


นโยบายและแนวทางการบริหารราชการ
ของกระทรวงพาณิชย์
ระยะเร่งด่วน - ระยะปานกลาง
(๒๕๕๘ - ๒๕๖๐)

นโยบายและแนวทางการบริหารราชการกระทรวงพาณิชย์ ระยะเร่งด่วน – ระยะปานกลาง (2558 – 2560)

ภาคเกษตรศึกษา
วิสัยทัศน์ใหม่เพื่อประเทศไทย


1 การดูแลค่าครองชีพและราคาสินค้า

- ✓ การกำกับดูแลราคาสินค้า
- ✓ การจัดทำกลางกลางและตลาดชุมชน
- ✓ การเร่งสร้างผู้บริโภครูปใหม่ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”
- ✓ การสร้างเครือข่ายอาสาสมัครฯ มีสายด่วน 1569 และ Application สายทะเลของถูก



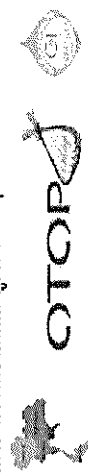
2 การดูแลราคาสินค้าเกษตร

- ✓ ดูแลราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญ ให้อยู่ในราคาที่เหมาะสม อาทิ ข้าว ปาล์ม น้ำมัน มันสำปะหลัง ผลไม้ ยางพารา และสินค้าเกษตรอื่นๆ
- ✓ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจชุมชน (Social business)




3 การสร้างความเข้มแข็งให้ท้องถิ่น (Local Economy)

- ✓ สร้าง Cluster ในแต่ละภูมิภาค
- ✓ สร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการในต่างจังหวัด โดยเฉพาะ SMEs
- ✓ ส่งเสริมการพัฒนาตลาดการค้า เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าระหว่างท้องถิ่นและภูมิภาคต่างๆ ทั้งในประเทศและชายแดน




4 การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็น Entrepreneurial Economy หรือการเสริมเศรษฐกิจใหม่

- ✓ สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่เน้นการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยทั้งในและต่างประเทศ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ✓ ส่งเสริมการพัฒนาและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ช่วยเหลือผู้ประกอบการให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน




5 การผลักดันการส่งออก

- ✓ พัฒนาศักยภาพสินค้า ส่งออกเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร
- ✓ ส่งเสริมการค้าเสรีกับทุกชาติ ทั้งระดับทวิภาคี ทวิภาคี และระดับภูมิภาค
- ✓ บริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและบุคลากร
- ✓ ขยายช่องทางการค้าในต่างประเทศผ่านเครือข่ายของบริษัทใหญ่
- ✓ ใช้ประโยชน์จาก e-Commerce อย่างเต็มที่
- ✓ เน้นภาคยุทธศาสตร์ตลาดเมืองหลักและเมืองรอง 50 แห่งทั่วโลก : ทำเนียบภาคยุทธศาสตร์เมืองรองประเทศสำคัญ (Deepening & Broadening ASEAN) เมืองหลักและเมืองรองประเทศสำคัญ
- ✓ ใช้ประโยชน์จาก AEC (ASEAN One) เน้น CLMV ก่อน



6 การส่งเสริมธุรกิจภาคบริการ

- ✓ Production Based → Service based Economy
- ✓ ส่งเสริมธุรกิจภาคบริการ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม Supporting Services และ กลุ่ม Services อื่น
- ✓ จัดทำข้อมูลและดัชนีการค้า โดยจำแนกให้ชัดเจนระหว่างข้อมูลการค้าสินค้า และการค้าบริการ
- ✓ ส่งเสริมการเปิดเสรีภาคบริการ และลดขั้นตอนการกำกับและควบคุม เพื่ออำนวยความสะดวก




7 การใช้อุปสงค์นำการค้า

- ✓ Supply Driven → Demand Driven
- ✓ ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การค้าจากการค้าที่มุ่งตอบสนองอุปทานไม่เป็นการค้าตอบสนองอุปสงค์เป็นสำคัญ
- ✓ เน้นการให้ข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการสินค้า ที่ศทางและแนวโน้มความต้องการของโลก (Mega Trend) : Aging Society, Eco Friendly
- ✓ ปรับจาก เชิงรับ (Passive) → เป็นเชิงรุก (Active) Mega Trends

8 การพัฒนาภาคการผลิตสู่การสร้างมูลค่า

- ✓ OEM → Value Creation
- ✓ พัฒนาการค้าจากกรรับจ้างผลิตสินค้า/บริการ ไปสู่การเป็นผู้ค้าและผู้ประกอบการที่มี brand เป็นของตนเอง
- ✓ ใช้เทคโนโลยีระดับสูง เพื่อสร้างวงจรผลิตภัณฑ์ของตนเองใหม่ (Product life cycle)
- ✓ ส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใช้วงจรกรรมและ R&D



9 การส่งเสริมและอำนวยความสะดวกทางการค้า

- ✓ Trade Regulator → Trade Facilitator
- ✓ ปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคทางการค้า อาทิ พรบ.ลิขสิทธิ์ / เครื่องหมายการค้า / มาตรฐานชี้ต่างวิศ / คลังสินค้า
- ✓ ปรับบทบาทกระทรวงให้เป็นหน่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้มากขึ้น
- ✓ อำนวยความสะดวกประชาชนผ่านหน่วยบริการเคลื่อนที่ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ และ E-Service Facilitator