

งพ



ที่ พณ ๐๒๐๘.๕/๒๖๐๘

กระทรวงพาณิชย์  
๕๖๓ ถ. นนทบุรี ต. บางกระสอ  
อ. เมืองนนทบุรี จ. นนทบุรี ๑๑๐๐๐

๕ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง รายงานผลการดำเนินการตามข้อสั่งการนายกรัฐมนตรีพบปะตัวแทนภาคประชาชน ๓ กลุ่ม เพื่อรับฟังปัญหาและความต้องการของประชาชน

ร.ม.ค.  
๕๖๕  
ส.ป.๐๖๗

เรียน ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

๐๖๐๕.๐๖/ว ๓๕๒๔

อ้างถึง หนังสือสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีที่ นร ๐๑๐๕/ว๓๕๒๔ ลงวันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๖๓

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายงานผลการดำเนินการตามข้อสั่งการนายกรัฐมนตรีพบปะตัวแทนภาคประชาชน ๓ กลุ่ม เพื่อรับฟังปัญหาและความต้องการของประชาชน

สพ.

ตามหนังสือที่อ้างถึง สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้แจ้งข้อสั่งการนายกรัฐมนตรีพบปะตัวแทนภาคประชาชน ๓ กลุ่ม เพื่อรับฟังปัญหาและความต้องการของประชาชน และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรายงานผลการดำเนินงานตามข้อสั่งการฯ ทุกวันที่ ๕ ของเดือน เพื่อนำกราบเรียนให้นายกรัฐมนตรีทราบในโอกาสแรกด้วย นั้น

ผอ.ศก.พ.  
- ๘ ส.ย. ๒๕๖๓

กระทรวงพาณิชย์ขอส่งรายงานผลการดำเนินการตามข้อสั่งการฯ ดังกล่าว ในส่วนที่เกี่ยวข้องรายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

พอ  
๑ ๕.๖ ๖๓  
คุณทนาย

ขอแสดงความนับถือ

(นายพิทักษ์ อุดมวิชัยวัฒน์)  
รองปลัดกระทรวง ปฏิบัติราชการแทน  
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

รายงานผลการดำเนินงานตามข้อเสนอโครงการของนายกรัฐมนตรีฯ

ในคราวได้พบปะตัวแทนภาคประชาชน ๓ กลุ่ม (เกษตรกร ประชาชนและชุมชนและผู้ประกอบการ) เมื่อวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๖๓

กระทรวงพาณิชย์

ภารกิจ	ประเด็นสังการ	ผลการดำเนินงาน
<p>ด้วยนายกรัฐมนตรีได้พบปะในคราวได้พบปะตัวแทนภาคประชาชน ๓กลุ่ม (เกษตรกร ประชาชนและชุมชนและผู้ประกอบการ) เพื่อรับฟังปัญหาและความต้องการของประชาชน</p>	<p><b>ประเด็นสังการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ข้อเสนอของภาคประชาชน               <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. ผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-๑๙</li> </ol> </li> <li>๑.๑ การช่วยเหลือผู้ประกอบการ               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขอให้รัฐบาลตราช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากความไม่เชื่อมั่นในการลงทุน</li> </ul> </li> </ul>	<p>ผลการดำเนินงาน</p> <p>กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์ ที่ได้รับผลกระทบจากความไม่เชื่อมั่นในการลงทุนผ่านโครงการ Multimedia Online Virtual Exhibition (MOVE) ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๕ - ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๓ เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ยังประสบปัญหาการค้าในช่องทางออนไลน์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ให้สามารถเพิ่มช่องทางทางการค้าในตลาดต่างประเทศ และสามารถติดต่อเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการในต่างประเทศผ่านทางออนไลน์ได้</p>
	<p><b>๑.๒ การผลิตและจำหน่ายหน้ากากอนามัย และผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขอให้ภาครัฐจัดจำหน่ายหน้ากากอนามัยและผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ด (แอลกอฮอล์) ให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพียงพอ ราคาที่เป็นธรรม และป้องกันการกักตุน รวมทั้งให้มีการประชาสัมพันธ์ช่องทางสำรองเรียนกรณีดังกล่าว</li> </ul>	<p>กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในได้จัดส่งสินค้าหน้ากากอนามัยตามที่ได้รับแจ้งความประสงค์จากร้านค้าพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ ๑๘-๒๐ มีนาคม ๒๕๖๓ จำนวน ๒๔๑ ร้าน /รวม ๔๓๓,๖๒๔ ชิ้น และจัดเจ้าหน้าที่สายตรวจออกตรวจสอบสถานการณ์และราคาทุกวัน เพื่อป้องกันและปราบปรามให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้า เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค กำกับดูแลให้สินค้ามีปริมาณเพียงพอ และตรวจสอบติดตามให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย รวมทั้งช่องทางสำรองเรียน อาทิ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนราคาสินค้า ๑๕๖๙, Website : <a href="http://www.dit.go.th">http://www.dit.go.th</a>, E-mail address : <a href="mailto:๑๕๖๙@dit.go.th">๑๕๖๙@dit.go.th</a>, ตู้ ป.ณ. ๑ ปณฝ. กระทรวงพาณิชย์ นนทบุรี ๑๑๐๐๐</p>

ภารกิจ	ประเด็นสู่การ	ผลการดำเนินงาน
	<p>- ขอให้มีการจัดทำหน้ากาฝ้าแบบรีไซเคิล เพื่อเป็นการจ้างงานและแก้ไขปัญหาหน้ากากอนามัยขาดแคลน</p>	<p>ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพาณิชย์ ได้ส่งเสริมการผลิตหน้ากากภายใต้โครงการ “หน้ากากหัวใจชุมชน” แก่ชาวบ้านและประชาชนในพื้นที่ต่างไกล โดยใช้ผ้าฝ้ายจากมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถมาเป็นวัตถุดิบร่วมกับผ้าพื้นถิ่นของชุมชน โดยเริ่มแรกที่ชุมชนหัตถกรรมย้อมผ้าสีธรรมชาติหนองบัวแดงและอำเภอเกษตรสมบูรณ์ ขณะนี้มีชาวบ้านเข้าร่วมโครงการมากกว่า ๒๐๐ ราย/สัปดาห์ หลังคาเรือน มีกำลังการผลิต ๓๐,๐๐๐ ชิ้น/เดือน ซึ่งเป็นหน้ากากนำไปซักและนำกลับมาใช้ใหม่ และเร่งขยายไปยังชุมชนหัตถกรรมรวม ๓๘ ชุมชนทั่วประเทศ อาทิ ชุมชนหัตถกรรมบ้านดอนยายแพม จ. สุพรรณบุรี และชุมชนหัตถกรรมบ้านหัวฝาย จ. ขอนแก่น โดยตั้งเป้าหมายการผลิตให้ได้ ๕๐๐,๐๐๐ ชิ้น ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก</p>
	<p><b>๒. การพัฒนาเกษตรกร</b></p> <p><b>๒.๖ การสนับสนุนการแปรรูปสินค้าเกษตร</b></p> <p>ขอให้สนับสนุนการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า</p>	<p>กระทรวงพาณิชย์ สนับสนุนการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า ดังนี้</p> <p>๑. สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการคุ้มครองสิ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) ปัจจุบันได้ขึ้นทะเบียนคุ้มครอง GI ไทย รวม ๑๒๐ สินค้า จาก ๗๖ จังหวัด สร้างมูลค่ากว่า ๕,๓๖๐ ล้านบาท เป็นสินค้า “เกษตรแปรรูป” รวม ๒๕ สินค้า อาทิ ไข่เค็มไชยา ขนมหม้อแกงเมืองเพชร ชาเขียวราย กาแฟพาทะลุด และปลาทูกระเทียมอ่อนพัทลุง เป็นต้น และอยู่ระหว่างการพิจารณาคุ้มครองขึ้นทะเบียน GI จำนวน ๓ สินค้า ได้แก่ ลูกหยียะรัง พริกไทยจันทน์ และกล้วยตากสังคม และงานสร้างโอกาสทางการตลาด ทั้ง Offline และ Online อาทิ GI Market และ THAIFEX-World of Food Asia และจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ร้านค้า ShopAt๒๕ (www.ShopAt๒๕.com) เว็บไซต์ตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา (IP Mart) และสื่อ Social Media (Facebook GI Thailand</p> <p>๒. อบรมให้ความรู้การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการส่งออก รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างๆเกี่ยวกับการนำสินค้าเกษตรเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า อาทิ สินค้านวัตกรรมจากข้าว/ผลไม้ ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวภาพ รวมถึงการจัดสัมมนาสร้างแรงบันดาลใจ “API Inspirational Talk ๒๐๒๐” เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแรงบันดาลใจในการนำนวัตกรรมมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าทางการเกษตร กระตุ้นให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เกิดแนวคิดในการทำธุรกิจ ตลอดจนสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาธุรกิจจากสินค้าเกษตรไทย</p>

ภารกิจ	ประเด็นสังการ	ผลการดำเนินงาน
	<p><b>๒.๘ การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรตกต่ำ</b></p> <p>- ขอให้แก้ไขปัญหาราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำและมีส่วนสูง อาทิ ข้าวโพด</p> <p>- ขอให้พิจารณาการประกันราคาพืชผลทางการเกษตร รวมทั้งยกระดับราคาข้าวอินทรีย์ให้สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปในตลาด</p>	<p>กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการ ดังนี้</p> <p>๑. การประกันราคาพืชผลทางการเกษตร</p> <p>รัฐบาลได้กำหนดนโยบายเร่งด่วนการให้ความช่วยเหลือเกษตรกรและพัฒนานวัตกรรมกำหนดเป้าหมายให้เกษตรกรมีรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพในสินค้าเกษตรสำคัญ ด้วยการขอขยายประกันรายได้ เพื่อเป็นหลักประกันและป้องกันความเสี่ยงให้เกษตรกรมีรายได้ที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต โดยไม่เป็นการแทรกแซงกลไกตลาด และรัฐไม่ต้องการค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ โดยนำร่องในพื้นที่เศรษฐกิจของไทย ๕ ชนิด ได้แก่ ข้าวเปลือก ปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และยางพารา ดังนี้</p> <p>๑.๑ สินค้าข้าว กำหนดราคาเป้าหมายข้าวเปลือกแต่ละชนิดความชื้นไม่เกิน ๑๕% (ข้าวแห้ง) ดังนี้ ข้าวเปลือกหอมมะลิ ต้นละ ๑๕,๐๐๐ บาท ข้าวเปลือกหอมมะลินอกพื้นที่ ต้นละ ๑๔,๐๐๐ บาท ข้าวเปลือกเจ้า ต้นละ ๑๐,๐๐๐ บาท ข้าวเปลือกหอมปทุมธานี ต้นละ ๑๑,๐๐๐ บาท และข้าวเปลือกเหนียว ต้นละ ๑๒,๐๐๐ บาท</p> <p>๑.๒ สินค้าปาล์มน้ำมัน กำหนดราคาเป้าหมายผลปาล์มทลาย (๑๘%) กก. ละ ๔ บาท</p> <p>ในปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๓ คณะกรรมการนโยบายปาล์มน้ำมันแห่งชาติได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารโครงการประกันรายได้เกษตรกรชาวสวนปาล์มน้ำมัน ปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๓ เพื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ เงื่อนไข วิธีการ การดำเนินโครงการ ระยะเวลาดำเนินการจ่ายเงิน รวมทั้งการกำหนดราคาตลาดอ้างอิง ซึ่งได้มีการพิจารณากำหนดราคาตลาดอ้างอิงสำหรับการจ่ายเงินประกันรายได้เกษตรกรแล้ว รวมจำนวน ๕ งวด รวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๒,๗๗๐.๔๗ ล้านบาท และมีเกษตรกรชาวสวนปาล์มได้รับผลประโยชน์ ๓๒๔,๒๕๗ ครัวเรือน</p> <p>๑.๓ สินค้ามันสำปะหลัง กำหนดราคาเป้าหมายหัวมันสด เพื่อแบ่ง ๒๕% กก. ละ ๒.๕๐ บาท</p> <p>๑.๔ สินค้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กำหนดราคาเป้าหมาย ณ ความชื้น ๑๔.๕% กก. ละ ๘.๕๐ บาท</p> <p>๑.๕ สินค้ายางพารา กำหนดราคาเป้าหมาย ยางแผ่นดิบคุณภาพดี กก. ละ ๖๐ บาท</p> <p>น้ำยางสด DRC ๑๐๐% กก. ละ ๕๗ บาท และยางก้อนถ้วย DRC ๕๐% กก. ละ ๒๓ บาท</p>

ภารกิจ	ประเด็นสู่การ	ผลการดำเนินงาน																			
		<p style="text-align: center;"><b>ผลการดำเนินงาน</b></p> <p>๒. การยกระดับราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มียุทธศาสตร์สูงกว่าราคาสินค้าเกษตรทั่วไป</p> <p style="padding-left: 40px;">๓.๑ การยกระดับราคาข้าวอินทรีย์</p> <p>ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดำเนินการโครงการเชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์และข้าว GAP ครบวงจร ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐ โดยดำเนินการต่อเนื่อง ๕ ปี (ปีการผลิต ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ซึ่งกรมการค้าภายในร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดดำเนินการเชื่อมโยงการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการค้าข้าวและกลุ่มเกษตรกร โดยจัดทำบันทึกข้อตกลงซื้อขายข้าว (MOU) ในราคาสูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพ ตามหลักเกณฑ์กำหนด ดังนี้</p> <table border="1" data-bbox="470 1070 865 2107"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ชนิดข้าว</th> <th colspan="2">ข้าวอินทรีย์</th> <th>ข้าว GAP</th> </tr> <tr> <th>สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพไม่น้อยกว่า (บาท/ตัน)</th> <th>สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพ</th> <th>สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>๑. ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวข้าวจี๊</td> <td>๕๐๐</td> <td>๒,๐๐๐</td> <td>๕๐๐</td> </tr> <tr> <td>๒. ข้าวหอมปทุม</td> <td>๕๐๐</td> <td>๑,๕๐๐</td> <td>๕๐๐</td> </tr> <tr> <td>๓. ข้าวเจ้า</td> <td>๓๐๐</td> <td>๑,๒๐๐</td> <td>๓๐๐</td> </tr> </tbody> </table> <p>ทั้งนี้ ข้าวอินทรีย์ แบ่งเป็น ๓ ประเภท ได้แก่ ๓.๑ : ข้าวที่ได้ใบรับรองผ่านการประเมินเตรียมความพร้อม ๓.๒ : ข้าวที่ได้ใบรับรองผ่านการประเมินระยะปรับเปลี่ยน และ ๓.๓ : ข้าวที่ได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ Organic Thailand การต่อยอดและพัฒนาการขยายช่องทาง การตลาด สินค้าอินทรีย์ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้จัดทำเว็บไซต์ <a href="http://WWW.THEORGANICBYDIT.COM">WWW.THEORGANICBYDIT.COM</a> และ Application เพื่อให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร/ผู้ประกอบการ สมัครเข้าไปจำหน่ายสินค้าในระบบ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และสามารถเข้าไปเลือกซื้อสินค้าและค้นหาความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์</p>	ชนิดข้าว	ข้าวอินทรีย์		ข้าว GAP	สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพไม่น้อยกว่า (บาท/ตัน)	สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพ	สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพ	๑. ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวข้าวจี๊	๕๐๐	๒,๐๐๐	๕๐๐	๒. ข้าวหอมปทุม	๕๐๐	๑,๕๐๐	๕๐๐	๓. ข้าวเจ้า	๓๐๐	๑,๒๐๐	๓๐๐
ชนิดข้าว	ข้าวอินทรีย์			ข้าว GAP																	
	สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพไม่น้อยกว่า (บาท/ตัน)	สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพ	สูงกว่าราคาตลาดตามคุณภาพ																		
๑. ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวข้าวจี๊	๕๐๐	๒,๐๐๐	๕๐๐																		
๒. ข้าวหอมปทุม	๕๐๐	๑,๕๐๐	๕๐๐																		
๓. ข้าวเจ้า	๓๐๐	๑,๒๐๐	๓๐๐																		

ภารกิจ	ประเด็นสิ่งการ	ผลการดำเนินงาน
	<p>ขอให้ความช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ จ.นครปฐม โดยให้รัฐบาลช่วยประชาสัมพันธ์การใช้ประโยชน์จากกล้วยไม้ให้มากขึ้น และแสวงหาตลาดทั้งในและต่างประเทศ</p>	<p>๓.๒ ดำเนินโครงการเสริมสร้างการผลิตและการตลาดข้าวอินทรีย์ โดยจัดคณะผู้แทนภาครัฐและภาคเอกชนไปพบปะหารือการค้า ณ ประเทศญี่ปุ่น (๕-๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓) เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและสร้างความมั่นใจในคุณภาพมาตรฐานข้าวไทย รวมทั้งเพื่อรักษาและขยายตลาดส่งออกข้าวไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น และจัดคณะผู้แทนภาครัฐและเอกชนไปไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์นานาชาติ BIOFACH ๒๐๒๐ ณ สหพันธ์สหกรณ์รัฐเยอรมนี (๑๐ - ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์และจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) เพื่อขยายตลาดในภูมิภาคยุโรป</p>
	<p>๒.๙ การขยายตลาด</p> <p>- ขอให้ส่งเสริมแผนการตลาดกระจายผลผลิตในการเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศในช่วงฤดูกาลผลิตที่ผลผลิตออกมามาก และสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ในการกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้เกษตรกรมีข้อมูลตัวเลขปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรแบบเรียลไทม์ โดยอาจนำ “จับทุบรีโมเดล” มาใช้เป็นต้นแบบสำหรับจังหวัดอื่น ๆ ต่อไป</p> <p>- ขอให้ช่วยเหลือธุรกิจเกษตรอินทรีย์ โดยให้รัฐบาลช่วยสนับสนุนให้มีตลาดเกษตรอินทรีย์โดยตรง ในทุกกลุ่มจังหวัด และ</p>	<p>กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการ ดังนี้</p> <p>๑. สินค้าผลไม้ ฤดูกาลผลิตปี ๒๕๖๓</p> <p>๑.๑ ได้กำหนดมาตรการบริหารจัดการไว้ ๙ มาตรการ เพื่อรองรับผลผลิตที่ออกสู่ตลาดมาก โดยครอบคลุมทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ๑) บริหารจัดการด้านแรงงาน ๒) ดูแลความเป็นธรรมทางการค้า ๓) ส่งเสริมซื้อขายผ่านสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ๔) เชื่อมโยงกระจายผลผลิต ๕) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ๖) รมรณรงค์การบริโภคภายในประเทศ ๗) ผลักดันการส่งออก ๘) เสริมสภาพคล่อง และ ๙) เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการผลไม้</p> <p>๑.๒ การช่วยเหลือเกษตรกรขายผลไม้ออนไลน์ โดยจัดทำโครงการ Thai Fruits Golden Month : “ไทยช่วยไทย ชาวสวนอยู่ได้ ประเทศไทยอยู่รอด” ระยะเวลา ๑ พฤษภาคม - ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลไม้ออนไลน์ให้กับเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ ได้มีโอกาสขายผลไม้ได้มากขึ้น โดยนำสินค้าผลไม้เกรดพรีเมียมคุณภาพส่งออก ที่ไม่สามารถส่งไปขายต่างประเทศได้ มาจำหน่ายให้ผู้บริโภคในประเทศมีโอกาสดำเนินการผลไม้เกรดพรีเมียมในราคาที่เหมาะสม และร่วมมือกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำ ได้แก่</p>

ภารกิจ	ประเด็นสังการ	ผลการดำเนินงาน
	<p>แก้ไขความล่าช้าของการออกใบรับรอง (certification) สินค้าเกษตรปลอดภัย (GAP) โดยควบคุมดูแลให้ครอบคลุมทั้งระบบตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง</p>	<p>Thailandpostmart, Shopee, Lazada, JD Central, Jtujukmall, Cloudmall และ The Hub Thailand เป็นต้น โดยสนับสนุนและพัฒนาเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ ตั้งแต่การฝึกอบรมให้สามารถเปิดร้านค้าออนไลน์ และขายผลไม้มบนแพลตฟอร์มดังกล่าวได้สำเร็จ</p> <p>ปัจจุบันมีจำนวนเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการผลไม้มที่เข้าร่วมและสามารถเปิดร้านออนไลน์แล้ว ๑๙ ราย และมีเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการผลไม้มออนไลน์ทั่วประเทศ ไม่น้อยกว่า ๕๐ ราย นอกจากนี้ ได้สนับสนุนก่อตั้งใส่ผลไม้มจำนวน ๒๐๐,๐๐๐ กล่อง (ขนาด ๕ กก. ๑๐ กก และ ๒๐ กก.) เพื่อช่วยเกษตรกรที่ต้องการจำหน่ายผลไม้มผ่านทางออนไลน์อีกด้วย</p>
		<p>๑.๓ การแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าผลไม้มกับสินค้าอื่นข้ามจังหวัด โดยมีการจับคู่แลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าระหว่างกันรวม ๖๒ จังหวัด มูลค่า ๙๗๒๘๖๙ ล้านบาท สินค้าที่มีการแลกเปลี่ยน ได้แก่ สินค้าผลไม้มสดและแปรรูป (๑๒๘๑๑ ล้านบาท) ข้าวสาร (๓๕๓๓๑ ล้านบาท) สัตว์น้ำและอาหารทะเลแปรรูป (๒๕๔๘๘ ล้านบาท) เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ (๑๒๖.๙๐ ล้านบาท) และสินค้าอื่นๆ (มีเนื้เส้นสะระอาต เมากว๊วย ผลิตภัณฑ์จากกล้วยไม้ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โลหะชิ้นน้ำมนมะพร้าว เม็ดมะม่วงหิมพานต์ น้ำผึ้ง พริกขี้หนูแปรรูปแช่แข็ง กระเทียมเม็ดจุกแห้ง เซรามิก หมอนยางพารา ลูกหยียักษ์ กระยาสารท กล้วยหอมแฉ่งศรีสะเกษ น้ำผึ้ง เกล็ดลิ้นแมว กุ้งก้ามกราม ข้าวเป็ยก พางข้าว และหมี่โคราช (๓๓๙.๐๗ ล้านบาท)</p>
		<p>๑.๔ ส่งเสริมการส่งออกโดยจัดกิจกรรมยกระดับการส่งออกผลไม้มสินค้านวัตกรรมจากผลไม้มไทยเข้าสู่ตลาดจีนในรูปแบบการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ (InStore-Promotion) รวม ๑๐ กิจกรรมทั่วประเทศจีน (พฤษภาคม-กันยายน ๒๕๖๓) จัดงานแสดงสินค้า Top Thai Brands ๒๐๒๐ ทั้งในกลุ่มประเทศอาเซียนและเอเชียใต้ และส่งเสริมการขาย (In Store Promotion) สินค้าผักผลไม้สด ณ The Fresh Market ตลาดชายปดึก/ ชายฝั่งสินค้าผักผลไม้สดที่ใหญ่ที่สุดของนครคุไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (๕ - ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๖๓) รวมถึงส่งเสริมให้นครคุไบ เป็น Multi Model Logistics Hub สำหรัรับสินค้าไทยไปยังตะวันออกกลาง อเมริกาใต้ และยุโรป โดยมี Pilot Project เป็นโครงการกระจายสินค้าผลไม้สด ไปยังตลาดยุโรป ซึ่งเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DP World (Dubai Ports World) และสมพาณิชย์ให้บริการโลจิสติกส์ไทย</p>

ภารกิจ	ประเด็นตั้งคำถาม	ผลการดำเนินงาน
		<p>๒. สินค้าเกษตรอินทรีย์</p> <p>๒.๑ ดำเนินโครงการบริหารจัดการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชาชนรูปแบบครบวงจรที่ขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมผ่านสหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี ๒๕๖๐ มีเครือข่ายทั้งสิ้น ๔๑ จังหวัด รวม ๖,๐๐๐ คน มีเกษตรกรที่ผ่านการรับรองอินทรีย์ ๖๗๙ ราย สามารถเชื่อมโยงสินค้าอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมของสมาชิกกับผู้ประกอบการและทาง Modern Trade มูลค่ากว่า ๒๐ ล้านบาท และได้จัดทำเว็บไซต์ <a href="http://WWW.THEORGANICBYDT.COM">WWW.THEORGANICBYDT.COM</a> และ Application เพื่อเป็น Market Place หรือสถานที่จำหน่ายของเกษตรกร/ผู้ประกอบการ และผู้ซื้อให้ได้ซื้อขาย ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ทาง Digital Platform โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการจำหน่าย และในอนาคตจะร่วมมือกับสหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทยในการเชื่อมโยงสินค้าอินทรีย์ของสมาชิกกับผู้ประกอบการ/ทาง Modern Trade เพิ่มมากขึ้น และสนับสนุนให้เกษตรกรเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทยผ่านแต่ละจังหวัดให้เพิ่มมากขึ้น</p> <p>๒.๒ จัดงานแสดงสินค้าและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ อาทิ จัดงานแสดงสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย “API Parade ๒๐๒๐ เกษตรนวัตกรรมนำเศรษฐกิจไทย” เช่นทรูลพลาชา เวสต์เกต เพื่อขยายช่องทางการตลาด และประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยรวม ๔๐ คูหา ยอดจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น ๙๕๕,๘๐๘ บาท และเจรจาจับคู่ทางธุรกิจ ยอดคาดการณ์สิ่งส่งจำหน่ายประมาณ ๒ ล้านบาท เข้าร่วมขายสินค้าในโครงการ “ตลาดผลไม้รวมใจ คนไทยช่วยชาติ” ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลฯ ทั้ง ๑๔ สาขา เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปที่ประสบผลกระทบจากวิกฤตโควิดที่มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าช่วยเยียวยาปัญหาผลไม้ล้นตลาด สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรไทย นอกจากนี้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ GULFOOD ๒๐๒๐ ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เพื่อส่งเสริมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมชาวไทย สินค้าที่ได้รับความสนใจสูงสุด ได้แก่ กระเทียมดำ โยเกิร์ตจากมะพร้าว น้ำมันข้าวยาสูบ ผลิตภัณฑ์แช่แข็งจากส่วนผสมธรรมชาติ และอาหารสำหรับทารก</p>
	<p>๓. การค้าและการช่วยเหลือผู้ลงทุน</p> <p>ขอให้ภาครัฐมีมาตรการช่วยเหลือด้านเศรษฐกิจแก่ผู้ประกอบการรายขนาดกลางแบบดั้งเดิม ที่ได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีที่</p>	<p>กระทรวงพาณิชย์ มีนโยบายในการขับเคลื่อนการพัฒนาการค้าแบบดั้งเดิม และร้านค้าโซเชียล รวมถึงสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาในชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก ดังนี้</p> <p>๑. พัฒนาร้านค้าโซเชียลด้วยดีมีสุข Smart โซเชียล โดยการปรับสภาพลักษณะที่ดี นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการร้านค้า เพื่อดึงดูดลูกค้า และเชื่อมโยงกับชุมชนและเครือข่าย เพื่อสร้าง</p>



ภารกิจ	ประเด็นสังการ	ผลการดำเนินงาน
	<p>เปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อของออนไลน์ รวมถึงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-๑๙</p>	<p>รายได้และก่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑.๑ สำรองและวิเคราะห์จัดทำฐานข้อมูลร้านค้าส่งค้าปลีกไทย ผลสำรวจจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๗๗ จังหวัด รวม ๓๙,๔๖๔ ราย สมัครเข้าร่วมโครงการเพื่อปรับภาพลักษณ์ร้านค้า และ/หรือระบบเทคโนโลยี POS ไปใช้ รวม ๕,๘๐๘ ร้านค้า (ณ ๙ เมษายน ๒๕๖๓)</li> <li>๑.๒ ร่วมมือกับพันธมิตรและสถาบันการศึกษา สร้างทีมพี่เลี้ยงจัดร้านค้าและวางระบบการบริหารจัดการปรับภาพลักษณ์ร้านค้า และมีผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่คำปรึกษา มีร้านค้าฯ ใต้รับการพัฒนา ๗,๑๙๒ ร้านค้า</li> <li>๑.๓ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี โดยใช้ Application เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการร้านค้า เช่น ระบบสั่งซื้อสินค้า ระบบสต็อกสินค้า ระบบการขาย ระบบบริการลูกค้า เป็นต้น</li> <li>๑.๔ บูรณาการความร่วมมือ ๔ ด้าน ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็นรูปธรรมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> <li>๑) ด้านปรับลักษณะสินค้าร่วมกับสถาบันการศึกษา บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) และบริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทยเทรดดิ้ง จำกัด (กำหนดหลักสูตรและให้ความรู้กับนักศึกษาในการลงพื้นที่และสมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย และสมาคมผู้ค้าปลีกไทย (เป็นพี่เลี้ยงสนับสนุนให้ความรู้และข่าวสาร)</li> <li>๒) ด้านส่งเสริมการตลาดและบริการรายได้ร่วมกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ให้การสนับสนุนด้านการหารายได้เสริม เช่น เป็นที่รับส่งพัสดุ (Drop-off) ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า (สนับสนุนสินค้าราคาพิเศษ) และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (เชื่อมโยงสินค้าชุมชนและ OTOP Select กับร้านค้าโซเชียล)</li> <li>๓) ด้านส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูลเพื่อบริหารจัดการร้านค้าร่วมกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (ให้การสนับสนุนเงินทุนสำหรับช่วยเหลือผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารร้านค้า) และสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย (แนะนำส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการร้านค้า)</li> <li>๔) ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ร่วมสถาบันการเงินสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ</li> </ol> </li> <li>๒. ดำเนินโครงการ “สมาพันธ์โซเชียลเวอริ” เพื่อช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน และผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-๑๙ ในร้านค้า</li> </ol>

ภารกิจ	ประเด็นสิ่งการ	ผลการดำเนินงาน
	<p><b>๔. การพัฒนาธุรกิจดิจิทัล</b></p> <p>- ขอให้รัฐบาลพิจารณามาตรการในการกำกับดูแลธุรกิจดิจิทัลต่างชาติ เช่น e-commerce เช่น Shopee Lazada JD เป็นต้น มีแนวโน้มว่าต่อไปอาจจะกลายเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ว่ารัฐบาลควรวางแผนเตรียมมาตรการรับมือผลกระทบต่าง ๆ</p>	<p>โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตระหนักถึงผลกระทบที่แพลตฟอร์ม e-commerce อาทิ Shopee Lazada JD อาจจะทำให้ประเทศไทยขนาดใหญ่ ซึ่งถึงแม้การเข้ามาลงทุน และขยายธุรกิจ e-Commerce ของ Shopee Lazada JD ในประเทศไทย จะช่วยกระตุ้นการค้า การลงทุน ให้กับเศรษฐกิจของประเทศ แต่ด้วยความยิ่งใหญ่ของแพลตฟอร์มดังกล่าว ทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับการขยายตัวของเครือข่าย e-Commerce ขนาดใหญ่ในไทย ดังนั้น ข้อควรระวังสำหรับภาคธุรกิจหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการคลัง และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม คือ การร่วมกันสร้างตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ส่งเสริมให้ผู้มีส่วนกลางหลาย ไม่ให้เกิดการผูกขาดโดยเจ้าใดเจ้าหนึ่ง รวมทั้ง ร่วมกันเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทย ให้สามารถใช้ความได้เปรียบอันเกิดจากอัตลักษณ์ของสินค้าไทย ที่ได้แต่เด่นในกลุ่มสินค้าชุมชน สินค้าสปาและความสวยงาม สินค้าสมุนไพร รวมถึงสินค้าอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูง ซึ่งสินค้าไทยเหล่านี้จะสามารถแข่งขันได้กับแพลตฟอร์ม e-Commerce ทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p>
	<p><b>ข้อเสนอแนะจากรัฐมนตรี</b></p> <p><b>การแก้ไขปัญหาหน้ากากอนามัยและผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อที่ไม่เพียงพอ</b></p> <p>- ให้เร่งดำเนินการส่งเสริมให้ชุมชนหรือท้องถิ่นผลิตหน้ากากผ้าทางเลือก (หน้ากากผ้า) สำหรับคนทั่วไปที่ไม่เจ็บป่วยสามารถใช้ได้ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้ชุมชนหรือท้องถิ่น</p>	<p>ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพาณิชย์ ได้ส่งเสริมการผลิตหน้ากากผ้าโดยโครงการ “หน้ากากหัวใจชุมชน” แก่ชาวบ้านและประชาชนในพื้นที่ต่างไกล โดยใช้ผ้าฝ้ายจากมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถมาเป็นวัตถุดิบร่วมกับผ้าพื้นถิ่นของชุมชน โดยเริ่มแรกที่ชุมชนหัตถกรรมย้อมผ้า</p>

ฉบับที่	ประเด็นสู่การ	ผลการดำเนินงาน
	<p>ให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้          ๓๘๕๑๑ พณ. เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ          ๓๘๕๑๑ พณ. เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ</p>	<p>ผลการดำเนินงาน</p> <p>พิธีกรรมชาติวันแคว้นและอัญมณีประดับพระบรมราชูปถัมภ์ ๒๐๐ ราย/๕๕๕ หลังคาเรือน มีกำลังการผลิต ๓๐,๐๐๐ ชิ้น/เดือน ซึ่งเป็นหน้าปกนำไปใช้กับและนำกลับมาใช้ใหม่ และเร่งขยายไปยังชุมชนที่ถดถอยรวม ๓๘ ชุมชนทั่วประเทศ อาทิ ชุมชนที่ถดถอยที่บ้านดอนยายเหม จ. สุพรรณบุรี และชุมชนที่ถดถอยที่บ้านหวาย จ. ขอนแก่น โดยตั้งเป้าหมายการผลิตให้ได้ ๕๐๐,๐๐๐ ชิ้น ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก</p> <p>กระทรวงพาณิชย์ ได้ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และเฝ้าติดตามตรวจสอบ จับกุมและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดและจริงจัง พบการกระทำความผิดจับพื้นที่ จับทุกวันไม่มีเว้นวันหยุด แต่จนกระทั่งปลายปี ๒๕๖๓ หรือ คำกล่าวเกินควร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าจากนอกน่านน้ำทะเลอันแอ่งและแอ่งอ้อมอ้อม รวมถึงสินค้าอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-๑๙ หากพบมีการกระทำความผิดตาม พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการก็จะถูกดำเนินคดีทันที “ผู้บริโภครู้เท่าทัน” ผู้บริโภคพบเห็นการกักตุนหรือการค้ากำไรเกินควร สามารถร้องเรียนได้ที่พื้นที่สายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๖ และในต่างจังหวัดร้องเรียนได้ที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือศูนย์ดำรงธรรม โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการจับกุมผู้กระทำความผิดตาม พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๕๒ มาอย่างต่อเนื่อง</p> <p>สำหรับการร้องเรียนผ่าน สายด่วน พณ. ๑๕๖๖ ได้รับเรื่องร้องเรียนเรื่องหน้ากอกอนามียและของอสังหาริมทรัพย์ผ่านสายด่วน ๑๕๖๖ (ข้อมูล ๒๕๖ ม.ค-๗ พ.ค ๖๓) รวม ๙,๗๕๒ คำร้อง อาทิ จำหน่ายราคาแพง แสตนด์ราคาจำหน่ายปลีกไม่ตรงกับราคาจำหน่าย กักตุนสินค้า ปฏิเสธการจำหน่ายโดยไม่แจ้งมีเหตุผล และในปีได้เปิดเผยแสดงราคาจำหน่ายปลีก เป็นต้น</p>