มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2551

4. เรื่อง การกำหนดสินค้าและบริการควบคุมตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

คณะรัฐมนตรีเห็นชอบการกำหนดสินค้าควบคุมเพิ่มเติม จำนวน 1 รายการ (สินค้ากระเทียม) ตามมติคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.) ตามที่กระทรวงพาณิชย์เสนอ

สาระสำคัญของเรื่อง

กระเทียม เนื่องจากปัจจุบันกระเทียมที่จำหน่ายในท้องตลาดส่วนใหญ่เป็นกระเทียมนำเข้าจากจีนประมาณร้อยละ 70-80 โดยนำเข้ามากตั้งแต่ช่วงกลางปี 2550 ทำให้ราคากระเทียมที่ปลูกในประเทศไทย ซึ่งในภาวะปกติจะมีราคาโน้มสูงขึ้นในช่วงปลายปีกลับลดต่ำลง ทำให้ผู้ค้าท้องถิ่นที่เก็บสต็อกกระเทียมปี 2549/50 ไว้เกิดการขาดทุนจำนวนมาก และไม่รับซื้อกระเทียมปี 2550/51 จากเกษตรกร ราคากระเทียมจึงตกต่ำมาก โดยเกษตรกรขายกระเทียมสดได้กิโลกรัมละ 3.50-4.00 บาท ในขณะที่ต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 5.51 บาท มีผลทำให้เกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมจังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน พะเยา ลำพูน เชียงราย และตาก ร้องเรียนขอให้รัฐช่วยเหลือแก้ไขปัญหาราคากระเทียมตกต่ำ โดยให้เข้มงวดกวดขันจับกุมกระเทียมลักลอบนำเข้าที่มีราคาต่ำเข้ามาแย่งตลาดกระเทียมไทย รวมทั้งให้รัฐบาลแทรกแซงตลาด รับจำนำกระเทียมแห้งคละจากเกษตรกร

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในและส่วนราชการอื่นที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันปราบปรามการลักลอบนำเข้าแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ และการลักลอบนำเข้ากระเทียมยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ในการกำหนดมาตรการดูแลการนำเข้ากระเทียม ทั้งนี้ จำเป็น ต้องกำหนดให้กระเทียมเป็นสินค้าควบคุมก่อน จึงจะสามารถกำหนดมาตรการมากำกับดูแลการนำเข้าได้ กกร. จึงได้มีมติให้กำหนดสินค้ากระเทียมเป็นสินค้าควบคุม

6. เรื่อง ผลการจัดงานแสดงสินค้าเมดอินไทยแลนด์สเปเชียล 2551

คณะรัฐมนตรีรับทราบตามที่กระทรวงพาณิชย์จัดงานแสดงสินค้าเมดอินไทยแลนด์สเปเชียล 2551 ระหว่างวันที่ 8-17 สิงหาคม 2551 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค เมืองทองธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยลดค่าครองชีพปลุกกระแสให้ประชาชนนิยมใช้สินค้าไทย และส่งเสริมการส่งออกไปยังตลาดเพื่อนบ้าน ตะวันออกกลางแอฟริกา และยุโรปตะวันออก รวมทั้งการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น One Stop Shopping in Asia ขอสรุปภาพรวมการจัดงานดังนี้

1. การจัดงานแสดงสินค้าเมดอินไทยแลนด์ เป็นงานที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับปีนี้เป็นการจัดงานครั้งที่ 21 โดยการจัดงานมีขนาดใหญ่กว่าทุกครั้งที่ผ่านมา มีขนาดพื้นที่จัดงานเพิ่มขึ้นจากเดิม 27,000 ตารางเมตร จำนวน 1,500 คูหา เป็น 97,000 ตารางเมตร จำนวน 5,564 คูหา สินค้าที่มาจัดแสดงมีความหลากหลายครบถ้วน นับตั้งแต่สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าส่งออก อาทิ เสื้อผ้า ของแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ ไปจนถึงสินค้าอุตสาหกรรมหนัก และธุรกิจบริการทุกสาขา

2. จำนวนผู้เข้าชมงานฯ รวมทั้งสิ้นมากกว่า 1.2 ล้านคน และผู้นำเข้าจากต่างประเทศ จำนวน 503 ราย ประกอบด้วยประเทศอาเซียน จีน เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และยุโรปตะวันออก

3. สินค้าที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ได้แก่

3.1 สินค้าอาหารและสินค้าธงฟ้าที่มีราคาขายต่ำกว่าตลาด เพื่อเป็นการลดค่าครองชีพให้กับประชาชน ได้แก่ ไข่ไก่ ข้าวสาร น้ำมันพืช เนื้อหมู และผลไม้แปรรูป

3.2 สินค้าคุณภาพส่งออกในราคาพิเศษและสินค้าแบรนด์เนม ได้แก่ สินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า เครื่องหนัง อัญมณี และเครื่องประดับ) สินค้าของใช้และของตกแต่งบ้าน สินค้าเฟอร์นิเจอร์ และสินค้าเครื่องจักรกลเกษตร

3.3 สินค้าที่มีการพัฒนาให้เป็นสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศ ได้แก่ บ้านไม้สำเร็จรูป ชนิด Knock Down

3.4 สินค้าของกลุ่มย่านการค้า (Trade Mart) ได้แก่ กลุ่ม Street Fashion Runway (สินค้าเสื้อผ้า) เยาวราช (สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ) จตุจักร (สินค้าของตกแต่งบ้าน) บ้านถวายเชียงใหม่ และบางโพ (สินค้าเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์ไม้)

4. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจกรรมพิเศษภายในงานขึ้นเป็นครั้งแรก ได้แก่ การจัดให้มีการแสดงบนเวทีตลอดวัน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์สินค้าโดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การแจกรางวัลรถยนต์ฮอลด้าแจ๊สที่ผลิตในประเทศฯ จำนวน 2 คัน และของรางวัลอื่น ๆ มูลค่ากว่า 1 ล้านบาท ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงานเป็นอย่างมาก

5. ผลการจัดงาน สรุปได้ดังนี้

5.1 มูลค่าการซื้อขายรวมทั้งสิ้นประมาณ 5,000 ล้านบาท และสำหรับการสั่งซื้อของผู้นำเข้าจากต่างประเทศภายใน 1 ปี จะมีมูลค่าประมาณ 826 ล้านบาท

5.2 สามารถช่วยลดค่าครองชีพของประชาชนได้เป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 2,000 ล้านบาท จากยอดขายรวม 5,000 ล้านบาท

5.3 บรรลุเป้าหมายในการรณรงค์ให้คนไทยนิยมใช้สินค้าไทย ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้เข้าชมงานมากกว่า 1.2 ล้านคน และมีมูลค่าการซื้อขายเกินกว่าเป้าหมาย

5.4 ปราบความสำเร็จในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น One Stop Shopping in Asia เนื่องจากมีจำนวนผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จาก 188 ราย ในปีที่ผ่านมาเป็น 503 ราย