กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

รายงานประจำปีงบประมาณ 2561 กรมการค้าภายใน

ANNUAL REPORT 2018

Department of Internal Trade

ทรงพระเจริญ

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

มหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร รัชกาลที่ ๑๐

สารบัญ

03 สารอธิบดีกรมการค้าภายใน

04 บทสรุปผู้บริหาร

08 ผู้บริหารกรมการค้าภายใน

14 หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน

15 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์

16 ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน

17 โครงสร้างกรมการค้าภายใน

18 การบริหารราชการกรมการค้าภายใน

22 อัตรากำลัง

23 งบประมาณรายจ่าย

26 ผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน

28 ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

50 รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

52 รางวัลการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนของกรมการค้าภายใน

54 ยกระดับตลาดสด...สู่ "ตลาดสดติดดาว" รองรับการค้ายุคใหม่

56 โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาค

60 งบแสดงฐานะการเงิน

61 งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

62 กิจกรรมทางสังคม

Thailand 4.0

"การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและมุ่งเน้นการบริการมากขึ้นภายใต้นโยบาย"

สารอธิบดีกรมการค้าภายใน

ในปี 2561 ที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้ของเกษตรกร การช่วยเหลือดูแลค่าครองชีพของผู้มีรายได้น้อย การกระตุ้นเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับฐานรากและแก้ไขปัญหาปากท้องของพี่น้องประชาชน การขจัดความยากจน การผลักดันเม็ดเงินลงฐานรากกระจายรายได้ให้ชุมชน รวมทั้งการใช้ภาคการท่องเที่ยวและการเกษตรเป็นกลไกสำคัญเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจ

กรมการค้าภายในเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศ ควบคู่ไปกับการกำกับดูแลระบบการค้าในประเทศให้เกิดความเป็นธรรมต่อประชาชน ทั้งผู้บริโภค เกษตรกรและผู้ประกอบการ ซึ่งต่างก็มีผลประโยชน์หรือความต้องการที่แตกต่างกันออกไป จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดูแลให้ทุกฝ่ายได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม ด้วยการกำหนดนโยบาย มาตรการ การบริหารจัดการสินค้าเกษตร การดูแลค่าครองชีพประชาชน การสร้างความเป็นธรรมให้ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี พร้อมทั้งมีการติดตามสถานการณ์ราคาสินค้าตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างใกล้ชิด กรมการค้าภายในได้ตระหนักที่จะช่วยแก้ไขปัญหาราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพที่สูงในปัจจุบัน โดยได้ดำเนินมาตรการและโครงการต่างๆ เพื่อช่วยตรึงราคาสินค้าและบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน และในขณะเดียวกันยังส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการให้มีศักยภาพสูงขึ้นเพื่อพร้อมที่จะเจริญเติบโตอีกทางหนึ่ง

สำหรับการดำเนินงานสำคัญในปี 2561 ที่ผ่านมา ได้มีขับเคลื่อน “โครงการธงฟ้าประชารัฐ” เพื่อลดภาระค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้แก่ประชาชนในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยส่งเสริมให้ร้านค้าปลีกในชุมชน หรือร้านโชห่วย ซึ่งกระจายอยู่ทั่วภูมิภาคเข้าร่วมโครงการฯ ภายใต้ชื่อ “ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ” เพื่อบูรณาการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเป็นแนวร่วมในการจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคได้อย่างทั่วถึง สำหรับการดูแลสินค้าเกษตรได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาราคาพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญ และรักษาเสถียรภาพราคาอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกร ผลักดันและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนั้น ได้ขยายผลและยกระดับการพัฒนาตลาดชุมชน ผ่านโครงการ “ตลาดประชารัฐต้องชม” ในแนวคิด “ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ” ให้ผู้ประกอบการชุมชนโดยเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม เลือกซื้อสินค้าและสัมผัสถึงกลิ่นไอและเสน่ห์ของชุมชน สร้างรายได้ เพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถทำให้เศรษฐกิจในระดับฐานรากมีความเข้มแข็งมากขึ้น

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายใน รวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้ร่วมแรงร่วมใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างตั้งใจ เข้มแข็ง อย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ได้ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนภารกิจและการดำเนินงานของกรมการค้าภายใน เพื่อพัฒนาให้ระบบการค้าและเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าได้อย่างมั่นคงมั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

(นายวิชัย โภชนกิจ)
อธิบดีกรมการค้าภายใน

บทสรุปผู้บริหาร

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 กรมการค้าภายในมีผลการดำเนินงานตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

การดูแลราคาสินค้าเกษตร

• ข้าว

1. โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2560/61 โดยชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ 35 จังหวัด จำนวน 197 ราย มูลค่าการชดเชยรวมทั้งสิ้น 399.493 ล้านบาท

2. จัดตลาดนัดข้าวเปลือก 65 ครั้ง ใน 27 จังหวัด ปริมาณซื้อขาย 37,803.493 ตัน มูลค่า 341.209 ล้านบาท ราคารับซื้อสูงขึ้นเฉลี่ยตันละ 100 - 2,000 บาท

• ผลไม้

1. จัดตั้งจุดรวบรวมและกระจายผลผลิต ในจังหวัดจันทบุรี ตราด ระนอง ชุมพร และยะลา รวม 8 จุด มีปริมาณการเชื่อมโยง จำนวน 5,124 ตัน มูลค่าการจำหน่าย 189.83 ล้านบาท

2. จัดกิจกรรมเจราจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)

2.1 ระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการประเทศอินเดีย จำนวน 15,600 ตัน คิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 13,000 ล้านบาท

2.2 ระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 7,200 ตัน คิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 600 ล้านบาท

• ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

จำนวน 63 แห่ง ในพื้นที่ 37 จังหวัด โดยศูนย์ Farm Outlet ทั้ง 63 แห่ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้นกว่า 341.23 ล้านบาท

• ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

เชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์โดยจัดงานจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์แปรรูปอินทรีย์มูลค่าการจำหน่ายกว่า 50.39 ล้านบาท

• มันสำปะหลัง

1. ประชาสัมพันธ์แนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลัง ปี 2560/61 ให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร พิจารณาเข้าร่วมโครงการฯ ในจังหวัดแหล่งผลิตมันสำปะหลัง 50 จังหวัด

2. เสริมสร้างความรู้และชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลังของรัฐบาล ในพื้นที่ 13 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา เพชรบูรณ์ พิษณุโลก ลพบุรี อุดรธานี น่าน นครสวรรค์ พะเยา เชียงราย กำแพงเพชร สระแก้ว เลย และมุกดาหาร มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน 1,598 คน

• ปาล์มน้ำมัน

โดยวางระบบการบริหารจัดการเพื่อให้ราคาปาล์มน้ำมันอยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรมไม่เกิดภาวะขาดแคลนตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา

• กาแฟ

พัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดสินค้ากาแฟโรบัสต้า โดยจัดอบรมให้ความรู้เกษตรกรและติดตามประเมินผล รวม 3 จังหวัด ที่จังหวัดชุมพร ระนอง และนครศรีธรรมราช มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 236 คน

• ไข่ไก่

โดยเชื่อมโยงการจำหน่ายไข่ไก่เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้ผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ประสบปัญหาด้านการตลาด จำนวน 389,530 ฟอง

• สุกร

โดยเชื่อมโยงการจำหน่ายเนื้อสุกรเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้ผู้เลี้ยงสุกรที่ประสบปัญหาราคาตกต่ำ โดยมีปริมาณการจำหน่ายรวม 298,068 กิโลกรัม

• กุ้ง

เชื่อมโยงการจำหน่ายกุ้งผ่านช่องทางห้างค้าปลีกค้าส่ง และจุดจำหน่ายของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด โดยมีปริมาณรวม 27.62 ตัน

• พัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

1. ส่งเสริมพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร 55 แห่ง

2. ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง จำนวน 21 สินค้า รวม 49 สัญญา ปริมาณ 17,621.17 ตัน มูลค่า 509.453 ล้านบาท

3. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชน (ตลาดต้องชม) จำนวน 223 แห่ง (ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 77 แห่ง ปีงบประมาณ 2560 จำนวน 79 แห่ง ปีงบประมาณ 2561 จำนวน 67 แห่ง) 28,373 แผงค้า มีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 1,276.12 ล้านบาท

4. ส่งเสริมพัฒนาตลาดสด จำนวน 365 แห่ง และยกระดับตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในสู่การเป็น “ตลาดสดติดดาว”ปัจจุบันมีตลาดสดติดดาว จำนวน 190 แห่ง

5. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) จำนวน 6 ครั้ง ณ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ ชลบุรี และสงขลา

6. หมู่บ้านทำมาค้าขาย เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า / บริการ / ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 15 แห่ง (ภาคเหนือ 3 แห่ง ภาคกลาง 7 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 แห่ง ภาคใต้ 2 แห่ง) มีมูลค่าการจำหน่าย 93.38 ล้านบาท

• เสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

1. พัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้มีมาตรฐาน จำนวน 30 ราย

2. จัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับฝากเก็บสินค้าในกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เพื่อเข้าสู่ระบบมาตรฐานของกรมการค้าภายใน ให้แก่ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น จำนวน 150 ราย

3. จัดอบรมพัฒนาความรู้เพื่อการเพิ่มมูลค่าและเตรียมความพร้อมในยุค AEC ให้แก่ผู้ประกอบการผู้ค้า เกษตรกรเครือข่ายของตลาดและผู้เกี่ยวข้อง มีผู้เข้าร่วมการอบรมจำนวน 80 ราย

• เพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิต GMP/HACCP

ให้แก่ผู้ประกอบการโรงสี จำนวน 33 ราย

การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

• กำหนดสินค้าและบริการควบคุม

จำนวน 53 รายการ (สินค้า 48 รายการ บริการ 5 รายการ) **และสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล** จำนวน 227 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 22 รายการ)

• กำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก

จำนวน 290 รายการ และ**ปิดป้ายแสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร** จำนวน 32 รายการ

• เสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานทางการค้า

โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าเข้าร่วมรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการประกอบการที่ดีตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดภายใต้โครงการ “สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร” มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ จำนวน 3,347 ราย

• ตรวจสอบผู้ประกอบการ

เพื่อป้องกันการกักตุนและฉวยโอกาสขึ้นราคา และ**ตรวจสอบข้อร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 กรมการค้าภายใน** จำนวน 124,579 ราย พบผิด จำนวน 226 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 214,600 บาท

• ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ

จำนวน 3,607,939 เครื่อง/หีบห่อ พบผิดจำนวน 55,922 เครื่อง/หีบห่อ ดำเนินการยึดผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด

• จัดตั้งเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้า

โดยมีสมาชิกเครือข่าย **“อาสาธงฟ้า 1569”** จำนวน 5,500 ราย

• ส่งเสริมการใช้เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ

(Thailand Estimate Mark) โดยมีผู้ประกอบการที่ได้รับหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองสินค้าหีบห่อ รวม 40 รายการ

การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

• จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด

จำนวน 2,401 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวม 430.50 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 1.93 ล้านคน คิดเป็นมูลค่า 169.50 ล้านบาท

• จัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่ง

1. **งาน “รวมใจ..เพิ่มสุข..ช็อปสนุก..ลดรับปีใหม่”** ระหว่างวันที่ 14 ธ.ค. 60 - 4 ม.ค. 61 มียอดจำหน่าย 35,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 10,500 ล้านบาท
2. **งาน “รวมใจ..เพิ่มสุข..ช็อปสนุก..ลดรับปิดเทอม”** ระหว่างวันที่ 26 เม.ย. - 13 พ.ค. 61 มียอดจำหน่าย 20,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 6,000 ล้านบาท

• ธงฟ้าประชารัฐ

มีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จำนวน 43,294 แห่ง (กรุงเทพมหานคร 1,725 แห่ง ส่วนภูมิภาค 41,569 แห่ง)

- บูรณาการการดำเนินการร่วมกับโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ มีการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ รวมทั้งสิ้น 41,308.35 ล้านบาท

• ร้าน “หนูณิชย์...พาชิม”

จำหน่ายอาหารจานเดียวในราคาไม่เกิน จาน/ชามละ 35 บาท จำนวน 14,684 ร้าน ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนร้อยละ 10-35 หรือประมาณวันละ 22.17 ล้านบาท

กรมการค้าภายใน

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของกรมการค้าภายใน

- ผู้บริหารกรมการค้าภายใน
- หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์
- โครงสร้างกรมการค้าภายใน
- การบริหารราชการกรมการค้าภายใน
- อัตรากำลัง
- งบประมาณ

VISION
MANAGEMENT
STATISTICS

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน

นายวิชัย โภชนกิจ
อธิบดีกรมการค้าภายใน

นางสาวสุทัศนีย์ ราชเรืองระบิน
รองอธิบดี
กรมการค้าภายใน

นายฉัตรชัย ศักดิ์ศิลปชัย
รองอธิบดี
กรมการค้าภายใน

นายประโยชน์ เพ็ญสุต
รองอธิบดี
กรมการค้าภายใน

นายจรินทร สุทธนารักษ์
ผู้อำนวยการ
กองชั่งตวงวัด

นายวัฒนศักย์ เสือเอี่ยม
ผู้อำนวยการระดับสูง

นายวัชรศักดิ์ พรหมบุญ
ผู้อำนวยการ
กองส่งเสริมและ
บริหารระบบตลาด

นางสาวพัตถาภรณ์ ไชยานุพงศ์
ผู้อำนวยการ
กองยุทธศาสตร์และ
แผนงาน

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน

นางสาวภาวิไล คำเพ็ง
เลขานุการกรม

นางสาววันเพ็ญ บูรณะเวชหลิม
ผู้อำนวยการ
กองจัดระบบราคา
และปริมาณสินค้า 1

นางสาวฐิติมา งามทวีรัตน์
ผู้อำนวยการกองส่งเสริม
การค้าสินค้าเกษตร 1

นายณรงค์ งามสมมิตร
ผู้อำนวยการกองกฎหมาย

นายชาตรี อารีวงศ์
ผู้อำนวยการกองตรวจสอบ
และปฏิบัติการ

นางสาวพัชรี พยัควงษ์
ผู้อำนวยการกองส่งเสริม
การค้าสินค้าเกษตร 2
รักษาการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร

นางสาววรรณพร อัศวธีระเกียรติ์
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
ส่งเสริมและพัฒนา
ระบบการค้าในประเทศ
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ
กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

นางวราภรณ์ สุวรรณเจริญ
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
ต้นทุนและ
การกำหนดราคาสินค้า
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ
กองจัดระบบราคา
และปริมาณสินค้า 2

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน

นางสาวจินตนา สุวรรณพานิช
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
ตรวจสอบและ
ระบบการตรวจสอบ
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ
กองบริหารมาตรการ
ลดค่าครองชีพ
และธงฟ้าประชารัฐ

นายสุรชัย สังข์ศรีแก้ว
ผู้อำนวยการกองกำกับ
และตรวจสอบเครื่องชั่ง

นางสาววรนุช กันหาบุตร์
นักวิชาการพาณิชย์
ชำนาญการพิเศษ
รักษาการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
มาตรการทางการค้า
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ
กองบริหารกองทุนรวม
เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร

นายเทพภิญโญ โคตรนนท์
นักวิชาการชั่งตวงวัด
ชำนาญการพิเศษ
รักษาการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
วิชาการชั่งตวงวัด

นางสาวศิริรัตน์ ศาตะนิมิ
นักวิชาการพาณิชย์
ชำนาญการพิเศษ
รักษาการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญด้าน
การบริหารทรัพยากรบุคคล

นางเดือนเพ็ญ กรองมาลัย
นักวิชาการคอมพิวเตอร์
ชำนาญการพิเศษ
รักษาการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
พัฒนาระบบเทคโนโลยี
สารสนเทศ
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ
ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสาร

นายสุธินาท วงษ์สุวรรณคูหา
นิติกรชำนาญการพิเศษ
รักษาการในตำแหน่ง
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
กฎหมายการพาณิชย์

นางบุญศรี รวดเร็ว
ผู้อำนวยการกองคลัง

นางเพ็ญจันทร์ วัฒนไตรภพ
นักวิชาการ
ตรวจสอบภายใน
ชำนาญการ
รักษาการในตำแหน่ง
นักวิชาการตรวจสอบ
ภายในชำนาญการพิเศษ
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ
กลุ่มตรวจสอบภายใน

หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยคลังสินค้าไซโลและห้องเย็น และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. จัดทำและประสานแผนปฏิบัติราชการของกรมให้เป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติราชการของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติราชการของกรมและดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติและประมวลผล พัฒนาระบบ และให้บริการข้อมูลสารสนเทศการค้าภายในประเทศ

3. จัดระบบ ส่งเสริม และพัฒนาการค้า การตลาด และตลาดภายในประเทศให้เกิดประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรม

4. จัดระเบียบและส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร

5. จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง

6. จัดระบบและพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์

7. จัดระเบียบเกี่ยวกับการค้าและการตลาด รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ และควบคุมการประกอบธุรกิจ

8. พัฒนากฎหมาย กฎ และระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเพื่อส่งเสริมการค้าให้เป็นธรรม

9. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

VISION
วิสัยทัศน์กรมการค้าภายใน

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

MISSION
พันธกิจ

พันธกิจหลัก

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

พันธกิจสนับสนุน

- บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

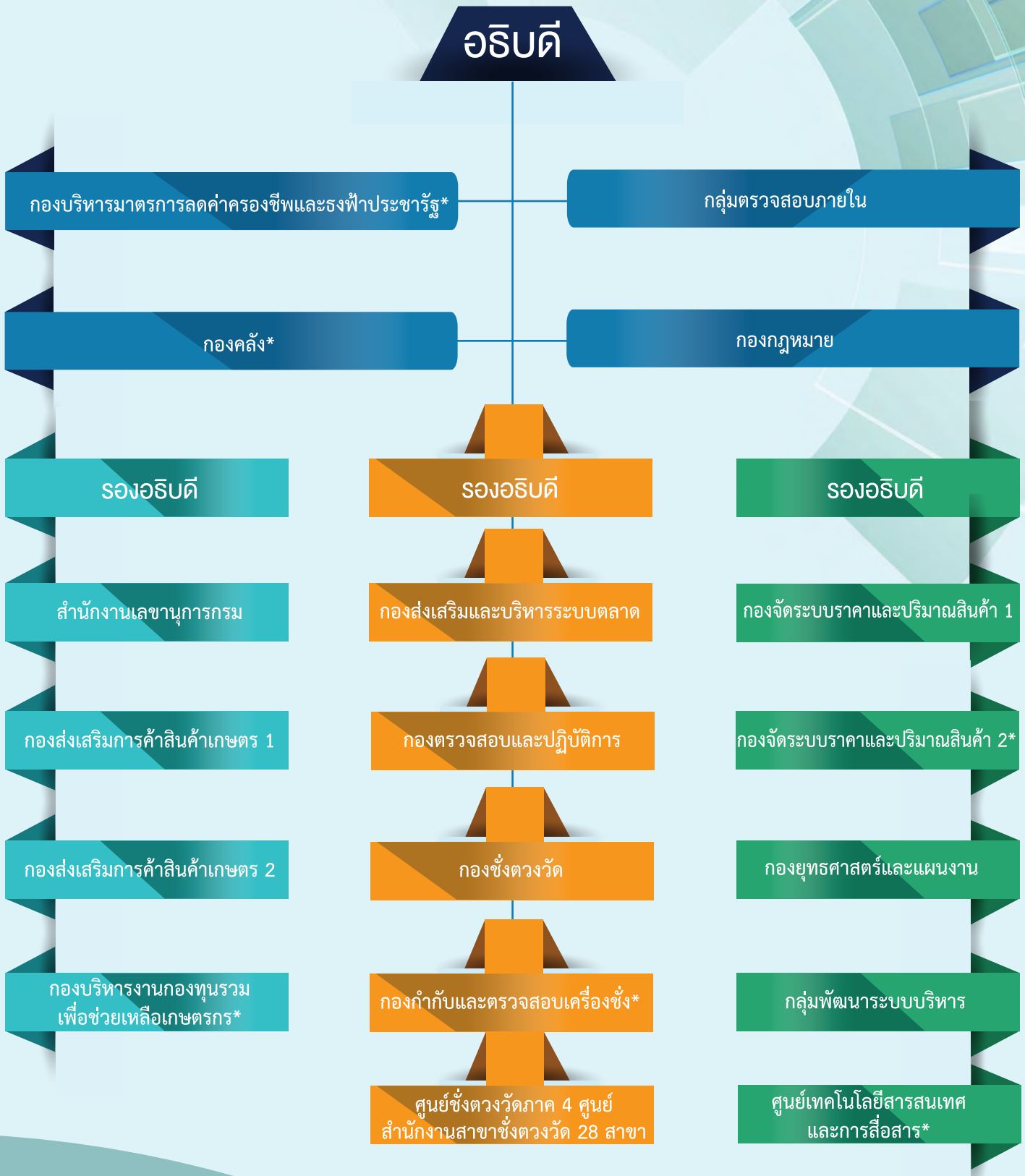
STRATEGIC GOAL
เป้าประสงค์

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

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน

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

โครงสร้างกรมการค้าภายใน



หมายเหตุ: * เป็นการแบ่งส่วนราชการภายใน

การบริหารราชการกรมการค้าภายใน

กรมการค้าภายในได้ปรับปรุงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายในกรม ให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น และเหมาะสมกับสภาพของงานที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การปฏิบัติภารกิจตามหน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น ประกอบด้วย 13 กอง 1 สำนัก 2 กลุ่ม 1 ศูนย์ และหน่วยงานในส่วนภูมิภาค ได้แก่ ศูนย์ชั่งตวงวัด ภาค 4 แห่ง และสำนักงานสาขาชั่งตวงวัด 28 แห่ง โดยมีภารกิจในความรับผิดชอบ ดังนี้

สำนักงานเลขานุการกรม

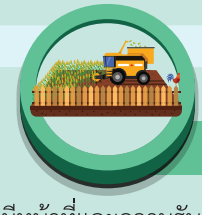
มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไป งานสารบรรณ งานช่วยอำนวยการ งานประชุม งานประสานราชการ และงานเลขานุการของกรม ดำเนินการเกี่ยวกับการพัสดุ อาคารสถานที่ และยานพาหนะ จัดระบบงาน บริหารงาน และพัฒนาทรัพยากรบุคคล การเสริมสร้างวินัย ดำเนินการทางวินัย การรักษาระบบคุณธรรม งานสวัสดิการบุคลากร และการคุ้มครองจริยธรรมของกรม

กองกฎหมาย

มีหน้าที่และความรับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการเกี่ยวกับงานนิติกรรมและสัญญา งานเกี่ยวกับความรับผิดทางแพ่งและอาญา งานคดีปกครอง การร้องทุกข์กล่าวโทษ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท กำหนดมาตรการทางกฎหมายในการดูแลระบบการค้า กลไกตลาด รักษาความเป็นธรรมทางการค้าและคุ้มครองผู้บริโภคและการพัฒนากฎหมาย

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหาราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการนโยบายอาหาร รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการและคณะทำงานตามที่ได้รับการแต่งตั้ง



กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหาราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนดและการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการมันสำปะหลัง และคณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการและคณะทำงานตามที่ได้รับการแต่งตั้ง

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการวิเคราะห์ วิจัยโครงสร้างการตลาด ส่งเสริมและพัฒนาตลาดรูปแบบต่างๆ จัดให้มีสารสนเทศระบบตลาด ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านการตลาดและถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง จัดให้มีมาตรฐานของตลาด ส่งเสริมและพัฒนาคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น กำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ภายใต้การส่งเสริมและการกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

กองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า 1

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ ติดตามภาวะ ปริมาณ ต้นทุน และราคาของสินค้า รวมทั้งวัตถุดิบเพื่อให้ราคาสอดคล้องกับปริมาณ คุณภาพ และมาตรฐาน ตลอดจนปริมาณสินค้ามีเพียงพอและกระจายอย่างทั่วถึงกับความต้องการของผู้บริโภค ศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการค้าและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการตลาดสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค พัฒนาหลักเกณฑ์ และวิธีการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้า และดำเนินการเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ

กองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า 2*

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ ติดตามภาวะ ปริมาณ ต้นทุน และราคาของสินค้า รวมทั้งวัตถุดิบเพื่อให้ราคาสอดคล้องกับปริมาณ คุณภาพ และมาตรฐาน ตลอดจนปริมาณสินค้ามีเพียงพอและกระจายอย่างทั่วถึงกับความต้องการของผู้บริโภค ศึกษา วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนการค้าบริการ และผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อการค้าบริการ เพื่อเป็นระบบเตือนภัยและแนวทางกำกับดูแลการค้าบริการให้ค่าบริการเหมาะสมและเป็นธรรม ศึกษา วิเคราะห์ โครงสร้างรูปแบบการค้าและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการตลาดสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค พัฒนาหลักเกณฑ์และวิธีการกำกับดูแลราคาปริมาณสินค้าและบริการ และดำเนินการเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมด้านราคาปริมาณสินค้า และบริการ

กองชั่งตวงวัด

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนา กำหนด และทดสอบมาตรฐานเครื่องตวงเครื่องวัด รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบการใช้เครื่องตวงเครื่องวัด ให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษา แบบมาตราตวงและวัด กำกับดูแลการประกอบธุรกิจผลิต นำเข้า ซ่อม ขายเครื่องชั่งตวงวัด และการประกอบธุรกิจให้บริการชั่ง ตวงหรือวัด กำหนดหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจผลิตหรือซ่อมเครื่องชั่งตวงวัดสามารถตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดที่ตนผลิตหรือซ่อม ตรวจให้คำรับรอง และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องตวงและเครื่องวัด กำหนดขนาดการบรรจุ วิธีการแสดงปริมาณสุทธิ ตรวจสอบความถูกต้อง การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายคำรับรองมาตรฐานของปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ และตรวจสอบให้คำรับรองมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ใช้ในการตวงจำหน่ายสินค้าที่เป็นของเหลว กำกับดูแลสินค้าหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการให้ความรู้ด้านชั่งตวงวัด

กองตรวจสอบและปฏิบัติการ

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการกำกับดูแลและตรวจสอบมิให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบในการขายสินค้าและบริการทั้งในด้านราคาและปริมาณ และพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปริมาณราคา พฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและสืบสวนสอบสวนเพื่อดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ประกอบการธุรกิจที่ฝ่าฝืน ตรวจสอบดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่กรมรับผิดชอบและมาตรการที่ทางราชการกำหนด ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดทำเครือข่าย “อาสาธงฟ้า 1569” ให้เป็นแนวร่วมเพื่อช่วยปฏิบัติงานของกรม

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์ ประสานการจัดทำแผนงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กำกับ ติดตาม เร่งรัดการปฏิบัติงาน ประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และจัดทำตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน การเปิดเผยแผนและผลการดำเนินงานต่อสาธารณชน พัฒนาระบบ รูปแบบการสำรวจ จัดเก็บ และใช้ประโยชน์จากข้อมูล พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารสำหรับใช้สนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผน การบริหารจัดการการปฏิบัติงานด้านการค้าภายใน เผยแพร่และให้บริการข้อมูลสารสนเทศ ดำเนินการงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่งานด้านการค้าภายในประเทศและผลการดำเนินงาน และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน จัดทำข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเชิงวิชาการและยุทธศาสตร์ นโยบายและมาตรการทางการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจ

กองบริหารงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร*

มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำแผนการดำเนินงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ทั้งระยะสั้นและระยะยาว วิเคราะห์และประเมินความเหมาะสมในเชิงเทคนิควิชาการและการเงินของโครงการที่ขอเสนอรับเงินช่วยเหลือหรืออุดหนุนจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร บริหารการรับและจ่ายเงิน สถานะทางการเงิน จัดทำบัญชีเอกสารรายงานความเคลื่อนไหวทางการเงินของกองทุน ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงกฎหมายและระเบียบ เสนอความเห็น ตอบข้อหารือหรือวินิจฉัย ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับระเบียบของทางราชการที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกองทุน ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ติดตามการชำระหนี้กองทุน จัดระบบสารสนเทศข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการกองทุน และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการดำเนินงานแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานผู้รับบริการและปฏิบัติงานฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) คณะกรรมการบริหารกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คบท.) อนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง

กองบริหารมาตรการลดค่าครองชีพและธงฟ้าประชารัฐ *

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการค้าและกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งสินค้าและบริการให้เข้าสู่ตลาดเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงวิธีการดูแลผู้บริโภค ดำเนินการเพื่อให้ปริมาณสินค้าเพียงพอและกระจายทั่วถึงกับความต้องการ และกำหนดมาตรการและแผนงานในการจัดทำและบริหารจัดการให้มีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นการเพิ่มทางเลือกและลดภาระค่าครองชีพ รวมทั้งช่วยตรึงราคาสินค้าในภาวะวิกฤตหรือภาวะจำเป็น กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานร้านอาหารปรุงสำเร็จ ให้สามารถจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมโดยยังคงคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อช่วยลดค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค เชื่อมโยงสินค้าชุมชนจากแหล่งผลิต เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคและกระจายสินค้าชุมชนผ่านร้านธงฟ้าประชารัฐ รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับร้านธงฟ้าประชารัฐและมีมาตรการในการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภคพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่ายผู้บริโภคเพื่อรักษาความเป็นธรรมทางการค้า

กองกำกับและตรวจสอบเครื่องชั่ง*

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาและกำหนดมาตรฐานของตุ้มน้ำหนักแบบมาตรา เครื่องชั่ง และเครื่องวัดสินค้าเกษตร วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง การให้คำรับรองตุ้มน้ำหนัก เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร เสนอแนะแนวทาง การแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบเกี่ยวกับการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาตุ้มน้ำหนักแบบมาตราและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแบบมาตรา และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร การให้ความรู้ คำแนะนำการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแก่ประชาชน และพัฒนาบุคลากรด้านชั่งตวงวัด

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร*

มีหน้าที่และความรับผิดชอบด้านนโยบายและแผนงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาและให้บริการระบบงาน ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและความมั่นคงปลอดภัย กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดทำแผนแม่บทระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและแผนปฏิบัติการของกรม พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จัดทำระบบบริหารจัดการระบบคอมพิวเตอร์ ออกแบบและวางระบบเครือข่ายรองรับการเชื่อมโยงระบบงานหรือข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บำรุงรักษาระบบสารสนเทศ ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและโปรแกรม รวมทั้งให้บริการและเผยแพร่ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กลุ่มตรวจสอบภายใน

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประเมินความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน เสนอแนะการปรับปรุงการบริหารความเสี่ยง การควบคุมและการกำกับดูแล สอบทานระบบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน และ/หรือกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่งที่ทางราชการกำหนด สอบทานความถูกต้องของข้อมูลการดำเนินงาน การเงินการบัญชี และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบระบบการดูแลรักษาและความปลอดภัยของทรัพย์สิน และประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการเงินการบัญชีของกรม

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่อธิบดีเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ ติดตาม ประเมินผลและจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในกรม ประสานและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางต่างๆ และหน่วยงานในสังกัดกรม

กองคลัง*

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ และดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชีของกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร บริหาร ติดตามและดำเนินงานด้านการเงินและการคลังตามนโยบายและมาตรการเฉพาะของรัฐบาล รวมทั้งปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

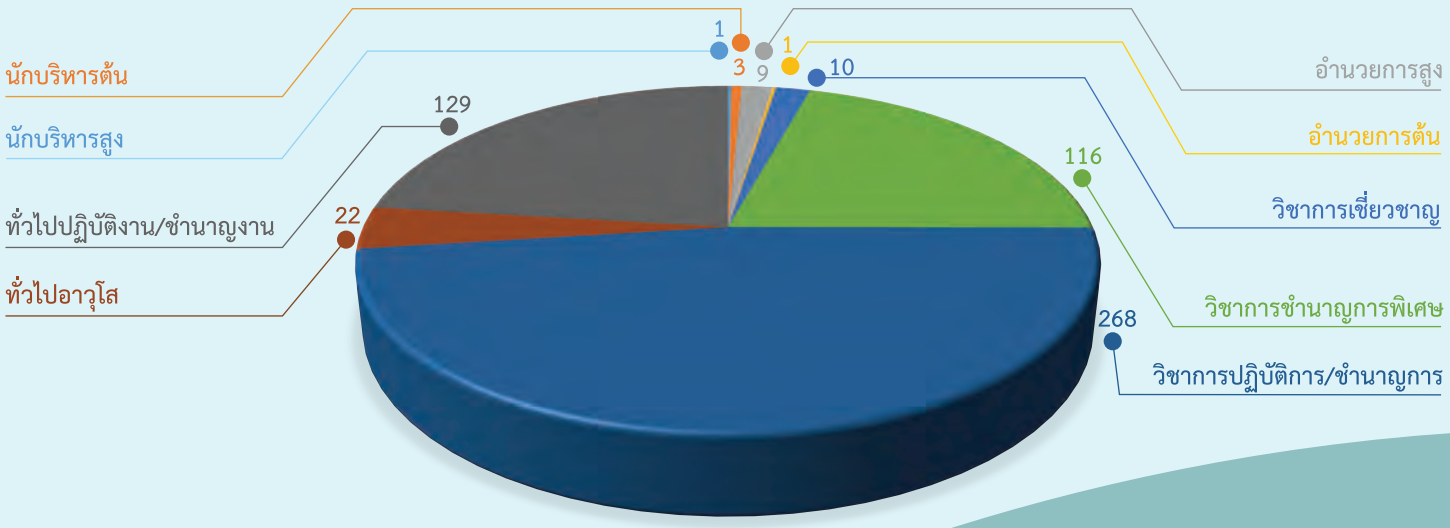
* เป็นหน่วยงานภายใน

อัตรากำลังกรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ประเภทอัตรากำลัง	จำนวน (อัตรา)	ร้อยละ
ข้าราชการ	559	55.02
ลูกจ้างประจำ	99	9.74
พนักงานราชการ	27	2.66
ลูกจ้างเหมาบริการ	331	32.58
รวม	1,016	100.00

จำนวนข้าราชการจำแนกตามประเภทและระดับตำแหน่ง

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



งบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

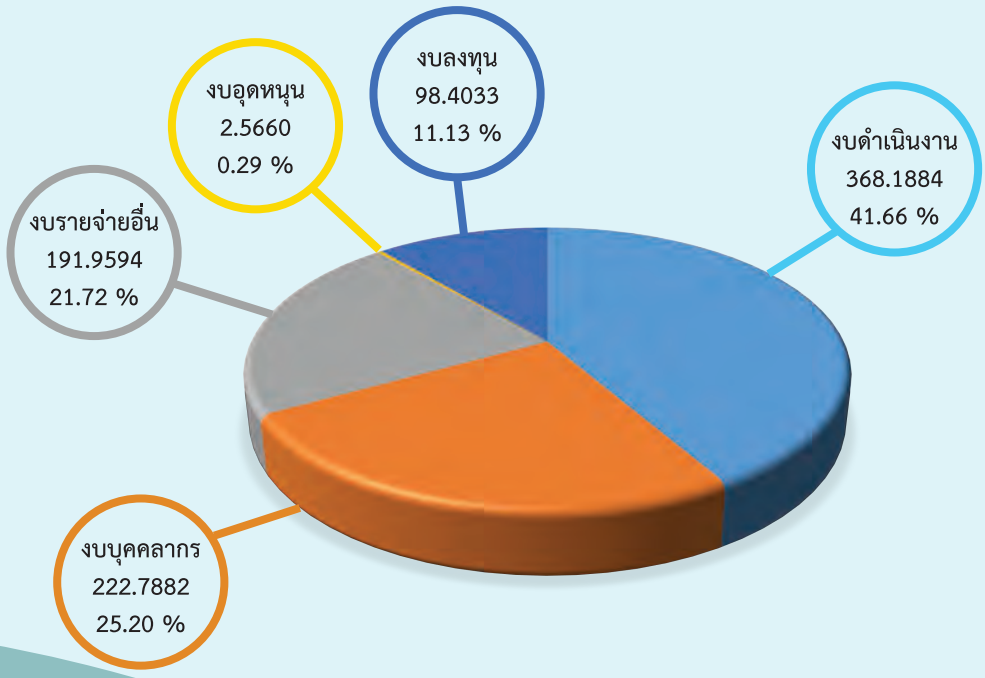
ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 กรมการค้าภายในได้รับจัดสรรงบประมาณรวมทั้งสิ้น 883.9053 ล้านบาท ประกอบด้วย 6 แผนงาน ได้แก่

1. แผนงานบุคลากรภาครัฐ
2. แผนงานการดำเนินภารกิจพื้นฐานเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
3. แผนงานยุทธศาสตร์การพัฒนาประสิทธิภาพและมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต บริการ การค้า และการลงทุน
4. แผนงานบูรณาการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนเข้มแข็ง
5. แผนงานบูรณาการพัฒนาศักยภาพการผลิตภาคการเกษตร
6. แผนงานบูรณาการป้องกัน ปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบ

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณที่ได้รับในปีงบประมาณ 2560 จำนวน 966.4296 ล้านบาท ลดลง 82.5243 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 8.54 หากจำแนกงบประมาณที่ได้รับปีงบประมาณ พ.ศ. 2561จำแนกตามประเภทรายจ่ายเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

หมวดรายจ่าย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ร้อยละ
งบดำเนินงาน	368.1884	41.66%
งบบุคลากร	222.7882	25.20%
งบรายจ่ายอื่น	191.9594	21.72%
งบเงินอุดหนุน	2.5660	0.29%
งบลงทุน	98.4033	11.13%
รวมงบประมาณ	**883.9053**	**100%**

การได้รับงบประมาณประจำปี 2561 จำแนกตามประเภทรายจ่าย



เปรียบเทียบงบประมาณรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

หน่วย : ล้านบาท

หมวดรายจ่าย	ปี 2560	ปี 2561	เปลี่ยนแปลง	
			เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ
งบบุคลากร	**235.2861**	**222.7882**	**(12.4979)**	**(5.31)**
เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	230.2479	217.7213	(12.5266)	(5.44)
พนักงานราชการ	5.0382	5.0669	0.0287	0.57
งบดำเนินงาน	**416.1493**	**368.1884**	**(47.9609)**	**(11.52)**
ค่าตอบแทน ใช้สอย และวัสดุ	399.4673	351.5064	(47.9609)	(12.01)
ค่าสาธารณูปโภค	16.6820	16.6820	-	-
งบลงทุน	**81.0526**	**98.4033**	**17.3507**	**(21.41)**
ค่าครุภัณฑ์	56.1961	57.2361	1.0400	1.85
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	24.8565	41.1672	16.3107	65.62
งบเงินอุดหนุน	**29.0198**	**2.5660**	**(26.4538)**	**(91.16)**
งบรายจ่ายอื่น	**204.9218**	**191.9594**	**(12.9624)**	**(6.33)**
รวม	**966.4296**	**883.9053**	**(82.5243)**	**(8.54)**

ส่วนที่ 2

ผลการปฏิบัติราชการ

- ผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน
- ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปี 2561
- รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร พ.ศ. 2540

SUCCESS
PERFORMANCE
RESULTS

ตารางรายงานผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 รอบที่ 2

ตัวชี้วัดตามองค์ประกอบ	หน่วยวัด	เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินการ		ผลการดำเนินงาน	สรุปผลการประเมิน	
		รอบที่ 1	รอบที่ 2			
		ต.ค. 60 – มี.ค. 61	เม.ย. – ก.ย. 61		ผ่าน	ไม่ผ่าน
องค์ประกอบที่ 1 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นฐาน (Function Base)						
1. มูลค่าสินค้าเกษตรที่มีการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริมเพิ่มขึ้น					☆	
1.1 ตลาดข้อตกลง						
- จำนวนชนิดสินค้า	สินค้า	6	14 (ผลสะสม)	21	☆	
- ปริมาณสินค้าที่มีการเชื่อมโยง	ตัน	7,074.89	9,865.21 (ผลสะสม)	17,621.17	☆	
1.2 ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)	ลบ.	150	341.06 (ผลสะสม)	341.23	☆	
2. ความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ (5 ชนิดสินค้า)					☆	
2.1 ข้าว	ร้อยละ	จำนวนสินค้าเกษตรที่ได้รับการแก้ไขปัญหาราคาตกต่ำสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	จำนวนสินค้าเกษตรที่ได้รับการแก้ไขปัญหาราคาตกต่ำสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	100	☆	
2.2 ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	ร้อยละ			100	☆	
2.3 ผลปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม	ร้อยละ			100	☆	
2.4 มันสำปะหลัง	ร้อยละ			100	☆	
2.5 ยางพารา	ร้อยละ			100	☆	
3. ความสำเร็จในการส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ					☆	
3.1 ตลาดต้องชม	-	ได้แผนการพัฒนาและเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ (ของตลาดต้องชมที่ได้รับการจัดตั้งในปีงบประมาณ พ.ศ. 59/60)	- ดำเนินการตามแผนส่งเสริม/พัฒนาองค์ความรู้ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90 - รายได้ของผู้ประกอบการตลาดต้องชม เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5	- ดำเนินการตามแผนส่งเสริม/พัฒนาองค์ความรู้ ร้อยละ 118 - รายได้ของผู้ประกอบการตลาดต้องชม เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.84	☆	
3.2 หมู่บ้านทำมาค้าขาย	-	- สำรวจ คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาเป็น "หมู่บ้านทำมาค้าขาย" จำนวน 5 แห่ง - ดำเนินกิจกรรมตามแผนการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย	หมู่บ้านรวม 15 แห่ง มีรายได้จากการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10	หมู่บ้านรวมทั้ง 15 แห่ง มีรายได้จากการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ มีมูลค่ารวม 93.38 ลบ. เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.78 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	☆	
องค์ประกอบที่ 2 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจยุทธศาสตร์ แนวทางปฏิรูปภาครัฐ นโยบายเร่งด่วน หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ หรือการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันหลายหน่วยงาน (Agenda Base)						
1. การสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน					☆	
1.1 ร้อยละการดำเนินการตามแผนการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน	ร้อยละ	100	100	100	☆	
1.2 ร้อยละการชี้แจงประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์ (ถ้ามี)	ร้อยละ	100	100	100 (8 เรื่อง)	☆	

ตัวชี้วัดตามองค์ประกอบ	หน่วยวัด	เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินการ รอบที่ 1 ต.ค. 60 – มี.ค. 61	เป้าหมาย/แนวทางการดำเนินการ รอบที่ 2 เม.ย. – ก.ย. 61	ผลการดำเนินงาน	สรุปผลการประเมิน ผ่าน	สรุปผลการประเมิน ไม่ผ่าน
2. การส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์	-	- จัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ จำนวน 2 แห่ง - จัดตั้ง Organic Farm Outlet (แห่งใหม่) จำนวน 2 แห่ง - จัดมหกรรมสินค้าอินทรีย์ : จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 3 ครั้ง	- ดำเนินโครงการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการในการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์/นวัตกรรมอินทรีย์ - ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ ในประเทศ - ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์เกษตรอินทรีย์ชุมชน (Organic Farm Outlet) - จัดงานมหกรรมสินค้าอินทรีย์	1.คัดเลือกสินค้าเกษตรอินทรีย์ 45 สินค้า 2.ประกวดผลิตภัณฑ์อินทรีย์ 10 สินค้า 3.จัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์แห่งใหม่ 4 แห่ง 4.สนับสนุนต่อยอดหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์แห่งเดิม จำนวน 8 แห่ง 5.จัดตั้ง Organic Farm Outlet แห่งใหม่ 4 แห่ง 6.จัดงานมหกรรมสินค้าอินทรีย์ BIOFACH Southeast Asia 2018 และ NATURAL Expo Southeast Asia 2018 7.จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค 9 ครั้ง	✪	
องค์ประกอบที่ 3 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจพื้นที่/ท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด กลุ่มจังหวัด (Area Base) กรมไม่มีตัวชี้วัดตามองค์ประกอบนี้ องค์ประกอบที่ 4 ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและพัฒนานวัตกรรมในการบริหารจัดการระบบงานฯ (Innovation base)					✪	
1. การพัฒนานวัตกรรม					✪	
- การพัฒนาการให้บริการด้านชั่งตวงวัดแบบออนไลน์ (Online)	-	ไม่ประเมินในรอบการประเมินนี้	พิจารณาจากคุณภาพของนวัตกรรม ต้องมีผลการประเมินตั้งแต่ 50 คะแนนขึ้นไป	ดำเนินการเป็นไปตามเป้าหมาย มีผู้เข้ารับบริการจำนวน 6,008 ใบคำขอ		
2. การพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	ร้อยละ	ดำเนินกิจกรรมได้ร้อยละ 80	ดำเนินกิจกรรมได้ร้อยละ 80	ดำเนินกิจกรรมได้ร้อยละ 81.25	✪	
องค์ประกอบที่ 5 ศักยภาพในการเป็นส่วนราชการที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาประเทศ ตามแผนหรือนโยบายระดับชาติ นโยบายของรัฐบาล (Potential base) ประกอบกับผลการประเมินโดยองค์กรภายในและภายนอกประเทศ					✪	
1. การจัดทำและดำเนินการตามแผนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ	ร้อยละ	วัดผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายเงินงบประมาณของส่วนราชการ ในช่วง 6 เดือนแรก ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	เป็นการวัดสมรรถนะในการส่งมอบผลผลิตและการใช้จ่ายเงินงบประมาณเพื่อแสดงถึงศักยภาพของส่วนราชการตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด	- ผลการดำเนินงานตามแผนฯ อยู่ที่ร้อยละ 135.29 อยู่ในระดับดีมาก - ผลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณตามแผนฯ อยู่ที่ร้อยละ 78.28 อยู่ในระดับเป็นไปตามเป้าหมาย	✪	✪
2. การดำเนินการจัดทำแผนปฏิรูปองค์การ	-	จัดส่งแผนปฏิรูปองค์การของกรมการค้าภายใน	ปรับปรุงแผนการปฏิรูปองค์การที่ได้ปรับปรุงตามข้อสังเกต / ข้อเสนอของคณะทำงานพิจารณาแผนปฏิรูปองค์การของส่วนราชการ (กลุ่มกระทรวงด้านเศรษฐกิจ)	จัดส่งแผนการปฏิรูปองค์การที่ได้ปรับปรุงฯ ผ่านระบบ e-Sar เมื่อวันที่ 26 ต.ค. 61	✪	

หมายเหตุ : เป็นการประเมินตนเองของกรมการค้าภายใน

ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ในปีงบประมาณ 2561 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลทั้งในด้านการดูแลราคาสินค้าเกษตร การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

การบริหารจัดการกลไกและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

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

1. การบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร

1.1 ข้าว

1.1.1 โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก ปีการผลิต 2560/61 คณะรัฐมนตรีมีมติ เมื่อวันที่ 19 ก.ย. 60 เห็นชอบการดำเนินโครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก ปีการผลิต 2560/61 โดยรัฐบาลชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ ผ่านธนาคารพาณิชย์ของรัฐในอัตราร้อยละ 3 ตามระยะเวลาที่เก็บสต็อกไว้ 60-180 วัน เป้าหมาย 8 ล้านตัน วงเงิน 940 ล้านบาท ระยะเวลาโรงสีรับซื้อข้าวตั้งแต่ 1 พ.ย. 60 – 30 ก.ย. 61 ระยะเวลาโรงสีเก็บสต็อกตั้งแต่ 1 พ.ย. 60 - 30 มี.ค. 62 ระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่ 1 พ.ย. 60 – 31 ต.ค. 62

ผลการดำเนินการ : คณะอนุกรรมการพิจารณาชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2560/61 ได้อนุมัติการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 197 ราย ใน 35 จังหวัด มูลค่าการชดเชย รวมทั้งสิ้น 399.493 ล้านบาท

1.1.2 การเสริมสร้างความรู้และชี้แจงมาตรการข้าวของรัฐบาลแก่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกร ผู้ปลูกข้าว ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทั้งจากส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการผลิตและการตลาด มาตรการและวิธีการดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล ระหว่างเดือน พ.ย. 60 – ก.ย. 61 จำนวน 9 ครั้ง ในพื้นที่ 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ อุบลราชธานี เชียงราย สุพรรณบุรี พิษณุโลก ขอนแก่น ร้อยเอ็ด และฉะเชิงเทรา มีผู้เข้าร่วมประชุมชี้แจง จำนวน 1,887 ราย

1.1.3 จัดตลาดนัดข้าวเปลือก ปี 2560/61 เพื่อให้กลไกตลาดการรับซื้อข้าวเปลือกของเกษตรกรมีการแข่งขัน มีช่องทางเลือกและมีอำนาจต่อรองในการขายข้าว รวมทั้งได้รับความเป็นธรรมด้านราคาในการชั่งน้ำหนักและการตรวจสอบคุณภาพข้าว จำนวน 65 ครั้ง ในพื้นที่ 27 จังหวัด โดยมีปริมาณการซื้อขายรวมทั้งสิ้น 37,803.493 ตัน คิดเป็นมูลค่า 341.209 ล้านบาท เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวได้ในราคาสูงกว่าตลาดทั่วไปเฉลี่ยตันละ 100 - 2,000 บาท

1.2 มันสำปะหลัง

1.2.1 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลัง ปี 2560/61 เพื่อให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องรับทราบมาตรการในการดูแลราคามันสำปะหลังของรัฐบาลและเป็นแนวทางให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร พิจารณาเข้าร่วมโครงการฯ และจัดส่งให้หน่วยงานภายในจังหวัดแหล่งผลิตมันสำปะหลัง 50 จังหวัด ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลตำบล ที่ว่าการอำเภอและกรมการค้าภายในส่วนกลาง รวมทั้งจัดทำสื่อวิทยุเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในช่วงเดือน ม.ค.- เม.ย. 61

1.2.2 เสริมสร้างความรู้และชี้แจงแนวทางการบริหารจัดการมันสำปะหลังของรัฐบาล เพื่อสร้างความเข้าใจและประชาสัมพันธ์มาตรการและแนวทางการบริหารจัดการของรัฐบาลในการช่วยเหลือเกษตรกรให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและวิธีการดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการดูแล ช่วยเหลือเกษตรกร ให้เกษตรกรสามารถเข้าร่วมโครงการฯ ได้ทันท่วงที โดยจัดสัมมนาในเดือน พ.ค. – ส.ค. 61 จำนวน 15 ครั้ง ในพื้นที่ 13 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา เพชรบูรณ์ พิษณุโลก ลพบุรี อุดรธานี น่าน นครสวรรค์ พะเยา เชียงราย กำแพงเพชร สระแก้ว เลย และมุกดาหาร มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน 1,598 คน

1.3. ปาล์มน้ำมัน วางระบบการบริหารจัดการปาล์มน้ำมัน เพื่อให้ราคาปาล์มน้ำมันอยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นธรรม และไม่เกิดภาวะขาดแคลนน้ำมันปาล์มตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยมีการบูรณาการผ่านคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการและคณะทำงานต่างๆ ดังนี้

1.3.1 กำหนดราคาแนะนำในการรับซื้อผลปาล์มทะลาย ผลปาล์มร่วง ในราคาเดียวกัน โดยออกประกาศราคาแนะนำรับซื้อผลปาล์มทะลายและผลปาล์มร่วงและน้ำมันปาล์มดิบตามราคาตลาด โดยกำหนดราคาแนะนำให้เปลี่ยนแปลงตามกลไกตลาดและสะท้อนสถานการณ์ โดยกรมฯ ได้ออกประกาศราคาแนะนำล่าสุดเมื่อวันที่ 5 เม.ย. 61 กำหนดราคารับซื้อผลปาล์มอัตราน้ำมันร้อยละ 18 ในราคาไม่ต่ำกว่า กก.ละ 3.40 บาท และกรณีอัตราน้ำมันสูงกว่าร้อยละ 18-22 ให้ปรับเพิ่มราคารับซื้อขึ้นไม่น้อยกว่า กก.ละ 30 สต. ต่ออัตราน้ำมันที่เพิ่มขึ้นทุกร้อยละ 1 รวมทั้งให้โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มปิดป้ายแสดงราคารับซื้อในปริมาณที่รับซื้อผลปาล์มตั้งแต่น้ำมันร้อยละ 18-22 ควบคู่กับการแสดงอัตราร้อยละเฉลี่ย (%) ของน้ำมันปาล์มดิบที่ผลิตในวันล่าสุดที่เห็นได้ชัด

1.3.2 บริหารจัดการสมดุลน้ำมันปาล์ม พิจารณาปรับสมดุลการใช้น้ำมันปาล์มเพื่อผลิตไบโอดีเซลให้สอดคล้องกับปริมาณผลผลิตและความต้องการบริโภคในแต่ละช่วงเวลา โดยกระทรวงพลังงาน ได้ออกประกาศปรับ B5 เป็น B7 ผลบังคับ 8 พ.ค. 60 เป็นต้นไป โดยในปี 2561 จะใช้ B7 ตลอดทั้งปี รวมทั้งขอความร่วมมือกรมธุรกิจพลังงานประสานผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 7 ปรับสำรองไบโอดีเซล (B100) สำรองตามกฎหมาย (ร้อยละ 1) 14.339 ล้านลิตร (13,479 ตัน CPO) ล่าสุด (เม.ย. 61) อยู่ที่ 86.049 ล้านลิตร (80,886 ตัน CPO) และมอบหมายกรมการค้าภายในกระทรวงพลังงาน สภาเกษตรกร ติดตามสถานการณ์ด้านการผลิต อัตราน้ำมันที่ผลิตได้ และสต็อกคงเหลืออย่างใกล้ชิด

1.4 การพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดสินค้ากาแฟโรบัสต้า

เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะให้แก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด พัฒนาประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันตลอดห่วงโซ่การผลิตและการตลาดและยกระดับกระบวนการผลิตสินค้ากาแฟโรบัสต้าของไทยให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของตลาด ในเดือน ม.ค. – ก.ย. 2561 โดยได้มีการสำรวจพื้นที่กำหนดกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย ประชุมชี้แจงโครงการและจัดอบรมให้ความรู้เกษตรกร และติดตามประเมินผล รวม 3 จังหวัด ที่จังหวัดชุมพร ระนอง และนครศรีธรรมราช มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 236 คน

1.5 สุกร ดำเนินมาตรการเพิ่มช่องทางและเชื่อมโยงการจำหน่ายเนื้อสุกรเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้ผู้เลี้ยงสุกรที่ประสบปัญหาราคาตกต่ำ โดยมีปริมาณการจำหน่ายรวม 298,068 กิโลกรัม

1.6 ไข่ไก่ เชื่อมโยงการจำหน่ายไข่ไก่เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้ผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ประสบปัญหาด้านตลาดรองรับราคาไข่ไก่อ่อนตัวลง และลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชน ผลการจำหน่ายไข่ไก่ ในช่วงเดือน เม.ย – มิ.ย. 61 จำนวน 389,530 ฟอง ทำให้ผู้เลี้ยงไก่ไข่ได้รับราคาและมีปริมาณจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผ่านช่องทางปกติ รวมทั้งช่วยลดภาระค่าครองชีพของประชาชนด้วยอีกทางหนึ่ง

1.7 กุ้ง

เพิ่มช่องทางและเชื่อมโยงการจำหน่ายกุ้งให้แก่ ผู้เลี้ยงกุ้ง ผ่านช่องทางห้างค้าปลีกค้าส่ง ได้แก่ แม็คโคร เทสโก้โลตัส ตลาดนัดกระทรวงพาณิชย์ (ทุกวันศุกร์) และจุดจำหน่ายของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด 12 จังหวัด ได้แก่ สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา นครปฐม สมุทรสาคร ระยอง นครศรีธรรมราช ชุมพร ตรัง ระนอง กระบี่ พังงา และสตูล โดยปริมาณรวม 27.62 ตัน

1.8 ผลไม้

1.8.1 จัดตั้งจุดรวบรวมและกระจายผลผลิต จำนวน 8 จุดในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ตราด ระนอง ชุมพร และยะลา โดยมีปริมาณการเชื่อมโยงผลไม้ (ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง สับปะรด) จำนวน 5,124 ตัน มูลค่า 189.83 ล้านบาท

1.8.2 จัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ

(1) จับคู่เจรจาธุรกิจระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน หอการค้า และผู้ประกอบการไทย จำนวน 32 ราย กับผู้ประกอบการประเทศอินเดีย จำนวน 13 ราย จำนวน 8 สินค้า ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มะม่วง มะพร้าว มะขาม เงาะ มังคุด และชมพู่ ณ จ.ตราด ภายหลังการเจรจาธุรกิจ คาดว่าผู้ประกอบการอินเดียจะนำเข้าผลไม้ไทย (มิ.ย. – ธ.ค. 61) เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 15,600 ตัน คิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 13,000 ล้านบาท

(2) จับคู่เจรจาธุรกิจระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการไทย จำนวน 21 ราย กับผู้ประกอบการสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) จำนวน 34 ราย จำนวน 19 สินค้า ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มะพร้าว มะขาม เงาะ มังคุด และผลิตภัณฑ์แปรรูป อาทิ กล้วยชิป ไส้กรอก ไส้อั่ว แคบหมู น้ำพริกหนุ่ม ปลาสลิดทอด ปลานิลอบกรอบ ข้าวเหนียวทุเรียนฟรีซดราย ข้าวเหนียวมะม่วงฟรีซดราย มะม่วงอบกรอบ มะเขือเทศอบแห้ง ลำไยอบแห้ง และน้ำแร่ ภายหลังการเจรจาธุรกิจ คาดว่าผู้ประกอบการ สปป.ลาว จะนำเข้าผลไม้ไทย (มิ.ย. – ธ.ค.61) เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 7,200 ตัน คิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 600 ล้านบาท

1.8.3 เชื่อมโยงผลผลิตและรณรงค์การบริโภคผลไม้

(1) งานจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet เมื่อวันที่ 13 - 15 ธ.ค. 61 ณ บริเวณห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาราชดำริ โดยมีศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เข้าร่วมจำนวน 30 แห่ง มูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 565,749 บาท

(2) งาน “Our Fresh Our Farm Outlet” เมื่อวันที่ 7-10 มิ.ย.61 ณ ชั้น G Siam Discovery มีศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เข้าร่วมจำนวน 33 แห่ง มูลค่าการจำหน่ายทั้งสิ้น 639,750 บาท

2. การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร

2.1 การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อเป็นแหล่งหรือศูนย์กลางให้เกษตรกรนำผลผลิตเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่าย ดังนี้

2.1.1 จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แห่งใหม่ จำนวน 20 แห่ง ในพื้นที่ 18 จังหวัด ได้แก่ นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ แม่ฮ่องสอน กำแพงเพชร ชัยนาท ตราด สระแก้ว ประจวบคีรีขันธ์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี สกลนคร สุราษฎร์ธานี ระนอง ตรัง ชุมพร สงขลา (2 แห่ง) สตูล และพังงา ปัจจุบันมีศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) รวมทั้งสิ้น 63 แห่ง ใน 37 จังหวัด

2.1.2 จัดสัมมนาเรื่อง “ยกระดับศูนย์ Farm Outlet สู่ธุรกิจที่ยั่งยืนในยุค 4.0” ให้แก่กลุ่มเกษตรกร ผู้ดูแลศูนย์ Farm Outlet และผู้ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมศักยภาพของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ให้มีความรู้และความเข้าใจแนวคิดตลาดและธุรกิจสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะและวิสัยทัศน์ ในการบริหารจัดการศูนย์ Farm Outlet ให้ประสบผลสำเร็จ รวมทั้งส่งเสริมการเชื่อมโยงสินค้าร่วมกันระหว่างศูนย์ Farm Outlet ทั่วประเทศ เมื่อวันที่ 24 – 25 ก.ย. 61 ณ ห้อง Tippawan 1 โรงแรมริชมอนด์ สไตล์ลิส คอนเวชั่น จังหวัดนนทบุรี ผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 170 คน

2.1.3 เชื่อมโยงการตลาดสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน โดยให้ศูนย์ฯ นำสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปและผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายในงานต่างๆ อาทิ งาน“จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet” งาน “Our Fresh Our Farm Outlet” เป็นต้น มูลค่าการจำหน่ายในงานฯ จำนวน 1,205,499 บาท โดยในปีงบประมาณ 2561 ศูนย์ฯ ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 341.23 ล้านบาท

2.2 การส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

2.2.1 เชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์

(1) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ระดับภูมิภาค จำนวน 10 ครั้ง โดยมีเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์ เข้าร่วมจำนวน 449 ราย มูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 10,942,780 บาท ในพื้นที่กรุงเทพฯ นนทบุรี นครปฐม น่าน สุรินทร์ ขอนแก่น อุบลราชธานี ชลบุรี และประจวบคีรีขันธ์

(2) เชื่อมโยงผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานต่างๆ ได้แก่

1) งาน “มหกรรมสินค้าเกษตรต้อนรับเทศกาลตรุษจีน” เมื่อวันที่ 12 – 14 ก.พ. 61 ณ บริเวณลานอเนกประสงค์ ชั้น 3 กระทรวงพาณิชย์

2) กิจกรรมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เมื่อวันที่ 13 – 15 ธ.ค. 60 ณ ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี สาขาราชดำริ โดยมูลค่าการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 291,479 บาท

(3) จัดแสดงสินค้า BIOFACH Southeast Asia 2018 และ NATURAL EXPO Southeast Asia 2018 เมื่อวันที่ 12-15 ก.ค. 61 ซึ่งเป็นงานที่รวมผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานด้านเกษตรอินทรีย์หรือออร์แกนิค ทั้งในระดับสากลและในประเทศ รวมถึงมาตรฐานเกี่ยวกับสินค้าธรรมชาติ สามารถแสดงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นผู้นำด้านการผลิต การค้า และการบริโภคสินค้าออร์แกนิค โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ น้ำนมข้าวยาคู น้ำหวานดอกมะพร้าว ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็ก ภาชนะและบรรจุภัณฑ์ผลิตจากฟางข้าว สารสกัดกำจัดแมลง และข้าว ผัก ผลไม้สด โดยมีเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์และผู้สนใจเข้าร่วมงาน จำนวน 46,223 คน มูลค่าการจำหน่ายและยอดเจรจาสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งสิ้น 36,537,271 บาท

2.2.2 จัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ (Organic Village) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรให้มีการผลิตสินค้าตามมาตรฐาน มีความรู้ด้านการตลาด จำนวน 4 แห่ง ใน 4 จังหวัด ได้แก่ (1) หมู่บ้านหนองเทา ต.สำโรง อ.สำโรง จ.อุบลราชธานี (2) หมู่บ้านหนองเม็ก ต.คึมใหญ่ อ.เมือง จ.อำนาจเจริญ (3) หมู่บ้านซอง มู แฮง ต.คลองพลู อ.เขาคิชกูฏ จ.จันทบุรี (4) หมู่บ้านชุมชนบ้านใหม่พัฒนา ต.ศรีเมืองชุม อ.แม่สาย จ.เชียงราย

2.2.3 จัดตั้ง Organic Farm Outlet แห่งใหม่ จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ (1) อุทยานบัว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จ.สกลนคร (2) ร้านล้านปันสุข ปั๊ม ปตท. หลักเมือง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี (3) ร้านขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ อ.เมือง จ.อุดรธานี (4) ร้านเนเชอรัลเฮาส์ อ.บางกรวย จ.นนทบุรี

2.3 จัดประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ปีการเพาะปลูก 2560/61 และจัดประกวดข้าวตราคุณภาพดีเด่น ประจำปี 2561

เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการข้าวถุงมีการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดีตรงความต้องการของตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าข้าว โดยมีการมอบรางวัลให้กับผู้ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิ จำนวน 21 ราย (เกษตรกร 18 ราย กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร 3 ราย) และผู้ประกอบการข้าวถุง จำนวน 10 ราย เมื่อวันที่ 16 พ.ค. 61 ที่กระทรวงพาณิชย์

2.4 พัฒนาเพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าว โดยจัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาในการวางระบบมาตรฐาน GMP/HACCP แก่ผู้ประกอบการโรงสีที่สมัครเข้าร่วมโครงการฯ และผ่านการคัดเลือก โดยมีโรงสีที่ผ่านการรับรองระบบมาตรฐานฯ จำนวน 33 ราย

2.5 พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง โดยสุ่มเก็บตัวอย่างข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่ได้รับเครื่องหมายรับรองที่จำหน่ายในท้องตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐาน และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ปัจจุบันมีผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้รูปพนมมือของกรมการค้าภายใน จำนวน 143 ราย 215 เครื่องหมายการค้า

2.6 จัดอบรมให้ความรู้ในการพัฒนากระบวนการผลิตข้าว เพื่อให้ความรู้กับผู้ประกอบการโรงสีสามารถนำความรู้ไปพัฒนากระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ช่วยลดต้นทุน และลดการสูญเสีย ตลอดจนเพิ่มโอกาสทางการตลาด ดังนี้

(1) หลักสูตร “หลักสูตรการบริหารจัดการโรงสีข้าวสมัยใหม่” จำนวน 4 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 160 คน

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

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

(4) หลักสูตร “การสร้างกลยุทธ์ด้านการตลาด” จำนวน 4 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 400 คน

(5) หลักสูตร “พัฒนาศักยภาพการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์เชิงลึก” จำนวน 4 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 400 คน

(6) หลักสูตร “การปรับปรุงประสิทธิภาพโรงสีข้าวชุมชน (ชาวนาก็เป็นหมอโรงสีข้าวชุมชนได้)” จำนวน 1 ครั้ง จำนวนผู้เข้าอบรม 130 คน

2.7 จัดเกรดโรงสีข้าวโดยการติดดาว

เพื่อยกระดับและพัฒนาผู้ประกอบการโรงสีให้มีระบบมาตรฐาน พัฒนาศักยภาพระบบการผลิตข้าวของประเทศและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการโรงสีติดดาว ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ **ประเภทดาวทอง** มีจำนวน 56 ราย และ**ประเภทดาวเงิน** มีจำนวน 15 ราย และได้จัดพิธีมอบรางวัลและโล่เพื่อประกาศเกียรติคุณให้แก่โรงสีติดดาวประเภทดาวทอง ทั้ง 56 ราย เมื่อวันที่ 16 พ.ค. 60 ณ กระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบันมีโรงสีที่ได้เข้าร่วมโครงการโรงสีติดดาวแล้วทั้งสิ้น 218 ราย (ประเภทดาวทอง 151 ราย และประเภทดาวเงิน 67 ราย)

3. การพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

3.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เพื่อให้เป็นตลาดกลางที่ได้มาตรฐาน เป็นแหล่งซื้อขายและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม รวมทั้งเพิ่มทางเลือกและโอกาสในการขายผลผลิตให้กับเกษตรกร ปัจจุบันมีตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในทั้งสิ้น 55 แห่ง แยกเป็น ตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 30 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 20 แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำ 4 แห่ง และตลาดกลางปลาสวยงาม 1 แห่ง

3.1.1 จัดอบรมให้ความรู้เพื่อยกระดับตลาดกลางผักและผลไม้ ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ให้กับผู้ประกอบการ ผู้ค้าจากตลาดกลาง เกษตรกร ในด้านการตลาด การพัฒนาคุณภาพสินค้า การบรรจุภัณฑ์ การตลาดสมัยใหม่ รวมถึงแนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์ จำนวน 2 ครั้ง ในพื้นที่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ราชบุรี มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 120 ราย

3.1.2 จัดประกวดออกแบบตราสัญลักษณ์ (LOGO) ตลาดกลางสินค้าเกษตรและตลาดสด ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ตามโครงการสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เพื่อใช้เป็นสื่อหรือเครื่องหมายในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในเป็นที่รู้จักและจดจำ โดยจัดพิธีเปิดตัวตราสัญลักษณ์ตลาดกลางสินค้าเกษตรและตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน และมอบรางวัลการประกวด เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2561 ณ ห้องบุรฉัตร ไชยากร ชั้น 4 กระทรวงพาณิชย์

3.2 ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง

3.2.1 ผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน โดยเชื่อมโยงให้เกษตรกรและผู้ประกอบการได้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน 21 สินค้า ได้แก่ (1) ส้มเขียวหวานพันธุ์สีทองปลอดภัยจากสารพิษ (2) ข้าวโพดหวาน (3) สาหร่ายพวงองุ่นสด (4) สับปะรดภูเก็ตปลอดภัย (5) ลำไย (6) ลิ้นจี่ (7) ข่า (8) ตะไคร้ (9) ใบมะกรูด (10) ผักไฮโดรโปนิกส์ (11) ชมพู่ทับทิมจันทร์ (12) มะพร้าวน้ำหอม (13) ฟักทอง (14) แฟง (15) มะเขือเทศ (16) กระเทียม (17) ทุเรียน (18) เงาะ (19) มังคุด (20) ลองกอง และ (21) มะละกอฮอลแลนด์ รวม 49 สัญญา ปริมาณรวมทั้งสิ้น 17,621.17 ตัน มูลค่ารวม 509.453 ล้านบาท

3.2.2 จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ตลาดข้อตกลง เพื่อผลักดันให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านตลาดข้อตกลงภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน ให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการค้าสินค้าเกษตร จำนวน 3 ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดน่าน ลำพูน และอ่างทอง มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 252 คน

3.2.3 จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการรับซื้อผลไม้ฤดูการผลิต ปี 2561 ระหว่างกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในกับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ผู้ส่งออก และตลาดกลางสินค้าเกษตร ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2561 ณ ห้องประชุมบุรฉัตรไชยากร ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยรับซื้อผลไม้ อาทิ ทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ ส้มเขียวหวาน มะพร้าวน้ำหอม มะม่วง กล้วยหอม แตงโม แคนตาลูป ปริมาณรวม 333,123 ตัน มูลค่า 20,149 ล้านบาท

3.3 ส่งเสริมพัฒนาตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

ให้เป็นแหล่งรองรับผลผลิตจากเกษตรกร และเป็นแหล่งกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคที่สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคและหันมาใช้ตลาดสดมากขึ้น โดยมุ่งเน้นให้มีการปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายสินค้า จำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม และเครื่องชั่งมีความเที่ยงตรง ผู้ประกอบการมีจริยธรรมในการกำหนดราคาจำหน่าย ตลาดสะอาด ถูกสุขอนามัย สินค้าสดสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ผู้บริโภคมีแหล่งซื้อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพปลอดภัย ปัจจุบันมีตลาดสดในความส่งเสริม จำนวน 365 แห่ง (ภาคกลางและภาคตะวันออก 110 แห่ง ภาคเหนือ 88 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 134 แห่ง และภาคใต้ 33 แห่ง) และยกระดับตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในสู่การเป็น **"ตลาดสดติดดาว"** เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการตลาดพัฒนาตลาดให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและความเป็นธรรมทางการค้า ด้านความปลอดภัยอาหาร ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านความพร้อมในการรองรับการตลาดยุคใหม่ โดยจัดพิธีเปิดตัวโครงการตลาดสดติดดาวเพื่อรองรับการค้ายุคใหม่และพิธีมอบรางวัลตลาดสดติดดาว เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2561 ณ ห้องบุรฉัตรไชยากร ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบันมีตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ซึ่งผ่านเกณฑ์ประเมินและยกระดับเป็นตลาดสดติดดาว **จำนวน 190 แห่ง** ประกอบด้วย ภาคเหนือ 41 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 71 แห่ง ภาคกลางและภาคตะวันออก 62 แห่ง และภาคใต้ 16 แห่ง

ตลาดสดติดดาว
ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

3.4 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น (ตลาดต้องชม)

ที่มีอัตลักษณ์สะท้อนวิถีชุมชนและมีเอกลักษณ์พาณิชย์ (มีการจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรมน้ำหนักเที่ยงตรง) เพื่อให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs นำสินค้าในพื้นที่มาจำหน่ายให้ประชาชนโดยตรง เพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) โดยได้เปิดตลาดชุมชนภายใต้ชื่อ "ตลาดต้องชม" จำนวน 223 แห่ง (ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 77 แห่ง ปีงบประมาณ 2560 จำนวน 79 แห่ง ปีงบประมาณ 2561 จำนวน 67 แห่ง) ปัจจุบันมีตลาดต้องชม จำนวน 216 ตลาด (เกรด A จำนวน 55 แห่ง เกรด B จำนวน 112 แห่ง เกรด C จำนวน 49 แห่ง) มีแผงค้ารวมทั้งสิ้น 28,373 แผงค้า โดยมีนักท่องเที่ยวสนใจมาเที่ยวชมและเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการในตลาดเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 1,276.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 12.43

ตลาดต้องชม
เอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ของชุมชน

3.5 พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดย (1) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการตามโครงการเชื่อมโยงและส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ตลาดสินค้าเกษตร Online) ผ่านทางเว็บไซต์ http://agrimark.dit.go.th ให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการสินค้าเกษตร และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 4 ครั้ง ที่จังหวัดน่าน สกลนคร เลย และเพชรบุรี มีผู้เข้าร่วม ทั้งสิ้น 190 คน (2) ให้คำแนะนำแก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ผู้ประกอบการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เกี่ยวกับการเข้าใช้ประโยชน์ตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการเสนอซื้อและขายสินค้าเกษตร ผ่านทางระบบฐานข้อมูลระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาดของกรมการค้าภายใน http://mwsc.dit.go.th หรือ http://agrimark.dit.go.th จำนวน 4 ครั้ง ในพื้นที่ 8 จังหวัด (**ครั้งที่ 1** จังหวัดร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ **ครั้งที่ 2** จังหวัดกำแพงเพชร ตาก **ครั้งที่ 3** จังหวัดมุกดาหาร นครพนม **ครั้งที่ 4** จังหวัดฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี) มีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 176 ราย

3.6 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market)

3.6.1 เส้นทางผ้าไหมอีสาน (กลุ่มอีสานเหนือ กลุ่มอีสานกลาง กลุ่มอีสานใต้) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้กลุ่มผู้ผลิต ผู้ทอผ้าไหมไทยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการยกระดับความสามารถในการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยที่มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มขึ้น และสามารถดำรงธุรกิจของชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป โดยดำเนินกิจกรรม ต่างๆ ดังนี้

(1) เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการผลิต การตลาดผ้าไหม โดยจัดอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบ การจัดทำแพทเทิร์นและการตัดเย็บชุดผ้าไหมให้แก่ผู้ทอผ้าไหม จำนวน 3 ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดกลุ่มอีสานใต้ (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี และศรีสะเกษ) ณ จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มอีสานกลาง (มหาสารคาม ร้อยเอ็ด ยโสธร อำนาจเจริญ และสกลนคร) ณ จังหวัดมหาสารคาม และกลุ่มอีสานเหนือ (ขอนแก่น กาฬสินธุ์ อุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ เลย หนองบัวลำภู และชัยภูมิ) ณ จังหวัดขอนแก่น มีผู้เข้ารับการอบรม จำนวน 95 คน

(2) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าผ้าไหม จากกลุ่มอีสานเหนือ กลุ่มอีสานกลาง และกลุ่มอีสานใต้ เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการตลาดเส้นทางสายไหมอารยธรรมอีสาน ภายในงานมีการจัดกิจกรรมประกวดชุดผ้าไหมจากผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดให้มีการเจรจาธุรกิจ (Business Matching) การจัดนิทรรศการเผยแพร่เรื่องราว (Story Telling) เกี่ยวกับผ้าไหมไทย จำนวน 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 20 – 22 ก.ค. 61 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 16 - 19 ส.ค. 61 ณ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอร์รี่พลาซา กรุงเทพมหานคร

3.6.2 สินค้าผลไม้ เพื่อสร้างช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงสินค้าให้เป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่นและยกระดับศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าควบคู่กับส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลในการเป็นช่องทางในการสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย ผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน (OTOP) ที่ได้เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและยกระดับราคาผลไม้ของไทย โดยอาศัยการบริโภคภายในประเทศของประชาชนชาวไทยและต่างชาติเป็นตัวขับเคลื่อน รวมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตลอดจนนักท่องเที่ยวได้รู้จักผลไม้ มีการบริโภคที่เพิ่มขึ้น โดยมีการจำหน่ายผลไม้สดจากสวน ผลไม้แปรรูป และสินค้านวัตกรรมผลไม้จากเกษตรกรโดยตรง จำนวน 6 ครั้ง ดังนี้ **ครั้งที่ 1** งาน "Thailand Amazing Durian and Fruit Fest 2018" เมื่อวันที่ 18 - 23 พ.ค. 61 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร **ครั้งที่ 2** งาน "Thailand King Fruit Paradise Magnet market @ Chiangmai" เมื่อวันที่ 25 พ.ค. – 23 มิ.ย. 61 ณ ศูนย์การค้าเมญ่า ไลฟ์สไตล์ ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ (MAYA Lifestyle Shopping Center) อ.เมือง จ.เชียงใหม่ **ครั้งที่ 3** งาน "Thailand Amazing Durian and Fruit Fest @Phuket" เมื่อวันที่ 18 – 24 มิ.ย. 61 ณ ศูนย์การค้าจังซีลอน อ.กะทู้ จ.ภูเก็ต **ครั้งที่ 4** งาน "Thailand King Fruits Paradise @ Songkhla" เมื่อวันที่ 17 - 26 ส.ค. 61 ณ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา **ครั้งที่ 5** งาน "สร้างการรับรู้และส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย" (4 แห่ง) ระหว่างเดือน มิ.ย. – ก.ค. 61 **ครั้งที่ 6** งาน "สมุยเฟสติวัล" เมื่อวันที่ 26 – 30 ก.ย. 61 ณ ท่าเทียบเรือหน้าทอน พรุงเฉวง/หาดเฉวง เดอะวอร์ฟ (บ่อผุด) และอ่าวหัวถนน

3.7 กิจกรรมสร้างการรับรู้และส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย โดยจัดให้มีการชิมผลไม้ไทยฟรี แนะนำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักผลไม้ไทยทั้งชื่อ รูปลักษณ์ และรสชาติ โดยจัดกิจกรรมในสถานที่ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 5 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 ณ King Power ซอยรางน้ำ เมื่อวันที่ 23 – 24 มิ.ย. 2561 ครั้งที่ 2 สนามบิน ดอนเมือง เมื่อวันที่ 26 มิ.ย. – 1 ก.ค. 61 ครั้งที่ 3 ห้างสรรพสินค้า Big C ราชดำริ เมื่อวันที่ 3 – 5 ก.ค. 61 ครั้งที่ 4 ห้างสรรพสินค้า CentralWorld เมื่อวันที่ 14 – 15 ก.ค. 61 และครั้งที่ 5 สนามบินสุวรรณภูมิ เมื่อวันที่ 1 – 2 ส.ค. 61

3.8 จัดอบรมตามโครงการพัฒนาผู้ประกอบการตลาดและระบบตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมทักษะและเพิ่มศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการตลาด ผู้ค้า ผู้บริหารตลาด และผู้เกี่ยวข้องในตลาดกลาง ตลาดสด และตลาดชุมชนในความส่งเสริมของกรมฯ ให้มีความรู้ความเข้าใจด้านต่างๆ อาทิ การบัญชี การเงิน การตลาด การบริหารจัดการ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การเขียนแผนธุรกิจ ประกอบการขอสินเชื่อ จำนวน 59 ครั้ง ในพื้นที่ 38 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ กาญจนบุรี กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ ชุมพร ตรัง นครพนม นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ ปราจีนบุรี ปัตตานี พังงา พิษณุโลก แพร่ มหาสารคาม มุกดาหาร แม่ฮ่องสอน ยโสธร ยะลา ร้อยเอ็ด ราชบุรี ลพบุรี ศรีสะเกษ สกลนคร สตูล สุราษฎร์ธานี หนองคาย อ่างทอง อุดรธานี อุบลราชธานี ลำปาง นครปฐม อุตรดิตถ์ อุทัยธานี ตาก บึงกาฬ ปทุมธานี และสมุทรสงคราม มีผู้เข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น 2,060 ราย

3.9 จัดงานเพื่อส่งเสริมตลาดและกิจกรรมภูมิภาค โดยจัดงาน “ตลาดประชารัฐต้องชม” เป็นการนำผู้ค้าในตลาดประชารัฐต้องชมจากภูมิภาคต่างๆ และผู้ค้าในท้องถิ่นมาจำหน่ายให้ประชาชนในจังหวัดพื้นที่จัดงานและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับรู้ว่าตลาดประชารัฐต้องชมมีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย มีสินค้าดีมีคุณภาพ รสชาติอร่อย จำหน่ายในราคาเป็นธรรม และมีอัตลักษณ์ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีงามให้ได้ร่วมกันรักษาสืบทอดต่อไป และยังมีกิจกรรมการแสดงวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรม Workshop ตลอดการจัดงาน โดยจัดขึ้น 3 ครั้ง ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ และขอนแก่น

3.10 เสริมสร้างศักยภาพตลาดท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยกระดับตลาดประชารัฐต้องชมที่มีศักยภาพ มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนที่มีความโดดเด่น และพัฒนาสู่การเป็น **“ตลาดท่องเที่ยว”** ของคนทุกเพศทุกวัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติภายใต้แนวคิด **“ตลาดเที่ยวได้...สไตล์ไทยๆ” เมืองไทยมีดีวิถีชุมชน** เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาค ช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เสริมเม็ดเงินให้หมุนเวียนให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน อันก่อให้เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่นคั่ง และยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม รวม**จำนวน 7 แห่ง** กลุ่มที่ 1 ตลาดท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศทางธรรมชาติ / ตลาดท่องเที่ยวที่มีกลิ่นอายประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จำนวน 3 ตลาด คือ ถนนสายวัฒนธรรม จังหวัดลำปาง กาดช่วงเมืองน่าน จังหวัดน่าน กาดวิถีชุมชนคูบัว จังหวัดราชบุรี และกลุ่มที่ 2 ตลาดท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและจับจ่าย จำนวน 4 ตลาด คือ ตลาดประมงท่าเรือพลี จังหวัดชลบุรี ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ/ฉะเชิงเทรา ถนนคนเดินเซราะกราว จังหวัดบุรีรัมย์ และตลาดน้ำคลองแห จังหวัดสงขลา

3.11 จัดตั้งหมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน 15 แห่ง ใน 10 จังหวัด ได้แก่ (1) ชุมชนแม่กำปอง (2) ชุมชนวัวลาย (3) ชุมชนหล่ายแก้ว (จังหวัดเชียงใหม่) (4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลไม้สดและผลผลิตการเกษตรแปรรูปบ้านดอนทอง (5) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร ตำบลสระพัฒนา (6) วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้านผักตบชวา (จังหวัดนครปฐม) (7) หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไก่ดี (8) กลุ่มพัฒนาผู้เลี้ยงกุ้งเกษตรพอเพียง 49 (จังหวัดสมุทรสาคร) (9) ตลาดน้ำลาวเวียง ชุมชนบ้านลาวเวียง (จังหวัดสระบุรี) (10) ชุมชนอรัญญิก (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) (11) กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ (จังหวัดนครราชสีมา) (12) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง (จังหวัดชัยภูมิ) (13) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวคุณค่า ชาวนาคุณธรรม (จังหวัดยโสธร) (14) หมู่บ้านเกาะพิทักษ์ (จังหวัดชุมพร) (15) กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค (จังหวัดนครศรีธรรมราช) ผลจากการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายทั้ง 15 แห่ง ส่งผลให้หมู่บ้านฯ มีรายได้จากการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น โดยมียอดจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 93.38 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 33.38 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.63

หมู่บ้าน
ทำมาค้าขาย

4. การเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

4.1 เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบกิจการคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น เพื่อสนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นมีมาตรฐานในการจัดเก็บสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยดำเนินการดังนี้

(1) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "การเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับฝากเก็บสินค้าในกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เพื่อเข้าสู่ระบบมาตรฐานของกรมการค้าภายใน" เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำมาตรฐานคลังสินค้า มาตรฐานไซโล และมาตรฐานห้องเย็นของกรมการค้าภายใน รวมทั้งเสริมทักษะด้านการปฏิบัติงานในกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ให้เกิดประสิทธิภาพ เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2561 ณ โรงแรมริชมอนด์ จ.นนทบุรี มีผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 115 ราย

คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น
ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการค้าภายใน

(2) จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "การส่งเสริมและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากใบรับของคลังสินค้าและประทวนสินค้า" เพื่อให้ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น สถาบันการเงิน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบใบรับของคลังสินค้าและประทวนสินค้าในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2561 ณ โรงแรมริชมอนด์ จ.นนทบุรี ผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 35 ราย

(3) จัดสัมมนา "สร้างเครือข่ายธุรกิจรับฝากเก็บให้รุ่ง มุ่งสู่ไทยแลนด์ 4.0" เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2561 ณ โรงแรมริชมอนด์ จ.นนทบุรี เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจที่ยั่งยืน รวมทั้งมีความพร้อมและขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล

4.2 ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า ณ จุดที่เป็นประตูการค้า โดยจัดอบรมพัฒนาความรู้เพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าและเตรียมความพร้อมในยุค AEC เพื่อพัฒนาความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้ค้า เกษตรกรเครือข่ายของตลาดและผู้เกี่ยวข้อง ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า การจัดชั้นคุณภาพและการคัดเกรดสินค้า และการปรับตัวรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเป็นประชาคมอาเซียน เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2561 ณ ตลาดกลางผักและผลไม้จังหวัดพิษณุโลก (ตลาดไทยเจริญ) มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 80 ราย

การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

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

1. กำหนดสินค้าและบริการควบคุม จำนวน 53 รายการ (สินค้า 48 รายการ บริการ 5 รายการ) และ**สินค้าและบริการที่ติดตามดูแล 227 รายการ** (สินค้า 205 รายการ บริการ 22 รายการ) โดยมีการติดตามตรวจสอบราคาและสถานการณ์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคและมิให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบผู้บริโภค

2. ดูแลราคาต้นทาง (ราคา ณ โรงงาน) ให้สอดคล้องกับต้นทุนและเป็นธรรม โดยแบ่งการกำกับดูแลสินค้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบนำเข้า (2) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก (3) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบทั้งในประเทศและนำเข้า (4) กลุ่มอาหารสด ซึ่งหากจำเป็นต้องปรับราคาจะพิจารณาให้ปรับราคาตามภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจริง

3. ดูแลราคากลางทาง (ราคาขายจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่ง) โดยดูแลราคาจำหน่ายส่งให้มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคาต้นทาง (ณ โรงงาน) เพื่อมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบทั้งด้านราคาจำหน่ายและปริมาณ

4. ดูแลราคาปลายทาง (ราคาจำหน่ายปลีก) โดยตรวจสอบติดตามราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตและกำหนดระดับความสำคัญของสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกเดือน จำนวน 227 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 22 รายการ) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 4.1 Sensitive List (SL) : สินค้าที่มีความอ่อนไหวพิเศษ ติดตามราคาและภาวะเป็นประจำทุกวัน
- 4.2 Priority Watch (PWL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง
- 4.3 Watch List (WL) : สินค้าที่ติดตาม ภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปักษ์

5. กำหนดมาตรการในการดูแลราคา โดยออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ได้แก่

5.1 กำหนดมาตรการในการกำกับดูแลราคาสำหรับสินค้าและบริการควบคุม เช่น การกำหนดราคาจำหน่ายสูงสุด การปรับราคาสูงขึ้นต้องได้รับอนุญาต การให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย การห้ามมิให้มีการกักตุน ปฏิเสธการจำหน่าย และประวิงการจำหน่าย เป็นต้น

5.2 กำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก จำนวน 290 รายการ (สินค้า 240 รายการ และบริการ 50 รายการ) และ**การปิดป้ายแสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร** จำนวน 32 รายการ

5.3 ติดตามตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าต่างๆ เพื่อป้องกันการกักตุนและการฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม และตรวจสอบการปิดป้ายแสดงราคา รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่านสายด่วน 1569 ของกรมการค้าภายในดำเนินการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยตรวจสอบรวมทั้งสิ้น 124,579 ราย พบการกระทำผิด จำนวน 226 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 214,600 บาท

5.4 ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้องมาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซแอลพีจี และก๊าซเอ็นจีวี การบรรจุก๊าซให้มีน้ำหนักครบถ้วน และสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องได้มาตรฐาน รวมทั้งตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อป้องกันการกดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร โดยตรวจสอบรวมทั้งสิ้น 3,607,939 เครื่อง/หีบห่อ (ตรวจสอบให้คำรับรอง 2,921,483 เครื่อง ตรวจสอบขณะใช้งาน 398,085 เครื่อง และตรวจสอบสินค้าหีบห่อ 288,371 หีบห่อ) พบผิดจำนวน 55,922 เครื่อง/หีบห่อ (เครื่องชั่งตวงวัด 52,214 เครื่อง สินค้าหีบห่อ 3,708 หีบห่อ) ดำเนินการยึด ผูกบัตรห้ามใช้และอายัด

5.5 สร้างการมีส่วนร่วมภาคประชาชน เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดย**จัดตั้งสมาชิกเครือข่าย "อาสาธงฟ้า 1569"** เพื่อเป็นเครือข่ายภาคประชาชนที่มีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม สะท้อนปัญหา ให้ข้อคิดเห็น รวมทั้งเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กรมการค้าภายใน ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 5,550 คน (สมาชิกประเภทประจำ 550 คน และสมาชิกประเภทอาสาสมัคร 5,000 คน) โดยได้จัดสัมมนาเครือข่าย "อาสาธงฟ้า 1569" เพื่อให้สมาชิกเครือข่ายมีความรู้ความเข้าใจและแนวทางในการเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม จำนวน 4 ครั้ง ที่จังหวัดอุบลราชธานี ลำปาง ตรัง และนครนายก มีผู้เข้าร่วมการสัมมนา จำนวน 452 คน

5.6 เสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานทางการค้า

โดยดูแลให้ประชาชนผู้บริโภคมีช่องทางเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นธรรม โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าเข้าร่วมรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการประกอบการที่ดีตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ภายใต้**โครงการ "สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร"** เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการว่าได้รับปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงครบเต็มจำนวนลิตรที่ซื้อ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ จำนวน 3,347 ราย

5.7 ส่งเสริมการมีมาตรฐานทางการค้าด้านสินค้าหีบห่อ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมสินค้าที่บรรจุในหีบห่อ และรักษาระดับความเชื่อมั่นระหว่างการค้าขายสินค้าที่บรรจุในหีบห่อภายในประเทศและอาเซียน รวมทั้งเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานสินค้าหีบห่อให้แก่บุคลากรด้านสินค้าหีบห่อทั้งในประเทศและอาเซียน ดังนี้

5.7.1 จัดอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าหีบห่อให้กับผู้ประกอบการด้านสินค้าหีบห่อ ภาคเอกชนและเจ้าหน้าที่ชั่งตวงวัดได้มีความรู้เกี่ยวกับระเบียบข้อกำหนดของระบบการรับรองปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ การตรวจรับรองปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อ จำนวน 4 ครั้ง มีผู้เข้าอบรม จำนวน 160 คน

5.7.2 การพัฒนาการให้บริการด้านชั่งตวงวัดแบบออนไลน์ (Online)

- พัฒนาเว็บไซต์ของกองชั่งตวงวัดโดยการเพิ่มช่องทางให้สามารถขอรับบริการด้านชั่งตวงวัดผ่านระบบอินเตอร์เน็ตทาง www.cbwmthai.org โดยการให้บริการด้านชั่งตวงวัดแบบออนไลน์ (Online) โดยมีผู้ยื่นคำขอผ่านระบบ จำนวน 11,130 คำขอ
- ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบถึงขั้นตอนและวิธีการในการขอรับบริการด้านชั่งตวงวัดผ่านระบบอินเตอร์เน็ตทางเว็บไซต์ของกองชั่งตวงวัด www.cbwmthai.org
- พัฒนาระบบฐานข้อมูลชั่งตวงวัด เพื่อรองรับการให้บริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต และสะดวกต่อการรวบรวมสถิติต่างๆ

5.7.3 ส่งเสริมการใช้เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ (Thailand Estimate Mark) เพื่อเสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อสู่มาตรฐานสากล และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหีบห่อที่ได้มาตรฐาน ปริมาณครบถ้วน โดยได้มอบหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองสินค้าหีบห่อแก่ผู้ประกอบการ ที่ได้รับมาตรฐานการบรรจุหีบห่อ จำนวน 40 รายการ

การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

กรมการค้าภายในดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการลดภาระค่าครองชีพ และเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี ในราคายุติธรรม ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป เพิ่มช่องทางการระบายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ และเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิต และรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการกระตุ้นการบริโภค และให้สินค้ามีการหมุนเวียน เกิดการผลิต การจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยดำเนินการ ดังนี้

1. จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด

จำหน่ายสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพของประชาชน ในราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20-40 ตามแหล่งชุมชนต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 2,401 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 430.50 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนจำนวน 1.93 ล้านคน คิดเป็นมูลค่า 169.50 ล้านบาท

2. จัดรถยนต์โมบายธงฟ้าจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ (Mobile Unit)

โดยได้ดำเนินการ ดังนี้

2.1 พื้นที่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 450 จุด เมื่อวันที่ 14-28 ธ.ค. 60 มีมูลค่าจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 13.59 ล้านบาท มีจำนวนประชาชนที่เข้าร่วมงาน 54,000 คน และสามารถลดภาระค่าครองชีพ คิดเป็นมูลค่า 5.82 ล้านบาท

2.2 พื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง จำนวน 13 จังหวัด รวม 71 จุด เมื่อวันที่ 4 ธ.ค. 60 ถึง 12 ม.ค. 61 มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งสิ้น 3.21 ล้านบาท มีจำนวนประชาชน ที่เข้าร่วมงาน 25,750 คน สามารถลดภาระค่าครองชีพ คิดเป็นมูลค่า 1.64 ล้านบาท

2.3 พื้นที่ภาคใต้ จำนวน 6 จังหวัด รวม 72 จุด เดือน ม.ค.- มี.ค. 61 ดำเนินการแล้ว จำนวน 65 จุด และอยู่ระหว่างดำเนินการอีก จำนวน 7 จุด มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งสิ้น 6.56 ล้านบาท มีจำนวนประชาชนเข้าร่วมงาน 22,400 คน สามารถลดภาระค่าครองชีพ คิดเป็นมูลค่า 1.64 ล้านบาท

3. โครงการ “ธงฟ้าประชารัฐ”

3.1 ร่วมกับภาคเอกชน ภายใต้โครงการ “ธงฟ้าประชารัฐ”

จัดจำหน่ายสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพราคาลดพิเศษต่ำกว่าราคาปกติร้อยละ 15-20 ในร้านค้าปลีกแบบถาวรเพื่อลดภาระค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกให้แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งเพิ่มรายได้การจำหน่ายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีก

3.2. ร่วมกับผู้ประกอบการ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำมันพืช เป็นต้น (2) สินค้าอุปกรณ์การศึกษา เช่น เครื่องแบบนักเรียน อุปกรณ์การเรียน เป็นต้น (3) สินค้าปัจจัยการผลิตทางการเกษตร เช่น ปุ๋ยเคมี เป็นต้น ให้นำสินค้ามาจำหน่ายในร้านค้าประชารัฐ ซึ่งปัจจุบันมีสินค้า จำนวน 68 สินค้า 590 รายการ จากผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 58 ราย และมีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐในเขตกรุงเทพมหานคร และ 76 จังหวัด จำนวน 43,294 แห่ง

3.3 บูรณาการการดำเนินการร่วมกับโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยของรัฐบาล ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่ วันที่ 1 ต.ค. 60 มีจำนวนผู้ถือบัตรฯ ประมาณ 14.48 ล้านคนทั่วประเทศ โดยกำหนดให้ผู้ซื้อสินค้าในร้านธงฟ้าประชารัฐที่มีการติดตั้งเครื่องรูดบัตร (EDC) ได้ตามวงเงินและเงื่อนไขที่กรมบัญชีกลางกำหนดให้สำหรับผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท/ปี ได้รับวงเงินผ่านบัตร 200 บาท/เดือน ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท/ปี ได้รับวงเงินผ่านบัตร 300 บาท/เดือน โดยได้ดำเนินการติดตั้งเครื่องรับบัตร EDC แล้ว จำนวน 27,812 เครื่อง (กรุงเทพมหานคร 1,359 เครื่อง ส่วนภูมิภาค 26,453 เครื่อง

3.4 ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐที่ใช้ Application “ถุงเงินประชารัฐ” โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.4.1 เมื่อวันที่ 1 ส.ค. 61 จัดงาน “โครงการประชารัฐสวัสดิการกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก” และร้านค้าธงฟ้าประชารัฐที่ใช้ Application “ถุงเงินประชารัฐ” โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานและมอบนโยบาย ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี Hall 1 จ.นนทบุรี

3.4.2 จัดส่งรายชื่อผู้สมัครร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ เพื่อเข้าร่วมเป็นร้านค้าธงฟ้าประชารัฐโดยใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) ให้กับกรมบัญชีกลาง รวม 19,202 ราย กรมบัญชีกลางได้ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารและได้ส่ง SMS ให้ร้านค้าติดต่อธนาคารกรุงไทย เพื่อดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่น จำนวน 11,081 ราย

3.4.3 จัดทำระบบฐานข้อมูลกลาง “ธงฟ้าประชารัฐ” ของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายในกระทรวงพาณิชย์ ในการกำกับดูแลร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ผลการดำเนินการ :

(1) มีสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 68 สินค้า 590 รายการ จากผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 58 ราย

(2) ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐที่ติดตั้งเครื่อง EDC ทั่วประเทศ จำนวน 28,124 ร้านค้า

(3) กระทรวงพาณิชย์ได้ส่งรายชื่อผู้สมัครร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ เพื่อเข้าร่วมเป็นร้านค้าธงฟ้าประชารัฐโดยใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) ให้กับกรมบัญชีกลาง จำนวน 29,719 ราย กรมบัญชีกลางอนุมัติให้ร้านค้าเริ่มเปิดให้บริการแล้ว จำนวน 16,222 ร้านค้า

(4) มีการใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐเพื่อชำระค่าสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเพื่อการเกษตร สินค้าเพื่อการศึกษา สินค้าชุมชนและสินค้าโอทอป รวมทั้งสิ้น 41,308.35 ล้านบาท แบ่งออกเป็น ใช้จ่ายผ่านร้านค้าธงฟ้าประชารัฐที่ติดตั้งเครื่อง EDC ประมาณ 41,162.02 ล้านบาท และใช้จ่ายผ่านร้านค้าธงฟ้าประชารัฐที่ใช้ Application “ถุงเงินประชารัฐ” ประมาณ 146.33 ล้านบาท

4. โครงการร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จเพื่อคืนความสุข ทุกจานให้ประชาชน (ถูก สะอาด ดี อร่อย) หรือ "หนูณิชย์...พาชิม" จำหน่ายอาหารจานเดียวในราคาไม่เกินจาน/ชามละ 35 บาท เพื่อลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน และเป็นกลไกชี้นำราคาอาหารจานเดียวของร้านอาหารทั่วไป เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 8 ส.ค. 57 มีผลการดำเนินการ ดังนี้

4.1 รับสมัครร้านอาหารเข้าร่วมโครงการฯ ทั่วประเทศ (ตั้งแต่วันที่ 8 ส.ค. 57 – 30 ก.ย. 61) รวมทั้งสิ้น 14,684 ร้าน (กรุงเทพฯ 4,705 ร้าน ส่วนภูมิภาค 9,931 ร้าน และ Food Truck 48 ร้าน) สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณ ร้อยละ 10 – 35 ของเงินค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารต่อวัน หรือประมาณ วันละ 22.17 ล้านบาท

4.2 พัฒนายกระดับร้านอาหารหนูณิชย์ ให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม ดังนี้

4.2.1 **จัดระดับคุณภาพร้านอาหารหนูณิชย์** (เกรด A B C) โดยมีร้านอาหารหนูณิชย์ที่ได้รับการประเมินแล้ว จำนวน 13,139 ร้าน โดยแบ่งเป็น เกรด A จำนวน 6,243 ร้าน เกรด B จำนวน 3,295 ร้าน เกรด C จำนวน 3,601 ร้าน และอยู่ระหว่างจัดลำดับ จำนวน 1,545 ร้าน

4.2.2 **พัฒนายกระดับร้านอาหารหนูณิชย์เป็นร้านอาหารหนูณิชย์ "ติดดาว"** โดยแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการพัฒนามาตรฐานและพิจารณาคัดเลือกร้านอาหารหนูณิชย์ "อร่อยคุณภาพดี สะอาดประหยัด" เป็นร้าน อาหารหนูณิชย์ "ติดดาว" โดยมีร้านหนูณิชย์ติดดาวแล้ว จำนวน 639 ร้าน (กรุงเทพฯ 79 ร้าน ส่วนภูมิภาค 590 ร้าน)

4.3 ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยมอบป้ายสัญลักษณ์และผ้ากันเปื้อนพร้อมหมวก"หนูณิชย์...พาชิม" เพื่อรับรองคุณภาพและราคา รวมทั้งประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้ (1) เว็บไซต์ www.Facebook. com/noonidpashim (2) เว็บไซต์ www.noonid.dit.go.th (3) Application ลายแทงของถูกหรือ www.lowpricemap.com และ (4) เว็บไซต์ของทุกหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์

4.4 บรรเทาผลกระทบจากการปรับราคาก๊าซหุงต้ม โดยประสานกระทรวงพลังงานให้ร้านอาหาร "หนูณิชย์...พาชิม" ได้เข้าร่วมโครงการบรรเทาผลกระทบจากการปรับราคาก๊าซหุงต้ม ทำให้สามารถซื้อก๊าซหุงต้มได้ในราคากิโลกรัมละ 18.13 บาท ขนาดบรรจุถังไม่เกิน 15 กิโลกรัม ตามปริมาณการใช้จริงแต่ไม่เกินเดือนละ 150 กิโลกรัม/เดือน

5. จัดกิจกรรมลดราคาจำหน่ายสินค้า เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในช่วงเทศกาลต่างๆ ดังนี้

5.1 การจัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าในช่วงปีใหม่ "รวมใจ..เพิ่มสุข..ช็อปสนุก..ลดรับปีใหม่" ร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ร้านสะดวกซื้อ ลดราคาจำหน่ายสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าของใช้ประจำวันและสินค้าอื่นๆ เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น โดยลดสูงสุดร้อยละ 80 ในสินค้ามากกว่า 10,000 รายการ ระหว่างวันที่ 14 ธ.ค. 60 - 4 ม.ค. 61 (รวม 22 วัน) มียอดจำหน่าย ประมาณ 35,000 ล้านบาท สามารถลดค่าครองชีพ ประชาชนได้ประมาณ 10,500 ล้านบาท

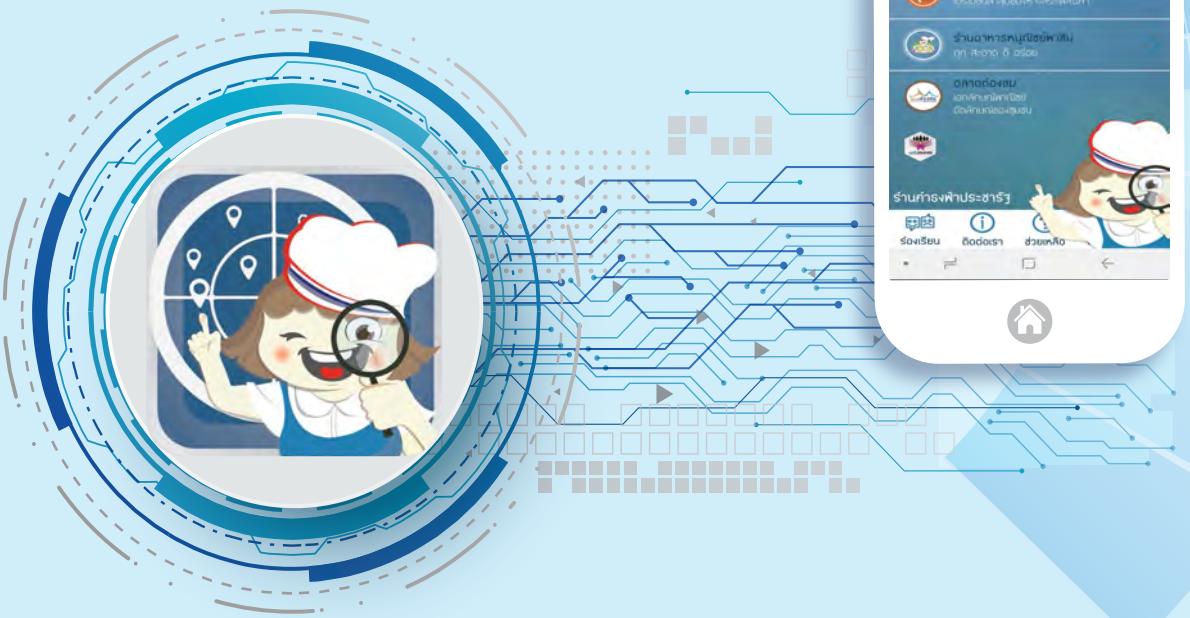
5.2 การขอความร่วมมือภาคเอกชนไม่ให้ปรับราคาจำหน่ายสินค้า จากการประกาศปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มขึ้นวันละ 5 – 22 บาท ซึ่งจะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย. 61 ซึ่งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคและสินค้าที่จำเป็นอื่นๆ ยินดีให้ความร่วมมือ

5.3 การจัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้า "รวมใจ..เพิ่มสุข..ช็อปสนุก..ลดรับปิดเทอม" โดยร่วมกับผู้ผลิต ผู้จำหน่ายชุดนักเรียนรายใหญ่ จำนวน 4 ราย ได้แก่ ร้านศึกษาภัณฑ์ของกระทรวงศึกษาธิการ ร้านน้อมจิตต์ ห้างตราสมอ และร้านสมใจนึก รวมทั้งร้านจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน และสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ จำนวน 14 ราย ลดราคาจำหน่ายเครื่องแบบนักเรียนอุปกรณ์การเรียน และสินค้าอุปโภคบริโภคสูงสุด ร้อยละ 70 ทุกสาขาทั่วประเทศมากกว่า 13,500 สาขา ระยะเวลาจัดงานตั้งแต่วันที่ 26 เม.ย. - 13 พ.ค. 61 (รวม 18 วัน) มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 20,000 ล้านบาท สามารถช่วยลดภาระค่าครองชีพประชาชน ได้ประมาณ 6,000 ล้านบาท

6. จัดทำ Mobile Application “ลายแทงของถูก”

เพื่อแสดงข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้าและการส่งเสริมการขายสินค้าในราคาประหยัดหรือราคาถูกในแต่ละพื้นที่หรือร้านค้า รวมทั้งข้อมูลร้านอาหาร “หนูณิชย์.....พาชิม” ได้แก่ ชื่อแสดงร้าน สถานที่ตั้ง แผนที่ รายการ-อาหาร เพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้า “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”

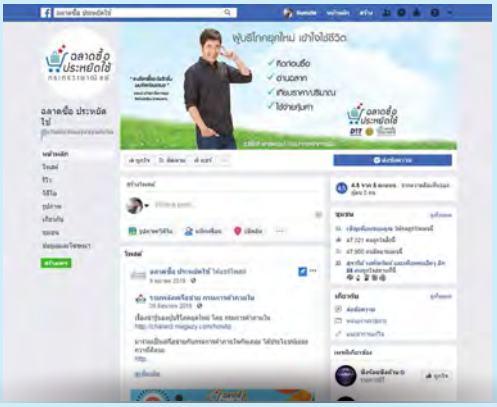
ผลการดำเนินการ : มีผู้ดาวน์โหลด Application จำนวน 9,270 ราย และเปิดใช้งานแล้ว จำนวน 52,580 ครั้ง



7. โครงการ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”

เพื่อรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักพิทักษ์รักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองและเลือกซื้อสินค้าอย่างฉลาด คุ้มค่า และใช้จ่ายอย่างประหยัด โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ บิวบอร์ด) รวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Application)

ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้
กระทรวงพาณิชย์



รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้

1. **จัดให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน กรมการค้าภายใน** ณ บริเวณชั้นล่างของตึกอาคาร (ห้อง 20301 ชั้น 3) เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการติดต่อขอรับข้อมูลด้วยตนเอง ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

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

3. **เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามที่กฎหมายกำหนดผ่านทางเว็บไซต์ (www.dit.go.th)** ในหัวข้อ **"ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน"** และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา โดยมีผู้ใช้บริการจำนวน 16,943 ราย

4. **มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร** ตามคำสั่งกรมการค้าภายใน ที่ 48/2557 ลงวันที่ 10 มีนาคม 2557 ประกอบด้วย รองอธิบดี เป็นประธาน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์ ผู้อำนวยการทุกสำนัก/กอง/ศูนย์ เป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการกองนิติการ เป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อพิจารณาจัดวางระบบและการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ประชาชนเข้าตรวจดูข้อมูลข่าวสาร การขอสำเนา การรับรองสำเนาฯลฯ

5. **เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร** โดยมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ประชาชนรับทราบผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ วิทยุ เป็นต้น

6. **เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร** ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สายด่วน 1569 ตู้รับฟังความคิดเห็น กระดานข่าว เป็นต้น โดยมีผู้ร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 จำนวน 2,186 ราย

ส่วนที่ 3

บทความ

- รางวัลการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนของกรมการค้าภายใน
- ยกระดับตลาดสด...สู่ "ตลาดสดติดดาว" รองรับการค้ายุคใหม่
- โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาค

ARTICLE
MARKET
ORGANIC

รางวัลการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนของกรมการค้าภายใน

ปี 2561 เป็นอีกปีหนึ่งที่กรมการค้าภายในมีความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง จากการได้รับรางวัลแห่งเกียรติยศในการพัฒนาองค์การ **"รางวัลเลิศรัฐ สาขาบริการภาครัฐ ประจำปี 2561"** ซึ่งเป็นรางวัลที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) มอบให้แก่ส่วนราชการและจังหวัด เพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติให้กับหน่วยงานที่มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการประชาชน แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ (1) ประเภทนวัตกรรมการบริการ (2) ประเภทพัฒนาการบริการ (3) ประเภทขยายผลมาตรฐานการบริการ (4) ประเภทบูรณาการข้อมูลเพื่อการบริการ (5) ประเภทการบริการที่เป็นเลิศ โดยรางวัลการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนที่กรมการค้าภายในได้รับในปี 2561 คือ **"รางวัลประเภทพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง" ในกระบวนการพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อรองรับโครงการจัดหาตลาดให้เกษตรกรและการบริหารจัดการข้าวแบบยั่งยืน จังหวัดกาญจนบุรี** ซึ่งเป็นรางวัลจากการที่กรมการค้าภายในได้มีการดำเนินการปรับปรุงการให้บริการประชาชน แล้วส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อรองรับโครงการจัดหาตลาดให้เกษตรกรและการบริหารจัดการข้าวแบบยั่งยืน จังหวัดกาญจนบุรี เกิดขึ้นจากแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาผลผลิตข้าวที่เก็บเกี่ยวได้มีราคาต่ำ โดย**ใช้การตลาดนำการผลิตและไม่ต้องพึ่งพาหรือรอรับนโยบายจากภาครัฐ** เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน โดยจัดหาตลาดให้กับเกษตรกรและผลักดันให้มีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนทั้งระบบตั้งแต่**ต้นทาง** (การผลิต) **กลางทาง** (การแปรรูป) **ปลายทาง** (การตลาด) และบูรณาการการดำเนินการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเริ่มจากการจัดหาเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพให้แก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในราคาต้นทุนต่ำ และให้ความรู้ในการลดต้นทุนการผลิต การสนับสนุนสินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การประกันภัยพืชผล การจัดทำข้อตกลงระหว่างโรงสีเอกชนกับเกษตรกรในการรับซื้อข้าวเปลือกในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด เพื่อนำไปผลิตเป็นข้าวสารบรรจุถุงโดยใช้ชื่อว่า **"ข้าวหอมกาญจน์"** ภายใต้สัญลักษณ์ของ Farm Outlet โดยเริ่มแรกนำไปจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรีที่มีอยู่ 5 แห่ง แล้วจึงขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังห้างค้าส่งค้าปลีก และการจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคข้าวคุณภาพดี ราคาประหยัด และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรเพิ่มขึ้น รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งและอำนาจต่อรองให้แก่เกษตรกรอีกด้วย จากการดำเนินการดังกล่าว สำนักงาน ก.พ.ร. จึงพิจารณาให้กรมการค้าภายในได้รับ **"รางวัลดีเด่น ประเภทการบูรณาการการบริการที่เป็นเลิศ"** ในปี 2558

ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรอย่างแท้จริงและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน กรมการค้าภายในจึงได้มีการพัฒนาและขยายต่อยอดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยการบูรณาการความร่วมมือในรูปแบบภาคีเครือข่าย และนำไปสู่การลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) สร้างสัมมาชีพ เต็มพื้นที่โดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง สู่เศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืนและมีส่วนช่วยเกื้อกูลให้เกิดการช่วยเหลือชุมชนอื่นๆ และเป็นต้นแบบแห่งความสำเร็จที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจจากผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เกิดแนวทางการบริหารจัดการข้าวอย่างยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร และได้ขยายผลไปสู่การขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ทั้งระบบ โดยใช้ช่องทางภาคีเครือข่ายประชารัฐในการประสานขอความร่วมมือ ซึ่งสามารถช่วยให้เกษตรกรอินทรีย์ได้เรียนรู้การตลาดที่แท้จริงแบบยั่งยืน และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ และศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Farm Outlet) จำนวนทั้งสิ้น 6.7 ล้านบาท รวมทั้งส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนตามแนวทางประชารัฐ

นอกจากนี้ ยังได้ขยายผลการพัฒนาไปสู่ “โครงการขยายช่องทางการตลาดผลไม้คุณภาพ” ในผลผลิตส้มสีทอง บ้านน้ำเลียง อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน และผลผลิตฝรั่ง บ้านหัวอ่าว อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นต้นแบบของการสร้างความเชื่อมั่นด้านการตลาดให้แก่เกษตรกรที่ทำการปรับเปลี่ยนการผลิตมาสู่เกษตรอินทรีย์ ทำให้เกษตรกรมีตลาดและขายผลผลิตได้ในราคาสูงขึ้น ส่งผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกร ผู้บริโภคได้บริโภคผลไม้ที่ปลอดภัยและเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอย่างแท้จริง และช่วยรักษาระบบนิเวศน์และสภาพแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลาย

สำหรับทิศทางในการพัฒนาการบริการในอนาคตที่ดีขึ้น ได้ประสานบูรณาการกับหน่วยงานด้านเทคโนโลยี คือ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และสมาคมเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตร (AGTIA) ในการบูรณาการด้านความร่วมมือนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตร เพื่อช่วยพัฒนาชุมชนและเกษตรกรอินทรีย์ พร้อมทั้งการจัดทำฐานข้อมูล (Big Data) เพื่อสร้างคลังข้อมูลด้านเกษตรอินทรีย์ทั้งระบบ Supply Chain และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการตรวจสอบย้อนกลับ รวมทั้งการร่วมส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรได้มีโอกาสเข้าสู่กระบวนการรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐ (SCE PGS) เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าสู่กระบวนการเกษตรอินทรีย์แบบมีการรับรอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดอินทรีย์ กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2560 – 2564 และการดำเนินตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงและศาสตร์แห่งพระราชา ที่จะนำพาความยั่งยืนมาสู่พี่น้องเกษตรกร และสามารถนำผลการพัฒนาไปสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนเกษตรอินทรีย์ต่อไป

ยกระดับตลาดสด...สู่ "ตลาดสดติดดาว" รองรับการค้ายุคใหม่

"ตลาดสด" เป็นศูนย์รวมการจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคที่หลากหลาย มีความใกล้ชิดกับประชาชน และมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตชุมชนที่มีมาแต่ดั้งเดิมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ รวมทั้งยังเป็นกลไกสำคัญของภาครัฐในการเป็นแหล่งรองรับสินค้าเกษตรในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ดังนั้นตลาดสดจึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเศรษฐกิจท้องถิ่น

กรมการค้าภายในมีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดและกลไกทางการตลาด โดยพัฒนาตลาดรูปแบบต่างๆ อาทิ ตลาดกลางสินค้าเกษตร ตลาดชุมชน ตลาดข้อตกลงหรือตลาดพันธสัญญา ตลาดริมทาง ตลาดสด เป็นต้น เพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าและเพิ่มช่องทางให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย โดยมุ่งเน้นการสร้างความเป็นธรรมทางการค้า สำหรับในส่วนของการส่งเสริมตลาดสด ซึ่งเป็นตลาดที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน กรมการค้าภายในได้ดำเนินการส่งเสริมและกำกับดูแลตลาดสดที่อยู่ในความส่งเสริมฯ ให้มีการปิดป้ายแสดงราคาสินค้า มีการใช้เครื่องชั่งที่มีความเที่ยงตรง เพื่อให้ผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อสินค้าในตลาดสดได้รับความเป็นธรรมทั้งด้านราคาและปริมาณ รวมทั้งพัฒนาผู้ค้าในตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักและหันกลับมาจับจ่ายใช้สอยในตลาดสดแทนการใช้จ่ายในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยในปี 2561 กรมการค้าภายในได้ดำเนิน **"โครงการตลาดสดติดดาวเพื่อการค้ายุคใหม่"** เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนตลาดสดในความส่งเสริมฯ ที่มีศักยภาพและความพร้อมในการดูแลรักษามาตรฐานของตลาดสดที่มีการบริหารจัดการที่ดี มีการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายและมีคุณภาพ เป็นการสร้างความพร้อมและยกระดับมาตรฐานการพัฒนาตลาดสดให้พร้อมรับกับการค้ายุคใหม่ รวมทั้งเป็นการยกย่องเชิดชูและสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ประกอบกิจการตลาดที่มีมาตรฐานที่ได้รับการคัดเลือกเป็น "ตลาดสดติดดาว" อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาด และสามารถเป็นต้นแบบการพัฒนาให้กับตลาดแห่งอื่นๆ ต่อไปได้ โดยกำหนด**หลักเกณฑ์การประเมินมาตรฐาน "ตลาดสด ติดดาว"** ไว้ 4 ด้าน รวม 100 คะแนน ดังนี้

- **ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคและความเป็นธรรมทางการค้า :** การติดป้ายแสดงราคา การใช้เครื่องชั่งตวงวัดที่มีมาตรฐาน มีความหลากหลายของสินค้า สินค้ามีคุณภาพ (คะแนนเต็ม 30 คะแนน)
- **ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม :** ผ่านตามข้อกำหนดของกรมอนามัยด้านสุขาภิบาลขั้นพื้นฐานและหลักเกณฑ์ที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด โดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข รวมทั้งสุขอนามัยของผู้สัมผัสอาหารและผู้ขายของในตลาด (คะแนนเต็ม 30 คะแนน)
- **ด้านความปลอดภัยอาหาร :** มีการตรวจสอบสารตกค้างตามมาตรฐานโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง การดูแลด้านสุขอนามัยของผู้จำหน่ายสินค้าตามหลักเกณฑ์ของกรมอนามัย (คะแนนเต็ม 30 คะแนน)
- **ด้านความพร้อมในการรองรับการตลาดยุคใหม่** : มีการใช้ระบบ QR Code มีระบบการชำระเงินออนไลน์ และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการบริหารตลาด (คะแนนเต็ม 10 คะแนน)

ตลาดสดที่จะได้รับการคัดเลือกเป็น “ตลาดสดติดดาว” จะต้องสมัครเป็นเครือข่ายตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน และจะต้องผ่านการประเมินศักยภาพจากคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกตลาดสดติดดาวในแต่ละจังหวัด ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดดังกล่าว โดยตลาดที่จะผ่านการประเมินต้องได้คะแนนแต่ละด้านไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และรวมทุกด้านจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ซึ่งในปี 2561 **มีตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานและได้รับการคัดเลือกเป็น “ตลาดสดติดดาว” จำนวน 190 แห่ง** ประกอบด้วย **ภาคเหนือ** 41 แห่ง **ภาคกลางและตะวันออก** 62 แห่ง **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** 71 แห่ง และ**ภาคใต้** 16 แห่ง จากจำนวนตลาดสดในความส่งเสริมฯ ทั้งหมด จำนวน 365 แห่ง โดยกรมการค้าภายในได้จัดงานประกาศเกียรติคุณและมอบรางวัล “ตลาดสดติดดาว” ให้แก่ตลาดสดที่ได้รับการคัดเลือก เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2561 ณ กระทรวงพาณิชย์

การดำเนิน **“โครงการตลาดสดติดดาวเพื่อการค้ายุคใหม่”** ดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับศักยภาพของตลาดสดไทยสู่มาตรฐานสากล และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ประกอบการตลาดสดในการพัฒนาตลาดสดให้เป็นตลาดที่ดี มีมาตรฐาน สร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพมาตรฐาน การบริการที่ดี และได้รับความเป็นธรรมทั้งด้านปริมาณและราคา นอกจากนี้ ตลาดสดยังเป็นแหล่งสร้างอาชีพและรายได้เพิ่มให้แก่ผู้ค้ารายย่อยซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก และจากการสอบถามผู้ประกอบการตลาดสดที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตลาดสดติดดาว ต่างมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาศักยภาพ ความพร้อม และรักษามาตรฐานของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตลาดสดยังคงเป็นฐานรากที่สำคัญในโครงสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นที่มีความสำคัญและส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาค

โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันได้เปลี่ยนผ่านจากภาคเกษตรกรรมไปสู่อุตสาหกรรมและภาคบริการ ฐานการผลิตภาคเกษตรยังมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ประชากรและแรงงานภาคเกษตรลดลงอย่างต่อเนื่อง มีการปนเปื้อนของสารเคมีและสารตกค้างในสินค้าเกษตรและอาหาร การใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการเพิ่มมูลค่า ยังไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร ทำให้รายได้ของเกษตรกรไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าสาขาการผลิตอื่น การมีเอกสารสิทธิ์เป็นของตนเองและการใช้ประโยชน์ในที่ดินภาคเกษตรมีแนวโน้มลดลง การบุกรุกพื้นที่ป่าเพื่อปลูกพืชเชิงเดี่ยว เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศน์ของประเทศ ภาครัฐต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการแก้ไขปัญหาเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่เกษตรกรและรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรภายในประเทศ

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตร โดยเน้นสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและดีต่อสุขภาพทั้งเกษตรกรและผู้บริโภค ตลอดจนเน้นการส่งเสริมนวัตกรรมต่อยอดเพิ่มมูลค่าการส่งออก เพื่อให้สอดรับกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของประชากรโลกและการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยในปี 2559 เป็นต้นมา ได้ดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาระบบการตลาดสินค้าเกษตร โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ถึงปลายน้ำ ตลอดจนส่งเสริมเกษตรกรเข้าสู่มาตรฐานรับรองเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ สามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตรารับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์

การดำเนินโครงการพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรของกรมการค้าภายในมุ่งทำงานเชิงรุก เน้นให้เกิดความยั่งยืนของเกษตรกร จึงออกแบบกระบวนการดำเนินการโดยอาศัยภาคีความร่วมมือที่ได้ร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลงสร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่โดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งตามแนวทางประชารัฐ ตามมิติ Area Based เพื่อขับเคลื่อนให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาค สามารถมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นและมีรายได้จากผลผลิตอินทรีย์ที่มีมาตรฐานรับรอง

การดำเนินการสร้างมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ให้แก่เกษตรกรและชุมชนในท้องถิ่นตามโครงการฯ เน้นระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (Participatory Guarantee System - PGS) โดยใช้พื้นที่และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นตัวตั้ง (Sustainable Development Goals) มีชุมชนเป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมตรวจสอบ มีการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจชุมชน และขับเคลื่อนชุมชนให้สามารถผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ที่มีการรับรองมาตรฐาน และการจัดการผลผลิตออกสู่ตลาดร่วมกัน สามารถช่วยให้ชุมชนก้าวข้ามอุปสรรคและข้อจำกัดของภาครัฐที่กำหนดให้เกษตรกรที่จะเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand) ต้องมีเอกสารสิทธิ์เท่านั้นจึงจะสามารถขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ได้ นอกจากนี้ การดำเนินโครงการฯ ยังสามารถช่วยพัฒนาต่อยอดในการเข้าสู่มาตรฐานสากล และผู้บริโภคสามารถหาผลผลิตที่ดีต่อสุขภาพในท้องตลาดได้สะดวกขึ้น

โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาคได้รับการจัดสรรงบประมาณจากงบเพิ่มเติม ประจำปีงบประมาณ 2561 จำนวน 6.1186 ล้านบาท ยุทธศาสตร์ปฏิรูปโครงสร้างการผลิตภาคเกษตร เป้าหมายพื้นที่ดำเนินการ 6 จังหวัด ได้แก่ จ.สกลนคร จ.น่าน จ.แม่ฮ่องสอน จ.สุพรรณบุรี จ.เพชรบุรี และ จ.กาญจนบุรี และปรับแนวทางการดำเนินการโดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Mindset) โดยเชิญพี่น้องเกษตรกรที่มีแนวคิดและความตั้งใจอยากทำเกษตรอินทรีย์ มาร่วมปรึกษาหารือแนวทางการขับเคลื่อนร่วมกัน โดยมีภาคีทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคเอกชน ร่วมหารือแบบประชารัฐ เกิด **"โมเดลการขับเคลื่อนเกษตรกรรมยั่งยืนโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง"** และใช้กระบวนการพัฒนาระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วมประชารัฐ (SDGsPGS) เป็นเครื่องมือเพื่อจัดระบบให้เกิดการผลิต การจัดการผลผลิตไปสู่ตลาด ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เพื่อปิดช่องว่างที่เกษตรกรผลิตแล้วไม่สามารถเชื่อมโยงตลาดได้ และผู้บริโภคที่ไม่สามารถหาผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในท้องตลาดได้

องค์ความรู้ที่ถ่ายทอดให้แก่เกษตรกรในโครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ดำเนินการโดยการจัดอบรมเกษตรกร 4 หลักสูตร คือ (1) หลักสูตรระดับต้น การจัดทำแผนการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐระดับจังหวัด (ระยะเวลาการจัดอบรม 1 วัน) (2) หลักสูตรระดับกลาง (Train For Trainer) เป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการผู้นำตรวจแปลงเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม PGS เป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ให้สามารถนำเครื่องมือจากการอบรมไปตรวจแปลงเกษตรอินทรีย์และเตรียมความพร้อมสู่การรับรองแปลงในระดับจังหวัด (ระยะเวลาการจัดอบรม 3 วัน) (3) หลักสูตรการทำแผนธุรกิจ (ระยะเวลาการจัดอบรม 3 วัน) และ (4) หลักสูตรการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ระบบสารสนเทศเพื่อการตลาด (Sustainable Organic Agriculture Network - SoAN) โดยการฝึกอบรมผู้นำเกษตรกรกลุ่มเกษตรกรในการนำเข้าข้อมูลระบบสารสนเทศเพื่อการตลาดและการบริหารระบบตลาดโดยระบบสารสนเทศ (ระยะเวลาการจัดอบรม 1 วัน)

จากการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินการและการใช้ภาคีความร่วมมือและพื้นที่เป็นตัวตั้งตามมิติ Area Based ทำให้การดำเนินการตามโครงการฯ สามารถดำเนินการภายในระยะเวลาที่จำกัดได้ครบทุกมิติ และมีผลลัพธ์การดำเนินการสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ทำการประเมินผลโครงการฯ โดยการสำรวจข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการและเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ในพื้นที่เป้าหมาย 6 จังหวัด สุ่มสำรวจข้อมูลจากเกษตรกรจำนวน 105 ราย (ช่วงระยะเวลาสำรวจ วันที่ 1 พฤษภาคม – 30 กันยายน 2561) ผลจากการประเมินพบว่าการดำเนินการโครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาคที่รับผิดชอบโดยกรมการค้าภายในสามารถดำเนินการได้ครบทุกกระบวนการและมีผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในทุกมิติ โดยมีจำนวนเกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่เกษตรอินทรีย์ฯ จำนวนรวม 1,274 ราย จากเป้าหมาย 600 ราย คิดเป็นร้อยละ 212.33 พื้นที่ที่เข้าสู่เกษตรอินทรีย์ฯ จำนวนรวม 17,274.45 ไร่ จากเป้าหมาย 3,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 575.815 และใช้งบประมาณในการดำเนินการเพียง 4.7461 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 77.56 ของงบประมาณ สามารถประหยัดงบประมาณที่ได้ร้อยละ 22.44 เป็นผลสืบเนื่องจากการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของเกษตรกร และการเปลี่ยนแนววิธีการดำเนินการด้วยการให้ชุมชน/พื้นที่เป็นตัวตั้ง เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเมื่อได้รับการถ่ายทอดความรู้ ได้นำองค์ความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอดให้กับเกษตรกรรายอื่นที่สนใจในการทำเกษตรอินทรีย์แต่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ และนำความรู้ไปใช้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (SDGsPGS) ผลการประเมินเกษตรกรที่นำความรู้ที่ได้รับไปใช้ปฏิบัติ มีการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุน โดยเกษตรกรร้อยละ 20 ได้รับราคาเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป และร้อยละ 29.52 มีต้นทุนทางการเกษตรลดลง เนื่องจากการลดค่าใช้จ่ายด้านการซื้อสารเคมี และเกษตรกรร้อยละ 21.91 มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในราคาสูงขึ้น

การขยายผล จากความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมที่เกิดขึ้นใน 6 จังหวัดที่ดำเนินการโครงการ และ 2 จังหวัดขยายผล (อุดรธานี เพชรบูรณ์) ทำให้ชุมชนในจังหวัดข้างเคียงเห็นแนวทางการพัฒนา และเกิดการรวมกลุ่มเป็นสมาพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัด เพื่อขับเคลื่อนมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐ (SDGsPGS) ในชุมชนจังหวัดตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐ โดยปัจจุบันเกิดสมาพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดเพิ่มเติมจากการดำเนินโครงการฯ อีก 12 จังหวัด คือ หนองบัวลำภู นครพนม เลย ตาก นครราชสีมา บึงกาฬ หนองคาย ลำพูน ศรีสะเกษ ร้อยเอ็ด ชัยภูมิ และอำนาจเจริญ รวมผลการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐรวมทั้งสิ้น 20 จังหวัด และมีการรวมตัวจัดตั้งเป็น “สหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทย” มีนายเชษฐา สุขประเสริฐ เป็นประธานฯ และ ดร.อนุรักษ์ เรืองรอบ เป็นเลขาธิการสหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทย คอยทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำดูแลสมาพันธ์ฯ ในจังหวัดต่างๆ เป็นการบริหารจัดการบนพื้นฐานชุมชน/จังหวัดจัดการตนเองในรูปแบบประชารัฐโดยแท้จริง ซึ่งการรวมตัวและยกระดับเป็นกลไกขับเคลื่อนระดับประเทศในนาม “สหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทย” มีส่วนช่วยผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (SDGsPGS) ในรูปแบบชุมชนคิด ชุมชนทำ และสามารถขยายผลร่วมกับกลไกจังหวัดทั่วประเทศเพื่อความยั่งยืนของชุมชน/เกษตรกรต่อไป

ผลจากความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาคีเครือข่ายประชารัฐทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม และการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการปรับเปลี่ยนเพื่อพัฒนาการผลิตตามความต้องการของตลาด เกษตรกรสามารถขายผลผลิตได้ในราคาเพิ่มขึ้นจากราคาท้องตลาด (มั่งคั่ง) สินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกร ที่เข้าร่วมโครงการมีระดับราคาที่มีเสถียรภาพ (มั่นคง) เกิดแนวทางการบริหารจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐ สร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรโดยไม่ต้องใช้งบประมาณภาครัฐในการแทรกแซงราคา (ยั่งยืน) และผู้บริโภคได้บริโภคผลผลิตคุณภาพดีไม่มีสารเคมีปนเปื้อนในราคาไม่สูงกว่าผลผลิตทั่วไปมากนัก ความสำเร็จของโครงการฯ สามารถสร้างแรงบันดาลใจและความเชื่อมั่นให้แก่ชุมชน/เกษตรกร อันส่งผลให้เกิดความยั่งยืน จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดต้นแบบในการขับเคลื่อนโดยสมาพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดสกลนคร และกลไกธุรกิจ (บริษัทออแกนิคสกลนครวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด) ได้รับมอบหมายภารกิจจากจังหวัดในการเป็นผู้รับผิดชอบการขับเคลื่อนเกษตรกรรมยั่งยืนของจังหวัด โดยตั้งเป้าหมายการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐ (SFDGsPGS) ให้ได้จำนวน 1 ล้านไร่ ภายในปี 2564 นับได้ว่าโครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมประชารัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภูมิภาค เป็นโครงการหนึ่งที่ตรงตามนโยบายของรัฐบาลในยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ สอดรับกับยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2560-2564 ของกระทรวงพาณิชย์ และมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเกษตรกรรมยั่งยืนตามที่กำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 สู่เป้าหมาย 5 ล้านไร่ ในปี 2564

ส่วนที่ 4

รายงานการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

FINANCIAL BALANCE SHEET HIGHLIGHT

รายงานการเงิน

กรมการค้าภายใน
งบแสดงฐานะการเงิน
ณ วันที่ 30 กันยายน 2561

(หน่วย : บาท)

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน	2561	2560
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	273,770,762.17	267,214,492.10
ลูกหนี้อื่นระยะสั้น	8,243,289.38	5,856,144.31
วัสดุคงเหลือ	2,513,745.06	339,492.68
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	**284,527,796.61**	**273,410,129.09**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	395,393,976.06	412,843,657.06
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	27,107,640.58	43,459,193.11
รวมทรัพย์สินไม่หมุนเวียน	**422,501,616.64**	**456,302,850.17**
รวมสินทรัพย์	**707,029,413.25**	**729,712,979.26**

หนี้สิน

หนี้สินหมุนเวียน	2561	2560
เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น	93,315,803.81	77,784,144.23
เงินรับฝากระยะสั้น	264,883,639.29	262,665,856.24
รวมหนี้สินหมุนเวียน	**358,199,443,10**	**340,450,000.47**
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว	2,680,743.07	1,046,262.56
เงินทดลองราชการรับจากคลังระยะยาว	2,300,000.00	2,300,000.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	**4,980,734.07**	**3,346,262.56**
รวมหนี้สิน	**363,180,177.17**	**343,796,263.03**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**343,849,236.08**	**385,916,716.23**

สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	2561	2560
ทุน	95,771,110.02	95,771,110.02
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม	248,073,126.06	290,145,606.21
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**343,849,236.08**	**385,916,716.23**

กรมการค้าภายใน
งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561

(หน่วย : บาท)

รายได้	2561	2560
รายได้จากงบประมาณ	1,346,801,173.13	1,203,756,805.45
รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	991,684.41	1,297,678.77
รายได้อื่น	1,179,916.59	1,216,099.38
รวมรายได้	**1,348,972,774.13**	**1,206,270,583.60**

ค่าใช้จ่าย	2561	2560
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	266,261,126.87	285,470,208.70
ค่าบำเหน็จบำนาญ	190,432,844.41	106,397,743.31
ค่าตอบแทน	1,658,645.32	1,787,620.00
ค่าใช้สอย	785,829,564.76	625,186,324.88
ค่าวัสดุ	21,173,489.48	39,677,504.13
ค่าสาธารณูปโภค	15,926,528.24	16,908,788.62
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	127,398,613.85	86,449,068.24
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	5,136.00	1,775,470.00
ค่าใช้จ่ายอื่น	33,957,237.07	1,423,394.05
รวมค่าใช้จ่าย	**1,442,643,186.00**	**1,219,076,121.93**
รายได้ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	**(93,670,411.87)**	**(12,805,538.33)**

ส่วนที่ 5

กิจกรรมทางสังคม

กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์เป็นกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะจิตอาสา

1. กิจกรรมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์

นางสาวสุทัศนีย์ ราชเรืองระบิน รองอธิบดีกรมการค้าภายใน ผู้บริหารและบุคลากรกรมการค้าภายในร่วมกิจกรรมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ภายใต้กิจกรรม “กรมการค้าภายในรวมใจปลูกปะการังเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร รัชกาลที่ 10” เมื่อวันเสาร์ที่ 21 กรกฎาคม 2561 ณ หาดเตยงาม อ่าวนาวิกโยธิน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี เพื่อแสดงออกถึงความจงรักภักดี ตลอดจนเพื่อกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนเกิดจิตสำนึก เกิดจิตสาธารณะและจิตอาสา ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งบนบกและในทะเล สำหรับกิจกรรมประกอบด้วย การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลและการปลูกปะการัง เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และความสามัคคีให้เกิดแก่บุคลากรของกรมการค้าภายในเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมประเภทแนวปะการังน้ำตื้น รวมทั้งอนุรักษ์แหล่งเพาะพันธุ์และที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ

2. กิจกรรมอาสา “พาณิชย์ เราทำความดีด้วยหัวใจ อาสาพาเข้าวัด รักษ์สะอาด”

คณะผู้บริหารและบุคลากรกรมการค้าภายในร่วมกิจกรรมจิตอาสา “พาณิชย์ เราทำความดีด้วยหัวใจ อาสาพาเข้าวัด รักษ์สะอาด” ร่วมทำความสะอาด เก็บขยะ ล้างห้องน้ำ ณ วัดตำหนักใต้ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันจันทร์ที่ 16 กรกฎาคม 2561 เพื่อสนองแนวทางจิตอาสาพระราชทาน ตามแนวพระราชดำริของสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ให้เป็นแบบอย่างของข้าราชการที่ดีในการทำความดี มีจิตอาสา มีความเสียสละ สร้างความสมัครสมานสามัคคีและร่วมกันทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทร. 0-2507-5530 โทรสาร 0-2547-5361

www.dit.go.th