



รายงานประจำปีงบประมาณ 2556

# 2013

## ANNUAL REPORT



**DOT**



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce

## สารอธิบดีกรมการค้าภายใน



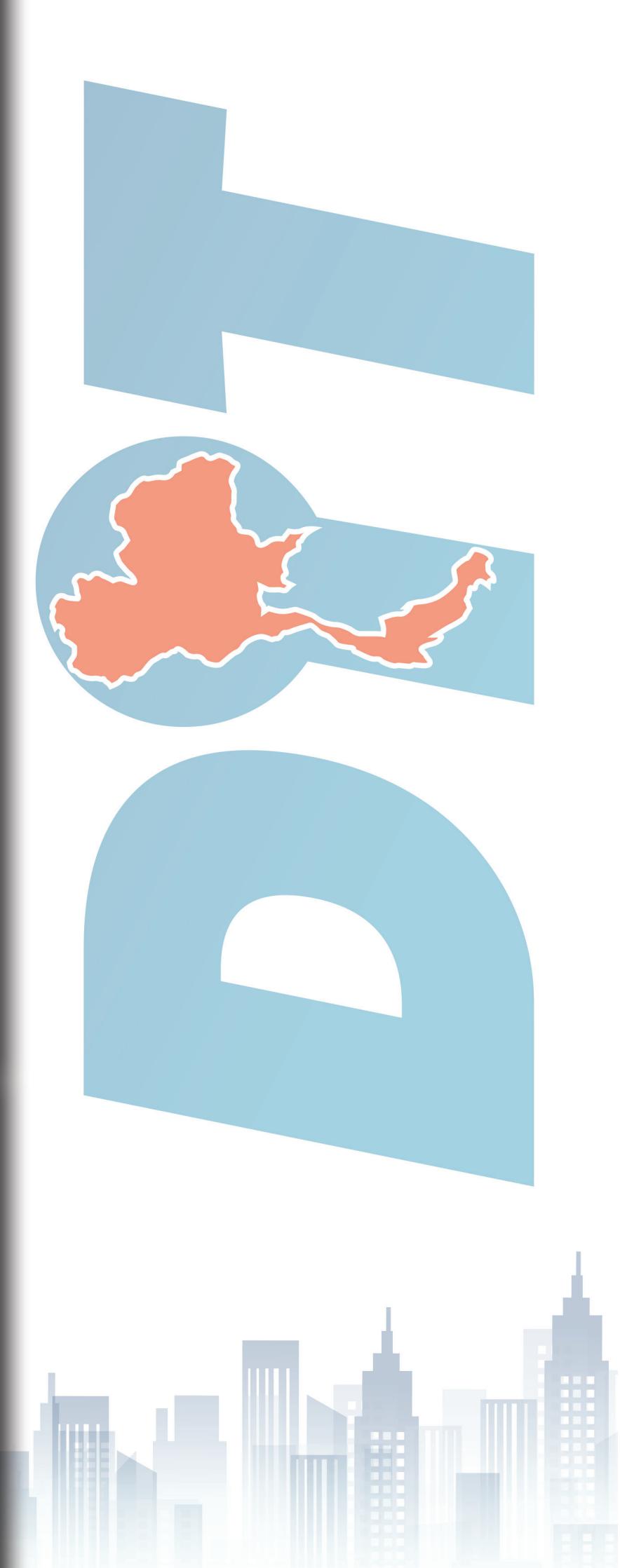
ในรอบปี 2556 เศรษฐกิจของไทยมีการขยายตัวลดลงจากปีที่ผ่านมาค่อนข้างมาก โดยภาคการส่งออกซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจมีการชะลอตัวลงจากภาวะเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่าง ๆ เช่น การปรับขึ้นค่าจ้างแรงงาน อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินและการที่เปลี่ยนแปลงผันผวนทั่วโลก ซึ่งล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิต ต้นทุนการผลิต และระบบการค้าในประเทศไทย

กรมการค้าภายในในฐานะที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแลระบบการค้าในประเทศไทยให้เกิดความเป็นธรรมต่อประชาชนทั้งผู้บริโภค เกษตรกรและผู้ประกอบการ ซึ่งต่างก็มีผลประโยชน์หรือความต้องการที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นการที่จะทำให้ทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรมจึงเป็นงานที่สำคัญ การทำงานของกรมการค้าภายในจึงต้องมีการพัฒนาในทุกด้านอย่างรอบคอบและต่อเนื่อง โดยมุ่ง乎ศาสตร์และเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน มีการบริหารจัดการที่ดี มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนทุกฝ่าย นอกจากนี้จะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของบุคลากรในองค์กรที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นแหล่งความรู้ที่พร้อมรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงโดยการจัดทำข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้สูงบริโภค เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจในการจะเลือกซื้อหรือขายสินค้าในเวลาและสถานที่ที่จะได้รับประโยชน์สูงสุด ในรอบปีที่ผ่านมาข้าราชการและพนักงานของกรมการค้าภายในทุกท่านได้มุ่งมั่นตั้งใจและทุ่มเทการทำงานอย่างเต็มที่ เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งปัญหาเฉพาะหน้า และการคาดการณ์ทิศทางภาวะเศรษฐกิจในอนาคต รวมทั้งยังได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี ส่งผลให้งานของกรมการค้าภายในประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

สุดท้ายนี้ กระผมขอขอบคุณเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายในทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็ง เต็มความสามารถ และขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของกรมการค้าภายใน เพื่อพัฒนาระบบการค้าไทยให้ก้าวหน้าและมั่นคงต่อไป



(นายสมชาย สร้อยทอง)  
อธิบดีกรมการค้าภายใน



# สารบัญ



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์  
DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce

## สารอธิบดีกรมการค้าภายใน 1

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกรมการค้าภายใน

พัฒนาระบบราชการ	6
ว่าด้วยหน้าที่ของกรมการค้าภายใน	10
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน	11
โครงสร้างขององค์กร	13
การบริหารราชการกรมการค้าภายใน	14
อัตรากำลัง	20
งบประมาณ	21

### ส่วนที่ 2 ผลการปฏิบัติราชการ

ผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการประจำปี	26
งบประมาณ พ.ศ. 2556	
ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	32
ผลการดำเนินงานตามพระราษฎร์บัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540	48
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	

### ส่วนที่ 3 บทความ

ตลาดข้อตกลง ลดความเสี่ยง เพิ่มความมั่นคงของรายได้เกษตรกร	52
การพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)	54
ศูนย์รวมรวมและกระจายสินค้าเกษตร เติร์ยมพร้อมระบบโลจิสติกส์สินค้าเกษตร	56
สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	
ปฏิทินสินค้าเกษตร...วางแผนการผลิต การจำหน่ายได้ราคาดี	58
กรมการค้าภายในสนับสนุนธุรกิจไทยพร้อมก้าวเข้าสู่ AEC	60
เลี้ยงดูสัตว์ในกระบวนการผลิต...เพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่เกษตรกร	62

### ส่วนที่ 4 รายงานฐานะการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน	66
งบรายได้ค่าใช้จ่าย	68
รายงานรายได้เพ่นเติน	69



# ส่วนที่ 1

## ข้อบุลก้าวไปของกรรมการค้าภายใน

- พัฒนาระบบการค้าภายใน
- อำนวยหน้าที่ของกรรมการค้าภายใน
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ระบบการค้าภายใน
- โครงสร้างขององค์กร
- การบริหารราชการกรมการค้าภายใน
- วัตถุกำลัง
- งบประมาณ



# ผู้บริหารกรรมการค้าภายใน



นายสมชาติ สร้อยกอง

อธิบดีกรมการค้าภายใน



นายสันติเชษย์ สารกวัลย์แพคย์

รองอธิบดีกรมการค้าภายใน



นายสุชาติ สันรัตน์

รองอธิบดีกรมการค้าภายใน



นางสาวนพพร ล้านทอง

รองอธิบดีกรมการค้าภายใน



นายอุดมย์ อุวัทกยาพาณิชย์

พู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์



นางสุดาสมร สุวรรณลาภจิติกุล

พู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้นทุน  
และการกำหนดราคาสินค้า



นายรพันธ์ ประเสริฐชัยวงศ์

พู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรฐานการทางการค้า



นางสาวพัทยา เชิงสะอาด

พู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมและพัฒนา  
ระบบการค้าในประเทศไทย



นางสาวสุทธารี รา耶เรืองระบัน

พู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมการค้าเกษตร ปรับตัวเข้ากับ  
ผู้อ่านวิถีการค้าโลก



นายวรุฒิ กองสุกติ

พู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบและระบบการตรวจสอบ ปรับตัวเข้ากับ  
ผู้อ่านวิถีการค้าโลก



นายศักดิ์ชัย หัสพินทร์

พู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการเชิงตัวจริง

# พู้บเริ่มการค้าภายใน



นายอ๊กทิพงศ์ คุณกรบดี恩ทร์

พู้อໍານวยการกองส่งเสริมการค้า  
ສັນຕະເກຫດຕຣ 1



นายฉัตรชัย ศักดิ์ศิลป์ปั้ย

พู้อໍານวยการສ້ານັກສານທະເກ  
ແລະພັນງານການຄ້າໃນປະເທດ



นายจินทร์ สุทธนารักษ์

พู้อໍານวยการສ້ານັກເຊື່ອຕວງວັດ



นายกเวศักดิ์ ຈິ້ນແຈ່ນ

พู้อໍານวยการສ້ານັກຕຽບສອບແລະປົງບັດກາຮ



นายสมศักดิ์ ເກຍະຕີເຊຍລັກບໍລິ

พู้อໍານวยการສ້ານັກວັດຮະບບຮາຄາ  
ແລະປະມານສັນຕິ



นางวนิชร์ รังสิพิชาธุ

พู้อໍານวยการສ້ານັກສ່າງເສັນ  
ກາງການຄ້າ



นางสุมิลี ວາສຶກບັນທຶກ

พู้อໍານวยการกองສ່າງເສັນ  
ແລະບົງກາຮະບບຕລາດ



นางพกนาສ ຮ່າເຮັງໃຈ

ເລຫານຸກກາຮນ



นางสาวเรวี วงศ์วุฒิผล

พู้อ่านวยการกองบังคับการ



นางสาวสิตามา งามทวีรัตน์

พู้อ่านวยการสำนักจัดระบบและพัฒนา  
มาตรฐานทางการค้า



นายวัชรศักดิ์ พรหมบุญ

พู้อ่านวยการสำนักบริหารกิจการการค้า  
ในภูมิภาค



นายอั้นcar พวงนาค

พู้อ่านวยการสำนักกำกับ  
และตรวจสอบเครื่องซึ่ง



นางบุษบา จันทร์กุศล

พู้อ่านวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ



นายอ่านวย โพธาราม

พู้อ่านวยการกลุ่มพัฒนาระบบธุรกิจ



นางวรณิกา ปันกอน

พู้อ่านวยการกลุ่มตรวจสอบภายใน



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์  
DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce



## อำนาจหน้าที่ ของกรมการค้าภายใน

- ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า กฎหมายว่าด้วยการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานชั้นตัวดี กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานชั้นตัวดี กฎหมายว่าด้วยการควบคุมกิจการคลังสินค้าหรือกิจการอื่นที่มีสภาพคล้ายคลึงกัน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- จัดทำและประสานแผนปฏิบัติราชการของกรมให้เป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติราชการของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติราชการของกรม และดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติและประมาณผลพัฒนาระบบ และให้บริการข้อมูลสารสนเทศการค้าภายในประเทศ
- จัดระบบ ส่งเสริม และพัฒนาการค้า การตลาด และตลาดภายในประเทศให้เกิดประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรมาภิบาล
- จัดระบบและส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษา rate ดับราคาสินค้าเกษตร
- ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมและป้องกันการผูกขาดด้วยมาตรการตัดตอนทางการค้า
- จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง
- จัดระบบและการพัฒนาการชั้นตัวดีในเชิงพาณิชย์
- จัดระบบเกี่ยวกับการค้าและการตลาด รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ และควบคุมการประกอบธุรกิจ
- พัฒนากฎหมาย กฎ และระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเพื่อส่งเสริมการค้าให้เป็นธรรม
- ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะกรรมการตีมอบหมาย

## วิสัยทัศน์ ของกรมการค้าภายใน

# VISION

**“เศรษฐกิจการค้าในประเทศไทยมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม และพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง ”**

## พันธกิจ

# MISSION

- พัฒนาและส่งเสริมระบบตลาดและการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางการค้า และขีดความสามารถในการแข่งขัน
- ดูแลราคาสินค้าเกษตรให้มีเสถียรภาพและสร้างความมั่นคงด้านรายได้ ให้เกษตรกร
- ดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ ภาระค่าครองชีพให้อยู่ในระดับ ที่เหมาะสม เป็นธรรม โดยคำนึงถึงกลไกตลาด รวมทั้งสร้างความเข้มแข็ง ให้ผู้บริโภคในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง
- เสริมสร้างมาตรฐานการซื้อขายวัสดุให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อสนับสนุน การค้าให้เข้มแข็งและเป็นธรรม
- ดูแลการประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันอย่างเสรี เป็นธรรมและมีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งป้องกันการผูกขาดตัดตอนทางการค้า
- พัฒนาองค์กรให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี



## เป้าประสงค์

# STRATEGIC GOAL

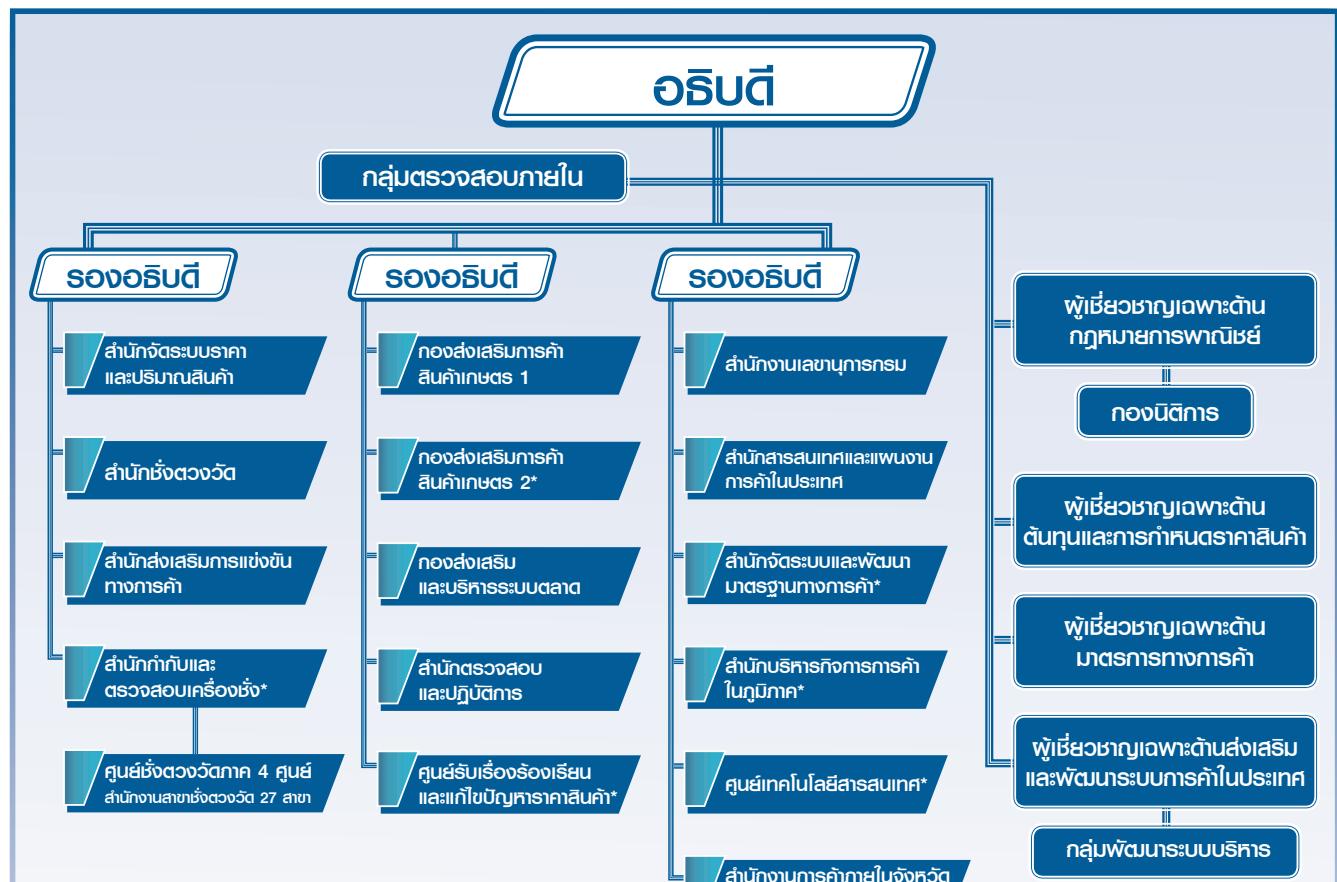
- เกษตรกรได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขาย ราคาสินค้าเกษตรมีเสถียรภาพและมีความมั่นคงด้านรายได้
- สินค้าและบริการมีราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม ปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเองและบรรเทาภาระค่าครองชีพได้
- การซื้อขายวัสดุได้มาตรฐานสากล สร้างความเป็นธรรมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทางการค้า
- ธุรกิจมีการแข่งขันอย่างเสรี เป็นธรรม และมีธรรมาภิบาลทางการค้า
- ระบบการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล บนพื้นฐานของหลักการบริหาร กิจการบ้านเมืองที่ดี



## ยุทธศาสตร์การค้าภายใน

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
1. การเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด การตลาด และมาตรฐานทางการค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนการสร้างความมั่นคงในอาชีพและรายได้ให้เกษตรกร</li> <li>พัฒนาและส่งเสริมระบบตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า</li> <li>ส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานและขยายการจัดทำมาตรฐานการค้าของสินค้าเกษตร</li> <li>สนับสนุนให้ใช้เครื่องมือวัดคุณภาพสินค้าเกษตรทางการค้า</li> </ul>
2. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร	<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน</li> <li>พัฒนาเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพ</li> </ul>
3. การสร้างความเป็นธรรมด้านราคา ปริมาณ คุณภาพ และลดภาระค่าครองชีพในสินค้าที่จำเป็น	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพิ่มประสิทธิภาพการทำกับดูและราคาสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสม สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและการตลาด</li> <li>เพิ่มประสิทธิภาพการทำกับและตรวจสอบให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และมาตรการทางการค้าที่กำหนด</li> <li>เสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินการในการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน</li> <li>สนับสนุนการผลิตและการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็น</li> <li>พัฒนาบทบาทเครือข่ายผู้บริโภค รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้กับผู้บริโภค</li> <li>ส่งเสริมการประกอบธุรกิจ โดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาภิบาล รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม</li> <li>พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน</li> </ul>
4. การเสริมสร้างมาตรฐานการชั่งตวงวัดให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อสนับสนุนการค้าให้เข้มแข็ง และเป็นธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดให้เที่ยบเท่ากับมาตรฐานชั่งตวงวัดสากลและทันต่อการเปลี่ยนแปลง</li> <li>เพิ่มประสิทธิภาพการทำกับ ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าที่บอบช้ำให้ถูกต้อง เที่ยงตรง ปริมาณครบถ้วน</li> <li>ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัดมีความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงส่งเสริมให้มีมาตรฐานทางการค้าของอาเซียน</li> <li>ขยายขอบเขตการการทำกับดูและเครื่องชั่งตวงวัดชนิดใหม่ ที่สำคัญต่อการค้าและบริการ</li> </ul>
5. การกำกับและส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>รักษาและยกระดับประสิทธิภาพการทำกับดูและการแข่งขันทางการค้า</li> <li>ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและภูมิคุ้มกันในการประกอบธุรกิจ</li> </ul>
6. การพัฒนาองค์กรให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางบนพื้นฐานของหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance)</li> </ul>

## โครงสร้างของกรมการค้าภายใน



# การบริหารราชการ กรมการค้าภายใน

กรมการค้าภายในได้ปรับปรุงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายใน เนื่องจากให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้นและเหมาะสมกับสภาพของงานที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อให้การปฏิบัติภารกิจตามอำนาจหน้าที่ของกรมการค้าภายในมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น ประกอบด้วย 15 สำนัก/กอง/ศูนย์และ 2 กลุ่ม และหน่วยงานในส่วนภูมิภาค จำนวน 107 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานการค้าภายในจังหวัด 76 จังหวัด ศูนย์ชั้นตัววัดภาค 4 แห่ง และสำนักงานสาขาชั้นตัววัด 27 แห่ง โดยมีภารกิจในความรับผิดชอบ ดังนี้

## 1 สำนักงานเลขานุการกรม

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไป งานสารบรรณ งานข่าวやり寒暄 งานประชุม งานประสารานาการ และงานเลขานุการ ของกรม ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การงบประมาณ การพัสดุ อาคารสถานที่ และยานพาหนะ จัดระบบงาน บริหารงาน และพัฒนา ทรัพยากรบุคคล การเสริมสร้างวินัย ดำเนินการทางวินัย การรักษาระบบ คุณธรรม งานสวัสดิการบุคคลฯ และการคุ้มครองจริยธรรมของกรม



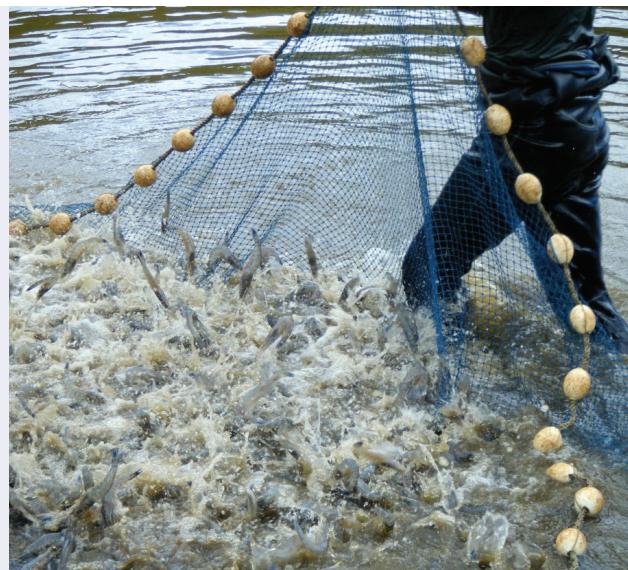
## 2 กองบังคับการ

มีหน้าที่และความรับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายว่าด้วยราศาสตร์ค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า กฎหมายว่าด้วยการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตรฐานชั้นตัววัด กฎหมายว่าด้วยการควบคุมกิจกรรมคลังสินค้าหรือกิจการอื่น ที่มีสภาพคล้ายคลึงกัน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการเกี่ยวกับ งานนิติกรรมและสัญญา งานเกี่ยวกับความรับผิดทางแพ่งและอาญา งานคดีปกครอง การร้องทุกข์กล่าวโทษ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท กำหนด มาตรการทางกฎหมายในการดูแลระบบการค้า กลไกตลาด รักษาความเป็นธรรม ทางการค้าและคุ้มครองผู้บริโภค และการพัฒนากฎหมาย



## 3 กองส่งเสริมสืบค้าการเกษตร 1

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้า สินค้าเกษตรในประเทศไทย ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบ การค้าการแก้ไขปัญหาภาคราชและภารตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา คุณภาพและการแปรรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถ ด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการนโยบาย และมาตรการเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร และคณะกรรมการนโยบายอาหาร รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะกรรมการ คณะกรรมการ และคณะกรรมการที่ดำเนินการตั้งแต่ต้น



## การบริหารและการกรมการค้าภายใน

### 4 กองส่งเสริมสินค้าการเกษตร 2

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า และผลกระทบข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศไทย ประเมินสถานการณ์ สร้างระบบเตือนภัย เสนอ มาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า การแก้ไขปัญหาราคาและการตลาด ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา คุณภาพและการปรับรูปในสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ พัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดแก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและ มาตรการที่ภาครัฐกำหนด และการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วย การค้าข้าว คณะกรรมการนโยบายข้าวแห่งชาติ คณะกรรมการนโยบาย มันสำปะหลัง และคณะกรรมการนโยบายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะกรรมการและคณะทำงานตามที่ได้รับ การแต่งตั้ง



### 5 กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการวิเคราะห์ วิจัยโครงสร้าง การตลาด ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนแบบต่าง ๆ จัดให้มีสารสนเทศระบบ ตลาด ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านการตลาด และถ่ายทอดความรู้แก่ ผู้เกี่ยวข้อง จัดให้มีมาตรฐานของตลาด และส่งเสริมและพัฒนาคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น และสิงขานวยความสะดวกทางการตลาด ดำเนินการ เกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการวินิจฉัยอุทธรณ์ตามกฎหมาย ว่าด้วยการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า กำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ภายใต้การส่งเสริม และการกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ และ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า



### 6 สำนักจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์ ติดตามภาวะ บริมาณ ต้นทุน และราคาของสินค้าและบริการ รวมทั้งวัดดูดิบ เพื่อให้ราคา สดุดองกับปัจมุនย คุณภาพ และมาตรฐาน ตลอดจนบิมาณสินค้ามี เพียงพอและกระจายอย่างทั่วถึง ศึกษา วิเคราะห์และวิจัยรูปแบบการค้า และกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการตลาดสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มี ผลกระทบต่อผู้บริโภค พัฒนาหลักเกณฑ์ และวิธีการกำกับดูแลราคาและ บริมาณสินค้าและบริการ ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการ ตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ และดำเนินการเกี่ยวกับ การแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความเป็นธรรม ด้านราคาและปริมาณ



# การบริหารและการนัดการค้าภายใน

## 7 สำนักซั่งตวงวัด

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนา กำหนด และทดสอบ มาตรฐานเครื่องดูด เครื่องดูด รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบ และระเบียบการใช้เครื่องดูด เครื่องดูดให้เป็นไปตามมาตรฐานนานาชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาแบบมาตรฐานและวัด กำกับดูแล การประกอบธุรกิจผลิต นำเข้า ซ่อม ขายเครื่องซั่งตวงวัด และการประกอบธุรกิจให้บริการซั่ง ตวงหรือวัด กำหนดหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาต ให้ผู้ประกอบธุรกิจผลิตหรือซ่อมเครื่องซั่งตวงวัดสามารถตรวจสอบให้ คำรับรองเครื่องซั่งตวงวัดที่ตนผลิตหรือซ่อม ตรวจสอบให้คำรับรอง และตรวจสอบ ความถูกต้องของเครื่องดูดและเครื่องดูด กำหนดมาตรฐานการบรรจุ วิธีการแสดง ปริมาณสุทธิ ตรวจสอบความถูกต้อง การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายค่า รับรองมาตรฐานของปริมาณการบรรจุของสินค้าที่ห่อ และตรวจสอบให้ คำรับรองมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ใช้ในการตรวจสอบ จำนวนหน่วยสินค้าที่เป็น ของเหลว กำกับดูแลสินค้าหับห่อและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการให้ความรู้ ด้านซั่งตวงวัด



## 8 สำนักตรวจสอบและปฏิบัติการ

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการกำกับดูดและตรวจสอบ มีให้เกิดการเอาไว้ดูแลปรับปรุงในการขายสินค้าและบริการ ทั้งด้านราคาและ ปริมาณ และพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ตรวจสอบดูแลให้มี การปฏิบัติตามกฎหมายที่กรมรับผิดชอบ และมาตรฐานที่ทางราชการ กำหนด สืบสานพุทธิกรรมทางการค้าและดำเนินคดีตามกฎหมายใน ความรับผิดชอบของกรมหรือตามที่ได้รับมอบหมาย ส่งเสริมให้สู่ประกอบ ธุรกิจมีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และมี จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาค ประชาชนในการจัดทำเครือข่าย “อาสาลงพื้นที่ 1569” ให้เป็นแนวร่วมเพื่อ ช่วยปฏิบัติงานของกรม



## 9 สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า

มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ศึกษา วิเคราะห์ เกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจ และการตลาดของสินค้าและบริการ และพอดีกรรมในการประกอบธุรกิจ ติดตามความเคลื่อนไหว และรับรวมข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ พฤติกรรมทางการค้า วิเคราะห์ และเสนอแนะแนวทางการดำเนินการ ต่อคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า พัฒนาและกำหนดมาตรการ แนวทาง หลักเกณฑ์การส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม ส่งเสริม วัฒนธรรมการแข่งขันให้เป็นไปตามหลักสากล กำกับดูแลการประกอบธุรกิจ ให้มีการแข่งขันตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า ส่งเสริมให้ความ รู้ ความเข้าใจ และประชาสัมพันธ์ เมยแพร์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติ งานตามกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าและดำเนินการเกี่ยวกับ งานคุ้มครองคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าและปฏิบัติหน้าที่ เลิกกุญแจของคณะกรรมการที่คณะกรรมการฯแต่งตั้งตามกฎหมายว่าด้วย การแข่งขันทางการค้า



## การบริหารและการกิจกรรมการค้าภายใน

### 10 สำนักสารสนเทศและแผนงานการค้าในประเทศไทย

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์ ประสานการจัดทำแผนงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ กำกับ ติดตาม เจรจาต่อรอง ปฏิบัติงาน ประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และจัดทำตัวชี้วัดความสำเร็จ ของงาน การเปิดเผยแผนและผลการดำเนินงานต่อสาธารณะ จัดระบบ เทคโนโลยีและสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลและสารสนเทศ จัดทำและพัฒนาระบบทดลองโดยสารสนเทศเพื่อการบริหารสำหรับใช้สนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผน การบริหารจัดการภาระปฏิบัติงานด้านการค้าภายใน เมียแพร์และให้บริการข้อมูลสารสนเทศ ดำเนินการงานประจำสัมพันธ์ และเผยแพร่องค์ความรู้ทางการค้าภายในประเทศและผลการดำเนินงาน งานวิเทศสัมพันธ์ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน จัดทำ ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเชิงวิชาการและยุทธศาสตร์ นโยบายและมาตรการทางการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจ



### 11 กลุ่มตรวจสอบภายใน

มีหน้าที่และความรับผิดชอบ เกี่ยวกับการประเมินความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงาน ตรวจสอบและการปรับปรุงการบริหาร ความเสี่ยง การควบคุมและการกำกับดูแล สอบทานระบบการปฏิบัติงาน ตามมาตรฐาน และ/หรือกฎหมาย ประเมินข้อบังคับ คำสั่งที่ทางราชการ กำหนด สอบทานความถูกต้องของข้อมูลการดำเนินงาน การเงินการบัญชี และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบระบบการดูแลรักษา และความปลอดภัย ของทรัพย์สิน และประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการเงินการบัญชี ของกรม



### 12 กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอแนะและให้คำปรึกษา เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในกรม ประสานและดำเนินการ เกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการ ร่วมกับหน่วยงานกลางต่าง ๆ และหน่วยงาน ในสังกัด



## การบริหารและการนับการค้าภายใน

### 13 สำนักกำกับและตรวจสอบเครื่องชั่ง

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาและกำหนดมาตรฐานของตุ้มน้ำหนักแบบมาตรฐาน เครื่องชั่ง และเครื่องวัดสินค้าเกษตร วิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรง การให้คำอธิบายตุ้มน้ำหนัก เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปรับปรุง กฎหมาย กฎระเบียบ เกี่ยวกับการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรให้เป็นปัจจุบัน มาตรฐานชาติ จัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาตุ้มน้ำหนักแบบมาตรฐานและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแบบมาตรฐาน และตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตร การให้คำแนะนำ คำแนะนำในการใช้เครื่องชั่งและเครื่องวัดสินค้าเกษตรแก่ประชาชน และพัฒนาบุคลากรด้านชั่งทางวัด



### 14 สำนักจัดระบบและพัฒนามาตรฐานการทำงานค้า

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับ ศึกษา วิเคราะห์ถูปแบบการค้า และกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งสินค้าและบริการให้เข้าสู่ตลาด ดำเนินการเพื่อให้มีมาตรฐานทางการค้า ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานที่กำหนด และมีวิธีธรรมในกระบวนการประกอบธุรกิจ ดำเนินการเพื่อให้บริษัทสินค้าเพียงพอและกระจายทั่วถึงกับความต้องการ กำหนด มาตรการและแผนงานในการบริหารจัดการให้มีการจำหน่ายสินค้าคุณภาพ กว้างไกล เพื่อเพิ่มทางเลือกและลดภาระค่าครองใช้ รวมทั้งช่วยเหลือราคาน้ำดื่มในภาวะวิกฤตหรือภาวะจำเป็น กำหนดแนวทางการจัดระเบียบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกรักผูกพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่ายผู้บริโภค



### 15 สำนักบริหารกิจการการค้าในภูมิภาค

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำยุทธศาสตร์การค้า การตลาดของภูมิภาค วิเคราะห์แผนงาน โครงการและงบประมาณ ประสานการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการ พัฒนาระบบงานและระบบข้อมูลในภูมิภาค สนับสนุนข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการและการให้บริการ ประชาชน สร้างมาตรฐานการปฏิบัติงาน และประเมินผลการปฏิบัติงาน ของสำนักงานการค้าภายในจังหวัด ดำเนินการตามแผนงาน โครงการตามนโยบายเร่งด่วนและโครงการพิเศษของกรมการค้าภายใน รวมทั้งประสานและติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของสำนักงานการค้าภายในจังหวัด



## การบริหารและการกรมการค้าภายใน

### 16 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ

มีหน้าที่และความรับผิดชอบด้านนโยบายและแผนงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาและให้บริการระบบงาน ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายและความมั่นคงปลอดภัย กำหนดมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและแผนปฏิบัติการของกรม พัฒนาระบบทุกในเทคโนโลยีสารสนเทศและภาครัฐ จัดทำแผนแม่บทระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและวางแผนระบบเครือข่ายรองรับการเขื่อมโยงระบบงานหรือข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำร่องวิธีการและมาตรฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่าย และโปรแกรม รวมทั้งให้บริการและเผยแพร่ข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร



### 17 ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาค่าสินค้า

มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปริมาณ ราคัสินค้าและบริการ และพดติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ประสานงานการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน กำกับดูแลการรับแจ้งข้อมูล การขออนุญาตตามกฎหมายในความรับผิดชอบของกรม สืบสวน และดำเนินคดี ตามความผิดที่ปรึกษาได้ และให้คำปรึกษา แนะนำ เจรจาไกล่เกลี่ย ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ





# อัตรากำลัง กรรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

กรอบอัตรากำลังข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการ

ประเภทอัตรากำลัง	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	865 อัตรา	85.30
ลูกจ้างประจำ	133 อัตรา	13.12
พนักงานราชการ	16 อัตรา	1.58
รวม	1,014 อัตรา	100.00

จำนวนข้าราชการจำแนกตามประเภทและระดับตำแหน่ง

ประเภท/ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
นักบริหารสูง	1 อัตรา	0.11
นักบริหารต้น	3 อัตรา	0.35
อำนวยการสูง	9 อัตรา	1.04
วิชาการเชี่ยวชาญ	7 อัตรา	0.81
วิชาการชำนาญการพิเศษ	180 อัตรา	20.81
วิชาการชำนาญการ	227 อัตรา	26.24
วิชาการปฏิบัติการ	235 อัตรา	27.17
ที่ปรึกษา	22 อัตรา	2.54
ที่ปรึกษาฝ่ายงาน	103 อัตรา	11.91
ที่ปรึกษาปฏิบัติงาน	78 อัตรา	9.02
รวม	865 อัตรา	100.00

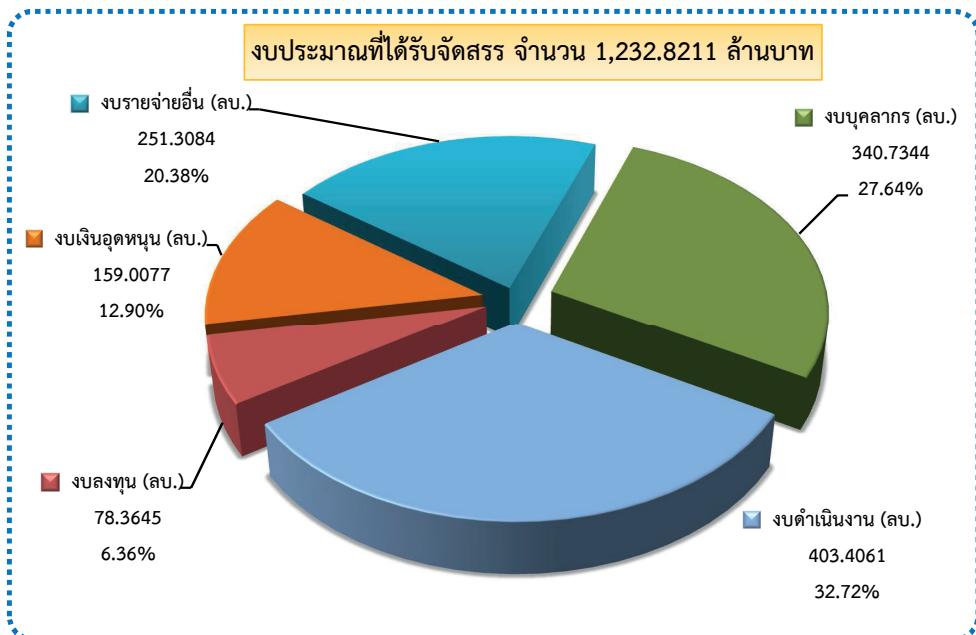
# งบประมาณรายจ่าย

## ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 กรมการค้าภายในได้รับการจัดสรรงบประมาณรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,232.8211 ล้านบาท ประกอบด้วย 4 แผนงาน ได้แก่ (1) แผนงานแก้ไขความเดือดร้อนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน จำนวน 193.2000 ล้านบาท (2) แผนงานยกระดับราคาสินค้าเกษตรและส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งทุน จำนวน 203.6778 ล้านบาท (3) แผนงานส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าภาคการเกษตร จำนวน 489.6071 ล้านบาท และ (4) แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด การค้าและ การลงทุน จำนวน 346.3362 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณที่ได้รับในปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 จำนวน 1,135.5406 ล้านบาท ปรากฏว่า ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ได้รับงบประมาณเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 จำนวน 97.2805 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.57 โดยจัดแบ่งตามประเภทรายจ่ายเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

หมวดรายจ่าย	งบประมาณ(ล้านบาท)	ร้อยละ
งบบุคลากร	340.7344	27.64
งบดำเนินงาน	403.4061	32.72
งบรายจ่ายอื่น	251.3084	20.38
งบเงินอุดหนุน	159.0077	12.90
งบลงทุน	78.3645	6.36
<b>รวมงบประมาณ</b>	<b>1,232.8211</b>	<b>100.00</b>

การได้รับงบประมาณประจำปี 2556 จำแนกตามประเภทรายจ่าย



# เปรียบเทียบงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

หน่วย : ล้านบาท

หัวนัดรายจ่าย	ปี 2555	ปี 2556	เปลี่ยนแปลง	
			เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ
● งบบุคลากร	333.7479	340.7344	6.9865	2.09
○ เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	332.1717	338.1624	5.9907	1.80
○ พนักงานราชการ	1.5762	2.5720	0.9958	63.18
● งบดำเนินงาน	313.2616	403.4061	90.1445	28.78
○ ค่าตอบแทน ใช้สอย และวัสดุ	293.2513	382.6098	89.3585	30.47
○ ค่าสาธารณูปโภค	20.0103	20.7963	0.786	3.93
● งบลงทุน	54.4910	78.3645	23.8735	43.81
○ ค่าครุภัณฑ์	52.8107	65.0795	12.2688	23.23
○ ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	1.6803	13.2850	11.6047	690.63
● งบเงินอุดหนุน	155.5531	159.0077	3.4546	2.22
● งบรายจ่ายอื่น	278.4870	251.3084	(27.1786)	(9.76)
<b>รวม</b>	<b>1,135.5406</b>	<b>1,232.8211</b>	<b>97.2805</b>	<b>8.57</b>



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์  
DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce





# ส่วนที่ 2

## ผลการปฏิบัติราชการ

- ผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556
- ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2556
- ผลการดำเนินงานตามพระราชนูญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556



# ผลการปฏิบัตรการ ตามคำรับรองการปฏิบัตรการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

“ กรมการค้าภายในได้จัดทำคำรับรอง  
การปฏิบัตรการ ปี 2556 เพื่อให้มีกิจกรรม  
การดำเนินงานและการปฏิบัติงานสามารถที่จะ  
บรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจน แบ่งเป็น 2 มิติ  
คือ **มติภายในนอก** และ**มติภายใน** ซึ่งได้มีการ  
พลักดันการปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนด  
ไว้โดยผลการดำเนินงานล่วงไปใหญ่เป็นไป  
ตามเป้าหมาย ดังนี้... ”

## 1. มติภายนอก

**1.1 ตัวบ่งชี้เชิงปริมาณ** เป็นการปฏิบัตรการที่จะผลักดัน  
ให้ภารกิจลักษณะแผนปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน สนับสนุน  
นโยบายสำคัญเรื่องด่วนของรัฐบาล/ภารกิจหลักของกระทรวง รวมทั้ง  
การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งผลการดำเนินงาน  
ตามตัวชี้วัดดังๆ ในมิตินี้ สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย  
ที่กำหนด ดังนี้

(1) **ตัวบ่งชี้เชิงปริมาณ** ได้แก่ 1) ติดตามสถานการณ์  
การผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอย่างใกล้ชิดและเป็นระบบ จำนวน  
70 รายการ และจัดทำปฎิทินสินค้าเกษตรตามฤดูกาล เพื่อใช้เป็นข้อมูล  
เบื้องต้น ในการวางแผนการศึกษา/สำรวจ/ติดตาม/ประเมินและ  
วิเคราะห์สถานการณ์ พร้อมทั้ง จัดทำระบบเตือนภัยสินค้าเกษตร  
Warning System เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประมวลจัดทำรายงาน  
คาดการณ์เตือนภัยล่วงหน้า ก่อนที่จะเกิดปัญหาด้านการผลิตสินค้า  
เกษตรที่รับผิดชอบ ในรูปแบบการรายงานเตือนภัยรายวัน รายสัปดาห์  
และรายเดือน ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประกอบการพิจารณา  
กำหนดนโยบาย/มาตรการ/แผนงานในการพัฒนาภารกิจด้วยตัวเอง  
และเตรียมมาตรการแก้ไขปัญหาด้านการผลิต ให้แก่เกษตรกรในระยะยาว  
และเตรียมมาตรการแก้ไขปัญหาด้านภารกิจ ให้แก่เกษตรกรในระยะสั้น รวมทั้งได้จัดทำรายงานสถานการณ์ 2) ส่งเสริมการเพิ่มขึ้น  
ของมูลค่าสินค้าเกษตรที่รับจำนำ และ/หรือที่ให้การช่วยเหลือ เพื่อยกระดับ  
ราคาวัสดุที่รับผิดชอบ โดยมีสินค้าเกษตรเป้าหมายที่เข้าไป  
ดำเนินมาตรการช่วยเหลือ 7 รายการ ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน เงาะ ทุเรียน ลำไย และสุกร โดยมีเป้าหมายมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก  
มูลค่าเฉลี่ยของปีฐาน (ปีงบประมาณ 2553 - 2555) ซึ่งมีมูลค่า 584,786  
ล้านบาท โดยสามารถดำเนินการได้ 667,579 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น  
ร้อยละ 15.87 สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 12 3) ส่งเสริมการจัดทำ  
สัญญาซื้อตกลงมาตรฐานของกรม เพื่อสร้างหลักประกันรายได้ให้  
แก่เกษตรกร ในขณะที่โรงงานแปรรูป ผู้ส่งออก สามารถวางแผน

ด้านการผลิต และการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 12 สินค้า  
ได้แก่ ลงดอง หอมแดง ลินจี้ ลำไย สับปะรด โนไก่ ข้าวโพดหวาน  
ผักสด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มะม่วงน้ำดอกไม้ เงาะ มังคุด และสละ รวม  
ปริมาณ 23,620.21 ตัน เมื่อเทียบกับปี 2554 (18,696.23 ตัน) แล้ว  
เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.34 จากเป้าหมายร้อยละ 9.5

(2) **ตัวบ่งชี้เชิงคุณภาพ** ได้แก่ 1) กำหนดคุณภาพสินค้า  
เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยดำเนินการติดตามดูแล  
ราคาขายปลีกสินค้า 180 รายการ ให้เคลื่อนไหวสอดคล้องกับ  
ต้นทุนที่แท้จริง ไม่มีการปรับราคาสูงขึ้นในลักษณะที่มีการจลาจลโอกาส  
แม้ว่าภาวะของปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้นตาม  
ภาวะตลาดโลก การปรับอัตราค่าแรงงานขึ้นต่อ แล้วราคาก็ซึ่งหุบต้ม<sup>ๆ</sup>  
รวมทั้งค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการผลิตการจำหน่ายจะทำให้ต้นทุนสูงขึ้น<sup>ๆ</sup>  
โดยมีผลงานตามตัวชี้วัด “ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มี  
ราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน” ร้อยละ 96.99 สูงกว่าเป้าหมาย  
ที่กำหนด(r้อยละ 95.86) 2) แก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนของผู้บริโภค<sup>ๆ</sup>  
ซึ่งได้ร้องเรียนผ่านศูนย์รับเรื่องร้องเรียนราคสินค้าและบริการ  
สินค้า (สายด่วน 1569) และช่องทางติดต่อสอบถามอื่น เช่น E-mail  
ตู้ ปณ. 156 หรือร้องเรียนด้วยตนเอง โดยมีจำนวนรือร้องเรียน  
ทั้งหมด จำนวน 2,008 เรื่องสามารถแก้ไขปัญหาแล้วเร็วจ้าวภายใน  
กำหนดเวลา จำนวน 1,988 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 99.00 จากเป้าหมาย  
ร้อยละ 98.98 3) สร้างการมีส่วนร่วมให้ผู้บริโภคเข้ามามีบทบาท  
ในการพัฒนาปริมาณของตนเอง โดยมีจำนวนรือร้องเรียนร้องเรียน  
ทั้งหมด จำนวน 468 ราย จากเป้าหมาย 465 ราย ซึ่งเครือข่ายตักกล้าวได้  
ช่วยสอดส่องดูแลและรายงานข้อมูลราคากลางและพฤติกรรมทางการค้า<sup>ๆ</sup>  
เพื่อนำข้อมูลมากำหนดแนวทางในการทำงานที่เหมาะสมและทันท่วงที  
4) บรรเทาภาระค่าครองชีพ ให้แก่ประชาชน โดยจัดงานจำหน่ายสินค้า<sup>ๆ</sup>  
อุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคากลูกกว่าห้องตลาดทั่วไป  
ร้อยละ 20-40 ในพื้นที่ และแหล่งชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ จำนวน  
2,231 ครัว สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ 937 ครัว สามารถลดค่าครองชีพ<sup>ๆ</sup>  
ให้ประชาชน 7.07 ล้านคน คิดเป็นมูลค่า 654.37 ล้านบาท 5) กำหนด  
ตรวจสอบเครือข่ายตักกล้าวที่ใช้งานและสินค้าที่นำไปให้มีความเที่ยงตรง<sup>ๆ</sup>  
และเป็นไปตามมาตรฐาน จำนวน 4,915,480 เครื่อง/หีบห่อ คิดเป็น<sup>ๆ</sup>  
ร้อยละ 190.85 จากเป้าหมาย 2,575,544 เครื่อง/หีบห่อ

(3) **ตัวบ่งชี้เชิงคุณภาพ** ได้แก่ 1) กำหนดคุณภาพดูแลติดตาม<sup>ๆ</sup>  
ทางการค้าที่เสริมเป็นธรรม ได้แก่ กำหนดคุณภาพดูแลติดตาม<sup>ๆ</sup>  
ทางการค้าภายใต้กรอบกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ให้ค่าระดับ<sup>ๆ</sup>  
การแข่งขันทางการค้าของธุรกิจในสินค้า/บริการเป้าหมาย 6 กลุ่ม<sup>ๆ</sup>  
จำนวน 20 รายการ ได้แก่ นำมันพีข้าหารสัตว์ ปลากระป๋องในซอส<sup>ๆ</sup>  
มะเขือเทศยาวยาโรค ยางรถยก รถยกตันน้ำ นำมันดีเซลหมุนเวียน<sup>ๆ</sup>  
เม็ดพลาสติก ยาป้องกันหรือกำจัดศัตรูพืชปุ๋ยเคมีอุรุกิจค้าส่งค้าปลีก<sup>ๆ</sup>  
แผ่นเหล็กเคลือบ ดีบุก เหล็กเส้น เหล็กแผ่นรีดร้อน บุนซิเมเนต์กระจา<sup>ๆ</sup>  
สังกะสี กระดาษพิมพ์เงิน เยื่อกระดาษและถ่านไฟฉาย โดยมีผลงาน<sup>ๆ</sup>  
ตามตัวชี้วัด “ร้อยละของระดับการแข่งขันทางการค้าของธุรกิจ<sup>ๆ</sup>  
เป้าหมาย มีความเป็นธรรมดี” เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้<sup>ๆ</sup>  
ร้อยละ 92.02 2) ดำเนินการในเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์และเรื่องที่ศึกษา<sup>ๆ</sup>  
วิเคราะห์ตรวจสอบพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้า ที่อาจเข้ามายัง

ฝ่ายนักกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้แล้วเสร็จและเสนอเลขาธิการคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าภายในเวลาที่กำหนด พร้อมนำเสนอคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า (85 วันทำการ) โดยมีเรื่องร้องเรียน 6 เรื่อง สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จ ภายในเวลาที่กำหนด 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 66.67 จากเป้าหมายร้อยละ 70

**(4) ด้านการเสริมสร้างศักยภาพบริหารจัดการ  
โลจิสติกส์ โดยสนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไซคล และห้องเย็น ได้รับการรับรองมาตรฐานในการจัดเก็บสินค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 จากเป้าหมายร้อยละ 93.33**

**1.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ** เป็นข้อตกลงการทำงานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการให้บริการ โดยเน้นว่าจะแห่งชาติติดตามจริยธรรม ธรรมาภิบาล และการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ ซึ่งอยู่ระหว่างการประเมินผลโดยผู้ประเมินอิสระ

## 2. มิติภายใน

### 2.1 ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการ

เป็นข้อตกลงการทำงานเพื่อให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และประหยัด โดยการดำเนินการส่วนใหญ่เป็นไปตามเป้าหมาย ได้แก่ การจัดทำบัญชีดันทุนต่อหน่วยผลผลิต เพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของปริมาณผลผลิตที่ทำได้ เปรียบเทียบกับเป้าหมายผลผลิตตามเอกสารงบประมาณรายจ่าย มีผลการดำเนินการเป็นไปตามเป้าหมาย สำหรับการเร่งรัดการเบิกจ่ายเงินงบประมาณนั้น ไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เนื่องจากมีข้อจำกัดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการบริหารจัดการและการควบคุม ในส่วนการดำเนินการตามมาตรการประหยัดพลังงาน มีปริมาณการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิงเนื่องจากลักษณะงานในความรับผิดชอบเป็นการปฏิบัติงานในภาคสนาม เพื่อกำกับดูแลไม่ให้เกิดการเอาเบรียบทางการค้ารวมทั้งการดำเนินนโยบายต่างๆ ของรัฐทั้งยังกระดับทางด้านเกษตรกรรม การลดค่าครองใช้พิทักษ์ให้ด้องออกติดตามตรวจสอบการดำเนินงานรับฟังปัญหาในพื้นที่อย่างรวดเร็วและใกล้ชิด รวมทั้งจัดสายตรวจออกตรวจสอบเป็นประจำทุกวัน โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดปัญหาด้านราคัสินค้าและช่วงที่ผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาด เพื่อกำกับดูแลให้เกิดความเป็นธรรมแก่เกษตรกรและผู้บริโภค ทำให้ปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นตามบิมานงาน การปรับปรุงกระบวนการที่สร้างคุณค่า 3 กระบวนการ ได้แก่ (1) กระบวนการแก้ไขปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร (กระบวนการย่อย: ติดตามภาวะราคาและผลกระทบต่อตลาดสินค้าเกษตร) (2) กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาตลาดและระบบตลาดสินค้าเกษตร (กระบวนการย่อย: ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) และ(3) กระบวนการติดตามและประเมินสถานการณ์ทางการค้า (กระบวนการย่อย: ติดตามภาวะราคา

และการตลาดสินค้าและบริการ) ซึ่งสามารถดำเนินการได้ตามแผนงานและบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดได้

### 2.2 ด้านการพัฒนาองค์การ ดำเนินการใน 4 เรื่อง ได้แก่

**(1) การพัฒนาบุคลากร** โดยส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะ ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน มี 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) ระดับความสำเร็จของการจัดทำรายงานลักษณะสำคัญขององค์การ โดยดำเนินการและจัดส่งรายงานให้สำนักงาน ก.พ.ร. ภายในระยะเวลากำหนด 2) ส่วนต่างระหว่างความเห็นและความสำคัญต่อความพึงพอใจในการพัฒนาบุคลากร โดยผลการสำรวจครั้งที่ 1 มีส่วนต่างภาพรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4 คะแนน และผลสำรวจครั้งที่ 2 มีส่วนต่างเท่ากับ 1.3 น้อยกว่าครั้งที่ 1 เป็นไปตามเกณฑ์ 3) ระดับความสำเร็จของการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากร โดยนำผลการสำรวจครั้งที่ 1 ที่มีส่วนต่าง (GAP) สูงมากจะต้องการทำงาน และจัดทำแผนพัฒนาพัฒนาบุคลากร แล้วนำผลสำรวจครั้งที่ 2 มาเปรียบเทียบกับแผน ซึ่งมีผลการสำรวจส่วนต่างครั้งที่ 2 ลดลงและลดลงกับแผนเป็นไปตามเกณฑ์

### 2.3 การพัฒนาปรับปรุงสารสนเทศ เป็นการประเมินผล

ทุนสารสนเทศ (Information Capital) โดยวัดผล 2 ตัวชี้วัด ดังนี้ 1) ส่วนต่างระหว่างความเห็นและความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานสารสนเทศ โดยมีส่วนต่างภาพรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 1.1 คะแนน และผลสำรวจครั้งที่ 2 มีส่วนต่างเท่ากับ 0.9 น้อยกว่าครั้งที่ 1 เป็นไปตามเกณฑ์ 2) จำนวนข้อมูลเชิงประจักษ์ด้านประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศ วัดผลการจัดการสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเน้นที่คุณลักษณะจำเป็นต่อการใช้งานระบบสารสนเทศผ่านเว็บไซต์และระบบ Intranet ของหน่วยงาน ซึ่งจากการประเมินตนเองสามารถดำเนินการได้ครบถ้วน

### 2.4 การพัฒนาปรับปรุงวัฒนธรรมองค์การ มุ่งเน้น

ใน 3 เรื่อง ดังนี้ 1) ความสอดคล้องเข้มโยงกันในองค์การ ได้แก่ ทิศทางขององค์การ ผู้นำ วัฒนธรรมและธรรยาศัยในการทำงาน 2) ความสำเร็จขององค์การ ได้แก่ ความรับผิดชอบในหน้าที่ การจูงใจ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล/บุคคล/หัวหน้างานและการกำกับติดตาม และการทำงานเป็นทีม 3) การสร้างสิ่งใหม่ ได้แก่ การปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ภายนอก และการสร้างวัฒนธรรมและการเรียนรู้ แบ่งออกเป็น 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ (ก) ส่วนต่างระหว่างความเห็นและความสำคัญต่อความพึงพอใจในการพัฒนาปรับปรุงวัฒนธรรมองค์การ โดยมีส่วนต่างภาพรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 1.1 คะแนน และผลสำรวจครั้งที่ 2 มีส่วนต่างเท่ากับ 1.0 น้อยกว่าครั้งที่ 1 เป็นไปตามเกณฑ์ (ข) ระดับความสำเร็จของการจัดทำแผนพัฒนาปรับปรุงวัฒนธรรมองค์การ โดยนำผลการสำรวจครั้งที่ 1 ที่มีส่วนต่างสูงมากจะต้องการทำงาน และจัดทำแผนปรับปรุงวัฒนธรรมองค์การ ซึ่งมีผลการสำรวจส่วนต่างครั้งที่ 2 ลดลงและลดลงกับแผนเป็นไปตามเกณฑ์

### 2.5 การดำเนินโครงการสร้างความโปร่งใสใน

การปฏิบัติราชการ โดยวัดระดับความสำเร็จการดำเนินการในกระบวนการฯ ทำกับดุแลการซึ่งทางวัด : กระบวนการตรวจสอบและให้คำปรึกษาเรื่องปัญญาณ์และมาตรฐานด้านน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งสามารถดำเนินการได้ตามแผนงาน/กิจกรรม และเป้าหมายตามตัวชี้วัดได้อย่างครบถ้วน

## สรุปผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติราชการ	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ผลการดำเนินงาน	
		คะแนนได้	คะแนนก่อตัวน้ำหนัก
<b>มิติที่ 1 มิติภายนอก</b>	70	3.9327	
• ด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติราชการ	60	4.4215	
1.นโยบายสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาลและภารกิจหลัก	60		
1.1 ร้อยละเฉลี่ยต่อจำนวนหน้าที่ในการบรรลุต่อ่นนโยบายสำคัญ เร่งด่วนของรัฐบาลและภารกิจหลักของกระทรวง	34		
1.1.1 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกของไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)  1.1.2 มูลค่าการส่งออกของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน เพิ่มขึ้น (ล้านเหรียญสหรัฐ)  1.1.3 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าสินค้าเกษตรที่รับจำนำ และ/หรือที่ห้ามขี่ยเท้อ  (จากค่าเฉลี่ย 3 ปี =584,786 ลบ. จำนวน 7 รายการ ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน ลำไย เงาะ ทุเรียน และสุกร)  1.1.4 ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่าย สอดคล้องกับต้นทุน	5	1.0000	0.0500
1.2 ร้อยละเฉลี่ยต่อจำนวนหน้าที่ของตัวชี้วัดตามภารกิจหลัก ของกรมหรือที่ยินเห็น และตัวชี้วัดของกระทรวงที่มี เป้าหมายร่วมกัน (Joint KPI) (ถ้ามี)	23		
1.2.1 ร้อยละของเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหา แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา	7	5.0000	0.3500
1.2.2 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมายที่มีการ จัดทำสัญญาข้อตกลงมาตรฐานเพิ่มขึ้น (ที่ยินเห็นปี 2554 = 18,696.23 ตัน)	6	5.0000	0.3000
1.2.3 ร้อยละของระดับการแข่งขันทางการค้าของธุรกิจ เป้าหมายมีความเป็นรวมศีรษะ	6	5.0000	0.3000
1.2.4 ตัวชี้วัดของกระทรวงที่มีเป้าหมายร่วมกันเรื่องข้าวไทย	2		
1.2.4.1 มูลค่าการส่งออกข้าว	1	1.0000	0.0100
1.2.4.2 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว	1	1.0000	0.0100
1.2.5 ตัวชี้วัดของกระทรวงที่มีเป้าหมายร่วมกันเรื่องการ ยกระดับภาลักษณ์ตราสินค้าไทย (Branding)	2	4.0000	0.0800
1.3 ระดับความสำเร็จของการเตรียมความพร้อม ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน(ASEAN Readiness)	3		
1.3.1 ร้อยละของผู้เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างศักยภาพ และยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบการภารกิจการ คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ที่ขอรับการประเมินและ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	3	5.0000	0.1500
• ด้านคุณภาพการให้บริการ	10	1.0000	
2. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	10	1.0000	0.1000

## สรุปผลการปฏิบัตรราชการตามคำรับรองการปฏิบัตรราชการของกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัตรราชการ	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ผลการดำเนินงาน	
		คะแนนที่ได้	คะแนนต่อหน่วยน้ำหนัก
<b>มิติที่ 2 มิติภายใน</b>	30	4.4747	0.1000
• ด้านประสิทธิภาพ (น้ำหนัก : ร้อยละ 15)		4.2535	
3. ระดับความสำเร็จของการจัดทำต้นทุนต่อหน่วยผลผลิต	3	5.0000	0.1500
4. ร้อยละความสำเร็จของการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ	2.5		
4.1 ร้อยละความสำเร็จของการเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายคงทุน	1	1.8550	0.0186
4.2 ร้อยละความสำเร็จของการเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายภาคร่วม 6 เดือนแรก	0.5	1.0000	0.0050
4.3 ร้อยละความสำเร็จของการเบิกจ่ายเงินงบประมาณรายจ่ายภาคร่วม 12 เดือน	0.5	1.0000	0.0050
4.4 ร้อยละความสำเร็จของการเบิกจ่ายเงินงบประมาณตามแผน	0.5	1.0000	0.0050
5. ระดับความสำเร็จของปริมาณผลผลิตที่ทำได้จริงเปรียบเทียบกับเป้าหมายผลผลิตตามเอกสารงบประมาณรายจ่าย	2.5		
5.1 จำนวนครั้งการจัดหาสินค้าราคาประยุต	0.32	5.0000	0.0160
5.2 ร้อยละของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายได้เข้าร่วมโครงการ (โครงการยกกระดับราคาสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้)	0.32	5.0000	0.0160
5.3 จำนวนสินค้าเกษตรที่ติดตามคุณภาพและสินค้าที่หอยที่กำกังดูแล	0.31	5.0000	0.0155
5.4 จำนวนเครื่องขั้งตัวดูแลและสินค้าที่หอยที่กำกังดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	0.31	5.0000	0.0155
5.5 จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่ทำสัญญาซื้อขายตามข้อตกลงมาตรฐาน	0.31	5.0000	0.0155
5.6 จำนวนเครื่องขั้ยผู้บริโภคในการดูแลราคาฝ้าระวังการห้ามไม่เป็นธรรม	0.31	5.0000	0.0155
5.7 ร้อยละของเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขปัญหาแล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด	0.31	5.000	0.0155
5.8 ร้อยละของเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์และเรื่องที่ศึกษาวิเคราะห์ตรวจสอบพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าแล้วเสร็จตามนิยาม	0.31	4.0480	0.0125
6. ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามมาตรการประยุตพัฒนาของส่วนราชการ	3	4.4140	0.1324
7. ระดับความสำเร็จของการปรับปรุงกระบวนการ (ปรับปรุง 3 กระบวนการที่สร้างคุณค่า)	4	5.0000	0.2000
7.1 กระบวนการแก้ไขปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร (กระบวนการย่อย : ติดตามภาวะราคาและการตลาดสินค้าเกษตร)			
7.1.1 ร้อยละของระยะเวลาการปฏิบัติงานตามกระบวนการที่ติดตามภาวะราคาและการตลาดสินค้าเกษตรลดลง	0.33	5.0000	

## สรุปผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติราชการ	น้ำหนัก (ร้อยละ)	ผลการดำเนินงาน	
		คะแนนที่ได้	คะแนนก่อตัวน้ำหนัก
7.2 กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาตลาดและระบบตลาด สินค้าเกษตร (กระบวนการย่อย : ส่งเสริมและพัฒนา ตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)			
7.2.1 ร้อยละของจำนวนผู้เข้ารับการอบรมต่อครัวง เที่ยบกับจำนวนเป้าหมาย	0.17	5.0000	
7.2.2 ร้อยละของผู้ที่เข้ามาใช้ประโยชน์ฐานข้อมูล ระบบตลาด คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นเพิ่มขึ้น	0.17	5.0000	
7.3 กระบวนการติดตามและประเมินสถานการณ์ทางการค้า (กระบวนการย่อย : ติดตามภาวะราคาและการตลาดสินค้า และบริการ)			
7.3.1 ร้อยละของจำนวนรายงานการติดตามภาวะราคา และการตลาดสินค้าและบริการประจำสัปดาห์ของ ส่วนกลางในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนด	0.33	5.0000	
• ด้านการพัฒนาองค์กร (น้ำหนัก : ร้อยละ 15)		4.6960	
8. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากร	5	5.0000	0.2500
8.1 ระดับความสำเร็จของการจัดทำรายงานลักษณะสำคัญ ขององค์กร	2	5.0000	0.1000
8.2 ส่วนต่างระหว่างความเห็นและความสำคัญต่อ ความพึงพอใจในการพัฒนาบุคลากร	1.5	5.0000	0.0750
8.3 ระดับความสำเร็จของการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากร	1.5	5.0000	0.0750
9. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาปรับปรุงสารสนเทศ	3	5.0000	0.1500
9.1 ส่วนต่างระหว่างความเห็นและความสำคัญต่อความ พึงพอใจของผู้ใช้งานสารสนเทศ	1.5	5.0000	0.0750
9.2 จำนวนข้อมูลเชิงประจักษ์ด้านประสิทธิภาพของระบบ สารสนเทศ	1.5	5.0000	0.0750
10. ระดับความสำเร็จของการพัฒนาปรับปรุง วัฒนธรรมองค์กร	3	5.0000	0.1500
10.1 ส่วนต่างระหว่างความเห็นและความสำคัญต่อความ พึงพอใจในการพัฒนาปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กร	1.5	5.0000	0.0750
10.2 ระดับความสำเร็จของการจัดทำแผนพัฒนาปรับปรุง วัฒนธรรมองค์กร	1.5	5.0000	0.0750
11. ระดับความสำเร็จของการดำเนินโครงการสร้างความโปร่งใส ในการปฏิบัติราชการ	4	3.8600	0.1544
กระบวนการงานการกำกับดูแลภาครัฐต่างวัด : กระบวนการตรวจสอบ และให้คำปรบรองเครื่องซึ่งภารยนต์และมาตรฐานมั่นเชื่อเพลิง)			
<b>NCS</b>	<b>100</b>	<b>4.0953</b>	

หมายเหตุ :

- เป็นผลการประเมินตนเองเบื้องต้น ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2556
- ตัวชี้วัดที่ 1.2.4.2 ขอข้อมูลจากกรมศุลกากร จึงไม่คิดคะแนน 1 ไว้ก่อน
- ตัวชี้วัดที่ 2 เป็นตัวชี้วัดเดิงคุณภาพซึ่งขอผลการประเมินจากผู้ประเมินอิสระ จึงไม่คิดคะแนน 1 ไว้ก่อน



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce



# ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญ ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

๖ กรมการค้าภายใน เป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและกระตุ้นเศรษฐกิจ การค้าของประเทศไทยให้มีความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ภาค การค้าสินค้าและบริการ ตลอดจนสร้างความอุ่นดีกันต์ให้แก่ประชาชนในประเทศไทย โดยดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาด้านการค้าในประเทศไทยให้มีความเข้มแข็ง สร้างโอกาสทางการตลาด ดูแลให้เกษตรกรมีทางเลือกและรายได้จากการขายผลผลิตที่เป็นธรรม ประชาชนสามารถลดรายจ่ายและซื้อสินค้าในราคาก่อเป็นธรรม รวมทั้งดูแลธุรกิจให้มีการแข่งขันอย่างเสรี เป็นธรรม การกิจดังกล่าวจึงเป็นการดำเนินการในการประสานพลประโยชน์ของบุคคล 3 กลุ่ม คือ เกษตรกร พู้บลิโกค และพู้บลิก กองการที่มีผลประโยชน์หรือความต้องการที่แตกต่างกัน ’’

ในรอบปีงบประมาณ 2556 ที่ผ่านมา... กรมการค้าภายในได้ดำเนินการตามการกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลทั้งในด้านการดูแลราคาสินค้าเกษตร การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน และการดูแลธุรกิจให้มีการแข่งขันที่เสรีเป็นธรรม รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนในการครองชีพให้แก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น สถานการณ์เศรษฐกิจภายในและภัยนอกประเทศ กัยธรรมชาติ เป็นต้น โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

## การยกระดับราคาสินค้าเกษตร

กรมการค้าภายในดำเนินการตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในการยกระดับราคางานด้วยวิธีของเกษตรกร โดยการขับเคลื่อนนโยบายการรับจำนำและมาตรการต่าง ๆ ในสินค้าเกษตรสำคัญ เพื่อสร้างความมั่นคง เพิ่มรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรให้ดีขึ้น ดังนี้

1. โครงการรับจำนำข้าวเปลือก ปีการผลิต 2555/56 ดำเนินการรับจำนำในประเทศไทย โดย โศส. และ อ.ต.ก. และรับจำนำยังคงโดย ช.ก.ส. เป้าหมายปริมาณรับจำนำข้าวเปลือก จำนวน 22 ล้านตัน ระยะเวลา\_rับจำนำ แบ่งเป็น 2 รอบ โดยรอบที่ 1 เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2555 - 15 กันยายน 2556 และรอบที่ 2 เริ่มตั้งแต่วันที่ 14 มีนาคม-15 กันยายน 2556 (ยกเว้นภาคใต้สิ้นสุดวันที่ 30 พฤษภาคม 2556) ระยะเวลาได้ถอน 4 เดือนนับถัดจากเดือนที่รับจำนำ ผลการดำเนินการ มีดังนี้

รอบที่ 1 : ณ วันที่ 15 กันยายน 2556 (สิ้นสุดโครงการ) มีโรงสีเปิดรับฝาก จำนวน 869 โรง และมีโรงสีเปิดจุดรับจำนำออกพื้นที่ 627 จุด มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการจำนวน 2,227,549 ราย ปริมาณรับจำนำรวมทั้งสิ้น 14,499,222 ตัน โดย ช.ก.ส. ได้จ่ายเงินให้เกษตรกรแล้วจำนวน 2,058,841 สัญญา เป็นเงิน 234,702,887 ล้านบาท



รอบที่ 2 : ณ วันที่ 30 พฤษภาคม 2556 (สิ้นสุดโครงการ) มีโรงสีเปิดรับฝาก จำนวน 717 โรง และมีโรงสีเปิดจุดรับจำนำออกพื้นที่ 365 จุด มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 897,426 ราย ปริมาณรับจำนำรวมทั้งสิ้น 7,977,374 ตัน โดย ช.ก.ส. ได้จ่ายเงินให้เกษตรกรแล้วจำนวน 849,104 สัญญา เป็นเงิน 116,715,627 ล้านบาท



## 2. โครงการแทรกแซงตลาดมันสำปะหลังปี 2555/56

คณะกรรมการนโยบายมันสำปะหลังได้เห็นชอบ ให้ดำเนินโครงการแทรกแซงตลาดมันสำปะหลัง ปี 2555/56 โดยวิธีการรับจำนำ เป้าหมายปริมาณรับจำนำหัวมันสด 10 ล้านตัน ราคารับจำนำหัวมันสด (เชือแปลง 25%) เดือนกันยายน 2555 กก. ละ 2.60 บาท ปรับเพิ่มเดือนละ 0.05 บาท/กก. เป็น กก. ละ 2.75 บาท ในเดือน มีนาคม 2556 ดำเนินการรับจำนำในพื้นที่จังหวัดแหล่งผลิต 48 จังหวัด ระยะเวลาดำเนินการ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2555 - 31 มีนาคม 2556 ผลการดำเนินการ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2556 (สิ้นสุดโครงการ) มีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการ จำนวน 719 ราย และโรงงานเอกชนอคล 7 ราย เปิดจุดรับฝากจำนวน 678 จุด บริโภครับจำนำรวมทั้งสิ้น 9,990 ล้านตัน โดย อ.ก.ส. ได้จ่ายเงินให้เกษตรกร เป็นเงิน 26,877.092 ล้านบาท



**3. มาตรการแทรกแซงตลาดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปี 2556/57** คณะกรรมการติมีมติเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2556 และวันที่ 1 ตุลาคม 2556 เห็นชอบการดำเนินมาตรการแทรกแซงตลาดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปี 2556/57 ทั้งมาตรการหลัก มาตรการเสริม และมาตรการกำกับดูแล ตามที่คณะกรรมการนโยบายข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เสนอ โดยมีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่วันที่ 3 กันยายน - 31 ธันวาคม 2556 รวมวงเงิน 4,297.50 ล้านบาท ดังนี้

### 3.1 มาตรการหลัก

3.1.1 การแทรกแซงรับซื้อ โดยให้ผู้รับรวมในพื้นที่ (ผู้ซื้อ) รับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เม็ดความชื้น 14.5% ในราคากก.ละ



9.00 บาท (ความชื้น 30% กก.ละ 7.00 บาท) จากเกษตรกรตามใบรับรองเกษตรกร รายละไม่เกิน 25 ตัน โดยรัฐฯ จ่ายชดเชยให้กับผู้รับซื้อในอัตรา กก.ละ 1.50 บาท เป้าหมาย 1,875 ล้านตันเม็ด

3.1.2 การขยายปริมาณการรับซื้อ โดยขอความร่วมมือผู้ประกอบการอาหารสัตว์และอุตสาหกรรมที่ใช้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นวัตถุดิบ จำนวน 6 แห่ง ขยายกำลังการรับซื้อจากปกติเพิ่มเป็น 10-20% ในราคากี่เงินที่เกษตรกรได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่

### 3.2 มาตรการเสริม

3.2.1 การเข้มงวดทรงโน้ตผู้ผลิตและผู้ใช้ โดยให้สหกรณ์ผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์รับซื้อ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เม็ดความชื้น 14.5% ในราคากก.ละ 9.00 บาท (ความชื้น 30% กก.ละ 7.00 บาท) จากเกษตรกรตามใบรับรองเกษตรกรรายละไม่เกิน 25 ตัน และเข้มงวดให้แก่สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ โดยรัฐฯ จ่ายชดเชยค่าปรับปรุงคุณภาพและค่าบริหารจัดการให้กับสหกรณ์ผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในอัตรา กก.ละ 1.75 บาท และจ่ายชดเชยค่านส่งให้สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ ในอัตรา กก.ละ 0.50 บาท เป้าหมาย 0.10 ล้านตันเม็ด ณ ความชื้น 30%

3.2.2 การผลักดันการส่งออก โดยให้ผู้ส่งออกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์รับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เม็ดความชื้น 14.50% ในราคากก.ละ 7.50 บาท จากผู้รับรวมเพื่อผลักดันการส่งออกเท่านั้น โดยรัฐฯ จ่ายชดเชยค่าบริหารจัดการให้ผู้ส่งออกในอัตรา กก.ละ 2.00 บาท เป้าหมาย 0.50 ล้านตันเม็ด

3.2.3 การเสริมสภาพคล่องตลาดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในการรับซื้อให้แก่ผู้ชาวรวมและสหกรณ์ ผู้ชาวรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่เข้าร่วมดำเนินการตามมาตรการหลัก โดยรัฐจ่ายขาดเยียอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราข้อละ 2 ต่อปี ระยะเวลา 6 เดือน วงเงินกู้รายละไม่เกิน 10 ล้านบาท ทั้งนี้ ให้ ค.ก.ส. หรือธนาคารพาณิชย์เป็นผู้ดำเนินการ

3.3 มาตรการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินมาตรการมีความรัดกุมและป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตสวมสิทธิ โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

3.3.1 กระทรวงมหาดไทย โดยคณะกรรมการระดับจังหวัด แต่งตั้งคณะกรรมการระดับอำเภอ เพื่อรวบรวมรายชื่อและรับสมัครผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ จัดเตรียมผู้ประกอบการ และตรวจสอบปริมาณสต็อกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมดำเนินการตามมาตรการฯ รวมทั้งกำกับดูแลตรวจสอบและประสานการเชื่อมโยง ตลอดจนตรวจสอบหลักฐานใบสำคัญการรับซื้อจากเกษตรกร และจ่ายค่าดำเนินการให้กับผู้ชาวรวมในพื้นที่

3.3.2 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตรรับข้อทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เช่น รายที่มีเอกสารสิทธิเท่านั้น เพื่อไม่ให้ขัดกับกฎหมายและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการจัดสรรพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรรายสินค้า (Zoning)

ผลการดำเนินการ : ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2556 มีผู้สมัครเข้าร่วมรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ จำนวน 819 ราย (ผู้ชาวรวม 730 ราย สหกรณ์ 89 ราย) เปิดรับซื้อจำนวน 687 ราย (ผู้ชาวรวม 625 ราย สหกรณ์ 62 ราย) มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 143,204 ราย ปริมาณรับซื้อรวมทั้งสิ้น 1,624,829.18 ตัน

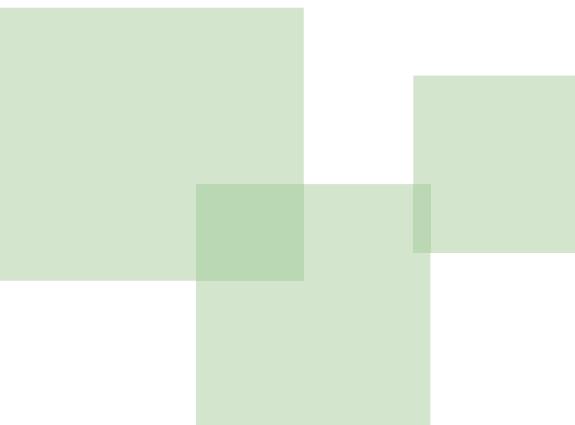
#### 4. ติดตาม ตรวจสอบการรับจำนำสินค้าเกษตร



ให้ถูกต้อง โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันการทุจริตในการรับจำนำ โดยสุ่มตรวจสอบโรงสี ตลาดกลาง โภดังกลาง และเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการรับจำนำสินค้าเกษตรในพื้นที่รวม 47 จังหวัด ได้แก่ ภาคเหนือ 9 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 16 จังหวัด ภาคกลาง 19 จังหวัด และภาคใต้ 3 จังหวัด



ผลตรวจสอบ : ตรวจสอบรวมทั้งสิ้น 3,870 ราย พบรการระทำมีผลและดำเนินคดี โดยเป็นความผิดเกี่ยวกับ (1) การขนย้ายข้าวสารหัวมันสำปะหลังสด/มันเส้น และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยไม่ได้รับอนุญาต (2) การสวมสิทธิเกษตรกร (3) ข้าวขาดบัญชี



# การพัฒนาตลาดและดูแลราคาสินค้าเกษตร

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาและส่งเสริมระบบตลาดให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้าให้แก่เกษตรกรและพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้าเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการตลาด รวมทั้งพัฒนาการให้บริการของกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น เพื่อสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ ดังนี้

## 1. การบริหารจัดการกลไกตลาดสินค้าเกษตร

### 1.1 เชื่อมโยงและกระจายผลผลิตทางการเกษตร

จากแหล่งผลิตไปยังผู้ประกอบการที่ใช้สินค้าเกษตรเป็นวัตถุในในการผลิตสินค้า และตลาดผู้บริโภคปลายทาง รวมทั้งแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรแตกต่างในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ดังนี้



#### 1.1.1 พัฒนาไป

(1) ลงนามบันทึกความตกลงทางการค้า (MOU) กับห้าค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ (Modern Trade) ในการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จากเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปจำหน่ายในสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมเกษตรกรในการพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพและปลอดภัย โดยได้มีการลงนามบันทึกความตกลงทางการค้า รวม 6 ครั้ง

(2) เชื่อมโยงการจำหน่ายผักและผลไม้จากกลุ่มเกษตรกร และผู้ค้าในแหล่งผลิต มาจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง ในเทศกาลครุฑจีน เมื่อวันที่ 6-8 กุมภาพันธ์ 2556 ที่กระทรวงพาณิชย์ โดยมีมูลค่าผลผลิตที่จำหน่ายรวมทั้งสิ้น 1,037,550 บาท

#### (3) เชื่อมโยงการกระจายผลไม้ภาคตะวันออก

1) เชื่อมโยงการกระจายผลไม้จากจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ไปจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยสนับสนุนค่าบริหารจัดการและค่าขนส่งไม่เกิน กก.ละ 2 บาท เป้าหมายที่รับซื้อ 25 ตัน ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม - 30

มิถุนายน 2556 ผลการดำเนินการ : มีปริมาณการเชื่อมโยงผลไม้จำนวน 24,773 ตัน

2) เชื่อมโยงการกระจายผลไม้จากจังหวัดตราด โดยจัดทำสถานที่รวบรวมและกระจายผลไม้ (เงาะ มังคุด และลองกอง) รวมทั้งประสานผู้ประกอบการตลาดปลายทางเพื่อรับซื้อและกระจายผลผลิตข่าว่าว่าที่จะจัดตัวออกนอกแหล่งผลิต ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 13 มิถุนายน - 15 กรกฎาคม 2556 ผลการดำเนินการ : มีปริมาณการเชื่อมโยงผลไม้รวมทั้งสิ้น 969,214 ตัน (เงาะ 321,470 ตัน มังคุด 540,227 ตัน และลองกอง 107,517 ตัน)

(4) เชื่อมโยงตลาดลำไย โดยขอความร่วมมือผู้ประกอบการสมาคมโรงเรມไทย สมาคมวัตติภาคราชไทย สมาคมน้ำมันประกอบการท่องเที่ยว และบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ในกระบวนการจราจรผลผลิตลำไย ปี 2556 ดังนี้

- จัดพื้นที่วางจำหน่ายลำไยที่ท่าอากาศยาน โรงเรມ และห้างค้าปลีก

- ขอความร่วมมือผู้ประกอบการร้านอาหาร ภัตตาคาร และโรงเรມ ใช้ลำไยเป็นส่วนประกอบในเมนูอาหารเพิ่มขึ้นกว่าปกติ และจัดทำเมนูเครื่องดื่มและอาหารหวานที่ใช้ต้นรับน้ำท่อเที่ยวและลูกค้าที่ผลิตจากลำไย เช่น น้ำลำไย เนื้อลำไยอบแห้ง เป็นต้น



(5) เชื่อมโยงการกระจายผลไม้ภาคใต้ ไปยังภาคตะวันออกและประเทศไทย (เงาะและลองกอง) โดยจัดสถานที่รวบรวมและกระจายผลไม้ภาคใต้ ณ ศูนย์เกษตรฯเข้าสมิง จำกัด จังหวัด

ตราด ดำเนินการ ตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม - 30 กันยายน 2556  
ผลการดำเนินการ : มีปริมาณการเขื่อมโยงผลไม้รวม 40,612 ตัน  
(เงะ 9,756 ตัน ลงคง 30,856 ตัน)

(6) เจรจาซื้อขายผลไม้และทำสัญญาข้อตกลง ระหว่าง  
สหกรณ์เกษตรเข้าสมิ้ง จำกัด จังหวัดตราด กับผู้ประกอบการ  
นำเข้าผลไม้รายใหญ่ของกัมพูชา ณ กรุงพนมเปญ ระหว่าง  
วันที่ 30 สิงหาคม — 2 กันยายน 2556 ผลการเจรจา : ผู้ซื้อและ  
ผู้ขายจะมีการตกลงปริมาณและราคารับซื้อผลไม้ระหว่างกันเป็น<sup>วงดุจ</sup> ไป

### 1.1.2 สุกร

(1) ด้านตลาดรองรับในประเทศไทย โดยเขื่อมโยงให้ผู้เลี้ยงสุกร  
จำหน่ายเนื้อหมู ให้ผู้บริโภคโดยตรง ผ่านจุดจำหน่ายที่จัดทำให้  
ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ (ยกเว้นจังหวัดยะลา  
และนราธิวาส) ผลการดำเนินการ : สามารถเพิ่มช่องทางการ  
จำหน่ายให้เกษตรกรจำหน่ายเนื้อสุกรได้เพิ่มขึ้นจากช่องทางปกติ  
จำนวน 294,885 กก.



(2) ด้านราคา โดย 1) ออกประกาศสำนักงานคณะกรรมการ  
กลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กำหนดราคาแนะนำสุกร  
เนื้อสุกร และเผยแพร่เป็นประจำทุกวันพระ 2) กำหนดค่าและราคาใน  
แต่ละช่วงการตลาด ให้สอดคล้องกับภาวะการผลิต การตลาด และ  
ราคาแนะนำ 3) สนับสนุนเงินชดเชยดอกเบี้ยเงินกู้ยืมธนาคาร  
ในอัตราร้อยละ 3 ต่อปี ให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร ผ่านโครงการเพิ่ม  
ศักยภาพและลดต้นทุนการผลิตให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรและไก่ไก่  
4) ขอความร่วมมือสมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติตรึงราคาสุกรมีชีวิต  
หน้าฟาร์ม ไว้ไม่เกิน กก.ละ 72 บาท จนถึงสิ้นเดือนสิงหาคม 2556  
เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วง  
สารทจีน (วันที่ 21 สิงหาคม 2556) ที่มีความต้องการเนื้อสุกร  
เพิ่มขึ้นจากปกติ 5) ขอความร่วมมือห้างค้าปลีกจัดกิจกรรมส่งเสริม  
การจำหน่าย โดยจัดมุมของพื้นที่ราคาประทัยเพื่อจำหน่ายเนื้อสุกร  
คุณภาพดีราคาถูกในช่วงเดือนสิงหาคม 2556 6) ขอความร่วมมือ  
ตลาดสด ให้กำหนดค่าและราคาแนะนำของกรมการค้าภายใน  
ให้สอดคล้องด้วยต้นทุนและราคานำของกรมการค้าภายใน  
รวมทั้งจัดให้มีมุมของพื้นที่ราคาพิเศษเพื่อเป็น<sup>ทางเลือก</sup>ให้ผู้บริโภค

### 1.1.3 ไก่



(1) เขื่อมโยงการจำหน่ายไก่ไก่ทั่วประเทศ เพื่อเพิ่ม  
ช่องทางการจำหน่ายให้ผู้เลี้ยงไก่ไก่และช่วยลดภาระค่าครองชีพ  
ผู้บริโภคในช่วงที่เกิดปัญหาด้านราคา ผลการดำเนินการ : มีปริมาณ  
การเขื่อมโยงจำหน่ายไก่ไก่ จำนวน 10.66 ล้านฟอง

(2) แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลราคาไก่ไก่ เพื่อกำบับ  
ดูแลให้ราคามีเสถียรภาพและสอดคล้องกันทั้งระบบ เป็นธรรม  
ทั้งต่อเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค

(3) ขอความร่วมมือผู้เลี้ยงไก่ไก่ตั้งงวดราคากลางไก่ไก่ ไม่เกินฟอง  
ละ 3.30 บาท ถึงสิ้นเดือนพฤษภาคม 2556 และปรับราคากลาง  
ข้อเท็จจริง เมื่อปัจจุบันลึกถอย

(4) ประสานคณะกรรมการนโยบายพัฒนาไก่ไก่ และ  
ผลิตภัณฑ์ (Egg Board) พิจารณาบทวนมาตรฐานการสนับสนุน  
ด้านการส่งออกไก่ไก่ ให้อยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบต่อตลาด  
ภายนอกประเทศไทย และมาตรการระยะยาวในการกำหนดโครงสร้าง  
การผลิตที่เหมาะสม

(5) ติดตามตรวจสอบห้องเย็นในครอบครองของผู้เลี้ยง  
ไก่ไก่รายใหญ่ ซึ่งไม่ปรากฏพฤติกรรมจิตใจของผู้จำหน่าย  
ไก่ไก่ก่ออาชญากรรม โดยเก็บสต็อกไก่ไก่ไว้ เพื่อทำให้ราคากลางสูงขึ้น

### 1.2 การแก้ไขปัญหาบ้านปาล์มและราคายาลปาล์มตกลง



โดยจัดสรรเงินให้องค์การคลังสินค้า (อคส.) รับซื้อน้ำมันปาล์มน้ำมัน  
จากโรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ปริมาณเป้าหมาย 100,000 ตัน

ในราคากก.ละ 25 บาท เพื่อคุ้มชับปริมาณน้ำมันปาล์มดิบ ส่วนเกินออกจากระบบ ดังนี้

### 1.2.1 รอบที่ 1 (เดือนธันวาคม 2555-เมษายน 2556) :

(1) มีโรงงานสักดิฯ ได้รับจัดสรรปริมาณจำหน่ายน้ำมันปาล์มดิบให้ อคส. ปริมาณ 50,000 ตัน จำนวน 58 ราย (2) มีโรงงานสักดิฯ ทำสัญญา กับ อคส. จำนวน 42 ราย ปริมาณ 44,899 ตัน และรับซื้อผลปาล์ม (17%) จากเกษตรกรในราคากก.ละ 4 บาท ตั้งแต่วันที่ 21 ธันวาคม 2555 — 30 เมษายน 2556 จากเกษตรกร 49,928 ราย ปริมาณ 262,470 ตัน และได้ส่งมอบน้ำมันปาล์มดิบเข้าคลังกลางของ อคส. ปริมาณ 44,746.19 ตัน โดย อคส. ได้จ่ายเงินค่า�้ำมันปาล์มดิบให้แก่โรงงานสักดิฯ 42 ราย เป็นเงิน 1,088.14 ล้านบาท (3) ระหว่างจำหน่ายน้ำมันปาล์มดิบที่รับซื้อได้โดยจำหน่ายให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิต (กฟผ.) จำนวน 10,000 ตัน กำหนดส่งมอบในเดือนกรกฎาคม — ธันวาคม 2556 และผลักดันส่งออกส่วนที่เหลือจำนวน 34,746.19 ตัน

(2) รอบที่ 2 : คณะกรรมการ คชก. มีมติเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2556 เห็นชอบให้ขยายระยะเวลา\_rับซื้อเป็นสิ้นสุดเดือนมิถุนายน 2556 โดยมีหลักเกณฑ์การรับซื้อผลปาล์มรอบที่ 2 จะต้องซื้อจากเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนและได้รับใบรับรองจากการส่งเสริมการเกษตร และต้องมีพื้นที่การผลิตไม่เกิน 50 ไร่ เพื่อให้ประโยชน์ต่อกิจกรรมเกษตรรายย่อย ผลการดำเนินการ: มีโรงงานสักดิฯ ได้รับจัดสรรปริมาณจำหน่ายน้ำมันปาล์มดิบให้ อคส. จำนวน 46 ราย จำนวน 53,481 ตัน ทำสัญญา 27 ราย และรับซื้อผลปาล์มจากเกษตรกรแปรรูปเป็นน้ำมันปาล์มดิบส่งมอบ อคส. (ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556) จำนวน 1,650.90 ตัน คงเหลือปริมาณรับซื้อประมาณ 51,530 ตัน ทั้งนี้การรับซื้อในรอบ 2 มีปริมาณน้อย เนื่องจากภาคผลปาล์มตลาดทั่วไปใกล้เคียงกับราคารับซื้อตามโครงการฯ ประกอบกับการขึ้นทะเบียนเกษตรกร มีน้อยกว่าปริมาณที่เพาะปลูกจริง

(3) คณะกรรมการเพื่อบริหารจัดการปาล์มน้ำมัน แหล่งน้ำมันปาล์มด้านการตลาด ได้มีมติเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2556 ให้ขยายระยะเวลา\_rับซื้อออกไปถึงสิ้นเดือน ก.ย.56 โดย เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาโครงการฯ ปรากฏว่าไม่มีโรงงานสักดิฯ มาทำสัญญา เนื่องจากภาคผลปาล์มในตลาดทั่วไปมีราคาสูงกว่า/เท่ากับราคารับซื้อตามโครงการฯ (กก.ละ 4.00 บาท)

### 1.3 การจัดระบบการค้าสินค้าเกษตร

ให้สอดคล้องกับการผลิต และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ดังนี้

#### 1.3.1 ปาล์มน้ำมัน ดำเนินมาตรการบริหารจัดการทั้งระบบดังนี้

(1) กำกับดูแลระบบการค้าในประเทศ โดยใช้มาตรการต่างๆ ได้แก่ การควบคุมการขยำ การปิดป้ายแสดงราคารับซื้อ การตรวจสอบป้องกันการลักลอบและกำกับดูแลการขยำ รวมทั้งมีคณะกรรมการตรวจสอบและกำกับดูแลในระดับจังหวัด

(2) วางแผนระบบนำเข้า-ส่งออกน้ำมันปาล์ม โดยบริหารการนำเข้า

น้ำมันปาล์มทั้งภายใน WTO และ AFTA ดังนี้ 1) การนำเข้าภายใต้ WTO ภาษีในគอตัวร้อยละ 20 ปริมาณ 4,860 ตัน ให้อคส. เป็นผู้นำเข้า และภาษีนอกគอตัวร้อยละ 143 ไม่จำกัดปริมาณ 2) การนำเข้าภายใต้ AFTA ให้อคส. เป็นผู้นำเข้า โดยมีคุณสมบัติของการนโยบายปาล์มน้ำมันแห่งชาติ (กนป.) พิจารณามาตรการที่จะรองรับผลกระทบจากการเปิดตลาดเสรี AFTA 3) การนำเข้าเพื่อการส่งออก (นอกគอตัว WTO) กำหนดให้ผู้นำเข้าห้องรับซื้อผลผลิตในประเทศเพื่อส่งออกด้วย 1 ส่วน ก่อนนำเข้า 1 ส่วน และต้องส่งออกน้ำมันปาล์มไปต่างประเทศเป็นปริมาณไม่น้อยกว่า 2 เท่าของปริมาณนำเข้า ภายใน 30 วัน

#### 1.3.2 ถ่วงเหลือง ภาคถ่วงเหลือง กำหนดนโยบายโดยคณะกรรมการนโยบายอาหารกำหนดมาตรการนำเข้าภาคถ่วงเหลืองได้ไม่จำกัดปริมาณและช่วงเวลานำเข้า ดังนี้

(1) การนำเข้าภายใต้ WTO ภาษีในគอตัวร้อยละ 2 โดย



มีเงื่อนไขให้ผู้นำเข้ารับซื้อจากภาคถ่วงเหลืองจากเมล็ดในประเทศในราคามิ่งต่ำกว่า กก.ละ 12.13 บาท ส่วนการนำเข้านอกគอตัวต้องเสียภาษีร้อยละ 119

(2) การนำเข้าภายใต้ AFTA ภาษีร้อยละ 0

(3) การนำเข้าภายใต้ FTA กรณี ไทย - ออสเตรเลีย ไทย - นิวซีแลนด์ และไทย - ญี่ปุ่น ภาษีร้อยละ 0

(4) การนำเข้าภายใต้ความตกลงอาเซียน - เกาหลี ภาษีร้อยละ 3.33

(5) การนำเข้าทั่วไป ภาษีร้อยละ 6 และค่าธรรมเนียมพิเศษ ตันละ 2,519 บาท

ผลการดำเนินการ : ภาคอุตสาหกรรมมีตัดต่อ (เมล็ดถ่วงเหลือง และภาคถ่วงเหลือง) เพียงพอ กับความต้องการใช้ โดยกลุ่มโรงงานสักดิ้น้ำมันถ่วงเหลืองผลิตภัณฑ์ถ่วงเหลืองแยกเป็นภารกิจจากเมล็ดในประเทศ (ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม 2556) รวมจำนวน 11,674 ตัน และภาคถ่วงเหลืองจากเมล็ดนำเข้ารวมจำนวน 924,875 ตัน และมีการนำเข้าเมล็ดถ่วงเหลืองโดยกลุ่มโรงงานสักดิฯ รวมจำนวน 1,220,159 ตัน



## 2. การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร

**2.1 สร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)** โดยส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อให้เกษตรกรมีการพัฒนาคุณภาพ รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลผลิต โดยดำเนินการ ดังนี้

**2.1.1 จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนแห่งใหม่จำนวน 3 แห่ง** ที่จังหวัดกาญจนบุรี (2 แห่ง) และจังหวัดขอนแก่น และพัฒนาศักยภาพศูนย์ฯ เดิม จำนวน 12 แห่ง ใน 11 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ นครสวรรค์ ขัยนาท สมุทรสงคราม จันทบุรี นครราชสีมา ศรีสะเกษ มุกดาหาร กระนวน ศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี ปัจจุบันมีศูนย์ฯ รวมทั้งสิ้น 18 แห่ง

**2.1.2 เพิ่มช่องทางการจำหน่าย ให้แก่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน โดยนำสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในงานองค์พัฒนาและเทศกาลต่าง ๆ**

**2.1.3 จัดอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร** เรื่อง “กลยุทธ์การนำพา Farm Outlet สู่ความยั่งยืน” : การจัดการร้านค้าสะอาดชีวภาพและอาหารพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เมื่อวันที่ 28 - 29 มีนาคม 2556 ณ โรงแรมวิชัยอนันต์ นนทบุรี โดยมีผู้เข้าอบรมจำนวน 165 คน เพื่อนำความรู้ไปปรับปรุงจัดการและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มยอดจำหน่ายของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน

**2.1.4 เชื่อมโยงการกระจายผลไม้ภาคตะวันออก (เชิง มังคุด และลองกอง) มาจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน รวมประมาณ 25 ตัน เพื่อขยายรายได้ของเกษตรกรในช่วงที่ออกสู่ตลาดมาก และเพิ่มมูลค่าจำหน่ายสินค้าให้แก่ศูนย์ฯ**

ผลการดำเนินการ : ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน มีมูลค่าสินค้าที่จำหน่ายในแต่ละศูนย์ฯ เฉลี่ยเดือนละ 80,000 - 300,000 บาท เพิ่มขึ้นจากช่วงก่อนการสนับสนุนประมาณ ร้อยละ 50

**2.2 พัฒนาคุณภาพ/ปรับรูปเพิ่มนูลค่าสินค้าข้าว** โดยดำเนินการเพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการ ค้าข้าว โดยจัด้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อให้คำปรึกษาในการวางแผน GMP/HACCP แก่ผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 20 ราย

**2.3 พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุภัณฑ์** โดยดำเนินการ

สุ่มเก็บตัวอย่างข้าวสารห้อมะลิบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรองที่จำหน่ายในท้องตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการรักษาคุณภาพและมาตรฐาน และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ปัจจุบัน มีผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้รูปแบบเมื่อของการค้าภายใน จำนวน 108 ราย 165 เครื่องหมายการค้า

### 2.4 จัดประกวดข้าวหอมมะลิและข้าวตราคุณภาพ

เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการข้าว ได้มีการพัฒนากระบวนการผลิตให้ผลผลิตมีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าข้าว โดยดำเนินการ (1) จัดประกวดข้าวหอมมะลิ ระดับจังหวัด 22 จังหวัด และคัดเลือกผู้ชนะเลิศระดับจังหวัดส่งเข้าประกวดในระดับประเทศ (2) จัดประกวดข้าวตราคุณภาพ โดยมีผู้ประกอบการโรงสีได้ส่งตัวอย่างข้าวเข้าประกวดในระดับประเทศ จำนวน 88 ตัวอย่าง จาก 21 จังหวัด โดยได้มีการมอบรางวัลให้แก่ผู้ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิและข้าวตราคุณภาพในระดับประเทศ เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2556

### 2.5 เพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตของโรงงาน

ปลาป่น ดำเนินการเพิ่มศักยภาพมาตรฐานการผลิตของโรงงานปลาป่น โดยส่งเสริมให้จัดทำระบบประกันคุณภาพ GMP และ HACCP โดยคัดเลือกโรงงานปลาป่นเข้าร่วมโครงการ จำนวน 15 ราย และได้ผ่านการรับรองมาตรฐานจำนวน 13 ราย





### 3. การพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด

**3.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เพื่อให้เป็นตลาดกลางที่ได้มาตรฐาน เป็นแหล่งซื้อขายและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม รวมทั้งเพิ่มทางเลือกและโอกาสในการขยายผลผลิต ให้กับเกษตรกร ซึ่งปัจจุบันมีตลาดกลางในความส่งเสริมของ กรมการค้าภายในทั้งสิ้น 92 แห่ง (ตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 67 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 21 แห่ง ตลาดกลางสัตว์นำ 4 แห่ง) โดยดำเนินการ ดังนี้**

**3.1.1 พลักระดับการซื้อขายและเชื่อมโยงการจำหน่าย ในตลาดกลาง โดยจัดงานเทศกาล “ผักสดจากสวนสู่ผู้บริโภค... เทศกาลกินเจ” ในตลาดกลางและตลาดสดในความส่งเสริมของ กรมการค้าภายใน ระหว่างวันที่ 14 - 22 ตุลาคม 2555 ที่จังหวัด นครศรีธรรมราช ปทุมธานี นครราชสีมา และบึงกาฬ เพื่อให้เกษตรกร มีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตเพิ่มขึ้นและผู้บริโภคสามารถเลือก ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม**

**3.1.2 พลักระดับและเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดกลาง ประมูลข้าวสาร ที่ตลาดกลางข้าวและพืชไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช (ท่าข้าวกำนั่นท่วง) เพื่อเป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบการค้า ข้าวสารอย่างเสรีและเป็นธรรม ผลการดำเนินงาน : มีการเปิด ประมูลซื้อขายข้าวสาร รวม 11 ครั้ง โดยมีผู้เสนอซื้อขายจำนวน 158 ราย ปริมาณซื้อขาย 11,675.10 ตัน คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 186,536,000 บาท**



**3.1.3 ส่งเสริมการจัดซื้อกุญแจพสินค้าเกษตรใน ตลาดกลาง โดย (1) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดซื้อกุญแจพสินค้าเกษตร เรื่อง “การพัฒนาคุณภาพผลไม้ให้มี ความปลอดภัยก่อนเข้าสู่ตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน” ให้แก่สมาชิกเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรตลาดใหญ่ผู้ผลิตผู้ร่วงและ ชุมชนทั่วทิม ระหว่างวันที่ 25- 26 เมษายน 2556 ที่จังหวัดนครปฐม โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 145 คน (2) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดซื้อกุญแจพสินค้า และเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดกลาง**

ในความส่งเสริมของการค้าภายใน (3) สนับสนุนให้ตลาดกลาง เป็นแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ โดยมอบชุดทดสอบสารเคมีติดค้างในสินค้าเกษตรให้แก่ตลาดกลาง ในความส่งเสริมของการค้าภายใน จำนวน 5 แห่ง

**3.2 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดสดในความส่งเสริมของ  
กรรมการค้าภายใน** ให้เป็นแหล่งรองรับผลผลิตจากเกษตรกร และ เป็นแหล่งกระจายสินค้าอุปโภคบริโภค มีการปิดป้ายแสดงราคา จำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรม เครื่องซึ่งมีความเที่ยงตรง ปัจจุบัน มีตลาดสดในความส่งเสริมของการค้าภายใน จำนวน 290 แห่ง โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

**3.2.1 จัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายและเชื่อมโยง  
การซื้อขายพัสดุและผลไม้** จากแหล่งผลิตมาจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรง ได้แก่ (1) จัดงานเทศกาล “พัสดุจากสวนสู่ผู้บริโภค...เทศกาลกินเจ” ระหว่างวันที่ 14 - 22 ตุลาคม 2555 ที่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร กำหนดเพียง ขอนแก่น ปทุมธานี และ นครปฐม (2) จัดงาน “สินค้าเกษตรต้อนรับเทศกาลดรุษจีน” ระหว่างวันที่ 6 - 8 กุมภาพันธ์ 2556 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร กำหนดเพียง ขอนแก่น

**3.2.2 ตรวจสอบและกำกับดูแลตลาดสดตีต่อ** ให้ผู้ประกอบการค้าและผู้ค้าในตลาดมีการปิดป้ายแสดงราคา สินค้าและจำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรม รวมทั้งความเที่ยงตรง ของเครื่องซึ่ง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเบริรย์เทียบราคาก่อน การตัดสินใจและเข้ามาใช้ประโยชน์จากตลาดสดเพิ่มขึ้น

**3.2.3 สนับสนุนให้ตลาดสดเป็นแหล่งจำหน่ายและ  
กระจายสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ โดยมอบชุดทดสอบ  
สารเคมีติดค้างในสินค้าเกษตรให้แก่ตลาดสดในความส่งเสริม  
ของกรมฯ จำนวน 19 แห่ง**

**3.3 จัดสัมมนา เรื่อง “การเสริมสร้างศักยภาพตลาด  
กลางและตลาดสดในความส่งเสริมของกรรมการค้าภายใน”  
ให้แก่ผู้ประกอบการตลาด ผู้ค้าในตลาดกลางผู้ผลิตไม้  
ตลาดสด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2556  
ณ โรงแรมริชmonด์ จังหวัดนนทบุรี โดยมีผู้เข้าอบรมรวม 170 คน**

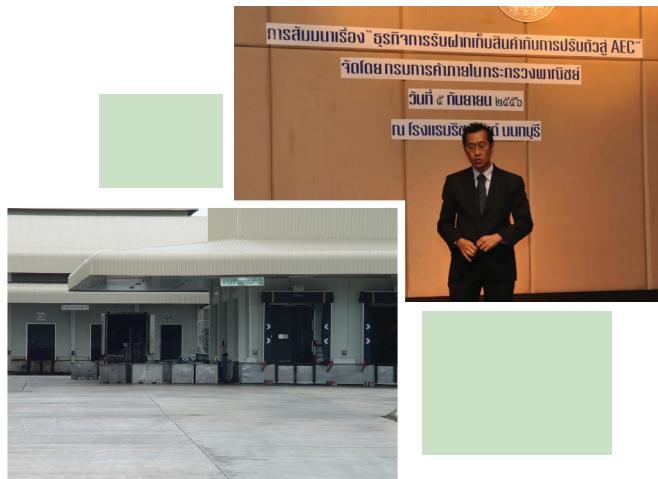
### 3.4 ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง โดย

(1) ผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของการค้าภายใน โดยเชื่อมโยงให้เกษตรกรและผู้ประกอบการได้มีการทำสัญญา ข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร จำนวน 12 สินค้า ได้แก่ ลงกอง ห้อมแดง สับปะรด ลิ้นจี่พันธุ์จักรพรรดิ ลำไย ไข่ไก่ ข้าวโพดหวาน ฝักสด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มะม่วงน้ำดอกไม้ งา งัมคุด และ ละ รวม 24 สัญญา ปริมาณ 23,620.21 ตัน มูลค่ารวม 356,829,200 บาท (2) จัดอบรมให้ความรู้เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่าน ตลาดข้อตกลง ให้แก่กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ครั้ง รวม 288 คน ที่จังหวัดศรีสะเกษ นครปฐม และ ขอนแก่น

**3.5 พัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์ และ  
สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดค้าเกษตรล่วงหน้า** โดยดำเนินการ (1) จัดอบรมเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ กลไกการซื้อขายล่วงหน้า และการใช้ประโยชน์จากตลาดสดสินค้าเกษตรล่วงหน้าให้แก่ เกษตรกร หอการค้า และผู้ประกอบการ จำนวน 3 ครั้ง รวม 175 คน (2) เมยแพร์ช้อมูลราคาล่วงหน้าใน ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า และราคาตลาดจริงผ่านระบบ SMS บัน沫ดีอิ ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หอการค้าและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกวัน ทำการ วันละ 2,186 ราย

**3.6 พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์ โดยจัดอบรม “การส่งเสริมพัฒนาเครือข่าย  
การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ให้แก่ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร  
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หอการค้าและผู้ประกอบการคลังสินค้า  
ไซโล และห้องเย็น และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความรู้ระบบฐาน  
ข้อมูลระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาด จำนวน 4 ครั้ง  
รวม 215 คน ที่จังหวัดระยอง พิษณุโลก มหาสารคาม และ  
ประจวบคีรีขันธ์**





## 4. การเสริมสร้างศักยภาพ การบริหารจัดการโลจิสติกส์

**4.1 เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพ** พู้ประกอบกิจการคลังสินค้าไซโล และห้องเย็น เพื่อสนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นมีมาตรฐานในการจัดเก็บสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยดำเนินการดังนี้

**4.1.1 จัดประชุมเบื้องต้นรับสมัครพนักงานร่วมโครงการเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพ** พู้ประกอบกิจการคลังสินค้าไซโลและห้องเย็น เพื่อเข้าสู่กระบวนการพัฒนาตามมาตรฐานคลังสินค้า ไซโล ห้องเย็นที่กรมการค้าภายในจัดทำขึ้นรวมทั้ง毛病ใบรับรองให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐานฯ ในปี 2555 จำนวน 17 ราย พร้อมทั้งได้อบรมเพื่อทบทวนความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานที่ได้นำไปปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการที่ประสงค์ต่ออายุหนังสือรับรองและรับการตรวจสอบมาตรฐานฯ เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2556 ณ โรงแรมริชอนด์ จังหวัดนนทบุรี มีผู้เข้าร่วมรับฟังการชี้แจงจำนวน 107 คน

**4.1.2 รับสมัครพนักงานร่วมโครงการฯ** ตั้งแต่วันที่ 13 กุมภาพันธ์ - 28 มีนาคม 2556 โดยมีผู้ประกอบการสมัครและได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ รวม 51 ราย

**4.1.3 พิจารณาและอนุมัติการรับรองมาตรฐาน** โครงการเพื่อพัฒนาเข้าสู่มาตรฐานจำนวน 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 21 - 22 มีนาคม 2556 และวันที่ 27-28 มีนาคม 2556 มีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 73 คน จาก 51 บริษัท

**4.1.4 ตรวจประเมินและออกหนังสือรับรองมาตรฐานให้แก่ผู้ประกอบการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น** จำนวน 51 ราย โดยมีผลตรวจประเมิน ดังนี้ (1) ผู้ประกอบการรายใหม่ จำนวน 11 ราย แยกเป็น ระดับ 5 ดาว 8 ราย ระดับ 4 ดาว 2 ราย และระดับ 3 ดาว 1 ราย (2) ผู้ประกอบการต่ออายุใบรับรอง จำนวน 24 ราย แยกเป็น ระดับ 5 ดาว 22 ราย และระดับ 4 ดาว 2 ราย (3) ผู้ประกอบการตรวจสอบมาตรฐานฯ จำนวน 16 ราย

**4.2 ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารโลจิสติกส์** ให้กับกิจการคลังสินค้า ไซโล ห้องเย็น ดังนี้

**4.2.1 ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน** การปฏิบัติเกี่ยวกับมาตรฐานด้านการรับฝากเก็บ รวมทั้งเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและแนวทางในบริหารจัดการให้แก่ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น รวม 42 ราย

**4.2.2 จัดสัมมนา** เรื่อง “ธุรกิจรับฝากเก็บสินค้ากับการปรับตัวสู่มาตรฐาน AEC” เพื่อสร้างความรู้ให้แก่ผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ได้ตระหนักรถึงความเปลี่ยนแปลงและสามารถเตรียมความพร้อมให้ธุรกิจของตนมีศักยภาพสามารถในการแข่งขัน พร้อมรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เมื่อวันที่ 5-6 กันยายน 2556 มีผู้เข้าร่วมสัมมนาฯ จำนวน 120 คน

**4.2.3 มอบตราสัญลักษณ์คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น** เพื่อประชาสัมพันธ์กิจการให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ที่ได้รับอนุญาตตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 32 ราย

**4.3 พัฒนาการจัดตั้งศูนย์รวมและกระจายสินค้านอกประเทศ** จุดที่เป็นประตูออกค้า เพื่อเข้มต่อการค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งการนำเข้าและส่งออก และเตรียมความพร้อมรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยจัดอบรมให้ความรู้ และจัดกิจกรรมส่งเสริมและยกระดับชื่อทางการตลาด รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้ตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในเป็นศูนย์รวมและกระจายสินค้า จำนวน 2 แห่ง ที่ตลาดอุดรเมืองทอง จังหวัดอุดรธานี และตลาดศรีทองเมือง จังหวัดขอนแก่น

**4.4 พัฒนาข้อมูลเพื่อการบริหารโลจิสติกส์** โดยพัฒนาระบบข้อมูลตลาดกลาง คลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น เพื่อให้มีระบบข้อมูลเกี่ยวกับระบบตลาดและกลไกในระบบตลาดที่ครอบคลุมและทันสมัย เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ในภาพรวมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งตรวจติดตามให้คำแนะนำข้อมูลด้านการบริการและสร้างการบริหารจัดการแก่ผู้ประกอบธุรกิจคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น

## การดูแลความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณสินค้า

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลในการกำกับดูแลความเป็นธรรมด้านราคาให้กับทุกฝ่าย โดยดูแลราคาสินค้าในแต่ละช่วงการค้าตั้งแต่ราคាដันน้ำ (ราคาน โรงงาน) ราคากลางน้ำ (ราคاجาหน่ายส่ง) และราคายาปลาน้ำ (ราคاجาหน่ายปลีก) ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุนและเป็นธรรม ไม่มีการจอยาสซื้นราคาก ปริมาณมีเพียงพอไม่ขาดแคลน และมีน้ำหนักเที่ยงตรง ครบถ้วนถูกต้อง โดยดำเนินการ ดังนี้



1. กำหนดสินค้าและบริการควบคุม จำนวน 43 รายการ (สินค้า 40 รายการ บริการ 3 รายการ) 亦 สินค้าและบริการที่ติดตามดูแล จำนวน 225 รายการ (สินค้า 205 รายการ บริการ 20 รายการ) โดยมีการติดตาม ตรวจสอบ ราคาและสถานการณ์ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน ทุกปักษ์ ทุกเดือน เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้บริโภค และมีให้มี การจ่ายโอกาสซื้นราคากาเบรียบผู้บริโภค

2. ดูแลราคาตันน้ำ (ราคาน โรงงาน) ให้สอดคล้องกับ ต้นทุนและเป็นธรรม โดยแบ่งการกำกับดูแลสินค้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มสินค้าที่ต้องใช้วัสดุดินนำเข้า (2) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัสดุดิน ในประเทศเป็นหลัก (3) กลุ่มสินค้าที่ใช้วัสดุดินทั้งในประเทศและนำเข้า (4) กลุ่มอาหารสด ซึ่งหากจำเป็นต้องปรับราคา จะพิจารณา ให้ปรับราคาตามภาวะต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจริง สำหรับหมวดอาหารสด เนื่องจากราคาก ขึ้นลงตามฤดูกาล จะมีการตรวจสอบราคาและ เก็บงวดในการปิดป้ายแสดงราคา รวมทั้งการประกาศราคานะนำ

3. ดูแลราคากลางน้ำ (ราคاجาหน่ายของตัวแทน จำหน่ายและผู้ค้าส่ง) โดยดูแลราคาจำหน่ายส่งให้มีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับราคាដันน้ำ (ราคาน โรงงาน) เพื่อมีให้มีการจ่ายโอกาสเอกสารเดาเบรียบหักด้านราคากาหน่ายและปริมาณ

4. ดูแลราคายาปลาน้ำ (ราคاجาหน่ายปลีก) โดยตรวจสอบ ติดตามราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต และ กำหนดระดับความสำคัญของสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแล อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกเดือน โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

4.1 Sensitive List (SL) : ระดับที่ส่อเค้าว่าจะมีปัญหา สินค้า ที่มีความอ่อนไหวพิเศษ ติดตามราคาและภาวะเป็นประจำทุกวัน

4.2 Priority Watch (PWL) : ระดับที่เริ่มไม่ปกติ สินค้า ที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง

4.3 Watch List (WL) : ระดับปกติ สินค้าที่ติดตามภาวะ และสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปักษ์

5. กำหนดมาตรการในการดูแลราคา โดยออกประกาศ คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคากาเบรียบผู้บริโภค กำหนด มาตรการดูแลราคาให้เป็นธรรม เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุน มีให้มีการเอกสารเดาเบรียบผู้บริโภค ดังนี้

5.1 กำหนดมาตรการทางกฎหมายสำหรับสินค้าและบริการ ควบคุม 43 รายการ ได้แก่ การแจ้งต้นทุน ราคา การเปลี่ยนแปลง ราคาต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า การแจ้งปริมาณ สถานที่จัดเก็บ และจัดทำบัญชีควบคุมสินค้า การขนย้ายเข้า/ออกในพื้นที่กำหนด

ต้องขออนุญาต (ข้าวเปลือก ข้าวสาร น้ำมันปาล์ม กระเทียม)

5.2 กำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก จำนวน 285 รายการ (สินค้า 237 รายการ และบริการ 48 รายการ) และการปิดป้ายแสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร จำนวน 30 รายการ

5.3 กำหนดอัตราเพิ่มลดราคาก้าวมันสำปะหลังตามเบอร์เช็นต์เข็มแปง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการลานมันและโรงแปงปิดป้ายแสดงราครับซื้อห้ามันสำปะหลังสด โดยต้องระบุเบอร์เช็นต์เข็มแปงที่ 25% และอัตราเพิ่มลดตามเบอร์เช็นต์เข็มแปงที่รับซื้อให้ชัดเจน ณ สถานที่รับซื้อ โดยให้แสดงราคាត่อหน่วยเป็นกิโลกรัม

5.4 กำหนดแนวทางการกำกับดูแลราคาจำหน่าย ก้าชหุงต้ม (ดังนี้ 1) การแสดงราคาก้าชหุงต้มค่าบริการขัน升ถึงสถานที่ของผู้ซื้อ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ให้ชัดเจนครบถ้วน 2) ขอความร่วมมือร้านค้าจำหน่ายปลีกก้าชหุงต้มบรรจุถังในราคาก้าชหุงต้ม โดยให้มีการปรับเพิ่มสูงขึ้นตามที่กระทรวงพัฒนาฯ กำหนด (ปรับเพิ่มขึ้นเดือนละ 0.50 บาท/กก. เป็นระยะเวลา 13 เดือน) โดยไม่มีการจ่ายโอกาสเอกสารเบรียญผู้บริโภค

**6. ตรึงราคาจำหน่ายสินค้า** โดยขอความร่วมมือผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า 7 หมวด ได้แก่ (1) หมวดอาหารและเครื่องดื่ม (2) หมวดของใช้ประจำวัน (3) หมวดกระดาษและผลิตภัณฑ์ (4) หมวดบริภัณฑ์ขันส่ง (5) หมวดวัสดุก่อสร้าง (6) หมวดยารักษาโรคและเวชภัณฑ์ (7) หมวดห้าวไป รวม 140 รายการ คงราคาจำหน่ายสินค้าเพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพประชาชนจนถึงเดือนธันวาคม 2556

**7. กำกับดูแลราคาจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ** ให้เหมาะสม ลดคลั่งกับดันทุน และเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค โดย (1) กำหนดราคาอาหารปรุงสำเร็จแนะนำ 10 เมนู (2) เพิ่มร้านอาหารรองฟ้าจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จในราคางาน/ชามละ 25-30 บาท (3) ขอความร่วมมือผู้ประกอบการร้านอาหารให้จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จในราคานะนำ



**8. ติดตามตรวจสอบนำไปใช้ในการเอาเปรียบผู้บริโภค** โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบราค้า บริษัทสินค้าและเครื่องซั่งตัวงวด เป็นประจำทุกวัน เพื่อมิให้มีการเอาเปรียบผู้บริโภค กักตุนสินค้า และให้เครื่องซั่งตัวงวดมีความเที่ยงตรงดำเนินการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดังนี้



8.1 ตรวจสอบราคา การปิดป้ายแสดงราคา การกักตุนสินค้า โดยตรวจสอบผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดสด ร้านอาหาร ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ร้านค้าก้าชหุงต้ม เหลว ร้านค้าห้าวไป และผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อป้องกันการกักตุนและการจ่ายโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม และตรวจสอบการปิดป้ายแสดงราครับซื้อสินค้าเกษตร เพื่อให้มีความเป็นธรรมในการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกร รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชน ผ่านสายด่วน 1569 ของกรมการค้าภายใน ผลการดำเนินการ ตรวจสอบผู้ประกอบการรวมทั้งสิ้น 337,899 ราย พบผิดจำนวน 84 ราย เปรียบเทียบปรับรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 63,200 บาท

8.2 ตรวจสอบเครื่องซั่งตัวงวด ให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้อง มาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง ก้าชแอลพีจี และก้าชเอ็นจีวี การบรรจุก้าชให้มีน้ำหนักครบถ้วน และสินค้าที่บ่อให้ถูกต้องได้มาตรฐาน รวมทั้งตรวจสอบเครื่องซั่งตัวงวดในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร เพื่อป้องกันการกดราคาค้ารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร รวมทั้งสิ้น 5,064,877 เครื่อง/ทึบห่อ แบ่งเป็นการตรวจสอบให้คำรับรอง

4,060,911 เครื่อง การตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดขณะใช้งาน 1,003,966 เครื่อง/ที่บ่ห่อ พบผิดจำนวน 19,115 เครื่อง/ที่บ่ห่อ (เครื่องชั่งตวงวัด 9,464 เครื่อง สินค้าที่บ่ห่อ 9,651 ที่บ่ห่อ) ดำเนินการยึด ผูกบัตรห้ามใช้ และอายัด

**9. สร้างการมีส่วนร่วมภาคประชาชน** โดยจัดตั้งสมาคมเครื่องชั่ง “อาสาองฟ้า 1569” เพื่อเป็นเครือข่ายภาคประชาชนได้มีส่วนร่วมในการสอดส่องคุณภาพดูถูกิริกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม สะท้อนปัญหา ให้ข้อคิดเห็น รวมทั้งเป็นกระบวนการเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กรมการค้าภายใน ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 5,550 คน แยกเป็นประเภทสมาชิกประจำจำนวน 550 คน และประเภทสมาชิกอาสาสมัคร จำนวน 5,000 คน

**10. เสริมสร้างจริยธรรมและพัฒนามาตรฐานการค้า** โดยคุ้มครองผู้บริโภค มีช่องทางเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นธรรม โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าเข้าร่วมรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการประ同胞การที่ดีตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด โดยดำเนินโครงการต่าง ๆ ดังนี้

10.1 โครงการตลาดสดเด่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาตลาดสดสู่ระดับมาตรฐาน มุ่งเน้นการปิดป้ายแสดงราคา กำหนดราคายุติธรรม มีเครื่องชั่งเที่ยงตรง และมีสุลักษณะที่ดี เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการตลาดสดมากยิ่งขึ้น มีตลาดสดเข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 290 ตลาด

10.2 โครงการร้านค้าก้าชหุงต้มขั้นดี เพื่อให้ผู้ประกอบการมีการจำหน่ายก้าชหุงต้ม ให้มีมาตรฐานและบริการที่ดี ในราคายุติธรรม บริโภคคลุบลุวน ได้มาตรฐาน ความปลอดภัย และมีการปิดป้ายแสดงราคา เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 171 ราย

10.3 โครงการสถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการน้ำมันที่เข้าร่วมโครงการฯได้รับบริการน้ำมันเชื้อเพลิงครบเต็มจำนวนลิตรที่ซื้อ มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 1,428 ราย

10.4 โครงการรับประกันคุณภาพสินค้าและบริการ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้มีระบบการรับประกันคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานเดียวกัน ได้แก่ แบบเตอร์ ยางรถยก เครื่องซักผ้าตู้เย็น ห้องสมุดสินค้า รวมทั้งประกันรับคืนสินค้า การเปลี่ยนสินค้าใหม่ มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 52 ราย

**11. ส่งเสริมการมีมาตรฐานการค้าด้านสินค้าศีบห่อ** เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมสินค้าที่บรรจุในที่บ่ห่อและรักษาระดับความเชื่อมั่นระหว่างการค้าขายสินค้าที่บรรจุในที่บ่ห่อภายในประเทศและอาเซียน รวมทั้งเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานสินค้าที่บ่ห่อให้แก่บุคลากรด้านสินค้าที่บ่ห่อทั้งในประเทศและอาเซียน ดังนี้

11.1 จัดทำร่างคู่มือการตรวจสอบสินค้าที่บ่ห่อ (ASEAN Common Requirement for Inspection of Pre-packed goods) ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาของสมาชิกกลุ่มอาเซียน โดยจะเป็น

หัวข้อการพิจารณาในการประชุมนานาชาติ ACCSQ Working Group on Legal Metrology ครั้งต่อไป ประมาณเดือนธันวาคม 2556

11.2 จัดทำระบบคุณภาพของหน่วยตรวจและห้องปฏิบัติการมิติมวลและปริมาตร ตามข้อกำหนด ISO 17020 โดยอยู่ระหว่างการพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

11.3 จัดอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ เกี่ยวกับการบริหารคุณภาพเพื่อมอบเครื่องหมายด้านบริมาณ (Quantity Mark)





## การบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

กรณการค้าภายในได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลในการลดภาระค่าครองชีพ และเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี ในราคายุติธรรม ตั้งกว่าท้องตลาดทั่วไป เพื่อบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัว และให้เกษตรกรมีส่วนในการจำหน่ายผลผลิตและรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ และให้สินค้ามีการหมุนเวียน เกิดการผลิต การจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยดำเนินการ ดังนี้

### 1. ดำเนินโครงการลงพื้นที่สำรวจราคาประยุตลดค่าครองชีพ

**ประชาชน** โดยจัดงานจำหน่ายสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภค บริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพของประชาชน เช่น ข้าว น้ำมันพืช น้ำตาลราย หมู ไนไก่ ผงชักฟอก สูตร ฯลฯ ในราคากลูกกว่า ห้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20-40 ตามแหล่งทุกแห่ง ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค รวมทั้งสิ้น 2,231 ครั้ง สามารถลดภาระค่าครองชีพ ให้ประชาชนจำนวน 7,070,620 คน (ส่วนกลาง 663,061 คน และส่วนภูมิภาค 6,407,559 คน) คิดเป็นมูลค่า 654.37 ล้านบาท ดังนี้



1.1 จัดงานลงพื้นที่สำรวจราคาประยุตลด ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคจำนวน 968 ครั้ง สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนจำนวน 6,103,067 คน (ส่วนกลาง 373,650 คน และส่วนภูมิภาค 5,729,417 คน) คิดเป็นมูลค่า 582.03 ล้านบาท

1.2 จัดงานจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพร่วมกับหน่วยงานอื่น ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 636 ครั้ง สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนจำนวน 869,079 คน (ส่วนกลาง 190,937 คน และส่วนภูมิภาค 678,142 คน) คิดเป็นมูลค่า 57.67 ล้านบาท



รายการสินค้าของพัสดุเคลื่อนที่ เพื่อประชาชน		
	ปกติ	ราคาขาย
ข้าวสาร	120	70
น้ำมันพืช	72	33
น้ำปลาหมาด	23.50	20
น้ำอัดลม มนต์ 2	95	85
เม็ดถุงกร	10	95

แบบเก็บการจำหน่ายสินค้าเกินราคาก็กำหนด  
แจ้งได้ที่ สายด่วน 1569 กรมการค้าภายใน



1.3 จัดงานของพัสดุเคลื่อนที่เพื่อประชาชน (Mobile Unit) ตามแหล่งชุมชนและสถานประกอบการ ในพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดใกล้เคียง ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่วันที่ 11 ม.ค.-11 มี.ค. 56 จำนวน 627 ครั้ง จากไปป้ายมา 600 ครั้ง สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนจำนวน 98,474 คน คิดเป็นมูลค่า 14.67 ล้านบาท

2. โครงการโซ่อุปโภคบริโภค “ร้านถูกใจ” โดยรับสมัครร้านค้าหรือเข้าร่วมโครงการฯ กกระจายอยู่ในชุมชนต่าง ๆ ทุกตำบลทั่วประเทศ เพื่อจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ จำนวน 20 รายการ เช่น ข้าวสาร น้ำมันพืช น้ำตาลหราย น้ำปลา ปลากระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แยมพู ผงชักฟอก เป็นต้น ในราคาย่อมเยา ต่ำกว่าห้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20-30 และจัดระบบบริหารจัดการ “ร้านถูกใจ” เพื่อส่งผ่านให้ภาคเอกชนดำเนินการต่อไปอย่างเข้มแข็ง และกำกับดูแลให้ร้านถูกใจสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ปัจจุบันมีร้านถูกใจที่มีศักยภาพและมีความพร้อมในการรับสินค้าจำนวน 5,009 ร้าน

3. รณรงค์/ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเข้าร่วมเป็นร้านอาหารของพัสดุ จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จในราคางาน/ชามละ 25-30 บาท เพื่อเพิ่มทางเลือกในการบริโภคอาหารปรุงสำเร็จให้แก่ผู้บริโภค จำนวน 5,773 ร้าน (ส่วนกลาง 469 ร้าน และส่วนภูมิภาค 5,304 ร้าน)

4. ขอความร่วมมือกับ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการ “ข้าวกล่อง 25 บาท ช่วยคนไทยลดค่าครองชีพ” โดยจำหน่ายข้าวกล่องของพัสดุราคา 25 บาท สำหรับเมนูกะเพราไส้กรอกและข้าวผัดหมู จำนวน 4 ล้านกล่อง ตั้งแต่วันที่ 28 สิงหาคม 2556 จนถึงวันที่ 25 พฤศจิกายน 2556 พร้อมทั้งตั้งราคาจำหน่ายข้าวกล่อง 8 เมนู ในราคา 29-30 บาท จนถึงสิ้นปี 2556 ได้แก่ ข้าวผัดไส้กรอก สปาเก็ตตี้เมามะหมู ข้าวกะเพราหมู มักกะโรนีไก่ ข้าวผัดเผ็ดหน่อไม้ไก่ ข้าวไก่กระเทียม ข้าวหน้าหมูชีส ข้าวหนูกระเทียมพริกไทย เป็นต้น



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

## การดูแลธุรกิจใหม่การแบ่งขันที่เสรีเป็นธรรม

### 1. การกำกับดูแลการแบ่งขันทางการค้า

1.1 ติดตาม ตรวจสอบวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจและพฤติกรรมทางการค้าในธุรกิจสินค้าและบริการ เป้าหมาย จำนวน 80 รายการ ใน 6 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (2) กลุ่มธุรกิจสินค้าปิโตรเคมีและเคมีเกษตร (3) กลุ่มธุรกิจสินค้ายานยนต์ (4) กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง (5) กลุ่มสินค้าอื่น ๆ (6) กลุ่มธุรกิจบริการ

1.2 พิจารณาเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์เกี่ยวกับพฤติกรรมการแบ่งขันทางการค้าตามกฎหมายแบ่งขันทางการค้า จำนวน 16 เรื่อง โดยเป็นเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติทางการค้าไม่เป็นธรรม การขายสินค้าต่ำกว่าทุน การกีดกันทางการค้า การขายพ่วงสินค้า การตกลงร่วมกันระหว่างการทำการอันเป็นการผูกขาดทางการค้า

1.3 พิจารณาปรับปรุงกฎหมาย การออกประกาศ กฎระเบียนและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการค้าตามกฎหมาย การแบ่งขันทางการค้า ได้แก่ (1) การบททวนเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด (2) การปรับแก้กฎหมายแบ่งขันทางการค้า กรณีรัฐวิสาหกิจได้รับการยกเว้นให้ใช้บังคับตาม พ.ร.บ. การแบ่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาได้พิจารณาตรวจสอบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างนำเสนอคณะกรรมการตีความ

1.4 กำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ดำเนินการจัดระบบธุรกิจให้อยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นธรรม ดังนี้

1.4.1 ปรับปรุงระเบียบสำนักงานคณะกรรมการแบ่งขันทางการค้าว่าด้วยแนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าระหว่างผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย โดยอยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการเขียวชาญเฉพาะเรื่อง ธุรกิจค้าปลีก

1.4.2 จัดทำสัญญามาตรฐานทางการค้า เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ระหว่าง ผู้ผลิต Modern Trade / ผู้จำหน่าย (Suppliers)

1.4.3 จัดทำแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ตาม พ.ร.บ. การแบ่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542

1.4.4 ศึกษาพัฒนาระบบทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจค้าปลีกและแนวทางการกำกับดูแล เพื่อนำมาใช้ประกอบการกำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง

2. เสริมสร้างความรู้ด้านการแบ่งขันทางการค้า โดย (1) จัดวิทยากรบรรยายให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแบ่งขันทางการค้าให้แก่นักวิชาการ ภาคเอกชน จำนวน 2 ครั้ง มีผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น 130 คน (2) จัดอบรมสัมมนาเสริมสร้างความรู้ด้านกฎหมายการแบ่งขันทางการค้าให้แก่สถาบันการศึกษา สาขาวิชาศิลปศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ รวม 5 ครั้ง มีผู้เข้าอบรมทั้งสิ้น 960 คน



3. ให้บริการคำปรึกษา แก่ผู้ประกอบธุรกิจ นักกฎหมาย นักศึกษา ประชาชนที่สนใจ ในประเด็นข้อกฎหมาย ในพระราชบัญญัติการแบ่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ผ่านทางโทรศัพท์และที่สำนักงาน

4. ประสานความร่วมมือและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ॥และความรู้กับองค์กรระดับนานาชาติ ॥และองค์กรกำกับการแบ่งขันต่างประเทศ เช่น ASEAN Secretariat, OECD-Korea Policy Centre, JFTC, ASEC, GIZ (Germany International Cooperation) เป็นต้น โดยเข้าร่วมประชุม จัดทำข้อมูล เสนอความเห็นประกอบการพิจารณา และจัดสัมมนาที่เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมทั้งจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-เปรูในข้อบกพร่องการแบ่งขันทางการค้า



# วิถีการทำงาน ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร ของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556  
กรมการค้าภายในได้ดำเนินการ  
ตามพระราชบัญญัติข้อมูล  
ข่าวสารของราชการ  
พ.ศ. 2540 ดังนี้



# 1 569

## ສູນຍົບເຮືອງຮ້ອງເຮັດວຽກ ສູນຍົບເຮືອງຮ້ອງເຮັດວຽກ



1. ຈັດໃຫ້ສູນຍົບເຂົ້າວສາຣເພື່ອປະເທນ ກມນກາຮຕ່າກາຍໃນ ບຣີເລີນໜັ້ນລ່າງຂອງຕຶກອາຄາກອກກາຮຕ່າກາຍໃນ (ທັກ 20301 ຫັ້ນ 3) ສະນາມບິນນຳ ຈັງຫວັດນນທຸງ ເພື່ອເຫັນປະຊາບໄດ້ຮັບຄວາມສະດວກ ໃນກາຮຕິດຕໍ່ອົງຮັບຂໍ້ອມຸລດ້ວຍຕົນເອງຕາມ ພຣະວານບໍລິສູງຕົ້ນຂໍ້ອມຸລ ພ່າວສາຣຂອງຈາກກາຣ ພ.ສ.2540 ໂດຍມີຜູ້ມາໃໝ່ບົກກາຍ ຈຳນວນ 22 ຮາຍ

ຜູ້ເຂົ້າວສາຣແພະດ້ານກົງມາຍກາຮພາລິ້ນຢູ່ ຜູ້ຈຳນວຍກາຮສຳນັກ/ສູນຍົບຕ່າງ ຖໍ່ເປັນກາຮຕິດຕໍ່ອົງຮັບຂໍ້ອມຸລ ເພື່ອພິຈາລາດວາງວະບບແລກກາຮເປີດແຍ ຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣຂອງຈາກກາຣ ຕລອດຈານກຳໜັດຫລັກເກີນທີ່ແລກວິທີກາຮ ໄທ້ປະຊາບເຂົ້າຕວະຈຸຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣ ກາຮຂອສຳເນາ ກາຮວັບຮອງສຳເນາ ຊລ່າ

2. ຈັດໃຫ້ມີເຈົ້າເຫັນກ່າວປະຈຳສູນຍົບເຂົ້າວສາຣເພື່ອປະເທນ ເພື່ອໃຫ້ແນະນຳແລະບົກກາຮຂໍ້ອມຸລແກ່ປະຊາບທີ່ ມາຂອງຂໍ້ອມຸລ ພ້ອມທີ່ຈັດທໍາປ້າຍແສດທີ່ຕຶກສູນຍົບເຂົ້າວສາຣ/ປ້າຍບອກທາງໃຫ້ສາມາດຮມອງເຫັນໄດ້ຢ່າງໜັດເຈັນ ຮວມທັງປັບປຸງດັ່ງນີ້ຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣແລກຈັດທຸກໆຂອງຂໍ້ອມຸລໃຫ້ເປັນຮະບບ ໂດຍມີຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣຕາມມາດຕາ 7 ແລະມາດຕາ 9 ແທ່ງພຣະວານບໍລິສູງຕົ້ນຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣຂອງຈາກກາຣ ພ.ສ. 2540 ອ່າງຄວາມຄົວນັ້ນແລກເປັນມັງຈຸບັນ

5. ເພຍແພຣ໌ຄວາມຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈເກີຍວັກບສຶກທີ່ໃນກາຮຮັບຮູ້ປ່າວສາຣ ໂດຍປະກາສັນພັນຮີ ເພຍແພຣ໌ເກີຍວັກບພລກາປັບປຸງຕິດຕາມກົງມາຍຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣຂອງຈາກກາຣໃຫ້ປະຊາບຮັບທຽບ ຜ່ານໜີ້ອັນຫາງ ຕ່າງ ທີ່ ເຊັ່ນ ເວັບໄຊຕົ້ນ ບອວົດປະກາສັນພັນຮີ ລະບບໂທຮັກພົບຮັບອັດໂນມິຕີ (Audio Text) ໂປ່ສເຕອວ໌ ຈຸລສາຣ ແຜນພັບວິທີໆ ເປັນດັ່ນ

3. ເພຍແພຣ໌ຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣຕາມກ່າວປະຈຳກົງມາຍກຳໜັດພ່ານກາງເວັບໄຊຕົ້ນຂອງກມນກາຮຕ່າກາຍໃນ ([www.dit.go.th](http://www.dit.go.th)) ໃນຫວ້າຂອງ “ສູນຍົບເຂົ້າວສາຣເພື່ອປະຊາບ” ແລະມີກາຮປັບປຸງຂໍ້ອມຸລໃຫ້ທັນສນັ້ນຢ່າງດົກເວລາ ໂດຍມີຜູ້ໃໝ່ບົກກາຍ ຈຳນວນ 6,356 ຮາຍ

4. ແຕ່ງຕັ້ງຄະກຽມກາຮພິຈາລາດກາຮເປີດເພຍຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣ ຕາມຄຳສັ່ງກມນກາຮຕ່າກາຍໃນທີ່ 94/2555 ລົງວັນທີ 20 ເມສາຍນ ພ.ສ. 2555 ປະກອບດ້ວຍ ອອງອືບດີ ເປັນປະຄານ

6. ເປີດຮ່ອງກາງຮັບພິຈາລາດກົດເກີນຂອງປະເທນເກີຍວັກບກຳກາຮເປີດເພຍຂໍ້ອມຸລປ່າວສາຣ ຜ່ານໜີ້ອັນຫາງຕ່າງ ທີ່ ເຊັ່ນ ສາຍດ່ວນ 1569 ດ້ວຍພິຈາລາດກົດເກີນ ກະດານປ່າວ ເປັນດັ່ນ ໂດຍມີຜູ້ຮ້ອງເຮັດວຽກຜ່ານສາຍດ່ວນ 1569 ຈຳນວນ 2,092 ຮາຍ



# ส่วนที่ 3

## บทความ

- ตลาดข้อตกลง ลดความเสี่ยง เพิ่มความมั่นคงของรายได้เกษตรกร
- การพัฒนาและส่งเสริมคุณย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)
- คุณย์รวมและกระจายสินค้าเกษตร เตรียมพร้อมระบบโลจิสติกส์สินค้าเกษตร สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ปฏิทินสินค้าเกษตร...วางแผนการผลิต การจำหน่ายได้ราคาดี
- กระบวนการค้าภายในสนับสนุนธุรกิจไทยพร้อมก้าวเข้าสู่ AEC
- เส้นทางคุณภาพในการสร้างนวัตกรรม...เพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่เกษตรกร





# ຕາມບັດກລງ

ລາຄວາເສື່ອງ  
ເພີ່ມຄວາມມິນຄ  
ຂອງຮາຍໄດ້ເກບຕຽກ

ການກໍາຕ້າງຢາຍໃນນິນໂຍບາຍສ່າງເສດນີ້ແມ່ນຕາດຂ້ອຕກລງຈົນ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຂໍ້ອະນຸມາທີ່ກໍາຕ້າງຢາຍ  
ພລິພລິດ ໂດຍໃຫ້ສ້າງມາດຕະຖານຂອງກໍາຕ້າງຢາຍໃນທີ່ຝ່າຍກົດກຳຕ້າງຢາຍຈາກສຳນັກງານອັນກາງສູງສຸດ  
ໃຫ້ເປັນໄປໂຄຢ່າງແພວ່ຫລາຍແລະຄຣອບຄລຸມ ໃນຮາຍກາສິນຕ້າຍ່າງກວ້າງຂວາງ ກາຍໃຫ້ສລິແກນ

**“ ທຳສ້າງມາດຕະຖານ ຂໍ້ອມາດຕະຖານ ແນ່ອນມິນໃຈ ”**

ໂດຍມຸ່ງຫວັງໃຫ້ “ເກບຕຽກ” ມີກາຍໄດ້ທີ່ແນ່ອນຈາກກໍາຕ້າງຢາຍຈໍານ່າຍພລິພລິດແລະຂ່າຍລົດຄວາມເສື່ອງດ້ານຮາຄາພລິພລິດ  
ທາງການເກບຕຽກໃນອານາຄົດ ແລະໃນຂະນະເດືອກກັນ “ຜູ້ປະກອບກາງ” ກີ່ໄດ້ວັບພລິພລິດ ໃນປີມານແລະຄຸນກາພມາດຕະຖານ  
ຕາມຄວາມຕ້ອງກາງ ວິວທີ່ສາມາດວາງແນກການພລິພລິດ ກາວຕາດໄດ້ຍ່າງມີຮະບນມາດຈົນ



ຕາດຂ້ອຕກລງ ເປັນກໍາຕ້າງຢາຍສິນຕ້າເກບຕຽກທີ່ມີຂ້ອຕກລງໄວ  
ລວງໜ້າວະໜ່ວງເກບຕຽກຮີ້ອສດາບັນເກບຕຽກຮີ້ງເປັນຜູ້ພລິພລິດ  
ກັບຜູ້ຮັບເຊື້ອ໌ເປັນໂຮງການແປວູປ ຮີ້ອຕ້ວແໜ່ງຜູ້ຮັບເຊື້ອໃນທັນດີນຕ່າງ ຈ  
ໂດຍມີກາຍທຳສ້າງມາດຕະຖານຂ້ອຕກລງເປັນລາຍລັກຜະນົມອັກຊວກທີ່ຮະບູນເຈື່ອນໄວ  
ເກື່ອງກັບການພລິພລິດແລະກາວຕາດຂອງສິນຕ້າ ເກື່ອງກັບການພລິພລິດ ແລ້ວການພລິພລິດ  
ຄຸນກາພ ປີມານ ຮາຄາ ສຕານທີ່ສ່າງມອບ ຮະຍະເວລາກາຮ່າງສ່າງມອບແລະ  
ກາຮ່າງສ່າງມອບ ເປັນຕົນ ໄດຍຮາຍລະເອີດຕ່າງ ຈ ຂອງສ້າງມາດຕະຖານ  
ຈະແຕກຕ່າງກັນໄປຕາມໜິດຂອງສິນຕ້າ ແລະຄູ້ສ້າງມາດ

## ตลาดข้อตกลง หลักประกันของกั้งพูซัวและพู้บ้าย

การจัดทำตลาดข้อตกลงซื้อขายผลผลิตสินค้าเกษตร เกิดขึ้นเนื่องจากวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกัน เพื่อประโยชน์ชีวังกันและกัน กล่าวคือ

- ราคาและปริมาณสินค้าเกษตรมีความผันผวนเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ทำให้เกษตรกรประสบปัญหาด้านการตลาดไม่มีหลักประกันรายได้จากการจำหน่ายสินค้า รวมทั้งไม่สามารถวางแผนการผลิตได้

• โรงงานแปรรูปหรือผู้ส่งออกประสบปัญหานักวางแผนการผลิต และการตลาด ขาดหลักประกันด้านต้นทุน เกิดข้อจำกัดด้านการขยายตัว

• ตลาดซื้อขายทันทีไม่สามารถตอบสนองความต้องการของโรงงานและผู้ส่งออกได้

• ตลาดข้อตกลงเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาด อันถือเป็นทางเลือกใหม่ในการขยายสินค้าที่ลดขั้นตอนทางการตลาด ลดความเสี่ยง จากการผันผวนของราคาและการผลิต



## สินค้าที่มีความเหมาะสมในการจัดทำสัญญาข้อตกลง

การจัดทำตลาดข้อตกลงสินค้าใด ๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับซื้อและผู้ขาย ที่เห็นความสำคัญและความจำเป็นในการซื้อขายสินค้านั้น ๆ อย่างไรก็ตามลักษณะหรือคุณสมบัติของผลผลิต เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อการพิจารณา ว่าควรจะจัดทำตลาดข้อตกลง หรือไม่ โดยทั่วไป คุณสมบัติของผลผลิตที่มีความเหมาะสม ในการจัดทำตลาดข้อตกลง จะมีลักษณะได้ลักษณะหนึ่งประกอบดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าที่มีลักษณะเน่าเสียง่าย และต้องส่งให้ถึงผู้บริโภค หรือผู้ใช้ตามเวลาการส่งมอบที่แน่นอน รวดเร็ว เช่น ผัก และผลไม้ เป็นต้น

2. เป็นสินค้าที่มีกระบวนการผลิตค่อนข้างยุ่งยาก слับซับซ้อน ในเรื่องการเพาะปลูก การดูแลรักษา การใช้แรงงาน เช่น ยาสูบ ใบชา เป็นต้น

3. เป็นสินค้าที่ต้องการแปรรูป และโรงงานที่จะแปรรูปจำเป็นที่จะต้องใช้เงินลงทุนสูง เช่น ปาล์มน้ำมัน อ้อย ยางพารา เป็นต้น

4. เป็นสินค้าที่ตลาดต้องการชนิดและคุณภาพพิเศษ เช่น ข้าวบาスマติ เมล็ดพันธุ์พิช โคเนื้อ เป็นต้น

## พวยประโยชน์ของตลาดข้อตกลง

การดำเนินการส่งเสริมให้มีการจัดทำสัญญาข้อตกลง มาตรฐานของกรรมการค้าภายใน นอกจากจะทำให้เกิดประโยชน์โดยตรงต่อผู้ซื้อ (เกษตรกร) และผู้ขาย (ผู้ประกอบการ) แล้ว ยังส่งผลประโยชน์ทางอ้อมต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจโดยรวม ของประเทศไทยด้วย ดังนี้

■ **ด้านเกษตรกร** ได้แก่ (1) มีทางเลือกในการขายผลผลิตของตนเองเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการลดขั้นตอนการตลาด (2) จัดปัญหาในเรื่องตลาดขายผลผลิต (3) ประนันรายได้ที่แน่นอนจากการขายผลผลิต (4) อาจจะได้รับสินเชื่อเพื่อการผลิต และ/หรือได้รับเทคนิคและวิทยาการต่าง ๆ ในการเพิ่มผลผลิตจากผู้ซื้อ

■ **ด้านผู้ประกอบการ** ได้แก่ (1) ผลผลิตที่จะได้รับจะมีคุณภาพและมาตรฐานตามต้องการ ช่วยลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต ทำให้ต้นทุนลดลง (2) ราคาและปริมาณผลผลิตที่ได้รับมีเสถียรภาพ

■ **ด้านผู้บริโภคและเศรษฐกิจโดยรวม** ได้แก่ (1) ผู้บริโภคจะได้รับผลผลิตที่มีคุณภาพดี เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน (2) ทำให้สามารถส่งออกสินค้านานิดต่าง ๆ ได้มากขึ้น (3) ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (4) เกิดการจ้างแรงงาน และสร้างรายได้

สำหรับในปีงบประมาณ 2556 ที่ผ่านมา กรรมการค้าภายในได้ดำเนินการส่งเสริมการเขื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านระบบตลาดข้อตกลง โดยใช้สัญญามาตรฐานของกรรมการค้าภายในจำนวน 12 สินค้า ได้แก่ ลองกอง หอมแดง ลิ้นจี่ ลำไย สับปะรด ไข่ไก่ ข้าวโพดหวานผักสด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มะม่วงนำดอกันไม้เงา มังคุด และสละ ปริมาณรวมกว่า 23,000 ตัน คิดเป็นมูลค่ารวมกว่า 350 ล้านบาท





# FARM OUTLET

การพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน

กรมการค้าภายในได้ดำเนินโครงการพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนมาตั้งแต่ปี 2552 ให้เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าของเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรในท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาผลผลิตเกษตร พัฒนาให้เกษตรกรมีการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพ สร้างตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด เพิ่มนูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้นของทางการจำหน่าย และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรเพิ่มขึ้น

ตลอดช่วงการดำเนินงานที่ผ่านมาจนถึงปีงบประมาณ 2556 กรมการค้าภายในได้พัฒนาและส่งเสริม ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ไปแล้วในพื้นที่ 15 จังหวัด รวม 18 แห่ง โดยในปี 2556 ได้ให้การสนับสนุนศูนย์ฯ แห่งใหม่จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี 2 แห่ง ได้แก่ (1) บริเวณบ้านม้ามันบางจาก ต.สิงห์ อ.ไทรโยค (2) อาคารเลขที่ 140/4 หมู่ 1 ต.ท่าล้อ อ.ท่าม่วง และจังหวัดขอนแก่น 1 แห่ง ณ บริเวณ องค์การบริหารส่วนตำบลในเมือง อ.เวียงเก่า จ.ขอนแก่น



ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของอาชีพ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตร่องรอยนั้น ๆ เช่น การผลิตผักปลอกสารพิษ ผลไม้แปรรูป ประมงแปรรูป หัตถกรรมพื้นบ้าน บางแห่งก็มีลักษณะของการนำผลผลิตมาฝากราย เป็นต้น

นอกจากการเป็นแหล่งรองรับผลผลิตในชุมชนแล้ว หลายแห่งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบศูนย์ฯ และผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนสินค้าของศูนย์ฯ จะเป็นการขยายโอกาสให้แก่ชุมชนและศูนย์ฯ สามารถขยายเหลือต้นเงินได้ในระยะยาว จึงได้มีการจัดอบรมให้ความรู้และการเพิ่มศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) ที่ตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2552 - 2555 รวม 12 แห่ง เป็นครั้งแรก โดยจัดอบรมสัมมนา “กลยุทธ์การนำพา Farm Outlet สู่ความยั่งยืน” ในวันที่ 28 - 29 มีนาคม 2556 โดยมี ผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินการบริษัท ชีพ ออลล์ จำกัด และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากบริษัท ยอด คอร์ปอเรชั่น จำกัด ให้ความรู้แก่เกษตรกรในเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจ และเทคนิคการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนในพื้นที่ซึ่งเป็นที่รองรับผลผลิตของเกษตรกรในชุมชนนำผลผลิตมาจำหน่าย จะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในท้องถิ่นในการซื้อขายสินค้าบริโภคที่สดใหม่ใกล้บ้าน

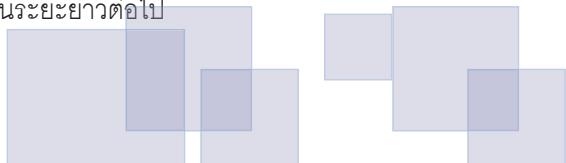
จากเหตุผลดังกล่าว ศูนย์ฯ บางแห่งได้รับข้อมูลจากผู้บริโภคในชุมชนให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงศูนย์ฯ ที่จำเป็นต่อการครองใจพนักงานและลูกค้า เช่น ข้าวสาร เป็นต้น ซึ่งเป็นที่มาของจุดเด่นในการสนับสนุนให้ศูนย์ฯ ร่วมกับโรงเรียนในท้องถิ่นผลิตข้าวสารบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนเพิ่มขึ้น ในเบื้องต้น

ได้เริ่มดำเนินการที่จังหวัดกาญจนบุรีโดยการจัดทำข้าวสารข้าวขาว(5%) บรรจุถุง 5 กก. ภายใต้เครื่องหมาย Farm Outlet จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในราคากลุ่มกว่าท้องตลาด ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้มีรายได้น้อยได้เป็นอย่างดี รวมทั้งได้กระจายไปยังร้านสะดวกซื้อ (TMK) ในจังหวัดกาญจนบุรีด้วยขณะเดียวกันได้ส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตผักปลดสารพิษ นำผักปลดสารพิษได้มาสนับสนุนของ Farm Outlet วางแผน่าย ในห้างสรรพสินค้าโนบินสัน สาขากาญจนบุรีด้วย ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาศูนย์และผลิตภัณฑ์ขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง

นอกจากศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet จะเป็นศูนย์ฯ ที่ให้บริการตั้งแต่เกษตรกรและผู้บริโภคในชุมชนแล้ว ยังจำหน่ายที่เป็นเครื่องมือในการลดค่าครองชีพของกรมฯ ในการจำหน่ายสินค้าราคาถูก เช่น ข้าวสาร น้ำตาลทราย น้ำมันพืช ไข่ไก่ สุกรชำแหละ เป็นต้น ในโอกาสต่าง ๆ ด้วย



ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 2557 มีแผนการผลักดันการพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนในด้านคุณภาพและสร้างศักยภาพในการตอบสนองการใช้วัตถุดิบของชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและรายได้ของเกษตรกร ทั้งนี้ เป็นผลสืบเนื่องจากการจัดอบรมสัมมนาในปี 2556 ที่ผ่านมา มีเกษตรกรและผู้แทนจากศูนย์ฯ ต่าง ๆ ได้เสนอให้มีการอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น กล้วย ขนุน สับปะรด พักทอง เป็นต้น ซึ่งกรมฯ ได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตรดังกล่าวในปีงบประมาณ 2557 โดยดำเนินการร่วมกับสถาบันด้านคหกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร นอกจากนี้ จะมุ่งเน้นการปรับบทบาทศูนย์ฯ โดยสนับสนุนการพัฒนา긱ิจกรรมให้สอดคล้องและตอบสนองกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เพื่อให้ศูนย์ฯ สามารถสร้างศักยภาพในการดูแลตนเองได้อย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์  
DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce

# ศูนย์รวมและกระจายสินค้าเกษตร เติร์ยบพร้อมระบบโลจิสติกส์สินค้าเกษตร สู่ประเทศไทยและอาเซียน



กระทรวงพาณิชย์ มีนโยบายสำคัญในการเร่งพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทางการเกษตรให้มีศักยภาพสามารถลดต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าการขนส่งและการกระจายสินค้า ให้เป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าสินค้าเกษตร และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้าสินค้าเกษตรไทยสามารถแข่งขันได้ ภายใต้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กรมการค้าภายใน จึงได้ดำเนินการผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวมและกระจายสินค้า โดยคัดเลือกตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในที่มีศักยภาพ เพื่อยกระดับและผลักดันให้เป็นศูนย์รวมและกระจายสินค้า เนื่องจากตลาดกลางในความส่งเสริมฯ เป็นแหล่งสำคัญในการรวบรวมและกระจายสินค้าเกษตร หลากหลายชนิดที่มีอยู่ทั่วประเทศอยู่แล้ว เพื่อให้สามารถรองรับระบบการค้าสินค้าเกษตรได้อย่างทันเวลา ภายใต้การเปิดเสรีการค้า มีการพัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์สินค้าเกษตรไทยให้มีประสิทธิภาพ และขับเคลื่อนการพัฒนาระบบบริหารจัดการขนส่งสินค้าให้เป็นรูปธรรม สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของภาคการค้าสินค้าเกษตรไทย รวมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของเกษตรกร และผู้ประกอบการ

เป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในเพื่อจัดตั้งให้เป็นศูนย์รวมและกระจายสินค้า นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือ

- (1) ทำเลที่ตั้ง ต้องเป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายสินค้าในประเทศไทย หรือเป็นแหล่งกระจายสินค้าไปสู่ประเทศไทย เช่นบ้านหรือภูมิภาค

- (2) ปริมาณและชนิดสินค้าเกษตร ที่ผลิตได้ในภูมิภาค และเคลื่อนย้ายในบริเวณดังกล่าว ต้องมีปริมาณมากและหลากหลายชนิด เพื่อให้ปริมาณและชนิดสินค้าเข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก หลากหลาย สม่ำเสมอและทั่วถึงตลอดทั้งปี

- (3) ความพร้อมของตลาด ผู้บริหารตลาดต้องมีวิสัยทัศน์ มีความต้องการที่จะผลักดันและพัฒนาตลาดให้เป็นศูนย์

รวมและกระจายสินค้าอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ แนวทางในการพัฒนาตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน ให้เป็นศูนย์รวมและกระจายสินค้าเกษตร มีดังนี้

(1) การจัดวางผังโครงสร้างรูปแบบอาคาร ให้เหมาะสม โดยจัดสรรพื้นที่ภายในตลาดกลางให้เกิดประโยชน์ ทำให้กระบวนการซื้อขายภายในตลาดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

(2) การจัดหา พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตลาด อาทิ อุปกรณ์ชั้นต่ำ ที่ได้มาตรฐานให้บริการภายในตลาด เพื่อสนับสนุนกระบวนการซื้อขายที่เป็นธรรม สถาบันการเงิน เพื่ออำนวยความสะดวกด้านธุรกรรมการเงินในกระบวนการซื้อขายต่างๆ คลังสินค้า ให้บริการเก็บรักษาสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่

ผู้เข้ามาทำธุรกรรมภายในตลาด ห้องเย็น เพื่อเก็บรักษาสินค้าที่รือการจำหน่ายให้สามารถตรวจสอบและรักษาคุณภาพมาตรฐาน สินค้าให้คงสภาพเดิมไว้ได้ และ การบริการด้านบรรจุภัณฑ์และขนส่ง ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อให้บริการสมาชิกในตลาด ให้บริการบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งบริการขนส่งในความส่งเสริมของการพาณิชย์ในจำนวน 2 แห่ง คือ

(3) การพัฒนาการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน ทั้งในด้านโครงสร้างและรูปแบบการบริหารจัดการบุคลากรในตลาด กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรอย่างชัดเจน และจำนวนบุคลากรต้องเพียงพอและเหมาะสมกับการบริหารจัดการตลาดในทุกด้านอย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ และการกำหนดกฎระเบียบภายในตลาดอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้เข้าใช้บริการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เช่น กำหนดเวลาซื้อขาย กำหนดเวลาการทำความสะอาด กำหนดทางเข้าออก กำหนดจุดรับส่งสินค้าที่ชัดเจน เพื่อให้การจราจรในศูนย์เป็นไปอย่างคล่องตัว รวมทั้งมีมาตรการลงโทษสมาชิกตลาดที่ทำผิดระเบียบ

(4) การพัฒนาบริการเพื่อการดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรไทย ส่งเสริมสนับสนุนให้มีศูนย์วิเคราะห์ตรวจคุณภาพสินค้าและสารตกค้างในพื้นที่ตลาดกลาง ให้บริการตรวจสอบคุณภาพความปลอดภัยของสินค้าเกษตร สนับสนุนส่งเสริม การซื้อขายสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ การจัดขั้นคุณภาพสินค้า การซื้อขายสินค้าที่มีการคัดเกรด การบรรจุหีบห่อ รวมถึงการเก็บรักษาสินค้าเกษตรในห้องเย็น เพื่อเพิ่มน้ำค่าสินค้าและยืดอายุสินค้า ซึ่งเป็นการลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้น

(5) การพัฒนาระบบฐานข้อมูล สำหรับสนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศ และให้บริการข้อมูลข่าวสารตลาดสินค้าเกษตร ประกอบด้วยข้อมูลธุรกรรมการซื้อขายที่เกิดขึ้นในตลาดกลาง สถิติการซื้อขายประจำวัน รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตร การซื้อขายตลาดสินค้าเกษตรในประเทศไทย และ

ต่างประเทศที่สำคัญทั่วโลก เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจทำการซื้อขายของสมาชิกตลาดกลาง

ปัจจุบันมีศูนย์รวมและกระจายสินค้าที่กระดับมาตรฐานจากตลาดกลางในความส่งเสริมของการพาณิชย์ในจำนวน 2 แห่ง คือ

(1) ศูนย์รวมและกระจายสินค้าจังหวัดอุดรธานี (ตลาดอุดรเมืองทอง) โดยมีทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางการรวบรวมและกระจายสินค้าภายในประเทศ และเป็นแหล่งกระจายสินค้าไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน มีเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงสู่ประเทศอาเซียน ซึ่งได้เปิดเป็นศูนย์รวมฯ เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2555 และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเป็นประจำทุกปี

(2) ศูนย์รวมและกระจายสินค้าจังหวัดขอนแก่น (ตลาดศรีเมืองทอง) โดยมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สินค้าที่เข้าสู่ตลาดส่วนใหญ่เป็นพืชผักทุกชนิดซึ่งเข้าสู่ตลาดจำนวนมาก และสมำเสมอตลอดทั้งปี ซึ่งได้เปิดเป็นศูนย์รวมฯ เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2556

ทั้งนี้ กรรมการค้าภายในมีนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนให้ตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมฯ พัฒนาเป็นศูนย์รวมและกระจายสินค้าในลำดับต่อไป เนื่องจากเป็นตลาดที่มีศักยภาพ ทั้งด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางของภาคตะวันตก และมีเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงสู่ประเทศอาเซียน ปริมาณ ชนิดสินค้าที่เข้าสู่ตลาดมีจำนวนมากและสมำเสมอตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นศูนย์รวมและกระจายสินค้าที่มีมาตรฐานและมีความทันสมัยในระดับสากล ต่อไป



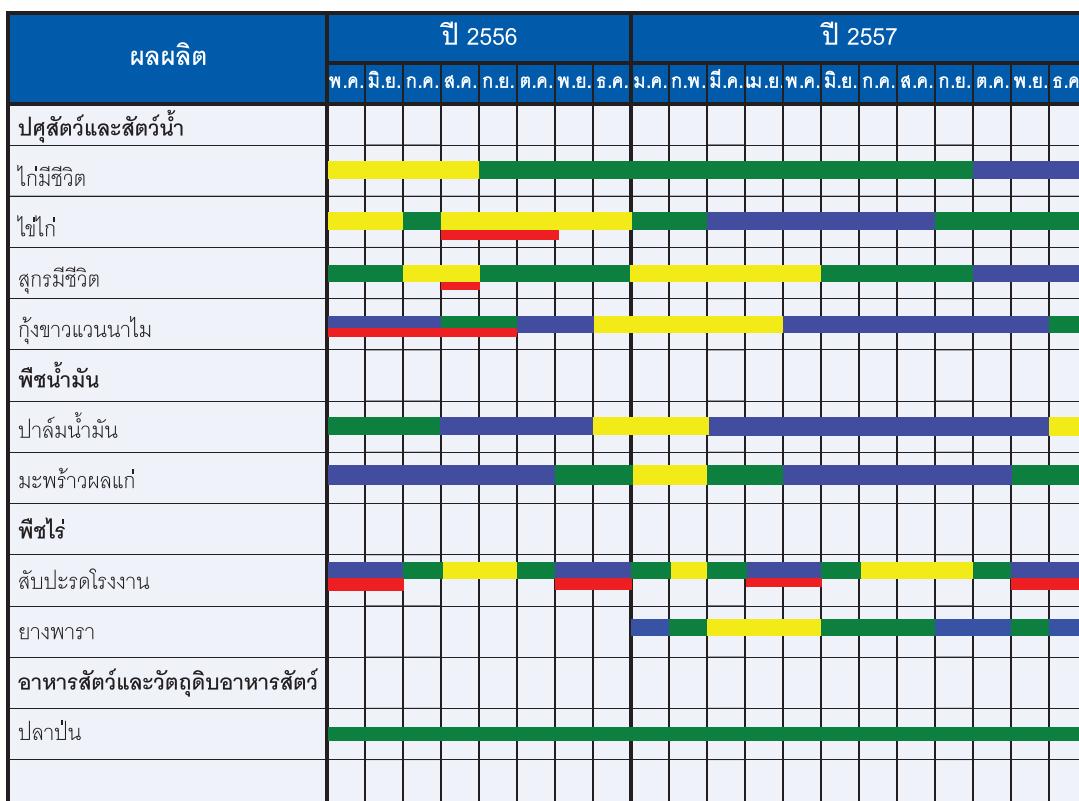
# ปฏิทินสินค้าเกษตร...

## วางแผนการผลิต การจำหน่ายได้รากลี

สินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรที่เป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไทยกว่า 4 ล้านครัวเรือน หรือประมาณ 20 ล้านคน เป็นสินค้าที่มีดุจดิบ ตลอดจนสินค้าที่ผลผลิตออกตลาดตั้งแต่ปี สถานการณ์ผลผลิตมีความหลากหลายมีทั้งบางช่วงที่ผลผลิตออกมากจนล้นตลาดทำให้ราคาตกต่ำ บางช่วงที่ผลผลิตออกน้อยจนขาดแคลนทำให้ราคาน้ำตก ดังนั้นข้อมูลด้านปริมาณผลผลิต แหล่งพื้นที่เพาะปลูกที่สำคัญ ดุจดิบที่ผลผลิตออกสู่ตลาด และราคาสินค้าเกษตรในแต่ละปีดูถูกผลิต เป็นข้อมูลที่สำคัญ สำหรับเกษตรกร และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการคาดการณ์ ทราบแผนการผลิต การเก็บสินค้าไว้รอขายในช่วงที่ได้รับราคามีชีวิตต่อรายได้ของเกษตรกรที่มีความมั่นคงและดียิ่งขึ้น

กรมการค้าภายในจึงได้จัดทำข้อมูลดังกล่าวเผยแพร่เป็นประจำทุกปีในรูปปฏิทินสินค้าเกษตร โดยเผยแพร่ทั้งในรูปแบบเอกสารและทางเว็บไซต์ของกรมการค้าภายใน ([www.dit.go.th](http://www.dit.go.th)) รวมทั้งสามารถติดต่อขอทราบรายละเอียดได้ที่ สำนักสารสนเทศและแผนงานการค้าในประเทศไทย กรมการค้าภายใน โทรศัพท์ 0-2507-5617

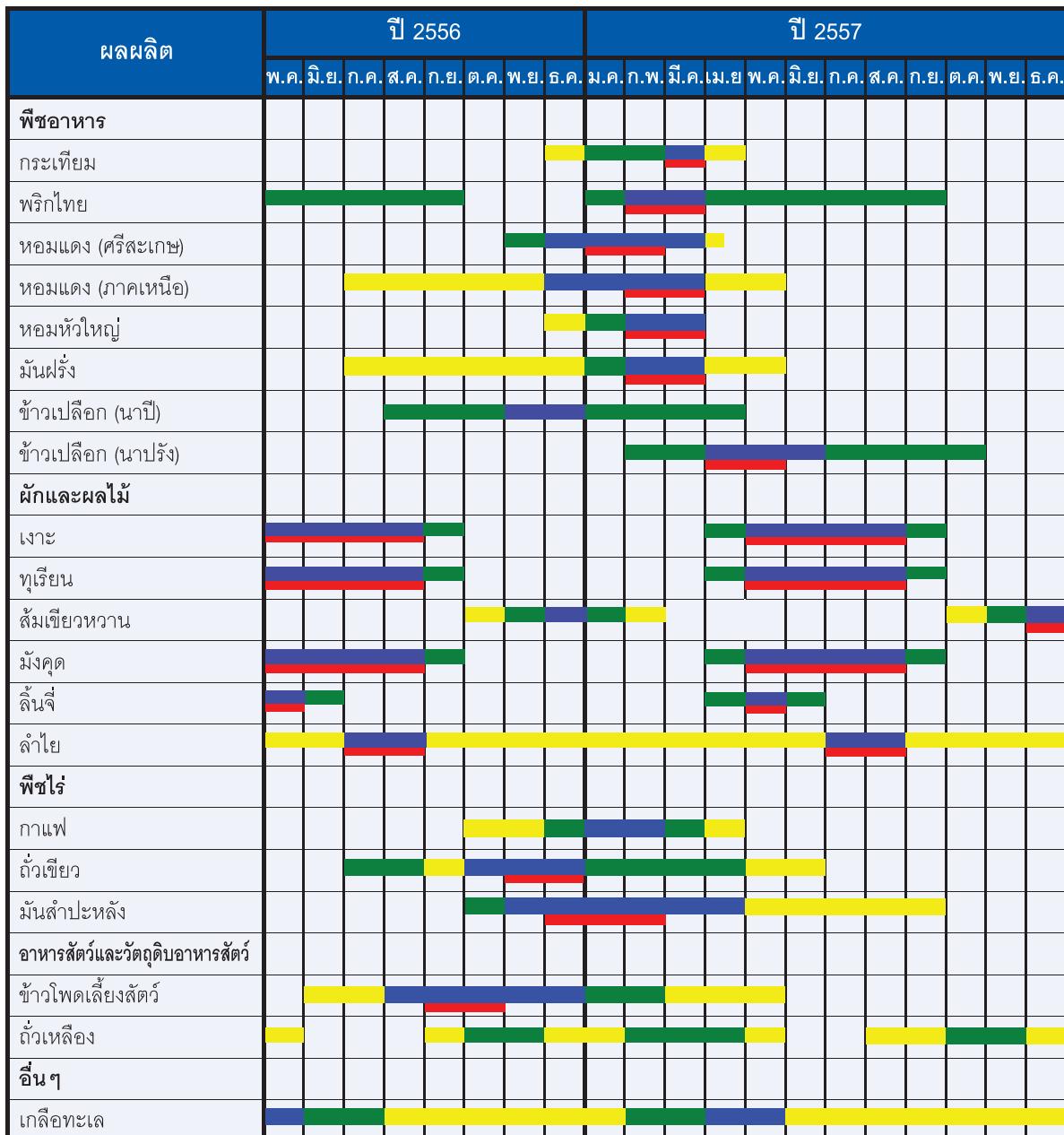
### ปฏิทินสินค้าเกษตร : ไม่มีดุจดิบ



หมายเหตุ

- █ ช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดปกติ
- █ ช่วงเกิดปัญหา
- █ ช่วงผลผลิตออกมาก
- █ ช่วงผลผลิตออกน้อย

## ปฏิกิณสินค้าเกษตร : มีฤดูกาล



หมายเหตุ

■ ช่วงผลผลิตออกสูตรลาดปกติ

■ ช่วงเกิดปัญหา

■ ช่วงผลผลิตออกมาก

■ ช่วงผลผลิตออกน้อย

# กรมการค้าภายใน สนับสนุนธุรกิจไทย พร้อมก้าวเข้าสู่

# AEC

ในปี 2558 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มตัว กรมการค้าภายในในฐานะที่ดูแลรักษาความเป็นธรรมทางการค้า ได้ให้ความสำคัญในการสนับสนุนภาคธุรกิจเอกชนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในหลายด้าน เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ดังนี้

1. ใช้กฎ ระเบียบ กฎหมายในส่วนที่กรมการค้าภายในได้รับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับการกำกับดูแลและรักษาความเป็นธรรมทางการค้า การยกระดับราคากลางค่าเงินตรา การพัฒนาระบบทลอดและระบบการค้า มาตรการสนับสนุนเพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่เกษตรกรที่เพาะปลูกพืชต่างๆ หรือเกษตรกรที่เลี้ยงสัตว์ทั้งสัตว์น้ำและสัตว์บก รวมทั้งผู้ประกอบการในประเทศ เช่น สนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออก โดยมุ่งเน้นการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ส่งเสริมด้านการตลาด ส่งเสริมการเพิ่มนูลค่าสินค้า แก้ไขและลดปัญหาข้อกีดกันทางการค้า ยกระดับคุณภาพการผลิตโดยสนับสนุนการจัดทำระบบ Good Manufacturing Practices (GMP) และระบบ Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) ให้โรงงานปลาป่นและโรงสีข้าว รวมทั้งอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ มีคุณภาพตรงตามความต้องการของโรงงานสกัด



2. ผลักดันและส่งเสริมผู้ประกอบการโรงสีที่มีศักยภาพเข้าร่วมลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านเพื่อการแปรสภาพข้าว รวมทั้งเพื่อการส่งออกข้าวไปยังประเทศที่สาม และแนะนำให้ขายเทคโนโลยีการสีข้าวที่ไทยมีความสามารถเป็นพิเศษไปยังประเทศเพื่อนบ้านไม่เฉพาะการขายโรงสีหรือเครื่องอบดความชื้น แต่ให้เสนอขายบริการดูแลรักษาและปรับปรุงเครื่องจักรให้เข้ากับสภาพข้าวของห้องถังด้วย

3. กำกับดูแลการค้าสินค้าและบริการ สนับสนุนภาคธุรกิจเอกชน/ผู้ประกอบการให้มีการปรับเปลี่ยนมาตรการในการกำกับดูแลการค้าและบริการต่างๆ ทั้งมาตรการทางกฎหมายและทางการบริหาร เพื่อให้มีความเหมาะสม สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับกลุ่มประเทศในอาเซียนได้อย่างแข็งแกร่งและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ลดภาระภาษีและลดต้นทุน สถาบันมาตรฐานการค้า บริการ และการลงทุน



4. จัดอบรมผู้ประกอบการด้านสินค้าทึบห่อ เกี่ยวกับระบบการรับรองปริมาณการบรรจุของสินค้าทึบห่อ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการบรรจุสินค้าทึบห่อ ผู้บริโภค ประชาชน และผู้มีส่วนได้เสีย ได้รับรู้เข้าใจถึงความสำคัญและประโยชน์ของระบบการรับรองปริมาณสุทธิสินค้าทึบห่อ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน



5. ส่งเสริมผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็นตามยุทธศาสตร์ “การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของสินค้า บริการ และการลงทุน” และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับ “การสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักรถึงความสำคัญของอาเซียน” โดยดำเนินการเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น และดำเนินการผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวมความหลากหลายสินค้า ณ จุดที่เป็นประตูการค้า โดยได้คัดเลือกตลาดที่มีศักยภาพ ดำเนินการศึกษาสำรวจพื้นที่ที่มีศักยภาพเป็นศูนย์รวมความหลากหลายสินค้า ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผลจากการศึกษาได้คัดเลือกตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน จำนวน 2 แห่ง ที่จังหวัดอุดรธานี (ตลาดอุดรเมืองทอง) และจังหวัดขอนแก่น (ตลาดศรีเมืองทอง) เพื่อผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวมความหลากหลายสินค้า ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งจัดอบรมผู้ค้าและพนักงานของตลาดอุดรเมืองทอง ตามโครงการพัฒนาความรู้เพื่อการเพิ่มนูลค่าสินค้าและเตรียมความพร้อมเข้าสู่ AEC และจัดกิจกรรมส่งเสริมและยกระดับช่องทางการตลาด ณ ศูนย์รวมความหลากหลายสินค้าจังหวัดอุดรธานีขึ้น ภายใต้แนวคิด “ตลาดยุคใหม่ ผลิตภัณฑ์ปลอดภัย ก้าวไกลสู่ AEC”



นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าภายในศูนย์รวมและกระจายสินค้าภายใน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการ เกษตรกร ผู้บริโภค ประชาชน และน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงการดำเนินการจัดตั้งศูนย์รวมและกระจายสินค้าอย่างแพร่หลาย โดยกำหนดหัวข้อ “การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ในการดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้กับเกษตร ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้โครงการอบรมสัมมนาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบตลาด และส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากระบบตลาดรูปแบบต่าง ๆ

กระบวนการค้าภายในจึงเชื่อมั่นว่า เมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการไทยจะมีความพร้อม และสามารถแข่งขันในเวทีโลก มีศักยภาพ สามารถสร้างอำนาจในการต่อรอง แล้วสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไปได้



## เส้นทางคุณภาพในการสร้างนวัตกรรม... เพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่เกษตรกร

ด้วยการให้ความสำคัญและใส่ใจต่อปัญหาและความต้องการของประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงงานสนองความต้องการของประชาชน ทำให้กรรมการค้าภายในมีการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในหนึ่งทศวรรษที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบทราบานา (ก.พ.ร.) จัดให้มีการมอบรางวัล ปรับปรุงบริการจนสามารถสนองตอบและสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชน กระบวนการค้าภายในจึงได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่อง ทั้งรางวัลประเภทคุณภาพการให้บริการประชาชนและรางวัลนวัตกรรมในการสร้างบริการ

### จากปัญหาของเกษตรกร...สู่การคิดคันนวัตกรรม

ในการขายผลผลิตของเกษตรกร โดยเฉพาะข้าวต้องมีการใช้เครื่องวัดความชื้นข้าว เนื่องจากผู้ค้าต้องมีการหักลดน้ำหนักของข้าวเปลือกตามระดับความชื้น ซึ่งหากเครื่องวัดความชื้นไม่เที่ยงตรงก็จะส่งผลให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบ และได้รับรายได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็น

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2544 เครื่องวัดความชื้นข้าวเปลือกเป็นเครื่องวัดที่ไม่ได้อยู่ในการกำกับดูแลตามกฎกระทรวงพัฒน์ที่ออกตาม พ.ร.บ. มาตราชั้งตวงวัด จึงไม่มีหน่วยงานใดประกันและรับรองความเที่ยงตรงของเครื่องวัดความชื้นข้าวในการซื้อขาย และจากการทดสอบเครื่องวัดความชื้นข้าวเปลือก ส่วนใหญ่มีความคลาดเคลื่อนมากกว่าความชื้นจริง ส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร

จากสภาพปัญหาดังกล่าว กรรมการค้าภายในโดยสำนักชั้งตวงวัดจึงได้คิดคันแนวทางในการปรับปรุงและสร้างนวัตกรรมในการทำงานโดย (1) ออกกฎกระทรวงกำกับดูแลเครื่องวัดความชื้นข้าว โดยกำหนดคุณสมบัติลักษณะของเขตความคลาดเคลื่อนของเครื่องวัดความชื้นข้าวให้มีความเหมาะสมที่จะใช้ในทางการค้า (2) จัดทำห้องปฏิบัติการสำหรับตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องวัดความชื้นข้าว (3) พัฒนาขั้นตอนการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องวัดความชื้น ที่สามารถวัดได้เที่ยงตรงได้ไม่ต่างกว่า 30% โดยการกำหนดพื้นที่เพาะปลูกข้าวตัวอย่างในพื้นที่ที่อยู่ใกล้ห้องปฏิบัติการศูนย์ชั้งตวงวัดภาคเหนือ (เชียงใหม่) และจัดเก็บตัวอย่างข้าวเปลือกและนำมาแบ่งจัดเตรียมความชื้นในระดับที่ต้องการทดสอบและทดสอบหาความชื้นตัวอย่างข้าวมาตรฐานด้วยวิธีอบໄล์ความชื้น รวมทั้งเปรียบเทียบหาความเที่ยงตรงของเครื่องวัดความชื้นเพื่อจัดทำเครื่องต้นแบบ และนำผลการทดลองมาสนับสนุนให้ผู้ผลิตสามารถผลิตเครื่องวัดความชื้นข้าวได้เที่ยงตรงตามข้อกำหนดในกฎกระทรวง





### สร้างความเชื่อมั่น...นำมำซึ่งความเป็นธรรม

ความสำเร็จในการพัฒนาวิธีการตรวจสอบ ให้การรับรองให้สามารถสอบเทียบเครื่องวัดให้มีความเที่ยงตรงไม่ต่างจากว่าระดับความชื้น 30 ได้นั้น เกิดจากความรู้ของบุคลากรที่ได้รับจากการไปอบรมสหพันธ์รัฐเยอรมันและประเทศไทย และการจัดให้มีห้องปฏิบัติการด้านความชื้นเมล็ดธัญพืช เพื่อศึกษาวิธีการตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องวัดความชื้นข้าวตามมาตรฐานสากล ISO712 Cereals and Cereal Products - Determination of Moisture Content-Routine Reference Method และมาตรฐานขององค์กรชั้นตัวจริงระหว่างประเทศ ผลจากการคิดค้นดังกล่าว ทำให้ก่อ成การค้าภายในสามารถบังคับใช้กฎหมาย โดยให้ผู้ใช้เครื่องวัดความชื้นต้องเลือกใช้เครื่องที่มีลักษณะและความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งทำให้การใช้เครื่องวัดความชื้นข้าวแสดงค่าความชื้นได้ใกล้เคียงความเป็นจริง ส่งผลให้การซื้อขายเกิดความเป็นธรรม โดยน้ำหนักข้าวเปลือก และรายได้ของเกษตรกรจะไม่ถูก雁หาย นอกเหนือนี้ ยังมีการใช้เครื่องวัดความชื้นข้าวในการตรวจสอบความเป็นธรรมแก่เกษตรกรไปในวงกว้าง

### ขยายผลการพัฒนา...สร้างความยั่งยืนในภูมิภาค

จากความสำเร็จในการคิดค้นนวัตกรรมการพัฒนาเครื่องวัดความชื้นข้าวดังกล่าว นำมาซึ่งประโยชน์แก่เกษตรกร ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศไทย ทำให้ได้รับ “รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติประเภทดีเด่น สาขานวัตกรรมการบริการที่เป็นเลิศ ประจำปี 2556” จากสำนักงาน ก.พ.ร. นวัตกรรมที่สร้างขึ้น ไม่เพียงแต่การใช้ประโยชน์ภายในประเทศไทยเท่านั้น กรมการค้าภายในยังมีแนวคิดในการขยายผลไปยังประเทศไทยเพื่อนบ้าน ซึ่งผลิตข้าว เช่นเดียวกัน โดยที่สร้างขึ้นร่วมกับ The Asia-Pacific Legal Metrology Forum (APLMF) จัดอบรมการตรวจสอบเครื่องวัดความชื้นข้าว เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างหน่วยงานชั้นตัวจรดในกลุ่มประเทศไทยและประเทศสมาชิกภายใต้การสนับสนุนของ APLMF จัดฝึกอบรมให้กลุ่มประเทศไทยสามารถเกี่ยวกับการสอบเทียบเครื่องวัดความชื้นข้าว เพื่อให้หน่วยงานรับผิดชอบของแต่ละประเทศดำเนินการตรวจสอบให้การรับรองเครื่องวัดความชื้นข้าวโดยใช้มาตรฐานเดียวกัน ซึ่งนับหมายถึงว่าเกษตรกรในภูมิภาคจะได้รับความเป็นธรรมในการขยายผลผลิตมากขึ้น

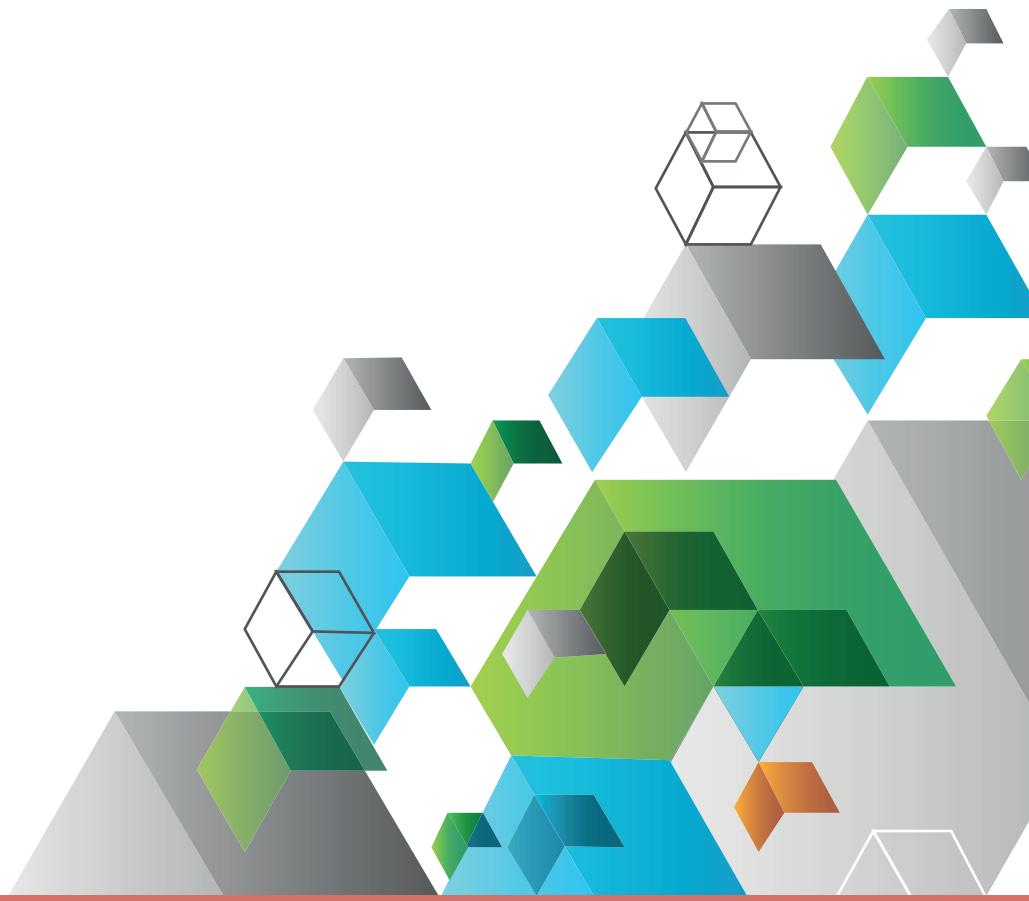




# ส่วนที่ 4

## รายงานฐานะการเงิน

- งบแสดงฐานะการเงิน
- งบรายได้ค่าใช้จ่าย
- รายงานรายได้และต้นทุน



กรมการค้าภายใน  
งบแสดงฐานะการเงิน  
ณ วันที่ 30 กันยายน 2556

(หน่วย : บาท)

**สินทรัพย์**

**สินทรัพย์หมุนเวียน**

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	18,615,097.99
ลูกหนี้ระยะสั้น	6,647,076.65
รายได้ค้างรับ	9,340,790.39
เงินลงทุนระยะสั้น	0.00
สินค้าและวัสดุคงเหลือ	1,001,238.30
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	0.00
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>35,604,203.33</b>

**สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน**

ลูกหนี้ระยะยาว	0.00
เงินลงทุนระยะยาว	0.00
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (สุทธิ)	294,968,253.15
สินทรัพย์โครงสร้างพื้นฐาน (สุทธิ)	0.00
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (สุทธิ)	34,613,573.46
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	0.00
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>329,581,826.61</b>

**รวมสินทรัพย์**

**365,186,029.94**

(หน่วย : บาท)

## หนี้สิน

## หนี้สินหมุนเวียน

เจ้าหนี้ระยะสั้น	118,310,262.48
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	13,100,958.35
รายได้แผ่นดินรอบสำคลัง	1,000.00
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะสั้น	0.00
เงินรับฝากระยะสั้น	785,570.10
เงินกู้ระยะยาว	0.00
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	11,758,643.53
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>143,956,434.46</b>

## หนี้สินไม่หมุนเวียน

เจ้าหนี้ระยะยาว	0.00
รายได้จากการรับรู้ระยะยาว	0.00
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว	3,800,000.00
เงินรับฝากระยะยาว	0.00
เงินกู้ระยะยาว	0.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0.00
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>3,800,000.00</b>

**รวมหนี้สิน****147,756,434.46**

## สินทรัพย์สุทธิ

ทุน	95,771,110.02
รายได้สูง/(ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสะสม	121,658,485.46
กำไร/ขาดทุนที่ยังไม่เกิดขึ้นของเงินลงทุน	0.00
<b>รวมสินทรัพย์สุทธิ</b>	<b>217,429,595.48</b>
<b>รวมหนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ</b>	<b>365,186,029.94</b>

กรมการค้าภายใน  
งบรายได้ค่าใช้จ่าย  
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2556

(หน่วย : บาท)

**รายได้จากการดำเนินงาน**

**รายได้จากการรัฐบาล**

รายได้จากการเบบประมาณ	2,063,162,992.37
รายได้อื่น	-
<b>รวมรายได้จากการรัฐบาล</b>	<b>2,063,162,992.37</b>
<b>รายได้จากการแหล่งอื่น</b>	
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	0.00
รายได้จากการเงินช่วยเหลือและเงินบริจาค	1,060,523.33
รายได้อื่น	32,000.00
ข้อผิดพลาดจากการปรับปรุงเงินฝากคลัง	10.00
<b>รวมรายได้จากการแหล่งอื่น</b>	<b>1,092,533.33</b>
<b>รวมรายได้จากการดำเนินงาน</b>	<b>2,064,255,525.70</b>

**ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน**

ค่าใช้จ่ายบุคลากร	381,106,671.19
ค่าบำรุงรักษาบ้านเรือน	112,202,368.89
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	18,120,950.84
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	30,115,790.19
ค่าวัสดุ และค่าใช้สอย	1,173,157,223.58
ค่าสาธารณูปโภค	24,189,235.87
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	49,900,833.39
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	235,368,658.00
ค่าใช้จ่ายอื่น	240,496.24
<b>รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน</b>	<b>2,024,402,228.19</b>
<b>รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน</b>	<b>39,853,297.51</b>

**รายได้/ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน**

กำไร/ขาดทุนสุทธิจากการจำหน่ายสินทรัพย์	(9,852.00)
รายการอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน	(3,934.00)
<b>รวมรายได้/ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน</b>	<b>(13,786.00)</b>
<b>รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายกิจกรรมปกติ</b>	<b>39,839,511.51</b>
รายการพิเศษ	0.00
<b>รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ</b>	<b>39,839,511.51</b>

กรมการค้าภายใน  
รายงานรายได้และต้นทุน  
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2556

(หน่วย : บาท)

## รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ

## รายได้แผ่นดิน - ภาษี

ภาษีทางตรง	0.00
ภาษีทางอ้อม	0.00
ภาษีอื่น	0.00
<b>รวมรายได้ - ภาษี</b>	<b>0.00</b>

## รายได้แผ่นดิน - นอกจากภาษี

รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	95,458,754.64
รายได้อื่น	9,745,302.17
<b>รวมรายได้ - นอกจากภาษี</b>	<b>105,204,056.81</b>

## รวมรายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ

หัก รายได้แผ่นดินถอนคืนจากคลัง

## รายได้แผ่นดินจัดสรรตามกฎหมาย

## รายได้แผ่นดินสูตรชิจหายอดถอนคืนและจัดสรรตามกฎหมาย

## รายได้แผ่นดินนำส่งคลัง

## ปรับปรุงรายได้แผ่นดิน

รวมรายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ	105,204,056.81
<u>หัก</u> รายได้แผ่นดินถอนคืนจากคลัง	0.00
รายได้แผ่นดินจัดสรรตามกฎหมาย	0.00
รายได้แผ่นดินสูตรชิจหายอดถอนคืนและจัดสรรตามกฎหมาย	105,204,056.81
รายได้แผ่นดินนำส่งคลัง	(105,220,246.81)
	(16,190.00)
<b>ปรับปรุงรายได้แผ่นดิน</b>	<b>16,190.00</b>
	<b>0.00</b>



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce  
ДЕПАРТАМЕНТ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ | МИНИСТЕРСТВО ПО ТОРГОВЛЕ

බඳු මානව සාර්ථකතාව සඳහා ප්‍රතිපාදනය කළ නිලධාරී





กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์  
DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE | Ministry of Commerce

“เศรษฐกิจการค้าในประเทศไทย  
มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม<sup>1</sup>  
และพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง”



กระทรวงพาณิชย์  
Ministry Of Commerce

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์  
44/100 ถนนนนทบุรี 1 ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี  
โทรศัพท์ 0-2507-6111 โทรสาร 0-2547-5361 [www.dit.go.th](http://www.dit.go.th)