รายงานประจำปีงบประมาณ 2559
กรมการค้าภายใน

การค้าในประเทศ

เข้มแข็ง

เป็นธรรม



ANNUAL REPORT
2016
Department of Internal Trade



ปวงข้าพระพุทธเจ้า ขอน้อมเกล้าน้อมกระหม่อม
รำลึกในพระมหากรุณาธิคุณหาที่สุดมิได้

ข้าพระพุทธเจ้า ผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากร
กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

สารบัญ

สารอธิบดีกรมการค้าภายใน 3

บทสรุปผู้บริหาร 4

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน 6

อำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน 12

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน 13

โครงสร้างกรมการค้าภายใน 15

การบริหารราชการกรมการค้าภายใน 16

ผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 22

ผลปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 28

ผลการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 50

กรมการค้าภายใน ร่วมผนึกกำลังขับเคลื่อน NSW 51

การปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และการส่งเสริมการแข่งขัน 53

ตลาดต้องชม...สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น 58

รางวัลเกียรติยศจากการพัฒนาองค์การตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ 60

การพัฒนาด้านชั่งตวงวัด : การกำกับดูแลปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อ 62

อัตรากำลัง 63

งบประมาณ 64

งบแสดงฐานะการเงิน 66

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน 67

สารอธิบดีกรมการค้าภายใน



ภายใต้ระบบเศรษฐกิจการค้าของไทยที่ต้องประสบกับความผันผวนต่างๆ ทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ เช่น อัตราแลกเปลี่ยน เศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำ ภัยธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รัฐบาลจึงมีนโยบายในการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากแบบดั้งเดิมที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยแรงงานและการผลิตสินค้า มาเป็นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและมุ่งเน้นการให้บริการมากขึ้นภายใต้นโยบาย **"ประเทศไทย 4.0"** โดยมีแนวคิดสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) รวมทั้งการใช้กลไก **"ประชารัฐ"** ในการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับทุกภาคส่วนทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

กรมการค้าภายในได้ดำเนินงานตามนโยบายและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าในประเทศของรัฐบาลในการดูแลและพัฒนาระบบการค้าในประเทศให้เกิดความเป็นธรรม สร้างความสมดุลทางการค้าต่อกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ เกษตรกร ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ โดยในปี 2559 ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทการทำงานที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ผลงานที่สำคัญ อาทิ การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน หรือ **"Farm Outlet"** เพื่อให้เกษตรกรมีสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการพัฒนาและยกระดับการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและมีรายได้เพิ่มขึ้น การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแปรรูป เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอินทรีย์ และสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน และการส่งเสริมตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น หรือ **"ตลาดต้องชม"** เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร หัตถกรรม และ OTOP รวมทั้งสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน และยกระดับรายได้ของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

นอกจากนี้ ได้ดำเนินการเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน โดยจัดงานธงฟ้าราคาประหยัดจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20 - 40 และส่งเสริมร้านหนูณิชย์พาชิม เพื่อเป็นทางเลือกในการบริโภคอาหารปรุงสำเร็จในราคาถูก สะอาด ดี และอร่อย รวมทั้งพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายในความรับผิดชอบให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2557
(2) พระราชบัญญัติคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558
(3) ร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ....

ซึ่งได้ผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว และคาดว่าจะมีผลใช้บังคับประมาณเดือนกันยายน 2560 ทั้งนี้ การดำเนินงานต่างๆ ของกรมการค้าภายในได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการทำงานให้สามารถประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน

ดิฉันขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายในทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันทุ่มเทสติปัญญา กำลังกาย กำลังใจ ปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็งเต็มกำลังความสามารถ และขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐภาคเอกชนและประชาชนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของกรมการค้าภายในเป็นอย่างดี เพื่อร่วมกันผลักดันและสนับสนุนการขับเคลื่อนการค้าของไทยให้มีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืนต่อไป

นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค
อธิบดีกรมการค้าภายใน

บทสรุปผู้บริหาร

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 กรมการค้าภายในมีผลการดำเนินงานตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

การดูแลราคาสินค้าเกษตร

ข้าว

1. **โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก ปีการผลิต 2558/59**
   โดยชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ 30 จังหวัด จำนวน 236 ราย มูลค่าการชดเชยรวมทั้งสิ้น 328.788 ล้านบาท
2. **จัดตลาดนัดข้าวเปลือก** 92 ครั้ง ใน 33 จังหวัด ปริมาณซื้อขาย 59,420.694 ตัน มูลค่า 580.896 ล้านบาท ราคารับซื้อสูงขึ้นเฉลี่ยตันละ 100 - 800 บาท

ผลไม้ โดยเชื่อมโยงให้เกษตรกรนำผลไม้มาจำหน่ายในงานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ จัดตั้งจุดรวบรวมผลผลิตใน 11 จังหวัด เพื่อกระจายผลไม้ไปยังจังหวัดต่างๆ ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งเชื่อมโยงผลผลิตลองกองจากแหล่งผลิตชายแดนภาคใต้ กระจายสู่จังหวัดต่างๆ ที่เป็นตลาดปลายทาง ปริมาณรวม 228.536 ตัน มูลค่ารวม 9.37 ล้านบาท

ถั่วเหลือง/กากถั่วเหลือง จัดระบบการค้าให้สอดคล้องกับการผลิตและเป็นธรรม โดยกำหนดมาตรการนำเข้า อัตราภาษี และให้ผู้มีสิทธินำเข้ารับซื้อเมล็ดถั่วเหลือง/กากถั่วเหลืองที่ผลิตจากเมล็ดถั่วเหลืองในประเทศในราคาที่กำหนด

มันสำปะหลัง

1. **เพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกในระบบน้ำหยด ปี 2558/59**
   โดย ธ.ก.ส. จ่ายเงินกู้ให้เกษตรกร รวม 3,080 สัญญา จำนวนเงิน 312.48 ล้านบาท
2. **ชะลอการเก็บเกี่ยวมันสำปะหลัง ปี 2558/59** โดย ธ.ก.ส. ได้จ่ายเงินกู้ให้เกษตรกรจำนวน 3,854 ราย จำนวนเงิน 139.97 ล้านบาท
3. **สนับสนุนสินเชื่อเพื่อรวบรวมและสร้างมูลค่าเพิ่ม ปี 2558/59**
   โดย ธ.ก.ส. ได้จ่ายเงินกู้ให้สหกรณ์ภาคการเกษตร กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 34 สัญญา จำนวนเงิน 311.00 ล้านบาท

ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)
จำนวน 41 แห่ง ในพื้นที่ 24 จังหวัด โดยศูนย์ Farm Outlet ทั้ง 41 แห่ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้นกว่า 172.62 ล้านบาท

ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ โดยเชื่อมโยงและจัดงานจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์แปรรูปอินทรีย์ มูลค่าการจำหน่ายกว่า 30 ล้านบาท

เพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิต GMP/HACCP ให้แก่โรงสี จำนวน 46 ราย และโรงงานปลาป่น จำนวน 14 โรงงาน

ปาล์มน้ำมัน โดยวางระบบการบริหารจัดการ เพื่อให้ราคาปาล์มน้ำมันอยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรม ไม่เกิดภาวะขาดแคลนตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา

เนื้อสุกร/ไข่ไก่ โดยเชื่อมโยงการจำหน่ายเนื้อสุกร จำนวน 42.29 ตัน และไข่ไก่ จำนวน 2.50 ล้านฟอง

พัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

1. **ส่งเสริมพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร** 81 แห่ง
2. **ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง** จำนวน 16 สินค้า รวม 32 สัญญา ปริมาณ 18,189.17 ตัน มูลค่า 305.74 ล้านบาท
3. **ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชน** (ตลาดต้องชม) จำนวน 77 แห่ง 10,986 แผงค้า มีมูลค่าการซื้อขายเพิ่มขึ้นประมาณ 130 ล้านบาท
4. **ส่งเสริมพัฒนาตลาดสด** จำนวน 302 แห่ง

เสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

1. **พัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้มีมาตรฐาน** จำนวน 29 ราย
2. **จัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับข้อปฏิบัติทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558**
   ให้แก่ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น จำนวน 401 ราย

การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

กำหนดสินค้าและบริการควบคุม จำนวน 45 รายการ (สินค้า 42 รายการ บริการ 3 รายการ) **และสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล** จำนวน 225 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 20 รายการ)

ปรับลดราคาจำหน่ายสินค้าลงให้สอดคล้องกับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ลดลง จำนวน 15 สินค้า 128 รายการ ลดลงร้อยละ 1.60 - 25.00

ลดต้นทุนปัจจัยการผลิต
- **ปุ๋ยเคมี** จำนวน 11 สูตร ปรับลดราคาลงร้อยละ 5.05 - 15.03
- **ยาป้องกันหรือยากำจัดศัตรูพืช** จำนวน 7 สูตร ปรับลดราคาจำหน่ายปลีกร้อยละ 5.00 -1 5.33

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

ตรวจสอบผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันการกักตุนและฉวยโอกาสขึ้นราคา **และตรวจสอบข้อร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 กรมการค้าภายใน** จำนวน 322,206 ราย พบผิด จำนวน 400 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 749,000 บาท

ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ จำนวน 4,649,646 เครื่อง/หีบห่อ พบผิดจำนวน 63,841 เครื่อง/หีบห่อ ดำเนินการยึด ผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด

จัดตั้งเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้า โดยมีสมาชิกเครือข่าย **"อาสาธงฟ้า 1569"** จำนวน 5,031 ราย และ **"นักศึกษาออนไลน์"** จำนวน 3,775 คน

ส่งเสริมการใช้เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ (Thailand Estimate Mark) โดยมีผู้ประกอบการที่ได้รับหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองสินค้าหีบห่อจำนวน 3 ราย สินค้ารวม 112 รายการ

การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด จำนวน 668 ครั้ง ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 2,071,423 คน คิดเป็นมูลค่า 351.80 ล้านบาท

ร้าน "หนูณิชย์...พาชิม" จำหน่ายอาหารจานเดียวในราคาจาน/ชามละ 25 - 35 บาท จำนวน 11,694 ร้าน ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนร้อยละ 10 - 35 หรือประมาณวันละ 9.99 ล้านบาท

จัดงานจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดช่วยเหลือประชาชนในเขตพื้นที่ประสบภัยแล้ง จำนวน 643 ครั้ง ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 316,238 คน คิดเป็นมูลค่า 38.89 ล้านบาท

จัดงานจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยางพารา จำนวน 170 ครั้ง ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 282,689 คน คิดเป็นมูลค่า 39.63 ล้านบาท

จัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่ง
1. งาน **"เทใจ คืนสุข เทศกาลปีใหม่"** ระหว่างวันที่ 17 - 27 ธ.ค. 58 มียอดจำหน่าย 50,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 15,000 ล้านบาท
2. งาน **"เทใจ..คืนสุข..ต้อนรับเปิดเทอม"** ระหว่างวันที่ 28 เม.ย.- 15 พ.ค.59 มียอดจำหน่าย 40,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนได้ 12,000 ล้านบาท

การแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม

กำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า
1. **ติดตาม ตรวจสอบวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจและพฤติกรรมทางการค้า** ใน 6 กลุ่มธุรกิจ จำนวนสินค้าและบริการเป้าหมาย 80 รายการ
2. **จัดสัมมนารับฟังความคิดเห็นแนวทางการพิจารณาพฤติกรรมทางการค้า** ตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เกี่ยวกับการใช้อำนาจเหนือตลาด โดยมิชอบ การตกลงร่วมกันทางธุรกิจ และพฤติกรรมทางการค้าไม่เป็นธรรม
3. **พัฒนาและปรับปรุงร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.** .... โดยสภานิติบัญญัติแห่งชาติมีมติรับหลักการร่างพระราชบัญญัติฯ เมื่อวันที่ 11 พ.ย. 59 ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติฯ

เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยจัดสัมมนา/จัดวิทยากรบรรยายให้ความรู้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ สถาบันการศึกษา และผู้สนใจ

จัดทำจุลสาร "มองโลกแข่งขัน" เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้าให้แก่เครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ

ให้บริการคำปรึกษาในประเด็นในข้อกฎหมายในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542

เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและศักยภาพขององค์กร

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค

อธิบดี



นายสุชาติ สินรัตน์

รองอธิบดี



นายสมศักดิ์ เกียรติชัยลักษณ์

รองอธิบดี



นางสาวสุทัศนีย์ ราชเรืองระบิน

รองอธิบดี



นายศักดิ์ชัย หัสมินทร์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
วิชาการชั่งตวงวัด



นางอร่ามศรี รุพันธ์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านพัฒนา
และส่งเสริมการแข่งขัน
ทางการค้า



นางสาวภาวิไล คำเพ็ง

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
การบริหารทรัพยากรบุคคล



นางสาวฐิติมา งามทวีรัตน์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางสุรัชนี อริยกูวงศ์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้นทุนและการกำหนดราคาสินค้า



นายประพฤทธิ์ คำนวรพร

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบและระบบการตรวจสอบ รักษาการแทน ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบและปฏิบัติการ



นางสาววันเพ็ญ บูรณะเวชหลิม

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการทางการค้า



นางสาววรรณพร อัศวธีระเกียรติ์

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้าในประเทศ



นางสาวพัตถาภรณ์ ไชยานุพงศ์

เลขานุการกรม



นางสาวเรวดี วีระวุฒิพล

ผู้อำนวยการกองนิติการ
รักษาการในตำแหน่งที่ปรึกษากฎหมาย



นายวรพันธ์ ประเสริฐยิ่ง

ผู้อำนวยการกองส่งเสริม
การค้าสินค้าเกษตร 1



นางสาวพัชรี พยัควงษ์

ผู้อำนวยการกองส่งเสริม
การค้าสินค้าเกษตร 2

ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นายฉัตรชัย ศักดิ์ศิลปชัย

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด



นางสาววรวีร์ ภู่สวัสดิ์รัตนา

ผู้อำนวยการสำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า



นายจรินทร สุทธนารักษ์

ผู้อำนวยการสำนักชั่งตวงวัด



นายวัฒนศักย์ เสือเอี่ยม

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า



นายวัชรศักดิ์ พรหมบุญ

ผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศ
และแผนงานการค้าในประเทศ



นายชาตรี อารีวงศ์

ผู้อำนวยการสำนักกำกับและ
ตรวจสอบเครื่องชั่ง



นางสาวจินตนา สุวรรณพานิช

ผู้อำนวยการสำนักจัดระบบ
และพัฒนามาตรฐานทางการค้า



นายอำนวย โพธาราม

ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



นางสาววรรณิภา ปั้นทอง

ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจสอบภายใน

อำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายใน

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า กฎหมายว่าด้วยการซื้อขายสินค้า เกษตรล่วงหน้า กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยการควบคุมกิจการคลังสินค้าหรือกิจการอื่นที่มีสภาพคล้ายคลึงกัน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. จัดทำและประสานแผนปฏิบัติราชการของกรมให้เป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติราชการของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัดติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติราชการของกรม และดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติและประมวลผล พัฒนาระบบ และให้บริการข้อมูลสารสนเทศการค้าภายในประเทศ
3. จัดระบบ ส่งเสริม และพัฒนาการค้า การตลาด และตลาดภายในประเทศให้เกิดประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรม
4. จัดระเบียบและส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร
5. ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมและป้องกันการผูกขาดตัดตอนทางการค้า
6. จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง
7. จัดระบบและการพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์
8. จัดระเบียบเกี่ยวกับการค้าและการตลาด รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ และควบคุมการประกอบธุรกิจ
9. พัฒนากฎหมาย กฎ และระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเพื่อส่งเสริมการค้าให้เป็นธรรม
10. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

วิสัยทัศน์

Vision

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

พันธกิจ

Mission

พันธกิจหลัก

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

พันธกิจสนับสนุน

- บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

เป้าประสงค์

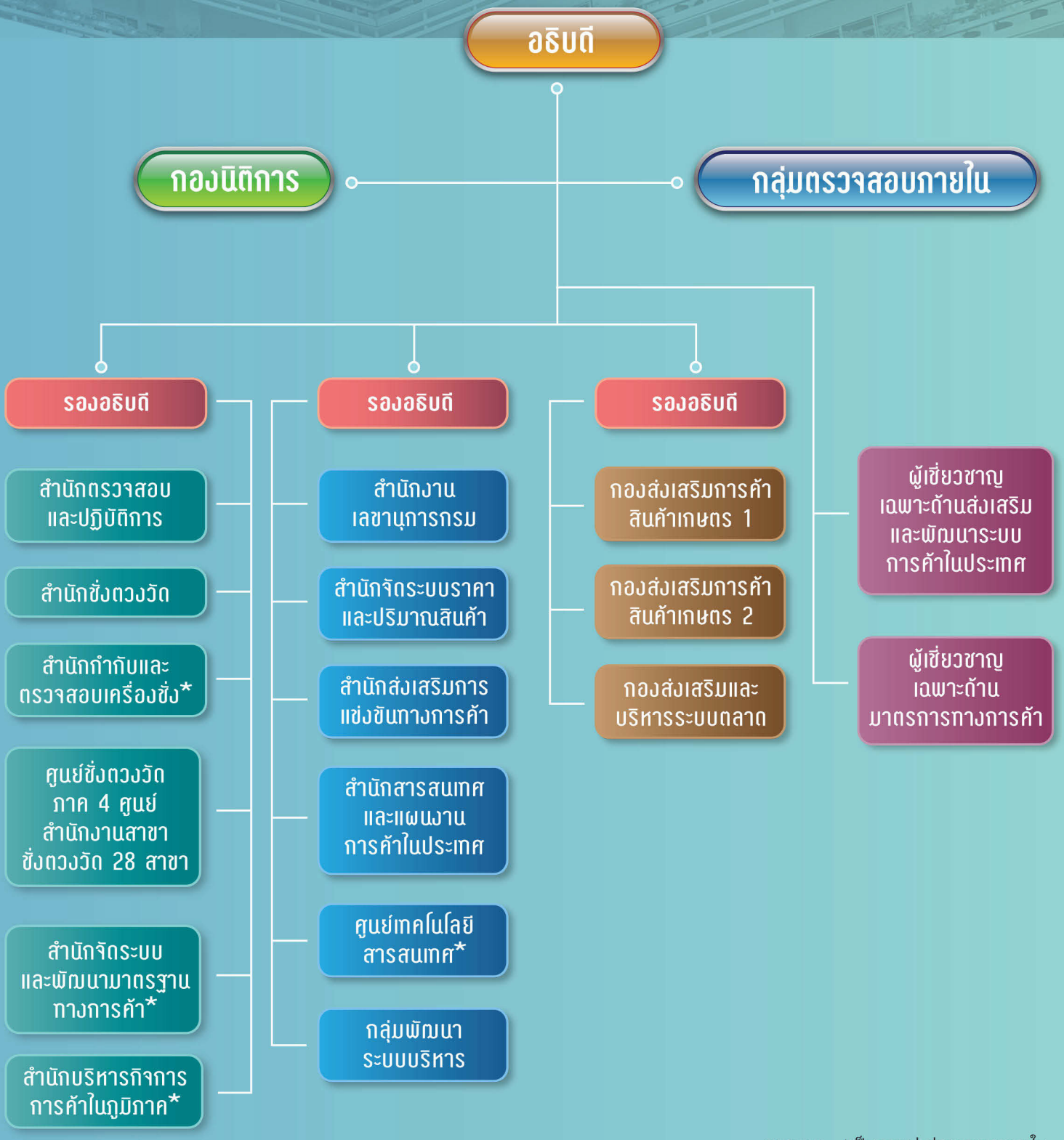
Strategic Goal

- เกษตรกร สถาบันเกษตร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นและสามารถแข่งขันได้
- หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น
- ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง
- การชั่งตวงวัดไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล และมีบทบาทนำในอาเซียน
- ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน

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

โครงสร้าง กรมการค้าภายใน



หมายเหตุ : *เป็นการแบ่งส่วนราชการภายใน

การบริหารราชการกรมการค้าภายใน

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

สำนักงานเลขานุการกรม

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

กองนิติการ

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

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1

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







กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการวิเคราะห์ วิจัย โครงสร้างการตลาด ส่งเสริมและพัฒนาตลาดรูปแบบต่างๆ จัดให้มีสารสนเทศระบบตลาด ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านการตลาด และถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง จัดให้มีมาตรฐานของตลาด และส่งเสริมและพัฒนาคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการวินิจฉัยอุทธรณ์ตามกฎหมายว่าด้วยการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า กำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ภายใต้การส่งเสริม และการกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหาราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด และการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว คณะกรรมการนโยบายข้าวแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบายมันสำปะหลัง และคณะกรรมการนโยบายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการและคณะทำงานตามที่ได้รับการแต่งตั้ง

สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ ติดตามภาวะ ปริมาณ ต้นทุน และราคาของสินค้าและบริการ รวมทั้งวัตถุดิบ เพื่อให้ราคาสอดคล้องกับปริมาณ คุณภาพ และมาตรฐาน ตลอดจนปริมาณสินค้ามีเพียงพอและกระจายอย่างทั่วถึง ศึกษา วิเคราะห์และวิจัยรูปแบบการค้าและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการตลาดสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค พัฒนาหลักเกณฑ์และวิธีการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ และดำเนินการเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ



การบริหารราชการกรมการค้าภายใน

สำนักตรวจสอบและปฏิบัติการ

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



สำนักชั่งตวงวัด

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนา กำหนดและทดสอบมาตรฐานเครื่องตวงเครื่องวัด รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบการใช้เครื่องตวงเครื่องวัดให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบและเก็บรักษา แบบมาตราตวง และวัด กำกับดูแลการประกอบธุรกิจผลิต นำเข้า ซ่อม ขายเครื่องชั่งตวงวัดและการประกอบธุรกิจให้บริการชั่ง ตวงหรือวัด กำหนดหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจผลิตหรือซ่อมเครื่องชั่งตวงวัดสามารถตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดที่ตนผลิตหรือซ่อม ตรวจให้คำรับรอง และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องตวงและเครื่องวัด กำหนดขนาดการบรรจุ วิธีการแสดงปริมาณสุทธิ ตรวจสอบความถูกต้อง การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายคำรับรองมาตรฐานของปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ และตรวจสอบคำรับรองมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ใช้ในการตวงจำหน่ายสินค้าที่เป็นของเหลว กำกับดูแลสินค้าหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการให้ความรู้ด้านชั่งตวงวัด



สำนักสารสนเทศและแผนงานการค้าในประเทศ

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

สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า

มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ศึกษา วิเคราะห์ เกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจ และการตลาดของสินค้าและบริการ และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ ติดตามความเคลื่อนไหวและรวบรวมข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการค้า วิเคราะห์ และเสนอแนะแนวทางการดำเนินการต่อคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า พัฒนาและกำหนดมาตรการ แนวทาง หลักเกณฑ์การส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม ส่งเสริมวัฒนธรรมการแข่งขันให้เป็นไปตามหลักสากล กำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า ส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจ และประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า และดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า และปฏิบัติหน้าที่เลขานุการของคณะอนุกรรมการซึ่งคณะกรรมการฯ แต่งตั้งตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า

สำนักจัดระบบและพัฒนามาตรฐานทางการค้า

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการค้าและกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งสินค้าและบริการให้เข้าสู่ตลาด ดำเนินการเพื่อให้มีมาตรฐานทางการค้า ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานที่กำหนดและมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ ดำเนินการเพื่อให้ปริมาณสินค้าเพียงพอและกระจายทั่วถึงกับความต้องการ กำหนดมาตรการและแผนงานในการบริหารจัดการให้มีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อเพิ่มทางเลือกและลดภาระค่าครองชีพ รวมทั้งช่วยตรึงราคาสินค้าในภาวะวิกฤตหรือภาวะจำเป็น กำหนดแนวทางการจัดระเบียบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริโภคพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่ายผู้บริโภค

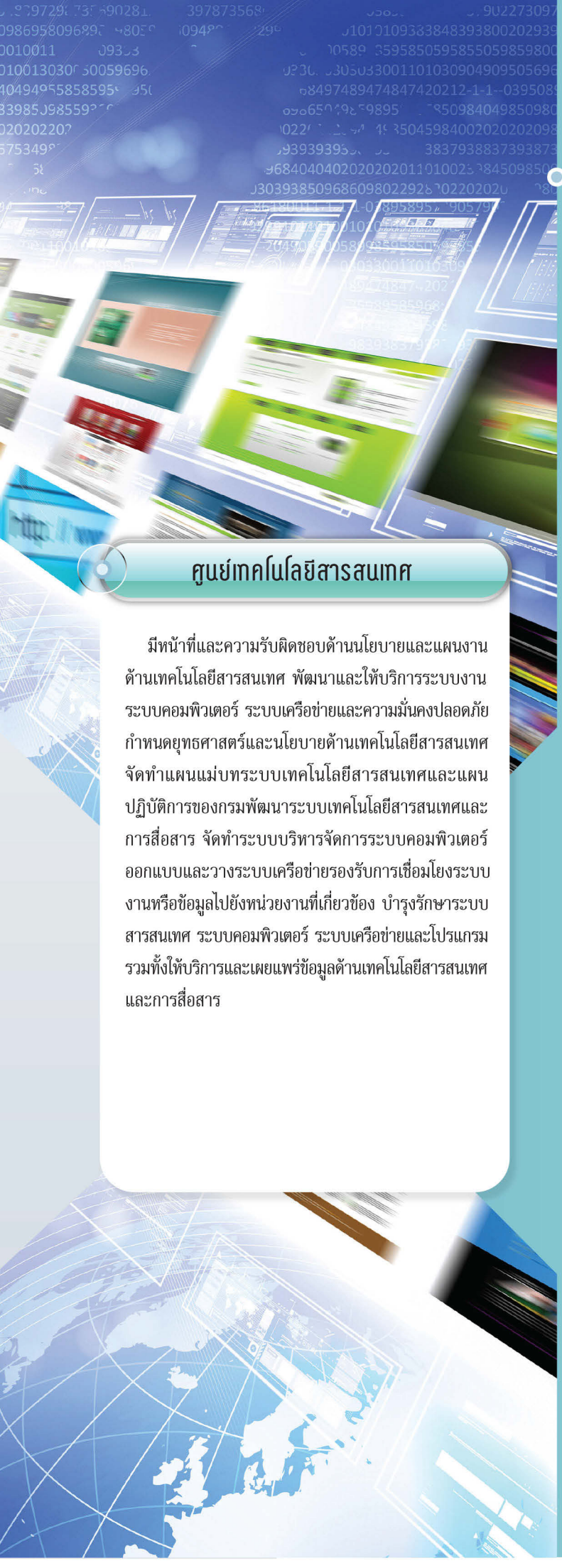
สำนักกำกับและตรวจสอบเครื่องชั่ง

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาและกำหนดมาตรฐานของตุ้มน้ำหนักแบบมาตรา เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง การให้คำรับรองตุ้มน้ำหนัก เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบเกี่ยวกับการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาตุ้มน้ำหนักแบบมาตราและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแบบมาตรา และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร การให้ความรู้คำแนะนำการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแก่ประชาชน และพัฒนาบุคลากรด้านชั่งตวงวัด

สำนักบริหารกิจการการค้าในภูมิภาค

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำยุทธศาสตร์การค้า การตลาดของภูมิภาค วิเคราะห์แผนงานโครงการและงบประมาณ ประสานการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการ พัฒนาระบบงานและระบบข้อมูลในภูมิภาค สนับสนุนข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการและการให้บริการประชาชน สร้างมาตรฐานการปฏิบัติงาน ดำเนินการตามแผนงาน โครงการตามนโยบายเร่งด่วนและโครงการพิเศษของกรมการค้าภายใน รวมทั้งประสานการปฏิบัติงานกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัด





ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ

มีหน้าที่และความรับผิดชอบด้านนโยบายและแผนงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาและให้บริการระบบงานระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและความมั่นคงปลอดภัย กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดทำแผนแม่บทระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและแผนปฏิบัติการของกรมพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จัดทำระบบบริหารจัดการระบบคอมพิวเตอร์ ออกแบบและวางระบบเครือข่ายรองรับการเชื่อมโยงระบบงานหรือข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บำรุงรักษาระบบสารสนเทศ ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและโปรแกรม รวมทั้งให้บริการและเผยแพร่ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

กลุ่มตรวจสอบภายใน

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการประเมินความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน ตรวจเสนอแนะการปรับปรุงการบริหารความเสี่ยง การควบคุมและการกำกับดูแล สอบทานระบบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน และ/หรือกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับคำสั่งที่ทางราชการกำหนด สอบทานความถูกต้องของข้อมูลการดำเนินงาน การเงินการบัญชี และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบระบบการดูแลรักษา และความปลอดภัยของทรัพย์สิน และประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการเงินการบัญชีของกรม

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอแนะและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในกรม ประสานและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางต่างๆ และหน่วยงานในสังกัด

ผลการปฏิบัติราชการ ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

กรมการค้าภายใน ได้จัดทำคำรับรองการปฏิบัติราชการปี 2559 เพื่อให้มีทิศทางการดำเนินงานและการปฏิบัติงานสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน แบ่งเป็น 2 มิติ คือ มิติภายนอก และมิติภายใน โดยผลการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นไปตามเป้าหมาย ดังนี้

1 มิติภายนอก

1.1 ด้านประสิทธิผล เป็นการปฏิบัติราชการที่จะผลักดันให้ภารกิจหลักของกระทรวงตามแนวทางการขับเคลื่อนประเทศ/แผนยุทธศาสตร์กรม ตัวชี้วัดระหว่างกระทรวงที่มีเป้าหมายร่วมกัน (Joint KPIs) และตัวชี้วัดภารกิจหลักของกรม ซึ่งผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดต่างๆ ดังนี้

- **การดูแลผู้บริโภค** ได้ดำเนินการกำกับดูแลสินค้าเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยติดตามดูแลความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าอย่างใกล้ชิด และการวิเคราะห์ความเหมาะสมของราคาเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง โดยปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับภาวะที่แท้จริงทั้งในส่วนของต้นทางถึงปลายทาง ทำให้สินค้าที่กำกับดูแลมีราคามีความเหมาะสมสอดคล้องกับต้นทุน และกำกับดูแลมิให้มีการฉวยโอกาสเอาเปรียบทั้งด้านราคาจำหน่ายและปริมาณ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในด้านราคาของสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีปริมาณสินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการ โดยมีผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด **"ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน"** อยู่ที่ร้อยละ 95 เป็นไปตามเป้าหมาย ได้ **5 คะแนน**
- **การพัฒนาปรับปรุงกฎหมาย** ตามตัวชี้วัด **"ระดับความสำเร็จของกฎหมาย กฎระเบียบที่ได้รับการปรับปรุงให้เอื้อต่อการอำนวยความสะดวกทางการค้า"** (เป้าหมายระดับ 5) เพื่อปรับปรุงกฎหมายให้มีความทันสมัย และเอื้อต่อศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศ มีกฎหมายที่นำมาประเมินผล 3 ฉบับ ประกอบด้วย (1) **ระดับพระราชบัญญัติ** มี 1 ฉบับ ได้แก่ ร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ....โดยได้นำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบและส่งไปยังสภานิติบัญญัติแห่งชาติพิจารณาต่อไป ได้ **4 คะแนน** (2) **ระดับประกาศคณะกรรมการ** มี 2 ฉบับ ได้แก่ ร่างประกาศคณะกรรมการกำกับคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการอนุญาตประกอบกิจการ การออกใบแทนใบอนุญาตการต่ออายุใบอนุญาต และการส่งคืนสินค้ากรณีเลิกประกอบกิจการ และร่างประกาศคณะกรรมการกำกับคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขออนุญาตและการอนุญาตลดทุน ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ลงนามประกาศคณะกรรมการฯ ทั้ง 2 ฉบับแล้ว ได้ **5 คะแนน** โดยมีผลงานเฉลี่ยได้ **4.1 คะแนน**

การผลักดันการดำเนินงานตามนโยบาย Local Economy ได้ดำเนินการดูแลเกษตรกร ผู้ประกอบกิจการและผู้บริโภคตามกลุ่มเป้าหมายที่กรมการค้าภายในดูแล มี 3 ตัวชี้วัด ได้แก่

(1) มูลค่าการจัดจำหน่ายสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm outlet) เป็นการส่งเสริมและพัฒนาให้กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์/ผู้ประกอบการในพื้นที่แหล่งผลิต มีศักยภาพในการบริหารจัดการการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศด้วยตนเอง สร้างอำนาจการต่อรองในการจำหน่ายผลผลิต ซึ่งจะช่วยลดการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง รวมทั้งพัฒนาเกษตรกรให้มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีการแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์ฯ แห่งใหม่ และพัฒนาศักยภาพศูนย์ฯเดิม ซึ่งปัจจุบันมีศูนย์ฯ รวมทั้งสิ้น 41 แห่ง ใน 24 จังหวัด โดยสามารถสร้างมูลค่าการจำหน่ายสินค้าของศูนย์ฯ ได้ 172.62 ล้านบาท (เป้าหมาย 97.97 ล้านบาท) ได้ **5 คะแนน**

(2) ความสำเร็จในการส่งเสริมการดำเนินงานตลาดต้องชม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร และเพิ่มช่องทางการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม สินค้า OTOP และสินค้าของชุมชน ให้แก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อย ธุรกิจ SMEs สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และกลุ่มเกษตรกรในชุมชนลดบทบาทการแทรกแซงตลาดเพื่อช่วยเกษตรกรซึ่งบิดเบือนกลไกตลาดปกติของภาครัฐ โดยวัดผลจาก**จำนวนตลาดที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเป็นตลาดต้องชม** เป้าหมาย 77 ตลาด ผลงานอยู่ที่ 77 ตลาดได้ **5 คะแนน** และ**ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการตลาดต้องชม** เป้าหมายร้อยละ 90 ผลงานอยู่ที่ร้อยละ 91.95 ได้ **5 คะแนน**

(3) ความสำเร็จในการส่งเสริมการลดค่าครองชีพประชาชน เป็นการดูแลค่าครองชีพให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อยผ่านโครงการร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จเพื่อคืนความสุขทุกจานให้ประชาชนโดยการส่งเสริมและสนับสนุนร้านอาหารที่มีลักษณะ “ถูก สะอาด ดี อร่อย” จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จประเภทอาหารจานเดียว ในราคาไม่เกิน 25 - 35 บาท/จาน/ชาม/ถุง/กล่อง เพื่อเป็นทางเลือกให้ประชาชน โดยรับสมัครร้านอาหารเข้าร่วมโครงการฯ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และได้มีการเชื่อมโยงการซื้อวัตถุดิบโดยประสานร้านค้าส่ง/ค้าปลีก (Modern Trade) ได้แก่ ห้าง Makro และห้าง Big C ซึ่งมีสาขาทั่วประเทศเข้าร่วมโครงการ โดยจะมีการให้ส่วนลดร้อยละ 2 ของราคาสินค้าที่จำหน่ายปกติ รวมทั้งประสานผู้ผลิตสินค้าในจังหวัด/จังหวัดใกล้เคียง เพื่อจำหน่ายสินค้าในราคาพิเศษให้สมาชิกร้านหนูณิชย์ เช่น ข้าวสาร ไข่ไก่ เนื้อไก่ เนื้อสุกรชำแหละ พืชผัก เป็นต้น สำหรับตัวชี้วัดดังกล่าววัดผลจาก**จำนวนร้านอาหารหนูณิชย์..พาชิมที่ได้รับการส่งเสริม** เป้าหมายจำนวน 10,000 ร้าน ผลงานอยู่ที่ 11,694 ร้าน ได้ **5 คะแนน**

1.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ ตามตัวชี้วัด **“ความพึงพอใจของผู้รับบริการ”** เป็นการวัดผลการให้บริการในงานบริการตาม พ.ร.บ. การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 ต่อผู้รับบริการของส่วนราชการ ซึ่งในส่วนของกรมฯ ได้วัดผลงานบริการ **“การขอต่ออายุหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าว”** ผลงานอยู่ที่ร้อยละ 86.30 ได้ **5 คะแนน**

2 มิติภายใน

2.1 ด้านประสิทธิภาพ มี 4 ตัวชี้วัด ได้แก่

(1) การเบิกจ่ายเงินงบประมาณ มี 2 ตัวชี้วัดย่อย ได้แก่

1) **การเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายลงทุน** (เป้าหมายร้อยละ 87) ได้รับงบลงทุนทั้งหมด 91.515 ล้านบาท เบิกจ่ายได้ 78.54 ล้านบาท ผลงานอยู่ที่ร้อยละ 85.79 ได้ **4.6 คะแนน**

2) **การเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายภาพรวม** (เป้าหมายร้อยละ 96) ได้รับงบประมาณทั้งหมด 1,270.601 ล้านบาท เบิกจ่ายได้ 1,101.076 ล้านบาท ผลงานอยู่ที่ร้อยละ 86.66 ได้ **1 คะแนน** เนื่องจากการเบิกจ่ายเงินไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ในโครงการที่เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรและการเชื่อมโยงการจำหน่ายผลผลิตของจังหวัดชายแดนใต้ จากสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป และปัญหาภัยแล้งทำให้ผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาดล่าช้าและมีปริมาณผลผลิตน้อย ซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคเกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการบริหารจัดการและการควบคุมของกรมฯ ส่งผลให้การดำเนินโครงการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

(2) การประหยัดพลังงาน เป็นการวัดผลจากการกรอกข้อมูลพื้นฐาน และปริมาณการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อรายงานผลในฐานข้อมูลของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานให้ครบถ้วนทุกหน่วยงานทั้งส่วนกลางและภูมิภาคและรายงานให้ครบ 12 เดือน ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งกรมฯ ได้จัดทำข้อมูลปริมาณการใช้น้ำมันและไฟฟ้า และข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงานในส่วนภูมิภาค ซึ่งได้มีการรายงานครบถ้วน แต่ลักษณะงานในความรับผิดชอบของกรมการค้าภายในต้องปฏิบัติงานตรวจสอบติดตามและกำกับดูแลมิให้เกิดการเอาเปรียบในทางการค้าอย่างใกล้ชิดทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งการดำเนินนโยบายต่างๆ ในการยกระดับรายได้เกษตรกรการดำเนินการเพื่อลดค่าครองชีพ การจัดสายตรวจออกตรวจสอบข้อร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 ทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ และการตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัด และสินค้าหีบห่ออย่างสม่ำเสมอ เพื่อมิให้ประชาชนถูกเอารัดเอาเปรียบในการซื้อ-ขายสินค้า ทำให้ปริมาณการใช้น้ำมันมีจำนวนมากตามปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น ผลงานอยู่ที่ **4.2640 คะแนน**

(3) การประหยัดน้ำ เป็นการวัดผลการดำเนินงานตามขั้นตอนที่กำหนด ได้แก่ การแต่งตั้งคณะทำงานปฏิบัติการประหยัดน้ำ การจัดทำแผนปฏิบัติการประหยัดน้ำ การรายงานผลการดำเนินงานตามแผนฯ และสามารถลดปริมาณการใช้น้ำเทียบกับปี 2557 ร้อยละ 10 โดยมีปริมาณการใช้น้ำเฉลี่ยต่อเดือนในปี 2559 สูงกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2557 ร้อยละ 22.21 ได้ **3 คะแนน**

(4) การพัฒนาประสิทธิภาพระบบสารสนเทศภาครัฐ เป็นการวัดผลจากการสำรวจเว็บไซต์ของกรมฯ โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นผู้สำรวจ ว่ามีข้อมูลครบถ้วนตามมาตรฐานเว็บไซต์ขององค์การสหประชาชาติหรือไม่ ได้แก่ หมวดข้อมูลพื้นฐาน หมวดการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ หมวดการให้บริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) หมวดคุณลักษณะที่ควรมี (Recommended Features) และหมวดการทำให้เนื้อหาเว็บไซต์ที่ทุกคนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ (Web Accessibility) ซึ่งกรมฯ ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงเว็ปไซต์ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และสำคัญต่อประชาชน ครอบคลุมตามเกณฑ์มาตรฐานเว็บไซต์สากล ผลงานได้ **5 คะแนน**

2.2 ด้านการพัฒนาองค์การ

(1) ระดับความสำเร็จของการพัฒนาสมรรถนะองค์การ เป็นการวัดผลโดยการนำผลสำรวจออนไลน์ เมื่อปี 2557 (ระหว่างวันที่ 28 ก.ค. – 22 ส.ค.2557) มาดำเนินการจัดทำแผนการพัฒนาองค์การต่อเนื่องจากปี 2558 และดำเนินการปรับปรุง ซึ่งผลสำรวจพบว่า ประเด็นด้านการกำหนดเป้าหมายระดับบุคคล (Individual Goal : IG) ของกรมฯ ยังไม่มีความชัดเจนในการกำหนดตัวชี้วัดระดับบุคคล และสนับสนุนต่อเป้าหมายระดับหน่วยงาน ซึ่งได้จัดทำแบบรายงานการพัฒนาสมรรถนะองค์การ ปี 2559 ตามแบบฟอร์มที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนด และมีการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายระดับบุคคลที่สอดคล้องกับเป้าหมายของหน่วยงาน และมีความท้าทายมากขึ้น รวมทั้งมีระบบการสื่อสารและติดตามตัวชี้วัดระดับบุคคล ผลงานได้ **5 คะแนน**

(2) ระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงาน กรมฯ ได้แจ้งรายชื่อผู้ประสาน รวบรวมข้อมูลบุคลากรที่ปฏิบัติงาน ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ติดต่อราชการตามแบบฟอร์มที่สำนักงาน ก.พ.ร. กำหนด จัดส่งไปที่สำนักงาน ป.ป.ท. และศูนย์ปฏิบัติการต่อต้านการทุจริต กระทรวงพาณิชย์ พร้อมทั้งจัดส่งแบบสำรวจใช้หลักฐานเชิงประจักษ์และเอกสารหลักฐานที่ได้ดำเนินการตามแบบสำรวจไปยังสำนักงานโครงการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ครบถ้วนภายในเวลาที่กำหนด ผลงานอยู่ที่ร้อยละ 79.04 ได้ **4 คะแนน**

สรุปผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติราชการ	หน่วยวัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ผลการดำเนินงาน		
			ผลการดำเนินงาน	คะแนนที่ได้	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
มิติที่ 1 มิติภายนอก		75		4.5573	
● **ประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติราชการ**		65		4.4892	
1. ภารกิจหลักของกระทรวงตามแนวทางการขับเคลื่อนประเทศ/แผนยุทธศาสตร์กระทรวง/ตัวชี้วัดระหว่างกระทรวงที่มีเป้าหมายร่วมกัน (Joint KPIs) ตัวชี้วัดร่วมระหว่างกระทรวงและจังหวัด (Function-Area KPIs) ตามนโยบายสำคัญของรัฐบาล และตัวชี้วัดภารกิจหลักของกรม					
ระดับกระทรวง				4.3998	
1.1 มูลค่าการส่งออกโดยรวมของประเทศไทย	พันล้าน (US)	7	213.3	2.6851	0.1880
1.2 ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ	20	95	5.0000	1.0000
ระดับกรม				3.8926	
1.3 ระดับความสำเร็จของกฎหมาย กฎระเบียบที่ได้รับการปรับปรุงให้เอื้อต่อการอำนวยความสะดวกทางการค้า	ระดับ	10	4.1	4.1000	0.4100
1) ร่าง พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า (ฉบับที่..) พ.ศ.		9	4	4.0000	0.3600
2) ร่างประกาศคณะกรรมการกำกับคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการอนุญาตประกอบกิจการ การออกใบแทนใบอนุญาต การต่ออายุใบอนุญาต และการส่งคืนสินค้ากรณีเลิกประกอบกิจการ		0.5	5	5.0000	0.0250
3) ร่างประกาศคณะกรรมการกำกับคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขออนุญาตและการอนุญาตลดทุน		0.5	5	5.0000	0.0250
1.4 ระดับความสำเร็จในการผลักดันการดำเนินงานตามนโยบาย Local Economy		28			
1.4.1 มูลค่าการจัดจำหน่ายสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm outlet)	ล้านบาท	10	172.62	5.0000	0.5000
1.4.2 ความสำเร็จในการส่งเสริมการดำเนินงานตลาดต้องชม		10	4	4.0000	0.2353
1.4.2.1 จำนวนตลาดที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเป็นตลาดต้องชม	ตลาด	6	77	5.0000	0.3000
1.4.2.2 ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการตลาดต้องชม	ร้อยละ	4	91.95	5.0000	0.2000
1.4.3 ความสำเร็จในการส่งเสริมการลดค่าครองชีพประชาชน		8			
1.4.3.1 จำนวนร้านอาหารหนูณิชย์...พาชิมที่ได้รับการส่งเสริม	ร้าน	6	11,694	5.0000	0.3000
1.4.3.2 ร้อยละความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อร้านอาหารหนูณิชย์..พาชิมที่เข้าร่วมโครงการ	ร้อยละ	2	67.28	1.0000	0.0200
● **ด้านคุณภาพการให้บริการ**		10		5.0000	
2. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (การขอต่ออายุหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าว)	ร้อยละ	10	86.30	5.0000	0.5000

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติราชการ	หน่วยวัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ผลการดำเนินงาน		
			ผลการดำเนินงาน	คะแนนที่ได้	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
มิติที่ 2 มิติภายใน		25		4.0864	
● ด้านประสิทธิภาพ		15		3.8107	
3. การเบิกจ่ายเงินงบประมาณ		5		2.7984	0.1400
3.1 การเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายลงทุน	ร้อยละ	2.5	85.79	4.6000	0.1150
3.2 การเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายภาพรวม	ร้อยละ	2.5	86.66	1.0000	0.0250
4. การประหยัดพลังงาน	ระดับ	2.5		4.2640	0.1066
4.1 ด้านไฟฟ้า	ระดับ	1.25	2.2610	2.2610	
4.2 ด้านน้ำมันเชื้อเพลิง	ระดับ	1.25	2.0030	2.0030	
5. การประหยัดน้ำ	ระดับ	2.5	3	3.0000	0.0750
6. การพัฒนาประสิทธิภาพระบบสารสนเทศภาครัฐ	ระดับ	5	5	5.0000	0.2500
● ด้านการพัฒนาองค์การ		10		4.5000	
7. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาสมรรถนะองค์การ	ระดับ	5	5	5.0000	0.2500
8. ระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงาน	ระดับ	5	4 (79.04%)	4.0000	0.2000
รวม		**100**		**4.4396**	

หมายเหตุ : เป็นผลจากการประเมินตนเองเบื้องต้น

ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

ในปีงบประมาณ 2559 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลทั้งในด้านการดูแลราคาสินค้าเกษตร การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน และการดูแลธุรกิจให้มีการแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

การบริหารจัดการกลไกและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร รวมทั้งการสร้างความมั่นคงและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน โดยการบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร การพัฒนาและส่งเสริมระบบตลาดให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้าให้แก่เกษตรกร และการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้าเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด รวมทั้งพัฒนาการให้บริการของกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นเพื่อสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ ดังนี้

1 การบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร

1.1 ข้าว

1.1.1 โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก ปีการผลิต 2558/59

ดำเนินโครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวรับซื้อข้าวเปลือกและเก็บสต็อกไว้ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 22 ก.ย. 58 เป้าหมาย 3 ล้านตัน ระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน โดยรัฐบาลชดเชยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 3 วงเงิน 586.50 ล้านบาท ระยะเวลารับซื้อข้าวตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค. 58 – 31 มี.ค. 59 (ยกเว้นภาคใต้สิ้นสุดวันที่ 31 พ.ค. 59) **ผลการดำเนินการ** : คณะอนุกรรมการพิจารณาชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2558/59 ได้อนุมัติการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ 30 จังหวัด จำนวน 236 ราย มูลค่าการชดเชยรวมทั้งสิ้น 328.788 ล้านบาท

1.1.2 จัดตลาดนัดข้าวเปลือก ปี 2558/59

เพื่อให้กลไกตลาดการรับซื้อข้าวเปลือกของเกษตรกรมีการแข่งขัน มีช่องทางเลือกและมีอำนาจต่อรองในการขายข้าว รวมทั้งได้รับความเป็นธรรมด้านราคาในการชั่งน้ำหนักและการตรวจสอบคุณภาพข้าว จำนวน 92 ครั้ง ในพื้นที่ 33 จังหวัด โดยมีปริมาณการซื้อขายรวมทั้งสิ้น 59,420.694 ตัน คิดเป็นมูลค่า 580.896 ล้านบาท เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวได้ในราคาสูงกว่าตลาดทั่วไปเฉลี่ยตันละ 100 - 800 บาท







1.2 มันสำปะหลัง

คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 8 ธ.ค. 58 และวันที่ 9 ก.พ. 59 เห็นชอบแนวทางการบริหารจัดการตลาดมันสำปะหลัง ปี 2558 /59 จำนวน 3 โครงการ โดยใช้แหล่งเงินทุนจาก ธ.ก.ส. ดังนี้

1.2.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกมันสำปะหลังในระบบน้ำหยด ปี 2558/59

เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการพัฒนาการผลิตโดยใช้ระบบน้ำหยด รวมทั้งเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในการเพิ่มผลิตภาพการผลิต (Productivity) คุณภาพของผลผลิต และลดต้นทุนการผลิตมันสำปะหลัง เป้าหมายเกษตรกรรายย่อยผู้ปลูกมันสำปะหลัง 20,000 ราย วงเงินกู้รายละไม่เกิน 230,000 บาท และรัฐชดเชยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ FDR+1 ต่อปี ระยะเวลา 24 เดือน **ผลการดำเนินการ** : ธ.ก.ส. ได้จ่ายเงินกู้ให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 3,080 สัญญา จำนวนเงิน 312.48 ล้านบาท





1.2.2 โครงการชะลอการเก็บเกี่ยวมันสำปะหลัง ปี 2558/59

เพื่อให้เกษตรกรมีเงินทุนใช้จ่ายในครัวเรือนในช่วงชะลอการขุดมันสำปะหลัง และเพื่อลดปริมาณผลผลิตหัวมันสำปะหลังไม่ให้ออกสู่ตลาดมากเกินไป รวมทั้งให้เกษตรกรขายมันสำปะหลังได้ในราคาที่สูงขึ้น เป้าหมายเกษตรกรรายย่อยผู้ปลูกมันสำปะหลัง 100,000 ราย วงเงินกู้รายละไม่เกิน 50,000 บาท และรัฐชดเชยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ FDR+1 ต่อปี ระยะเวลา 6 เดือน **ผลการดำเนินการ** : ธ.ก.ส. ได้จ่ายเงินกู้ให้เกษตรกรจำนวน 3,854 ราย จำนวนเงิน 139.97 ล้านบาท

1.3 ปาล์มน้ำมัน

วางระบบการบริหารจัดการปาล์มน้ำมัน เพื่อให้ราคาปาล์มน้ำมันให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นธรรม และไม่เกิดภาวะขาดแคลนน้ำมันปาล์มตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยมีการบูรณาการผ่านคณะกรรมการ/คณะอนุกรรมการและคณะทำงานต่างๆ ดังนี้



1.3.1 กำหนดราคาแนะนำในการรับซื้อผลปาล์มทะลายผลปาล์มร่วง ในราคาเดียวกัน

โดยคณะทำงานกำหนดราคาแนะนำผลปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม ซึ่งมีอธิบดีกรมการค้าภายในเป็นประธาน จะพิจารณาทบทวนกำหนดราคารับซื้อแนะนำ ทุกๆ 3 สัปดาห์ ให้สอดรับกับสถานการณ์การผลิต และสะท้อนภาวะตลาดปัจจุบัน

1.3.2 บริหารจัดการสมดุลน้ำมันปาล์ม

โดยคณะอนุกรรมการเพื่อบริหารจัดการปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มด้านการตลาด ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน ได้พิจารณาสถานการณ์ปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2559 พบว่า ผลกระทบภัยแล้งในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ผลผลิตปาล์มน้ำมันลดลง และส่งผลให้ระดับสต็อกน้ำมันปาล์มดิบอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ จึงมีมติให้ปรับลดสัดส่วนการใช้น้ำมันปาล์มดิบผลิตไบโอดีเซล จากร้อยละ 7 (B7) เป็นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 (B5) ระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2559 และมอบหมายกรมการค้าภายใน กระทรวงพลังงาน สภาเกษตรกร ติดตามสถานการณ์ด้านการผลิต อัตราน้ำมันที่ผลิตได้ และสต็อกคงเหลืออย่างใกล้ชิด

1.3.3 ปฏิรูปปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มทั้งระบบ

โดยคณะอนุกรรมการปฏิรูปปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มทั้งระบบ ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธานร่วม ได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มทั้งระบบ ซึ่งผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการนโยบายปาล์มน้ำมันแห่งชาติ (กนป.) เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2559 รวม 6 ด้าน ประกอบด้วย

(1) ด้านการผลิต
(2) ด้านนวัตกรรม
(3) ด้านมาตรฐานปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม
(4) ด้านพลังงาน
(5) ด้านการตลาด
(6) ด้านการบริหารจัดการ

โดยมอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการตามยุทธศาสตร์ต่อไป











1.4 เนื้อสุกร/ไข่ไก่

ดำเนินการลดขั้นตอนการตลาดโดยเชื่อมโยงผู้เลี้ยงสุกร ผู้เลี้ยงไก่ไข่/ผู้ประกอบการนำไข่ไก่สดและเนื้อสุกรคุณภาพดีมาวางจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง ในราคาย่อมเยา เฉพาะในช่วงที่มีปัญหาด้านปริมาณและราคา โดยจำหน่ายเนื้อสุกรและไข่ไก่ผ่านจุดจำหน่ายของกรมทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคทั่วประเทศ มีปริมาณการเชื่อมโยงเนื้อสุกรจำนวน 42,290 กิโลกรัม และไข่ไก่จำนวน 2,507,690 ฟอง ทำให้ผู้เลี้ยงสุกรและไก่ไข่ได้รับราคาและมีปริมาณจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผ่านช่องทางปกติ รวมทั้งช่วยลดภาระค่าครองชีพของประชาชนด้วยอีกทางหนึ่ง

1.5 ผลไม้





ขยายช่องทางการตลาดให้เกษตรกร โดย

(1) **ผลไม้ภาคตะวันออก** ประสานเกษตรกรในจังหวัดแหล่งผลิตผลไม้ภาคตะวันออก (จันทบุรี ระยอง และตราด) นำผลไม้และผลิตภัณฑ์เข้าร่วมจำหน่ายในงานต่างๆ เช่น งานสถาปนากรมการค้าภายในครบรอบ 74 ปี งาน Thailand Fruit Festival 2016 และงานมหัศจรรย์สินค้าเกษตรเพื่อคนรักสุขภาพ 2016 เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้ประสานกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศนำผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้ที่มีศักยภาพนำสินค้าผลไม้สดและแปรรูปไปแสดงและจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ฮ่องกง พม่า และฟิลิปปินส์ รวมทั้งสนับสนุนให้มีจุดรวบรวมผลไม้ การคัดคุณภาพผลไม้ และกระจายผลไม้ไปยังจังหวัดต่างๆ ชายแดนประเทศเพื่อนบ้านโดยจัดตั้งจุดรวบรวมผลผลิตใน 11 จังหวัด

(2) **ผลไม้ภาคใต้** เชื่อมโยงผลผลิตลองกองจากแหล่งผลิตชายแดนภาคใต้ (ยะลา สตูล นราธิวาส สงขลา และปัตตานี) กระจายสู่จังหวัดต่างๆ ที่เป็นตลาดปลายทาง ห้างสรรพสินค้า องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) และตลาดศูนย์การค้าต่างๆ มีปริมาณรวม 228.536 ตัน มูลค่าจำหน่ายรวม 9,371,917 บาท









1.6 ถั่วเหลืองและกากถั่วเหลือง

โดยจัดระบบการค้าให้สอดคล้องกับการผลิตและเป็นธรรม ดังนี้

1.6.1 เมล็ดถั่วเหลือง

คณะกรรมการพืชน้ำมันและน้ำมันพืชได้กำหนดให้นำเข้าได้โดยไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า ภาษีในโควตา ร้อยละ 0 ภาษีนอกโควตา ร้อยละ 80 โดยผู้มีสิทธินำเข้าในโควตา 8 สมาคม 16 บริษัท ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตถั่วเหลืองในประเทศ โดยรับซื้อเมล็ดถั่วเหลืองที่ผลิตได้ในประเทศในราคาตามกลไกตลาดแต่ไม่ต่ำกว่าขั้นต่ำตามคุณภาพ (ราคา ณ ไร่นา) ดังนี้

- เกรดสกัดน้ำมัน	ไม่ต่ำกว่า	กก.ละ 15.50 บาท
- เกรดอาหารสัตว์	ไม่ต่ำกว่า	กก.ละ 15.75 บาท
- เกรดแปรรูปอาหาร	ไม่ต่ำกว่า	กก.ละ 17.75 บาท

1.6.2 กากถั่วเหลือง

คณะกรรมการนโยบายอาหาร ซึ่งกรมการค้าภายในเป็นฝ่ายเลขานุการ ได้กำหนดมาตรการนำเข้าคราวละ 3 ปี (ปี 2558 - 2560) พิจารณาให้นำเข้าเฉพาะเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า ภาษีในโควตาร้อยละ 2 ภาษีนอกโควตา ร้อยละ 119 ทั้งนี้ ผู้มีสิทธินำเข้าในโควตา 11 ราย ให้ความร่วมมือรับซื้อกากถั่วเหลืองที่ผลิตจากเมล็ดถั่วเหลืองในประเทศในราคาไม่ต่ำกว่าขั้นต่ำที่กำหนด และสอดคล้องกับราคารับซื้อขั้นต่ำเมล็ดถั่วเหลืองเกรดสกัดน้ำมัน โดยในปี 2559 กำหนดราคารับซื้อขั้นต่ำ กก.ละ 13.18 บาท



2 การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร

2.1 ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

เพื่อให้เกษตรกรมีการพัฒนาคุณภาพ รูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลผลิต รวมทั้งเพิ่มศักยภาพของเกษตรกรให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการทำการตลาดเพื่อจำหน่ายผลผลิตด้วยตนเอง ดังนี้



2.1.1 จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนแห่งใหม่ จำนวน 17 แห่ง ในพื้นที่ 11 จังหวัด และพัฒนาเพิ่มศักยภาพศูนย์ Farm Outlet เดิมที่ได้จัดตั้งไปแล้ว จำนวน 24 แห่ง ในพื้นที่ 18 จังหวัด โดยปัจจุบันมีศูนย์ฯ รวมทั้งสิ้น 41 แห่ง ในพื้นที่ 24 จังหวัด

2.1.2 จัดอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้ดูแลศูนย์ Farm Outlet ในการปรับปรุงและพัฒนาศูนย์ฯ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า รวมทั้งยกระดับสู่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Farm Outlet) รวม 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 20 - 22 ต.ค. 58 ที่จังหวัดสระบุรี และวันที่ 24 ธ.ค. 58 ที่จังหวัดนนทบุรี

2.1.3 เชื่อมโยงการตลาดสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน โดยประสานศูนย์ฯ ให้นำสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปและผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายในงานต่างๆ อาทิ งาน “มหกรรมของขวัญปีใหม่ลดค่าครองชีพประชาชน” งาน “ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม” งาน China Guangdong 21St Century Maritime Silk Road International Expo ณ เมืองตงก่วน สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น โดยในปีงบประมาณ 2559 ศูนย์ Farm Outlet ทั้ง 41 แห่ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้นกว่า 172.62 ล้านบาท









2.2 ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแปรรูป เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอินทรีย์ และสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน โดยมีผลการดำเนินการดังนี้

2.2.1 จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Farm Outlet) จำนวน 4 แห่ง ในจังหวัดกาญจนบุรี ลพบุรี นครปฐม และเพชรบูรณ์ และจัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ (Organic Village) จำนวน 4 แห่ง ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ยโสธร นครปฐม และสุรินทร์

2.2.2 ร่วมลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) กับภาคี 20 หน่วยงาน เมื่อวันที่ 13 ม.ค. 59 โดยมีรองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) เป็นประธานในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ และบูรณาการการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภาคี อาทิ การจัดให้มีศูนย์รวบรวมและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ หมู่บ้านอินทรีย์ (Organic Village) การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงสินค้า เป็นต้น เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

2.2.3 เชื่อมโยงสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์แปรรูปอินทรีย์ มาจำหน่ายในงานต่างๆ อาทิ งานวันสังคมสุขใจกับสามพรานโมเดล งาน “เพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ประจำปี 2558 เกษตรอินทรีย์ หลากหลาย ถวาย 60 พรรษา สมเด็จพระเทพรัตน์” งานแสดงสินค้าอินทรีย์ BIOFACH 2016 ณ ประเทศสาธารณรัฐเยอรมนี เป็นต้น

2.2.4 จัดงาน Organic & Natural 2016 เมื่อวันที่ 8 - 10 ก.ค. 59 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ตเชียงใหม่ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน จำนวน 85 ราย มูลค่าการจำหน่ายรวม 850,000 บาท

2.2.5 จัดงาน Organic & Natural Expo 2016 ระหว่างวันที่ 28 - 31 ก.ค. 59 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ ภายใต้แนวคิด “สังคมอินทรีย์ (Organic Society) ชีวิตดี ยั่งยืน” เพื่อเป็นตลาดการค้าที่รวบรวมผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้ประกอบการ ตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจในสินค้าอินทรีย์ให้แก่ประชาชนในมิติต่างๆ ผ่านการจัดสัมมนาทางวิชาการด้านการตลาดสินค้าอินทรีย์ หรือ Organic Symposium เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอินทรีย์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย รวมทั้งสร้างเครือข่ายทางการค้าระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้ผลิตและผู้ประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของไทยและประเทศอาเซียน 9 ประเทศเข้าร่วมงาน จำนวน 218 ราย 299 บูธ มีผู้เข้าชมงานรวม 41,215 คน และมูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 28.336 ล้านบาท





2.3 จัดประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ปีการเพาะปลูก 2558/59 และจัดประกวดข้าวตราคุณภาพดีเด่น ประจำปี 2559

เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการข้าวถุงมีการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดี ตรงความต้องการของตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าข้าว โดยมีการมอบรางวัลให้กับผู้ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิจำนวน 21 ราย (เกษตรกร 18 ราย กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์การเกษตร 3 ราย) และผู้ประกอบการข้าวถุง จำนวน 7 ราย เมื่อวันที่ 23 พ.ค. 59 ที่กระทรวงพาณิชย์





2.4 เพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการ

2.4.1 เพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าว โดยจัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาในการวางระบบมาตรฐาน GMP/HACCP แก่ผู้ประกอบการค้าข้าว (โรงสี) ที่สมัครเข้าร่วมโครงการฯ และผ่านการคัดเลือก โดยมีโรงสีที่ผ่านการรับรองระบบมาตรฐานฯ จำนวน 46 ราย

2.4.2 เพิ่มศักยภาพมาตรฐานคุณภาพการผลิตของโรงงานปลาป่น เพื่อยกระดับการผลิตของโรงงานปลาป่นให้มีความพร้อมในการแข่งขันเมื่อเปิดเสรีทางการค้าและเป็นไปตามความต้องการของตลาด โดยจ้างบริษัทที่ปรึกษาวางระบบและดำเนินการให้โรงงานปลาป่นได้รับมาตรฐาน GMP/HACCP โดยมีโรงงานปลาป่นเข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 15 โรงงาน ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP จำนวน 14 โรงงาน แบ่งเป็น โรงงานฯ ที่ได้รับการรับรอง GMP จำนวน 5 โรงงาน และได้รับการรับรอง HACCP จำนวน 9 โรงงาน

2.5 พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง



โดยสุ่มเก็บตัวอย่างข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงที่ได้รับเครื่องหมายรับรองที่จำหน่ายในท้องตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐาน และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ปัจจุบันมีผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้รูปพนมมือของกรมการค้าภายใน จำนวน 133 ราย 208 เครื่องหมายการค้า



2.7 จัดเกรดโรงสีข้าวโดยการติดดาว

เพื่อยกระดับและพัฒนาผู้ประกอบการโรงสีให้มีระบบมาตรฐานพัฒนาศักยภาพระบบการผลิตข้าวของประเทศ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการโรงสีติดดาว ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ **ประเภทดาวทอง** มีจำนวน 59 ราย และ**ประเภทดาวเงิน** มีจำนวน 39 ราย (ยังไม่มีใบรับรองมาตรฐาน GMP/HACCP) และได้จัดพิธีมอบรางวัลและโล่เพื่อประกาศเกียรติคุณให้แก่โรงสีติดดาวประเภทดาวทองทั้ง 59 ราย เมื่อวันที่ 23 พ.ค.59 ณ กระทรวงพาณิชย์

2.6 จัดอบรมด้านตรวจสอบคุณภาพข้าวทางวิชาการ

โดยจัดอบรมให้ความรู้ในการตรวจสอบคุณภาพข้าวทางวิชาการให้แก่เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการตรวจสอบคุณภาพข้าวได้ด้วยตนเอง รวม 5 ครั้ง โดยมีผู้เข้ารับการอบรมและได้รับประกาศนียบัตร รวม 100 ราย



3 การพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

3.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

เพื่อให้เป็นตลาดกลางที่ได้มาตรฐาน เป็นแหล่งซื้อขายและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรมรวมทั้งเพิ่มทางเลือกและโอกาสในการขายผลผลิตให้กับเกษตรกร ปัจจุบันมีตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในทั้งสิ้น 81 แห่ง แยกเป็น ตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 58 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 18 แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำ 4 แห่ง และตลาดกลางปลาสวยงาม 1 แห่ง

3.2 ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง

3.2.1 ผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน โดยเชื่อมโยงให้เกษตรกรและผู้ประกอบการได้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน 16 สินค้า ได้แก่

(1) ข้าวเปลือกปทุมธานี 1
(2) ส้มเขียวหวานปลอดสารพิษ (พันธุ์สีทอง)
(3) ข้าวโพดหวาน
(4) ลำไย
(5) ข้าวเปลือกเจ้า
(6) ชมพู่เพชรสายรุ้ง
(7) มะม่วงน้ำดอกไม้
(8) ละมุด
(9) มะพร้าวน้ำหอม
(10) กระเทียม
(11) เงาะ
(12) มังคุด
(13) ลองกอง
(14) สละ
(15) สับปะรด
(16) สมุนไพร

รวม 32 สัญญา ปริมาณรวมทั้งสิ้น 18,189.17 ตัน มูลค่ารวม 305.74 ล้านบาท

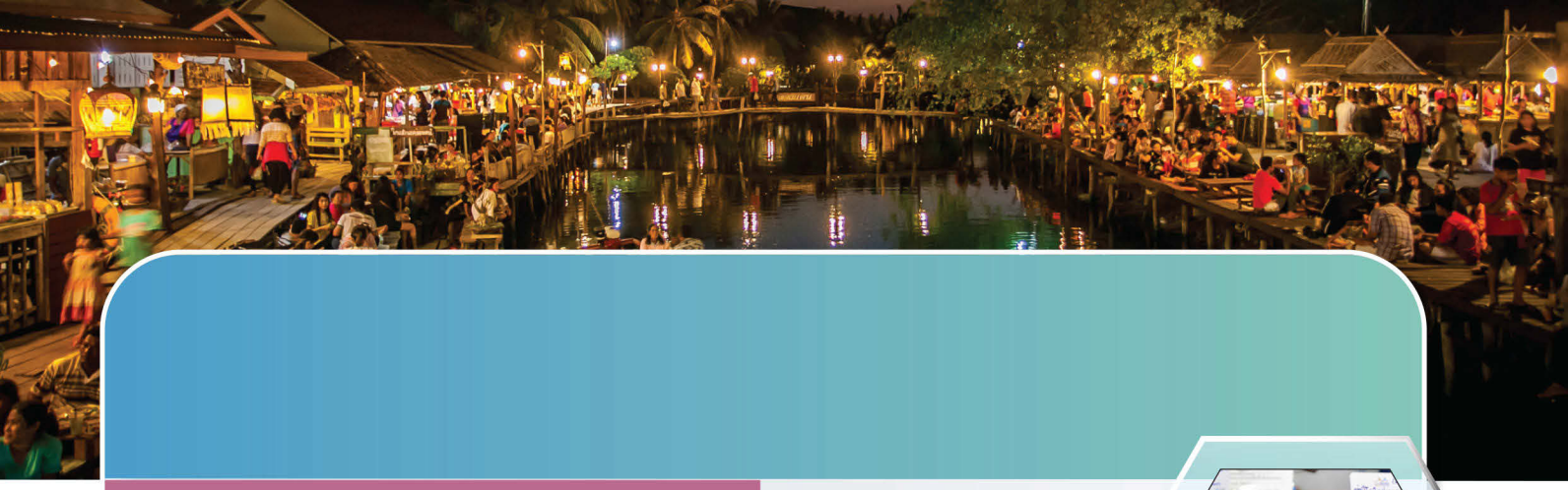


3.2.2 จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ตลาดข้อตกลง เพื่อผลักดันให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านตลาดข้อตกลงภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายในให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการค้าสินค้าเกษตรจำนวน 3 ครั้ง ที่จังหวัดสุพรรณบุรี น่าน และราชบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมรวม 189 คน

3.3 ส่งเสริมพัฒนาตลาดสดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

ให้เป็นแหล่งรองรับผลผลิตจากเกษตรกร และเป็นแหล่งกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคที่สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคและหันมาใช้ตลาดสดมากขึ้น โดยมุ่งเน้นให้มีการปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายสินค้า จำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม และเครื่องชั่งมีความเที่ยงตรง ผู้ประกอบการมีจริยธรรมในการกำหนดราคาจำหน่าย ตลาดสะอาด ถูกสุขอนามัย สินค้าสด สะอาด ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ผู้บริโภคมีแหล่งซื้อสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพปลอดภัยปัจจุบันมีตลาดสดในความส่งเสริม จำนวน 302 แห่ง

ภาคกลาง 84 แห่ง
ภาคเหนือ 82 แห่ง
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 114 แห่ง
และภาคใต้ 22 แห่ง



3.4 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น (ตลาดต้องชม)

3.4.1 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชน ที่มีอัตลักษณ์สะท้อนวิถีชุมชน และมีเอกลักษณ์พาณิชย์ (มีการจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม น้ำหนักเที่ยงตรง) และให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs นำสินค้าในพื้นที่มาจำหน่ายให้ประชาชนโดยตรง เพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจ และสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) โดยได้เปิดตลาดชุมชนภายใต้ชื่อ “ตลาดต้องชม” จำนวน 77 แห่ง มีแผงค้ารวมทั้งสิ้น 10,986 แผงค้า โดยมีนักท่องเที่ยวสนใจมาเที่ยวชมและเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการในตลาดเพิ่มขึ้น และมีมูลค่าการซื้อขายเพิ่มขึ้นประมาณ 130 ล้านบาท

3.4.2 จัดงาน "ตลาดต้องชม Expo 2016" ระหว่างวันที่ 27 - 30 กันยายน 2559 ณ ลานศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเชื่อมโยงการจำหน่ายให้กับตลาดต้องชม รวมทั้งให้ผู้ประกอบการในตลาดต้องชมมีความตระหนักและเข้าใจถึงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกมาจำหน่าย

3.4.3 จัดฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการตลาดต้องชม เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้ได้รับความรู้ สามารถแข่งขันกับการค้ายุคปัจจุบัน และสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในชุมชนและนักท่องเที่ยว ณ ตลาดโก้งโค้ง บ้านแสงโสม จ.พระนครศรีอยุธยา ระหว่างวันที่ 27 - 28 ก.ย. 59 โดยมีผู้ค้าในตลาดเข้าร่วมอบรม คือ จำนวน 42 ราย



3.5 พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.5.1 จัดอบรมให้ความรู้ เกี่ยวกับการใช้ระบบฐานข้อมูลระบบตลาดกลาง คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น วิธีการเสนอซื้อเสนอขายสินค้าเกษตร ผ่านทางเว็บไซต์ http://mwsc.dit.go.th ให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสหกรณ์ สหกรณ์การเกษตร และผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จำนวน 4 ครั้ง ที่ จังหวัดอุทัยธานี อุดรธานี สงขลา และกาญจนบุรี มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 170 คน

3.5.2 ให้คำแนะนำแก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์การเกษตร ผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ผู้ประกอบการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เกี่ยวกับการเข้าใช้ประโยชน์ตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการเสนอซื้อและขายสินค้าเกษตรผ่านทางระบบฐานข้อมูลระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาดของกรมการค้าภายใน (http://mwsc.dit.go.th) จำนวน 3 ครั้ง (ครั้งที่ 1 จังหวัดเพชรบุรี กาญจนบุรี ครั้งที่ 2 จังหวัดสระแก้วจันทบุรี ตราด ครั้งที่ 3 จังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี) มีผู้เข้าร่วมจำนวน 124 ราย



4 การเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์

4.1 เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบกิจการคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น

เพื่อสนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นมีมาตรฐานในการจัดเก็บสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยดำเนินการดังนี้

4.1.1 พัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้มีมาตรฐาน โดยจัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) ดำเนินโครงการพัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ดังนี้

(1) **จัดสัมมนาชี้แจงรายละเอียดโครงการพัฒนาผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น** เมื่อวันที่ 27 มิ.ย. 59 เพื่อให้ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้าไซโล และห้องเย็นที่สมัครเข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาระบบการจัดการด้านมาตรฐานคลังสินค้ามาตรฐานไซโลและมาตรฐานห้องเย็นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และเป็นที่รู้จักโดยแพร่หลายเพิ่มขึ้น มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 180 ราย

(2) **จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)** และดำเนินการตรวจติดตาม แนะนำการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการของผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นที่เข้าร่วมโครงการ และดำเนินการตรวจประเมิน (Audit) เพื่อรับรองมาตรฐานคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ให้แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยได้มอบหนังสือรับรองให้แก่ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ที่ผ่านการประเมินการรับรองมาตรฐานฯ จำนวน 29 ราย เมื่อวันที่ 13 ก.ย. 59 ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี

4.1.2 จัดสัมมนา เรื่อง "บทบาทและอนาคตของธุรกิจรับฝากเก็บสินค้า ภายใต้ระบบโลจิสติกส์ไทย ในยุค AEC" ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันหลังการเข้าสู่ AEC เมื่อวันที่ 20 ก.ย. 59 ณ โรงแรมทีเค พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น กทม. โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 133 ราย

4.2 จัดสัมมนา เรื่อง "ข้อปฏิบัติทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ.2558"

เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในข้อปฏิบัติตามกฎหมายให้แก่ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น โดยจัดสัมมนารวม 4 ครั้ง (ภาคกลาง ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จังหวัดขอนแก่น ภาคเหนือ ที่จังหวัดเชียงใหม่ และภาคใต้ ที่จังหวัดสงขลา) มีผู้เข้าร่วมสัมมนารวมทั้งสิ้น 401 ราย

4.3 ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า ณ จุดที่เป็นประตูการค้า

โดยส่งเสริมและสนับสนุนตลาดกลางผักและผลไม้ในความส่งเสริมของกรมฯ ที่มีศักยภาพและมีความพร้อม เพื่อผลักดันให้เป็นศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพในจุดที่เป็นประตูการค้า และเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและกระจายสินค้าในภูมิภาคและเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ปัจจุบันมีศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน จำนวน 3 แห่ง ได้แก่

(1) ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดอุดรธานี (ตลาดอุดรเมืองทอง)

(2) ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดขอนแก่น (ตลาดศรีเมืองทอง)

(3) ศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าจังหวัดราชบุรี (ตลาดศรีเมือง)

การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

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

1 กำหนดสินค้าและบริการควบคุม

จำนวน 45 รายการ (สินค้า 42 รายการ บริการ 3 รายการ) และสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล 225 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 20 รายการ) โดยมีการติดตามตรวจสอบราคาและสถานการณ์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคและมิให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบผู้บริโภค

2 ดูแลราคาต้นทาง (ราคา ณ โรงงาน)

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

3 ดูแลราคากลางทาง (ราคาขายจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่ง)

โดยดูแลราคาจำหน่ายส่งให้มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคาต้นทาง (ณ โรงงาน) เพื่อมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบทั้งด้านราคาจำหน่ายและปริมาณ



4 ดูแลราคาปลายทาง (ราคาจำหน่ายปลีก)

โดยตรวจสอบติดตามราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตและกำหนดระดับความสำคัญของสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกเดือน จำนวน 225 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 20 รายการ) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

4.1 Sensitive List (SL) : สินค้าที่มีความอ่อนไหวพิเศษติดตามราคาและภาวะเป็นประจำทุกวัน

4.2 Priority Watch List (PWL) : สินค้าที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง

4.3 Watch List (WL) : สินค้าที่ติดตาม ภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปักษ์

5 กำหนดมาตรการในการดูแลราคา

โดยออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ได้แก่

5.1 กำหนดมาตรการในการกำกับดูแลราคาสำหรับสินค้าและบริการควบคุม เช่น การกำหนดราคาจำหน่ายสูงสุด การปรับราคาสูงขึ้นต้องได้รับอนุญาต การให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุนค่าใช้จ่าย การห้ามมิให้มีการกักตุน ปฏิเสธการจำหน่ายและประวิงการจำหน่าย เป็นต้น

5.2 กำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก จำนวน 286 รายการ (สินค้า 238 รายการ และบริการ 48 รายการ) และการปิดป้ายแสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร จำนวน 31 รายการ

5.3 กำกับดูแลให้สินค้าปรับลดราคาจำหน่าย ให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนค่าขนส่งจากราคาน้ำมันดีเซลลดลง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้ผลิตและประชาชนผู้บริโภค โดยให้ผู้ประกอบการปรับลดราคาจำหน่ายสินค้าลง ดังนี้

- ปี 2558 ปรับลดราคาจำหน่ายสินค้าลง จำนวน 21 สินค้า 274 รายการ ลดลงร้อยละ 2.08 - 39.00
- ปี 2559 ปรับลดราคาจำหน่ายสินค้าลงจากปี 2558 อีก จำนวน 15 สินค้า 128 รายการ ลดลงร้อยละ 1.60 - 25.00

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

5.4.1 ปุ๋ยเคมี จำนวน 11 สูตร ปรับลดราคาลงรวม 3 ครั้ง กระสอบละ 45-100 บาท หรือลดลงร้อยละ 5.05 - 15.03

(1) **ปุ๋ยเคมีที่ใช้ในนาข้าว** จำนวน 4 สูตร ได้แก่
1) สูตร 46-0-0 (ยูเรีย) ปรับลดลงอีกกระสอบละ 30 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 100 บาท หรือลดลงร้อยละ 15.03
2) สูตร 16-20-0 ปรับลดลงอีกกระสอบละ 10 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 60 บาท สูตร 16-16-8 และสูตร 16-8-8 ปรับลดลงอีกกระสอบละ 10 บาท รวมปรับลดทั้งสิ้นกระสอบละ 70 บาท หรือลดลงร้อยละ 8.63 - 11.57

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

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

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

5.4.2 ยาป้องกันหรือยากำจัดศัตรูพืช

ปรับลดราคาจำหน่ายปลีกร้อยละ 5.00 - 15.33 จำนวน 7 สูตร ได้แก่

(1) ไกลโฟเซต
(2) พาราควอต
(3) บิวทาคลอร์
(4) ทู.โฟ-ดี
(5) โพรพานิล
(6) บิสไพรีแบคโซเดียม
(7) เพร็ททิลาคลอร์





5.5 กำกับดูแลราคาจำหน่ายปลีกก๊าซหุงต้ม

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

5.5.2 ออกประกาศราคาจำหน่ายปลีกหุงต้มแนะนำใหม่ จากเดิมที่กำหนดราคาจำหน่ายปลีกแนะนำก๊าซหุงต้มขนาด 15 กก. ในเขตกรุงเทพฯ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ รวมค่าบริการขนส่งถึงสถานที่ของผู้ซื้อ (รัศมีไม่เกิน 5 กม.) ในราคาไม่เกินถังละ 370.00 บาท ลดลงเหลือถังละไม่เกิน 340.00 บาท หรือปรับลดลงถังละ 30.00 บาท







5.6 ติดตามตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด

โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าต่างๆ เพื่อป้องกันการกักตุนและการฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม และตรวจสอบการปิดป้ายแสดงราคารวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่านสายด่วน 1569 ของกรมการค้าภายใน ดำเนินการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยตรวจสอบรวมทั้งสิ้น 322,206 ราย พบการกระทำผิด จำนวน 400 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงิน 749,000 บาท

5.7 ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ

ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดให้มีความเที่ยงตรงถูกต้อง มาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซแอลพีจี และก๊าซเอ็นจีวี การบรรจุก๊าซให้มีน้ำหนักครบถ้วน และสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องได้มาตรฐาน รวมทั้งตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อป้องกันการกดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรวจสอบรวมทั้งสิ้น 4,649,646 เครื่อง/หีบห่อ (ตรวจสอบให้คำรับรอง 3,687,491 เครื่อง ตรวจสอบขณะใช้งาน471,131 เครื่อง และตรวจสอบสินค้าหีบห่อ 491,024 หีบห่อ) พบผิดจำนวน 63,841 เครื่อง/หีบห่อ (เครื่องชั่งตวงวัด 14,377 เครื่อง สินค้าหีบห่อ 49,464 หีบห่อ) ดำเนินการยึดผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด

5.8 สร้างการมีส่วนร่วมภาคประชาชน

เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยจัดตั้ง **สมาชิกเครือข่าย “อาสาธงฟ้า 1569”** เพื่อเป็นเครือข่ายภาคประชาชนที่มีส่วนร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม สะท้อนปัญหา ให้ข้อคิดเห็น รวมทั้งเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กรมการค้าภายใน ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 5,031 คน (สมาชิกประเภทประจำ498 คน และสมาชิกประเภทอาสาสมัคร 4,533 คน) โดยได้จัดสัมมนาเครือข่าย “อาสาธงฟ้า 1569” เพื่อให้สมาชิกเครือข่ายมีความรู้ความเข้าใจและแนวทางในการเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม จำนวน 4 ครั้ง ที่จังหวัดเชียงใหม่ ชลบุรี ขอนแก่น และตรัง มีผู้เข้าร่วมการสัมมนารวมทั้งสิ้น 420 คน

5.9 เสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานทางการค้า

โดยดูแลให้ประชาชนผู้บริโภค มีช่องทางเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นธรรม โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าเข้าร่วมรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการประกอบการที่ดีตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด โดยดำเนินโครงการต่างๆ ดังนี้

5.9.1 โครงการรับประกันคุณภาพสินค้าและบริการ เพื่อสร้างจริยธรรมและการบริหารจัดการที่ดีของผู้ประกอบการและเพื่อจัดระเบียบการประกันคุณภาพสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานเดียวกัน ได้แก่ แบตเตอรี่ ยางรถยนต์ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งประกันรับคืนสินค้า การเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ มีผู้เข้าร่วมโครงการ 51 ราย

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

5.9.3 โครงการสถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการว่าได้รับปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงครบเต็มจำนวนลิตรที่ซื้อ มีผู้เข้าร่วมโครงการ 1,661 ราย

5.10 ส่งเสริมการมีมาตรฐานทางการค้าด้านสินค้าหีบห่อ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมสินค้าที่บรรจุในหีบห่อและรักษาระดับความเชื่อมั่นระหว่างการค้าขายสินค้าที่บรรจุในหีบห่อภายในประเทศและอาเซียน รวมทั้งเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานสินค้าหีบห่อให้แก่บุคลากรด้านสินค้าหีบห่อทั้งในประเทศและอาเซียน ดังนี้

5.10.1 จัดอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในระบบการรับรองปริมาณสุทธิสินค้าหีบห่อ ให้แก่ผู้ประกอบการด้านสินค้าหีบห่อและเจ้าหน้าที่ผู้ตรวจประเมินระบบการรับรองปริมาณโรงบรรจุสินค้าหีบห่อ รวม 5 ครั้ง มีผู้เข้าอบรมรวมทั้งสิ้น 250 คน

5.10.2 ศึกษาระบบการบรรจุของผู้ประกอบการด้านสินค้าหีบห่อ และระเบียบข้อกำหนดของระบบการรับรองสินค้าหีบห่อ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถตรวจสอบปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อได้ถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎหมายและมาตรฐานสากล รวมทั้งผู้ประกอบการมีระบบการรับรองปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อที่ถูกต้องมีประสิทธิภาพและสามารถควบคุมคุณภาพด้านปริมาณได้

5.10.3 ส่งเสริมการใช้เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ (Thailand Estimate Mark) เพื่อเสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อสู่มาตรฐานสากล และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหีบห่อที่ได้มาตรฐาน ปริมาณครบถ้วน โดยได้มอบหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองสินค้าหีบห่อแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานการบรรจุหีบห่อจำนวน 3 รายสินค้ารวม 112 รายการ





การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

กรมการค้าภายในดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการลดภาระค่าครองชีพ และเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี ในราคายุติธรรม ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป เพิ่มช่องทางการระบายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ และเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตและรายได้เพิ่มขึ้นรวมทั้งเป็นการกระตุ้นการบริโภค และให้สินค้ามีการหมุนเวียนเกิดการผลิต การจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยดำเนินการ ดังนี้





1 จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด

จำหน่ายสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพของประชาชน ในราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ 20 - 40 ตามแหล่งชุมชนต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 668 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 817.66 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนจำนวน 2,071,423 คน คิดเป็นมูลค่า 351.80 ล้านบาท

2 จัดงานจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด ช่วยเหลือค่าครองชีพประชาชนในพื้นที่ประสบภัยแล้ง และเกษตรกรชาวสวนยางพารา

2.1 โครงการช่วยเหลือค่าครองชีพประชาชนในเขตพื้นที่ประสบภัยแล้งลุ่มน้ำเจ้าพระยา ปี 2559 โดยจัดงานจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัด (ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ 30 - 50) ให้เข้าถึงและกระจายในเขตพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการงดส่งน้ำของกรมชลประทาน จำนวน 22 จังหวัด ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. 58 - 30 มิ.ย. 59

ผลการดำเนินการ : จัดงานจำนวน 436 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 48.13 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนจำนวน 194,002 คน คิดเป็นมูลค่า 31.14 ล้านบาท

2.2 โครงการช่วยเหลือค่าครองชีพประชาชนในพื้นที่ประสบภัยแล้งปี 2558/59 โดยจัดรถยนต์บรรทุกสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัด (ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ 20 - 40) ไปจำหน่ายให้กับประชาชนในพื้นที่ประสบภัยแล้ง จำนวน 40 จังหวัดระยะเวลาดำเนินการ ตั้งแต่เดือน ม.ค. – มิ.ย. 59

ผลการดำเนินการ : จัดงานจำนวน 207 ครั้ง มูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 18.16 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน 122,236 คน คิดเป็นมูลค่า 7.75 ล้านบาท

2.3 โครงการช่วยเหลือค่าครองชีพเกษตรกรชาวสวนยางพารา โดยจัดงานจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ 20 - 40 เพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้แก่เกษตรกรชาวสวนยางพาราที่ได้รับผลกระทบจากราคายางตกต่ำในพื้นที่ 15 จังหวัดภาคใต้ (159 อำเภอ/ครั้ง) ดำเนินการตั้งแต่ช่วงปลายเดือน ม.ค. - ก.ค. 59

ผลการดำเนินการ : จัดงานจำนวน 170 ครั้ง มูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 92.53 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน 282,689 คน คิดเป็นมูลค่า 39.63 ล้านบาท

3 โครงการร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ เพื่อคืนความสุข ทุกจานให้ประชาชน (ถูก สะอาด ดี อร่อย) หรือ "หนูณิชย์...พาชิม"

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

3.1 รับสมัครร้านอาหารเข้าร่วมโครงการฯ ทั่วประเทศ (ตั้งแต่วันที่ 8 ส.ค. 57 – 30 ก.ย. 59) รวมทั้งสิ้น 11,694 ร้าน (กรุงเทพฯ 3,745 ร้าน ส่วนภูมิภาค 7,942 ร้าน และ Food Truck 7 ร้าน) สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณ ร้อยละ 10 – 35 ของเงินค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารต่อวัน หรือประมาณวันละ 9.99 ล้านบาท และตั้งแต่เริ่มโครงการ (8 ส.ค. 57) ถึง 30 ก.ย. 59 สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนคิดเป็นมูลค่ากว่า 3,045 ล้านบาท

3.2 ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยมอบป้ายสัญลักษณ์และผ้ากันเปื้อนพร้อมหมวก "หนูณิชย์...พาชิม" เพื่อรับรองคุณภาพและราคา รวมทั้งประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

(1) เว็บไซต์ www.Facebook.com/noonidpashim
(2) เว็บไซต์ www.noonid.dit.go.th
(3) Application ลายแทงของถูกหรือ www.lowpricemap.com
(4) เว็บไซต์ของทุกหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์







3.3 สนับสนุนด้านวัตถุดิบราคาพิเศษ โดยประสานผู้ผลิตผู้จำหน่ายให้มาจำหน่ายสินค้าให้กับร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ ในราคาพิเศษ เพื่อลดต้นทุนรวมทั้งประสานผู้ผลิตน้ำอัดลมเพื่อสนับสนุนการตกแต่งร้านและจำหน่าย

3.4 สนับสนุนด้านเงินทุน โดยประสานธนาคารของรัฐในการพิจารณาสนับสนุนสินเชื่อให้กับร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ

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

3.6 ปรับปรุงภาพลักษณ์และรูปแบบร้านหนูณิชย์ (Rebranding) เพื่อพัฒนาร้านหนูณิชย์ ดังนี้

(1) ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์และรูปแบบร้านหนูณิชย์ให้มีความทันสมัย

(2) ผลักดันให้มีรถขายอาหารหนูณิชย์เคลื่อนที่ (Food Truck) ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และให้กระจายในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

(3) พัฒนายกระดับร้านอาหารหนูณิชย์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มโดยแบ่งกลุ่มร้านหนูณิชย์ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 : มีความพร้อมสูงสุด สามารถเพิ่มยอดขายและก้าวสู่ การเป็นแฟรนไชส์

กลุ่มที่ 2 : มีความสามารถระดับรอง โดยเป็นร้านสะอาดรสชาติดี

กลุ่มที่ 3 : ต้องมีการพัฒนาอีกหลายด้าน เช่น ร้านไม่ได้รับการรับรองความอร่อย ร้านที่ไม่มีที่ตั้งถาวร เป็นต้น

4 จัดกิจกรรมลดราคาจำหน่ายสินค้า

เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ดังนี้

4.1 จัดงาน "เทใจ...คืนสุข...เทศกาลปีใหม่" โดยร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซูปเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ จัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในช่วงเทศกาลปีใหม่ ตั้งแต่วันที่ 17 - 27 ธ.ค. 58 (ระยะเวลา 11 วัน) สูงสุดร้อยละ 80 มีผู้ประกอบการห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ห้างสรรพสินค้า ซูปเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อเข้าร่วม 13,500 สาขา โดยมียอดจำหน่ายสินค้ารวมประมาณ 50,000 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนได้ร้อยละ 30 คิดเป็นมูลค่า 15,000 ล้านบาท

4.2 จัดงาน "เทใจ...คืนสุข... ต้อนรับเปิดเทอม" โดยร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ จัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าในช่วงเปิดภาคเรียน (Back to School) ทุกสาขาทั่วประเทศ ลดราคาสินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องแต่งกายและอุปกรณ์การเรียนร้อยละ 20 - 80 ตั้งแต่วันที่ 28 เม.ย. - 15 พ.ค. 59 รวม 18 วัน โดยมียอดจำหน่ายสินค้า รวม 40,000 ล้านบาทสามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนร้อยละ 30 คิดเป็นมูลค่า 12,000 ล้านบาท

5 จัดทำ Mobile Application "ลายแทงของถูก"

เพื่อแสดงข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้าและการส่งเสริมการขายสินค้าในราคาประหยัดหรือราคาถูกในแต่ละพื้นที่ หรือร้านค้ารวมทั้งข้อมูลร้านอาหาร "หนูณิชย์.....พาชิม" ได้แก่ ชื่อแสดงร้าน สถานที่ตั้ง แผนที่ รายการ-อาหาร เพื่อให้ประชาชนมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้า "ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้"

ผลการดำเนินการ : มีผู้ดาวน์โหลด Application จำนวน 6,210 ราย และเปิดใช้งานแล้ว จำนวน 23,005 ครั้ง











การดูแลธุรกิจให้มีการแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม

กรมการค้าภายในดำเนินการในการส่งเสริมให้ธุรกิจมีการแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม และกำกับดูแลพฤติกรรมการประกอบกิจการและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นธรรมป้องกันการผูกขาดตัดตอน ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ภายใต้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 โดยมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

1 การกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า

1.1 ติดตาม ตรวจสอบวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจและพฤติกรรมทางการค้า ในธุรกิจสินค้าและบริการเป้าหมายจำนวน 80 รายการ ใน 6 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่

(1) กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (2) กลุ่มธุรกิจสินค้าปิโตรเคมีและเคมีเกษตร (3) กลุ่มธุรกิจสินค้ายานยนต์ (4) กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง (5) กลุ่มสินค้าอื่นๆ และ (6) กลุ่มธุรกิจบริการ

1.2 จัดสัมมนารับฟังความคิดเห็นแนวทางการพิจารณาพฤติกรรมทางการค้า ตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าในมาตรา 25 (การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ) เมื่อวันที่ 16 ส.ค. 59 มาตรา 27 (การตกลงร่วมกันทางธุรกิจ) เมื่อวันที่ 30 ส.ค. 59 และมาตรา 29 (พฤติกรรมทางการค้าไม่เป็นธรรม) เมื่อวันที่ 13 ก.ย. 59

1.3 พัฒนาและปรับปรุงร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. .... โดยคณะรัฐมนตรี มีมติเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. .... เมื่อวันที่ 11 ต.ค. 59 และสภานิติบัญญัติแห่งชาติมีมติรับหลักการร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. .... เมื่อวันที่ 11 พ.ย. 59 และตั้งคณะกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติฯ โดยมีกำหนดระยะเวลาการพิจารณาของคณะกรรมาธิการฯ ภายในวันที่ 9 มี.ค.60

2 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจ สถาบันการศึกษา และผู้สนใจ

2.1 จัดสัมมนา "การเสริมสร้างความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้าในส่วนภูมิภาค" เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้แก่ สถาบันการศึกษา หอการค้าจังหวัดและผู้ประกอบธุรกิจในพื้นที่ 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี บุรีรัมย์ มหาสารคาม ขอนแก่น เชียงใหม่ เชียงราย สงขลา นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี โดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนารวมทั้งสิ้น 1,956 คน

2.2 จัดกิจกรรม "ค่ายการแข่งขันทางการค้า (Competition Camp)" เพื่อให้นิสิต นักศึกษาและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจรายสาขาได้เรียนรู้ลักษณะงานด้านการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า เมื่อวันที่ 14 - 18 มิ.ย. 59 ที่จังหวัดนครนายก มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 54 คน

2.3 จัดสัมมนาเรื่อง "การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจกฎหมายการแข่งขันทางการค้า" ให้แก่เจ้าหน้าที่ภาครัฐ โดยวิทยากรจากในประเทศและต่างประเทศเมื่อวันที่ 25 ส.ค. 59 ณ โรงแรมรามาการ์เดนส์ กรุงเทพฯมีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวน 200 คน

2.4 จัดสัมมนาเรื่อง "Independent Competition Authorities : A Key to Success of Competition Policy and Law Enforcement" เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการพิจารณากฎหมายการแข่งขันทางการค้าของหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าของต่างประเทศ และกรณีศึกษาที่น่าสนใจของประเทศที่มีแนวปฏิบัติเป็นเลิศ 4 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย (ACCC) ญี่ปุ่น (JFCT) สิงคโปร์ (CCS) และอินโดนีเซีย (KPPU) เมื่อวันที่ 26 ส.ค. 59 ณ โรงแรมรามาการ์เดนส์ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวน 500 คน





2.5 จัดวิทยากรบรรยายให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้า ให้แก่หน่วยงานราชการ สมาคมการค้าและผู้ประกอบธุรกิจ

2.6 จัดทำจุลสาร "มองโลกแข่งขัน" เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้าให้แก่เครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (เว็บไซต์ OTCC, Line official, Fan page) และประชาสัมพันธ์กฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้างมากขึ้น ผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ Line official, และ Facebook

3 ให้บริการคำปรึกษา

ให้บริการคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบธุรกิจ นักกฎหมาย นักศึกษา ประชาชนที่สนใจในประเด็นข้อกฎหมายในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ผ่านทางโทรศัพท์และที่สำนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องลดหรือปกป้องมิให้เกิดพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้า ที่อาจเข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

4 เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและศักยภาพขององค์กร

โดยจัดส่งบุคคลากรเข้าร่วมประชุมกับองค์กรระหว่างประเทศและองค์การกำกับดูแลการแข่งขันในต่างประเทศ อาทิ

4.1 การประชุมเชิงปฏิบัติการ "Regional Workshop on Economic Analysis Competition Law Enforcement and Advocacy" เมื่อวันที่ 18 - 19 พ.ย. 58 ณ กรุงจาการ์ตา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าของประเทศสมาชิกอาเซียนให้สามารถใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ และเสริมสร้างความเข้าใจในวิธีการวิเคราะห์เศรษฐกิจ เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมด้านการแข่งขัน การสืบสวนสอบสวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการตกลงร่วมกัน การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ การควบรวมธุรกิจ รวมทั้งการส่งเสริมด้านการแข่งขันทางการค้า

4.2 การประชุมเชิงวิชาการ "The 6th ASEAN Competition Conference (ACC)" เมื่อวันที่ 27 - 28 ก.ค. 59 ณ โรงแรมรอยัล ออคิด เชอราตัน กรุงเทพฯ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในประเด็นการกำกับดูแล การจัดการ สืบสวนสอบสวน และบทลงโทษกับผู้ประกอบธุรกิจที่มีพฤติกรรมตกลงร่วมกัน ระหว่างผู้แทนองค์กรกำกับการแข่งขันทางการค้าจากประเทศสมาชิกอาเซียน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และผู้แทนจากองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน (GIZ)

4.3 การประชุมเชิงปฏิบัติการ "The Competition Analysis of Vertical Restraints" เมื่อวันที่ 28 - 29 ก.ย. 59 ณ สาธารณรัฐอินโดนีเซีย เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและประเทศต่างๆ เกี่ยวกับการดูแลการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งโดยมีผู้เข้าร่วมการประชุม 15 ประเทศ

รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติ ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้

1. **จัดให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน กรมการค้าภายใน** ณ บริเวณชั้นล่างของตึกอาคาร (ห้อง 20301 ชั้น 3) เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการติดต่อขอรับข้อมูลด้วยตนเอง ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 โดยมีผู้มาใช้บริการ จำนวน 11 ราย

2. **จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน** เพื่อให้คำแนะนำและบริการข้อมูลแก่ประชาชนที่มาของข้อมูล พร้อมทั้งจัดทำป้ายแสดงที่ตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสาร/ป้ายบอกทาง ให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน รวมทั้งปรับปรุงดัชนีข้อมูลข่าวสารและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นระบบ โดยมีข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน

3. **เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามที่กฎหมายกำหนดผ่านทางเว็บไซต์ (www.dit.go.th)** ในหัวข้อ **"ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน"** และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา โดยมีผู้ใช้บริการ จำนวน 7,226 ราย

4. **มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร** ตามคำสั่งที่ 48/2557 ลงวันที่ 10 มีนาคม 2557 ประกอบด้วย รองอธิบดี เป็นประธาน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์ ผู้อำนวยการทุกสำนัก/กอง/ศูนย์ เป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการกองนิติการ เป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อพิจารณาจัดวางระบบและการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ประชาชนเข้าตรวจดูข้อมูลข่าวสาร การขอสำเนา การรับรองสำเนา ฯลฯ

5. **เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร** โดยมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ประชาชนรับทราบผ่านช่องทาง ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (Audio text) โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ วิทยุ เป็นต้น

6. **เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร** ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สายด่วน 1569 ตู้รับฟังความคิดเห็น กระดานข่าว เป็นต้น โดยมีผู้ร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 จำนวน 1,748 ราย

กรมการค้าภายใน ร่วมผนึกกำลังขับเคลื่อน NSW เพื่อนำเข้าและโลจิสติกส์ สะดวก รวดเร็ว และลดต้นทุน

ทำไมต้อง NSW

ระบบ National Single Window : NSW เป็นระบบการบริการเชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ (G2G,G2B และ B2B) สำหรับการนำเข้า ส่งออกและโลจิสติกส์ เพื่อใช้ในการรองรับการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและประเทศในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อลดขั้นตอนการให้บริการ อีกทั้งลดเอกสาร (Paperless) ด้วยการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับหน่วยงานภาครัฐ และภาคธุรกิจผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แบบปลอดภัยและไร้เอกสาร นอกจากนี้ ยังสามารถบูรณาการในการใช้ ข้อมูลร่วมกันได้กับหน่วยงานอื่นที่มีการเชื่อมโยงระบบ NSW อีกทั้ง หน่วยงานที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลใบอนุญาตและใบรับรองระหว่างหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยผู้ใช้บริการทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจสามารถติดตามผลในทุกๆ ขั้นตอนของการดำเนินงานนำเข้า ส่งออกและการอนุมัติต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ (e-Tracking) ทุกวันและตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

ความเป็นมา

การพัฒนาระบบเชื่อมโยงข้อมูลแบบบูรณาการกับระบบ National Single Window **ได้มีการลงนามความร่วมมือ (MOU) เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2553 ระหว่างกรมศุลกากรกับกรมการค้าภายใน** และหน่วยงานอื่นๆ อาทิเช่น สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ การท่าเรือแห่งประเทศไทย สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม กรมการบินพลเรือน กรมเจ้าท่า หอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น

การดำเนินงาน

การพัฒนากระบวนงานการขออนุญาตนำเครื่องชั่งตวงวัดออกจากด่านศุลกากรโดยการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ National Single Window : NSW ของกรมการค้าภายใน **(1) เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร** ระยะ พ.ศ. 2554 - 2563 (ICT 2020) และแผน Digital Economy ปีงบประมาณ พ.ศ.2558–2560 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเข้าสู่การเป็น “Smart Government” ภายใต้กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารระยะ พ.ศ. 2554–2563 (ICT 2020) และหัวข้อ “Digital Government” ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 Service Infrastructure นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) **(2) ภายใต้แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกรมการค้าภายใน** พ.ศ. 2555 - 2559 และภายใต้ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน (พ.ศ. 2555 - 2559) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างมาตรฐานการชั่งตวงวัดให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อสนับสนุนการค้าให้เข้มแข็งและเป็นธรรม เพื่อนำพาองค์กรให้ขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาชาติให้มีความก้าวหน้าทันต่อยุคสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และ **(3) เพื่อให้สอดคล้องกับการวางกลยุทธ์ในภาพรวมของกรม** เพื่อพัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดให้ทันสมัยเทียบเท่ากับมาตรฐานชั่งตวงวัดสากล และทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรไทย และส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัดมีความสามารถในการแข่งขันทางการค้า

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า
2. ลดความผิดพลาดในการส่งข้อมูล ไม่ต้องส่งข้อมูลซ้ำซ้อน
3. ลดเอกสารในรูปแบบของกระดาษ (Paperless)
4. ลดขั้นตอน โดยมีการยื่นขออนุญาตแบบออนไลน์ ผ่านช่องทาง Web Service

ทิศทางในอนาคต

ในปีงบประมาณ 2560 กรมการค้าภายในจะได้มีการหารือร่วมกับกรมศุลกากร เพื่อพัฒนาระบบการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบ National Single Window : NSW จากระหว่างภาครัฐกับภาครัฐ (G2G) ให้เป็นระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐ (B2G) เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ให้กับผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันทางการค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป



การปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และการส่งเสริมการแข่งขัน

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชาติยุคประเทศไทย 4.0 นี้ รัฐบาลได้ใช้นโยบายมุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strengthen from internal) ควบคู่กับการปฏิรูปเศรษฐกิจการค้าและพัฒนากรอบกติกา กฎระเบียบต่างๆ ให้เหมาะสม โดยมุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นชาติการค้า (Trading Nation) เพื่อรองรับบริบทการค้ายุคใหม่ที่มีการแข่งขันที่รุนแรง รัฐบาลจึงมีความจำเป็นที่ต้องปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจการค้า และได้กำหนดให้มีการปรับปรุงแก้ไขโดยเร่งด่วน เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและมีความเป็นสากล โดยคำนึงถึงการส่งเสริมบรรยากาศการค้าการลงทุนแก่ผู้ประกอบธุรกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งถือได้ว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็น “ธรรมนูญทางการค้า” ของประเทศที่รัฐบาลมุ่งเน้นปลูกฝังและวางรากฐานการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยให้มั่นคง มีการประกอบธุรกิจแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ผู้ประกอบธุรกิจได้รับการกำกับดูแลอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่เป็นสากล เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจในตลาดสินค้าและบริการต่างๆ ได้รับโอกาสในการแข่งขันอย่างเท่าเทียมกัน (opportunity to compete equally) เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นการผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเสริมสร้างให้เกิดธรรมาภิบาลทางการค้า ส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจและประชาชนผู้บริโภคได้รับประโยชน์ร่วมกัน

ดังนั้น กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า ได้ดำเนินการปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้าตามนโยบายรัฐบาล โดยมุ่งเน้นการปฏิรูป ดังนี้

1. **ความมีประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย**
2. **ความครอบคลุมและเสมอภาคในการบังคับใช้กฎหมาย**
3. **ความเป็นอิสระในการบังคับใช้กฎหมาย**

ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการนำร่างกฎหมายฉบับนี้เสนอต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติและคาดว่าจะมีผลบังคับใช้ในปี 2560 อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ ได้เตรียมความพร้อมโดย

1 พัฒนาเครือข่ายหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า

เพื่อเป็นเครือข่ายในการเฝ้าระวังและกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าในตลาดสินค้าและบริการต่างๆ รวมถึงธุรกิจรายสาขาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรร่วมกัน โดยมีการจัดโครงการเพิ่มขีดความสามารถการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะหลักที่จำเป็นด้านการบังคับใช้กฎหมาย อันเป็นการผลักดันให้นำไปสู่การเป็นองค์กรกำกับการแข่งขันทางการค้าที่มีความเป็นเลิศ

การฝึกอบรมหลักสูตรการกำกับดูแลด้านการแข่งขันทางการค้า

รูปแบบการจัดกิจกรรม เป็นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ที่กรมการค้าภายในร่วมกับกรมสอบสวนคดีพิเศษจัดฝึกอบรมบุคลากรให้แก่สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า หน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจรายสาขา 6 หน่วยงาน และสำนักอื่นๆ ในกรมการค้าภายในที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาการอบรมเกี่ยวกับกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา กฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง วิธีการสอบสวนของพนักงานสอบสวนการเข้าตรวจค้นและยึดของกลาง (Dawn Raid) การจัดทำสำนวนการสืบสวนสอบสวน และการดำเนินคดีในชั้นศาล มีการฝึกอบรม 16 ครั้ง ระยะเวลา 4 เดือน (พ.ค. - ก.ย. 2559) มีผู้เข้ารับการอบรมรวม 60 คน และได้รับเกียรติจากผู้พิพากษาหัวหน้าคณะในศาลฎีกา รองอธิบดีกรมสอบสวนคดีพิเศษพร้อมเจ้าหน้าที่และอาจารย์คณะนิติศาสตร์ปรีดีพนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เป็นวิทยากร







2 การมีส่วนร่วมกำหนดกฎระเบียบการกำกับดูแล

โดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจรายสาขา และหน่วยงานของภาครัฐอื่นๆ เพื่อให้มีความเข้าใจในการบังคับใช้กฎหมายที่กำกับการแข่งขันทางการค้าที่ถูกต้อง เป็นเอกภาพ นอกจากนี้ ได้เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ถูกกำกับดูแล ได้แก่ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ปรึกษากฎหมายได้รับทราบและเข้าใจแนวทางการพิจารณาตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า รวมถึงมีโอกาสแสดงความคิดเห็นในประเด็นปัญหาต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการทบทวนแนวทางการพิจารณาพฤติกรรมทางการค้าให้ถูกต้องและเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยสอดคล้องกับหลักสากล อันจะทำให้กฎหมายสามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น





กิจกรรมรับฟังความคิดเห็น

มีการรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานการกำกับดูแลธุรกิจรายสาขา (Sector Regulator) เพื่อทบทวนแนวทางการพิจารณาพฤติกรรมทางการค้าตามมาตรา 25 มาตรา 27 และมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 โดยมีวิทยากรจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย นักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐ โดยมีการรับฟังความคิดเห็น 3 ครั้ง เมื่อวันที่ 16, 30 ส.ค. 2559 และวันที่ 13 ก.ย. 2559 ซึ่งผู้เข้าร่วมสัมมนามีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสนอแนะอย่างกว้างขวาง

3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษา

อันเป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับระเบียบที่ใช้กำกับการแข่งขันทางการค้าให้นิสิต/นักศึกษาทั้งจากคณะนิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจของสถาบันการศึกษาทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด ได้ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า รวมถึงแนวทางการพิจารณา อันเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับหลักการและแนวทางวิธีพิจารณาพร้อมกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ก่อนสำเร็จการศึกษาออกไปประกอบอาชีพ ทั้งในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อีกทั้งเป็นโอกาสในการสรรหาบุคคลที่มีศักยภาพให้แก่องค์กรต่อไปในอนาคต

ค่ายการแข่งขันทางการค้า (Competition Camp)

เป็นกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในหลักและสาระสำคัญของกฎหมายดังกล่าวแก่นิสิต นักศึกษา อันเป็นการเสริมทักษะการคิด วิเคราะห์ และสามารถจำแนกได้ว่าพฤติกรรมการประกอบธุรกิจแข่งขันทางการค้าใดที่เข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมาย ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อนิสิต นักศึกษาที่เข้าร่วมสัมมนา ซึ่งมีจำนวนรวม 42 คนจากหลายสถาบันมาร่วมกิจกรรมค่ายการแข่งขัน เช่น จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ขอนแก่น เชียงใหม่ ศรีนครินทรวิโรฒ สงขลานครินทร์ โดยความร่วมมือจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิด้านการแข่งขันทางการค้าที่หลากหลาย ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบังคับใช้กฎหมาย การคิดวิเคราะห์ในเชิงเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ และหลักกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยมีการจัดกิจกรรมระหว่างวันที่ 14-18 มิ.ย. 2559 ณ จังหวัดนครนายก









การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ (MOU)

เป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการด้านการแข่งขันทางการค้า (MOU) เพื่อผลักดันให้สถาบันการศึกษาได้มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า อันเป็นการสร้างบุคลากรให้แก่องค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการลงนามกับคณะนิติศาสตร์ของหลายมหาวิทยาลัย เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้ายังไม่ใช่คำตอบเดียวในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า ทั้งนี้ องค์กรกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าควรมีความเป็นอิสระในการบังคับใช้กฎหมายตามหลักสากล มีความโปร่งใส รับผิดชอบต่อภารกิจ อีกทั้งควรมีทรัพยากรที่เพียงพอเพื่อให้การดำเนินงานเกิดความเป็นธรรม สามารถสร้างโอกาสทางการค้าแก่ผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด นอกจากนี้ ควรได้มีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักและสาระสำคัญของกฎหมายให้แก่สมาคม สถาบันผู้ประกอบธุรกิจ นักลงทุน และประชาชนทั่วไป อันเป็นการสนับสนุนการแข่งขันทางการค้า (Competition Advocacy) ซึ่งต้องดำเนินการควบคู่กับการบังคับใช้กฎหมาย (Competition Enforcement)

การเสริมสร้างวัฒนธรรมการแข่งขัน (Competitive Culture)

การจัดวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิให้ความรู้แก่ผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขายในลักษณะเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ตามที่ได้แจ้งขอความอนุเคราะห์มา ได้แก่ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์เซลล์ จำกัด บริษัท ตรีเพชรอีซูซุ เซลส์ จำกัด บริษัท ไทยทาเคดะ จำกัด กลุ่มตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ ฯลฯ รวมทั้งสำนักกฎหมาย กระทรวงยุติธรรม และสมาคมผู้ผลิตยางรถยนต์ไทย (TATMA) การให้ความรู้และตอบคำถามแก่ผู้ประกอบธุรกิจในลักษณะเฉพาะกลุ่ม จะช่วยให้ผู้ประกอบธุรกิจไม่ดำเนินกลยุทธ์ที่อาจฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ซึ่งเป็นบริการที่สำนักดำเนินการอย่างต่อเนื่องให้กับทุกกลุ่มธุรกิจที่ต้องการ

การสัมมนา “การเสริมสร้างความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้าในส่วนภูมิภาค”

เป็นกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการแข่งขันทางการค้าให้แก่สมาชิกของหอการค้าจังหวัด ผู้ประกอบธุรกิจในแต่ละจังหวัด อาจารย์และนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ 4 ภาค 11 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี บุรีรัมย์ มหาสารคาม ขอนแก่น เชียงใหม่ เชียงราย สงขลา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี จันทบุรี และชลบุรี รวมถึงบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐ โดยมีกิจกรรมระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน 2559 มีผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งสิ้นจำนวน 2,328 คน






การเตรียมพร้อมแก่นักลงทุนไทย "ASEAN MARKET"

ได้จัดทำโครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของอาเซียนแก่นักลงทุนไทย โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้ทราบถึงหลักและสาระสำคัญของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย เพื่อจะได้รู้กฎ ระเบียบด้านการแข่งขันทางการค้าของประเทศดังกล่าว อันเป็นการป้องกันการกระทำความผิดโดยไม่รู้กฎหมาย ทั้งนี้ ได้เชิญวิทยากรจากแต่ละประเทศข้างต้นมาให้ความรู้ โครงการนี้จัดเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2559 ณ กรุงเทพมหานคร มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 500 คน ซึ่งผู้เข้าร่วมสัมมนาให้ความเห็นว่า ควรให้มีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการแข่งขันให้แพร่หลายมากขึ้น




Conference on Competition Law in Mainland ASEAN

เป็นการสนับสนุนให้นักลงทุนไทยรู้และเข้าใจ การบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า กรอบกติกาและกระบวนการดำเนินคดีของแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ASEAN CLMV ซึ่งได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม โดยกรมการค้าภายในร่วมกับศูนย์อาเซียนศึกษาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศูนย์กฎหมายอาเซียน คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบธุรกิจไทยที่จะเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศดังกล่าว โดยกิจกรรมได้จัดเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2559 ณ กรุงเทพมหานคร มีผู้เข้าร่วมสัมมนา ประมาณ 100 คน

สรุป การปฏิรูปกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เป็นการพัฒนาปรับเปลี่ยนกรอบกติกาการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและมีความเป็นสากล อันจะส่งผลให้เกิดความเป็นธรรมในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจรายเล็กรายใหญ่ มีโอกาสในการแข่งขันอย่างเท่าเทียมกันตามศักยภาพของแต่ละราย นอกจากนี้ ยังเป็นการยกระดับมาตรฐานองค์กรที่ทำหน้าที่บังคับใช้ให้มีความเป็นอิสระ (Smart Organization) เพื่อให้การกำกับดูแลการแข่งขันของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับ อันจะส่งผลต่อการสร้างความมั่นใจในบรรยากาศการค้าการลงทุนที่ดีแก่ผู้ประกอบธุรกิจและนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของประเทศ

"ตลาดต้องชม"
สร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น

ด้วยรัฐบาลมีนโยบายสำคัญในการกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy Development) ให้มีความเข้มแข็ง ลดการพึ่งพาจากเศรษฐกิจภายนอกประเทศที่มีความผันผวน ซึ่งทิศทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศได้ถูกกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และถ่ายทอดออกมาเป็นแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2559 - 2579) โดยกำหนดกรอบเป้าหมายการดำเนินการไว้ 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร เพื่อให้มีความสามารถแข่งขันระดับภูมิภาคและโลก
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาระบบการค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การเสริมสร้างบทบาทผู้บริโภค เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจการค้าอนาคต
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การบูรณาการกับระบบการค้าโลก เพื่อใช้ประโยชน์จากภายนอก

กรมการค้าภายในในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศตามยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น จึงได้จัดทำ**โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น หรือ "ตลาดต้องชม"** ขึ้น เริ่มดำเนินการในปีงบประมาณ 2559 เพื่อให้เป็นกลไกในการขยายช่องทางการตลาด ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และเชื่อมโยงภาคการค้ากับการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน อันส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยใช้การบริโภคภายในประเทศเป็นตัวขับเคลื่อน ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับนโยบายของนายกรัฐมนตรีในการขับเคลื่อนประชารัฐ จึงต้องสร้างความเข้มเข็งในทุกมิติ โดยงานด้านเศรษฐกิจได้มุ่งเน้นการแก้ปัญหาปากท้องของประชาชน ตลอดจนช่วยเหลือธุรกิจ SMEs สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน และสถาบันเกษตรกร ให้มีความเข้มแข็ง เพื่อผลักดันให้เศรษฐกิจท้องถิ่นเข้มแข็งตามไปด้วย

ตลาดชุมชน นับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายการสร้างความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง โดยเป็นจุดเชื่อมโยงและกระจายผลผลิตอย่างทั่วถึง รวมทั้งเป็นช่องทางการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ สร้างงานให้แก่คนในชุมชน ซึ่งกรมการค้าภายในได้ยกระดับตลาดชุมชนให้เป็น **"ตลาดต้องชม"** โดยมุ่งเน้น**เอกลักษณ์พาณิชย์และอัตลักษณ์ชุมชน** กล่าวคือ เอกลักษณ์พาณิชย์ หมายถึงตลาดที่มีการจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม และน้ำหนักเที่ยงตรง แต่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งเป็นจุดเด่นที่จะดึงดูดคนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเข้ามาใช้บริการและจับจ่ายสินค้าที่มีคุณภาพในราคาเป็นธรรม ซึ่งรายได้ที่เกิดขึ้นจะหมุนเวียนกลับมาสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

แนวทางการดำเนินการ โดยกรมการค้าภายในได้เข้าไปช่วยสนับสนุนด้านการตลาด ประสานหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานราชการต่างๆ ทั้งระดับจังหวัด จนถึงระดับท้องถิ่นให้เข้าไปช่วยสนับสนุน ตลอดจนความร่วมมือจากภาคเอกชนตามแนวทางประชารัฐจากหอการค้าจังหวัด ผู้ประกอบการเอกชนต่างๆ รวมถึงผู้ประกอบการในท้องถิ่น



ตลาดต้องชม
เอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ของชุมชน

ในปีงบประมาณ 2559 กรมการค้าภายในได้เปิดตลาดต้องชมทั่วประเทศแล้ว จำนวน 77 แห่ง 10,986 แผงค้า ซึ่งตลาดต้องชมแต่ละแห่งมีจุดน่าสนใจและเสน่ห์ที่จะดึงดูดให้ประชาชนไปซื้อหาสินค้าและท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ตลาดนาปด จังหวัดตรัง ที่เจ้าของตลาดทำธุรกิจเพื่อสังคม (Social Business) เก็บค่าเช่าแผงถูกเพียงวันละ 20 บาท ส่วนชาวบ้านผู้สูงอายุที่เก็บผักพื้นบ้านริมรั้วมาขายจะให้พื้นที่ขายฟรี ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาถูก หรือตลาดที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจก็มีอยู่หลายตลาดที่นอกจากเหมาะแก่การไปจับจ่ายซื้อสินค้าแล้ว ยังเหมาะกับคนรุ่นใหม่ที่ชอบไปถ่ายรูป Selfie เก็บภาพบรรยากาศที่ระลึก ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าจะแต่งกายด้วยชุดไทยพื้นเมืองท้องถิ่น เช่น ตลาดย้อนยุคนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ตลาดริมยม 2437 จังหวัดสุโขทัย ตลาดต้าน้ำโบราณบ้านต้นตาล จังหวัดสระบุรี หรือตลาดเก่าที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานอีกหลายตลาด เช่น ตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม ของชุมชนชาวจีนโบราณตั้งแต่ พ.ศ. 2411 ซึ่งตลาดเหล่านี้ทุกตลาดต่างมีเรื่องราว (Story) จุดเด่น กลิ่นอายวัฒนธรรม วิถีชุมชนต่างๆ ที่น่าประทับใจในมุมมองต่างๆ รวมทั้งตลาดต้องชมอื่นๆ ที่ยังไม่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ต่างมีจุดเด่นบรรยากาศที่น่าสนใจแตกต่างกันไป

ทั้งนี้ กรมการค้าภายในได้ดำเนินการสำรวจประเมินผลที่ประชาชนเศรษฐกิจชุมชนจะได้รับเพิ่มขึ้น ผลการสำรวจเบื้องต้นผู้ค้าในตลาดต่างๆ ต่างกล่าวว่ามีผู้คนมาจับจ่ายสินค้าเพิ่มขึ้น รายได้ดีขึ้น โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นรวมทั้งสิ้นประมาณ 130 ล้านบาท นอกจากนี้ กรมการค้าภายในได้เชื่อมโยงตลาดโดยประสานพื้นที่ขายให้เพิ่มเติมในงานเทศกาลต่างๆ กับห้างสรรพสินค้าบางแห่ง เช่น ห้างเอ็มโพเรียม ดิเอ็มควอเทียร์ ซึ่งผู้ประกอบการยังได้ช่วยแนะนำรูปแบบภาชนะบรรจุหรือสติ๊กเกอร์ติดภาชนะให้สินค้ามีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย น่าสนใจ และสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

การดำเนินการต่อไป กรมการค้าภายในจะขยายการพัฒนาตลาดต้องชมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ การผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด และความรู้ด้านการตลาด เพื่อพัฒนาให้ผู้ค้าและตลาดมีความเข้มแข็ง และเติบโตได้อย่างยั่งยืนตลอดไป ซึ่งในที่สุดประชาชนจะมีระดับรายได้ที่ดีขึ้น เศรษฐกิจในประเทศมีความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจฐานรากและส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตต่อไป

รางวัลเกียรติยศจากการพัฒนาองค์การ ตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

กรมการค้าภายในได้ให้ความสำคัญในการให้บริการประชาชน ส่งผลให้กรมได้รับรางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.) มาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2548 จนถึงปัจจุบัน และในปีงบประมาณ 2559 ก็เช่นกัน กรมการค้าภายในได้รับรางวัลเกียรติยศถึง 3 ประเภทรางวัล โดยสำนักงาน ก.พ.ร ได้จัดพิธีมอบรางวัลให้กับส่วนราชการ ที่ได้รับรางวัลขึ้น เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2559 ณ หอประชุมกองทัพเรือ ซึ่งรางวัลที่กรมการค้าภายในได้รับมีดังนี้

1 รางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award)

เป็นรางวัลที่มอบให้กับหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง และมีผลดำเนินการปรับปรุงองค์กรตามเกณฑ์การบริหารจัดการภาครัฐอย่างโดดเด่น **ซึ่งกรมการค้าภายใน ได้รับรางวัลคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐในหมวด 6 ด้านกระบวนการคุณภาพและนวัตกรรม**

กรมการค้าภายในได้มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการทำงานให้มีคุณภาพ โดยมีเป้าหมายหลัก คือ **"การรักษาความเป็นธรรมและความสมดุลทางการค้า"** ในขณะที่ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มมีความต้องการและความคาดหวังที่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ เกษตรกรต้องการขายสินค้าเกษตรให้ได้ราคาดี ผู้ประกอบการต้องการสินค้าให้ได้กำไรมาก ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในราคาถูก กรมการค้าภายในจึงได้จัดวางระบบงานตามพันธกิจ ให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรมีความเข้มแข็ง ขายสินค้าได้ ผู้ประกอบการมีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าในราคาเหมาะสมและไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ รวมทั้ง มุ่งเน้นการจัดการความรู้ เพื่อสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย









2 รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ (Thailand Public Service Awards)

เป็นรางวัลอันทรงเกียรติที่คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการมอบให้ส่วนราชการที่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชน และสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ **ซึ่งกรมการค้าภายในได้รับรางวัลดังกล่าว ประเภทรางวัลพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง ชื่อผลงาน "การกำกับดูแลเครื่องวัดความชื้นข้าวเพื่อสร้างความเป็นธรรมในทางการค้าต่อเกษตรกร"**

กรมการค้าภายในได้กำหนดเป้าหมายสร้างความเป็นธรรมในทางการค้าต่อเกษตรกร และกำหนดให้การบังคับใช้กฎหมายชั่งตวงวัดให้มีประสิทธิภาพ โดยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการการตรวจรับรองเครื่องวัดความชื้นข้าวและให้จัดแผนออกสำรวจตรวจสอบ ณ สถานที่รับซื้อข้าวเปลือก ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 - 2558 ซึ่งกรมการค้าภายในได้ดำเนินการกำกับดูแลเครื่องวัดความชื้นข้าวเปลือกให้ได้ตามเป้าหมาย เช่น จัดตั้งห้องปฏิบัติการสอบเทียบเพิ่มขึ้นอีก 3 ห้อง คือ ห้องปฏิบัติการความชื้นข้าวศูนย์ชั่งตวงวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น) ห้องปฏิบัติการความชื้นข้าวศูนย์ชั่งตวงวัดภาคตะวันออก (ชลบุรี) ห้องปฏิบัติการความชื้นข้าวศูนย์ชั่งตวงวัดภาคใต้ (สุราษฎร์ธานี) บริการตรวจสอบรับรองความถูกต้องของเครื่องวัดความชื้นข้าวที่ใช้ในวัตถุประสงค์สำหรับวัดความชื้นขายข้าวเปลือก จำนวนประมาณ 6,500 เครื่อง เป็นต้น ส่งผลให้เกษตรกรได้รับความเป็นธรรมมากขึ้นในการขายข้าวเปลือกที่มีผลผลิตประมาณ 30 ล้านตันต่อปี ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 3 แสนล้านบาท (ประเมินราคาข้าวเปลือก กิโลกรัมละ 10 บาท)

3 รางวัลความเป็นเลิศด้านการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม (Thailand Excellent Participatory Governance Award)



เป็นรางวัลอันทรงเกียรติ ในการสร้างแรงจูงใจและสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน อันเกิดความมุ่งมั่นตั้งใจ และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารราชการ **ซึ่งกรมการค้าภายในได้รับรางวัลประเภทรางวัลพัฒนาการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม ระดับชมเชย**

กรมการค้าภายในได้ดำเนินโครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Farm Outlet) ของจังหวัดกาญจนบุรี ตามโครงการพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ที่ได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารราชการและมีการทำงานแบบร่วมมือกัน โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารราชการ ก่อให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหา แบบมีส่วนร่วมขึ้นระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

การได้รับรางวัลในครั้งนี้ ถือเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งของกรมการค้าภายใน และจะมุ่งมั่น ดำเนินการพัฒนาองค์กร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนต่อไป

การพัฒนางานด้านชั่งตวงวัด : การกำกับดูแลปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อ

เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ
THAILAND ESTIMATE MARK



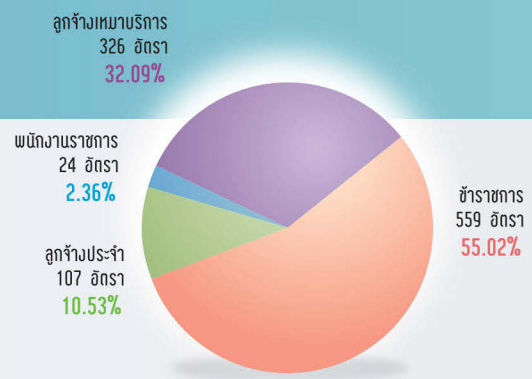
. การเข้าสู่ระบบการค้าเสรีภายใต้กรอบการค้าของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปีพ.ศ. 2558 ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าด้านสินค้าหีบห่อที่เป็นสินค้าอุปโภคและบริโภคระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนมากยิ่งขึ้น หน่วยงานด้านชั่งตวงวัดของรัฐแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนจึงเข้มงวดกับการกำกับดูแลตรวจสอบความถูกต้องของปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อตามกฎหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับปริมาณสินค้าเต็มจำนวน

องค์กรชั่งตวงวัดระหว่างประเทศภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ACCSQ-WG 3) จึงได้จัดทำข้อกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการตรวจสอบปริมาณสุทธิของสินค้าหีบห่อของอาเซียน (Asian Common Requirement of prepackages) ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และมีแนวความคิดจัดทำข้อกำหนดระบบการรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ เพื่อให้สินค้าหีบห่อได้รับการตรวจสอบความถูกต้องด้านปริมาณการบรรจุก่อนส่งมอบให้ผู้บริโภค และสินค้าหีบห่อดังกล่าวส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศไม่ต้องตรวจสอบด้านปริมาณการบรรจุของสินค้าในประเทศปลายทางอีก

กรมการค้าภายในมีหน้าที่ในการกำกับดูแลปริมาณการบรรจุและการแสดงปริมาณสุทธิของสินค้าหีบห่อ ที่มีการซื้อขายในท้องตลาดให้เกิดความเป็นธรรมทั้งต่อตัวผู้บริโภคและการค้า รวมทั้งการตอบสนองยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ในด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าให้ผู้ประกอบการทุกระดับ สนับสนุนองค์ประกอบทางการค้าให้คล่องตัวด้วยการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อปฏิบัติได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด จึงมีนโยบายเสริมสร้างผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อไทยที่ผลิต บรรจุสินค้าหีบห่อ หรือเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าสินค้าหีบห่อที่จ้างผู้ประกอบการผลิตหรือบรรจุในประเทศไทย มีการควบคุมคุณภาพด้านปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อให้มีปริมาณชั่งตวงวัดครบถ้วนถูกต้องเป็นไปตามกฎหมายประเทศไทย และยกระดับมาตรฐานการบรรจุสินค้าหีบห่อไทยสู่สากล โดยจัดทำระบบการรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อขึ้น และมอบสัญลักษณ์ **“เครื่องหมายรับรองปริมาณสินค้าหีบห่อ”** (Thailand Estimate Mark) ให้กับผู้ประกอบการไทยที่ผลิต บรรจุสินค้าหีบห่อที่มีการควบคุมคุณภาพ ด้านปริมาณ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขของการบรรจุสินค้าหีบห่อตามมาตรฐานที่กรมการค้าภายในกำหนด และสอดรับกับข้อกำหนดหลักเกณฑ์ในอนาคตของตลาดอาเซียน

ผู้ประกอบการสินค้าหีบห่อจะสามารถใช้สัญลักษณ์แสดงหรือติดบนฉลากสินค้าที่ตนเองผลิต บรรจุสินค้าหีบห่อหรือเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าสินค้าหีบห่อที่จ้างผู้ประกอบการผลิตหรือบรรจุในประเทศไทย เพื่อการส่งสินค้าออกขายหรือจำหน่ายในตลาดอาเซียนได้โดยไม่ต้องตรวจสอบด้านปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่ออีก ปัจจุบันมีสินค้าหีบห่อได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมาย จำนวน 136 ชนิด และอยู่ระหว่างการยื่นขออนุญาตใช้เครื่องหมายและการตรวจสอบจำนวนกว่า 100 ชนิด

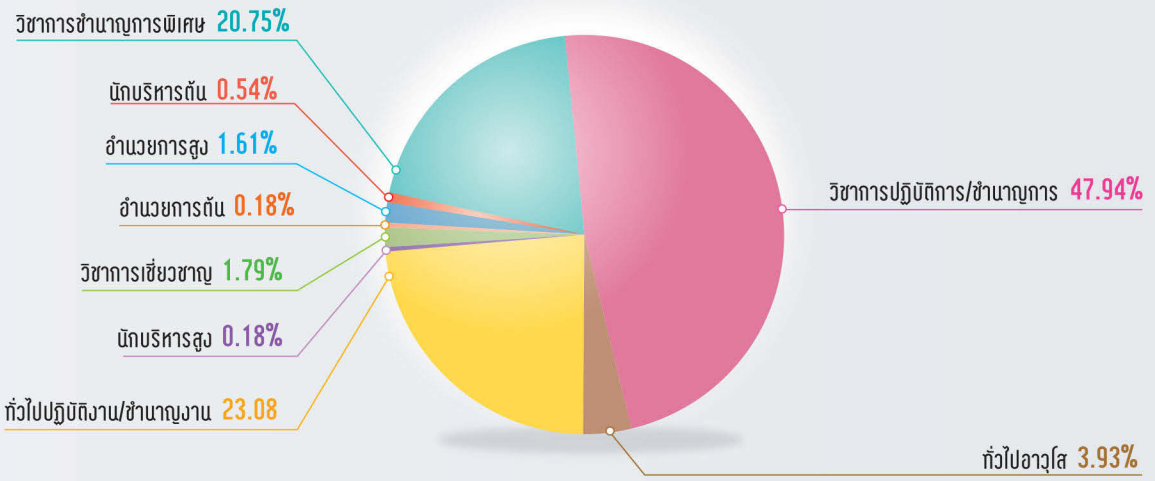
อัตรากำลังกรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559



ประเภทอัตรากำลัง	จำนวน (อัตรา)	ร้อยละ
ข้าราชการ	559	55.02
ลูกจ้างประจำ	107	10.53
พนักงานราชการ	24	2.36
ลูกจ้างเหมาบริการ	326	32.09
รวม	**1,016**	**100.00**

จำนวนข้าราชการจำแนกตามประเภทและระดับตำแหน่ง

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



งบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

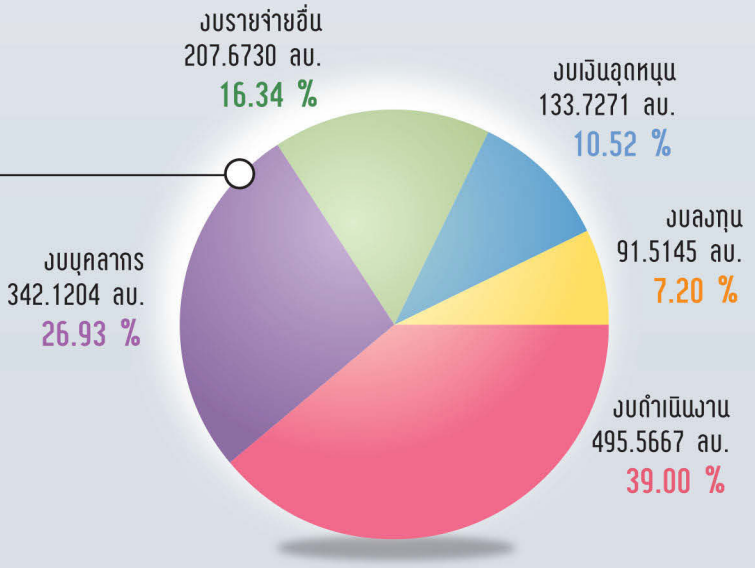
ในปีงบประมาณ พ.ศ.2559 กรมการค้าภายในได้รับจัดสรรงบประมาณรวมทั้งสิ้น 1,270.6017 ล้านบาท ประกอบด้วย 4 แผนงาน ได้แก่

1. แผนงานส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิต การสร้างมูลค่าภาคการเกษตร และการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรอย่างเป็นระบบ จำนวน 550.7690 ล้านบาท
2. แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพภาคการตลาด การค้า และการลงทุน จำนวน 690.9507 ล้านบาท
3. แผนงานส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จำนวน 8.6560 ล้านบาท
4. แผนงานแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 20.2260 ล้านบาท

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณที่ได้รับในปีงบประมาณ 2558 จำนวน 1,310.4536 ล้านบาท ลดลง 39.8519 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 3.04 โดยจำแนกงบประมาณ ที่ได้รับปีงบประมาณ 2559 ตามประเภทรายจ่ายเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

หมวดรายจ่าย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ร้อยละ
งบดำเนินงาน	495.5667	39.00
งบบุคลากร	342.1204	26.93
งบรายจ่ายอื่น	207.6730	16.34
งบเงินอุดหนุน	133.7271	10.53
งบลงทุน	91.5145	7.20
รวมงบประมาณ	**1,270.6017**	**100.00**

การได้รับงบประมาณประจำปี 2559 จำแนกตามประเภทรายจ่าย



เปรียบเทียบงบประมาณรายจ่าย
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558
และปีงบประมาณ พ.ศ.2559

หมวดรายจ่าย	ปี 2558	ปี 2559	เปลี่ยนแปลง	
			เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ
งบบุคลากร	**330.3398**	**342.1204**	**11.7806**	**3.57**
เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	326.3123	337.4713	11.1590	3.42
พนักงานราชการ	4.0275	4.6491	0.6216	15.43
งบดำเนินงาน	**493.9821**	**495.5667**	**1.5846**	**0.32**
ค่าตอบแทน ใช้สอย และวัสดุ	471.6611	472.2658	0.6047	0.13
ค่าสาธารณูปโภค	22.3210	23.3009	0.9799	4.39
งบลงทุน	**101.3575**	**91.5145**	**(9.8430)**	**(9.71)**
ค่าครุภัณฑ์	98.0575	63.1854	(34.8721)	(35.56)
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	3.3000	28.3291	25.0291	758.46
งบเงินอุดหนุน	**165.1322**	**133.7271**	**(31.4051)**	**(19.02)**
งบรายจ่ายอื่น	**219.6420**	**207.6730**	**(11.9690)**	**(5.45)**
รวม	**1,310.4536**	**1,270.6017**	**(39.8519)**	**(3.04)**

งบแสดงฐานะการเงิน

กรมการค้าภายใน งบแสดงฐานะการเงิน
ณ วันที่ 30 กันยายน 2559

(หน่วย : บาท)

สินทรัพย์ / หนี้สิน	2559	2558
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	19,637,612.28	20,576,347.43
ลูกหนี้ระยะสั้น	33,818,347.1	6,419,304.10
วัสดุคงเหลือ	456,620.81	692,875.47
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	**53,912,580.19**	**27,688,527.00**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	376,607,733.86	360,149,871.91
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	66,884,054.26	64,025,381.98
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	**443,491,788.12**	**424,175,253.89**
รวมสินทรัพย์	**497,404,368.31**	**451,863,780.89**
หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้ระยะสั้น	82,452,256.27	46,281,332.14
เงินรับฝากระยะสั้น	16,257,623.69	15,182,358.20
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	**98,709,879.96**	**61,463,690.34**
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
รายได้รอการรับรู้ระยะยาว	2,222,681.99	18,000.00
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว	2,300,000.00	3,800,000.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	**4,522,681.99**	**3,818,000.00**
รวมหนี้สิน	**103,232,561.95**	**65,281,690.34**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**394,171,806.36**	**386,582,090.55**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		
ทุน	95,771,110.02	95,771,110.02
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม	298,400,696.34	290,810,980.53
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**394,171,806.36**	**386,582,090.55**

กรมการค้าภายใน งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2559

(หน่วย : บาท)

รายได้	2559	2558
รายได้		
รายได้จากงบประมาณ	1,626,473,743.32	1,507,991,286.55
รายได้อื่น	3,801,688.42	4,611,075.91
รวมรายได้	**1,630,275,431.74**	**1,512,602,362.46**
ค่าใช้จ่าย		
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	412,458,771.85	405,364,203.39
ค่าบำเหน็จบำนาญ	137,843,695.16	119,086,057.82
ค่าตอบแทน	5,002,110.00	2,052,990.00
ค่าใช้สอย	779,275,221.85	613,407,312.94
ค่าวัสดุ	43,797,696.92	50,166,520.29
ค่าสาธารณูปโภค	23,984,441.81	22,384,312.89
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	72,671,559.96	55,803,978.90
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนและบริจาค	131,377,300.00	162,583,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น	625,301.61	60,694.29
รวมค่าใช้จ่าย	**1,607,036,099.16**	**1,430,909,070.52**
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	**23,239,332.58**	**81,693,291.94**



DIT

กรมการค้าภายใน



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | MINISTRY OF COMMERCE

“ เศรษฐกิจการค้าในประเทศ
มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม
ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี ”

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
563 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
โทร. 0-2507-6111 โทรสาร 0-2547-5361 www.dit.go.th