

ผลงานสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ (ต.ค.๕๙ – ก.ย.๖๐)

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและบริหารยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ในฐานะหน่วยงานกลไกหลักของผู้บริหารกระทรวงในการกำกับ ดูแล เร่งรัดและสนับสนุนส่วนราชการในสังกัดกระทรวงให้เป็นไปตามนโยบายและแนวทางที่กำหนด เพื่อให้เศรษฐกิจการค้าของไทยเติบโตก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ด้วยวิสัยทัศน์กระทรวงพาณิชย์ที่ว่า “พาณิชย์ยุคใหม่ : ฉับไว โปร่งใส มองไกล โกล้ขีดประชาชน” ขณะเดียวกันในฐานะหน่วยงานระดับกรมได้ดำเนินการภายใต้ภารกิจหลักและยุทธศาสตร์ของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ ช่วงที่ผ่านมา ได้ดำเนินงานสำคัญ ดังนี้

๑. การบริหารและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการมีผลสำเร็จที่ประจักษ์ในภาพรวมของกระทรวงที่สำคัญ อาทิ ขยายตลาดส่งออกเชิงรุกและการเจรจาการค้าส่งผลให้การส่งออกของไทย ๑๐ เดือนแรก (มค.-ตค.๖๐) มีมูลค่า ๑๙๕,๑๕๘.๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนร้อยละ ๙.๗ โดยเฉพาะในเดือนตุลาคม ๒๕๖๐ การส่งออกขยายตัวที่ร้อยละ ๑๓.๑ หรือคิดเป็นมูลค่า ๒๐,๐๘๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกขยายตัวได้ดีในทุกตลาดสำคัญ โดยเฉพาะตลาดเอเชียใต้ สหภาพยุโรป และจีน สินค้าที่การส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่องได้แก่ กลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร อาทิ ยางพาราและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป ผักผลไม้แช่แข็งกระป๋องและแปรรูป ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป สำหรับกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัว อาทิ ผลิตภัณฑ์ยาง น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ รวมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการทำให้ได้รับรางวัลด้านการพัฒนาผู้ประกอบการทำการค้าออนไลน์ที่ดีที่สุดในโลก (WSIS Prize ๒๐๑๖) จากองค์การสหประชาชาติ การจัดตั้งศูนย์บริการและพัฒนาการค้าปรึกษาในทุกด้านที่เป็นงานส่งเสริมของกระทรวงและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาพัฒนา ส่งผลให้สามารถลดขั้นตอนการจดทะเบียนธุรกิจลงได้จาก ๕ ขั้นตอน ๒๕.๕ วัน เหลือเพียง ๕ ขั้นตอน ๔.๕ วัน การดำเนินการเหล่านี้ เชื่อว่าจะส่งผลให้การจัดอันดับความยาก-ง่ายในการประกอบธุรกิจของประเทศ (EoDB : Ease of Doing Business) มีอันดับดีขึ้นในอนาคต (ปัจจุบันอยู่อันดับที่ ๒๖) รวมถึงได้ผลักดันกฎหมายที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลบังคับใช้แล้ว ๑๐ ฉบับ

นอกจากนี้ยังมีภารกิจที่ต้องดูแลค่าครองชีพเพื่อลดค่าใช้จ่ายให้กับประชาชน โดยดำเนินโครงการธงฟ้าราคาประหยัดในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ ๒๐-๔๐ รวม ๑,๒๑๒ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายกว่า ๕๓๐ ล้านบาท สามารถลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชนกว่า ๑.๘๕ ล้านคน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๒๐๐ ล้านบาท อีกทั้งจัดโครงการ “ธงฟ้าประชารัฐ” โดยร่วมกับผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ จัดหาสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันมาจำหน่ายในร้านค้าปลีกชุมชนราคาต่ำกว่าท้องตลาดร้อยละ ๑๕-๒๐ เพื่อช่วยภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง ๔๘ รายการ มีร้านค้าเข้าร่วม ๖,๕๐๐ ร้านค้า การจำหน่ายอาหารปรุงสุกเพื่อคืนความสุขให้กับประชาชนไม่เกินจานชามละ ๒๕-๓๕ บาท ร้าน “หนูณิชย์...พาชิม” จำนวน ๑๒,๖๐๗ ร้าน (ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ - ส.ค.๖๐) สามารถลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จรวม ๖,๔๙๐ ล้านบาท และยกระดับร้านอาหารหนูณิชย์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคเป็นร้านอาหารหนูณิชย์ “ติดดาว” ปัจจุบันมีร้านอาหารหนูณิชย์ “ติดดาว” ๔๕๙ ร้าน

ทั้งนี้ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ กระทรวงพาณิชย์จะได้ดำเนินโครงการ “บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย” ซึ่งจะเริ่มดำเนินตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๐ เป็นต้นไป ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถซื้อสินค้าในร้านธงฟ้าประชารัฐที่มีการติดตั้งเครื่องรูดบัตร (EDC) ตามวงเงินและเงื่อนไขที่กรมบัญชีกลางกำหนดวงเงินรายเดือน

๒. การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค สำนักงานปลัดกระทรวงได้ปรับกลยุทธ์ในการทำงานเชิงรุกในภูมิภาค เพื่อยกระดับการทำงานให้ตอบสนองปัญหาได้อย่างคล่องตัว โดยกำหนดให้มี “พาณิชย์ภาค” (Mini MOC) รวม ๖ กลุ่ม เป็นทัพหน้าของกระทรวงพาณิชย์ในภูมิภาค โดยมีผู้บริหารจากส่วนกลางเป็นผู้ขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดได้เต็มศักยภาพ ภายใต้แนวคิดที่เน้น “ประสิทธิภาพ ฉับไว ใกล้ชิดประชาชน” ทำหน้าที่เช่นเดียวกับส่วนกลาง ทั้งนี้ ได้มีการเปิดตัวพาณิชย์ภาค โดยจัดงานมหกรรม “Mini MOC กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาค” ซึ่งมีการมอบนโยบายในการทำงานที่ตอบสนองปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง และผู้บริหารระดับสูงที่รับผิดชอบแต่ละกลุ่มได้ลงพื้นที่เพื่อกำกับดูแลการทำงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลการดำเนินการที่สำคัญ อาทิ

- การดูแลและแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร โดยขับเคลื่อนให้เกิดการเชื่อมโยงและซื้อขายระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อโดยตรงไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และพัฒนาเกษตรกรให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเอง เช่น จัดให้มีตลาดนัดข้าวเปลือก จัดจัดงานข้าวประชารัฐ และร่วมกับบริษัทประชารัฐรักสามัคคี (วิสาหกิจเพื่อชุมชน) รับซื้อข้าวจากชาวนากลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ ส่งมอบข้าวคุณภาพให้โรงสีชาวลดข้าวไทย เพื่อแปรสภาพเป็นข้าวหอมมะลิ เป็นต้น รวมทั้งติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญอย่างใกล้ชิด อาทิ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง ปาล์ม น้ำมัน ยางพารา และกาแฟ และผลไม้ รวมทั้งแก้ไขปัญหาต่างๆ อาทิ ราคาสับปะรดตกต่ำ ปลาอินทรีตลาด และไข่ไก่ล้นตลาด เป็นต้น

- ตรวจสอบติดตามและกำกับดูแลเพื่อให้มีปริมาณสินค้าเพียงพอ ไม่มีการฉวยโอกาส ผลการตรวจสอบพบว่าร้านค้าส่วนใหญ่มีการปิดป้ายแสดงราคาชัดเจน ถูกต้อง ปริมาณสินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ เป็นต้น

- การส่งเสริมการประกอบธุรกิจการค้าและการตลาด โดยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดงานแสดงสินค้าและนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและเจรจาจับคู่ธุรกิจการค้า และเจรจาความร่วมมือและลงนามบันทึกความตกลงรวม อาทิ งานตลาดนัดชายแดน “AMNAT CHAROEN ASEAN Trade Link” งาน “มหกรรมนวัตกรรมสุขภาพ และผู้สูงอายุ” งาน “มหกรรมสุดยอดของดีจังหวัดร้อยเอ็ดสู่ครัวโลก” และเจรจาจับคู่ธุรกิจการค้า งานแสดงสินค้าอนุภูมิภาค กลุ่มแม่น้ำโขง ร่วมกับบริษัทประชารัฐสามัคคีคนหนองบัว จัดงาน “นนทบุรีนำของดีสู่ ๔ ภูมิภาค” รวม ๒ ครั้ง งาน “มหกรรมข้าวหอมมะลิอีสานใต้” และงาน ESAN Borders Trade Fair ร่วมกับสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจัดงาน “คาราวานท่องเที่ยวของดินครลำปาง” และมีการเจรจาจับคู่ธุรกิจการค้าระหว่างผู้ประกอบการ ๓ ประเทศ (ไทย-ลาว-เวียดนาม) ๙ จังหวัด รวม ๒๖ ฉบับ การจัดงานตลาดนัดเชื่อมโยงการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน เข้าร่วมมหกรรม OTOP SMEs FAIR จัดงาน Korat Product Festival @Phuket และจัดงานแสดงสินค้า “เยือนอุบล ยลเมืองแพร่” และนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน THAIFEX-World of Food Asia ๒๐๑๗ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มระหว่างเครือข่ายภาคธุรกิจในห้องถิ่น (Biz club) ด้วยกัน อาทิ กลุ่ม Biz club ภาคตะวันออกกับ จังหวัดปทุมธานีและเชียงใหม่เพื่อกระจายสินค้า การจัดทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างกลุ่ม Biz club ภาคตะวันออกกับ Biz club กัมพูชา เพื่อเป็นจุดกระจายสินค้าไปกัมพูชาและเวียดนาม

- การส่งเสริมความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) โดยผลักดันตลาดท้องถิ่นเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมในท้องถิ่น มีตลาดท้องถิ่นและตลาดในรูปแบบใหม่ เช่น ตลาดต้องชม ตลาดสินค้าเฉพาะ (Magnet Market) เชื่อมโยงการท่องเที่ยว อาทิ ตลาดทุเรียน ฯลฯ โดยได้เปิดแล้ว ๖ แห่ง (จังหวัด (เชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ สงขลา สุราษฎร์ธานี และอุดรธานี) และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยเครือข่ายธุรกิจบิสคลับ (MOC Biz Club) ซึ่งมีอยู่ทุกจังหวัด รวมทั้งส่งเสริมให้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ทุกจังหวัด รวมทั้งส่งเสริมตลาดกลางสินค้าเกษตร โดยเน้นพัฒนาให้เป็นตลาดผักและผลไม้

ในพื้นที่จังหวัดชายแดน ๖ แห่ง ที่มีการซื้อขายสินค้าผลไม้ผ่านตลาดดังกล่าวแล้ว รวม ๓ สัญญา และตลาดออนไลน์ (e-Commerce) โดยพัฒนาผู้ประกอบการร่วมกับสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ (New Economy Academy : NEA) ให้สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าได้มากยิ่งขึ้น และส่งเสริมการพัฒนาลาดชุมชนท้องถิ่น (ตลาดต้องชม) ที่มีอัตลักษณ์ สะท้อนวิถีชุมชนและมีเอกลักษณ์พาณิชย์ (จำหน่ายสินค้าในราคาที่เป็นธรรมน้ำหนักเที่ยงตรง) และให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs นำสินค้าในพื้นที่มาจำหน่ายให้ประชาชนโดยตรง เพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจฐานรากและสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) ซึ่งเริ่มดำเนินการปี ๒๕๕๙ ปัจจุบันมีตลาดต้องชมรวม ๑๒๘ แห่งทั่วประเทศ มีจำนวนร้านค้า ๑๗,๓๗๒ ราย

- การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าจังหวัดชายแดนใต้ดำเนินโครงการ “พัฒนาเศรษฐกิจการค้าจังหวัดชายแดนภาคใต้” เพื่อสร้างโอกาสขยายตลาด และส่งเสริมตลาดสินค้าในพื้นที่ให้เป็นที่ยึดเหนี่ยวหลายเสริมสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ๗ อำเภอหลัก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสินค้าและบริการที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น โดยได้จัดกิจกรรมด้านการตลาด ๆ รวม ๑๘ ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑,๐๘๐ ราย อาทิ จัดงานแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้า “ของดีแดนใต้” งานมหกรรมผลไม้อบแห้งผลไม้สดปักษ์ใต้ จัดงานเทศกาลอาหารในเขตเมืองหลัก จัดงานถนนคนเดิน และจัดงานจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด มูลค่าการจำหน่ายสินค้า ๓๑ ล้านบาท นอกจากนี้ได้มีการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการค้าชายแดนกับผู้ประกอบการมาเลเซีย (Incomming Mission) ณ จังหวัดสงขลา มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๔๙ ราย มียอดสั่งซื้อรวม ๔.๗ ล้านบาท

๓. การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างการจัดการด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร โดยพัฒนาระบบ “Single Sign-On” เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสามารถเข้าถึงระบบงานให้บริการทั้งหมดของกระทรวงพาณิชย์ (ซึ่งแต่เดิมแยกออกจากกันในแต่ละกรม) ทำให้ผู้รับบริการในพื้นที่ได้รับสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น สำหรับส่วนกลางมี “ศูนย์บริการประชาชนกระทรวงพาณิชย์” ที่ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว รวมถึงพัฒนาการบริการรูปแบบต่างๆ ที่เน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาใช้ เช่น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ มีผู้มาใช้บริการดังกล่าวรวม ๓๐,๑๔๒ ครั้ง นอกจากนี้ ยังมีแผนการพัฒนาระบบศูนย์ข้อมูลกลางของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เพื่อนำข้อมูลมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติราชการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งเผยแพร่แก่ประชาชนผู้มาใช้บริการ และสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค (Local Economy) โดยมีข้อมูลที่สำคัญ เช่น ภาวะเศรษฐกิจการค้า ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ดัชนีเศรษฐกิจการค้าจังหวัด สถานการณ์สินค้าเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค ภาวะการค้าต่างประเทศ สถิตินำเข้าและข่าวประชาสัมพันธ์จากกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

๔. การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและการป้องกันปราบปรามการทุจริต เพื่อรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ และเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับข้าราชการที่จะไปปฏิบัติราชการในต่างประเทศและในส่วนภูมิภาค โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาสมรรถนะและทักษะที่จำเป็นแก่ข้าราชการรวม ๓,๔๔๙ ราย อาทิ การพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยี (การใช้ระบบคลาวด์ด้วย office การใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ถักถ่วงร่องหนังสือราชการและการเกษียณหนังสืออย่างมืออาชีพ และร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกโดยจัดส่งบุคลากรเข้าอบรมหลักสูตรๆ ต่าง อาทิ การจัดทำแผนฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาผู้นำคนรุ่นใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการรณรงค์และเสริมสร้างจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้นำมอบหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและพระบรมราโชวาท ร.๙ มาเป็นหลักในการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต สร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณชน โดยจัดกิจกรรมต่างๆ และการมีส่วนร่วมในการปลูกจิตสำนึกต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐแก่เจ้าหน้าที่รวมกว่า ๓,๘๐๐ ราย