

ผลการดำเนินงานของรัฐบาล ครบรอบ ๔ ปี

กระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าให้เจริญเติบโต และสร้างความสามารถในการแข่งขันให้เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม ครอบคลุมทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในระดับท้องถิ่นและชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันและเติบโตได้อย่างมั่นคง ควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ทั้งการส่งออก และการค้าชายแดน ตลอดจนพัฒนาการให้บริการด้วยระบบดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนและผู้ประกอบการ โดยมีผลงานเด่นแยกตามประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ ดังนี้

➤ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ด้านความมั่นคง

- ปัญหาในอดีต : ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งผลต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขของประชาชน
- ผลสำเร็จในปัจจุบัน : พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีความรู้ ความสามารถ อาทิ ทักษะการทำตลาดในประเทศ และส่งเสริมให้เกิดโอกาสทางการค้าโดยจัดหาพื้นที่แสดงและจำหน่ายสินค้า ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๖๑ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงานกว่า ๕,๒๐๐ ราย ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต และสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มเป้าหมายรวม ๑๗๐ ล้านบาท

➤ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

- ปัญหาในอดีต : สินค้าเกษตรมูลค่าตกต่ำ ไม่มีตลาดรองรับ เศรษฐกิจฐานรากไม่แข็งแรง โครงสร้างเศรษฐกิจไม่สมดุล SMEs เกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนขาดความสามารถในการแข่งขัน ผู้ประกอบการไทยขาดความรู้เรื่อง e-Commerce และปัญหาการส่งออกชะลอตัว

■ ผลสำเร็จในปัจจุบัน :

๑. ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวสูงขึ้น สามารถช่วยเหลือพี่น้องเกษตรกรให้อยู่ดีกินดี ผ่านการบริหารจัดการสินค้าเกษตรสำคัญ โดยดูแลเสถียรภาพราคา สร้างมูลค่าเพิ่ม และแสวงหาตลาดทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิ

- ข้าว : สามารถระบายข้าวในสต็อกของรัฐตามมติของคณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว (นบข.) ได้หมดจำนวน ๑๖.๙๑ ล้านตัน มูลค่ากว่า ๑๔๖,๐๐๐ ล้านบาท ชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก สามารถตั้งอุปทานส่วนเกินเฉลี่ย ๓ ปีย้อนหลัง (ปี ๒๕๕๘/๕๙-๒๕๖๐/๖๑) ปริมาณ ๓.๙ ล้านตัน มูลค่า ๔๒,๖๐๐ ล้านบาท และจัดตลาดนัดข้าวเปลือก (ปี ๒๕๕๘-๒๕๖๑) รวม ๔๒๐ ครั้ง มีปริมาณการซื้อขายรวม ๒๗๕,๐๐๐ ตัน มูลค่ากว่า ๒,๕๐๐ ล้านบาท เกษตรกรสามารถขายข้าวได้ในราคาที่สูงกว่าตลาด ต้นละ ๑๐๐-๒,๐๐๐ บาท รวมทั้งสร้างโอกาสและขยายช่องทางตลาดต่างประเทศ อาทิ จัดงานจับคู่ธุรกิจสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติ จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้าว กข ๔๓ และข้าวสีในตลาดต่างประเทศ ฯลฯ

- ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ : ราคามีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นเป็น ๙.๗๕ บาท/กก. เมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๘ ที่มีราคา ๘.๘๑ บาท/กก. โดยดำเนินมาตรการเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร เช่น บริหารจัดการนำเข้าวัตถุดิบอื่นเพื่อทดแทนข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และกำกับดูแลข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

สินค้าเกษตร (ข้อมูล ณ ธ.ค.๖๑)	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑
ข้าวเปลือกหอมมะลิ (บาท/ตัน)	๑๓,๑๒๐	๑๑,๐๔๖	๑๑,๒๖๖	๑๖,๓๑๓
ข้าวเปลือกเจ้า ๕ % (บาท/ตัน)	๗,๙๑๖	๘,๒๒๘	๗,๗๑๑	๗,๘๒๘
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (บาท/กก.)	๘.๘๑	๘.๕๔	๗.๑๖	๙.๗๕

- ผลไม้ : ลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) การรับซื้อผลไม้ฤดูการผลิตปี ๒๕๖๑ กับห้างโมเดิร์นเทรด ผู้ส่งออก และตลาดกลางสินค้าเกษตร (ตลาดไท) มีเป้าหมายรับซื้อ ๓๓๓,๐๐๐ ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๒๐,๐๐๐ ล้านบาท

จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการไทย กับผู้นำเข้าต่างชาติ ได้แก่ อินเดีย และลาว มียอดการสั่งซื้อรวมกว่า ๑๐,๐๐๐ ตัน/ปี และภายใน ๕ ปี คาดว่าจะมีการสั่งซื้อกว่า ๓๖,๐๐๐ ตัน/ปี

- **สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร และส่งเสริมเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น** ผ่านโครงการต่างๆ เช่น ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ โดยจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ BIOFACH Southeast Asia ๒๐๑๘ และ NATURAL EXPO Southeast Asia ๒๐๑๘ มีผู้เข้าร่วมงานกว่า ๔๖,๐๐๐ คน มูลค่าการจำหน่ายและยอดเจรจาสั่งซื้อกันที่มากกว่า ๓๖.๕ ล้านบาท และขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม ส่งผลให้มีการจดทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพิ่มขึ้น ๕๔ รายการ ใน ๔๐ จังหวัด (ปี ๒๕๕๘-๒๕๖๑) ปัจจุบัน มีการขึ้นทะเบียน GI ของไทยแล้ว ๑๐๓ รายการ จาก ๖๗ จังหวัด และขึ้นทะเบียน GI ไทยในต่างประเทศได้ ๕ รายการ รวมทั้งสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยร่วมมือกับภาคเอกชนจัดให้มีมุมจำหน่ายสินค้า GI ถาวรภายในท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต และเซ็นทรัลฟู้ดฮอลล์ รวม ๑๐๘ สาขาทั่วประเทศ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้า GI ต่อเนื่องทุกปี สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนกว่า ๓๐๐ ล้านบาท และปัจจุบันสินค้า GI ทั้งหมดของไทยมีมูลค่าการตลาดสูงถึงกว่า ๓,๗๐๐ ล้านบาทต่อปี นอกจากนั้น ได้จัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (API) เพื่อส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการปรับปรุง พัฒนาและต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทยให้เป็นสินค้าใหม่ที่มีมูลค่าสูง โดยในปี ๒๕๖๑ สามารถสร้างมูลค่าการค้าแล้วกว่า ๓๐๐ ล้านบาท

- **ส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรในรูปแบบใหม่** โดยเจาะตลาดจีนแบบส่งตรงถึงมือผู้บริโภค (B๒C) ผ่านเว็บไซต์พีริเมียม Tmall.com มีสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวจำหน่ายได้ ๑๖๑ รายการ จาก ๑๒ แบรนด์ สร้างมูลค่ากว่า ๑๐๐ ล้านบาท และกำลังคัดเลือกสินค้าอีกกว่า ๕๐๐ รายการสินค้า โดยนำร่องจำหน่ายทุเรียนหมอนทองล่วงหน้า มีคำสั่งซื้อล่วงหน้าทันทีกว่า ๗๐,๐๐๐ คำสั่งซื้อ ปริมาณทั้งสิ้น ๓๕๐ ตัน รวมมูลค่า ๗๐ ล้านบาท

๒. พัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมและรายใหม่ให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ โดยอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในด้านต่างๆ อาทิ การบริหารจัดการธุรกิจ การจัดทำบัญชี การทำธุรกิจออนไลน์ และการเตรียมความพร้อมเพื่อส่งออก ซึ่งมีผู้ประกอบการได้รับการอบรมกว่า ๒๓๐,๐๐๐ ราย โดยในปี ๒๕๖๑ สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจมากกว่า ๒,๘๐๐ ล้านบาท นอกจากนั้น ได้พัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้ ตลอดจนดำเนินการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม และมาเลเซีย) อย่างต่อเนื่องแล้ว ๔ รุ่น สามารถสร้างเครือข่ายได้แล้วกว่า ๑,๑๐๐ คน มีผลการเจรจาจับคู่ธุรกิจและเกิดมูลค่าการค้าและการลงทุนระหว่างกันกว่า ๔,๐๐๐ ล้านบาท

๓. เพิ่มช่องทางการค้าออนไลน์เชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยไปสู่เศรษฐกิจโลก โดยส่งเสริมระบบการค้าออนไลน์ (e-Commerce) ผ่านช่องทางเว็บไซต์ Thaitrade.com ปัจจุบัน (ณ ๓๐ ก.ย.๖๑) มีสมาชิกบนเว็บไซต์กว่า ๑๙๕,๐๐๐ ราย (ผู้ซื้อ ๑๗๐,๐๐๐ ราย และสมาชิกผู้ขาย ๒๕,๐๐๐ ราย) มีผู้เข้าเยี่ยมชม (ไม่นับซ้ำ) กว่า ๖.๗ ล้านราย มีการจับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) กว่า ๗,๐๐๐ คู่ มีความต้องการซื้อผ่านระบบ Buying Request รวมมากกว่า ๑๔๑,๐๐๐ ล้านบาท รวมทั้งขยายช่องทางการค้าระหว่างประเทศร่วมกับพันธมิตรด้าน e-Commerce ชั้นนำระดับสากล อาทิ Amazon Tmall และ eBay โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการกว่า ๑,๒๐๐ ราย

๔. ผลักดันการส่งออก และส่งเสริมการค้าชายแดนและผ่านแดนไทย ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น สร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ควบคู่กับการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้า (FTA) กับประเทศคู่ค้าสำคัญ และขยายการค้าการลงทุนชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ และจัดมหกรรมการค้าชายแดน จัดคณะผู้แทนสำรวจตลาดและเจรจาเปิดตลาด อาทิ อาเซียน จีน บาหลีเรน อิหร่าน ฯลฯ จัดทำแผนผลักดันการส่งออก อาทิ โครงการเมืองรอง (City Focus) โครงการ “ฟู้จูน้อง” และการเจาะตลาดใหม่ หรือตลาดเฉพาะ (Niche Market) การประชุมความร่วมมือระหว่างประเทศ (CLMVT Forum) ส่งเสริมการลงทุนไทยในต่างประเทศ (Outward Investment) รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้สินค้าไทยที่ได้มาตรฐาน ผ่านโครงการสัญลักษณ์ “Thai Select” “T Mark” “DEMark” ส่งผลให้มูลค่าการส่งออก และมูลค่าการค้าชายแดนและผ่านแดนไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ปี	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑
มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	๒๑๔,๓๑๐ (-๕.๘%)	๒๑๕,๓๘๘ (๐.๕%)	๒๓๖,๖๓๕ (๙.๙%)	๒๕๒,๔๘๖ (๖.๗%)
มูลค่าการค้าชายแดนและผ่านแดนรวม (ล้านบาท)	๑.๑๘ (๑.๙%)	๑.๒ (๑.๘%)	๑.๓ (๘.๙%)	๑.๒๗ (๕.๘%)

➤ **ยุทธศาสตร์ที่ ๔** ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

- ปัญหาในอดีต : ผู้บริโภคประสบปัญหาค่าครองชีพสูงและขาดทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าดีราคาถูก (อัตราเงินเฟ้อปี ๕๖ อยู่ที่ร้อยละ ๒.๑๘)
- ผลสำเร็จในปัจจุบัน : อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยปี ๒๕๕๘-๒๕๖๑ อยู่ที่ร้อยละ ๑.๙๓ ต่ำกว่ากรอบอัตราเงินเฟ้อตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ที่กำหนดไว้ร้อยละ ๒.๕

ปี	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑
อัตราเงินเฟ้อ (ร้อยละ)	๒.๑๘	๑.๘๙	-๐.๙๐	๐.๑๙	๐.๖๖	๑.๐๗

- การดำเนินงาน : ลดภาระค่าครองชีพและสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคและผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐทั่วประเทศ ผ่านโครงการสำคัญ เช่น

๑. สนับสนุนร้านธงฟ้าประชารัฐ รองรับผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐกว่า ๑๔.๕ ล้านคน โดยมีร้านค้าเข้าร่วมกว่า ๗๘,๐๐๐ ร้านค้า (ติดตั้งเครื่อง EDC แล้ว ๓๓,๐๐๐ เครื่อง และสมัครใช้ Application “ถุงเงินประชารัฐ” ๔๕,๐๐๐ ราย ข้อมูล ณ ๑๘ ม.ค.๖๒) สามารถสร้างรายได้ผู้เข้าร่วมโครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ กว่า ๕๓,๗๐๐ ล้านบาท รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางในการกระจายผลผลิตให้สินค้าชุมชน โอท็อป ส่งผลต่อการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้น

๒. ลดภาระค่าครองชีพประชาชน ผ่านโครงการธงฟ้าราคาประหยัด จำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพรวม ๑๐,๖๗๘ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายกว่า ๖,๓๐๐ ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนกว่า ๒๕ ล้านคน คิดเป็นมูลค่าประมาณ ๒,๕๐๐ ล้านบาท (ส.ค.๕๗-ธ.ค.๖๑) โครงการร้านอาหารหนูณิชย์ จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จราคาประหยัด ปัจจุบันมีร้านอาหารหนูณิชย์ มากกว่า ๑๕,๐๐๐ แห่ง นอกจากนั้น มีการติดตามตรวจสอบราคาและสถานการณ์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้บริโภค มิให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบผู้บริโภค

๓. กำหนดสินค้าควบคุม ๕๒ รายการ ติดตามดูแล ๒๒๗ รายการ โดยมีการติดตามตรวจสอบราคาและสถานการณ์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน ทุกปีๆ ทุกเดือน เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้บริโภค มิให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มรายการสินค้าควบคุม คือ เวชภัณฑ์เกี่ยวกับการรักษาโรค และค่าบริการรักษาพยาบาลและบริการอื่น

➤ **ยุทธศาสตร์ที่ ๖** ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

- ปัญหาในอดีต : ภาครัฐมีบทบาทเป็นผู้กำกับดูแลมากกว่าผู้ส่งเสริมอำนวยความสะดวกทางการค้า กฎหมายกฎระเบียบและสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ
- ผลสำเร็จในปัจจุบัน : ไทยได้รับการจัดอันดับความง่ายในการประกอบธุรกิจ (EoDB) ด้านการเริ่มต้นธุรกิจดีขึ้นอยู่ในลำดับที่ ๓๖ ในปี ๒๕๖๑ (จากลำดับที่ ๗๕ ในปี ๒๕๕๘)
- การดำเนินงาน : ปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้กำกับดูแล (Regulator) เป็นผู้ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกทางการค้า (Facilitator) ที่เน้นพัฒนาการให้บริการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้สามารถลดขั้นตอนและระยะเวลาการจดทะเบียนธุรกิจ เช่น การรับงบการเงิน (e-Filing) การจดทะเบียนนิติบุคคล (e-Registration) และศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (Moc Single Point Service)

