รายงานประจำปีงบประมาณ 2560
กรมการค้าภายใน

ANNUAL REPORT

2017

Department of Internal Trade





ทรงพระเจริญ

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

มหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร รัชกาลที่ ๑๐

สารบัญ

- สารอธิบดีกรมการค้าภายใน 3
- บทสรุปผู้บริหาร 4
- ผู้บริหารกรมการค้าภายใน 8
- อำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน 14
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์กรมการค้าภายใน 15
- ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน 16
- โครงสร้างกรมการค้าภายใน 17
- การบริหารราชการกรมการค้าภายใน 18
- อัตรากำลัง 23
- งบประมาณรายจ่าย 24
- ผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน 28
- ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปี 30
- รายงานผลการปฏิบัติตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสาร 51
- “ธงฟ้าประชารัฐ” ... ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศ 54
- การส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ 56
- กฎหมายการแข่งขันทางการค้า 59
- หมู่บ้านทำมาค้าขาย ... สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจท้องถิ่น 62
- งบแสดงฐานะทางการเงิน 68
- งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน 69
- งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน 70
- กิจกรรมเพื่อสังคม 71

“การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและมุ่งเน้นการให้บริการมากขึ้นภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0”

สารอธิบดีกรมการค้าภายใน



ในรอบปี 2560 ที่ผ่านมารัฐบาลมีแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบาย Thailand 4.0 โดยมุ่งเน้นการใช้แนวทางพลังประชารัฐ คือ การมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ชุมชน จังหวัด สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและศาสตร์ของพระราชาเป็นพื้นฐานในการพัฒนา และใช้ความได้เปรียบของประเทศไทยในความหลากหลายเชิงชีวภาพ และความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ตลอดจนยึดหลักการสร้างความเข้มแข็งจากภายในและเชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก

กรมการค้าภายในเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีภารกิจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยดูแลระบบการค้าในประเทศให้เกิดความเป็นธรรมต่อประชาชนทั้งผู้บริโภค เกษตรกร และผู้ประกอบการ ซึ่งต่างก็มีความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกัน การที่จะตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม จึงเป็นงานที่สำคัญและท้าท้ายเป็นอย่างมาก ดังนั้น การทำงานของกรมการค้าภายในจึงต้องมีการดำเนินการด้วยความละเอียด รอบคอบ และมีการพัฒนาระบบงานอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมียุทธศาสตร์และเป้าหมายที่ชัดเจน มีการบริหารจัดการที่ดี การทำงานเป็นทีมและมีความโปร่งใส รวมทั้งได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นพลังสำคัญ ในการขับเคลื่อนการทำงาน เพื่อให้งานของกรมการค้าภายในสามารถประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนทุกฝ่าย

การทำงานของกรมการค้าภายในต่อไปในอนาคต จะต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาทให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้น “การส่งเสริมและพัฒนา” งานด้านต่าง ๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ การบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตามแนวนโยบาย “ประชารัฐ” ของรัฐบาล การพัฒนาองค์กรให้เป็นแหล่งความรู้ และการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรของกรมการค้าภายใน ให้มีความรู้ ความสามารถ และก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของกรมการค้าภายในเป็นอย่างดีมาโดยตลอด และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายในทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันทุ่มเทสติปัญญา กำลังกาย กำลังใจ ปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็ง เต็มกำลังความสามารถ เพื่อพัฒนาระบบการค้าภายในของไทยให้ก้าวหน้า มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

(นายบุณยฤทธิ์ กัลยาณมิตร)
อธิบดีกรมการค้าภายใน

บทสรุปผู้บริหาร

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 กรมการค้าภายในมีผลการดำเนินงานตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

การดูแลราคาสินค้าเกษตร

● ข้าว

1. โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2559/60 โดยชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ 33 จังหวัด จำนวน 239 ราย มูลค่าการชดเชยรวมทั้งสิ้น 354.343 ล้านบาท

2. จัดตลาดนัดข้าวเปลือก 110 ครั้ง ใน42 จังหวัด ปริมาณซื้อขาย 65,297.90 ตันมูลค่า 526.90 ล้านบาท ราคารับซื้อสูงขึ้นเฉลี่ยตันละ 1,000 - 1,200 บาท

● ผลไม้

1. จัดตั้งจุดรวบรวมและกระจายผลผลิต ในจังหวัดจันทบุรี ตราดและชุมพร รวม 5 จุด มีปริมาณการเชื่อมโยง จำนวน 4,658 ตัน มูลค่าการจำหน่าย 124.96 ล้านบาท

2. เชื่อมโยงผลผลิตและรณรงค์การบริโภคผลไม้ รวม 4 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 11.55 ล้านบาท

● ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

จำนวน 41 แห่ง ในพื้นที่ 24 จังหวัด โดยศูนย์ Farm Outlet ทั้ง 41 แห่ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้นกว่า 286.35 ล้านบาท

● มันสำปะหลัง

1. ประชาสัมพันธ์แนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลัง ปี 2559/60 ให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร พิจารณาเข้าร่วมโครงการฯ ในจังหวัดแหล่งผลิตมันสำปะหลัง 50 จังหวัด

2. เสริมสร้างความรู้และชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลังของรัฐบาล ในจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ กำแพงเพชร และอุบลราชธานี

3. เชื่อมโยงตลาดแป้งมันสำปะหลังในอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นสูง มีผู้นำเข้าทุกภูมิภาคทั่วโลกเข้าร่วมจับคู่เจรจาธุรกิจ ปริมาณเชื่อมโยง 1.70 ล้านตัน มูลค่า 10,710 ล้านบาท

4. กำกับดูแลและรักษาระดับราคามันสำปะหลังภายในประเทศ มีผู้ส่งออกรับซื้อเพื่อดูดซับอุปทานในประเทศ และสามารถส่งออกได้ 100 ตัน

● ปาล์มน้ำมัน

โดยวางระบบการบริหารจัดการ เพื่อให้ราคาปาล์มน้ำมันอยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรม ไม่เกิดภาวะขาดแคลนตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา

● เพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิต GMP/HACCP

ให้แก่โรงสี จำนวน 43 ราย

● ไข่ไก่

โดยเชื่อมโยงการจำหน่ายไข่ไก่ จำนวน 2.07 ล้านฟอง

● พัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

1. ส่งเสริมพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร 80 แห่ง

2. ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง จำนวน 18 สินค้า รวม 38 สัญญา ปริมาณ 9,865.21 ตัน มูลค่า 223.99 ล้านบาท

3. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชน (ตลาดต้องชม) จำนวน 152 แห่ง (ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 73 แห่ง ปีงบประมาณ 2560 จำนวน 79 แห่ง) 16,587 แผงค้า มีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 218.64 ล้านบาท

4. ส่งเสริมพัฒนาตลาดสด จำนวน 354 แห่ง

5. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) จำนวน 6 ครั้ง ณ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ อุดรธานี สงขลา และสุราษฎร์ธานี มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งสิ้น 17.5746 ล้านบาท

6. จัดอบรมพัฒนาความรู้เพื่อการเพิ่มมูลค่าและเตรียมความพร้อมในยุค AEC ให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้ค้า เกษตรกรเครือข่ายของตลาดและผู้เกี่ยวข้อง มีผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวน 103 ราย

● เสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

1. พัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้มีมาตรฐาน จำนวน 30 ราย

2. จัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับข้อปฏิบัติทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558 ให้แก่ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น จำนวน 401 ราย

การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

● **กำหนดสินค้าและบริการควบคุม**

จำนวน 47 รายการ (สินค้า 42 รายการ บริการ 5 รายการ) และสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล จำนวน 226 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 21 รายการ)

● **กำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก**

จำนวน 286 รายการ และปิดป้ายแสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร จำนวน 29 รายการ

● **ลดต้นทุนปัจจัยการผลิต**

1. ปุ๋ยเคมี จำนวน 11 สูตร ปรับลดราคาลงร้อยละ 5.05-15.03

2. ยาป้องกันหรือยากำจัดศัตรูพืช จำนวน 7 สูตร ปรับลดราคาจำหน่ายปลีกร้อยละ 5.00-15.33

● **ปรับลดราคาจำหน่ายปลีกก๊าซหุงต้ม**

กก.ละ 2.00 บาท โดยถังขนาด 15 กก. ลดลงถังละ 30.00 บาท และขนาด 48 กก. ลดลงถังละ 96.00 บาท

● **ตรวจสอบผู้ประกอบการ**

เพื่อป้องกันการกักตุนและฉวยโอกาสขึ้นราคา และตรวจสอบข้อร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 กรมการค้าภายในจำนวน 118,728 ราย พบผิด จำนวน 405 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 353,000 บาท

● **ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ**

จำนวน 4,688,373 เครื่อง/หีบห่อ พบผิดจำนวน 18,376 เครื่อง/หีบห่อ ดำเนินการยึด ผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด

● **จัดตั้งเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้า**

โดยมีสมาชิกเครือข่าย “อาสาธงฟ้า 1569” จำนวน 5,500 ราย

● **ส่งเสริมการใช้เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ (Thailand Estimate Mark)**

โดยมีผู้ประกอบการที่ได้รับหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองสินค้าหีบห่อจำนวน 5 ราย สินค้ารวม 127 รายการ

การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

● **จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด**

จำนวน 1,615 ครั้ง ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 4,512,864 คน คิดเป็นมูลค่า 294.80 ล้านบาท

● **ร้าน “หนูณิชย์...พาชิม”**

จำหน่ายอาหารจานเดียวในราคาจาน/ชามละ 25-35 บาท จำนวน 12,674 ร้าน ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนร้อยละ 10-35 หรือประมาณวันละ 9.99 ล้านบาท

● **หมู่บ้านทำมาค้าขาย**

เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า/บริการ/ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 10 แห่ง (ภาคเหนือ 3 แห่ง ภาคกลาง 7 แห่ง) มีมูลค่าการจำหน่าย 60.04 ล้านบาท

● **ธงฟ้าประชารัฐ**

1. มีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จำนวน 20,687 แห่ง ใน 928 อำเภอ 6,334 ตำบล

2. บูรณาการการดำเนินการร่วมกับโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ มีการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ รวมทั้งสิ้น 11,803.17 ล้านบาท

● **จัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่ง**

1. งาน “รวมใจ...ช่วยไทย...ลดรับปีใหม่” ระหว่างวันที่ 15 ธ.ค. 59 - 4 ม.ค. 60 มียอดจำหน่าย 80,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 24,000 ล้านบาท

2. งาน “รวมใจ...ช่วยไทย...ลดรับเปิดเทอม” ระหว่างวันที่ 27 เม.ย. - 14 พ.ค. 60 มียอดจำหน่าย 20,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 6,000 ล้านบาท

การแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม

● **กำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า**

1. ติดตาม ตรวจสอบวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจและพฤติกรรมทางการค้า ใน 6 กลุ่มธุรกิจ จำนวนสินค้าและบริการเป้าหมาย 80 รายการ

2. พัฒนาและปรับปรุงร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. .... โดยสภานิติบัญญัติแห่งชาติได้ส่งร่างพระราชบัญญัติฯ ต่อนายกรัฐมนตรีและนายกรัฐมนตรีได้นำร่างพระราชบัญญัติฯ ขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อพระมหากษัตริย์ทรงลงพระปรมาภิไธยให้ประกาศใช้เป็นกฎหมาย เมื่อวันที่ 2 พ.ค. 60

● **เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ**

ในการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและศักยภาพขององค์กร

● **เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจกฎหมายการแข่งขันทางการค้า**

โดยจัดสัมมนา/จัดวิทยากรบรรยายให้ความรู้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ สถาบันการศึกษา และผู้สนใจ

● **จัดทำจุลสาร “มองโลกแข่งขัน”**

เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้าให้แก่เครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ

● **ให้บริการคำปรึกษา**

ในประเด็นในข้อกฎหมายในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542

VISION
MANAGEMENT
STATISTIC

DIT
กรมการค้าภายใน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกรมการค้าภายใน

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน

อำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน

โครงสร้างกรมการค้าภายใน

การบริหารราชการกรมการค้าภายใน

อัตรากำลัง

งบประมาณ

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นายบุณยฤทธิ์ กัลยาณมิตร

อธิบดี
กรมการค้าภายใน



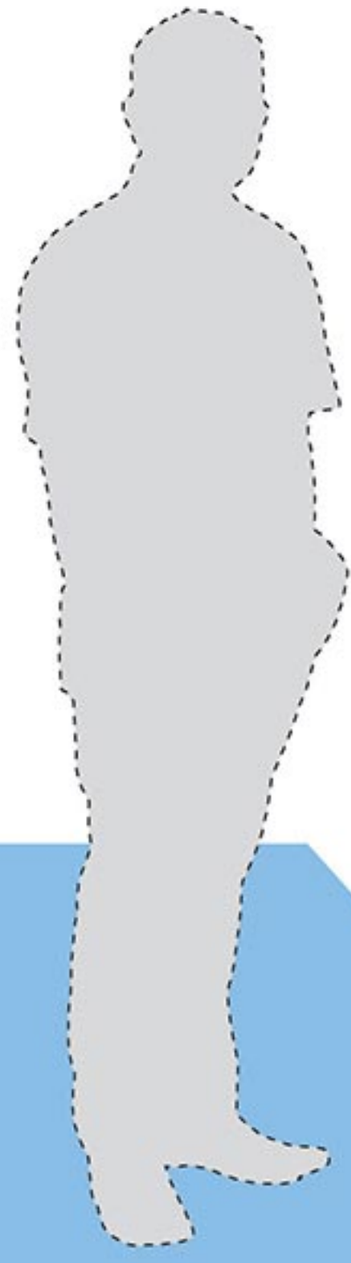
นางสาวสุทัศนีย์ ราชเรืองระบิน

รองอธิบดี
กรมการค้าภายใน



นายฉัตรชัย ศักดิ์ศิลปชัย

รองอธิบดี
กรมการค้าภายใน



ตำแหน่งว่าง

รองอธิบดี
กรมการค้าภายใน



นายจรินทร สุทธนารักษ์

ผู้อำนวยการสำนักชั่งตวงวัด



นายวัฒนศักย์ เสือเอี่ยม

ผู้อำนวยการระดับสูง



นายวัชรศักดิ์ พรหมบุญ

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด



นางสาวพัตถาภรณ์ ไชยานุพงศ์

เลขานุการกรม

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางสาวภาวิไล คำเพ็ง

ผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศและแผนงานการค้าในประเทศ

นางสาววันเพ็ญ บูรณะเวชหลิม

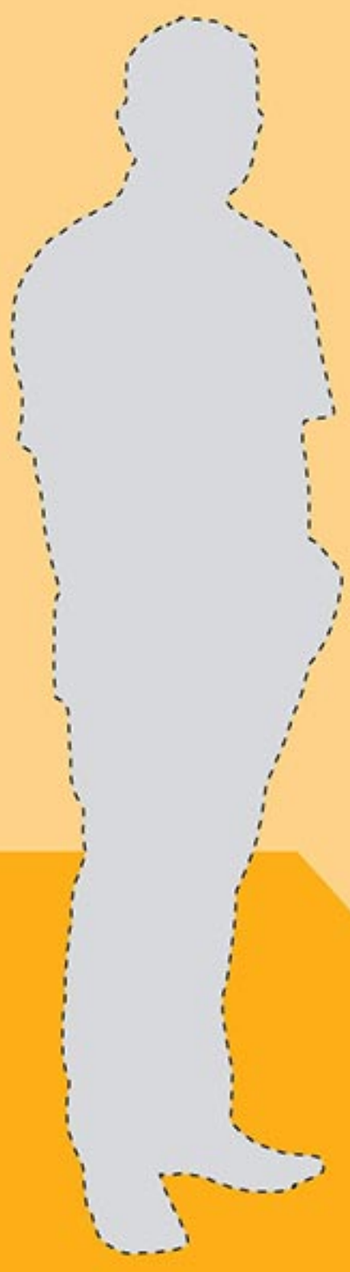
ผู้อำนวยการสำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า

นางสาวฐิติมา งามทวีรัตน์

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1

นายณรงค์ งามสมมิตร

ผู้อำนวยการกองนิติการ



ตำแหน่งว่าง

- ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบและปฏิบัติการ



นางสาววรรณพร อัศวธีระเกียรติ์

- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้าในประเทศ



นางสาวพัชรี พยัควงษ์

- ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2



นางสาวจินตนา สุวรรณพาณิช

- ผู้อำนวยการสำนักจัดระบบและพัฒนามาตรฐานทางการค้า
- รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบและระบบการตรวจสอบ

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นายชาตรี อารีวงศ์

ผู้อำนวยการสำนักกำกับและตรวจสอบเครื่องชั่ง



นางเดือนเพ็ญ กรองมาลัย

ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ



นายเทพภิญโญ โคตรนนท์

นักวิชาการชั่งตวงวัดชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการชั่งตวงวัด



นางสาวศิริรัตน์ ศาตะนิมิ

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

นางวราภรณ์ สุวรรณเจริญ	นางภาวนา สิงหเสมานนท์	ตำแหน่งว่าง	นายอำนวย โพธาราม	นางวรรณิภา ปั้นทอง
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้นทุนและการกำหนดราคาสินค้า	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์	ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการทางการค้า	ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจสอบภายใน

อำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน

1 ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยการควบคุมกิจการคลังสินค้าหรือกิจการอื่นที่มีสภาพคล้ายคลึงกัน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

2 จัดทำและประสานแผนปฏิบัติราชการของกรมให้เป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติราชการของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัดติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติราชการของกรม และดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติและประมวลผล พัฒนาระบบและให้บริการข้อมูลสารสนเทศการค้าภายในประเทศ

3 จัดระบบ ส่งเสริม และพัฒนาการค้า การตลาด และตลาดภายในประเทศให้เกิดประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรม

4 จัดระเบียบและส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร

5 ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมและป้องกันการผูกขาดตัดตอนทางการค้า

6 จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง

7 จัดระบบและการพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์

8 จัดระเบียบเกี่ยวกับการค้าและการตลาด รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ และควบคุมการประกอบธุรกิจ

9 พัฒนากฎหมาย กฎ และระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเพื่อส่งเสริมการค้าให้เป็นธรรม

10 ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

วิสัยทัศน์กรมการค้าภายใน VISION

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

พันธกิจ MISSION

พันธกิจหลัก

- ส่งเสริมและพัฒนาสินค้า ระบบและกลไกการตลาด เพื่อสร้างโอกาสและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ
- ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น
- ดูแลราคา ปริมาณ และการแข่งขันในสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรม
- พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดให้เทียบเท่าสากลและเป็นผู้นำในอาเซียน
- เสริมสร้างความรู้ให้แก่ประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ รวมทั้งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง
- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยี

พันธกิจสนับสนุน

- บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

เป้าประสงค์ Strategic Goal

- เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้
- หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น
- ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง
- การชั่งตวงวัดไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล และมีบทบาทนำในอาเซียน
- ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
การพัฒนาตลาดและระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	• ส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์การค้า เพื่อใช้สนับสนุนการเชื่อมโยงสินค้า รวบรวมและกระจายสินค้าในประเทศสู่ภูมิภาค • ขยายการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐาน • สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่
การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	• พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตร • ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค • ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสินค้าในการเข้าถึงนวัตกรรม เทคโนโลยี และระบบตลาดสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค	• กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการอย่างเหมาะสม เป็นธรรม มีปริมาณเพียงพอและปรับปรุงแนวทางเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและการตลาด • พัฒนาประสิทธิภาพการกำกับ ตรวจสอบ และระบบการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่ประชาชน • ส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็น • ยกระดับองค์กรกำกับการแข่งขันทางการค้าให้มีประสิทธิภาพ • ส่งเสริมการประกอบธุรกิจ โดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรมและธรรมาภิบาล รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม และสนับสนุนองค์ความรู้เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการค้าให้ผู้ประกอบการธุรกิจ • ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค และเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเองผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค
การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	• ยกระดับและพัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดของประเทศไทยให้ทันสมัย สอดคล้องกับมาตรฐานชั่งตวงวัดในระดับสากล • ขยายขอบเขตการกำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัดประเภทใหม่ที่มีความสำคัญในภาคการค้าและบริการในประเทศ • ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัดมีความสามารถในการแข่งขัน และสร้างมาตรฐานวิชาชีพเฉพาะด้านของการชั่งตวงวัด • ยกระดับมาตรฐานองค์กรและมีบทบาทสู่การกำหนดทิศทางนโยบายในองค์กรชั่งตวงวัดของอาเซียน
การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์การ	• พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางบนพื้นฐานของหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) • พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล • พัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ เพื่อการกำกับดูแลและอำนวยความสะดวกทางการค้า • ส่งเสริมการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในกิจกรรมของภาครัฐ

โครงสร้างกรมการค้าภายใน

- อธิบดี
  - กองนิติการ
  - กลุ่มตรวจสอบภายใน
  - รองอธิบดี
    - สำนักตรวจสอบและปฏิบัติการ
    - สำนักชั่งตวงวัด
    - สำนักกำกับและตรวจสอบเครื่องชั่ง*
    - ศูนย์ชั่งตวงวัด ภาค 4 ศูนย์ สำนักงานสาขาชั่งตวงวัด 28 สาขา
    - สำนักจัดระบบและพัฒนามาตรฐานทางการค้า*
    - สำนักบริหารกิจการการค้าในภูมิภาค*
  - รองอธิบดี
    - สำนักงานเลขานุการกรม
    - สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า
    - สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า
    - สำนักสารสนเทศและแผนงานการค้าในประเทศ
    - ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ*
    - กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
  - รองอธิบดี
    - กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1
    - กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2
    - กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

หมายเหตุ : *เป็นการแบ่งส่วนราชการภายใน

การบริหารราชการกรมการค้าภายใน

กรมการค้าภายในได้ปรับปรุงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายในกรม ให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น และเหมาะสมกับสภาพของงานที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การปฏิบัติภารกิจตามอำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น ประกอบด้วย 14 สำนัก/กอง/ศูนย์ 2 กลุ่ม และหน่วยงานในส่วนภูมิภาค ได้แก่ ศูนย์ชั่งตวงวัดภาค 4 แห่ง และสำนักงานสาขาชั่งตวงวัด 28 แห่ง โดยมีภารกิจในความรับผิดชอบ ดังนี้

สำนักงานเลขานุการกรม



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไป งานสารบรรณ งานช่วยอำนวยการ งานประชุม งานประสานราชการ และงานเลขานุการของกรม ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การงบประมาณ การพัสดุ อาคารสถานที่ และยานพาหนะ จัดระบบงาน บริหารงานและพัฒนาทรัพยากรบุคคล การเสริมสร้างวินัย ดำเนินการทางวินัย การรักษาระบบคุณธรรม งานสวัสดิการบุคลากรและการคุ้มครองจริยธรรมของกรม

กองนิติการ



มีหน้าที่และความรับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยการควบคุมกิจการคลังสินค้าหรือกิจการอื่นที่มีสภาพคล้ายคลึงกัน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการเกี่ยวกับงานนิติกรรมและสัญญางานเกี่ยวกับความรับผิดทางแพ่งและอาญา งานคดีปกครอง การร้องทุกข์กล่าวโทษ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท กำหนดมาตรการทางกฎหมายในการดูแลระบบการค้ากลไกตลาด รักษาความเป็นธรรมทางการค้าและคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนากฎหมาย

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหาราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการนโยบายและมาตรการเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร และคณะกรรมการนโยบายอาหาร รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และคณะทำงานตามที่ได้รับการแต่งตั้ง

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหาราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด และการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว คณะกรรมการนโยบายข้าวแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายมันสำปะหลัง และคณะกรรมการนโยบายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการและคณะทำงานตามที่ได้รับการแต่งตั้ง

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการวิเคราะห์ วิจัยโครงสร้างการตลาด ส่งเสริมและพัฒนาตลาดรูปแบบต่าง ๆ จัดให้มีสารสนเทศระบบตลาด ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านการตลาดและถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง จัดให้มีมาตรฐานของตลาด และส่งเสริมและพัฒนาคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการวินิจฉัยอุทธรณ์ตามกฎหมายว่าด้วยการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า กำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ภายใต้การส่งเสริม และการกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ ติดตามภาวะ ปริมาณ ต้นทุนและราคาของสินค้าและบริการ รวมทั้งวัตถุดิบ เพื่อให้ราคาสอดคล้องกับปริมาณคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนปริมาณสินค้ามีเพียงพอและกระจายอย่างทั่วถึง ศึกษา วิเคราะห์และวิจัยรูปแบบการค้าและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการตลาดสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค พัฒนาหลักเกณฑ์ และวิธีการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ และดำเนินการเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ

สำนักชั่งตวงวัด



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนา กำหนดและทดสอบมาตรฐานเครื่องตวงเครื่องวัด รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบการใช้เครื่องตวงเครื่องวัดให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาแบบมาตราตวงและวัด กำกับดูแลการประกอบธุรกิจผลิต นำเข้า ซ่อม ขายเครื่องชั่งตวงวัดและการประกอบธุรกิจให้บริการชั่ง ตวงหรือวัด กำหนดหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจผลิตหรือซ่อมเครื่องชั่งตวงวัดสามารถตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดที่ตนผลิตหรือซ่อมตรวจให้คำรับรอง และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องตวงและเครื่องวัด กำหนดขนาดการบรรจุ วิธีการแสดงปริมาณสุทธิ ตรวจสอบความถูกต้อง การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายคำรับรองมาตรฐานของปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ และตรวจสอบคำรับรองมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ใช้ในการตวงจำหน่ายสินค้าที่เป็นของเหลว กำกับดูแลสินค้าหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการให้ความรู้ด้านชั่งตวงวัด

สำนักตรวจสอบและปฏิบัติการ



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการกำกับดูแลและตรวจสอบมิให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบในการขายสินค้าและบริการ ทั้งด้านราคาและปริมาณ และพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ตรวจสอบดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่กรมรับผิดชอบ และมาตรการที่ทางราชการกำหนด สืบสวนพฤติกรรมทางการค้าและดำเนินคดีตามกฎหมายในความรับผิดชอบของกรมหรือตามที่ได้รับมอบหมาย ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดทำเครือข่าย “อาสาธงฟ้า 1569” ให้เป็นแนวร่วมเพื่อช่วยปฏิบัติงานของกรม

สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า



มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ศึกษา วิเคราะห์ เกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจ และการตลาดของสินค้าและบริการ และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ ติดตามความเคลื่อนไหวและรวบรวมข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการค้า วิเคราะห์ และเสนอแนะแนวทางการดำเนินการต่อคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า พัฒนาและกำหนดมาตรการแนวทาง หลักเกณฑ์การส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรมส่งเสริมวัฒนธรรมการแข่งขันให้เป็นไปตามหลักสากล กำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า ส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า และดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าและปฏิบัติหน้าที่เลขานุการของคณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการฯ แต่งตั้งตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า

สำนักสารสนเทศและแผนงานการค้าในประเทศ



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์ ประสานการจัดทำแผนงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กำกับ ติดตาม เร่งรัดการปฏิบัติงาน ประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และจัดทำตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน การเปิดเผยแผนและผลการดำเนินงานต่อสาธารณชน จัดระบบเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลและสารสนเทศ จัดทำและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารสำหรับใช้สนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผน การบริหารจัดการการปฏิบัติงานด้านการค้าภายใน เผยแพร่และให้บริการข้อมูลสารสนเทศ ดำเนินการงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่งานด้านการค้าภายในประเทศและผลการดำเนินงาน งานวิเทศสัมพันธ์ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน จัดทำข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเชิงวิชาการและยุทธศาสตร์ นโยบายและมาตรการทางการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจ

สำนักจัดระบบและพัฒนามาตรฐานทางการค้า



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการค้าและกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งสินค้าและบริการให้เข้าสู่ตลาด ดำเนินการเพื่อให้มีมาตรฐานทางการค้าส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานที่กำหนดและมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ดำเนินการเพื่อให้ปริมาณสินค้าเพียงพอและกระจายทั่วถึงกับความต้องการกำหนดมาตรการและแผนงานในการบริหารจัดการให้มีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อเพิ่มทางเลือกและลดภาระค่าครองชีพ รวมทั้งช่วยตรึงราคาสินค้าในภาวะวิกฤตหรือภาวะจำเป็น กำหนดแนวทางการจัดระเบียบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภคพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่ายผู้บริโภค

สำนักกำกับและตรวจสอบเครื่องชั่ง



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาและกำหนดมาตรฐานของตุ้มน้ำหนักแบบมาตรา เครื่องชั่ง และเครื่องวัดสินค้าเกษตร วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงการให้คำรับรองตุ้มน้ำหนัก เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายกฎกระทรวง และระเบียบเกี่ยวกับการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาตุ้มน้ำหนักแบบมาตราและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแบบมาตรา และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร การให้ความรู้ คำแนะนำการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแก่ประชาชนและพัฒนาบุคลากรด้านชั่งตวงวัด

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ



มีหน้าที่และความรับผิดชอบด้านนโยบายและแผนงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาและให้บริการระบบงานระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและความมั่นคงปลอดภัยกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจัดทำแผนแม่บทระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและแผนปฏิบัติการของกรม พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จัดทำระบบบริหารจัดการระบบคอมพิวเตอร์ ออกแบบและวางระบบเครือข่ายรองรับการเชื่อมโยงระบบงานหรือข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บำรุงรักษาระบบสารสนเทศ ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและโปรแกรม รวมทั้งให้บริการและเผยแพร่ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กลุ่มตรวจสอบภายใน



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประเมินความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน ตรวจเสนอแนะการปรับปรุงการบริหารความเสี่ยง การควบคุมและการกำกับดูแล สอบทานระบบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน และ/หรือกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ คำสั่งที่ทางราชการกำหนด สอบทานความถูกต้องของข้อมูลการดำเนินงาน การเงินการบัญชี และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตรวจสอบระบบการดูแลรักษา และความปลอดภัยของทรัพย์สิน และประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการเงินการบัญชีของกรม

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



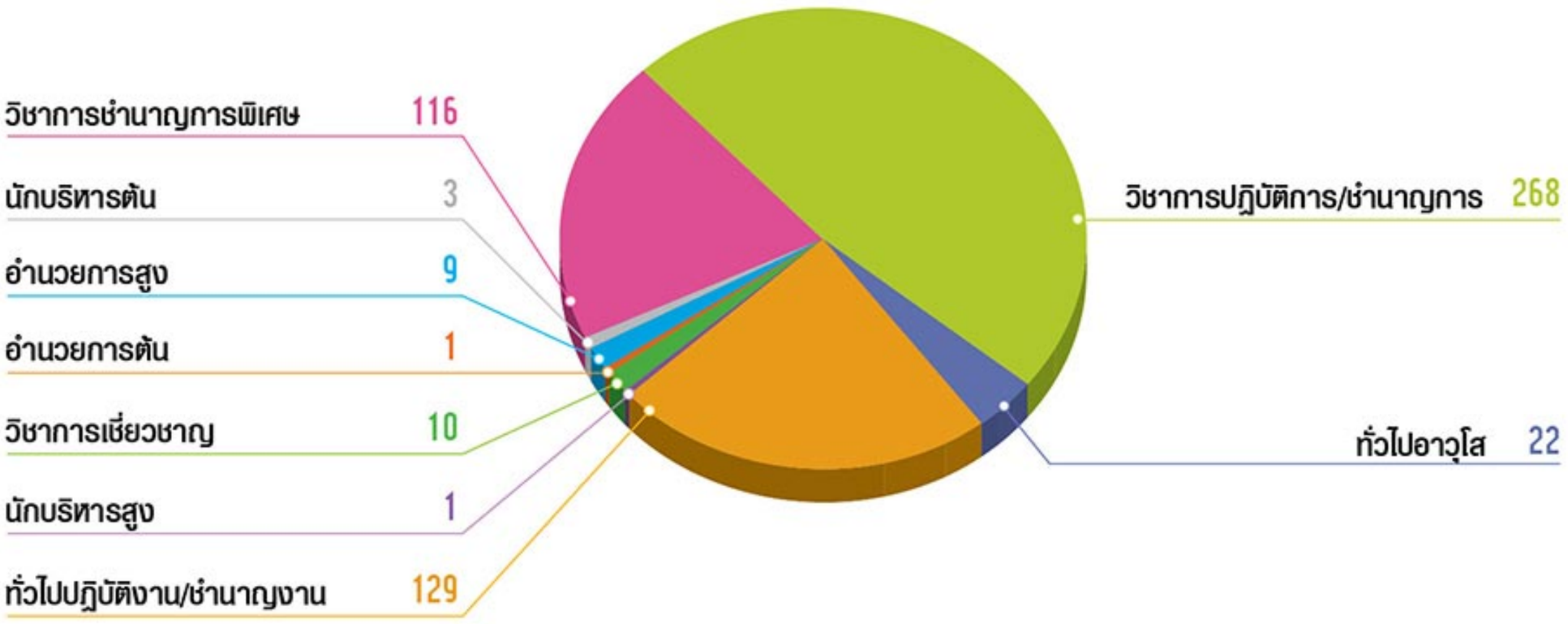
มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอแนะและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในกรม ประสานและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางต่าง ๆ และหน่วยงานในสังกัด

อัตรากำลังกรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ประเภทอัตรากำลัง	จำนวน (อัตรา)	ร้อยละ
ข้าราชการ	559	54.54
ลูกจ้างประจำ	106	10.34
พนักงานราชการ	25	2.44
ลูกจ้างเหมาบริการ	335	32.68
รวม	**1,025**	**100.00**

จำนวนข้าราชการจำแนกตามประเภทและระดับตำแหน่ง

ประเภท/ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
นักบริหารสูง	1 อัตรา	0.18
นักบริหารต้น	3 อัตรา	0.54
อำนวยการสูง	9 อัตรา	1.61
อำนวยการต้น	1 อัตรา	0.18
วิชาการเชี่ยวชาญ	10 อัตรา	1.79
วิชาการชำนาญการพิเศษ	116 อัตรา	20.75
วิชาการปฏิบัติการ/ชำนาญการ	268 อัตรา	47.94
ทั่วไปอาวุโส	22 อัตรา	3.93
ทั่วไปปฏิบัติงาน/ชำนาญงาน	129 อัตรา	23.08
รวม	**559 อัตรา**	**100.00**



งบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560

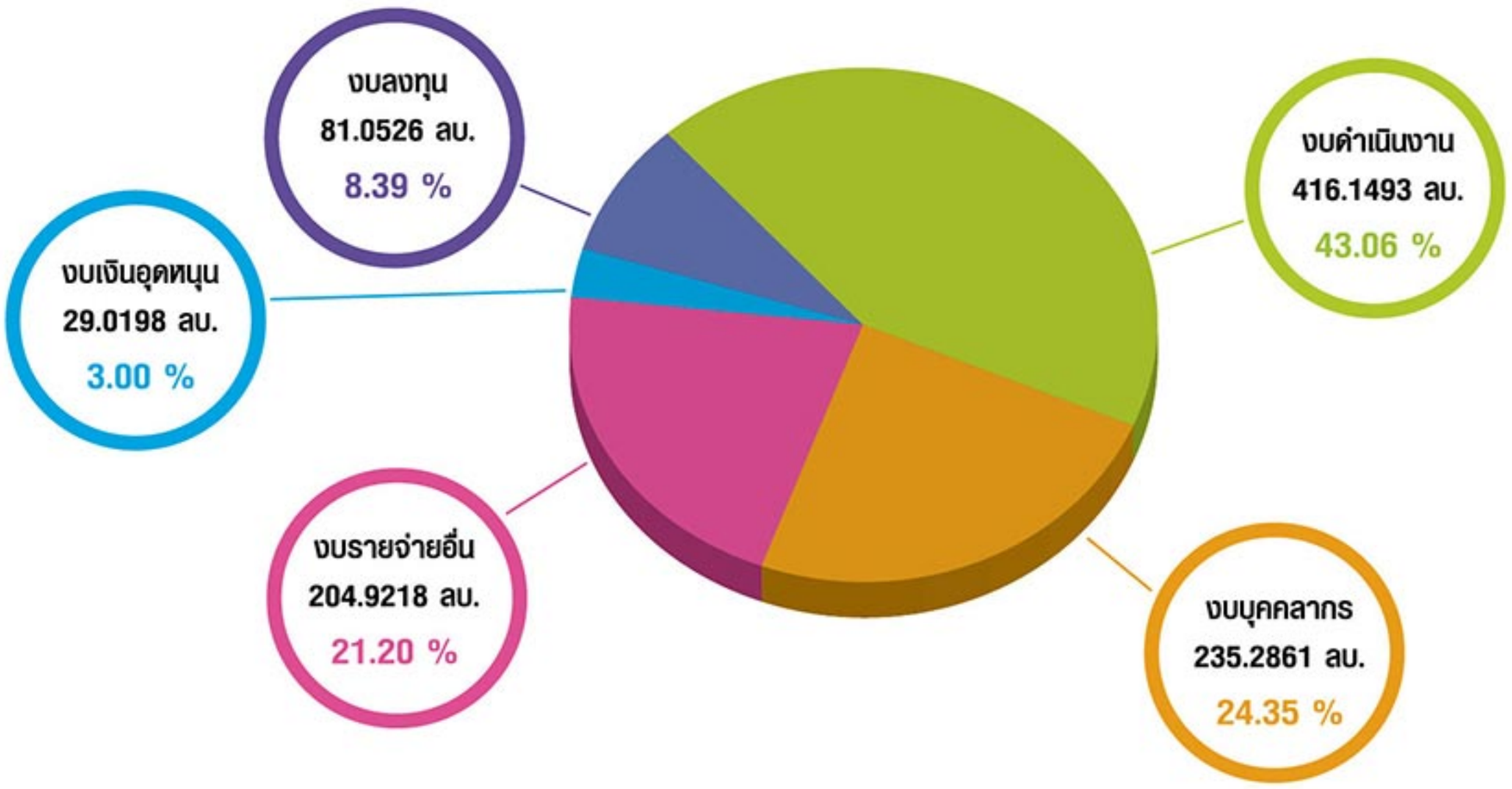
ในปีงบประมาณ พ.ศ.2560 กรมการค้าภายในได้รับจัดสรรงบประมาณรวมทั้งสิ้น 966.4296 ล้านบาท ประกอบด้วย 5 แผนงาน ได้แก่

1) แผนงานบุคลากรภาครัฐ
2) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
3) แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิตการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
4) แผนงานบูรณาการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนเข้มแข็ง
5) แผนงานบูรณาการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณที่ได้รับในปีงบประมาณ 2559 จำนวน 1,270.6017 ล้านบาท ลดลง 304.1721 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 23.94 หากจำแนกงบประมาณที่ได้รับปีงบประมาณ 2560 จำแนกตามประเภทรายจ่ายเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

หมวดรายจ่าย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ร้อยละ
งบดำเนินงาน	416.1493	43.06%
งบบุคลากร	235.2861	24.35%
งบรายจ่ายอื่น	204.9218	21.20%
งบเงินอุดหนุน	29.0198	3.00%
งบลงทุน	81.0526	8.39%
รวมงบประมาณ	**966.4296**	**100%**

การได้รับงบประมาณประจำปี 2560 จำแนกตามประเภทรายจ่าย



เปรียบเทียบงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2559 และปีงบประมาณ พ.ศ.2560

(หน่วย : ล้านบาท)

หมวดรายจ่าย	ปี 2559	ปี 2560	เปลี่ยนแปลง	
			เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ
งบบุคลากร	**342.1204**	**235.2861**	**(106.8343)**	**(31.23)**
เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	337.4713	230.2479	(107.2234)	(31.77)
พนักงานราชการ	4.6491	5.0382	0.3891	8.37
งบดำเนินงาน	**495.5667**	**416.1493**	**(79.4174)**	**(16.03)**
ค่าตอบแทนใช้สอยและวัสดุ	472.2658	399.4673	(72.7985)	(15.41)
ค่าสาธารณูปโภค	23.3009	16.6820	(6.6189)	(28.41)
งบลงทุน	**91.5145**	**81.0526**	**(10.4619)**	**(11.43)**
ค่าครุภัณฑ์	63.1854	56.1961	(6.9893)	(11.06)
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	28.3291	24.8565	(3.4726)	(12.26)
งบเงินอุดหนุน	**133.7271**	**29.0198**	**(104.7073)**	**(78.30)**
งบรายจ่ายอื่น	**207.6730**	**204.9218**	**(2.7512)**	**(1.32)**
รวม	**1,270.6017**	**966.4296**	**(304.1721)**	**(23.94)**

SUCCESS PERFORMANCE RESULT

DIT
กรมการค้าภายใน

ส่วนที่ 2 ผลการปฏิบัติราชการ

ผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพ
ในการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน

ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปี 2560

รายงานผลการปฏิบัติตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสาร

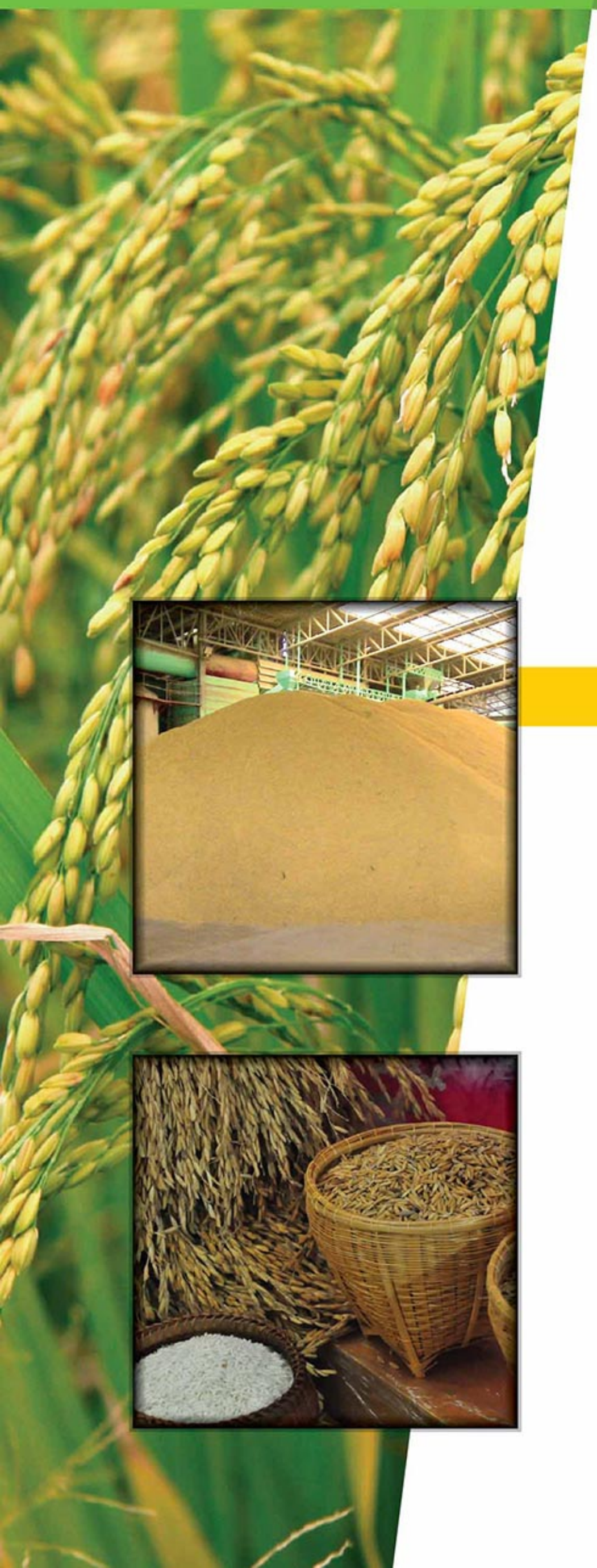
ตารางรายงานผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ตัวชี้วัดตามองค์ประกอบ	หน่วยวัด	ผลการดำเนินงาน			
		เป้าหมาย	ผลงาน	ผลการประเมิน ผ่าน	ผลการประเมิน ไม่ผ่าน
องค์ประกอบที่ 1 (Functional base)				●	
1. มูลค่าสินค้าเกษตรที่มีการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริมเพิ่มขึ้น	ลบ.	526.19	531.246	●	
1.1 ตลาดข้อตกลง	ลบ.	336.31	223.986		
1.2 ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)	ลบ.	189.88	307.26		
2. จำนวนตลาดที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเป็นตลาดต้องชม	แห่ง	77	79	●	
- ผลการสำรวจความพึงพอใจของตลาดต้องชม	ร้อยละ	90	90.43	●	
3. ความสำเร็จในการผลักดันร้านหนูณิชย์พาชิมเข้าสู่ยุค 4.0				●	
3.1 ผลักดันให้มีรถขายอาหารหนูณิชย์เคลื่อนที่ (Food Truck) เพิ่มมากขึ้น	คัน	35	23		●
3.2 จัดเกรดร้านหนูณิชย์ ABC โดยให้มีร้านเกรด A ร้อยละ 10 ของจำนวนร้านทั้งหมด (12,500 ร้าน)	ร้าน	1,250	5,483	●	
4. ร้อยละของเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์และเรื่องที่ศึกษาวิเคราะห์ ตรวจสอบพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าแล้วเสร็จและเสนอคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด	ร้อยละ	70	ไม่มีเรื่องเข้าข่ายความผิดตามกฎหมายแข่งขันทางการค้า	ไม่ต้องประเมินผลตัวชี้วัด	
หมายเหตุ : องค์ประกอบที่ 1 (Functional base) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นฐาน งานประจำงานตามหน้าที่ปกติ หรืองานตามหน้าที่ความรับผิดชอบหลักงานตามกฎหมาย กฎ นโยบายของรัฐบาล หรือมติคณะรัฐมนตรี					
องค์ประกอบที่ 2 (Agenda base)				●	
1. การสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน				●	
1.1 ร้อยละการดำเนินการตามแผนการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน	ร้อยละ	100	100	●	
1.2 ร้อยละการชี้แจงประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์	ร้อยละ	100	100 (มี 12 ประเด็นข่าวที่ต้องชี้แจง)	●	

ตัวชี้วัดตามองค์ประกอบ	หน่วยวัด	ผลการดำเนินงาน			
		เป้าหมาย	ผลงาน	ผลการประเมิน ผ่าน	ผลการประเมิน ไม่ผ่าน
2. ความสำเร็จในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการตลาดข้าวแบบครบวงจ	-	รายงานสรุปผลความสำเร็จของการบริหารจัดการข้าวแบบครบวงจรด้านการดำเนินการตลาดในประเทศ โดยต้องเปรียบเทียบผลความสำเร็จกับเป้าหมาย รวมทั้งให้มีข้อเสนอแนะและ/หรืออุปสรรคในการดำเนินการเสนออธิบดีให้ความเห็นชอบ	ดำเนินการได้ตามเป้าหมาย	●	
หมายเหตุ : องค์ประกอบที่ 2 (Agenda base) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจ ยุทธศาสตร์ แนวทางปฏิรูปภาครัฐ นโยบายเร่งด่วน หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ					
องค์ประกอบที่ 3 (Area base)					
ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นที่/ท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด กลุ่มจังหวัด หรือการบูรณาการการดำเนินงานหลายพื้นที่หรือหลายหน่วยงาน **(กรมไม่มีตัวชี้วัดตามองค์ประกอบนี้)**					
องค์ประกอบที่ 4 (novation base)				●	
1. ประสิทธิภาพการเบิกจ่ายงบประมาณ	ร้อยละ	80	52.06		●
2. ข้อเสนอประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมของส่วนราชการ	-	การพัฒนานวัตกรรมโดยจัดทำ Mobile Application หนูณิชย์ เพื่อเป็นช่องทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภค/ประชาชนสามารถค้นหาและเข้าถึงร้านอาหารหนูณิชย์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้นผ่าน Smart Phone	ดำเนินการได้ตามเป้าหมาย	●	
หมายเหตุ : องค์ประกอบที่ 4 (Innovation base) ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมในการบริหารจัดการระบบงาน งบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และการให้บริการประชาชนหรือหน่วยงานของรัฐ					
องค์ประกอบที่ 5 (Potential base)				●	
1. การจัดทำและดำเนินการตามแผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ	-	1. จัดทำแผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ตามภารกิจ/บทบาทของส่วนราชการ 2. รายงานผลที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละไตรมาส รวมทั้งผลการประเมินจากองค์กรภายในหรือภายนอกประเทศ (ถ้ามี)	ดำเนินการได้ตามเป้าหมาย	●	
หมายเหตุ : องค์ประกอบที่ 5 (Potential base) ศักยภาพในการเป็นส่วนราชการที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาประเทศตามแผนหรือนโยบายระดับชาติ นโยบายของรัฐบาลประกอบกับผลการประเมินโดยองค์กรภายในและภายนอกประเทศ					

ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ในปีงบประมาณ 2560 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลทั้งในด้านการดูแลราคาสินค้าเกษตร การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน และการดูแลธุรกิจให้มีการแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตโดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้



การบริหารจัดการกลไกและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร รวมทั้งการสร้างความมั่นคงและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน โดยการบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร การพัฒนาและส่งเสริมระบบตลาดให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้าให้แก่เกษตรกร และการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด รวมทั้งพัฒนาการให้บริการของกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เพื่อสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ ดังนี้

1 การบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร

1.1 ข้าว



1.1.1 โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2559/60

คณะรัฐมนตรีมีมติ เมื่อวันที่ 14 มิ.ย. 59 และวันที่ 11 ต.ค.59 เห็นชอบการดำเนินโครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2559/60 โดยรัฐบาลชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ ผ่านธนาคารพาณิชย์ของรัฐในอัตราร้อยละ 3 ตามระยะเวลาที่เก็บสต็อกไว้ 60-90 วัน และชดเชยดอกเบี้ยในอัตราเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 4 เพื่อเก็บสต็อกข้าวตั้งแต่วันที่ 91 - 180 วัน นับแต่วันที่เบิกจ่ายหรือออกตั๋วสัญญาใช้เงิน (เดิมอัตราร้อยละ 3 ระยะเวลา 2 - 6 เดือน) เป้าหมาย 8 ล้านตัน วงเงินชดเชย 1,306.50 ล้านบาท ระยะเวลาโรงสีรับซื้อข้าวตั้งแต่ 1 ต.ค. 59 - 30 ก.ย. 60 ระยะเวลาโรงสีเก็บสต็อกตั้งแต่ 1 ต.ค. 59 - 30 เม.ย. 61 (นาปี 1 ต.ค. 59 - 31 ต.ค. 60 นาปรัง 1 เม.ย. 60 - 30 เม.ย. 61) ระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่ 1 ก.ค. 59 - 31 ต.ค. 61

ผลการดำเนินการ : คณะอนุกรรมการพิจารณาชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2559/60 ได้อนุมัติการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ 33 จังหวัด จำนวน 239 ราย มูลค่าการชดเชยรวมทั้งสิ้น 354.343 ล้านบาท

1.1.2 จัดตลาดนัดข้าวเปลือก ปี 2559/60

เพื่อให้กลไกตลาดการรับซื้อข้าวเปลือกของเกษตรกรมีการแข่งขัน มีช่องทางเลือกและมีอำนาจต่อรองในการขายข้าว รวมทั้งได้รับความเป็นธรรมด้านราคาในการชั่งน้ำหนักและการตรวจสอบคุณภาพข้าว จำนวน 110 ครั้ง ในพื้นที่ 42 จังหวัด โดยมีปริมาณการซื้อขายรวมทั้งสิ้น 65,297.90 ตัน คิดเป็นมูลค่า 526.896 ล้านบาท เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวได้ในราคาสูงกว่าตลาดทั่วไปเฉลี่ยตันละ 100 - 1,200 บาท

1.1.3 การบริหารจัดการรถเกี่ยวข้าว โดยจัดทำ Application “จองรถเกี่ยว”

เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการรถเกี่ยวข้าว และเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องได้ดาวน์โหลดสำหรับใช้งานใน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ และพะเยา และได้มีการดาวน์โหลด Application “จองรถเกี่ยว” เพื่อใช้งาน จำนวน 555 ราย โดยมีการลงทะเบียนใช้งาน 472 ราย และมีผู้จองรถเกี่ยวข้าวในระบบจำนวน 174 ราย

1.2 มันสำปะหลัง



1.2.1 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลัง ปี 2559/60

เพื่อให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องรับทราบมาตรการในการดูแลราคามันสำปะหลังของรัฐบาลและเป็นแนวทางให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร พิจารณาเข้าร่วมโครงการฯ และจัดส่งให้หน่วยงานภายในจังหวัดแหล่งผลิตมันสำปะหลัง50 จังหวัด ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลตำบล ที่ว่าการอำเภอ และกรมการค้าภายในส่วนกลาง รวมทั้งจัดทำสื่อวิทยุเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในช่วงเดือน ม.ค.- มี.ค. 60



1.2.2 เสริมสร้างความรู้และชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลังของรัฐบาล

เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและวิธีการดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการดูแลช่วยเหลือเกษตรกร ให้เกษตรกรสามารถเข้าร่วมโครงการฯ ได้ทันท่วงที ระยะเวลาดำเนินการ พ.ย. 59 - พ.ค. 60 โดยได้จัดประชุมชี้แจง รวม 4 ครั้ง ที่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ กำแพงเพชร และอุบลราชธานี โดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนา รวมทั้งสิ้น 862 ราย

1.2.3 เชื่อมโยงผลผลิตมันสำปะหลัง

(1) เชื่อมโยงตลาดแป้งมันสำปะหลังในอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นสูง โดยจัดหาตลาดศักยภาพที่สามารถรองรับวัตถุดิบแป้งมันสำปะหลังจากไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและดูดซับ Supply มันสำปะหลัง ดำเนินการร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการจับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) และเชื่อมโยงการค้ามันสำปะหลังกับประเทศผู้นำเข้าที่มีศักยภาพ ได้แก่ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ฮ่องกง เป็นต้น

ผลการดำเนินการ เมื่อวันที่ 14 พ.ย.59 มีผู้นำเข้าจากทุกภูมิภาคทั่วโลก 53 บริษัท ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทย 39 บริษัท เข้าร่วมการจับคู่เจรจาธุรกิจ และมีการลงนาม MOU จำนวน 5 ฉบับ ปริมาณเชื่อมโยง 1.7 ล้านตัน มูลค่า 10,710 ล้านบาท

(2) เชื่อมโยงผลผลิตมันสำปะหลังเพื่อป้อนผลผลิตเข้าสู่อุตสาหกรรมเอทานอล โดยได้มีการลงนามบันทึกความตกลงการเชื่อมโยงมันสำปะหลังเข้าสู่อุตสาหกรรมเอทานอลระหว่างสมาคมเอทานอลจากมันสำปะหลังและสมาคมการค้าผู้ผลิตเอทานอลไทยกับสมาพันธ์ชาวไร่มันสำปะหลังแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 23 ธ.ค. 59 โดยมีโรงงานเอทานอลร่วมลงนาม 5 ราย สหกรณ์การเกษตรกลุ่มเกษตรกร 10 ราย ปริมาณรวบรวมหัวมันสด 1,200 ตัน/วัน

1.2.4 กำกับดูแลและรักษาระดับราคามันสำปะหลังภายในประเทศ

โดยกำหนดอัตราส่วนในความครอบครองก่อนการส่งออกในช่วงเดือน ม.ค. - เม.ย. 60 (มีสินค้า 150 ตัน สามารถส่งออกได้ 100 ตัน) และให้ผู้ส่งออกรับซื้อมันสำปะหลังในประเทศเป็นหลักเพื่อดูดซับอุปทานภายในประเทศ



1.3. ปาล์มน้ำมัน

วางระบบการบริหารจัดการปาล์มน้ำมัน เพื่อให้ราคาปาล์มน้ำมันอยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นธรรม และไม่เกิดภาวะขาดแคลนน้ำมันปาล์มตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยมีการบูรณาการผ่านคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการและคณะทำงานต่าง ๆ ดังนี้

1.3.1 กำหนดราคาแนะนำในการรับซื้อผลปาล์มทะลาย ผลปาล์มร่วงในราคาเดียวกัน

โดยออกประกาศราคาแนะนำรับซื้อผลปาล์มทะลายและผลปาล์มร่วงและน้ำมันปาล์มดิบตามราคาตลาด โดยกำหนดราคาแนะนำให้เปลี่ยนแปลงตามกลไกตลาดและสะท้อนสถานการณ์ โดยกรมฯ ได้ออกประกาศราคาแนะนำล่าสุดเมื่อวันที่ 17 ส.ค. 60 กำหนดราคารับซื้อผลปาล์มอัตราน้ำมันร้อยละ 18 ในราคาไม่ต่ำกว่า กก.ละ 4 บาท และกรณีอัตราน้ำมันสูงกว่าร้อยละ 18-22 ให้ปรับเพิ่มราคารับซื้อขึ้นไม่น้อยกว่า กก.ละ 30 สต. ต่ออัตราน้ำมันที่เพิ่มขึ้นทุกร้อยละ 1 รวมทั้งให้โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มปิดป้ายแสดงราคารับซื้อในปริมาณที่รับซื้อผลปาล์มตั้งแต่น้ำมันร้อยละ 18-22 ควบคู่กับการแสดงอัตราร้อยละเฉลี่ย (%) ของน้ำมันปาล์มดิบที่ผลิตในวันล่าสุดที่เห็นได้ชัด

1.3.2 บริหารจัดการสมดุลน้ำมันปาล์ม

พิจารณาปรับสมดุลการใช้น้ำมันปาล์มเพื่อผลิตไบโอดีเซล ให้สอดคล้องกับปริมาณผลผลิตและความต้องการบริโภคในแต่ละช่วงเวลา โดยกระทรวงพลังงานได้ออกประกาศ ดังนี้

- ปรับ B7 เป็น B5 ผลบังคับ 25 ก.ค.59
- ปรับ B5 เป็น B3 ผลบังคับ 25 ส.ค.59
- ปรับ B3 เป็น B5 ผลบังคับ 25 พ.ย.59
- ปรับ B5 เป็น B7 ผลบังคับ 8 พ.ค.60 เป็นต้นไป

และมอบหมายกรมการค้าภายใน กระทรวงพลังงาน สภาเกษตรกร ติดตามสถานการณ์ด้านการผลิต อัตราน้ำมันที่ผลิตได้ และสต็อกคงเหลืออย่างใกล้ชิด



1.3.3 ยุทธศาสตร์การปฏิรูปปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มทั้งระบบ ปี 2560 - 2579

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้ง ให้เกิดความเป็นธรรมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง กนป. มีมติเมื่อวันที่ 26 ต.ค.59 เห็นชอบยุทธศาสตร์การปฏิรูปปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มทั้งระบบ ระยะเวลาการปฏิรูป 20 ปี (ปี2560-2579) ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 6 ด้าน คือ 1) ด้านการผลิต 2) ด้านนวัตกรรม 3) ด้านมาตรฐานปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม 4) ด้านพลังงาน 5) ด้านการตลาดและ 6) ด้านการบริหารจัดการ และคณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบแล้ว เมื่อวันที่ 13 ธ.ค. 59 โดยมีการแต่งตั้งคณะทำงานติดตามการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มทั้งระบบในด้านต่าง ๆ รวม 6 คณะ เพื่อติดตามการดำเนินการให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ฯ และนำเสนอแนวทางดำเนินการ รวมทั้งรายงานผลการดำเนินการที่อยู่ในความรับผิดชอบต่อประธานอนุกรรมการปฏิรูปปาล์มน้ำมันฯ



1.4 ไข่ไก่



เชื่อมโยงการจำหน่ายไข่ไก่เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้ผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ประสบปัญหาด้านตลาดรองรับราคาไข่ไก่อ่อนตัวลงและลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชน ผลการจำหน่ายไข่ไก่ ตั้งแต่ 1 ต.ค. 59 - 31 ก.ค. 60 จำนวน 2,074,560 ฟอง ทำให้ผู้เลี้ยงไก่ไข่ได้รับราคาและมีปริมาณจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผ่านช่องทางปกติ รวมทั้งช่วยลดภาระค่าครองชีพของประชาชนด้วยอีกทางหนึ่ง

1.5 ผลไม้



ขยายช่องทางการตลาดให้เกษตรกร โดย

1.5.1 จัดตั้งจุดรวบรวมและกระจายผลผลิต จำนวน 5 จุดในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ตราด และชุมพร โดยมีปริมาณการเชื่อมโยงผลไม้ (ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สละ) จำนวน 4,658 ตัน มูลค่า 124.96 ล้านบาท



1.5.2 ลงนามสัญญาซื้อขายผลไม้ ผ่านสัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายในระหว่างห้างค้าส่งค้าปลีก และผู้ประกอบการผลไม้ จำนวน 9 ราย กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 15 ราย เมื่อวันที่ 11 พ.ค.60 โดยมีการเจรจาตกลงซื้อขายผลไม้ (ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ลำไย ฯลฯ) รวมปริมาณ 3,830 ตัน มูลค่า 180 ล้านบาท

1.5.3 เชื่อมโยงผลผลิตและรณรงค์การบริโภคผลไม้

(1) โดยจัดงาน “Fruit Festival” รวม 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 4-7 พ.ค. 60 ณ ห้างเซ็นทรัลเวสต์เกต จ.นนทบุรี และวันที่ 22 - 30 ก.ค. 60 ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน กรุงเทพฯ มีเกษตรกรเข้าร่วมงาน รวม 98 ราย มูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 7.69 ล้านบาท

(2) จัดงานมหกรรมลำไยไทย รวม 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 15 - 21 ส.ค. 60 ณ ห้างเซ็นทรัลเวสต์เกต จ.นนทบุรี และเมื่อวันที่ 17 - 25 ส.ค. 60 ณ ห้างเซ็นทรัล (Central Festival) จ.ภูเก็ต โดยมีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 15,000 ราย มูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 3.86 ล้านบาท













2 การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร

2.1 การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

เพื่อเป็นแหล่งหรือศูนย์กลางให้เกษตรกรนำผลผลิตเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่าย ดังนี้

2.1.1 จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แห่งใหม่ จำนวน 7 แห่ง ที่ จ.ลำปาง จันทบุรี ขอนแก่น นนทบุรี นครปฐม (2 แห่ง) และลพบุรี

2.1.2 พัฒนาเพิ่มศักยภาพศูนย์ Farm Outlet เดิม จำนวน 41 แห่ง ในพื้นที่ 24 จังหวัด โดยจัดอบรมให้ความรู้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้แก่กลุ่มเกษตรกร ผู้ดูแลศูนย์ Farm Outlet และผู้ที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 14 ธ.ค. 59 ณ โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์ จ.นครปฐม โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 50 คน

2.1.3 เชื่อมโยงการตลาดสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน โดยให้ศูนย์ฯ นำสินค้าเกษตรผลิตภัณฑ์แปรรูปและผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายในงานต่างๆ อาทิ งาน “มหกรรมสินค้าเกษตรต้อนรับเทศกาลตรุษจีน” งาน “Fruit Festival” งาน “Local Economy 4.0” เป็นต้น โดยในปีงบประมาณ 2560 ศูนย์ฯ ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 286.353 ล้านบาท



2.2 การส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

2.2.1 เชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์

(1) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ระดับภูมิภาค จำนวน 2 ครั้ง โดยมีเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์เข้าร่วมจำนวน 228 ราย มูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 3,637,244 บาท ดังนี้

ครั้งที่ 1 งาน “ตามรอยพ่อ มหกรรมสินค้าเกษตรอินทรีย์วิถีน่าน จากภูผาสู่สากล” เมื่อวันที่ 9-10 ธ.ค. 59 ณ บริเวณข่วงน้อยเมืองน่าน อ.เมือง จ.น่าน

ครั้งที่ 2 งานสังคมสุขใจ ภายใต้แนวคิด “ตามรอยพระบาท..สัมผัสวิถีเกษตรพอเพียง” เมื่อวันที่ 16-18 ธ.ค. 59 ณ สวนสามพราน จ.นครปฐม

(2) เชื่อมโยงผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานต่าง ๆ ได้แก่

1) งาน “มหกรรมสินค้าเกษตรต้อนรับเทศกาลตรุษจีน” เมื่อวันที่ 24 - 26 ม.ค. 60 ณ บริเวณลานอเนกประสงค์ ชั้น 3 กระทรวงพาณิชย์
2) งาน Local Economy 4.0 เมื่อวันที่ 25 - 27 พ.ค.60 ณ อิมแพคเมืองทองธานี
3) งาน “Eat Right - Eat Organic” เมื่อวันที่ 8 - 11 มิ.ย. 60 ณ ศูนย์การค้าพาราไดซ์พาร์ค กรุงเทพฯ
4) งาน “Fruit Festival ผลไม้แห่งสยาม” ณ ลานพาร์คพารากอน เมื่อวันที่ 22 - 30 ก.ค. 60 โดยมูลค่าการจำหน่ายสินค้า รวมทั้งสิ้น 7,854,964 บาท

(3) จัดงาน Organic & Natural Expo 2017 (ONE 2017) ระหว่างวันที่ 27 - 30 ก.ค. 60 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ประกอบการไทยและประเทศอาเซียน 8 ประเทศเข้าร่วมงาน จำนวน 248 ราย มูลค่าการจำหน่ายสินค้า จำนวน 32.86 ล้านบาท

2.2.2 จัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ (Organic Village) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุน เกษตรกรให้มีการผลิตสินค้าตามมาตรฐาน มีความรู้ด้านการตลาด จำนวน 4 แห่ง ใน 4 จังหวัด ได้แก่ (1) หมู่บ้านหนองสะโน ต.ดอนนางหงส์ อ.ธาตุพนม จ.นครพนม (2) หมู่บ้านหนองหอย ต.กุดชุมแสง อ.หนองบัวแดง จ.ชัยภูมิ (3) หมู่บ้านท่าเดื่อน้อย ต.นิคมสร้างตนเอง อ.เมือง จ.ลพบุรี และ (4) หมู่บ้านบางพะเนียง ต.คู้ยายหมี อ.สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา

2.2.3 จัดตั้ง “Organic Valley” จำนวน 1 แห่ง โดยส่งเสริมหมู่บ้านที่ทำการเกษตรอินทรีย์ในหุบเขาเดียวกันให้มีการรวมกลุ่มการผลิตและเชื่อมโยงตลาดร่วมกันเป็นหุบเขาแห่งเกษตรอินทรีย์ (Organic Valley) จำนวน 6 หมู่บ้านใน อ.หนองบัวแดง และ อ.เกษตรสมบูรณ์ จ.ชัยภูมิ

2.2.4 ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างกรมการค้าภายในกับบริษัท Numberg Messe จำกัด ในการสร้างความร่วมมือจัดงานแสดงสินค้า Organic Expo-BIOFACH Southeast Asia และ NATURAL EXPO Southeast Asia ในปี 2561 เมื่อวันที่ 4 ก.ย .60 ณ ห้องมไหสวรรย์ ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์



2.3 จัดประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ปีการเพาะปลูก 2559/60 และจัดประกวดข้าวตราคุณภาพดีเด่น ประจำปี 2560

เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการข้าวถุงมีการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดีตรงความต้องการของตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าข้าว โดยมีการมอบรางวัลให้กับผู้ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิ จำนวน 21 ราย (เกษตรกร 18 ราย กลุ่มเกษตรกร / สหกรณ์การเกษตร 3 ราย) และผู้ประกอบการข้าวถุง จำนวน 9 ราย เมื่อวันที่ 18 พ.ค. 60 ณ กระทรวงพาณิชย์





2.4 พัฒนาเพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าว

โดยจัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาในการวางระบบมาตรฐาน GMP/HACCP แก่ผู้ประกอบการ โรงสี ที่สมัครเข้าร่วมโครงการฯ และผ่านการคัดเลือก โดยมีโรงสีที่ผ่านการรับรองระบบมาตรฐานฯ จำนวน 43 ราย





2.5 พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง

โดยสุ่มเก็บตัวอย่างข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่ได้รับเครื่องหมายรับรองที่จำหน่ายในท้องตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐาน และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ปัจจุบันมีผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้รูปพนมมือของกรมการค้าภายใน จำนวน 145 ราย 220 เครื่องหมายการค้า

2.6 จัดอบรมให้ความรู้ในการพัฒนากระบวนการพลิตข้าว

เพื่อให้ความรู้กับผู้ประกอบการโรงสีสามารถนำความรู้ไปพัฒนากระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ช่วยลดต้นทุน และลดการสูญเสีย ตลอดจนเพิ่มโอกาสทางการตลาด ดังนี้

(1) หลักสูตร “โรงสียุค 4.0 มองนอกกรอบสู่การค้าข้าวสมัยใหม่” จำนวน 12 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 480 คน

(2) หลักสูตร “เทคโนโลยีการเก็บรักษาข้าวเปลือก” จำนวน 5 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 200 คน

(3) หลักสูตร “การตรวจสอบคุณภาพข้าวทางวิชาการ” จำนวน 5 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 100 คน

(4) หลักสูตร “วิธีการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์” จำนวน 2 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 200 คน

2.7 จัดเกรดโรงสีข้าวโดยการติดดาว

เพื่อยกระดับและพัฒนาผู้ประกอบการโรงสีให้มีระบบมาตรฐาน พัฒนาศักยภาพระบบการผลิตข้าวของประเทศ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการโรงสีติดดาว ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ **ประเภทดาวทอง** มีจำนวน 38 ราย และ**ประเภทดาวเงิน** มีจำนวน 21 ราย และได้จัดพิธีมอบรางวัลและโล่เพื่อประกาศเกียรติคุณให้แก่โรงสีติดดาวประเภทดาวทองทั้ง 38 ราย เมื่อวันที่ 18 พ.ค. 60 ณ กระทรวงพาณิชย์









3 การพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

3.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

เพื่อให้เป็นตลาดกลางที่ได้มาตรฐาน เป็นแหล่งซื้อขายและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรมรวมทั้งเพิ่มทางเลือกและโอกาสในการขายผลผลิตให้กับเกษตรกร ปัจจุบันมีตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในทั้งสิ้น 80 แห่ง แยกเป็น ตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 56 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 19 แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำ 4 แห่ง และตลาดกลางปลาสวยงาม 1 แห่ง

3.2 ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง

3.2.1 ผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน

โดยเชื่อมโยงให้เกษตรกรและผู้ประกอบการได้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน 18 สินค้า ได้แก่ (1) มะเขือเทศ (2) ส้มเขียวหวานปลอดสารพิษ (พันธุ์สีทอง) (3) ข้าวโพดหวาน (4) มะม่วงน้ำดอกไม้ (5) สมุนไพร (6) ชมพู่เพชรสายรุ้ง (7) ฟักทอง (8) แฟง (9) เงาะ (10) มังคุด (11) ลองกอง (12) สับปะรด (13) ทุเรียน (14) กล้วยเล็บมือนาง (15) ลำไย (16) ผลิตภัณฑ์ฝ้าย (17) กระเทียม (18) ฝรั่ง รวม 38 สัญญา ปริมาณรวมทั้งสิ้น 9,865.21 ตัน มูลค่ารวม 223.99 ล้านบาท

3.2.2 จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ตลาดข้อตกลง

เพื่อผลักดันให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านตลาดข้อตกลง ภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน ให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการค้าสินค้าเกษตร จำนวน 2 ครั้ง ที่จังหวัดเชียงใหม่ และสมุทรสงคราม โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม รวม 110 คน

3.3 ส่งเสริมพัฒนาตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

ให้เป็นแหล่งรองรับผลผลิตจากเกษตรกร และเป็นแหล่งกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคที่สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคและหันมาใช้ตลาดสดมากขึ้น โดยมุ่งเน้นให้มีการปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายสินค้า จำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม และเครื่องชั่งมีความเที่ยงตรง ผู้ประกอบการมีจริยธรรมในการกำหนดราคาจำหน่าย ตลาดสะอาด ถูกสุขอนามัย สินค้าสด สะอาด ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ผู้บริโภคมีแหล่งซื้อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพปลอดภัย ปัจจุบันมีตลาดสดในความส่งเสริม จำนวน 354 แห่ง (ภาคกลาง 82 แห่ง ภาคเหนือ 96 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 127 แห่ง ภาคตะวันออก 20 แห่ง และภาคใต้ 29 แห่ง)

3.4 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น (ตลาดต้องชม)

ที่มีอัตลักษณ์สะท้อนวิถีชุมชน และมีเอกลักษณ์พาณิชย์ (มีการจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม น้ำหนักเที่ยงตรง) เพื่อให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ SMEs นำสินค้าในพื้นที่มาจำหน่ายให้ประชาชนโดยตรง เพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) โดยได้เปิดตลาดชุมชนภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” จำนวน 152 แห่ง (ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 73 แห่ง ปีงบประมาณ 2560 จำนวน 79 แห่ง) มีแผงค้ารวมทั้งสิ้น 16,587 แผงค้า โดยมีนักท่องเที่ยวสนใจมาเที่ยวชมและเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการในตลาดเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 218.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 13.24





3.5 พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์





โดย (1) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ระบบฐานข้อมูลระบบตลาดกลาง คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น วิธีการเสนอซื้อ เสนอขายสินค้าเกษตร ผ่านทางเว็บไซต์ http://mwsc.dit.go.th หรือ http://agrimark.dit.go.th ให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ สหกรณ์การเกษตร และผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จำนวน 4 ครั้ง ที่จังหวัดอุบลราชธานี กระบี่ ลำปาง และนครราชสีมา มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 168 คน (2) ให้คำแนะนำแก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ผู้ประกอบการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เกี่ยวกับการเข้าใช้ประโยชน์ตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการเสนอซื้อและขายสินค้าเกษตร ผ่านทางระบบฐานข้อมูลระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาด ของกรมการค้าภายใน http://mwsc.dit.go.th หรือ http://agrimark.dit.go.th จำนวน 3 ครั้งในพื้นที่ 8 จังหวัด (ครั้งที่ 1 จังหวัดลำปาง แพร่ และน่าน ครั้งที่ 2 จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ครั้งที่ 3 จังหวัดชัยภูมิ เลย และหนองบัวลำภู) มีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 168 ราย

3.6 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market)

ส่งเสริมการจำหน่ายและสร้างการรับรู้ตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยให้นักท่องเที่ยวรู้จัก โดยมีการจำหน่ายผลไม้สดจากสวน ผลไม้แปรรูป และสินค้านวัตกรรมผลไม้จากเกษตรกรโดยตรง ภายใต้ชื่อ “King Fruits Paradise” จำนวน 6 ครั้ง (ครั้งที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งที่ 2 จังหวัดภูเก็ต ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 4 จังหวัดอุดรธานี ครั้งที่ 5 จังหวัดสงขลา และ ครั้งที่ 6 จังหวัดสุราษฎร์ธานี)



3.7 จัดอบรมตามโครงการพัฒนาผู้ประกอบการตลาดและระบบตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

เพื่อส่งเสริมทักษะและเพิ่มศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการตลาด ผู้ค้า ผู้บริหารตลาด และผู้เกี่ยวข้องในตลาดกลาง ตลาดสด และตลาดชุมชน ในความส่งเสริมของกรมฯ ให้มีความรู้ความเข้าใจด้านต่างๆ อาทิ การบัญชี การเงิน การตลาด การบริหารจัดการ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ จำนวน 18 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น 1,037 ราย ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ พะเยา พิษณุโลก นครสวรรค์ อุดรธานี สกลนคร มหาสารคาม อุบลราชธานี บุรีรัมย์ ระยอง สงขลา กระบี่ พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี ฉะเชิงเทรา นครปฐม และเพชรบุรี รวมทั้งดำเนินกิจกรรมการเสริมสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการการค้า โดยการศึกษาดูงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ ตลาดกลาง ที่ประสบความสำเร็จและเป็นต้นแบบในการพัฒนา ปรับปรุง และแปรรูปสินค้า เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาต่อยอด จำนวน 17 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ เชียงใหม่ นครสวรรค์ พะเยา พิษณุโลก พระนครศรีอยุธยา เพชรบุรี ลพบุรี สงขลา สุราษฎร์ธานี อุดรธานี อุบลราชธานี ฉะเชิงเทรา นครปฐม บุรีรัมย์ มหาสารคาม และสกลนคร

3.8 จัดงานเพื่อส่งเสริมตลาดและกิจกรรมภูมิภาค

โดยจัดงาน “กระทรวงพาณิชย์กับการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจท้องถิ่น Local Economy 4.0” ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 25 - 27 พฤษภาคม 2560 โดยกิจกรรมภายในงานประกอบด้วย 1) การสัมมนาและการประชุมเชิงวิชาการ 2) การจับคู่เจรจาธุรกิจ 3) การจัดนิทรรศการและการให้คำปรึกษาของหน่วยงานกระทรวงพาณิชย์ และ 4) การออกร้านจำหน่ายสินค้าจากชุมชนท้องถิ่น อาทิ ตลาดต้องชม ร้านธงฟ้าประชารัฐ สินค้า GI สินค้าออแกนิค แฟรนไชส์ เป็นต้น มีผู้เข้าร่วมงาน 12,021 คน มูลค่าการจำหน่ายและสั่งจองสินค้า จำนวน 15.55 ล้านบาท

3.9 จัดตั้งหมู่บ้านทำมาค้าขาย

โดยส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน 10 แห่ง ใน 5 จังหวัด ได้แก่ (1) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง (2) ชุมชนวัวลาย (3) ชุมชนหล่ายแก้ว (จังหวัดเชียงใหม่) (4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลไม้สดและผลผลิตการเกษตรแปรรูปบ้านดอนทอง (5) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร (6) วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้านผักตบชวา (จังหวัดนครปฐม) (7) ชุมชนอรัญญิก (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) (8) หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไก่ดี (9) กลุ่มพัฒนาผู้เลี้ยงกุ้งเกษตรพอเพียง 49 (จังหวัดสมุทรสาคร) และ (10) ตลาดน้ำลาวเวียง ชุมชนบ้านลาวเวียง (จังหวัดสระบุรี)

ผลจากการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายทั้ง 10 แห่ง ส่งผลให้หมู่บ้านฯ มีรายได้จากการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น โดยมียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 60.04 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ก่อนที่กรมฯ เข้าไปส่งเสริม) 17.29 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.44

หมู่บ้าน ทำมาค้าขาย





4 การเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

4.1 เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบกิจการคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น

คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น
ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการค้าภายใน

เพื่อสนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นมีมาตรฐานในการจัดเก็บสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยดำเนินการดังนี้

(1) จัดสัมมนาชี้แจงรายละเอียดโครงการพัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เพื่อให้ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ที่สมัครเข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาระบบการจัดการด้านมาตรฐานคลังสินค้า มาตรฐานไซโล และมาตรฐานห้องเย็น เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายเพิ่มขึ้น ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี

(2) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และดำเนินการตรวจติดตาม แนะนำการปฏิบัติงานจริง (Coaching) ณ สถานประกอบการของผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น และดำเนินการตรวจประเมิน (Audit) เพื่อรับรองมาตรฐานคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ให้แก่ผู้ประกอบกิจการที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 30 แห่ง

4.2 ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า ณ จุดที่เป็นประตูการค้า

โดยจัดอบรมพัฒนาความรู้เพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าและเตรียมความพร้อมในยุค AEC เพื่อพัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้ค้าเกษตรกรเครือข่ายของตลาด และผู้เกี่ยวข้อง ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า การจัดชั้นคุณภาพและการคัดเกรดสินค้า และการปรับตัวรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเป็นประชาคมอาเซียน เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2560 ณ ตลาดกลางผักและผลไม้จังหวัดอุบลราชธานี (ตลาดอุบลเจริญศรี) มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 103 ราย

การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลในการกำกับดูแลความเป็นธรรมด้านราคาให้กับทุกฝ่าย โดยดูแลราคาสินค้าในแต่ละช่วงการค้าตั้งแต่ราคาต้นทาง (ราคา ณ โรงงาน) ราคากลางทาง (ราคาขายส่ง) และราคาปลายทาง (ราคาจำหน่ายปลีก) ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุนและเป็นธรรม ไม่มีการฉวยโอกาสขึ้นราคา ปริมาณมีเพียงพอไม่ขาดแคลนและมีน้ำหนักเที่ยงตรง ครบถ้วนถูกต้อง โดยดำเนินการ ดังนี้

1. กำหนดสินค้าและบริการควบคุม

จำนวน 47 รายการ (สินค้า 42 รายการ บริการ 5 รายการ) และสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล 226 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 21 รายการ) โดยมีการติดตามตรวจสอบราคาและสถานการณ์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคและมิให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบผู้บริโภค

2. ดูแลราคาต้นทาง (ราคา ณ โรงงาน)

ให้สอดคล้องกับต้นทุนและเป็นธรรม โดยแบ่งการกำกับดูแลสินค้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบนำเข้า (2) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก (3) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบทั้งในประเทศและนำเข้า (4) กลุ่มอาหารสด ซึ่งหากจำเป็นต้องปรับราคา จะพิจารณาให้ปรับราคาตามภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจริง

3. ดูแลราคากลางทาง (ราคาจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่ง)

โดยดูแลราคาจำหน่ายส่งให้มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคาต้นทาง (ณ โรงงาน) เพื่อมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบทั้งด้านราคาจำหน่ายและปริมาณ

4. ดูแลราคาปลายทาง (ราคาจำหน่ายปลีก)

โดยตรวจสอบติดตามราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตและกำหนดระดับความสำคัญของสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกเดือน จำนวน 226 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 21 รายการ) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

4.1 Sensitive List (SL) : สินค้าที่มีความอ่อนไหวพิเศษ ติดตามราคาและภาวะเป็นประจำทุกวัน

4.2 Priority Watch (PWL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง

4.3 Watch List (WL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปักษ์













5. กำหนดมาตรการในการดูแลราคา

โดยออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ได้แก่

5.1 กำหนดมาตรการในการกำกับดูแลราคาสำหรับสินค้าและบริการควบคุม เช่น การกำหนดราคาจำหน่ายสูงสุด การปรับราคาสูงขึ้นต้องได้รับอนุญาต การให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย การห้ามมิให้มีการกักตุน ปฏิเสธการจำหน่ายและประวิงการจำหน่าย เป็นต้น

5.2 กำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก จำนวน 286 รายการ (สินค้า 237 รายการและบริการ 49 รายการ) และการปิดป้ายแสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร จำนวน 29 รายการ

5.3 ลดต้นทุนปัจจัยการผลิตนาข้าว และพืชชนิดอื่นๆ โดยจัดประชุมหารือร่วมกับสมาคมการค้าปุ๋ยและธุรกิจการเกษตรไทยและผู้ประกอบการปุ๋ยเคมีรายใหญ่ เมื่อวันที่ 19 เม.ย. 59 ปรับลดราคาจำหน่ายปุ๋ยเคมีตามราคาวัตถุดิบปุ๋ยเคมีในตลาดโลกที่ลดลง (ปรับลดเป็นครั้งที่ 3) เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรในฤดูการผลิต ปี 2559/60 ทั้งปุ๋ยเคมีที่ใช้ในนาข้าว ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และพืชชนิดอื่นๆ รวมทั้งยาป้องกันหรือกำจัดศัตรูพืช ระยะเวลาปรับลดตั้งแต่วันที่ 19 เม.ย. - ธ.ค. 59 ดังนี้

5.3.1 ปุ๋ยเคมี จำนวน 11 สูตร

ปรับลดราคาลงรวม 3 ครั้ง กระสอบละ 45-100 บาท หรือลดลงร้อยละ 5.05-15.03

(1) **ปุ๋ยเคมีที่ใช้ในนาข้าว** จำนวน 4 สูตร ได้แก่

1) สูตร 46-0-0 (ยูเรีย) ปรับลดลงอีกกระสอบละ 30 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 100 บาท หรือลดลงร้อยละ 15.03

2) สูตร 16-20-0 ปรับลดลงอีกกระสอบละ 10 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 60 บาท สูตร 16-16-8 และสูตร 16-8-8 ปรับลดลงอีกกระสอบละ 10 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 70 บาท หรือลดลงร้อยละ 8.63-11.57

(2) **ปุ๋ยเคมีที่ใช้กับยางพารา** จำนวน 3 สูตร ได้แก่ สูตร 18-4-5 สูตร 14-4-9 และสูตร 15-7-18 ปรับลดลงอีกกระสอบละ 10 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 45-60 บาท หรือลดลงร้อยละ 7.53-10.34

(3) **ปุ๋ยเคมีที่ใช้กับปาล์มน้ำมัน** จำนวน 2 สูตร ได้แก่ สูตร 21-0-0 รวมปรับลดลงอีกกระสอบละ 10 บาท และสูตร 0-0-60 ปรับลดลงอีกกระสอบละ 10-15 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 50-65 บาท หรือลดลงร้อยละ 8.02-12.50

(4) **ปุ๋ยเคมีที่ใช้กับพืชชนิดอื่นๆ** จำนวน 2 สูตร ได้แก่ สูตร 15-15-15 และสูตร 18-8-8 ปรับลดลงอีกกระสอบละ 10 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 50 บาท หรือลดลงร้อยละ 5.05-8.06

5.3.2 ยาป้องกันหรือยากำจัดศัตรูพืช

ปรับลดราคาจำหน่ายปลีกร้อยละ 5.00-15.33 จำนวน 7 สูตร ได้แก่ (1) ไกลโฟเซต (2) พาราควอต (3) บิวทาคลอร์ (4) ทู,โฟ-ดี (5) โพรพานิล (6) บิสไพรีแบคโซเดียม (7) เพร็ททิลาคลอร์

5.4 กำกับดูแลราคาจำหน่ายปลีกก๊าซหุงต้ม

5.4.1 ประสานสมาคมแก๊สปิโตรเลียมเหลว แจ้งร้านค้าปลีกก๊าซหุงต้มปรับราคาจำหน่ายปลีกลดลง กก.ละ 2.00 บาท โดยถังขนาด 15 กก. ลดลง ถังละ 30.00 บาท และขนาด 48 กก. ลดลงถังละ 96.00 บาท โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 4 ก.พ. 59

5.4.2 ออกประกาศราคาจำหน่ายปลีกแนะนำก๊าซหุงต้มใหม่ กำหนดราคาจำหน่ายปลีกแนะนำก๊าซหุงต้มขนาด 15 กก. ในเขตกรุงเทพฯ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ รวมค่าบริการขนส่งถึงสถานที่ของผู้ซื้อ (รัศมีไม่เกิน 5 กม.) ในราคาไม่เกินถังละ 353.00 บาท มีผลตั้งแต่ 6 กันยายน 2560

5.5 ติดตามตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าต่างๆ เพื่อป้องกันการกักตุนและการฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม และตรวจสอบการปิดป้ายแสดงราคา รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่านสายด่วน 1569 ของกรมการค้าภายใน ดำเนินการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคโดยตรวจสอบรวมทั้งสิ้น 118,728 ราย พบการกระทำผิด จำนวน 405 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 353,000 บาท

5.6 ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้อง มาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซแอลพีจี และก๊าซเอ็นจีวี การบรรจุก๊าซให้มีน้ำหนักครบถ้วน และสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องได้มาตรฐาน รวมทั้งตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อป้องกันการกดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร โดยตรวจสอบรวมทั้งสิ้น 4,688,373 เครื่อง/หีบห่อ (ตรวจสอบให้คำรับรอง 3,756,958 เครื่อง ตรวจสอบขณะใช้งาน 459,625 เครื่อง และตรวจสอบสินค้าหีบห่อ 471,790 หีบห่อ) พบผิดจำนวน 18,376 เครื่อง/หีบห่อ (เครื่องชั่งตวงวัด 16,650 เครื่อง สินค้าหีบห่อ 1,726 หีบห่อ) ดำเนินการยึด ผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด

5.7 สร้างการมีส่วนร่วมภาคประชาชน เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยจัดตั้ง **สมาชิกเครือข่าย "อาสาธงฟ้า 1569"** เพื่อเป็นเครือข่ายภาคประชาชนที่มีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม สะท้อนปัญหา ให้ข้อคิดเห็น รวมทั้งเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กรมการค้าภายใน ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 5,550 คน (สมาชิกประเภทประจำ 550 คน และสมาชิกประเภทอาสาสมัคร 5,000 คน) โดยได้จัดสัมมนาเครือข่าย "อาสาธงฟ้า 1569" เพื่อให้สมาชิกเครือข่ายมีความรู้ความเข้าใจและแนวทางในการเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม จำนวน 4 ครั้ง ที่จังหวัดเชียงใหม่ บุรีรัมย์ สระแก้ว และกระบี่ มีผู้เข้าร่วมการสัมมนารวมทั้งสิ้น 429 คน









5.8 เสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานทางการค้า โดยดูแลให้ประชาชนผู้บริโภค มีช่องทางเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นธรรม ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าเข้าร่วมรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการประกอบการที่ดีตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด โดยดำเนินโครงการต่าง ๆ ดังนี้

5.8.1 โครงการรับประกันคุณภาพสินค้าและบริการ เพื่อสร้างจริยธรรมและการบริหารจัดการที่ดีของผู้ประกอบการ และเพื่อจัดระเบียบการประกันคุณภาพสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานเดียวกัน ได้แก่ แบตเตอรี่ ยางรถยนต์ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งประกันรับคืนสินค้า การเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ มีผู้เข้าร่วมโครงการ 51 ราย

5.8.2 โครงการร้านค้าก๊าซหุงต้มชั้นดี เพื่อพัฒนายกระดับร้านค้าก๊าซหุงต้มให้มีมาตรฐานและบริการที่ดี มีการจำหน่ายก๊าซหุงต้ม ในราคาที่เป็นธรรม ปริมาณครบถ้วน ได้มาตรฐานความปลอดภัย และมีการปิดป้ายราคา เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อก๊าซจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์รับรองจากกรมการค้าภายในว่าเป็น “ร้านค้าก๊าซหุงต้มชั้นดี” มีผู้เข้าร่วมโครงการ 171 ราย (ส่วนกลาง 46 ราย ส่วนภูมิภาค 125 ราย)

5.8.3 โครงการสถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการว่าได้รับปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงครบเต็มจำนวนลิตรที่ซื้อ มีผู้เข้าร่วมโครงการ 3,564 ราย

5.9 ส่งเสริมการมีมาตรฐานทางการค้าด้านสินค้าหีบห่อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมสินค้าที่บรรจุในหีบห่อ และรักษาระดับความเชื่อมั่นระหว่างการค้าขายสินค้าที่บรรจุในหีบห่อภายในประเทศและอาเซียน รวมทั้งเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานสินค้าหีบห่อให้แก่บุคลากรด้านสินค้าหีบห่อทั้งในประเทศและอาเซียน ดังนี้

5.9.1 จัดอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในระบบการรับรองปริมาณสุทธิสินค้าหีบห่อ ให้แก่ผู้ประกอบการด้านสินค้าหีบห่อและเจ้าหน้าที่ผู้ตรวจประเมินระบบการรับรองปริมาณโรงบรรจุสินค้าหีบห่อ รวม 5 ครั้ง มีผู้เข้าอบรมรวมทั้งสิ้น 221 คน

5.9.2 ศึกษาระบบการบรรจุของผู้ประกอบการด้านสินค้าหีบห่อ และระเบียบข้อกำหนดของระบบการรับรองสินค้าหีบห่อ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถตรวจสอบปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อได้ถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎหมายและมาตรฐานสากล รวมทั้งผู้ประกอบการมีระบบการรับรองปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อที่ถูกต้อง มีประสิทธิภาพและสามารถควบคุมคุณภาพด้านปริมาณได้

5.9.3 ส่งเสริมการใช้เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ (Thailand Estimate Mark) เพื่อเสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อสู่มาตรฐานสากล และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหีบห่อที่ได้มาตรฐาน ปริมาณครบถ้วน โดยได้มอบหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองสินค้าหีบห่อแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานการบรรจุหีบห่อจำนวน 5 ราย สินค้ารวม 127 รายการ

การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

กรมการค้าภายในดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการลดภาระค่าครองชีพ และเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีในราคายุติธรรม ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป เพิ่มช่องทางการระบายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ และเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตและรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการกระตุ้นการบริโภค และให้สินค้ามีการหมุนเวียน เกิดการผลิต การจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยดำเนินการ ดังนี้

1. จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด

จำหน่ายสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพของประชาชน ในราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20-40 ตามแหล่งชุมชนต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 1,615 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 814.07 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนจำนวน 4,512,864 คน คิดเป็นมูลค่า 294.80 ล้านบาท

2. โครงการ “ธงฟ้าประชารัฐ”

2.1 ร่วมกับภาคเอกชน ภายใต้โครงการ “ธงฟ้าประชารัฐ” จัดจำหน่ายสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพราคาลดพิเศษต่ำกว่าราคาปกติร้อยละ 15-20 ในร้านค้าปลีกแบบถาวรเพื่อลดภาระค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งเพิ่มรายได้การจำหน่ายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีก

2.2. ร่วมกับผู้ประกอบการ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำมันพืช เป็นต้น (2) สินค้าอุปกรณ์การศึกษา เช่น เครื่องแบบนักเรียน อุปกรณ์การเรียน เป็นต้น (3) สินค้าปัจจัยการผลิตทางการเกษตร เช่น ปุ๋ยเคมี เป็นต้น ให้นำสินค้ามาจำหน่ายในร้านค้าประชารัฐ ซึ่งปัจจุบันมีสินค้า จำนวน 40 สินค้า 318 รายการ และมีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐในเขตกรุงเทพมหานคร และ 76 จังหวัดจำนวน 20,687 แห่ง ใน 928 อำเภอ 6,334 ตำบล

2.3 บูรณาการการดำเนินการร่วมกับโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยของรัฐบาล ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค. 60 มีจำนวนผู้ถือบัตรฯ ประมาณ 11.43 ล้านคนทั่วประเทศ โดยกำหนดให้ผู้ซื้อสินค้าในร้านธงฟ้าประชารัฐที่มีการติดตั้งเครื่องรูดบัตร (EDC) ได้ตามวงเงินและเงื่อนไขที่กรมบัญชีกลางกำหนดให้สำหรับผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท/ปี ได้รับวงเงินผ่านบัตร 200 บาท/เดือน ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท/ปี ได้รับวงเงินผ่านบัตร 300 บาท/เดือน

2.4 ติดตามดูแลร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐในภูมิภาคและร่วมกับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ และดำเนินการ “ธงฟ้าประชารัฐเคลื่อนที่ (Mobile Unit)” เพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถนำบัตรสวัสดิการแห่งรัฐไปซื้อสินค้าในพื้นที่ที่ไม่มีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ













3. โครงการร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จเพื่อคืนความสุข ทุกจาน ให้ประชาชน (ถูก สะอาด ดี อร่อย) หรือ “หนูณิชย์...พาชิม”

จำหน่ายอาหารจานเดียวในราคาไม่เกินจาน/ชามละ 25-35 บาท เพื่อลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนและเป็นกลไกชี้นำราคาอาหารจานเดียวของร้านอาหารทั่วไป เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 8 ส.ค.57 มีผลการดำเนินการ ดังนี้

3.1 รับสมัครร้านอาหารเข้าร่วมโครงการฯ ทั่วประเทศ (ตั้งแต่วันที่ 8 ส.ค. 57 - 30 ก.ย. 60) รวมทั้งสิ้น 12,674 ร้าน (กรุงเทพฯ 3,795 ร้าน ส่วนภูมิภาค 8,856 ร้าน และ Food Truck 23 ร้าน) สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณ ร้อยละ 10 - 35 ของเงินค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารต่อวัน หรือประมาณวันละ 9.99 ล้านบาท และตั้งแต่เริ่มโครงการ (8 ส.ค. 57) ถึง 30 ก.ย. 60 สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนคิดเป็นมูลค่ากว่า 6,832.26 ล้านบาท

3.2 ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยมอบป้ายสัญลักษณ์และผ้ากันเปื้อนพร้อมหมวก “หนูณิชย์...พาชิม” เพื่อรับรองคุณภาพและราคา รวมทั้งประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

(1) เว็บไซต์ www.Facebook.com/noonidpashim

(2) เว็บไซต์ www.noonid.dit.go.th

(3) Application ลายแทงของถูกหรือ www.lowpricemap.com

(4) เว็บไซต์ของทุกหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์

3.3 สนับสนุนด้านวัตถุดิบราคาพิเศษ โดยประสานผู้ผลิต ผู้จำหน่ายให้มาจำหน่ายสินค้าให้กับร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ ในราคาพิเศษ เพื่อลดต้นทุน รวมทั้งประสานผู้ผลิตน้ำอัดลม เพื่อสนับสนุนการตกแต่งร้านและจำหน่าย

3.4 สนับสนุนด้านเงินทุน โดยประสานธนาคารของรัฐในการพิจารณาสนับสนุนสินเชื่อให้กับร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ

3.5 บรรเทาผลกระทบจากการปรับราคาก๊าซหุงต้ม โดยประสานกระทรวงพลังงานให้ร้านอาหาร “หนูณิชย์...พาชิม” ได้เข้าร่วมโครงการบรรเทาผลกระทบจากการปรับราคาก๊าซหุงต้ม ทำให้สามารถซื้อก๊าซหุงต้มได้ในราคากิโลกรัมละ 18.13 บาท ขนาดบรรจุถังไม่เกิน 15 กิโลกรัม ตามปริมาณการใช้จริงแต่ไม่เกินเดือนละ 150 กิโลกรัม/เดือน

3.6 ปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบร้านหนูณิชย์ (Rebranding) เพื่อพัฒนาร้านหนูณิชย์ ดังนี้ (1) ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และรูปแบบร้านหนูณิชย์ให้มีความทันสมัย (2) ผลักดันให้มีรถขายอาหารหนูณิชย์เคลื่อนที่ (Food Truck) ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นและให้กระจายในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ (3) พัฒนายกระดับร้านอาหารหนูณิชย์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยแบ่งกลุ่มร้านหนูณิชย์ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 : มีความพร้อมสูงสุด สามารถเพิ่มยอดขายและก้าวสู่การเป็นแฟรนไชส์ กลุ่มที่ 2 : มีความสามารถระดับรอง โดยเป็นร้านสะอาดรสชาติดี และกลุ่มที่ 3 : ต้องมีการพัฒนาอีกหลายด้าน เช่น ร้านไม่ได้รับการรับรองความอร่อย ร้านที่ไม่มีที่ตั้งถาวร เป็นต้น

4. จัดกิจกรรมลดราคาจำหน่ายสินค้า

เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในช่วงเทศกาล ต่างๆ ดังนี้

4.1 การจัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าในช่วงปีใหม่ "รวมใจ.. ช่วยไทย..ลดรับปีใหม่" ร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ร้านสะดวกซื้อ ลดราคาจำหน่าย สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าของใช้ประจำวัน และสินค้าอื่นๆ เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น โดยลดสูงสุดร้อยละ 80 ในสินค้ามากกว่า 10,000 รายการ ระหว่างวันที่ 15 ธ.ค. 59 - 4 ม.ค. 60 มียอดจำหน่ายประมาณ 80,000 ล้านบาท สามารถลดค่าครองชีพประชาชนได้ ประมาณ 24,000 ล้านบาท

4.2 การขอความร่วมมือภาคเอกชนลดราคาจำหน่ายสินค้า เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ต้องการฟื้นฟูจากการได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม โดยประสานภาคเอกชนลดราคาจำหน่ายสินค้า วัสดุก่อสร้าง เพื่อใช้ซ่อมแซมบ้านเรือนที่อยู่อาศัย เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องนอน เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าที่จำเป็นอื่นๆ ร้อยละ 35-50 ประมาณ 3 เดือน ตั้งแต่เดือน ม.ค.- มี.ค. 60

4.3 การจัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้า "รวมใจ...ช่วยไทย...ลดรับเปิดเทอม" โดยร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ และผู้ผลิต ผู้จำหน่ายชุดนักเรียนและอุปกรณ์การเรียนลดราคาจำหน่ายเครื่องแบบนักเรียนอุปกรณ์การเรียน และสินค้าอุปโภคบริโภคสูงสุดร้อยละ 80 ทุกสาขาทั่วประเทศมากกว่า 13,500 สาขา ระยะเวลาจัดงานตั้งแต่วันที่ 27 เม.ย. - 14 พ.ค. 60 (รวม 18 วัน) มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 20,000 ล้านบาท สามารถช่วยลดภาระค่าครองชีพประชาชน ได้ประมาณ 6,000 ล้านบาท

5. จัดทำ Mobile Application "ลายแทงของถูก"

เพื่อแสดงข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้าและการส่งเสริมการขายสินค้าในราคาประหยัดหรือราคาถูกในแต่ละพื้นที่หรือร้านค้า รวมทั้งข้อมูลร้านอาหาร "หนูณิชย์.....พาชิม" ได้แก่ ชื่อแสดงร้าน สถานที่ตั้ง แผนที่ รายการ-อาหาร เพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า "ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้" **ผลการดำเนินการ** : มีผู้ดาวน์โหลด Application จำนวน 6,270 ราย และเปิดใช้งานแล้ว จำนวน 40,800 ครั้ง

6. โครงการ "ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้"

เพื่อรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักพิทักษ์รักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองและเลือกซื้อสินค้าอย่างฉลาด คุ้มค่า และใช้จ่ายอย่างประหยัด โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ บิวบอร์ด) รวมทั้ง สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Application)





การดูแลธุรกิจให้มีการแข่งขันทีเสรีเป็นธรรม

กรมการค้าภายในดำเนินการในการส่งเสริมให้ธุรกิจมีการแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม และกำกับดูแลพฤติกรรมการประกอบกิจการและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอน ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ภายใต้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 โดยมีผลการดำเนินงาน ดังนี้







1. การกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า

1.1 **ติดตาม ตรวจสอบวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจและพฤติกรรมทางการค้า** ในธุรกิจสินค้าและบริการเป้าหมาย จำนวน 80 รายการ ใน 6 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (2) กลุ่มธุรกิจสินค้าปิโตรเคมีและเคมีเกษตร (3) กลุ่มธุรกิจสินค้ายานยนต์ (4) กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง (5) กลุ่มสินค้าอื่นๆ และ (6) กลุ่มธุรกิจบริการ

1.2 **พัฒนาและปรับปรุงร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ....** โดยดำเนินการ ดังนี้

1.2.1 คณะรัฐมนตรี มีมติเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. .... เมื่อวันที่ 11 ต.ค.59

1.2.2 สภานิติบัญญัติแห่งชาติมีมติเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ... เมื่อวันที่ 23-24 มี.ค. 60

1.2.3 สภานิติบัญญัติแห่งชาติได้ส่งร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. .... ต่อนายกรัฐมนตรี และนายกรัฐมนตรีได้นำร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. .... ขึ้นทูลเกล้าฯ ถวาย เพื่อพระมหากษัตริย์ทรงลงพระปรมาภิไธยให้ประกาศใช้เป็นกฎหมาย เมื่อวันที่ 2 พ.ค.60

1.2.4 สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร ทรงลงพระปรมาภิไธยร่าง พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ....เมื่อวันที่ 2 ก.ค. 60 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 ก.ค. 60 โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 5 ต.ค. 60 เป็นต้นไป

1.2.5 จัดทำร่างกฎหมายลำดับรองและระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการปฏิบัติงานภายหลังกฎหมายการแข่งขันทางการค้ามีผลบังคับใช้

2. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ สถาบันการศึกษาและผู้สนใจ

2.1 **จัดเสวนา เรื่อง "ก้าวสู่ยุคใหม่ของการแข่งขันทางการค้ากับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560"**

เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้ประกอบธุรกิจ นักลงทุน อัยการศาล ที่ปรึกษากฎหมาย หน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจรายสาขา เอกอัครราชทูตต่างประเทศ นักวิชาการ นักศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการระมัดระวังพฤติกรรมการประกอบธุรกิจที่อาจขัดต่อพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ 2560 อันส่งผลให้บรรยากาศการค้าการลงทุนเป็นไปอย่างเสรีและเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงสร้าง บทบาท และภารกิจสำคัญของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าในฐานะองค์กรอิสระให้รับรู้แพร่หลายในวงกว้าง เมื่อวันที่ 19 ก.ย. 60 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ผู้เข้าร่วมเสวนาจำนวน 600 คน

2.2 จัดทำจุลสาร "มองโลกแข่งขัน" เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้าให้แก่เครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และประชาสัมพันธ์กฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้างมากขึ้น ผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ Social Media

3. ให้บริการคำปรึกษา

แก่ผู้ประกอบธุรกิจ นักกฎหมาย นักศึกษา ประชาชนที่สนใจในประเด็นข้อกฎหมายในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ผ่านทางโทรศัพท์และที่สำนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ลดหรือปกป้องมิให้เกิดพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้า ที่อาจเข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

4. เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและศักยภาพขององค์กร

โดยจัดส่งบุคลากรเข้าร่วมการประชุมกับองค์กรระหว่างประเทศและองค์การกำกับดูแลการแข่งขันในต่างประเทศ อาทิ

4.1 การประชุมเชิงปฏิบัติการ Experienced Agencies Seminar Information Exchange : Efficiency Enhancing or Cartel in Disguise" เมื่อวันที่ 3-5 ธ.ค. 59 ณ กรุงโซล สาธารณรัฐเกาหลีใต้ จัดโดย OECD/Korea Policy Centre's Competition Program (OECD/KPC) เพื่อเสริมสร้างความรู้ความสามารถให้กับผู้แทนจากองค์กรกำกับการแข่งขันของเอเชีย 13 ประเทศ ในการกำกับดูแลพฤติกรรมที่อาจเข้าข่ายการตกลงร่วมกันทางการค้า

4.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการ "Seminar on Investigative Powers of Competition Agencies" และการประชุมกลุ่มนโยบายด้านการแข่งขันและกฎหมาย (CPLG) เมื่อวันที่ 23-27 ก.พ. 60 ณ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียตนาม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา การแลกเปลี่ยนข้อมูลในการสืบสวนสอบสวนเพื่อให้สามารถประเมินและพัฒนาแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการพฤติกรรมที่ฝ่าฝืนกฎหมายแข่งขันฯ และการประชุม CPLG เพื่อส่งเสริมให้สมาชิก (APEC) แลกเปลี่ยนข้อมูลกฎหมายและนโยบายแข่งขัน ตลอดจนช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการพัฒนาประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายฯ

4.3 การประชุมเชิงปฏิบัติการ Sub-Regional Workshop "Investigation TechiQues on Merger Review" Japan-ASEN Integration Fund Program เมื่อวันที่ 27-29 มี.ค. 60 ณ นครโฮจิมินห์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียตนาม เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการรวมธุรกิจของอาเซียนและญี่ปุ่น







รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้

1 จัดให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน กรมการค้าภายใน

ณ บริเวณชั้นล่างของตึกอาคาร (ห้อง 20301 ชั้น 3) เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการติดต่อขอรับข้อมูลด้วยตนเองตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

2 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน

เพื่อให้คำแนะนำและบริการข้อมูลแก่ประชาชนที่มาขอข้อมูล พร้อมทั้งจัดทำป้ายแสดงที่ตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสาร/ป้ายบอกทางให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน รวมทั้งปรับปรุงดัชนีข้อมูลข่าวสารและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นระบบ โดยมีข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน

3 เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามที่กฎหมายกำหนดผ่านทางเว็บไซต์ (www.dit.go.th)

ในหัวข้อ “ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน” และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา โดยมีผู้ใช้บริการ จำนวน 14,985 ราย

4 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

ตามคำสั่งกรมการค้าภายในที่ 48/2557 ลงวันที่ 10 มีนาคม 2557 ประกอบด้วย รองอธิบดี เป็นประธาน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์ ผู้อำนวยการทุกสำนัก/กอง/ศูนย์ เป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการกองนิติการ เป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อพิจารณาจัดวางระบบและการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ประชาชนเข้าตรวจดูข้อมูลข่าวสาร การขอสำเนา การรับรองสำเนาฯลฯ

5 เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร

โดยมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ประชาชนรับทราบผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ วิทยุ เป็นต้น

6 เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สายด่วน 1569 ตู้รับฟังความคิดเห็น กระดานข่าว เป็นต้น โดยมีผู้ร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 จำนวน 2,374 ราย

ORGANIC

TRADE LEGISLATION

กรมการค้าภายใน





















ส่วนที่ 3 บทความ

“ธงฟ้าประชารัฐ” ... ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศ

การส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

กฎหมายการแข่งขันทางการค้า

หมู่บ้านทำมาค้าขาย ... สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจท้องถิ่น

“ธงฟ้าประชารัฐ” ...ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศ



รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยให้ความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศและมีแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินการที่มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่าง **“ภาครัฐ-เอกชน-ประชาชน”** หรือเรียกกันทั่วไปว่า **“ประชารัฐ”** โดยให้ทุกภาคส่วนเข้ามาช่วยกัน “ร่วมคิดร่วมทำ” เพื่อเดินหน้าพัฒนาปฏิรูปประเทศ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมการยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยให้มีความ “อยู่ดี กินดี” ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

กรมการค้าภายในเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีภารกิจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศตามนโยบายและแนวทางการขับเคลื่อนของรัฐบาลดังกล่าว โดยได้ดำเนิน **“โครงการธงฟ้าประชารัฐ”** เพื่อลดภาระค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้แก่ประชาชนในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยส่งเสริมให้ร้านค้าปลีกในชุมชนหรือร้านโชห่วย ซึ่งกระจายอยู่ทั่วภูมิภาคเข้าร่วมโครงการฯ ภายใต้ชื่อ “ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ” เพื่อเป็นแนวร่วมในการจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพให้แก่ประชาชน ในราคาลดพิเศษต่ำกว่าราคาปกติร้อยละ 15-20 ในสินค้า**หมวดอาหารสด** เช่น เนื้อสัตว์ทุกชนิด ไข่ ผักสดและผลไม้ **หมวดอาหารและเครื่องดื่ม** เช่น ข้าวสาร ข้าวเหนียว น้ำมันพืช น้ำปลา **หมวดของใช้ประจำวัน** เช่น สบู่ แชมพู ผงซักฟอก ยาสีฟัน **หมวดยารักษาโรค** เช่น ยาสามัญประจำบ้าน **สินค้าเพื่อการศึกษา** เช่น เครื่องแบบนักเรียน อุปกรณ์การเรียน **วัตถุดิบเพื่อเกษตรกรรม** เช่น ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์พืช เป็นต้น รวมทั้งสินค้าชุมชน โอทอป เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้แก่ SMEs กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่





จากการที่รัฐบาลได้ดำเนิน “โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ” เพื่อให้การช่วยเหลือแก่ผู้มีรายได้น้อยโดยให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยลงทะเบียนเป็น **“ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ”** ซึ่งมีอยู่จำนวน 11.43 ล้านคนทั่วประเทศ และได้มีการบูรณาการการดำเนินการร่วมกับโครงการธงฟ้าประชารัฐโดยให้ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐนำบัตรสวัสดิการแห่งรัฐไปซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพจากร้านค้าธงฟ้าประชารัฐที่ได้รับการติดตั้งเครื่องรูดบัตร (เครื่อง EDC) เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 โดย



- ผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท/ปี แต่ไม่เกิน 100,000 บาท/ปี
  ได้รับวงเงินผ่านบัตรจำนวน 200 บาท/เดือน

- ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท/ปี
  ได้รับวงเงินผ่านบัตรจำนวน 300 บาท/เดือน









นอกจากนี้ เพื่อให้การดำเนินโครงการธงฟ้าประชารัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนและผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐอย่างแท้จริงกรมการค้าภายในได้กำกับดูแลให้ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐมีการดำเนินการให้เป็นไปตามเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ที่กำหนดอย่างเคร่งครัด โดยร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศจัดส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ตรวจสอบการจำหน่ายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องซึ่งหากพบว่าร้านค้าใดกระทำความผิด ก็จะดำเนินการเพิกถอนการเป็นร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ

ปัจจุบันกรมการค้าภายในมีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐแล้ว จำนวน 42,127 ร้านค้า (กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,949 ร้านค้า ส่วนภูมิภาค จำนวน 40,178 ร้านค้า) มีร้านค้าที่ได้ติดตั้งเครื่องรูดบัตรแล้ว จำนวน 18,413 เครื่อง (กรุงเทพมหานคร จำนวน 941 เครื่อง ส่วนภูมิภาค จำนวน 17,472 เครื่อง) และมีการใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐเพื่อชำระค่าสินค้า รวมทั้งสิ้นกว่า 18,540 ล้านบาท ซึ่งกรมการค้าภายในและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้เร่งดำเนินการติดตั้งเครื่องรูดบัตรให้กับร้านค้าธงฟ้าประชารัฐเพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐอย่างทั่วถึง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า **“ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ”** เป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงาน **“โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ”** ที่จะช่วยให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถนำบัตรไปจับจ่ายซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัด เป็นการเพิ่มเงินในกระเป๋าของตนเอง ในขณะเดียวกันยังเป็นการเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีก (ร้านโชห่วย) และผู้ผลิตสินค้าชุมชนโอทอป รวมทั้งเป็นการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ กรมการค้าภายในมีแผนที่จะขยายร้านค้าธงฟ้าประชารัฐให้มีปริมาณเพียงพอและเหมาะสมกับจำนวนของผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศต่อไป

การส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

กรมการค้าภายใน มีแผนการดำเนินงานตามโครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 ได้ให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าอินทรีย์มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรม ผลักดันและส่งเสริมการค้าสินค้าและบริการอินทรีย์ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดสินค้าอินทรีย์ ปี 2560 - 2564 ของกระทรวงพาณิชย์ ภายใต้วิสัยทัศน์ "ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิต การค้า และการบริโภคสินค้าอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน" โดยมีผลงานที่สำคัญ อาทิ **การจัดตั้งหมู่บ้านอินทรีย์ (Organic Village)** เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ พร้อมทั้งเพิ่มขีดความสามารถด้านการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน ซึ่งในปีนี้มีการจัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์เพิ่มอีก 4 แห่ง ใน จังหวัดนครพนม จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดลพบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา



หมู่บ้านอินทรีย์
ORGANIC
Village
สุขภาพดี สู่ผู้บริโภค





นอกจากนี้ ยังได้ผลักดันชุมชนหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ สู่การเป็น **"Organic Valley ชัยภูมิโมเดล"** แห่งแรกของไทย จุดเริ่มต้นจากกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน Organic Thailand รวมตัวเป็นหมู่บ้านอินทรีย์ที่มีลักษณะพิเศษ คือ การทำเกษตรอินทรีย์กระจายตัวในหุบเขาเดียวกัน นับเป็นหนึ่งในกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ต้นแบบที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพสูง มีการผสมผสานวิถีของเกษตรอินทรีย์เข้ากับวิถีชีวิตของชาวบ้านตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูกไปจนถึงการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในตลาด ทั้งนี้ กรมการค้าภายในได้เข้าไปให้การสนับสนุนด้านบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ การแปรรูป นวัตกรรม รวมถึงผลักดันให้มีการพัฒนาการผลิตให้ได้รับมาตรฐานสากลเพื่อนำไปสู่การส่งออกในอนาคต

สำหรับการขยายตลาดสินค้าและบริการอินทรีย์ ได้มี**การจัดงาน Organic & Natural Expo 2017 (ONE 2017)** ขึ้น ภายใต้แนวคิด "ASEAN : Home of Organic" สร้างโอกาสเปิดตลาดสู่อาเซียน โดยได้ชูแนวคิดยกระดับการจัดงานอินทรีย์ประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์ระดับนานาชาติ (Hub International Trade Fairs) ตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจในสินค้าอินทรีย์ให้แก่ประชาชนในมิติต่างๆ ผ่านการจัดสัมมนาวิชาการ Organic Symposium เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อินทรีย์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ทั้งนี้ มีผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ของไทยและประเทศอาเซียนเข้าร่วมงานจำนวน 247 ราย 352 คูหา มีผู้เข้าชมงานรวม 45,092 ราย มูลค่าการค้าทั้งสิ้น 32,857,397 บาท นอกจากนี้ ภายในงานดังกล่าวได้จัดให้มีกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 65 พรรษา 28 กรกฎาคม 2560 โดยจัดทำคูหาให้สอดคล้องกับแนวคิด "ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน" เพื่อแสดงความจงรักภักดีและเชิดชูเกียรติคุณในความกตัญญูที่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีต่อพระบรมราชชนกในการรักษาสืบสานต่อยอดพระราชดำริ พระราชปณิธาน และพระราชกรณียกิจด้านการเกษตร

ในส่วนของการดำเนินงานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าอินทรีย์ กรมการค้าภายใน ได้จัดทำ**โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อินทรีย์** โดยคัดเลือกสินค้าของจังหวัดที่มีศักยภาพและสามารถต่อยอดเป็นสินค้าอินทรีย์ และ**จัดประกวดผลิตภัณฑ์อินทรีย์ด้วยนวัตกรรม ครั้งที่ 1 (Thailand Organic Innovation Award หรือ TOIA 2017)** โดยกรมฯ จะเข้าไปให้ความรู้และคำปรึกษา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งวางระบบการผลิตให้ได้รับมาตรฐานสากลเพื่อยกระดับมาตรฐานอินทรีย์ และเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย

อย่างไรก็ตาม การจะขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ไปสู่ความยั่งยืนได้นั้น จำเป็นจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับความหมายและมาตรฐานสินค้าอินทรีย์ รวมถึงประโยชน์และคุณค่าที่ได้รับจากการผลิตและบริโภคสินค้าอินทรีย์ **โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอินทรีย์** เพื่อสื่อสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภคแบบมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมออนไลน์ ผ่านทาง Facebook : Sathanee Organic เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้หันมาบริโภคสินค้าอินทรีย์มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อต่อเศรษฐกิจของไทยในภาพรวมต่อไป



กฎหมายการแข่งขันทางการค้า

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้มีการบัญญัติขึ้นมานานแล้วกว่า 300 ปี โดยประเทศแคนาดาเป็นประเทศแรกที่ตราขึ้น ปัจจุบันมีกว่า 133 ประเทศ จาก 196 ประเทศ ที่มีกฎหมายแข่งขันทางการค้า บังคับใช้ สำหรับประเทศไทยถือเป็นประเทศแรกในภูมิภาคอาเซียนที่ได้มีการตรากฎหมายการแข่งขันทางการค้าขึ้นมาบังคับใช้ในปี 2542 ภายใต้ "พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542"

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของไทยพัฒนามาจาก พ.ร.บ.กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการสร้างอำนาจผูกขาดในตลาดและดูแลให้เกิดความเป็นธรรมในด้านราคา โดยกฎหมายดังกล่าวได้มีการปรับปรุงและแตกออกมาเป็น พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 และ พ.ร.บ.ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ซึ่งขณะนั้นการฝ่าฝืนกฎหมายนั้นถือเป็นความผิดต่อแผ่นดินต้องได้รับโทษอาญา และยังไม่มีการออกแบบหน่วยงานประเภทอื่นที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายที่มีโทษอาญา ดังนั้น โครงสร้างและรูปแบบของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยในขณะนั้นจึงให้หน่วยงานราชการเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย โดยผู้กระทำความผิดนั้นต้องได้รับโทษอาญาทั้งจำคุกหรือปรับ หรือทั้งจำคุกและปรับ ทำให้การบังคับใช้กฎหมายแข่งขันทางการค้าตลอดระยะเวลา 18 ปีที่ผ่านมาไม่เห็นผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน เนื่องจากกระบวนการเอาผิดทางอาญานั้นต้องมีหลักฐานชัดเจนสามารถพิสูจน์ได้จนสิ้นสงสัย ซึ่งไม่เหมาะกับความผิดทางเศรษฐกิจและต้องใช้ระยะเวลานานในการพิสูจน์ความผิด

อย่างไรก็ตาม ได้มีความพยายามในการปรับปรุงกฎหมายการแข่งขันทางการค้าฉบับปี 2542 อยู่หลายครั้ง แต่ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากทุกภาคส่วนเห็นว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าจะเป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ ซึ่งความเข้าใจดังกล่าวถือว่าคลาดเคลื่อนจากหลักการกำกับดูแลด้านการแข่งขันที่เป็นสากล ดังนั้น รัฐบาลได้กำหนดวาระสำคัญแห่งการปฏิรูปประเทศ โดยบรรจุวาระการปรับปรุงกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นเรื่องจำเป็นเร่งด่วนลำดับที่ 1 เพื่อปฏิรูปกฎ ระเบียบ กติกา การแข่งขันทางการค้าของประเทศให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสากลในการเสริมสร้างบรรยากาศการค้าการลงทุนที่ดีตามนโยบายการเป็นชาติการค้าของรัฐบาล และเมื่อวันที่ 24 มี.ค.60 สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้เห็นชอบร่าง พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2560 โดยกฎหมายการแข่งขันทางการค้าฉบับใหม่ของประเทศไทยจะมีผลบังคับใช้วันที่ 5 ตุลาคม 2560

การทำงานต้องมีประสิทธิภาพและโปร่งใส

การบังคับใช้กฎหมายต้องเป็นกลางและเป็นธรรม

ต้องคำนึงถึงประโยชน์ของประเทศชาติและความมั่นคงแห่งรัฐ

ต้องดูแลประโยชน์ของประชาชน

ต้องเป็นมาตรฐานสากล



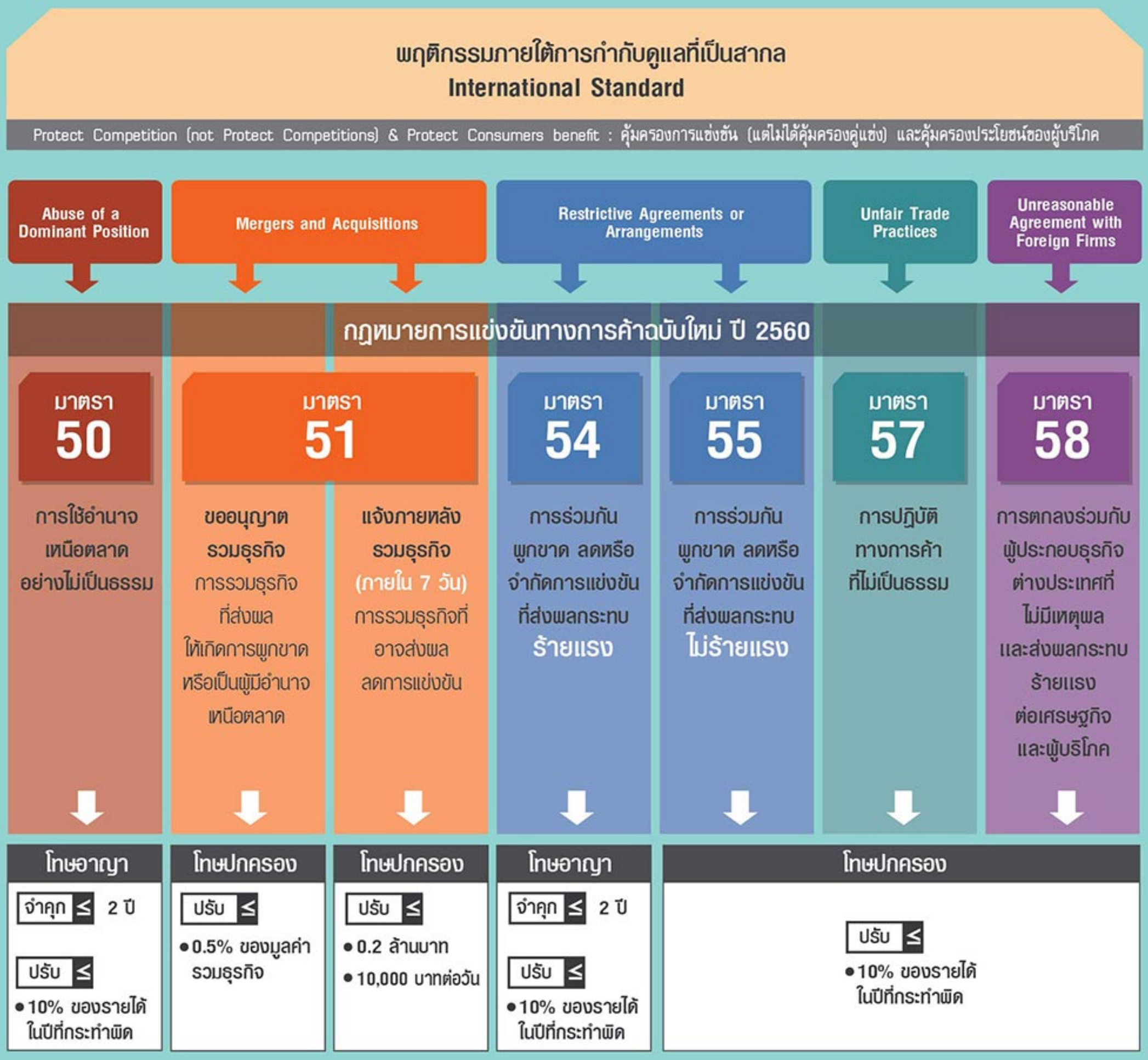
ความครอบคลุมและเสมอภาคในการบังคับใช้กฎหมาย



ความมีประสิทธิภาพในการบังคับใช้



ความเป็นอิสระในการบังคับใช้กฎหมาย



กฎหมายการแข่งขันทางการค้าฉบับใหม่ได้มีการปรับปรุงบทบัญญัติต่าง ๆ ให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับรูปแบบการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าของภาคธุรกิจที่เป็นสากล โดยมุ่งเน้นการดูแลให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ประกอบธุรกิจทุกภาคส่วนให้สามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรีและเป็นธรรมภายใต้ธรรมนูญทางการค้าเดียวกัน ได้แก่

Abuse of a Dominant Position

เป็นการกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่เข้าข่ายเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด ซึ่งนิยามผู้ประกอบธุรกิจจะพิจารณาครอบคลุมถึงความสัมพันธ์ของธุรกิจในเครือ หากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าต้องรับโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี และปรับไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำความผิด

Mergers and Acquisitions

เน้นการติดตามการรวมธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อดูแลโครงสร้างตลาดในแต่ละธุรกิจให้มีการแข่งขันกันซึ่งถ้ารวมกันแล้วเกิดการผูกขาดหรือเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดจะต้องขออนุญาตก่อนรวมธุรกิจ หากฝ่าฝืนต้องรับโทษปรับไม่เกินร้อยละ 0.5 ของมูลค่าธุรกรรมการรวมธุรกิจ แต่ถ้ารวมกันแล้วอาจทำให้การแข่งขันลดลงอย่างมาก ต้องแจ้งธุรกรรมการรวมธุรกิจต่อคณะกรรมการภายใน 7 วัน นับแต่วันที่รวมธุรกิจ หากไม่แจ้งต้องรับโทษปรับไม่เกิน 200,000 บาท และปรับอีกไม่เกินวันละ 10,000 บาทต่อวัน

Restrictive Agreements or Arrangements

เป็นพฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงต่อการผูกขาด ลด จำกัด หรือทำลายการแข่งขัน กฎหมายฉบับใหม่จำแนกการตกลงร่วมกันเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) การตกลงร่วมกันที่ส่งผลกระทบร้ายแรง (Hardcore Cartels) ซึ่งเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างคู่แข่งเพื่อที่จะไม่แข่งขันกันในการกำหนดราคาซื้อ-ขาย จำกัดปริมาณผลิต-ซื้อ-ขาย แบ่งท้องที่ซื้อ-ขาย หรือฮั้วประมูล ฝ่าฝืนต้องรับโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี และปรับไม่เกินร้อยละ 10ของรายได้ในปีที่กระทำความผิด

2) การตกลงร่วมกันที่ไม่ส่งผลกระทบร้ายแรง (Other Cartels) ซึ่งเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งหรือเป็นคู่ค้า ซึ่งการตกลงร่วมกันตาม 2) จะไม่ผิดกฎหมายก็ต่อเมื่อไม่สร้างข้อจำกัดเกินความจำเป็น ไม่ก่อให้เกิดอำนาจผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันอย่างมาก รวมทั้งให้คำนึงถึงต่อผู้บริโภคด้วย แต่ถ้าหากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนต้องได้รับโทษปรับไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำความผิด

Unfair Trade Practices

กำกับดูแลการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจทั่วไป ที่ประกอบธุรกิจอย่างไม่เป็นธรรม หากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าต้องรับโทษปรับไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำผิด

Unreasonable Agreement with Foreign Firms

พฤติกรรมนี้บัญญัติขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจในประเทศที่จะทำการตกลงทางการค้าใดๆ กับผู้ประกอบธุรกิจในต่างประเทศต้องคำนึงถึงประโยชน์ของชาติและประชาชนของประเทศด้วย ซึ่งหากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนจะต้องได้รับมีโทษปรับทางปกครองในอัตราไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำผิด

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าฉบับใหม่ได้มีการปรับแก้ไขให้มีบทบัญญัติที่ครอบคลุมพฤติกรรมด้านการแข่งขันทางการค้าที่อยู่ในตลาดเดียวกัน และตลาดต่างระดับกัน มีบทลงโทษที่เหมาะสมกับความเสียหายที่เกิดจากการกระทำความผิด โดยมีหน่วยงานกำกับดูแลที่เป็นอิสระ ถือเป็นการยกระดับการกำกับดูแลด้านการแข่งขันทางการค้าของไทยสู่สากล จึงมั่นใจว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าฉบับใหม่นี้จะเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการดูแลให้ความเป็นธรรมด้านการแข่งขันทางการค้าแก่ผู้ประกอบธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ เกิดการพัฒนาสินค้า-บริการ และนวัตกรรม ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคา ผู้ประกอบธุรกิจกลุ่ม Startup สามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างเสรี SMEs ไทยได้รับการดูแลให้สามารถแข่งขันภายใต้กติกาที่เป็นธรรม อันจะส่งผลดีต่อบรรยากาศการค้าการลงทุนของประเทศตามเจตนารมณ์ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) และรัฐบาล

Enforcement Tools

- กฎหมายใหม่จะพิจารณาผู้ประกอบธุรกิจจากความสัมพันธ์ในการบริหารและอำนาจสั่งการด้วย
- ผู้ประกอบธุรกิจขอรับคำวินิจฉัยล่วงหน้าได้
- ยอมรับผิดและเปรียบเทียบปรับแล้วคดีอาญาเป็นอันที่สิ้นสุด
- คณะกรรมการสั่งแล้วไม่หยุด-ไม่เลิก-ไม่ทำโดนปรับแน่ และปรับรายวันจนกว่าจะหยุด

Contribution



หมู่บ้านทำมาค้าขาย...
สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจท้องถิ่น





รัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจภายในประเทศ มุ่งเน้นการดำเนินนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” รวมทั้งการยกระดับรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยอย่างทั่วถึง เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตอย่าง “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” โดยใช้ “กลไกประชารัฐ” ในการขับเคลื่อนการดำเนินการ

กรมการค้าภายในมีภารกิจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศให้มีความเข้มแข็งตามนโยบายของรัฐบาล โดยดูแลระบบการค้าในประเทศให้เกิดความเป็นธรรมต่อประชาชนทั้งผู้บริโภค เกษตรกร และผู้ประกอบการ รวมทั้งดำเนินการตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น ชุมชนมีศักยภาพในการประกอบธุรกิจ สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งกรมการค้าภายในมีการดำเนินการที่สอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง อาทิ การพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ตลาดชุมชน หรือ “ตลาดต้องชม” การเชื่อมโยงและขยายช่องทางการตลาด และการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรและผู้ประกอบการ ซึ่งล้วนแต่เป็นการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง

ในปี 2560 กรมการค้าภายในได้ริเริ่มดำเนิน “โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์/บริการ รู้จักทำการค้าขาย และสามารถแข่งขันได้ รวมทั้งยกระดับไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ซึ่งได้คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย นำร่องในพื้นที่ภาคเหนือและภาคกลาง 5 จังหวัด จำนวน 10 แห่ง แยกเป็นภาคเหนือ 3 แห่ง ที่จังหวัดเชียงใหม่ และภาคกลาง 7 แห่ง ที่จังหวัดนครปฐม 3 แห่ง สมุทรสาคร 2 แห่ง สระบุรี และพระนครศรีอยุธยา





พื้นที่	กลุ่ม/หมู่บ้าน
ภาคเหนือ	1 กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
	2 ชุมชนวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
	3 ชุมชนหล่ายแก้ว อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่
ภาคกลาง	4 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลไม้สดและผลผลิตการเกษตรแปรรูปบ้านดอนทอง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
	5 วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารตำบลสระพัฒนา อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
	6 วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้านผักตบชวา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
	7 ชุมชนอรัญญิก อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
	8 หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไก่ดี อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร
	9 กลุ่มพัฒนาผู้เลี้ยงกุ้งเกษตรพอเพียง 49 อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
	10 ตลาดน้ำลาวเวียง ชุมชนบ้านลาวเวียง อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

กรมการค้าภายในได้ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้แก่หมู่บ้านทำมาค้าขายทั้ง 10 แห่ง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาใน 4 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

โดยจัดอบรมสร้างองค์ความรู้ให้แก่สมาชิกของหมู่บ้านทำมาค้าขาย ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพสินค้า/ผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ การตลาด การจัดทำบัญชี การวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจ และการจัดกิจกรรมศึกษาดูงานรูปแบบการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักของประชาชน

2. การพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดย 1) พัฒนาปรับปรุงรูปแบบของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ตรงกับรสนิยมและความต้องการของตลาด แต่ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชน 2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เช่น การจัดทำ QR Code ติดไว้กับบรรจุภัณฑ์ การเล่าเรื่องราวของสินค้า (Story) การปรับปรุงขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า เป็นต้น

3. การเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์

1) เจรจาตกลงความร่วมมือในการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขายกับห้างสรรพสินค้า เช่น ห้างโฮมโปร ห้างโกลเด้นเพลส คิงพาวเวอร์ ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ
2) ขยายตลาดผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ ได้แก่ E-commerce, E-marketplace, Facebook, และ Application







4. การบริหารจัดการ

1) วางระบบการบริหารจัดการ เช่น การจัดทำบัญชี การจัดทำสต็อกสินค้า การตั้งราคา
2) ปรับปรุงสถานที่แสดงและจำหน่ายสินค้า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมและซื้อสินค้า
3) พัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น การจัดให้มีการสาธิตการผลิตสินค้าที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดทำผลิตภัณฑ์ DIY จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว
4) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้หมู่บ้านทำมาค้าขาย เช่น การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ สื่อวีดิทัศน์ เว็บไซต์





หมู่บ้าน
ทำมาค้าขาย

นอกจากการดำเนินงานดังกล่าวแล้ว ยังได้จัดทำรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) ของหมู่บ้านทำมาค้าขายทั้ง 10 แห่ง ตามศักยภาพ สภาพแวดล้อม ความเหมาะสมและความพร้อมของหมู่บ้านแต่ละแห่ง เพื่อใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า

ผลจากการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายทั้ง 10 แห่ง ส่งผลให้หมู่บ้านทำมาค้าขายมีรายได้จากการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการและมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น โดยในปี 2560 มียอดการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 60.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 จำนวน 17.29 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.44

ทั้งนี้ กรมการค้าภายในได้ผลักดันการดำเนิน “โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย” อย่างต่อเนื่อง โดยขยายการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายให้กระจายอย่างทั่วถึง เพื่อให้ธุรกิจของชุมชนสามารถแข่งขันได้ คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มเพียงพอต่อการดำรงชีพ สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความอยู่ดี กินดี ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และลดการย้ายถิ่นฐานจากชุมชนเข้าสู่เมือง รวมทั้งส่งผลให้เศรษฐกิจในชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป







BALANCE SHEET FINANCIAL HIGHLIGHT

กรมการค้าภายใน

ส่วนที่ 4 รายงานฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน

งบแสดงฐานะการเงิน
ณ วันที่ 30 กันยายน 2560

(หน่วย : บาท)

สินทรัพย์ / หนี้สิน	2560	2559
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	21,410,198.93	264,640,305.55
ลูกหนี้ระยะสั้น	5,856,344.31	33,807,347.10
วัสดุคงเหลือ	339,492.68	456,620.81
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	**27,606,035.92**	**298,904,273.46**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	412,843,657.06	382,493,777.96
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	43,459,193.11	60,862,608.13
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	**456,302,850.17**	**443,356,386.09**
รวมสินทรัพย์	**483,908,886.09**	**742,260,659.55**
หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้ระยะสั้น	77,790,354.23	82,452,256.27
เงินรับฝากระยะสั้น	16,665,503.07	261,223,796.96
รวมหนี้สินหมุนเวียน	**94,455,857.30**	**343,676,053.23**
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
รายได้รอการรับรู้ระยะยาว	1,046,262.56	2,222,681.99
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว	2,300,000.00	2,300,000.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	**3,346,262.56**	**4,522,681.99**
รวมหนี้สิน	**97,802,119.86**	**348,198,735.22**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**386,106,766.23**	**394,061,924.33**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		
ทุน	95,771,110.02	95,771,110.02
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม	290,335,656.21	298,290,814.31
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**386,106,766.23**	**394,061,924.33**

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560

(หน่วย : บาท)

รายได้	2560	2559
รายได้		
รายได้จากงบประมาณ	1,203,756,805.45	1,626,473,743.32
รายได้อื่น	2,537,828.15	3,836,688.42
รวมรายได้	**1,206,294,633.60**	**1,630,310,431.74**
ค่าใช้จ่าย		
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	285,470,208.70	412,458,771.85
ค่าบำเหน็จบำนาญ	160,397,743.31	137,843,695.16
ค่าตอบแทน	1,787,620.00	5,002,110.00
ค่าใช้สอย	625,186,324.88	779,421,811.85
ค่าวัสดุ	39,677,504.13	43,797,696.92
ค่าสาธารณูปโภค	16,908,788.62	23,984,441.81
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	86,449,068.24	72,660,371.99
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนและบริจาค	1,775,470.00	131,377,300.00
ค่าใช้จ่ายอื่น	1,423,394.05	625,301.61
รวมค่าใช้จ่าย	**1,219,076,121.93**	**1,607,171,501.19**
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	**-12,781,488.33**	**23,138,930.55**

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2560

(หน่วย : บาท)

	ทุน	รายได้สูง(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสม	รวมสินทรัพย์สุทธิส่วนทุน
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 - ตามที่รายงานไว้เดิม	95,771,110.02	290,810,980.53	386,582,090.55
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดปีก่อน	-	(15,659,096.77)	(15,659,096.77)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 - หลังการปรับปรุง	95,771,110.02	275,151,883.76	370,922,993.78
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2559			
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	23,138,930.55	23,138,930.55
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559	**95,771,110.02**	**298,290,814.31**	**394,061,924.33**
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 - ตามที่รายงานไว้เดิม	95,771,110.02	298,290,814.31	394,061,924.33
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดปีก่อน	-	4,826,330.23	4,826,330.23
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 - หลังการปรับปรุง	95,771,110.02	303,117,144.54	398,888,254.56
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2560			
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	(12,781,488.33)	(12,781,488.33)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2560	**95,771,110.02**	**290,335,656.21**	**386,106,766.23**

กิจกรรมเพื่อสังคม CSR SOCIAL RESPONSIBILITY

โครงการเสริมสร้างความผาสุกในการทำงาน และสร้างความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรกรมการค้าภายใน

โครงการเสริมสร้างความผาสุกในการทำงานและสร้างความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการค้าภายใน จัดขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความผาสุกและพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการค้าภายใน โดยการจัดกิจกรรมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ช่วยเหลือสังคมและสนับสนุนชุมชน (Social Responsibility : CSR) ซึ่งมีกิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมเพื่อน้องท้องอิ่ม

ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2560 อธิบดีและคณะผู้บริหารกรมการค้าภายในมอบสิ่งของที่จำเป็นในการครองชีพ อาทิ น้ำมันปาล์ม บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปลากระป๋อง นม ยาสีฟัน แปรงสีฟัน เสื้อยืดสีดำ ให้กับผู้แทนโรงเรียนวัดอมรวดี (อมรวิทยาคาร) อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ณ กรมการค้าภายใน













ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2560 คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายใน มอบทุนอาหารกลางวันและสิ่งของที่จำเป็นต่อการครองชีพให้แก่นักเรียนโรงเรียนบ้านมาเหียง อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี และได้ร่วมทำกิจกรรมสันทนาการและเลี้ยงอาหารกลางวันให้กับนักเรียนโรงเรียนบ้านมาเหียง

กิจกรรมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์



ผู้บริหารกรมการค้าภายใน โดย นายสุชาติ สินรัตน์ นางสาวสุทัศนีย์ ราชเรืองระบิน รองอธิบดีกรมการค้าภายใน คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายใน ได้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย สร้างจิตสำนึกให้เกิดความตระหนักรักประเทศชาติ และเพิ่มพื้นความอุดมสมบูรณ์ผืนป่าสีเขียวโดยได้ร่วมปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ณ ป้อมพระจุลจอมเกล้า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ





เศรษฐกิจการค้าในประเทศ

มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม

ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

กรมการค้าภายใน

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000 โทร. 0-2507-6111 Fทรสาร จ-2547-5361 www.dit.g