนึกในทรัพย์สินทางปัญญา มีผู้เข้าร่วมกว่า ๒,๕๐๐ ราย ตลอดจนส่งเสริมและจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ได้แก่ การจัดงานสุดยอดแบรนด์ไทย (Top Thai Brands) การจัดงานมหกรรมทรัพย์สินทางปัญญา (IP Fair) การจัดงานตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI Market) การจัดงานต้นตาสินค้า GI ตื่นใจอัตลักษณ์ชุมชน ณ คลองผดุงกรุงเกษม เพื่อยกระดับสินค้าและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้เข้าสู่ตลาดธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานกว่า ๑๒๐,๕๐๐ ราย อีกทั้ง สร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ เช่น การจัดประกวดออกแบบเครื่องประดับอัญมณีอาเซียน การจัดประกวดการพัฒนาภูมิปัญญาสู่นวัตกรรม เป็นต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าและรองรับเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs รวมกว่า ๒๐,๐๐๐ ราย

- **การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับอัญมณี** รวมกว่า ๑,๒๐๐ ราย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการรายใหม่ในด้านการออกแบบการผลิตและพัฒนารูปแบบสินค้า โดยการฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ และนำผลงานไปต่อยอดนำไปจัดแสดงนิทรรศการทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย รวมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเสริมสร้างความรู้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ แก่ผู้ประกอบการไทยผ่านบทความ รายงานวิชาการและสัมมนา เป็นต้น

- **การส่งเสริมงานศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชน** เพื่อเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์อาเซียน (Building an ASEAN Identity) ได้จัดสัมมนา “แนวโน้มหัตถกรรมร่วมสมัย” และมอบรางวัลแก่นักสร้างสรรค์อาเซียน ๑๐ ราย และเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้จัดอบรมให้ความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่รวมกว่า ๓๐๐ ราย อบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเชิงลึกรวม ๕๐ ราย

- **การพัฒนาขีดความสามารถทางการค้าในส่วนภูมิภาค** การพัฒนาผู้ประกอบการระดับจังหวัดอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างทั่วถึง ดังนั้น การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย โดยต้องมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณภาพสินค้าเชื่อมโยงสู่ระดับประเทศและสามารถส่งออกได้ โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

- **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน** เพื่อสร้างความยั่งยืนความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจ การนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ที่สำคัญ อาทิ เพิ่มมูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยจัดอบรมให้ความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ รวมกว่า ๓๐๐ ราย และอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเชิงลึกรวม ๕๐ ราย พัฒนาผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ตลาดออนไลน์ โดยจัดอบรมให้ความรู้ด้านการขยายช่องทางการตลาดและใช้สื่อออนไลน์แก่ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ รวม ๓,๑๐๐ ราย และจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า “มหกรรม OTOP ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มอบคุณความสุขสู่ประชาชน” มูลค่าจำหน่ายรวมกว่า ๖๐ ล้านบาท รวมทั้งได้จัดงานร่วมกับห้างสรรพสินค้า รวม ๖ ครั้ง ทั้งนี้ในส่วนกลางและภูมิภาคทั่วประเทศ

- **การส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์** พัฒนาผู้ประกอบการ โดยจัดอบรมให้ความรู้ด้านการตลาดและการทำธุรกิจสินค้าอินทรีย์ มีผู้ประกอบการเข้ารับการอบรมรวม ๑,๑๐๐ ราย และส่งเสริมขยายตลาดสินค้าอินทรีย์ในและต่างประเทศ โดยจัดงานจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ รวม ๙ ครั้ง ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค นอกจากนี้ ได้ดำเนินโครงการ “ข้าวไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์” ซึ่งใช้หลัก “การตลาดนำการผลิต” โดยร่วมกับมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการขยายพื้นที่เพาะปลูกข้าวไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์จาก ๑๐,๐๐๐ ไร่ ให้เพิ่มเป็น ๓๔,๐๐๐ ไร่ในปี ๒๕๕๙ และขยายตลาดให้กว้างขวางครอบคลุมทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยใช้แคมเปญ “รักใคร่ให้ Riceberry” พร้อมจัดประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้าอาหารที่ยิ่งใหญ่ของไทยได้แก่งาน “THAIFEX - World of Food Asia” และจัดนิทรรศการในงาน “Organic & Natural Expo” เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักทั่วไปมากขึ้น

- **การสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการ** โดยกระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการภายใต้แนวคิดของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ในการสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่เกษตรกรและผู้ผลิตสินค้าในท้องถิ่นมาจำหน่ายให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยจัดงานส่งเสริมสินค้าเด่นจากย่านธุรกิจสร้างสรรค์และสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผ่านการจัดงาน “ย่านธุรกิจสร้างสรรค์และสินค้าจีไอ” ภายใต้แนวคิดหลัก “ตื่นตาสินค้าจีไอ ตื่นใจอัตลักษณ์ชุมชน” มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๕๐ ราย มูลค่าจำหน่ายในงานประมาณ ๕๐ ล้านบาท และยังจัดเจรจาธุรกิจกับเครือข่ายการค้าออนไลน์ระดับโลกอย่างอาลีบาบา ในกลุ่มสินค้าข้าวหงส์ทอง ผลิตภัณฑ์ดอกบัวคู่ ข้าวสังข์หยด มีการสั่งซื้อมูลค่าประมาณ ๓๕๐ ล้านบาท รวมทั้งให้คำปรึกษาการประกอบธุรกิจ อาทิ การเริ่มต้นทำธุรกิจ การจดทะเบียนนิติบุคคลและเครื่องหมายการค้า ธุรกิจ e - Commerce และธุรกิจแฟรนไชส์ ฯลฯ

➤ **การพัฒนาาระบบสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจสำคัญ** นอกเหนือจากขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ตั้งกล่าวข้างต้น กระทรวงพาณิชย์ยังมีการกิจกรรมในการตอบสนองนโยบายของรัฐบาล ในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจำเป็นที่ผู้บริหารต้องได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอ ทันสถานการณ์ และมีความแม่นยำ จึงจะสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยข้อมูลสำคัญต่อการตัดสินใจดังกล่าวประการหนึ่งได้แก่ การจัดทำเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจการค้ำที่สำคัญของประเทศ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการเชิงรุกกำหนดนโยบายและวางแผนด้านเศรษฐกิจของประเทศและทิศทางการค้าได้อย่างถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่กระทรวงพาณิชย์จัดทำและเผยแพร่ทางเว็บไซต์ [www.pricemoc.go.th](http://www.pricemoc.go.th) อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย **ดัชนีราคา** ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค ดัชนีราคาผู้ผลิต ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า ดัชนีค่าบริการขนส่งสินค้าทางถนน ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ดัชนีราคาที่ใช้คำนวณค่า K และราคาวัสดุก่อสร้าง และ **ดัชนีเศรษฐกิจ** ได้แก่ ดัชนีวัฏจักรธุรกิจและดัชนีคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจต่างๆ ซึ่งเครื่องชี้วัดเหล่านี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวัดภาวะเศรษฐกิจในระดับมหภาคของประเทศและวัดภาวะเงินเฟ้อสำหรับเป็นแนวทางในการปรับค่าจ้างแรงงาน เป็นเครื่องชี้ภาวะการผลิตและการค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นเครื่องชี้วัดต้นทุนการขนส่ง และใช้ประกอบการวิเคราะห์และประเมินงบประมาณงานก่อสร้าง รวมทั้งใช้เป็นสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าทางเศรษฐกิจ

## ๕. การปรับปรุงกฎหมาย

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการปรับปรุงกฎหมายจำนวน ๑๖ ฉบับ จากจำนวนทั้งหมดที่อยู่ในการกำกับดูแล ๓๒ ฉบับ ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยผลการผลักดันการแก้ไข ที่สำคัญดังนี้

- ร่าง พ.ร.บ. ที่ได้ดำเนินการแล้วเสร็จ และลงประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วมีจำนวน ๘ ฉบับ ได้แก่
  - พ.ร.บ. มาตราชั่งตวงวัด (ฉบับที่ ๓) พ.ศ.๒๕๕๗
  - พ.ร.บ. ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ ๑๓) พ.ศ.๒๕๕๘
  - พ.ร.บ. ความลับทางการค้า (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๕๘
  - พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๕๘
  - พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ.๒๕๕๘
  - พ.ร.บ. ยกเลิกกฎหมายบางฉบับที่หมดความจำเป็นหรือซ้ำซ้อนกับกฎหมายอื่น พ.ศ.๒๕๕๘ (ซึ่งมีร่าง พ.ร.บ. ยกเลิกพระราชบัญญัติส่งเสริมสินค้าขาออก พ.ศ.๒๕๐๓ และ พ.ร.บ. ป้องกันการกระทำบางอย่างในการขนส่งสินค้าขาออกทางเรือ พ.ศ.๒๕๑๑ พ.ศ. .... ของ พณ. เป็นสาระสำคัญของร่าง พ.ร.บ. ดังกล่าว
  - พ.ร.บ. คลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น พ.ศ.๒๕๕๘
  - พ.ร.บ. การส่งออกไปนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๕๘
- ร่าง พ.ร.บ. ที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการดำเนินการ ๕ ฉบับ
  - ร่างพ.ร.บ. ยกเลิกพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. ๒๕๔๒ พ.ศ. ....
  - ร่างพ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
  - ร่างพ.ร.บ. แก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
  - ร่างพ.ร.บ. บริษัทมหาชนจำกัด (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
  - ร่างพ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า (ฉบับที่..) พ.ศ. ....

**๖. การดำเนินงานภายใต้นโยบายปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ**

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินงานภายใต้นโยบายปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยจัดตั้งศูนย์การปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและจัดกิจกรรมรณรงค์สร้างจิตสำนึกในการป้องกันและปราบปรามทุจริตอย่างต่อเนื่องรวม ๓ ครั้ง ปัจจุบันมีข้าราชการร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการทุจริตของกระทรวงพาณิชย์ราว ๒,๐๐๐ ราย

จากการดำเนินภารกิจภายใต้ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจของกระทรวงพาณิชย์ดังกล่าวอย่างมุ่งมั่น ประกอบการใช้จ่ายงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ส่งผลให้สามารถดูแลความเป็นอยู่ของพี่น้องประชาชนได้ในระดับหนึ่ง พร้อมทั้งสามารถอำนวยความสะดวกทางการค้าและสนับสนุนผู้ประกอบการค้าไทย ในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยขยายตัวอย่างยั่งยืนต่อไป

-----

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน  
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์  
กันยายน ๒๕๕๘