

ด่วนมาก

ที่ พณ 0208.3/ 3648



กระทรวงพาณิชย์

44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอ

อ.เมือง จ. นนทบุรี 11000

21 กันยายน 2550

เรื่อง สรุปผลการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ ช่วงเดือนตุลาคม 2549 – กรกฎาคม 2550

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ผลการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในรอบ 10 เดือน (ตุลาคม 2549 – กรกฎาคม 2550)

ตามที่กระทรวงพาณิชย์ได้เสนอผลการดำเนินงานของกระทรวงในรอบ 6 เดือน (ตุลาคม 2549 – มีนาคม 2549) เพื่อให้สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีพิจารณา และนำเรียนคณะรัฐมนตรีทราบแล้ว นั้น

บัดนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำสรุปผลการดำเนินงานในรอบ 10 เดือน (ตุลาคม 2549 – กรกฎาคม 2550) เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาล รายละเอียดดังสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำเสนอที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบต่อไปด้วย จะขอขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

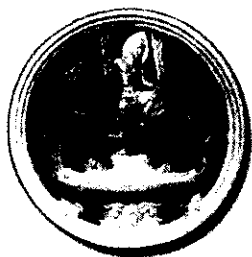
(นายเกริกไกร จีระแพทย์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์

โทรศัพท์ 02- 507-6481 โทรสาร 02- 547-5224



กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce



**"ผลการดำเนินงานของ
กระทรวงพาณิชย์
ในรอบ 10 เดือน"**

ตุลาคม 2549 - กรกฎาคม 2550

การดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ตามนโยบายของรัฐบาล

สรุปผลการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในรอบ 10 เดือน ตั้งแต่ 9 ตุลาคม 2549 – 31 กรกฎาคม 2550

ตามที่นายกรัฐมนตรีได้กำหนดนโยบายของรัฐบาลทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ นโยบายปฏิรูปการเมือง การปกครองและการบริหาร นโยบายการเศรษฐกิจ นโยบายสังคม นโยบายการต่างประเทศ และนโยบาย การรักษาความมั่นคงของรัฐ นั้น

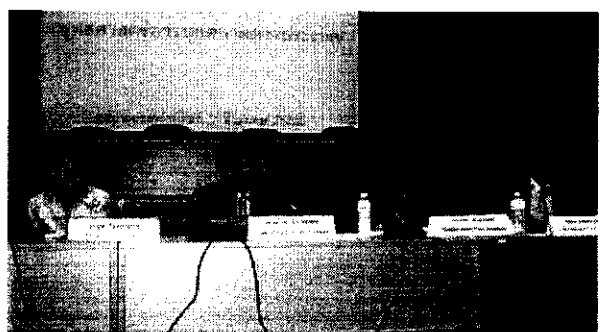
กระทรวงพาณิชย์ได้นำกรอบนโยบายดังกล่าว โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจมาใช้เป็นแนวทางเพื่อกำหนดนโยบายสำคัญของกระทรวง โดยกำหนดเป้าหมายไว้ 4 ประการ คือ เป็นชาติการค้า (Trading Nation) ผู้ประกอบการค้าบริการ (Service Provider) นักลงทุนในต่างประเทศ (Investor-Country) และมีความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) โดยแปลงเป้าหมายออกเป็นทิศทางนโยบาย 6 ประการ

ในช่วงเดือนตุลาคม 2549 – กรกฎาคม 2550 ความคืบหน้าและผลการดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าวทั้ง 6 ประการ สรุปได้ดังนี้

1. การส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการ โดยมีภาคเอกชนเป็นกลไกขับเคลื่อน (Export-oriented, business-driven) ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2549 การส่งออกของไทยมีมูลค่า 34,331.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 19.3 ส่งผลให้มูลค่าการนำเข้าของปี 2549 เกินดุล เป็นมูลค่า 3,100.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (เทียบกับปี 2548 ที่ไทยขาดดุลการค้ามูลค่า 7,236.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2550 (มค.- กค. 50) การส่งออกมีมูลค่า 83,409.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปี 2549 ร้อยละ 16.6 (โดยในปี 2550 กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดเป้าหมายการส่งออกไว้ที่มูลค่า 146,192 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 12.5) ทั้งนี้ กระทรวงฯ มีแนวทางผลักดันการส่งออกให้ขยายตัวได้ตามเป้าหมายดังกล่าว และสร้างมูลค่าเพิ่มจากการค้าให้แก่ผู้ประกอบการในประเทศ โดย



1.1 การกำหนดแผนยุทธศาสตร์การส่งออกเชิงรุกในตลาดสำคัญ ซึ่งมีการจัดทำและนำเสนอยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศในตลาดภูมิภาค (Regional Hub) โดยประกอบด้วย 8 ภูมิภาค ได้แก่ สหรัฐฯ จีน สหภาพยุโรป ASEAN อินเดีย เอเชียตะวันออก แอฟริกา และตะวันออกกลาง และเชื่อมโยงถึงการจัดทำยุทธศาสตร์การค้าในประเทศรายภาค (ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้)



โดยมีผู้เข้าร่วมคือ ผู้บริหารระดับสูงของกระทรวง สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ หน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ในภูมิภาค สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

1.2 การสร้างผู้ส่งออกรายใหม่โดยเฉพาะจากภูมิภาค โดยเน้นสร้างผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในกลุ่ม SMEs และผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อผลักดันสู่ตลาดต่างประเทศ

1.3 การประสานนโยบายและสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนอย่างใกล้ชิด ลักษณะของการทำงานเป็นทีม โดยกระทรวงพาณิชย์ มีการจัดประชุมร่วมกับคณะกรรมการร่วมภาคเอกชน (กกร.) อย่างต่อเนื่องทุก 2 เดือน เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า และเชื่อมโยงการทำงานระหว่างกันทั้งในระดับจังหวัด ระดับประเทศ และระหว่างประเทศ ในการผลักดันการค้าสินค้าและบริการของไทยให้ขยายตัวอย่างยั่งยืน

1.4 การสนับสนุนธุรกิจไทยสู่สากล (Internationalization) โดยส่งเสริมให้ภาคเอกชนและผู้ส่งออกไทยไปลงทุนและดำเนินธุรกิจในประเทศ เช่น การลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การทำ Contact Farming การเปิดสาขา การหาตัวแทน/หุ้นส่วนในประเทศ การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ (Global Sourcing) โดยเน้นธุรกิจที่ไทยมีศักยภาพ เช่น ธุรกิจบริการ อาหารและสุขภาพ แฟชั่น วัสดุก่อสร้าง ยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

กระทรวงพาณิชย์ได้เล็งเห็นความสำคัญที่จะให้การส่งเสริมให้ภาคเอกชนและผู้ส่งออกไทยไปลงทุนในประเทศ เป็นนโยบายระดับประเทศที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันผลักดันและส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยกระทรวงพาณิชย์ได้เสนอต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ในการพิจารณากำหนดแนวทาง และมาตรการในการส่งเสริมฯ ซึ่งในการประชุมคณะกรรมการฯ เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2550 ได้กำหนดแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่การทำธุรกิจในต่างประเทศ ดังนี้

1. รูปแบบการลงทุนในต่างประเทศจะสนับสนุนการดำเนินการใน 3 รูปแบบ คือ

1.1 ส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งความสามารถในการวิจัยและพัฒนา ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร บุคลากรที่มีความสามารถเป็นพิเศษ

1.2 การขยายการลงทุนธุรกิจอุตสาหกรรมใหม่ในลักษณะ value chain โดยนำสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบจากไทยไปประกอบและผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปในประเทศเป้าหมายที่เข้าไปลงทุน

1.3 ส่งเสริมการลงทุนในการสร้างตลาดการค้าเครือข่ายทางการค้าของสินค้าไทย

2. สาขาการลงทุนและประเทศเป้าหมาย ได้แก่

2.1 สาขาการลงทุน ประกอบด้วย

ภาคการผลิต ได้แก่ เกษตรและเกษตรแปรรูป อัญมณี ชิ้นส่วนยานยนต์ เหมืองแร่ พลังงาน ประมง สิ่งทอ และ เฟอร์นิเจอร์

ภาคการค้าบริการ ได้แก่ บริการอู่ซ่อมรถ ร้านอาหาร สปา ร้านเสริมสวย และ การศึกษา

2.2 ประเทศเป้าหมายทุกประเทศ โดยระยะแรกจะดำเนินการในอาเซียน 10 ประเทศ และขยายไปประเทศจีน อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และ แอฟริกา

3. ในส่วนของมาตรการการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ รองนายกรัฐมนตรี (นายโฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์) ได้มอบหมายให้กระทรวงการคลังเป็นเจ้าภาพ โดยจะมีการตั้งคณะกรรมการร่วมระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อพิจารณามาตรการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศที่เหมาะสม โดยเฉพาะเรื่องกองทุนสนับสนุนการลงทุนอัตราดอกเบี้ยผ่อนปรน กองทุนร่วมทุน (Venture Capital) ของ สสว. และ มาตรการ

ส่งเสริมด้านภาษีในการนำกำไรในการลงทุนต่างประเทศส่งกลับมาประเทศไทย ต่อไป

1.5 การพัฒนาให้เกิด Export Mart ในแหล่งผลิตและขายสินค้าเดิมให้สามารถส่งออกได้ เช่น โครงการพัฒนาย่านการค้า ถนนสีลม – มหะสิทธิ์ – สุรวงศ์ ให้เป็น Gems & Jewelry District เพื่อการส่งออก การพัฒนาตลาดนัดจตุจักร ตลาดค้าส่งโบ๊เบ๊ ใบหยก ย่านวรจักร ตลาดประตุน้ำและถนนสาย ไม้บางโพ เพื่อให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจเฉพาะในรูปแบบ Business Community โดยจะพัฒนาให้เป็นศูนย์ส่งออกทั้ง ทางตรงและทางอ้อม และสร้างภาพลักษณ์ Trade Mart ให้เป็นที่รู้จักในระดับโลกผ่านการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ

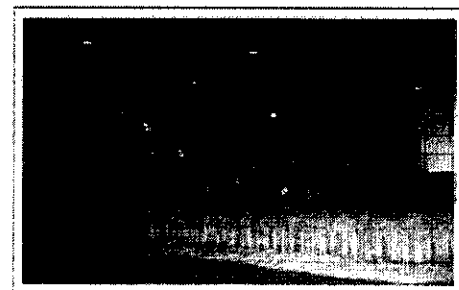
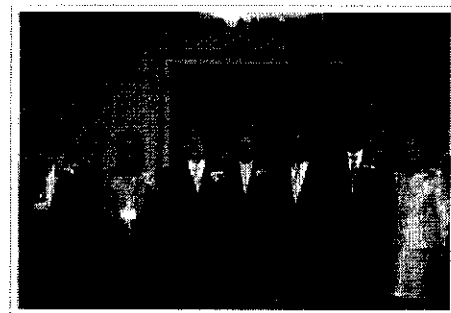
2. การดูแลตลาดและราคาสินค้าเกษตร บนพื้นฐานที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ผลประโยชน์ ต้องตกแก่เกษตรกร ลดภาระงบประมาณและการรั่วไหล ซึ่งมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

ข้าว

2.1 การแทรกแซงราคาข้าวเปลือก

ในระยะที่ผ่านมา ปัญหาที่สินค้าข้าวประสบเป็นประจำทุกปีคือ ราคาข้าวเปลือกตกต่ำ ในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก และมีผลกระทบ ต่อราคา ทำให้ราคาที่ชาวนาได้รับต่ำกว่าที่ควรจะเป็น รัฐบาลต้องเข้าแทรกแซง เพื่อยกระดับราคาข้าวเปลือก ทุกปี ซึ่งในรัฐบาลที่ผ่านมาจัดให้มีการรับจำนำโดย กำหนดราคารับจำนำข้าวสูงกว่าราคาตลาดมากและ กำหนดราคาสูงขึ้นทุกปี ซึ่งเป็นการบิดเบือนกลไก ตลาด ทำให้กลไกตลาดไม่สามารถดำเนินการได้อย่าง มีประสิทธิภาพ จากการที่รัฐบาลที่ผ่านมา กำหนด ราคาจำนำไว้สูงกว่าราคาตลาด ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศมาก ทำให้เกษตรกรนำข้าวมาจำนำไว้ กับรัฐบาลโดยไม่ไถ่ถอนคืน นโยบายดังกล่าวส่งผล ให้รัฐบาลเป็นผู้ค้าข้าวรายใหญ่แต่ผู้เดียว บิดเบือน กลไกตลาด สต็อกข้าวของรัฐบาลมีปริมาณมากกว่า 3 ล้านตัน เกิดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้งบประมาณแผ่นดิน สูง ทั้งการขาดทุนราคาข้าว และภาระค่าใช้จ่าย การเก็บรักษาจากสต็อกข้าวที่มีอยู่มาก ทำให้

เกิดการะ นอกจากนี้หากมีระบบขายข้าว จะทำให้มีผลกระทบต่อราคาข้าวฤดูใหม่ แต่หากไม่ระบายก็จะเกิด ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสูงขึ้นเรื่อยๆ กระทรวงพาณิชย์ จึงต้องทำแผนระบายข้าวเป็นระยะๆ นอกจากนี้ ยังมีผลทำให้ต้นทุนการส่งออกสูง ซึ่งกระทบต่อการส่งออกของไทย และผลประโยชน์ก็กลับตกถึงมือเกษตรกร เพียงเล็กน้อย



รัฐบาลชุดนี้โดยกระทรวงพาณิชย์ เห็นว่าเกษตรกรยังคงต้องได้รับการดูแลให้สามารถขายข้าวเปลือกได้ในราคาที่เป็นธรรม ในขณะเดียวกันต้องรักษากลไกตลาดให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในฤดูการผลิตปี 2549/2550 จึงได้จัดทำโครงการรับจำนำโดยกำหนดราคารับจำนำให้สะท้อนความเป็นจริงและใกล้เคียงกับราคาดตลาด บนพื้นฐานที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ผลประโยชน์ต้องตกแก่เกษตรกร ลดภาระงบประมาณและการรั่วไหล



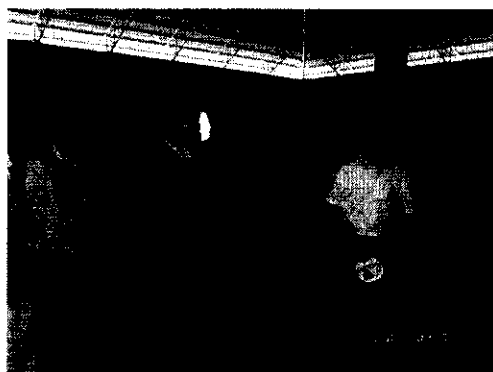
ผลการรับจำนำ

ข้าวเปลือกปีการผลิต 2549/2550 (ระยะโครงการเริ่ม 1 พ.ย 49 – 31 พ.ค. 50)

ทำให้กลไกตลาดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผลทางด้านราคาและปริมาณรับจำนำ ดังนี้

การกำหนดราคารับจำนำ ข้าวเปลือกหอมมะลิ ราคารับจำนำ 8,700-9,000 บาท/ตัน ข้าวเปลือกเจ้า 5% ราคารับจำนำ 6,400 บาท/ตัน และข้าวเปลือกเหนียว ราคารับจำนำ 7,500-7,700 บาท/ตัน

จากการกำหนดมาตรการรับจำนำที่เหมาะสมส่งผลให้กลไกตลาดทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยโรงสี ผู้ค้าข้าว และผู้ส่งออก ได้มีส่วนเข้าไปแย่งซื้อในท้องตลาด ทำให้ราคาปรับตัวสูงขึ้น ดังนี้



- ข้าวเปลือกหอมมะลิ (ณ 31 พฤษภาคม 2550) ราคา 8,700-9,200 บาท/ตัน (ราคารับจำนำ 8,700-9,000 บาท/ตัน) เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนหน้าประมาณร้อยละ 7.83

- ข้าวเปลือกเจ้า 5% ราคา 6,200-6,600 บาท/ตัน ซึ่งใกล้เคียงกับราคารับจำนำ (ราคารับจำนำ 6,400 บาท/ตัน)

- ข้าวเปลือกเหนียว ราคา 12,300 – 12,500 บาท/ตัน (ราคารับจำนำ 7,500-7,700 บาท/ตัน) เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ประมาณร้อยละ 65.3

ปริมาณการรับจำนำ

ข้าวเปลือกนาปี ปีการผลิต 2549/50 (ระยะโครงการ 1 พฤศจิกายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550) ปริมาณข้าวเปลือกที่รับจำนำทั้งสิ้น 1.80 ล้านตัน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2549 ที่ปริมาณรับจำนำเท่ากับ 5.18 ล้านตัน หรือลดลงประมาณร้อยละ 65 ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐบาล เพราะใช้เงินงบประมาณโดยประหยัด แต่มีประสิทธิภาพ โดยราคาที่เกษตรกรได้รับสูงกว่าราคารับจำนำ

ข้าวเปลือกนาปรัง ปีการผลิต 2550 (ระยะโครงการเริ่ม 16 มี.ค. – 31 ก.ค 50)

การกำหนดราคารับจำนำ ข้าวเปลือกเจ้านาปรัง 5% ราคารับจำนำ 6,000-6,600 บาท/ตัน และข้าวเปลือกปทุมธานี ราคารับจำนำ 6,800 – 7,100 บาท/ตัน

ปริมาณการรับจำนำ

ปริมาณรับจำนำ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2550 จำนวน 1.37 ล้านตัน แยกเป็นข้าวเปลือกเจ้า จำนวน 1.34 ล้านตัน และข้าวเปลือกปทุมธานี จำนวน .03 ล้านตัน

2.2 การระบายข้าว เพื่อลดภาระ

ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บข้าวของรัฐบาล จึงได้มีนโยบายในการระบายข้าวในสต็อกโดยสม่ำเสมอและกระจายอยู่ในผู้ส่งออกมาราย แทนที่จะให้รายหนึ่งรายใดนำข้าวของรัฐไปจำหน่ายเสมือนเป็นการผูกขาด



2.3 การพัฒนาและส่งเสริมประสิทธิภาพพระบตลาด ได้สนับสนุนนโยบายในการนำข้าวไปขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า (ก.ส.ล) ได้เริ่มดำเนินการที่จะนำสต็อกข้าวรัฐบาลบางส่วนมาซื้อขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า หลังจากได้หยุดการซื้อขายในระบบนี้ ในช่วงที่กลไกตลาดถูกบิดเบือน

2.4 การส่งออกข้าว ในรัฐบาลที่ผ่านมาไม่มีนโยบายขายข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ซึ่งรัฐบาลชุดนี้เห็นว่าการระบายข้าวระบบรัฐต่อรัฐ (G to G) จะช่วยส่งเสริมการส่งออกได้อีกทางหนึ่ง เพราะบางประเทศต้องการซื้อข้าวในระบบ G to G เช่น ประเทศอิหร่าน และอินโดนีเซีย ซึ่งได้มีการส่งมอบข้าวไปแล้วจำนวน 417,968 ตัน (ณ 31 ก.ค. 50)

นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ได้มีการจัดคณะผู้แทนการค้าร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อเดินทางไปเจรจาขายตลาดข้าวไทยในประเทศต่างๆ อาทิ มหานครเชียงใหม่ นครกวางโจว เมืองฮ่องกง สาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศเซเนกัล และแอฟริกา เป็นต้น ตลอดจนกิจกรรมการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้าวไทย รวมทั้งการร่วมงานแสดงสินค้าอาหารอินทรีย์ในต่างประเทศ

2.5 การจัดทำยุทธศาสตร์ข้าวไทย กระทรวงพาณิชย์เป็นเจ้าภาพร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง จัดการประชุมสัมมนาเพื่อยกร่าง “ยุทธศาสตร์ข้าวไทยเพื่อการพัฒนา” เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2550 โดยมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

นอกจากนี้เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2550 คณะกรรมการนโยบายข้าวแห่งชาติ (กขช.) ซึ่งมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ได้มีมติเห็นชอบร่างยุทธศาสตร์ข้าวไทย ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ไทยเป็นผู้นำด้านข้าวและผลิตภัณฑ์เป็นอันดับหนึ่งของโลก เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง และผู้บริโภคมั่นใจ โดยครอบคลุมการจัดระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพและพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชาวนา รวมถึงการจัดระบบตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยการเสริมสร้างกลไกตลาดให้เกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมขยายตลาดการบริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนจัดระบบการกระจายสินค้าให้มีต้นทุนต่ำและมีความรวดเร็วขึ้น โดยยุทธศาสตร์ข้าวไทยดังกล่าว จะใช้เป็นบรรทัดฐานในการวางแผนเกี่ยวกับการพัฒนาข้าวไทยอย่างยั่งยืนและเป็นระบบต่อไป

มันสำปะหลัง

2.6 การแทรกแซงราคามัน

สำปะหลัง ภายใต้การกำหนดราคารับจำนำมันสำปะหลังแบบขั้นบันได (ระยะโครงการเริ่มจากเดือนพฤศจิกายน 2549 – เมษายน 2550) โดยเพิ่มขึ้นเดือนละ 0.05 บาท จาก กก. ละ 1.25 บาทในเดือนพฤศจิกายน 2550 เป็น 1.50 บาทในเดือน เมษายน 2550 ซึ่งเป็นเดือนสุดท้ายของการรับจำนำ



เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรทยอยผลผลิตออกสู่ตลาด ป้องกันปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ ผลการรับจำนำ ณ สิ้นสุดโครงการ (เม.ย. 50) รับจำนำหัวมันสด รวม 1,141,264 ตัน โดยราคาหัวมันสดในแหล่งผลิตสำคัญปรับตัวเพิ่มขึ้นอยู่ที่กิโลกรัมละ 1.35-1.45 บาท ใกล้เคียงกับราคารับจำนำ (เมษายน 2550 กก.ละ 1.50 บาท)

2.7 โครงการจัดระบบตลาดพิเศษ

สินค้ามันสำปะหลัง ในพื้นที่นำร่อง 5 อำเภอของจังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์ โดยครอบคลุมตั้งแต่การจัดระบบการผลิตให้เชื่อมโยงต่อเนื่องถึงการตลาดครบวงจร โดยการจดทะเบียนเกษตรกร การจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายประมาณ 760 กลุ่ม



เพื่อรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากแปลงตัวอย่าง การวางระบบการส่งเสริมและจัดทำแปลงสาธิตโดยทำการไถระเบิดดินดานนำร่องในพื้นที่ 5 อำเภอ รวม 500 ไร่ (มี.ค. – เม.ย. 50) และเริ่มปลูกท่อน พันธุ์ดีพร้อมสนับสนุนระบบน้ำและปุ๋ยควบคู่กันไป การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีก่อน-หลังการเก็บเกี่ยวและการจัดการผลผลิตให้มีคุณภาพตามความต้องการของผู้ซื้อ

ในส่วนของการจัดระบบการตลาด โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเชื่อมโยงตลาด เพื่อเพิ่มทางเลือกให้เกษตรกร การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เพิ่มผู้ประกอบการรายใหม่ รวมทั้งพัฒนาระบบอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ตลอดจนสนับสนุนเงินกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำในการรับซื้อหัวมันสดจากเกษตรกร และเชื่อมโยงการจำหน่ายมันเส้น/แป้งมันระหว่างลานมัน โรงแป้ง และผู้ส่งออก รวมถึงจัดหาตลาดส่งออกมันเส้น/แป้งมัน ทั้งนี้ ได้นำเสนอคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) ให้ความเห็นชอบโครงการดังกล่าว เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2550

2.8 การส่งออกมันสำปะหลัง สืบเนื่องจากปีการผลิต 2549/50 (ตุลาคม 2549- กันยายน 2550)

มีผลผลิตหัวมันสำปะหลังจำนวนมากถึง 25.38 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 12.40 กระทรวงพาณิชย์จึงได้ดำเนินการส่งเสริมผลักดันขยายตลาดส่งออก โดยการเชิญคณะผู้แทนการค้า (ผู้ซื้อ/ผู้ขายในต่างประเทศ) เดินทางมายังประเทศไทย จัดส่งคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการตลาดการค้ามันสำปะหลัง รวมทั้งประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก

2.9 การยกระดับคุณภาพสินค้าให้
สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้ง
ภายในประเทศและต่างประเทศ โดยจัดทำ
“โครงการผลิตมันเส้นสะอาด” โดยเน้นให้ความรู้
แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการลานมันและผู้ส่งออก
ในการพัฒนาให้มันเส้นมีคุณภาพดี อีกทั้งสนับสนุน



ให้เกษตรกร สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรแปรรูปหัวมันสดเป็นมันเส้นสะอาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและขยาย
ทางเลือก/โอกาสการขายให้แก่เกษตรกรอีกทางหนึ่ง แทนการขายหัวมันสดเพียงอย่างเดียว ซึ่งในปี 2550
ได้มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการลานมันที่มีคุณสมบัติและสามารถผลิตมันเส้นสะอาดได้ตรงตามมาตรฐาน
ที่กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าต่างประเทศกำหนดไว้แล้ว รวม 92 ราย สามารถผลิตมันเส้นสะอาดได้ปี
ละประมาณ 6-7 แสนตัน

นโยบายของรัฐบาลดังกล่าว ทำให้การส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันยังส่งผล
ให้เกษตรกรขายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นธรรม ราคาหัวมันสด และราคาของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
มีแนวโน้มสูงขึ้น

สำหรับราคาหัวมันสด ในเดือนกรกฎาคม 2550 ราคาหัวมันสด (เชื้อแป้ง 25%) มีราคา
เฉลี่ย กิโลกรัมละ 1.69 บาท

ส่วนราคามันเส้นสะอาด ราคา ณ โรงงานอาหารสัตว์รับซื้อ กิโลกรัมละ 3.80-4.20 บาท
(ราคา ณ เดือนกรกฎาคม 2550)

ผลไม้

2.10 การส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ไทย

กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายในการส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ เพื่อเป็นการขยายตลาด
และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร รวมทั้งสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร โดยมุ่งเน้นให้มีการบริโภค
น้ำผลไม้ที่ใช้ผลไม้ตามฤดูกาลที่ผลิตภายในประเทศ

ในการดำเนินการกระทรวงพาณิชย์ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจ(9 สิงหาคม 2550) ว่าด้วย
การส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ไทยกับเลขาธิการคณะกรรมการอาชีวศึกษา เพื่อขอความร่วมมือในการรณรงค์
การบริโภคน้ำผลไม้ไทย สนับสนุน/ส่งเสริมให้มีการพัฒนาสูตรน้ำผลไม้ และถ่ายทอดองค์ความรู้ในการทำน้ำ
ผลไม้ไปสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายต่างๆ อาทิ นักเรียน นักศึกษา หน่วยราชการและผู้ประกอบการเอกชน
นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ได้จัดกิจกรรมรณรงค์ ส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ไทย ได้แก่ การจัดประกวดน้ำ
ผลไม้ในจังหวัดเป้าหมาย 10 จังหวัด(กรุงเทพ: 18-20 พฤษภาคม 2550 และต่างจังหวัด : ช่วงเดือน สิงหาคม-
กันยายน 2550) การขอความร่วมมือภาคราชการและเอกชน(อาทิ สมาคมภัตตาคารไทย สมาคมโรงแรมไทย) เพื่อ
เพิ่มช่องทางในการบริโภคน้ำผลไม้ไทยมากขึ้น

2.11 การเตรียมการแก้ไขปัญหาลองกอง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ฤดูกาลผลิตปี 2550

ในช่วงเดือน ส.ค. – ก.ย. 50 ประมาณการว่าจะมีผลผลิตประมาณ 80,000 ตัน ซึ่งคาดว่าเกษตรกรจะประสบปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากพ่อค้าคนนอกพื้นที่ ไม่กล้าเข้าไปรับซื้อจากปัญหาความไม่สงบ และคุณภาพลองกองในปีนี้อ่อนข้างต่ำ เนื่องจากเกษตรกรไม่ได้บำรุงรักษา ตัดแต่งช่อดอก/ผล



กรม. มีมติ(วันที่ 24 ก.ค. 50) เห็นชอบแผนปฏิบัติการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดลองกอง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ฤดูกาลผลิตปี 2550 โดยมีแผนกระจายลองกองในแหล่งผลิตเป้าหมาย 50,000 ตัน ในราคานำตลาด เบื้องต้นเกรด B กก. ละ 20 – 25 บาท เกรด C กก. ละ 18 – 20 บาท ระยะเวลาดำเนินการ ตั้งแต่กลางเดือน ส.ค. – ต.ค. 50 โดยกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการกระจายจำหน่ายภายในประเทศ และเชื่อมโยงการจำหน่ายกับกองทัพ รวมทั้งจัดงานเทศกาลในจังหวัดที่มีศักยภาพ 20 จังหวัด โดยได้รับงบประมาณดำเนินการ 25 ล้านบาท

3. การบรรเทาปัญหาค่าครองชีพของประชาชน

3.1 กระทรวงพาณิชย์ได้

ดำเนินการดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภคให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและเป็นธรรม เพื่อให้ประชาชนได้รับผลกระทบจากการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการครองชีพ ภายได้สภาวะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง โดย

- 1) กำหนดกลยุทธ์ ในการบริหารจัดการด้านราคาอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ต้นทุนการผลิตจนถึงผู้บริโภค โดยกำหนดติดตามดูแลสินค้าสำคัญอย่างต่อเนื่อง จำนวน 200 สินค้า สินค้าควบคุม จำนวน 35 สินค้า และกำกับราคาให้สอดคล้องกับต้นทุน
- 2) ขอความร่วมมือผู้ประกอบการในการตรึงราคาจำหน่าย
- 3) เสริมสร้างกลไกการแข่งขันในตลาด
- 4) การตรวจสอบให้ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเข้มงวด



5) การสร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่เข้มแข็ง (เครือข่ายแม่บ้าน โทร. 1569)

จากการดำเนินการดังกล่าว ทำให้ค่าครองชีพของประชาชนโดยรวมไม่เพิ่มขึ้นมากนัก เมื่อเทียบกับราคาน้ำมันที่สูงอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราเงินเฟ้อในช่วงเดือนมกราคม 2550 – กรกฎาคม 2550 สูงขึ้น เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ร้อยละ 2.1 และคาดว่าอัตราเงินเฟ้อของทั้งปี 2550 จะอยู่ที่ร้อยละ 1.5-2.5 ซึ่งต่ำกว่าปี 2549 ที่อยู่ที่ระดับร้อยละ 4.7

3.2 การแก้ไขปัญหายาและค่ารักษาพยาบาลของโรคพยาบาลเอกชนมีราคาแพง ได้มีการหารือร่วมกับ กระทรวงสาธารณสุข (23 ก.ค. 50) เพื่อขอความร่วมมือในการกำกับดูแลการกำหนดอัตราค่าบริการทางการแพทย์ให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการ Mark up ราคาของโรงพยาบาลเอกชนและร้านขายยาทั่วไป และความร่วมมือในการศึกษาและพิจารณากำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์การ Mark up ราคาที่เหมาะสม ตลอดจนการประสาน อย. เพื่อเร่งรัดการจัดส่งข้อมูลรายการยา 200 รายการให้กระทรวงพาณิชย์ใช้ในการติดตามภาวะและความเคลื่อนไหวของราคา

4. การปฏิรูปกฎหมาย และกำกับดูแลการค้า

4.1 พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว (ฉบับที่...) พ.ศ.

เนื่องจาก พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน บทบัญญัติบางมาตราไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีกรณีที่คนต่างด้าวเข้ามาประกอบธุรกิจที่สงวนไว้ตาม พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ผ่านนิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย โดยหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมาย ด้วยการให้นิติบุคคลดังกล่าวออกหุ้นชนิดที่คนต่างด้าวมีสิทธิออกเสียงได้มากขึ้น หรือออกหุ้นชนิดที่คนไทยมีสิทธิออกเสียงได้น้อยลง และอัตราโทษที่จะลงโทษคนต่างด้าวที่ประกอบธุรกิจสงวนโดยไม่ได้รับอนุญาต อยู่ในระดับต่ำ ทำให้เกิดความไม่เกรงกลัว ที่จะฝ่าฝืนกฎหมาย จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องแก้ไขปรับปรุงกฎหมายฉบับนี้

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการศึกษากร่าง แก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 เพื่อมิให้คนต่างด้าวอาศัยช่องว่างทางกฎหมายเข้ามาประกอบธุรกิจที่สงวนและเพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นธรรมและโปร่งใส รวมถึงเพื่อสร้างความมั่นใจในการลงทุน และในขณะเดียวกันยังสามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้กับธุรกิจไทยได้อย่างพอเพียง ซึ่งขณะนี้ ร่าง พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว (ฉบับที่...) พ.ศ. ได้นำเข้าวาระการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2550 โดยที่ประชุม สนช. มีมติรับหลักการในวาระที่ 1 และแต่งตั้งคณะกรรมการวิสามัญ เพื่อพิจารณาร่าง พ.ร.บ. ดังกล่าวแล้วเสร็จ และส่งให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติพิจารณา ซึ่งในการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวาระ 2 และ 3 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2550 คณะกรรมาธิการฯ ได้ขอออกร่างฯ กลับไปพิจารณาทบทวนอีกครั้ง

4.2 พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง พ.ศ.

กระทรวงพาณิชย์ ได้เห็นความสำคัญของการกำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ที่มีปัญหาต่อเนื่องมาเป็นเวลาประมาณ 7-8 ปีแล้ว จึงได้ยกร่าง พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง พ.ศ. สำหรับใช้กำกับดูแลการค้าดังกล่าว ให้เกิดความเป็นธรรมในระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่ รายเล็ก โชห่วย และผู้ผลิต เพื่อให้ผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่งทั้งหลาย สามารถประกอบกิจการอยู่ได้โดยมีการแข่งขันที่เป็นธรรมเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจการค้าในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งขณะนี้ คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติหลักการร่าง พ.ร.บ. ดังกล่าว ตามที่กระทรวงพาณิชย์เสนอเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2550 และให้ส่งให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา ก่อนเสนอสภานิติบัญญัติแห่งชาติพิจารณาต่อไป ซึ่งคาดว่าจะดำเนินการให้มีผลบังคับใช้ได้ภายในรัฐบาลชุดนี้

4.3 พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542

ที่ผ่านมา พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มีผลใช้บังคับมาเป็นเวลา 7 ปี แต่ยังไม่สามารถออกประกาศ “กำหนดหลักเกณฑ์การเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด” เพื่อใช้ป้องกันพฤติกรรมผูกขาด หรือการจำกัดการแข่งขันทางการค้าได้ ทำให้กฎหมายดังกล่าวมีผลบังคับใช้ได้ไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ กระทรวงพาณิชย์ จึงได้ผลักดันให้มีการออกประกาศหลักเกณฑ์ “ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด” ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้มีผลบังคับใช้แล้ว เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2550 ซึ่งจะส่งผลให้กลไกบังคับใช้กฎหมาย สัมฤทธิ์ผลในทางปฏิบัติต่อไป

4.4 พ.ร.บ. สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกันภัย

โดยที่ธุรกิจประกันภัย จัดเป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่ง จึงเห็นสมควรปรับโครงสร้างกรรมการประกันภัยให้เป็นองค์กรอิสระเพื่อกำกับดูแลให้ธุรกิจดังกล่าว เป็นไปตามมาตรฐานสากล ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งและแข่งขันได้ ให้ทั้งกับภาคธุรกิจดังกล่าวอย่างเต็มประสิทธิภาพ อันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาระบบการเงิน เศรษฐกิจ และสังคม โดยรวมของประเทศ

กระทรวงพาณิชย์ จึงได้ยกร่าง พ.ร.บ. สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกันภัยขึ้น ซึ่ง ครม. ได้มีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2550 และผ่านการพิจารณาของ สนช. ในวาระที่ 2 และ 3 แล้ว เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2550

และได้นำขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อลงพระปรมาภิไธยแล้ว โดยได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้มีผลบังคับใช้เมื่อ 1 กันยายน 2550

นอกจากนี้ได้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการประกันภัยต่างๆ ให้มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ พ.ร.บ. คู่ครองผู้ประสบภัยจากรถยนต์ (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้มีผลบังคับใช้เมื่อ 6 เมษายน 2550) พ.ร.บ. ประกันชีวิต และ พ.ร.บ. ประกันวินาศภัย (ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างการแจ้งยืนยันของกระทรวงพาณิชย์ไปยังคณะรัฐมนตรี)

4.5 พ.ร.บ. มาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น พ.ศ...(มาตรการ Safeguards)

การยกร่าง พ.ร.บ. มาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น พ.ศ....(มาตรการ Safeguards) เนื่องจากตามพันธกรณีที่ผูกพันไว้ภายใต้กรอบ WTO และตลาด FTA เปิดโอกาสให้ประเทศสมาชิกสามารถใช้กฎหมาย Safeguard เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในได้ จึงมีการยกร่างพ.ร.บ.ดังกล่าวขึ้น โดยที่ประชุมคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2550 และผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ



4.6 กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

เพื่อแก้ไขปัญหาลุทธิการที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายในปัจจุบัน และเพื่อความเหมาะสมกับสถานะที่เปลี่ยนแปลงไปกระทรวงพาณิชย์ได้ยกร่างกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ ร่าง พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ (อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา) ร่าง พ.ร.บ. สิทธิบัตร (อยู่ระหว่างการพิจารณาของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี) และ ร่าง พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า (ผ่านการพิจารณาของคณะรัฐมนตรีแล้ว เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2550 ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา)



4.7 พ.ร.บ. หอการค้าฯ

กระทรวงพาณิชย์ ได้เสนอร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ.2509 ในประเด็นที่ขอให้ยกเลิกข้อกำหนดที่ให้หอการค้าต่างประเทศต้องจัดตั้งเฉพาะในกรุงเทพมหานคร และข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติของการเข้าเป็นสมาชิกหอการค้าต่างประเทศ ที่กำหนดให้ต้องมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ เท่านั้น คณะกรรมการกฤษฎีกาได้ตรวจพิจารณาร่างพระราชบัญญัติเรียบร้อยแล้ว และสภานิติบัญญัติแห่งชาติมีมติเห็นสมควรให้ประกาศใช้เป็นกฎหมายเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2550 ขณะนี้อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อนำขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อลงพระปรมาภิไธย

4.8 พ.ร.บ. คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ.

กระทรวงพาณิชย์ได้ปรับปรุงกฎหมาย ซึ่งเดิมเป็นประกาศกระทรวงพาณิชย์ โดยได้ยกร่างเป็น พ.ร.บ. คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. ซึ่งขณะนี้ได้ปรับปรุงแล้วเสร็จ และอยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา โดยคณะกรรมการกฤษฎีกา คณะที่ 11 ได้ตรวจพิจารณาร่างเรียงรายมาตราเสร็จสิ้นในวาระสอง และอยู่ระหว่างพิจารณาในวาระที่สาม

5. การส่งเสริมการค้าที่เสรี เป็นธรรม ค่อยเป็นค่อยไป และมีแนวคุ่มกัน

5.1 การจัดตั้งกองทุนเพื่อรองรับการปรับตัวของอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม ที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรี กระทรวงพาณิชย์ ได้หารือร่วมกับสำนักงานงบประมาณ และกรมบัญชีกลาง (เมื่อ 7 มิถุนายน 2550) ในการพิจารณารูปแบบการจัดตั้งกองทุน โดยได้ขอสรุปให้กระทรวงพาณิชย์นำเสนอคณะรัฐมนตรี พิจารณาอนุมัติให้จัดตั้งกองทุนฯ ในปี 2552 โดยอาศัยอำนาจตาม พ.ร.บ. วิธีการงบประมาณ

5.2 การสร้างระบบ Early Warning ทางการค้า โดยมีการศึกษา วิเคราะห์ และติดตามมาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้าต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง ประมวลจัดทำเป็นฐานข้อมูลกฎระเบียบและมาตรการทางการค้าเผยแพร่ทางเว็บไซต์ นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ ยังมีการจัดตั้งคณะทำงานร่วมกับภาคเอกชน เพื่อศึกษา ติดตามกฎระเบียบ และมาตรการทางการค้าใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้น และมีผล

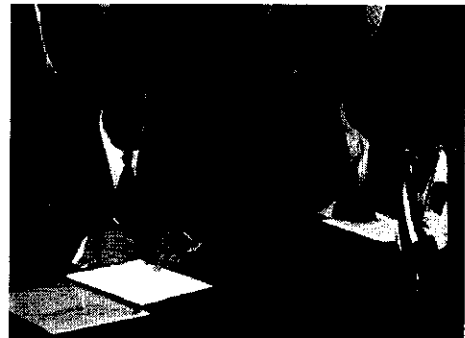
บังคับใช้แล้ว เพื่อร่วมกันพิจารณาแนวทางดำเนินการ ทั้งในด้านการเตือนภัยและการเตรียมความพร้อมรองรับการบังคับใช้ของมาตรการนั้นๆ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหากับประเทศคู่ค้า ที่ใช้ข้อกีดกันทางการค้า และให้ข้อเสนอแนะในการใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีของไทย

5.3 การส่งเสริม ผลักดัน และเข้าร่วมการประชุมเจรจาภายใต้กรอบการเจรจาการค้าต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งในกรอบการเจรจาการค้าพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี โดยเน้นบทบาทเชิงรุกที่สำคัญ อาทิ

- การเข้าร่วมประชุมภายใต้กรอบเอเปค ได้แก่ การประชุมรัฐมนตรีการค้าเอเปค ครั้งที่ 13 การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสเอเปค ครั้งที่ 3/2550 เมื่อเดือนกรกฎาคม 2550 ณ ประเทศออสเตรเลีย



- การผลักดันการดำเนินงาน ASEAN Integration และการเจรจาเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งขณะนี้ ข้อเสนอส่วนใหญ่ของร่าง AEC Blueprint ได้ผ่านความเห็นชอบของที่ประชุมประเทศสมาชิก และคาดว่าจะสามารถเสนอให้ที่ประชุมผู้นำอาเซียนลงนามในช่วงปลายปี 2550



- การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานการค้าในกรอบทวิภาคีและการเจรจาจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ที่สำคัญ อาทิ การประชุมคณะกรรมการเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย การประชุมคณะผู้เจรจาเพื่อจัดทำความตกลงทางการค้าระหว่างไทยกับยูเครน การประชุมคณะเจรจาการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลี และอาเซียน-ญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้เดินทางเยือนประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยอย่างเป็นทางการ เช่น สาธารณรัฐคาซัคสถาน สหพันธรัฐรัสเซีย ยูเครน และอินเดีย เป็นต้น เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทวิภาคี และขยายความร่วมมือด้านการค้าและการลงทุนระหว่างกัน

5.4 การส่งเสริม และเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการไทย ให้สามารถใช้ประโยชน์สูงสุดจากความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) หลังจากที่ JTEPA มีการลงนามกันแล้วเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2550 โดยความตกลงดังกล่าวได้ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งจากการทำประชาพิจารณ์ และการได้รับความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การค้าระหว่างไทยและญี่ปุ่น จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก หลังจากความตกลงนี้มีผลบังคับใช้ในประมาณเดือนตุลาคม 2550

กระทรวงพาณิชย์ได้ส่งเสริมและเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์สูงสุดจากความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ดังกล่าว โดยได้จัดสัมมนาการใช้ประโยชน์จาก JTEPA ให้ทั่วถึงทุกภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี และชลบุรี ในรายสาขา เช่น อาหาร สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อัญมณี และ ปิโตรเคมี

5.5 การพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจและขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ

- การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้ากับต่างประเทศ

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และผู้บริหารระดับสูงเดินทางเพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า การลงทุน ตลอดจนนำภาคธุรกิจเอกชนเจรจาธุรกิจ(Business Matching) กับประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพในภูมิภาคต่างๆ ที่สำคัญได้แก่ การเดินทางเยือนมณฑลสำคัญของสาธารณรัฐประชาชนจีน (เช่นการเยือนกรุงปักกิ่ง นครคุนหมิง มณฑลเหอหนาน มณฑลทางตะวันตก(หนิงเซี่ย กานซู ชินเจียง) และมณฑลซานตง สาธารณรัฐประชาชนจีน) รัสเซีย ยูเครน อียิปต์ ตุรกี ปากีสถาน โดยมีประเภทกลุ่มธุรกิจและกลุ่มสินค้าที่เข้าร่วมการประชุม Business Matching ในหลายสาขาคือ ธุรกิจแฟชั่นไฮสปีดตาเคา/ร้านกาแฟ สปา สายการบิน ก่อสร้าง สินค้าอาหาร คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องใช้ในครัวเรือน สินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ อุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นต้น

การร่วมพิธีเปิดงาน India International Jewelry Show 2007 (IJS 2007 ณ เมืองมุมไบ สาธารณรัฐอินเดีย ตามคำเชิญของสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ การเข้าร่วมประชุม Thai – EU Business Forum ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นการหารือระหว่างภาคเอกชนไทยกับภาคเอกชนสหภาพยุโรป เพื่อร่วมหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการค้า รวมถึงแสวงหาช่องทางในการขยายการค้าระหว่างกัน

นอกจากนี้ได้เดินทางเยือนประเทศญี่ปุ่น เพื่อเฉลิมฉลองความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-ญี่ปุ่น 120 ปี และร่วมในคณะนายกรัฐมนตรี เพื่อลงนามในความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ทั้งนี้ ได้มีการหารือทวิภาคีกับนายอาคิระ อามาริ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) ของญี่ปุ่น ในประเด็นการแก้ไขพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาคเอเชีย (CEPEA) และสถาบันวิจัยเศรษฐกิจแห่งเอเชีย (ERIA) นอกจากนี้ได้มีการลงนามแถลงการณ์ความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนระหว่างรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ไทยและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมญี่ปุ่น (Joint Statement of the Minister of Economy, Trade and Industry of Japan and Minister of Commerce of The Kingdom of Thailand) ตลอดจนเข้าร่วมเป็นสักขีพยานในการลงนามความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) และมีการสัมมนาเรื่อง Thailand-Japan Business, Investment and Tourism Forum นอกจากนี้ ได้มีการหารือระหว่างบรรษัทการค้ารายใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น 5 บริษัท และการหารือระหว่างสมาคมอาหาร ซึ่งฝ่ายญี่ปุ่นได้เสนอให้ไทยจัดทำ One Stop Service เพื่อดูแลการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิต จนถึง การส่งออก การหารือระหว่างสมาคมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เกี่ยวกับกรอบความร่วมมือในอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Textile and Apparel Cooperation under the Japan-Thailand Economic Partnership Agreement) โดยภาคเอกชนของญี่ปุ่น (Japan Textile Federation) ยินดีที่จะรับตั้งองค์ประกอบเพื่อการจัดตั้ง Working Meeting รวมถึงการจัดคณะมาเยือนไทยภายในเดือนกันยายน 2550 นี้ สำหรับการหารือระหว่างสมาคมอัญมณีนั่น ฝ่ายญี่ปุ่นได้เน้นย้ำเรื่องการเปิดเผยข้อมูลและการให้ข้อมูลที่ชัดเจน

- การเชื่อมโยงระบบโครงข่ายการคมนาคมและการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทางการค้า

ภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region Economic Cooperation : GMS) เพื่อเร่งใช้ประโยชน์ตามเส้นทาง East West Economic Corridor และสะพานมิตรภาพ 2 และการใช้ประโยชน์ด้านการค้า การลงทุนและโลจิสติกส์ ในเส้นทางสาย North South Economic Corridor และ East West Economic Corridor โดยครอบคลุมการอำนวยความสะดวกด้านการค้า การเพิ่มศักยภาพ การจัดการธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาความร่วมมือด้านการค้าและกระจายสินค้า

โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้เดินทางเยือนประเทศลาวและจีนตามเส้นทาง R3E (จีน-ลาว-ไทย) เพื่อสำรวจเส้นทางถนนในการขนส่งสินค้าส่งออกนำเข้าผ่านแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศทั้งสอง และสร้างความสัมพันธ์ขยายความร่วมมือทางการค้า ตลอดจนเจรจาการค้ากับภาคธุรกิจ อันจะช่วยส่งเสริมการขยายปริมาณการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวระหว่างไทย-ลาว-จีนตอนใต้ หรือ มณฑลยูนหนาน ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพ รวมทั้งสามารถใช้เป็นประตูจีนตอนกลางและจีนตะวันตก อีกทั้งลดต้นทุนและระยะเวลาการขนส่งสินค้าลงได้

จากผลการเยือนดังกล่าว ได้มีการเห็นชอบให้จัดตั้งคณะทำงานร่วมด้านการค้าและระบบบริการจัดการขนส่งสินค้าและบริการ (Logistics) ประกอบด้วยผู้แทนภาครัฐและเอกชน ทั้งในระดับสองฝ่าย (ไทย-ลาว และไทย-จีน) และระดับสามฝ่าย (ไทย-ลาว-จีน) ตลอดจนการอำนวยความสะดวกทางการค้า การขนส่ง กฎระเบียบทางการค้าระหว่างกัน

- การส่งเสริมการส่งออกสินค้าอาหาร

กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายในการส่งเสริมการส่งออกอาหารฮาลาลให้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันประชาคมมุสลิมทั่วโลกมีถึงประมาณ 1,300 ล้านคน จึงนับว่าเป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูง ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายในการผนวกการพัฒนาและส่งเสริมอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก ให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย Kitchen of the World ซึ่งนอกจากจะเป็นส่วนช่วยผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไทยแล้ว ยังจะสามารถช่วยเหลือจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีโอกาสทางการค้า/ธุรกิจ และรายได้เพิ่มมากขึ้น

6. การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน

6.1 การพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs โดยเน้นการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการในภูมิภาค ให้มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจในประเทศและผลักดันสู่สากล โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

- การคัดเลือกผู้ประกอบการ ภูมิภาค (Recruitment) จาก 75 จังหวัด ร่วมโครงการ โดยพาณิชย์จังหวัดและผู้แทนสภาอุตสาหกรรม จังหวัดร่วมดำเนินคัดเลือกผู้ประกอบการได้จำนวน 1,314 ราย



- การจัดทำฐานข้อมูลและรหัสประจำตัวผู้ประกอบการภูมิภาค (Entrepreneur Directory) เพื่อเพิ่มสมรรถนะในด้านต่างๆ และติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง



- การดำเนินโครงการพัฒนาผู้ประกอบการภูมิภาคสู่การเป็นชาติการค้า ซึ่งเริ่มดำเนินโครงการบ่มเพาะไปแล้วทั้ง 4 ภาค โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้เดินทางไปมอบนโยบายในการมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการภูมิภาคให้มีศักยภาพสู่สากล ซึ่งเป็นการดำเนินงานแบบบูรณาการจากหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ และภาคเอกชน โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านต่างๆ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการให้คำปรึกษาธุรกิจจากหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์

- โครงการ 4 ประสานขับเคลื่อนธุรกิจภูมิภาคสู่การค้าระดับโลก (Local to Global) ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาผู้ประกอบการร่วมกัน ระหว่างกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และธนาคารเพื่อการนำเข้าและการส่งออกแห่งประเทศไทย โดยเริ่มดำเนินโครงการเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2550 กิจกรรมประกอบด้วย การเสวนาเชิงปฏิบัติการ การจัดอบรม 5 ครั้ง ที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก (ในหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมกับสถานะการแข่งขัน การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน และการวิเคราะห์การลงทุน กลยุทธ์การเจาะตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์) และการขยายตลาดโดยจัดคณะนักธุรกิจขยายตลาดการค้าเป้าหมาย และศึกษาการพัฒนาศักยภาพการผลิตการตลาดเชิงแข่งขัน ในตลาดรัสเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย

- การจัดกิจกรรมค่ายการตลาด (Marketing Camp) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวโน้มนตลาดเพื่อพัฒนาเข้มข้น ติดตามประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำเข้าสู่ตลาดโดยการดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยกำหนดจัดกิจกรรม 4 ครั้ง ในภาคเหนือ ภาคกลางและตะวันออก ภาคอีสาน และภาคใต้ ซึ่งเมื่อวันที่ 6-8 สิงหาคม 2550 ได้เริ่มกิจกรรมในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นค่ายการตลาดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของไข่และของตกแต่งบ้าน

- การเสริมสร้างศักยภาพ SMEs ภูมิภาคสู่ตลาดจีน โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแก่ผู้ประกอบการภูมิภาคเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจในการเข้าสู่ตลาดจีน การปรับตัวรองรับสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง และรู้เท่าทันต่อระบบการค้าใหม่ ตลาดใหม่ ดำเนินธุรกิจรูปแบบที่เหมาะสม สร้างความยั่งยืนต่อธุรกิจของตนได้ โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ธุรกิจที่ไทยมีู่ทางและความสามารถในการแข่งขันในจีน เช่น อัญมณี ผลไม้ เป็นต้น

6.2 การเชื่อมโยงผลผลิตสู่ตลาดโดยการส่งเสริมการตลาดข้าวหอมมะลิไทย โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดข้าวหอมมะลินิธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์นานาชาติ งาน Bio Fach 2007 ณ เมืองนูเรมเบิร์กประเทศเยอรมนี (12-18 กุมภาพันธ์ 2550)

6.3 การส่งเสริมการค้าบริการ กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจบริการในสาขาที่ไทยมีศักยภาพ ได้แก่ ร้านอาหารไทย สปา ธุรกิจสุขภาพ/เสริมสวย สิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ ฯลฯ โดยเน้นการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการ และการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ การขยายตลาดส่งออก และการลงทุนภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

6.4 การพัฒนาสมรรถนะของผู้ค้าปลีกดั้งเดิม ให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันโดยเน้นการปรับทัศนคติ และพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ทันสมัย และมีมาตรฐานสากล รวมถึงพัฒนาโครงสร้างและสภาพแวดล้อมที่ดีในการดำเนินธุรกิจ อาทิ การสร้างและเชื่อมโยงข้อมูลธุรกิจให้ทันสมัย และเข้าถึงง่าย การสร้างระบบบริการเบ็ดเสร็จในการจดทะเบียนประกอบธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจ การจัดหาแหล่งทุน เป็นต้น



นอกจากนี้จากการที่ผู้ค้าปลีกดั้งเดิม ได้รับผลกระทบจากการขยายสาขาของผู้ค้าปลีกรายใหญ่ ดังเช่น ตลาดบ้านแพ้ว อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ที่ได้ร้องเรียนถึงความเดือดร้อนจากผลกระทบดังกล่าว รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้เดินทางไปปรับฟังปัญหาและแนวทางแก้ไข โดยให้นโยบายการจัดทำโครงการปรับปรุงพัฒนาตลาดบ้านแพ้วเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งให้ความรู้การสร้างภาพลักษณ์และการตลาดแก่ผู้ประกอบการตลอดจนปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ให้สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ยกย่องเศรษฐกิจของจังหวัดและ พัฒนาสมรรถนะของผู้ค้าปลีกดั้งเดิม ให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขัน ซึ่งขณะนี้ทางเทศบาลตำบลบ้านแพ้วได้มีการประชุมคณะทำงาน ที่มาจากผู้ประกอบการของธุรกิจต่างๆ เพื่อดำเนินการปรับปรุงตลาด รวมถึงกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อจะใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาผู้ค้าปลีกดั้งเดิมในที่อื่นต่อไป

6.5 การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทางการค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนการทำ
ธุรกิจการค้า อันจะผลักดันให้การค้าของประเทศขยายตัวทุกระดับ ดังนี้

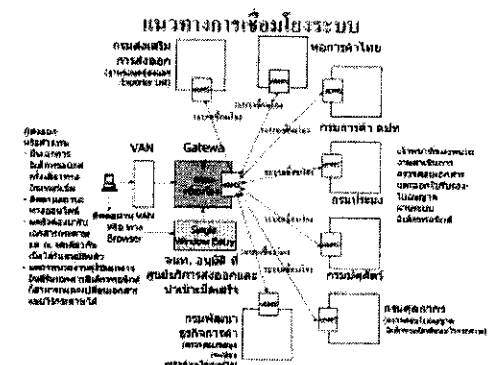
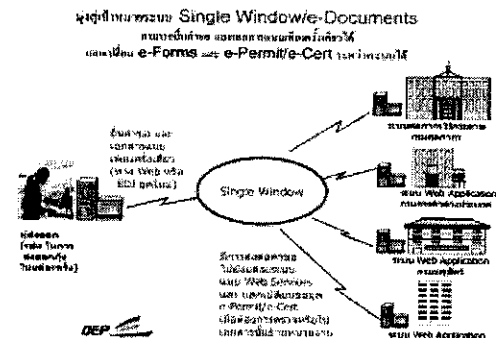
- การจัดทำร่างยุทธศาสตร์โลจิสติกส์
ร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ซึ่งแบ่งเป็น
6 ด้าน คือ (1) การพัฒนาระบบอำนวยความสะดวก
ทางการค้าและกฎระเบียบให้เอื้อต่อการค้า เช่น
ระบบเอกใบรับรองและใบอนุญาตทาง
อิเล็กทรอนิกส์แบบเบ็ดเสร็จ การจัดตั้งศูนย์บริการ
ส่งออกเบ็ดเสร็จ เป็นต้น (2) การยกระดับผู้ให้
บริการโลจิสติกส์ โดยสนับสนุนให้มีมาตรการ
ส่งเสริมทางการเงิน การคลัง การตลาด และการ
พัฒนาทักษะและความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ให้บริการโล
จิสติกส์ และการรับรองสถานะทางกฎหมายของผู้
ให้บริการโลจิสติกส์ (3) การเพิ่มศักยภาพการ
จัดการโลจิสติกส์ทางการค้าของธุรกิจ โดยสนับสนุน
ให้ผู้ส่งออกและผู้ผลิตให้ความสนใจกับการบริหาร
จัดการโลจิสติกส์ในองค์การให้มีประสิทธิภาพ

(4) การพัฒนาโครงข่ายกระจายสินค้าและความร่วมมือทางโลจิสติกส์ทางการค้า โดยส่งเสริมให้คนไทยและ
ต่างประเทศ โดยเฉพาะอาเซียนกับจีนมีการทำพันธมิตรทางธุรกิจด้านการกระจายสินค้าและจัดส่ง
สินค้า (5) การพัฒนาบริการสนับสนุน การจัดการโลจิสติกส์ทางการค้า เช่น บริการประกันภัย บริการความเสี่ยง
ทางการเงิน ซอฟต์แวร์และศูนย์ข้อมูลโลจิสติกส์ เป็นต้น (6) การยกระดับประสิทธิภาพการจัดการสินค้า
ยุทธศาสตร์แบบครบวงจร โดยเฉพาะสินค้า ที่เป็นกลุ่มรากหญ้าและเป็นสินค้ายุทธศาสตร์ของรัฐ เช่น ข้าว ผัก
ผลไม้ เสื้อผ้าสิ่งทอ ชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น

- จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้ในเรื่องของโลจิสติกส์แก่ผู้ประกอบการ
ผู้ส่งออก รวมถึงเจ้าหน้าที่กระทรวงฯ เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องโลจิสติกส์กับอำนวยความสะดวก
ทางการค้า และการลดต้นทุนการส่งออก รวมถึงการขยายตลาดต่างประเทศ

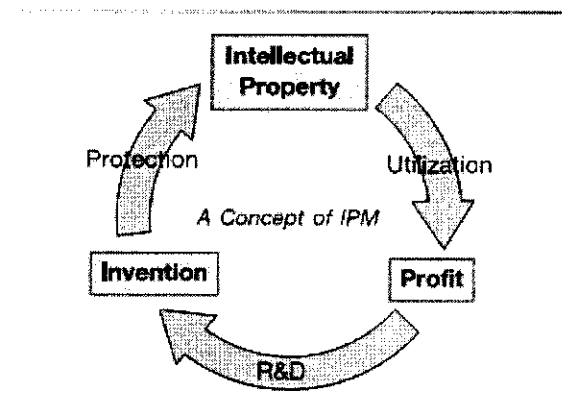
- การจัดทำร่าง MOU ความร่วมมือสามฝ่ายเพื่อเร่งใช้ประโยชน์ตามเส้นทาง East
West Economic Corridor และสะพานมิตรภาพ 2 และวางแผนการใช้ประโยชน์ด้านการค้า การลงทุนและโล
จิสติกส์ในเส้นทางสาย North South Economic Corridor และ West Economic Corridor โดยครอบคลุมการ
อำนวยความสะดวกด้านการค้า การเพิ่มศักยภาพ การจัดการธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาความร่วมมือ
ด้านการค้าและกระจายสินค้า

Single Window : โลจิสติกส์อัจฉริยะ



6.6 การส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

- การจัดตั้งศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญา ดำเนินโครงการเรียนรู้ทรัพย์สินทางปัญญาทางไกลผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาขั้นพื้นฐานแก่ประชาชนทั่วไปผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมทั้ง จัดประชุมเชิงปฏิบัติการระดับศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยทรัพย์สินทางปัญญา



- การแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน จัดจุดนัดพบและบริการคำขอกู้เงินเคลื่อนที่ และการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจกระบวนการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน

- การแก้ไขปัญหาละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาไทยในต่างประเทศ โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศต่างๆ เพื่อตรวจสอบ ปราบปรามและจับกุมสินค้าละเมิดและปลอมแปลงสินค้าของไทย เช่น กรณีการลอกเลียนฉากข้างกระป๋องผลิตภัณฑ์เงาะกระป๋องของไทย โดยสินค้าที่ผลิตจาก มลฑล กวางสี ประเทศจีน เป็นต้น

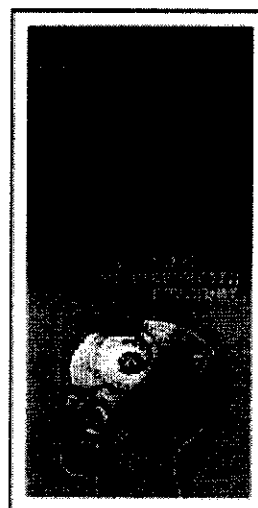
นโยบายพิเศษ

1. โครงการเฉลิมพระเกียรติ 80

พรรษา

1.1 โครงการประกวดผลงาน

สิทธิบัตรการประดิษฐ์ เพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในเนื่องในโอกาสสมามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ตลอดจนเพื่อปลูกฝังให้ประชาชนและเยาวชนเป็นนักประดิษฐ์คิดค้น โดยให้ผู้สนใจส่งผลงานประกวด



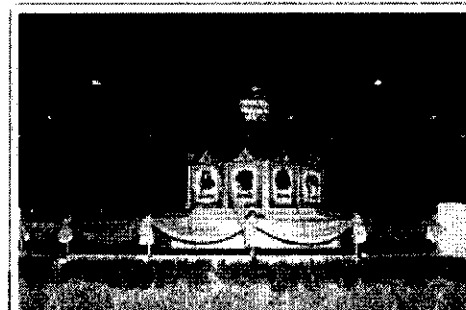
1.2 การจัดประชุม Thailand Rice

Convention 2007

เพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ให้ความสำคัญต่อข้าวไทยและเกษตรกรไทย เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะประเทศผู้นำด้านการส่งออกข้าว และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ส่งออกของไทยและผู้นำเข้าข้าวทุกภูมิภาคทั่วโลก รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้



ชาวต่างชาติทราบถึงคุณลักษณะพิเศษและความโดดเด่นของข้าวไทย เพื่อรักษาและขยายตลาดข้าวไทยในตลาดโลก กระทรวงพาณิชย์กำหนดจัดงานดังกล่าวขึ้น โดยได้เชิญคณะผู้แทนการค้าและสื่อมวลชนจากประเทศผู้นำเข้าข้าวทั่วโลก เข้าร่วมพระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญในวันพืชมงคล (10 พฤษภาคม 2550) ณ มณฑลพิธีสนามหลวง และจัดประชุมวิชาการ รวมทั้งการจัดนิทรรศการ “ในหลวงกับข้าวไทย” (The King and Thai Rice) ในวันที่ 11-12 พฤษภาคม 2550 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค เมืองทองธานี โดยเชิญนายกรัฐมนตรี เป็นประธานเปิดการประชุมผู้เข้าร่วมงานประกอบด้วยผู้นำเข้าภาคเอกชน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก สื่อมวลชนต่างประเทศ และแขกรับเชิญจากต่างประเทศ



ทั้งนี้ กระทรวงฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการจัดประชุม โดย ดร.สุเมธ ตันติเวชกุล กรรมการและเลขาธิการมูลนิธิชัยพัฒนาและประธานมูลนิธิข้าวไทยฯ เป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานกรรมการ เพื่อติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงาน รวมทั้ง ได้จัดกิจกรรมเข้าร่วมพระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ของคณะผู้แทนการค้า

1.3 โครงการทำบุญพัฒนาจิตใจ

เพื่อถวายพระเจ้าแผ่นดิน กระทรวงพาณิชย์ได้จัดกิจกรรมทำบุญเพื่อถวายเป็นพระราชกุศล ได้แก่ การจัดข้าวโมกข์สามัคคีแก่ข้าราชการ ทำบุญถวายสังฆทานและภัตตาหารเพลแด่พระสงฆ์ ทอดผ้าป่าเดินสายทำบุญตามมูลนิธิและสมาคมต่าง ๆ จัดอบรมปฏิบัติธรรม และการจัดอุปสมบท บรรพชาสามเณร จำนวน 80 รูป รวมทั้งการบริจาคโลหิต



2. การเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

2.1 มาตรการที่ดำเนินการแล้ว ได้แก่

- มาตรการลดอัตราค่าธรรมเนียมร้อยละ 50 ในการจดทะเบียนการจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัด/บริษัท การแก้ไขเปลี่ยนแปลงทางทะเบียน การขอตรวจสอบเอกสาร การขอหนังสือรับรอง ซึ่งจะได้ออกกฎกระทรวงต่อไป

- การสนับสนุนค่าเบี้ยประกันภัยส่วนต่างของการประกันภัยทรัพย์สิน คุ่มครองภัยก่อการร้ายระหว่างร้อยละ 0.5-2.0 ให้แก่ผู้ประกอบการ (ผู้ประกอบการจ่ายร้อยละ 0.5 ส่วนเกินรัฐบาลจ่ายชดเชยให้เป็นระยะเวลา 3 ปี) โดยใช้วงเงินประมาณ 80 ล้านบาท (ขณะนี้อยู่ระหว่างสำนักงานประมาณจัดสรรเงินให้)

2.2 แผนงานสำคัญในปี 2550 ซึ่งสอดคล้องกับ สอ.บต. คือ แผนการดูแลภาวะการครองชีพให้กับประชาชนใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (โครงการธงฟ้า-ราคาผู้ผลิต) แผนการเสริมสร้างรายได้และพัฒนาอาชีพให้กับประชาชน (จัดหาตลาดจำหน่ายผลไม้ให้เกษตรกร) และแผนการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า/เปิดตลาดต่างประเทศ โดยเน้นประเทศเพื่อนบ้าน (เช่น จีน อาเซียน) และประเทศมุสลิม โดยได้จัดคณะเดินทางเพื่อร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ และจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างนักธุรกิจจาก 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และผู้ประกอบการในประเทศดังกล่าว

3. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ

กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดมาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยการจัดมหรกรรมใหญ่ที่จะสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นให้คนไทยมีกำลังใจ ความเชื่อมั่น และมีการใช้จ่าย/บริโภคมากขึ้น เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะจัดกิจกรรมให้กระจายตัวตลอดทั้งปี และให้ครอบคลุมพื้นที่ทุกภาคของประเทศ ที่ดำเนินการแล้วมีดังนี้

3.1 การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อกระตุ้นการบริโภค

- งานแสดงสินค้า "แต่งบ้านอยู่สบาย แต่งกายดูดี" เพื่อเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนาฯ เนื่องในโอกาสมหามงคลเจริญพระชนมายุ 7 รอบ ระหว่างวันที่ 29 มิ.ย.-8 ก.ค. 50

- การประชาสัมพันธ์ โครงการ Amazing Thailand Grand Sale 2007 (มิ.ย.-ส.ค. 50) โดยกระทรวงพาณิชย์ ร่วมมือกับ ททท. ในการประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวในต่างประเทศ ผ่านทางสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 56 แห่ง และประชาสัมพันธ์ในประเทศ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาใช้จ่ายในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมให้คนไทยนิยมบริโภคสินค้าไทยที่มีคุณภาพทัดเทียมกันเพื่อทดแทนการเดินทางไปจับจ่ายยังต่างประเทศ

- การจัดงานมหกรรม

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และ OTOP Select 2007 ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในภูมิภาคจัดงานขึ้นเพื่อส่งเสริมการค้าระดับภูมิภาคต่างๆของประเทศ ซึ่งงานดังกล่าวจะเป็นสื่อกลางนำผู้ซื้อและผู้ขายทั้งในภูมิภาคและต่างภูมิภาคมาพบกัน เพื่อขยายเครือข่ายธุรกิจและตอบสนองความต้องการในการบริโภคของประชาชนในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้ ยังช่วยส่งเสริมด้านการตลาดและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ครัวเรือน ส่งผลให้เศรษฐกิจในท้องถิ่นเข้มแข็ง และก่อให้เกิดการบริโภคและการจ้างงานตามมาเป็นลำดับ โดยกิจกรรมในงานประกอบด้วย การแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP สินค้าอุปโภคบริโภค การเจรจาธุรกิจ การให้คำปรึกษาธุรกิจและให้บริการความรู้ทางการค้า

รวมถึงกิจกรรมบันเทิงจากค่ายเพลงต่างๆ ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้เริ่มดำเนินโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจแล้ว 2 ครั้ง คือ “งานมหกรรมพาณิชย์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีสาน ครั้งที่ 1” จังหวัดนครราชสีมา (21-25 กรกฎาคม 2550) มียอดขาย 7.25 ล้านบาท และ “งานมหกรรมพาณิชย์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคเหนือ” จังหวัดเชียงใหม่ (25-31 กรกฎาคม 2550) มียอดขาย 30.4 ล้านบาท ครั้งที่ 3 “งานมหกรรมพาณิชย์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคใต้” จังหวัดนครศรีธรรมราช (22-26 สิงหาคม 2550) มียอดขาย 11.048 ล้านบาท



สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์

3 กันยายน 2550