

ผลการดำเนินงานสำคัญของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๗

๑. การพัฒนาขีดความสามารถทางการค้าในส่วนภูมิภาค เพื่อรองรับการค้ายุคใหม่

๑. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างความยั่งยืนความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจ การนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ที่สำคัญ อาทิ

๑) Smart Trader โดยพัฒนาทักษะการบริหารจัดการและการปรับภาพลักษณ์การตลาดเชิงธุรกิจสู่การเป็นนักการค้า/นักการตลาดมืออาชีพ และวิเคราะห์ให้คำปรึกษาธุรกิจ มีผู้ประกอบการได้รับการพัฒนา รวม ๓๐๐ ราย

๒) Product Clusters & Value added โดยพัฒนาการเพิ่มมูลค่า และยกระดับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP Plus GI มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๔๐ ราย มูลค่าจำหน่าย ๗.๘๙ ล้านบาท

๓) Marketing Channels โดยการพัฒนาช่องทางตลาด offline และตลาด online อาทิ จัดงานมหกรรมธงฟ้า จังหวัดนนทบุรี และงาน Thai OTOP Shop ณ ประเทศญี่ปุ่น จัดตั้งร้านค้า OTOP Store ณ สนามบินสุวรรณภูมิ มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๗๔๘ ราย มูลค่ารวม ๑๕๒.๒๒ ล้านบาท

๔) Marketing approaches โดยการขยายตลาดเดิม/เพิ่มตลาดใหม่

(๑) การจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาดภายในประเทศ อาทิ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ การอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๓,๘๐๖ ราย ผลการเจรจาการค้า รวม ๑๐๐ คู่ มูลค่าการจำหน่าย รวม ๔๒๒.๙ ล้านบาท

(๒) การจัดกิจกรรมส่งเสริมตลาดในต่างประเทศ รวม ๖ ครั้ง ได้แก่ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า รวม ๓ ครั้ง ณ ประเทศ มาเลเซีย ลาว และจีน นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานในต่างประเทศ รวม ๓ ครั้ง ณ ประเทศกัมพูชา มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๑๔ ราย ผลการจับคู่ธุรกิจรวม ๖๕ คู่ มูลค่าการค้า รวม ๒๖.๕๓ ล้านบาท

๕) PR & Advertising โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะกิจกรรมพิเศษในต่างประเทศ

๒. เสริมสร้างศักยภาพเศรษฐกิจการค้า ๗๖ จังหวัด

๑) พัฒนาระบบศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยอาเซียน จัดทำข้อมูลและธุรกิจไทยในอาเซียน และการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน พัฒนาระบบศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน โดยจัดทำและพัฒนาระบบฐานข้อมูล เว็บไซต์ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๗๖ จังหวัด สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ๙ ประเทศ ในการให้บริการข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าแก่นักธุรกิจและประชาชน เพื่อรองรับการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

๒) พัฒนาสมรรถนะเครือข่ายภาคประชาชน เพื่อเป็นเครือข่ายภาคประชาชนในการดูแลราคาสินค้าและบริการ และส่งเสริมการรักษาสิทธิประโยชน์ผู้บริโภค ครอบคลุม ๗๖ จังหวัด จำนวน ๑๙๕ คน โดยจัดสัมมนาให้ความรู้แก่อาสาพาณิชย์ระดับภูมิภาค รวม ๔ ครั้ง และระดับประเทศรวม ๒ ครั้ง

๓) ส่งเสริมและพัฒนาย่านธุรกิจสร้างสรรค์ โดยจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้านร่วมกับ ททท. เทศกาลท่องเที่ยวเมืองไทยปี ๒๕๕๗ มูลค่าจำหน่ายกว่า ๔.๔ ล้านบาท

๔) ส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการของจังหวัด (One Province One Product : OPOP) โดยเลือกสินค้าจังหวัดละ ๑ สินค้า ทุกจังหวัด ที่มีศักยภาพทางการตลาดมาสนับสนุนและพัฒนาอย่างครบวงจร และขยายตลาดไปสู่ระดับประเทศและต่างประเทศ มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๖๔๙ ราย มูลค่าจำหน่าย ๑๖๙ ล้านบาท ผลการเจรจาจับคู่ธุรกิจ ๗๐ คู่ มูลค่า ๑๐.๘ ล้านบาท

๓. พัฒนาเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน

๑) พัฒนา สนับสนุนให้เกิดการค้าการลงทุนภายในประเทศ เพื่อเตรียมรองรับการเปิด AEC มีการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า เจริญธุรกิจ ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค รวม ๗ ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑,๒๒๙ ราย มูลค่าจำหน่าย ๑๓๔.๒ ล้านบาท ผลการเจรจาจับคู่ธุรกิจรวม ๔๔ คู่ มูลค่า ๔๓.๕ ล้านบาท มีความพึงพอใจของการร่วมกิจกรรม ร้อยละ ๘๘.๒๗

๒) พัฒนาการตลาดภายในประเทศสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการจัดกิจกรรมสำคัญ อาทิ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า การประชุมตลาดอุปสรรคและส่งเสริมการค้า การลงทุน เจริญธุรกิจ เป็นต้น รวม ๒๒ ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑,๙๖๖ ราย มูลค่าจำหน่าย ๑๘.๔ ล้านบาท ผลการเจรจาจับคู่ธุรกิจรวม ๒๗๙ คู่ มูลค่า ๒,๑๔๕.๕ ล้านบาท มีความพึงพอใจของการร่วมกิจกรรม ร้อยละ ๘๔.๐๘

๔. ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

๑) พัฒนาผู้ประกอบการ โดยจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการตลาดและการทำธุรกิจอินทรีย์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ อาทิ ผักฝ้ายอินทรีย์ ชาอินทรีย์ กาแฟอินทรีย์ เป็นต้น จัดสัมมนา Organic Symposium โดยมีกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๔๓๑ ราย (เป้าหมาย ๓๐๐ ราย) รวมทั้งจัดกิจกรรม “Organic Day” จำนวน ๒๕๒ ราย (เป้าหมาย ๒๐๐ ราย)

๒) ส่งเสริมขยายตลาดสินค้าอินทรีย์ในและต่างประเทศ (Market Expansion) โดยจัดงาน “Organic and Natural Expo ๒๐๑๔” มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๒๑๒ ราย ผู้เข้าร่วมงานกว่า ๓ หมื่นคน เงินสะพัดจากยอดขายและยอดเจรจาธุรกิจกว่า ๒๐ ล้านบาท ซึ่งถือว่าเกินกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ขยายตัวร้อยละ ๑๐ หรือยอดขายและเจรจาประมาณ ๑๕ ล้านบาท เปรียบเทียบเฉพาะยอดจำหน่ายสินค้าภายในงานปี ๒๕๕๗ จำนวน ๑๔.๓๙ ล้านบาท (ปี ๒๕๕๖ จำนวน ๑๑.๖๘ ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ ๒๓.๒

๕. พัฒนาเศรษฐกิจการค้าจังหวัดชายแดนใต้

๑) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในระดับพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงกับการค้าระดับประเทศและต่างประเทศตามประเภทสินค้า จำนวน ๖๕๐ คน

๒) ส่งเสริมการค้าชายแดนโอกาสด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการสินค้าเป้าหมาย โดยการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า รวม ๕ ครั้ง ณ จังหวัดยะลา ปัตตานี นราธิวาส นนทบุรี และสมุทรปราการ มูลค่าจำหน่ายกว่า ๒๐.๔ ล้านบาท

๖. เสริมสร้างศักยภาพทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน

๑) ประชุมหารือแนวทางการส่งเสริมการค้าชายแดนและการแก้ไขปัญหาอุปสรรค ในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ จังหวัดเชียงราย หนองคาย อุบลราชธานี ระนอง และสงขลา เป็นต้น

๒) ส่งเสริมการค้าชายแดน โดยจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า “มหกรรมการค้าลุ่มน้ำโขง” เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า และพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในระดับพื้นที่กับประเทศเพื่อนบ้าน รวม ๓ ครั้ง ณ จังหวัดอุบลราชธานี หนองคาย และเชียงราย มูลค่าจำหน่าย ๘๐.๑ ล้านบาท ผลการเจรจาและจับคู่ธุรกิจ รวม ๑๒๙ สัญญา มูลค่ารวมทั้งสิ้น ๑,๕๒๙.๗ ล้านบาท และจัดตลาดนัดค้าชายแดน และส่งเสริมความสัมพันธ์การค้าชายแดน รวม ๑๐ จังหวัด

๓) บริหารจัดการศูนย์ส่งเสริมการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (พม่า ลาว กัมพูชา และ มาเลเซีย) รวม ๓๑ จังหวัด โดยจัดทำข้อมูล สถิติการค้าชายแดน และสถานการณ์การค้าชายแดน รวมทั้งกฎ ระเบียบ ทางการค้าที่เกี่ยวข้อง เผยแพร่ให้ข้อมูลแก่ผู้ประกอบการและประชาชน

๗. พัฒนาจังหวัดที่มีศักยภาพสู่การเป็นนครอาเซียน

๑) บริการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center) ประจำ จังหวัด โดยได้จัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้าของจังหวัดเชียงราย ขอนแก่น และสงขลา เชื่อมโยงฐานข้อมูลกลาง ของกระทรวงพาณิชย์

๒) จัดอบรมให้ความรู้เพื่อสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก AEC ให้แก่ ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป มีผู้เข้ารับการอบรมรวม ๓,๕๕๐ ราย ณ จังหวัดเชียงราย ขอนแก่น และสงขลา

๓) พัฒน่าย่านธุรกิจสร้างสรรค์ โดยมีการบูรณาการการทำงานร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว การค้าให้ประสบความสำเร็จแบบยั่งยืน ณ ย่านธุรกิจสร้างสรรค์ชาดอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย ย่านธุรกิจสร้างสรรค์ผ้าไหมชนบทขอนแก่น และย่านถนนนางงามสงขลา มูลค่าการค้ากว่า ๘๘ ล้านบาท

๒. การพัฒนาบทบาทและเพิ่มประสิทธิภาพในการเป็นผู้นำการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์การพาณิชย์

พัฒนาข้อมูลเศรษฐกิจการค้า ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลด้านสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญทั้งตลาดในและต่างประเทศ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะให้กับผู้บริหาร กว่า ๒๐ เรื่อง อาทิ กลยุทธ์เชิงรุกเคหะสิ่งทอไทยในตลาดโลก อนาคตของไก่เนื้อไทยในอาเซียน เงินบาท : การค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

๓. การสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการพาณิชย์

๓.๑ **จัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้า** ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำ และเผยแพร่ข้อมูลราคาและดัชนีเศรษฐกิจ การค้าที่สำคัญ ที่ภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนสามารถนำไปใช้วิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจที่สำคัญ อีกทั้งใช้เป็น สัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า อาทิ ราคาขายปลีก ราคาวัสดุก่อสร้าง ค่าบริการขนส่ง ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป ดัชนีผู้ผลิต ดัชนีราคาส่งออก ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ฯลฯ ทำการเผยแพร่ทาง www.price.moc.go.th ประจำทุกเดือน โดย อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค (ม.ค.-ก.ย.๕๗) ๒.๑๕ (ค่าเป้าหมาย ๒.๐-๒.๘)

๓.๒ **วิเคราะห์ข้อมูลด้านการค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ** สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญทั้ง ตลาดในประเทศและต่างประเทศ พร้อมข้อเสนอแนะให้แก่ผู้บริหาร รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ จำนวน ๔๓ เรื่อง อาทิ เงินบาท : การค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน CLMV: ตลาดดาวเด่นของไทยใน AEC และกลยุทธ์ เชิงรุกเคหะสิ่งทอไทยในตลาดโลก เป็นต้น

๓.๓ **ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล** กฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการด้านการค้าต่างๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหว ขององค์กรต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการค้าไทย ในสหรัฐอเมริกา จีน กลุ่มสหภาพยุโรป

๓.๔ **ชี้แจงโน้มน้าวต่อภาครัฐและเอกชน** เพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าระหว่างไทยและสหรัฐฯ อาทิ การต่ออายุโครงการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากร (GSP) การใช้มาตรการตอบโต้การอุดหนุนในสินค้ากึ่ง ฯลฯ

๓.๕ **ให้คำปรึกษาและเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทางการค้าระหว่างไทยและสหรัฐฯ** ทางโทรศัพท์ จดหมาย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนเผยแพร่จดหมายข่าว Newsletter เพื่อให้ความรู้และนโยบายการค้าที่ สำคัญของไทย

๓.๖ **แสวงหาช่องทางทางการเปิดตลาดและสนับสนุนการส่งออกสินค้าไทยไปยังสหรัฐฯ** โดยการสร้าง เครือข่ายความสัมพันธ์กับบริษัทผู้ประกอบการการค้าและการลงทุนของสหรัฐฯ ในการหาแนวทางการร่วมมือในการ ส่งเสริมธุรกิจ การลงทุน และการท่องเที่ยว รวมถึงการขยายการส่งออกสินค้าไทยด้วย

๓.๗ การประชุมรัฐมนตรี WTO ครั้งที่ ๙ สรุปผลการเจรจาใน ๓ เรื่องหลัก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกทางการค้า การเกษตร และการพัฒนา

๓.๘ ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐของจีน เพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของไทยในด้านต่างๆ จำนวน ๑๑ เรื่อง อาทิ การแก้ไขปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด การปลอมแปลงเครื่องหมายทางการค้า การฉ้อโกงทางการค้า เป็นต้น

๓.๙ จัดประชุมผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้าไทย เพื่อระดมความเห็น ปัญหา อุปสรรค ในการเจรจา FTA ระหว่างไทยกับสหภาพยุโรป

๔. การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

๔.๑ พัฒนาบุคลากร ของกระทรวงพาณิชย์ให้มีทักษะความรู้ความสามารถในการผลักดันเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ผู้เข้ารับการอบรม ทั้งสิ้น ๒,๓๗๑ คน (เป้าหมาย ๑,๕๐๐ คน) อาทิ ด้านการพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) การพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม เป็นต้น

๔.๒ เผยแพร่และให้บริการข้อมูลข่าวสาร การค้าระหว่างประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) รายเดือน ที่มีความทันสมัย ถูกต้อง รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ Call Center และเว็บไซต์ (www.moc.go.th) มีผู้รับบริการ ๔๖,๗๐๐ ราย

๔.๓ บริหารศูนย์ปฏิบัติการกระทรวงพาณิชย์ (Operation Room : OR) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการบริการจัดการ ติดต่อสื่อสาร สั่งการระหว่างหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ทั้งในส่วนกลาง ภูมิภาค และต่างประเทศ อีกทั้งเป็นสถานที่ต้นแบบที่หน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่างๆ มาเยี่ยมชมและศึกษาดูงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้พัฒนาและเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อทำการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอข้อมูลในศูนย์ปฏิบัติการกระทรวงพาณิชย์ และด้านข้อมูลในศูนย์ปฏิบัติการกระทรวงพาณิชย์ให้ทันสมัย ถูกต้องเป็นรายวัน รายเดือน และรายปี

สำนักงานปลัดกระทรวง
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
ธันวาคม ๒๕๕๗