

สรุปผลการดำเนินงานสำคัญของกระทรวงพาณิชย์

ตุลาคม ๒๕๕๘-พฤษภาคม ๒๕๕๙

กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานหลักด้านเศรษฐกิจที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เชื่อมโยงและดูแลผู้ผลิต ผู้ค้าและผู้บริโภค อีกทั้งเตรียมการเพื่อรองรับการปฏิรูปประเทศภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และขับเคลื่อนประเทศไทย ๔.๐ โดยในรอบ ๘ เดือนที่ผ่านมา จากการผลักดันการดำเนินงานภายใต้นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการปฏิบัติการสำคัญของกระทรวงพาณิชย์ ได้มีผลการดำเนินงานที่สำคัญๆ สรุปได้ ดังนี้

❖ **การดูแลค่าครองชีพ ราคาสินค้า และความเป็นธรรมทางการค้า** โดยมีเป้าหมายในการดูแลราคาสินค้าให้เป็นธรรม พอเพียงทั่วถึง และบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน รวมทั้งรักษาระดับราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมและมีเสถียรภาพ และดูแลแก้ไขปัญหาเมื่อราคาตกลง ซึ่งได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

๑. **การกำกับดูแลให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้า** แก่ทุกฝ่าย ตั้งแต่ราคา ณ โรงงาน ราคาขายส่ง และราคาจำหน่ายปลีกให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย รวมทั้งขอความร่วมมือผู้ประกอบการ **ปรับลดราคาสินค้า**ลงให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนค่าขนส่งจากราคาน้ำมันที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง รวม ๑๕ สินค้า ๑๒๘ รายการ ส่งผลให้ราคาลดลงตั้งแต่ร้อยละ ๑.๖-๓๓ อีกทั้งมีมาตรการลดต้นทุนปัจจัยการผลิตโดยความร่วมมือผู้ประกอบการปรับลดต้นทุนปัจจัยการผลิตนาข้าวและพืชชนิดอื่น นอกจากนี้ได้ติดตามตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด และ**กำกับดูแลการชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ** เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย รวมกว่า ๒,๙๖๐๒๕๐ เครื่อง/หีบห่อ พบผิด ๒๐,๙๑๗ เครื่อง/หีบห่อ และได้ดำเนินการยึด ผูก บัตรห้ามใช้ และอายัดต่อไป สำหรับการ**ทำลายของกลางคดีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา**ที่คดีถึงที่สุดแล้วกว่า ๑.๒ ล้านชิ้น มูลค่า ๗๓๐ ล้านบาท และสามารถจับกุมสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์และปลอมแปลงเครื่องหมายการค้ากว่า ๑๘,๙๖๐ ชิ้น มูลค่ากว่า ๑๘๐ ล้านบาท

๒. **การจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน** เพื่อเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป เพิ่มช่องทางการระบายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ และเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตและรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งกระตุ้นการบริโภค ทั้งนี้สามารถช่วยภาระค่าครองชีพให้กับประชาชนได้กว่า ๒๙,๐๗๘ ล้านบาท โดยจัดงาน **“ธงฟ้า”** ราคาประหยัดทั่วประเทศในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป รวมกว่า ๓๙๐ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น ๔๒๕ ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนกว่า ๑.๔ ล้านคน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๑๘๐ ล้านบาท

สำหรับการ**ช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยแล้ง** โดยจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัดต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป รวม ๕๙๒ ครั้ง มูลค่ากว่า ๖๒ ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนกว่า ๒๗๒,๐๐๐ คน คิดเป็นมูลค่าประมาณ ๓๘ ล้านบาท รวมทั้งการจัดหาร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ (ถูก สะอาด ดี อร่อย) ภายใต้ **“หนูณิชย์...พาชิม”** รวม ๑๐,๖๘๑ แห่งทั่วประเทศ สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนได้ประมาณวันละกว่า ๙ ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าประมาณ ๑,๘๖๐ ล้านบาท อีกทั้งจัดงาน **“อิมท้องทั่วไทยไปกับหนูณิชย์”** สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ประมาณ ๔๐-๕๐ ล้านบาท

นอกจากนี้ร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ จัดงาน **“เทใจ...คืนสุข”** เทศกาลปีใหม่และต้อนรับเปิดเทอม มูลค่าจำหน่ายกว่า ๙๐,๐๐๐ ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนคิดเป็นมูลค่า ๒๗,๐๐๐ ล้านบาท และ**จัดทำแอปพลิเคชัน “สายทางของถูก”** เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลสินค้าราคาประหยัด รวมทั้งร้านอาหารปรุงสำเร็จ **“หนูณิชย์...พาชิม”** ภายใต้แนวคิด **“ฉลาดซื้อ**

ประหยัดใช้” และสร้างเครือข่ายอาสาสมัครเพื่อสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมทั่วประเทศกว่า ๕,๕๕๐ คน

❖ **การดูแลราคาสินค้าเกษตร** มีเป้าหมายหลักเพื่อรักษาระดับราคาให้มีความเหมาะสม มีเสถียรภาพ ป้องกันไม่ให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบอย่างไม่เป็นธรรม และดูแลแก้ไขปัญหาเมื่อราคาตกต่ำ เนื่องจากผลผลิตออกมาพร้อมกันเป็นจำนวนมากและเกิดการกระจุกตัวโดยมีกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้

๑. ดูแลราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญให้อยู่ในราคาที่เหมาะสม

● **การบริหารจัดการข้าว** ได้ดำเนินการโดยชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต ๒๕๕๘/๕๙ อัตราร้อยละ ๓ ต่อปี ผลการตรวจสอบสต็อก ๖ ครั้ง มีปริมาณ ๑๘.๙๕๕ ล้านตัน มูลค่า ๒๑๑,๙๙๒ ล้านบาท ทั้งนี้อยู่ระหว่างการขอรับเงินชดเชย ๒๐ ราย มูลค่า ๑๒ ล้านบาท และจัดตลาดนัดข้าวเปลือก เพื่อให้เกษตรกรมีช่องทางเลือกและอำนาจต่อรองในการซื้อขายสินค้าเกษตรมากขึ้น รวม ๙๒ ครั้ง ในพื้นที่ ๓๓ จังหวัด มีปริมาณการซื้อขายรวม ๕๙,๔๒๐ ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๕๘๐ ล้านบาท เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวได้ในราคาสูงกว่าตลาดทั่วไปตันละ ๑๐๐-๘๐๐ บาท รวมทั้งระบายข้าวในสต็อกเป็นการทั่วไป รวม ๔ ครั้ง ปริมาณรวม ๑.๓๙ ล้านตัน มูลค่ารวม ๑๓,๔๗๒ ล้านบาท และระบายเข้าสู่อุตสาหกรรม รวม ๒ ครั้ง ปริมาณรวม ๐.๒๕๘ ล้านตัน มูลค่ารวม ๑,๖๗๐ ล้านบาท นอกจากนี้ ยังได้จัดทำแผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับแผนปฏิรูปภาคการเกษตรของรัฐบาลและใช้หลักการตลาดนำการผลิตโดยคาดว่าข้าวนาปี ๒๕๕๘/๕๙ และนาปรัง ๒๕๕๙ จะมีการบริโภคและส่งออกรวม ๒๕ ล้านตันข้าวเปลือก และกำหนดผลผลิตไว้ที่ ๒๗ ล้านตันข้าวเปลือกในอัตราเพื่อเหลือเผื่อขาดนับเป็นครั้งแรกที่มีการวางแผนการเพาะปลูกและการตลาดล่วงหน้าก่อนฤดูกาลผลิตใหม่จะเริ่มขึ้น และอยู่ระหว่างดำเนินการกับมันสำปะหลังครบวงจร โดยมีเป้าหมายจะจัดทำกับพืชอื่นๆ ต่อไป

ส่วนการส่งออกข้าว ในปี ๒๕๕๘ ไทยส่งออกข้าวปริมาณรวม ๙.๘ ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๑๕๕,๙๐๐ ล้านบาท โดยตลาดส่งออกข้าวของไทยอันดับหนึ่ง ได้แก่ ตลาดจีน รองลงมา ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เบนิน ไนจีเรีย แอฟริกา ทั้งนี้ ปี ๒๕๕๙ มีเป้าหมายส่งออกข้าว ๙.๕ ล้านบาท โดยในช่วง ๔ เดือนแรกของปี ๒๕๕๙ (มกราคม-เมษายน) มีปริมาณการส่งออกรวม ๓.๖ ล้านตัน มูลค่ากว่า ๕๔,๖๑๐ ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๖ และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๖

● **การแก้ไขปัญหาราคามันสำปะหลัง** โดยได้ดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกในระบบน้ำหยดโดยชดเชยดอกเบี้ยให้เกษตรกรรายย่อยวงเงินกู้รายละไม่เกิน ๒๓๐,๐๐๐ บาท (มีเกษตรกรเข้าร่วม ๒,๒๓๑ ราย) การชะลอการเก็บเกี่ยวมันสำปะหลัง โดยชดเชยดอกเบี้ยให้เกษตรกรรายย่อยวงเงินกู้รายละไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ บาท (มีเกษตรกรเข้าร่วม ๓,๘๕๔ ราย) และสนับสนุนสินเชื่อเพื่อรวบรวมและสร้างมูลค่าเพิ่มมันสำปะหลัง โดยชดเชยดอกเบี้ยร้อยละ ๓ ต่อปี ให้แก่สหกรณ์ภาคการเกษตร กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีสหกรณ์การเกษตรเข้าร่วมโครงการ ๑๘ ราย วงเงิน ๑๙๗.๕๐ ล้านบาท นอกจากนี้ให้ความรู้ด้านการผลิตและการตลาดแก่เกษตรกรรวม ๑,๙๔๕ ราย

● **การแก้ไขปัญหาการค้าปาล์มน้ำมัน** โดยออกประกาศราคาแนะนำครั้งล่าสุด (วันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๕๙) กำหนดราคารับซื้อผลปาล์มอัตราน้ำมันร้อยละ ๑๗ ราคาไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ ๕.๐๐ บาท และให้ปรับเพิ่มราคารับซื้อไม่น้อยกว่ากิโลกรัมละ ๓๐ สตางค์ ต่ออัตราน้ำมันที่เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑ ออกมาตรการรองรับช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ปี ๒๕๕๙ โดยให้ อคส. รับซื้อน้ำมันปาล์มดิบเก็บสต็อกเมื่อราคาผลปาล์ม (อัตราน้ำมัน ๑๗%) ที่เกษตรกรขายได้ต่ำกว่าหรือมีแนวโน้มต่ำกว่ากิโลกรัมละ ๔.๒๐ บาท ปริมาณน้ำมันปาล์มดิบที่รับซื้อ ๑๐๐,๐๐๐ ตัน ในราคาไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ ๒๖.๒๐ บาท ระยะเวลาการรับซื้อน้ำมันปาล์มดิบระหว่างเดือนเมษายน-พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ขณะนี้อยู่ระหว่างเตรียมดำเนินการ รวมทั้งการตรวจสอบสต็อกน้ำมันปาล์มคงเหลือทั้งระบบ

- **การแก้ไขปัญหาหาคายางพารา** เพื่อช่วยกระตุ้นราคายางพาราในประเทศให้สูงขึ้น โดยจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) สินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์จากผู้นำเข้า ๑๔๗ บริษัท ใน ๒๘ ประเทศ มีปริมาณสั่งซื้อยางพาราธรรมชาติ ๒๐๐,๐๐๐ ตัน ไม้ยางพารา ๒๒,๐๐๐ ตูคอนเทนเนอร์ (ขนาด ๔๐ ฟุต) หมอนและที่นอนยางพารา ๑๐๐,๐๐๐ ชิ้น คิดเป็นมูลค่ารวมกว่า ๑๙,๖๖๐ ล้านบาท และจัดที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีผู้นำเข้าร่วม ๕๘ บริษัท จาก ๑๗ ประเทศ ปริมาณซื้อขายยางพารารวมกว่า ๕๘๕,๔๕๐ ตัน ทั้งนี้ มีการส่งมอบแล้ว ๑๙๐,๓๑๐ ตัน

- **การแก้ไขปัญหาหาคาผลไม้** โดยได้กำหนดแผนการจัดการตลาดผลไม้ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ ติดตามสถานการณ์ผลไม้แก้ไขปัญหา และเตรียมความพร้อมการกระจายผลผลิต เชื่อมโยงตลาดปลายทางไปยังจังหวัดต่าง ๆ อาทิ ตลาดกลางผักผลไม้ ศูนย์จำหน่าย Farm Outlet ห้างค้าปลีก Modern Trade ด่านชายแดนติดต่อประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งจัดหาสถานที่ให้เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายโดยตรง พร้อมส่งเสริมการแปรรูป โดยจัดหาตลาดจำหน่ายผลไม้แปรรูปให้โรงงานแปรรูปที่รับซื้อผลไม้จากเกษตรกร และส่งเสริมการส่งออกผลไม้ไทยผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติทั้งในและต่างประเทศ

๒. การส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์ โดยสร้างการรับรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผลักดันมาตรฐานและระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ พัฒนาและขยายตลาดสินค้าและบริการอินทรีย์ และพัฒนาสร้างมูลค่าสินค้าและบริการอินทรีย์ นอกจากนี้ร่วมลงนาม MOU กับภาคี ๒๐ หน่วยงาน เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์และบูรณาการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภาคี ทั้งนี้ ได้จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์แล้ว รวม ๔ แห่ง ณ จังหวัดนครปฐม ลพบุรี กาญจนบุรี และเพชรบูรณ์

❖ **การสร้างความเข้มแข็งให้ท้องถิ่น (Local Economy)** เป้าหมายเพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่นผ่านกลไก “ประชารัฐ” ที่มีภาคเอกชนและประชาชนมีส่วนร่วม โดยดำเนินกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

๑. **การจัดตั้งตลาดกลางและตลาดชุมชน** โดยส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง รวม ๑๕ ชนิด อาทิ ข้าวเปลือกหอมปทุมธานี ๑ ส้มเขียวหวานปลอดภัยพิช (พันธุ์สีทอง) ข้าวโพดหวาน ลำไย ข้าวเปลือกเจ้า ชมพูเพชรสายรุ้ง และมะม่วงน้ำดอกไม้ รวม ๓๐ สัญญา ปริมาณกว่า ๑๖,๑๘๐ ตัน มูลค่ารวมกว่า ๒๔๐ ล้านบาท และจัดตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น (ตลาดต้องชม) กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) แก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ SMEs นำสินค้าในพื้นที่มาจำหน่ายในตลาดต้องชม รวม ๔๕ แห่ง ในพื้นที่ ๔๕ จังหวัด อาทิ ตลาดต้นน้ำโบราณบ้านต้นตาล จังหวัดสระบุรี ตลาดน้ำลำพญา จังหวัดนครปฐม ตลาดนาวง จังหวัดนครศรีธรรมราช และตลาดเซราะกราว จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น และการเชื่อมโยงกระจายผลผลิต รวมทั้งจัดงาน “ผักสดจากสวนสู่ผู้บริโภค...เทศกาลกินเจ” เพื่อกระจายผักและผลไม้ไปสู่ผู้บริโภคโดยตรงในตลาดกลางผักและผลไม้ และตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน รวม ๖ แห่ง ใน ๕ จังหวัด

๒. **การส่งเสริมการประกอบธุรกิจชุมชน (Social Business)** โดยจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนแห่งใหม่ รวม ๘ แห่ง ใน ๕ จังหวัด และพัฒนาศักยภาพศูนย์ฯ เดิม จำนวน ๒๔ แห่ง รวมทั้งสิ้น ๓๒ แห่ง ในพื้นที่ ๒๑ จังหวัด และ“การจัดทำแผนพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ต้นแบบ” เพื่อให้เจ้าหน้าที่และเกษตรกรมีความรู้การบริหารจัดการศูนย์ฯ ให้มีความเหมาะสมกับสินค้าตาม

ความต้องการของตลาด รวม ๕๐ คน และเชื่อมโยงการตลาดให้นำสินค้าและผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายในงานหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่กระทรวงจัดให้ อาทิ “มหกรรมสินค้าเกษตรต้อนรับเทศกาลตรุษจีน”

๓. การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการ OTOP และวิสาหกิจชุมชนในต่างจังหวัด เพื่อพัฒนาและส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อการส่งออก โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ๑๕๐ ราย และยกระดับสินค้า OTOP ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญจากประเทศญี่ปุ่นและนักออกแบบไทยเป็นพี่เลี้ยงในการพัฒนาต้นแบบสินค้า รวมทั้งแสวงหาช่องทางโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ นอกจากนี้จัดตั้งร้าน OTOP Store ภายในสนามบินสุวรรณภูมิ โดยร่วมมือคิงเพาเวอร์คัดเลือกผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อจำหน่ายกว่า ๕๘๕ รายการ โดยปี ๒๕๕๘ มีมูลค่าจำหน่ายกว่า ๗๐ ล้านบาท สำหรับปี ๒๕๕๙ (มกราคม-มีนาคม) มีมูลค่าจำหน่ายกว่า ๒๐ ล้านบาท และจะขยายสู่สนามบินอื่นๆ ในอนาคต อาทิ ดอนเมือง ภูเก็ต และหาดใหญ่ เป็นต้น อีกทั้งได้จัดทำโครงการภายใต้นโยบายประชารัฐ โดยนำมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าทอ” เป็นตัวเชื่อมเศรษฐกิจระหว่างบุคคลและท้องถิ่น เพื่อให้เศรษฐกิจชุมชนเติบโตและเกิดความยั่งยืน โครงการ “เส้นทางสายผ้าทอ” ประกอบด้วย ๗ เส้นทาง ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาระบบการบริหารจัดการการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและมีความหลากหลายและจัดหาช่องทางจำหน่ายในตลาดออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการ คาดว่าจะสร้างรายได้เข้าชุมชนและประเทศกว่า ๕๘,๐๐๐ ล้านบาท นอกจากนี้ยังส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือจีไอ ซึ่งในปี ๒๕๕๙ ได้ขึ้นทะเบียน ๙ รวม ๔ สินค้า ได้แก่ กาแฟเขาทะลุ กาแฟดงมะไฟ นครราชสีมา มะยงชิด และมะปรางหวาน นครนายก รวมทั้งจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า “GI Market ๒๐๑๖” มีสินค้าจีไอจากทั่วประเทศเข้าร่วมงานรวม ๖๐ สินค้า ปัจจุบันได้ขึ้นทะเบียนแล้ว ๖๗ สินค้า จาก ๔๙ จังหวัด อยู่ระหว่างพิจารณา ๑๔ จังหวัด โดยมีแผนจะดำเนินการส่งเสริมให้ครบ ๗๗ จังหวัด ภายในปี ๒๕๖๐

❖ การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศให้บริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือได้

๑. การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการ SMEs โดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจบริการภายใต้กรอบความตกลงด้านบริการอาเซียน (AFAS) เช่น ธุรกิจด้านค้าส่งค้าปลีก ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้านอาหาร ภัตตาคาร และบริการสถานที่พัก) ธุรกิจบริการเกี่ยวกับสุขภาพ (สปา นวดเพื่อสุขภาพ ดูแลผู้สูงอายุ) ธุรกิจบริการเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ (ธุรกิจบริหารทรัพย์สิน และธุรกิจก่อสร้างและวิศวกรรม) อีกทั้งการเตรียมพร้อมรองรับการรับจดทะเบียนภายใต้ พ.ร.บ.หลักประกันทางธุรกิจ ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ ๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ ซึ่งจะเป็นโอกาสและทางเลือกของ SMEs ในการเข้าถึงแหล่งทุนของผู้ประกอบการธุรกิจ มีผู้ประกอบการธุรกิจได้รับการพัฒนารวมกว่า ๒๒,๓๗๐ ราย โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

๑.๑ การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการสร้างโอกาสการตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ โดยเสริมสร้างองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจระบบแฟรนไชส์ สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ รวมทั้งจัดกิจกรรมงาน “Franchise Day” นำเสนอธุรกิจแฟรนไชส์ต้นแบบ และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีผู้ประกอบการธุรกิจเข้าร่วมกิจกรรมรวมกว่า ๑,๐๐๐ ราย

๑.๒ การยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการและสร้างโอกาสทางการตลาดธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ โดยเสริมสร้างความรู้พัฒนาธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ และยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์สู่มาตรฐาน ISO มีผู้ประกอบการธุรกิจเข้าร่วมกิจกรรม รวม ๘๐๑ ราย

๑.๓ การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจบริการภายใต้ข้อตกลงกรอบความตกลงว่าด้วยการค้าบริการอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS) โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ การตลาดสมัยใหม่ เทคโนโลยี นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรบุคคล การบัญชี

กฎหมายหลักประกันทางธุรกิจที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการบริการ อาทิ กลุ่มธุรกิจบริการ (ร้านอาหาร) กลุ่มธุรกิจบริการเกี่ยวกับสุขภาพ (ดูแลผู้สูงอายุ สปา และนวดเพื่อสุขภาพ) กลุ่มธุรกิจบริการเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ (บริหารจัดการทรัพย์สิน และก่อสร้างและวิศวกรรม) มีผู้ประกอบการธุรกิจเข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้นรวม ๖๙๖ ราย

๑.๔ การสร้างความเข้มแข็งศักยภาพการ**บริหารจัดการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก** โดยการยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการและพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดธุรกิจ จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และเรียนรู้การดำเนินธุรกิจ ให้คำปรึกษาแนะนำ ระบบการบริหารจัดการ และกระบวนการสินค้าคงคลังแก่ธุรกิจค้าส่ง ณ สถานประกอบการ มีผู้ประกอบการธุรกิจเข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้นรวม ๕๑ ราย ทั้งนี้ ได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด “ค้าส่งร่วมใจ โชห่วยไทยคู่สังคม” พร้อมกันทั่วประเทศระหว่างเดือนเมษายน-พฤษภาคม ๒๕๕๙

๑.๕ การ**พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมธุรกิจครบวงจร** โดยส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ให้มีความรู้ด้านการจัดการนวัตกรรม สามารถพัฒนาแนวคิดต่อยอดธุรกิจ และนำผลงานวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ มีผู้ได้รับความรู้ ๑,๙๒๒ ราย

๑.๖ การเพิ่มศักยภาพการ**บริหารจัดการธุรกิจบริการอย่างมืออาชีพ** โดยพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจให้มีความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และการตลาด พร้อมเข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ มีผู้ได้รับความรู้ ๑,๐๙๐ ราย

๑.๗ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้า การ**สร้างความเข้มแข็งสมาคมการค้าตามแนวทาง Balanced Scorecard (BSC)** มีผู้ได้รับความรู้รวม ๓๘๗ ราย ทั้งนี้ จะมีการจัดกิจกรรมประกวดสมาคมการค้าดีเด่น ประจำปี ๒๕๕๙ เพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติสมาคมการค้าที่มีการบริหารจัดการตามหลักมาตรฐานสากลร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ในช่วงเดือนสิงหาคม ๒๕๕๙

๑.๘ การ**พัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** โดยพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สู่สากล โดยการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้ใช้ระบบการค้าออนไลน์ (e-Commerce) เพื่อเป็นช่องทางการตลาด มีผู้ได้รับความรู้ทั้งสิ้น ๗๕๗ ราย นอกจากนี้ ได้มีประชุมหารือร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ Alibaba เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริม SMEs และผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ต่างประเทศ ทั้งนี้ ได้มีการเผยแพร่ประสบการณ์และความสำเร็จ (Success Story) ของ SMEs ไทย ที่จำหน่ายสินค้าใน www.alibaba.com ผ่านสื่อ Offline และ Online เช่น youtube facebook รวมถึงพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อยกระดับและสร้างความเชื่อมั่นธุรกิจ e-Commerce โดยการเสริมสร้างความรู้และพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs และผลิตภัณฑ์ชุมชนของไทยให้มีมาตรฐานและมีศักยภาพในการขยายสู่ตลาดต่างประเทศ มีผู้ได้รับความรู้รวม ๕๓๓ ราย

๑.๙ การส่งเสริมและ**พัฒนาศักยภาพวิชาชีพบัญชี** โดยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพวิชาชีพบัญชีสู่สากล ให้แก่เจ้าหน้าที่ของสำนักงานบัญชี มีความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานทางบัญชี บริหารจัดการที่ดีมุ่งสู่การเป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพ มีผู้เข้าร่วม ๒,๔๑๗ ราย และสร้างนักบัญชีคุณภาพรุ่นใหม่ “Young & Smart Accountants” เพื่อเข้าสู่เส้นทางวิชาชีพบัญชีอย่างมีคุณภาพ พร้อมมีทักษะความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานจริง (Simulation) โดยมีสถาบันการศึกษาเข้าร่วม ๔๔ สถาบัน มีนักศึกษาได้รับความรู้ รวม ๓,๙๓๗ ราย ฝึกปฏิบัติงานในลักษณะสถานการณ์จำลอง รวม ๓,๘๔๙ ราย และผ่านเกณฑ์และได้รับวุฒิบัตร รวม ๓๘๑๑ ราย คิดเป็นร้อยละ ๙๙ ของผู้ฝึกปฏิบัติงาน รวมทั้งอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระบบการนำส่งงบการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) ให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรของสำนักงานบัญชีคุณภาพ รวม ๒,๔๕๗ ราย

๑.๑๐ การสร้างธรรมาภิบาลนิติบุคคลรายใหม่ เพื่อให้รู้ถึงหน้าที่ของนิติบุคคลที่ต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายภายใต้การกำกับดูแลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ มีผู้ได้รับความรู้ รวม ๔,๒๘๗ ราย

๑.๑๑ การสร้างโอกาสให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งทุนโดยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับกฎหมายหลักประกันทางธุรกิจรวมกว่า ๑,๗๐๐ ราย พร้อมทั้งเตรียมพร้อมรองรับการปฏิบัติงานตามกฎหมายดังกล่าว ซึ่งจะมีผลตั้งแต่วันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๕๙ เป็นต้นไป ใน ๓ ด้านสำคัญ ได้แก่ การออกกฎหมายลำดับรอง การพัฒนาระบบจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจออนไลน์ และการสร้างผู้บังคับหลักประกัน ซึ่งมีแผนที่จะอบรมให้ความรู้ก่อนได้รับใบอนุญาตในช่วงกลางเดือนมิถุนายน ๒๕๕๙

๑.๑๒ การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเสริมสร้างศักยภาพความเข้าใจถึงสิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้เขตการค้าเสรี รวม ๒ ครั้ง ณ จังหวัดเชียงราย และกรุงเทพฯ มีผู้เข้ารับการสัมมนา รวม ๗๑๐ ราย และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบทรัพย์สินทางปัญญา ใน ๕ ภูมิภาค รวม ๕๑๗ ราย

๑.๑๓ การลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “สานพลังประชารัฐ ส่งเสริม SMEs Start-up & Social Enterprises” ระหว่างกรมทรัพย์สินทางปัญญากับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน สถาบันการเงินและเงินทุน สถาบันการศึกษา และตัวแทนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจใหม่โดยการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ การใช้นวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อน (Innovation-Driven Entrepreneurs Start-up) และผลักดันให้ผู้ประกอบการเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจไทยในอนาคต

๑.๑๔ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเครื่องประดับสู่ AEC+๖ โดยพัฒนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับให้แข่งขันได้ในระดับโลก จำนวน ๔ ครั้ง มีผู้เข้าร่วม ๑๐๔ ราย อีกทั้งประชาสัมพันธ์งานบริการของสถาบันในกลุ่มประเทศ AEC+๖ จำนวน ๕ ครั้ง อาทิ ประเทศสิงคโปร์ จีน และฮ่องกง มีผู้รับบริการ รวม ๑,๘๓๗ คน และให้บริการตรวจสอบอัญมณีเคลื่อนที่ จำนวน ๑,๐๒๗ รายการ

๑.๑๕ การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาธุรกิจงานศิลปหัตถกรรม โดยสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพช่าง/ครูช่าง สมาชิกและผู้ประกอบการงานหัตถกรรม รวม ๘๔๑ ราย คิดเป็นร้อยละ ๕๖ ของเป้าหมาย (เป้าหมาย ๑,๕๐๐ ราย) โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาทักษะฝีมือช่าง และการเชิดชูทายาทช่างศิลปหัตถกรรม โดยคัดเลือกช่างฝีมือรุ่นใหม่ที่เป็นทายาทอันนำไปสู่การสร้างโอกาสทางการตลาดในเชิงพาณิชย์ และเผยแพร่เอกลักษณ์งานหัตถกรรมของไทย มีผู้ได้รับรางวัล “ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม” ปี ๒๕๕๙ รวม ๑๓ คน อีกทั้งได้ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใช้องค์ความรู้จากศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ รวม ๘๒,๐๐๐ ราย คิดเป็นร้อยละ ๓๓ ของเป้าหมาย (เป้าหมาย ๒๕๐,๐๐๐ ราย) โดยมีการดำเนินกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ จัดนิทรรศการ “ประตูสู่องค์ความรู้แห่งหัตถศิลป์ไทย” เพื่อแสดงผลงานนวัตกรรมศิลปกรรมสมัยที่สร้างสรรค์จากภูมิปัญญา ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

๑.๑๖ การขยายตลาดงานศิลปหัตถกรรม โดยสนับสนุนให้สมาชิกมีช่องทางการค้าผ่านกิจกรรมการตลาด รวม ๓๗๗ ราย (เป้าหมาย ๘๐๐ ราย) และมีเครือข่ายการค้าที่จะเกิดความร่วมมือกัน ๔ หน่วยงาน (เป้าหมาย ๖ หน่วยงาน) โดยเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าต่างๆ มีมูลค่าจำหน่ายและสั่งซื้อกว่า ๕๗ ล้านบาท

๒. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยทรัพย์สินทางปัญญา

๒.๑ การส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใช้นวัตกรรมและการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการเข้าสู่ระบบทรัพย์สินทางปัญญาด้านสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า รวมทั้งเทคนิคการสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลสิทธิบัตรเพื่อการวิจัยและพัฒนาให้แก่

ประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการ นักประดิษฐ์ อาจารย์ นักวิจัย และเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่เกี่ยวข้อง ใน ๕ ภูมิภาค
ณ จังหวัดเชียงใหม่ พิษณุโลก ขอนแก่น ชลบุรี และสงขลา รวม ๑๘๕ ราย

๒.๒ การพัฒนาการค้าจากการรับจ้างผลิตสินค้า/บริการ เพื่อสู่การเป็นผู้ค้าและผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ (Brand) เป็นของตนเอง โดยสร้างความรู้ความเข้าใจในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทาง
ภูมิศาสตร์ รวมทั้งการจัดทำข้อกำหนดมาตรฐานของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้มีความสำคัญในการควบคุม
คุณภาพของสินค้าให้เป็นที่น่าเชื่อถือ เพื่อจัดทำคำขอขึ้นทะเบียน ได้แก่ สินค้า “ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ และ
เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน” จังหวัดนครราชสีมา “ลำไยลำพูน” จังหวัดลำพูน และ “ข้าวลิ้มผัวตาก” จังหวัด
ตาก และประชุมคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ เพื่อกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา
ด้านการปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้รวดเร็ว และมี
ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการเตรียมความพร้อมด้านทรัพย์สินทางปัญญาของไทย รวมทั้งรองรับการเข้าร่วม
ความตกลงด้านทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างประเทศ

๒.๓ การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา โดยจัดสัมมนาระบบการ
ควบคุมคุณภาพสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระดับภูมิภาค เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการบริหารงาน การ
พัฒนาคุณภาพในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาและการเพิ่มขึ้นของการบังคับใช้กฎหมายในกลุ่มประเทศ
อาเซียน ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญา ระหว่างกรมทรัพย์สินทางปัญญากับ
สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศสิงคโปร์ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการประเมินมูลค่า
ทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม การวางแผนการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการส่งเสริมนวัตกรรม การจัด
กิจกรรมส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาให้แก่ผู้ประกอบการ SME เป็นต้น รวมทั้ง**ประชุมหารือ
แนวทางการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา** เพื่อใช้เป็นหลักประกันทางธุรกิจร่วมกับสถาบันการเงินต่าง ๆ
และส่งเสริมการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรม

❖ **การค้าระหว่างประเทศ** ได้เร่งผลักดันและส่งเสริมการค้าการลงทุนอย่างเต็มที่เพื่อขับเคลื่อนการ
ส่งออกให้ขยายตัวได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้การส่งออกของไทยในช่วง ๔ เดือนแรก ปี ๒๕๕๙ มีมูลค่าประมาณ
๒.๕ ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ ๘.๐๔ และไทยยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดและ
สินค้าที่ส่งออกสำคัญไว้ได้ โดยเฉพาะส่วนแบ่งตลาดในปี ๒๕๕๙ ของไทยในประเทศคู่ค้าสำคัญ มีแนวโน้มเพิ่ม
สูงขึ้นกว่าปี ๒๕๕๘ โดยมีมาตรการสำคัญ ได้แก่

๑. การเร่งผลักดันการเจรจาการค้า ทั้งระดับทวิภาคี ภูมิภาค และพหุภาคี โดยปีงบประมาณ
๒๕๕๙ กระทรวงพาณิชย์ได้เจรจาจัดทำ FTA และประชุมหารือเพื่อแก้ไขปัญหาทางการค้าภายใต้การประชุม
คณะกรรมการร่วมทางการค้า (JTC) ดังนี้

๑.๑ การจัดทำความตกลงการค้าเสรีแบบทวิภาคี (Bilateral FTA) ได้แก่ **FTA ไทย-
ปากีสถาน** ซึ่งทั้งสองฝ่ายให้ความตกลงการค้าเสรีระหว่างกันครอบคลุมทั้งด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ การ
ลงทุน รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการค้าอื่นๆ โดยจะเริ่มเจรจาด้านการค้าสินค้าให้แล้วเสร็จก่อนภายในกลางปี
๒๕๖๐ ล่าสุดได้มีการประชุมครั้งที่ ๓ โดยทั้งสองฝ่ายสามารถเจรจาตกลงกันได้แล้ว ๒ บท ได้แก่ การเยียวยา
ทางการค้า และความโปร่งใส หากความตกลงฯ มีผลบังคับใช้จะเพิ่มโอกาสการส่งออกของไทยไปยังตลาดที่มี
กำลังซื้อสูงถึงประมาณ ๓๐ ล้านคน นอกจากนี้ จะเป็นประตูการค้าเพื่อกระจายสินค้าของไทยไปยังภูมิภาคต่างๆ
รวมถึงโลกมุสลิมกว่า ๕๐ ประเทศ จึงเป็นโอกาสของสินค้าฮาลาลของไทย และ **FTA ไทย-ชิลี** ซึ่งมีผลบังคับใช้
แล้ว (๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๘) ซึ่งเป็นความตกลงที่ภาคเอกชนของทั้งสองประเทศให้ความสนใจอย่างมาก

เนื่องจากเป็นความตกลงที่ครอบคลุมทั้งการค้าสินค้า การค้าบริการ กฎเกณฑ์ทางการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจกว่า ๑๗ สาขา นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ตลาดในภูมิภาคอเมริกาใต้มากขึ้น

๑.๒ การจัดทำเขตการค้าเสรีแบบภูมิภาค (Regional FTA) ได้แก่ **อาเซียน** โดยผู้นำอาเซียนได้ประกาศแผนงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปี ๒๐๒๕ เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจในระยะ ๑๐ ปีข้างหน้าของอาเซียน โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของมาตรการการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ รับมือต่อประเด็นความท้าทายใหม่ๆ ที่อาเซียนอาจต้องเผชิญในอนาคต **อาเซียน-จีน** โดยรัฐมนตรีอาเซียนและจีนลงนามพิธีสารยกระดับความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (พหุศกียาน ๒๕๕๘) เพื่ออำนวยความสะดวกด้านพิธีการศุลกากร การเปิดเสรีบริการ การอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการลงทุน และกฎถิ่นกำเนิดสินค้า **อาเซียน-ญี่ปุ่น** โดยผู้นำทั้งสองฝ่ายยินดีที่อาเซียนและญี่ปุ่นจัดทำข้อบทยการค้าบริการเสร็จแล้ว และให้เร่งหาข้อสรุปข้อบทยด้านการลงทุนระหว่างอาเซียนและญี่ปุ่นต่อไป และ**อาเซียน-เกาหลีใต้** โดยรัฐมนตรีอาเซียนและเกาหลีใต้เห็นควรกระตุ้นการใช้ประโยชน์จากความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลีใต้ให้มากขึ้น และเห็นพ้องให้มีการเจรจาเปิดเสรีสินค้าอ่อนไหวเพิ่มเติม รวมทั้ง**ความตกลงพันธมิตรทางการค้าระดับภูมิภาค (RCEP)** โดยจะพยายามเจรจาให้แล้วเสร็จภายในปี ๒๕๕๙ ซึ่งความตกลง RCEP จะส่งเสริมซึ่งกันและกันกับความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (TPP) และจะช่วยเสริมสร้างการเจริญเติบโตโดยรวมของภูมิภาคอันจะนำไปสู่การจัดทำเขตการค้าเสรีเอเชีย-แปซิฟิก ในอนาคต

๑.๓ ความร่วมมือภายใต้กรอบเอเปค โดยที่ประชุมรัฐมนตรีเอเปค ครั้งที่ ๒๗ (เดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘) ได้เห็นชอบแผนปฏิบัติการเพื่อนำวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลางเข้ามามีส่วนร่วมในการเข้าถึงข้อมูลการค้า แหล่งเงินทุน และเทคโนโลยี/การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะนำไปสู่การขยายโอกาสทางการค้าของ SMEs รวมทั้งเกษตรกรไทยและจะเป็นโอกาสอันดีในการผลักดันสาขาบริการที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออก

๑.๔ การประชุมคณะกรรมการร่วมทางการค้า (Joint Trade Committee : JTC) : ได้สร้างความร่วมมือและปลดล็อกทางการค้ากับ ๔ ประเทศ ได้แก่ **สิงคโปร์** : โดยสิงคโปร์พิจารณาปรับสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยให้เข้าตลาดสิงคโปร์ได้สะดวกและมากขึ้น นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังสนใจในโครงการสำคัญของไทย ได้แก่ นโยบายส่งเสริมการลงทุนในรูปแบบคลัสเตอร์อุตสาหกรรม การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และการลงทุนในพลังงานจากขยะ เป็นต้น **กัมพูชา** โดยทั้งสองฝ่ายจะผลักดันการเชื่อมโยงด้านคมนาคม การอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุน การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษร่วม และการท่องเที่ยว **จีน** โดยจีนมีความต้องการจะเข้ามาลงทุนใน ๑๐ อุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายรัฐบาล และได้เจรจาความร่วมมืออื่นๆ เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนระหว่างกัน **ฝรั่งเศส** โดยทั้งสองฝ่ายได้ผลักดันให้เกิดความร่วมมืออย่างใกล้ชิดในประเด็นสำคัญ อาทิ ทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาศักยภาพ SMEs และการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาทางพาราและสินค้าทางพารา เป็นต้น

๑.๕ การสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อใช้ประโยชน์จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและความตกลงการค้าเสรีต่างๆ ให้มากที่สุด และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยได้จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายภาครัฐและเอกชน รวม ๔๑ ครั้ง มีผู้เข้าร่วมกว่า ๘,๐๘๐ ราย นอกจากนี้ยังมีศูนย์บริการข้อมูลประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AIC) ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกกว่า ๔๔,๑๔๐ ราย

๒. การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกเชิงรุก โดยการดำเนินการส่งเสริมและผลักดันการขยายการค้าระหว่างประเทศ มุ่งเน้นเจาะเมืองใหม่ กลุ่มตลาดสำคัญ และขยายช่องทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ด้วยกลยุทธ์การนำเสนอสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

๒.๑ ตลาดอาเซียนภายใต้กลยุทธ์ Deepening ASEAN ในกลุ่มประเทศ CLMV และตลาดอาเซียน โดยส่งเสริมผู้ประกอบการไทยไปดำเนินธุรกิจการค้าสินค้า บริการ และการลงทุนด้านการผลิตในตลาด

เป้าหมาย อีกทั้ง ยังให้ความสำคัญการยกระดับตลาดในเมืองหลักด้วยการจัดงานแสดงสินค้า “สุดยอดแบรนด์ไทย” (TOP THAI BRANDS) จำนวน ๔ ครั้ง ขยายการบุกเจาะตลาดเมืองรอง (City Focus) ด้วยการจัดกิจกรรมแสดงสินค้าไทย Mini Thailand Week จำนวน ๗ ครั้ง เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จำนวน ๓ ครั้ง รวมทั้งการจัดคณะผู้แทนการค้าเยือนเมียนมา และต้อนรับผู้แทนการค้าสิงคโปร์ มีผู้ประกอบการได้รับการขยายตลาดจำนวน ๙๔๘ ราย มูลค่าสั่งซื้อรวม ๒,๖๙๐ ล้านบาท

๒.๒ ตลาดกลุ่มประเทศ Broadening ASEAN ได้แก่ จีน อินเดีย เกาหลีใต้ อิหร่าน รัสเซียและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช หรือ CIS (อาร์เมเนีย อาเซอร์ไบจาน เบลารุส คาซัคสถาน คีร์กีซสถาน มอลโดวา รัสเซีย ทาจิกิสถาน ยูเครน และ อุซเบกิสถาน) โดยมุ่งเน้นการทำการตลาดผ่านช่องทางทางการจำหน่ายที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ (e-Commerce Shop Channel) เจาะขยายตลาดในเมืองศักยภาพ (City Focus) เจาะกลุ่มผู้บริโภคกำลังซื้อสูง (Super Rich) และวัฒนธรรมการบริโภคยุคสังคมเมือง (Urbanization) และเร่งใช้โอกาสจากนโยบายประเทศคู่ค้าเพื่อขยายธุรกิจ (FTA/Make in India) และการสนับสนุนการขยายธุรกิจด้านการเงิน โดยจัดงานแสดงสินค้า Thailand Week ณ หัวเมืองหลัก จำนวน ๒ ครั้ง เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จำนวน ๑๒ ครั้ง รวมทั้งจัดคณะผู้แทนการค้า จำนวน ๑๐ ครั้ง และต้อนรับผู้แทนการค้า จำนวน ๕ ครั้ง มีผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมการตลาดจำนวน ๙๐๕ ราย มูลค่าสั่งซื้อรวมประมาณ ๒๒,๒๐๐ ล้านบาท

๒.๓ ตลาดผู้บริโภคที่มีความพร้อม (Mature Market) ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ โดยมุ่งเน้นการเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Niche Market) การผลักดันการตลาดผ่านช่องทางแนวใหม่ ๆ อาทิ การค้าอิเล็กทรอนิกส์ และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเฉพาะระหว่างผู้ประกอบการไทยกับกลุ่มธุรกิจในประเทศพัฒนาแล้วเพื่อเชื่อมโยงประเทศไทยสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจชั้นนำของโลก โดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จำนวน ๑๕ ครั้ง รวมทั้งจัดคณะผู้แทนการค้า จำนวน ๑๒ ครั้ง และต้อนรับคณะผู้แทนการค้า จำนวน ๒ ครั้ง มีผู้ประกอบการได้รับการขยายตลาดจำนวน ๕๘๗ ราย มูลค่าสั่งซื้อกว่า ๑๒,๔๗๐ ล้านบาท

๒.๔ ตลาดที่กำลังจะเกิดใหม่ (Emerging Market) ได้แก่ ตลาดแอฟริกา ตะวันออกกลาง และลาตินอเมริกา โดยเน้นการเจาะขยายตลาดในเมืองศักยภาพใหม่ๆ การผลักดันสินค้า/บริการพื้นฐานที่สอดคล้องกับระดับการพัฒนาประเทศ เช่น อุปกรณ์/เครื่องจักรกลด้านการเกษตร เกสซ์ภัณฑ์ เวชภัณฑ์ วัสดุก่อสร้าง ธุรกิจบริการก่อสร้าง และการสร้างพันธมิตรธุรกิจเป็นแหล่งวัตถุดิบที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกของไทย เช่น อัญมณี และการประมง เป็นต้น โดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จำนวน ๓ ครั้ง รวมทั้งจัดคณะผู้แทนการค้า และต้อนรับคณะผู้แทนการค้า จำนวน ๕ ครั้ง มีผู้ประกอบการได้รับการขยายตลาดจำนวน ๓๔๑ ราย มูลค่าสั่งซื้อทั้งสิ้นกว่า ๘,๖๔๕ ล้านบาท

๒.๕ การส่งเสริมธุรกิจภาคบริการและโลจิสติกส์ โดยนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน ๗ ครั้ง มีผู้ประกอบการได้รับการขยายตลาดรวม ๑๑๐ ราย มีมูลค่าสั่งซื้อรวมกว่า ๘๐๐ ล้านบาท และนำคณะผู้แทนการค้าเยือนต่างประเทศ รวม ๒ ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๑ ราย มูลค่าสั่งซื้อรวมกว่า ๑,๔๐๐ ล้านบาท รวมทั้งพัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) และการสร้างตรา (Brand) ให้แก่สินค้าและบริการของไทย มีผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมรวม ๑,๑๘๒ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อประมาณ ๓๐ ล้านบาท มีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การมอบตราสัญลักษณ์คุณภาพ (TTM) ให้แก่ผู้ผลิต ผู้ส่งออก สินค้าและบริการของไทยที่มีคุณภาพ มาตรฐานสากล เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้าและบริการไทย มีผู้ประกอบการได้รับตราสัญลักษณ์รวม ๖๖๔ ราย การมอบรางวัลสินค้าที่มีการออกแบบดี (Demark) มีผู้ได้รับรางวัลการออกแบบดี รวม ๖๙ รายการ ๕๖ บริษัท ทั้งนี้ ได้นำผู้ที่ได้รับรางวัลเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

๓. การปฏิรูปโครงสร้างการส่งออกเพื่อวางรากฐานเศรษฐกิจในระยะยาว

๓.๑ การขยายฐานผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการทำการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ให้มีบทบาทเพิ่มขึ้นในการขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศ โดยมีผู้เชี่ยวชาญต่างชาติที่มีความชำนาญในตลาดและสินค้านั้นๆ ให้ความรู้การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ ปรับมาตรฐานและคุณภาพให้อยู่ในระดับสากล ไปจนถึงการนำสินค้าทดลองไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ และการหาคู่ค้าทางธุรกิจ อาทิ การพัฒนา ๖๐⁺ การพัฒนาสินค้าเฟอร์นิเจอร์ การพัฒนาสินค้าโรงแรม การพัฒนาสินค้า OTOP และการพัฒนาสินค้าฮาลาล เป็นต้น และการให้ความรู้/สัมมนาเชิงปฏิบัติการผ่านระบบ e-Learning จำนวน ๘๔ โครงการ มีผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาจำนวน ๗,๕๕๙ ราย อีกทั้งให้บริการข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน “DITP Connect” นับตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๕๘-พฤษภาคม ๒๕๕๙ มีผู้โหลดใช้งานแล้วรวม ๑,๔๕๗ ราย

๓.๒ การพัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม นวัตกรรม และการสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ (Value Creation, Innovation & Branding) โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยมีการพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า โดยจัดประกวดการออกแบบและมอบรางวัล DEmark ให้แก่สินค้าไทยที่มีการออกแบบดี พร้อมทั้งให้การสนับสนุนสินค้าที่มีการออกแบบที่ดีเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

๓.๓ การสร้างภาพลักษณ์สินค้า/ธุรกิจบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในต่างประเทศ โดยมอบตราสัญลักษณ์คุณภาพ (TTM) ให้แก่ผู้ผลิตและส่งออกสินค้าและบริการของไทยที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้าและบริการไทย มีผู้ประกอบการได้รับตราสัญลักษณ์ จำนวน ๖๔๔ ราย

๓.๔ การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและรูปแบบการค้าสมัยใหม่อื่นๆ โดยส่งเสริมการค้าออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์ Thaitrade.com เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้า ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน ๖,๒๐๙ ราย มีการจับคู่เจรจาธุรกิจ จำนวน ๖๕๖ คู่ คาดว่ามีมูลค่าซื้อขายผ่านกิจกรรมเจรจาธุรกิจกว่า ๗๓๐ ล้านบาท จาก ๙๑ ประเทศ มีความต้องการซื้อผ่านระบบ จำนวน ๔,๔๑๖ รายการ และคาดว่ามีมูลค่าการซื้อขายผ่านระบบทั้งสิ้นประมาณ ๒๙,๖๓๐ ล้านบาท

๓.๕ การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานองค์กรสู่สากล โดยดำเนินโครงการ “Smart Online SMEs (S.O.S) by Thaitrade.com” และได้รับรางวัลชนะเลิศ WSIS Prize ๒๐๑๖ (World Summit of Information Society) ในสาขา Capacity Building จากหน่วยงานภายใต้องค์การสหประชาชาติ (UN) ในฐานะเป็นโครงการที่ประยุกต์ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่สร้างประโยชน์คุณประโยชน์แก่สังคม ประเทศ และมนุษยชาติด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการทำการค้าออนไลน์ได้ดีที่สุดในโลกปีนี้

๔. การเร่งขยายการส่งออกไปในกลุ่มประเทศ CLMV ได้เร่งผลักดันและส่งเสริมการค้าการลงทุนอย่างเต็มที่เพื่อขับเคลื่อนการค้าชายแดนและผ่านแดนให้ขยายตัวได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้การส่งออกของไทยในช่วง ๔ เดือนแรก ปี ๒๕๕๙ มีมูลค่าประมาณ ๓.๙ แสนล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนขยายตัวกว่าร้อยละ ๔ โดยมีผลการดำเนินงานสำคัญ ดังนี้

๔.๑ การส่งเสริมการพัฒนาตลาดการค้า เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าระหว่างท้องถิ่นและภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งในประเทศและชายแดน โดยจัดงาน Open House เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อประกาศความพร้อมของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการลงทุนในภูมิภาคและเชื่อมโยงสู่ทั่วโลก สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนที่มาลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และจัดสัมมนาให้ความรู้แก่นักลงทุนและประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษทั้งในด้านสิทธิประโยชน์และหลักเกณฑ์การลงทุนรวมกว่า ๑,๔๐๐ คน รวมทั้งได้นำนักลงทุนเยี่ยมชมเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดสระแก้ว รวมกว่า ๗๐ คน

๔.๒ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (Young Entrepreneur Network Development Program : Yen-D Program) เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยและสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยในปี ๒๕๕๘ ได้อบรมให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของประเทศเพื่อนบ้าน (เวียดนาม กัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา) Yen-D Program รวม ๒๔๐ คน ภายหลังจบโครงการมูลค่าการซื้อขายและร่วมลงทุนระหว่างกัน รวมกว่า ๑,๕๐๐ ล้านบาท และในปี ๒๕๕๙ มีการต่อยอดความสำเร็จของโครงการเพื่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยนำผู้เข้ารับการอบรมปีที่ ๑ เดินทางไปเยือนประเทศเพื่อนบ้าน และจัดอบรมเพิ่มเติม Yen-D Program ๒ จำนวน ๔ รุ่น ๆ ละ ๘๐ คน รวม ๓๒๐ คน ระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม ๒๕๕๙ โดยให้มีข้าราชการรุ่นใหม่ทั้งจากฝ่ายไทยและประเทศเพื่อนบ้านเข้าร่วมโครงการฝ่ายละ ๓ คน ซึ่งจนถึงปัจจุบัน (ณ พฤษภาคม ๒๕๕๙) มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ทั้งไทยและประเทศเพื่อนบ้านให้ความสนใจสมัครเข้ารับการอบรมในปีที่ ๒ รวมกว่า ๒,๐๐๐ คน

๔.๓ การส่งเสริมการค้าไทยกับ CLMV ผ่านการสร้างองค์ความรู้ด้านตลาดอาเซียน และส่งเสริมการขยายแบรนด์สินค้าและบริการไทยสู่ตลาดต่างประเทศภายใต้งาน “สุดยอดแบรนด์ไทย” (TOP THAI BRAND) ณ ประเทศกัมพูชา ฟิลิปปินส์ และเมียนมา มีผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดอาเซียน รวมกว่า ๑,๖๕๐ ราย มีมูลค่าซื้อรวมประมาณ ๑,๖๕๕ ล้านบาท และจัดตั้ง “ชมรมนักธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (DITP AEC Club)” เพื่อสร้างเครือข่ายและเป็นพี่เลี้ยงทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ปัจจุบันมีสมาชิกรวม ๑,๐๐๐ คน

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง (Mekong Institute) จัดงาน CLMVT Forum ๒๐๑๖ ภายใต้แนวคิด Towards a Shared Prosperity หรือ ประสาน แบ่งปัน มั่งคั่ง ยั่งยืน ระหว่างวันที่ ๑๖-๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๙ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว และพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้นำระดับสูงของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ รวมทั้งเหล่า Startups ของกลุ่มประเทศ CLMVT พร้อมยกระดับเป็นเวทีความร่วมมือเพื่อก้าวสู่ตลาดโลก

❖ การพัฒนาศักยภาพข้อมูลเศรษฐกิจเชิงลึก

- การพัฒนาการจัดทำดัชนีเศรษฐกิจ เพื่อใช้เป็นตัวชี้วัดเศรษฐกิจและเป็นประโยชน์ในการวางแผน โดยจัดทำดัชนีบริการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศไทยกับอาเซียน เพื่อศึกษาวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำโครงสร้างน้ำหนักดัชนีค่าบริการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศไทยกับอาเซียน ให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ขนส่งสินค้า จัดทำดัชนีค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อพัฒนาจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจใหม่ๆ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สืบค้นแหล่งรายการลักษณะจำเพาะและราคาวัสดุก่อสร้าง เพื่อพัฒนาจัดทำและเผยแพร่ราคาวัสดุก่อสร้างให้สอดคล้องกับการก่อสร้างในปัจจุบัน รวมทั้ง จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการการปรับปรุงแหล่งจัดเก็บข้อมูลและการจัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้า เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานจัดเก็บข้อมูลได้อย่างถูกต้องตามแผนงานและสะท้อนภาวะเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพแก่บุคลากรทั้งส่วนกลางและภูมิภาคกว่า ๔๐๐ ราย

❖ การส่งเสริมอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Regulator to Trade Facilitator)

๑. การปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคทางการค้า เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่สามารถเอื้อประโยชน์ในการแข่งขันทางการค้า มีกฎหมายที่ได้รับการปรับปรุง ได้แก่ กฎหมายที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษามีผลบังคับใช้แล้ว จำนวน ๑๐ ฉบับ อาทิ พระราชบัญญัติมาตราซึ่งดวงวัด พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (การคุ้มครองข้อมูลการบริหารสิทธิ) พระราชบัญญัติยกเลิกกฎหมายบางฉบับที่หมดความจำเป็นหรือซ้ำซ้อน ฯลฯ กฎหมายที่อยู่ระหว่างการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา จำนวน ๓ ฉบับ ได้แก่ ร่างพระราชบัญญัติแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ร่างพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด และร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า

ในปี ๒๕๕๙ กระทรวงพาณิชย์ได้ผลักดันกฎหมายสำคัญ ได้แก่ กฎหมายตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศในส่วนที่เกี่ยวกับมาตรการตอบโต้การหลบเลี่ยงมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดหรือการอุดหนุน (Anti-circumvention) เพื่อเยียวยาความเสียหายให้แก่อุตสาหกรรมผู้ผลิตสินค้าโลหะเหล็กชนิดต่างๆ ภายในประเทศ รวมทั้งแก้ไขเพื่อให้การใช้มาตรการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งคาดว่าจะสามารถเสนอคณะรัฐมนตรีได้ภายในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙ การปรับปรุงประเภทธุรกิจบริการที่ไม่ต้องขออนุญาตในการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว จำนวน ๔ ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ธุรกิจสำนักงานผู้แทนธนาคาร ธุรกิจประกันชีวิต และธุรกิจประกันวินาศภัย เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีกฎหมายเฉพาะของหน่วยงานกำกับดูแลอยู่แล้ว อีกทั้งเป็นไปตามนโยบายรัฐบาลในการอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุนประกอบธุรกิจในประเทศไทย กฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งนิติบุคคลคนเดียว เพื่อสนับสนุน SMEs ให้เข้าสู่ระบบมากขึ้น และกฎหมายว่าด้วยการค้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง เพื่อพัฒนาระบบบริหารการค้าสินค้าที่ใช้ได้สองทางของไทยให้เป็นสากล ซึ่งคาดว่าจะสามารถเสนอคณะรัฐมนตรีได้ภายในเดือนกรกฎาคม ๒๕๕๙

๒. การส่งเสริมอำนวยความสะดวกประชาชนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) โดยให้บริการรับงบการเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) ทดแทนการรับงบการเงินในรูปแบบเอกสาร ซึ่งได้จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ปี ๒๕๕๘ รวม ๘,๔๒๗ ราย และปี ๒๕๕๙ รวม ๖,๕๐๙ ราย มีผู้รับบริการรวม ๔๓๗,๒๔๙ ราย ออกหนังสือรับรองทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Certificate) โดยใช้เทคโนโลยีการลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Signature) มีผู้มาใช้บริการกว่า ๕,๐๐๐ ราย และจัดตั้งศูนย์บริการประชาชน (MOC Service Center) โดยให้บริการ ให้คำปรึกษา รับเรื่องร้องเรียน และรับคำขอจดทะเบียน จดแจ้ง ขออนุญาตของหน่วยงานต่างๆ ภายในกระทรวงผ่านจุดบริการ ณ จุดเดียว (Single Point) ณ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้ง จัดทำ Applications บนสมาร์ตโฟน เพื่อให้บริการข้อมูลด้านต่างๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีแผนเปิดให้บริการจดทะเบียนนิติบุคคล (e-Registration) ในปี ๒๕๖๐ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐแบบ Paperless อย่างสมบูรณ์ ภายใต้การผลักดันเป้าหมายของรัฐบาลเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ง่ายต่อการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business)

❖ การพัฒนาขีดสมรรถนะองค์กรและการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

๑. การเพิ่มศักยภาพขององค์กรและการพัฒนาบุคลากร เพื่อรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ผ่านโครงการต่างๆ ทั้งฝึกอบรม/สัมมนา และเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ข้าราชการที่จะไปปฏิบัติราชการ ณ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ และข้าราชการในส่วนภูมิภาค โดยจัดทำหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากร

เพื่อให้ก้าวทันโลกยุคใหม่ โดยที่ผ่านมามีบุคลากรของกระทรวงพาณิชย์ทั้งส่วนกลางและภูมิภาคได้รับความรู้รวมทั้งสิ้น ๑,๖๖๐ คน

๒. การปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานแบบบูรณาการในส่วนภูมิภาค ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เข้มแข็ง โดยได้ปรับรวมหน่วยงานทุกสังกัดเข้าด้วยกันภายใต้แนวคิด One Roof ทั้ง ๗๖ จังหวัด และพัฒนาบุคลากรอย่างเข้มข้นเพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการด้านเศรษฐกิจ ทั้งในและต่างประเทศในอนาคต

๓. การป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชัน ได้มีการรณรงค์และเสริมสร้างจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคทั่วประเทศผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆ อาทิ โครงการสัมมนาการรณรงค์และเสริมสร้างจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริต โครงการเสวนาและแสดงพลังต่อต้านการทุจริตของกระทรวงพาณิชย์ (MOC Zero Corruption Day ๒๐๑๕) และโครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่าย Zero Corruption มีบุคลากรของกระทรวงพาณิชย์เข้าร่วมกิจกรรมรวมกว่า ๒,๖๒๐ ราย ส่งผลทำให้ข้าราชการทุกระดับเกิดการตื่นตัว ตระหนักรู้และร่วมมือในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่างเป็นรูปธรรม

กระทรวงพาณิชย์
๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๙