



ที่ พณ 0208.3/ 4065

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
รับที่.....
วันที่ 4 ต.ค. 2558
สวท. 1/481
วันที่ 16 ต.ค. 50
เวลา 15.00

กระทรวงพาณิชย์
44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอ
อ.เมือง จ. นนทบุรี 11000

จัดเข้าวาระ 30 ต.ค. 2550

22 ตุลาคม 2550

เรื่อง ผลการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ ในรอบ 1 ปี (ตุลาคม 2549 – ตุลาคม 2550)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ผลการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในรอบ 1 ปี (ตุลาคม 2549 – ตุลาคม 2550)

ตามที่กระทรวงพาณิชย์ได้เสนอผลการดำเนินงานของกระทรวง เพื่อให้สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีพิจารณา และนำเรียนคณะรัฐมนตรีทราบเป็นระยะในทุกลไตรมาส นั้น

บัดนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำสรุปผลการดำเนินงานในรอบ 1 ปี (ตุลาคม 2549 – ตุลาคม 2550) เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาล รายละเอียดดังสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำเสนอที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายเกริกไกร จีระแพทย์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

กร 1
สก ก ได้นำเสนอคณะรัฐมนตรี

เมื่อวันที่ 30 ต.ค. 2550

(ทราบเพื่อเป็นข้อมูล)

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

จัดอยู่ในประเภทเรื่องทราบเพื่อเป็นข้อมูล
๑๖-๑๓
(นายวิชัย วิทวัสการเวช)
รองเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ปฏิบัติราชการแทน
เลขาธิการคณะรัฐมนตรี



"ผลการดำเนินงานของ กระทรวงพาณิชย์ ในรอบ 12 เดือน"

ตุลาคม 2549 - ตุลาคม 2550



กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

การดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ตามนโยบายของรัฐบาล
ในรอบ 1 ปี (9 ตุลาคม 2549 – 9 ตุลาคม 2550)

นโยบายกระทรวงพาณิชย์
การบริหารเศรษฐกิจ ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

กระทรวงพาณิชย์ได้นำกรอบนโยบายของรัฐบาล โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจมาใช้เป็นแนวทางเพื่อกำหนดนโยบายสำคัญของกระทรวง โดยกำหนดเป้าหมายไว้ 4 ประการ คือ

- มุ่งสู่การเป็นชาติการค้า (Trading Nation)
- เป็นผู้ประกอบการค้าบริการ (Service Provider)
- เป็นนักลงทุนในต่างประเทศ (Investor-Country) และ
- เป็นชาติที่มีความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)

โดยแปลงเป้าหมายออกเป็นทิศทางนโยบาย 6 ประการ ซึ่งมีผลการดำเนินงานในรอบ 1 ปี (9 ตุลาคม 2549 - 9 ตุลาคม 2550) ตามนโยบายดังกล่าว สรุปได้ดังนี้

1. ส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการ ที่มีภาคเอกชนเป็นกลไกขับเคลื่อน



กระทรวงพาณิชย์ได้ผลักดันและส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ การเจรจาเพื่อหาช่องทางขยายการค้า การแสวงหาตลาดใหม่ๆ การส่งออกสินค้าและบริการ ตลอดจนการลงทุนธุรกิจไทยในต่างประเทศ

1.1 การส่งออกขยายตัว แรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

- ช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2549 การส่งออกของไทยมีมูลค่า 34,331.7 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 19.3 ส่งผลให้มูลค่าการค้าของไทยตลอดทั้งปี 2549 เติบโตเป็นมูลค่า 3,100.9 ล้านดอลลาร์ฯ (เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2548 ที่ไทยขาดดุลการค้ามูลค่า 7,236.7 ล้านดอลลาร์ฯ)
- ในปี 2550 กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดเป้าหมายการส่งออกไว้ที่มูลค่า 146,192 ล้านดอลลาร์ฯ หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 12.5
- ช่วง 9 เดือนแรกของปี 2550 (ม.ค.- ก.ย. 50) การส่งออกมีมูลค่า 110,597.9 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปี 2549 ร้อยละ 16.1 และคาดว่าจะตลอดทั้งปีจะส่งออกได้เกินเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.2 ยุทธศาสตร์การส่งออกเชิงรุกในตลาดสำคัญ

- การส่งออกมีทิศทางที่ชัดเจน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กระทรวงพาณิชย์ได้

กำหนดยุทธศาสตร์การส่งออกเชิงรุกในแต่ละภูมิภาค (Regional Hub) ประกอบด้วย 8 ภูมิภาค ได้แก่ จีน อินเดีย สหภาพยุโรป สหรัฐฯ ASEAN เอเชียตะวันออก แอฟริกา และตะวันออกกลาง โดยมีผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงเป็น Hub Leader ที่ทำงานอย่างใกล้ชิดกับสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ และภาคเอกชน อาทิ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

จากการดำเนินการอย่างจริงจังดังกล่าวได้ผลักดันให้การส่งออกทั้งในตลาดหลัก และตลาดใหม่ ช่วง 8 เดือนแรกของปี 2550 มี โดยอัตราการขยายตัวสูง ดังนี้

ตลาดใหม่		ตลาดหลัก	
อัตราขยายตัว	25.3 %	อัตราขยายตัว	10.4 %
- อินเดีย	62.7 %	- ญี่ปุ่น	12.4 %
- ยุโรปตะวันออก	20.8 %	- EU	20.8 %
- ออสเตรเลีย	32.4 %	- อาเซียน	13.6 %
- จีน	27.2 %	- สหรัฐฯ	(-2.7)%
- อินโดจีนและพม่า	20.5 %		
- แอฟริกา	34.8 %		

ทั้งนี้การที่สหรัฐมีอัตราการขยายตัวลดลง เป็นผลมาจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ และการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากสินค้าราคาถูกของจีนที่ส่งออกไปยังสหรัฐ อย่างไรก็ตามกระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดมาตรการในการเร่งผลักดันการส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพมากขึ้น อาทิ จีน อินเดีย ออสเตรเลีย แอฟริกา เป็นต้น เพื่อชดเชยกับการชะลอตัวในตลาดสหรัฐฯ ซึ่งการส่งออกไปยังตลาดใหม่ดังกล่าวมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างชัดเจน โดยในปี 2550 (มค.- สค.) สัดส่วนตลาดใหม่ต่อตลาดหลักเพิ่มขึ้นเป็น 45.5 : 54.5 จาก 43.2 : 56.8 ในปี 2549

- ร่วมมือกับภาคเอกชนอย่างใกล้ชิดในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจการค้า

ในลักษณะของการทำงานเป็นทีม โดยจัดให้มีการประชุมร่วมระดับผู้บริหารระหว่างกระทรวงพาณิชย์และคณะกรรมการร่วมภาคเอกชน (กกร.) 3 สถาบัน (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารแห่งประเทศไทย) โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน ซึ่งการประชุมดังกล่าวจะจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก 2 เดือน เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า และเชื่อมโยงการทำงานระหว่างกันทั้งในระดับจังหวัด ระดับประเทศ และระหว่างประเทศ ในการผลักดันการค้าสินค้าและบริการของไทยให้ขยายตัวอย่างยั่งยืน ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการประชุมไปแล้ว 4 ครั้ง โดยได้มีการพิจารณาแก้ไขปัญหาและประเด็นด้านเศรษฐกิจการค้าที่สำคัญ อาทิ การแข็งค่าของเงินบาท โดยได้มีการเสนอมาตรการระยะสั้นและระยะกลางเพื่อรักษาเสถียรภาพของค่าเงินบาท การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการค้า ได้แก่ การพัฒนาการให้บริการอย่างเป็นระบบ/การตั้งศูนย์บริการ Counter Service รวมถึงการพัฒนาการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงพาณิชย์ในต่างประเทศ การตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือและ

คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ การสร้างความพร้อมของภาคเอกชนและการใช้ประโยชน์จากความตกลงเขตการค้าเสรี JTEPA และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) การฟื้นฟูเศรษฐกิจภาคใต้ เป็นต้น

1.3 สร้างผู้ส่งออกรายใหม่จากภูมิภาค โดยเน้นสร้างผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในกลุ่ม SMEs และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยกระทรวงพาณิชย์ร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น หอการค้าจังหวัดและอุตสาหกรรมจังหวัด ในการคัดเลือกผู้ประกอบการทั้งระดับกลางและระดับก้าวหน้าที่มีความพร้อมจากภูมิภาคได้จำนวน 1,314 ราย เพื่อเข้าสู่โปรแกรมการบ่มเพาะอย่างเข้มข้น ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานถึงระดับการพัฒนามูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างผู้ประกอบการที่มีศักยภาพแบบมืออาชีพ รวมถึงการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจในประเทศ (Local Link) จนถึงการผลักดันผู้ที่มีความพร้อมสู่การแข่งขันระดับโลก ผลักดันให้ได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ สร้างโอกาสการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) เพื่อขยายโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเจรจาขายสินค้าและมีโอกาสขยายสู่ทางการค้าในต่างประเทศได้มากขึ้น

1.4 สนับสนุนธุรกิจไทยสู่สากล (Internationalization)

• ส่งเสริมให้ภาคเอกชนและผู้ส่งออกไทยไปลงทุนและดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ

ในการมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นชาติการค้า (Trading Nation) และเป็นนักลงทุนในต่างประเทศ (Investor-Country) กระทรวงพาณิชย์ได้ผลักดันนโยบายการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่การทำธุรกิจในต่างประเทศ เนื่องจากถึงเวลาแล้วที่ประเทศไทยต้องเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน โดยการออกไปแสวงหาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ที่มีต้นทุนต่ำ (Global Sourcing) การลงทุนตั้งโรงงานผลิตสินค้า การทำ Contact Farming รวมทั้งแสวงหาตลาดใหม่ๆ ให้สินค้าของไทยมีโอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นที่รู้จักในตลาดโลกตลอดจนเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการเปิดเสรีทางการค้าต่างๆ ที่ได้ลงนามไว้อย่างเต็มที่

ในการดำเนินงาน กระทรวงพาณิชย์ได้ดูแลและให้การช่วยเหลือทั้งการให้บริการและคำปรึกษาเชิงลึก รวมทั้งนำพาผู้ประกอบการไทยไปพบกับบริษัทที่สนใจร่วมลงทุน และหน่วยงานของรัฐในประเทศนั้นๆ นอกจากนี้ได้เชิญผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนไปทำธุรกิจต่างประเทศแล้วประสบความสำเร็จมาถ่ายทอดประสบการณ์และเคล็ดลับสู่ความสำเร็จให้ผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่การทำธุรกิจในต่างประเทศ (Internationalization Project) โดยในปัจจุบันมีผู้เข้าร่วมโครงการฯ แล้วจำนวน 171 ราย ในธุรกิจหลักๆ ที่ไทยมีศักยภาพ เช่น สินค้าอาหาร แพชั่นไลฟ์สไตล์ รวมทั้งอุตสาหกรรมหนักรวมทั้งสิ้น 131 ราย และธุรกิจบริการจำนวน 35 ราย ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นที่สร้างความเชื่อมั่นว่าเครือข่ายธุรกิจสินค้าและบริการของไทยจะสามารถก้าวสู่สากล และเสริมสร้างการแข่งขันทางการค้าของไทยในตลาดโลก

นอกจากนี้เมื่อ 11-15 กรกฎาคม 2550 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นหัวหน้าคณะผู้แทนไทยเยือนเมืองเหว่ยผิง มณฑลชานตง ซึ่งมี GDP ประมาณ 2.27 ล้านล้านหยวนใหญ่เป็นอันดับ 2 ของจีนรองจากมณฑลกว่างตง รวมทั้งมีศักยภาพสูงยิ่งในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ มีแหล่งแร่สำคัญ คือ พลอยไพฑูริที่ใหญ่มากที่สุดแห่งหนึ่งในโลก และมีแหล่งถ่านหินสำคัญ โดยกระทรวงพาณิชย์ได้เชิญผู้แทนจากภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ร่วมไปกับคณะผู้แทนการค้าของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดการเจรจา

ความร่วมมือด้านการค้าการลงทุนระหว่างกัน อาทิ ความร่วมมือด้านอัญมณีพลอยสี เขตชายเล่อ เมืองหวยฝ่ง เป็นแหล่งสายแร่พลอยสีน้ำเงินหรือไพลินที่สมบูรณ์ คาดว่ามีพลอยสีหลายร้อยล้านกะรัต แต่ยังขาดแคลนแรงงานในด้านเทคนิคการเผาพลอยและเจียรไนพลอย จึงได้หาหรือความร่วมมือในการนำพลอยสีน้ำเงินจากจีนมาเผาและเจียรไนในไทยแล้วส่งออกไปทำตัวเรือนในชายเล่อ ขณะนี้รัฐบาลท้องถิ่นชายเล่อ กำลังอยู่ระหว่างการก่อสร้างศูนย์การค้าพลอยสีของจีน ในลักษณะเดียวกับศูนย์ Diamond Exchange ในช่างไห่ ดังนั้นจึงนับเป็นโอกาสสูงยิ่งที่ไทยกับชายเล่อจะมีร่วมมือกันในการเปิดศูนย์ Colour Stone Exchange นอกจากนี้ผู้สนใจฝ่ายไทย คือ บริษัท สุพริมจิวเวลรี่ จำกัด ได้ลงนามกับรัฐบาลชายเล่อในข้อตกลงจัดตั้งโรงเรียนและเปิดการสอนวิชาอัญมณีศาสตร์ ตั้งแต่การผลิตในแหล่งพลอยสี การออกแบบการตลาดซื้อขายพลอย และการตลาดต่างประเทศ โดยฝ่ายรัฐบาลชายเล่อได้ออกแบบก่อสร้างโรงเรียนดังกล่าวแล้ว คาดว่าจะเสร็จเปิดดำเนินการได้ภายในสิ้นปีนี้ รวมถึงการสร้างศูนย์การค้าพลอยสีที่จะสร้างเสร็จในปีหน้า

ในส่วนความร่วมมือผลิตพลังงานในรูปแบบโรงงานไฟฟ้าจากถ่านหิน ซึ่งชาวนตงมีแหล่งถ่านหินสำคัญ โดยได้เจรจาเบื้องต้นกับรัฐบาลเขตเหินชาง เมืองจีหนิง เพื่อร่วมมือในรูปแบบโรงผลิตกระแสไฟฟ้า โดยผู้แทนไทยจะติดตามและเจรจากับฝ่ายจีนอย่างใกล้ชิด เพื่อผู้ประกอบการไทยจะมีโอกาสในการร่วมผลิตไฟฟ้าในเขตเหินชาง

• **ผลักดันนโยบายการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศให้เป็นนโยบายระดับประเทศ** ที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันผลักดันและส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยกระทรวงพาณิชย์ได้เสนอต่อคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ในการพิจารณากำหนดแนวทาง และมาตรการในการส่งเสริมฯ ซึ่งในการประชุมคณะกรรมการฯ เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2550 ได้กำหนดแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยผู้ทำธุรกิจในต่างประเทศ ดังนี้

1. รูปแบบการลงทุนในต่างประเทศจะสนับสนุนการดำเนินการใน 3 รูปแบบ คือ

1.1 ส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งความสามารถในการวิจัยและพัฒนา ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร นวัตกรรมที่มีความสามารถเป็นพิเศษ

1.2 การขยายการลงทุนธุรกิจอุตสาหกรรมใหม่ในลักษณะ value chain โดยนำสินค้ากึ่งสำเร็จรูปและวัตถุดิบจากไทยไปประกอบและผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปในประเทศเป้าหมายที่เข้าไปลงทุน

1.3 ส่งเสริมการลงทุนในการสร้างตลาดการค้าเครือข่ายทางการค้าของสินค้าไทย

2. สาขาการลงทุนและประเทศ

เป้าหมาย ได้แก่

2.1 สาขาการลงทุน ประกอบด้วย

ภาคการผลิต ได้แก่ เกษตร และเกษตรแปรรูป อัญมณี ชิ้นส่วนยานยนต์ เหมืองแร่ พลังงาน ประมง สิ่งทอ และ เพอร์นิเจอร์

ภาคการค้าบริการ ได้แก่ บริการ อยู่อาศัย ร้านอาหาร สปา ร้านเสริมสวย และ การศึกษา



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

3. ในส่วนของมาตรการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ รองนายกรัฐมนตรี (นายโฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์) ได้มอบหมายให้กระทรวงการคลังเป็นเจ้าภาพ โดยจะมีการตั้งคณะกรรมการร่วมระหว่างภาครัฐ และ ภาคเอกชน เพื่อพิจารณามาตรการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศที่เหมาะสม โดยเฉพาะเรื่อง กองทุนสนับสนุนการลงทุนอัตราดอกเบี้ยผ่อนปรน กองทุนร่วมทุน (Venture Capital) ของ สสว. และ มาตรการส่งเสริมด้านภาษีในการนำกำไรในการลงทุนต่างประเทศส่งกลับมาประเทศไทย ต่อไป

1.5 พัฒนาให้เกิด Export Mart ในแหล่งผลิตและขายสินค้า

กระทรวงพาณิชย์ได้เล็งเห็นว่าปัจจุบันย่านการค้าหลายแห่ง ซึ่งเป็นแหล่งค้าส่งและค้าปลีกทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค มีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้สามารถส่งออกได้ รวมทั้งย่านการค้าเหล่านั้นมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นย่านการค้าเพื่อการส่งออก(International Trade Mart) ให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ อันจะส่งผลดีต่อภาคอุตสาหกรรมส่งออกและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย รวมทั้งส่งผลต่อการขยายธุรกิจมากขึ้นในระดับสากล กระทรวงพาณิชย์จึงได้ริเริ่มโครงการผลักดันให้แหล่งการค้าดังกล่าวพัฒนาเป็นศูนย์ส่งออกทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนเป็นศูนย์กลางธุรกิจเฉพาะในรูปแบบ Business Community เช่น โครงการพัฒนาย่านการค้า ถนนสีลม – มหเสถียร - สุรวงศ์ ให้เป็น Gems & Jewelry District การพัฒนาด่านจตุจักร ตลาดค้าส่งโป๊เบ๊ ไบหยก ย่านวรจักร ตลาดประตูน้ำและถนนสายไม้บางโพ เป็นต้น

ในการดำเนินงานกระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมมือกับหน่วยงานและสมาคมที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในย่านการค้า การพัฒนาสภาพแวดล้อมของย่านการค้า ให้มีภาพลักษณ์ของ Trade Mart ที่ชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อและนักธุรกิจจากต่างประเทศที่เข้ามาเยี่ยมชมย่านการค้า รวมทั้งจัดการประชาสัมพันธ์ให้แหล่งการค้าเป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น

2. การดูแลตลาดและสร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร

การดูแลราคาสินค้าเกษตร เป็นนโยบายสำคัญของกระทรวงพาณิชย์ โดยมุ่งให้ผลประโยชน์ต้องตกแก่เกษตรกร ลดภาระงบประมาณและการรั่วไหล โดยการเข้าไปแทรกแซงนั้นต้องไม่ทำให้ระบบกลไกตลาดเสียหาย โดยได้ดำเนินการ ดังนี้

ข้าว

2.1 การรับจำนำข้าวเปลือกในราคาที่เป็นธรรมเพื่อเกษตรกร

การดูแลราคาสินค้าเกษตร โดยเฉพาะข้าวเพื่อให้เกษตรกรมีกินมีใช้ ได้รับผลตอบแทนในราคาที่เป็นธรรมกับความเห็นที่น้อยจากการเป็นกระดุกสันหลังของชาติ ในช่วงข้าวเปลือกประสบปัญหาราคาตกต่ำ เพราะมีผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก รัฐบาลจึงจำเป็นต้องมีการแทรกแซงราคา โดยการรับจำนำเพื่อยกระดับราคาอย่างต่อเนื่อง แต่หาก



รัฐบาลจำนำข้าวในราคาที่สูงกว่าราคาตลาดมาก ทำให้เกษตรกรนำข้าวมาจำนำไว้กับรัฐบาลโดยไม่ไถ่ถอนคืน รัฐต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา และที่สำคัญการบิดเบือนกลไกราคามีใช้ทางออกที่ยั่งยืน

รัฐบาลชุดนี้โดยกระทรวงพาณิชย์ เห็นว่าเกษตรกรยังคงต้องได้รับการดูแลให้สามารถขายข้าวเปลือกได้ในราคาที่เป็นธรรม ในขณะเดียวกันต้องรักษากลไกตลาดให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในฤดูการผลิตปี 2549/2550 จึงได้จัดทำโครงการรับจำนำ (1 พ.ย. 49 – 31 พ.ค. 50) โดยกำหนดราคารับจำนำ ให้สะท้อนความเป็นจริงและใกล้เคียงกับราคาตลาด บนพื้นฐานที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย และผลประโยชน์ต้อง ตกแก่เกษตรกร

การดำเนินการดังกล่าวส่งผลให้กลไกตลาดสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยโรงสี ผู้ค้าข้าว และผู้ส่งออก ได้มีส่วนเข้าไปแข่งขันกันซื้อในท้องตลาด ซึ่งเห็นผลในด้านการกระตุ้นราคาในตลาดตามเจตนารมณ์ของรัฐบาล ดังนี้

- ข้าวเปลือกหอมมะลิ ราคาตลาด 8,900-9,400 บาท/ตัน (ราคารับจำนำ 8,700-9,000 บาท/ตัน) เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนหน้าประมาณร้อยละ 7.83

- ข้าวเปลือกเจ้าหน้าปี 5% ราคาตลาด 6,200-6,600 บาท/ตัน ซึ่งใกล้เคียงกับราคารับจำนำ (ราคารับจำนำ 6,400 บาท/ตัน)

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



2.2 ลดภาระงบประมาณและการรั่วไหล

จากปัญหาที่ผ่านมา ที่มีการรับจำนำโดยกำหนดราคารับจำนำข้าวสูงกว่าราคาตลาดมาก และกำหนดราคาสูงขึ้นทุกปี นอกจากเป็นการบิดเบือนกลไกตลาด ทำให้กลไกตลาดไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังทำให้เกษตรกรนำข้าวมาจำนำไว้กับรัฐบาลโดยไม่ไถ่ถอนคืน รวมทั้งส่งผลให้รัฐบาลเป็นผู้ค้าข้าวรายใหญ่แต่ผู้เดียว บิดเบือนกลไกตลาด สต็อกข้าวของรัฐบาลมีปริมาณมากกว่า 3 ล้านตัน เกิดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้งบประมาณแผ่นดินสูง ทั้งการขาดทุนราคาข้าว และภาระค่าใช้จ่ายการเก็บรักษาจากสต็อกข้าวที่มีอยู่มาก ทำให้เกิดภาระ นอกจากนี้หากมีระบายข้าว จะทำให้มีผลกระทบต่อราคาข้าวฤดูใหม่ แต่หากไม่ระบายก็จะเกิดค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสูงขึ้นเรื่อยๆ กระทรวงพาณิชย์ จึงต้องทำแผนระบายข้าวเป็นระยะๆ นอกจากนี้ยังมีผลทำให้ต้นทุนการส่งออกสูง ซึ่งกระทบต่อการส่งออกของไทย และผลประโยชน์กลับตกถึงมือเกษตรกรเพียงเล็กน้อย

จากการดำเนินโครงการรับจำนำโดยกำหนดราคารับจำนำให้สะท้อนความเป็นจริงและใกล้เคียงกับราคาตลาด ทำให้ปริมาณการรับจำนำข้าวของรัฐบาลลดลง สามารถลดภาระงบประมาณการดูแลรักษาข้าวในโกดังและการรั่วไหล

ปริมาณการรับจำนำ

- ข้าวเปลือกนาปีปีการผลิต 2549/50 (ระยะโครงการ 1 พฤศจิกายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550) ปริมาณข้าวเปลือกที่รับจำนำทั้งสิ้น 1.80 ล้านตัน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2549 ที่ปริมาณรับจำนำเท่ากับ 5.18 ล้านตัน หรือลดลงประมาณร้อยละ 65

- ข้าวเปลือกนาปรังปีการผลิต 2550 (ระยะโครงการเริ่ม 16 มี.ค. – 31 ส.ค. 50) ปริมาณรับจำนำ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2550 จำนวน 1.63 ล้านตัน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2549 ที่ปริมาณรับจำนำเท่ากับ 2.17 ล้านตัน หรือลดลงร้อยละ 25

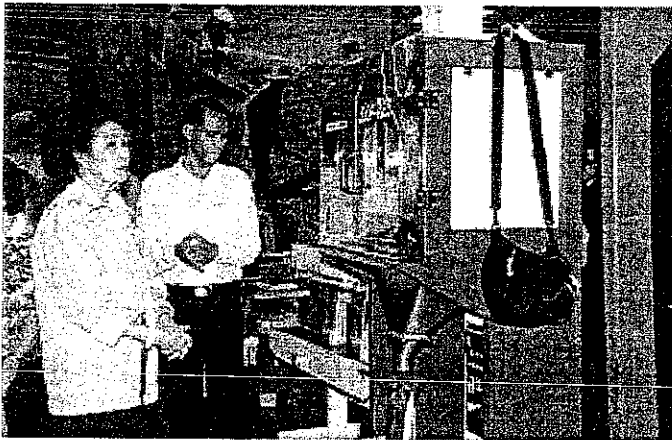
2.3 แผนการระบายข้าว เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บข้าวของรัฐบาล กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายระบายข้าวในสต็อกโดยสม่ำเสมอ ในหลายรูปแบบตั้งแต่การสนับสนุนการนำข้าวไปขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า (AFET) และระบายข้าวให้กระจายอยู่ในผู้ส่งออกมากมาย แทนที่จะให้รายหนึ่งรายใด นำข้าวของรัฐไปจำหน่ายเสมือนเป็นการผูกขาด รวมทั้งการระบายข้าวระบบ รัฐต่อรัฐ (G to G) ซึ่งรัฐบาลชุดนี้ เห็นว่าการระบายข้าวในระบบนี้ จะช่วยส่งเสริมการส่งออกได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากบางประเทศต้องการซื้อข้าวในระบบดังกล่าว

ทั้งนี้ นับตั้งแต่รัฐบาลชุดนี้เข้ามาบริหารประเทศ มีปริมาณข้าวสารในสต็อกรัฐบาล ณ วันที่ 16 ตุลาคม 2549 จำนวน 3,355,033 ตัน รวมทั้งได้มีบริษัทที่ทำสัญญาซื้อข้าวรายใหญ่ได้บอกเลิกสัญญาและไม่ได้รับมอบข้าวประมาณ 1 ล้านตัน ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ในฐานะรองประธาน กนข./กชช. ได้อนุมัติให้ระบายข้าวสารในสต็อกรัฐบาลตามความเห็นของคณะกรรมการพิจารณาจำหน่ายข้าวสาร/คณะทำงานพิจารณาจำหน่ายข้าวสารตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2549 จนถึงปัจจุบัน (8 ตุลาคม 2550) ไปแล้วเป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,330,621 ตัน มูลค่า 25,676.61 ล้านบาท ดังนี้

	ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า(ล้านบาท)
- การจำหน่ายข้าวสารในสต็อกรัฐบาลโดยวิธีการ ยื่นขอ เสนอราคาเสนอราคา	1,520,263	16,849.11
- การจำหน่ายข้าวสารตามพันธะสัญญาการซื้อตอบแทน	46,931	516.46
- การจำหน่ายข้าวสารในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า (AFET)	53,427	480.84
- การขายข้าวแบบรัฐต่อรัฐ (G to G) รัฐบาลอิหร่าน 510,000 ตัน รัฐบาลอินโดนีเซีย 200,000 ตัน	710,000	7,830.20

2.4 ส่งเสริมการส่งออกข้าว

- การส่งเสริมการส่งออกและการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทย ของกระทรวง



พาณิชย์ ส่งผลให้การส่งออกข้าวไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงเดือนตุลาคม 2549 – 8 ตุลาคม 2550 มีการส่งออกข้าวจำนวน 8.47 ล้านตัน (ตัวเลขเบื้องต้น) มูลค่าประมาณ 110,931 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีการส่งออกปริมาณ 7.39 ล้านตัน มูลค่า 95,892 ล้านบาท โดยมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้าวไทยที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในประเทศต่างๆ เช่น

- สาธารณรัฐประชาชนจีน เข้าร่วมงาน Shopping Festival ตรุษจีน 2007 ณ เมืองเฉิ่นตู มณฑลเสฉวน เพื่อจำหน่ายข้าวบรรจุถุง Jin Tai Yu ขององค์การคลังสินค้า และจัดคณะผู้แทนการค้าเยือนนครเซี่ยงไฮ้และกวางโจว โดยตกลงซื้อขายข้าวได้ 276,000 ตัน
- ประเทศเยอรมนี เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารเกษตรอินทรีย์ BIOFACH 2007 ณ เมือง Nuremberg
- ตะวันออกกลาง จัดผู้แทนการค้าเข้าร่วมงาน Gulf Food 2007
- แอฟริกา ได้มีการเดินทางเยือนสาธารณรัฐกานาและสาธารณรัฐเซเนกัล เพื่อเจรจากระชับความสัมพันธ์ทางการค้า เป็นต้น

2.5 สร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

นอกจากมาตรการรับจำนำเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในระยะสั้นแล้ว กระทรวงพาณิชย์ได้มุ่งมั่นที่จะยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน และราคาสินค้าเกษตรให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดย

กระทรวงพาณิชย์เป็นเจ้าภาพร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง จัดการประชุมสัมมนาเพื่อยกร่าง “ยุทธศาสตร์ข้าวไทย” เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2550 โดยมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2550 คณะกรรมการนโยบายข้าวแห่งชาติ (กขช.) ซึ่งมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ได้มีมติเห็นชอบร่างยุทธศาสตร์ข้าวไทย ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ไทยเป็นผู้นำด้านข้าวและผลิตภัณฑ์เป็นอันดับหนึ่งของโลก เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง และผู้บริโภคมั่นใจ โดยครอบคลุมการจัดระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพและพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็ง



ให้แก่ชาวนา รวมถึงการจัดระบบตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยการเสริมสร้างกลไกตลาดให้เกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมขยายตลาดการบริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนจัดระบบการกระจายสินค้าให้มีต้นทุนต่ำและมีความรวดเร็วขึ้น โดยยุทธศาสตร์ข้าวไทยดังกล่าว จะใช้เป็นบรรทัดฐานในการวางแผนเกี่ยวกับการพัฒนาข้าวไทยอย่างยั่งยืนและเป็นระบบต่อไป

มันสำปะหลัง

2.6 โครงการการรับจำนำมันสำปะหลังเพื่อป้องกันปัญหาราคาคต่ำ มันสำปะหลัง

เป็นสินค้าเกษตรสำคัญอีกสินค้าหนึ่งที่กระทรวงพาณิชย์เข้ามาดูแลช่วยเหลือเกษตรกร โดยดึงผลผลิตออกจากระบบทำให้ราคามันสำปะหลังในตลาดสูงขึ้น โดยองค์การคลังสินค้าร่วมมือกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์รับจำนำหัวมันสดจากเกษตรกรแล้วแปรรูปเป็นมันเส้นและแป้งมัน ภายใต้การกำหนดราคารับจำนำมันสำปะหลังแบบขั้นบันได เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรทยอยผลผลิตออกสู่ตลาด ป้องกันปัญหาราคาส่งผลผลิตตกต่ำ(ระยะโครงการเริ่มจากเดือนพฤศจิกายน 2549 – เมษายน 2550) โดยเพิ่มขึ้นเดือนละ 0.05 บาท จาก กก. ละ 1.25 บาทในเดือนพฤศจิกายน 2550 เป็น 1.50 บาท ในเดือนเมษายน 2550 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 โครงการจัดระบบตลาดพิเศษสินค้ามันสำปะหลัง ในพื้นที่นำร่อง 5 อำเภอของ

จังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์ โดยครอบคลุมตั้งแต่การจัดระบบการผลิตให้เชื่อมโยงต่อเนื่องถึงการตลาดครบวงจร โดยการจดทะเบียนเกษตรกร การจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายประมาณ 760 กลุ่มเพื่อรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากแปลงตัวอย่าง การวางระบบการส่งเสริมและจัดทำแปลงสาธิตโดยทำการไถระเบิดดินดาน นำร่องในพื้นที่ 5 อำเภอ รวม 500 ไร่ (มี.ค. – เม.ย. 50) และเริ่มปลูกท่อนพันธุ์ดีพร้อมสนับสนุน

ระบบน้ำและปุ๋ยควบคู่กันไป การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีก่อน- หลังการเก็บเกี่ยวและการจัดการผลผลิตให้มีคุณภาพตามความต้องการของผู้ซื้อ

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

2.8 ส่งเสริมการส่งออกมันสำปะหลัง กระทรวงพาณิชย์เร่งผลักดันการส่งออก

มันสำปะหลังอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปีการผลิต 2549/50 (ตุลาคม 2549- กันยายน 2550) มีผลผลิตหัวมันสำปะหลังจำนวนมากถึง 25.38 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 12.40 กระทรวงพาณิชย์จึงได้ดำเนินการส่งเสริมผลักดันขยายตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่



การจัดคณะผู้แทนไปประชุมเจรจาขยายตลาด ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็น ผู้นำเข้ารายใหญ่ถึง 2 ครั้ง โดยเมื่อวันที่ 11-15 กรกฎาคม 2550 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นหัวหน้าคณะผู้แทนไทยจำนวน 32 คน เยือนเมืองเหอฝิง มณฑลซานตง ซึ่งเป็นเมืองที่เอื้ออำนวยต่อสินค้าเกษตรส่งออกสำคัญของไทย คือ มันสำปะหลัง รวมทั้งเป็นแหล่งพลอยสินน้ำเงินที่มั่งคั่ง รวมถึงซานตงเป็นมณฑลที่มีการผลิตพลังงานสูงมากแห่งหนึ่งของจีน กระทรวงพาณิชย์จึงได้เชิญผู้แทนจากทั้ง 4 อุตสาหกรรมร่วมไปกับคณะผู้แทนการค้าของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดการเจรจาความร่วมมือด้านธุรกิจระหว่างกันตามรายอุตสาหกรรม ในส่วนสินค้ามันสำปะหลัง สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย และสมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ได้มีการลงนามกับบริษัท Weifang Ensign Industry ในความตกลงซื้อขายมันสำปะหลังกันในปริมาณ 1.1 ล้านตันต่อปี คิดตามราคาในขณะนี้ เป็นมูลค่ากว่า 5,000 ล้านบาท โดยบริษัท Weifang Ensign Industry ซึ่งเป็นผู้ผลิตกรรมนาวาใหญ่สุดในโลกสามารถผลิตเป็นกรรมนาวาได้ 200,000 ตันต่อปี และผลิตเป็นแอลกอฮอล์ได้ 200,000 ตัน จึงมีความต้องการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบปีละ 1 ล้านตัน เนื่องจากนโยบายรัฐบาลจีนพยายามลดการใช้ข้าวโพดในการผลิตแอลกอฮอล์และกรรมนาวา ขณะที่บริษัท Shandong Jingzhi Wine Industry Group Corp. เป็นผู้ผลิตเหล้าขาวในเหอฝิงมีความต้องการใช้มันสำปะหลัง 1 แสนตันต่อปี จึงได้ตกลงลงนามซื้อมันสำปะหลังกับสมาคมมันสำปะหลังทั้งสองของไทย

การประชุมหารือกับผู้แทนคณะกรรมการสหภาพยุโรป เกี่ยวกับกรณีการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารโควต้ามันสำปะหลังของยุโรป รวมทั้งประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การส่งออกในช่วง 8 เดือนแรก ของปี 2550 มีมูลค่าเท่ากับ 906.93 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.17 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

2.9 ส่งเสริมการผลิตมันเส้นคุณภาพดีเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับ

ความต้องการของตลาด เนื่องจากปัจจุบันคุณภาพมันเส้นที่ผลิตจำหน่ายกันอยู่ทั่วไปมีปัญหาปริมาณเยื่อใยและเถ้าสูงมาก จนส่งผลเสียต่อเครื่องจักรที่ใช้ในขบวนการผลิต/แปรรูปในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ และต่อสัตว์เลี้ยง กระทั่งพบพานิชย์จึงได้ ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาการผลิตและการตลาดมันเส้นสะอาดคุณภาพดี โดยจัดทำ “โครงการผลิตมันเส้นสะอาด” เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและขยายทางเลือก/โอกาสการขายให้แก่เกษตรกร อีกทางหนึ่ง แทนการขายหัวมันสด เพียงอย่างเดียว รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร โดยเน้นให้ความรู้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการลานมันและผู้ส่งออก ในการพัฒนาให้มันเส้นมีคุณภาพดี ซึ่งเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ที่ดีและเหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูก การบำรุงรักษา นอกจากนี้จะต้องกำหนดอายุเก็บเกี่ยว(ที่เหมาะสมคือช่วง 10-12 เดือน) ตลอดจนวิธีการทำมันเส้นคุณภาพดีทั้งในเรื่องของการแยกหัวมันสำปะหลังออกจากโคนลำต้นที่มีดินทราย ติดอยู่ การเคาะร่อนดินทรายโดยอาจใช้เครื่องร่อนดินทราย การเตรียมลานตากซึ่งควรใช้ลานซีเมนต์ขัดผิว เพื่อป้องกันการปนเปื้อน รวมทั้งเทคนิคการตากมันที่จะทำให้มันเส้นขาวสะอาด ตลอดจนการควบคุมดูแลคุณภาพมันเส้นในขณะขนถ่ายลงเรือของภาคเอกชน

ในปี 2550 ได้มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการลานมันที่มีคุณสมบัติและสามารถผลิตมันเส้นสะอาดได้ตรงตามมาตรฐานที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดไว้แล้ว รวม 92 ราย สามารถผลิตมันเส้นสะอาดได้ปีละประมาณ 6-7 แสนตัน นอกจากนี้ได้มีการกำกับ ดูแลคุณภาพและมาตรฐานส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง การควบคุมดูแลคุณภาพมันเส้นในขณะขนถ่ายลงเรือของภาคเอกชน ตลอดจนการจัดฝึกอบรมการพัฒนาการผลิต/การตลาดมันเส้นสะอาด พร้อมจัดให้มีการพบปะเจรจาซื้อขาย (Business Matching) มันเส้นสะอาดระหว่างผู้ผลิตที่ผ่านการรับรองขึ้นทะเบียนกับผู้ซื้อภายในประเทศ (ผู้ผลิตอาหารสัตว์ ผู้เลี้ยงสัตว์ และผู้ผลิตเอทานอล)

นโยบายของรัฐบาลดังกล่าว ทำให้ต่างประเทศเชื่อมั่นคุณภาพสินค้ามันอัดเม็ด มันเส้น และแป้งมันสำปะหลังไทย ส่งผลให้การส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันยังส่งผลให้เกษตรกรขายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นครม ราคาหัวมันสด และราคาของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยปัจจุบันราคามันเส้น(ณ เดือนตุลาคม 2550) ราคาเฉลี่ย กิโลกรัมละ 4.49 บาท สูงขึ้นกว่าราคาเฉลี่ยในปี 2549 ซึ่งราคาเฉลี่ย กิโลกรัมละ 3.50

สินค้าเกษตรอื่นๆ

2.10 ส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ไทย

กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายในการส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ เพื่อเป็นการขยายตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร รวมทั้งสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร โดยมุ่งเน้นให้มีการบริโภคน้ำผลไม้ที่ใช้อย่างถูกต้องตามฤดูกาลที่ผลิตภายในประเทศ

ในการดำเนินการกระทรวงพาณิชย์ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจ(9 สิงหาคม 2550) ว่าด้วยการส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ไทยกับเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อขอความร่วมมือในการรณรงค์การบริโภคน้ำผลไม้ไทย สนับสนุน/ส่งเสริมให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ และถ่ายทอดองค์ความรู้ในการทำน้ำผลไม้ไปสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายต่างๆ อาทิ นักเรียน นักศึกษา หน่วยราชการและผู้ประกอบการเอกชน นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ได้จัดกิจกรรมรณรงค์ ส่งเสริมการบริโภคน้ำผลไม้ไทย ได้แก่ การจัดประกวดน้ำผลไม้ในจังหวัดเป้าหมาย 10 จังหวัด(กรุงเทพฯ: 18-20 พฤษภาคม 2550 และต่างจังหวัด: ช่วงเดือน สิงหาคม-กันยายน 2550) การขอความร่วมมือภาคราชการและเอกชน(อาทิ สมาคมภัตตาคารไทย สมาคมโรงแรมไทย) เพื่อเพิ่มช่องทางในการบริโภคน้ำผลไม้ไทยมากขึ้น

2.11 การแก้ไขปัญหาคลองกอง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ฤดูการผลิตปี 2550

ในช่วงเดือน ส.ค. – ก.ย. 50 ประมาณการว่าจะมีผลผลิตคลองกองออกสู่ตลาดประมาณ 80,000 ตัน ซึ่งคาดว่าจะเกษตรกรจะประสบปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากพ่อค้านอกพื้นที่ไม่กล้าเข้าไปรับซื้อจากปัญหาความไม่สงบ และคุณภาพคลองกองในปีนี้อยู่ต่ำ เนื่องจากเกษตรกรไม่ได้บำรุงรักษาตัดแต่งช่อดอก/ผล

กรม. มีมติ(วันที่ 24 ก.ค. 50) เห็นชอบแผนปฏิบัติการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดคลองกอง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ฤดูการผลิตปี 2550 โดยมีแผนกระจายคลองกองในแหล่งผลิตเป้าหมาย 50,000 ตัน ในราคาน้ำตลาด เบื้องต้นเกรด B กก. ละ 20 – 25 บาท เกรด C กก. ละ 18 – 20 บาท ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่กลางเดือน ส.ค. – ต.ค. 50 โดยกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการกระจายจำหน่ายภายในประเทศ และเชื่อมโยงการจำหน่ายกับกองทัพ รวมทั้งจัดงานเทศกาลในจังหวัดที่มีศักยภาพ 20 จังหวัด โดยได้รับงบประมาณดำเนินการ 25 ล้านบาท

นอกจากนี้ได้นำคลองกองไปทดลองเปิดในตลาดจีน ที่มณฑลเหอหนาน กวางโจว เซี่ยงไฮ้ มิน รวมทั้งผลักดันไปขายในตลาดกัมพูชา เวียดนาม เป็นต้น ทำให้สามารถแก้ปัญหาคลองกองล้นตลาดและราคาตกต่ำ ตลอดจนบรรเทาปัญหาความเดือดร้อนของเกษตรกร

3. การคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม และลดภาระค่าครองชีพของประชาชน

กระทรวงพาณิชย์มุ่งมั่นเสมอมาที่จะดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภคให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และเป็นธรรม เพื่อให้ประชาชนได้รับผลกระทบจากการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการครองชีพ ภายได้สภาวะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากราคาสูงเกินความเป็นจริงนอกจากกระทบอำนาจซื้อของประชาชนแล้ว ยังส่งผลต่อปัญหาการค้าครองชีพ



และอัตราเงินเฟ้อที่มีผลต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาค ประกอบกับการที่โครงสร้างการตลาดของสินค้าและบริการบางประเภทมีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งอาจส่งผลให้การกำหนดราคาไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

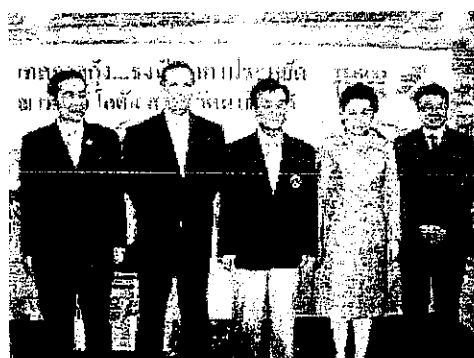
การดูแลและการดำเนินมาตรการ ทำให้ค่าครองชีพของประชาชนโดยรวมไม่เพิ่มขึ้นมากนัก เมื่อเทียบกับราคาดัชนีที่สูงอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราเงินเฟ้อในช่วงเดือนมกราคม 2550 – กันยายน 2550 สูงขึ้น เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ร้อยละ 2.0 และคาดว่าอัตราเงินเฟ้อของทั้งปี 2550 จะอยู่ที่ร้อยละ 1.5-2.5 ซึ่งต่ำกว่าปี 2549 ที่อยู่ที่ระดับร้อยละ 4.7

• การติดตามดูแลราคาสินค้าอย่างใกล้ชิด กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการด้านราคาอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ต้นทุนการผลิตจนถึงผู้บริโภค โดยกำหนดติดตามดูแลสินค้าสำคัญ



อย่างค่อเนื่อง จำนวน 200 สินค้า สินค้าควบคุม จำนวน 35 สินค้า และกำกับราคาให้สอดคล้องกับ ต้นทุน การขอความร่วมมือผู้ประกอบการในการตรึงราคาจำหน่าย การตรวจสอบราคาและปริมาณน้ำหนัก ให้เที่ยงตรงก็เป็นเครื่องมือ กระตุ้นเตือนให้ผู้ผลิตรักษามาตรฐานความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค การเสริมสร้างกลไกการแข่งขันในตลาด และการตรวจสอบให้ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเข้มงวด

• โครงการตลาดนัดธงฟ้า นอกจาก มาตรการในการดูแลราคาสินค้าดังกล่าวแล้ว ในภาวะที่ระบบตลาดทำงานได้ไม่เต็มที่ กระทรวงพาณิชย์ยังช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของประชาชนโดยการจัดโครงการตลาดนัดธงฟ้า ซึ่งนำสินค้าที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตไปจำหน่ายให้ประชาชนในราคาถูกกว่าราคาปกติร้อยละ 10-40 ตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยในปีงบประมาณ 2550 ได้ดำเนินการรวม 77 ครั้ง มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 57.34 ล้านบาท



• แก้ไขปัญหาและคำปรึกษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนมีราคาแพง ได้มีการหารือร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข เพื่อขอความร่วมมือในการกำกับดูแลการกำหนดอัตราค่าบริการทางการแพทย์ให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการ Mark up ราคาของโรงพยาบาลเอกชนและร้านขายยาทั่วไป และความร่วมมือในการศึกษาและพิจารณากำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์การ Mark up ราคาที่เหมาะสม ตลอดจนการประสาน ออ. เพื่อเร่งรัดการจัดส่งข้อมูลรายการยา 200 รายการให้กระทรวงพาณิชย์ใช้ในการติดตามภาวะและความเคลื่อนไหวของราคา

- สร้างเครือข่ายผู้บริโภครักษ์แม่บ้าน (เครือข่าย แม่บ้าน โทร. 1569) เป็นช่องทางที่สำคัญในการดูแลผู้บริโภค ซึ่งการให้บริการอย่างใส่ใจและตอบสนองต่อปัญหาข้อร้องเรียนอย่างรวดเร็ว ที่ให้บริการต่อเนื่องทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ ทำให้ผู้บริโภคได้รับการช่วยเหลือดูแล ทั้งในด้านการให้คำแนะนำแก่ผู้ร้องเรียน การแก้ไขปัญหาการเจรจาไกล่เกลี่ยให้สามารถแก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว ปัจจุบันการให้บริการขยายครอบคลุม 76 จังหวัดทั่วประเทศ

4. การปฏิรูปกฎหมาย และกำกับดูแลการค้า

ในรัฐบาลนี้ได้มีการปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบต่างๆ หลายฉบับด้วยกัน เพื่อให้กฎระเบียบทางการค้าต่างๆ มีความทันสมัย รวมทั้งจัดให้มีกฎหมายขึ้นใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า สร้างความเป็นธรรมและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์มีกฎหมายที่มีการปรับปรุง ดังนี้

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

เนื่องจาก พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน บทบัญญัติบางมาตราไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีกรณีที่คนต่างด้าวเข้ามาประกอบธุรกิจที่สงวนไว้ตาม พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ผ่านนิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย โดยหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมาย ด้วยการให้นิติบุคคลดังกล่าวออกหุ้นชนิดที่คนต่างด้าวมีสิทธิหรือเสี่ยงได้มากขึ้น หรือออกหุ้นชนิดที่คนไทยมีสิทธิหรือเสี่ยงได้น้อยลง และอัตราโทษที่จะลงโทษคนต่างด้าวที่ประกอบธุรกิจสงวนโดยไม่ได้รับอนุญาต อยู่ในระดับต่ำ ทำให้เกิดความไม่เกรงกลัวที่จะฝ่าฝืนกฎหมาย จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องแก้ไขปรับปรุงกฎหมายฉบับนี้

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการศึกษายกร่าง แก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 เพื่อมิให้คนต่างด้าวอาศัยช่องว่างทางกฎหมายเข้ามาประกอบธุรกิจที่สงวน และเพื่อให้เกิดความชัดเจน 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 ได้ขอถอนร่างพระราชบัญญัติดังกล่าว เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงและแก้ไขร่างขึ้นใหม่ ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการวิสามัญฯ

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 โดยให้รับข้อสังเกตของคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับองค์ประกอบของคณะกรรมการสรรหาและบทเฉพาะกาลที่ให้คณะกรรมการกลางกำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ทำหน้าที่คณะกรรมการระดับจังหวัดกำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในวาระ 2 ปีแรก ไปประกอบการพิจารณา ซึ่งขณะนี้ได้ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาแล้ว และอยู่ระหว่างการนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณา

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 การปรับโครงสร้างกรรมการประกันภัยให้เป็นองค์กรอิสระตามมาตรฐานสากลจึงเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการ เพื่อเสริมสร้างให้ภาคธุรกิจประกันภัยมีความเข้มแข็ง แข่งขันได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และมีมาตรฐาน 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

นอกจากนี้ ได้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการประกันภัยต่างๆ ให้มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ พ.ร.บ. คู่ครองผู้ประสบภัยจากรถยนต์ (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้มีผลบังคับใช้เมื่อ 6 เมษายน 2550) พ.ร.บ. ประกันชีวิต และ พ.ร.บ. ประกันวินาศภัย (ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ)

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 ซึ่งขณะนี้ผ่านการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว

4.6 กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญามีความเหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบันมากขึ้น กระทรวงพาณิชย์ได้ยกร่างกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาหลายฉบับ 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. หอการค้า (ฉบับที่...) พ.ศ.

เนื่องจากกฎหมายเดิมได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานานถึง 41 ปี โดยไม่ได้มีการแก้ไขปรับปรุง ทำให้บทบัญญัติของกฎหมายไม่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน กระทรวงพาณิชย์ จึงได้เสนอร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ.2509 ในประเด็นเกี่ยวกับการจัดตั้งหอการค้า การเข้าเป็นสมาชิกในหอการค้า ตลอดจนการกีดกันดูแลหอการค้าโดยภาครัฐให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

ร่าง พ.ร.บ. ดังกล่าว สภานิติบัญญัติแห่งชาติได้มีมติเห็นชอบให้ประกาศใช้เป็นกฎหมาย เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2550 และนำทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อทรงลงพระปรมาภิไธยแล้ว และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้มีผลบังคับใช้เมื่อ 6 กันยายน 2550

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 และมีภูมิคุ้มกัน

การเจรจาการค้าของไทย ในกรอบต่างๆ ทั้งใน WTO เอเปค อาเซียน เขตการค้าเสรี (FTA) ทุกกรอบเหล่านี้กระทรวงพาณิชย์ยึดแนวทางการค้าที่เสรีเป็นธรรม และต้องเปิดเสรีอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยมีการสร้างภูมิคุ้มกันและระยะเวลาในการปรับตัวผู้การแข่งขันที่มั่นคงในอนาคต



5.1 การจัดตั้งกองทุนเพื่อการปรับตัวของภาคการผลิตและบริการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า

ประเทศไทยมีการเจรจาเปิดเสรีทางการค้าทั้งในระดับพหุภาคี ภูมิภาค และระดับทวิภาคีในรูปของเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) ซึ่งไทยได้มีการลงนาม และความตกลงมีผลบังคับใช้แล้ว ได้แก่ ความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ความตกลงการค้าเสรีสองฝ่าย ได้แก่ ไทย-ออสเตรเลีย ไทย-นิวซีแลนด์ ไทย-อินเดีย อาเซียน-จีน และไทย-ญี่ปุ่น รวมทั้งความตกลงที่อยู่ในระหว่างการเจรจากับอีกหลายประเทศภายใต้อาเซียน ซึ่งจากการประเมินผลการทำ FTA สองฝ่ายปรากฏว่า หลังการลงนามความตกลงดังกล่าว ทำให้การค้าขยายตัวเพิ่มขึ้น การลงทุนและการประกอบธุรกิจระหว่างกันก็มากขึ้นด้วย แต่มีสินค้าบางรายการได้รับผลกระทบ และจำเป็นต้องมีการปรับตัว เช่น โคนีโอ โคนม ผลิตภัณฑ์นม หอม กระเทียม เครื่องใช้ไฟฟ้า เซรามิก และเครื่องหนัง เป็นต้น ส่วนใหญ่จะมีผลกระทบต่อผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่เป็น SMEs ซึ่งเป็นเรื่องที่รัฐบาลจะต้องให้ความช่วยเหลือเพื่อการปรับตัว แม้ว่าในการเจรจาได้สร้างภูมิคุ้มกันไว้ในตัวข้อตกลงแล้วก็ตาม แต่ในระหว่างนี้ มีความจำเป็นต้องมีการช่วยเหลือเพื่อให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รองรับทั้งการเปิดเสรีสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร สินค้าอุตสาหกรรม และธุรกิจภาคบริการ

กระทรวงพาณิชย์ โดยการสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ ได้ริเริ่มจัดตั้งกองทุนเพื่อดูแลและให้ความช่วยเหลือในระยะ 5 ปีข้างหน้า แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งความช่วยเหลือที่กองทุนจัดให้ ต้องดำเนินการ และมีผลสัมฤทธิ์ ในระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี โดยมีประเภทของความช่วยเหลือ ได้แก่ การศึกษา วิจัยพัฒนา การจัดหาที่ปรึกษาเพื่อช่วยในการปรับปรุงธุรกิจ การฝึกอบรมอาชีพใหม่ให้กับคนงาน กิจกรรมที่มีผลโดยรวมต่อการสนับสนุนการบริโภค การตลาด ในสาขา/กลุ่มสินค้านั้น การเสริมสร้างสมรรถนะ โดยการให้ความรู้ จัดประชุม จัดฝึกอบรม สัมมนา คู่มือ และความช่วยเหลืออื่นๆ ที่คณะกรรมการกองทุนเห็นสมควร มีแหล่งที่มาของเงินทุนจากเงินงบประมาณของภาครัฐ และเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนบริจาคสมทบเข้ากองทุนเพิ่มเติมได้ ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้หารือร่วมกับสำนักงานงบประมาณ และกรมบัญชีกลาง

(เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2550) ในการพิจารณารูปแบบการจัดตั้งกองทุน โดยได้ข้อสรุปให้กระทรวงพาณิชย์ นำเสนอคณะรัฐมนตรี พิจารณาอนุมัติให้จัดตั้งกองทุนฯ ในปี 2552 โดยอาศัยอำนาจตาม พ.ร.บ. วิธีการงบประมาณ

ทั้งนี้ มีผลการดำเนินงานตามโครงการฯ ที่ผ่านมา ในปีงบประมาณ 2550 ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินการ เป็นจำนวนเงิน 40 ล้านบาท มีผู้ผลิตและผู้ประกอบการยื่นขอรับความช่วยเหลือทั้งสิ้น 21 โครงการ เป็นจำนวนเงิน 295 ล้านบาท และในปีงบประมาณ 2551 จะได้รับการจัดสรรงบประมาณอีก จำนวนเงิน 100 ล้านบาท ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า สามารถจัดทำโครงการเพื่อขอรับความช่วยเหลือดังกล่าว โดยเสนอผ่านสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งให้กระทรวงพาณิชย์ (โดยกรมการค้าต่างประเทศ) พิจารณาภายในวันที่ 30 กันยายน 2551

5.2 การสร้างระบบ Early Warning ทางการค้า และการเตรียมความพร้อมในเรื่องมาตรการทางการค้าต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการไทย

กระทรวงพาณิชย์ ได้ติดตามและรวบรวมข้อมูล กฎ ระเบียบ และมาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้าต่างๆ อย่างต่อเนื่อง พร้อมประมวลจัดทำเป็นฐานข้อมูลกฎระเบียบและมาตรการทางการค้า เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ รวมทั้งยังได้มีการจัดตั้งคณะทำงานร่วมกับภาคเอกชน เพื่อศึกษา ติดตาม กฎระเบียบ และมาตรการทางการค้าใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้น และมีผลบังคับใช้แล้ว เพื่อร่วมกันพิจารณาแนวทางดำเนินการ ทั้งในด้านการเตือนภัยและการเตรียมความพร้อมรองรับการบังคับใช้ของมาตรการนั้นๆ ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขปัญหากับประเทศคู่ค้า ที่ใช้ข้อกีดกันทางการค้า และให้ข้อเสนอแนะในการใช้มาตรการ ที่ไม่ใช่ภาษีของไทย นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ (โดยกรมการค้าต่างประเทศ) กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินโครงการศูนย์ปฏิบัติการเพื่อขยายการค้าการลงทุน และแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ

5.3 การส่งเสริม ผลักดัน และเข้าร่วมการประชุมเจรจาภายใต้กรอบการเจรจาการค้าต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งในกรอบการเจรจาการค้าพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี โดยเน้นบทบาทเชิงรุกที่สำคัญ อาทิ

การผลักดันการดำเนินงาน ASEAN Integration และการเจรจาเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) จากการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน ครั้งที่ 39 (วันที่ 24-27 สิงหาคม 2550) ณ กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ได้เห็นชอบแผนการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) พร้อมตารางเวลาเพื่อดำเนินงานไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Strategic Schedule) ให้เสร็จสิ้นภายในปี พ.ศ. 2558 โดยจะเสนอผู้นำ



อาเซียนพิจารณาลงนามในแถลงการณ์ว่าด้วยแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Declaration of the AEC Blueprint) ซึ่งจะสร้างพันธกรณีที่ประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตาม โดยแผนงานสำคัญภายใต้ AEC Blueprint จะครอบคลุมการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ใน 4 ด้าน ได้แก่

- (1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว
- (2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน
- (3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และ
- (4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

ขณะนี้ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบแถลงการณ์ว่าด้วยแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Declaration of the AEC Blueprint) รวมทั้งแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ให้บรรลุตามเป้าหมาย เพื่อให้ผู้นำอาเซียนได้ลงนามเห็นชอบในแถลงการณ์ว่าด้วยแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภายในเดือนพฤศจิกายนนี้ ซึ่งคณะรัฐมนตรีจะต้องเสนอแถลงการณ์และแผนงานดังกล่าวเข้าสู่การพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ก่อนการลงนามของผู้นำอาเซียน ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 190 วรรคสอง

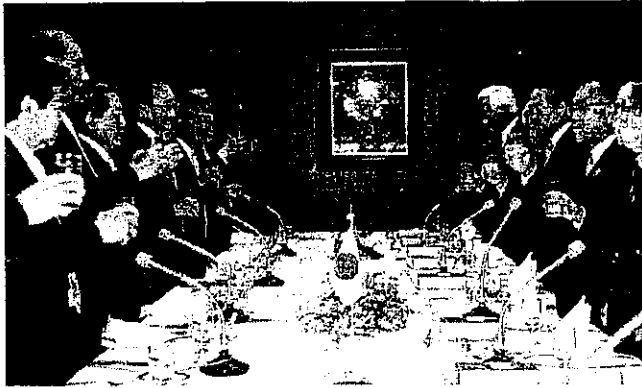
แผนงานจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจของอาเซียนจะมีผลใช้บังคับทันทีที่ผู้นำลงนามในแถลงการณ์ ทั้งนี้ จะมีการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 13 ระหว่างวันที่ 19-22 พฤศจิกายน 2550 ณ ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนเห็นชอบให้เสนอผู้นำอาเซียนลงนามแถลงการณ์ว่าด้วยแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (จะมีการลงนามในแถลงการณ์ในวันที่ 22 พฤศจิกายน 2550) โดยบางเรื่องจะมีผลผูกพันประเทศไทยในอนาคต เช่น เรื่องการเปิดเสรีการค้าบริการที่อาจต้องแก้ไขกฎหมาย จึงมีความจำเป็นต้องนำเรื่องนี้เข้าสู่การพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติก่อน

การเข้าร่วมประชุมภายใต้กรอบเอเปค ได้แก่ การประชุมรัฐมนตรีการค้าเอเปค ครั้งที่ 19 การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสเอเปค ครั้งที่ 3/2550 และการประชุมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ระหว่างวันที่ 5-6 กันยายน 2550 ณ ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งรัฐมนตรีเอเปคต่างแสดงเจตนารมณ์แน่วแน่ในการผลักดันการเจรจาการค้ารอบโดฮาภายใต้องค์การการค้าโลกให้มีความคืบหน้าต่อไป

การปรับปรุงกระบวนการดำเนินการค้าในกรอบทวิภาคี และการเจรจาจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ที่สำคัญ อาทิ การประชุมคณะเจรจาการค้าเสรีไทย-อินเดีย ครั้งที่ 15 (ระหว่างวันที่ 20-21 กันยายน 2550) ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย ซึ่งขณะนี้ทั้งสองฝ่ายสามารถสรุปผลการเจรจาเรื่องการค้าสินค้าได้ทั้งหมด และอยู่ระหว่างการตรวจร่างความตกลง และการปรับเปลี่ยนพิกัดศุลกากรให้เป็นฉบับปี 2550 เพื่อแลกเปลี่ยนให้แต่ละฝ่ายตรวจสอบความถูกต้องก่อน จึงจะสามารถดำเนินการตามขั้นตอนภายใน เพื่อขออนุมัติลงนามในความตกลงฯ ดังกล่าวได้ต่อไป

5.4 ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) และการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการไทย

ในฐานะที่ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกอันดับ 3 ของไทย รองมาจากอาเซียนและสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นจึงได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจของไทย ด้วยการลงนามความตกลงหุ้นส่วน



เศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น หรือ JTEPA (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement) เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2550 โดยความตกลงดังกล่าวได้ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งจากการทำประชาพิจารณ์ และการได้รับความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ความตกลงดังกล่าวมีสาระครอบคลุมทั้งการจัดตั้งเขตการค้าเสรี (FTA)

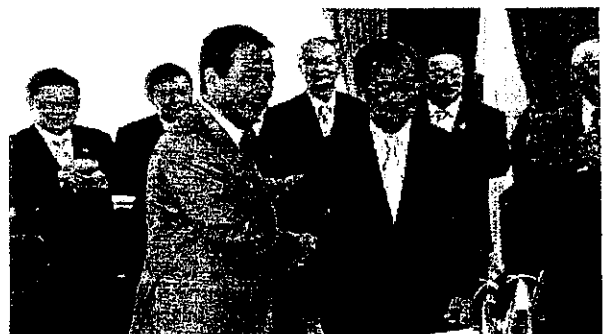
การลงทุน รวมถึงการอำนวยความสะดวกทางการค้าและความร่วมมือสาขาต่างๆ ซึ่งการที่ไทยสามารถจัดตั้งเขตการค้าเสรีกับญี่ปุ่น หรือสามารถเจรจาให้ญี่ปุ่นลดหรือยกเลิกภาษี โดยทำให้

ไทยสามารถขยายการค้าได้เพิ่มขึ้น และได้เปรียบคู่แข่งในการส่งออกสินค้าไปยังญี่ปุ่น

สินค้านำเข้าโดยเฉพาะวัตถุดิบ มีต้นทุนต่ำลง จากการที่ไทยลดหรือยกเลิกภาษีให้กับญี่ปุ่น ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภคมากขึ้น

ไทยยังมีโอกาสในการเข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกได้เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งกระทรวงพาณิชย์คาดว่า การค้าระหว่างไทยและญี่ปุ่น จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก หลังจากความตกลงนี้ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2550 เป็นต้นไป

ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ ได้มีการเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์สูงสุดจาก JTEPA โดยมีการจัดสัมมนาให้ความรู้สำหรับผู้ประกอบการในด้านการใช้ประโยชน์จาก JTEPA อย่างทั่วถึงทุกภูมิภาคของประเทศ



ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี และชลบุรี ในรายสาขา อาทิ อาหาร สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อัญมณี และปิโตรเคมี ตลอดจน ได้จัดการสัมมนาเผยแพร่การใช้ประโยชน์จากความตกลงฯ ให้แก่ภาคธุรกิจญี่ปุ่น โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้นำคณะผู้แทนเข้าหารือในเชิงลึกกับนักธุรกิจ ในญี่ปุ่นเป็นรายสาขา ทั้งสาขาสินค้า บริการ และการลงทุน ในระหว่างวันที่ 26-28 กันยายน 2550

5.5 การพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และขยายโอกาสทางการค้า การลงทุน ระหว่างประเทศ

• การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้ากับต่างประเทศ

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และผู้บริหารระดับสูงเดินทางเพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า การลงทุน ตลอดจนนำภาคธุรกิจเอกชนเจรจาธุรกิจ(Business Matching)



กับประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพในภูมิภาคต่างๆ ที่สำคัญได้แก่ การเดินทางเยือนมณฑลสำคัญของสาธารณรัฐประชาชนจีน (เช่นการเยือนกรุงปักกิ่ง นครคุนหมิง มณฑลเหอหนาน มณฑลทางตะวันตก (หนิงเซี่ย กานซู ชินเจียง) และมณฑลชานตง รัสเซีย ยูเครน อิหร่าน ตุรกี ปากีสถาน โดยมีประเภทกลุ่มธุรกิจและกลุ่มสินค้าที่เข้า

ร่วมการประชุม Business Matching ในหลายสาขาดังนี้ คือ ธุรกิจ แฟรนไชส์ภัตตาคาร/ร้านอาหาร สปา สายการบิน ก่อสร้าง สินค้าอาหาร คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องใช้ในครัวเรือน สินค้าแฟชั่น และเครื่องประดับ อุปกรณ์ก่อสร้าง เป็นต้น)

การเข้าร่วมประชุม Thai – EU Business Forum ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นการหารือระหว่างภาคเอกชนไทยกับภาคเอกชนสหภาพยุโรป เพื่อร่วมหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการค้า รวมถึงแสวงหาช่องทางในการขยายการค้าระหว่างกัน

การเดินทางเยือนอินเดีย (รัฐทมิฬนาฑู รัฐอัสสัม และรัฐเบงกอล) ซึ่งนับเป็นรัฐมนตรีการค้าประเทศแรกที่ได้เดินทางไปเยือนรัฐทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดียดังกล่าว เพื่อสร้างความสัมพันธ์และขยายคู่ทางการค้า การลงทุนระหว่างทั้งสองประเทศ พร้อมทั้งสนับสนุนให้ภาคเอกชนของทั้งสองประเทศเป็นผู้นำการขับเคลื่อนธุรกิจการค้า การลงทุนระหว่างกัน ตลอดจนสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างภาคธุรกิจทั้งสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้าง ท่องเที่ยว ไม้ตัดดอก อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับพลังงาน และอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและเครื่องจักรกล เป็นต้น รวมทั้งการเดินทางร่วมพิธีเปิดงาน India International Jewellery Show 2007(IJS 2007) ณ เมืองมุมไบ เพื่อส่งเสริมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยสู่ตลาดอินเดีย ตามคำเชิญของสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ

นอกจากนี้ได้เดินทางเยือนประเทศญี่ปุ่น เพื่อเฉลิมฉลองความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-ญี่ปุ่น 120 ปี และร่วมในคณะนายกรัฐมนตรี เพื่อลงนามในความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) โดยมีการหารือทวิภาคีกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) ของญี่ปุ่น ในประเด็นการแก้ไขพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาคเอเชีย (CEPEA) และสถาบันวิจัยเศรษฐกิจแห่งเอเชีย (ERIA) รวมทั้งได้มีการลงนามแถลงการณ์ความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนระหว่างรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ไทยและรัฐมนตรีว่าการกระทรวง

เศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมญี่ปุ่น ตลอดจนเข้าร่วมเป็นสักขีพยานในการลงนามความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) และมีการสัมมนาเรื่อง Thailand-Japan Business, Investment and Tourism Forum นอกจากนี้ ได้มีการหารือระหว่างสมาคมอาหาร สมาคมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และสมาคมอัญมณีของไทยและญี่ปุ่น และหารือกับบริษัทการค้ารายใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น 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

- **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 รวมทั้งสามารถใช้เป็นประตูสู่จีนตอนกลางและจีนตะวันตก อีกทั้งลดต้นทุนและระยะเวลาการขนส่งสินค้าลงได้

จากผลการเยือนดังกล่าว ได้มีการเห็นชอบให้จัดตั้งคณะทำงานร่วมด้านการค้าและระบบบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ (Logistics) ประกอบด้วยผู้แทนภาครัฐและเอกชน ทั้งในระดับสองฝ่าย (ไทย-ลาว และ ไทย-จีน) และระดับสามฝ่าย (ไทย-ลาว-จีน) ตลอดจนการอำนวยความสะดวกทางการค้า การขนส่ง กฎระเบียบทางการค้าระหว่างกัน

5.6 การส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าและอาหารฮาลาล

กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายในการส่งเสริมการส่งออกอาหารฮาลาลให้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันประชากรมุสลิมทั่วโลกมีถึงประมาณ 1,300 ล้านคน จึงนับว่าเป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูง ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายในการผนวกการพัฒนาและส่งเสริมอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก ให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย Kitchen of the World ซึ่งนอกจากจะเป็นส่วนช่วยผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไทยแล้ว ยังจะสามารถช่วยเหลือจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีโอกาสทางการค้า/ธุรกิจและรายได้เพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของการช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน นักธุรกิจ พ่อค้า และผู้ประกอบการในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ กระทรวงพาณิชย์จัดทำโครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าฮาลาลของจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยการนำผู้ประกอบการผลิตสินค้าและอาหารฮาลาลที่มีศักยภาพในการส่งออกของ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวม 22 ราย และผู้ประกอบการผลิตสินค้าและอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกที่อยู่ในภาคกลางรวม 7 ราย ไปเข้าร่วมแสดงสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจด้านมาตรฐานสินค้าฮาลาลของประเทศไทย ในงานแสดงสินค้าและอาหารฮาลาลนานาชาติ ครั้งที่ 2 (International Halal Food and Muslim) ณ นครหิโนชวณ เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ย (Ningxia) (13-21 สิงหาคม 2550) โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เดินทางไปร่วมในพิธีเปิดงานดังกล่าว และร่วมเป็นหัวหน้าคณะฝ่ายไทย ในการประชุมสัมมนาระหว่างผู้ประกอบการกับนักธุรกิจไทยและจีน เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2550

5.7 การดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ ต่อผลการทบทวน GSP ประจำปี

ของสหรัฐฯ

จากการที่สหรัฐฯ ได้ประกาศผลการทบทวน GSP ประจำปี 2549 ซึ่งมีรายการสินค้าไทยถูกตัดสิทธิ GSP 3 รายการ ได้แก่ เครื่องประดับทำจากโลหะมีค่า เครื่องรับโทรทัศน์สีจอแบน และมีดพลาสติกชนิดโพลีเอทิลีนเทอร์ฟทาเลต ทำให้ผู้ส่งออกของไทย ส่งสินค้าออกไปยังสหรัฐฯ โดยเสียภาษีนำเข้า เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ ที่ไม่ได้รับสิทธิ GSP ในอัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ 5 จึงส่งผลให้ต้นทุนการจำหน่ายสินค้าทั้ง 3 รายการเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราปกติ ซึ่งผู้นำเข้าอาจผลักภาระมายังผู้ส่งออกไทย โอกาสการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐฯ อาจลดลง และอาจสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้ประเทศคู่แข่งได้

กระทรวงพาณิชย์ จึงได้เร่งดำเนินการเพื่อรักษาศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าดังกล่าวของไทย ได้แก่ การร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (สวอ.) กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อสร้างให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก และได้จัดทำโครงการถนนสายอัญมณี (ถนนมหัศจรรย์ และถนนสีลม) การแสวงหาตลาดใหม่ในแถบตะวันออกกลาง จีน อินเดีย ทวีปแอฟริกา และลาตินอเมริกา เป็นต้น โดยจัดโครงการส่งเสริมและขยายตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาตลาดหลักที่ให้ GSP

6. การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน

6.1 การสร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

เป็นบทบาทหลักของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อสร้างความสมดุลอย่างยั่งยืนให้ระบบเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและก้าวไปสู่เป้าหมายพร้อมกัน ในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ การพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ ตลอดจนการสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดสู่ภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก

• **โครงการพัฒนาผู้ประกอบการภูมิภาค** นอกจากการส่งเสริมผู้ประกอบการ

ขยายฐานของธุรกิจสู่ต่างประเทศแล้ว ด้านในประเทศ ซึ่งมีความสำคัญอย่างสูงสุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศนั้น กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับ ได้แก่ โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการไปแล้วทั้ง 4 ภาค โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้เดินทางไปมอบนโยบายในการมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและพัฒนา



ผู้ประกอบการภูมิภาคให้มีศักยภาพสู่สากล ซึ่งเป็นการดำเนินงานแบบบูรณาการ จากหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ และภาคเอกชน โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านต่างๆ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการให้คำปรึกษาธุรกิจจากหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ นอกจากนี้ได้มีโครงการการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งให้มีการพัฒนาลักษณะรูปแบบ และการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ธุรกิจนี้สามารถยืนหยัดแข่งขันกับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เพื่อให้ทุกฝ่ายอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นธรรมและเกื้อกูลต่อกัน รวมทั้งการพัฒนาให้ความรู้และแนวคิดในการปรับตัวทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง จากการดำเนินการใน 3 ครั้งที่ผ่านมา ได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้ประกอบการซึ่งเข้ารับการอบรมถึง 1,457 ราย

• **โครงการ 4 ประสานขับเคลื่อนธุรกิจภูมิภาคสู่การค้าระดับโลก (Local to Global)**

ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาผู้ประกอบการร่วมกัน ระหว่างกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และธนาคารเพื่อการนำเข้าและการส่งออกแห่งประเทศไทย โดยเริ่มดำเนินโครงการเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2550 กิจกรรมประกอบด้วย การเสวนาเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าในตลาดรัสเซีย และจัดอบรม 5 ครั้ง ที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก (ในหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมกับสถานะการแข่งขัน การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน และการวิเคราะห์การลงทุน กลยุทธ์ การเจาะตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์) และการขยายตลาดโดยจัดคณะนักธุรกิจขยายตลาดการค้าเป้าหมาย และศึกษาการพัฒนาศักยภาพการผลิตการตลาดเชิงแข่งขัน ในตลาดรัสเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย

• **การจัดกิจกรรมค่ายการตลาด (Marketing Camp)** เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวโน้มนตลาดเพื่อพัฒนาเข้มข้น ติดตามประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำเข้าสู่ตลาดโดยการดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งในช่วงแรกกำหนดจัดกิจกรรม 4 ครั้ง ในภาคเหนือ ภาคกลางและตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคอีสาน และภาคใต้ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม-กันยายน 2550 ได้เริ่มกิจกรรมในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นค่ายการตลาดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของไข่และของตกแต่งบ้าน ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สินค้าผลิตภัณฑ์สปา) ภาคอีสาน (ผ้าและแปรรูป) ภาคใต้ (อาหารแปรรูป) โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม 132 ราย และในช่วงที่สองของโครงการกำหนดจัด 3 ครั้ง ในวันที่ 26-28 กันยายน 2550 ที่จังหวัดลำปาง (โดยเป็นค่ายการตลาดพัฒนาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ) ในวันที่ 12-14 ตุลาคม 2550 และในวันที่ 15-17 พฤศจิกายน 2550 ที่จังหวัดอยุธยา โดยเป็นค่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของใช้ของตกแต่งบ้าน เครื่องจักรสารและกลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์อาหารแปรรูป ตามลำดับ

- **การเสริมสร้างศักยภาพ SMEs ภูมิภาคสู่ตลาดจีน** โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ แก่ผู้ประกอบการภูมิภาคเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจในการเข้าสู่ตลาดจีน การปรับตัว รองรับสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง และรู้เท่าทันต่อระบบการค้าใหม่ ตลาดใหม่ ดำเนินธุรกิจ รูปแบบที่เหมาะสม สร้างความยั่งยืนต่อธุรกิจของตนได้ โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ธุรกิจที่ไทยมีคู่ทาง และความสามารถในการแข่งขันในจีน เช่น- อัญมณี ผลไม้ เป็นต้น

นอกจากนี้เมื่อ 11-15 กรกฎาคม 2550 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็น หัวหน้าคณะผู้แทนไทยจำนวน 32 คน เยือนเมืองเหอฝิง มณฑลชานตง ตามยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ไทยสู่สากล โดยเน้นตามโครงการส่งเสริม SMEs สู่จีน เพื่อให้ SMEs ของไทยได้มีโอกาสเข้าร่วมประกอบ ธุรกิจการค้ากับผู้ประกอบการจีนมากที่สุด ซึ่งเป็นมณฑลชานตงมี GDP ประมาณ 2.27 ล้านล้านหยวนใหญ่ เป็นอันดับ 2 ของจีนรองจากมณฑลกวางตุ้ง รวมทั้งมีศักยภาพสูงยิ่งในการผลิตสินค้าอาหาร ผลิตเครื่องจักรกลและอุปกรณ์การเกษตร มีการผลิตกรรมมะนาวมากที่สุด และแหล่งขนาดใหญ่และมีแหล่งแร่ สำคัญ คือ พลอยไพฑิณีที่ใหญ่มากที่สุดแห่งหนึ่งในโลก ซึ่งนับว่าเมืองเหอฝิงมีโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อสินค้า เกษตรส่งออกสำคัญของไทย คือ มันสำปะหลัง และเป็นแหล่งพลอยสีน้ำเงินที่มั่งคั่ง รวมถึงชานตงเป็น มณฑลที่มีการผลิตพลังงานสูงมากแห่งหนึ่งของจีน ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้เชิญผู้แทนจากทั้ง 4 อุตสาหกรรมร่วมไปกับคณะผู้แทนการค้าของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดการเจรจาความร่วมมือด้านธุรกิจ ระหว่างกันตามรายอุตสาหกรรม

6.2 การเชื่อมโยงผลผลิตจากภูมิภาคสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ

- **การส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์** กระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำกลยุทธ์ การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ การพัฒนาผู้ประกอบการ เกษตรอินทรีย์ การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ และการสนับสนุนการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า ทั้งนี้ ได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้า เกษตรอินทรีย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ โดยได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าเกษตร อินทรีย์นานาชาติ งาน Bio Fach 2007 ณ เมืองนูเรมเบิร์กประเทศเยอรมนี (12-18 กุมภาพันธ์ 2550)

- **การพัฒนาตลาดสินค้าของใช้ ของตกแต่งบ้าน** โดยการพัฒนาสินค้าของตกแต่งบ้าน ซึ่งมีแหล่งผลิตจากจังหวัดมหาสารคาม และอุบลราชธานี เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของขั้วของใช้ตกแต่งบ้าน Macef Autumn ณ เมือง มิลาน ประเทศอิตาลี ในช่วงวันที่ 7-10 กันยายน 2550

6.3 พัฒนาส่งเสริมสาขาบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และ รองรับการค้าขยายตัวและการแข่งขันในระยะยาว



- **พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ** กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจบริการ ในสาขาที่ไทยมีศักยภาพสู่สากล โดยตั้งธุรกิจเป้าหมาย ประกอบด้วย ธุรกิจร้านอาหารไทย สปาเสริมสวย โรงพยาบาล อู่ซ่อมรถ ขนส่ง สินค้า สิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ ฯลฯ โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

ธุรกิจรายเดิมในด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการเชื่อมโยงเครือข่าย ส่วนผู้ประกอบการรายใหม่นั้น ได้ดำเนินการ ให้ความรู้ เพื่อให้สามารถเริ่มต้นทำธุรกิจได้อย่างถูกต้อง เป็นระบบ และรองรับการเจริญเติบโตในอนาคต โดยดำเนินการหลายโครงการ เช่น การสร้างความเข้มแข็งธุรกิจร้านอาหาร การพัฒนาธุรกิจร้านอาหารสู่สากล โดยมีการจัดอบรมที่จังหวัดชลบุรี และเชียงใหม่ มีผู้เข้าร่วม 128 กิจการ การสร้างความเข้มแข็งธุรกิจร้านเสริมสวย มีผู้เข้าร่วมโครงการ 110 ราย การพัฒนาเครือข่ายธุรกิจขนส่งสินค้า มีผู้เข้าร่วมโครงการ 45 กิจการ เป็นต้น

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้ตระหนักถึงกระแสการบริโภคแบบใหม่ที่ทำให้การค้าบนโลกการสื่อสารไร้พรมแดน ซึ่งทวีความสำคัญขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้เร่งสร้างและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือและมีความคล่องตัวมากขึ้น

- **ส่งเสริมและขยายโอกาสประกอบธุรกิจบริการในต่างประเทศ** กระทรวงพาณิชย์ได้เร่งส่งเสริมเชิญชวนผู้ประกอบการไทยออกไปเปิดตลาดในต่างประเทศ โดยใช้เครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในการอำนวยความสะดวก ตลอดจนเร่งการประชาสัมพันธ์ธุรกิจบริการไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารที่ขณะนี้มีความหมาย Thai Select ที่เป็นที่รู้จักทั่วโลกในหมู่นักชิมอาหารไทย ซึ่งส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นอีกมากมาย รวมทั้งการส่งเสริมให้ธุรกิจหลายประเภท เข้าสู่ระบบแฟรนไชส์ และพัฒนาเพื่อขยายสู่ตลาดต่างประเทศ โดยร่วมกับสถาบันคีนันแห่งเอเซีย นำธุรกิจแฟรนไชส์ไทยจำนวน 10 ราย ไปขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศในประเทศกัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และจีน

6.4 การพัฒนาสมรรถนะของผู้ค้าปลีกดั้งเดิม ให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขัน โดยเน้นการปรับทัศนคติ และพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบธุรกิจ และบุคลากรให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ทันสมัย และมีมาตรฐานในระดับสากล รวมถึงพัฒนาโครงสร้างและสภาพแวดล้อมที่ดีในการดำเนินธุรกิจ อาทิ การให้ความรู้โดยการฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการ การสร้างและเชื่อมโยงข้อมูลธุรกิจให้ทันสมัย และเข้าถึงได้ง่าย การสร้างระบบบริการเบ็ดเสร็จในการจดทะเบียนประกอบธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจ การจัดหาแหล่งทุน เป็นต้น

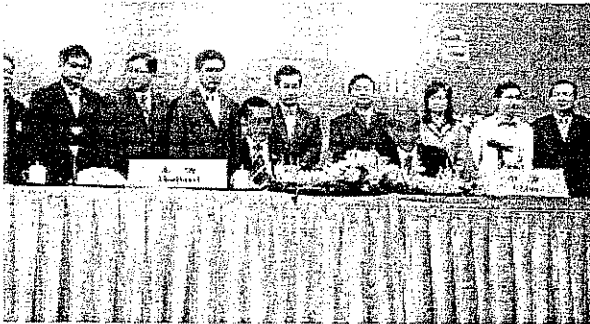


แนวทางในการดำเนินการ ประกอบด้วย การกำกับดูแลความเป็นธรรมในระบบการค้า โดยดำเนินการเพื่อให้มีการออกกฎหมายค้าส่งค้าปลีก การสร้างความเข้มแข็งในการประกอบธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีกดั้งเดิม ได้แก่ การสร้างต้นแบบ ร้านสะดวกซื้อ ที่มีการบริหารจัดการสินค้า และการเงินอย่างเป็นระบบ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ตลอดจนสนับสนุนการรวมกลุ่มสร้างเครือข่าย เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพทางการตลาดให้มีความเกื้อกูลและสร้างพันธมิตรในการสร้างความแข็งแกร่งในการประกอบธุรกิจ ระหว่างผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายและกลุ่มเครือข่ายผู้ค้าส่งค้าปลีก โดยดำเนินการใน 5 พื้นที่นำร่อง คือ สกลนคร อุบลราชธานี สระบุรี จันทบุรี และสมุทรสงคราม ส่งผลให้ผู้ค้าส่งค้าปลีกในแต่ละพื้นที่มีอำนาจต่อรองทางการตลาดสูงขึ้น สามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้จากการที่ผู้ค้าปลีกดั้งเดิมหรือโชห่วย ได้รับผลกระทบจากการขยายสาขาของผู้ค้าปลีกรายใหญ่ ดังเช่น ตลาดบ้านแพ้ว อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ที่ได้ร้องเรียนถึงความเดือดร้อนจากผลกระทบดังกล่าว รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้เดินทางไปเพื่อรับฟังปัญหาและหาแนวทางในการแก้ไข โดยให้นโยบายในการจัดทำโครงการปรับปรุงพัฒนาตลาดบ้านแพ้ว เพื่อพัฒนาศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว พัฒนารูปแบบการค้า รวมทั้งให้ความรู้การสร้างภาพลักษณ์และการตลาดแก่ผู้ประกอบการตลอดจนปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ให้สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ยกกระตือรือร้นของจังหวัดและ พัฒนาสมรรถนะของผู้ค้าปลีกดั้งเดิม ให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขัน ซึ่งขณะนี้ทางเทศบาลตำบลบ้านแพ้วได้มีการประชุมคณะทำงาน ที่มาจากผู้ประกอบการของธุรกิจต่างๆ เพื่อดำเนินการปรับปรุงตลาด รวมถึงกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อจะใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาผู้ค้าปลีกดั้งเดิมในที่อื่นต่อไป

6.5 การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทางการค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนการทำธุรกิจการค้า อันจะผลักดันให้การค้าของประเทศขยายตัวทุกระดับ ดังนี้

- การจัดทำร่างยุทธศาสตร์โลจิสติกส์ร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ซึ่งแบ่งเป็น 6 ด้าน คือ (1) การพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางการค้าและกฎระเบียบให้เอื้อต่อการค้า เช่น ระบบออกใบรับรองและใบอนุญาตทางอิเล็กทรอนิกส์แบบเบ็ดเสร็จ การจัดตั้งศูนย์บริการส่งออกเบ็ดเสร็จ เป็นต้น (2) การยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยสนับสนุนให้มีมาตรการส่งเสริมทางการเงิน การคลัง การตลาด และการพัฒนาทักษะและความรู้ความเข้าใจแก่ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และการรับรองสถานะทางกฎหมายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (3)



การเพิ่มศักยภาพการจัดการโลจิสติกส์ทางการค้าของธุรกิจ โดยสนับสนุนให้ผู้ส่งออกและผู้ผลิตให้ความสนใจกับการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในองค์การให้มีประสิทธิภาพ (4) การพัฒนาโครงข่ายกระจายสินค้าและความร่วมมือทางโลจิสติกส์ทางการค้า โดยส่งเสริมให้คนไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะอาเซียนกับจีนมีการทำพันธมิตรทางธุรกิจด้านการกระจายสินค้าและจัดส่งสินค้า (5) การพัฒนาบริการสนับสนุน การจัดการ โลจิสติกส์ทางการค้า เช่น บริการประกันภัย บริการความเสี่ยงทางการเงิน ซอฟต์แวร์และศูนย์ข้อมูล โลจิสติกส์ เป็นต้น (6) การยกระดับประสิทธิภาพการจัดการสินค้ายุทธศาสตร์แบบครบวงจร โดยเฉพาะสินค้า ที่เป็นกลุ่มรากหญ้าและเป็นสินค้ายุทธศาสตร์ของรัฐ เช่น ข้าว ผักผลไม้ เสื้อผ้าสิ่งทอ ชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น

- จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้ในเรื่องของโลจิสติกส์ แก่ผู้ประกอบการผู้ส่งออก รวมถึงเจ้าหน้าที่กระทรวงฯ เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องโลจิสติกส์กับอำนวยความสะดวกทางการค้า และการลดต้นทุนการส่งออก รวมถึงการขยายตลาดต่างประเทศ

- **การจัดทำร่าง MOU ความร่วมมือสามฝ่าย** เพื่อเร่งใช้ประโยชน์ตามเส้นทาง East West Economic Corridor และสะพานมิตรภาพ 2 และร่างแผนการใช้ประโยชน์ด้านการค้า การลงทุนและโลจิสติกส์ในเส้นทางสาย North South Economic Corridor และ West Economic Corridor โดยครอบคลุมการอำนวยความสะดวกด้านการค้า การเพิ่มศักยภาพ การจัดการธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาความร่วมมือด้านการค้า และกระจายสินค้า

6.6 การส่งเสริมทรัพยากรเส้นทางปัญญาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

กระทรวงพาณิชย์ได้ส่งเสริมการสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรเส้นทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ โดยสร้างความรู้ความเข้าใจด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญาให้แก่ประชาชนคนไทยในทุกกระดับ เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของตลาด รวมทั้งส่งเสริมให้มีการพัฒนาทรัพยากรเส้นทางปัญญาเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์เพิ่มมากขึ้น

- **สร้างความรู้ความเข้าใจด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญาแก่ประชาชน** โดยการอบรมสัมมนาเชิงวิชาการ เผยแพร่ความรู้ สร้างความเข้าใจด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญา ให้แก่บุคลากรในวงการทรัพยากรเส้นทางปัญญา อาจารย์ในสถาบันการศึกษา นักวิจัย ผู้ประกอบการ OTOP SMEs และวิสาหกิจชุมชนในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 17 ครั้ง จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 2,648 คน

- **โครงการเรียนรู้ทรัพยากรเส้นทางปัญญาทางไกล (Distance Learning)** มีการลงนามบันทึกความร่วมมือ “Framework Agreement of Corporation between WIPO Worldwide Academy and DIP” กับสถาบันทรัพยากรเส้นทางปัญญาโลกเพื่อร่วมมือในโครงการเรียนรู้ด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญาทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้หลักสูตรมาตรฐานเดียวกับสถาบันทรัพยากรเส้นทางปัญญาโลกที่ได้มีการเปิดสอนทางไกลมาก่อน ซึ่งนับว่าเป็นการเรียนการสอนด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (e-learning System) ด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญาเป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยได้เปิดตัวและเริ่มทำการเรียนการสอนแล้ว 1 รุ่น มีผู้สมัครเรียนทั้งสิ้น 387 คน และขณะนี้อยู่ระหว่างเปิดรับสมัครรุ่นที่ 2

- **พัฒนาระบบคุ้มครองสิทธิในทรัพยากรเส้นทางปัญญา** เพื่อให้คนไทยได้รับความสะดวก รวดเร็วในการจดทะเบียน และสนใจให้เข้าสู่ระบบการคุ้มครองสิทธิในทรัพยากรเส้นทางปัญญาอย่างทั่วถึงทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองทรัพยากรเส้นทางปัญญาให้เทียบเท่าสากล

- **ส่งเสริมการบริหารจัดการสิทธิและใช้ประโยชน์ทรัพยากรเส้นทางปัญญา** เพื่อยกระดับศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยทรัพยากรเส้นทางปัญญา เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าสู่ระบบการคุ้มครองสิทธิในทรัพยากรเส้นทางปัญญา โดยอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการรวม 200 ราย

- **สร้างเครือข่ายสถาบันการศึกษา** ในการทำหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญาสู่นักเรียน นักศึกษา และประชาชนในส่วนภูมิภาค โดยจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านทรัพยากรเส้นทางปัญญา (MOU) กับมหาวิทยาลัยขอนแก่น และสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

นอกจากนี้ ได้สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ในสถาบันการศึกษาอย่างเบ็ดเสร็จครบวงจร โดยคัดเลือกสถาบันการศึกษาเพื่อทำ MOU ให้เป็นหน่วยต้นแบบในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 5 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยมหิดล

- **โครงการเสริมสร้างนวัตกรรม OTOP** เพื่อให้ผู้ประกอบการสินค้า OTOP เห็นประโยชน์ของการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ และกระตุ้นการพัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยจัดกิจกรรมการประกวดผลงานทรัพย์สินทางปัญญาใน 2 สาขา คือ สาขาสิทธิบัตร และสาขาลิขสิทธิ์ มีผู้ประกอบการสินค้า OTOP ร่วมส่งผลงานเข้าประกวดจำนวน 113 ผลงาน และมีผลงานที่ได้รับรางวัลรวม 16 รางวัล คิดเป็นเงินรางวัลทั้งสิ้น 580,000 บาท

- **การแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน** โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ด้านการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน การจัดทำแผนธุรกิจ และจัดหน่วยบริการรับคำขอกู้เงินเคลื่อนที่ไปยังส่วนภูมิภาค โดยร่วมกับสถาบันการเงินที่เข้าร่วมโครงการได้แก่ ธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธนาคารออมสิน เพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาให้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนได้มากขึ้น โดยมีผู้แจ้งยื่นคำขอกู้เงินที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลักประกันการกู้เงินกับสถาบันการเงินดังกล่าว รวม 322 ราย ได้รับอนุมัติ 28 ราย รวมวงเงินที่อนุมัติรวม 6.0 ล้านบาท

- **ความร่วมมือระหว่างประเทศด้านทรัพย์สินทางปัญญา** โดยสร้างความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลกับต่างประเทศ เพื่อพัฒนาระบบทรัพย์สินทางปัญญาของไทยให้ทัดเทียมระดับสากล ได้แก่ การลงนามบันทึกความเข้าใจกับต่างประเทศ จำนวน 2 ฉบับ คือ ความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาไทย-ออสเตรเลีย ในการจัดทำแผนปฏิบัติการและจัดทำแนวทางปฏิบัติในการให้บริการตรวจสอบการประดิษฐ์ และความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาไทย-เกาหลี ในเรื่องการจัดการการเรียนการสอนออนไลน์ (E Learning) ด้านทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับผู้ประกอบการ SMEs และผู้ที่สนใจทั่วไป

- **ปกป้องคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ** โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศต่างๆ เพื่อตรวจสอบ ปรามปรามและจับกุมสินค้าละเมิดและปลอมแปลงสินค้าของไทย เช่น ประสานงานสำนักงานเครื่องหมายการค้าจีน (CTMO) ในการขอความร่วมมือปรามปรามสินค้าที่ถูกละเมิด กรณีการลอกเลียนฉลากข้างกระป๋องผลิตภัณฑ์เงาะกระป๋องของไทย “ตราช้างพระอาทิตย์” ของ บมจ. เอร่าวันฟู๊ด โดยสินค้าที่ผลิตจาก มณฑลกว่างสี ประเทศจีน และกรณีการขอให้เพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสินค้าข้าวหอมมะลิ โดยใช้ชื่อ “จังหวัดอุบล” “จังหวัดเชียงราย” และ “เชียงราย” เนื่องจากคำดังกล่าวเป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ของไทย โดย CTMO ได้เพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวตามที่ไทยได้มีหนังสือร้องเรียนไปแล้ว

นโยบายพิเศษ

1. โครงการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา

1.1 โครงการประกวดผลงานสิทธิบัตรการประดิษฐ์ เพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในเนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ตลอดจนเพื่อปลูกฝังให้ประชาชนและเยาวชนเป็นนักประดิษฐ์คิดค้น โดยให้ผู้สนใจส่งผลงานประกวด

1.2 การจัดประชุม Thailand Rice Convention 2007

เพื่อเป็นการเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ให้ความสำคัญต่อข้าวไทยและเกษตรกรไทย เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะประเทศผู้นำด้านการส่งออกข้าวและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ส่งออกของไทยและผู้นำเข้าข้าวทุกภูมิภาคทั่วโลก รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างชาติทราบถึงคุณลักษณะพิเศษและความโดดเด่นของข้าวไทย เพื่อรักษาและขยายตลาดข้าวไทยในตลาดโลก กระทรวงพาณิชย์กำหนดจัดงานดังกล่าวขึ้น โดยได้เชิญคณะผู้แทนการค้าและสื่อมวลชนจากประเทศผู้นำเข้าข้าวทั่วโลกเข้าร่วมประชุม นอกจากนั้นผู้นำเข้าข้าวยังได้มีโอกาสชมพระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญในวันพืชมงคล ณ มณฑลพิธีท้องสนามหลวง สร้างความซาบซึ้งในวัฒนธรรมข้าวไทย



ในการประชุมได้รับเกียรติจาก ฯพณฯ พล.อ. สุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธีเปิดการประชุม Thailand Rice Convention ซึ่งนิทรรศการ “ในหลวงกับข้าวไทย” (The King and Thai Rice) ในวันที่ 11-12 พฤษภาคม 2550 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค เมืองทองธานี ได้รับความสนใจอย่างสูงจากทั้งผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งประกอบด้วยผู้นำเข้าภาคเอกชน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก สื่อมวลชนต่างประเทศ แขกรับเชิญจากต่างประเทศ และประชาชนชาวไทยที่มีโอกาสเข้าชม นิทรรศการ

1.3 โครงการทำบุญพัฒนาจิตใจเพื่อถวายพระเจ้าแผ่นดิน กระทรวงพาณิชย์ได้จัด

กิจกรรมทำบุญเพื่อถวายเป็นพระราชกุศล ได้แก่ การจัดชั่วโมงฝึกสมาธิแก่ข้าราชการ ทำบุญถวายสังฆทานและภัตตาหารเพลแด่พระสงฆ์ ทอดผ้าป่า เดินสายทำบุญตามมูลนิธิและสมาคมต่าง ๆ จัดอบรมปฏิบัติธรรม และการจัดอุปสมบท บรรพชาสามเณร จำนวน 80 รูป รวมทั้งการบริจาคโลหิต



2. การเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

2.1 มาตรการการช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ

- การลดอัตราค่าธรรมเนียมร้อยละ 50 ในการจดทะเบียนการจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัด/บริษัท การแก้ไขเปลี่ยนแปลงทางทะเบียน การขอตรวจสอบเอกสาร การขอหนังสือรับรอง ซึ่งจะได้ออกกฎกระทรวงต่อไป
- การสนับสนุนค่าเบี้ยประกันภัยส่วนต่างของการประกันภัยทรัพย์สิน คุ้มครองภัยก่อนการร้ายระหว่างร้อยละ 0.5-2.0 ให้แก่ผู้ประกอบการ (ผู้ประกอบการจ่ายร้อยละ 0.5 ส่วนเกินรัฐบาลจ่ายชดเชยให้เป็นระยะเวลา 3 ปี) โดยใช้วงเงินประมาณ 80 ล้านบาท (ขณะนี้อยู่ระหว่างสำนักงานประมาณจัดสรรเงินให้)
- แผนการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า/เปิดตลาดต่างประเทศ โดยเน้นประเทศเพื่อนบ้าน (เช่น จีน อาเซียน) และประเทศมุสลิม โดยได้จัดคณะเดินทางเพื่อร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ และจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างนักธุรกิจจาก 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และผู้ประกอบการในประเทศดังกล่าว

2.2 การช่วยเหลือด้านค่าครองชีพและพัฒนาอาชีพแก่ประชาชน แผนงานสำคัญ

ที่ในปี 2550 ซึ่งสอดคล้องกับ สอ.บต. คือ แผนการดูแลภาวะการครองชีพให้กับประชาชนใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (โครงการธงฟ้า-ราคาผู้ผลิต) แผนการเสริมสร้างรายได้และพัฒนาอาชีพให้กับประชาชน (จัดหาตลาดจำหน่ายผลไม้ให้เกษตรกร)

3. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ

กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดมาตรการในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยการจตุตคหกรรมใหญ่ ที่จะสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นให้คนไทยมีกำลังใจ ความเชื่อมั่น และมีการใช้จ่าย/บริโภคมากขึ้น เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะจัดกิจกรรมให้กระจายตัวตลอดทั้งปี และให้ครอบคลุมพื้นที่ทุกภาคของประเทศ ที่ดำเนินการแล้วมีดังนี้

3.1 การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อกระตุ้นการบริโภค

- งานแสดงสินค้า "แต่งบ้านอยู่สบาย แต่งกายดูดี" เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนาฯ เนื่องในโอกาสสมทวงคละเจริญพระชนมายุ 7 รอบ ระหว่างวันที่ 29 มิ.ย-8 ก.ค. 50
- โครงการ **Amazing Thailand Grand Sale 2007** (มิ.ย.-ส.ค.50) โดยกระทรวงพาณิชย์ ร่วมมือกับ ททท. ในการประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวในต่างประเทศ ผ่านทางสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 56 แห่ง และประชาสัมพันธ์ในประเทศ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เดินทางเข้ามาใช้จ่ายในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมให้คนไทยนิยมบริโภคสินค้าไทยที่มีคุณภาพทัดเทียมกันเพื่อทดแทนการเดินทางไปจับจ่ายยังต่างประเทศ
- การจัดงานมหกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และ **OTOP Select 2007** ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในภูมิภาคจัดงานขึ้นเพื่อส่งเสริมการค้าระดับภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ซึ่งงานดังกล่าวจะเป็นสื่อกลางนำผู้ซื้อและผู้ขายทั้งในภูมิภาคและต่างภูมิภาคมาพบกัน เพื่อขยายเครือข่ายธุรกิจและตอบสนองความต้องการในการบริโภคของประชาชนในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้ ยังช่วยส่งเสริมด้านการตลาดและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ครัวเรือน ส่งผลให้เศรษฐกิจในท้องถิ่นเข้มแข็ง และก่อให้เกิดการบริโภคและการจ้างงานตามมาเป็นลำดับ โดยกิจกรรมในงานประกอบด้วย การแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP สินค้าอุปโภคบริโภค การเจรจาธุรกิจ การให้คำปรึกษาธุรกิจและให้บริการความรู้ทางการค้า รวมถึงกิจกรรมบันเทิงจากค่ายเพลงต่างๆ ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้เริ่มดำเนิน โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจแล้ว 3 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