



กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade



ANNUAL
REPORT
2019

Department of Internal Trade

รายงานประจำปีงบประมาณ

2562

กรมการค้าภายใน



ทรงพระเจริญ

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ
มหิศรภุมมพสุราชวรางกูร กิติสิริสมบูรณชตุศยเศษ
สยามินทราธิเบศรราชวโรดม บรมนาถบพิตร พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว

รัชกาลที่ ๑๐



สารบัญ

หน้า

สารจากท่านอธิบดี	3	24	รายงานผลการดำเนินงาน
บทสรุปผู้บริหาร	4	26	ผลการปฏิบัติงานสำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	7	52	พรณ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
ผู้บริหารกรมการค้าภายใน	8	53	ส่วนที่ 3 บทความ
หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน	12	54	การดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์
วิสัยทัศน์กรมการค้าภายใน	13	56	การประกันรายได้
ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน	14	59	การเสริมสร้างความเข้มแข็งในเศรษฐกิจการค้า
โครงสร้างกรมการค้าภายใน	15		ด้วยการยกระดับมาตรฐานการค้ากับดูแลการชิงตวงวัด
การบริหารราชการกรมการค้าภายใน	16		การค้ากับดูแลการชิงตวงวัด
อัตราค่าจ้าง	20	61	ส่วนที่ 4 รายงานฐานะการเงิน
งบประมาณรายจ่าย	21	62	งบแสดงฐานะการเงิน
ส่วนที่ 2 ผลการดำเนินงานตามมาตรการ	23	64	กิจกรรมทางสังคม



CONTENTS



ในรอบปี 2562 ที่ผ่านมา เป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์สำคัญหลายประการ ตั้งแต่สถานการณ์ทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงจากการเกิดสงครามการค้าระหว่างอเมริกาและจีน การเริ่มต้นขับเคลื่อนประเทศของรัฐบาลชุดใหม่ภายหลังการเลือกตั้ง รวมไปถึงการเกิดเหตุอุทกภัยพายุโซนร้อนปาบึกที่พัดถล่มภาคใต้ของไทย สถานการณ์ที่หลากหลายเหล่านี้เป็นความท้าทายอย่างยิ่งและเป็นความจำเป็นของกรมการค้าภายในที่ต้องดำเนินการเชิงรุกและมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เพื่อผลักดันเศรษฐกิจการค้าในประเทศให้มีเสถียรภาพ และยึดมั่นในผลประโยชน์ของประชาชน ทุกฝ่ายเป็นหลัก รวมถึงปรับบทบาทองค์กรให้มีความทันสมัย คล่องตัว สอดรับกับความเปลี่ยนแปลงของโลกและความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ

สำหรับการขับเคลื่อนภารกิจให้บรรลุตามเป้าหมายนั้น กรมการค้าภายในได้ทุ่มเทการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนของไทยให้มั่นคงและพึ่งพาตนเองได้ ส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศทั้งผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และภาคการเกษตร ผ่านโครงการและมาตรการต่าง ๆ เช่น การประกันรายได้พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ และมาตรการคูปองน้ำ ทั้งข้าวเปลือก ปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ การดูแลราคาสินค้าเกษตรในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมากหรือในช่วงที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยจัดให้มีการเชื่อมโยงและการขยายช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน สำหรับจำหน่ายสินค้าที่มีการคัดเกรดและมีคุณภาพดีจากเกษตรกรถึงมือผู้บริโภคโดยตรง สำหรับการดูแลกลุ่มผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป กรมได้ดำเนินการดูแลความเป็นธรรมของราคาและปริมาณสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ตลอดจนการบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน โดยการกระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านค้าธงฟ้าทั่วประเทศ อีกทั้งผลักดันการกำกับดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ การบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งได้รับความสนใจจากสาธารณชนเป็นอย่างมาก รวมถึงการพัฒนางานบริการให้เข้าถึงประชาชนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน แก้ไขปัญหาเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับฐานราก ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ในโอกาสนี้ ขอขอบคุณบุคลากรของกรมการค้าภายในทุกท่านที่ได้อุทิศสละและทุ่มเทในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถมาโดยตลอด และขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชน ที่ได้ให้การช่วยเหลือ สนับสนุนและให้ความร่วมมือด้วยดีเสมอมา ซึ่งทุกภาคส่วนล้วนแล้วแต่เป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าในประเทศของไทยให้เข้มแข็ง เกิดความเป็นธรรมต่อประชาชน ทั้งผู้บริโภค เกษตรกร และผู้ประกอบการ อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น



(นายวิชัย โภชนกิจ)
อธิบดีกรมการค้าภายใน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 กรมการค้าภายในมีผลการดำเนินงานตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต ดังนี้

การดูแลราคาสินค้าเกษตร

• ข้าว

1. โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก ปีการผลิต 2561/62 โดยชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 128 ราย ใน 23 จังหวัด มูลค่าการชดเชยรวมทั้งสิ้น 354,343 ล้านบาท
2. เสริมสร้างความรู้และชี้แจงมาตรการเกี่ยวกับสินค้าข้าวของรัฐบาลแก่เกษตรกร จำนวน 4 ครั้ง ในพื้นที่ 4 จังหวัด โดยมีผู้เข้าร่วม รวมทั้งสิ้น 500 คน
3. จัดตลาดนัดข้าวเปลือก 42 ครั้ง ใน 22 จังหวัด ปริมาณซื้อขายรวม 21,094.471 ตัน มูลค่า 208,309 ล้านบาท ราคาข้าวสูงขึ้นเฉลี่ยตันละ 100 - 1,000 บาท

• ผลไม้

1. ร่วมลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) การบริหารจัดการด้านการตลาดผลไม้ ปี 2562 กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่เกษตรกร
2. จัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการนำเข้าจากประเทศกับกลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการค้าผลไม้ไทย
3. เชื่อมโยงการจำหน่ายและส่งเสริมการบริโภค โดยจัดกิจกรรม ได้แก่ "Fruit to School" ในสถาบัน การศึกษา 6 แห่ง, "คูหาแจกชิมผลไม้" จำนวน 10 ครั้ง "Fruit Festival" จำนวน 3 ครั้ง, "ผลไม้ไทย อร่อยที่สุดในโลก" ณ ศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ และ "ลองกองไทย เชื่อมไทย เชื่อมโลก" ณ จ.สงขลา

• ปาล์มน้ำมัน

เร่งรัดนำน้ำมันปาล์มดิบส่วนเกิน ปริมาณ 160,000 ตัน ไปใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้าที่โรงไฟฟ้าบางปะกง และผลักดันให้มีการนำน้ำมันปาล์มดิบไปใช้เป็นพลังงานทดแทน ปี 20 และ ปี 100

• มะพร้าว

1. ดำเนินโครงการรับซื้อเนื้อมะพร้าว ปี 2562 โดยมีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 258 ราย ปริมาณการรับซื้อรวม 51,857 ตัน
2. กำกับดูแลการขนย้ายมะพร้าวนำเข้าจากต่างประเทศ โดยออกประกาศควบคุมการขนย้าย กำหนดด้านตรวจการนำเข้า และบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อควบคุม ตรวจสอบ และปราบปรามการลักลอบนำเข้ามะพร้าว

• กระเทียม

1. ออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2562 เพื่อควบคุมการขนย้าย และติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของปริมาณกระเทียมในประเทศ
2. กำกับดูแลการนำเข้ากระเทียมให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่กำหนด โดยบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. เชื่อมโยงการตลาดและเจรจาซื้อขายสินค้ากระเทียม ระหว่างกลุ่มเกษตรกร ในจังหวัดแหล่งผลิต 5 จังหวัด กับผู้ประกอบการรับซื้อกระเทียม โดยมีปริมาณการซื้อขาย รวมทั้งสิ้น 3,415 ตัน



• มันสำปะหลัง

1. เสริมสร้างความรู้และชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลังของรัฐบาล จำนวน 8 ครั้ง ในพื้นที่ 6 จังหวัด มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน 961 คน
2. จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับภัยระบาดของโรคไวรัสใบด่างมันสำปะหลัง จำนวน 7 ครั้ง ในพื้นที่ 7 จังหวัด โดยมีผู้เข้าร่วม รวมทั้งสิ้น 1,238 ราย

• ไข่ไก่

1. ขยายตลาดรองรับผลผลิต โดยเชื่อมโยงการจำหน่ายผ่านร้านธงฟ้าทั่วประเทศ จำนวน 15 ล้านฟอง
2. รักษาเสถียรภาพราคา โดยร่วมกับสมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ สมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่ และสมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่ภาคใต้ ผลักดันส่งออกไข่ไก่ จำนวน 60 ล้านฟอง
3. ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ โดยเชื่อมโยงการจำหน่ายผ่านงาน "มหกรรมธงฟ้าขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาค" จำนวน 3 ล้านฟอง และ ร้านธงฟ้าทั่วประเทศ จำนวน 1.5 ล้านฟอง

• กุ้ง

เชื่อมโยงการจำหน่ายผ่านงาน "เทศกาลกินกุ้งสมุทรสาคร ครั้งที่ 2" โดยมีปริมาณซื้อขายรวม 5.1 ตัน

• ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

โดยเพิ่มศักยภาพศูนย์ฯ แห่งเดิม จำนวน 34 แห่ง และจัดตั้งศูนย์ฯ แห่งใหม่ จำนวน 7 แห่ง โดยศูนย์ฯ ทั้ง 41 แห่ง มีมูลค่าการจำหน่าย 381.11 ล้านบาท

• ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

1. จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์และธรรมชาติระดับภูมิภาค จำนวน 6 ครั้ง โดยมีมูลค่าการจำหน่ายรวม 30,022 ล้านบาท
2. เชื่อมโยงการจำหน่ายและขยายช่องทางการตลาด ผ่านการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าต่างๆ มูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 2,310 ล้านบาท
3. จัดงานแสดงสินค้า BIOFACH Southeast Asia 2018 และ NATURAL EXPO Southeast Asia 2018 (ครั้งที่ 2) โดยมีมูลค่าการจำหน่ายและยอดเจรจาสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งสิ้น 53,437 ล้านบาท
4. จัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์แห่งใหม่ จำนวน 2 แห่ง และจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าอินทรีย์ชุมชนแห่งใหม่ จำนวน 3 แห่ง

- **พัฒนาศักยภาพมาตรฐานการผลิต GMP/HACCP ให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าว** จำนวน 45 ราย
- **พัฒนาคุณภาพข้าวบรรจุถุง**
โดยผู้ตรวจตัวอย่างข้าวสารบรรจุถุงที่ได้รับเครื่องหมายรับรองการจำหน่ายในท้องตลาด ปัจจุบันมีผู้ประกอบการได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานของกรมการค้าภายในแล้ว จำนวน 133 ราย 203 เครื่องหมาย
- **จัดประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย**
ปีการเพาะปลูก 2561/62 เพื่อยกระดับตลาดข้าวหอมมะลิไทยสู่เวทีการค้าโลก โดยได้มอบรางวัลให้กับผู้ประกอบการที่ชนะการประกวด จำนวน 9 ราย
- **พัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด**
 1. ส่งเสริมพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร จำนวน 56 แห่ง
 2. ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดซื้อตกลอง จำนวน 19 สินค้า รวม 102 สัญญา ปริมาณ 17,652.24 ตัน มูลค่า 729,252 ล้านบาท
 3. ส่งเสริมพัฒนาตลาดสด จำนวน 439 แห่ง และยกระดับตลาดสดในความส่งเสริมของกรมให้เป็น “ตลาดสดดีดีดาว” จำนวน 222 แห่ง
 4. พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยจัดอบรมและให้คำปรึกษาให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้
 5. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) จำนวน 4 ครั้ง ในพื้นที่กรุงเทพฯ ชลบุรี เชียงใหม่ และสงขลา

- **เสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์**
โดยออกตรวจติดตามผลการดำเนินงานและให้คำแนะนำเกี่ยวกับมาตรฐานให้แก่ผู้ประกอบการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ใน 12 จังหวัด จำนวน 35 ราย
- **ส่งเสริมและพัฒนาลาดชุมชนให้เป็นตลาดต้องชม**
โดยจัดตั้งตลาดต้องชมแห่งใหม่ จำนวน 11 แห่ง และจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการซื้อขายให้กับตลาดต้องชม รวมทั้งประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ปัจจุบันมีตลาดต้องชม จำนวน 224 แห่ง มูลค่าการซื้อขายรวม 1,720,509 ล้านบาท
- **จัดตั้งหมู่บ้านก๋ากำค้าขาย**
แห่งใหม่ 5 แห่ง และเชื่อมโยงการจำหน่ายและขยายช่องทางการตลาด โดยมีมูลค่าการจำหน่ายรวม 124,686,402 บาท



การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

- **กำหนดสินค้าและบริการควบคุม**
จำนวน 52 รายการ (สินค้า 46 รายการ บริการ 6 รายการ) และสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล จำนวน 227 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 22 รายการ)
- **กำหนดมาตรการเพื่อกำกับดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภค**
 - มาตรการทางกฎหมาย โดยกำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายสินค้าปลีก จำนวน 290 รายการ และราคาซื้อสินค้าเกษตร จำนวน 32 รายการ
 - มาตรการบริหาร โดยขอให้ผู้ประกอบการแจ้งเปลี่ยนแปลงรายการราคาหรือปริมาณก่อนจำหน่าย 15 วัน
- **พัฒนางานด้านซั้งดวงวัด**
โดยปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ ยกระดับงานให้บริการ เสริมสร้างความรู้และทักษะด้านซั้งดวงวัดให้แก่บุคลากรและประชาชนโดยทั่วไป ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศ รวมทั้งบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับงานด้านซั้งดวงวัด
- **ส่งเสริมให้มีมาตรฐานทางการค้าด้านสินค้าหีบห่อ**
โดยจัดทำโครงการ “เสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อสู่มาตรฐานสากล
- **ลดต้นทุนปัจจัยการผลิตข้าวและพืชชนิดอื่น**
โดยขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการปุ๋ยเคมีปรับลดราคาจำหน่ายตั้งแต่ 10-50 บาท/กระสอบ
- **ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ**
จำนวน 4,049,883 เครื่อง/หีบห่อ พบผิดจำนวน 27,061 เครื่อง/หีบห่อ ดำเนินการยึด ผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด

- **กำกับดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์**
 - มาตรการดูแล โดยกำหนดให้โรงพยาบาลเอกชนแจ้งข้อมูลราคา จัดทำ QR Code (เปรียบเทียบราคา) และประเมินค่ารักษาตามการวินิจฉัยเบื้องต้นให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้ง
 - การดำเนินงาน จัดตั้งศูนย์รับแจ้งความผิด ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์ ณ ชั้น 3 กรมการค้าภายใน ขณะนี้มีการร้องเรียนแล้ว จำนวน 33 เรื่อง



- **สร้างการมีส่วนร่วมภาคประชาชน**
โดยจัดตั้งเครือข่าย “อาสาฯ 1569” และอาสาสมัครซั้งดวงวัดประจำตลาดสด รวมทั้งจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้และการมีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ผู้บริโภคให้แก่เยาวชน
- **เสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานทางการค้า**
โดยดำเนินโครงการ “สถานบริการน้ำมันเต็มลิตร” เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าได้รับปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงครบเต็มจำนวนลิตร ปัจจุบันมีสถานบริการเข้าร่วมโครงการฯ แล้ว จำนวน 4,646 แห่ง

การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

• จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด

จำนวน 2,285 ครั้ง มูลค่าการจำหน่าย รวม 300.31 ล้านบาท และสามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 2.32 ล้านคน คิดเป็นมูลค่า 128.71 ล้านบาท



• ลดภาระค่าครองชีพผู้บริโภคข้าวเหนียว

โดยจัดหาข้าวเหนียวมาบรรจุถุงและนำไปจำหน่ายผ่านร้านธงฟ้าราคาประหยัด จำนวน 1,127 ร้านค้า



• ร้านอาหารหมูหนึบ

จำหน่ายอาหารจานเดียวในราคาจาน/ชามละ 25-35 บาท จำนวน 16,131 ร้าน ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชน ร้อยละ 10-15 หรือประมาณวันละ 24.31 ล้านบาท พร้อมทั้งยกระดับพัฒนาร้านอาหารหมูหนึบให้เป็นร้านอาหาร “หมูหนึบติดดาว” ปัจจุบัน มีทั้งสิ้น 857 ร้าน



• ธงฟ้าประชารัฐ

มีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จำนวน 119,154 แห่ง รวมทั้งดำเนินการ ดังนี้
- บูรณาการร่วมกับโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ มีการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ รวมทั้งสิ้น 83,049.25 ล้านบาท
- ผลักดันการใช้แอปพลิเคชัน “ถุงเงินประชารัฐ” ในร้านค้ารายย่อย ปัจจุบันมีร้านค้าเปิดใช้งานแล้ว จำนวน 53,197 ร้านค้า
- จัดอบรมและเชื่อมโยงเครือข่ายร้านธงฟ้า โดยมีการจับคู่เชื่อมโยง จำนวน 2,707 ราย มูลค่ารวม 9,782,801 บาท

• Mobile Application “ลายแทงของถูก”

เพื่อแสดงข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้าและส่งเสริมการขายสินค้าในราคาประหยัด ขณะนี้มีผู้เปิดใช้งานแล้วจำนวน 53,065 ครั้ง

• จัดทำโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน

เพื่อรณรงค์ และประชาสัมพันธ์แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เพื่อให้ประชาชนรู้จักการเลือกซื้อสินค้าอย่างฉลาดและคุ้มค่าเปรียบเทียบราคาและปริมาณ และใช้จ่ายอย่างประหยัด



• จัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้า

1. งาน “ลดหนักจัดเต็ม New Year Grand Sale” ระหว่างวันที่ 13 ธ.ค. 61 - 9 ม.ค. 62 มียอดจำหน่าย 55,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 16,500 ล้านบาท



2. งาน “มหกรรมธงฟ้า ลดค่าครองชีพต้อนรับปีใหม่” ระหว่างวันที่ 24-27 ธ.ค. 61 เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาประหยัดต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปให้แก่ประชาชนผู้บริโภค

3. งาน “มหกรรมช้อปปิ้งน้ำตาช่วยเหลือนผู้ประสบภัยปาก”

- จัดหาถุงยังชีพ จำนวน 2,400 ชุด มอบให้ผู้ประสบภัย



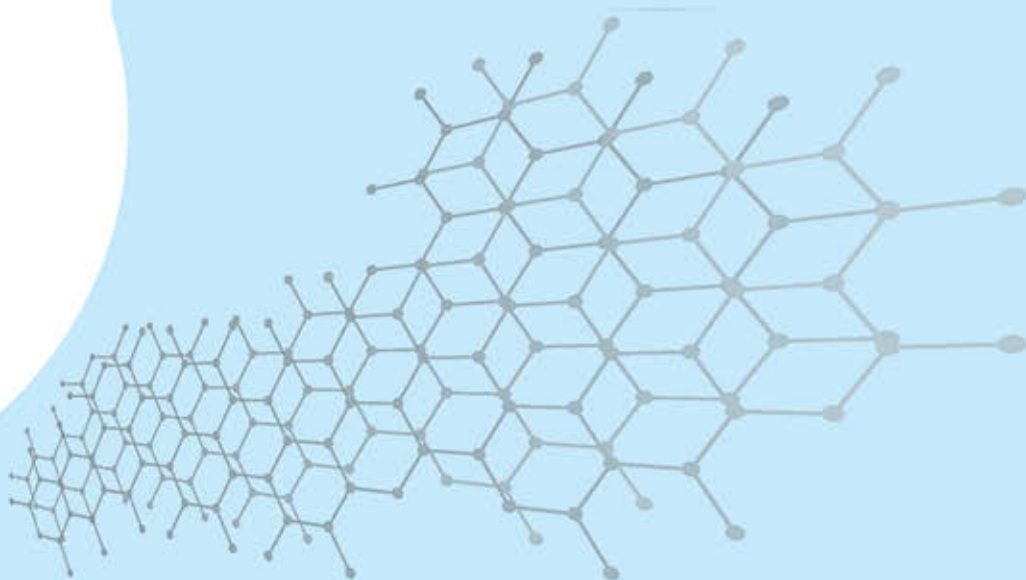
- จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย โดยมีมูลค่าการจำหน่ายรวม 1,884,701 บาท

- จัดงาน “มหกรรมธงฟ้าช้อปปิ้งน้ำตาช่วยเหลือนผู้ประสบภัย” มูลค่าการจำหน่ายรวม 47,536,835 บาท และลดค่าครองชีพได้ประมาณ 20,372,925 บาท

4. งาน “รวมใจ...เพิ่มสุข...ซื้อสนุก...ลดรับเปิดเทอม” ระหว่างวันที่ 25 เม.ย. - 15 พ.ค. 62 ลดค่าครองชีพประชาชนได้ร้อยละ 30 หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า 8,000 ล้านบาท

ส่วนที่

1



ข้อมูลทั่วไปของกรมการค้าภายใน

- ผู้บริหารกรมการค้าภายใน
- หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์
- โครงสร้างกรมการค้าภายใน
- การบริหารราชการกรมการค้าภายใน
- อัตราค่าลิ้ง
- งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2562

ผู้บริหาร กรมการค้าภายใน



นายวิชัย โกชนกิจ
อธิบดีกรมการค้าภายใน



นายวัตรชัย คักดีศิลปชัย
รองอธิบดีกรมการค้าภายใน



นายประโยชน์ เพ็งญูสุต
รองอธิบดีกรมการค้าภายใน



นายวัฒนศักดิ์ เสือเอี่ยม
รองอธิบดีกรมการค้าภายใน



นายวิชิตศักดิ์ พรหมบุญ
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด



นางสาวพิชิตการณ ไซยานุพงศ์
ผู้อำนวยการกองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า 1



นางสาวกาวีโล คำเพ็ง
เลขาธิการกรม



นางสาวจันทิมา บูรณะเวชหลิม
ผู้อำนวยการกองสารสนเทศการค้าในประเทศ



นายณรงค์ งามสมบัติ
ผู้อำนวยการกองกฎหมาย



นายชาติริ อาริงษ์
ผู้อำนวยการกองตรวจสอบและปฏิบัติการ



นางสาวพัชรี พยัคฆะ
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2



นายสุรัชย์ สังข์ศรีแก้ว
ผู้อำนวยการกองซึ่งดวงวัด



นางสาววรรณพร อัสวธีระเกียรติ
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้าในประเทศ
ปฏิบัติหน้าที่ ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน
/ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



นางวราภรณ์ สุวรรณเจริญ
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้นทุนและการกำหนดราคาสินค้า
ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการกองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า 2



นายเทพกัญญ์ โศตรนนท์
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการซึ่งดวงวัด
ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการกองกำกับและตรวจสอบเครื่องซึ่ง



นางสาวศิริรัตน์ ศาตะนิมิ
ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล



นายสุริยา วงษ์สุวรรณคุหา
ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย



นางสาวอรนุช กับหาบุตร
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการทางการค้า
ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการกองบริหารงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร



นางสุวรรณา เพ็ญฟูผดุง
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1
รักษาราชการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร



นายสมชาย รัตนสุภา
ผู้อำนวยการกองบริหารมาตรการลดค่าครองชีพ
และธงฟ้าประชารัฐ
รักษาราชการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบและระบบการตรวจสอบ



นางบุญศรี รวดเร็ว
ผู้อำนวยการกองคลัง



นางเพ็ญจันทร์ วัฒนไตรภพ
ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจสอบภายใน

หน้าที่และอำนาจ ของกรมการค้าภายใน



- 1 ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโมคกัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตรการขังดวงวัด กฎหมายว่าด้วยคลังสินค้าไซโลและห้องเย็น และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 2 จัดทำและประสานแผนปฏิบัติราชการของกรมให้เป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติราชการของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติราชการของกรมและดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติและประมวลผล พัฒนาระบบ และให้บริการข้อมูลสารสนเทศการค้าภายในประเทศ
- 3 จัดระบบ ส่งเสริม และพัฒนาการค้า การตลาด และตลาดภายในประเทศให้เกิดประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรม
- 4 จัดระเบียบและส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร
- 5 ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมและป้องกันการผูกขาดตัดตอนทางการค้า
- 6 จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง
- 7 จัดระบบและพัฒนาการขังดวงวัดในเชิงพาณิชย์
- 8 จัดระเบียบเกี่ยวกับการค้าและการตลาด รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ และควบคุมการประกอบธุรกิจ
- 9 พัฒนากฎหมาย กฎ และระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเพื่อส่งเสริมการค้าให้เป็นธรรม
- 10 ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

วิสัยทัศน์ กรมการค้าภายใน

เศรษฐกิจการค้าในประเทศ
มีความเข้มแข็ง 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

STRATEGIC GOAL

เป้าประสงค์

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

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน

ยุทธศาสตร์

การพัฒนาตลาดและระบบ
การค้าสินค้าเกษตรให้มี
ประสิทธิภาพ

- ส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์การค้า เพื่อใช้สนับสนุนการเชื่อมโยงสินค้ารวบรวมและกระจายสินค้าในประเทศสู่ภูมิภาค
- ขยายการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน
- สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่

- พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตร
- ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค
- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสินค้าในการเข้าถึงนวัตกรรม เทคโนโลยี และระบบตลาดสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์

การเสริมสร้างความเข้มแข็ง
ให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์

การสร้างความเป็นธรรม
อำนวยความสะดวกทางการค้า
และพิทักษ์ประโยชน์
ของผู้บริโภค

- กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการอย่างเหมาะสม เป็นธรรม มีปริมาณเพียงพอ และปรับปรุงแนวทางเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและการตลาด
- พัฒนาประสิทธิภาพการกำกับ ตรวจสอบ และระบบการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน ให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่ประชาชน
- ส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็น
- ยกระดับองค์การกำกับการแข่งขันทางการค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ส่งเสริมการประกอบธุรกิจ โดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรมและธรรมาภิบาล รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม และสนับสนุนองค์ความรู้เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการค้าให้ผู้ประกอบการธุรกิจ
- ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค และเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค

- ยกระดับและพัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดของประเทศไทยให้ทันสมัย สอดคล้องกับมาตรฐานชั่งตวงวัดในระดับสากล
- ขยายขอบเขตการกำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัดประเภทใหม่ที่มีความสำคัญในภาคการค้าและบริการในประเทศ
- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัดมีความสามารถในการแข่งขัน และสร้างมาตรฐานวิชาชีพเฉพาะด้านของการชั่งตวงวัด
- ยกระดับมาตรฐานองค์กรและมีบทบาทสู่การกำหนดทิศทางนโยบายในองค์กรชั่งตวงวัดของอาเซียน

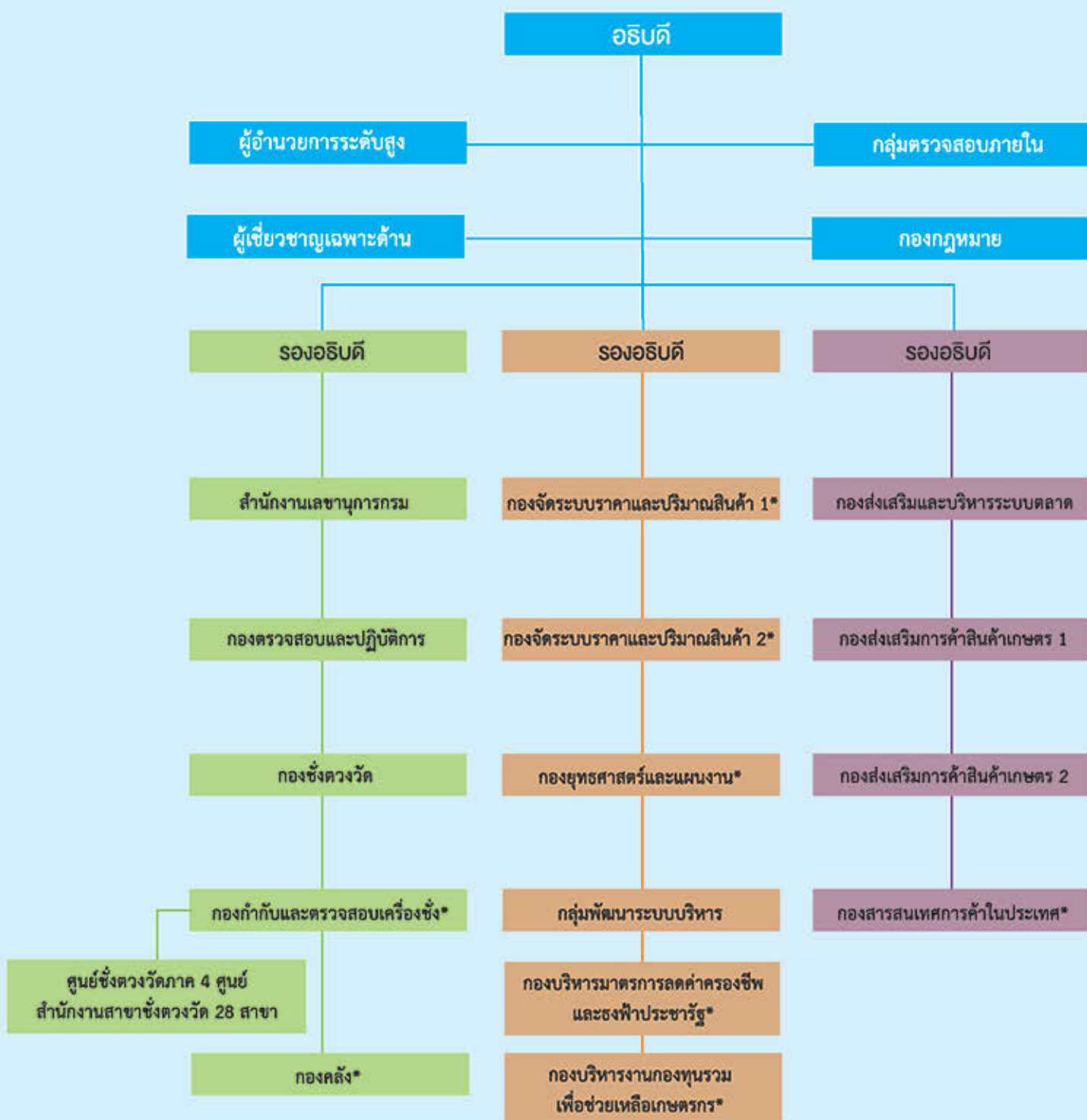
ยุทธศาสตร์

การยกระดับมาตรฐาน
การชั่งตวงวัดไทย
สู่มาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์

การพัฒนาระบบบริหาร
จัดการขององค์กร

- พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางบนพื้นฐานของหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance)
- พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล
- พัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ เพื่อการกำกับดูแลและอำนวยความสะดวกทางการค้า
- ส่งเสริมการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในกิจกรรมของภาครัฐ



หมายเหตุ: * เป็นการแบ่งส่วนราชการภายใน

กรมการค้าภายในได้ปรับปรุงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายในกรม ให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้น และเหมาะสมกับสภาพงานที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การปฏิบัติการตามหน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายในมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น ประกอบด้วย 14 กอง 1 สำนัก 2 กลุ่ม และหน่วยงานในส่วนภูมิภาค ได้แก่ ศูนย์จังหวัดงวดภาค 4 แห่ง และสำนักงานสาขาจังหวัด 28 แห่ง โดยมีการปฏิบัติงานในความรับผิดชอบ ดังนี้

สำนักงานเลขาธิการกรม



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไป งานสารบรรณ งานช่วยอำนวยความสะดวก งานประชุม งานประสานราชการ และงานเลขานุการของกรม ดำเนินการเกี่ยวกับการพัสดุ อาคารสถานที่ และยานพาหนะ จัดระบบงาน บริหารงาน และพัฒนาทรัพยากรบุคคล การเสริมสร้างวินัย ดำเนินการทางวินัย การรักษาระบบคุณธรรม งานสวัสดิการบุคลากร และการคุ้มครองจริยธรรมของกรม

กองนิติการ



มีหน้าที่และความรับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโรคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราจังหวัด กฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการเกี่ยวกับงานนิติกรรมและสัญญา งานเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางแพ่งและอาญา งานคดีปกครอง การร้องทุกข์กล่าวโทษ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท กำหนดมาตรการทางกฎหมายในการดูแลระบบการค้า กลไกตลาด รักษาความเป็นธรรมทางการค้าและคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนากฎหมาย

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหา ราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการนโยบายอาหาร รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และคณะทำงานตามที่ได้รับแต่งตั้ง

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหา ราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด และการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการมันสำปะหลัง และคณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และคณะทำงานตามที่ได้รับแต่งตั้ง

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการวิเคราะห์ วิจัยโครงสร้างการตลาด ส่งเสริมและพัฒนาตลาดรูปแบบต่าง ๆ จัดให้มีสารสนเทศระบบตลาด ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านการตลาด และถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง จัดให้มีมาตรฐานของตลาด และส่งเสริมและพัฒนาคลังสินค้า โซโล และห้องเย็น และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า โซโล และห้องเย็น กำกับดูแลผู้ประกอบการที่อยู่ภายใต้การส่งเสริม และการกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

กองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า 1*



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ ติดตามภาวะปริมาณ ต้นทุน และราคาของสินค้า รวมทั้งวัตถุดิบ เพื่อให้ราคาสอดคล้องกับปริมาณ คุณภาพ และมาตรฐาน ตลอดจนปริมาณสินค้ามีเพียงพอและกระจายอย่างทั่วถึงกับความต้องการของผู้บริโภค ศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการค้าและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการตลาดสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค พัฒนาหลักเกณฑ์และวิธีการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้า และดำเนินการเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ

กองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า 2*



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ ติดตามภาวะปริมาณ ต้นทุน และราคาของสินค้า รวมทั้งวัตถุดิบ เพื่อให้ราคาสอดคล้องกับปริมาณ คุณภาพ และมาตรฐาน ตลอดจนปริมาณสินค้ามีเพียงพอและกระจายอย่างทั่วถึงกับความต้องการของผู้บริโภค ศึกษา วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนการค้าบริการ และผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อการค้าบริการ เพื่อเป็นระบบเตือนภัย และแนวทางกำกับดูแลการค้าบริการ ให้การค้าบริการเหมาะสมและเป็นธรรม ศึกษา วิเคราะห์ โครงสร้าง รูปแบบการค้าและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการตลาดสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค พัฒนาหลักเกณฑ์ และวิธีการกำกับดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการ และดำเนินการเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมด้านราคา ปริมาณสินค้า และบริการ

กองช่างत्वวัด



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนา กำหนด และทดสอบมาตรฐานเครื่องตวง เครื่องวัด รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบการใช้เครื่องตวง เครื่องวัดให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษา แบบมาตรฐานตวง และวัด กำกับดูแลการประกอบธุรกิจผลิต นำเข้า ซ่อม ขายเครื่องชั่งตวงวัด และการประกอบธุรกิจให้บริการชั่งตวงหรือวัด กำหนดหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจผลิตหรือซ่อมเครื่องชั่งตวงวัดสามารถตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดที่ตนผลิตหรือซ่อม ตรวจสอบให้คำรับรอง และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องตวงและเครื่องวัด กำหนดขนาดการบรรจุ วิธีการแสดงปริมาณสุทธิ ตรวจสอบความถูกต้อง การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายคำรับรองมาตรฐานของปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ และตรวจสอบให้คำรับรองมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ใช้ในการตวง จำหน่ายสินค้าที่เป็นของเหลว กำกับดูแลสินค้าหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการให้ความรู้ด้านชั่งตวงวัด

กองตรวจสอบและปฏิบัติการ



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการกำกับดูแลและตรวจสอบมิให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบในการขายสินค้าและบริการ ทั้งในด้านราคาและปริมาณ และพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปริมาณราคา พฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและสืบสวนสอบสวนเพื่อดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ประกอบการธุรกิจที่ฝ่าฝืน ตรวจสอบดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่กรมรับผิดชอบ และมาตรการที่ทางราชการเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดทำเครือข่าย “อาสาโรงฟ้า 1569” ให้เป็นแนวร่วมเพื่อช่วยปฏิบัติงานของกรม

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน*



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์ ประสาน การจัดทำแผนงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กำกับ ติดตาม เร่งรัดการปฏิบัติงาน ประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และจัดทำตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน การเปิดเผยแผนและผลการดำเนินงานต่อสาธารณชน จัดทำข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเชิงวิชาการและยุทธศาสตร์ นโยบายและมาตรการทางการค้า และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะหรือเตรียมการเพื่อร่วมประชุมระหว่างประเทศ

กองบริหารงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร*



มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำแผนการ ดำเนินงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ทั้งระยะสั้นและระยะยาว วิเคราะห์และประเมินความเหมาะสม ในเชิงเทคนิควิชาการและการเงินของโครงการที่ขอเสนอรับเงินช่วยเหลือหรืออุดหนุนจากกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร บริหารการรับและจ่ายเงิน สถานะทางการเงิน จัดทำบัญชีเอกสารรายงานความเคลื่อนไหว ทางการเงินของกองทุน ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงกฎหมายและระเบียบ เสนอความเห็น ตอบข้อหารือ หรือวินิจฉัยปัญหากฎหมายเกี่ยวกับระเบียบของทางราชการที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกองทุน ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน ติดตามการชำระหนี้กองทุน จัดระบบสารสนเทศข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการ กองทุน และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการดำเนินงานแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานผู้รับบริการ และปฏิบัติงานฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) คณะกรรมการ บริหารกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คบท.) อนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง

กองบริหารมาตรการลดค่าครองชีพและธงฟ้าประชารัฐ*



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ รูปแบบการค้าและกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งสินค้าและบริการให้เข้าสู่ตลาดเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงวิธีการดูแล ผู้บริโภค ดำเนินการเพื่อให้ปริมาณสินค้าเพียงพอและกระจายทั่วถึงกับความต้องการ และกำหนดมาตรการ และแผนงานในการจัดทำและบริหารจัดการให้มีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นการเพิ่มทางเลือกและ ลดภาระค่าครองชีพ รวมทั้งช่วยตรึงราคาสินค้าในภาวะวิกฤตหรือภาวะจำเป็น กำหนดแนวทางการส่งเสริม และพัฒนามาตรฐานร้านอาหารปรั่งสำเร็จ ให้สามารถจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม โดยยังคงคุณภาพและ มาตรฐาน เพื่อช่วยลดค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค เชื่อมโยงสินค้าชุมชนจากแหล่งผลิต เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคและกระจายสินค้าชุมชนผ่านร้านธงฟ้าประชารัฐ รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับ ร้านธงฟ้าประชารัฐและมีมาตรการในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภคพิทักษ์ ประโยชน์ของตนเอง รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อรักษาความเป็นธรรมทางการค้า

กองกำกับและตรวจสอบเครื่องชั่ง*



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาและกำหนดมาตรฐานของ ต้มน้ำหนัก แบบมาตรา เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง การให้คำรับรอง ต้มน้ำหนัก เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบเกี่ยวกับการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาต้มน้ำหนัก แบบมาตรา และเครื่องวัดสินค้าเกษตรแบบมาตรา และตรวจสอบความถูกต้องของ เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร การให้ความรู้ คำแนะนำการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแก่ ประชาชน และพัฒนาบุคลากรด้านชั่งตวงวัด

กองสารสนเทศการค้ำในประเศ*



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศด้านการค้าภายในประเทศ จัดระบบเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลและสารสนเทศทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน พัฒนาระบบ รูปแบบการสำรวจ จัดเก็บและใช้ประโยชน์จากข้อมูล รวมทั้งพัฒนาและจัดทำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการให้บริการและการบริหารสำหรับใช้สนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผนและการบริหารจัดการการปฏิบัติงานด้านการค้าภายในประเทศ เผยแพร่และให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจและเกษตรกร เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้า ดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่งานด้านการค้าภายในประเทศและผลการดำเนินงานของกรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการปฏิบัติราชการ

กลุ่มตรวจสอบภายใน



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประเมินความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน เสนอแนะการปรับปรุงการบริหารความเสี่ยง การควบคุมและการกำกับดูแล สอบทานระบบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน และ/หรือกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ คำสั่งที่ทางราชการกำหนดสอบทานความถูกต้องของข้อมูลการดำเนินงาน การเงินการบัญชี และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบระบบการดูแลรักษาและความปลอดภัยของทรัพย์สิน และประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการเงินการบัญชีของกรม

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่อธิบดีเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในกรม ประสานและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางต่างๆ และหน่วยงาน

กองคลัง*



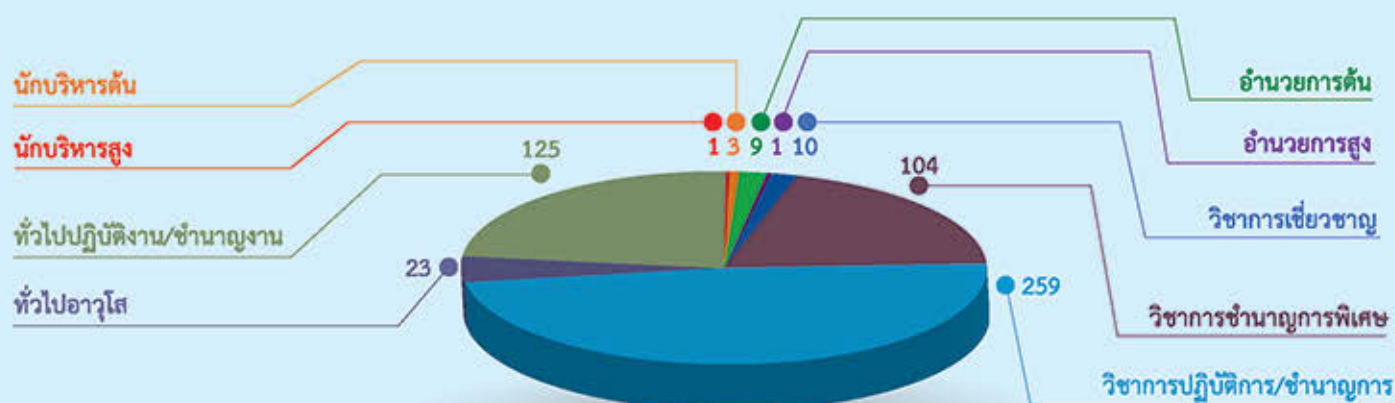
มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ และดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี ของกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร บริหาร ติดตามและดำเนินงานด้านการเงินและการคลังตามนโยบายและมาตรการเฉพาะของรัฐบาล รวมทั้งปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

อัตราค่าจ้างกรรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

ประเภทอัตราค่าจ้าง	จำนวน (อัตรา)	ร้อยละ
ข้าราชการ	535	54.42
ลูกจ้างประจำ	85	8.65
พนักงานราชการ	29	2.95
ลูกจ้างเหมาบริการ	334	33.958
รวม	983	100.00

จำนวนข้าราชการจำแนกตามประเภทและระดับตำแหน่ง

ประเภทอัตราค่าจ้าง	จำนวน (อัตรา)	ร้อยละ
นักบริหารสูง	1 อัตรา	0.19
นักบริหารต้น	3 อัตรา	0.56
อำนวยการสูง	9 อัตรา	1.68
อำนวยการต้น	1 อัตรา	0.19
วิชาการเชี่ยวชาญ	10 อัตรา	1.87
วิชาการชำนาญการพิเศษ	104 อัตรา	19.44
วิชาการปฏิบัติการ/ชำนาญการ	259 อัตรา	48.41
ทั่วไปอาวุโส	23 อัตรา	4.30
ทั่วไปปฏิบัติงาน/ชำนาญงาน	125 อัตรา	23.36
รวม	535 อัตรา	100.00



งบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

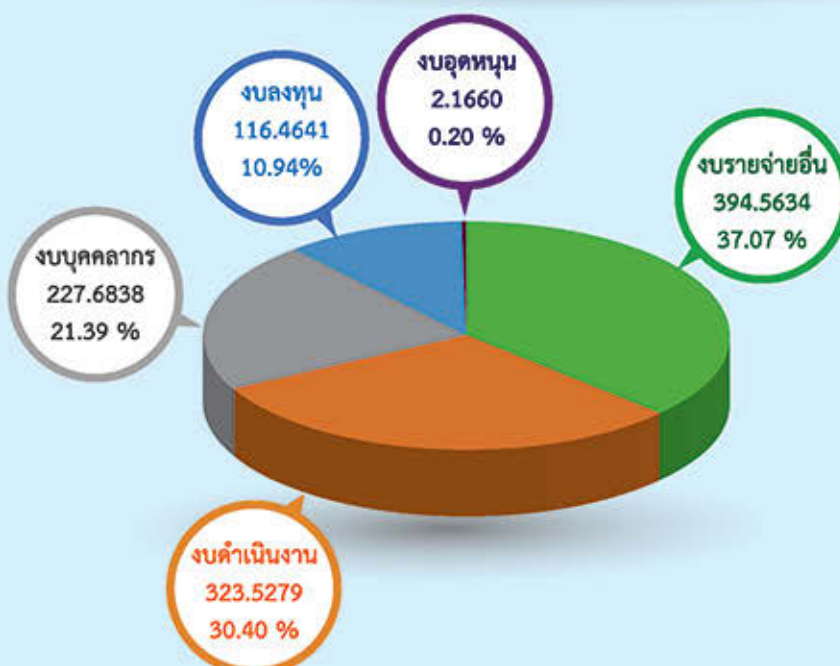
ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 กรมการค้าภายในได้รับจัดสรรงบประมาณรวมทั้งสิ้น 1064.4052 ล้านบาท ประกอบด้วย 6 แผนงาน ได้แก่

- 1) แผนงานบุคลากรภาครัฐ
- 2) แผนงานการดำเนินการกิจพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
- 3) แผนงานยุทธศาสตร์การพัฒนาประสิทธิภาพและมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต บริการ การค้า และการลงทุน
- 4) แผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนา SME สู่อสากล
- 5) แผนงานบูรณาการพัฒนาศักยภาพการผลิตภาคการเกษตร และ
- 6) แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณที่ได้รับในปีงบประมาณ 2561 จำนวน 883.9053 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 180.4999 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 20.42 หากจำแนกงบประมาณ ที่ได้รับปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 จำแนกตามประเภทรายจ่าย ดังนี้

หมวดรายจ่าย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ร้อยละ
งบบุคลากร	227.6838	21.39%
งบดำเนินงาน	323.5279	30.40%
งบลงทุน	116.4641	10.94%
งบเงินอุดหนุน	2.1660	0.20%
งบรายจ่ายอื่น	394.5634	37.07%
รวมงบประมาณ	1,064.4052	100%

การได้รับงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2562 จำแนกตามประเภทรายจ่าย



เปรียบเทียบงบประมาณรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

หน่วย : ล้านบาท

หมวดรายจ่าย	ปี 2561	ปี 2562	เปลี่ยนแปลง	
			เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ
งบบุคลากร	222.7882	227.6838	4.8956	2.20
เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	217.7213	222.1527	4.4314	2.04
พนักงานราชการ	5.0669	5.5311	0.4642	9.16
งบดำเนินงาน	368.1884	323.5279	(44.6605)	(12.13)
ค่าตอบแทน ใช้สอย และวัสดุ	351.5064	306.5707	(44.9357)	(12.78)
ค่าสาธารณูปโภค	16.6820	16.9572	0.2752	1.65
งบลงทุน	98.4033	116.4641	18.0608	18.35
ค่าครุภัณฑ์	57.2361	83.386	26.1499	45.69
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	41.1672	33.0781	(8.0891)	(19.65)
งบเงินอุดหนุน	2.5660	2.1660	(0.4000)	(15.59)
งบรายจ่ายอื่น	191.9594	394.5634	202.6040	105.55
รวม	883.9053	1,064.4052	180.4999	20.42

ผลการปฏิบัติราชการ

- ผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของกรมการคลังภายใน
- ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
- รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

ตารางรายงานผลการดำเนินงาน

ตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 (ต.ค. 61 - ก.ย. 62)

ตัวชี้วัดตามองค์ประกอบ	หน่วยวัด	เป้าหมายขั้นสูง/ แนวทางการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
องค์ประกอบที่ 1 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นฐาน (Function Base)			
1. มูลค่าสินค้าเกษตรที่มีการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริมเพิ่มขึ้น			
1.1 ตลาดข้อตกลง			
- ปริมาณสินค้าที่มีการเชื่อมโยง	ตัน	17,621.00	17,652.24
- มูลค่าสินค้าเกษตร	ล้านบาท	509.45	729.25
1.2 ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน	ล้านบาท	378.97	388.11
2. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน			
สินค้าภายใต้การควบคุมดูแลของ กรมการค้าภายใน ยกเว้นหมวดอาหาร 180 รายการ	ร้อยละ	98.83	98.84
องค์ประกอบที่ 2 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจยุทธศาสตร์ แนวทางปฏิรูปภาครัฐ นโยบายเร่งด่วน หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ (Agenda Base)			
1. มูลค่าสินค้าเกษตรที่มีการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริมเพิ่มขึ้น			
1.1 ตลาดต้องชม			
มูลค่าการค้าสินค้าชุมชนเพิ่มขึ้น	ล้านบาท	1,344.65	1,720.51
1.2 หมู่บ้านทำมาค้าขาย			
มูลค่าการค้าสินค้าชุมชนเพิ่มขึ้น	ล้านบาท	105.52	124.69
2. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มี			
ราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุนสินค้า ภายใต้การควบคุมดูแลของ กรมการค้าภายใน ยกเว้นหมวดอาหาร 180 รายการ	ร้อยละ	98.83	98.83
องค์ประกอบที่ 3 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นที่/ท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด กลุ่มจังหวัด (Area Base)			
* กรมการค้าภายในไม่มีตัวชี้วัดตามองค์ประกอบนี้			

ตัวชี้วัดตามองค์ประกอบ	หน่วยวัด	เป้าหมายขั้นสูง/แนวทางการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
องค์ประกอบที่ 4 ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมในส่วนราชการ (Area Base)			
ข้อเสนอการพัฒนาวัตกรรมการ			
การอนุญาตขนถ่ายผ่านระบบออนไลน์ (สินค้ากระเทียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ)	-	ลดขั้นตอนการขออนุญาตอย่างเต็มรูปแบบ ผู้ขออนุญาตไม่ต้องเดินทางมายื่นและรับเอกสารที่หน่วยงาน เป็นการลดระยะเวลาค่าใช้จ่ายและลดเอกสารของผู้ประกอบการ	ลดระยะเวลาในการดำเนินการออกหนังสืออนุญาตจากเดิมไม่เกิน 1 วันทำการ/1 คำขออนุญาต เหลือไม่เกิน 30 นาที/ 1 คำขออนุญาต สถิติการออกหนังสืออนุญาตขนถ่ายกระเทียมมา ผ่านระบบออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 1,202 ฉบับ
องค์ประกอบที่ 5 ศักยภาพในการเป็นส่วนราชการที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาประเทศตามแผนหรือนโยบายระดับชาติ นโยบายรัฐบาล (Potential base) ประกอบกับผลการประเมินโดยองค์กรภายในและภายนอกประเทศ			
การดำเนินการตามแผนปฏิรูปองค์การของกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562			
ให้ Outsource งานตรวจสอบ ตรวจรับรองเครื่องชั่งตวงวัด ให้ภาคเอกชนดำเนินการ	-	ให้ Outsource งานตรวจสอบ ตรวจรับรองเครื่องชั่งตวงวัด ให้ภาคเอกชนดำเนินการ	จัดทำร่าง พ.ร.บ. มาตรการชั่งตวงวัด ที่เกี่ยวกับการ outsource และ อนุบัญญัติเรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการแต่งตั้งหน่วยตรวจแทน (Outsource)
ปรับปรุง พ.ร.บ. มาตรการชั่งตวงวัด	-	ปรับปรุง พ.ร.บ. มาตรการชั่งตวงวัด	จัดทำร่าง พ.ร.บ. มาตรการชั่งตวงวัด ที่ได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้อง และรองรับกลไกการทำงานตามมาตรฐานสากล
เชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าธงฟ้าประชารัฐเข้ากับฐานข้อมูล Big Data ของประเทศ	-	มีหน่วยงานหลักภายในที่มีหน้าที่และอำนาจในการเชื่อมโยงสินค้าชุมชนจากแหล่งผลิต เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคและกระจายสินค้าชุมชนผ่านร้านธงฟ้าประชารัฐ และจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐภายใต้ความรับผิดชอบของกรม	1. จัดตั้ง “กองบริหารมาตรการลดค่าครองชีพและธงฟ้าประชารัฐ” 2. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลร้านค้าธงฟ้าประชารัฐทั้งระบบ

ในปีงบประมาณ 2562 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลทั้งในด้านการดูแลราคาสินค้าเกษตร การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า และการลดภาระค่าครองชีพของประชาชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโต โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

การบริหารจัดการกลไกและพัฒนาลาดสินค้าเกษตร

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร รวมทั้งการสร้างความมั่นคงและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน โดยการบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร การพัฒนาและส่งเสริมระบบตลาดให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้าให้แก่เกษตรกร และการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด รวมทั้งพัฒนาการให้บริการของกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เพื่อสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ของประเทศ ดังนี้



1. การบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร

1.1 ข้าว

1.1.1 โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าว
ในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2561/62 เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการดูดซับผลผลิต เป้าหมาย 5 ล้านตัน เป็นระยะเวลา 2 – 6 เดือน โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ จะได้รับการชดเชยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 3 ต่อปี ตามมูลค่าข้าวเปลือกที่ผู้เข้าร่วมโครงการฯ รับซื้อจากเกษตรกร และเก็บสต็อกไว้เป็นระยะเวลา 60 – 180 วัน นับตั้งแต่วันที่รับซื้อ
ผลการดำเนินงาน คณะอนุกรรมการพิจารณาชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2561/62 ได้อนุมัติการชดเชยดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 128 ราย ใน 23 จังหวัด คิดเป็นมูลค่าการชดเชยทั้งสิ้น 354,343 ล้านบาท

1.1.2 เสริมสร้างความรู้และชี้แจงมาตรการข้าวของรัฐบาล
แก่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบถึงสถานการณ์การผลิตและการตลาดสินค้าข้าว และเข้าใจนโยบาย หลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติ ตามมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรและการรักษาเสถียรภาพราคาข้าว โดยจัดประชุมชี้แจงนโยบายของรัฐบาล จำนวน 4 ครั้ง ในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ ชัยนาท พัทลุง เชียงราย และปทุมธานี มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนทั้งสิ้น 500 ราย



1.1.3 จัดตลาดนัดข้าวเปลือก ปี 2561/62 เพื่อให้การรับซื้อข้าวเปลือกของเกษตรกรเกิดการแข่งขันตามกลไกตลาด เกษตรกรมีช่องทางเลือกและมีอำนาจต่อรองในการขายข้าว รวมทั้งได้รับความเป็นธรรมด้านราคา การชั่งน้ำหนัก และการตรวจสอบคุณภาพข้าว จำนวน 42 ครั้ง ในพื้นที่ 22 จังหวัด โดยมีปริมาณการซื้อขายรวม 21,094.471 ตัน คิดเป็นมูลค่า 208.309 ล้านบาท และเกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวได้ในราคาสูงกว่าตลาดทั่วไปเฉลี่ยตันละ 100 - 1,000 บาท



1.2.2 อบรมให้ความรู้และชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลังของรัฐบาลแก่เกษตรกร เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องมาตรการช่วยเหลือของรัฐบาล รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์การผลิต การตลาด และกลไกราคา จำนวน 8 ครั้ง ในพื้นที่ 6 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี กาญจนบุรี นครราชสีมา ลพบุรี เพชร และนครสวรรค์ โดยมีผู้เข้ารับการอบรม รวมทั้งสิ้น 961 ราย



1.2 มันสำปะหลัง

1.2.1 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลัง ปี 2561/62 ได้แก่ แผ่นพับ, โปสเตอร์, Line@ (@dit cassava), Facebook Fanpage (Dit-บริหารจัดการสินค้าเกษตร) และ YouTube Channel (บริหารจัดการสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน) เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องแก่เกษตรกร ผู้ปลูกมันสำปะหลัง ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องมาตรการช่วยเหลือตามนโยบายของรัฐบาลและแนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลัง ปี 2561/62 รวมทั้งเพื่อให้เกษตรกรได้มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และสามารถเข้าร่วมโครงการตามนโยบายของรัฐบาลได้ทันตามระยะเวลาที่กำหนด



1.2.3 จัดทำโครงการสัมมนาเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับภัยระบาดของโรคไวรัสใบด่างมันสำปะหลังที่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยเฉพาะเกษตรกร ได้รับทราบสถานการณ์การระบาดของโรคไวรัสใบด่างมันสำปะหลัง และรับรู้ถึงวิธีการดูแลแปลงมันสำปะหลังไม่ให้เกิดโรค การป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ตลอดจนการทำลายกรณีแปลงมันสำปะหลังติดโรคแล้ว โดยได้ดำเนินการจัดสัมมนาเสริมสร้างความรู้ จำนวน 7 ครั้ง ในพื้นที่ 7 จังหวัด ได้แก่ กำแพงเพชร นครราชสีมา อุบลราชธานี ขอนแก่น กาญจนบุรี อุทัยธานี และชลบุรี ซึ่งมีผู้เข้าร่วมการสัมมนา จำนวนทั้งสิ้น 1,460 ราย



1.3. ปาล์มน้ำมัน

บริหารจัดการและแก้ไขปัญหาผลผลิตปาล์มน้ำมันตกต่ำ เพื่อให้ราคาปาล์มน้ำมันอยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นธรรม และมีปริมาณผลผลิตเพียงพอสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ดังนี้



1.3.1 บริหารจัดการสมดุลน้ำมันปาล์ม โดยติดตามตรวจสอบปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มในพื้นที่ที่ปลูกปาล์มน้ำมันทุกเดือน เพื่อประเมินปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มคงเหลือในประเทศ และเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์กรมการค้าภายใน (www.dit.go.th) ทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมันและผู้ที่เกี่ยวข้อง ใช้เป็นข้อมูลคาดการณ์ทิศทางแนวโน้มของปริมาณและราคาผลผลิตปาล์มน้ำมัน



1.3.2 จัดทำโครงสร้างการคำนวณราคาประมาณการผลผลิตปาล์มน้ำมันปาล์มดิบ (CPO) และน้ำมันปาล์มบรรจุขวด 1 ลิตร เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ราคาจำหน่ายที่ควรจะเป็นให้สะท้อนถึงต้นทุนที่แท้จริงและสถานการณ์ปัจจุบัน โดยจะมีการพิจารณาทบทวนประจำทุกเดือนหรือทุกครั้งที่ต้นทุนมีการเปลี่ยนแปลง และเผยแพร่สร้างความเข้าใจผ่านทางเว็บไซต์ของกรมการค้าภายใน (www.dit.go.th) เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อทุกภาคส่วน

1.3.3 ดำเนินมาตรการปรับสมดุลน้ำมันปาล์มในประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาผลผลิตปาล์มน้ำมันตกต่ำ ดังนี้

(1) การใช้น้ำมันปาล์มดิบผลิตกระแสไฟฟ้า โดยจัดหา น้ำมันปาล์มดิบให้แก่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) เพื่อนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า ที่โรงไฟฟ้าบางปะกง จำนวน 160,000 ตัน เพื่อดูดซับน้ำมันปาล์มดิบส่วนเกินออกจากระบบและยกระดับราคาผลปาล์มให้แก่เกษตรกรชาวสวนปาล์ม



(2) การผลักดันการใช้ด้านพลังงาน โดยขอความร่วมมือกระทรวงมหาดไทยส่งเสริมการใช้น้ำมันดีเซลหมุนรอบเร็ว บี 20 โดยมอบหมายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมกับบริษัทผู้ค้าน้ำมันกระจายจำหน่ายน้ำมัน บี 20 ลงสู่ระดับพื้นที่ให้มากขึ้น รวมทั้งเชื่อมโยงการนำน้ำมัน บี 100 ให้เกษตรกรนำไปใช้กับเครื่องมือทางการเกษตร เพื่อขยายช่องทางการกระจายผลผลิตให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน

1.4 มะพร้าว

ดำเนินมาตรการบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวที่ประสบปัญหาผลผลิตล้นตลาดและราคาตกต่ำ ดังนี้



1.4.1 จัดทำโครงการรับซื้อเนื้อมะพร้าว ปี 2562 เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรนำมะพร้าวผลมาแปรรูปเป็นเนื้อมะพร้าวแห้งจำหน่ายให้แก่โรงงานแปรรูป ผู้รวบรวม ผู้รับซื้อเนื้อมะพร้าวแห้งที่สนใจเข้าร่วมโครงการฯ โดยให้ผู้ประกอบการและโรงงานที่เข้าร่วมโครงการฯ รับซื้อเนื้อมะพร้าวจากเกษตรกร (ตามเกณฑ์คุณภาพ) ในราคาที่เป็นไปตามกลไกตลาด ขณะที่รัฐบาลจะสนับสนุนเงินเพิ่มให้เกษตรกร กิโลกรัมละ 5 บาท และสนับสนุนค่าบริหารจัดการคุณภาพและรวบรวมเนื้อมะพร้าวเพื่อจำหน่าย ณ จุดรับซื้อ กิโลกรัมละ 1.50 บาท ผลการดำเนินงาน มีเกษตรกรนำเนื้อมะพร้าวแห้งมาจำหน่ายในโครงการฯ 258 ราย ปริมาณรวม 51,8571 ตัน

1.4.2 กำกับดูแลการขนย้ายมะพร้าวนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อป้องกันปัญหาการลักลอบนำเข้าและดันราคาผลผลิตมะพร้าวในประเทศให้ปรับสูงขึ้น ดังนี้



(1) ออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรื่อง การควบคุมการขนย้าย ฉบับที่ 53/2561, 12/2562, 64/2562 และ 106/2562 ซึ่งกำหนดให้ผู้ขนย้ายมะพร้าวผลแก่ ปริมาณตั้งแต่ 7,000 กิโลกรัมขึ้นไป เนื้อมะพร้าวขาว ปริมาณตั้งแต่ 2,500 กิโลกรัมขึ้นไป และเนื้อมะพร้าวแห้ง ปริมาณตั้งแต่ 1,500 กิโลกรัมขึ้นไป ต้องขออนุญาตขนย้าย

ผลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 7 พ.ย. 61 ถึง 30 ก.ย. 62 มีผู้ขออนุญาตขนย้ายมะพร้าว จำนวน 11 ราย ปริมาณรวม 89,442 ตัน

(2) กำหนดด่านตรวจการนำเข้ามะพร้าว 2 ด่าน คือ ด่านท่าเรือกรุงเทพ และด่านท่าเรือแหลมฉบัง

(3) ควบคุม ตรวจสอบ และปราบปรามการลักลอบนำเข้ามะพร้าว โดยการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในประเทศ (กอ.รมน.)

1.5 กระเทียม

ดำเนินการเพื่อรักษาระดับราคากระเทียมในประเทศ และช่วยให้เกษตรกรผู้ปลูกกระเทียมได้รับความเป็นธรรมในการขายผลผลิต พร้อมทั้งช่วยให้ผู้บริโภคได้รับสินค้ากระเทียมที่มีคุณภาพ ดังนี้

1.5.1 ออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2562 เพื่อออกมาตรการดูแลสินค้ากระเทียม ใน 2 เรื่อง ได้แก่ (1) การควบคุมการขนย้ายกระเทียมนำเข้าจากต่างประเทศ และ (2) การแจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ และจัดทำบัญชีสินค้ากระเทียมนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของปริมาณและการจำหน่ายสินค้ากระเทียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะช่วงที่ผลผลิตกระเทียมออกสู่ตลาดมาก ซึ่งกรมการค้าภายในได้ดำเนินการแจ้งให้บริษัทที่ได้รับสิทธิ์ขึ้นทะเบียนเป็นผู้มีสิทธิ์ขอหนังสือรับรองตามข้อตกลงของ WTO จากกรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 140 ราย ทราบและปฏิบัติ เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามประกาศฯ อย่างถูกต้อง



1.5.2 เสริมสร้างความรู้และชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการและการกำกับดูแลการนำเข้าสินค้ากระเทียมแก่ผู้ประกอบการสินค้ากระเทียม โดยประสานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมศุลกากร และกรมการค้าต่างประเทศ เข้าร่วมชี้แจงกฎหมายและข้อปฏิบัติที่อยู่ในความรับผิดชอบให้แก่ผู้ประกอบการค้าและนำเข้าสินค้ากระเทียมจากต่างประเทศจำนวน 95 ราย เมื่อวันที่ 1 มี.ค. 62 ณ ตลาดไท จ.ปทุมธานี เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามระเบียบ กฎเกณฑ์ต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง



1.5.3 บูรณาการการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มอกช.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กรมศุลกากร กรมสรรพากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อให้การนำเข้าสินค้ากระเทียมเป็นไปตามกฎระเบียบที่กำหนด โดยในส่วนของการการค้าภายในได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจสอบการขนย้ายกระเทียมนำเข้าในพื้นที่ 52 จังหวัด ทั้งทางบกและทางทะเล รวมทั้งตรวจสอบการครอบครองและการจัดทำบัญชีคุมกระเทียมนำเข้าของผู้ประกอบการ ตลอดจนประสานให้กรมสรรพากรตรวจสอบการเสียภาษีรายได้ของผู้รับจ้างนำเข้ากระเทียม เพื่อให้มีการจัดเก็บภาษีรายได้จากการนำเข้าสินค้ากระเทียม



1.5.4 เชื่อมโยงการตลาดและจับคู่เจรจาซื้อขายสินค้ากระเทียม ระหว่างกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดแหล่งผลิต 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย ลำปาง และลำพูน กับผู้ประกอบการรับซื้อกระเทียมรายใหญ่ 19 ราย เมื่อวันที่ 1 เม.ย. 62 โดยในเบื้องต้น มีปริมาณการซื้อขายรวมกว่า 3,415 ตัน

1.6 ไก่



1.6.1 ขยายตลาดรองรับผลผลิต โดยจัดทำโครงการจำหน่ายไข่ไก่ผ่านร้านธงฟ้าประชารัฐต้อนรับปีใหม่ 2562 เพื่อลดค่าครองชีพประชาชนและช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ โดยจัดหาผลผลิตไข่ไก่จากเกษตรกร/ฟาร์มผลิตไข่ไก่จำนวน 15 ล้านฟอง มาบรรจุกล่อง กล่องละ 10 ฟอง เพื่อนำไปจำหน่ายผ่านร้านธงฟ้าประชารัฐที่กระจายอยู่ทั่วประเทศกว่า 70,000 แห่ง ในราคากล่องละ 20 บาท

1.6.2 รักษาเสถียรภาพราคาไข่ไก่ในประเทศ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ โดยดำเนินมาตรการ ดังนี้

(1) มาตรการดึงผลผลิตออกจากกระสอบ โดยร่วมกับ 3 สมาคม ได้แก่ สมาคมผู้ผลิต ผู้ค้าและส่งออกไข่ไก่ สมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่ และสมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่ภาคใต้ ร่วมกันผลักดันส่งออกไข่ไก่ไปจำหน่ายในต่างประเทศ จำนวน 200 ตู้คอนเทนเนอร์ (ประมาณ 60 ล้านฟอง) โดยมอบผู้ส่งออกที่มีศักยภาพ จำนวน 5 ราย ดำเนินการรับภาระค่าใช้จ่ายในการส่งออกเอง จำนวน 100 ตู้คอนเทนเนอร์ (ประมาณ 30 ล้านฟอง) และอีก 100 ตู้คอนเทนเนอร์ (ประมาณ 30 ล้านฟอง) กรมการค้าภายใน สนับสนุนค่าบริหารจัดการส่งออก ตู้ละ 150,000 บาท ผลการดำเนินงาน ผู้เข้าร่วมโครงการฯ สามารถส่งออกไข่ไก่ได้ครบตามที่ได้รับจัดสรร จำนวน 100 ตู้คอนเทนเนอร์



(2) มาตรการเพิ่มการบริโภคในประเทศ โดยเชื่อมโยงผู้ประกอบการและเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ นำผลผลิตมาจำหน่ายผ่านงาน “มหกรรมธงฟ้าขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาค” ซึ่งจัดขึ้นตั้งแต่เดือน พ.ย. 2561 ต่อเนื่องถึงปี 2562 โดยสามารถระบายผลผลิตไข่ไก่ผ่านช่องทางดังกล่าวได้ประมาณ 3 ล้านฟอง และจำหน่ายไข่ไก่ผ่านร้านธงฟ้าประชารัฐที่กระจายอยู่ทั่วประเทศกว่า 70,000 แห่ง เพื่อระบายผลผลิตส่วนเกินในระบบ และเป็นการลดภาระค่าครองชีพของผู้บริโภคด้วยอีกทางหนึ่ง โดยสามารถระบายผลผลิตไข่ไก่ผ่านช่องทางดังกล่าวได้ประมาณ 1.5 ล้านฟอง



1.7 กุ้ง

เชื่อมโยงการจำหน่ายกุ้งให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งผ่านงาน “เทศกาลกินกุ้งสมุทรสาคร ครั้งที่ 2” ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 30 ส.ค. – 2 ก.ย. 62 ณ ตลาดทะเลไทย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทั้งในเรื่องของราคา การเพิ่มช่องทางการตลาด การจับคู่ทางการค้าระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยมีปริมาณซื้อขายรวมทั้งสิ้น 5.1 ตัน



1.8 ผลไม้



1.8.1 ร่วมลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) การบริหารจัดการด้านการตลาดผลไม้ ปี 2562 กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เมื่อวันที่ 31 ก.ค. 62 ณ ห้องตลาดผลไม้สด ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้มังคุด ลองกอง เงาะ และลำไย รวมถึงผลไม้ตามฤดูกาลอื่นๆ ที่จะออกผลผลิตในช่วงปลายปี 2562 อาทิ การขยายตลาดไปยังต่างประเทศ การส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ การเชื่อมโยงการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า การช่วยเหลือเรื่องบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น



1.8.2 จัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการนำเข้าผลไม้จากประเทศกัมพูชาเข้ากับกลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการค้าผลไม้ไทย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการส่งออกผลไม้ไทยไปต่างประเทศ



1.8.3 เชื่อมโยงการจำหน่ายและส่งเสริมการบริโภคในประเทศ

- (1) จัดกิจกรรม “Fruit to School” ในสถาบันการศึกษา 6 แห่ง ใน 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ นนทบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ และนครราชสีมา เพื่อกระตุ้นเรื่องผลไม้ไทยให้เยาวชนได้รับรู้
- (2) จัดคูปองแจกชิมผลไม้ เพื่อส่งเสริมการบริโภคและการตลาดผลไม้ไทยในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ใน 6 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ ราชบุรี ชลบุรี กาญจนบุรี สมุทรสาคร และพระนครศรีอยุธยา จำนวน 10 ครั้ง



- (3) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าผลไม้ “Fruits Festival” เพื่อส่งเสริมให้ผลไม้ไทยเป็นที่รู้จักและกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว จำนวน 3 ครั้ง ดังนี้ 1) เมื่อวันที่ 18 - 24 เม.ย. 62 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เวสต์เกต นนทบุรี 2) เมื่อวันที่ 20 - 26 มิ.ย. 62 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า มหาชัย สมุทรสาคร และ 3) เมื่อวันที่ 1 - 5 ส.ค. 62 ณ ศูนย์การค้า JJ Mall กรุงเทพฯ

- (4) จัดงาน “ผลไม้ไทย อร่อยที่สุดในโลก” (Thailand Fruit Festival 2019 : The World's Most Delicious Fruit) เมื่อวันที่ 22 - 26 พ.ค. 62 ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ เพื่อรณรงค์การบริโภค และประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

- (5) จัดงาน “ลองกองไทย เชื่อมไทย เชื่อมโลก” เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดผลไม้ และรณรงค์การบริโภคผลไม้ โดยเฉพาะลองกอง เมื่อวันที่ 31 ส.ค. 62 ณ ตลาดน้ำคลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

- (6) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ด้านราคาซื้อขายและกิจกรรมด้านการตลาดผลไม้ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางการค้า

2. การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพสินค้าเกษตร

เพื่อให้เกษตรกรมีการพัฒนาคุณภาพ รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลผลิต รวมทั้งเพิ่มศักยภาพเกษตรกรให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการทำการตลาด เพื่อจำหน่ายผลผลิตด้วยตนเอง ดังนี้

2.1 ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

2.1.1 จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แห่งใหม่ จำนวน 7 แห่ง ในพื้นที่ 6 จังหวัด และพัฒนาเพิ่มศักยภาพศูนย์ Farm Outlet ที่ได้จัดตั้งแล้ว จำนวน 34 แห่ง ในพื้นที่ 30 จังหวัด ปัจจุบันมีศูนย์ฯ จำนวนทั้งสิ้น 73 แห่ง ในพื้นที่ 42 จังหวัด โดยมีมูลค่าการจำหน่าย 381.11 ล้านบาท



2.1.2 เชื่อมโยงการจำหน่ายและขยายช่องทางการตลาดให้แก่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) โดยจัดทำ Website และ Application เพื่อรองรับการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ให้กับศูนย์ฯ



2.2 ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแปรรูป เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอินทรีย์ และสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์ ดังนี้

2.2.1 จัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ (Organic Village) แห่งใหม่ จำนวน 2 แห่ง ในพื้นที่ 2 จังหวัด ได้แก่ (1) หมู่บ้านบัว ต.บ้านต๋อน อ.แม่สาย จ.เชียงราย และ (2) หมู่บ้านป่าปวย ต.บ้านโฮ้ง จ.ลำพูน

2.2.2 จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าอินทรีย์ชุมชน (Organic Farm Outlet) แห่งใหม่ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ (1) ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์@ไคคอนสยาม กรุงเทพฯ (2) ไร่บุญหลุย จ.นครราชสีมา (3) ร้านจริงใจ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาอุดรธานี

2.2.3 จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์และธรรมชาติระดับภูมิภาค จำนวน 6 ครั้ง ในพื้นที่กรุงเทพฯ นนทบุรี ขอนแก่น ประจวบคีรีขันธ์ และเชียงใหม่ โดยมีเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์เข้าร่วมงานฯ จำนวน 270 ราย มูลค่าการจำหน่ายรวม 30.022 ล้านบาท



2.2.4 เชื่อมโยงสินค้าอินทรีย์และผลิตภัณฑ์แปรรูปอินทรีย์มาจำหน่ายในงานต่างๆ ได้แก่ (1) งานสังคมสุขใจ “เท่นอกกรอบ... ขับเคลื่อนสังคมอินทรีย์สู่ชีวิตที่สมดุล” เมื่อวันที่ 7 – 9 ธ.ค. 61 ณ สวนสามพราน จ.นครปฐม โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมงานจำนวน 20,009 ราย มูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 883,712 บาท (2) งาน “ORGANIC NATURAL & HERBS EXPO 2018” เมื่อวันที่ 14 – 16 ธ.ค. 61 ณ เชียงใหม่ ฮอลล์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน จำนวน 15,510 ราย มูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 683,712 บาท และ (3) งาน “ตามรอยพ่อ มหกรรมสินค้าเกษตรอินทรีย์วิถีบ้านจากภูาสู่สากล” เมื่อวันที่ 25 – 31 ม.ค. 62 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน อ.ภูเพียง จ.น่าน โดยมีมูลค่าการจำหน่ายและยอดเจรจาสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งสิ้น 742,913 บาท

2.2.5 จัดงานแสดงสินค้า BIOFACH Southeast Asia 2018 และ NATURAL EXPO Southeast Asia 2018 (ครั้งที่ 2) เมื่อวันที่ 11 - 14 ก.ค. 62 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพคเมืองทองธานี ฮอลล์ 7 – 8 จ.นนทบุรี ภายใต้แนวคิด “Organic Gateway to Southeast Asia” เพื่อระดมผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านเกษตรอินทรีย์และมาตรฐานเกี่ยวกับสินค้าธรรมชาติ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เข้าร่วมแสดงและจำหน่ายสินค้า พร้อมร่วมประชุม และเจรจาธุรกิจ โดยมีผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของไทยและอาเซียนเข้าร่วมงาน จำนวน 388 ราย (485 คูหา) ผู้เข้าชมงานรวม 46,223 ราย มูลค่าการจำหน่าย และยอดเจรจาสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งสิ้น 53.437 ล้านบาท

2.2.6 ขยายช่องทางการตลาดและกระตุ้นการบริโภคสินค้าอินทรีย์ในประเทศ โดยขอความร่วมมือจากห้างค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้โลตัส และแม็คโคร จัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าอินทรีย์โดยเฉพาะ พร้อมได้ประสานสมาคมภัตตาคารไทย สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อเพิ่มการใช้ผลผลิตอินทรีย์จากเกษตรกร รวมถึงขอความร่วมมือจัดทำพื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในงาน Food & Hotel Thailand ซึ่งเป็นงานที่สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย สมาคมภัตตาคารไทย สมาคมเชฟประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกันจัดขึ้นทุกปี



2.3 จัดประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ปีการเพาะปลูก 2561/62

เพื่อส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร ได้มีการพัฒนาและรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิ เพื่อเป็นการยกระดับตลาดข้าวหอมมะลิไทยสู่เวทีการค้าโลก และเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยในปี 2562 ได้มอบรางวัลให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการฯ ที่ชนะการประกวด จำนวน 9 ราย แบ่งเป็น ประเภทเกษตรกรรายบุคคล จำนวน 6 ราย และประเภทกลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร จำนวน 3 ราย นอกจากนี้ กรมการค้าภายในยังได้จัดประกวดข้าวตราคุณภาพดีเด่น ประจำปี 2562 เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการข้าวถูกพัฒนากระบวนการผลิตให้มีมาตรฐาน และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยได้มอบรางวัลให้แก่ผู้ประกอบการที่ชนะการประกวด จำนวน 9 ราย



2.4 พัฒนาเพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าว

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพข้าวไทยแก่ผู้บริโภค และขยายโอกาสทางการตลาด โดยจัดจ้างที่ปรึกษาให้คำปรึกษาแนะนำการวางระบบมาตรฐาน GMP และ HACCP แก่ผู้ประกอบการโรงสีที่สมัครเข้าร่วมโครงการฯ และผ่านการคัดเลือก โดยมีโรงสีที่ผ่านการรับรองระบบมาตรฐานฯ แล้ว จำนวน 45 ราย

2.5 พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง

โดยสุ่มเก็บตัวอย่างข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่ได้รับเครื่องหมายรับรองการจำหน่ายในท้องตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการมีการรักษาคุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดีตามมาตรฐานกำหนด ปัจจุบันมีผู้ได้รับการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานรูปพนมมือของกรมการค้าภายในแล้ว จำนวน 133 ราย 203 เครื่องหมายการค้า



2.6 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด

เพื่อให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร สามารถพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ บริหารจัดการการตลาดได้ดียิ่งขึ้น และสามารถสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่ตนเองได้ โดยดำเนินโครงการ ดังนี้

- (1) โครงการอบรมผู้ประกอบการค้าข้าว และกลุ่มเกษตรกร ภายใต้แนวคิด “จะทำการตลาดอย่างไรในยุคไทยแลนด์ 4.0” จำนวน 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้ารับการอบรม จำนวนทั้งสิ้น 122 คน
- (2) โครงการฝึกอบรมบุคลากรในการตรวจสอบคุณภาพข้าวเชิงวิชาการ ประจำปี 2562 จำนวน 5 ครั้ง โดยมีผู้เข้ารับการอบรม จำนวนทั้งสิ้น 100 คน
- (3) โครงการอบรมการสร้างโอกาสการขาย เพิ่มรายได้และมูลค่า ด้วยการค้าออนไลน์ จำนวน 4 ครั้ง โดยมีผู้เข้ารับการอบรม จำนวนทั้งสิ้น 416 คน
- (4) โครงการอบรมเทคนิคการสร้างแบรนด์ และการบรรจุภัณฑ์ ให้ดี จำนวน 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้ารับการอบรม จำนวนทั้งสิ้น 126 คน
- (5) โครงการอบรมการเปิดตลาดออนไลน์ พิชิตยอดขายมีรายได้ อย่างมั่นคง จำนวน 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้ารับการอบรม จำนวนทั้งสิ้น 102 คน



3. การพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

3.1 ส่งเสริมพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

เพื่อให้เป็นตลาดกลางที่มีมาตรฐาน เป็นแหล่งซื้อขายและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ปัจจุบันมีตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ทั้งสิ้น 56 แห่ง ใน 32 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาค โดยแบ่งเป็นตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 30 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 20 แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากสัตว์น้ำ 4 แห่ง ตลาดกลางปลาสวยงามและสัตว์เลี้ยง 1 แห่ง และตลาดกลางดอกไม้และไม้ดอกไม้ประดับ 1 แห่ง ดังนี้

3.1.1 ส่งเสริมและเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดกลาง โดย

- (1) จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การเป็นตลาดกลางดอกไม้และไม้ดอกไม้ประดับในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เมื่อวันที่ 31 ก.พ. 62 ณ ตลาดกลางดอกไม้และไม้ดอกไม้ประดับ ศูนย์กลางดอกไม้ปากคลองตลาดใหม่ กรุงเทพฯ (2) จัดกิจกรรมรณรงค์การบริโภคผลไม้ เมื่อวันที่ 11 ส.ค. 62 ณ ศูนย์กลางตลาดดอกไม้ปากคลองตลาดใหม่ กรุงเทพฯ และ (3) จัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคผักและผลไม้ในช่วงเทศกาลกินเจ เมื่อวันที่ 28 ก.ย. - 7 ต.ค. 62 ณ ตลาดกลางผักและผลไม้ (ตลาดไท) อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



3.1.2 อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการตลาดกลางเกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมพัฒนาตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจในแนวทางส่งเสริมของกรมฯ และสามารถพัฒนาตลาดและสินค้าให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ เมื่อวันที่ 12 มี.ค. 62 ณ ห้องประชุม ชั้น 6 กรมการค้าภายใน โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม รวมทั้งสิ้น 35 คน

3.1.3 จัดพิธีลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างสมาคมการค้าเพื่อความยั่งยืนของเกษตรกร (CASA) และสมาคมตลาดสินค้าเกษตรจีน (CAWA) กับผู้ประกอบการตลาดกลางภายใต้การส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เพื่อเชื่อมโยงขยายตลาดสินค้าเกษตรของไทยในจีน โดยจีนจะรับซื้อผลไม้จากตลาดกลางที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน AGQC จากกรมการค้าภายใน เพื่อนำไปจำหน่ายในตลาดจีน

3.2 ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง

โดยสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร โดยใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน จำนวน 19 สินค้า ได้แก่ (1) ส้มเขียวหวานปลอดสารพิษพันธุ์สีทอง (2) ลำไย (3) เงาะ (4) หอมแดง (5) กระเทียม (6) ทุเรียน (7) มังคุด (8) ลองกอง (9) สับปะรด (10) สลัด (11) ลิ้นจี่ (12) กุ้ง (13) มะละกอฮอนแลนด์ (14) อาหารสำเร็จรูป (15) ของใช้ (ยาสีฟัน สมุนไพร น้ำมันเหลือง ยาสระผม รองเท้ายางพารา) (16) เครื่องดื่ม (น้ำสมุนไพรสมุนไพร) (17) ผลิตภัณฑ์นม (ท็อปปิ้งนมอัดเม็ด) (18) มะเขือเทศ และ (19) พริกหวาน รวม 102 สัญญา ปริมาณรวมทั้งสิ้น 17,652.237 ตัน มูลค่า 729.252 ล้านบาท โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

3.2.1 จัดประชุมเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านตลาดข้อตกลง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลงและผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน จำนวน 13 ครั้ง ในพื้นที่ 10 จังหวัด ได้แก่ น่าน ศรีสะเกษ เชียงใหม่ ตราด นนทบุรี ปทุมธานี ลำพูน สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และสงขลา โดยมีเกษตรกรและผู้ประกอบการเข้าร่วม รวมทั้งสิ้น 493 ราย

3.2.2 จัดอบรมการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์จากการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านตลาดข้อตกลง ภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน และเสริมสร้างทักษะในการพัฒนาคุณภาพผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ จำนวน 3 ครั้ง ใน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ นครศรีธรรมราช และภูเก็ต โดยมีเกษตรกรและผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วม รวมทั้งสิ้น 188 คน

3.3 ส่งเสริมพัฒนาตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

เพื่อให้เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ใกล้ชิดประชาชน และเป็นแหล่งกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคในระดับครัวเรือนที่มีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมและกำกับดูแลให้มีการปิดป้ายแสดงราคาสินค้า ตรวจสอบเครื่องชั่งให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง พร้อมทั้งยกระดับตลาดสดที่มีศักยภาพและความพร้อมในการดูแลรักษามาตรฐาน มีการบริหารจัดการที่ดี และจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพให้เป็น “ตลาดสดดีดดาว” เพื่อรองรับการค้ายุคใหม่ ซึ่งกรมการค้าภายในได้กำหนดเกณฑ์การประเมินมาตรฐานตลาดสดดีดดาวไว้ 4 ด้าน ได้แก่ (1) การคุ้มครองผู้บริโภค และความเป็นธรรมทางการค้า (2) ความปลอดภัยด้านอาหาร (3) สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และ (4) ความพร้อมในการรองรับการค้ายุคใหม่ ปัจจุบันมีตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน จำนวน 439 แห่ง แบ่งเป็นตลาดสดดีดดาว จำนวน 222 แห่ง



3.4 พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.4.1 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์) ให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการสินค้าเกษตร และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 4 ครั้ง ในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ แม่ฮ่องสอน สมุทรสาคร ภูเก็ต และบุรีรัมย์ โดยมีผู้เข้าร่วม จำนวน 188 ราย

3.4.2 ให้คำปรึกษาแนะนำกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการเข้าใช้ประโยชน์ระบบตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ครั้ง (ครั้งที่ 1 ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อ่างทอง และปทุมธานี เมื่อวันที่ 25 - 26 เม.ย. 62 และครั้งที่ 2 ที่จังหวัดนครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี เมื่อวันที่ 1 - 3 พ.ค. 62) โดยมีผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 90 ราย

3.4.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเรื่องการเข้าใช้ประโยชน์ระบบตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 3 สื่อ ได้แก่ (1) Motion วิดีโอคลิป “ตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ <http://argimark.dit.go.th>” (2) แผ่นพับแนะนำการเข้าใช้ประโยชน์ระบบตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ <http://argimark.dit.go.th> และ (3) กระเป๋าสะพายหลังใส่เอกสารพร้อมสกรีนข้อความประชาสัมพันธ์ระบบตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.5 ส่งเสริมและพัฒนาลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market)

เพื่อเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าให้กับเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ค้า รวมทั้งวิสาหกิจชุมชนได้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าและสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่ เป็นธรรม และเป็นทางเลือกในการซื้อสินค้าของประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยจัดกิจกรรมตลาดเฉพาะสินค้า จำนวน 4 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1 งาน “The Original Thailand’s Amazing Durian and Fruit Fest 2019” เมื่อวันที่ 19 - 25 เม.ย. 62 ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ ครั้งที่ 2 งาน “Thailand’s Amazing Durian and Fruit Fest 2019 @ Pattaya” เมื่อวันที่ 15 - 19 พ.ค. 62 ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยาบีช อ.บางละมุง จ.ชลบุรี ครั้งที่ 3 งาน “Thailand’s Amazing Durian and Fruit Fest 2019” เมื่อวันที่ 24 พ.ค. - 2 มิ.ย. 62 ณ ศูนย์การค้า Think Park อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และ ครั้งที่ 4 งาน “Thailand’s Amazing Durian and Fruit Fest 2019” เมื่อวันที่ 9 - 12 ส.ค. 62 ณ ตลาดน้ำคลองแห อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา



4. การเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

โดยดำเนินการเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบการกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น เพื่อสนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น ซึ่งถือเป็นผู้ให้บริการรับฝากเก็บในระบบโลจิสติกส์ของประเทศ ได้รับมาตรฐานตามที่กำหนด อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ และพื้นฐานที่มั่นคงแก่การพัฒนากิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น ตลอดจนพัฒนาระบบตลาด และลดต้นทุนการเก็บฝากของประเทศ ด้วยการออกตรวจติดตามผลการดำเนินงานและให้คำแนะนำเกี่ยวกับมาตรฐานด้านการรับฝากเก็บแก่ผู้ประกอบการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น ในพื้นที่จังหวัดลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ เพชรบุรี ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครราชสีมา สงขลา สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา รวมทั้งสิ้น 35 ราย

5. การสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก

5.1 ส่งเสริมและพัฒนาลาดชุมชนให้เป็น “ตลาดต้องชม”

เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ สร้างงานให้กับคนในชุมชน รวมทั้งเป็นสถานที่ที่ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวต้องแวะชมและแวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอย เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น ดังนี้



5.1.1 จัดตั้งตลาดต้องชมแห่งใหม่ จำนวน 11 แห่ง ใน 11 จังหวัด ได้แก่ (1) สิงห์บุรี (2) สกลนคร (3) พัทลุง (4) พิจิตร (5) นนทบุรี (6) ศรีสะเกษ (7) ปัตตานี (8) สระบุรี (9) ชุมพร (10) ชัยนาท และ (11) สงขลา ปัจจุบันมีตลาดชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนาเป็นตลาดต้องชมแล้ว จำนวน 224 แห่ง มูลค่าการซื้อขายรวมทั้งสิ้น 1,720.509 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 39.26

5.1.2 จัดกิจกรรมกระตุ้นและเชื่อมโยงการซื้อขายให้กับตลาดต้องชม 30 แห่ง ใน 30 จังหวัด ได้แก่ ภาพสินธุ์ กำแพงเพชร ฉะเชิงเทรา ชัยภูมิ เชียงใหม่ น่าน บึงกาฬ บุรีรัมย์ พัทลุง แม่ฮ่องสอน ระนอง ลพบุรี สกลนคร สงขลา นครพนม ยะลา ราชบุรี ลำพูน สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี อุตรดิตถ์ เชียงราย มหาสารคาม ปราจีนบุรี เลย กระบี่ นครราชสีมา ร้อยเอ็ด และระยอง



5.1.3 ประชาสัมพันธ์ตลาดต้องชม ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ได้แก่ (1) สื่อดิจิทัลบริเวณสนามบิน (LED Billboard) (2) สารคดีสั้น/สื่อบริการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ 2 สถานี 15 ตอน (3) สปอตโฆษณาทางสื่อโรงภาพยนตร์ 30 โรงภาพยนตร์ รวม 9,000 รอบ และ (4) นำสื่อมวลชนท่องเที่ยวและเยี่ยมชมตลาดต้องชม (Press Tour) เส้นทางละ 2 วัน 1 คืน จำนวน 2 เส้นทาง เส้นทางละ 15 สื่อมวลชน โดยมีผู้เดินทางรวมไม่น้อยกว่า 40 คนต่อเส้นทาง

5.1.4 เสริมสร้างความรู้และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในตลาดต้องชม เพื่อให้สามารถผลิตและแปรรูปสินค้าได้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย จำนวน 4 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 27 – 28 พ.ค. 62 ณ โรงแรมปุระนคร อ.เมือง จ.นครราชสีมา ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 3 – 4 มิ.ย. 62 ณ โรงแรมเวียงตาก อ.เมือง จ.ตาก ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 10 – 11 มิ.ย. 62 ณ โรงแรมแกรนด์ อยุธยา อ.เมือง จ.พระนครศรีอยุธยา และ ครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 27 – 28 มิ.ย. 62 ณ โรงแรมอิงธารา อ.เมือง จ.ขอนแก่น

5.2 เสริมสร้างศักยภาพตลาดริมทาง

โดยยกระดับตลาดชุมชนประเภทผักผลไม้ประจำถิ่น อาหาร และของฝาก ของที่ระลึก ให้เป็นตลาดริมทางที่น่าแวะซื้อสินค้า เพื่อสร้างรายได้และกระจายเงินสู่ชุมชนท้องถิ่น ผลการดำเนินงาน จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพตลาดริมทาง จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ (1) ตลาดศูนย์ผลไม้เขาใหญ่ อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา (2) ตลาดชุมชนพ้อตาหินช้าง อ.ท่าชะงะ จ.ชุมพร (3) ตลาดมอกล้วยไข่ อ.เมือง จ.กำแพงเพชร (4) ตลาดผลไม้หนองชะมอ จ.ปราจีนบุรี และ (5) ตลาดลานค้าชุมชนห้วยเตือ จ.หนองบัวลำภู

5.3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ตลาดชุมชน

โดยยกระดับศักยภาพทางการค้าของชุมชน ผ่านการส่งเสริมตลาดชุมชนที่มีศักยภาพ มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมชุมชน ที่โดดเด่น สามารถดึงดูดประชาชนและนักท่องเที่ยว สู่การพัฒนาเป็น “ตลาดท่องเที่ยว” ภายใต้แนวคิด ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ เมืองไทยมีวิถีชุมชนเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น ปัจจุบันมีตลาดท่องเที่ยว จำนวน 27 แห่ง ใน 28 จังหวัด มูลค่าการซื้อขายรวม 389.618 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 41.48 โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

5.3.1 จัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาผู้ค้าในตลาด เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการและผู้ค้าในตลาดในการพัฒนาตลาด และสินค้าที่จำหน่าย เป้าหมาย 20 ตลาด จำนวน 5 ครั้ง ได้แก่ (1) เมื่อวันที่ 27 – 28 พ.ค. 2562 ณ โรงแรมปุระนคร อ.เมือง จ.นครราชสีมา (2) เมื่อวันที่ 3 – 4 มิ.ย. 2562 ณ โรงแรมเวียงตาก อ.เมือง จ.ตาก (3) เมื่อวันที่ 10 – 11 มิ.ย. 2562 ณ โรงแรมแกรนด์ อยูธยา อ.เมือง จ.พระนครศรีอยุธยา (4) เมื่อวันที่ 27 – 28 มิ.ย. 62 ณ โรงแรมอิงธารา อ.เมือง จ.ขอนแก่น และ (5) เมื่อวันที่ 2 – 3 ก.ค. 2562 ณ โรงแรมดิเอ็กซ์ทรีม กรุงเทพฯ โดยมีผู้เข้าร่วมงาน รวมทั้งสิ้น 250 ราย

5.3.2 จัดงาน “ตลาดประชารัฐต้องชม EXPO 2019” เพื่อกระตุ้นค่านิยมในการท่องเที่ยวเมืองไทย ท่องเที่ยวตลาดชุมชน โดยเฉพาะตลาดต้องชม เมื่อวันที่ 9 – 13 ม.ค. 62 ณ ลานหน้า ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ โดยมีผู้เข้าร่วมงานฯ จำนวน 29,918 ราย มูลค่าการจำหน่ายสินค้า รวมทั้งสิ้น 1,487,780 บาท

5.3.3 จัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน และอุดหนุนสินค้าจาก ตลาดต้องชม และประชาสัมพันธ์ตลาดโดยบอกต่อกัน โดยจัด เส้นทางท่องเที่ยวขึ้น 8 เส้นทาง เส้นทางละ 4 ครั้ง ครั้งละ 14 – 16 คน ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี สมุทรสงคราม พระนครศรีอยุธยา นครปฐม สระบุรี สิงห์บุรี อุทัยธานี และกำแพงเพชร



5.4 จัดตั้งหมู่บ้านทำมาค้าขาย

เพื่อส่งเสริมและพัฒนากลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ให้มีการยกระดับการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ สามารถดำรงธุรกิจของชุมชนได้อย่างมั่นคง มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง และมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้า/บริการเพิ่มขึ้น โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

5.4.1 จัดตั้งหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ 5 แห่ง ในพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ (1) แพร่ (2) อุดรธานี (3) สุโขทัย (4) กำแพงเพชร และ (5) ตาก และพัฒนาเพิ่มศักยภาพให้หมู่บ้านทำมาค้าขายที่จัดตั้งแล้ว 15 แห่ง ปัจจุบันมีหมู่บ้านทำมาค้าขายในการส่งเสริมของกรมการค้าภายใน จำนวน 20 แห่ง ใน 15 จังหวัด

5.4.2 เชื่อมโยงการจำหน่ายและขยายช่องทางการตลาด ให้กับหมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าจากหมู่บ้านทำมาค้าขาย เมื่อวันที่ 22 – 25 ส.ค. 62 ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน กรุงเทพฯ โดยมีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 124,686,402 บาท เมื่อเทียบกับปี 2561 เพิ่มขึ้น 31,301,764 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 33.52



การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

กรมการค้าภายในมีการกำกับดูแลความเป็นธรรมด้านราคาสินค้าในทุกช่วงการค้า ทั้งราคาต้นทุน (ราคา ณ โรงงาน) ราคากลางทาง (ราคาขายส่ง) และราคาปลายทาง (ราคาจำหน่ายปลีก) ให้เหมาะสมเป็นธรรม ไม่มีการฉวยโอกาสปรับขึ้นราคาสินค้า และปริมาณมีเพียงพอ รวมทั้งลดภาระค่าครองชีพประชาชน ให้เป็นไปตามนโยบายการดูแลราคา โดยมีการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

1. การดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภค

โดยกำหนดรายการสินค้าและบริการควบคุม จำนวน 52 รายการ (สินค้า 46 รายการ บริการ 6 รายการ) ตามอำนาจพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 และมีรายการสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล 227 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 22 รายการ) เพื่อติดตาม ตรวจสอบราคา และสถานการณ์ของสินค้า มิให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบผู้บริโภค ดังนี้

1.1 ดูแลราคาต้นทุน (ราคา ณ โรงงาน)

เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนและเป็นธรรม โดยแบ่งการกำกับดูแลสินค้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบนำเข้า (2) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก (3) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบทั้งในประเทศและนำเข้า (4) กลุ่มอาหารสด ซึ่งหากจำเป็นต้องปรับราคา จะพิจารณาให้ปรับราคาตามภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจริง โดยเฉพาะหมวดอาหารสด เนื่องจากราคามีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล จึงมีการตรวจสอบราคา และเข้มงวดให้แสดงราคาสินค้า รวมทั้งประกาศราคาแนะนำ



1.2 ดูแลราคากลางทาง (ราคาจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่ง)

โดยดูแลราคาจำหน่ายส่งให้มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคาต้นทุน (ณ โรงงาน) เพื่อมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบทั้งด้านราคาจำหน่ายและปริมาณ

1.3 ดูแลราคาปลายทาง (ราคาจำหน่ายปลีก)

โดยตรวจสอบติดตามราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตและกำหนดระดับความสำคัญของสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกเดือน จำนวน 227 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 22 รายการ) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- (1) Sensitive List (SL) : สินค้าที่มีความอ่อนไหวพิเศษ ติดตามราคาและภาวะเป็นประจำทุกวัน
- (2) Priority Watch (PWL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง
- (3) Watch List (WL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปี/เดือน

2. การกำหนดมาตรการเพื่อกำกับดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนี้

2.1 มาตรการทางกฎหมายสำหรับสินค้าและบริการควบคุม

โดยกำหนดมาตรการตามสถานการณ์ของสินค้าและความจำเป็น อาทิ การเปลี่ยนแปลงราคาต้องได้รับอนุญาต และการให้แจ้งปริมาณสถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย เป็นต้น และกำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องแสดงราคาจำหน่ายปลีก จำนวน 290 รายการ (สินค้า 240 รายการและบริการ 50 รายการ) และการแสดงราคาซื้อสินค้าเกษตร จำนวน 32 รายการ

2.2 มาตรการบริหาร

โดยขอความร่วมมือผู้ประกอบการแจ้งเปลี่ยนแปลงรายการ ราคาหรือปริมาณก่อนจำหน่าย 15 วัน และประกาศราคาจำหน่ายปลีกแนะนำของแต่ละสินค้า เช่น เนื้อหมู ไข่ไก่ อาหารปรุงสำเร็จ



3. การดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์

เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้บริโภค ดังนี้

3.1 มาตรการดูแล

(1) ให้โรงพยาบาลเอกชนแจ้งข้อมูลราคาซื้อ ราคาจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการรักษาพยาบาล และบริษัทผู้ผลิต ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย แจ้งราคาขายที่จำหน่ายให้กับ โรงพยาบาลเอกชน

(2) ให้โรงพยาบาลจัดทำ QR Code (เปรียบเทียบราคา) แสดงภายในบริเวณโรงพยาบาล เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการสามารถ เข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้โดยสะดวก และแจ้งราคาฯ ให้ผู้ป่วย ทราบก่อนจำหน่ายหรือให้บริการ

ผลการดำเนินงาน มีผู้ใช้เว็บไซต์กรมการค้าภายใน (www.dit.go.th) และแสกน QR Code รวม 188,909 ครั้ง

(3) ให้โรงพยาบาลประเมินค่ารักษาตามการวินิจฉัยเบื้องต้น ให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้ง รวมทั้งออกใบสั่ง และใบแจ้งราคาขาย ให้ผู้ป่วยนอกทราบล่วงหน้าทุกครั้ง

หน้าทีโรงพยาบาลเอกชน

บริการตามหลักเกณฑ์

- บริการรักษาพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน
- บริการรักษาพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน
- บริการรักษาพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน

แจ้งข้อมูล

- ราคาซื้อยา เวชภัณฑ์
- ราคาขายยา เวชภัณฑ์
- ราคาบริการรักษาพยาบาล

หน้าทีโรงพยาบาลเอกชน

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

3.2 การดำเนินงาน

จัดตั้งศูนย์รับแจ้งความคดี ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์ (Center for Legal Report Filings on Medicine, Medical Supply and Medical Treatment Cases) ณ ชั้น 3 กรมการค้าภายใน เพื่อให้ประชาชนร้องเรียนกรณีโรงพยาบาล เอกชนคิดค่ายา และค่ารักษาพยาบาลไม่เป็นธรรม ขณะนี้มีการร้องเรียนแล้ว จำนวน 33 เรื่อง



4. การลดต้นทุนปัจจัยการผลิตนาข้าวและพืชชนิดอื่นๆ

โดยขอความร่วมมือผู้ประกอบการปุ๋ยเคมีปรับลดราคาจำหน่ายปุ๋ยเคมีสำเร็จรูปตั้งแต่เดือน มี.ค. - ส.ค. 62 จำนวน 33 สูตร โดยปรับลดราคาตั้งแต่ 10 - 50 บาท/กระสอบ (50 กก.) ดังนี้ (1) ปุ๋ยเคมีที่ใช้ในนาข้าว 5 สูตร ได้แก่ สูตร 46-0-0, สูตร 16-20-0, สูตร 16-8-8, สูตร 16-16-8 และสูตร 15-15-15 และ (2) ปุ๋ยที่ใช้กับพืชชนิดอื่น ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา ผลไม้



5. การติดตามตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด

โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าต่างๆ เพื่อป้องกันการกักตุนและฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม และตรวจสอบการปิดป้ายแสดงราคา รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่านสายด่วน 1569 กรมการค้าภายใน ซึ่งดำเนินการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ผลการดำเนินงาน ได้ดำเนินการตรวจสอบ รวมทั้งสิ้น 133,788 ราย พบการกระทำผิด จำนวน 190 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 253,600 บาท



6. การตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ

ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยออกตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและมาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิงให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง การบรรจุภัณฑ์ให้มีน้ำหนักครบถ้วน และสินค้าหีบห่อถูกต้องได้มาตรฐาน รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเครื่องชั่งตวงวัดที่ใช้ในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อป้องกันการกีดราคาซื้อขายผลผลิตจากเกษตรกร ผลการดำเนินงาน ได้ดำเนินการตรวจสอบ รวมทั้งสิ้น 4,049,883 เครื่อง/หีบห่อ (ตรวจสอบให้คำรับรอง 3,066,293 เครื่อง ตรวจสอบขณะใช้งาน 390,091 เครื่อง และตรวจสอบสินค้าหีบห่อ 593,499 หีบห่อ) พบผิดจำนวน 27,061 เครื่อง/หีบห่อ (เครื่องชั่งตวงวัด 25,984 เครื่อง สินค้าหีบห่อ 1,077 หีบห่อ) ดำเนินการยึด ผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด



7. การสร้างการมีส่วนร่วมภาคประชาชน เพื่อสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ดังนี้

7.1 จัดตั้งเครือข่าย “อาสาองฟ้า 1569”

เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม สะท้อนปัญหา ให้ข้อคิดเห็น และเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กรมการค้าภายใน ปัจจุบันมีสมาชิก รวมทั้งสิ้น 5,550 คนทั่วประเทศ แบ่งเป็น ประเภทประจำ 550 คน และประเภทอาสาสมัคร 5,000 คน โดยในปี 2562 กรมการค้าภายในได้จัดสัมมนาเพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในการกำกับดูแลราคาสินค้าและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมแก่สมาชิกในเครือข่าย จำนวน 3 ครั้ง ใน 3 จังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก อุตรดิตถ์ และชลบุรี โดยมีผู้เข้าสนใจร่วมสัมมนา รวมทั้งสิ้น 315 ราย



7.2 จัดตั้งเครือข่ายอาสาขายตรงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เพื่อให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแลพฤติกรรมการใช้เครื่องชั่งในการซื้อขายสินค้าของผู้ค้าในตลาดสด โดยจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ดูแลตลาดสดทั่วประเทศในเรื่องการกำกับดูแลเครื่องชั่งที่ใช้ในการซื้อขายในตลาดสดให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง โดยมีผู้เข้ารับการอบรมเพื่อเป็นเครือข่าย จำนวนทั้งสิ้น 1,801 ราย



7.3 จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้และการมีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ผู้บริโภคให้แก่เยาวชน

เพื่อส่งเสริมให้ภาคประชาชนโดยเฉพาะเยาวชนคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ผู้บริโภค จำนวน 5 ครั้ง ใน 4 ภูมิภาค ได้แก่ (1) ภาคเหนือ (2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2 ครั้ง) (3) ภาคกลาง และ (4) ภาคใต้ โดยมีเยาวชนจากโรงเรียน/สถาบันการศึกษาเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งสิ้น 750 ราย



8. การเสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานทางการค้า

เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและมีการประกอบการที่ดีตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด โดยดำเนินโครงการ “สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร” เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการฯ ว่าได้รับปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงครบเต็มจำนวนลิตรที่ซื้อ

ผลการดำเนินงาน กรมการค้าภายในได้จัดทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือกับบริษัทผู้ค้าน้ำมัน จำนวน 10 บริษัท ซึ่งมี 6,884 แห่ง โดยมีสถานีบริการเข้าร่วมโครงการฯ แล้ว จำนวน 4,646 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 67.49 สำหรับสถานีบริการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมัน ยังไม่แจ้งรายชื่อ กรมฯ ได้ดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการตรวจสอบความเที่ยงตรงของมาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิงแก่ผู้ดูแลสถานีบริการแล้ว 6 บริษัท รวม 20 ครั้ง นอกจากนี้ ได้ประสานบริษัทผู้ค้าน้ำมันจัดอบรมและจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมบรรยายให้ความรู้เพื่อส่งเสริมให้สถานีบริการน้ำมันเข้าร่วมโครงการฯ เพิ่มขึ้น



9. การส่งเสริมให้มีมาตรฐานทางการค้าด้านสินค้าหีบห่อ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมสินค้าที่บรรจุในหีบห่อ และรักษาระดับความเชื่อมั่นระหว่างการค้าขายสินค้าที่บรรจุในหีบห่อ ภายในประเทศและอาเซียน โดยจัดทำโครงการ “เสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” เพื่อเสริมสร้างความสามารถให้กับผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อสู่มาตรฐานสากล และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหีบห่อที่ได้มาตรฐาน ปริมาณครบถ้วน

ผลการดำเนินงาน กรมการค้าภายในได้มอบหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองสินค้าหีบห่อแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานการบรรจุหีบห่อแล้ว จำนวน 39 รายการ



10. การพัฒนางานด้านชั่งตวงวัด เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

10.1 ปรับปรุงแก้ไขอนุบัญญัติที่ออกตาม พ.ร.บ. มาตรฐานชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการกำกับดูแลงานด้านชั่งตวงวัด และการกำกับดูแลสินค้าหีบห่อให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย และเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน อาทิ ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดชนิด ลักษณะของเครื่องวัดรายละเอียดของวัสดุที่ใช้ผลิต อัตราเมื่อเหลือเมื่อขาด และอายุคำรับรอง เป็นต้น

10.2 ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานชั่งตวงวัดระหว่างประเทศ

โดยเข้าร่วมประชุม Asia Pacific Legal Metrology Forum and Working Groups ครั้งที่ 26 ณ ประเทศเวียดนาม ระหว่างวันที่ 6 – 8 พ.ย. 62 เพื่อร่วมพัฒนางานชั่งตวงวัดในแถบภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกให้มีมาตรฐานและเป็นไปตามมาตรฐานสากล

10.3 ศึกษาความสำคัญของการกำกับดูแลเครื่องวัดสินค้าเกษตรที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกร

เพื่อสนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม ลดอุปสรรคทางการค้า และยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

10.4 ศึกษากระบวนการหากรับข้าว และเตรียมความพร้อมในการรับรองเครื่องมือวัดกรับข้าว

โดยศึกษารูปแบบ เครื่องมืออุปกรณ์ วิธีการที่เหมาะสมในการวัดคุณภาพข้าว (กรัมข้าว) เพื่อกำหนดราคาจำหน่ายข้าวเปลือก โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

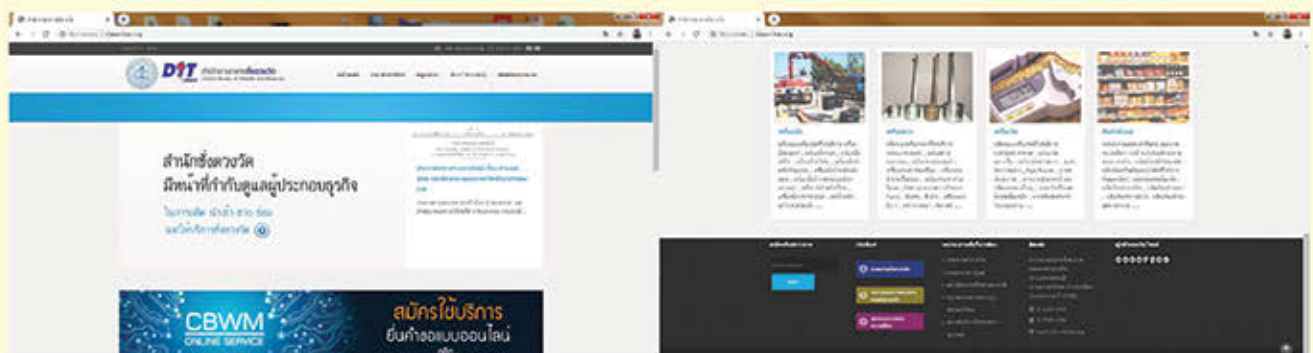
10.5 ศึกษาและเตรียมความพร้อมในการกำกับดูแลซอฟต์แวร์ ที่ใช้งานร่วมกับเครื่องชั่งรถยนต์

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบเครื่องชั่งรับซื้อสินค้าเกษตร เพื่อการคุ้มครองเกษตรกร ประชาชน และผู้เกี่ยวข้องในการซื้อขายสินค้าเกษตร รวมทั้งยกระดับการกำกับดูแลให้ทันสมัย มีมาตรฐาน น่าเชื่อถือ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในยุคดิจิทัลยิ่งขึ้น



10.6 พัฒนาการให้บริการด้านชั่งตวงวัดแบบออนไลน์ (Online)

โดยปรับปรุงระบบฐานข้อมูลชั่งตวงวัด และเพิ่มช่องทางขอรับบริการด้านชั่งตวงวัดผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ของกองชั่งตวงวัด (www.cbwmthai.org) โดยมีผู้ยื่นคำขอผ่านระบบออนไลน์ของกองชั่งตวงวัดแล้ว จำนวน 13,651 คำขอ



การบูรณาการการค้าครองชีพของประชาชน

กรมการค้าภายในได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการลดภาระค่าครองชีพ เพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี ในราคายุติธรรม ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป และเพิ่มช่องทางการระบายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิต และรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้สินค้ามีการหมุนเวียน เกิดการผลิต และการจ้างงานเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด

โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ รวมถึงสินค้าเกษตรให้แก่ประชาชนตามแหล่งชุมชน ในราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป จำนวน 2,285 ครั้ง ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค โดยมียอดจำหน่ายรวม 300.31 ล้านบาท และสามารถลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชน จำนวน 2.32 ล้านคน หรือคิดเป็นมูลค่า 128.71 ล้านบาท



2. จัดทำโครงการ “ธงฟ้าประชารัฐ” เพื่อช่วยเหลือด้านค่าครองชีพแก่ผู้มีรายได้น้อย ดังนี้



2.1 ร่วมกับภาคเอกชน ภายใต้โครงการ “ธงฟ้าประชารัฐ”

จำหน่ายสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพราคาลดพิเศษต่ำกว่าราคาปกติ ร้อยละ 15 - 20 ในร้านค้าปลีกแบบถาวรเพื่อลดค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้แก่ประชาชน รวมทั้งเพิ่มรายได้ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีก โดยมีร้านค้าสมัครเข้าร่วมโครงการฯ แล้วจำนวน 119,154 ร้านค้า

2.2 ร่วมกับผู้ประกอบการ 3 กลุ่ม

ได้แก่ (1) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำมันพืช (2) กลุ่มสินค้าอุปกรณ์การศึกษา เช่น เครื่องแบบนักเรียน อุปกรณ์การเรียน (3) กลุ่มสินค้าปัจจัยการผลิตทางการเกษตร เช่น ปุ๋ยเคมี ให้นำสินค้ามาจำหน่ายในร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จำนวน 92 สินค้า 697 รายการ จากผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 80 ราย



2.3 บูรณาการการดำเนินงานร่วมกับโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ

เพื่อช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยของรัฐบาล โดยให้ผู้ถือบัตรฯ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 14.607 ล้านราย สามารถซื้อสินค้าผ่านบัตรฯ ในร้านธงฟ้าประชารัฐที่มีการติดตั้งเครื่องรูดบัตร EDC ได้ตามวงเงินและเงื่อนไขที่กรมบัญชีกลางกำหนด ซึ่งกรมการค้าภายในได้ดำเนินการติดตั้งเครื่อง EDC ให้กับร้านธงฟ้าประชารัฐแล้ว จำนวนทั้งสิ้น 33,448 เครื่อง โดยมียอดใช้จ่ายผ่านบัตรฯ แล้ว รวมทั้งสิ้น 83,049.25 ล้านบาท



2.4 ผลักดันการใช้แอปพลิเคชัน “ถุงเงินประชารัฐ” ในร้านค้ารายย่อย

เพื่อเพิ่มทางเลือกในการใช้จ่ายใช้สอยให้กับผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และขยายโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีร้านค้าเปิดให้บริการแอปพลิเคชันดังกล่าวแล้ว จำนวน 53,197 ร้านค้า



2.5 จัดทำฐานข้อมูลกลาง “ธงฟ้าประชารัฐ” ของกระทรวงพาณิชย์

เพื่อบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายในกระทรวงพาณิชย์ และกำกับดูแลร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ



2.6 ดำเนินโครงการยกระดับและเชื่อมโยงเครือข่ายร้านค้าธงฟ้าพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

โดยจัดอบรมและเชื่อมโยงเครือข่ายร้านค้าธงฟ้า เพื่อขยายช่องทางการตลาดและเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าธงฟ้าในเรื่องการจัดทำบัญชี การบริหารจัดการร้านค้า และการบริหารภาษีอย่างถูกวิธี จำนวน 5 ครั้ง ใน 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ (จังหวัดพิษณุโลก) ภาคกลาง (จังหวัดชลบุรี และจังหวัดปทุมธานี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) และภาคใต้ (จังหวัดสงขลา) โดยมีผู้ประกอบการร้านค้าธงฟ้าเข้าร่วมการอบรมและเชื่อมโยงฯ จำนวน 2,572 ราย จับคู่เชื่อมโยง 2,707 ราย คิดเป็นมูลค่า 9,782,801 บาท



2.7 จัดพิธีลงนามความร่วมมือการยกระดับการพัฒนา “โครงการธงฟ้าประชารัฐ 4.0” กับภาคเอกชน

เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในการส่งเสริมสนับสนุนร้านค้าธงฟ้าให้มีสินค้าและบริการที่ครบถ้วนทันสมัย สามารถแข่งขันกับห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อได้

2.8 พัฒนาร้านธงฟ้าประชารัฐที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เป็นธงฟ้าประชารัฐ 4.0

โดย (1) สนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการร้าน (2) ผลักดันให้เป็นจุดกระจายสินค้าให้กับร้านค้าธงฟ้ารายอื่น และ (3) ยกระดับพัฒนาไปสู่การค้าขายแบบออนไลน์โดยมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง

3. จัดทำโครงการร้านอาหารหมู่บ้าน

จำหน่ายอาหารจานเดียวในราคาจาน/ชามละ 25 – 35 บาท เพื่อลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนและเป็นกลไกขึ้นราคาอาหารจานเดียวของร้านอาหารทั่วไป โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

3.1 รับสมัครร้านอาหารเข้าร่วมโครงการฯ

ปัจจุบันมีร้านค้า เข้าร่วมโครงการฯ แล้ว จำนวนทั้งสิ้น 16,131 ร้าน (กรุงเทพฯ 4,654 ร้าน ส่วนภูมิภาค 11,423 ร้าน และ Food Truck 54 ร้าน) และสามารถลดค่าครองชีพประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณ ร้อยละ 10 -15 ของเงินค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารต่อวัน หรือประมาณวันละ 24.31 ล้านบาท

3.2 จัดระดับคุณภาพร้านอาหารหมู่บ้าน (เกรด A B C)

โดยมีร้านอาหารหมู่บ้านที่ได้รับการประเมินแล้ว จำนวน 14,646 ร้าน แบ่งเป็น เกรด A จำนวน 2,304 ร้าน เกรด B จำนวน 7,750 ร้าน เกรด C จำนวน 4,592 ร้าน และอยู่ระหว่างจัดลำดับ จำนวน 1,485 ร้าน

3.3 พัฒนาร้านอาหารหมูหย็ยเป็นร้านอาหาร “หมูหย็ยติดดาว”

โดยยกระดับร้านอาหารหมูหย็ยที่มีคุณสมบัติ “อร่อย คุณภาพดี สะอาด ประหยัด” ให้เป็นร้านอาหารหมูหย็ยติดดาว เพื่อส่งเสริมให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนและนักท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยพัฒนาให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น ผลการดำเนินงาน มีร้านอาหารหมูหย็ยติดดาว จำนวน 857 ร้าน (กรุงเทพฯ 79 ร้าน ส่วนภูมิภาค 778 ร้าน)



4. จัดทำโครงการลดภาระค่าครองชีพผู้บริโภคข้าวเหนียว

เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยและผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐที่ได้รับผลกระทบจากราคาจำหน่ายข้าวสารเหนียวปรับตัวสูง เนื่องจากสถานการณ์ภัยแล้งในช่วงเดือน มิ.ย. – ก.ค. 62 ในหลายพื้นที่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือตอนล่าง และภาคกลาง โดยจัดหาข้าวสารเหนียวมาบรรจุถุง 2 ขนาด คือ ถุงขนาด 2 กิโลกรัม และถุงขนาด 5 กิโลกรัม เพื่อนำไปจำหน่ายผ่านร้านธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น จำนวน 1,127 ร้านค้า ใน 53 จังหวัด โดยจัดจำหน่ายในราคาถุงละ 70 บาท สำหรับถุงขนาด 2 กิโลกรัม และ 160 บาทสำหรับถุงขนาด 5 กิโลกรัม



5. จัดกิจกรรมลดราคาจำหน่ายสินค้า

เพื่อลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในช่วงเทศกาลต่างๆ และบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดังนี้

5.1 จัดงานมหกรรมลดราคาสินค้า “ลดหนักจัดเต็ม New Year Grand Sale”

โดยร่วมกับสมาคมผู้ค้าปลีกไทย สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ในห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อกว่า 15,300 แห่งทั่วประเทศ ลดราคาจำหน่ายสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดของใช้ประจำวัน เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องนอน เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า และวัสดุก่อสร้าง ร้อยละ 10 - 80 ระหว่างวันที่ 13 ธ.ค. 61 – 9 ม.ค. 62 รวม 28 วัน มียอดจำหน่ายประมาณ 55,000 ล้านบาท และสามารถลดค่าครองชีพประชาชนได้กว่า 16,500 ล้านบาท



5.2 จัดงาน “มหกรรมธงฟ้า ลดค่าครองชีพต้อนรับปีใหม่ 2562”

เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนในการซื้อสินค้าราคาถูก และลดภาระค่าครองชีพ เมื่อวันที่ 24 – 27 ธ.ค. 61 ณ บริเวณลานอเนกประสงค์ ชั้น 3 กระทรวงพาณิชย์ โดยในงานฯ มีการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ อาทิ ไข่ไก่ น้ำตาลทราย ข้าวสารหอมมะลิน้ำมันปาล์ม เป็นต้น ในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20 – 40

5.3 จัดงาน “มหกรรมชมน้ำตาช่วยเหลือผู้ประสบภัยปาบิก”

เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพายุปาบิกในพื้นที่ภาคใต้ ดังนี้

5.3.1 จัดหาถุงยังชีพ จำนวน 2,400 ชุด มอบให้ผู้ประสบภัยพายุปาบิกในพื้นที่ภาคใต้

5.3.2 จัดงาน “มหกรรมจำหน่ายสินค้าชุมชนชมน้ำตาช่วยเหลือผู้ประสบภัยชาวใต้” เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประสบภัย เมื่อวันที่ 4 – 7 ก.พ. 62 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ โดยมีผู้ร่วมงาน รวมทั้งสิ้น 10,466 ราย มูลค่าการจำหน่ายรวม 1,884,701 บาท

5.3.3 จัดงาน “มหกรรมธงฟ้าชมน้ำตาชาวใต้” ในพื้นที่ภาคใต้ 4 จังหวัด ได้แก่ (1) สงขลา (2) นครศรีธรรมราช (3) สุราษฎร์ธานี และ (4) ชุมพร เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและลดภาระค่าครองชีพให้แก่ผู้ประสบภัย โดยมีผู้เข้าร่วมงานจำนวนทั้งสิ้น 95,000 ราย มูลค่าการจำหน่ายรวม 47,536,835 บาท และสามารถลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชนทั่วไป และผู้ประสบภัยได้ประมาณ 20,372,925 บาท



5.4 จัดงาน “รวมใจ...เพิ่มสุข...ข้อปสนุก...ลดรับเปิดเทอม”

ระหว่างวันที่ 25 เม.ย. – 15 พ.ค. 62 โดยร่วมกับสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และผู้ประกอบการร้านค้าเครื่องแบบนักเรียน ลดราคาจำหน่ายเครื่องแบบนักเรียนและอุปกรณ์การเรียน สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ อาทิ ข้าวสารบรรจุถุง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป น้ำมันพืช สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก กระดาษชำระ เป็นต้น โดยลดราคาสูงสุด ร้อยละ 70 ซึ่งสามารถลดภาระค่าครองชีพประชาชนได้ร้อยละ 30 หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า 8,000 ล้านบาท



6. จัดทำ Mobile Application “ลายแทงของถูก”

เพื่อแสดงข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้าและส่งเสริมการขายสินค้าในราคาประหยัดหรือราคาถูกในแต่ละพื้นที่หรือร้านค้า รวมทั้งแสดงข้อมูลร้านอาหาร “หนูณิชย์....พาชิม” ได้แก่ ชื่อร้าน สถานที่ตั้ง แผนที่ รายการอาหาร เพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจและเลือกซื้อสินค้าแบบ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ผลการดำเนินงาน มีผู้ดาวน์โหลด Application จำนวน 9,488 ราย และเปิดใช้งานแล้ว รวมทั้งสิ้น 53,065 ครั้ง



7. จัดทำโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

เพื่อรณรงค์และประชาสัมพันธ์แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภครู้จักการเลือกซื้อสินค้าอย่างฉลาดและคุ้มค่า เปรียบเทียบราคาและปริมาณ และใช้จ่ายอย่างประหยัด โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

7.1 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยการเดินรณรงค์ (Troop)

ณ ตลาดประชารัฐต้องชมในเขตกรุงเทพฯ และในภูมิภาค 4 ภูมิภาค จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ (1) ตลาดน้ำวัดพระยาสุเรนทร์ กรุงเทพฯ (2) ตลาดน้ำสองคลองวัดดลิ่งชัน กรุงเทพฯ (3) ถนนคนเดินเมืองสุโขทัยธานี จ.สุโขทัย (4) กาดนึ่งยองคลองย่ำม จ.ตาก (5) ตลาดจีนโบราณบ้านซางแกว จ.ชลบุรี (6) ตลาดวัดพระนอนจักรสีห์ จ.สิงห์บุรี (7) ตลาดน้ำคลองแห จ.สงขลา (8) ตลาดใต้โหนด จ.พัทลุง (9) ถนนคนเดินสาเกตนคร จ.ร้อยเอ็ด และ (10) ตลาดต้นตาล จ.ขอนแก่น เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนผู้บริโภคในเรื่องสิทธิและการรักษาสิทธิของตนเอง รวมทั้งมอบรางวัล “ผู้ค้าต้นแบบ” แก่ผู้ประกอบการในตลาดต้องชมที่ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ของกรมการค้าภายใน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โครงการตามภารกิจหลักของกรมฯ ในด้านการลดภาระค่าครองชีพ และด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก



7.2 ประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media)

ได้แก่ Facebook Fanpage “รวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน” และ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” และประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ในความรับผิดชอบของกรมฯ ในด้านการลดภาระค่าครองชีพ และด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้แก่ประชาชนผู้บริโภคได้รู้รู้อย่างทั่วถึง

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้



1. จัดให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ ณ บริเวณชั้นล่างของตึกอาคาร (ห้อง 20301 ชั้น 3) เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการติดต่อขอรับข้อมูลด้วยตนเองตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 โดยมีผู้ใช้บริการ จำนวน 2 ราย

2. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ เพื่อให้คำแนะนำและบริการข้อมูลแก่ประชาชนที่มาขอข้อมูล พร้อมทั้งจัดทำป้ายแสดงที่ตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสาร/ป้ายบอกทางให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน รวมทั้งปรับปรุงดัชนีข้อมูลข่าวสารและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นระบบ โดยมีข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน

3. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามที่กฎหมายกำหนดผ่านทางเว็บไซต์ (www.dit.go.th) ในหัวข้อ “ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ” และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา โดยมีผู้ใช้บริการ จำนวน 22,300 ราย

4. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ตามคำสั่งกรมการค้าภายในที่ 48/2557 ลงวันที่ 10 มีนาคม 2557 ประกอบด้วย รองอธิบดี เป็นประธาน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์ ผู้อำนวยการทุกสำนัก/กอง/ศูนย์ เป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการกองนิติการเป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อพิจารณาจัดวางระบบและการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ประชาชนเข้าตรวจดูข้อมูลข่าวสาร การขอสำเนา การรับรองสำเนา ฯลฯ

5. เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร โดยมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ประชาชนรับทราบผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ วิทยู เป็นต้น

6. เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สายด่วน 1569 รับฟังความคิดเห็น กระดานข่าว เป็นต้น โดยมีผู้ร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 จำนวน 1,540 ราย



ส่วนที่

3

บทความ

- การดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์
- การประกันรายได้ เพื่อสร้างหลักประกันในรายได้และอาชีพให้แก่เกษตรกร
- การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจการค้า ด้วยการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลการชั่งตวงวัด

กรมการค้าภายในมีภารกิจหลักในการกำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุน มีปริมาณ ครบถ้วน ถูกต้อง และเพียงพอกับความต้องการ ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 เพื่อให้ประชาชนได้รับความความเป็นธรรม ในการซื้อสินค้าและบริการ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าและ บริการที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชน ปัจจุบันมีสินค้าที่อยู่ในการกำกับดูแลจำนวน 227 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 22 รายการ)



ในปี 2562 ประเด็นเรื่องการคิดค่ายา เวชภัณฑ์ และ ค่ารักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนได้รับความสนใจ จากสาธารณชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีประชาชนจำนวนมาก ได้รับความเดือดร้อนจากการเข้าไปใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน และมีการร้องเรียนไปยังหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องให้เข้ามา กำหนดมาตรการควบคุมการคิดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ของโรงพยาบาลเอกชนที่เป็นธรรม ซึ่งกรมการค้าภายในได้ให้ ความสำคัญและดำเนินการในเรื่องดังกล่าว โดยได้ออกประกาศ คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้า และบริการ ฉบับที่ 87 พ.ศ. 2562 ลงวันที่ 4 กรกฎาคม 2562 เรื่อง การแจ้งราคา การกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไขเกี่ยวกับการจำหน่ายยา วัสดุ เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล บริการทางการแพทย์ และบริการอื่น ของสถานพยาบาล โดยกำหนดให้โรงพยาบาลเอกชนต้องปฏิบัติตาม ประกาศฯ รวมทั้ง มีการสร้างเครือข่ายบูรณาการการทำงานร่วมกัน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาสังคม อาทิ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริม

การประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สมาคมประกันชีวิตไทย สมาคมประกันวินาศภัยไทย เป็นต้น ทั้งนี้ ได้กำหนดหลักการในการกำกับดูแลไว้ 3 ประการ ได้แก่

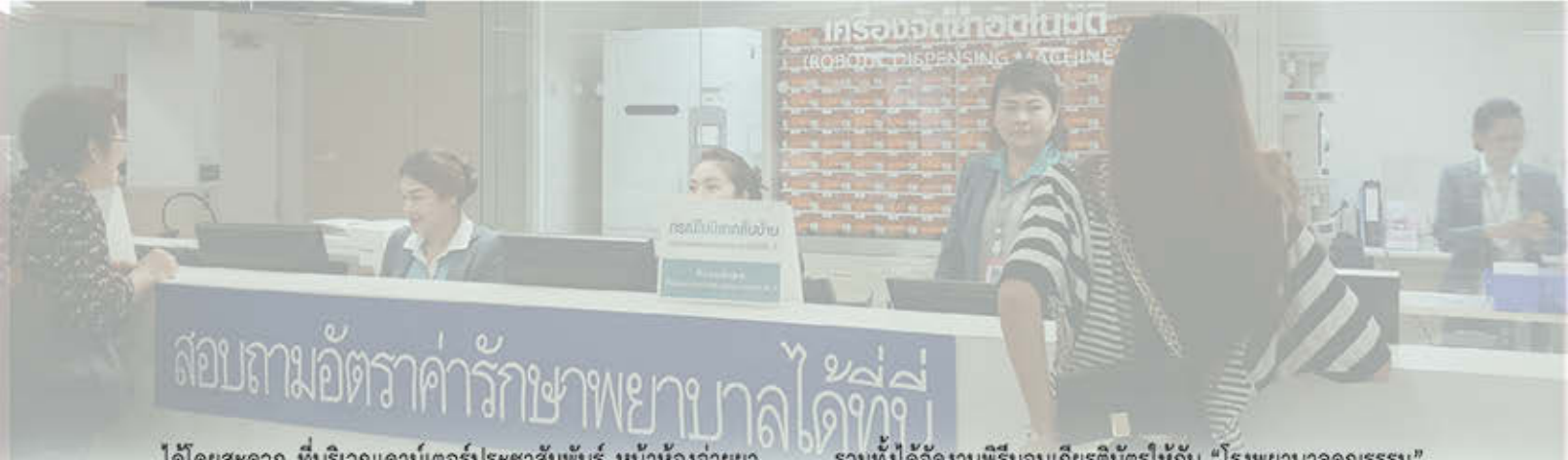
(1) ราคาโปร่งใส เป็นธรรม (Fair Price) : โดยให้ โรงพยาบาลเอกชน ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายส่ง แจ้งราคาซื้อ ราคาจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์ให้แก่ กรมการค้าภายใน เพื่อเผยแพร่ราคาจำหน่ายของโรงพยาบาลเอกชน แต่ละแห่งผ่านเว็บไซต์กรมการค้าภายใน (www.dit.go.th)



และกรณีที่จะเปลี่ยนแปลงราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการ ทางการแพทย์ ต้องแจ้งให้กรมการค้าภายในทราบล่วงหน้า ก่อนปรับราคาไม่น้อยกว่า 15 วัน



(2) ผู้บริโภคต้องมีทางเลือก (Consumer's Choices) โดยให้โรงพยาบาลเอกชนจัดแสดง QR Code ไว้อย่างเปิดเผย เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบราคา บนเว็บไซต์ของกรมการค้าภายใน ซึ่งมีจำนวน 12,700 รายการ



ได้โดยสะดวก ที่บริเวณเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ หน้าห้องจ่ายยา หน้าห้องชำระเงิน หน้าห้องเวชระเบียน และจุดที่เหมาะสมอย่างน้อย 3-4 จุด โดยมีผู้ใช้บริการแล้ว จำนวน 204,386 ราย (ตั้งแต่วันที่ 16 สิงหาคม 2562 ถึงวันที่ 28 มกราคม 2563) และกรณีผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลจะต้องจัดทำใบสั่งยาตามมาตรฐานการประกอบวิชาชีพเวชกรรมและใบแจ้งราคายาให้ผู้ป่วยทราบล่วงหน้าทุกครั้ง

(3) การรักษาที่สมเหตุสมผล (Reasonable Treatment) : โดยให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค



เพื่อทำหน้าที่พิจารณาความเหมาะสมในการรักษาพยาบาลแก่ผู้ป่วยกรณีที่ผู้ป่วยเห็นว่าการจ่ายยาหรือเวชภัณฑ์หรือให้การรักษาพยาบาลที่เกินความจำเป็น คณะอนุกรรมการจะทำหน้าที่ประสานและแจ้งความเห็นไปยังหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาดำเนินการตามกฎหมายต่อไป พร้อมทั้งจัดตั้ง “ศูนย์รับแจ้งความคืบหน้า เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์” ณ ชั้น 3 กรมการแพทย์ เพื่อรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาล ขณะนี้มีเรื่องร้องเรียน จำนวน 40 เรื่อง ดำเนินการแล้ว 8 เรื่อง และอยู่ระหว่างดำเนินการ 32 เรื่อง

นอกจากนี้ ได้จัดกลุ่มโรงพยาบาลสีเขียว หรือ โรงพยาบาลคุณธรรม ที่มีการจำหน่ายยาในราคาที่เป็นธรรม จำนวน 166 แห่ง ครอบคลุม 57 จังหวัด จากจำนวนโรงพยาบาล 356 แห่ง และได้เผยแพร่รายชื่อกลุ่มโรงพยาบาลสีเขียวผ่านเว็บไซต์กรมการแพทย์ (www.dit.go.th) เพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนตัดสินใจก่อนเข้ารับการรักษาพยาบาล

รวมทั้งได้จัดงานพิธีมอบเกียรติบัตรให้กับ “โรงพยาบาลคุณธรรม” เพื่อเป็นการประกาศยกย่องโรงพยาบาลที่คิดราคายาที่เป็นธรรมแก่ผู้ใช้บริการ โดยมีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฎ์) เป็นประธานมอบเกียรติบัตร เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2562 ณ ห้องบุรฉัตรไชยากร ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ การดำเนินการต่อไป เผยแพร่ค่าบริการทางการแพทย์ จำนวน 300 รายการ ผ่านเว็บไซต์กรมการแพทย์ภายในและ QR Code เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบค่าบริการ



ทางการแพทย์ก่อนเข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลการรักษาพยาบาล เพื่อสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และเกิดประโยชน์ให้กับประชาชน ในการรับบริการจากโรงพยาบาลเอกชนมากยิ่งขึ้น

ปัญหาราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นควบคู่กับภาคเกษตรกรรมไทยมาโดยตลอด และเป็นประเด็นที่รัฐบาลชุดปัจจุบันให้ความสำคัญและหาวิธีการที่เหมาะสมเพื่อช่วยเหลือให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นธรรม และสามารถดำรงชีพอยู่ได้ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกและความผันผวนของราคาพืชผลการเกษตร รัฐบาลจึงได้กำหนดเป็นมาตรการ และนโยบายสำคัญต่างๆ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาให้กับพี่น้องเกษตรกร



การประกันรายได้ก็เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่มุ่งหวังให้เกษตรกรมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พร้อมทั้งสร้างหลักประกันความมั่นคงในการประกอบอาชีพให้แก่เกษตรกร โดยมีหลักการสำคัญคือ การให้เกษตรกรมีรายได้ชดเชยจากสถานการณ์ราคาพืชผลการเกษตรตกต่ำและไม่สามารถจำหน่ายพืชผลได้ในราคาอย่างที่เราควรจะเป็น โดยเปิดโอกาสให้เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนได้รับเงินส่วนต่างจากรายได้ที่รัฐบาลประกัน ซึ่งพืชผลการเกษตรที่รัฐบาลประกันมี 5 ชนิด ได้แก่ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน และยางพารา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ช่วยป้องกันความเสี่ยงด้านราคาเพื่อไม่ให้เกษตรกรประสบปัญหาขาดทุน
2. ลดภาระค่าใช้จ่ายของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ
3. ทำให้กลไกตลาดสินค้าเกษตรทำงานได้ปกติ และผู้ประกอบการสามารถแข่งขันทางการค้าได้



ทั้งนี้ หลังจากที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติหลักการโครงการประกันรายได้ เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2562 และมอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินโครงการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายของโครงการและเจตนารมณ์ของรัฐบาล กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในจึงได้จัดทำหลักเกณฑ์ เงื่อนไขและวิธีการเพื่อให้การดำเนินโครงการประกันรายได้ของรัฐบาลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส พร้อมทั้งได้ดำเนินการกำหนดเกณฑ์กลางอ้างอิงเพื่อใช้ในการคำนวณเงินชดเชยส่วนต่างให้แก่เกษตรกร โดยในการพิจารณา จะต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสะท้อนราคาตลาดที่แท้จริงเพื่อให้เกษตรกรได้รับรายได้ที่เหมาะสม เป็นธรรม และสอดคล้องกับราคาประกันที่รัฐบาลกำหนดไว้ ได้แก่



ข้าวเปลือก 5 ชนิด (ความชื้นไม่เกิน 15%)

ชนิดข้าว	ราคาประกันรายได้ (บาท/ตัน)	ครัวเรือนละไม่เกิน (ตัน)
1. ข้าวเปลือกหอมมะลิ	15,000	14
2. ข้าวเปลือกหอมมะลินอกพื้นที่	14,000	16
3. ข้าวเปลือกเจ้า	10,000	30
4. ข้าวเปลือกปทุมธานี	11,000	25
5. ข้าวเปลือกเหนียว	12,000	16

ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

	ราคาประกันรายได้ (บาท/กิโลกรัม)	ครัวเรือนละไม่เกิน (ไร่)
(ความชื้นไม่เกิน 14.5%)	8.50	30

มันสำปะหลัง

	ราคาประกันรายได้ (บาท/กิโลกรัม)	ครัวเรือนละไม่เกิน (ตัน)
(หัวมันสดเฉลี่ย 25%)	2.50	100

ปาล์มน้ำมัน

	ราคาประกันรายได้ (บาท/กิโลกรัม)	ครัวเรือนละไม่เกิน (ไร่)
(คุณภาพน้ำมัน 18%)	4.50	25





นอกจากการประกันรายได้ กรมการค้าภายในยังได้ดำเนินมาตรการคู่ขนานเพื่อให้เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่สูงขึ้นควบคู่กับการได้รับเงินชดเชยส่วนต่างราคา ได้แก่

- ◆ มาตรการรักษาเสถียรภาพราคาข้าวเปลือก เช่น โครงการสินเชื่อชะลอการขายข้าวเปลือกนาปี โครงการสินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร และโครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก

- ◆ มาตรการปรับสมดุลปาล์มน้ำมันในประเทศ เช่น การนำน้ำมันปาล์มดิบมาใช้ในการผลิตไฟฟ้าและพลังงานทดแทน การกำกับดูแลการลักลอบนำเข้า และการขยายตลาดไปต่างประเทศ

- ◆ มาตรการเพื่อรักษาเสถียรภาพราคามันสำปะหลัง เช่น โครงการสนับสนุนเครื่องสับมันสำปะหลังขนาดเล็กให้วิสาหกิจชุมชน และโครงการสินเชื่อเพื่อรวบรวม มันสำปะหลังและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร

- ◆ มาตรการบริหารจัดการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เช่น การกำหนดสัดส่วนการนำเข้าข้าวสาลี การให้สินเชื่อเพื่อรวบรวมและสร้างมูลค่าเพิ่ม การดำเนินโครงการชดเชยดอกเบี้ยในการเก็บสต็อกข้าวโพด

- ◆ การช่วยเหลือด้านต้นทุน ปัจจัยการผลิต และการเก็บเกี่ยวให้แก่เกษตรกร

ซึ่งผลจากการดำเนินโครงการดังกล่าว ส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรมีเสถียรภาพ และปรับตัวดีขึ้นกว่าช่วงก่อนดำเนินโครงการ

สำหรับสินค้าเกษตรอื่นๆ กรมการค้าภายในได้ให้ความสำคัญในการช่วยเหลือ โดยการเชื่อมโยงการซื้อขายระหว่างกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดแหล่งผลิตและผู้ประกอบการในจังหวัดปลายทางที่มีศักยภาพ การขยายช่องทางการจำหน่ายโดยการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) การประชาสัมพันธ์กระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ การพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้ด้านการบริหารจัดการตลาดและพัฒนาคุณภาพสินค้า การจัดหาสถานที่จำหน่ายให้เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง รวมทั้งการเชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทั้งนี้ เพื่อให้เกษตรกรมีความมั่นคงในอาชีพและมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามนโยบายของรัฐบาล



การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจการค้า

ด้วยการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลการชั่งตวงวัด

การชั่งตวงวัดเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการพาณิชย์ของประเทศ เนื่องจากการชั่งตวงวัดเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและการประกอบธุรกิจโดยทั่วไปแทบทุกด้าน ทั้งในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การคุ้มครองเกษตรกร การตรวจสอบผู้ประกอบการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของรัฐ การส่งเสริมการผลิตของผู้ประกอบการ การป้องกันอุบัติเหตุ และการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี



กรมการค้าภายในจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการกำกับดูแลการชั่งตวงวัดให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง และได้มาตรฐานเพื่อสนับสนุนให้ระบบเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศมีความเข้มแข็งและเป็นธรรม โดยได้กำกับดูแลและตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดที่ใช้ในเชิงพาณิชย์ให้ครอบคลุมทุกชนิด ทั้งเครื่องชั่งสปริงในตลาดสดและร้านค้าทั่วไป มาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง มาตรวัดก๊าซ NGV มาตรวัดก๊าซ LPG รวมทั้งเครื่องมือวัดที่ใช้ในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ เครื่องมือวัดความชื้นข้าวเปลือก/ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และเครื่องมือวัดเปอร์เซ็นต์แป้งในมันสำปะหลัง เพื่อให้เกษตรกรได้รับการคุ้มครอง และได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม

นอกจากการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเครื่องชั่งตวงวัดแล้ว กรมการค้าภายในยังได้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนางานด้านชั่งตวงวัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนผู้บริโภคว่าได้รับความเป็นธรรมไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยได้ดำเนินการปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ ยกระดับงานให้บริการ เสริมสร้างความรู้และทักษะด้านชั่งตวงวัดให้แก่บุคลากรและประชาชนโดยทั่วไป ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศ รวมทั้งบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยในปี 2562 ที่ผ่านมา กรมฯ ได้มีการดำเนินการยกระดับงานชั่งตวงวัด ดังนี้





บริการ

e-Service

(1) พัฒนาระบบการให้บริการงานด้านซังตวงวัดออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนและภาคเอกชน ผู้ใช้บริการ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้บริการ ของภาครัฐ ซึ่งขณะนี้ผู้ใช้บริการงานด้านซังตวงวัด ผ่านระบบออนไลน์แล้ว จำนวน 3,916 ใบคำขอ หรือเฉลี่ย 43.511 ใบคำขอ/วัน



(2) ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือโครงการ “สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร” ระหว่างกรมการค้าภายใน กับ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน จำนวน 10 บริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อมั่นในการคุ้มครองให้ผู้บริโภคได้รับน้ำมัน เต็มลิตรอย่างทั่วถึงครอบคลุมสถานีน้ำมันทั่วประเทศ ซึ่งมีสถานีน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการและได้รับการตรวจสอบ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานแล้ว จำนวนทั้งสิ้น 4,646 สถานีบริการ



(3) ประสานความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อพัฒนา งานซังตวงวัด โดยเข้าร่วมประชุม Asia Pacific Legal Metrology Forum and Working Groups ครั้งที่ 26 ณ ประเทศเวียดนาม เพื่อร่วมพัฒนางานซังตวงวัดในแถบภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ให้มีมาตรฐานเดียวกันและเป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อจัดอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า

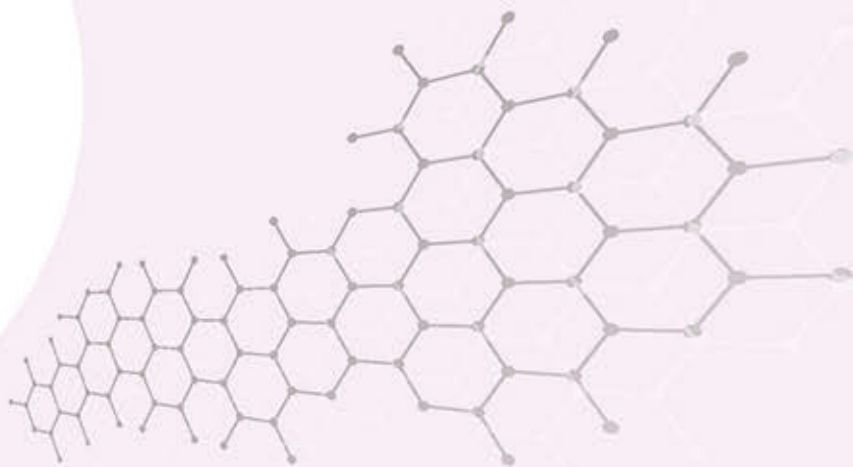
(4) ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ เช่น ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดชนิด ลักษณะของเครื่องวัด รายละเอียดของวัสดุที่ใช้ผลิต อัตราเผื่อเหลือเผื่อขาด และ อายุคำรับรอง เพื่อให้การกำกับดูแลการซังตวงวัดมีประสิทธิภาพ ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศ



ทั้งนี้ กรมการค้าภายในยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและ ขยายขอบข่ายการกำกับดูแลการซังตวงวัด เพื่อให้เศรษฐกิจ การค้าภายในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม และประชาชน ได้รับการคุ้มครองอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

ส่วนที่

4



รายงานฐานทางการเงิน



งบแสดงฐานะการเงิน



งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน



FINANCIAL BALANCE SHEET HIGHLIGHT

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2562

หน่วย : ล้านบาท

	หมายเหตุ	2562	2561
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	29,600,866.20	273,770,762.17
ลูกหนี้ระยะสั้น	6	58,284,560.48	8,243,289.38
วัสดุคงเหลือ		3,482,772.81	2,513,745.06
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		91,368,199.49	284,527,796.61
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	7	446,106,235.35	395,393,976.06
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	8	24,283,274.53	27,107,640.58
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		470,389,509.88	422,501,616.64
รวมสินทรัพย์		561,757,709.37	707,029,413.25
หนี้สิน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้ระยะสั้น	9	122,218,655.92	93,315,803.81
เงินรับฝากระยะสั้น	10	17,553,115.29	264,883,639.29
รวมหนี้สินหมุนเวียน		139,771,771.21	358,199,443.10
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว	11	2,463,121.99	2,680,734.07
เงินอุดหนุนราชการรับจากคลังระยะยาว		2,300,000.00	2,300,000.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		4,763,121.99	4,980,734.07
รวมหนี้สิน		144,534,893.20	363,180,177.17
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		417,222,816.17	343,849,236.08
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน			
ทุน	12	95,771,110.02	95,771,110.02
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม		321,451,706.15	248,078,126.06
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		417,222,816.17	343,849,236.08

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2562

หน่วย : ล้านบาท

	หมายเหตุ	2562	2561
รายได้			
รายได้จากงบประมาณ	13	2,076,557,686.72	1,346,801,173.13
รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค		1,030,303.11	991,684.41
รายได้อื่น		1,010,043.29	1,179,916.59
รวมรายได้		2,078,598,033.12	1,348,972,774.13
ค่าใช้จ่าย			
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	14	254,863,898.05	266,261,126.87
ค่าน้ำเหิงบ้านถน	15	199,479,644.57	190,432,844.41
ค่าตอบแทน	16	2,433,248.00	1,658,645.32
ค่าใช้สอย	17	1,446,949,101.99	785,829,564.76
ค่าวัสดุ		14,821,616.22	21,173,489.48
ค่าสาธารณูปโภค	18	15,656,020.69	15,926,528.24
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	19	79,295,122.39	127,398,613.85
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	20	-	5,136.00
ค่าใช้จ่ายอื่น	21	1,419,543.48	33,957,237.07
รวมค่าใช้จ่าย		2,014,918,195.39	1,442,643,186.00
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ		63,679,837.73	(93,670,411.87)

ส่วนที่

5

กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์

เป็นกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะจิตอาสา

1. กิจกรรมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์

ผู้บริหารและบุคลากรกรมการค้าภายในร่วมกิจกรรมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์กรมการค้าภายในร่วมใจช่วยชุมชนปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2562 ณ ชุมชนบ้านถ้ำเสือ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี



2. กิจกรรมอาสา “เพื่อน้องท้องอิ่ม”

คณะผู้บริหารและบุคลากรกรมการค้าภายในร่วมจัดกิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวัน และมอบทุนการศึกษาให้เด็กนักเรียนโรงเรียนบ้านพุเข็ม อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2562





กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade



563 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร กรุงเทพมหานคร 11000



โทร. 0-2507-5530 โทรสาร 0-2547-5361



www.dit.go.th

