

สรุปผลงานสำคัญของกระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์ได้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีผลงานสำคัญ ดังนี้

๑. การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

๑.๑ แก้ไขราคาสินค้าเกษตรสำคัญ โดยติดตามดูแลสถานการณ์การผลิตและภาวะราคาสินค้าเกษตรหลักที่สำคัญอย่างใกล้ชิด ผ่านการดำเนินมาตรการต่างๆ อาทิ

- **ไข่ไก่** : เชื่อมโยงการจำหน่ายไข่ไก่ผ่านร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ และสถานีบริการน้ำมัน จำนวน ๑๕ ล้านฟอง เพื่อลดค่าครองชีพประชาชนและช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ และผลักดันการส่งออก จำนวน ๓๐ ล้านฟอง ส่งผลให้ราคาปรับตัวเพิ่มจาก ๒.๓๐ บาท (ต.ค.๖๑) เป็น ๒.๖๐ บาท

- **ผลไม้** : จัดทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) การรับซื้อผลไม้ในฤดูการผลิตปี ๒๕๖๑ กับห้างค้าปลีกชั้นนำ ผู้ส่งออกผลไม้ มีเป้าหมายรับซื้อผลไม้ รวม ๓๓๓,๐๐๐ ตัน มูลค่ารวมกว่า ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท และในปี ๒๕๖๒ มีแผนระยะสั้น/ยาว รองรับผลไม้ช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก (เม.ย.- มิ.ย.๖๒) อาทิ จัดงานบูฟเฟต์ผลไม้ (กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวม ๕ ครั้ง) ผลักดันการส่งออกไปประเทศเพื่อนบ้าน รมรณรงค์บริโภคกับนักท่องเที่ยว จัดงานผลไม้เมืองร้อนโลก (เดือน พ.ค.๖๒) และจัดตั้งตลาดกลางผลไม้ (จ.จันทบุรี) เป็นต้น

- **มะพร้าว** : กำหนดเป็นสินค้าควบคุมและควบคุมการขนย้ายนำเข้าจากต่างประเทศ จัดส่งเจ้าหน้าที่ตรวจสอบเพื่อป้องกันการลักลอบนำเข้า และดำเนินมาตรการรับซื้อเนื้อมะพร้าวแห้ง และสนับสนุนการแปรรูปเป็นเนื้อมะพร้าวแห้งจำหน่ายให้แก่โรงงานแปรรูป/โรงงานน้ำมันมะพร้าว ในราคาเป้าหมาย ๑๕ บาท/กก. เป้าหมาย ๕,๐๐๐ ตัน แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ขายผลผลิตเป็นลูก การรับซื้อเนื้อมะพร้าวแห้งจึงไม่ครบตามเป้าหมาย แต่ด้านราคามะพร้าวผล ได้ปรับตัวสูงขึ้น จาก ๕.๕๙ บาทต่อผล (ม.ค. ๖๒) เป็น ๖.๙๙ บาทต่อผล

- **ข้าว** :
 - ออกมาตรการชดเชยดอกเบี้ยเพื่อชะลอการขาย ปริมาณรวม ๒.๔๒ ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๓๘,๐๐๐ ล้านบาท
 - ลดต้นทุนในการผลิต โดยขอความร่วมมือจากภาคเอกชนในการปรับลดราคาจำหน่ายปุ๋ย กระสอบละ ๓๐-๕๐ บาท
 - เชื่อมโยงการซื้อขายผลผลิตเกษตรกรสู่ตลาดกลางในการส่งเสริมของกระทรวง รวม ๕๖ แห่ง ใน ๓๒ จังหวัด
 - เพิ่มช่องทางจำหน่ายโดยจัดตลาดนัดข้าวเปลือก จำนวน ๓๔ ครั้ง ปริมาณรับซื้อรวมกว่า ๑๖,๔๖๐ ตัน มูลค่า ๑๓๘ ล้านบาท ส่งผลให้เกษตรกรขายข้าวในราคาสูงกว่าราคาตลาด ต้นละ ๑๐๐-๑,๐๐๐ บาท

๑.๒ ส่งเสริมร้านธงฟ้าประชารัฐ โดยมีร้านค้าสมัครเข้าร่วมโครงการแล้วกว่า ๘๕,๐๐๐ ราย ทำให้ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ จำนวน ๑๔.๕ ล้านคน สามารถใช้บัตรฯ ซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภคที่จำเป็นในร้านธงฟ้าประชารัฐ รวมทั้งใช้เป็นแหล่งระบายสินค้าชุมชน โดยเพิ่มสัดส่วนสินค้าชุมชนในร้านค้า ให้มากขึ้น ผลการใช้จ่ายเงินผ่านบัตรสวัสดิการฯ ผ่านเครื่อง EDC และแอปพลิเคชัน “ถุงเงินประชารัฐ” รวม ๕๖,๗๐๐ ล้านบาท

๑.๓ ผลักดันตลาดท้องถิ่นเชื่อมโยงการท่องเที่ยว โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงสินค้า/บริการเด่นของชุมชนกับการท่องเที่ยว ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนขยายตัวกว่า ๒,๐๐๐ ล้านบาท อาทิ

- ตลาดประชารัฐต้องชม ๒๓๐ แห่ง มีรายได้เพิ่มขึ้นมากกว่า ๑,๒๐๐ ล้านบาท
- ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตร (Farm outlet) จำนวน ๖๖ แห่ง ๓๙ จังหวัด มีมูลค่าจำหน่ายประมาณ ๖๐๐ ล้านบาท
- ตลาดริมทาง ๕ แห่ง (นครราชสีมา ชุมพร กำแพงเพชร ปราจีนบุรี และหนองบัวลำภู)
- ร่วมมือกับบริษัท ปตท.น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด ธนาคาร SMEs และสมาคมการค้าผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันเชลล์ไทย จัดมุมจำหน่ายสินค้าชุมชนภายในร้านขายของฝากของผู้แทนจำหน่าย

สถานีบริการน้ำมัน PTT Station ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้ชื่อ “ไทยเด็ด” มีสถานีบริการน้ำมัน PTT Station เข้าร่วมโครงการแล้ว ๗๑ แห่ง ทั่วประเทศ

▪ จัดทำ MOU เชื่อมโยงการค้ากับการท่องเที่ยว โดยร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลักดันตลาดต้องชมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในท้องถิ่น โดยเฉพาะจังหวัดเมืองรอง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากแบบครบวงจร โดยเน้นส่งเสริมตลาดร่วมกันในการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาศักยภาพผู้ค้าในท้องถิ่น

๑.๔ สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าชุมชน/สินค้า GI โดยส่งเสริมการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ปัจจุบันมีสินค้า GI ที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว ๑๐๓ รายการ จาก ๖๗ จังหวัด โดยสินค้า GI ทั้งหมดของไทยสามารถสร้างมูลค่าการตลาดได้สูงกว่า ๔,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี

๑.๕ ส่งเสริมการสร้างอาชีพด้วยธุรกิจแฟรนไชส์ โดยจัดงาน “แฟรนไชส์สร้างอาชีพ” ในจังหวัดต่างๆ รวม ๒๐ ครั้ง มีเจ้าของแฟรนไชส์เข้าร่วมแสดงธุรกิจแฟรนไชส์จังหวัดละ ๕๐ ธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ผู้มีรายได้น้อย และผู้ว่างงาน รวมกว่า ๕๐,๐๐๐ ราย คาดว่าจะมีผู้ซื้อแฟรนไชส์ ๑,๐๐๐ ราย เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจประมาณ ๓๔ ล้านบาท

๑.๖ สร้างเครือข่ายธุรกิจระดับจังหวัดทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อ MOC Biz Club ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มนักธุรกิจสาขาต่างๆ ของแต่ละจังหวัดเพื่อสร้างเครือข่ายการค้าการลงทุนให้เข้มแข็งในระดับพื้นที่ ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า ๑๒ ๐๐๐ ราย เกิดการเชื่อมโยงและขยายการค้าระหว่างกัน สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเบื้องต้นได้กว่า ๑๘๐ ล้านบาท

๒. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

ส่งเสริมการให้ความรู้ และทักษะในการทำธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ อาทิ การบริหารจัดการธุรกิจ การจัดทำบัญชี การทำธุรกิจออนไลน์ การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรม และการทำธุรกิจเพื่อการส่งออก รวมกว่า ๑๕๐,๐๐๐ ราย รวมทั้งส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านกว่า ๑,๑๐๐ คน มีผลให้เกิดมูลค่าการค้าและการลงทุนระหว่างกันแล้วกว่า ๔,๑๐๐ ล้านบาท

๓. การส่งเสริมการค้า e-Commerce

๓.๑ ส่งเสริมการค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางของกระทรวงฯ “Thaitrade.com” ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกมากกว่า ๒๐๐,๐๐๐ ราย (ผู้ขาย ๓๐,๐๐๐ ร้านค้า ผู้ซื้อจากทั่วโลก ๑๗๐,๐๐๐ ราย) มีสินค้าบนเว็บไซต์ ๒๖๐,๐๐๐ รายการ และมีผู้เข้าเยี่ยมชมกว่า ๗ ล้านราย มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์กว่า ๕.๕ พันล้านบาท (เฉพาะมีหลักฐานการซื้อขาย) สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ชิ้นส่วนยานยนต์ สินค้าเกษตร เครื่องสำอาง และสินค้าเพื่อความงาม สินค้าแฟชั่น ประเทศที่เป็นสมาชิกผู้ซื้อมากที่สุด คือ อินเดีย จีน เวียดนาม อเมริกา และมาเลเซีย

๓.๒ ร่วมกับพันธมิตรแพลตฟอร์มชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ

๑) ส่งเสริมร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการสินค้าชุมชน จำหน่ายบนแพลตฟอร์ม Shopee ภายใต้ชื่อ “ของดีออนไลน์ by DBD” ปัจจุบันมีสินค้าชุมชนที่พร้อมจำหน่าย ๕ หมวดสินค้า มากกว่า ๔๖๐ รายการ คาดว่า จะมีสินค้าชุมชนจากทั่วประเทศจำหน่ายบนแพลตฟอร์มไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ รายการ

๒) จัดทำร้านค้า Thai Flagship Store บนเว็บไซต์ชั้นนำ Tmall.com ของ Alibaba ปัจจุบันมีสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวขายบน Thai Rice Flagship Store แล้ว รวม ๑๖๐ รายการสินค้า (SKUs) จาก ๑๒ แบรนด์ ยอดขายกว่า ๑๐๐ ล้านบาท และจะเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น เช่น สินค้าเกษตร นวัตกรรม อาทิ นวัตกรรมข้าว เครื่องสำอางจากข้าว ฯลฯ

๔. การผลักดันการค้าระหว่างประเทศ

๔.๑ ส่งเสริมการส่งออก โดยใช้กลยุทธ์รักษาสถานะเดิมเพิ่มตลาดใหม่ ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ๒๕๕๙ ซึ่งในปี ๒๕๖๑ มูลค่าการส่งออกขยายตัวร้อยละ ๖.๗ โดยมีกิจกรรม อาทิ จัดคณะผู้แทนการค้าเจาะตลาดเชิงลึก สร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม และส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ ส่งผลให้เกิดมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นกว่า ๑๑๕,๐๐๐ ล้านบาท

๔.๒ สนับสนุนการเข้าร่วมเจรจาการค้าระหว่างประเทศเพื่อขยายความร่วมมือทางการค้า การลงทุนและแก้ไขปัญหาอุปสรรคทั้งระดับพหุภาคีและทวิภาคี อาทิ การประชุมความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ซึ่งไทยในฐานะประธานอาเซียนได้ผลักดันการเจรจา RCEP ในทุกระดับเพื่อเร่งหารือข้อสรุปในประเด็นติดขัด การประชุมสุดยอดอาเซียน การประชุมรัฐมนตรีเอเปค การประชุมระดับรัฐมนตรีองค์การการค้าโลกอย่างไม่เป็นทางการ รวมทั้งได้หารือทวิภาคีกับประเทศคู่ค้า ได้แก่ จีน รัสเซีย นิวซีแลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ อินเดีย อังกฤษ และสวีเดน นอกจากนี้ ได้เตรียมการรับสถานการณ์ Brexit โดยไทยได้ยื่นขอรักษาสีทธิในการเจรจาการค้าต่อสหภาพยุโรป และสหราชอาณาจักร เช่น กรณีมีการแบ่งปริมาณโควตาสินค้าระหว่างกัน เช่น ข้าว มันสำปะหลัง สินค้าสัตว์ปีก ฯลฯ รวมถึงเตรียมการรองรับผลกระทบ เช่น การเคลื่อนย้ายภาคการเงิน ภาคธุรกิจบริการไปนอกสหภาพยุโรป

๕. อำนาจความสะดวกการให้บริการประชาชน

พัฒนาการให้บริการและอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การรับงบการเงิน (e-Filing) การจดทะเบียนนิติบุคคล (e-Registration) การออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (e-Form D) และการยื่นขอจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (e-Filing) ส่งผลให้ประชาชน/ผู้ประกอบการได้รับความสะดวก ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่าย และยังส่งผลให้ไทยได้รับการจัดอันดับความง่ายในการประกอบธุรกิจ (EoDB) ด้านการเริ่มต้นธุรกิจดีขึ้นอยู่ในลำดับที่ ๓๖ ในปี ๒๕๖๑ (จากลำดับที่ ๗๕ ในปี ๒๕๕๘)

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

๓๐ เม.ย.๖๒