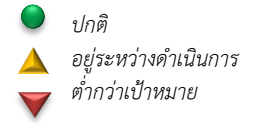


สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖




ตั้งแต่เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖























ยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : การรักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ								ยุทธศาสตร์ ที่ ๒ : การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก			
ตัวชี้วัด	เป้าหมายทั้งปี	ผลลัพธ์	สถานะ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายทั้งปี	ผลลัพธ์	สถานะ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายทั้งปี	ผลลัพธ์	สถานะ
<b>โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร</b> • มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร (Farm Outlet) ที่ได้รับการส่งเสริม* • เกษตรกรมีช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร • ร้อยละของรายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด • มูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้น • ราคาซื้อขายเฉลี่ยในการจัดตลาดนัดข้าวเปลือกสูงกว่าราคาตลาด • มูลค่าผลไม่เศรษฐกิจสำคัญ เช่น ทูเรียน มังคุด เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	๒๑๐ ลบ. ๑๔๐ แห่ง ร้อยละ ๕ ร้อยละ ๓ ต้นละ ๑๐๐ บาทขึ้นไป ร้อยละ ๑๐	๒๓๔.๔๔ ลบ. ๑๔๙ แห่ง ร้อยละ ๑๐.๘๐ ร้อยละ ๔๗.๙๕ ๑๐๐ - ๑,๑๐๐ บาทขึ้นไป ร้อยละ ๒๔.๔๕	     	<b>ดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาลินค้าเกษตร</b> • จำนวนครั้งในการจัดประชุม (สินค้าข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) <b>การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร</b> • มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร (ตลาดข้อตกลง) ที่ได้รับการส่งเสริม* • ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมาย ที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง (ปีฐาน ปี ๒๕๕๓ = ปริมาณ ๖,๓๑๖.๘๗ ตัน) • จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่มีการ เชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง • จำนวนระบบตลาดที่ได้รับการส่งเสริม ให้มีประสิทธิภาพ	๑๕๐ ครั้ง ๒๑๕ ครั้ง ๔๐๕ ลบ. ร้อยละ ๓๓ ๑๔ สินค้า ๔ ระบบตลาด ๓๐ ครั้ง	๒๑๕ ครั้ง ๑,๑๕๐.๔๐ ลบ. ร้อยละ ๗๐.๒๐๗ ๒๕ สินค้า ๔ ระบบตลาด ร้อยละ ๖๐ ๓๑ ครั้ง	      	<b>โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายใน                      สำหรับสินค้าเกษตร</b> • มูลค่าการค้าสินค้า/บริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม* • ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา • จำนวนตลาดชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา • ช่องทางการตลาด	๘๒๕ ล้านบาท ร้อยละ ๕ ๖๕ แห่ง ๑๐ ช่องทาง	๒,๔๐๓.๙๐ ลบ. ร้อยละ ๕๖.๕๓ ๑๕๗ แห่ง ๑๐ ช่องทาง	   
<b>โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม                      สินค้าเกษตรสำคัญ</b> • จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าว (โรงสี) ที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา • จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา • ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการ รับรองมาตรฐาน <b>การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร</b> • ร้อยละของเครื่องชั่งที่ใช้ในการซื้อขายสินค้า ทางการเกษตรมีความถูกต้อง • จำนวนครั้งในการออกติดตามตรวจสอบสินค้า	๓๐๐ ราย ๑๐ ราย ร้อยละ ๘๐ ร้อยละ ๙๕ ๓๐ ครั้ง	๓๑๒ ราย ๑๐ ราย ร้อยละ ๑๐๐ ร้อยละ ๙๘.๑๙ ๕๒ ครั้ง	    	<b>ดำเนินการแก้ไขปัญหาลินค้าเกษตร</b> • จำนวนครั้งในการจัดประชุม (คณะกรรมการ นโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร) • ร้อยละความสำเร็จในการจัดประชุม การเบิกเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ตามที่คบท.อนุมัติโครงการด้านการช่วยเหลือเกษตรกร • ร้อยละความสำเร็จในการเบิกเงินจากกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คบท.อนุมัติโครงการ ด้านการช่วยเหลือเกษตรกร	๓๐ ครั้ง ร้อยละ ๖๐ ร้อยละ ๑๐๐ ร้อยละ ๑๐๐	๓๑ ครั้ง ร้อยละ ๑๐๓.๓๓ ร้อยละ ๑๐๐	   				
<b>โครงการยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาด                      ข้าวหอมมะลิของประเทศไทย</b> • จำนวนเกษตรกรรายบุคคลและสถาบันเกษตรกร ที่ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิทั้งในระดับจังหวัด และระดับประเทมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย	๒๑ ราย		ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐					

สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

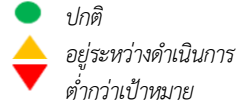
ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖

-  ปกติ
-  อยู่ระหว่างดำเนินการ
-  ต่ำกว่าเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค				ยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์กร							
ยุทธศาสตร์ ที่ ๔ : การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย											
ตัวชี้วัด	เป้าหมายทั้งปี	ผลลัพธ์	สถานะ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายทั้งปี	ผลลัพธ์	สถานะ	ตัวชี้วัด	เป้าหมายทั้งปี	ผลลัพธ์	สถานะ
<p>การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน*</li> <li>จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าที่บ่อน้ำที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน</li> <li>ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารและได้รับการแก้ไขปัญหาด้านร้องเรียน</li> <li>จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกตรวจสอบและมีการปฏิบัติตามกฎหมาย</li> <li>จำนวนสถานีบริการที่เข้าร่วมโครงการสถานีบริการน้ำมันเต็มลิตรและผ่านการสุ่มตรวจสอบ</li> </ul>	ร้อยละ ๙๗.๕๐	ร้อยละ ๙๘.๘๔		<p>เสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนา</p> <p>คุณภาพชีวิตและการทำงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>คะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ (ทุกหน่วยงาน)*</li> <li>ดัชนีความผูกพันของบุคลากรภาครัฐ*</li> <li>บุคลากรกรมการค้าภายในมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความรู้และจิตสำนึกในการป้องกัน</li> <li>การทุจริตและประพฤติมิชอบ</li> <li>ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนป้องกัน</li> <li>การทุจริตและประพฤติมิชอบเสริมสร้างความรู้จิตสำนึกและคุ้มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน</li> </ul>	ร้อยละ ๘๕	ร้อยละ ๙๒.๕๓		<p>การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับเผยแพร่ได้ตามเป้าหมาย</li> <li>ร้อยละของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านช่องทางที่กำหนดเป็นไปตามเป้าหมาย</li> </ul> <p>การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนระบบที่มีการพัฒนาและปรับปรุงให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>ร้อยละครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่จัดหาสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ</li> </ul>	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	
<p>โครงการธงฟ้าราคาประหยัดค่าครองชีพประชาชน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นของประชาชนลดลง*</li> <li>จำนวนครั้งการจัดหาสินค้าราคาประหยัด</li> </ul>	ร้อยละ ๓๐	ร้อยละ ๓๐		<p>โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร</p> <p>กรมการค้าภายใน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้</li> </ul>	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๙๕.๗๘		<p>พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้าง</p> <p>การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของการดำเนินการประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่เป็นไปตามเป้าหมาย</li> </ul> <p>พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และการถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติรวมทั้งติดตามประเมินผลการดำเนินงานของกรม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์</li> </ul>	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	
<p>โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนร้านค้าธงฟ้าที่เข้าร่วมโครงการ</li> </ul>	ร้อยละ ๕๐๐	ร้อยละ ๕๐๐		<p>โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและ</p> <p>การกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของบุคลากรมีความรู้ไปพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐได้อย่างถูกต้อง</li> </ul>	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๑๐๐		<p>จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของความสำเร็จของการจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร</li> </ul>	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	
<p>การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลราคา ฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม</li> </ul>	ร้อยละ ๕๐๐	ร้อยละ ๕๑๑		<p>การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของบุคลากรที่เข้าอบรมได้รับการพัฒนาและปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้อง</li> <li>จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง</li> <li>นิติกรรมสัญญา การดำเนินคดีและการตอบข้อหารือ</li> <li>จำนวนคู่มือและเอกสารเผยแพร่ด้านกฎหมายที่จัดทำ</li> <li>จำนวนกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบได้รับการแปล</li> </ul>	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๔		<p>การตรวจสอบภายใน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของความสำเร็จของงานที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนการตรวจสอบ</li> <li>ร้อยละของจำนวนรายงานการตรวจสอบที่กลุ่มตรวจสอบภายในมีคำแนะนำและหน่วยรับตรวจนำไปปฏิบัติ</li> </ul>	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	
					ร้อยละ ๑๕๐	ร้อยละ ๔๑๕			ร้อยละ ๗๕	ร้อยละ ๑๐๐	
					เรื่อง/ฉบับ	เรื่อง/ฉบับ					
					๑๐ ครั้ง	๑๖ ครั้ง					
					๑๕ ฉบับ	๓๐ ฉบับ					

หมายเหตุ \* ตามแผนปฏิบัติการกระทรวงพาณิชย์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖  
 ประจำเดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - เดือนกันยายน ๒๕๖๖



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
๑. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร				
<ul style="list-style-type: none"> <li>มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร (Farm Outlet) ที่ได้รับการส่งเสริม**</li> <li>เกษตรกรมีช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร</li> <li>ร้อยละของรายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด</li> <li>มูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้น</li> <li>ราคาซื้อขายเฉลี่ยในการจัดตลาดนัดข้าวเปลือกสูงกว่าราคาตลาด</li> <li>มูลค่าผลไม้เศรษฐกิจสำคัญ เช่น ทุเรียน มังคุด เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา</li> </ul>	กษ.๒ กษ.๑/กษ.๒ กษ.๑/กษ.๒ กษ.๒ กษ.๑ กษ.๒	๒๑๐ ลบ. ๑๔๐ แห่ง ร้อยละ ๕ ร้อยละ ๓ ต้นละ ๑๐๐ บาทขึ้นไป ร้อยละ ๑๐	๒๓๔.๔๔ ลบ. ๑๔๙ แห่ง ร้อยละ ๑๐.๘๐ ร้อยละ ๔๗.๙๕ ๑๐๐ - ๑,๑๐๐ บาทขึ้นไป ร้อยละ ๒๔.๔๕	● ● ● ● ● ●
ผลการดำเนินงาน: ๑. บริหารจัดการการประกันรายได้สินค้าเกษตร ๑.๑ จัดประชุมสัมมนาชี้แจง ติดตามและประชาสัมพันธ์โครงการประกันรายได้สินค้าเกษตรและมาตรการคูปอง ปี ๒๕๖๕/๖๖ เพื่อสร้างการรับรู้และเผยแพร่แนวทางการดำเนินการตามนโยบายของโครงการฯ รวมทั้งสิ้น ๕๘ ครั้ง ๑.๒ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการประกันรายได้สินค้าเกษตร ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับและโปสเตอร์ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง และปาล์มน้ำมัน) เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการประกันรายได้ สื่อโทรทัศน์ สกู๊ปข่าว ผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน ๔ สินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ มาตรการโครงการประกันรายได้สินค้าเกษตร ๑.๓ โอนงบประมาณเบิกแทนกัน กรมฯ ได้โอนงบประมาณเบิกแทนกัน ให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ วงเงิน ๗,๔๒๖,๔๙๐.๙๓ บาท ดำเนินการ ดังนี้ ๑) จ้างเหมาบุคลากรภายนอกปฏิบัติงานสนับสนุนติดตามการดำเนินการโครงการชดเชยดอกเบี้ย ๓ สินค้า ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในพื้นที่ ๕๓ จังหวัด ๆ ละ ๑ คน เงินเดือน ๑๒,๐๐๐ บาท/คน เพื่อปฏิบัติงานในพื้นที่ ๒) ตรวจสอบต่อน้ำมันปาล์มของคณะทำงานตรวจสอบสต็อกน้ำมันปาล์มคงเหลือทั้งระบบ ระดับจังหวัด โดยให้ สฟง. ๓๖ จังหวัด ดำเนินการ ๓) ค่าใช้จ่ายการจัดงานติดตามและประชาสัมพันธ์โครงการประกันรายได้/มาตรการคูปอง ปี ๒๕๖๕/๖๖ (ข้าว และปาล์มน้ำมัน) โดยให้ สฟง.สุราษฎร์ธานี ดำเนินการ เมื่อวันที่ ๒๔ ธ.ค. ๖๕ จำนวน ๓๐๐,๐๐๐ บาท ๑.๔ เปลี่ยนแปลงเงินจัดสรรโครงการบริหารจัดการการประกันรายได้สินค้าเกษตร จำนวน ๒๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท เพื่อชำระหนี้ตามคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด ๒,๒๐๖,๖๕๔.๓๘ บาท ประกอบด้วย ๑) บริษัท ลี้มัดดาอุตสาหกรรมเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด วงเงิน ๑,๖๓๘,๓๓๕.๓๘ บาท และ ๒) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ปฏิพงษ์การเกษตร วงเงิน ๕๖๘,๓๕๙ บาท คงเหลือ ๒๒,๗๙๓,๓๐๕.๖๒ บาท ๑.๕ ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดำเนินโครงการรณรงค์สินค้าและผลิตภัณฑ์ ปศุสัตว์และประมง (ปิ้งย่าง) ๒,๙๗๓,๘๙๒.๒๒ บาท ๑.๖ ลงพื้นที่ติดตามประเมินผลโครงการ จำนวน ๕ ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์.ชุมพร นครราชสีมา พังงา และ เชียงใหม่ ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖ งบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ : งบประมาณ ๒๒,๗๙๓,๓๐๕.๖๒ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๑๒,๐๕๔,๒๖๐ บาท โอนงบประมาณเบิกแทนกัน ให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ๗,๔๒๖,๔๙๐.๙๓ บาท โอนเงินงบประมาณไว้ที่กองคลังเพื่อใช้ในการภารกิจอื่นของกรมฯ ๒,๙๗๓,๘๙๒.๒๒ บาท ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๒. เสริมสร้างความรู้ และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ (ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์)</b></p> <p>๒.๑ จัดตลาดนัดข้าวเปลือก ปีการผลิต ๒๕๖๕/๖๖ สามารถจัดงานได้ ๑๘ จังหวัด ๓๓ ครั้ง แบ่งเป็น ๑) เพชรบูรณ์ ๓ ครั้ง ๒) *อุดรธานี ๓ ครั้ง ๓) ร้อยเอ็ด ๓ ครั้ง ๔) *ขอนแก่น ๒ ครั้ง ๕) *นครพนม ๒ ครั้ง ๖) *ปราจีนบุรี ๒ ครั้ง ๗) *พะเยา ๒ ครั้ง ๘) *กาญจนบุรี ๑ ครั้ง ๙) *กาฬสินธุ์ ๑ ครั้ง ๑๐) *หนองคาย ๑ ครั้ง ๑๑) *มุกดาหาร ๑ ครั้ง ๑๒) *มหาสารคาม ๑ ครั้ง ๑๓) *หนองบัวลำภู ๑ ครั้ง ๑๔) *อุทัยธานี ๑ ครั้ง ๑๕) *สิงห์บุรี ๑ ครั้ง ๑๖) *สุรินทร์ ๒ ครั้ง ๑๗) *บุรีรัมย์ ๔ ครั้ง และ ๑๘) *เพชรบุรี ๒ ครั้ง มีผู้ประกอบการรับซื้อ ๙๒ ราย เกษตรกร ๗,๖๗๔ ราย ปริมาณการซื้อขาย ๒๔,๘๙๓.๓๑ ตัน มูลค่าการจำหน่าย ๒๖๓,๑๙๓,๐๕๑.๑๖ บาท โดยราคาจำหน่ายสูงกว่าตลาดทั่วไป ๑๐๐ - ๑,๑๐๐ บาท/ตัน</p> <p>๒.๒ ประชุมสัมมนาเพื่อชี้แจงมาตรการนโยบายของรัฐบาล และติดตามการดำเนินโครงการประกันรายได้สินค้าเกษตรและมาตรการคู่ขนาน มีผู้เข้าร่วมรวมทั้งสิ้น ๖,๑๗๗ คน</p> <p>๒.๓ ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าข้าว</p> <p>๑) จัดพิธีมอบรางวัลและประชาสัมพันธ์โครงการจัดงานประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ให้แก่ผู้ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิ ปีการผลิต ๒๕๖๔/๖๕ (ประจำปี ๒๕๖๕ ครั้งที่ ๔๐) เมื่อวันที่ ๒๗ ก.พ. ๖๖ ณ กระทรวงพาณิชย์ มีเกษตรกรสนใจส่งข้าวหอมมะลิเข้าประกวดฯ ผ่านกระบวนการคัดเลือกและตัดสินโดยผู้เชี่ยวชาญหลากหลายในวงการข้าวไทย ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ได้ผู้ชนะ จำนวน ๒๑ รางวัล ประกอบด้วย ประเภทเกษตรกรรายบุคคล จำนวน ๑๘ รางวัล รางวัลที่ ๑ นายสำรวย สร้อยแก้ว จังหวัดยโสธร รางวัลที่ ๒ นางสาวกมลใจ คำมีนาม จังหวัดสุรินทร์ รางวัลที่ ๓ นางทัศนีย์ อำขา จังหวัดพะเยา และรางวัลชมเชย ๑๕ รางวัล ประเภทสถาบันเกษตรกร จำนวน ๓ รางวัล รางวัลที่ ๑ กลุ่มแปลงใหญ่ข้าว ตำบลไผ่ใหญ่ จังหวัดอุบลราชธานี รางวัลที่ ๒ วิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ ตำบลเกาะแก้ว จังหวัดสุรินทร์ รางวัลที่ ๓ กลุ่มนาแปลงใหญ่ข้าว ตำบลคำเตย จังหวัดยโสธร</li> <li>• การประกวดข้าวสารบรรจุคุณภาพดี ได้ผู้ชนะ จำนวน ๑๔ รางวัล ประกอบด้วย ประเภทผู้ประกอบการโรงสี/สหกรณ์ ได้แก่ ชนิดข้าวหอมมะลิ จำนวน ๓ รางวัล รางวัลที่ ๑ ตรา A-Rice รางวัลที่ ๒ ตราผูกปิ่นโต รางวัลที่ ๓ ตราโดโนเสาร์ ข้าวหอมไทย จำนวน ๓ รางวัล รางวัลที่ ๑ ตราเอิร์ธไรซ์ รางวัลที่ ๒ ตราลูกโลก รางวัลที่ ๓ ตราดอกมะลิ ข้าวเหนียว จำนวน ๓ รางวัล รางวัลที่ ๑ ตราคนางนวล รางวัลที่ ๒ ตราให้สีหุ รางวัลที่ ๓ ตราคนคาบรวงข้าว ข้าวขาวพื้นนุ่ม จำนวน ๑ รางวัล รางวัลที่ ๑ ตราต้มยำกุ้ง ข้าวขาวพื้นแข็ง จำนวน ๑ รางวัล รางวัลที่ ๑ ตรากระต่ายทอง ประเภทกลุ่มเกษตรกร ได้แก่ ชนิดข้าวหอมมะลิ จำนวน ๓ รางวัล รางวัลที่ ๑ ตราข้าวเล่าชีวิต จากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวอินทรีย์เป็นสุข จ.กาฬสินธุ์ รางวัลชมเชย ตรากำนันดี จากวิสาหกิจชุมชนเมล็ดพันธุ์พืชและผลิตภัณฑ์ชีวภาพและแปรรูป จ.สกลนคร รางวัลชมเชย ตราขวัญไสร จากวิสาหกิจชุมชนเกษตรธรรมชาติหนองยอ (บ้านกุดหิน) จ.ยโสธร</li> </ul> <p>ทั้งนี้ มีการลงนามบันทึกข้อตกลง (MOU) ร่วมกันระหว่างเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรที่ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทยฯ กับโรงสี ๕ ราย ซื้อข้าวหอมมะลิ ปริมาณรวม ๑,๐๖๖ ตัน ในราคานำตลาด</p> <p>๒) จัดทำรายงานขอเช่าการจัดหาอุปกรณ์สำหรับสนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะทำงานรับ - ส่ง และเก็บตัวอย่างข้าวเพิ่มเติม ผูกพัน ๕๗,๔๙๐ บาท (ค่าเช่ารถบรรทุกที่ ๔ จำนวน ๔๓,๓๓๕ บาท และ เงินโอนให้สป. ๑๔,๑๕๕ บาท)</p> <p>๓) จัดนิทรรศการวิชาการ “การส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานข้าวไทย พัฒนาการแข่งขันอย่างยั่งยืน” เมื่อวันที่ ๕ - ๗ มิ.ย. ๖๖ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และมาตรฐานข้าว ของกรมการค้าภายใน เนื่องในวันข้าวและชาวนาแห่งชาติ ประจำปี ๒๕๖๖ ณ กรมการค้าข้าว เกษตรกลางบางเขน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ</p> <p>๒.๔ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการรัฐบาล จำนวน ๓ สินค้า เพื่อสร้างการรับรู้และเผยแพร่แนวทางการดำเนินการตามนโยบายการประกันรายได้เกษตรกร ประกอบด้วย ๑) โครงการบริหารจัดการสินค้าเกษตรผ่านช่องทาง Online (Facebook / Application / Youtube) และ ๒) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ประกันรายได้สินค้าข้าว ปี ๒๕๖๕/๖๖ และมาตรการคู่ขนาน ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสังคมออนไลน์</p> <p>๒.๕ จัดงานสัมมนา เรื่อง กำหนดมาตรการเกี่ยวกับการรับซื้อผลปาล์มน้ำมัน เมื่อวันที่ ๒๓ มิ.ย. ๖๖ ณ โรงแรมโดมอนด์ พลาซ่า อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐเอกชน ผู้ประกอบการลานเท รวมทั้งผู้แทนภาคเกษตรกรเข้าร่วมสัมมนา ประมาณ ๑๓๐ คน</p> <p>๒.๖ ลงพื้นที่ติดตามโครงการ ๔ ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย แม่ฮ่องสอน นครสวรรค์ (๒ ครั้ง) สิงห์บุรี สุพรรณบุรี ชัยนาท สุราษฎร์ธานี และนครปฐม</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p>๒.๗ โอนงบประมาณเบิกแทนกัน กรมฯ ได้โอนให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ วงเงิน ๓,๘๘๑,๘๒๙.๕๗ บาท เพื่อดำเนินการ ๑) จัดตลาดนัดข้าวเปลือก ปีการผลิต ๒๕๖๕/๖๖ (สพจ. ๒๒ จังหวัด ๒) ตรวจสอบสต็อกโครงการชดเชยดอกเบี้ยข้าว (สพจ. ๔๕ จังหวัด ๓) จัดประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ปีการผลิต ๒๕๖๕/๖๖ ระดับจังหวัด (สพจ. ๒๒ จังหวัด) และ ๔) สนับสนุนงบประมาณจัดซื้อข้าวสารในการจัดประกวดข้าวสารคุณภาพดีเด่นแห่งประเทศไทย เพื่อตรวจสอบคุณภาพข้าวทางวิชาการในโครงการประกวดข้าวคุณภาพดีเด่นแห่งประเทศไทย (สพจ. ๒๓ จังหวัด)</p> <p>๒.๘ เปลี่ยนแปลงเงินจัดสรรโครงการเสริมสร้างความรู้ และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ จำนวน ๒๙,๒๒๕,๙๐๐ บาท เพื่อชำระหนี้ตามคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด จ่ายให้ บริษัท ลี้มักดาอุตสาหกรรมการเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด วงเงิน ๑๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท คงเหลือ ๑๕,๗๒๕,๙๐๐ บาท</p> <p>๒.๙ ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ เพื่อดำเนินโครงการรณรงค์สินค้าและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และประมง (ปิ้งย่าง) จำนวน ๒,๑๓๙,๗๗๑.๑๖ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน :</p> <p>ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</p> <p>วงเงินงบประมาณ ๑๕,๗๒๕,๙๐๐ บาท ผูกพัน ๕๗,๔๙๐ บาท เบิกจ่าย ๘,๙๖๐,๐๕๕ บาท โอนงบประมาณเบิกแทนกันให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ๓,๘๘๑,๘๒๙.๕๗ โอนเงินงบประมาณไว้ที่กองคลังเพื่อนำไปใช้ภารกิจอื่นของกรมฯ ๒,๑๓๙,๗๗๑.๑๖ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ :</p> <p>-</p> <p>๓. พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)</p> <p>๓.๑ พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน จำนวน ๑๐ แห่ง</p> <p>๑) จัดประชุม Focus Group เพื่อให้ข้อคิดเห็นข้อมูลข้อเท็จจริงในการประกอบการของศูนย์ ในการกำหนดกรอบแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของศูนย์ฯ ให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เมื่อวันที่ ๑๖ ธ.ค. ๖๕ ณ โรงแรมริชมอนด์ จ.นนทบุรี มีผู้บริหาร/เจ้าของศูนย์ฯ เข้าร่วมจำนวน ๓๐ ราย</p> <p>๒) จัดทำแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน ระยะ ๓ ปี โดยจัดจ้างสถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) ศึกษาและจัดทำยุทธศาสตร์ Farm Outlet ซึ่ง ISMED เสนอผลการศึกษา โดยกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนา Farm Outlet ๓ ด้าน ๑๔ กลยุทธ์ ประกอบด้วย ๑) ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเข้มแข็ง (๕ กลยุทธ์) ๒) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (๖ กลยุทธ์) และ ๓) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนขยายตัว (๓ กลยุทธ์) ซึ่งมีเป้าประสงค์เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจเพื่อยกระดับให้เติบโตอย่างยั่งยืน</p> <p>๓) จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการศูนย์ฯ Farm Outlet เรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าชุมชนและการออกแบบบรรจุภัณฑ์” และเรื่อง “การทำตลาดออนไลน์ และ Digital Marketing” เมื่อวันที่ ๑๑ พ.ค. ๖๖ ผ่านระบบ Zoom มีศูนย์ฯ Farm Outlet เข้ารับการอบรมจำนวนทั้งสิ้น ๑๐ ศูนย์ ๒๘ คน ได้แก่ (๑) ร้านจ๊อบ จ.กระบี่ จำนวน ๑ คน (๒) ร้านศรีกระบี่ จ.กระบี่ จำนวน ๑ คน (๓) จุดบริการจัดท่องเที่ยว สวนสาธารณะศรีเวียง จ.ขอนแก่น จำนวน ๓ คน (๔) ร้านหมูจวบ จ. ประจวบคีรีขันธ์ จำนวน ๒ คน (๕) วิสาหกิจชุมชนภูเขียวทา จ. ชัยภูมิ จำนวน ๓ คน (๖) Farm Outlet อุทยานบัวเฉลิมพระเกียรติ จ. สกลนคร จำนวน ๒ คน (๗) สหกรณ์การเกษตรสปราบ จำกัด จ. ลำปาง จำนวน ๓ คน (๘) ร้านฟาร์มอ๊ก ป.อุบล จ. อุบลราชธานี จำนวน ๙ คน (๙) ศูนย์แสดงสินค้าโอท็อป (สาขาเชิงสะพานพัฒนา) จ.น่าน ๓ คน และ (๑๐) ศูนย์วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผักและผลไม้ฯ จ. ราชบุรี ๑ คน</p> <p>๓.๒ เชื่อมโยงช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ Farm Outlet เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค จำนวน ๓ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น ๒๓๔,๔๔๓,๘๒๔ บาท ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)					
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน		หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ					
ลำดับ	ชื่องาน	จำนวนศูนย์ Farm Outlet ที่ออกจำหน่าย	มูลค่าการจำหน่ายในงาน/ศูนย์จำหน่ายฯ (หน่วย : บาท)		
๑	เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนโดยศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ที่ได้รับการส่งเสริม (ต.ค. ๖๕ – ก.ย. ๖๖)	๖๐ แห่ง ใน ๓๖ จังหวัด	๒๓๓,๙๓๑,๔๖๙'		
๒	จัดงานวันครบรอบตลาดเกษตรปลอดภัยอาหารปลอดภัย ปีที่ ๑๙" เมื่อวันที่ ๒๕ ก.พ. ๖๖ ณ ตลาดเกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัย ต.แม่เหิยะ อ.เมือง เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ มีผู้ผลิต/ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน จำนวน ๓๓ ราย		๑๒๐,๖๗๐		
๓	เชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนผ่าน "งาน Organic Weekend Market Season ๒" จำนวน ๘ ราย	๔ แห่ง ๔ จังหวัด	๓๙๑,๖๘๕'		
	<b>รวม</b>		<b>๒๓๔,๔๔๓,๘๒๔'</b>		
<p>๓.๓ <b>ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้</b> การดำเนินงานของศูนย์ Farm outlet ในงานเด็กบริหาร market fair ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ในวันที่ ๑๑ ก.ค. ๖๖ โดยนำ Farm outlet ไปทำกิจกรรมร่วมกับนักศึกษา ประชาชน เพื่อให้รู้จัก Farm Outlet มากขึ้น</p> <p>๓.๔ <b>ติดตาม/ประเมินผลโครงการ</b> ๒ ครั้ง เมื่อวันที่ ๒๙ ต.ค. ๖๕ ณ สหกรณ์สุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี และ ร้านภูรี ออร์แกนิก มาร์เก็ต จ.สงขลา</p> <p>๓.๕ <b>โอนงบประมาณเบิกแทนกัน กรมฯ ได้โอนให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ วงเงิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท</b> เพื่อให้สพจ.เชียงใหม่ ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาด "ตลาดนัดปลอดภัยอาหารปลอดภัย" ภายในงานวันครบรอบตลาดเกษตรปลอดภัยอาหารปลอดภัย ปีที่ ๑๙" โดยบูรณาการระหว่างสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการของชุมชนและเกษตรกร เป็นการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย รวมทั้งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน และจูงใจให้เกิดการซื้อขายสินค้า โดยใช้การบริโภคภายในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงเป็นตัวขับเคลื่อน</p> <p>๓.๖ <b>ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖</b> จำนวน ๙,๓๔๓,๐๙๔ บาท เพื่อดำเนินการ</p> <p>๑) ค่าใช้จ่ายโครงการณรงค์สินค้าและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และประมง (ปิ้งย่าง) จำนวน ๘๓๗,๐๑๒ บาท ๒) ค่าใช้จ่ายโครงการ Mobile พาณิชย์ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) เพิ่มเติม จำนวน ๘,๕๐๖,๐๘๒ บาท</p> <p><b>ผลตามตัวชี้วัด :</b> ๑. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร (Farm Outlet) ที่ได้รับการส่งเสริม รวมทั้งสิ้น ๒๓๔.๔๔ ลป.</p> <p>๒. เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร จำนวน ๑๔๙ แห่ง ประกอบด้วย จัดตลาดนัดข้าวเปลือก ๓๓ แห่ง Farm Outlet ๖๐ แห่ง หมู่บ้านอินทรีย์ ๒๒ แห่ง และจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตร จำนวน ๓๔ แห่ง</p> <p>๓. ร้อยละของรายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๘๐</p>					
รายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด	ปี ๒๕๖๕	ปี ๒๕๖๖	เพิ่มขึ้น/ลดลง	คิดเป็นร้อยละ	
๑. Farm Outlet	๒๙๔.๔๖๑	๒๓๔.๔๔	-	-	
๒. Organic	๒๐๙.๓๐๙'	๓๐๙.๖๗	-	-	
๓. ตลาดข้อตกลง	๑,๓๘๑.๖๔๐	๑,๑๕๐.๔๐	-	-	
๔. ส่งเสริมตลาดผลไม้	๒๐๘.๒๕๐	๖๒๕.๒๗	-	-	
<b>รวม</b>	<b>๒,๐๙๓.๖๖๐</b>	<b>๒,๓๑๙.๗๘</b>	<b>๒๒๖.๑๒</b>	<b>๑๐.๘๐</b>	

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)																									
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ																					
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ																									
<p>ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</p> <p>วงเงินงบประมาณ ๑๐,๒๘๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน ๘,๔๖๖,๐๘๒ บาท เบิกจ่าย ๖๓๖,๙๐๖ บาท โอนงบประมาณเบิกแทนกันให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ๑๐๐,๐๐๐ บาท โอนเงินงบประมาณไว้ที่กองคลังเพื่อใช้ในการกิจอื่นของกรมฯ คงเหลือ ๘๗๗,๐๑๒ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -</p> <p><b>๔. ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์</b></p> <p>๔.๑ จัดงานมหกรรมแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์ระดับประเทศ ภายใต้ชื่องาน “ORGANIC WEEKEND MARKET Season ๒” โดยบูรณาการจัดงานฯ ร่วมกับภาคเอกชน และสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดหาสถานที่จำหน่าย/เชื่อมโยงพร้อมประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าให้กับเกษตรกรและภาคีเครือข่าย รวมทั้งผู้ประกอบการ ให้สามารถพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ เมื่อวันที่ ๒๐ ม.ค. – ๑๒ ก.พ. ๖๖ (ทุกศุกร์-อาทิตย์/๔ Weeks) ดำเนินการแล้ว (สัปดาห์ที่ ๑ วันที่ ๒๐ – ๒๒ ม.ค. ๖๖ สัปดาห์ที่ ๒ วันที่ ๒๗ – ๒๙ ม.ค. ๖๖ สัปดาห์ที่ ๓ วันที่ ๓ – ๕ ก.พ. ๖๖ และสัปดาห์ที่ ๔ วันที่ ๑๐ – ๑๒ ก.พ. ๖๖) ผู้เข้าร่วมงาน ๑๒ วัน จำนวน ๙๓,๒๙๑ คน ซึ่งผู้เข้าร่วมงานมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มูลค่ารวมทั้งสิ้น ๓๐๙,๖๖๕,๒๓๑ บาท (แยกเป็นการจำหน่ายปลีก ๕,๓๒๘,๙๕๑ บาท และมูลค่าการเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์ ๓๐๔,๓๖๖,๒๘๐ บาท)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>ลำดับที่</th> <th>การจัดงาน</th> <th>มูลค่าการจำหน่าย (บาท)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3">การเชื่อมโยงและจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยมีมูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์ สรุปดังนี้</td> </tr> <tr> <td>๑</td> <td>จัดงาน Organic Weekend Market Season ๒ ทุกวันศุกร์-อาทิตย์ ระหว่างวันที่ ๒๐ ม.ค. ๖๖ – ๑๒ ก.พ. ๖๖ รวมจัดงานทั้งสิ้น ๑๒ วัน ณ g Garden สวนผักกลางใจเมือง พื้นที่รวมทั้งสิ้น ๕,๐๐๐ ตารางเมตร (หลังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม ๙ ข้างตลาด JODD Fairs) มีผู้เข้าร่วมงาน ๙๓,๒๙๑ คน</td> <td>๓๐๙,๖๖๕,๒๓๑</td> </tr> <tr> <td colspan="2">มูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น (บาท)</td> <td>๓๐๙,๖๖๕,๒๓๑</td> </tr> <tr> <td colspan="2">เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา</td> <td>๒๐๙,๓๐๙,๗๙๒</td> </tr> <tr> <td colspan="2">เพิ่มขึ้น</td> <td>๑๐๐,๓๕๕,๔๓๙</td> </tr> <tr> <td colspan="2">คิดเป็นร้อยละ</td> <td>๔๗.๙๕</td> </tr> </tbody> </table> <p>๔.๒ บริหารงาน/ติดตามประเมินผล จ้างเหมาลูกจ้าง จำนวน ๒ ราย เพื่อจัดทำข้อมูลสนับสนุนงานอินทรีย์ และปฏิบัติงานฯ ตามที่ได้รับมอบหมาย เดือนละ ๒๔,๖๐๐ บาท จำนวน ๑๒ เดือน เป็นเงิน ๑๕๑,๒๐๐ บาท</p> <p>๔.๓ โอนงบประมาณเบิกแทนกัน กรมฯ ได้โอนให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ๑๐๐,๐๐๐ บาท เพื่อให้ สพจ.สุรินทร์ ดำเนินการจ้างเหมาลูกจ้าง จำนวน ๑ ราย เพื่อจัดทำข้อมูลสนับสนุนงานอินทรีย์และปฏิบัติงานในพื้นที่ เดือนละ ๑๒,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๒ เดือน เป็นเงิน ๒๙๕,๒๐๐ บาท</p> <p>๔.๔ ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ จำนวน ๖๐๓,๗๑๔.๖๙ บาท ประกอบด้วย</p> <p>๑) ค่าใช้จ่ายโครงการรณรงค์สินค้าและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และประมง (ปิ้งย่าง) จำนวน ๙,๓๒๔.๖๒ บาท และ ๒) โอนเงินงบประมาณโครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ ไปยังโครงการส่งเสริมการตลาดผลไม้ จำนวน ๕๙๔,๓๙๐.๐๗ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน :</p> <p>ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</p> <p>วงเงินงบประมาณ ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๑๙,๒๒๕,๓๔๕.๓๘ บาท โอนงบประมาณเบิกแทนกันให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ๑๔๘,๖๘๐ บาท โอนเงินงบประมาณไว้ที่กองคลังเพื่อใช้ในการกิจอื่นของกรมฯ ๖๐๓,๗๑๔.๖๙ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ :</p> <p>-</p>					ลำดับที่	การจัดงาน	มูลค่าการจำหน่าย (บาท)	การเชื่อมโยงและจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยมีมูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์ สรุปดังนี้			๑	จัดงาน Organic Weekend Market Season ๒ ทุกวันศุกร์-อาทิตย์ ระหว่างวันที่ ๒๐ ม.ค. ๖๖ – ๑๒ ก.พ. ๖๖ รวมจัดงานทั้งสิ้น ๑๒ วัน ณ g Garden สวนผักกลางใจเมือง พื้นที่รวมทั้งสิ้น ๕,๐๐๐ ตารางเมตร (หลังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม ๙ ข้างตลาด JODD Fairs) มีผู้เข้าร่วมงาน ๙๓,๒๙๑ คน	๓๐๙,๖๖๕,๒๓๑	มูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น (บาท)		๓๐๙,๖๖๕,๒๓๑	เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา		๒๐๙,๓๐๙,๗๙๒	เพิ่มขึ้น		๑๐๐,๓๕๕,๔๓๙	คิดเป็นร้อยละ		๔๗.๙๕
ลำดับที่	การจัดงาน	มูลค่าการจำหน่าย (บาท)																							
การเชื่อมโยงและจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยมีมูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์ สรุปดังนี้																									
๑	จัดงาน Organic Weekend Market Season ๒ ทุกวันศุกร์-อาทิตย์ ระหว่างวันที่ ๒๐ ม.ค. ๖๖ – ๑๒ ก.พ. ๖๖ รวมจัดงานทั้งสิ้น ๑๒ วัน ณ g Garden สวนผักกลางใจเมือง พื้นที่รวมทั้งสิ้น ๕,๐๐๐ ตารางเมตร (หลังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม ๙ ข้างตลาด JODD Fairs) มีผู้เข้าร่วมงาน ๙๓,๒๙๑ คน	๓๐๙,๖๖๕,๒๓๑																							
มูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น (บาท)		๓๐๙,๖๖๕,๒๓๑																							
เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา		๒๐๙,๓๐๙,๗๙๒																							
เพิ่มขึ้น		๑๐๐,๓๕๕,๔๓๙																							
คิดเป็นร้อยละ		๔๗.๙๕																							

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๕. ส่งเสริมการตลาดผลไม้</b></p> <p><b>๕.๑ การเชื่อมโยงการค้าจำหน่ายสินค้าจากเกษตรกร มีมูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้น ๖๒๕.๒๗ ลบ. ประกอบด้วย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>จับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ประกอบการ</b> ดำเนินการแล้ว ๓ ครั้ง มูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้น ๕๘๕.๕๒ ลบ. ดังนี้ ๑) MOU มังคุด จ.ชุมพร (๑๔ ต.ค. ๖๕) ปริมาณรวม ๔,๐๐๐ ตัน มูลค่ารวม ๐.๒๑ ลบ. ๒) เชื่อมโยงเจรจาซื้อขายลำไย/ลิ้นจี่/มะม่วง (อมก๋อยโมเดล) จ.ลำพูน (๑๖ มี.ค. ๖๖) ปริมาณรวม ๙,๑๕๗ ตัน (ลำไย ๕,๔๔๗ ตัน/ลิ้นจี่ ๑,๖๙๐ ตัน/มะม่วง ๒,๐๒๐ ตัน) มูลค่ารวม ๑๖๔.๙๐ ลบ.๓) เชื่อมโยงเจรจาซื้อขาย “ผลไม้ภาคตะวันออก” ผ่านตลาดข้อตกลง จ.จันทบุรี (๒๑ เม.ย. ๖๖) สินค้าทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สับปะรด สละ กระท้อน ลำไย มะม่วง ชมพู อินทผลัม ปริมาณ ๙,๓๙๓ ตัน มูลค่า ๔๒๐.๔๑ ลบ.</li> <li>● <b>ส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายผลไม้อัตลักษณ์</b> ประจำท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคที่เป็นแหล่งผลิตผลไม้ ๔ ภาค โดยเชื่อมโยงการค้าจากกลุ่มเกษตรกรไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ดำเนินการแล้ว ๔ ครั้ง มูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้น ๓๙.๗๕ ลบ. ดังนี้ ๑) งาน Songkran Festival ณ ห้างเซ็นทรัลเวิลด์ ระหว่างวันที่ ๑๑ – ๑๘ เม.ย. ๖๖ โดยเชื่อมโยงผลไม้จากกลุ่มเกษตรกร จำนวน ๔ ราย มีผลไม้ (ทุเรียน สละ เสาวรส ่อโวคาได้ มะม่วง) มูลค่าการค้าจำหน่าย ๐.๙๖ ลบ.๒) งาน Durian Fruit Fest ณ เซ็นทรัลรามอินทรา ระหว่างวันที่ ๓ – ๙ พ.ค. ๖๖ โดยเชื่อมโยงผลไม้จากกลุ่มเกษตรกร จำนวน ๘ ราย มีผลไม้ (ทุเรียน มังคุด สละ เงาะ ่อโวคาได้ แดงโม ชมพู) รวมปริมาณ ๕ ตัน มูลค่าการค้าจำหน่าย ๑.๕๕ ลบ.๓) งาน พาณิชย Fruit Festival ๒๐๒๓ On The Beach@Pattaya ณ สานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยา บีช เมื่อวันที่ ๒๗ มิ.ย. – ๕ ก.ค. ๖๖ มีการตั้งบูธจำหน่ายผลไม้ยอดฮิตประจำฤดูกาล เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะโรงเรียน และเครื่องดื่มผลไม้สกัดเย็น รวมถึงผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง มากกว่า ๕๐ ร้านค้า มีมูลค่าการค้าจำหน่าย ๓๕ ลบ. และ ๔) งาน Durian Fruit Fest ณ เซ็นทรัลมารีมา ระหว่างวันที่ ๑๐ – ๑๗ ก.ค. ๖๖ โดยเชื่อมโยงผลไม้จากกลุ่มเกษตรกร จำนวน ๑๐ ราย ๑๔ บูธ มีมูลค่าการค้าจำหน่าย ๒.๒๔ ลบ.</li> </ul> <p><b>๕.๒ ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเพิ่มการบริโภคผลไม้ไทย</b></p> <p>๑) แลกเปลี่ยนจัดงานและติดตามสถานการณ์ด้านการผลิต/การตลาด ตลอดจนปัญหา/อุปสรรค ทางการค้ามังคุดภาคใต้ ฤดูกาลผลิต ๒๕๖๕ เพื่อนำมาประกอบการกำหนดมาตรการผลไม้เชิงรุก ปี ๒๕๖๖ และลงนาม MOU ซื้อขายมังคุด ระหว่างกลุ่มมังคุดคุณภาพวังใหม่กับ ผู้ประกอบการ ๕ ราย (ตลาดมรกต, มาตาเทรตติ้ง, วินเทคชาวด, เอ็มทีฟรุ้ตแลนด, เรดเลมอน) ปริมาณรวม ๔,๐๐๐ ตัน</p> <p>๒) จัดกิจกรรมประชุมกำหนดมาตรการบริหารจัดการผลไม้ ปี ๒๕๖๖ พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนมาตรการบริหารจัดการผลไม้ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒๐ มี.ค. ๖๖ ณ ห้องประชุมกระทรวงพาณิชย์ ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานผลไม้ ได้รับทราบมาตรการบริหารจัดการผลไม้ ปี ๒๕๖๖ ของกระทรวงพาณิชย์ และนำมาตรการดังกล่าวไปขับเคลื่อนมาตรการลงสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p><b>๕.๓ รมรณรงค์บริโภคผลไม้ไทยคุณภาพ</b> โดยกรมฯ ร่วมกับศูนย์การค้าสยามพารากอน จัดงาน Siam Paragon Tropical Fruit Parade ๒๐๒๓ (สยามพารากอน ทropicคอลล ฟรุ้ต พาเรด ๒๐๒๓) เทศกาลผลไม้ไทยเกรดพรีเมียมที่ส่งตรงจากสวนผลไม้ที่ผ่านการคัดสรรคุณภาพจากเกษตรกรผู้ผลิตโดยตรงมากกว่า ๑๗ แหล่งทั่วประเทศ ภายในงานมีกิจกรรมหลากหลาย อาทิ บูฟเฟ่ต์ทุเรียน ๘ วัน ๕๖ รอบ รวมถึงการจำหน่ายผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้อีกมากมายกว่า ๑๐๐ ชนิด ระหว่างวันที่ ๒๖ เม.ย. – ๓ พ.ค. ๖๖ ณ พาร์ค พารากอน ศูนย์การค้าพารากอน</p> <p><b>๕.๔ จัดกิจกรรมสร้างค่านิยมและเครือข่ายผู้บริโภคผลไม้แก่เยาวชน</b> โดยนำรถบรรทุกผลไม้ไปสร้างเครือข่ายและจำหน่ายตามสถานศึกษา เมื่อวันที่ ๑๑ ก.ค. ๖๖ ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ภายในงานมีจัดกิจกรรม ๑) แจกซิมน้ำผลไม้ ๒) จำหน่ายผลไม้แก่นักศึกษาในราคาพิเศษ ปริมาณรวม ๒ ตัน ได้แก่ (๑) มังคุด จาก จ.ชุมพร จำหน่าย กก.ละ ๒๐ บ. และ (๒) ลำไย จ.เชียงใหม่ จำนวน กก.ละ ๕๐ บ. ๓) โปสต์ภาพคู่กับผลไม้ลงใน social media ส่วนบุคคล ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ โปสต์ และติดตามโครงการฯ เพื่อรับชมที่ระลึกจากกรมฯ ทั้งนี้ มีผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรม ประมาณ ๑,๐๐๐ คน</p> <p><b>๕.๕ ติดตามสถานการณ์ผลไม้</b></p> <p>๑) จัดประชุมเพื่อประเมินผลการดำเนินมาตรการบริหารจัดการผลไม้เชิงรุก ปี ๒๕๖๕ และพิจารณาแนวทางมาตรการบริหารจัดการผลไม้ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๖ ต.ค. ๖๕ ณ กรมการค้าภายใน</p> <p>๒) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการติดตามสถานการณ์ผลไม้ภาคใต้ ปี ๒๕๖๖ เพื่อรับฟังปัญหาในทางปฏิบัติและสะท้อนผลการดำเนินมาตรการบริหารจัดการผลไม้ในปีที่ผ่านมาจากเกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประเมินแนวโน้มสถานการณ์การผลิต การตลาดผลไม้ ฤดูกาลผลิต ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒๔ มิ.ย. ๖๖ ณ โรงแรมโดมอนด์ พลาซ่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีผู้เข้าร่วม จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ คน</p> <p>๓) เข้าร่วมเป็นวิทยากรในเวทีเสวนาหัวข้อ "ร่วมหาแนวทาง แก้ไขราคาผลผลิต พัฒนาจันทบุรีให้เป็นศูนย์ผลไม้เมืองร้อนแห่งเอเชีย" และหัวข้อ "แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาผลไม้ภาคตะวันออกเข้มแข็งและยั่งยืน" เมื่อวันที่ ๓ – ๖ ก.พ. ๖๖ ณ จ.จันทบุรี และ จ.ตราด</p>				



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p>๕.๖ ติดตามและประเมินผลโครงการ จำนวน ๒ ครั้ง ได้แก่ ๑) เมื่อวันที่ ๑๔ ต.ค. ๖๕ ณ วิสาหกิจชุมชนมังคุดคุณภาพวังใหม่ จ.ชุมพร และ ๒) เมื่อวันที่ ๒๒ ต.ค. ๖๕ ณ สหกรณ์ประสานกลีภิจ จ.สมุทรสาคร</p> <p>๕.๗ รวบรวมสถิติมูลค่าการส่งออกตลาดผลไม้ไทย มูลค่าการค้าผลไม้เศรษฐกิจสำคัญ ๗ ชนิด (ทุเรียน มังคุด เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ ลองกอง สับปะรด) ตั้งแต่เดือนต.ค. ๖๕ – ๓๐ ก.ย. ๖๖ จำนวน ๒๒๙,๒๗๑.๖๒ ล้านบาท และเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา (ปีฐาน ๒๕๖๕) มูลค่าการค้าผลไม้เศรษฐกิจสำคัญ ๑๘๔,๒๒๕.๓๔ ล้านบาท เพิ่มขึ้น ๔๕,๐๔๖.๒๘ ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔๕</p> <p>๕.๘ เปลี่ยนแปลงเงินจัดสรรโครงการส่งเสริมการตลาดผลไม้ จำนวน ๓๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท เพื่อชำระหนี้ตามคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด ปล่อยให้ บริษัท ลี้มศักดิ์กุดอุตสาหกรรมเกษตร (ไทยแลนด์) จำกัด วงเงิน ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท และ ๒) รับโอนเปลี่ยนแปลงเงินงบประมาณโครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ จำนวน ๕๙๔,๓๙๐.๐๗ บาท คงเหลือ ๒๐,๕๙๔,๓๙๐.๐๗ บาท</p> <p>๕.๙ ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ จำนวน ๑๖,๗๓๗,๒๖๘ บาท เพื่อดำเนินการ ๑) โอนเปลี่ยนแปลงเงินงบประมาณดำเนินโครงการ Mobile พาณิชย์ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) (ตลาดผลไม้) จำนวน ๑๔,๓๐๐,๐๐๐ บาท และ ๒) โครงการ Mobile พาณิชย์ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) เพิ่มเติม วงเงิน ๒,๔๓๗,๒๖๘ บาท</p> <p>ผลตามตัวชี้วัด : มูลค่า (การส่งออก) ผลไม้เศรษฐกิจสำคัญ เช่น ทุเรียน มังคุด เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔๕</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ : วงเงินงบประมาณ ๒๐,๕๙๔,๓๙๐.๐๗ บาท ผูกพัน ๒,๔๓๗,๒๖๘ บาท เบิกจ่าย ๑๗,๘๑๘,๑๖๕ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -</p>				
๒. โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ				
<ul style="list-style-type: none"> <li>● จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าว (โรงสี) ที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา</li> <li>● จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา</li> <li>● ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรับรองมาตรฐาน</li> </ul>	<p>กษ.๑</p> <p>กษ.๑</p> <p>กษ.๑</p>	<p>๓๐๐ ราย</p> <p>๑๐ ราย</p> <p>ร้อยละ ๘๐</p>	<p>๓๑๒ ราย</p> <p>๑๐ ราย</p> <p>ร้อยละ ๑๐๐</p>	<p>●</p> <p>●</p> <p>●</p>
<p>ผลการดำเนินงาน:</p> <p>๑. เพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานของโรงสีแบบครบวงจร</p> <p>๑.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงสีมีการจัดวางระบบมาตรฐาน GMP และ HACCP โดยคัดเลือกโรงสีเพื่อเข้าร่วมโครงการ จำนวน ๑๐ ราย มีผู้ประกอบการโรงสีผ่านการวางระบบมาตรฐาน GMP และ HACCP จำนวน ๑๐ ราย</p> <p>๑.๒ จัดอบรมหลักสูตรส่งเสริมและพัฒนาโรงสีแบบครบวงจร เพื่อส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิตของผู้ประกอบการโรงสีแบบครบวงจร เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงสี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดของธุรกิจการค้าข้าว เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และขยายโอกาสทางการค้า จำนวน ๖ ครั้ง มีจำนวนผู้เข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น ๓๑๒ ราย ในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี นครสวรรค์ บุรีรัมย์ นครพนม นครศรีธรรมราช และ พระนครศรีอยุธยา</p> <p>๑.๓ ถอนคืนเงินรายได้แผ่นดิน เนื่องจากตรวจพบว่า มีค่าธรรมเนียมหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าวที่เรียกเก็บเงินไว้เกิน จำนวน ๔,๐๐๐ บาท เพื่อนำมาเบิกจ่ายคืน</p> <p>๑.๔ ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดำเนินโครงการ Mobile พาณิชย์ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) เพิ่มเติม ๓๕๘,๓๐๐ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ : วงเงินงบประมาณ ๓,๕๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๓,๑๓๗,๗๐๐ บาท ถอนคืนเงินรายได้แผ่นดิน ๔,๐๐๐ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๒. รณรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ</b></p> <p>๒.๑ จัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคข้าวไทย เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนทั่วไปและเยาวชนคนรุ่นใหม่มีการบริโภคข้าวไทยเพิ่มขึ้น โดยกรมฯ ได้ร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการข้าวถุงไทย จัดกิจกรรมโรดโชว์ (RoadShow) ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน ๑๐ โรงเรียน ได้แก่ (๑) โรงเรียนโพธิสารพิทยากร (๒) โรงเรียนธัญบุรี (๓) โรงเรียนหนองเสือวิทยาคม (๔) โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย ๒ (สายใหม่) (๕) โรงเรียนธัญรัตน์ (รังสิต คลอง ๖) (๖) โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย รังสิต (๗) โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงวิทยาคม (๘) โรงเรียนคณะราษฎรบำรุง ปทุมธานี (๙) โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ ปทุมธานี (๑๐) โรงเรียนวัดสุทธิวราชมารวม ทั้ง จัดกิจกรรมรณรงค์ในสถานที่ชุมชน จำนวน ๒ ครั้ง ได้แก่ (๑) ตลาดนัดสวนจตุจักร และ (๒) ตลาดนัดเสียบทางด่วนรามอินทรา และจัดงานแถลงข่าว โครงการรณรงค์ “เด็กไทย กินข้าวไทย” พร้อมมอบรางวัลการแข่งขันหุงข้าว ให้แก่ผู้ชนะเลิศการแข่งขันหุงข้าว คือ โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการปทุมธานี เมื่อวันที่ ๒๖ พ.ย. ๖๕ ณ ลานกิจกรรม ชั้น G สามย่านมิตรทาวน์ กรุงเทพมหานคร</p> <p>๒.๒ ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้คุณประโยชน์การบริโภคข้าวไทยพร้อมเชื่อมโยงตลาดข้าวเกษตรกรในรูปแบบสื่ूपข้าวผ่าน Website ข้าวที่ได้รับความนิยม และจัดทำวิดีโอคลิป โดย Influencer นำเสนอเนื้อหากรมรณรงค์บริโภคข้าว และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ YouTube Facebook ของ Influencer</p> <p>๓.๓ รณรงค์บริโภคข้าวไทย ผ่านรายการ “เซฟกระทะเหล็กไทยแลนด์” เร็ยลิตีชีว้แข่งขันทำอาหาร โดยเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ ช่อง ๗ Facebook และ YouTube และกำหนดออกอากาศ เมื่อวันที่ ๙ ก.ย. ๖๖</p> <p>๓.๔ ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดำเนินโครงการ Mobile พาณิชย์ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) เพิ่มเติม ๒,๒๕๐,๐๐๐ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ : วงเงินงบประมาณ ๓,๒๕๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท โอนเงินงบประมาณไว้ที่กองคลังเพื่อใช้ในการกิจอื่นของกรมฯ ๒,๒๕๐,๐๐๐ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -</p> <p><b>๓. ศึกษาและวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดของข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ไทย</b></p> <p>๓.๑ ดำเนินการศึกษากิจกรรมและปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในห่วงโซ่อุปทานข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ วิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงในระดับต่าง ๆ และสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อสอบถามความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ตรวจสอบงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ ๑๕ ก.ย. ๖๖</p> <p>๓.๒ ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดำเนินโครงการ Mobile พาณิชย์ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) เพิ่มเติม ๑,๒๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ : วงเงินงบประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาท โอนเงินงบประมาณไว้ที่กองคลังเพื่อใช้ในการกิจอื่นของกรมฯ ๑,๒๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
๓. การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร				
<ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของเครื่องชั่งที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าทางการเกษตรมีความถูกต้อง</li> <li>จำนวนครั้งในการออกติดตามตรวจสอบสินค้า</li> </ul>	ขว. ตป.	ร้อยละ ๙๕ ๓๐ ครั้ง	ร้อยละ ๙๘.๑๙ ๕๒ ครั้ง	 
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> <p>๑. ติดตามตรวจสอบเครื่องชั่งสินค้าเกษตร (การตรวจสอบเครื่องชั่งรถยนต์ เครื่องชั่งสำหรับซื้อขายสินค้าเกษตร เครื่องชั่งวัดอัตราส่วนร้อยละของแป้งในหัวมัน และเครื่องวัดความชื้นข้าว) ในช่วงผลผลิตสินค้าเกษตรออกสู่ตลาด ระหว่างวันที่ ๑ ต.ค. ๖๕๕ – ๓๐ ก.ย. ๖๖ จำนวน ๒๖,๑๗๐ ราย ผลการตรวจสอบเครื่องชั่งที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าทางการเกษตรมีความถูกต้อง จำนวนทั้งสิ้น ๕๓,๐๕๒ เครื่อง ถูก ๕๒,๐๘๙ เครื่อง ผิด ๙๖๓ เครื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ ๙๘.๑๙</p> <p>๒. กำกับดูแล ตรวจสอบสินค้าเกษตรตามมาตรฐานกฎหมายและนโยบายของรัฐบาล รวมทั้งปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามกฎหมาย ตรวจสอบผู้ประกอบการสินค้าเกษตรทั้งสิ้น จำนวน ๕๒ ครั้ง รวม ๒,๓๘๒ ราย พบการกระทำความผิดทั้งสิ้น ๑๔ คดี ประกอบด้วย ๑) มันสำปะหลัง จำนวน ๔ คดี (ขนย้ายเกินกว่าแจ้ง ๑ คดี, ลักลอบขนย้าย ๑ คดี, ใช้เครื่องวัดชั่งแบ่งที่มีความเที่ยงผิดเกินอัตราเพื่อเหลือเผื่อขาด ๑ คดี, รับซื้อต่ำกว่าราคาที่แสดง ๑ คดี) ๒) ปาล์มน้ำมัน จำนวน ๓ คดี (ไม่มีหนังสืออนุญาตขนย้าย ๑ คดี, ขนย้ายไม่ตรงหนังสืออนุญาต ๑ คดี, ไม่ปิดป้ายแสดงราคาที่จุดรับซื้อ ๑ คดี) ๓) มะพร้าว จำนวน ๕ คดี (ไม่มีหนังสืออนุญาตขนย้าย ๕ คดี) และ ๔) กระเทียม จำนวน ๒ คดี (ไม่มีหนังสืออนุญาตขนย้าย ๒ คดี)</p>				
๔. โครงการยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย				
<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนเกษตรกรรายบุคคลและสถาบันเกษตรกรที่ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้น</li> </ul>	กษ.๑	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย	๒๑ ราย	
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> <p>๑. จัดงานเชื่อมโยงการซื้อขายข้าวของเกษตรกรที่ผู้ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ประจำปี ๒๕๖๕ (ครั้งที่ ๔๐) จำนวน ๒๑ รางวัล จำแนกเป็นเกษตรกรรายบุคคล จำนวน ๑๘ รางวัล สถาบันเกษตรกร จำนวน ๓ รางวัล เมื่อวันที่ ๒๗ ก.พ. ๖๖ ณ ห้องประชุมบูรฉัตรไชยากร ชั้น ๔ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และจัดพิธีลงนาม MOU การซื้อขายข้าวหอมมะลิ มีผู้เข้าร่วมลงนามจับคู่จำนวน ๖ คู่ ปริมาณข้าวหอมมะลิรวม ๑,๐๖๖ ตัน รวมเป็นเงิน ๑๖ ล้านบาท</p> <p>๒. จัดเทศกาลจำหน่ายข้าวหอมมะลิ และข้าวคุณภาพระดับ Premium เมื่อวันที่ ๔ - ๕ ก.พ. ๖๖ ณ ตลาดนัดเลียบบ่วนรามอินทรา มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งสิ้น ๒๘,๐๐๐ บาท ปริมาณข้าวรวม ๓๕๐ กิโลกรัม</p> <p>๓. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ สื่อออนไลน์/Social media จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในงานพิธีมอบรางวัลผู้ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ประจำปี ๒๕๖๕ (ครั้งที่ ๔๐) และผู้ผลิตข้าวสารคุณภาพดี ประจำปี ๒๕๖๕ ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์</p> <p>๔. ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยโอนเปลี่ยนแปลงเงินงบประมาณเป็นงบดำเนินงาน เพื่อใช้สำหรับแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร ปัญหาค่าครองชีพ หรือภารกิจสำคัญเร่งด่วน ๑ ๒,๐๐๐,๐๐ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</p> <p>วงเงินงบประมาณ ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย - บาท โอนเงินคืนกองคลังเพื่อนำไปใช้ในการกิจอื่นของกรม ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ :</p> <p>-</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
๕. มาตรการแก้ไขปัญหาลินค้าเกษตร				
● จำนวนครั้งในการจัดประชุม (สินค้าข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์)	กษ.๑	๑๕๐ ครั้ง	๒๑๕ ครั้ง	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> ๑. ดำเนินการจัดประชุมคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงานและอื่น ๆ ในสินค้าข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เพื่อแก้ไขปัญหาและช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่เกษตรกร จำนวน ๒๑๕ ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๔๓.๓๓ ๒. โอนงบประมาณเบิกแทนกัน กรมฯ ได้ออนให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ วงเงิน ๑,๗๕๗,๔๔๔ บาท เพื่อให้ สพจ. ดำเนินการจัดประชุมฯ ๓. ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ วงเงิน ๒,๓๑๙,๐๐๘.๕๒ บาท เพื่อดำเนินการ ๑) โอนเปลี่ยนแปลงเงินงบประมาณเป็นงบดำเนินงาน เพื่อใช้สำหรับแก้ไขปัญหาลินค้าเกษตร ปัญหาค่าครองชีพ หรือภารกิจสำคัญเร่งด่วน ๆ ๒,๐๒๐,๗๐๘.๕๒ บาท และ ๒) ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงห้องทำงาน (กจ.) ซ่อมแซมพื้นห้อง ๒๙๘,๓๐๐ บาท <b>ระยะเวลาดำเนินงาน :</b> ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖ <b>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</b> วงเงินงบประมาณ ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน ๒๙๘,๓๐๐ บาท เบิกจ่าย ๓,๕๔๕,๒๑๖.๗๕ บาท โอนงบประมาณเบิกแทนกัน ให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ๑,๗๕๗,๔๔๔ บาท บาท โอนเงินคืนกองคลังเพื่อนำไปใช้ในภารกิจอื่นของกรมฯ ๒,๐๒๐,๗๐๘.๕๒ บาท <b>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ :</b> -				
๖. การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร				
● มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร (ตลาดข้อตกลง) ที่ได้รับการส่งเสริม**	สต.	๔๐๕ ลบ.	๑,๑๕๐.๔๐ ลบ.	●
● ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมายที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง (ปีฐาน ปี ๒๕๕๓ = ปริมาณ ๖,๓๑๖.๘๗ ตัน)	สต.	ร้อยละ ๓๔	ร้อยละ ๗๐๒.๐๗	●
● จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง	สต.	๑๔ สินค้า	๒๕ สินค้า	●
● จำนวนระบบตลาดที่ได้รับการส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพ	สต.	๔ ระบบตลาด	๔ ระบบตลาด	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> ๑. ขยายตลาดรองรับผลผลิตสินค้าเกษตร (เนื้อหมู ไก่ไข่ สัตว์น้ำ ผลไม้ หอมแดง หอมใหญ่ กระเทียม) ๑.๑ จัดงานแถลงข่าวแถลงข่าวโครงการ "พาณิชย์ลดราคา! ตรุษจีนกระทายทอง ปี ๒๕๖๖" ดูแลสินค้าให้เกิดความเป็นธรรมและให้มีปริมาณเพียงพอ ดำเนินการช่วยเหลือประชาชนในการลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชน ร่วมมือกับผู้ผลิตจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในเทศกาลตรุษจีน ห้างค้าปลีกส่งห้างท้องถิ่นทั่วประเทศ และตลาดสดในความส่งเสริมของกรมฯ จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพให้ประชากรโดยตรงและราคาประหยัด เมื่อวันที่ ๑๔ - ๒๐ ม.ค. ๖๖ โดยการจัดแถลงข่าวโครงการในวันที่ ๑๗ ม.ค. ๖๖ ณ ตลาดสามย่าน ๑.๒ รณรงค์บริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และประมง (งานปิ้งย่าง By DIT) ร่วมกับสมาคมฯ และกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและผู้เลี้ยงปศุสัตว์จัดงานรณรงค์บริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และประมง โดยเชื่อมโยงและจัดหาสถานที่จำหน่ายให้กับเกษตรกรฯ เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมากภายใต้ชื่องาน "เทศกาลปิ้งย่างกลางกรุง by DIT@Central World" ระหว่างวันที่ ๑ - ๗ ก.ย. ๖๖ ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าภายในงาน ๖,๔๗๗,๖๒๔ บาท ผู้ประกอบการที่มาจำหน่าย ๑๔ บุษ/๑๓ กลุ่ม ๑๐ จังหวัด มีสินค้า High light ๔ ชนิด ได้แก่ เนื้อวัว หมู กุ้ง และปลากระพง				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๒. ติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรและวางแผนบริหารจัดการตลาดรองรับผลผลิต (สินค้าเกษตรสำคัญ ๗๐ สินค้า)</b></p> <p>๒.๑ จัดทำรายงานสถานการณ์ ด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตรในความรับผิดชอบ โดยรายงานในรูปแบบภาวะราคาสินค้ารายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน รวมทั้ง จัดทำข้อมูลเดือนท้ายสินค้าในความรับผิดชอบแนวโน้มสถานการณ์สินค้าเกษตร เสนอผู้บริหาร เพื่อเป็นข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตร เพื่อกำหนดมาตรการทางการค้าและการแก้ไขปัญหา รวมทั้ง ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์กรมฯ และสื่อต่างๆ</p> <p>๒.๒ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงกระจายผลผลิตสินค้าเกษตรออกนอกแหล่งผลิต จำนวน ๙ ครั้ง ประกอบด้วย</p> <p>๑) <b>ครั้งที่ ๑</b> ผักกาดขาว และกะหล่ำปลี ปริมาณ ๑๓๕ ตัน โดยนำมากระจายยังรถ Mobile พาณิชย ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน ๑๐๐ จุด ในแต่ละวัน มีราคา กก.ละ ๘ บาท เพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกผักใน จ.เชียงใหม่ ที่ได้รับผลกระทบจากราคาผักที่มีราคาตกต่ำ</p> <p>๒) <b>ครั้งที่ ๒</b> มะนาว ปี ๒๕๖๖ ดำเนินการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรผลผลิตมะนาวจากตลาดกลางสินค้าเกษตรผักและผลไม้ในความส่งเสริมของกรมฯ นำมาเปิดจุดจำหน่ายชายปลีกในราคาส่ง เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน และร้านค้าที่ต้องใช้มะนาวไปทำอาหารบริโภคและจำหน่าย จำนวน ๓ ครั้ง ได้แก่ (๑) เมื่อวันที่ ๑ - ๕ มี.ค. ๖๖ ณ บริเวณหาดทะเลท้ายเหมือง อ.ท้ายเหมือง จ.พังงา (๒) เมื่อวันที่ ๓ - ๕ มี.ค. ๖๖ ณ บริเวณวัดห้วยทรายขาว อ.บางสะพาน จ.ประจวบคีรีขันธ์ และ (๓) เมื่อวันที่ ๖ - ๑๐ มี.ค. ๖๖ ณ บริเวณหน้า สฟจ.จันทบุรี</p> <p>๓) <b>ครั้งที่ ๓</b> ไข่ไก่ ขยายช่องทางการจำหน่ายและส่งเสริมการบริโภคสินค้าปศุสัตว์ ผ่านช่องทาง Offline เมื่อวันที่ ๑๗ - ๑๙ มี.ค. ๖๖ โดยกรมฯ ร่วมกับบริษัทผู้จำหน่ายน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงรายใหญ่ รับซื้อไข่ไก่ในปริมาณ ๑ ล้านฟอง เพื่อจัดทำโปรโมชันเป็นของสมนาคุณให้กับผู้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในพื้นที่กรุงเทพ ปริมณฑล ภาคกลางและตะวันออก รวม ๑๓ จังหวัด จำนวน ๘๓๙ สาขา</p> <p>๔) <b>ครั้งที่ ๔</b> โครงการช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ ปี ๒๕๖๖ โดยเชื่อมโยงจำหน่ายไข่ไก่ จากกลุ่มเกษตรกรไปยังห้างท้องถิ่น ในพื้นที่ภาคใต้ จำนวน ๕ จังหวัด ๑๘ จุด ผลการเชื่อมโยง ๔,๐๗๒ แผง (๑๒๒,๑๖๐ ฟอง)</p> <p>๕) <b>ครั้งที่ ๕</b> เชื่อมโยงกระจายผลไม้ออกนอกแหล่งผลิตและสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตรง Hard Sale Promotion (หมู่บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม) เมื่อวันที่ ๑๒ ก.ค. ๖๖ โดยกรมฯ ร่วมมือกับผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ ๗ ราย นำผลไม้จากแหล่งผลิต ได้แก่ มังคุด จากภาคใต้ และสับปะรดภูแล จากภาคเหนือ มาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในหมู่บ้านจำนวน ๖๖ หมู่บ้าน และคอนโดมิเนียม จำนวน ๓๕ โครงการ เพื่อช่วยระบายผลผลิตให้กับเกษตรกร และช่วยให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสซื้อผลไม้คุณภาพดีได้โดยตรง</p> <p>๖) <b>ครั้งที่ ๖</b> กิจกรรมรถโมบายพาณิชย ๑๐๐ จุด ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และจุดจำหน่ายในโครงการอสังหาริมทรัพย์ของผู้ประกอบการรายได้ ๗ ราย โดยนำผลไม้จากเกษตรกรในพื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่ สับปะรดภูแล ส้มโอเขียวราย และน้ำสับปะรดบรรจุขวด เพื่อส่งไปจำหน่ายในห้างท้องถิ่นทั่วประเทศ ผ่านรถโมบายพาณิชย และในหมู่บ้าน คอนโดมิเนียม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร</p> <p>๗) <b>ครั้งที่ ๗</b> จัดมหกรรมผลไม้ภาคใต้สู่ผู้บริโภค โดยดำเนินการเชื่อมโยงผลผลิตทุเรียนและลองกอง ของจังหวัดยะลา เมื่อวันที่ ๒๒ ส.ค. ๖๖ ประกอบด้วย (๑) <b>ทุเรียน</b> รับซื้อผลผลิตทุเรียน เกรด ABC จากเกษตรกร ปริมาณ ๑๙๑.๘๘ ตัน มูลค่าการจำหน่าย ๒๔.๑๔ ลบ.และ (๒) <b>ลองกอง</b> รับซื้อผลผลิตลองกองตามชั้นคุณภาพ (AB, กระจุก, คละ) จากเกษตรกร ปริมาณ ๑๑๙.๒๘ ตัน มูลค่าการจำหน่าย ๗.๓ ลบ.</p> <p>๘) <b>ครั้งที่ ๘</b> จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการจำหน่ายไข่ไก่ โดยโอนเงินงบประมาณให้สฟจ.ดำเนินการ จำนวน ๒๘ จังหวัด จังหวัดละ ๑๐,๐๐๐ บาท เพื่อเชื่อมโยงการจำหน่ายไข่ไก่จากกลุ่มเกษตรกรไปยังผู้บริโภค จำนวน ๑๕,๐๐๐ แผง (๔๕๐,๐๐๐ ฟอง)</p> <p>๙) <b>ครั้งที่ ๙</b> จัดงานมหกรรมผลไม้ภาคใต้สู่ผู้บริโภค ระหว่างวันที่ ๒๕ - ๓๐ ก.ย. ๖๖ โดยกรมฯ ประสานหาสถานที่ ณ จังหวัดปลายทาง ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และปทุมธานี เชื่อมโยงผลไม้ภาคใต้ไปจำหน่ายจังหวัดปลายทางนอกแหล่งผลิต เพื่อให้เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค</p> <p>๒.๓ <b>โอนงบประมาณเบิกแทนกัน กรมฯ ได้โอนให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (เบิกให้ สฟจ.ลำพูน)</b> เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการประกาศขายทอดตลาดที่ดินลูกหนี้โครงการแก้ไขปัญหาราคาผลไม้ ปี ๒๕๔๕ จำนวน ๕,๐๐๐ บาท</p> <p>๒.๔ <b>ลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตร</b> จำนวน ๒๓ ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม เพชรบุรี ๓ ครั้ง สุราษฎร์ธานี ชุมพร นครปฐม ๒ ครั้ง . สมุทรสาคร อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ฉะเชิงเทรา ๒ ครั้ง สระบุรี ลพบุรี บุรีรัมย์ ภูเก็ต.พังงา ราชนครินทร์ เชียงใหม่ ลำพูน จันทบุรี พิจิตร ชลบุรี ๒ ครั้ง นครศรีธรรมราช ยะลา และเชียงราย</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๓. พัฒนาลาดรูปแบบต่าง ๆ และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร</b></p> <p>๓.๑ ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลตลาดสด ตลาดชุมชน และตลาดรูปแบบต่าง ๆ จำนวน ๑๐ ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก เชียงใหม่ (๒ ครั้ง) นครราชสีมา พิษณุโลก สุโขทัยแพร่ เชียงราย (๒ ครั้ง) และ สุราษฎร์ธานี</p> <p>๓.๒ ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตลาดสด ตลาดชุมชน ตลาดรูปแบบต่าง ๆ จำนวน ๒๐ ครั้ง ได้แก่ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง (๕ ครั้ง) ตลาดยิ่งเจริญ (๒ ครั้ง) ตลาดฐานเพชรนนท์ ตลาดกรมภูเรศ ตลาดสดจังหวัดพิษณุโลก ตลาดสดจังหวัดเชียงใหม่ (๒ ครั้ง) ตลาดสดจังหวัดนครราชสีมา ตลาดสดจังหวัดพังงา ตลาดสดจังหวัดภูเก็ต ตลาดสดจังหวัดนครศรีธรรมราช ตลาดสดจังหวัดนครราชสีมา (เขาใหญ่) ตลาดสดจังหวัดระยอง และตลาดสดจังหวัดสุพรรณบุรี</p> <p>๓.๓ จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน ๗ ครั้ง</p> <p>๑) ครั้งที่ ๑ เชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรจากตลาดในความส่งเสริมและสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อมาจำหน่ายในกิจกรรมพาณิชย์ลดราคา! เทศกาลกินเจ Lot ๒๑ ในพื้นที่ส่วนภูมิภาค ได้แก่ จ. นครศรีธรรมราช และพังงา</p> <p>๒) ครั้งที่ ๒ จัดกิจกรรม โครงการพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชนเทศกาลตรุษจีนปีกระต่าย (Lot ๒๓) ในช่วงเทศกาลตรุษจีน โดยมีพิธีเปิดโครงการ ณ ตลาดสามย่าน เมื่อวันที่ ๑๗ ม.ค. ๖๖ มีผู้ประกอบการ ห้างค้าปลีก - ค้าส่ง ห้างท้องถิ่น ตลาดสดและตลาดกลางทั่วประเทศ ร่วมกิจกรรม มีจุดจำหน่ายสินค้าตรุษจีนราคาถูก ๔,๖๐๐ จุด กระจายทั่วประเทศตั้งแต่ ๑๗ - ๒๐ ม.ค. ๖๖ รวม ๔ วัน</p> <p>๓) ครั้งที่ ๓ เชื่อมโยงผลผลิตมะนาวจากตลาดกลางออกจำหน่ายผ่านโรมันบายพาณิชย์ ณ สถานที่ชุมชนกว่า ๑๐๐ จุดทั่วกรุงเทพฯ เพื่อเตรียมรับมือสถานการณ์มะนาวช่วงฤดูแล้ง</p> <p>๔) ครั้งที่ ๔ เชื่อมโยงการซื้อขายมะนาวจากแหล่งผลิต เพื่อนำมาจำหน่ายให้ประชาชนและร้านอาหาร เปิดจุดจำหน่าย ณ อ.บ้านหมี่ จ.สุพรรณบุรี ในงานพาณิชย์ลดราคา! ออนไลน์ทั่วประเทศ</p> <p>๕) ครั้งที่ ๕ เชื่อมโยงสินค้าลำไย จากตลาดสดและตลาดกลางเข้า ๗ - ๑๑ โดยคัดเลือกลำไยพันธุ์อีดอเกรด AA เบอร์ใหญ่ จำนวนกว่า ๖๕ ตัน มาวางจำหน่ายที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น กว่า ๑๓,๐๐๐ สาขา เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีรายได้เพิ่มขึ้น</p> <p>๖) ครั้งที่ ๖ เชื่อมโยงรับซื้อมังคุดจากตลาดสด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ชุมพร สุราษฎร์ธานี ยะลา นราธิวาส เข้าไปขายในห้างท้องถิ่นกว่า ๑,๐๐๐ ตัน เปิดจุดจำหน่ายในห้างท้องถิ่น ๑๒๐ สาขา ทุกภาคทั่วประเทศ</p> <p>๗) ครั้งที่ ๗ เชื่อมโยงมังคุดจากจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน ๑,๑๐๐ ตัน ออกจากจังหวัดนครศรีธรรมราช มากระจายตามตลาดในความส่งเสริมของกรมฯ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในการกระจายสินค้า เนื่องจากสินค้าล้นตลาด</p> <p>๓.๔ การทบทวนประเมินตลาดสดในความส่งเสริมของกรมฯ โดยประเมินศักยภาพและความพร้อมของตลาดเพื่อเข้าร่วมโครงการพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชนเทศกาลตรุษจีนปีกระต่าย (Lot ๒๓) มีตลาดเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น ๗๗ จังหวัด ๑๘๖ ตลาด ๖๒๒ ร้านค้า (ตลาดสด จำนวน ๑๘๒ ตลาด ๕๓๒ ร้านค้า และตลาดกลาง จำนวน ๔ ตลาด ๕๐ ร้านค้า)</p> <p>๓.๕ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงเทศกาลตรุษจีน จำนวน ๓ สื่อ ได้แก่ (๑) สื่อโทรทัศน์ (๒) สื่อหนังสือพิมพ์ และ (๓) สื่อเว็บไซต์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจด้านตลาด ผลิต และผู้ประกอบการ</p> <p><b>๔. พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</b></p> <p>๔.๑ สำรวจ ติดตาม ประเมินผลและให้คำปรึกษาแนะนำกลุ่มเป้าหมาย โดยรับฟังความคิดเห็นฯ โครงการพัฒนาท่าเรือบริเวณแหลมอ่าวอ่าง อ.เมือง จ.ระนอง เมื่อวันที่ ๑๖ ส.ค. ๖๖ ณ โรงแรมเฮอริเทจ และโครงการพัฒนาท่าเรือบริเวณแหลมริ้ว อ.หลังสวน จ.ชุมพร เมื่อวันที่ ๑๘ ส.ค. ๖๖ ณ โรงแรมอวยชัยแกรนด์</p> <p>๔.๒ จัดอบรมเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดออนไลน์แก่เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ บรรยายหัวข้อ "การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ผ่านเครือข่ายของกรมการค้าภายใน" การอภิปรายเรื่อง "การใช้ประโยชน์จากการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์" และอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง "วิธีการขึ้นทะเบียนผู้ค้าบนแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์" เมื่อวันที่ ๑๙ ส.ค. ๖๖ ณ โรงแรม ทวิน โดตส์ อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช โดยมีผู้เข้าร่วม ๙๐ คน และผ่านระบบ Zoom อีก ๓๐๐ คน</p> <p>๔.๓ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การใช้ประโยชน์จากระบบตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบแบตเตอรี่สำรอง (Power Bank) จำนวน ๒๒๐ ชิ้น รวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๘๘,๘๖๘ บาท เรียบร้อยแล้ว</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๕. เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบตลาดข้อตกลง และผลักดันการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน</b></p> <p><b>๕.๑</b> สำรวจ เชื่อมโยงการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง จำนวน ๕ ครั้ง ประกอบด้วย ๑) ครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่ ๓๐ ก.ย. - ๑ ต.ค. ๖๕ ณ สหกรณ์การเกษตรแม่ยาว จำกัด จ.เชียงราย ๒) ครั้งที่ ๒ เมื่อวันที่ ๒๐ - ๒๑ ต.ค. ๖๕ ณ โรงแรมอมรินทร์ จ.แพร่ ๓) ครั้งที่ ๓ เมื่อวันที่ ๙ ก.พ. ๖๖ ณ โรงแรมเมย์ฟลาวเวอร์แกรนด์ จ.พิษณุโลก ๔) ครั้งที่ ๔ เมื่อวันที่ ๑๖ มี.ค. ๖๖ ณ เดอะ แกรนด์จามูรี รีสอร์ท จ.ลำพูน และ ๕) ครั้งที่ ๕ เมื่อวันที่ ๒ มิ.ย. ๖๖ ณ โรงแรมปุระนคร จ.นครศรีธรรมราช</p> <p><b>๕.๒</b> ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตลาดข้อตกลง จำนวน ๗ ครั้ง ประกอบด้วย ๑) ครั้งที่ ๑ ติดตามผลการซื้อขายสินค้า “ลองกอง” ผ่านช่องทางการสื่อสารโซเชียลมีเดีย/โทรศัพท์ ๒) ครั้งที่ ๒ ติดตามการดำเนินการเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตร ระหว่างวันที่ ๑๐ - ๑๑ พ.ย. ๖๕ ณ ที่ว่าการอำเภออมก๋อย จ.เชียงใหม่ ๓) ครั้งที่ ๓ ติดตามผลการประชุมเชื่อมโยงเจรจาซื้อขายสินค้าเกษตร ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๕ พ.ย. ๖๕ ณ ที่ว่าการอำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ ๔) ครั้งที่ ๔ ติดตามผลการประชุมเชื่อมโยงเจรจาซื้อขายหอมหัวใหญ่ วันที่ ๑๔ ธ.ค. ๖๕ ณ โรงแรมมูสโฮเทล เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ ๕) ครั้งที่ ๕ ติดตามสถานการณ์สินค้า “มะม่วง” ก่อนผลผลิตออกสู่ตลาด วันที่ ๘ มี.ค. ๖๖ ณ กลุ่มมะม่วงคุณภาพบ้านวังน้ำบ่อ ต.ไทรย้อย อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก ๖) ครั้งที่ ๖ ติดตามสถานการณ์การซื้อขายสินค้าเกษตร (มะเขือเทศ กะหล่ำปลี พริก ฟักทอง และบุก) ในวันที่ ๒๙ เม.ย. ๖๖ ณ อ.อมก๋อย จ. เชียงใหม่ และ ๗) ครั้งที่ ๗ ติดตามสถานการณ์ผลไม้ภาคใต้ ปี ๒๕๖๖ วันที่ ๒๔ มิ.ย. ๖๖ ณ โรงแรมไดมอนด์พลาซ่า อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี</p> <p><b>๕.๓</b> จัดอบรมเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากตลาดข้อตกลง” เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดข้อตกลง อันจะนำไปสู่การเชื่อมโยงซื้อขายสินค้าเกษตร โดยใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน ในวันที่ ๒๑ มี.ค. ๖๖ ณ โรงแรมบลูแรบบิท อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีผู้เข้าร่วมอบรม ๘๕ คน</p> <p><b>๕.๔</b> เชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน ๓ ครั้ง ประกอบด้วย ๑) เชื่อมโยงเจรจาซื้อขายสินค้า “ข้าวเหนียว” ระหว่างวันที่ ๒๖ - ๒๘ ต.ค. ๖๕ ณ จังหวัดเชียงใหม่ ๒) เชื่อมโยงเจรจาซื้อขายกระเทียม/หอมแดง ในวันที่ ๒๖ มี.ค. ๖๕ ณ โรงแรมไอบิส สไตล์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ ๓) เชื่อมโยงเจรจาซื้อขาย “ผลไม้ภาคตะวันออก” ในวันที่ ๒๑ มี.ค. ๖๖ ณ โรงแรมบลูแรบบิท อ.เมือง จ.จันทบุรี</p> <p>ทั้งนี้ กรมฯ ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง ผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน โดยเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้ประกอบการได้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน ๒๕ สินค้า จำนวน ๒๕๔ สัญญา (๑) ลองกอง ๓,๖๖๑ ตัน (๒) สับปะรด ๘,๖๒๐ ตัน (๓) ส้มเขียวหวาน ๑,๔๐๕ ตัน (๔) ส้มโอ ๓๕๐ ตัน (๕) ข้าวเหนียว ๔,๐๐๐ ตัน (๖) มะเขือเทศ ๑,๓๐๐ ตัน (๗) พริก ๕๕ ตัน (๘) ฟักทอง ๙๐๐ ตัน (๙) กะหล่ำปลี ๓๐๐ ตัน (๑๐) บุก ๕๐ ตัน (๑๑) หอมหัวใหญ่ ๗,๓๐๐ ตัน (๑๒) หอมแดง ๓๑๕ ตัน (๑๓) กระเทียม ๑,๙๔๙ ตัน (๑๔) มะม่วง ๒,๖๔๙ ตัน (๑๕) มะยงชิด ๑๐ ตัน (๑๖) ลำไย ๕,๙๔๗ ตัน (๑๗) ลิ้นจี่ ๑,๖๙๐ ตัน (๑๘) ทุเรียน ๒,๑๑๑ ตัน (๑๙) เงาะ ๓,๕๕๕ ตัน (๒๐) มังคุด ๓,๔๔๑ ตัน (๒๑) สลัด ๓๑๐ ตัน (๒๒) กระเทียม ๑๐ ตัน (๒๓) จำปาดะ ๘ ตัน (๒๔) กลัวยหอม ๓๐๐ ตัน และ (๒๕) เมล่อน ๓๐ ตัน ปริมาณ ๕๐,๖๖๖ ตัน มูลค่า ๑,๑๕๐.๔๐ ล้านบาท</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)

โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงาน รับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มี ประสิทธิภาพ				

ลำดับที่	สินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์	จำนวนสัญญา	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
	<b>พืชผัก</b>		<b>๑๖,๕๖๙</b>	<b>๒๒๒.๓๕</b>
๑	ข้าวเหนียว	๓	๔,๐๐๐	๔๘.๐๐
๒	มะเขือเทศ	๔	๑,๗๐๐	๗.๖๕
๓	พริก	๓	๕๕	๑.๑๐
๔	บุก	๒	๕๐	๑.๒๕
๕	ฟักทอง	๒	๙๐๐	๙.๐๐
๖	กะหล่ำปลี	๒	๓๐๐	๑.๕๐
๗	หอมหัวใหญ่	๒๕	๗,๓๐๐	๗๓.๐๐
๘	หอมแดง	๙	๓๑๕	๑๕.๑๒
๙	กระเทียม	๒๕	๑,๙๔๙	๖๕.๗๓
	<b>ผลไม้</b>		<b>๓๔,๐๙๗</b>	<b>๙๒๘.๐๕</b>
๑๐	ลองกอง	๑๕	๓,๖๖๑	๑๔๗.๖๖
๑๑	สับปะรด	๑๕	๘,๖๒๐	๕๙.๔๐
๑๒	ส้มเขียวหวาน	๒๓	๑,๔๐๕	๒๘.๑๐
๑๓	ส้มโอ	๗	๓๕๐	๓๕.๙๓
๑๔	มะม่วง	๒๖	๒,๖๔๙	๖๐.๕๘
๑๕	มะยงชิด	๑	๑๐	๑.๕๐
๑๖	ลำไย	๓๓	๕,๙๔๗	๙๑.๑๗
๑๗	ลิ้นจี่	๑๑	๑,๖๙๐	๔๘.๕๓
๑๘	ทุเรียน	๑๒	๒,๑๑๑	๒๑๑.๑๐
๑๙	เงาะ	๘	๓,๕๕๕	๗๑.๑๐
๒๐	มังคุด	๑๘	๓,๔๔๑	๑๓๘.๒๔
๒๑	สละ	๖	๓๑๐	๑๘.๔๐
๒๒	กระท้อน	๑	๑๐	๐.๗๐
๒๓	จำปาดะ	๑	๘	๐.๖๔
๒๔	กล้วยหอม	๑	๓๐๐	๑๒.๐๐
๒๕	เมล่อน	๑	๓๐	๓.๐๐
<b>รวม</b>	<b>สินค้า</b>	<b>๒๕๔</b>	<b>๕๐,๖๖๖.๐๐</b>	<b>๑,๑๕๐.๔๐</b>
	<b>เปรียบเทียบกับปีฐาน</b>		<b>๖,๓๑๖.๘๗</b>	
	<b>เพิ่มขึ้น</b>		<b>๔๔,๓๔๙.๑๓</b>	
	<b>คิดเป็นร้อยละ</b>		<b>๗๐๒.๐๗</b>	



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๕.๕ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบตลาดพันธสัญญา</b></p> <p>- จัดจ้างทำสื่อประชาสัมพันธ์สนับสนุนโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบตลาดข้อตกลง ในรูปแบบพร้อม ดำเนินการจัดจ้างบริษัท สแตมมิชต์ จำกัด ทำสื่อประชาสัมพันธ์สนับสนุนโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบตลาดข้อตกลง ในรูปแบบพร้อมจำนวน ๒,๐๐๐ ชิ้น วงเงิน ๓๔๐,๐๐๐ บาท (สามแสนสี่หมื่นบาทถ้วน)</p> <p><b>๖. ผลักดันการซื้อขายและส่งเสริมการจัดชั้นคุณภาพสินค้าในตลาดกลางที่อยู่ในความส่งเสริมของกรมฯ</b></p> <p>๖.๑ ศึกษา สำรวจการจัดตั้ง แนวทางการพัฒนาและเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดกลาง จำนวน ๔ ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก สุโขทัย (๒ ครั้ง) นครศรีธรรมราช พบว่า ยังไม่มีตลาดใดเหมาะสมพัฒนาให้เป็นตลาดกลางได้</p> <p>๖.๒ ติดตามประเมินผลสถานการณ์การค้าในตลาดกลาง จำนวน ๘ ครั้ง ได้แก่ ตลาดไท (๒ ครั้ง) ตลาดสี่มุมเมือง (๔ ครั้ง) ตลาดกลางสินค้าเกษตร จ.พิษณุโลก และตลาดมรกต จ.ชุมพร</p> <p>๖.๓ จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดกลาง จำนวน ๕ ครั้ง</p> <p>๑) ครั้งที่ ๑ ดำเนิน โครงการพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชนเทศกาลตรุษจีนปีกระต่าย (Lot ๒๓) มีตลาดเข้าร่วมโครงการ ๔ ตลาด ๕๐ ร้านค้า ประกอบด้วย ตลาดสี่มุมเมือง ๑๔ ร้านค้า ตลาดไท ๑๖ ร้านค้า ตลาดศรีเมือง ๑๐ ร้านค้า และตลาดล้านเมือง ๑๐ ร้านค้า</p> <p>๒) ครั้งที่ ๒ ประสานสมาคมตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรไทยเพื่อเตรียมรับมือสถานการณ์มะนาวช่วงฤดูแล้ง ประกอบด้วยตลาดศรีเมือง ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ผ่านรถโมบายพาณิชย์ ณ สถานที่ชุมนุมกว่า ๑๐๐ จุด ทั่วกรุงเทพ ในราคาประหยัด</p> <p>๓) ครั้งที่ ๓ จัดงานพาณิชย์ลดราคาช่วยประชาชน โดยนำผลไม้มาจัดในโซน Food Festival ประกอบด้วย มังคุดจากกลุ่มเกษตรกร จ.ชุมพร นครศรีธรรมราช และทุเรียนจากกลุ่มเกษตรกร จ.ชุมพร เมื่อวันที่ ๒๘ มิ.ย. ๖๖ ณ ตลาดกลางมรกต จ.ชุมพร</p> <p>๔) ครั้งที่ ๔ เข้าร่วมประชุมสมาคมตลาดกลาง ณ จังหวัดนครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี วันที่ ๑๘-๑๙ ส.ค.๖๖ เพื่อหารือแนวทางการแก้ไขปัญหาของตลาดกลาง ติดตามราคาสินค้า และการรักษาคุณภาพการดำเนินการของตลาดกลาง</p> <p>๕) ครั้งที่ ๕ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงสินค้าลำไย จากตลาดสดและตลาดกลางเข้า ๗-๑๑ โดยคัดเลือกลำไยพันธุ์อีดอ เกรด AA เบอร์ใหญ่ ได้รับมาตรฐาน GAP จำนวนกว่า ๖๕ ตัน มาวางจำหน่ายที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น กว่า ๑๓,๐๐๐ สาขา</p> <p>๖.๔ ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงเทศกาลตรุษจีน จำนวน ๓ สื่อ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ , สื่อหนังสือพิมพ์ , สื่อเว็บไซต์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการจัดจำหน่าย เกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าด้านการตลาดให้กับผู้ผลิต และผู้ประกอบการ</p> <p><b>ผลตามตัวชี้วัด :</b> ๑. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร (ตลาดข้อตกลง) ที่ได้รับการส่งเสริม รวมเป็นเงินทั้งสิ้น ๑,๑๕๐.๔๐ ล้านบาท</p> <p>๒. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมายที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง คิดเป็นร้อยละ ๗๐๒.๐๗</p> <p>๓. จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง จำนวน ๒๕ สินค้า</p> <p>๔. จำนวนระบบตลาดที่ได้รับการส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพ จำนวน ๔ ระบบตลาด ประกอบด้วย (๑) ตลาดสด (๒) ตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ (๓) ตลาดข้อตกลง และ (๔) ตลาดกลาง)</p> <p><b>ปัญหา/อุปสรรค/แนวทางแก้ไข/ข้อเสนอแนะ :</b></p> <p>๑. การจ้างจัดงาน สินค้าเกษตร ต้อนรับเทศกาลตรุษจีน ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) วงเงิน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท ประกาศ ณ วันที่ ๒ ธ.ค. ๖๕ ปรากฏว่า มีผู้ยื่นข้อเสนอราคาเพียงรายเดียว ทำให้ไม่เกิดการแข่งขันทางด้านราคา กรมฯ จึงได้ดำเนินการยกเลิกประกาศดังกล่าว เมื่อวันที่ ๒๗ ธ.ค. ๖๕ และปรับเปลี่ยนเป็นการจัดงานแล่งข้าวแล่งข้าวโครงการ "พาณิชย์ลดราคา! ตรุษจีนกระต่ายทอง ปี ๒๕๖๖" ด้วยวิธีคัดเลือก วงเงิน ๑,๓๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p>๒. ยกเลิกการดำเนินโครงการสนับสนุนการบริหารจัดการเก็บสต็อกกระเทียม ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๗ ก.ค. ๖๖ เนื่องจากผู้ประกอบการเสนอราคาซื้อสูงจูงใจให้เกษตรกรขายเป็นกระเทียมสดมากขึ้น ราคากระเทียมสดอยู่ในเกณฑ์สูงกว่า ๒๐ บาท/กก. ช่วง ๒๐ - ๒๕ บาท</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
๗. การพัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การเกษตร				
● ร้อยละของผู้ประกอบการที่กรมออกไปสำรวจเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	สต.	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> ๑. ยกกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ให้เข้ากับกิจกรรมคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น รวมทั้งตลาดเพื่อเป็นจุดพักและกระจายสินค้า โดยตรวจเยี่ยม สำรวจข้อมูลด้านการเสริมสร้าง และการบริหารจัดการของผู้ประกอบการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น โดยตรวจสอบลักษณะ สภาพ วิธีการดำเนินงานของสำนักงานเพื่อต่ออายุใบอนุญาตประกอบการคลังสินค้า และตรวจสอบและกำกับเพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น พ.ศ. ๒๕๕๘ จำนวน ๓๗ ครั้ง ๒. จัดสัมมนาร่วมกับสมาคมธุรกิจคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น ในการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจ คลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น เมื่อวันที่ ๒๔ พ.ศ. ๖๖ ณ โรงแรมรามารการ์เด็นส์ ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ เพื่อแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจซึ่งกันและกัน ภายใต้หัวข้อเรื่อง การปรับตัวทางธุรกิจให้ทันกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ (-sharing Session: Cold Chain Revolution จาก JWD Group/-sharing session: Wemove Platform /-sharing session: ธนาคารกรุงไทย Smart Money for Warehousing ๒๐๒๒) มีผู้เข้าร่วมสัมมนา ๕๐ คน ๓. จัดจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าไปใช้ประโยชน์คลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น ในการกำกับดูแลของกรมการค้าภายใน ในรูปแบบแบตเตอรี่สำรอง (Power Bank) เพื่อประชาสัมพันธ์ระบบตลาดที่อยู่ในความส่งเสริมของกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด (อาทิ ตลาดสดและตลาดกลาง)				
๘. ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร (คชก.)				
● จำนวนครั้งในการจัดประชุม (คณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร)	บพ.	๓๐ ครั้ง	๓๑ ครั้ง	●
● ร้อยละความสำเร็จในการจัดประชุม	บพ.	ร้อยละ ๖๐	ร้อยละ ๑๐๓.๓๓	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> จัดประชุมคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) คณะกรรมการบริหารกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คพท.) และ คณะอนุกรรมการอื่น ๆ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรด้านปัจจัยการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร ตามที่หน่วยงานขอรับการจัดสรรเงินจากกองทุนฯ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ ตลอดจนติดตามผลการดำเนินงานเพื่อเร่งรัดการส่งคืนเงินช่วยเหลือจ่ายและปิดบัญชีโครงการเงินจ่ายขาดกองทุนฯ การชำระหนี้ และปิดบัญชีโครงการ รวมทั้งสิ้นจำนวน ๓๑ ครั้ง (เป้าหมาย ๓๐ ครั้ง) หรือร้อยละความสำเร็จในการจัดประชุม คิดเป็นร้อยละ ๑๐๓.๓๓				
๙. การเบิกเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่คพท.อนุมัติโครงการด้านการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.)				
● ร้อยละความสำเร็จในการเบิกเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คพท.อนุมัติโครงการด้านการช่วยเหลือเกษตรกร	บพ.	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> การดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามกรอบนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ประธานกรรมการและ คณะกรรมการบริหารกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คพท.) ได้อนุมัติจัดสรรเงินกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร จำนวน ๙ โครงการ วงเงินรวม ๑,๑๙๓,๕๑๕,๐๐๐ บาท เบิกจ่าย ๑,๑๙๓,๕๑๕,๐๐๐ บาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ประกอบด้วย ๑. โครงการลดต้นทุนการผลิตกึ่งทะเลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในอุตสาหกรรมกึ่งทะเลอย่างยั่งยืน ปี ๒๕๖๔ เป้าหมายผู้ประกอบการค้า กุ้งทะเล จำนวน ๔๐ ราย วงเงิน ๑๔,๘๓๒,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย : ดำเนินการเบิกจ่ายให้กรมประมง เมื่อวันที่ ๑๐ ก.พ. ๖๖ เป็นเงิน ๑๔,๓๑๒,๐๐๐ บาท (ปี ๖๕ เบิกจ่าย ๕๒,๐๐๐ บาท และปี ๖๖ เบิกจ่าย ๑๔,๓๑๒,๐๐๐ บาท รวมเป็น ๑๔,๘๓๒,๐๐๐ บาท) ๒. โครงการบริหารจัดการการตลาดพืชหัว ปี ๒๕๖๖ เป้าหมาย ๒๗,๐๐๐ ตัน ประกอบด้วย กระทบ ๑๓,๐๐๐ ตัน หอมหัวใหญ่ ๖,๕๐๐ ตัน หอมแดง ๗,๕๐๐ ตัน วงเงิน ๗๐,๖๕๘,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย ๗๐,๖๕๘,๐๐๐ บาท				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ				
<p><b>๓. โครงการบริหารจัดการผลไม้ ปี ๒๕๖๖</b> ดำเนินกิจกรรม ๔ กิจกรรม แยกเป็น กิจกรรมที่ ๑ เสริมสร้างประสิทธิภาพการรวบรวมรับซื้อผลไม้จากเกษตรกร กิจกรรมที่ ๒ เชื่อมโยงกระจายผลไม้ออกนอกแหล่งผลิตและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลไม้ กิจกรรมที่ ๓ ส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้และประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อมั่น และกิจกรรมที่ ๔ ส่งเสริมการแปรรูปเพื่อการส่งออก) วงเงิน ๘๙๕,๕๖๐,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย ๘๙๕,๕๖๐,๐๐๐</p> <p><b>๔. โครงการสนับสนุนการกระจายผลไม้เพื่อยกระดับราคาของสถาบันเกษตรกร ปี ๒๕๖๖ (กสส.)</b> ดำเนินกิจกรรม ๑) สนับสนุนบรรจุกัญท์ เพื่อกระจายผลไม้ออกนอกแหล่งผลิต และสนับสนุนบรรจุกัญท์ (ตะกร้าผลไม้) ภาครัฐสนับสนุน ๗๐% สหกรณ์สมทบ ๓๐% ของราคาบรรจุกัญท์ จำนวน ๓๗๑,๒๙๐ ใบ ปริมาณเป้าหมาย ๒,๑๐๐ ตัน และ ๒) ค่าใช้จ่ายดำเนินงานของหน่วยงาน วงเงิน ๑๙๕,๓๖๓ บาท (ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน ๒.๙๖% ของวงเงินดำเนินงาน) วงเงิน ๖,๗๙๐,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย ๖,๗๙๐,๐๐๐ บาท</p> <p><b>๕. โครงการช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ปี ๖๖ (คน.)</b> ดำเนินกิจกรรม ๑) ชดเชยราคากุ้ง <math>\leq</math> ๒๐/กก. ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด <math>\leq</math> ๑๐/กก. ปริมาณเป้าหมาย ๕,๐๐๐ ตัน และ ๒) ค่าใช้จ่ายดำเนินงานของหน่วยงาน (ตามที่จ่ายจริง แต่ <math>\leq</math> ๓% ของวงเงินดำเนินงาน) วงเงิน ๑๕๔,๕๐๐,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย ๑๕๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p><b>๖. โครงการเชื่อมโยงอาหารสัตว์ให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ปี ๖๖ (คน.)</b> ดำเนินกิจกรรม ๑) สนับสนุนค่าบริหารจัดการในการซื้ออาหารสัตว์ (กก. ละ ๑ บาท ไม่เกิน ๑๐ ตัน/ราย) วงเงิน ๘,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ผู้เลี้ยงสัตว์รายย่อย-กลาง (สุกร <math>\leq</math> ๕,๐๐๐ ตัว ไก่ไข่ <math>\leq</math> ๑๐๐,๐๐๐ ตัว ไก่เนื้อ <math>\leq</math> ๑๐๐,๐๐๐ ตัว) และ ๒) ค่าใช้จ่ายดำเนินงานของหน่วยงาน วงเงิน ๒๔๐,๐๐๐ บาท (ตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน ๓% ของวงเงินดำเนินงาน) วงเงิน ๘,๒๔๐,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย ๘,๒๔๐,๐๐๐ บาท</p> <p><b>๗. โครงการชดเชยดอกเบี้ยเพื่อเสริมสภาพคล่องให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร ปี ๖๖ (คน. : กษ.๒)</b> ดำเนินกิจกรรม ๑) ชดเชยดอกเบี้ยให้เกษตรกรที่กู้เงินกับธนาคาร ๓% /๖ เดือน (๑ ม.ค. – ๓๑ ส.ค. ๖๖) วงเงิน ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท เป้าหมาย เงินกู้ ๑,๐๐๐ ลบ.และ ๒) ค่าใช้จ่ายดำเนินงานของหน่วยงาน วงเงิน ๔๕๐,๐๐๐ บาท (ตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน ๓% ของวงเงินดำเนินงาน) วงเงิน ๑๕,๔๕๐,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย ๑๕,๔๕๐,๐๐๐ บาท</p> <p><b>๘. โครงการชดเชยดอกเบี้ยเพื่อเสริมสภาพคล่องให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ ปี ๖๖ (คน. : กษ.๒)</b> ดำเนินกิจกรรม ๑) ชดเชยดอกเบี้ยให้เกษตรกรที่กู้เงินกับธนาคาร ๓% / ๖ เดือน (๑ ม.ค. – ๓๑ ส.ค. ๖๖) วงเงิน ๑๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท เป้าหมาย เงินกู้ ๑,๐๐๐ ลบ.และ ๒) ค่าใช้จ่ายดำเนินงานของหน่วยงาน วงเงิน ๔๕๐,๐๐๐ บาท (ตามที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน ๓% ของวงเงินดำเนินงาน) วงเงิน ๑๕,๔๕๐,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย : ๑๕,๔๕๐,๐๐๐ บาท</p> <p><b>๙. โครงการสินเชื่อสร้างยุ้งฉางฯ ปี ๖๑ (ข้าว) (ธ.ก.ส.)</b> ดำเนินกิจกรรม ๑) ชดเชยดอกเบี้ยเงินกู้ยืมอัตราร้อยละ ๓ ต่อปี ให้แก่เกษตรกรรายคนและสถาบันเกษตรกรที่กู้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อสร้างยุ้งฉางเก็บผลิตผลการเกษตรเป็นของตนเอง เพื่อชะลอปริมาณข้าวเปลือกไม่ให้เกินความต้องการของตลาดเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาข้าวเหลือ เป้าหมาย ๑๐,๐๐๐ ราย วงเงินสินเชื่อ เกษตรกรรายคน ไม่เกินรายละ ๑๕๐,๐๐๐ บาท/สถาบันเกษตรกร ไม่เกินรายละ ๓ ล้านบาท ระยะเวลาจ่ายชดเชยดอกเบี้ย ๔ ปี นับตั้งแต่วันที่คณะกรรมการบริหารกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรอนุมัติโครงการ วงเงิน ๑๒,๕๕๕,๐๐๐ บาท ผลการเบิกจ่าย : ผูกพัน ๑๒,๕๕๕,๐๐๐ บาท</p> <p>ผลตามตัวชี้วัด : ร้อยละความสำเร็จในการเบิกเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คพท.อนุมัติโครงการด้านการช่วยเหลือเกษตรกร ร้อยละ ๑๐๐</p> <p><b>ระยะเวลาดำเนินงาน :</b> ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p><b>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</b> วงเงินงบประมาณ ๗๕๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท เงินนอกงบประมาณ ๗๒๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน ๑๒,๕๕๕,๐๐๐ บาท เบิกจ่าย ๑,๑๙๓,๕๑๕,๐๐๐ บาท</p> <p><b>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ :</b> -</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๒ : การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก</b>				
<b>๑. โครงการส่งเสริมการพัฒนาาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร</b>				
● มูลค่าการค้าสินค้า/บริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม**	สต.	๘๒๕ ลป.	๒,๔๐๓.๙๐	●
● ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	สต.	ร้อยละ ๕	ร้อยละ ๕๖.๕๓	●
● จำนวนตลาดชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา*	สต.	๖๕ แห่ง	๑๕๗ แห่ง	●
● ช่องทางการตลาด*	สต.	๑๐ ช่องทาง	๑๐ ช่องทาง	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> <b>๑. ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น</b> ๑.๑ ส่งเสริมพัฒนาตลาดชุมชนให้มีความพร้อมในการเป็นตลาดชุมชนตามนโยบายรัฐบาล โดยในปี ๒๕๖๖ ได้ส่งเสริมตลาดต้องชมแห่งใหม่ ๑๓ แห่ง ได้แก่ (๑) ตลาดน้ำ ๔,๐๐๐ ปี จ.น่าน (๒) ตลาดทำนน้ำรับเสด็จ จ.สุโขทัย (๓) กาดบะป่าว เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ (๔) กาดเมฆาก จ.แพร่ (๕) กาดหลายต้า จ.พะเยา (๖) ตลาดนัดกลางคืน “หอการค้าแพร่” จ.พะเยา (๗) ถนนคนเดินกาฬสินธุ์ โปงลางสตรีท จ.กาฬสินธุ์ (๘) ถนนคนเดินเลาะเลย จ.เลย (๙) ตลาดน้ำ วัดสะพาน จ.กทม. (๑๐) ตลาดทำเทียนเรือประมงอ่างศิลา จ.ชลบุรี (๑๑) ถนนมีชีวิต พานิชเจริญ จ.เพชรบุรี (๑๒) ตลาดลองแลอูบางนุ จ.พังงา และ (๑๓) ตลาดน้ำขวัญ – เรียม จ.กทม. ปัจจุบันมีทั้งหมด ๒๕๑ แห่ง ๑.๒ ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาด ดำเนินโครงการเพื่อเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดแล้ว ๓ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้า ๙๖๑,๐๑๕,๑๑๕ บาท ๑) ดำเนินการส่งเสริมตลาดต้องชมเป้าหมายใหม่ ปี ๒๕๖๖ และกิจกรรมกระตุ้นเชื่อมโยงสินค้าชุมชน (เป้าหมาย ๙๐ ครั้ง) ดำเนินการแล้ว ๑๖๗ ครั้ง สร้างรายได้ให้ชุมชนมูลค่ารวมทั้งสิ้น ๘๕๓,๒๔๙,๓๘๐ บาท ๒) เข้าร่วมกิจกรรมงาน Village to Town ระหว่างวันที่ ๓๐ พ.ค. - ๕ มิ.ย. ๖๖ ณ เซ็นทรัลปิ่นเกล้า ชั้น G กรุงเทพมหานคร จำนวน ๕ ตลาด สร้างรายได้ให้ชุมชนมูลค่ารวมทั้งสิ้น ๑๙,๗๕๖,๘๑๐ บาท ๓) จัดกิจกรรมกระตุ้นและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดต้องชม (พื้นที่ภาคใต้) ประจำปี ๒๕๖๖ (เป้าหมาย ๒๕ ครั้ง) ดำเนินการแล้ว ๒๕ ตลาด สร้างรายได้ให้ชุมชนมูลค่ารวมทั้งสิ้น ๘๘,๐๐๘,๙๒๕ บาท ๑.๓ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน (แห่งเดิม) โดยดำเนินโครงการเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต้องชมในช่วงเทศกาลลอยกระทง ๒๕๖๕ และ ปีใหม่ ๒๕๖๖ มีตลาดต้องชมในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ๑๒๗ แห่ง ทั่วประเทศ มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้า ๓๙๘,๓๘๐,๐๐๐ บาท ๑) จัดกิจกรรมวันลอยกระทงในตลาดต้องชม ระหว่างวันที่ ๕ - ๘ พ.ย. ๖๕ ในจังหวัดแหล่งท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้มีการจับจ่ายใช้สอยจากนักท่องเที่ยว ๒๖ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้า ๘๒,๙๕๘,๒๙๙ บาท ๒) จัดกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไปที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาว ระหว่างวันที่ ๒๔ ธ.ค. ๖๕ ถึงวันที่ ๘ ม.ค. ๖๖ พร้อมกิจกรรมกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยมากมาย เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน ๑๐๑ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้า ๓๑๕,๘๒๑,๗๐๑ บาท ๑.๔ จัดกิจกรรมมหกรรมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าชุมชนและบริการของตลาดต้องชม ภายใต้ชื่องาน Thai Local Economy Expo ๒๐๒๓ by DIT โดยนำสินค้าจากหมู่บ้าน ทำมาค้าขาย ซึ่งสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีทั้งหมด ๖ กลุ่มด้วยกัน ตั้งแต่ ผ้าทอ เครื่องประดับ สินค้าหัตถกรรม ของใช้ตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก ของเพื่อสุขภาพและความงามต่างๆ นอกจากนี้ยังมี อาหารเครื่องดื่มและผลไม้ตามฤดูกาล ซึ่งจัดขึ้นตั้งแต่วันที่ ๑ - ๗ ก.ย.๖๖ ภายในงานจะมีสินค้าจากหมู่บ้านทำมาค้าขายต่างๆ ซึ่งสินค้ามาจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศและสินค้าจากตลาดต้องชมด้วย ณ ลานเซ็นทรัลเวิลด์ โดยจัดพิธีเปิดในวันที่ ๒ ก.ย. ๖๖ มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้า ๑๘,๖๒๗,๓๑๐ บาท ๑.๕ เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า โดยตลาดต้องชมที่ได้รับการส่งเสริม จำนวน ๒๕๑ ตลาด มีมูลค่าการซื้อขายตลาดต้องชม ปีงบประมาณ ๒๕๖๖ คิดเป็นมูลค่ารวม ๘๖๒,๐๓๙,๙๗๗ บาท				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๒ : การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก</b>				
๑.๖ ตลาดชุมชนได้รับการส่งเสริมช่องทางตลาด เป้าหมาย ๕ ช่องทาง ได้แก่ ๑) ส่งเสริมจัดตั้งตลาดต้องชมแห่งใหม่ จำนวน ๑๓ แห่ง ๒) ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาด ๑๙๗ ตลาด ๓) เชื่อมโยงการท่องเที่ยว จำนวน ๒ ครั้ง ในช่วงเทศกาลลอยกระทงและปีใหม่ ๔) ส่งเสริมช่องทางตลาดและการท่องเที่ยวตลาด จำนวน ๗ ครั้ง ประกอบด้วย ๒ กิจกรรม คือ ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยง online และ จัดมหกรรมการท่องเที่ยว				
ผลตามตัวชี้วัด : มูลค่าการค้าสินค้าของตลาดต้องชม ทั้งสิ้น ๒,๒๔๐,๔๖๒,๔๐๒ ล้านบาท มีรายละเอียด ดังนี้				
ที่	กิจกรรม	จำนวน (ครั้ง)	มูลค่าการค้า (บาท)	
๑	ส่งเสริมตลาดต้องชมเป้าหมายใหม่ ปี ๒๕๖๖ และกิจกรรมกระตุ้นเชื่อมโยงสินค้าชุมชน	๑๖๗	๘๕๓,๒๔๙,๓๘๐	
๒	ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต้องชมในช่วงเทศกาลลอยกระทง ๒๕๖๕	๒๖	๘๒,๙๕๘,๒๙๙	
๓	ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต้องชมในช่วงเทศกาลปีใหม่ ๒๕๖๖	๑๐๑	๓๑๕,๘๒๑,๗๐๑	
๔	เข้าร่วมกิจกรรม Village to Town ณ เซ็นทรัลปิ่นเกล้า	๕	๑๙,๗๕๖,๘๑๐	
๕	กิจกรรมกระตุ้นและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดต้องชม (พื้นที่ภาคใต้) ประจำปี ๒๕๖๖	๒๕	๘๘,๐๐๘,๒๒๕	
๖	กิจกรรมส่งเสริมช่องทางตลาดและการท่องเที่ยวตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน	๗	๑๘,๖๒๗,๓๑๐	
๗	เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าของตลาดต้องชม ๒๕๑ ตลาด		๘๖๒,๐๓๙,๙๗๗	
ผลรวม			๒,๒๔๐,๔๖๒,๔๐๒	
ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖				
วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ : วงเงินงบประมาณ ๖๙,๖๓๒,๒๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๖๘,๕๔๑,๖๓๕ บาท โอนเงินงบประมาณให้สป.พณ.ดำเนินการ ๒๐๐,๐๐๐ บาท				
ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -				
<b>๒. หมู่บ้านทำมาค้าขาย</b>				
๒.๑ สำรวจและคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมโครงการและลงพื้นที่ชี้แจงสร้างความเข้าใจกับวิสาหกิจชุมชนเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน ๑๖ แห่ง ในพื้นที่จังหวัดอ่างทอง ชลบุรี จันทบุรี สระแก้ว ระยอง บุรีรัมย์ พังงา กระบี่ พัทลุง น่าน เชียงใหม่ ลำปาง ตาก จ.สุราษฎร์ธานี เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการส่งเสริม โดยจะมีการคัดเลือกชุมชนที่มีความพร้อม				
๒.๒ การส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจของหมู่บ้านที่มีการรวมกลุ่มกันผลิตและจำหน่ายสินค้า/บริการ ให้เป็น “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” ในปี ๒๕๖๖ ได้ตั้งเป้าส่งเสริมหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ จำนวน ๕ แห่ง ได้แก่ (๑) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานกระจูด มาบเหลาชะโอน จ.ระยอง ผลิตภัณฑ์จากกระจูด กระเช้า ตระกร้า กระเป๋า (๒) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าชาวไอริช ต.ตะกั่วป่า จ.พังงา ผลิตภัณฑ์แปรรูป ผ้าทอชาวไอริช กระเป๋า ผ้าพันคอ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ตุ๊กตา (๓) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มนํ้ามอญแจ้ซ้อน จ.ลำปาง ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป (๔) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มธูปหอมอัมพัน จ.ตาก ถ่านตูดกลั่น ธูป และเครื่องหอมโรม่า และ (๕) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มไฮโซฟาร์มเห็ด จ.สุราษฎร์ธานี ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดแครกเกอร์แกลบ ทำให้ปัจจุบันมีวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมหมู่บ้านทำมาค้าขาย รวมทั้งสิ้น ๔๒ แห่ง				
๒.๓ การพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม เพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายที่ได้รับการส่งเสริมมาแล้ว อย่างต่อเนื่องและต่อยอดจากการดำเนินการในปีที่ผ่านมา				
๑) โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม (กลุ่มของกินของใช้) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๖ จำนวน ๔ แห่ง ได้แก่ ๑) หมู่บ้านบ่อหลวง จ. น่าน ๒) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร จ. พิษณุโลก ๓) วิสาหกิจชุมชนบ้านสหกรณ์ จ. สมุทรสาคร ๔) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบุญดูข้าวยา จ. สงขลา				

**ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)**

โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๒ : การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก</b>				

๒) โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม (กลุ่มผ้าและจักสาน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๖ จำนวน ๘ แห่ง ได้แก่ (๑) วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ทำมือบ้านจงเจริญ จ.เชียงราย (๒) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมบ้านนาสันปูเลย (๓) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มร่มบ่อสร้าง (ร่มล้านนา) จ.เชียงใหม่ (๔) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านนาป่าหนาด จ.เลย (๕) วิสาหกิจชุมชนปั้นยาบาติก จ.สตูล (๖) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์พื้นบ้านป่าบารา จ.สตูล (๗) วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกระจูดวรรณิ จ.พัทลุง (๘) วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เตยปาหนันบ้านดูหนู จ.ตรัง

๒.๔ จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย ภายใต้ชื่องาน “Village To Town” โดยนำสินค้าเด่นจากวิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการท้องถิ่น จากหมู่บ้านทำมาค้าขายและตลาดต้องชมกว่า ๒๔ แห่ง มาจัดแสดงและจำหน่ายให้กับชาวกรุงเทพฯ และนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เติบโต และกระจายรายได้สู่ชุมชน ณ ลานโปรโมชั่น ชั้น G ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า ตั้งแต่วันที่ ๓๐ พ.ค. – ๕ มิ.ย. ๖๖ และเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับธุรกิจที่มีชื่อเสียง ได้แก่ บริษัท ไช่หวานบ้านซูชิ กลุ่มบริษัทดุสิตธานี บริษัทซีพีแรม บริษัท ไทยเวียเจ็ท แอร์ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต บริษัท คาโอ บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย เป็นต้น

๒.๕ ติดตามประเมินผลการดำเนินโครงการ จำนวน ๑๗ ครั้ง ได้แก่ ๑) ติดตามการดำเนินงานส่งเสริมหมู่บ้านทำมาค้าขาย (โครงการปี ๖๕) จำนวน ๕ ครั้ง ๒) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าหมู่บ้านทำมาค้าขาย ในงาน OTOPI CITY ๒๐๒๒ ๓) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าหมู่บ้านทำมาค้าขาย ในงาน New year Grand Sales ๔) ติดตามการดำเนินงานภายใต้แผนงานบูรณาการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ๕) ติดตามการดำเนินงานเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าในงาน “มหกรรมสินค้า FTA” ๑ - ๓ พ.ค. ๖๖ ๖) งานอัตลักษณ์แห่งสยาม ครั้งที่ ๑๔ ณ ไบเทคบางนา ๗) ติดตามการดำเนินงานเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าในงาน “แสดงและจำหน่ายสินค้าอาหาร ๒๕๖๖ Thaixifex - Anuga Asia ๒๐๒๓ ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพคเมืองทองธานี ๑๐) ขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Village to Town) ณ เซ็นทรัล พลาซ่า ปิ่นเกล้า ๑๑) ติดตามผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าซาโอรี จ.พังงา ๑๒) ติดตามการดำเนินงานเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าในงาน "Thai Local Economy Expo ๒๐๒๓ by DIT" ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ๑๓) ติดตามการดำเนินงานเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าในงาน "OTOP Midyear ๒๐๒๓" ณ ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพคเมืองทองธานี

๒.๖ ตลาดชุมชนได้รับการส่งเสริมช่องทางตลาด เป้าหมาย ๕ ช่องทาง ดำเนินการแล้ว ๕ ช่องทาง ได้แก่ ๑. ส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ จำนวน ๕ แห่ง ๒. พัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม (กลุ่มของกินของใช้) จำนวน ๔ แห่ง ๓. พัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม (กลุ่มผ้าและจักสาน) จำนวน ๘ แห่ง ๔. ขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน ๑ ครั้ง ประกอบด้วย ๒ กิจกรรม (๑) จัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) (๒) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย

๒.๗ ผลจากการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายทั้ง ๔๒ แห่ง ทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้า พัฒนาบรรจุภัณฑ์ นวัตกรรม/เทคโนโลยีมาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถพัฒนาตนเองไปสู่การเป็นผู้ประกอบการค้ามืออาชีพ มีรายได้จากการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการ และมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ในปี ๒๕๖๖ มีมูลค่าการค้าขายในหมู่บ้านทำมาค้าขายที่ได้รับการส่งเสริม ๑๖๓,๔๔๒,๑๕๘ บาท

**ผลลัพธ์ตามตัวชี้วัด :**

- ๑. มูลค่าการค้าสินค้า/บริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม ๒,๔๐๓.๙๐ ล้านบาท ประกอบด้วย ๑) มูลค่าการค้าขายสินค้าในตลาดต้องชม คิดเป็น ๒,๒๔๐.๔๖ ล้านบาท และ ๒) มูลค่าการค้าขายในหมู่บ้านทำมาค้าขายที่ได้รับการส่งเสริม คิดเป็น ๑๖๓.๔๔ ล้านบาท
- ๒. ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชน เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๓๒ ประกอบด้วย รายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชน ปี ๒๕๖๖ มีมูลค่าการค้า ๒,๔๐๓.๙๐ ลบ. เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (ปี ๒๕๖๕ มูลค่าการค้า ๑,๕๓๕.๗๖ ลบ. เพิ่มขึ้น ๘๖๘.๑๔ ลบ. หรือคิดเป็นร้อยละ ๕๖.๕๓)

มูลค่าสินค้าชุมชน	ปี ๒๕๖๕	ปี ๒๕๖๖	เพิ่มขึ้น/ลดลง	คิดเป็นร้อยละ
๑. ตลาดต้องชม	๑,๒๔๐.๔๖	๒,๒๔๐.๔๖	๘๔๐.๖๐	
๒. หมู่บ้านทำมาค้าขาย	๑๓๕.๙๐	๑๖๓.๔๔	๒๗.๕๔	
<b>รวม</b>	<b>๑,๕๓๕.๗๖</b>	<b>๒,๔๐๓.๙๐</b>	<b>๘๖๘.๑๔</b>	<b>๕๖.๕๓</b>

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงาน รับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๒ : การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก</b>				
<p>๓. จำนวนตลาดชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ๑๕๗ แห่ง ประกอบด้วย ๑) จัดตั้งตลาดต้องชมแห่งใหม่ จำนวน ๑๓ แห่ง ๒) กิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยว จำนวน ๑๒๗ แห่ง ๓) กิจกรรมกระตุ้นการใช้จ่ายในเส้นทางการท่องเที่ยวตลาด จำนวน - แห่ง ๔) จัดตั้งหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ จำนวน ๕ แห่ง และ ๕) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม จำนวน ๑๒ แห่ง</p> <p>๔. ตลาดชุมชนได้รับการส่งเสริมช่องทางตลาด ๑๐ ช่องทาง (เป้าหมายตลาดต้องชม ๕ ช่องทาง และหมู่บ้านทำมาค้าขาย ๕ ช่องทาง) ดำเนินการแล้ว ๑๐ ช่องทาง ดังนี้</p> <p>๔.๑ ตลาดต้องชม จำนวน ๕ ช่องทาง ได้แก่ ๑) ส่งเสริมจัดตั้งตลาดต้องชมแห่งใหม่ จำนวน ๑๒ แห่ง ๒) ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาด ๑๕๗ ตลาด ๓) เชื่อมโยงการท่องเที่ยว จำนวน ๒ ครั้ง ในช่วงเทศกาลลอยกระทงและปีใหม่ ๔) ส่งเสริมช่องทางตลาดและการท่องเที่ยวตลาด จำนวน ๗ ครั้ง ประกอบด้วย ๒ กิจกรรม คือ ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยง online และ จัดมหกรรมการท่องเที่ยว</p> <p>๔.๒ หมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน ๕ ช่องทาง ได้แก่ ๑. ส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ จำนวน ๕ แห่ง ๒. พัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม (กลุ่มของกินของใช้) จำนวน ๔ แห่ง ๓. พัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม (กลุ่มผ้าและจักสาน) จำนวน ๘ แห่ง ๔. ขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน ๑ ครั้ง ประกอบด้วย ๒ กิจกรรม (๑) จัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) (๒) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย</p> <p><b>ระยะเวลาดำเนินงาน :</b> ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p><b>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</b> วงเงินงบประมาณ ๑๕,๓๖๗,๘๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๑๕,๓๓๓,๐๕๐.๖๖ บาท</p> <p><b>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ :</b> -</p>				
<b>หมายเหตุ : * แผนงานบูรณาการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก</b>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความเสมอภาคทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
๑. การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน**</li> <li>• ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารและได้รับการแก้ไขปัญหาด้านร้องเรียน</li> <li>• จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกตรวจสอบและมีการปฏิบัติตามกฎหมาย</li> </ul>	<p>รบ.</p> <p>ตป.</p> <p>ตป.</p>	<p>ร้อยละ</p> <p>ร้อยละ ๙๐</p> <p>๗๙,๕๐๐ ราย</p>	<p>ร้อยละ</p> <p>ร้อยละ ๙๘.๘๔</p> <p>ร้อยละ ๙๐.๐๕</p> <p>๑๐๕,๑๕๖ ราย</p>	<p>●</p> <p>●</p> <p>●</p>
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> <p>๑. กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ</p> <p>๑.๑ กำหนดสินค้าและบริการควบคุม จำนวน ๕๗ รายการ (สินค้า ๕๒ รายการ บริการ ๕ รายการ) สินค้าและบริการที่ติดตามดูแล ๒๔๒ รายการ (สินค้า ๒๑๙ รายการ บริการ ๒๓ รายการ) โดยมีการติดตามตรวจสอบราคาและสถานการณ์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน ทุกปีๆ ทุกเดือน</p> <p>๑.๒ กำกับดูแลด้านราคาสินค้าให้เป็นธรรม ปริมาณมีเพียงพอกับความต้องการ และไม่มีมีการกักตุน/ฉวยโอกาสในการปรับราคาสินค้าสูงขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดูแลราคาต้นทุน (ราคา ณ โรงงาน) ให้สอดคล้องกับต้นทุนและเป็นธรรม โดยแบ่งการกำกับดูแลสินค้าเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ ๑) กลุ่มสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบนำเข้า ๒) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก ๓) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบทั้งในประเทศและนำเข้า ๔) กลุ่มอาหารสด ซึ่งหากจำเป็นต้องปรับราคาจะพิจารณาให้ปรับราคาตามภาวะต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจริง</li> <li>- ดูแลราคากลางทาง (ราคาจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่ง) โดยดูแลราคาจำหน่ายส่งให้มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคา ณ โรงงาน (ต้นน้ำ)</li> <li>- ดูแลราคาปลายทาง (ราคาจำหน่ายปลีก) โดยตรวจสอบติดตามราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต และกำหนดระดับความสำคัญของสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกวันแบ่งออกเป็น ๓ ระดับ ได้แก่ ๑) Sensitive List (SL) : สินค้าที่มีความอ่อนไหวพิเศษติดตามราคาและภาวะเป็นประจำทุกวัน ๒) Priority Watch List (PWL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษสัปดาห์ละ ๒ ครั้ง ๓) Watch List (WL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปีๆ</li> </ul> <p>๑.๓ กำหนดมาตรการในการกำกับดูแลราคา สำหรับสินค้าและบริการควบคุม เช่น การกำหนดราคาจำหน่ายสูงสุด การปรับราคาสูงขึ้นต้องได้รับอนุญาต การให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย การห้ามมิให้มีการกักตุน ปฏิเสธการจำหน่ายและประวิงการจำหน่าย เป็นต้น</p> <p>๑.๔ กำหนดรายการราคาสินค้าและบริการ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>๑) การแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ รวมถึงบอกรายละเอียดของสินค้าให้ชัดเจน เช่น ประเภท ชนิด ลักษณะ ขนาด น้ำหนักของสินค้า และการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายอื่นๆ หากผู้ใดฝ่าฝืนจะมีความผิดตามมาตรา ๒๘ และมีโทษตามมาตรา ๔๐ พ.ร.บ.ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ ระวังโทษปรับไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท</li> <li>๒) การแสดงราคาจำหน่ายสินค้าและบริการ จำนวน ๒๙๐ รายการ (สินค้า ๒๔๐ รายการ และบริการ ๕๐ รายการ)</li> <li>๓) การแสดงราคาซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน ๓๗ รายการ</li> </ul> <p>๒. กำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ</p> <p>๒.๑ ประชุมคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.) เพื่อกำหนดมาตรการสินค้าและบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>๑) ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๑๑ ม.ค. ๖๖ ณ ห้องประชุม ๒๐๒ ชั้น ๒ อาคารรัฐสภา เกียกกาย โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน ที่ประชุมมีมติ คงรายการสินค้าควบคุมและมาตรการ ๕ รายการ ได้แก่ ๑) หน้ากากอนามัย ๒) โยสังเคราะห์ Polypropylene (Spunbond) เพื่อใช้ในการผลิตหน้ากากอนามัย ๓) ผลิตภัณฑ์ที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบเพื่อสุขอนามัยสำหรับมือ ๔) เศษกระดาษ และกระดาษที่นำกลับมาใช้ได้ อีก และ ๕) ไม้ ไม้เนื้อ</li> </ul>				



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความเสมอภาคทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p>๒) ครั้งที่ ๒/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๑๖ มิ.ย. ๖๖ ณ ห้องกิตติยาภรณ์วรลักษณ ชั้น ๔ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยมีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) เป็นประธาน ที่ประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๖ มีมติดังนี้</p> <p>๒.๑) เห็นชอบให้คงรายการบัญชีสินค้าและบริการควบคุม ปี ๒๕๖๖ เช่นเดียวกับ ปี ๒๕๖๕ ซึ่งกำหนดรายการสินค้าและบริการควบคุม จำนวน ๕๑ รายการ จำแนกเป็น ๔๖ สินค้า ๕ บริการ กำหนดเป็น ๑๐ หมวดสินค้า และ ๑ หมวดบริการ</p> <p>๒.๒) เห็นชอบให้คงหลักการตามมาตรการเดิม เช่นเดียวกับปี ๒๕๖๕</p> <p>๒.๒.๑) คงหลักการตามมาตรการเดิม และปรับรายละเอียด ๑ รายการ คือ ปูนซีเมนต์ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของราคาและให้สอดคล้องกับภาวะการค้าในปัจจุบัน โดยเพิ่มประเภทปูนซีเมนต์ไฮดรอลิก GU (ชนิดใช้งานทั่วไป) อีก ๑ ประเภท</p> <p>๒.๒.๒) คงหลักการตามมาตรการเดิมและเพิ่มเติมพื้นที่ควบคุมการขนย้าย ๒ รายการ คือ (๑) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เพิ่มพื้นที่ควบคุมการขนย้ายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ จำนวน ๖ อำเภอ ใน ๒ จังหวัด รวม ๑๗ จังหวัด ๕๙ อำเภอ (๒) หัวมันสำปะหลังสดและมันเส้น เพิ่มพื้นที่ควบคุมการขนย้ายหัวมันสำปะหลังสดและมันเส้น จำนวน ๑๒ อำเภอ ใน ๔ จังหวัด รวม ๑๖ จังหวัด ๖๐ อำเภอ</p> <p>๒.๓) เห็นชอบให้คงรายการสินค้าและบริการ และคงหลักการการแสดงราคาสินค้าและค่าบริการตามมาตรการเดิมที่ต้องแสดงราคาและรายละเอียดต่อไป จำนวน ๒๙๐ รายการ แยกเป็นสินค้า ๒๔๐ รายการ (บัญชี ก.) และบริการ ๕๐ รายการ (บัญชี ข.) และการแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์</p> <p>๒.๔) เห็นชอบให้คงรายการสินค้าเกษตรและคงหลักการการแสดงราคาซื้อขายตามมาตรการเดิมที่ต้องแสดงราคาซื้อขาย จำนวน ๓๓ รายการ</p> <p><b>๒.๒ ประชุมการประชุมคณะกรรมการพิจารณาการออกใบอนุญาตส่งออกไปนอกราชอาณาจักร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๒๐ ครั้ง ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> <li>๑) เมื่อวันที่ ๑๐ ต.ค. ๖๕ อนุญาตให้ส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๒๕ คำขอ ปริมาณ ๓,๑๕๕,๘๔๐ ชิ้น และ เห็นควรอนุญาตให้ส่งออกหน้ากากอนามัย แบบมีเงื่อนไซ จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๑,๕๐๐ ชิ้น</li> <li>๒) เมื่อวันที่ ๒ พ.ย. ๖๕ อนุญาตให้ส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๔๔ คำขอ ปริมาณ ๑๒,๗๐๒,๔๔๐ ชิ้น</li> <li>๓) เมื่อวันที่ ๒๑ พ.ย. ๖๕ อนุญาตให้ส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๒๗ คำขอ ปริมาณ ๒,๓๐๙,๙๗๕ ชิ้น</li> <li>๔) เมื่อวันที่ ๗ ธ.ค. ๖๕ อนุญาตให้ส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๘๐ คำขอ ปริมาณ ๗,๘๓๘,๐๔๐ ชิ้น เห็นควร<u>ไม่อนุญาต</u>ให้ส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๑,๐๐๐ ชิ้น</li> <li>๕) เมื่อวันที่ ๒๖ ธ.ค. ๖๕ อนุญาตให้ส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๖๑ คำขอ ปริมาณ ๕,๙๙๑,๖๒๐ ชิ้น</li> <li>๖) เมื่อวันที่ ๑๙ ม.ค. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกหน้ากากอนามัย จำนวน ๓๒ คำขอ ปริมาณ ๒,๔๘๒,๓๔๐ ชิ้น เห็นควรพิจารณาในคราวประชุมครั้งถัดไปหรือเมื่อได้รับหนังสือแจ้งการวินิจฉัยผลิตภัณฑ์จาก อย. จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๖๒๗,๓๐๐ ชิ้น</li> <li>๗) เมื่อวันที่ ๖ ก.พ. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๔ ราย ๔๖ คำขอ ปริมาณ ๕,๘๒๙,๕๑๐ ชิ้น</li> <li>๘) เมื่อวันที่ ๒๔ ก.พ. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๕ ราย ๔๑ คำขอ ปริมาณ ๓,๒๑๒,๗๔๐ ชิ้น</li> </ol> </li> <li>๒) เห็นควร<u>อนุญาต</u>ให้บริษัท ๓ เอ็ม ประเทศไทย จำกัด ส่งออกหน้ากากป้องกันฝุ่นละออง จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๕,๐๐๐ ชิ้น ไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัยแบบมีเงื่อนไซ หากได้รับการตรวจสอบหรือตรวจวินิจฉัยจาก อย. ว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์หน้ากากใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม และหน้ากากป้องกันฝุ่นละออง</li> <li>๙) เมื่อวันที่ ๑๓ มี.ค. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๓ ราย ๑๑ คำขอ ปริมาณ ๑,๓๐๘,๗๗๐ ชิ้น</li> <li>๑๐) เมื่อวันที่ ๓๐ มี.ค. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๔ ราย ๔๐ คำขอ ปริมาณ ๔,๖๗๙,๗๒๕ ชิ้น</li> <li>๑๑) เมื่อวันที่ ๒๐ เม.ย. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๔ ราย ๖๐ คำขอ ปริมาณ ๓,๘๒๔,๓๐๐ ชิ้น และอนุญาตแบบมีเงื่อนไซ จำนวน ๑ ราย ๑ คำขอ ปริมาณ ๔๖,๘๐๐ ชิ้น</li> <li>๑๒) เมื่อวันที่ ๙ พ.ค. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๔ ราย ๓๑ คำขอ ปริมาณ ๔,๖๗๓,๐๒๕ ชิ้น</li> </ul>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิกัด ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p>๑๓) เมื่อวันที่ ๒๕ พ.ค. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๕ ราย ๕๔ คำขอ ปริมาณ ๕,๓๕๙,๓๕๐ ชิ้น</p> <p>๑๔) เมื่อวันที่ ๘ มิ.ย. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๒ ราย ๒๔ คำขอ ปริมาณ ๑,๓๗๙,๘๐๐ ชิ้น</p> <p>๑๕) เมื่อวันที่ ๒๗ มิ.ย. ๖๖ (๑) อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๔ ราย ๖๖ คำขอ ปริมาณ ๔,๓๗๘,๔๐๐ ชิ้น (๒) อนุญาตให้บริษัท แมคไรท์ อินดัสเทรียล (ไทยแลนด์) จำกัด จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๙๒,๐๔๐ ชิ้น ไปนอกราชอาณาจักรแบบมีเงื่อนไข หากได้รับการตรวจสอบหรือตรวจวินิจฉัยจาก อย. และ (๓) เห็นควรพิจารณาคำขออนุญาตส่งออกหน้ากากป้องกันฝุ่นละอองของ บริษัท แมคไรท์ อินดัสเทรียล (ไทยแลนด์) จำกัด จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๘๐,๘๐๐ ชิ้น ในคราวประชุมครั้งถัดไปหรือได้รับเอกสารหลักฐานครบถ้วน</p> <p>๑๖) เมื่อวันที่ ๑๑ ก.ค. ๖๖ (๑) อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๖ ราย ๖๓ คำขอ ปริมาณ ๔,๖๑๙,๗๙๐ ชิ้น (๒) อนุญาตให้บริษัท ๓ เอ็ม ประเทศไทย จำกัด จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๔๘๐ ชิ้น ไปนอกราชอาณาจักรแบบมีเงื่อนไข เมื่อได้รับการตรวจสอบหรือตรวจวินิจฉัยจาก อย.</p> <p>๑๗) เมื่อวันที่ ๒๗ ก.ค. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๖ ราย ๒๔ คำขอ ปริมาณ ๒,๖๑๔,๓๓๐ ชิ้น</p> <p>๑๘) เมื่อวันที่ ๑๗ ส.ค. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๕ ราย ๕๙ คำขอ ปริมาณ ๙,๖๕๙,๘๒๐ ชิ้น</p> <p>๑๙) เมื่อวันที่ ๑๒ ก.ย. ๖๖ (๑) อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๔ ราย ๕๘ คำขอ ปริมาณ ๓,๗๐๔,๓๔๐ ชิ้น (๒) อนุญาตให้บริษัท ๓ เอ็ม ประเทศไทย จำกัด จำนวน ๑ คำขอ ปริมาณ ๔,๘๐๐ ชิ้น ไปนอกราชอาณาจักรแบบมีเงื่อนไข หากได้รับการตรวจสอบหรือตรวจวินิจฉัยจาก อย. ว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์</p> <p>๒๐) เมื่อวันที่ ๒๘ ก.ย. ๖๖ อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย จำนวน ๔ ราย ๑๐๐ คำขอ ปริมาณ ๗,๕๔๖,๐๐๐ ชิ้น</p> <p><b>๓. การแก้ไขปัญหาราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมและเป็นธรรม</b></p> <p><b>๓.๑ ประชุมประเมินสถานการณ์และเตรียมความพร้อมในการแก้ไขปัญหา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>โครงการช่วยเหลือเกษตรกร</b> ดำเนินการจัดประชุมหารือโครงการช่วยเหลือเกษตรกร <ol style="list-style-type: none"> <li>๑) การเชื่อมโยงผู้ผลิตจากต่างประเทศ <b>คาคซัคสถาน</b> ผู้ประสานการนำเข้าปุ๋ย จะรวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับโรงงานผู้ผลิต คุณภาพราคา และการชำระเงิน ซึ่งอาจมีการหารือร่วมกันโดยการประชุมทางไกลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้วยระบบ Zoom Meeting กับผู้แทนหรือผู้ส่งออกปุ๋ยจากคาคซัคสถาน <b>จีน</b> สค. ได้มีการประสานไปยัง สคต. ปักกิ่ง และ สคต. เซี่ยงไฮ้เกี่ยวกับนโยบายการตรวจสอบสินค้าส่งออกอย่างเข้มงวดของจีน (CIQ : China Inspection and Quarantine) แล้ว ซึ่งขณะนี้จีนอยู่ระหว่างประชุมใหญ่พรรคคอมมิวนิสต์ (วันที่ ๑๖ - ๒๒ ต.ค. ๖๕) อย่างไรก็ตาม หากมีความคืบหน้า สค. จะนำเรียนให้ทราบในโอกาสถัดไป</li> <li>๒) โครงการจำหน่ายปุ๋ยราคาถูก (กรณีมีการนำเข้าปุ๋ยจากคาคซัคสถาน) ผู้นำเข้า/ผู้ผลิต ยินดีเข้าร่วมโครงการดังกล่าว หากมีการสั่งซื้อปุ๋ยจากคาคซัคสถาน อย่างไรก็ตาม ผู้นำเข้ามีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของปุ๋ย วิธีการชำระเงิน และการขนส่งปุ๋ย และการใช้วิธี Cost Replacement ในการบริหารสต็อก ซึ่งหากผู้ส่งออกไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ จะทำให้ผู้ประกอบการประสบภาวะขาดทุนอย่างมาก</li> <li>๓) โครงการพาณิชย์ลดราคา สมาคมปุ๋ย ๓ สมาคม ยินดีให้ความร่วมมือในการจำหน่ายปุ๋ยตามโครงการดังกล่าว โดยจะออกบูธจำหน่ายปุ๋ยทุกจังหวัดทั่วประเทศ จังหวัดละ ๔ จุด คาดว่าจะเริ่มโครงการในเดือน พ.ย. ๖๕ อย่างไรก็ตาม การจำหน่ายปุ๋ยแต่ละพื้นที่ในโครงการพาณิชย์ลดราคาจะต้องได้รับอนุญาตจากกรมวิชาการเกษตรก่อน ซึ่ง คน. จะประสานขอความอนุเคราะห์จากกรมวิชาการเกษตรในการผ่อนปรนมาตรการ และแจ้งรายละเอียดของโครงการให้สมาคมทราบต่อไป</li> <li>๔) โครงการส่งเสริมการผลิตและการตลาดพืชหลังนา ปีการผลิต ๒๕๖๕/๖๖ คน. ร่วมกับกรมส่งเสริมสหกรณ์ (กสส.) ดำเนินโครงการดังกล่าว (พ.ย. ๖๕ - ก.พ. ๖๖) จึงขอความอนุเคราะห์สมาคมฯ สนับสนุนปุ๋ยเข้าร่วมโครงการในราคาถูกกว่าท้องตลาด ซึ่งสมาคมทั้ง ๓ สมาคมจะประสานสมาชิกและรวบรวมข้อมูลราคา ปริมาณ รายละเอียดเกี่ยวกับปุ๋ยเคมีที่จะปรับลดราคา ให้ คน. ทราบ เพื่อจัดส่งให้แก่ กสส. ในการประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาชิกและสหกรณ์ที่เข้าร่วมโครงการต่อไป</li> </ol> </li> </ul>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>ประชุมหรือร่วมกับห้างค้าส่งค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ และห้างท้องถิ่น เพื่อติดตามสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้าอุปโภคบริโภค</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑) สถานการณ์สินค้าอุปโภคบริโภค ผู้แทนห้างฯ ให้ข้อมูลสถานการณ์การจำหน่ายสินค้าในห้างค้าส่งค้าปลีกโดยทั่วไปยังคงทรงตัว กำลังซื้อสินค้าของผู้บริโภคลดลง สำหรับในพื้นที่ท่องเที่ยวมีแนวโน้มปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารหรือภัตตาคารเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงที่ผ่านมา</li> <li>๒) กรมฯ ขอความร่วมมือห้างค้าส่งค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ และห้างท้องถิ่น ซึ่งยินดีให้ความร่วมมือ ดังนี้ (๑) จัดเตรียมสินค้าอุปโภคบริโภคให้มีปริมาณเพียงพอและต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และจัดวางสินค้าให้เต็มชั้นวาง นอกจากนี้ ได้กำชับให้มีการตรวจสอบรอบการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับราคาจำหน่าย ๒) ไม่ปรับขึ้นราคาจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ และหากมีผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายแจ้งขอปรับราคาขอให้แจ้งกรมการค้าภายในทราบก่อน ๓) ขอให้ห้างแจ้งชื่อผู้จำหน่ายและราคาต้นทุนซื้อเนื้อหมูให้กรมฯ ทราบ</li> </ol> </li> <li>● <b>การประชุมหรือระหว่างกรมการค้าภายใน ร่วมกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑) โดยปริมาณการผลิตนมพาสเจอร์ไรส์ลดลงเนื่องจากวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมหลัก คือ น้่านมดิบมีปริมาณลดลง ร้อยละ ๑๒ จากเดิมมีปริมาณน้่านมดิบ ๓,๓๐๐ ตัน/วัน ปัจจุบัน ๒,๙๐๐ – ๓,๐๐๐ ตัน/วัน สาเหตุเกิดจากสภาวะ Dry Cow และเกษตรกรเลิกเลี้ยงโคนม</li> <li>๒) บริษัทฯ มีการบริหารจัดการสัดส่วนการผลิตตามความต้องการของตลาด ซึ่งจะเน้นการผลิตรสจืด มากกว่ารสปรุงแต่ง</li> <li>๓) ผู้ประกอบการคาดว่าช่วงเดือนกันยายน ถึง ตุลาคม ๒๕๖๖ ปริมาณน้่านมดิบจะดีขึ้น</li> <li>๔) การกระจายสินค้า ภาพรวมของทุกบริษัทกระจายสินค้าลดลงประมาณร้อยละ ๒๐ – ๔๐ ของยอดสั่งซื้อ</li> <li>๕) ความเห็นต่อการออกสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้นมผงแทนน้่านมดิบ เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนน้่านมดิบ ผู้ประกอบการแจ้งว่าปัจจุบันร้านกาแฟนิยมใช้น้่านมโค ๑๐๐% เนื่องจากตีฟองนมแล้วขึ้นเนียน และรสชาติเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค สำหรับการออกสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ขณะนี้อยู่ระหว่างการศึกษา วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองต่อความต้องการของร้านกาแฟ และผู้บริโภค</li> </ol> </li> <li>● <b>การประชุมหรือระหว่างกรมการค้าภายในร่วมกับรองอธิบดีกรมปศุสัตว์</b> ที่ประชุมมีมติรับทราบโดยปริมาณการผลิตน้่านมดิบ ปี ๒๕๖๖ มีปริมาณ ๒,๙๐๐ – ๓,๐๐๐ ตัน/วัน ลดลงร้อยละ ๑๐ เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากภาวะภัยแล้งทำให้อาหารไม่อุดมสมบูรณ์และแม่วัวให้นมได้น้อยลง อีกทั้ง แม่วัวมีสภาวะ Dry Cow ทั้งนี้ การปรับตามมติของ คคก.โคนมและผลิตภัณฑ์นม เมื่อวันที่ ๑๔ มี.ค. ๖๖ ที่กิโกรัมมเลข ๒๑.๒๕ บาท อยู่ระหว่างการเสนอคณะรัฐมนตรี อย่างไรก็ตาม แนวโน้มปริมาณน้่านมดิบจะปรับตัวเพิ่มขึ้นหลังจากเดือนตุลาคมเป็นต้นไป การใช้นมผงทดแทนเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนน้่านมดิบ กรณีที่นมผงไม่เพียงพอต่อความต้องการสามารถเสนอต่อ คคก. โคนมและผลิตภัณฑ์นม เพื่อพิจารณาการนำเข้าเพิ่มเติมได้</li> <li>● <b>ประชุมหรือกับชมรมทายาทห้างค้าปลีก-ค้าส่งไทย</b> เพื่อติดตามสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้าอุปโภคบริโภค <ol style="list-style-type: none"> <li>๑) สถานการณ์สินค้าอุปโภคบริโภค ผู้แทนชมรมทายาทฯ ให้ข้อมูลสถานการณ์การจำหน่ายสินค้าในห้างค้าปลีก-ค้าส่ง ว่าสถานการณ์ทั่วไปยังคงทรงตัว กำลังซื้อสินค้าของผู้บริโภคลดลง ถึงแม้ว่าห้างจะมีการจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่การซื้อขายยังไม่คึกคัก นอกจากนี้ พบว่ามีสินค้าบางรายการขาดช่วง และผู้ผลิตแจ้งปรับราคา</li> <li>๒) การขอความร่วมมือ <ol style="list-style-type: none"> <li>๒.๑) ขอให้แจ้งปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับสินค้า ได้แก่ (๑) กรณีมีปัญหาสินค้าขาดช่วงหรือผู้ผลิตจัดส่งสินค้าล่าช้า ขอให้แจ้งกรมฯ เพื่อจะได้ประสานผู้ผลิตต่อไป (๒) กรมฯ ขอความร่วมมือให้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาประหยัด และจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง (๓) ไม่ปรับขึ้นราคาจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ และหากมีผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายแจ้งขอปรับราคา ขอให้แจ้งกรมการค้าภายในทราบก่อน</li> <li>๒.๒) การเชื่อมโยงสินค้าจากผู้ผลิตตรงถึงร้านท้องถิ่นในราคาถูก (๑) กรมฯ เชิญชวนสมาชิกชมรมฯ เข้าร่วมสมัครร้าน Big ธงฟ้า โดยจัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ ราคาถูกกว่าท้องตลาด เพื่อจำหน่ายสินค้าราคาถูกให้กับประชาชน (๒) วางแผนการจำหน่ายสินค้าในระยะต่อไป โดยจัดหาสินค้าราคาประหยัดภายใต้แบรนด์ธงฟ้า และจัดโปรโมชั่นรายการสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ๕-๑๐ รายการต่อหนึ่งเดือน (๓) กรมฯ จะประสานความร่วมมือกับผู้ผลิต/ผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อร่วมกันจัดกิจกรรมสินค้าลดราคา เดือนละ ๑ ครั้ง สับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปตามผู้ผลิต/สินค้า โดยระยะเริ่มต้นกรมฯ จะประสานกับบริษัทในเครือสหพัฒน์จัดรายการสินค้าเพื่อร่วมกิจกรรมดังกล่าว</li> </ol> </li> </ol> </li> </ul>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความเสมอภาคทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p>● <b>ประชุมหารือร่วมกับผู้ประกอบการเพื่อติดตามสถานการณ์สินค้าอุปโภคและหาแนวทางในการดูแลค่าครองชีพประชาชน</b></p> <p>๑) ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า เมื่อวันที่ ๑๓ ก.ย. ๖๖ คณะรัฐมนตรีมีมติให้ปรับลดราคาน้ำมันดีเซลลงให้ต่ำกว่า ๓๐ บาทต่อลิตร เริ่มตั้งแต่วันที่ ๒๐ ก.ย. ๖๖ และลดค่าไฟฟ้าจาก ๔.๔๕ บาทต่อกิโลวัตต์ต่อชั่วโมง เป็น ๔.๑๐ บาทต่อกิโลวัตต์ต่อชั่วโมง เริ่มตั้งแต่รอบบิลเดือนก.ย. ๖๖ เป็นต้นไป ท่านรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายภูมิธรรม เวชยชัย) ได้มอบนโยบายให้กรมการค้าภายในดำเนินการถอดโครงสร้างต้นทุนราคาสินค้าได้แก่ วัตถุดิบ พลังงาน เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง โดยกรมฯ ขอความร่วมมือผู้ประกอบการในการลดราคาสินค้า ตั้งแต่วันที่ ๑ ต.ค. ๖๖ เป็นต้นไป</p> <p>๒) ข้อมูลข้อเท็จจริงจากผู้ประกอบการ (๑) ต้นทุนน้ำมันในการขนส่ง ผู้ประกอบการสินค้าอุปโภคส่วนใหญ่ใช้บริษัทขนส่งภายนอก ดังนั้น ต้นทุนราคาน้ำมันในการขนส่งที่ลดลงจึงเป็นประโยชน์กับบริษัทขนส่งสินค้ามากกว่าผู้ประกอบการสินค้าอุปโภค ซึ่งการทำสัญญาขนส่งสินค้าส่วนใหญ่จะทำสัญญาระยะยาว ดังนั้น การปรับเปลี่ยนราคาน้ำมันในระยะสั้นจะยังไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการขนส่งสินค้า (๒) ต้นทุนวัตถุดิบ ผู้ประกอบการสินค้าอุปโภคส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลง จึงส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น (๓) ต้นทุนการวางจำหน่ายในห้างค้าส่งค้าปลีก (Trade Term Agreement สัญญาการค้า) ได้แก่ DC Fees (Distribution center fees) ค่าขนส่งในการกระจายสินค้าไปยังสาขาต่าง ๆ, Display Fees ค่าจัดวางสินค้า, GPM (Gross Profit Margin) เปรอร์เซ็นต์ราคาขายหน้าร้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนราคาสินค้า และ (๔) การกำหนดราคาจำหน่ายปลีก กรณีเป็นบริษัทต่างชาติที่มีการกำหนดนโยบายหลักที่เป็นนโยบายเดียวกันทั่วโลก ดังนั้น การปรับราคาต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะผู้บริหาร</p> <p>๓) กรมฯ ขอความร่วมมือผู้ประกอบการ ลดราคาสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนพลังงานที่ลดลงและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นการลดภาระค่าครองชีพของประชาชนและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ประกอบการยินดีให้ความร่วมมือลดราคาสินค้า</p> <p><b>๓.๒ ดำเนินการแก้ไขปัญหาเพื่อลดภาระค่าครองชีพ</b></p> <p>๑) จัดประชุมหารือโครงการ “พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot ๒๒ New Year Grand Sale ๒๐๒๓” ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Video Conference) โดยมีอธิบดีเป็นประธาน ระยะเวลาจัดกิจกรรม (๒๑ ธ.ค. ๖๕ ถึง ๓๑ ม.ค. ๖๖) รายการลดราคาสินค้า ๓ กลุ่ม (กลุ่มสินค้า กลุ่มบริการ และกลุ่มธุรกิจออนไลน์) ทั้งนี้ กรมฯ ขอความร่วมมือผู้ประกอบการแจ้งข้อมูลการเข้าร่วมโครงการ ได้แก่ รายการสินค้าบริการที่เข้าร่วมโครงการ และเงื่อนไขส่วนลดระยะเวลา แจ้งความประสงค์ร่วมพิธีเปิด ณ ลานอเนกประสงค์ ชั้น ๓ กระทรวงพาณิชย์ โลโก้ที่ใช้ประชาสัมพันธ์ และรายชื่อ หมายเลขโทรศัพท์ผู้ประสานงาน</p> <p>๒) จัดกิจกรรมพบปะโรงงานผู้กับสถาบันเกษตรกรหมุนเวียนทุกภูมิภาค เพื่อให้เกษตรกรซื้อปุ๋ยในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด โดยกระทรวงพาณิชย์ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสมาคมการค้าปุ๋ย ๔ สมาคม ได้แก่ สมาคมการค้าปุ๋ยและธุรกิจการเกษตรไทย สมาคมการค้าผู้ผลิตปุ๋ยไทย สมาคมคนไทยธุรกิจการเกษตร และสมาคมธุรกิจปุ๋ยอินทรีย์และชีวภาพไทย จับคู่ระหว่างสถาบันเกษตรกรกับโรงงานผู้ผลิต/ผู้นำเข้าปุ๋ย ภายใต้แนวคิด “จับคู่ปุ๋ยซื้อตรง ถูกเงิน ถูกใจ” เพื่อให้มีการสั่งซื้อปุ๋ยกันโดยตรงจากโรงงานและนำไปกระจายสู่เกษตรกรในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด ซึ่งจะช่วยเหลือค่าใช้จ่ายได้ถึง ๔๐ – ๕๐ บาทต่อกระสอบหรือมากกว่านี้ขึ้นอยู่กับช่องทางการจำหน่ายปุ๋ยแต่ละสูตรแต่ละยี่ห้อ ในขณะที่เดียวกันโรงงานก็สามารถผลิตหรือนำเข้าปุ๋ยมาจำหน่ายได้ ตามแนวทาง “Win-Win Model” และจัดงาน KICKOFF พิธีมอบปุ๋ย ๖๐ ตัน (๑,๒๐๐ กระสอบ) เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงปุ๋ยในราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป ณ ที่ทำการสหกรณ์เกษตรบางน้ำเปรี้ยว อ.บางน้ำเปรี้ยว จ.ฉะเชิงเทรา</p> <p><b>๓.๓ ติดตามและตรวจสอบเพื่อประเมินการแก้ไขปัญหา</b></p> <p>๑) เมื่อวันที่ ๑๑ ต.ค. ๖๕ ลงพื้นที่สำรวจสถานการณ์ราคาสินค้า ณ ร้านกิตติพิพิธการเกษตร อ.สามโคก จ.ปทุมธานี และตรวจเยี่ยมคลังสินค้าปุ๋ยในนครหลวง จ.อยุธยา ๒ แห่ง ได้แก่ เทราโกร เฟอร์ติไลเซอร์ และไทยเซ็นทรัลเคมี พบว่ามีปริมาณปุ๋ยเพียงพอต่อความต้องการ โดยปุ๋ยเฉลี่ยปรับลดลง ๑๕ – ๒๐%</p> <p>๒) เมื่อวันที่ ๒๖ ต.ค. ๖๕ ลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์การจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ต่างๆ ณ ห้างโกลบอลเฮ้าส์ สาขาไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี กรมฯ ได้ขอความร่วมมือให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ต่างๆ จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือค่าครองชีพและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วม</p> <p>๓) เมื่อวันที่ ๑๐ พ.ย. ๖๕ ลงพื้นที่สำรวจสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้า ณ ห้างบิ๊กซี สาขาอ่อนนุช และตลาดอ่อนนุช เฟรชมาร์ท เขตวัฒนา กรุงเทพฯ พบว่าสินค้าอาหารสด มีแนวโน้มราคาที่ปรับลดลง ส่วนผักสด โดยเฉพาะผักประเภทใบ ได้ปรับลดลงอย่างเห็นได้ชัด</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p>๔) เมื่อวันที่ ๙ ม.ค. ๖๖ ลงพื้นที่เพื่อติดตามราคาสินค้าตามโครงการ “พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน New Year Grand Sale ๒๐๒๓” ณ ร้าน Decathlon ร้านมิสเตอร์โดนัท และห้างโลตัส สาขารัตนาธิเบศร์ พบว่า มีสินค้าอุปโภคบริโภคและเครื่องใช้ไฟฟ้าเข้าร่วมโครงการลดราคา ๓๐-๕๕% โดยห้างร้านที่เข้าร่วมโครงการได้จัดโปรโมชั่นลดราคาระหว่าง ๒๑ ธ.ค. ๖๕ - ๓๑ ม.ค. ๖๖ ซึ่งเป็นการช่วยลดค่าครองชีพให้กับประชาชน</p> <p>๕) เมื่อวันที่ ๗ ก.พ. ๖๖ ลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค ณ ห้างโลตัส สาขานครินทร์ พบว่าสถานการณ์สินค้ามีแนวโน้มลดลง โดยห้างสรรพสินค้าให้ความร่วมมือจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าอย่างต่อเนื่อง</p> <p>๖) เมื่อวันที่ ๑๖ มี.ค. ๖๖ ติดตามสถานการณ์ปริมาณและราคาปุ๋ยเคมี ณ บจ. โอซีพี เพอโลเซอร์ จ.อยุธยา พบว่าปริมาณปุ๋ยเคมีมีเพียงพอและสถานการณ์ราคาสินค้าปรับลดลง</p> <p>๗) เมื่อวันที่ ๒, ๙, ๑๒, ๑๕, ๑๙, พ.ค. ๖๖ ลงพื้นที่ตรวจสอบติดตามโครงการ “พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน Back To School Lot ๒๔” ณ ศึกษาภัณฑ์พาณิชย์ สาขาท้องฟ้าจำลอง ร้านสมอ และร้านวัชรกร สาขาบางลำพู กรุงเทพฯ” ร้านน้อมจิตต์ สาขาบางกระบือ และร้านสมใจนิ๊ก เทเวศร์ ห้างดูโฮม สาขาบางบัวทอง จ.นนทบุรี และ Central Westgate</p> <p>๘) เมื่อวันที่ ๘ มิ.ย. ๖๖ ลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์ด้านปริมาณและราคาสินค้าปุ๋ยเคมี ณ สหกรณ์การเกษตรไทรน้อย และร้านพรสวรรค์พาณิชย์ อ.ไทรน้อย จ.นนทบุรี พบว่า ภาพรวมราคาลดลงและมีปริมาณเพียงพอต่อการใช้ในฤดูเพาะปลูก</p> <p>๙) เมื่อวันที่ ๑๘ ก.ค. ๖๖ ตรวจสอบติดตามสถานการณ์ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค ณ ห้างโลตัส สาขาธนบุรีพิกษา พบว่า สินค้าที่ขายดีเป็นสินค้าของใช้ภายในบ้านและอาหารสด โดยห้างโลตัสได้ร่วมจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้า และยังได้ให้ความร่วมมือกับกรมการค้าภายในในการรับซื้อเชื่อมโยงผลไม้จากเกษตรกรมาจำหน่ายให้กับประชาชน โดยในช่วงนี้ที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก</p> <p>๑๐) เมื่อวันที่ ๒๙ ส.ค. ๖๖ ติดตามสถานการณ์การค้าช่วงเทศกาลสารทจีน ณ ห้างแม็คโคร สาขาแจ้งวัฒนะ และห้างบิ๊กซี สาขาแจ้งวัฒนะ ๒ และวันที่ ๓๐ ส.ค. ๖๖ ณ ห้างโลตัส สาขานครินทร์ พบว่า จากการผ่อนคลายมาตรการ และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ห้างนำสินค้าที่ประชาชนนิยมนำมาเป็นของขวัญมาจำหน่าย ในกลุ่มเนื้อสัตว์กลุ่มขนมหวาน และกลุ่มผลไม้ และมีการจัดโปรโมชั่นราคาสินค้าอย่างต่อเนื่อง สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค</p> <p><b>ผลตามตัวชี้วัด :</b> สินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๘๔</p> <p><b>๔. การพัฒนาเครือข่ายศูนย์ร้องเรียนสายด่วน ๑๕๖๙</b></p> <p>เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้าเกษตร ราคาแนะนำและราคาจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ โดยบันทึกเข้าในระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ Intelligent Network : IN (๑๕๖๙) สายด่วน ๑๕๖๙ ทั่วประเทศ ให้ผู้บริโภค เกษตร และประชาชนทั่วไปได้รับรู้ข้อมูลราคาสินค้าเกษตร ราคาแนะนำและราคาจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ และสามารถร้องเรียนเกี่ยวกับปริมาณ ราคาสินค้าและบริการ และพฤติกรรมทางการค้าที่เป็นธรรม รวมทั้งได้รับการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน และได้รับคำปรึกษา แนะนำ ชี้แจง แนวทางการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง ผ่านทางสายด่วน ๑๕๖๙ โดยมีผลการดำเนินงาน ดังนี้ ๑) จำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ๔,๙๕๓ เรื่อง (เรื่องร้องเรียน ๓,๗๑๕ เรื่อง ให้คำแนะนำปรึกษา ๑,๒๓๘ เรื่อง) ๒) จำนวนเรื่องร้องเรียนรับจากหน่วยงานอื่น จำนวน ๔๙๓ เรื่อง (GCC ๘๒ เรื่อง + app ๒ เรื่อง + สคบ. ๓๙๑ เรื่อง+สภาองค์กรผู้บริโภค ๑๘ เรื่อง) ๓) ดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนและให้คำแนะนำปรึกษา (ในส่วนของที่เกี่ยวข้องกับกรมฯ) จำนวน ๔,๕๖๐ เรื่อง เปรียบเทียบกับจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งหมด ๔,๙๕๓ เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ ๙๐.๐๕</p> <p><b>ระยะเวลาดำเนินงาน :</b> ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p><b>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</b> วงเงินงบประมาณ ๗๘๓,๒๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๗๘๓,๑๕๖ บาท</p> <p><b>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ :</b> -</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p><b>๕. การดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม</b> โดยตรวจสอบติดตามและป้องปรามมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ เพื่อป้องกันการกักตุนและการฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม และตรวจสอบการปิดป้ายแสดงราคา รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่านสายด่วน ๑๕๖๙ ของกรมการค้าภายใน ดำเนินการทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น ๑๐๕,๑๕๖ ราย ประกอบด้วย ๑) ตรวจสอบสถานการณ์ภาวะราคาสินค้า การปฏิบัติตามกฎหมาย แนะนำประชาสัมพันธ์ การปิดป้ายแสดงราคา จำนวน ๑๐๑,๗๙๒ ราย ๒) ตรวจสอบเรื่องร้องเรียนความไม่เป็นธรรมทางการค้า จำนวนทั้งสิ้น จำนวนทั้งสิ้น ๓,๓๖๔ ราย โดยเจ้าหน้าที่ได้ดำเนินการตรวจสอบแล้วเสร็จภายในกำหนดเวลา ๓,๒๙๐ ราย หรือคิดเป็นร้อยละ ๙๗.๘๐ และพบการกระทำผิดตามข้อร้องเรียน จำนวน ๑๒๓ ราย เปรียบเทียบปรับเป็นเงินรวมทั้งสิ้น ๑๖๒,๖๐๐ บาท ได้แก่ (๑) ไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก จำนวน ๑๐๕ ราย เป็นเงิน ๑๔๐,๒๐๐ บาท (๒) แสดงราคาจำหน่ายปลีกไม่ตรงกับราคาจำหน่าย จำนวน ๑๓ ราย เป็นเงิน ๑๕,๐๐๐ บาท (๓) ไม่แสดงข้อความหรือรายการที่ควบคู่ราคาจำหน่ายเป็นภาษาไทย/แสดงราคาไม่ชัดเจน จำนวน ๔ ราย เป็นเงิน ๖,๔๐๐ บาท และ (๔) ไม่แสดงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จำนวน ๑ ราย เป็นเงิน ๑,๐๐๐ บาท</p>				
<b>๒. โครงการรงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นของประชาชนลดลง**</li> <li>จำนวนครั้งการจัดหาสินค้าราคาประหยัด</li> </ul>	<p>มช.</p> <p>มช.</p>	<p>ร้อยละ ๓๐</p> <p>๑,๐๑๐ ครั้ง</p>	<p>ร้อยละ ๓๐</p> <p>๑,๔๙๑ ครั้ง</p>	<p>●</p> <p>●</p>
<p><b>ผลการดำเนินงาน:</b></p> <p><b>๑. โครงการรงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน</b> เพื่อเป็นการลดภาระค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าและบริการในราคาที่เป็นธรรม ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา ราคา/ปริมาณ สินค้าในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ส่วนกลาง จำนวน ๑,๓๖๕ ครั้ง ประกอบด้วย ๑) งานระดับนโยบาย ๑ ครั้ง ๒) งานระดับภาค ๗ ครั้ง ๓) งานระดับเขต ๑ ครั้ง ๔) งานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น หน่วยงานราชการ/เอกชน ๕๖ ครั้ง ๕) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านรถโมบาย ๑,๓๐๐ คัน (นับจำนวนช่องทางกระจายสินค้าผ่านรถโมบาย ๑๐๐ คัน</li> <li>● ส่วนภูมิภาค จำนวน ๑๒๖ ครั้ง ประกอบด้วย ๑) งานจังหวัดเคลื่อนที่ ๑๒๖ ครั้ง</li> </ul> <p><b>๒. กิจกรรมย่อย : การจัดงาน “พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖</b></p> <p>๒.๑ โครงการพาณิชย์...ลดราคา! ช่วยประชาชน ปี ๒๕๖๕ Lot ๒๐ (งบกลางปี ๒๕๖๕ รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น วงเงิน ๓๒๕.๘๗๘ ล้านบาท) เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนในสถานการณ์การระบาดของเชื้อโควิด-๑๙ เพิ่มช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพในราคาประหยัดให้แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งเพื่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากและการบริโภค โดยจัดหา สถานที่จำหน่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมจำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ จุด ตามแหล่งชุมชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและภูมิภาค ๗๖ จังหวัด และการจำหน่ายผ่านรถ Mobile จำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คัน ตามแหล่ง ชุมชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อาทิ ประเภทอาหาร ลดราคาสูงสุดร้อยละ ๒๙ ขอสปรงรสลดสูงสุด ร้อยละ ๓๖ สินค้าประเภทร่างกายลดสูงสุดร้อยละ ๖๒ ผลิตภัณฑ์ซักล้างลดสูงสุดร้อยละ ๕๕ ของใช้อื่น ๆ ลดสูงสุดร้อยละ ๖๑ และ ยารักษาโรคลดสูงสุด ร้อยละ ๖๐ ยอดจำหน่าย ๑,๑๒๙.๗๙ ล้านบาท ผู้ซื้อ ๘.๗๓ ล้านคน ลดภาระค่าครองชีพ ๒๗๔.๐๓ ล้านบาท</p> <p>๒.๒ โครงการ “พาณิชย์ลดราคา! ออันทัวร์ทั่วไทย Lot ๒๑” (งบกลางปี ๒๕๖๖ รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น วงเงิน ๔๒๒.๗๕ ล้านบาท จากคณะรัฐมนตรี (ครม.) เมื่อวันที่ ๕ ต.ค.๒๕๖๕) เพื่อดำเนินการเปิดจุดจำหน่ายสินค้าทั่วทั้งประเทศ ทั้งกรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดต่าง ๆ ในพื้นที่ ๆ เป็นแหล่งชุมชน พื้นที่สาธารณะ หรือลานอเนกประสงค์ เช่น สำนักงานเขต การเคหะชุมชน สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหรือจุดที่เหมาะสม และจัดหาสินค้าจากผู้ผลิต ซัพพลายเออร์ สมาคม และกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่แต่ละจังหวัด นำสินค้า ๑๐ หมวด กว่า ๑,๐๐๐ รายการ ลดราคาจำหน่ายสูงสุด ๖๐% กำหนดจัดทั้งสิ้น ๒๗๔ จุด โดยสินค้าเด่น ๆ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ ไก่ไข่ สินค้าเกษตร ผลไม้ เป็นต้น รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จำเป็นต่อการครองชีพ เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป น้ำมันพืช ซีอิ๊ว น้ำปลา ขอสปรงรส สบู่ แชมพู ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน เป็นต้น จัดแต่ละครั้งจะมีบูธจำหน่ายสินค้าประมาณ ๑๐๐-๒๐๐ คูหา ยอดจำหน่าย ๓๔๑.๓๒ ล้านบาท ผู้ซื้อ ๐.๙๑ ล้านคน ลดภาระค่าครองชีพ ๙๗.๕๒ ล้านบาท</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p><b>ผลการดำเนินงาน :</b> ปี ๒๕๖๖ กรมฯ ดำเนินการจัดงานจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัดต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ ๒๐ - ๔๐ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม ๑,๔๙๑ ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น ๔๓๘.๖๓ ล้านบาท มีจำนวนประชาชนเข้าร่วมงาน ๒.๙๒ ล้านคน สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน คิดเป็นมูลค่า ๑๔๗.๗๗ ล้านบาท</p> <p><b>๓. โครงการร้านอาหารธงฟ้า</b> โดยส่งเสริม และพัฒนาร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จในความส่งเสริมของกรมฯ ดังนี้</p> <p>๓.๑ รับสมัครร้านอาหารซึ่งเป็นร้านอาหารที่มีลักษณะ “อร่อย คุณภาพดี สะอาด ประหยัด” มีรายการอาหารที่จำหน่ายราคาไม่เกิน ๓๕ บาท/จาน/ชาม/ถูง เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จในราคาประหยัด เป็นกลไกขึ้นมาไม่ให้ราคาอาหารทั่วไปในตลาดปรับตัวสูงขึ้น ช่วยลดภาระค่าครองชีพประชาชน ปัจจุบันมีร้านเข้าร่วมโครงการฯ ทั่วประเทศ (ตั้งแต่วันที่ ๘ ส.ค. ๕๗ - ๓๐ ก.ย. ๖๖) รวมทั้งสิ้น ๕,๗๐๘ ร้าน (กรุงเทพฯ ๓๒๘ ร้าน ส่วนภูมิภาค ๕,๓๘๐ ร้าน สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณร้อยละ ๑๐ - ๓๕ ของเงินค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารต่อวันหรือประมาณวันละ ๒.๖๘ ล้านบาท</p> <p>๓.๒ พัฒนาระดับร้านอาหารให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มโดย พัฒนาระดับร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน ๓๕๓ ร้าน (กรุงเทพฯ ๑๐ ร้าน ส่วนภูมิภาค ๓๔๓ ร้าน)</p> <p><b>๔. ปรับแผนปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖</b> โดยโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณดำเนินโครงการ Mobile พาณิชย์...ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) เพิ่มเติม จำนวน ๕๐๐,๐๐๐ บาท</p> <p><b>ระยะเวลาดำเนินงาน :</b> ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p><b>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</b> วงเงินงบประมาณ ๑๒๙,๗๔๓,๘๐๐ บาท ผูกพัน ๕๐๐,๐๐๐ บาท โอนงบประมาณเบิกแทนกัน ให้สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ๗,๐๑๙,๙๐๒.๐๘ บาท เบิกจ่าย ๑๒๑,๙๕๓,๗๔๙.๔๙ บาท</p> <p><b>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ</b></p> <p>๑. ราคาวัตถุดิบในปัจจุบันมีการปรับขึ้นราคาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ร้านอาหารปรุงสำเร็จต้องมีการปรับราคาอาหาร ซึ่งทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมเป็นร้านอาหารธงฟ้าฯ ตามหลักเกณฑ์ของกรมฯ ได้</p> <p>๒. ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยโอนเปลี่ยนแปลงเงินงบประมาณเพื่อใช้สำหรับแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร ปัญหาค่าครองชีพ หรือภารกิจสำคัญเร่งด่วน ๆ จำนวน ๕๐๐,๐๐๐ บาท เพื่อดำเนินโครงการ Mobile พาณิชย์...ลดราคา! กระตุ้นเศรษฐกิจสู่ชุมชน (กรุงเทพฯ) เพิ่มเติม</p>				
<b>๓. โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน</b>				
	รบ.			
<p><b>ผลการดำเนินงาน :</b></p> <p><b>๑. โครงการพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot ๒๒ New Year Grand Sale ๒๐๒๓</b> เพื่อเป็นการลดภาระค่าครองชีพเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า กระตุ้นกำลังซื้อทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น โดยกรมฯ ร่วมกับภาคเอกชนและผู้เกี่ยวข้อง รวมกัน ๓๑๕ ราย ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกและค้าส่ง ห้างท้องถิ่น สมาคมโรงแรม สมาคมโรงพยาบาล ศูนย์บริการรถยนต์ ธนาคาร ปิมน้ำมัน โรงภาพยนตร์ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มออนไลน์ ลดราคาสูงสุด ๘๕% เริ่มตั้งแต่วันที่ ๒๑ ธันวาคม ๒๕๖๕ - ๓๑ มกราคม ๒๕๖๖ โดยคาดว่าจะช่วยลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน ประมาณ ๔,๐๐๐ ล้านบาท และเมื่อวันที่ ๒๑ ธ.ค. ๖๕ เปิดงานโครงการ “พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน Lot ๒๒ New Year Grand Sale ๒๐๒๓” ณ ลานอเนกประสงค์ ชั้น ๓ กระทรวงพาณิชย์</p> <p><b>๒. โครงการพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน Back To School Lot ๒๔</b> จัดงานแถลงข่าวเปิดงาน เมื่อวันที่ ๒๘ เม.ย. ๖๖ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายของผู้ปกครองในช่วงเปิดเทอม โดยร่วมกับภาคเอกชน ประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ให้บริการ แพลตฟอร์มออนไลน์ รวมผู้ประกอบการ ๒๖ ราย รายการสินค้า ๑๑ หมวด ได้แก่ เครื่องแบบนักเรียน รองเท้า ถุงเท้า กระเป๋านักเรียน ตำราเรียน หนังสือ เครื่องเขียน สื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์สำนักงาน อินเทอร์เน็ต/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แพลตฟอร์มออนไลน์ และเบ็ดเตล็ด รวมกว่า ๖,๐๐๐ รายการ ลดสูงสุด ๘๕% ตั้งแต่วันที่ ๒๘ เม.ย. ๖๖ ถึง ๓๑ พ.ค. ๖๖ โดยคาดว่าจะสามารถลดภาระค่าครองชีพ ประมาณ ๒๐๐ ล้านบาท</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความเสมอภาคทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p>๓. ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยโอนเปลี่ยนแปลงเงินงบประมาณเป็นงบดำเนินงาน เพื่อใช้สำหรับแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร ปัญหาค่าครองชีพ หรือภารกิจสำคัญเร่งด่วน ฯ ๑๒๙,๐๙๐ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน :</p> <p>ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</p> <p>วงเงินงบประมาณ ๑๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๑๑,๘๗๐,๙๑๐ บาท โอนเงินคืนกองคลังเพื่อนำไปใช้ในภารกิจอื่นของกรมฯ ๑๒๙,๐๙๐ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ</p> <p>-</p>				
๔. โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น				
● จำนวนร้านค้าธงฟ้าที่เข้าร่วมโครงการ	มช.	๕๐๐ ราย	๕๐๐ ราย	●
ผลการดำเนินงาน :				
<p>๑. โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้โครงการร้านธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยประชาสัมพันธ์โครงการฯ ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่ส่วนกลางและส่วนภูมิภาคและเชื่อมโยงเครือข่ายร้านธงฟ้า ดังนี้</p> <p>๑.๑ เพิ่มศักยภาพร้านธงฟ้าราคาประหยัดฯ (Online/Offline) โดยเชื่อมโยงสินค้าราคาประหยัด ให้แก่เครือข่ายร้านธงฟ้าฯ จำนวนในราคาประหยัดให้แก่ประชาชน จำนวน ๔ ครั้ง ได้แก่ สินค้าหอมเจียวและกระเทียม ๑ ครั้ง จำนวน ๑๕๐ ร้าน (กทม.) และผลไม้ (ลองกอง) ๓ ครั้ง จำนวน ๓๕๐ ร้าน ปริมาณ ๘,๕๘๐ กิโลกรัม และอยู่ระหว่างดำเนินการเชื่อมโยงเปิดจุดจำหน่ายอีก ๑ ครั้ง ซึ่งคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๖</p> <p>๑.๒ ดำเนินการรับสมัครร้านค้าเข้าร่วมโครงการฯ แล้ว ณ ๓๐ ก.ย. ๖๖ รวม ๑๔๔,๘๒๑ ร้าน แบ่งเป็น ร้านค้าได้รับการติดตั้งเครื่อง EDC จำนวน ๑๙,๑๓๐ เครื่อง และ Mobile Application จำนวน ๑๒๕,๖๙๑ ร้าน ซึ่งมีผลการจ่ายเงินสวัสดิการแห่งรัฐให้ร้านค้าธงฟ้า ณ วันที่ ๓๑ ส.ค. ๖๖ รวม ๒๙๖,๕๗๘.๕๔๑ ล้านบาท แบ่งเป็นร้านค้าที่ติดตั้งเครื่อง EDC รวม ๒๑๑,๔๕๐.๐๐๔ ล้านบาท และร้านค้าที่ติดตั้ง Mobile Application รวม ๘๕,๑๒๘.๕๓๗ ล้านบาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน :</p> <p>ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ :</p> <p>วงเงินงบประมาณ ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ผูกพัน ๙,๖๙๐,๐๐๐ บาท เบิกจ่าย - บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ</p> <p>-</p>				
๕. การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า				
● จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลราคา เฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม	ตป.	๕๐๐ ราย	๕๑๑ ราย	●
ผลการดำเนินงาน:				
<p>๑. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า</p> <p>๑.๑ ส่งเสริมให้มีอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้เป็นธรรม โดยดำเนินการตรวจสอบราคาสินค้าตามกลุ่มสินค้าที่รับผิดชอบ และส่งข้อมูลทางระบบที่ส่วนกลางจัดทำขึ้น ภายในวันที่ ๑ - ๘ ของเดือน ซึ่งในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ มีจำนวนเครือข่ายประเภทประจำ ๕๒๙ คน</p>				



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความเสมอภาคทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค				
<p>๑.๒ การรายงานและติดตามภาวะและพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ โดยเครือข่าย “อาสาธงฟ้า ๑๕๖๙” ออกตรวจสอบผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าต่างๆ เพื่อป้องกันการกักตุนและการฉวยโอกาสขึ้นราคา โดยไม่เป็นธรรมและตรวจสอบการปิดป้ายแสดงราคา รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่าน สายด่วน ๑๕๖๙ ของกรมการค้าภายในทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รายงานภาวะราคาสินค้า (เป้าหมาย ๕๐๐ ราย) ภายในกำหนดเวลา ๕๑๑ คน หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐๒.๒๐</p> <p>๑.๓ สัมมนาสร้างเครือข่ายอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพ จำนวน ๔ ครั้ง ได้แก่ (๑) ครั้งที่ ๑ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระหว่างวันที่ ๒๒ - ๒๓ ธ.ค. ๖๕ ณ จังหวัดขอนแก่น (๒) ครั้งที่ ๒ ภาคเหนือ ระหว่างวันที่ ๒๖ - ๒๗ มี.ค. ๖๖ ณ จังหวัดพิษณุโลก (๓) ครั้งที่ ๓ ภาคใต้ เมื่อวันที่ ๒๗ มี.ค. ๖๖ รูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Zoom และ (๔) ครั้งที่ ๔ ภาคกลาง เมื่อวันที่ ๒๗ เม.ย. ๖๖ รูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Zoom</p> <p>๑.๔ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ๖ สื่อ ได้แก่ (๑) เสื้อยืดโพลี (๒) เสื้อแจ็กเก็ต (๓) หนังสือคู่มือแนวทางการตรวจสอบและดำเนินคดี (๔) ป้ายแสดงราคาสินค้าแบบปัก (๕) ป้ายแสดงราคาสินค้าแบบแขวน และ (๖) กระเป๋าเอกสาร เป็นต้น เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการกำกับดูแล ตรวจสอบ ซึ่งจะสร้างความเป็นธรรมให้แก่ทุกฝ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>๑.๕ ตรวจสอบ ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของเครือข่ายอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ จำนวน ๔ ครั้ง ได้แก่ (๑) ครั้งที่ ๑ ระหว่างวันที่ ๒๙ พ.ค. - ๒ มิ.ย. ๖๖ ณ จังหวัดตาก เชียงใหม่ และเชียงราย (๒) ครั้งที่ ๒ ระหว่างวันที่ ๑๙ - ๒๓ มิ.ย. ๖๖ ณ จังหวัดมุกดาหาร อำนาจเจริญ โยธธร และร้อยเอ็ด (๓) ครั้งที่ ๓ ระหว่างวันที่ ๑๗ - ๒๑ ก.ค. ๖๖ ณ จังหวัดกาญจนบุรี สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี และปทุมธานี และ (๔) ครั้งที่ ๔ ระหว่างวันที่ ๗ - ๑๑ ส.ค. ๖๖ ณ จังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๔ : การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย</b>				
<b>๑. การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า</b>				
● จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าที่บ่อน้ำที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	ชว.	๖,๒๗๙,๐๙๗ เครื่อง/หีบห่อ	๗,๒๐๘,๔๘๐ เครื่อง/หีบห่อ	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> <b>๑. มาตรฐานชั่งตวงวัด</b> ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้อง มาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซแอลพีจี ก๊าซเอ็นจีวี การบรรจุก๊าซให้มีน้ำหนักครบถ้วนและสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องได้มาตรฐาน รวมทั้งตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร รวมทั้งสิ้น ๗,๒๐๘,๔๘๐ เครื่อง/หีบห่อ ทั้งนี้ เครื่องผลิตได้ดำเนินการ ยึด ผูกบัตร ประทับเครื่องหมายห้ามใช้ เปรียบเทียบปรับและฟ้องร้องดำเนินคดี โดยมีผลการตรวจสอบ : รวมทั้งสิ้น ๗,๒๐๘,๔๘๐ เครื่อง/หีบห่อ ประกอบด้วย (๑) ตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดก่อนวางจำหน่าย/เมื่อครบอายุคำรับรอง จำนวน ๒,๘๕๔,๙๔๙ เครื่อง (๒) ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดระหว่างใช้งานให้เป็นไปตามมาตรฐาน (ขณะใช้งาน) จำนวน ๕๗๖,๘๒๑ เครื่อง (๓) ตรวจสอบความเที่ยงเครื่องชั่งตวงวัดและแบบมาตราทางชั่งตวงวัด จำนวน ๕,๕๙๔ เครื่อง (๔) ตรวจสอบปริมาณสุทธิของสินค้าหีบห่อ ๓,๗๗๑,๑๑๖ หีบห่อ (๕) พบเครื่องชั่งตวงวัดผิด จำนวน ๔,๖๕๒ เครื่อง และ (๖) ตรวจสอบปริมาณสุทธิของสินค้าหีบห่อผิด จำนวน ๖๐,๒๖๘ หีบห่อ <b>๒. การกำกับดูแลผู้ประกอบการกิจการผลิต นำเข้า ขาย ซ่อม และให้บริการชั่งตวงวัด</b> โดยดำเนินการ ๑) ออกหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจนำเข้า ขาย และให้บริการชั่งตวงวัด จำนวน ๒๗๕ คำขอ และ ๒) ออกหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจผลิต ซ่อมเครื่องชั่งตวงวัดรายใหม่ รวม ๓๕ คำขอ <b>๓. กำกับดูแลและตรวจสอบการปฏิบัติงานในการตรวจสอบและให้คำรับรองเครื่องวัดความยาวและมาตรวัดปริมาตรน้ำของผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา ๔๑ (สุ่มตรวจ)</b> โดยมีการตรวจสอบติดตามด้านเอกสาร ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และแบบมาตรา รวมถึงตรวจติดตามผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา ๔๑ ซึ่งได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด จำนวน ๙ ราย <b>๔. กำกับดูแลและตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อตามคำร้องเรียน</b> เพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบในการซื้อ - ขายผ่านเครื่องชั่งตวงวัด โดยดำเนินการ ๑) ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อตามคำร้องเรียน (เครื่อง/หีบห่อ) จำนวน ๒๒๒ ราย และ ๒) ดำเนินคดีเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ จำนวน ๒๒๕ ราย				
<b>๒. การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า</b>				
● จำนวนสถานีบริการที่เข้าร่วมโครงการสถานีบริการน้ำมันเต็มลิตรและ ผ่านการสุ่มตรวจสอบ	ชว.	๒,๒๐๐ สถานี บริการ	๖,๕๓๙ สถานีบริการ	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> <b>๑. จัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตนำเข้า และซ่อมเครื่องชั่งตวงวัดผ่านระบบออนไลน์ Google Classroom</b> ทดสอบความรู้ความเข้าใจหลังจากฝึกอบรม ณ สำนักงานกลางชั่งตวงวัดและศูนย์/สำนักงานสาขา ซึ่งเป็นสถานที่จัดการทดสอบ มีผู้ผ่านการทดสอบความรู้ความเข้าใจ และออกหนังสือรับรองการผ่านการฝึกอบรมให้จำนวนทั้งสิ้น ๘๕๗ ฉบับ โดยแบ่งเป็น ๑) ประเภทการประกอบธุรกิจผลิต จำนวน ๑๔๐ ฉบับ ๒) ประเภทการประกอบธุรกิจนำเข้า จำนวน ๔๙๕ ฉบับ ๓) ประเภทการประกอบธุรกิจซ่อม จำนวน ๒๒๒ ฉบับ ซึ่งจำนวนหนังสือรับรองผ่านการฝึกอบรมคิดเป็นร้อยละ ๑๙๔.๗๗ ของค่าเป้าหมาย (๔๔๐ ฉบับ) <b>๒. สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร</b> <b>๒.๑ จัดอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลประจำสถานี</b> เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบความถูกต้องของมาตรวัดปริมาตรน้ำมันเชื้อเพลิงตามสถานีบริการ ขั้นตอนการปฏิบัติ การจัดทำรายงานส่งผลการทดสอบ ให้แก่ผู้รับผิดชอบสถานีบริการน้ำมัน จำนวน ๘ ครั้ง มีผู้เข้ารับการอบรมรวมทั้งสิ้น ๕๙๐ ราย <b>๒.๒ สุ่มตรวจสอบสถานีบริการน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการ</b> เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิง จากสถานีบริการน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการว่าได้รับปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงครบเต็มจำนวนลิตรที่ซื้อ และได้รับความคุ้มครองไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบในการซื้อ - ขายน้ำมันเชื้อเพลิง โดยการสุ่มตรวจสอบตามเงื่อนไขของกรอบความร่วมมือในโครงการฯ (เป้าหมาย ๒,๒๐๐ สถานีบริการ) ตั้งแต่ ๑ ต.ค. ๖๕ – ๓๐ ก.ย. ๖๖ มีผู้ประกอบการ (สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร) ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน จำนวน ๖,๕๓๙ ราย ๑๔๕,๒๐๑ หัวจ่าย				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ				
๑. เสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน				
● คะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ (ทุกหน่วยงาน)**	สลก. (กจ.)	ร้อยละ ๘๕	ร้อยละ ๘๒.๕๓	●
● ดัชนีความผูกพันของบุคลากรภาครัฐ**	สลก. (กจ.)	ร้อยละ ๘๕	ร้อยละ ๗๘.๑๘	▼
● บุคลากรกรมการค้าภายในมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความรู้และจิตสำนึกในการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ	สลก. (กจ.)	๑๕๐ คน	๒๙๙ คน	●
● ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบเสริมสร้างความรู้จิตสำนึกและคัมภีร์จริยธรรมในการปฏิบัติงาน	สลก. (กจ.)	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<p>ผลการดำเนินงาน:</p> <p>๑. จัดโครงการ “สืบสานพระราชปณิธาน กษัตริย์เกษตรตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถนำความรู้มาใช้ในการทำงานและการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสม และเสริมสร้างวัฒนธรรมพอเพียงให้กับบุคลากรและปลูกจิตสำนึกร่วมกันต่อต้านหรือป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบให้แก่ ข้าราชการบรรจุใหม่ ข้าราชการระดับปฏิบัติงาน/ปฏิบัติการขึ้นไป และพนักงานราชการ จากส่วนกลาง จำนวน ๒๙ คน ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี</p> <p>๒. จัดกิจกรรมยกย่องบุคลากร “คน.ต้นแบบ”</p> <p>๒.๑ การคัดเลือกข้าราชการดีเด่น ของกรมการค้าภายใน ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๕ เพื่อส่งเสริมการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรกรมการค้าภายในปฏิบัติหน้าที่ราชการอย่างซื่อสัตย์สุจริตเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและประกาศเกียรติคุณ ยกย่องผู้ประพฤติดีหรือเป็นแบบอย่างที่ดี มีผู้ได้รับคัดเลือก จำนวน ๒ คน ได้แก่ ๑) นายธเรศ ยศอาลัย นักวิชาการซึ่งตวงวัดชำนาญการพิเศษ กองซึ่งตวงวัด และ ๒) นายสุเมธ อุษะศิริ เจ้าพนักงานธุรการอาวุโส กองยุทธศาสตร์และแผนงาน</p> <p>๒.๒ การคัดเลือกผู้ประพฤติดีตามหลักประมวลจริยธรรมกระทรวงพาณิชย์ ดำเนินการคัดเลือกผู้ประพฤติดีตามหลักประมวลจริยธรรมของกรมการค้าภายใน ประจำปี ๒๕๖๖ มีผู้ได้รับการคัดเลือก จำนวน ๔ ราย ได้แก่ ๑) นายชาติตรี อาริวงค์ ตำแหน่งผู้อำนวยการกองซึ่งตวงวัด กองซึ่งตวงวัด ๒) นางสาวสมศรี เมืองกระจ่าง ตำแหน่งนักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า ๓) นางสาวพิมพ์นารา บุญรอด ตำแหน่งเจ้าพนักงานพัสดุชำนาญงาน สำนักงานเลขาธิการกรม ๔) นางสาวปิยะนันท์ สิริตันแสงโชค นักวิชาการพาณิชย์ (พนักงานราชการ) กองกฎหมาย</p> <p>๓. จัดกิจกรรมบันทึกข้อตกลงรับทราบและประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนและข้อบังคับว่าด้วยจรรยาข้าราชการระหว่างหัวหน้าส่วนราชการกับข้าราชการบรรจุใหม่ เพื่อให้ข้าราชการบรรจุใหม่รับทราบประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนและข้อบังคับว่าด้วยจรรยาข้าราชการระหว่างหัวหน้าส่วนราชการกับข้าราชการบรรจุใหม่ เมื่อวันที่ ๒๓ มี.ค. ๖๖ ณ ห้องประชุมกองซึ่งตวงวัด กรมการค้าภายใน</p> <p>๔. จัดกิจกรรมให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ ดำเนินการจัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว “ปล่อยพันธุ์ปลา” เมื่อวันที่ ๒๕ ก.ค. ๖๖ ณ กรมการค้าภายใน</p> <p>๕. โครงการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน จำนวน ๓ ครั้ง มีผู้เข้ารับการอบรม จำนวน ๒๙๙ คน</p> <p>๕.๑ จัดส่งบุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมบรรยายส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม “ข้าราชการ สานต่องานพระราชยา” จำนวน ๑๓ คน เมื่อวันที่ ๑๓ ก.พ. ๖๖ ณ ห้องบูรฉัตรไชยการ ชั้น ๔ อาคารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์</p> <p>๕.๒ จัดส่งบุคลากรเข้าร่วมการอบรมเครือข่าย Moc Zero Corruption ป้องกันเชิงรุก เรื่อง “ตามส่องวิถีหมาเฝ้าบ้าน ปฏิบัติการล้างคอร์รัปชันประเทศไทย” จำนวน ๓๐ ราย เมื่อวันที่ ๗ มิ.ย. ๖๖ ณ กระทรวงพาณิชย์</p> <p>๕.๓ จัดส่งบุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมศึกษาดูงานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ภายใต้โครงการสัมมนา “การเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมการขับเคลื่อนภารกิจของกรมการค้าภายใน” จำนวน ๒๕๖ คน เมื่อวันที่ ๘ ก.ย. ๖๖ ณ ศูนย์ศึกษาและพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี</p> <p>๖. การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ (ทุกหน่วยงาน) ประกอบด้วย การประเมินในส่วนที่ ๑ แบบจัดการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน (IIT) และในส่วนที่ ๓ แบบจัดการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) ผลการดำเนินงาน : คะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐ (ค่าเป้าหมาย ร้อยละ ๘๕) กรมการค้าภายในได้ผลลัพธ์ไม่ถึงเกณฑ์ค่าเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ หรือคิดเป็นร้อยละ ๘๒.๕๓</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ				
<p>๗. รายงานผลการสำรวจความผูกพันของข้าราชการพลเรือนสามัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ กรมการคลังภายใต้ดำเนินการสำรวจความผูกพันของข้าราชการพลเรือนสามัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ผ่านระบบออนไลน์ ระหว่างวันที่ ๑๒ - ๑๘ ต.ค. ๖๖ ผู้ตอบแบบสำรวจของกรมการคลังใน ประกอบด้วย ข้าราชการประเภทอำนวยการ ประเภทวิชาการ และประเภททั่วไป จำนวน ๑๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๔๑ ของจำนวนประชากรของกรมการคลังใน ๔๕๕ คน ผลคะแนนความผูกพันรวมของกรมการคลังใน คิดเป็น ๗๘.๑๘ (อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมาย ร้อยละ ๘๕)</p> <p>๘. ปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยโอนเปลี่ยนแปลงเงินงบประมาณเป็นงบดำเนินงาน เพื่อใช้สำหรับแก้ไขปัญหาลินค้าเกษตร ปัญหาค่าครองชีพ หรือภารกิจสำคัญเร่งด่วน ฯ ๕๑๔,๐๒๐ บาท</p> <p>ระยะเวลาดำเนินงาน : ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖</p> <p>วงเงินงบประมาณ/ผลการเบิกจ่ายงบประมาณ : วงเงินงบประมาณ ๕๕๕,๑๐๐ บาท ผูกพัน - บาท เบิกจ่าย ๔๑,๐๘๐ บาท โอนเงินคืนกองคลังเพื่อนำไปใช้ในภารกิจอื่นของกรมฯ ๕๑๔,๐๒๐ บาท</p> <p>ปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ : -</p>				
๒. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการคลังใน				
● ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้	สลก. (กจ.)	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๙๕.๗๘	●
<p>ผลการดำเนินงาน:</p> <p>๑. จัดอบรมบุคลากรกรมการคลังใน จำนวน ๑๓ ครั้ง มีผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น ๕๘๖ คน สามารถนำความรู้ความเข้าใจไปใช้ปฏิบัติงานได้ คิดเป็นร้อยละ ๙๕.๗๘</p> <p>๑.๑ หลักสูตร "ความรู้พื้นฐานการปฏิบัติราชการและภารกิจของกรมการคลังใน" ให้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการบรรจุใหม่ จำนวน ๒๙ คน เมื่อวันที่ ๒๒ - ๒๔ มี.ค. ๖๖ ณ ห้องประชุมกองชั่งตวงวัด กรมการคลังใน ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๙๒.๘๕</p> <p>๑.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการคลังใน "โรงเรียนวันเสาร์" ประจำปี ๒๕๖๖ จำนวน ๑๒ ครั้ง ผู้เข้ารับการอบรม จำนวน ๕๕๗ คน</p> <p>๑) หัวข้อ "ไหว้พระ เสริมดวง" เมื่อวันที่ ๒๘ มี.ค. ๖๖ ณ วัดตะเคียน จ.นนทบุรี จำนวน ๔๓ คน ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้ คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๐๐</p> <p>๒) หัวข้อ "ปรับ ฮวงจุ้ย เสริมงานให้ปังตลอดปี" เมื่อวันที่ ๑๑ ก.พ. ๖๖ ณ ห้องประชุมกองชั่งตวงวัด กรมการคลังใน จำนวน ๖๕ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๙๖.๒๐</p> <p>๓) หัวข้อ "กิจกรรมนวดกดจุด ลดปัญหา Office Syndrome" เมื่อวันที่ ๒๕ ก.พ. ๖๖ ณ ห้องประชุมกองชั่งตวงวัด กรมการคลังใน จำนวน ๖๑ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๙๔.๘๐</p> <p>๔) หัวข้อ "เคล็ดลับ กินอย่างไรให้หุ่นฟิตแอนด์เฟิร์ม" ให้แก่บุคลากร เมื่อวันที่ ๑๑ มี.ค. ๖๖ ณ ห้องประชุมกองชั่งตวงวัด กรมการคลังใน จำนวน ๖๐ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๙๖.๔</p> <p>๕) หัวข้อ "๑๐ เทคนิคการถ่ายภาพสวยด้วยมือถือ" ให้แก่บุคลากร เมื่อวันที่ ๒๕ มี.ค. ๖๖ ณ ห้องเรียนยุเรศ กรมการคลังใน จำนวน ๕๔ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๙๙.๘</p> <p>๖) หัวข้อ "กิจกรรม ศึกษาฐาน ณ บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด (ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป ตราไวไว)" เมื่อวันที่ ๘ เม.ย. ๖๖ ณ อ.สามพราน จ.นครปฐม ให้แก่ บุคลากร จำนวน ๔๕ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐</p> <p>๗) หัวข้อ "แต่งหน้าง่าย ๆ สไตล์สาวออฟฟิศ" ให้แก่ บุคลากร เมื่อวันที่ ๒๙ เม.ย. ๖๖ ณ ห้องประชุม ชั้น ๖ กรมการคลังใน จำนวน ๓๗ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐</p> <p>๘) หัวข้อ "ทริคง่ายๆ แต่งตัวอย่างไรให้ดูแพง" ให้แก่ บุคลากร เมื่อวันที่ ๒๐ พ.ค. ๖๖ ณ ห้องนาเคนทร์ประกาศ ชั้น ๑๑ กรมการคลังใน จำนวน ๕๐ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐</p> <p>๙) หัวข้อ "การทำขนมง่าย ๆ สร้างรายได้สร้างอาชีพ" ให้แก่ บุคลากร เมื่อวันที่ ๑๐ มิ.ย. ๖๖ ณ ห้องประชุมกองชั่งตวงวัด กรมการคลังใน จำนวน ๔๒ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์กร</b>				
<p>๑๐) หัวข้อ ศิลปะการป้องกันตัวในสถานการณ์ฉุกเฉิน ให้แก่ บุคลากร เมื่อวันที่ ๒๒ ก.ค. ๖๖ ณ ห้องประชุมกองช่างตวงวัด กรมการค้าภายใน จำนวน ๔๒ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจในหัวข้อนี้เพิ่มขึ้นในระดับมาก และมากที่สุดร้อยละ ๑๐๐</p> <p>๑๑) หัวข้อ ทักษะการใช้เสียงเพื่อการสื่อสารและขับร้อง ให้แก่ บุคลากร วันที่ ๑๙ ส.ค. ๖๖ ณ ห้องนาเคนทร์ประกาศ กรมการค้าภายใน จำนวน ๔๑ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจในหัวข้อนี้เพิ่มขึ้นในระดับมาก และมากที่สุดร้อยละ ๘๑.๓๐</p> <p>๑๒) หัวข้อ ศึกษาดูงาน ตลาดหลวงปู่ทวด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้แก่ บุคลากร เมื่อวันที่ ๓๐ ก.ย. ๖๖ ณ กรมการค้าภายใน จำนวน ๔๖ คน บุคลากรที่เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจในหัวข้อนี้เพิ่มขึ้นในระดับมาก และมากที่สุดร้อยละ ๙๗.๘๗</p>				
<b>๓. โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของบุคลากรนำความรู้ไปพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐได้อย่างถูกต้อง</li> </ul>	พบ.	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๑๐๐	<span style="color: green;">●</span>
<b>ผลการดำเนินงาน:</b>				
<p>จัดประชุมชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร จำนวน ๙ ครั้ง</p> <p>๑. จัดประชุมหารือเพื่อพิจารณาคัดเลือกกระบวนการ/ผลงานของกรม เพื่อสมัครรางวัลเลิศรัฐ เมื่อวันที่ ๑๙ ธ.ค. ๖๕ กรมฯ เห็นชอบสมัครรางวัล จำนวน ๒ สาขา ได้แก่ (๑) สาขาการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม ผลงานการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้าในตลาดสด และ (๒) สาขาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)</p> <p>๒. จัดประชุมติดตามผลการดำเนินงานตัวชี้วัดตามมาตรการในการปฏิรูปราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๑๗ ม.ค. ๖๖ เพื่อหารือเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค</p> <p>๓. จัดประชุมเพื่อติดตามตัวชี้วัด รอบ ๗ เดือน เมื่อวันที่ ๑๕ มิ.ย. ๖๖</p> <p>๔. จัดประชุม PMQA เพื่อจัดทำรายงานผลการดำเนินการพัฒนาองค์กรสู่ระบบราชการ ๔.๐ (Application Report) แบ่งเป็น ๒ ส่วน คือ ๑) แผนงานการปรับปรุงเพื่อยกระดับการพัฒนาสู่ระบบราชการ ๔.๐ และ ๒) การดำเนินการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐสู่ระบบราชการ ๔.๐ (รวม ๖ หมวด) เมื่อวันที่ ๒๗ ก.พ. ๖๖</p> <p>๕. จัดประชุมคณะทำงานขับเคลื่อนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐของกรมการค้าภายใน ITA เมื่อวันที่ ๒๘ ก.พ. ๖๖ เพื่อดำเนินการ ๑) แบบวัดการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) ให้กองที่รับผิดชอบการเปิดเผยข้อมูล จัดส่ง URL ของข้อมูลที่ทำกรเผยแพร่ให้ผู้ดูแลระบบ (สลก.) ภายในวันที่ ๑๐ มีนาคม ๒๕๖๖ ๒) แบบวัดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน (IIT) ให้ผู้ดูแลระบบ (สลก.) จัดส่งช่องทางการตอบและ Code ของกรมฯ ให้ทุกกอง/ศูนย์/กลุ่ม ให้เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานมาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี ดำเนินการตอบแบบวัดฯ ภายในวันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๖ ๓) แบบวัดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (EIT) มอบหมายให้ผู้ดูแลระบบ (สลก.) จัดส่งช่องทางการตอบ (QR Code) ให้กองที่มีผู้มาติดต่อรับบริการ และเผยแพร่ QR Code ณ จุดให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าตอบแบบวัดการประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (EIT) ภายในวันที่ ๑๕ มี.ค. ๖๖</p> <p>๖. จัดประชุมคณะทำงานฯ เพื่อรับทราบการดำเนินการตามแบบวัดการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT) และวัดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (EIT) เมื่อวันที่ ๑๐ มี.ค. ๖๖</p> <p>๗. จัดประชุมเพื่อรับทราบความคืบหน้าการดำเนินการตามการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส เมื่อวันที่ ๒๔ เม.ย. ๖๖ ประกอบด้วย ๑) การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐของกรมการค้าภายใน (ITA) ตามแบบวัด OIT IIT และ EIT และ ๒) ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลตามแบบวัดการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะ (OIT)</p> <p>๘. ประชุมติดตามผลการดำเนินงานตามแนวทางการประเมินส่วนราชการฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ (รอบ ๑๐ เดือน) และชี้แจงกรอบแนวทางการประเมินส่วนราชการฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๑๐ ส.ค. ๖๖ โดยมี กษ.๒ สด. รบ. และยผ. เข้าร่วมประชุม</p> <p>๙. ประชุมคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการควบคุมภายใน เพื่อทำหน้าที่อำนวยความสะดวก กำหนดแนวทาง ติดตามรวบรวม พิจารณากันกรอง และสรุปผลการประเมินผลการควบคุมภายใน รวมถึงประสานงานและจัดทำรายงานการควบคุมภายใน เมื่อวันที่ ๒๗ ก.ย. ๖๖</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ				
๔. การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน				
• ร้อยละของบุคลากรที่เข้าอบรมได้รับการพัฒนาและปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้อง	กม.	ร้อยละ ๘๐	ร้อยละ ๘๔	●
• จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรมสัญญา การดำเนินคดีและการตอบข้อหารือ	กม.	๑๔๐ เรื่อง/ฉบับ	๔๑๕ เรื่อง/ฉบับ	●
• จำนวนคู่มือและเอกสารเผยแพร่ด้านกฎหมายที่จัดทำ	กม.	๑๐ ครั้ง	๑๖ ครั้ง	●
• จำนวนกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบได้รับการแปล	กม.	๑๕ ฉบับ	๓๐ ฉบับ	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b>				
<p>๑. จัดอบรมเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้า สนับสนุนงบประมาณเพื่อนำไปใช้ในการจัดสัมมนาฯ จำนวน ๑๘๐,๐๐๐ บาท โดยมอบหมายให้สลก.ดำเนินการ จัดงานสัมมนากลุ่มย่อยตามภารกิจของกรมการค้าภายใน ภายใต้หัวข้อ “การพัฒนาการปฏิบัติงานด้านกฎหมายในยุคดิจิทัล” เพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมฯ ได้อย่างถูกต้อง เมื่อวันที่ ๙ ก.ย. ๖๕ ณ สวทไทรโยค รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี ผู้เข้าร่วมสัมมนามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ ๘๔</p> <p>๒. จัดทำคู่มือและเอกสารเผยแพร่ด้านกฎหมาย โดยดำเนินการจัดทำคู่มือและเอกสารเผยแพร่ด้านกฎหมาย จำนวน ๕ ฉบับ ได้แก่</p> <p>๑) คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) เรื่อง กระบวนการร่างกฎหมาย (พระราชบัญญัติ/กฎกระทรวงและประกาศ)</p> <p>๒) แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับช่องทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับติดต่อกรมการค้าภายใน เพื่อดำเนินการตามพระราชบัญญัติการปฏิบัติราชการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๖๕</p> <p>๓) คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) เรื่อง กระบวนการคดี</p> <p>๔) จัดจ้างทำหนังสือพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๕๒ ประกาศ ระเบียบ และคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้าควบคุมเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๖๖ คณะกรรมการจัดจ้างฯ รายงานผลการพิจารณา เมื่อวันที่ ๒๐ ก.พ. ๖๖</p> <p>๕) คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) เรื่อง กระบวนการตรวจร่างสัญญาหรือร่างสัญญา</p> <p>๖) จัดจ้างทำหนังสือพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๕๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกาศ ระเบียบ และคำสั่งที่เกี่ยวข้อง ปี ๒๕๖๖</p> <p>๗) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายกระเทียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๘) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายข้าวเปลือก ข้าวสาร ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๙) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายข้าวสารในสต็อกของรัฐซึ่งคณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าวมีมติเห็นชอบให้ระบายสู่อุตสาหกรรม ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๑๐) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๑๑) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายข้าวสาลีที่ใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๑๒) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายข้าวบาร์เลย์ที่ใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๑๓) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายน้ำมันปาล์ม ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๑๔) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายมะพร้าวผลแก่ เนื้อมะพร้าวขาวและเนื้อมะพร้าวแห้ง ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๑๕) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายหุ้มมันสำปะหลังสดและมันเส้น ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๑๖) คำชี้แจงการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขนย้ายหอมหัวใหญ่ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ปี ๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๖</p> <p>๓. ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรมสัญญา การดำเนินคดีและการตอบข้อหารือ จำนวน ๔๑๕ เรื่อง/ฉบับ (กฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง ๒๓๙ เรื่อง/ฉบับ การดำเนินคดี ๑๐๓ เรื่อง/ฉบับ และการตอบข้อหารือ ๖๗ เรื่อง/ฉบับ และยกร่างนิติกรรมสัญญา ๖ เรื่อง/ฉบับ)</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ				
<p>๔. แปลงกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมการค้าภายใน จำนวน ๓๐ เรื่อง/ฉบับ</p> <p>๔.๑ กฎหมายลำดับรองตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒</p> <p>๑) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการฉบับที่ ๒๓ พ.ศ. ๒๕๖๕ เรื่อง การควบคุมการขนย้ายข้าวบาร์เลย์ที่ใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ ลงวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๕</p> <p>๒) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๖๕ เรื่อง การกำหนดสินค้าและบริการควบคุม ลงวันที่ ๒๙ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๕</p> <p>๓) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การกำหนดสินค้าควบคุมเพิ่มเติม ลงวันที่ ๑๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๔) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การควบคุมการส่งออกนอก ราชอาณาจักรซึ่งหน้ากากอนามัย ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๕) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การแจ้งข้อมูล การแสดงราคาและการปันส่วนหรือจำหน่ายหน้ากากอนามัย ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๖) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การกำหนดราคาจำหน่ายและการแจ้งข้อมูล หน้ากากอนามัย ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๗) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การแจ้งราคา และปริมาณเกี่ยวกับใยสังเคราะห์ Polypropylene (Spunbond) เพื่อใช้ในการผลิตหน้ากากอนามัย ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๘) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการฉบับที่ ๖ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การแจ้งและการแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบเพื่อสุขอนามัยสำหรับมือ ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๙) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการฉบับที่ ๗ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การแจ้งและการแสดงราคารับซื้อเศษกระดาษและกระดาษที่นำกลับมาใช้ได้ อีก ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๐) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการฉบับที่ ๘ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การแจ้งปริมาณ ราคา สถานที่เก็บและจัดทำบัญชีสินค้าไม้ เนื้อไม้ ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๑) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๑ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ในการขออนุญาต การอนุญาต แบบหนังสืออนุญาต และวิธีการส่งออกซึ่งหน้ากากอนามัย ลงวันที่ ๒๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๒) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ในการจำหน่ายหน้ากากอนามัย ลงวันที่ ๒๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๓) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง แบบแจ้งตามประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ลงวันที่ ๒๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๔) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๒๔ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การควบคุม การขนย้ายมะพร้าวผลแก่ เนื้อมะพร้าวขาว และเนื้อมะพร้าวแห้ง ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ลงวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๕) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๑๕ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การควบคุมการขนย้ายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ลงวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๖) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๒๖ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การควบคุมการขนย้ายหัวมันสำปะหลังสด และ มันเส้น ลงวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๗) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ ๔๐ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง การแจ้งราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับ ปูนซีเมนต์ ลงวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๘) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้า และบริการ (ประกาศ สกกร.) ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง แบบแจ้งตามประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (ฉบับที่ ๒) ลงวันที่ ๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ พร้อมแบบ ขพ.๐๒ แบบ อส.๐๑ แบบ อส.๐๒ แบบ ยช.๐๑ แบบ วภ. แบบ บพ. และแบบ ยช.๐๒</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ</b>				
<p>๑๙) ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (ประกาศ สกกร.) ฉบับที่ ๒๕ พ.ศ. ๒๕๖๖ เรื่อง หลักเกณฑ์ ขั้นตอน ระยะเวลา วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการติดตั้งเครื่องวัดปริมาณน้ำมันปาล์มในถังเก็บ ลงวันที่ ๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๒๐) ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (ระเบียบ สกกร.) ว่าด้วยหลักเกณฑ์ แบบ และวิธีปฏิบัติในการจ่ายเงินและการขอรับเงินสินบนเงินรางวัล พ.ศ. ๒๕๖๖ ลงวันที่ ๒๔ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๔.๒ กฎหมายลำดับรองตามพระราชบัญญัติมาตราซึ่งดวงวัด พ.ศ. ๒๕๕๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม จำนวน ๑๐ ฉบับ</p> <p>๑) กฎกระทรวงกำหนดแบบเครื่องหมายคำรับรองเครื่องซึ่งดวงวัด (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๕</p> <p>๒) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการยื่นต้นแบบและการให้ความเห็นชอบต้นแบบเครื่องซึ่งดวงวัดของพนักงานเจ้าหน้าที่ ลงวันที่ ๑๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๓) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดชนิดและลักษณะของเครื่องซึ่ง รายละเอียดของวัสดุที่ใช้ผลิตเครื่องซึ่งอัตราเมื่อเหลือเมื่อขาดห้ามการให้คำรับรองชั้นหลัง และอายุของคำรับรอง (ฉบับที่ ๒) ลงวันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๔) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดลักษณะของเครื่องวัดสำหรับขีดขนาดลำไยแบบตะแกรงร่อน รายละเอียดของวัสดุที่ใช้ผลิตอัตราเมื่อเหลือเมื่อขาด และอายุคำรับรอง ลงวันที่ ๑๔ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๕) ประกาศคณะกรรมการซึ่งดวงวัด เรื่อง กำหนดสถาบันหรือองค์การซึ่งดวงวัดของรัฐบาลต่างประเทศหรือระหว่างประเทศที่ให้การรับรองเอกสารแสดงต้นแบบของเครื่องซึ่งดวงวัดที่จะผลิตหรือนำเข้า ลงวันที่ ๒๔ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๖) ประกาศสำนักงานกลางซึ่งดวงวัด เรื่อง กำหนดแบบหนังสือสำคัญแสดงการให้คำรับรอง (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๖๖ ลงวันที่ ๑๙ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๗) ประกาศสำนักงานกลางซึ่งดวงวัด เรื่อง กำหนดหน่วยงานฝึกอบรมและออกหนังสือรับรองการผ่านการฝึกอบรมด้านซึ่งดวงวัดสำหรับบุคลากรของผู้ตรวจสอบและให้คำรับรองเครื่องซึ่งดวงวัดที่ตนผลิตหรือซ่อม ลงวันที่ ๒๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๘) ระเบียบสำนักงานกลางซึ่งดวงวัด ว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอตรวจสอบและให้คำรับรองเครื่องซึ่งดวงวัดทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๖๖ ลงวันที่ ๑๙ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๙) ระเบียบสำนักงานกลางซึ่งดวงวัด ว่าด้วยการตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องซึ่งอัตโนมัติสำหรับซึ่งน้ำหนักรถยนต์ขณะเคลื่อนที่โดยซึ่งรับน้ำหนักครั้งละเพลลา พ.ศ. ๒๕๖๖ ลงวันที่ ๒๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๑๐) ระเบียบสำนักงานกลางซึ่งดวงวัด ว่าด้วยแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรับค่าทำการและค่าพาหนะเดินทางของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องซึ่งดวงวัดนอกสถานที่ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๕ ลงวันที่ ๑๔ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕</p>				
<b>๕. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน</b>				
● ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับได้เผยแพร่ได้ตามเป้าหมาย	กม.	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๒๒.๕๐	●
● ร้อยละของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านช่องทางที่กำหนดเป็นไปตามเป้าหมาย	ยผ. (ปชส.)	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<b>ผลการดำเนินงาน :</b>				
<p>๑. การเผยแพร่กฎหมาย กฎ ระเบียบทางเว็บไซต์และประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ เพื่อให้ประชาชนหรือผู้อยู่ใต้บังคับของกฎหมายสามารถเข้าถึงกฎหมายได้อย่างทั่วถึง</p> <p>๑) จัดทำช่องทางให้ประชาชน ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ หรือบุคคลที่สนใจ สามารถดาวน์โหลดกฎหมายต่าง ๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมฯ ผ่าน ๒ ช่องทาง ได้แก่ ระบบสารสนเทศทางกฎหมายการค้าในประเทศ (Law.dit.go.th) และ Mobile Application “Law DIT รวมทั้งแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบจำนวน ๙๘ เรื่อง/ฉบับ เมื่อเทียบกับค่าเป้าหมาย ๘๐ เรื่อง/ฉบับ มีจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับเผยแพร่ได้ตามเป้าหมาย ๑๒๒.๕๐</p> <p>๒) บริหารช่องทางการสื่อสารระหว่างกรมกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางกระดานข่าวและเฟซบุ๊ก จำนวน ๒ ช่องทาง ได้แก่ กระดานข่าวกรมการค้าภายใน และ Facebook Fan Page เพื่อสามารถสื่อสารกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างรวดเร็ว และมีความสะดวก</p>				



ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์กร</b>				
<p><b>๒. สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย</b> จำนวน ๒ ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์กรมการค้าภายใน และ Facebook Fan Page เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม โครงการต่าง ๆ ของกรมการค้าภายใน และสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมการค้าภายใน โดยดำเนินการ ๑) จัดซื้อบริการข่าวตัดหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์สำนักข่าวและเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๒ เดือน เริ่มตั้งแต่ ต.ค. ๖๕ - ก.ย. ๖๖ และ ๒) โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมในการกิจกรรมการค้าภายใน (สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์) เพื่อดำเนินการจัดทำผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารฯ ภารกิจกรมผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยจัดทำสื่อบูชา หรือ รายงานแบบเจาะลึกความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที พร้อมออกอากาศในช่วงรายการข่าวภาคเช้า ภาคเที่ยง และภาคค่ำ รวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง และจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์พร้อมดำเนินการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ จำนวนไม่น้อยกว่า ๓๐ ครั้ง</p> <p><b>๓. จัดทำและเผยแพร่จุลสารกรมการค้าภายใน ในรูปแบบ E-book</b> จำนวน ๑๒ ฉบับ เพื่อผลิตและเผยแพร่ข่าวสารและภารกิจกรมการค้าภายในเป็นประจำทุกเดือน โดยจัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) จุลสารกรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ ๒๕๖๖ เดือนละ ๑ ฉบับ จำนวน ๑๒ เดือน เริ่มตั้งแต่ ต.ค. ๖๕ - ก.ย. ๖๖</p> <p><b>๔. โครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖</b> ดำเนินการจัดกิจกรรมประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok ภายใต้หัวข้อ DIT ชี้เป้า ซึ่งจะให้ประชาชนส่งประกวดภาพและวิดีโอแบบสั้นตามหัวข้อ ดังนี้ ๑) “ตลาดต้องชม” โครงการที่กรมฯ ๒) การปิดป้ายราคาสินค้าและบริการ ที่จะช่วยให้ประชาชนมีความรู้และรู้จักพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง และ ๓) การสังเกตเครื่องชั่งโดยการกำกับดูแลให้มีการใช้เครื่องชั่งอย่างถูกต้องและเที่ยงตรง ตรวจสอบงานจ้างเรียบร้อยแล้ว</p> <p><b>๕. ดำเนินการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้เป็นไปตาม พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสาร ผ่านศูนย์ข้อมูลข่าวสาร และเว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร</b> โดยดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารของกรมการค้าภายใน อย่างครบถ้วน ถูกต้อง ตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.๒๕๔๐ จำนวน ๒ ช่องทาง ได้แก่ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของ กรมการค้าภายใน ชั้น ๓ กรมการค้าภายใน และเว็บไซต์กรมการค้าภายใน หัวข้อ “ศูนย์ข้อมูลข่าวสารฯ” เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของกรมการค้าภายใน เป็นไปตาม พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐</p>				
<b>๖. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</b>				
● จำนวนระบบที่มีการพัฒนาและปรับปรุงให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ	ยผ. (ทส.)	๔ ระบบ	๔ ระบบ	●
● ร้อยละครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่จัดหาสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ	ยผ. (ทส.)	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<p><b>ผลการดำเนินงาน:</b></p> <p><b>ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕</b></p> <p>๑. ดำเนินการจ้างพัฒนาและปรับปรุงระบบฐานข้อมูลบริหารจัดการ (การเงินและพัสดุ) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการวัสดุครุภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ที่นำมาใช้ในการจัดการทางด้านทรัพย์สินของกรมการค้าภายใน โดยระบบสามารถรองรับการบูรณาการข้อมูลด้านพัสดุกับระบบการเงินของกรมการค้าภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว วงเงิน ๒,๙๐๐,๐๐๐ บาท ตรวจสอบงานเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ ๗ เม.ย. ๖๖</p> <p>๒. ปรับปรุงระบบแผนงานและสารสนเทศ (ระบบงานชั่งตวงวัด) โดยมีระบบเทคโนโลยี QR-Code ในการติดตามกำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัด เพื่อตรวจสอบรายละเอียดการตรวจสอบและให้คำรับรองของเครื่องชั่งตวงวัดได้ทันที วงเงิน ๑,๔๕๘,๐๐๐ บาท ตรวจสอบงานเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ ๒๑ พ.ค. ๖๖</p> <p><b>ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖</b></p> <p>๑. จัดซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับสนับสนุนงานบริการและงานอำนวยความสะดวก เพื่อให้มีครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการสนับสนุนการปฏิบัติงาน และสามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือทำงานร่วมกันภายในหน่วยงาน หรือระหว่างหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>๒. จัดทำและพัฒนาระบบ ๔ ระบบ</p> <p>๑) จัดทำและพัฒนาระบบ Dashboard สินค้าเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร โดยพัฒนา ออกแบบ และจัดทำระบบคลังข้อมูลกลางด้านการค้าภายในประเทศ Domestic Trade Information Center : DTIC และจัดทำระบบสารสนเทศด้านการค้าภายในประเทศให้สามารถเชื่อมโยงและใช้งานร่วมกับระบบงานต่าง ๆ ของกรมฯ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครบกำหนดส่งมอบงานงวดที่ ๓ ภายในวันที่ ๑๓ พ.ย. ๖๖</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ</b>				
<p>๒) พัฒนาและปรับปรุงระบบฐานข้อมูลราคาและโครงสร้างต้นทุนการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อใช้เป็นเครื่องมือด้านสารสนเทศในการติดตามภาวะราคาของสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ ในทุกจังหวัดทั่วประเทศ รวมถึงการติดตามภาวะราคาสินค้าที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องแจ้งปริมาณเป็นประจำทุกเดือน ผ่านการแจ้งข้อมูลสินค้าและบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้ง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน กำหนดส่งมอบงาน ๔ งวด ตรวจรับงานงวดที่ ๑ เมื่อวันที่ ๑๘ ก.ย. ๖๖ ซึ่งคาดว่าจะตรวจรับงานแล้วเสร็จภายในเดือนเมษายน ๒๕๖๗</p> <p>๓) โครงการปรับปรุงระบบสารสนเทศงานช่างวัดตามโครงการศึกษาและออกแบบระบบการบริหารจัดการ งานช่างวัดผ่านระบบดิจิทัล เพื่อให้การกำกับดูแลและตรวจสอบติดตามเครื่องชั่งตวงวัดมีมาตรฐานและเพิ่มประสิทธิภาพให้ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการขออนุญาตของผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงการออกใบอนุญาตต่าง ๆ แบบอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบ รวมทั้งติดตามเครื่องชั่งตวงวัดที่ผลิต นำเข้า และซ่อม และลดขั้นตอนการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบและให้คำรับรองได้อย่างถูกต้อง และสามารถแจ้งเตือนการประกอบธุรกิจ การนำเข้าเครื่องชั่งตวงวัด การต่ออายุคำรับรองเครื่องชั่งตวงวัด และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ได้ กำหนดส่งมอบงาน ๓ งวด ตรวจรับงานงวดที่ ๑ เมื่อวันที่ ๓๐ ต.ค. ๖๖ ซึ่งคาดว่าจะตรวจรับงานแล้วเสร็จภายในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๗</p> <p>๔) โครงการพัฒนาระบบการฝึกอบรมและทดสอบหลักสูตรการประกอบธุรกิจด้านช่างวัดผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ประกอบการผลิต นำเข้า ซ่อม เครื่องชั่งตวงวัด รวมถึงผู้ขออนุญาตเป็นผู้ตรวจสอบและให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดที่ตนผลิตหรือซ่อม และเจ้าหน้าที่ช่างวัด หรือประชาชนทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าไปเรียนรู้และทดสอบเพื่อประเมินความรู้ของตนเองได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เกี่ยวกับข้อกฎหมายหรือระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลและตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ สามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์ วิธีการ รวมถึงข้อกฎหมายต่าง ๆ ส่งผลให้การกำกับดูแลงานด้านช่างวัดและสินค้าหีบห่อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น</p> <p><b>ปัญหาอุปสรรค/ข้อเสนอแนะ</b></p> <p>- การพัฒนาระบบสัญญาข้อตกลงมาตรฐานอิเล็กทรอนิกส์ โดยปรับปรุงและพัฒนาระบบงานตลาดข้อตกลงเพื่อให้สามารถจัดเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ รวมทั้งการประมวลผลอย่างเป็นระบบ สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งจัดทำสัญญาข้อตกลงมาตรฐานให้เป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้รับบริการ (สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการค้าสินค้าเกษตร) คณะกรรมการฯ พิจารณาผลการจัดซื้อจัดจ้าง เมื่อวันที่ ๗ มิ.ย. ๖๖ เนื่องจากข้อเสนอไม่ผ่านหลักเกณฑ์ กรมฯ จึงได้ประกาศยกเลิกเมื่อวันที่ ๑๕ มิ.ย. ๖๖ เนื่องจากไม่มีผู้ยื่นเสนอราคาภายใต้เสนอรายละเอียดถูกต้องตามที่กรมฯ กำหนด</p>				
<b>๗. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน</b>				
<b>● ร้อยละของการดำเนินการประชาสัมพันธ์และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่เป็นไปตามเป้าหมาย</b>	ยผ. (ปชส.)	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<b>ผลการดำเนินงาน:</b>				
<p>๑. จัดทำข่าว บทความ (๒๓๔ ครั้ง) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ด นำสื่อมวลชน ออกสำรวจข้อเท็จจริง) (๑,๓๙๒ ครั้ง) ออกแบบ/ผลิตงานศิลป์และให้บริการงานโสตทัศนูปกรณ์ (๓๙๖ ครั้ง) ติดตามวิเคราะห์ข่าวสารขององค์กรที่ปรากฏทางสื่อหนังสือพิมพ์ (๓๖๕ ครั้ง)</p> <p>๒. จัดทำรายงานประจำปี กรมการค้าภายใน จำนวน ๑ ฉบับ/ปี (๑,๐๐๐ เล่ม) เพื่อแสดงผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทภารกิจ การดำเนินงานของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ที่มีต่อสังคม ตรวจรับงานจ้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ ๑๘ พ.ค. ๖๖ รวมทั้ง เผยแพร่รายงานประจำปี กรมการค้าภายในผ่านทางเว็บไซต์</p> <p>๓. การสร้างการรับรู้ด้านความเป็นธรรมทางการค้าเพื่อประชาชน โดยจัดประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๒๔ พ.ย. ๖๕ ณ กรมการค้าภายใน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอจากคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนของกรมการค้าภายใน และร่วมกำหนดแนวทางการจัดแผนการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ มติที่ประชุมได้รับข้อเสนอของคณะที่ปรึกษาฯ ไว้พิจารณาเพื่อปรับการดำเนินงานด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ดังนี้</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
<b>ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ</b>				
<p>๓.๑ การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook กรมการค้าภายใน DIT ควรแบ่งเนื้อหาที่นำเสนอแยกเป็นเรื่อง ๆ ตามภารกิจของกรมฯ เพื่อให้ผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารที่จะต้องติดตามเป็นประจำและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็น Info graphic หรือเป็นรูปแบบให้ภาพเล่าเรื่อง จัดกิจกรรมกระตุ้นให้ผู้ติดตามเพจเข้าร่วม เช่น เล่นเกมทายปัญหา จัดส่วนลด แจกของ เป็นต้น รวมทั้ง ตอบ Comment อย่างรวดเร็ว</p> <p>๓.๒ การจัดทำ Media Plan เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรจัด Workshop เพื่อกำหนดรูปแบบการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และแนวทางการดำเนินกิจกรรมของแต่ละภารกิจในแต่ละช่วงเวลาตลอดทั้งปี การกำหนดตัวชี้วัดแต่ละกิจกรรมเพื่อนำไปประเมินและพัฒนากิจกรรม นอกจากนี้ เห็นควรเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ โดยอาจจะเชิญวิทยากร ด้าน Social Platform และ line Certify ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำปรึกษาเพิ่มเติม</p> <p>๓.๓ การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง TikTok ควรใส่รูปโลโก้/มีการโปรยคำช่วงต้นเพื่อให้ประชาชนรับทราบว่าเป็นการสื่อสารจากกรมการค้าภายในและทราบข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่ คลิปวิดีโอต้องสวยสะดุดตาและจุดประกายคนดูตั้งแต่ ๕ วินาทีแรก รวมทั้งมีคลิปวิดีโอ Viral ที่เป็นกระแสความนิยมเพื่อสร้างความแตกต่างจากคลิปวิดีโอทั่วไป</p>				
<b>๘. พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติรวมทั้งติดตามประเมินผลการดำเนินงานของกรม</b>				
● ร้อยละความสำเร็จในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์	ยผ. (ผต.)	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<p><b>ผลการดำเนินงาน :</b></p> <p>๑. กำหนดกรอบทิศทางการปฏิบัติราชการรายปีและถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ให้มีความสอดคล้องกับภารกิจของกรมการค้าภายใน และเชื่อมโยงได้กับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ พร้อมทั้งสื่อสารถ่ายทอดสร้างการรับรู้แผนปฏิบัติราชการรายปี ผ่านทางเว็บไซต์ของกรมการค้าภายใน <a href="http://www.dit.go.th">www.dit.go.th</a> และหนังสือแจ้งเวียน เพื่อให้ กอง/ศูนย์/กลุ่ม ใช้เป็นกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินโครงการ/กิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมาย/ตัวชี้วัดที่กำหนดไว้</p> <p>๒. ติดตามและรายงานผลการดำเนินการ ตามแผนปฏิบัติราชการและนโยบายสำคัญของรัฐบาล เพื่อเป็นการเร่งรัดการดำเนินการของกอง/ศูนย์/กลุ่ม ให้เป็นไปตามนโยบาย/แผนงาน/เป้าหมาย/ตัวชี้วัดที่กำหนด พร้อมทั้งจัดทำรายงานความก้าวหน้าของการดำเนินการและการใช้จ่ายงบประมาณตามระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรายงานให้ผู้บริหารทราบ ดังนี้</p> <p>๒.๑ รายงานผลการดำเนินงานของโครงการตามแผนงานภายใต้งบประมาณเชิงยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๒.๒ รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ในระบบ eMENSOCR</p> <p>๒.๓ รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการรายปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖</p> <p>๒.๔ รายงานผลการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัดเป้าหมายการให้บริการและผลผลิต/โครงการ ในระบบ BB EvMIS ตามระเบียบของสำนักงานงบประมาณ</p> <p>๒.๕ รายงานความคืบหน้าการดำเนินการตามประเด็นผลงานสำคัญของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์</p>				
<b>๙. จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร</b>				
● ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	บส.	ร้อยละ ๑๐๐	ร้อยละ ๑๐๐	●
<p><b>ผลการดำเนินงาน:</b></p> <p>จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร จำนวน ๑ ฉบับ/ปี (๖,๕๐๐ เล่ม) เพื่อเผยแพร่ปฏิทินฤดูกาลสินค้าเกษตร ผ่าน ๒ ช่องทาง โดยดำเนินการ ๑) จัดส่งเอกสารทางไปรษณีย์ให้สำนักงานภายในกรม พาณิชย์จังหวัด หน่วยงานราชการ (อื่นๆ) ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษา และผู้เกี่ยวข้อง และ ๒) เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์กรมการค้าภายในรูปแบบ E-book เพื่อให้ใช้ในการติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรแต่ละชนิด และนำไปใช้ประกอบในการวางแผนด้านการผลิตและการตลาด</p>				

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือนตุลาคม ๒๕๖๕ – กันยายน ๒๕๖๖)				
โครงการ/ตัวชี้วัด/ผลการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ	เป้าหมาย	ผล	สถานะ
ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ				
๑๐. การตรวจสอบภายใน				
<ul style="list-style-type: none"> <li>ร้อยละของความสำเร็จของงานที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนตรวจสอบ</li> <li>ร้อยละของจำนวนรายงานการตรวจสอบที่กลุ่มตรวจสอบภายในมีคำแนะนำและหน่วยรับตรวจนำไปปฏิบัติ</li> </ul>	<p>ตน.</p> <p>ตน.</p>	<p>ร้อยละ ๑๐๐</p> <p>ร้อยละ ๗๕</p>	<p>ร้อยละ ๑๐๐</p> <p>ร้อยละ ๑๐๐</p>	<p>●</p> <p>●</p>
<b>ผลการดำเนินงาน:</b> <p>๑. การตรวจสอบและประเมินผลการบริหารงานและการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด ป้องกันหรือลดการรั่วไหล และการสูญเสียของทรัพยากร รวมทั้งป้องกันการทุจริต โดยตรวจสอบทางการเงิน ๑๓ ครั้ง ตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนด ๒๐ ครั้ง ตรวจสอบระบบงานสารสนเทศ ๑ ครั้ง และสอบทานการประเมินผลการควบคุมภายใน ๑ ครั้ง รวมทั้งสิ้น ๓๕ ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐</p> <p>๒. การให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่หน่วยรับตรวจ เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการเงินการบัญชี และกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติคณะรัฐมนตรี และการใช้จ่ายเงินงบประมาณและทรัพย์สินของทางราชการ มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อทางราชการ โดยจัดทำรายงานการตรวจสอบที่กลุ่มตรวจสอบภายในมีคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะให้แก่หน่วยรับตรวจไปปฏิบัติ (สำนัก/กอง/หน่วยงานในภูมิภาค) จำนวน ๑๕๖ ข้อ ซึ่งมีหน่วยรับตรวจปฏิบัติตามข้อเสนอแนะ จำนวน ๑๕๖ ข้อ หรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐</p> <p><b>ปัญหา/อุปสรรค/แนวทางแก้ไข/ข้อเสนอแนะ :</b></p> <p>- เปลี่ยนแปลงแผนและขอบเขตการตรวจสอบประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ จากเดิมกำหนดแผนการตรวจสอบการดำเนินงานต่าง ๆ ของกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ ประกอบด้วย ๔ เรื่อง คือ ๑) ตรวจสอบการบันทึกบัญชีของกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ๒) ตรวจสอบการควบคุมวัสดุและครุภัณฑ์ของกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ๓) ตรวจสอบการดำเนินโครงการบริหารจัดการผลไม้ ปี ๒๕๖๕ และ ๔) ตรวจสอบการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ปรับลดกิจกรรมเรื่องการตรวจสอบการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรออก จำนวน ๑ เรื่อง</p>				

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน  
กลุ่มแผนงานและติดตามประเมินผล  
๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๖



# บันทึกข้อความ

ห้องอธิบดี  
(นายวัฒนศักดิ์ เสือเอี่ยม)  
เลขรับ 8280  
วันที่ 6 พ.ย. 2566  
เวลา 9.09

ห้องรองอธิบดี  
(ร้อยตรีจักรา ยอดมณี)  
เลขรับ 7765  
วันที่ 3 พ.ย. 2566

ส่วนราชการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กลุ่มแผนงานและติดตามประเมินผล โทร. ๕๖๓๒  
ที่ พณ ๐๔๑๐/๒๕๖๖ วันที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ รอบ ๑๒ เดือน (เดือน ต.ค. ๖๕ - ก.ย. ๖๖)  
เรียน อธิบดี

ตามที่ได้เห็นชอบแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ของกรมการค้าภายใน เพื่อใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในเอกสารงบประมาณรายจ่ายประจำปี ๒๕๖๖ และแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ของกระทรวงพาณิชย์ นั้น

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน ขอเรียนว่า ได้มีการติดตามผลการดำเนินงาน และตัวชี้วัดผลลัพธ์ของโครงการตามแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ สรุปได้ดังนี้

๑. ผลสำเร็จของโครงการ ตามแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ จำนวน ๔๓ โครงการ/กิจกรรม รวม ๕๓ ตัวชี้วัด โดยสรุปผลเดือนตุลาคม ๒๕๖๕ - กันยายน ๒๕๖๖ มีผลเป็นไปตามเป้าหมาย จำนวน ๔๓ โครงการ/กิจกรรมย่อย คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ และตัวชี้วัดบรรลุตามเป้าหมาย จำนวน ๕๒ ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๑๑ ดังนี้ (รายละเอียดปรากฏตามเอกสารที่แนบ)

ยุทธศาสตร์	จำนวนโครงการ/กิจกรรมย่อย	ดำเนินการตามเป้าหมาย	จำนวนตัวชี้วัด	ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (ร้อยละ)	เป็นไปตามเป้าหมาย (ร้อยละ)
๑) การรักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	๒๐	๒๐ (๑๐๐.๐๐ %)	๒๑	- (๐.๐๐ %)	๒๑ (๑๐๐.๐๐ %)
๒) การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก	๒	๒ (๑๐๐.๐๐ %)	๔	- (๐.๐๐ %)	๔ (๑๐๐.๐๐ %)
๓) การสร้างความเป็นธรรมอำนวยความสะดวกทางการค้าและพหุภาคีประโยชน์ของผู้บริโภค	๗	๗ (๑๐๐.๐๐%)	๗	- (๐.๐๐ %)	๗ (๑๐๐.๐๐ %)
๔) การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย	๓	๓ (๑๐๐.๐๐ %)	๒	- (๐.๐๐ %)	๒ (๑๐๐.๐๐ %)
๕) การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์กร	๑๑	๑๑ (๑๐๐.๐๐ %)	๑๙	๑ (๕.๒๖ %)	๑๘ (๙๔.๗๔ %)
รวม	๔๓	๔๓ (๑๐๐.๐๐ %)	๕๓	๑ (๑.๘๙ %)	๕๒ (๙๘.๑๑ %)

๒. แนวทางการดำเนินการต่อไป ในปี ๒๕๖๗ เห็นควรกำหนดแนวทางให้กอง/ศูนย์/กลุ่มติดตามความคืบหน้าของโครงการ/กิจกรรมและรายงานผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ (เป็นประจำทุกเดือน) ตามแบบรายงานที่กำหนด (ยผ.ต.๐๑) และส่งให้ ยผ. ภายในวันที่ ๕ ของเดือนถัดไป เพื่อให้การกำกับติดตามผลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบแนวทางตามข้อ ๒ ก่อนแจ้งกอง/ศูนย์/กลุ่มดำเนินการต่อไป

(นางมณีนุชสลิลา ประเสริฐสุต)  
ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน

3 พ.ย. 2566

ความเห็น/คำสั่ง

เห็นชอบตามข้อ ๒

*(Signature)*

(นายวัฒนศักดิ์ เสือเอี่ยม)  
อธิบดีกรมการค้าภายใน  
= 6 พ.ย. 2566

ส่ง ยผ.

*(Signature)*

(ร้อยตรีจักรา ยอดมณี)  
รองอธิบดีกรมการค้าภายใน  
- 6 พ.ย. 2566

พต.

*(Signature)*

= ๗ พ.ย. ๒๕๖๖



สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ (รอบ ๑๒ เดือน)

เรื่องรับกลับ... ๗ พ.ย. ๒๕๖๖