

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗

รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๖ - กันยายน ๒๕๖๗)

กรมการค้าภายใน

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า						
๑	โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร (กษ.๑/กษ.๒/สต.)	๙๖.๘๙๙๕	๙๒.๔๘๓๒	๒.๙๘๒๒	๑.๑ สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร ๑) เสริมสร้างความรู้ และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ (ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน) ดังนี้ ๑.๑) จัดตลาดนัดข้าวเปลือก เพื่อให้กลไกตลาดการรับซื้อข้าวเปลือกของเกษตรกรเกิดการแข่งขัน เกษตรกรมีช่องทางเลือกและมีอำนาจต่อรองมากขึ้น รวมทั้งสิ้น ๓๔ ครั้ง ใน ๒๑ จังหวัด ดังนี้ (๑) นครสวรรค์ (๒) ร้อยเอ็ด (๓) พิจิตร (๔) พะเยา (๕) เพชรบูรณ์ (๖) มหาสารคาม (๗) นครพนม (๘) ลำพูน (๙) หนองคาย (๑๐) กาญจนบุรี (๑๑) อุตรธานี (๑๒) ภาพสินธุ์ (๑๓) พิษณุโลก (๑๔) มุกดาหาร (๑๕) ตาก (๑๖) ปราจีนบุรี (๑๗) ขอนแก่น (๑๘) ศรีสะเกษ (๑๙) บุรีรัมย์ (๒๐) เพชรบุรี และ (๒๑) สุรินทร์ ปริมาณการซื้อขาย ๒๑,๔๕๗ ตัน มูลค่า ๒๕๓,๐๕๕,๖๘๓ บาท ราคาขายข้าวเปลือกในตลาดนัดข้าวเปลือกได้ราคาสูงกว่าราคาตลาดทั่วไป ๑๐๐ - ๑,๖๘๘ บาท/ตัน ๑.๒) เสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร ๔ สินค้า (ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน) รวมทั้งสิ้น ๒๒ ครั้ง ในพื้นที่ จ.เชียงราย อุตรธานี กรุงเทพฯ สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ปทุมธานี สุรินทร์ เพชรบุรี ร้อยเอ็ด น่าน กระบี่ สุราษฎร์ธานี ชุมพร นครราชสีมา พระนครศรีอยุธยา โดยมีผู้เข้าร่วม ๑,๐๕๘ ราย ๒) พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ๒.๑) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ Farm Outlet โดยจัดอบรมให้ความรู้ ๒ ครั้ง ได้แก่ (๑) เมื่อวันที่ ๒๒ ธ.ค. ๖๖ เรื่อง "ขายออนไลน์ด้วยเรื่องเล่าที่เร้าใจ" และ "ขายของให้ปัง บน Tiktok" ณ อิมแพค เมืองทองธานี และ (๒) เมื่อวันที่ ๔ และ ๖ - ๑๐ ก.ย. ๖๖ เรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าชุมชนและการทำการตลาดออนไลน์” ได้แก่ เทคนิคการใช้ Facebook, Line, Tiktok การใช้ AI กำไรทันที ๑ - ๒ สร้างมูลค่าเพิ่มด้วย Soft Power และ Creative Thinking ทักษะที่ AI ไปไม่ถึง ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีศูนย์ Farm Outlet เข้าร่วม รวมทั้งสิ้น ๑๘ แห่ง ๒.๒) เชื่อมโยงช่องทางการตลาด นำผู้ประกอบการ Farm Outlet เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าภายในงาน “New Year Mega Sale ๒๐๒๔” ณ อิมแพค เมืองทองธานี จ.นนทบุรี เมื่อวันที่ ๒๐ - ๒๔ ธ.ค. ๖๖ และงาน “มหกรรมการค้าชายแดน ๒๐๒๔” ณ กาญจนบุรี เมื่อวันที่ ๒๗ - ๓๐ ก.ค. ๖๗ รวมทั้งส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า Farm Outlet ในความส่งเสริม (๖๐ แห่ง ใน ๓๖ จังหวัด) เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้า Farm Outlet รวมทั้งสิ้น ๒๖๘.๗๕๐ ล้านบาท	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
					๒.๓) ประชาสัมพันธ์การรับรู้ โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ถุงผ้า ร่ม ที่มีสัญลักษณ์ Farm Outlet มอบให้ผู้เข้าร่วมงาน New Year Mega Sale ๒๐๒๔ พร้อมทั้งให้ Influencer ที่มีชื่อเสียง ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ๓) ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ โดยนำผู้ประกอบการหมู่บ้านอินทรีย์ในความส่งเสริม ๔ แห่ง ได้แก่ (๑) หมู่บ้านหนองหอย จ.ชัยภูมิ (๒) หมู่บ้านโสกชุมปูน จ.ยโสธร & วายโอฟาร์ม (๓) หมู่บ้านท่าเดื่อน้อย & สมาคมการค้าเกษตรกรรมยั่งยืนไทย และ (๔) หมู่บ้านห้วยพลู จ.นครปฐมและเครือข่ายพันธมิตร เข้าร่วมแสดงและจำหน่ายสินค้า ภายในงาน “New Year Mega Sale ๒๐๒๔” ระหว่างวันที่ ๒๐ - ๒๔ ม.ค. ๖๗ ณ อิมแพค เมืองทองธานี จ.นนทบุรี เกิดมูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจ สินค้าอินทรีย์ รวมทั้งสิ้น ๓๑.๙๕ ล้านบาท ๔) ส่งเสริมการตลาดผลไม้ โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่ายและกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต ในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาด รวม ๖ ครั้ง ดังนี้ ๔.๑) เปิดจุดจำหน่ายผลไม้ ภายในงาน “New Year Mega Sale ๒๐๒๔” เมื่อวันที่ ๑๕ ธ.ค. ๖๖ - ๑๕ ม.ค. ๖๗ ณ อิมแพค เมืองทองธานี จ.นนทบุรี ๔.๒) เชื่อมโยงจำหน่ายมังคุดใต้ ในโครงการบ้านเอื้ออาทร/การเคหะ ๕ ครั้ง ได้แก่ (๑) โครงการบ้านเอื้ออาทรร่มเกล้า ๒ (๒) โครงการเคหะชุมชนร่มเกล้า ระยะ ๓ ส่วนที่ ๑ (๓) โครงการบ้านเอื้ออาทรลาดกระบัง (๔) โครงการเคหะชุมชนคลองจั่น (๕) โครงการเคหะชุมชนออกเงิน เมื่อวันที่ ๓ - ๑๐ ส.ค. ๖๗ ๕) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันสินค้าปศุสัตว์ โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่าย ๒ ครั้ง (๑) เมื่อวันที่ ๓ - ๕ พ.ค. ๖๗ โดยร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ต เชื่อมโยงจำหน่ายไข่ไก่ ณ บริเวณหน้าสำนักงาน (๓ พ.ค. ๖๗) และห้างซูเปอร์ซีป (๓ - ๕ พ.ค. ๖๗) โดยมีปริมาณการเชื่อมโยง รวม ๑,๐๐๐ แผง (ไข่ไก่ เบอร์ ๓ และเบอร์ ๕) (๒) เมื่อวันที่ ๑๐ - ๑๕ ก.ย. ๖๗ โดยร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๑๙ จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต เลย สงขลา กำแพงเพชร มุกดาหาร ยะลา พังงา นราธิวาส ชุมพร หนองบัวลำภู บึงกาฬ ชัยนาท อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ตาก อุดรธานี ร้อยเอ็ด ขอนแก่น และกาฬสินธุ์) เชื่อมโยงจำหน่ายไข่ไก่ ปริมาณรวม ๑๐,๔๖๒ แผง (ไข่เบอร์ ๒ - ๓) ๖) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันสินค้าประมง โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าประมง รวม ๖ ครั้ง ในห้างสรรพสินค้า/สถานที่ราชการ ได้แก่ (๑) โรบินสัน ศรีสะเกษ เมื่อวันที่ ๖ - ๘ ส.ค. ๖๗ (๒) เซ็นทรัลเวสต์วิลล์ เมื่อวันที่ ๙ - ๑๑ ส.ค. ๖๗ (๓) โรบินสัน ลาดกระบัง เมื่อวันที่ ๑๓ - ๑๕ ส.ค. ๖๗ (๔) เซ็นทรัลปิ่นเกล้า เมื่อวันที่ ๑๙ - ๒๕ ส.ค. ๖๗ (๕) โรบินสัน ราชพฤกษ์ เมื่อวันที่ ๒๒ - ๒๔ ส.ค. ๖๗) และ (๖) ณ ลานชั้น ๓ กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ ๙ - ๑๐ ก.ย. ๖๗	

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
๒	โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ (กษ.๑)	๔.๒๕๐๐	๒.๑๖๗๐	๒.๐๓๑๐	๒.๑ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ ๑) เพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานของโรงสีแบบครบวงจร โดยจัดอบรมการพัฒนาตลาดข้าวเกษตรกร อาทิ มาตรฐานข้าวและการตรวจสอบมาตรฐาน การพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปข้าว เป็นต้น เพื่อยกระดับมาตรฐานและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เมื่อวันที่ ๑๓ - ๑๔ ก.ค. ๖๗ ณ โรงแรมเซเว่นปี บุติค โฮเทล จ.สุรินทร์ โดยมีกลุ่มเกษตรกรจากโรงสีกลุ่มเกษตรกรนาแปลงใหญ่ที่ผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงใต้ เข้าร่วมการอบรม ๒๘ กลุ่ม ๒) หนุนรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการข้าวถุงไทย จัดบูธกิจกรรมรณรงค์บริโภคข้าวไทย อาทิ การทำเมนูจากข้าว การผสมข้าว รวมถึงการจัดจำหน่ายข้าวสารราคาประหยัด ภายในงาน “Thailand Rice Fest ๒๐๒๓” ระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๗ ธ.ค. ๖๖ ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยมีผู้เยี่ยมชมบูธกว่า ๑๐,๐๐๐ คน ๓) ศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการบริโภคข้าวประเทศไทย โดยจ้างมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นที่ปรึกษา ดำเนินการศึกษา/วิเคราะห์ปริมาณความต้องการบริโภคข้าวไทย ทั้งในภาคครัวเรือนและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดความต้องการใช้ข้าว ก่อนเริ่มปีการผลิตข้าวของทุกปี ๓.๑) ผลการศึกษา อัตราการบริโภค ในปี ๖๘ - ๗๒ ประชากรไทย มีแนวโน้มการบริโภคข้าว ลดลงเหลือ ๗๓.๔๑ กก./คน/ปี (ลดลงจาก ๗๕.๖๕ กก./คน/ปี) เนื่องจากประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ บริโภคอาหารชนิดอื่นทดแทนข้าว สังคมเมืองขยายตัว และกลุ่มวัยรุ่นมีรายได้มากขึ้นและมีแนวโน้มบริโภคข้าวน้อยลง แรงงานต่างด้าว และนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีแนวโน้มการบริโภคข้าวคงที่ ที่ ๘๙.๒๕ กก./คน/ปี และ ๑.๔๘ ๒๕ กก./คน/ปี ตามลำดับ โดยมี ๓.๒) ข้อเสนอแนะ ดังนี้ (๑) ผู้บริโภค บริโภคข้าวน้อยลง เนื่องจากต้องการดูแลสุขภาพ ดังนั้น ควรเผยแพร่ข้อมูลด้านโภชนาการที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริโภคข้าว (๒) ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่แปรรูปจากข้าว (๓) ส่งเสริมการปลูกข้าวคาร์บอนต่ำช่วยลดโลกร้อน และ (๔) จัดกิจกรรมรณรงค์กระตุ้นการบริโภคข้าวให้มากขึ้น	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)
๓	โครงการส่งเสริมศักยภาพการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย (กษ.๒)	๔.๐๐๐๐	๓.๐๗๔๗	๐.๖๓๒๗	๓.๑ ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย - จัดกิจกรรมมุมเกษตรปลอดภัย By DIT โดยจัดหาพื้นที่ให้เกษตรกรนำสินค้ามาวางจำหน่ายภายในห้างสรรพสินค้า/สถานที่ราชการ พร้อมทั้งตรวจสอบสารตกค้างในสินค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมฯ รวม ๑๐ ครั้ง ดังนี้ (๑) เมื่อวันที่ ๒๔ - ๒๘ ก.ค. ๖๗ ณ ลานหน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์ (๒) เมื่อวันที่ ๒๙ ก.ค. - ๔ ส.ค. ๖๗ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลอยุธยา (๓) เมื่อวันที่ ๓๐ ก.ค. - ๑ ส.ค. ๖๗ ณ ลานชั้น ๓ กระทรวงพาณิชย์ (๔) เมื่อวันที่ ๖ - ๘ ส.ค. ๖๗ ณ โรบินสัน ศรีสมาน (๕) เมื่อวันที่ ๙ - ๑๑ ส.ค. ๖๗ ณ เซ็นทรัลเวิลด์ (๖) เมื่อวันที่ ๑๓ - ๑๕ ส.ค. ๖๗ ณ โรบินสัน ตลาดกระบี่ (๗) เมื่อวันที่ ๑๙-๒๕ ส.ค. ๖๗ ณ เซ็นทรัลปิ่นเกล้า (๘) เมื่อวันที่ ๒๒ - ๒๔ ส.ค. ๖๗ ณ โรบินสันราชพฤกษ์ (๙) เมื่อวันที่ ๒๙ ส.ค. - ๑ ก.ย. ๖๗ ณ เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ และ (๑๐) เมื่อวันที่ ๕ - ๘ ก.ย. ๖๗ ณ เซ็นทรัลเวิลด์ เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย รวม ๑.๗๒ ล้านบาท	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม						
๔	โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน (มช.)	๑๕๓.๓๗๒๑	๑๔๗.๖๑๔๓	๑.๓๓๐๐	๔.๑ จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ๑) ธงฟ้าราคาประหยัด จัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคจำหน่ายให้ประชาชนในราคาประหยัดทั้งในพื้นที่ส่วนกลางและภูมิภาค เพื่อลดภาระค่าครองชีพ เพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่จำเป็นในราคาที่เป็นธรรม รวมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยและการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น รวมทั้งสิ้น ๑,๑๗๐ ครั้ง แบ่งเป็น (๑) การจัดงานในพื้นที่ส่วนกลาง ๕๖๘ ครั้ง (ระดับนโยบาย ๑ ครั้ง ภาค ๑๘ ครั้ง รถโมบาย ๕๐๐ ครั้ง) และ (๒) การจัดงานในพื้นที่ส่วนภูมิภาค ๖๐๒ ครั้ง (รถโมบายเคลื่อนที่) เกิดมูลค่าการจำหน่ายรวม ๔๐๗,๘๗๖,๐๐๐ บาท มีประชาชนเข้าร่วมงาน ๒.๓๖๘ ล้านคน สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน คิดเป็นมูลค่า ๑๓๕.๙๖๔ ล้านบาท ๒) ร้านอาหารธงฟ้า รับสมัครร้านอาหารที่มีลักษณะ “อร่อย คุณภาพดี สะอาด ประหยัด” และมีรายการอาหารที่จำหน่ายราคาไม่เกิน ๓๕ บาท/จาน/ชาม/ถูง เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จในราคาประหยัด ปัจจุบันมีร้านเข้าร่วมโครงการฯ (ตั้งแต่วันที่ ๘ ส.ค. ๕๗ - ๓๐ ก.ย. ๖๗) รวมทั้งสิ้น ๕,๖๖๓ ร้าน (กรุงเทพฯ ๓๐๘ ร้าน ส่วนภูมิภาค ๕,๓๕๕ ร้าน) สามารถลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณร้อยละ ๑๐ - ๓๕ ของเงินค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารต่อวันหรือประมาณวันละ ๒.๖๖ ล้านบาท ๓) ร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ๓.๑) รับสมัครร้านค้ารายย่อยเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อเป็นช่องทางลดค่าครองชีพอย่างถาวรและรองรับประชาชนผู้มีรายได้น้อย โดยเฉพาะผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ปัจจุบัน (ณ ๓๐ ก.ย. ๖๗) มีร้านธงฟ้า รวม ๑๕๐,๘๘๗ ร้าน มีผลการใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ผ่านร้านธงฟ้าฯ รวม ๓๔๘,๓๙๒.๒๒๕ ล้านบาท (ตั้งแต่วันที่ ๑ ต.ค. ๖๐ - ๓๐ ก.ย. ๖๗) ๓.๒) ยกระดับร้านธงฟ้า โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พัฒนาร้านธงฟ้าเป็นจุดบริการไปรษณีย์ (ไปรษณีย์ไทย@ธงฟ้า) เพื่อสร้างโอกาสให้ร้านธงฟ้า และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยมีร้านธงฟ้าที่ให้บริการแล้ว ๑๐,๘๐๐ ร้าน ๔) ธงฟ้า Mega Sale (ตามนโยบาย Quick Win ๑๐๐ วัน ของรัฐบาล) จัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ (ขนาด ๒๐๐ คูหา) จากผู้ประกอบการ เกษตรกร SMEs ตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย วิสาหกิจชุมชน ให้แก่ประชาชนในราคาประหยัด โดยมีสินค้าไฮไลต์ ได้แก่ ไข่ไก่ น้ำตาล น้ำมันปาล์ม ข้าวหอมมะลิ หมูเนื้อแดง โดยได้ดำเนินการจัดกิจกรรม รวม ๔ ครั้ง ระหว่างเดือน ต.ค. - พ.ย. ๖๖ มียอดการจำหน่ายรวม ๒๖.๒๕ ล้านบาท ประชาชนเข้าร่วมงาน ๘๗,๕๑๐ คน สามารถลดภาระค่าครองชีพ ๑๐.๐๓ ล้านบาท ดังนี้ ๔.๑) เมื่อวันที่ ๒๗ - ๓๐ ต.ค. ๖๖ ณ โรงเรียนอนุบาลจุมพลโพธิ์พิสัย อ.โพธิ์พิสัย จ.หนองคาย	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
					๔.๒) เมื่อวันที่ ๒๔ - ๒๖ พ.ย. ๖๖ ณ ตลาดลานเมือง อ.เมือง จ.เชียงราย ๔.๓) เมื่อวันที่ ๒๔ - ๒๖ พ.ย. ๖๖ ณ เทศบาลตำบลเมืองพาน อ.พาน จ.เชียงราย ๔.๔) เมื่อวันที่ ๒๒ - ๒๔ ธ.ค. ๖๖ ณ ลานอเนกประสงค์โรงเรียนตะโหมด ต.แม่ขรี อ.ตะโหมด จ.พัทลุง	
๕	ผลผลิตการดูแลและส่งเสริม ความเป็นธรรมทางการค้า (ชว./รป./ตป./ยผ.)	๒๖๔.๐๘๐๗	๑๖๑.๑๖๗๙	๙๗.๘๓๐๙	๕.๑ กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ ๑) กำหนดสินค้าและบริการควบคุม ๕๗ รายการ (๕๒ สินค้า ๕ บริการ) พร้อมมาตรการกำกับดูแลตามสถานการณ์ของสินค้า/บริการ และความจำเป็น เช่น กำหนดราคา แจ้งขออนุญาตก่อนเปลี่ยนแปลงราคา แจ้งปริมาณการนำเข้า/การจำหน่าย/คงเหลือ/ต้นทุน/ราคาขาย เป็นต้น ๒) ให้แสดงราคาจำหน่ายทั้งการค้าปลีกและการค้าออนไลน์ (๒๔๐ สินค้า ๕๐ บริการ ออนไลน์ทุกรายการ) รวมทั้งแสดงราคาซื้อสินค้าเกษตร ๓๗ รายการ โดยกำหนดให้ผู้จำหน่ายต้องแสดงราคาจำหน่ายปลีก ณ สถานที่จำหน่าย โดยเปิดเผย/ชัดเจน หากฝ่าฝืนมีความผิดตามมาตรา ๒๘ แห่ง พ.ร.บ.ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ ระวังโทษปรับไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท ๓) ติดตามตรวจสอบพฤติกรรมการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกักตุนสินค้าและฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรมเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งสิ้น ๑๒๓,๓๖๖ ราย พบการกระทำผิด ๑๑๗ ราย เปรียบเทียบปรับเป็นเงิน รวมทั้งสิ้น ๒๕๑,๕๐๐ บาท แบ่งเป็น ไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก ๖๔ ราย แสดงราคาจำหน่ายปลีกไม่ตรงกับราคาที่จำหน่าย ๔๖ ราย ไม่แสดงข้อความหรือรายการที่ควบคุมราคาจำหน่ายเป็นภาษาไทยและแสดงราคาไม่ชัดเจน ๓ ราย และไม่แสดงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ๔ ราย ๔) ยกระดับศักยภาพการกำกับดูแลการค้าในประเทศ โดยสนับสนุนให้ผู้ช่วยตาม พรบ.ว่าด้วยราคาและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ ณ ศูนย์ชั่งตวงวัด/สำนักงานสาขาชั่งตวงวัด จำนวน ๙๖ คน พร้อมทั้งจัดอบรมเพิ่มศักยภาพผู้ช่วย ตาม พรบ.ว่าด้วยราคาฯ เกี่ยวกับการสืบ และการรายงานราคาสินค้า ผ่านระบบออนไลน์ เมื่อวันที่ ๓๑ พ.ค. ๖๗ ๕) ตรวจสอบติดตามพฤติกรรมการค้าผู้ประกอบการ เพื่อป้องปรามมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งสิ้น ๑๒๓,๓๖๖ ราย พบการกระทำผิด ๑๑๗ ราย เปรียบเทียบปรับเป็นเงินรวมทั้งสิ้น ๒๕๑,๕๐๐ บาท แบ่งเป็น ไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก ๖๔ ราย แสดงราคาจำหน่ายปลีกไม่ตรงกับราคาที่จำหน่าย ๔๖ ราย ไม่แสดงข้อความหรือรายการที่ควบคุมราคาจำหน่ายเป็นภาษาไทยและแสดงราคาไม่ชัดเจน ๓ ราย และไม่แสดงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ๔ ราย ๕.๒ กำกับดูแลมาตรฐานการชั่งตวงวัด ๑) ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องชั่งตวงวัด และปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้า รวมทั้งสิ้น ๘,๐๙๕,๔๔๑ เครื่อง/หีบห่อ รวมทั้งจัดอบรมให้ความรู้ และกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการธุรกิจผลิต นำเข้าและซ่อมเครื่องชั่งตวงวัดปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ทางราชการกำหนดอย่างถูกต้อง	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
					๒) กำกับดูแลสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของ “สถานีบริการน้ำมันเติมลิตร” เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยมีผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันฯ ที่ได้รับการสุ่มตรวจและผ่านเกณฑ์มาตรฐาน รวมทั้งสิ้น ๔,๑๕๔ ราย ๙๔,๙๕๖ หัวจ่าย พร้อมทั้งจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบความถูกต้องของมาตรวัดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงแก่เจ้าหน้าที่ประจำสถานีบริการฯ ๘,๕๔๓ ราย ๕.๓ เสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตร ๑) ส่งเสริมให้มีอาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อรายงานราคา ภาวะการค้าและสถานการณ์สินค้า รวมถึงพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ปัจจุบันมีจำนวนเครือข่ายประเภทประจำ ๕๒๙ คน ๒) จัดสัมมนาเสริมสร้างความรู้เครือข่ายสายตรวจจรรยา DIT เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงาน ๔ ครั้ง (ออนไลน์) ดังนี้ (๑) เมื่อวันที่ ๑๒ ธ.ค. ๖๖ ภาคเหนือ (๒) เมื่อวันที่ ๒๖ ธ.ค. ๖๖ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (๓) วันที่ ๒๓ ม.ค. ๖๗ ภาคใต้ และ (๔) เมื่อวันที่ ๒๐ ก.พ. ๖๗ ภาคกลาง ๓) ติดตามประเมินผลการดำเนินงานของเครือข่าย ๔ ครั้ง ดังนี้ (๑) เมื่อวันที่ ๑๓ - ๑๗ พ.ค. ๖๗ ณ จ.นครนายก ปราจีนบุรี ชลบุรี สมุทรปราการ และนนทบุรี (๒) เมื่อวันที่ ๑๐ - ๑๔ มิ.ย. ๖๗ ณ จ.ลำปาง แพร่ น่าน พิษณุโลก (๓) เมื่อวันที่ ๑ - ๕ ก.ค. ๖๗ ณ จ.อุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ และบุรีรัมย์ และ (๔) เมื่อวันที่ ๕ - ๙ ส.ค. ๖๗ ณ จ.ตรัง พัทลุง สตูล ๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ป้ายแสดงราคาสินค้าแบบปัก ป้ายแสดงราคาสินค้าแบบแขวน กระเป๋า และผ้ากันเปื้อน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแล	
แผนงานยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก						
๖	โครงการส่งเสริมการพัฒนาตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร (สศ.)	๘๔.๙๘๗๘	๖๖.๓๗๓๓	๑๗.๗๙๙๑	๖.๑ เสริมสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน ๑) ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น ๑.๑) ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าในตลาดชุมชน รวม ๑๘๖ ครั้ง (๑) จัดกิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าจากตลาดชุมชน ภายในงานธงฟ้า Mega Sale ๒ ครั้ง (เมื่อวันที่ ๒๗ - ๓๐ ต.ค. ๖๖ ณ จ.หนองคาย และเมื่อวันที่ ๒๔ - ๒๖ พ.ย. ๖๖ จ.เชียงราย) (๒) จัดงาน “ลอยกระทง Festival กระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้ฐานราก” เมื่อวันที่ ๒๕ - ๒๗ พ.ย. ๖๖ โดยร่วมกับตลาดต้องชม ๖๓ แห่ง (๓) จัดงานพาณิชย์ “ชวนตะลอนตลาดต้องชม ตะลุยความสุขช่วงเทศกาลปีใหม่” เมื่อวันที่ ๒๔ ธ.ค. ๖๖ - ๗ ม.ค. ๖๗ มีตลาดต้องชมร่วมจัดกิจกรรม ๑๒๑ แห่ง ๑.๒) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน (๑) จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวตลาดชุมชน ๕๐ แห่ง ดังนี้ (๑) กิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้า/บริการในตลาด ๒๐ แห่ง และ (๒) กิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมการประชาสัมพันธ์ (ประกวดคลิปวิดีโอ) ตลาดต้องชม ๓๐ แห่ง (๒) เส้นทางท่องเที่ยว จัดกิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและซื้อสินค้าในชุมชน ตามเส้นทางท่องเที่ยว ๘ กลุ่ม จำนวน ๔๐ ตลาด ดังนี้	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
					- กลุ่ม ๑ ภาคใต้ (สายเพชรเกษม) ตลาดใต้โหนด จ.พัทลุง ตลาดนัดวัดเทพนิมิต จ.ภูเก็ต ตลาดนาบต จ.ตรัง ตลาดบ้านคลองทรายใน จ.ยะลา และ ตลาดแหลมนก จ.ปัตตานี - กลุ่มที่ ๒ ภาคเหนือตอนบน (สายพหลโยธิน) ตลาดจรัญใจมารีเกิด จ.เชียงใหม่ กาดกองเก่า จ.เชียงราย กาดเม็กอิมคือ จ.แพร่ กาดช่วงเมืองน่าน จ.น่าน และกาดหลายต้า จ.พะเยา - กลุ่มที่ ๓ ภาคใต้ตอนบน (สายเพชรเกษม) ณ ตลาดพ้อตาหินช้าง จ.ชุมพร ตลาดสะพานยูง จ.ระนอง ตลาดคลองแล@บางนุ จ.พังงา ตลาดย่านถนนคนเดินสถานี จ.ตรัง และตลาดชุมทางทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช - กลุ่มที่ ๔ ภาคเหนือล่าง (สายพหลโยธิน) ณ ตลาดท่าน้ำรับเสด็จ จ.สุโขทัย ตลาดท่าเรือคลองคางและตลาดเจ้าคะ จ.นครสวรรค์ ถนนคนเดินตรอกโรงยา จ.อุทัยธานี ตลาดอินโดจีนการ์เด็น จ.พิษณุโลก - กลุ่มที่ ๕ ภาคกลาง (สายพหลโยธิน) ณ ตลาดเก่าโคกกี จ.ราชบุรี ตลาดน้ำท่าคา จ.สมุทรสงคราม ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จ.สิงห์บุรี ตลาดวัดป่าเลไลยก์ จ.สุพรรณบุรี และ ตลาดศาลเจ้าโรงทอง จ.อ่างทอง - กลุ่มที่ ๖ ภาคตะวันออก (สายสุขุมวิท) ตลาดไม้ดอกไม้ประดับ คลอง ๑๕ จ.นครนายก ตลาดเจริญสุข จ.จันทบุรี ตลาดวงเวียนนเรศวร จ.ปราจีนบุรี ตลาด ๑๐๐ เส้า จ.ระยอง และตลาดน้ำบางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา - กลุ่มที่ ๗ ภาคอีสานล่าง (สายมิตรภาพ) ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากท้องถิ่น จ.ยโสธร ตลาดเก่าพิบูลมังสาหาร (แก่งสะพือ) จ.อุบลราชธานี ตลาดผ้าไหมบ้านท่าสวาง จ.สุรินทร์ ตลาดของฝากอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จ.บุรีรัมย์ และตลาดชุมชนตำบลห้วยไร่ ชัยภูมิ - กลุ่มที่ ๘ ภาคอีสานบน (สายมิตรภาพ) ณ ตลาดถนนคนเดินวิถีเชียงคาน บ้านไม้เก่าริมโขง เลย ตลาดศูนย์วัฒนธรรมพระธาตุเรณูนคร นครพนม ถนนข้าวเม่าริมโขง ณ บึงกาฬ บึงกาฬ ตลาดแคมของหนองคาย หนองคาย และตลาดผ้าบ้านนาข่า อุดรธานี ๑.๓) จัดมหกรรมท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าตลาดชุมชน ๑ ครั้ง ภายใต้ชื่อ “Gift from Local – Local Economy by DIT” ณ ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ระหว่างวันที่ ๑ - ๖ ธ.ค ๖๖ เพื่อขยายตลาดและรณรงค์ให้ประชาชนเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นของขวัญส่งความสุขในเทศกาลปีใหม่ ๑.๔) เกิดมูลค่าการค้าสินค้าและบริการจากตลาดต้องชม รวม ๒,๓๕๖.๔๐ ล้านบาท ๒) หมู่บ้านทำมาค้าขาย ๒.๑) ส่งเสริมหมู่บ้านฯ แห่งใหม่ ๕ แห่ง ได้แก่ (๑) กลุ่มตมณีนี จ.ราชบุรี (๒) กลุ่มบ้านภูริษา จ.หนองบัวลำภู (๓) วิสาหกิจชุมชนรังไหมประดิษฐ์ จ.สระบุรี (๔) วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตร บ้านบ่อใหม่ จ.สงขลา และ (๕) วิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านดินแดง จ.กระบี่ ๒.๒) เพิ่มศักยภาพหมู่บ้านฯ แห่งเดิม ๑๒ แห่ง ใน ๒ กลุ่ม ดังนี้	

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
					- กลุ่มของกินและของใช้ จำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ (๑) วิสาหกิจชุมชนไชโยฟาร์มเห็ด จ.สุราษฎร์ธานี (เห็ดแครงอแฉก) (๒) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบูดูข้าวยาสำเร็จรูป จ.สงขลา (น้ำบูดู ข้าวยาสำเร็จรูป) และ (๓) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มรูปหอมอัมพัน จ.ตาก (ถ่านดุกกลิ่น รูปหอม) - กลุ่มผ้าและหัตถกรรม จำนวน ๙ แห่ง ได้แก่ (๑) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าชาโอริ จ.พังงา (ผ้าทอชาโอริ กระเป่า ของใช้) (๒) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานกระจูดมาบเหลาพะโยน จ.ระยอง (กระจูดสานกระป๋อง ตะกร้า) Z๓) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำมอยแจ้ซ้อน จ.ลำปาง (ผ้าฝ้ายทอมือ) (๔) วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกระจูดวรรณิ จ.พัทลุง (กระจูดสานกระเป่า ตะกร้า) (๕) วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เตยปาหนันบ้านดุน จ.ตรัง (ผลิตภัณฑ์จักสาน ของใช้) (๖) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปั่นหยาดตัก จ.สตูล (ผ้าบาติกย้อมสี) (๗) กลุ่มหัตถกรรมล่านาสนปูเลย จ.พะเยา (ผลิตภัณฑ์จักสาน ของใช้) (๘) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฝ้ายอ้อมคราม บ้านสงเปลือย จ.สกลนคร (ผ้าฝ้ายอ้อมคราม) และ (๙) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์พื้นบ้านปากบารา จ.สตูล (กะลา ของแต่งบ้าน) ๒.๓) เชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าชุมชน ประสานผู้ประกอบการจากหมู่บ้านทำมาค้าขาย นำสินค้าและผลิตภัณฑ์ มาจำหน่ายในงาน “Gift from Local – Local Economy by DIT” เมื่อวันที่ ๑ - ๖ ธ.ค. ๖๖ และงาน “New Year Mage Sale ๒๐๒๔” เมื่อวันที่ ๑๕ ธ.ค. ๖๖ - ๑๕ ม.ค. ๖๗ รวมทั้งจัดงาน “VILLAGE TO TOWN ๒๐๒๔ By DIT” ณ ลานกิจกรรมชั้น G ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า ระหว่างวันที่ ๑๙ - ๒๕ ส.ค. ๖๗ ๒.๔) เกิดมูลค่าการค้าสินค้าและบริการจากหมู่บ้านทำมาค้าขาย รวม ๑๘๕.๒๑ ล้านบาท	
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน						
๗	ผลผลิตการรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร (สต.)	๘๑.๓๖๐๒	๗๗.๘๔๙๕	๑.๐๙๖๗	๗.๑ ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ๑) ติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ โดยติดตามสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้าเกษตรอย่างใกล้ชิด ต่อเนื่อง เพื่อเฝ้าระวัง เตือนภัยและกำหนดมาตรการรองรับสถานการณ์/แก้ไข ปัญหา พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์กรม ๒) ขยายตลาดสินค้าเกษตร ช่วยให้เกษตรกรมีตลาดรองรับผลผลิต มีรายได้ที่แน่นอน ดังนี้ ๒.๑) เชื่อมโยงระบายผลผลิตไข่ไก่และสดค้าครองชีพประชาชน ในพื้นที่กรุงเทพฯ/ปริมณฑล ๒.๒) จัดกิจกรรมรณรงค์การบริโภคสินค้าประมงและปศุสัตว์ และส่งเสริมเกษตรกรในด้านการตลาด ภายใต้ชื่องาน “พาณิชย์ปิ้งย่าง@เจียงฮาย” ๒.๓) เชื่อมโยงผู้ประกอบการรับซื้อหอมแดงจากเกษตรกร เมื่อวันที่ ๑๑ ม.ค. ๖๖ ปริมาณรวม ๖,๘๗๕ ตัน เพื่อช่วยระบายผลผลิต ณ แปลงปลูกหอมแดง ต.หนองหมี อ.ราชสีห์ จ.ศรีสะเกษ ๒.๔) เชื่อมโยงการรับซื้อหอมแดงจากเกษตรกร จ.ศรีสะเกษ ปริมาณ ๓๐๐ ตัน โดยร่วมกับสถานีบริการน้ำมันรายใหญ่ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรกระจายผลผลิต ผ่านสถานีบริการน้ำมัน ๒.๕) เชื่อมโยงการจำหน่ายผักสด โดยร่วมกับ สฟจ. ๑๑ จังหวัด	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)

ลำดับที่	โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)			ผลการดำเนินงาน (ข้อมูล ณ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗)	ระยะเวลา ดำเนินงาน
		จัดสรร	เบิกจ่าย	ผูกพัน		
					๗.๒ พัฒนาประสิทธิภาพระบบตลาดและโลจิสติกส์ ๑) ส่งเสริมตลาดกลางสินค้าเกษตร เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและกระจายสินค้าที่มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน เพียงพอ รวมทั้งช่วยให้เกษตรกรมีสถานที่รองรับผลผลิตที่แน่นอน ได้มาตรฐาน ทั้งในด้านคุณภาพและราคา ปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น ๕๙ แห่ง แบ่งเป็นตลาดกลางข้าวและพืชไร่ ๓๐ แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ ๒๓ แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ ที่แปรรูปจากสัตว์น้ำ ๔ แห่ง ตลาดกลางปลาสดงามและสัตว์เลื้อย ๑ แห่ง และตลาดกลางดอกไม้และไม้ดอกประดับ ๑ แห่ง ๒) ส่งเสริมการทำตลาดซื้อตกลง โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรให้มีการทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตร ภายใต้สัญญาซื้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน จำนวน ๒๓ สินค้า ๓๖๒ สัญญา ปริมาณ ๕๑,๓๘๗.๘๐ ตัน มูลค่า ๑,๒๕๙.๘๗ ล้านบาท ๓) ส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น ๕๔ ราย ณ ตลาดหลวงปู่ทวด จ.พระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ ๓๐ มกราคม ๒๕๖๗ ในหัวข้อ “เปิดเทคนิคขายของใน TikTok อย่างไรให้ยอดปังกว่าเดิม” และ “การถ่ายคลิปและตัดต่อวิดีโอได้ด้วยมือถือเครื่องเดียว” เพื่อเป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ และสามารถใช้ประโยชน์จากตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและกระจายผลผลิตทางการเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป สินค้าหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้มากขึ้น ๔) ดูแลและส่งเสริมกิจการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น เพื่อให้การจัดเก็บสินค้าเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างหลักประกันและความเชื่อมั่นให้กับประชาชน โดยจัดส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจสอบและกำกับดูแลผู้ประกอบการกิจการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น ให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น พ.ศ. ๒๕๕๘ พร้อมทั้งส่งเสริมผลักดันและให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามประกาศกรมการค้าภายใน เรื่อง หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอ การแจ้งข้อมูล และการจัดส่งรายงานประจำปีตามกฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็นทางเว็บไซต์ https://ewsc.dit.go.th เพื่อเป็นการลดขั้นตอนระยะเวลา และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ	
แผนงานบุคลากรภาครัฐ						
๘	ผลผลิตรายการค่าใช้จ่ายภาครัฐ	๒๒๕.๘๔๐๔	๒๒๕.๗๐๖๖	-	เงินเดือน ค่าจ้างประจำ พนักงานราชการค่าเช่าบ้าน เงินสมทบกองทุนประกันสังคม เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน ค่าสพ. เงินค่าตอบแทนเงินเดือนเพิ่มขึ้น	๑ ต.ค. ๖๖ - ๓๐ ก.ย. ๖๗)
	รวม	๙๑๔.๗๙๐๗	๗๗๖.๔๔๑๕	๑๒๓.๗๐๒๖		

หมายเหตุ งบประมาณที่ได้รับจัดสรร เป็นงบประมาณตาม พรบ. หลังโอนเปลี่ยนแปลง และได้รับจัดสรรเพิ่มเติม

กลุ่มแผนงานและติดตามประเมินผล
 กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
 เมษายน ๒๕๖๘