

2023

ANNUAL
REPORT

รายงานประจำปี
2566
กรมการค้าภายใน







ทรงพระเจริญ

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ
มหิตลภาณุมาศลางกูร กิติสิริสมบูรณชตุศยเดช
สยามินทราธิเบศรราชวโรดม บรมนาถบพิตร พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว

รัชกาลที่ ๑๐

สารบัญ

CONTENT

สารอธิบดีกรมการค้าภายใน	2
บทสรุปผู้บริหาร	3
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน	12
ผู้บริหารกรมการค้าภายใน	13
อำนาจหน้าที่	27
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์	28
ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน	29
โครงสร้างกรมการค้าภายใน	30
การบริหารราชการภายในกรมการค้าภายใน	31
อัตราค่าจ้าง	36
งบประมาณรายจ่ายประจำปี	37
ส่วนที่ 2 ผลปฏิบัติราชการ	39
ผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ	40
ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปี 2566	41
รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540	57
ส่วนที่ 3 บทความ	58
ภาคการเกษตรไทยกับความมั่นคงทางอาหารของโลก	59
พาณิชย์ เดินหน้าลุย “ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส”	62
ส่วนที่ 4 รายงานฐานะการเงิน	66
งบแสดงฐานะการเงิน	67
งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน	69
งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	70
รายงานรายได้แผ่นดิน	71
กิจกรรมทางสังคม	72
ช่องทางการติดต่อกรมการค้าภายใน	75



กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade



สารอริบตี

กรมการค้าภายใน มีภารกิจสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศ โดยการกำกับดูแล ส่งเสริมและพัฒนาการค้าในประเทศ ให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม ผู้บริโภคได้รับการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ ซึ่งตลอดปี 2566 ที่ผ่านมา กรมการค้าภายใน ได้มุ่งดำเนินงาน ตามภารกิจของหน่วยงานและนโยบายสำคัญของรัฐบาล เพื่อขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้เติบโตได้อย่างเข้มแข็งและเป็นธรรม โดยเฉพาะการดูแล “ลดรายจ่าย” ให้ประชาชนมีรายได้คงเหลือเพียงพอต่อการดำรงชีพ ท่ามกลางเศรษฐกิจที่ชะลอตัว จากภาวะค่าครองชีพและอัตราดอกเบี้ยที่ยังอยู่ในระดับสูง ไม่ว่าจะเป็นการร่วมกับภาคเอกชน ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ห้างท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อ แพลตฟอร์มออนไลน์ ลดราคาสินค้า และค่าบริการ เพื่อช่วยประชาชน การจัดงานธงฟ้า นำสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพจากผู้ผลิต และสินค้าเกษตร ไปจำหน่ายให้ประชาชน โดยตรงในราคาประหยัด รวมทั้งการขอความร่วมมือกับผู้ผลิต/ผู้ประกอบการให้ตรึงราคาสินค้า พร้อมทั้งบังคับใช้มาตรการทางกฎหมายอย่างเข้มข้น เพื่อดูแลประชาชนให้ได้รับความเป็นธรรม ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ

นอกจากนี้ ยังเดินหน้า “สร้างรายได้ ขยายโอกาส” ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าชุมชน ผ่านกลไก “ตลาดต้องชม” ซึ่งเป็นตลาดชุมชนในความส่งเสริมที่มีทั้ง “เอกลักษณ์พาณิชย์” และ “อัตลักษณ์ชุมชน” มีความสวยงามของสถานที่ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ให้เข้ามาแวะชม ท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอย กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) ให้สามารถสร้างรายได้กระจายสู่ชุมชน ควบคู่ไปกับการเพิ่มศักยภาพชุมชนให้รู้จักทำมาค้าขาย มีความเข้มแข็ง แข่งขันได้ และมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการจำหน่าย พร้อมทั้งดูแลและบริหารจัดการสินค้าเกษตรให้ “สมดุล” เพื่อรักษาระดับราคาและรายได้ของเกษตรกร ผ่านการดำเนินมาตรการบริหารจัดการสมดุลของอุปทานในประเทศ การเพิ่มศักยภาพการแปรรูป การส่งเสริมการแข่งขันและช่องทางการจำหน่าย รวมทั้งรณรงค์ส่งเสริมการบริโภค กำกับดูแล การนำเข้า-ส่งออก ควบคุมการขนย้าย ตลอดจนดูแลให้เกิดความเป็นธรรมในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร

อย่างไรก็ดี การดำเนินภารกิจของกรมการค้าภายใน จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้เลย หากขาดการสนับสนุนและความร่วมมือร่วมใจจากพันธมิตรทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน รวมถึงประชาชน ที่เข้ามามีส่วนร่วมกับการดำเนินงาน โดยเฉพาะบุคลากรของกรมการค้าภายในทุกท่าน ที่ได้ปฏิบัติหน้าที่ ความรับผิดชอบ ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต พากเพียร เสียสละ และอุทิศเวลาให้แก่ทางราชการ

ผมจึงขอใช้โอกาสนี้ขอบคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายในทุกท่านที่ได้ใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ราชการอย่างเต็มศักยภาพ รวมทั้งขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทุกภาคส่วนที่ได้ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนกรมการค้าภายในมาโดยตลอด ท้ายนี้ ผมขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่ทุกท่านนับถือ โปรดดลบันดาลพรให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความเจริญ และมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง เพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์สุขให้เกิดแก่ประชาชน และประเทศชาติต่อไป

(นายวัฒนศักดิ์ เสือเอี่ยม)

อธิบดีกรมการค้าภายใน





บทสรุปผู้บริหาร

Department of Internal Trade

ในปีงบประมาณ 2566 กรมการค้าภายในได้ดำเนินงานตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล ทั้งในด้านการดูแลส่งเสริมการค้าการตลาดสินค้าเกษตร การพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก การดูแลความเป็นธรรมราคาและปริมาณสินค้า และการลดภาระค่าครองชีพของประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็งและเป็นธรรม โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1 รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรสำคัญ

1) พิเศษธุรกิจหลัก

● ข้าว

(1) ประกันรายได้ เพื่อสร้างความมั่นคงด้านรายได้ให้แก่เกษตรกร โดยมีเกษตรกรผู้ปลูกข้าวได้รับประโยชน์ รวมทั้งสิ้น 2.637 ล้านครัวเรือน เป็นจำนวนเงิน 7,868.10 ล้านบาท

(2) สินเชื่อชะลอการขายข้าวเปลือกนาปี เพื่อให้เกษตรกรมีเงินทุนหมุนเวียนระหว่างชะลอการขาย โดยไม่ต้องเร่งขายข้าวเปลือกในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมากและราคาตกต่ำ มีผู้เข้าร่วม 317,747 ราย กู้แล้ว 22,497 ล้านบาท คิดเป็นข้าวเปลือก 2.225 ล้านตัน (ณ 11 ก.ย. 66)

(3) สินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวและสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยสถาบันเกษตรกร เพื่อช่วยเหลือด้านการเงินแก่สถาบันเกษตรกรในการรวบรวม รับซื้อข้าวเปลือกเพื่อเก็บไว้แปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม มีผู้เข้าร่วม 73 ราย 219 สัญญา กู้แล้ว 7,548.75 ล้านบาท คิดเป็นข้าวเปลือก 0.755 ล้านตัน (ณ 23 ส.ค. 66)



(4) ชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าวในการดูดซับผลผลิตออกจากตลาด มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 211 ราย วงเงินกู้ 51,619.13 ล้านบาท

(5) สนับสนุนค่าบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพผลผลิตเกษตรกรผู้ปลูกข้าว เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและลดต้นทุนการผลิต โดยสนับสนุนเงินให้เกษตรกร ไร่ละ 1,000 บาท ไม่เกิน 20 ไร่ รวมทั้งสิ้น 4.651 ล้านครัวเรือน (ณ 30 ส.ค. 66)



● ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

(1) ประกันรายได้ เพื่อสร้างความมั่นคงด้านรายได้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ทั่วประเทศ โดยกำหนดราคาและปริมาณประกันรายได้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ณ ความชื้น 14.5% กิโลกรัมละ 8.50 บาท ทั้งนี้ เนื่องจากราคาเกณฑ์กลางอ้างอิงสูงกว่าราคาประกันรายได้ จึงไม่มีการจ่ายเงินชดเชย

(2) สินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการรวบรวม รับซื้อข้าวโพดฯ เพื่อจำหน่ายต่อหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม มีผู้เข้าร่วม 1 ราย กู้แล้ว 15 ล้านบาท

(3) มาตรการอื่น ๆ ได้แก่ บริหารจัดการการนำเข้า (ให้อคส. นำเข้าตลอดปี เอกชนนำเข้า ก.พ. - ส.ค./ควบคุมการขนถ่าย/ตรวจสอบการลักลอบนำเข้า) ดูแลความเป็นธรรมการซื้อขาย (ให้แสดงราคาซื้อขาย ณ ความชื้น 14.5% และ 30%) และสมดุล (ให้แจ้งปริมาณครอบครอง/การซื้อขาย/ราคาซื้อขาย-จำหน่าย/สถานที่เก็บ)



● ปาล์มน้ำมัน

(1) ส่งเสริมการใช้ไบโอดีเซล เพิ่มสัดส่วนไบโอดีเซลในน้ำมันดีเซลจาก B5 เป็น B7

(2) บริหารจัดการทั้งระบบ มีคณะอนุกรรมการบริหารจัดการสมดุลน้ำมันปาล์ม (ประกอบด้วยทุกภาคส่วน) ในการติดตามสถานการณ์และกำหนดมาตรการให้เหมาะสม รวมทั้งกำหนดด่านนำเข้า 3 ด่าน/ด่านนำเข้าผ่าน 1 ด่าน และติดตั้งเครื่องวัดปริมาณ CPO ที่ถังเก็บของผู้ประกอบการ

2) พืชเกษตรอื่น ๆ

● ผลไม้

ดำเนินการมาตรการบริหารจัดการผลไม้เชิงรุก ปี 2566 (การตลาดในประเทศ) อาทิ จัดทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้า กระจายออกนอกแหล่งผลิต เปิดจุดจำหน่าย (ปั๊มน้ำมัน/ห้างท้องถิ่น/สถานที่ชุมชน) ธรณรงค์บริโศค (จัดงาน Fruit Festival/ร่วมกับสายการบินโหลดผลไม้ 20 กก. ขึ้นเครื่องฟรี) สนับสนุนกล่องบรรจุผลไม้พร้อมค่าจัดส่ง ใช้รถเร่/รถโมบายเชื่อมโยงจำหน่ายผลไม้ และส่งเสริมการแปรรูป เป็นต้น ปริมาณรวมทั้งสิ้น 605,951 ตัน



● พืชหัว (กระเทียม หอมใหญ่ หอมแดง)

(1) มาตรการกฎหมาย ได้แก่ ควบคุมการขนย้ายที่นำเข้าจากต่างประเทศ ให้แจ้งปริมาณ/สถานที่เก็บ/จัดทำบัญชีรวมทั้งกำหนดให้ต้องแสดงราคารับซื้อและราคาจำหน่าย

(2) มาตรการบริหารจัดการ ได้แก่ เข้มงวดตรวจสอบการลักลอบนำเข้าร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงซื้อขายผลผลิตล่วงหน้า สนับสนุนการรับซื้อเพื่อกระจายออกนอกแหล่งผลิต และธรณรงค์บริโศค (เปิดจุดจำหน่าย)



● กุ้ง

(1) ช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยง สนับสนุนค่าชดเชยราคากุ้ง (กก.ละ 20 บาท) และค่าบริหารจัดการด้านการตลาดแก่เกษตรกร (กก.ละ 10 บาท) รวมทั้งเชื่อมโยงอาหารกุ้งและเวชภัณฑ์/เคมีภัณฑ์จากผู้ผลิตให้เกษตรกร

(2) กระตุ้นการบริโภค จัดงานเทศกาล “ปิ้งย่างกลางกรุง by DIT @ CentralWorld” ระหว่างวันที่ 1-7 ก.ย. 66 ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อเพิ่มรายได้และช่องทางกระจายผลผลิตให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง

● สุนัข

(1) ลดต้นทุนการผลิต สนับสนุนค่าบริหารจัดการอาหารสัตว์ กก.ละ 1 บาท รายละไม่เกิน 10,000 บาท ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรรายย่อย-กลาง รวมทั้งสิ้น 67 ราย

(2) กระตุ้นการบริโภค เชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์จากสุกร เช่น เนื้อหมูแช่เย็น หมูกรอบ หมูฟอย และอาหารเมนูหมู จำหน่ายในงาน “ปิ้งย่างกลางกรุง by DIT @ CentralWorld” ระหว่างวันที่ 1-7 ก.ย. 66



● ไก่ไข่และไข่ไก่

(1) ลดต้นทุนการผลิต สนับสนุนค่าบริหารจัดการอาหารสัตว์ กก.ละ 1 บาท รายละไม่เกิน 10,000 บาท ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย-กลาง รวมทั้งสิ้น 56 ราย

(2) เชื่อมโยงจำหน่ายไข่ไก่ ร่วมกับสถานีบริการน้ำมัน รายใหญ่ช่วยกระจายผลผลิตให้แก่เกษตรกรในช่วงที่ปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดมีจำนวนมาก และจัดจำหน่ายไข่ไก่ราคาประหยัดผ่านรถโมบาย เพื่อลดภาระค่าครองชีพประชาชนจากสถานการณ์ราคาไข่ไก่ในบางพื้นที่ปรับสูงขึ้น

2. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

1) เสริมสร้างความรู้และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ

(1) จัดตลาดนัดข้าวเปลือก เพื่อให้กลไกตลาดรับซื้อข้าวเปลือกมีการแข่งขัน เกษตรกรมีช่องทางเลือกและอำนาจต่อรองมากขึ้น รวมทั้งสิ้น 33 ครั้ง ใน 18 จังหวัด เกษตรกรสามารถจำหน่ายข้าวเปลือกได้ในราคาที่สูงกว่าราคาตลาดเฉลี่ยต้นละ 100 - 1,100 บาท



(2) จัดประชุมชี้แจงนโยบาย/มาตรการของรัฐบาล เพื่อให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับรู้และเข้าใจในหลักเกณฑ์เงื่อนไขวิธีการดำเนินโครงการ และมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรสำคัญของรัฐบาล รวมทั้งสิ้น 58 ครั้ง

2) ส่งเสริมการตลาดผลไม้

(1) จัดคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ ซื้อขายผลไม้ผ่านสัญญาข้อตกลงซื้อขายมาตรฐานกรมการค้าภายใน ปริมาณรวม 50,666 ตัน พร้อมทั้งส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้อัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น และคุณภาพ ภายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าชั้นนำ



(2) สร้างค่านิยมบริโภคผลไม้ในกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม เมื่อวันที่ 11 ก.ค. 66 เช่น แจกชิม น้ำผลไม้ฟรี จัดจำหน่ายผลไม้ในราคาพิเศษ และโพสรูปคู่ผลไม้ลง Social ส่วนตัว รับของที่ระลึก เป็นต้น



3) ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

(1) ส่งเสริม “หมู่บ้านอินทรีย์” รวมมีจำนวนทั้งสิ้น 22 แห่ง ใน 19 จังหวัด แบ่งเป็นภาคเหนือ 5 แห่ง ภาคกลาง 7 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 แห่ง และภายใต้ 1 แห่ง

(2) จัดงานตลาดนัดอินทรีย์ “Organic Weekend Market Season 2” ทุกวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ ระหว่างวันที่ 20 ม.ค. - 12 ก.พ. 66 ณ G Garden (หลังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม 9) เพื่อกระตุ้นและรณรงค์ให้เกิดการบริโภคสินค้าอินทรีย์/ปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น

4) พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)

(1) จัดประชุมรับฟังความเห็น เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาศักยภาพ Farm Outlet เมื่อวันที่ 16 ธ.ค. 65 ณ โรงแรมริชมอนด์ จ.นนทบุรี มีผู้บริหาร Farm Outlet เข้าร่วมประชุม รวมทั้งสิ้น 30 ราย



(2) กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนา Farm Outlet ระยะ 3 ปี จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ (1) ส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเข้มแข็ง (2) สร้างความสามารถในการแข่งขัน และ (3) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการขยายตัว

(3) จัดอบรมให้ความรู้ด้านการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าแก่ผู้ประกอบการ Farm Outlet รวมทั้ง 28 ราย จาก 10 ศูนย์ เมื่อวันที่ 11 พ.ค. 66 ผ่านระบบออนไลน์

(4) ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า Farm Outlet อาทิ จัดงาน “วันครบรอบตลาดเกษตรปลอดภัยอาหารปลอดภัย ปีที่ 19” เมื่อวันที่ 25 ก.พ. 66 ณ ตลาดเกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัย ม.เชียงใหม่ และเชื่อมโยงสินค้า Farm Outlet จำหน่ายในงาน “Organic Weekend Market Season 2” ระหว่างวันที่ 20 ม.ค. - 12 ก.พ. 66 เป็นต้น เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้า Farm Outlet รวมทั้งสิ้น 234.44 ล้านบาท



3. ยกระดับมาตรฐานและรณรงค์การบริโภคข้าวไทย

1) เพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานโรงสีแบบครบวงจร

จัดวางระบบมาตรฐาน GHP/HACCP เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพการส่งออกข้าวไทย ปัจจุบันมีโรงสีที่เข้าร่วมโครงการฯ ผ่านการรับรองมาตรฐานแล้ว 401 ราย รวมทั้งจัดอบรมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ 312 ราย ให้สามารถบริหารจัดการโรงสีอย่างมีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐาน

2) รณรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

สร้างความตระหนักรู้การบริโภคข้าว “ไม่ทำให้ร้อน” ผ่านสื่อออนไลน์ จัดกิจกรรม Roadshow กระตุ้นการบริโภคข้าวในสถานศึกษา รวมทั้งจัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคข้าว ณ ศูนย์การค้า MBK Center เมื่อวันที่ 19 ก.พ. 66 และสถานที่ต่าง ๆ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร และตลาดนัดเลียบด่วนรามอินทรา รวมถึงผ่านรายการ “Iron Chef Thailand” ใช้ข้าวเป็นวัตถุดิบ ออกอากาศ เมื่อวันที่ 9 ก.ย. 66



4. เพิ่มประสิทธิภาพระบบตลาดและการรับฝากเก็บสินค้า

1) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร เพื่อให้เป็นศูนย์กลางซื้อขายสินค้าเกษตรที่โปร่งใส เป็นธรรม และเป็นสถานที่รองรับผลผลิตทางการเกษตรที่ได้มาตรฐาน ปัจจุบันมีตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริม รวมทั้งสิ้น 58 แห่ง

2) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดสดปลอดภัย เชื่อมโยงเกษตรกรและผู้ประกอบการ ทำสัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน ซื้อขายสินค้าเกษตร 25 สินค้า ปริมาณรวม 50,666 ตัน มูลค่า 1,150.40 ล้านบาท

3) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และวิธีการขึ้นทะเบียนผู้ค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมทั้งสิ้น 390 ราย

4) ส่งเสริมและพัฒนากิจการคลังสินค้า ไฮโดร และห้องเย็น จัดสัมมนาร่วมกับสมาคมธุรกิจคลังสินค้า ไฮโดรและห้องเย็น เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ เมื่อวันที่ 24 พ.ค. 66 ณ โรงแรมรามารการ์เด็นส์ กรุงเทพฯ



5. สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy)

1) ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น

(1) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนให้เป็น “ตลาดต้องชม” ที่มีเอกลักษณ์พาณิชย์และอัตลักษณ์ชุมชน 13 แห่ง รวมมีตลาดต้องชมในความส่งเสริม 251 แห่ง

(2) ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดชุมชน 192 ครั้ง และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยในตลาดต้องชม ช่วงเทศกาลลอยกระทงและปีใหม่ รวมทั้งสิ้น 127 แห่ง รวมทั้งจัดมหกรรมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดต้องชม “Thai Local Economy Expo 2023 by DIT” ระหว่างวันที่ 1-7 ก.ย. 66 เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดชุมชน รวมทั้งสิ้น 2,240 ล้านบาท



2) หมู่บ้านทำมาค้าขาย

(1) ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เป็น “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” (แห่งใหม่) ที่สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพ 5 แห่ง รวมทั้งพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม 12 แห่ง รวมมีหมู่บ้านทำมาค้าขายในความส่งเสริม 42 แห่ง

(2) จัดงาน “Village to Town” นำสินค้าเด่นจากวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นจากหมู่บ้านทำมาค้าขายมาจำหน่าย ณ ลานโปรโมชั่น ชั้น G ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ปิ่นเกล้า ระหว่างวันที่ 30 พ.ค. - 5 มิ.ย. 66 เพื่อสร้างโอกาสและรายได้เพิ่มให้กับชุมชน

6. สร้างความเป็นธรรมทางการค้า

1) กำหนดสินค้าและบริการควบคุม 57 รายการ (สินค้า 52 รายการ บริการ 5 รายการ) พร้อมมาตรการกำกับดูแล อาทิ กำหนดราคาจำหน่ายสูงสุด ปรับราคาสูงขึ้นต้องได้รับอนุญาต การให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย การห้ามมิให้มีการกักตุน ปฏิเสธการจำหน่ายและประวิงการจำหน่าย เป็นต้น

2) ให้แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้าและบริการ ทั้งการค้าปกติ 290 รายการ (สินค้า 240 รายการ บริการ 50 รายการ) การค้าออนไลน์ ทุกรายการ และให้แสดงราคา รับซื้อสินค้าเกษตร 37 รายการ รวมทั้งดำเนินการตรวจสอบดูแลราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุน

3) กำหนดสินค้าที่ต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิด 242 รายการ โดยมีการติดตามดูแล 3 ระดับ ได้แก่ (1) Sensitive List (SL) ติดตามราคาและภาวะเป็นประจำ (2) Priority Watch List (PWL) ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง และ (3) Watch List (WL) ติดตามอย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปี/เดือน

4) กำกับดูแลราคาและค่ารักษาพยาบาล กำหนดให้โรงพยาบาล แจ้งราคาซื้อและราคาจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ ค่าบริการอื่นเกี่ยวกับการรักษาโรค และแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า รวมทั้งแสดง QR Code ซึ่งเป็นข้อมูลเปรียบเทียบราคายา ณ ภายในโรงพยาบาลอย่างเปิดเผย ชัดเจน และประเมินค่ารักษาพยาบาลตามการวินิจฉัยเบื้องต้นให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้ง รวมถึงแจ้งราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการ ให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้งก่อนจำหน่ายหรือให้บริการ



สิทธิผู้บริโภค สป.เอกชน ด้านราคา

- ตรวจสอบราคาฯ/อัตราค่ารักษาพยาบาล**
 - ✓ สแกน QR CODE ณ บริเวณภายในโรงพยาบาล
 - ✓ www.dit.go.th เว็บไซต์กรมการค้าภายใน
- รับทราบ**
 - ✓ ค่ารักษาพยาบาล เบื้องต้นทุกครั้ง (ค่าวินิจฉัย-ประเมิน)
 - ✓ ค่ายา-เวชภัณฑ์-บริการ ก่อนรับยาหรือรับบริการ (เมื่อร้องขอ)
- ผู้ป่วยนอกอื่นๆ**
 - ✓ ซื้อยานอก อย.กิด โดยขอรับใบสั่งยา-ใบแจ้งราคาจากโรงพยาบาล
- สงสัย-สอบถาม**
 - ✓ กรมการค้าภายใน 02-507-5676, 02-507-5589
- ร้องเรียน**
 - ✓ สายด่วน 1569
 - ✓ Line@MR.DIT
 - ✓ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ



5) ติดตามตรวจสอบพฤติกรรมการค้าของผู้ประกอบการ
เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกักตุนสินค้าและฉวยโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบ
ผู้บริโภค 105,156 ราย พบกระทำผิด 123 ราย โดยได้เปรียบเทียบ
ปรับเป็นเงิน รวมทั้งสิ้น 162,600 บาท

6) ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องชั่งตวงวัด
และการแสดงปริมาณของสินค้าที่บอ เพื่อสร้างความเป็นธรรม
ในการซื้อขาย รวมทั้งสิ้น 7,208,480 เครื่อง/หีบห่อ รวมทั้งสุ่ม
ตรวจสอบความเที่ยงตรงของมาตรวัดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิง
และก๊าซ LPG และ NGV ตามสถานีบริการที่เข้าร่วมโครงการ
“สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร” 145,201 หัวจ่าย



7) ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาเครือข่ายภาคประชาชน
“อาสาธงฟ้า 1569” ให้เข้ามามีบทบาทร่วมในการสอดส่องดูแล
และรายงานสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ รวมถึงพฤติกรรม
ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่าย รวมทั้งสิ้น
5,089 ราย แบ่งเป็น อาสาประจำ 529 ราย และอาสาสมัคร
4,560 ราย



7. ลดภาระค่าครองชีพประชาชน

1) โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน

(1) จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด จำหน่ายสินค้าอุปโภค
บริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป
ร้อยละ 20 - 40 ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค รวมทั้งสิ้น
1,491 ครั้ง ลดภาระค่าครองชีพประชาชน 147.77 ล้านบาท

(2) ร้านอาหารธงฟ้า เพิ่มทางเลือกให้กับประชาชน
ในการบริโภคอาหารปรุงสำเร็จที่มีคุณภาพดี ราคาประหยัด
ในราคาไม่เกินจาน/ชาม/ถูกละ 35 บาท ปัจจุบันมีร้านอาหาร
ธงฟ้า รวมทั้งสิ้น 5,708 ร้าน ลดค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหาร
ปรุงสำเร็จให้กับประชาชนได้วันละประมาณ 2.68 ล้านบาท

(3) ร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น
ลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อยที่ถือบัตร
สวัสดิการแห่งรัฐ ให้สามารถซื้อสินค้าที่จำเป็นในร้านค้าธงฟ้าได้
ปัจจุบันมีร้านค้าธงฟ้าที่มีเครื่อง EDC และ Mobile Application
เพื่อใช้ในการรับชำระเงินค่าสินค้าผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ
รวมทั้งสิ้น 144,821 ร้านค้า

2) โครงการพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน

(1) พาณิชย์ลดราคา! ออนไลน์ทั่วไทย เปิดจุดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น รวมถึงสินค้าเกษตรและผลไม้ ตามฤดูกาลในราคาประหยัด ลดสูงสุด 60% รวมทั้งสิ้น 231 จุดทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 11 พ.ย.65 ลดค่าครองชีพประชาชนประมาณ 112 ล้านบาท



(2) New Year Grand Sale ร่วมกับภาคเอกชน ลดราคาสินค้าและค่าบริการให้กับประชาชนต้อนรับปีใหม่ ลดสูงสุด 85% ระหว่างวันที่ 21 ธ.ค. 65 - 31 ม.ค. 66 ลดค่าครองชีพประชาชนประมาณ 4,000 ล้านบาท



(3) พาณิชย์ลดราคา! เทศกาลตรุษจีน ปีกระต่ายทอง ร่วมกับผู้ประกอบการ ห้างค้าปลีกค้าส่ง ห้างท้องถิ่น ตลาดสด และตลาดกลางทั่วประเทศ 4,600 จุด จำหน่ายสินค้าตรุษจีน ราคาประหยัด ลดสูงสุด 64% ระหว่างวันที่ 14 - 20 ม.ค. 66 ลดค่าครองชีพประชาชนประมาณ 180 ล้านบาท



(4) Back to School ลดค่าใช้จ่ายของผู้ปกครอง ในช่วงเปิดเรียน โดยร่วมกับภาคเอกชน อาทิ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ให้บริการและแพลตฟอร์มออนไลน์ ลดราคาสินค้าในกลุ่มเพื่อการศึกษา 11 หมวด ลดสูงสุด 85% ระหว่างวันที่ 28 เม.ย. - 31 พ.ค. 66 ลดค่าครองชีพประชาชนประมาณ 200 ล้านบาท



ส่วนที่ 1
ข้อมูลพื้นฐาน

Part 1

Department of Internal Trade
Ministry of Commerce



Basic information



Vision

Mission

Laws

and

Objectives

Duties and powers

Strategy





ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นายวัฒนศักย์ เสือเอี่ยม

อธิบดีกรมการค้าภายใน



ผู้บริหารกรมการค้ำภายใน



ร้อยตรีจักรา ยอดมณี
รองอธิบดีกรมการค้ำภายใน





ผู้บริหารกรมการคลังภายใน



นายอุดม ศรีสมทรง

รองอธิบดีกรมการคลังภายใน



ผู้บริหารกรมการค้ำภายใน



นายกรณิจ โนนจ้อย

รองอธิบดีกรมการค้ำภายใน



“ลดรายจ่าย กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก”



www.dit.go.th



ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางชนันท์สรี พิศาลอภีพวงศ์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านพัฒนา
และส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า



นางสาวยานี ศรีมิชัย

เลขานุการกรม



ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางมลรัฐมสลิล ประเสริฐสุด

ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน



นายสมชาย รัตนสุภา

ผู้อำนวยการกองตรวจสอบและปฏิบัติการ





ผู้บริหารกรมการกีฬาภายใน



นายกฤษณา ทวประเสริฐ

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1



นางสาวหทัยรัตน์ ทิปประชัย

ผู้อำนวยการกองจัดระบบราคา
และปริมาณสินค้า



ผู้บริหารกรมการศึกษากายใน



นางสาวจันทรีริตา กลิมพากร

ผู้อำนวยการกองส่งเสริม
และบริหารระบบตลาด



นายนวนินทร์ วัตรอารยมนตรี

ผู้อำนวยการกองกฎหมาย





ผู้บริหารการค้าภายใน



นายเทพกัญญ์ โศตรนนท์

ผู้อำนวยการกองขับเคลื่อน



นางสาวจิตติรัตน์ สิริเรืองชัยภัก

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล
ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางสาวพาศิริ เพรรคพานิช

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริม
และพัฒนาระบบการค้าในประเทศ



นายสรวิฑ์ ดาญาวีริยะะ

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ
และระบบการตรวจสอบ





ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางสาวกนกพรศรี อนันต์สินทิวงศ์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์



นายปรัชญา นราภิชาติ

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการทางการค้า
ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการกองบริหารมาตรการลดค่าครองชีพ



ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางสาวณยานี ศรีรัตน์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร
ปฏิบัติหน้าที่
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2



นางอภิสร อังควาณิชกุล

ผู้อำนวยการกองบริหารงานกองทุนรวม
เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร





ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางสาวกรรณิการ์ สีขียว

ผู้อำนวยการกองคลัง



นางสาวปริยาภัสสร รัตนพันธ์

ผู้อำนวยการศูนย์บริหารจัดการ
สารสนเทศการค้าในประเทศ



ผู้บริหารกรมการค้าภายใน



นางเพ็ญจันทร์ วัฒนไทรภพ

ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจสอบภายใน



อำนาจหน้าที่กรมการค้าภายใน



กฎหมายในความรับผิดชอบ

1. พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542
2. พระราชบัญญัติมาตรการซึ่งตวงวัด พ.ศ. 2542
3. พระราชบัญญัติคลังสินค้า โซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558
4. พระราชบัญญัติควบคุมโรคภัยอันตราย พ.ศ. 2495
5. พระราชบัญญัติการค้าข้าว พุทธศักราช 2489

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์

วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศ ให้มีความเข้มแข็งเป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม”

พันธกิจ

01

ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไก การส่งเสริมตลาดรูปแบบต่างๆ และสนับสนุน ให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

02

พัฒนาการค้าสินค้าและบริการ ของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพ และสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้ กับผู้ประกอบการชุมชน

03

ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการ ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า

04

พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย และขยายขอบเขตการดูแล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า

05

เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชน ได้รับการบรรเทา ภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

06

บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้สอดคล้อง กับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

1

เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการ มีช่องทางตลาดและมูลค่า การค้าสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น และได้รับความเป็นธรรมจากการจำหน่าย ผลผลิต ทั้งในด้านราคาและปริมาณ

2

ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการแข่งขัน และมีมูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนเพิ่มขึ้น

3

สินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการครองชีพของประชาชนมีราคา จำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน และผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม ด้านราคาและปริมาณสินค้า และแบ่งเบาภาระค่าครองชีพ

4

การชั่งตวงวัดไทยเป็นไปตามมาตรฐานสากล และเป็นธรรมกับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

5

เป็นหน่วยงานที่มีขีดสมรรถนะสูง ทันสมัย และมีการบริหารจัดการ โดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วม และระบบเครือข่ายและเทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุนการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมั่นคงปลอดภัย

เป้าประสงค์
GOAL



ประเด็นยุทธศาสตร์

Department of Internal Trade

1. พัฒนาระบบการค้าการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพและเกิดความเป็นธรรม

- 1) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรสำคัญ
- 2) พัฒนาและส่งเสริมกลไกตลาดที่เป็นธรรมสำหรับเกษตรกร
- 3) เพิ่มโอกาสและช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์
- 4) ดูแลและส่งเสริมระบบฟลักเก็บสินค้าและผลผลิตทางการเกษตร ให้มีประสิทธิภาพ

2. พัฒนาและสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจท้องถิ่น

- 1) เพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน
- 2) ยกระดับตลาดชุมชนให้เป็นกลไกสร้างการเติบโตและหมุนเวียนของเศรษฐกิจฐานราก
- 3) ขยายและเชื่อมโยงตลาดให้กับสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการชุมชน

3 สร้างความเป็นธรรมทางการค้า และปกป้องสิทธิประโยชน์ผู้บริโภค

- 1) กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสม และมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ
- 2) ติดตามตรวจสอบพฤติกรรมการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ
- 3) สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม
- 4) เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคในการเข้าถึงสินค้าและบริการในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

4. เสริมสร้างมาตรฐานการชั่งตวงวัด เพื่อสนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม

- 1) กำกับดูแลการชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) ขยายขอบเขตการกำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง
- 3) ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาเครือข่ายภาคประชาชนในการกำกับดูแลด้านชั่งตวงวัด
- 4) พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยให้เทียบเท่ากับมาตรฐานในระดับสากล

5 พัฒนางองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง ทันสมัย และมีธรรมาภิบาล

- 1) พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร
- 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้มีเสถียรภาพ และมั่นคงปลอดภัย
- 3) ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และป้องกันการทุจริต



โครงสร้างกรมการค้าภายใน

Department of Internal Trade

อริบติกรมการค้าภายใน

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้าในประเทศ
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการทางการค้า
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านพัฒนาและส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า

กองกฎหมาย

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์

กองคลัง

กลุ่มตรวจสอบภายใน

รองอธิบดี

กองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้นทุนและการกำหนดราคาสินค้า

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเฉพาะด้านพัฒนาระบบกลไกโลจิสติกส์ภาค

ศูนย์บริหารจัดการสารสนเทศการค้าในประเทศ

กองชั่งตวงวัด

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการชั่งตวงวัด

ศูนย์ชั่งตวงวัด 4 ศูนย์

สำนักงานสาขาชั่งตวงวัด 28 สาขา

รองอธิบดี

กองตรวจสอบและปฏิบัติการ

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบและระบบการตรวจสอบ

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

กองบริหารงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร

รองอธิบดี

สำนักงานเลขานุการกรม

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด

กองบริหารมาตรการลดค่าครองชีพ

การบริหารราชการภายในกรมการค้าภายใน

กรมการค้าภายใน ได้ปรับปรุงโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการภายใน เพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น และเหมาะสมกับสภาพของงานที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การปฏิบัติงานของกรมการค้าภายในเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลยิ่งขึ้น ประกอบด้วย 1 สำนัก 11 กอง 1 ศูนย์ 2 กลุ่ม และหน่วยงานในส่วนภูมิภาค ได้แก่ ศูนย์ชั่งตวงวัดภาค 4 แห่ง และสำนักงานสาขาจังหวัด 28 แห่ง โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้



หน่วยงาน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

สำนักงานเลขาธิการกรม



ปฏิบัติงานสารบรรณ และดำเนินงานเกี่ยวกับงานบริหารทั่วไป งานช่วยอำนวยความสะดวก งานประชุม งานประสานราชการ งานเลขานุการ การพัสดุ อาคารสถานที่ ยานพาหนะ รวมทั้งจัดระบบงาน บริหารงาน พัฒนาศูนย์บริการบุคคล เสริมสร้างวินัย ดำเนินการทางวินัย การรักษาระบบคุณธรรม งานสวัสดิการบุคลากร ตลอดจนการคุ้มครองจรรยาบรรณและรับผิดชอบในการบังคับการให้เป็นไปตามประมวลจริยธรรม

กองกฎหมาย



ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายในความรับผิดชอบของกรม งานนิติกรรม และสัญญา งานเกี่ยวกับความรับผิดทางแพ่งและอาญา งานคดีปกครอง งานคดีที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจของกรม รวมถึงการร้องทุกข์กล่าวโทษ การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ตลอดจนศึกษา วิเคราะห์ และกำหนดมาตรการทางกฎหมายในการดูแลระบบการค้า กลไกตลาด การรักษาความเป็นธรรม และการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งพัฒนากฎหมายและกำหนดแนวทางการบังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบ กติกาทางการค้า และวินิจฉัย ให้ความเห็น คำปรึกษา ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย กฎ ระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับคำสั่งทางปกครอง

กองส่งเสริมการค้า สินค้าเกษตร 1



ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า ผลกระทบของข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์และสร้างระบบเตือนภัย รวมทั้งเสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนา ระบบการค้า ประสานการแก้ไขปัญหาการค้าและการตลาด และส่งเสริมสนับสนุน การพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ ตลอดจนพัฒนา ศักยภาพด้านการตลาดให้แก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและ มาตรการที่ภาครัฐกำหนด และดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของ คณะกรรมการ นโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร และคณะกรรมการ นโยบายอาหาร รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และ คณะทำงานที่เกี่ยวกับการรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ



หน่วยงาน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

กองส่งเสริมการค้า สินค้าเกษตร 2



ศึกษา วิเคราะห์ภาวะการผลิต การค้า ผลกระทบของข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ ที่มีผลต่อการค้าสินค้าเกษตรในประเทศ ประเมินสถานการณ์และสร้างระบบเตือนภัย รวมทั้งเสนอมาตรการในการรักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้า ประสานการแก้ไขปัญหาการค้าและการตลาด และส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพและการแปรรูปสินค้าเกษตรที่รับผิดชอบ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดให้แก่เกษตรกร กำกับดูแลงานตามนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐกำหนด และปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการและคณะทำงาน ตามที่ได้รับการแต่งตั้ง

กองส่งเสริม และบริหารระบบตลาด



ศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างตลาด ส่งเสริมพัฒนาตลาดในระบบซื้อขายจริง ตลาดข้อตกลง และระบบตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งจัดหาช่องทาง และสร้างกลไกการเชื่อมโยงการตลาด ส่งเสริมพัฒนาตลาดท้องถิ่น ตลาดเฉพาะสินค้า ตลาดท่องเที่ยว และตลาดเชิงวัฒนธรรม/วิถีชุมชน รวมถึงจัดทำสารสนเทศ ระบบตลาด ส่งเสริมพัฒนาค้างสินค้า ไซโล ห้องเย็น และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาด ดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจที่อยู่ภายใต้การส่งเสริมและการกำกับดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และพัฒนาศักยภาพทางการค้า ให้แก่ผู้ประกอบการตลาดท้องถิ่น

กองจัดระบบราคา และปริมาณสินค้า



ศึกษา วิเคราะห์ และติดตามภาวะ ปริมาณ ต้นทุน ราคาของสินค้าและบริการ รวมทั้งวัตถุดิบ และศึกษา วิเคราะห์โครงสร้าง ต้นทุนการค้าบริการ รวมถึงรูปแบบการค้าและกลยุทธ์ทางการตลาด ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค เพื่อพัฒนาหลักเกณฑ์ และวิธีการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ และแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียนเกี่ยวกับราคาและปริมาณ



หน่วยงาน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

กองตรวจสอบและปฏิบัติการ



กำกับดูแล ติดตามตรวจสอบ และรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับราคาและปริมาณของสินค้าและบริการ รวมถึงพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ตรวจสอบดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่กรมรับผิดชอบ และมาตรการที่ทางราชการกำหนดรวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจในกฎหมาย/กฎ/ระเบียบที่เกี่ยวข้อง และมีจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

กองคลัง



ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี และการงบประมาณ และดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี ของกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร รวมทั้งบริหาร ติดตามและดำเนินงานด้านการเงินและการคลังตามนโยบายและมาตรการเฉพาะของรัฐบาล

กองบริหารงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร



ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำแผนการดำเนินงานของกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร วิเคราะห์และประเมินเหมาะสมของโครงการที่เสนอขอรับเงินช่วยเหลือหรืออุดหนุนจากกองทุน บริหารการรับและจ่ายเงิน รวมถึงสถานะทางการเงิน จัดทำบัญชีความเคลื่อนไหวทางการเงินของกองทุน ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงกฎหมายและระเบียบ เสนอความเห็นและตอบข้อหารือหรือวินิจฉัยปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับระเบียบของทางราชการที่มีผลกระทบต่อกองทุน ติดตามประเมินผลการดำเนินงานและติดตามการชำระหนี้กองทุน จัดระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการกองทุน เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานของกองทุน รวมทั้งปฏิบัติงานฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) คณะกรรมการบริหารกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คบท.) และอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์บริหารจัดการสารสนเทศการค้าในประเทศ



จัดระบบเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลและสารสนเทศทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน รวมทั้งศึกษา วิเคราะห์ ออกแบบการเชื่อมโยงข้อมูล และพัฒนารูปแบบการสำรวจ การจัดเก็บและการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ ตลอดจนจัดทำข้อมูลวิชาการเพื่อการบริหารและการบริหารจัดการด้านการค้าภายในประเทศ รวมถึงจัดทำข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นเชิงวิชาการและยุทธศาสตร์ นโยบายและมาตรการทางการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจ



หน่วยงาน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

กองบริหารมาตรการ ลดค่าครองชีพ



ศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการค้าและกลยุทธ์การตลาด รวมทั้งสินค้าและบริการ เพื่อปรับปรุงพัฒนาวิธีการดูแลค่าครองชีพประชาชน กำหนดมาตรการและแผนงาน ในการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและตรึงราคาสินค้า ในภาวะวิกฤติหรือจำเป็น กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหาร ประชุมสำเร็จ ให้จำหน่ายในราคาที่เหมาะสม เชื่อมโยงและกระจายสินค้าชุมชน จากแหล่งผลิต ผ่านร้านธงฟ้า รวมทั้งรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับร้านธงฟ้า กำหนดมาตรการการแก้ไขปัญหา ตลอดจนส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้ ผู้บริโภครู้จักพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง และสร้างเครือข่ายผู้บริโภค เพื่อรักษาความเป็นธรรมทางการค้า

กองชั่งตวงวัด



พัฒนา กำหนด และทดสอบมาตรฐานเครื่องชั่งตวงวัด เสนอแนะแนวทาง ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องชั่งตวงวัดให้เป็นไป ตามมาตรฐานนานาชาติ รวมทั้งจัดทำ สอบเทียบ และเก็บรักษาแบบมาตรา ชั่งตวงวัด กำหนดหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจชั่งตวงวัดและการจดทะเบียน เครื่องหมายเฉพาะตัว ตรวจให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัด ตรวจสอบ ความถูกต้องของเครื่องชั่งตวงวัดระหว่างการใช้งาน กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และตรวจประเมินระบบการบรรจุ กำหนดชนิดสินค้าที่ต้องซื้อขายโดยการ ชั่ง/ตวง/วัด หรือการนับเป็นจำนวนหน่วย รวมทั้งดำเนินการตามกฎหมาย กับผู้ที่กระทำผิดเกี่ยวกับเครื่องชั่งตวงวัด และให้ความรู้ประชาชนเกี่ยวกับ การใช้เครื่องชั่งตวงวัดที่ถูกต้อง ตลอดจนติดต่อประสานงานกับสำนักงาน ชั่งตวงวัดของประเทศต่างๆ และองค์การชั่งตวงวัดอื่นๆ

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน



จัดทำแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน กำกับ ติดตามและประเมินผลการ ปฏิบัติราชการจัดทำตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน พัฒนาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อการบริหารและการให้บริการ จัดทำสารสนเทศเพื่อสนับสนุน การปฏิบัติราชการ เผยแพร่และให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่ประชาชน ประชาสัมพันธ์เผยแพร่งานด้านการค้าในประเทศและผลการดำเนินงานของกรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารราชการ รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นเชิงวิชาการและยุทธศาสตร์ นโยบายและมาตรการทางการค้า และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ



หน่วยงาน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

กลุ่มตรวจสอบภายใน



ประเมินความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน เสนอแนะการปรับปรุง การบริหารความเสี่ยง การควบคุมและการกำกับดูแล สอบทานระบบการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน และ/หรือกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ คำสั่งที่ทางราชการกำหนด และสอบทานความถูกต้องของข้อมูลการดำเนินการเงินการบัญชี และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งตรวจสอบระบบดูแลรักษาและความปลอดภัยของทรัพย์สิน และประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการเงินการบัญชีของส่วนราชการ

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



เสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่อธิบดีเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการภายในกรม ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการภายในกรม รวมทั้งประสานและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางต่างๆ และหน่วยงานในสังกัดกรม



อัตรากำลังกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566



(ณ 30 กันยายน 2566)

ประเภทอัตรากำลัง	จำนวน (อัตรา)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ข้าราชการ	481	42.67
ลูกจ้างประจำ	64	5.68
พนักงานราชการ	35	3.11
ลูกจ้างเหมาบริการ	547	48.54
รวม	1,127	100.00

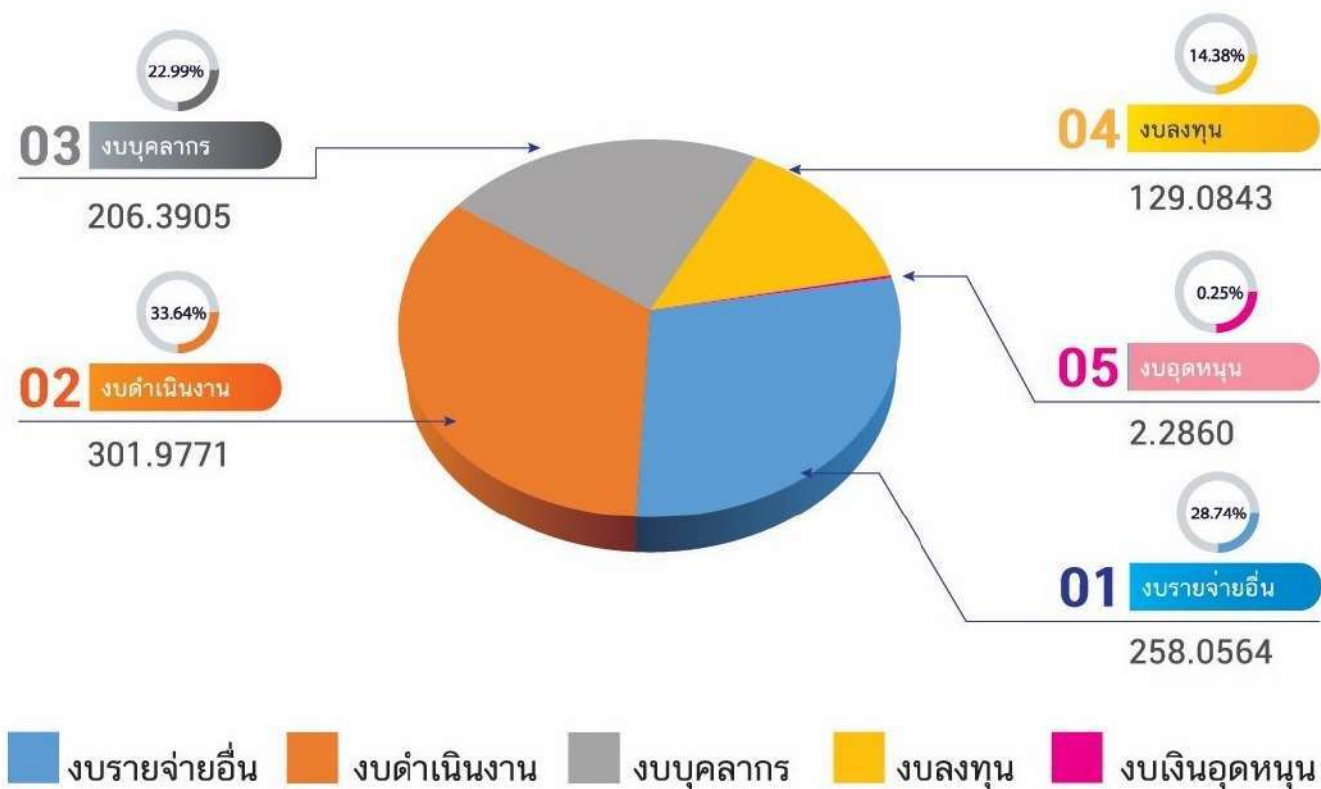
จำนวนข้าราชการจำแนกตามประเภทและระดับตำแหน่ง

ประเภท/ระดับ	จำนวน (อัตรา)	สัดส่วน (ร้อยละ)
นักบริหารสูง	1	0.19
นักบริหารต้น	3	0.56
อำนวยการสูง	8	1.50
อำนวยการต้น	1	0.19
วิชาการเชี่ยวชาญ	10	1.88
วิชาการชำนาญการพิเศษ	104	19.51
วิชาการปฏิบัติการ/ชำนาญการ	259	48.59
ทั่วไปอาวุโส	23	4.32
ทั่วไปปฏิบัติงาน/ชำนาญงาน	124	23.26
รวม	533	100.00

งบประมาณรายจ่ายประจำปี

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 กรมการค้าภายในได้รับการจัดสรรงบประมาณ รวมทั้งสิ้น 897.7943 ล้านบาท เพื่อดำเนินงาน จำนวน 6 แผนงาน ได้แก่ 1) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน 2) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างโอกาส ความเสมอภาคทางสังคม 3) แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า 4) แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม 5) แผนบูรณาการการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และ 6) แผนงานบุคลากรภาครัฐ โดยจำแนกประเภทรายจ่ายตามงบประมาณ ดังนี้

หมวดรายจ่าย	งบประมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วน
งบรายจ่ายอื่น	258.0564	28.74%
งบดำเนินงาน	301.9771	33.64%
งบบุคลากร	206.3905	22.99%
งบลงทุน	129.0843	14.38%
งบเงินอุดหนุน	2.2860	0.25%
รวมงบประมาณ	897.7943	100.00%



เปรียบเทียบงบประมาณรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และปีงบประมาณ พ.ศ. 2566



(หน่วย : ล้านบาท)

หมวดรายจ่าย	ปี 2565	ปี 2566	เปลี่ยนแปลง	
			เพิ่ม (ลด)	ร้อยละ
งบบุคลากร	212.2354	206.3905	(5.8449)	(2.75)
เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	204.2734	198.6488	(5.6246)	(2.75)
พนักงานราชการ	7.9620	7.7417	(0.2203)	(2.77)
งบดำเนินงาน	296.3608	301.9771	5.6163	1.90
ค่าตอบแทน ใช้สอย และวัสดุ	278.7505	284.3668	5.6163	2.01
ค่าสาธารณูปโภค	17.6103	17.6103	-	-
งบลงทุน	115.7162	129.0843	13.3681	11.55
ค่าครุภัณฑ์	82.1840	81.3468	(0.8372)	(1.02)
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	33.5322	47.7375	14.2053	42.36
งบเงินอุดหนุน	2.1920	2.2860	0.0940	4.29
งบรายจ่ายอื่น	251.6584	258.0564	6.3980	2.54
รวม	878.1628	897.7943	19.6315	2.24

ส่วนที่ 2

ผลการปฏิบัติราชการ



ผลการปฏิบัติราชการ

2566

ส่วนที่ 2

DIT

1. ผลการดำเนินงานตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ

ประเด็นการประเมิน	เป้าหมาย			ผลการดำเนินงาน	คะแนน
	ขั้นต้น	มาตรฐาน	ขั้นสูง		
องค์ประกอบที่ 1 ประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน (PERFORMANCE BASE)					
1. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน (ร้อยละ)	98.32	98.58	98.84	98.84	100
2. มูลค่าการค้าสินค้าชุมชนเพิ่มขึ้น (ล้านบาท)					
● ตลาดต้องชม	1,990.00	2,113.00	2,236.00	2,240.00	100
● หมู่บ้านทำมาค้าขาย	140.00	150.00	160.00	163.00	100
3. มูลค่าสินค้าเกษตรที่มีการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม (ล้านบาท)					
● ตลาดต้องดัง	987.57	1,053.24	1,118.91	1,150.40	100
● ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (FARM OUTLET)	214.10	220.72	227.34	234.44	100
● ตลาดสินค้าอินทรีย์	22.30	28.43	34.56	34.73	100
องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการดำเนินงาน (POTENTIAL BASE)					
4. การพัฒนาองค์การสู่ดิจิทัล : การพัฒนาระบบบัญชีข้อมูล (DATA CATALOG) เพื่อนำไปสู่การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐ (OPEN DATA) (คะแนน)	50.00	75.00	100.00	100.00	100
5. การประเมินสถานะของหน่วยงานในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) (คะแนน)	445.00	449.34	453.68	453.81	100
คะแนนรวม					100

2. ผลการปฏิบัติงานที่สำคัญในรอบปี 2566

ในปีงบประมาณ 2566 กรมการค้าภายในได้ดำเนินการตามภารกิจและนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล ทั้งการดูแลและส่งเสริมการค้าการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพและเกิดความเป็นธรรม การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง การดูแลลดภาระค่าครองชีพประชาชน และการสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้าและบริการ เพื่อขับเคลื่อนการค้าภายในประเทศให้เข้มแข็งและเป็นธรรม

2.1 รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรสำคัญ

1) พืชเศรษฐกิจหลัก

● ข้าว

(1) โครงการประกันรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าว

เพื่อเป็นหลักประกันรายได้ในการประกอบอาชีพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเปลือกหอมมะลิ ข้าวเปลือกหอมมะลินอกพื้นที่ ข้าวเปลือกปทุมธานี และข้าวเปลือกเหนียว ในพื้นที่ปลูกข้าวทั่วประเทศ ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ประมาณ 4.68 ล้านครัวเรือน โดยกำหนดปริมาณและราคาประกันรายได้จากการจำหน่ายข้าวเปลือก ณ ความชื้นไม่เกิน 15% ดังนี้ (1) ข้าวหอมมะลิราคา 15,000 บาทต่อตัน ครัวเรือนละไม่เกิน 14 ตัน (2) ข้าวหอมมะลินอกพื้นที่ราคา 14,000 บาทต่อตัน ครัวเรือนละไม่เกิน 16 ตัน (3) ข้าวปทุมธานีราคา 10,000 บาทต่อตัน ครัวเรือนละไม่เกิน 30 ตัน (4) ข้าวเจ้าราคา 10,000 บาทต่อตัน ครัวเรือนละไม่เกิน 12,000 บาทต่อตัน ครัวเรือนละไม่เกิน 16 ตัน โดย ธ.ก.ส. ได้โอนเงินชดเชยให้เกษตรกรแล้ว 2.637 ล้านครัวเรือน จำนวน 7,868.10 ล้านบาท

(2) โครงการสินเชื่อชะลอการขายข้าวเปลือกนาปี

เพื่อชะลอข้าวเปลือกไว้ในยุ้งฉางเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร 2.5 ล้านตันข้าวเปลือก โดยสนับสนุนค่าฝากเก็บและรักษาคุณภาพข้าว 1,500 บาทต่อตัน โดยเกษตรกรที่เก็บข้าวเปลือกในยุ้งฉางตนเองได้รับเต็มจำนวน สำหรับสถาบันเกษตรกรที่รับซื้อข้าวเปลือกเข้าโครงการฯ ได้รับ 1,000 บาทต่อตัน และเกษตรกรผู้ขายได้รับ 500 บาทต่อตัน (ณ 11 กันยายน 2566) มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ รวมทั้งสิ้น 317,747 ราย กู้แล้ว 22,497 ล้านบาท



(3) โครงการสินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนให้แก่สถาบันเกษตรกร ในการรวบรวมข้าวเปลือกเพื่อจำหน่าย และ/หรือแปรรูปสร้างมูลค่า เป้าหมาย 1 ล้านตันข้าวเปลือก โดยคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 4 ต่อปี สถาบันเกษตรกรรับภาระดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อปี รัฐบาลรับภาระชดเชยดอกเบี้ยให้สถาบันเกษตรกร ร้อยละ 3 ต่อปี (ณ 23 สิงหาคม 2566) มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ 73 ราย กู้แล้ว 7,548.75 ล้านบาท

(4) โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการค้าข้าวที่เข้าร่วมโครงการฯ ให้เก็บสต็อกในรูปข้าวเปลือก และข้าวสาร เป้าหมายดูดซับ 4 ล้านตันข้าวเปลือก เก็บสต็อกไว้อย่างน้อย 60 - 18 วัน โดยรัฐชดเชยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 3 มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ รวมทั้งสิ้น 211 ราย ใน 45 จังหวัด วงเงินกู้ 51,619.13 ล้านบาท ปริมาณการเก็บสต็อกสูงสุด ณ ธันวาคม 2565 จำนวน 2.515 ล้านตันข้าวเปลือก

(5) โครงการสนับสนุนค่าบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพผลผลิตเกษตรกรผู้ปลูกข้าว เพื่อลดต้นทุนและบรรเทาความเดือดร้อนให้กับเกษตรกร รวมทั้งจูงใจให้เกษตรกรดูแลรักษาข้าวให้มีคุณภาพดี ในการเพิ่มโอกาสในการขายข้าวในราคาที่สูงและมีรายได้มากขึ้น โดยสนับสนุนเงินให้เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนผู้ปลูกข้าวกับกรมส่งเสริมการเกษตร ไร่ละ 1,000 บาท ไม่เกินครัวเรือนละ 20 ไร่ หรือครัวเรือนละไม่เกิน 20,000 บาท โดยได้มีการโอนเงินให้เกษตรกรแล้ว 4.651 ล้านครัวเรือน วงเงิน 54,090.44 ล้านบาท

● ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

(1) โครงการประกันรายได้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

เพื่อช่วยเหลือให้เกษตรกรได้รับราคาข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสมกับราคาตลาด และลดภาระงบประมาณค่าใช้จ่ายของรัฐบาลในการช่วยเหลือเกษตรกร โดยประกันรายได้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ชนิดเมล็ด ณ ความชื้น 14.5% กิโลกรัมละ 8.50 บาท คร่าวเรือนละไม่เกิน 30 ไร่ และไม่ซ้ำแปลงในพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ทั่วประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากจากราคาเกณฑ์กลางอ้างอิงสูงกว่าราคาเป้าหมาย (กิโลกรัมละ 8.50 บาท) จึงไม่มีการจ่ายเงินชดเชยส่วนต่างให้แก่เกษตรกร

(2) โครงการสินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยสถาบันเกษตรกร สนับสนุนสินเชื่อแก่สถาบันเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 4 ต่อปี โดยสถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ รับการร้อยละ 1 ต่อปี และรัฐบาลรับการชดเชยร้อยละ 3 ต่อปี สำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการรวบรวมหรือรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากเกษตรกร เพื่อจำหน่ายต่อ แปรรูปหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อช่วยดูดซับปริมาณผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในช่วงที่ผลผลิตออกมา



(3) มาตรการอื่น ๆ

(3.1) บริหารจัดการการนำเข้า กำหนดให้องค์การคลังสินค้า (อคส.) นำเข้า ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2566 สำหรับผู้นำเข้าทั่วไป นำเข้าระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง 31 สิงหาคม 2566 ควบคุมการขนย้ายในพื้นที่ติดชายแดน และตรวจสอบการลักลอบนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากประเทศเพื่อนบ้าน

(3.2) ดูแลความเป็นธรรมในการซื้อขาย และความสมดุล โดยให้แสดงราคา ณ จุดรับซื้อที่ชัดเจน ณ ความชื้น 14.5% และ 30% รวมทั้งให้แจ้งปริมาณการครอบครอง การซื้อ การใช้ ราคาซื้อ-จำหน่าย และสถานที่เก็บ



● ปาล์มน้ำมัน

(1) ส่งเสริมการใช้ไบโอดีเซล ปรับเพิ่มสัดส่วนการผสมน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในน้ำมันดีเซลจาก B5 เป็นน้ำมันดีเซล B7 เพื่อช่วยดูดซับน้ำมันดิบออกจากระบบ มีผลตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม - 31 ธันวาคม 2565

(2) บริหารจัดการน้ำมันปาล์มทั้งระบบ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการสมดุลน้ำมันปาล์ม ซึ่งประกอบด้วยทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (ภาครัฐ/เอกชน/เกษตรกร) เพื่อติดตามสถานการณ์การผลิต การตลาด และกำหนดมาตรการจัดการสมดุลน้ำมันปาล์มให้เหมาะสม รวมทั้งกำหนดด่านนำเข้า 3 ด่าน (มาบตาพุด/กรุงเทพ/แหลมฉบัง) และด่านนำผ่าน 1 ด่าน (ต้นทาง 1 ด่าน : กรุงเทพ ปลายทาง 3 ด่าน : จันทบุรี ไป กัมพูชา/หนองคาย ไป สปป.ลาว) และติดตั้งเครื่องวัดปริมาณน้ำมันปาล์มดิบ (CPO) ที่ตั้งเก็บของผู้ประกอบการ



2) พืชเกษตรอื่น ๆ

● ผลไม้

ดำเนินการจัดการบริหารจัดการผลไม้ ปี 2566 (ด้านการตลาดในประเทศ) ปริมาณ รวมทั้งสิ้น 605,961 ตัน มูลค่า 24,238 ล้านบาท เพื่อให้เกษตรกรชาวสวนผลไม้มีความมั่นคงในอาชีพ รายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาทิ จัดทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายผลไม้ล่วงหน้า สนับสนุนค่าบริหารจัดการกระจายผลไม้ออกนอกแหล่งผลิต (กก.ละ 3 บาท) ประสานห้างท้องถิ่น สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสถานที่ชุมชนต่าง ๆ เปิดพื้นที่ระบายผลไม้ให้แก่เกษตรกร รณรงค์บริโภคผลไม้ (จัดงาน Fruit Festival ในแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนให้โหลดผลไม้ขึ้นเครื่องฟรี 20 กก.) สนับสนุนกล่องบรรจุผลไม้จำนวน 300,000 กล่อง พร้อมจัดส่ง ผ่านไปรษณีย์ไทย สนับสนุนให้มรตเร/รถโมบาย ไปรับซื้อผลไม้และนำออกจำหน่ายสู่ผู้บริโภคโดยตรง สนับสนุนค่าบริหารจัดการแปรรูปผลไม้เพื่อส่งออก (ลำไยอบแห้ง) และเปิดพรีออเดอร์ (Pre-Order) ผลไม้ในหมู่บ้านจัดสรร (กรุงเทพ - ปริมณฑล) เป็นต้น รวมทั้งร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องบังคับใช้กฎหมายโดยเคร่งครัด เพื่อดูแลให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลไม้ที่มีคุณภาพ ได้ราคาดีและไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ



● พืชหัว (กระเทียม หอมหัวใหญ่ หอมแดง)

(1) มาตรการทางกฎหมาย ควบคุมการขนย้าย

กระเทียมและหอมใหญ่ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ตั้งแต่ 400 กิโลกรัมขึ้นไป โดยทางบก หรือทางทะเล หรือออกจากจังหวัดที่กำหนด 52 จังหวัด ต้องขออนุญาตขนย้าย และให้ผู้ครอบครองกระเทียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ ตั้งแต่ 2,000 กิโลกรัมขึ้นไป ต้องแจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ และจัดทำบัญชีคุมสินค้า รวมทั้งกำหนดให้เป็นสินค้าที่ต้องแสดงราคาซื้อและราคาจำหน่ายปลีก



(2) มาตรการบริหารจัดการ เข้มงวดตรวจสอบ

การลักลอบนำเข้าร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาด เชื่อมโยงการซื้อขายผลผลิตล่วงหน้า ผ่านสัญญาข้อตกลงมาตรฐานกรมการค้าภายใน รวมทั้งดำเนินกิจกรรมสนับสนุนการรับซื้อเพื่อกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต และรณรงค์บริโภค โดยเปิดจุดจำหน่ายในสถานที่ที่มีศักยภาพและแหล่งชุมชนต่าง ๆ



● กุ้ง

(1) ดำเนินโครงการช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ปี 2566 เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้เกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากราคากุ้งตกต่ำ โดยสนับสนุนค่าชดเชยราคากุ้งให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในอัตราไม่เกินกิโลกรัมละ 10 บาท และค่าบริหารจัดการด้านการตลาดแก่เกษตรกร/ผู้รวบรวมในอัตราไม่เกินกิโลกรัมละ 20 บาท รวมทั้งสิ้น 2,786 ราย (เกษตรกร 2,720 ราย ผู้รวบรวม 66 ราย) รวมปริมาณผลผลิตกุ้ง 5,121.78 ตัน



(2) ลดต้นทุนการผลิต โดยเชื่อมโยงอาหารกุ้งจากผู้ผลิตโดยตรงให้แก่เกษตรกร จำนวน 29,808 ตัน (ราคาหน้าโรงงาน) รวมถึงเวชภัณฑ์และเคมีภัณฑ์ จำนวน 280 ตัน

(3) กระตุ้นการบริโภคในประเทศ โดยร่วมกับกรมประมงและกรมปศุสัตว์ จัดงานเทศกาล “ปิ้งย่างกลางกรุง by DIT @ CentralWorld” ระหว่างวันที่ 1 - 7 กันยายน 2566 ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อเพิ่มรายได้และช่องทางกระจายผลผลิตให้เกษตรกร โดยมีกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งจังหวัดฉะเชิงเทรา ราชบุรี และสุราษฎร์ธานี เข้าร่วมจำหน่ายภายในงานดังกล่าว



● สุก

(1) ลดต้นทุนการผลิต ดำเนินโครงการเชื่อมโยงอาหารสัตว์ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ ปี 2566 โดยสนับสนุนค่าบริหารจัดการอาหารสัตว์ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรรายย่อย-กลาง (เลี้ยงสุกรไม่เกิน 5,000 ตัว) ในอัตรา กิโลกรัมละ 1 บาท รายละไม่เกิน 10,000 บาท มีเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขอรับการสนับสนุน รวมทั้งสิ้น 67 ราย

(2) กระตุ้นการบริโภคในประเทศ โดยเชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์จากสุกร เช่น เนื้อหมูแช่เย็น หมูกรอบ หมูฟอย และอาหารเมนูหมู มาจำหน่ายภายในงานเทศกาล “ปิ้งย่างกลางกรุง by DIT @ CentralWorld” ระหว่างวันที่ 1 - 7 กันยายน 2566 ณ ลานหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์



● ไก่ไข่และไข่ไก่

(1) ลดต้นทุนการผลิต โดยดำเนินโครงการเชื่อมโยงอาหารสัตว์ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ ปี 2566 สนับสนุนค่าบริหารจัดการอาหารสัตว์ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่รายย่อย-กลาง (เลี้ยงไก่ไข่ไม่เกิน 100,000 ตัว) รวมทั้งสิ้น 50 ราย ในอัตรากิโลกรัมละ 1 บาท รายละไม่เกิน 10,000 บาท รวมทั้งดำเนินโครงการชดเชยดอกเบี้ยเพื่อเสริมสภาพคล่องให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ สนับสนุนเงินชดเชยดอกเบี้ยให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ ที่กู้ยืมเงินจากธนาคารของรัฐ หรือธนาคารพาณิชย์ เพื่อใช้ในการเลี้ยงไก่ไข่ รวมทั้งสิ้น 56 ราย ในอัตราไม่เกินร้อยละ 3 ต่อปี

(2) เชื่อมโยงจำหน่ายไข่ไก่ โดยร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันรายใหญ่ (พีที พีทีที สเตชั่น และบางจาก) รับซื้อไข่ไก่กว่า 1,000,000 ฟอง จากเกษตรกร เพื่อนำมาทำโปรโมชันเป็นของสมนาคุณให้กับผู้ใช้บริการในสถานีจำหน่ายน้ำมันในพื้นที่กรุงเทพฯ บริณทล และภาคตะวันออก เพื่อช่วยกระจายผลผลิตให้แก่เกษตรกรจากปริมาณผลผลิตไข่ไก่ที่ออกสู่ตลาดมีจำนวนมาก รวมทั้งเชื่อมโยงไข่ไก่จากฟาร์มมาจำหน่ายผ่านรถโมบายพาณิชย์ ในราคาประหยัด เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพฯ และบริณทล จากปริมาณผลผลิตไข่ไก่ปรับตัวลดลง ราคาสูงขึ้นในบางพื้นที่ เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนจัด พร้อมทั้งกำกับดูแลและติดตามสถานการณ์ราคาไข่ไก่อย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่จนถึงประชาชนผู้บริโภค



2.2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

1) เสริมสร้างความรู้และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ

(1) จัดประชุมชี้แจงนโยบายมาตรการของรัฐบาล เพื่อให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับรู้และเข้าใจในหลักเกณฑ์ เงื่อนไขและวิธีการดำเนินโครงการและมาตรการรักษาเสถียรภาพ ราคาสินค้าเกษตรสำคัญของรัฐบาล พร้อมทั้งกำกับดูแล และติดตามผลการดำเนินโครงการให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ทั้งนี้ ได้มีการจัดประชุมชี้แจงและติดตามผลการดำเนินงาน โครงการและมาตรการของรัฐบาล ทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online รวมทั้งสิ้น 58 ครั้ง มีผู้เข้าร่วม 6,177 ราย

(2) จัดตลาดนัดข้าวเปลือก เพื่อให้กลไกตลาด การรับซื้อข้าวเปลือกของเกษตรกรมีการแข่งขัน เกษตรกรมี ช่องทางเลือกและอำนาจในการต่อรองในการขายข้าวเปลือก มากขึ้น รวมทั้งเป็นแหล่งกลางในการซื้อขายข้าวเปลือกที่ให้ความ เป็นธรรม มีการกำกับดูแลด้านราคา การชั่งน้ำหนัก และการตรวจสอบคุณภาพสินค้าเกษตร รวมทั้งเป็นการส่งเสริม และพัฒนาให้เกษตรกรมีความเข้าใจในระบบซื้อขายในตลาด และคุณภาพข้าวเปลือก โดยในปีการผลิต 2565/66 ได้มีการ จัดตลาดนัดข้าวเปลือก รวมทั้งสิ้น 33 ครั้ง ใน 18 จังหวัด เกษตรกรนำข้าวเปลือกมาจำหน่ายในตลาดนัด 7,674 ราย มีผู้ประกอบการเข้าร่วมรับซื้อ 92 ราย เกษตรกรสามารถ จำหน่ายข้าวเปลือกได้ในราคาสูงกว่าราคาตลาดทั่วไป เฉลี่ย ตันละ 100 - 1,100 บาท โดยมีปริมาณรับซื้อ 24,893.31 ตัน มูลค่า 263.19 ล้านบาท



2) ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

(1) พัฒนาและส่งเสริม “หมู่บ้านอินทรีย์” (Organic Village) เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ และความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ รวมทั้งมีโอกา สและช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้น มีหมู่บ้านอินทรีย์ ในความส่งเสริม รวมทั้งสิ้น 22 แห่ง ใน 19 จังหวัด แบ่งเป็น ภาคเหนือ 5 แห่ง ภาคกลาง 7 แห่ง ภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ 9 แห่ง และภายใต้ 1 แห่ง



(2) ขยายและเชื่อมโยงตลาดสินค้าอินทรีย์ จัดมหกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์และธรรมชาติ “Organic Weekend Market Season 2” ภายใต้แนวคิด “อาหารปลอดภัย กินผักกลางสวน ตรวจสอบสุขภาพฟรี” ทุกวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ ระหว่างวันที่ 20 มกราคม - 12 กุมภาพันธ์ 2566 ณ G Garden (หลังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม 9) โดยภายในงาน มีการจัดโซน Green House จำหน่ายผัก ผลไม้อินทรีย์/ปลอดภัย และสินค้าชุมชนจากเกษตรกรและ ภาคเครือข่ายทั่วประเทศ รวมถึงสินค้าและผลิตภัณฑ์จาก หมู่บ้านอินทรีย์ (Organic Village) และศูนย์จำหน่ายสินค้า เกษตรอินทรีย์ (Organic Farm Outlet) ในความส่งเสริม รวมกว่า 100 ร้านค้า นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ การเจรจาธุรกิจ (Business Matching) ช็อปแฉะในสวนกลางเมือง และการจัด Workshop เช่น ทำชาหมักคอมบูชา กิมจิโฮมเมด เทียนหอมออร์แกนิก ก้านไม้หอมสูตรธรรมชาติ และจัดสวน ถาดรักษ์โลก เป็นต้น รวมถึงการแสดงโชว์จากกลุ่มเยาวชน และบริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพและการชะลอวัยจาก ทีมสหวิชาชีพ

3) ส่งเสริมการตลาดผลไม้

(1) จับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching)

ระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ ทำสัญญาซื้อขายผลไม้ผ่านสัญญาข้อตกลงมาตรฐานกรมการค้าภายใน ปริมาณรวม 50,666 ตัน มูลค่า 1,150.40 ล้านบาท รวมทั้งส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าผลไม้อัตลักษณ์ ประจำท้องถิ่น และผลไม้คุณภาพ ภายในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าชั้นนำ รวม 5 ครั้ง ได้แก่ (1) งาน “Songkran Festival” ณ เซ็นทรัลเวิลด์ เมื่อวันที่ 11 - 18 เมษายน 2566 (2) งาน “Durian Fruit Fest” ณ เซ็นทรัลรามอินทรา เมื่อวันที่ 3 - 9 พฤษภาคม 2566 (3) งาน “พาณิชัย Fruit Festival 2023 On The Beach @Pattaya” ณ เซ็นทรัลพัทยาบีช จ.ชลบุรี เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน - 5 กรกฎาคม 2566 (4) งาน “Durian Fruit Fest” ณ เซ็นทรัลมารีนา เมื่อวันที่ 10 - 17 กรกฎาคม 2566 และ (5) งาน “Siam Paragon Tropical Fruit Parade 2023” ณ สยามพารากอน เมื่อวันที่ 26 เมษายน - 3 พฤษภาคม 2566



(2) สร้างค่านิยมและเครือข่ายผู้บริโภคผลไม้

แก่เยาวชน ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2566 โดยจัดกิจกรรม ได้แก่ (1) แจกชิมน้ำผลไม้ฟรี (2) จำหน่ายสินค้าผลไม้ ได้แก่ มังคุดจาก จ.ชุมพร และลำไยจาก จ.เชียงใหม่ ในราคาพิเศษให้แก่นักศึกษา ปริมาณรวม 2 ตัน และ (3) ให้นักศึกษาโพสต์ภาพคู่กับผลไม้ลง Social Media เพื่อรับของที่ระลึกจากกรมการค้าภายใน โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 1,000 คน

4) พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตร

ชุมชน (Farm Outlet) ซึ่งเป็นเสมือนร้านจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรและชุมชน ที่กรมการค้าภายในส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้ง และเปิดโอกาสให้นำสินค้าที่ผลิตในชุมชน เช่น พืชผัก ผลไม้ สินค้าเกษตรแปรรูป รวมถึงสินค้าที่เชื่อมโยงมาจาก Farm Outlet ของจังหวัดอื่น ๆ มาวางจำหน่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรมีสถานที่จำหน่ายสินค้า และช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น ปัจจุบันมี Farm Outlet ในความส่งเสริม รวมทั้งสิ้น 60 แห่ง ใน 36 จังหวัด แบ่งเป็น ภาคเหนือ 10 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 15 แห่ง ภาคกลาง 23 แห่ง และภาคใต้ 12 แห่ง นอกจากนี้ ได้มีการส่งเสริมและพัฒนาให้ Farm Outlet มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ดังนี้



(1) จัดประชุม Focus Group รับฟังความเห็น

และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประกอบกิจการของ Farm Outlet ในความส่งเสริม เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2565 ณ โรงแรมริชมอนด์ จ.นนทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมากำหนดแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพศูนย์ฯ ให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยมีผู้บริหาร Farm Outlet เข้าร่วมการประชุม รวมทั้งสิ้น 30 ราย



(2) จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2566 - 2568) โดยมีเป้าประสงค์เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของ Farm Outlet ให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้ยุทธศาสตร์ 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) ส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเข้มแข็ง (2) สร้างความสามารถในการแข่งขัน และ (3) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการขยายตัว



(3) จัดอบรมเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่และการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ Farm Outlet ภายใต้หัวข้อ “การสร้างมูลค่าสินค้าชุมชนและการออกแบบบรรจุภัณฑ์” และ “การทำตลาดออนไลน์และ Digital Marketing” ผ่านทางออนไลน์ เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2566 โดยมีผู้ประกอบการ Farm Outlet เข้ารับการอบรม รวมทั้งสิ้น 28 ราย จาก 10 ศูนย์

(4) ส่งเสริมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า Farm Outlet จัดงาน “วันครบรอบตลาดเกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัย ปีที่ 19” ณ ตลาดเกษตรปลอดภัยอาหารปลอดภัย สถานีวิจัยระบบทรัพยากรเกษตร ศูนย์วิจัยสาธิตและฝึกอบรมการเกษตรแม่เหียะ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2566 รวมทั้งเชื่อมโยงสินค้าจาก Farm Outlet มาจำหน่าย ภายในงาน “Organic Weekend Market Season 2” ระหว่างวันที่ 20 มกราคม - 12 กุมภาพันธ์ 2566 ณ G Garden (หลังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม 9) เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้า Farm Outlet รวมทั้งสิ้น 234.44 ล้านบาท

2.3 ยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และรณรงค์การบริโภคข้าวไทย

1) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการค้าข้าว

ให้ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานการจัดการสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร หรือ GHP (Good Hygiene Practices) และระบบมาตรฐานการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม หรือ HACCP (Hazard Analysis Critical Point) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพข้าวแก่ผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มศักยภาพการผลิตและการแข่งขันการส่งออกข้าวไทย ปัจจุบัน มีโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรับรองมาตรฐาน GHP/HACCP จากหน่วยงานรับรองแล้ว รวมทั้งสิ้น 401 ราย นอกจากนี้ ได้จัดอบรมหลักสูตรส่งเสริมและพัฒนาโรงสีแบบครบวงจร เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการโรงสีให้มีการบริหารจัดการ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การดูแลและเก็บสินค้าจนถึงการรับซื้อผลผลิตและจำหน่ายสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐาน รวมทั้งสิ้น 6 ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้ารับการอบรมรวมทั้งสิ้น 312 ราย



2) รณรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

ดำเนินโครงการ “รณรงค์บริโภคข้าวไทย” (Eat Rice Happy Life ข้าวไทยใครกินก็มีความสุข) สร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมการบริโภคข้าวไทยในกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติในการบริโภคข้าว “ไม่ได้อ้วน” พร้อมทั้งจัดกิจกรรม Roadshow ในสถานศึกษาระดับมัธยมปลายในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล รวม 10 แห่ง เพื่อให้ความรู้แก่นักเรียนได้เห็นถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของข้าวที่หลากหลาย รวมทั้งกระตุ้นและสร้างความต้องการบริโภคข้าวในกลุ่มเยาวชนให้มากขึ้น นอกจากนี้ ได้มีการจัดงานรณรงค์บริโภคข้าวกระตุ้นการบริโภคข้าวไทยให้เติบโต ณ ศูนย์การค้า MBK Center กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2566 โดยภายในงาน มีกิจกรรม อาทิ การแสดงสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การแข่งขันหุงข้าวระหว่างแชมป์ของโรงเรียนจากกิจกรรม Roadshow และการสาธิตการทำเมนูอาหารง่ายๆ จากข้าว เป็นต้น อีกทั้งรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคข้าวตามสถานที่ชุมชนต่างๆ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร และตลาดนัดเลียบด่วนรามอินทรา รวมถึงผ่านรายการ “Iron Chef Thailand” โดยใช้ข้าวผสมหลากหลายสายพันธุ์เป็นโจทย์วัตถุดิบ ออกอากาศ เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2566 ทางโทรทัศน์ (ช่อง 7) Facebook และ YouTube



2.4 เพิ่มประสิทธิภาพระบบตลาดและการรับฝากเก็บสินค้า

1) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร

เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรที่มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน เพียงพอ รวมทั้งช่วยให้เกษตรกรมีสถานที่รองรับผลผลิตที่แน่นอน ได้มาตรฐาน ทั้งในด้านคุณภาพและราคา มีตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริม รวมทั้งสิ้น 58 แห่ง แบ่งเป็นตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 30 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 22 แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ ที่แปรรูปจากสัตว์น้ำ 4 แห่ง ตลาดกลางปลาสดและสัตว์เลื้อย 1 แห่ง และตลาดกลางดอกไม้และไม้ดอกประดับ 1 แห่ง นอกจากนี้ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าภายในตลาดกลาง ดังนี้



(1) พาณิชย์ลดราคา ต้อนรับตรุษจีน

ปีกระต่ายทอง ร่วมกับตลาดสี่มุมเมือง ตลาดไท ตลาดศรีเมือง และตลาดลานเมือง จำหน่ายสินค้าสำหรับเทศกาลตรุษจีนในราคาประหยัด เช่น ไก่หัวเจ้า (ไก่ต้มสุกทั้งตัวรวมเครื่องใน) ไก่สด และชุดไก่เจ้า เป็นต้น ระหว่างวันที่ 14 - 20 มกราคม 2566

(2) Food Festival 2023 ร่วมกับตลาดกลาง

มรกต จ.ชุมพร จัดโซนจำหน่ายผลไม้จากกลุ่มเกษตรกรภายในตลาด ได้แก่ มังคุดจากกลุ่มเกษตรกรจังหวัดชุมพร และนครศรีธรรมราช และทุเรียนจากกลุ่มเกษตรกรจังหวัดชุมพร ระหว่างวันที่ 28 มิถุนายน - 2 กรกฎาคม 2566

(3) กิจกรรมเชื่อมโยงลำไย (พันธุ์อีดอ

เกรด AA เบอร์ใหญ่) จากตลาดกลางและตลาดสด ปริมาณ 65 ตัน เข้าไปจำหน่ายภายในร้านสะดวกซื้อ 7-11 กว่า 13,000 สาขา เพื่อช่วยระบายผลผลิตให้กับเกษตรกร

(4) กิจกรรมเชื่อมโยงมะนาว จากตลาดกลาง

ได้แก่ ตลาดศรีเมือง ตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง ไปจำหน่าย ณ สถานที่ชุมชนต่าง ๆ กว่า 100 จุด ทั่วกรุงเทพฯ ผ่านรถโมบายเคลื่อนที่ เพื่อลดผลกระทบจากราคาผลผลิตมะนาวปรับตัวสูง เนื่องจากสถานการณ์ภัยแล้ง ผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย



2) ส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดข้อตกลง

เพื่อให้เกษตรกร (ผู้ขาย) มีช่องทางเลือกและรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตที่แน่นอนและเป็นธรรม รวมทั้งผู้ประกอบการ (ผู้ซื้อ) ได้รับผลผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานตามที่ต้องการ และมีเสถียรภาพทั้งในด้านราคาและปริมาณ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 กรมการค้าภายใน ได้มีการเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้ประกอบการ ให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตร ผ่านระบบตลาดข้อตกลง ภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานกรมการค้าภายใน รวมทั้งสิ้น 254 สัญญา ใน 25 สินค้า ปริมาณรวม 50,666 ตัน มูลค่า 1,150.40 ล้านบาท นอกจากนี้ ได้มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากตลาดข้อตกลง เพื่อผลักดันการเชื่อมโยงซื้อขายสินค้าเกษตร ภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานกรมการค้าภายใน เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2566 ณ โรงแรมบลูแบริท จ.จันทบุรี โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมการอบรมรวมทั้งสิ้น 85 คน



3) ส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดเชิงพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ จัดอบรมให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์แก่เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ ภายใต้หัวข้อ “การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ผ่านเครือข่ายของกรมการค้าภายใน” ซึ่งมีการจัดอภิปราย เรื่อง “การใช้ประโยชน์จากการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” และการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “วิธีการขึ้นทะเบียนผู้ค้าบนแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์” เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2566 ณ โรงแรม ทวิน โลตัส จ.นครราชสีมา โดยมีผู้สนใจเข้าร่วม ทั้งแบบ Onsite และ Online รวมทั้งสิ้น 390 คน



4) กำกับดูแลและส่งเสริมกิจการคลังสินค้า

ไซโลและห้องเย็น จัดสัมมนาร่วมกับสมาคมธุรกิจคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น ภายใต้หัวข้อ “การปรับตัวทางธุรกิจให้ทันกับเทคโนโลยีสมัยใหม่” เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2566 ณ โรงแรมรามารักษ์ กรุงเทพมหานคร เพื่อรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งดำเนินการตรวจเยี่ยมและกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น

2.4 สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy)

1) ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนให้มีความพร้อมเป็นตลาดชุมชนตามนโยบายรัฐบาล หรือ “ตลาดต้องชม” ที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีการจำหน่ายสินค้าที่มีความเที่ยงตรง โปร่งใส มีการปิดป้ายแสดงราคา รวมทั้งมีเครื่องชั่งที่เที่ยงตรงและมีการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีตามเอกลักษณ์พาณิชย์ ควบคู่กับการรักษาศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์และวิถีชุมชน เพื่อให้เป็นกลไกในการขยายตลาดและเชื่อมโยงท่องเที่ยวสู่ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนี้



(1) ส่งเสริมตลาดชุมชนให้เป็นตลาดต้องชมแห่งใหม่ 13 แห่ง ได้แก่ (1) ตลาดน้ำ 4,000 ปี จ.น่าน (2) ตลาดทำนั้รับเสด็จ จ.สุโขทัย (3) กาดบะปัว เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ (4) กาดเม็กหวาก จ.แพร่ (5) กาดหล่ายต้า จ.พะเยา (6) ตลาดนัดกลางคืน “หอการค้าแพร่” จ.พะเยา (7) ถนนคนเดินกาฬสินธุ์ โป่งกลางสตรีท จ.กาฬสินธุ์ (8) ถนนคนเดินเลาะเลย จ.เลย (9) ตลาดน้ำวัดสะพาน กรุงเทพฯ (10) ตลาดทำเทียบเรือประมงอ่างศิลา จ.ชลบุรี (11) ถนนมีชีวิต พานิชเจริญ จ.เพชรบุรี และ (12) ตลาดคลองแล@บางนุ จ.พังงา (13) ตลาดน้ำขวัญ-เรียม กรุงเทพฯ รวมมีตลาดต้องชมในความส่งเสริม 251 แห่ง แบ่งเป็นภาคเหนือ 64 แห่ง ภาคกลาง 86 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 58 แห่ง และภาคใต้ 43 แห่ง



(2) ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดชุมชน จัดกิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นการจำหน่ายสินค้าชุมชนในตลาดต้องชมรวมทั้งสิ้น 192 ครั้ง แบ่งเป็นตลาดต้องชมในพื้นที่ภาคเหนือ 40 ครั้ง ภาคกลาง 65 ครั้ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 30 ครั้ง และภาคใต้ 57 ครั้ง รวมทั้งเชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์จากตลาดต้องชม จำหน่ายภายในงาน “Village To Town 2023” ระหว่างวันที่ 30 พฤษภาคม - 5 มิถุนายน 2566 ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า ชั้น G เกิดมูลค่าจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชน รวมทั้งสิ้น 961.02 ล้านบาท



(3) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ตลาดชุมชน จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นการซื้อขายสินค้าและบริการในตลาดต้องชม รวมทั้งสิ้น 127 แห่ง ทั่วประเทศ ในช่วงเทศกาลสำคัญ ได้แก่ (1) ลอยกระทง ระหว่างวันที่ 5 - 8 พฤศจิกายน 2565 และ (2) ปีใหม่ ระหว่างวันที่ 24 ธันวาคม 2565 - 8 มกราคม 2566 เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชน รวมทั้งสิ้น 398.78 ล้านบาท



(4) จัดมหกรรมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาดต้องชม ภายใต้ชื่อ “Thai Local Economy Expo 2023 by DIT” โดยนำสินค้าจากหมู่บ้านทำมาค้าขาย อาทิ ผ้าทอ เครื่องประดับ สินค้าหัตถกรรมของใช้ตกแต่งบ้าน ของที่ระลึก สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม เป็นต้น รวมถึงสินค้าจากตลาดต้องชมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ มาจัดแสดงและจำหน่าย ณ บริเวณลานหน้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 1- 7 กันยายน 2566 เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชน รวมทั้งสิ้น 18.62 ล้านบาท



2) หมู่บ้านทำมาค้าขาย ส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนมีการยกระดับการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ สามารถดำรงธุรกิจของชุมชนอยู่ได้อย่างมั่นคง มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด โดยให้ความรู้ คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ การวางแผนบริหารจัดการ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งเชื่อมโยงและขยายช่องทางการตลาดให้กับสินค้าและบริการของหมู่บ้านทำมาค้าขาย



(1) ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ 5 แห่ง ได้แก่ (1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานกระจูดมาบเหลาชะโอน จ.ระยอง (2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าชาโอริ ต.ตะกั่วป่า จ.พังงา (3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำมันอญแจซ้อน จ.ลำปาง (4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มรูปหอมอัมพัน จ.ตาก (5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มไชโยฟาร์มเห็ด จ.สุราษฎร์ธานี รวมมีหมู่บ้านทำมาค้าขายในความส่งเสริม รวมทั้งสิ้น 42 แห่ง แบ่งเป็นภาคเหนือ 14 แห่ง ภาคกลาง 13 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6 แห่ง และภาคใต้ 9 แห่ง



(2) พัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย
แห่งเดิม 12 แห่ง ประกอบด้วย กลุ่มของกินของใช้ 4 แห่ง ได้แก่ (1) หมู่บ้านบ่อหลวง จ.น่าน (2) วิสาหกิจชุมชนแปรรูป
 ผลิตผลทางการเกษตร จ.พิษณุโลก (3) วิสาหกิจชุมชน
 บ้านสหกรณ์ จ.สมุทรสาคร (4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบูดูข้าวยา
 จ.สงขลา และกลุ่มผ้าทอและจักสาน 8 แห่ง ได้แก่ (1) วิสาหกิจ
 ชุมชนผลิตภัณฑ์ทำมือบ้านจงเจริญ จ.เชียงราย (2) วิสาหกิจ
 ชุมชนกลุ่มหัตถกรรมล้านนาสันปูเลย จ.พะเยา (3) วิสาหกิจ
 ชุมชนกลุ่มร่มบ่อสร้าง (ร่มล้านนา) จ.เชียงใหม่ (4) วิสาหกิจ
 ชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านนาป่าหนาด จ.เลย (5) วิสาหกิจ
 ชุมชนปิ่นยาบาติก จ.สตูล (6) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์
 พื้นบ้านปากบารา จ.สตูล (7) วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกระจูด
 วรรณิ จ.พัทลุง (8) วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เตยปาทนัน
 บ้านดูน จ.ตรัง



(3) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าและ
 ผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้ชื่อ “Village to Town” โดยนำ
 สินค้าเด่นจากวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นจาก
 หมู่บ้านทำมาค้าขาย มาจัดแสดงและจำหน่าย ณ ลานโปรโมชั่น
 ชั้น G ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า กรุงเทพฯ ระหว่าง
 วันที่ 30 พฤษภาคม - 5 มิถุนายน 2566 จำนวน 5 ตลาด
 เกิดมูลค่าการจำหน่าย รวมทั้งสิ้น 19.76 ล้านบาท อีกทั้ง
 จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่าง
 วิสาหกิจชุมชนกับกลุ่มธุรกิจที่มีชื่อเสียง อาทิ บริษัท ไข่หวาน
 บ้านซุชิ กลุ่มบริษัทดุสิตธานี บริษัทซีพีแรม บริษัท ไทยเวียดเจ็ท
 แอร์ บริษัท โตเกียวมารีนประกันชีวิต บริษัท คาโอ บริษัท กาแฟ
 พันธุ์ไทย เป็นต้น

2.6 สร้างความเป็นธรรมทางการค้า และ พיתักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค

1) กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ

(1) กำหนดสินค้าและบริการควบคุม
 57 รายการ (สินค้า 52 รายการ บริการ 5 รายการ) พร้อมทั้ง
 มาตรการกำกับดูแล อาทิ การกำหนดราคาจำหน่ายสูงสุด
 การปรับราคาสูงขึ้นต้องได้รับอนุญาต การให้แจ้งปริมาณ
 สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย การห้ามมิให้มีการกักตุน
 ปฏิเสธการจำหน่ายและประวิงการจำหน่าย เป็นต้น เพื่อดูแล
 ป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนด
 เงื่อนไขและวิธีการปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม



(2) กำหนดสินค้าและบริการสำคัญที่ติดตาม
 ดูแล 242 รายการ โดยมีการติดตามดูแล 3 ระดับ ดังนี้

- **Sensitive List (SL)** เป็นสินค้าและบริการ
 ที่มีความอ่อนไหวพิเศษ ติดตามราคาและภาวะทั้งในประเทศ
 และต่างประเทศเป็นประจำทุกวัน พร้อมทั้งให้เจ้าหน้าที่
 ตรวจสอบราคาจำหน่ายเข้มงวดและต่อเนื่อง

- **Priority Watch List (PWL)** เป็นสินค้าและ
 บริการที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ
 สัปดาห์ละ 2 ครั้ง โดยให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบราคาจำหน่าย

- **Watch List (WL)** เป็นสินค้าและบริการ
 ที่ติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปี
 รวมทั้งตรวจสอบและกำกับดูแลมิให้มีการฉวยโอกาส
 เอาเปรียบผู้บริโภค

(3) ให้แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้าและบริการ ทั้งการค้าปกติ 290 รายการ (สินค้า 240 รายการ บริการ 50 รายการ) และการค้าออนไลน์ (ทุกสินค้าและบริการ) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้มีโอกาสเปรียบเทียบราคาหรือค่าบริการ ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ รวมทั้งให้แสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร 37 รายการ และดำเนินการตรวจสอบดูแลราคาจำหน่ายปลีกให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต



(4) กำกับดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการ ทางการแพทย์ ให้โรงพยาบาล แจ้งราคาซื้อและราคาจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นเกี่ยวกับการรักษาโรค รวมทั้งแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน แสดงเครื่องหมาย QR Code ซึ่งเป็นข้อมูลเปรียบเทียบราคาจำหน่ายยา อย่างเปิดเผย ชัดเจน เพียงพอต่อการพบเห็น และประเมินค่ารักษาพยาบาลตามการวินิจฉัยเบื้องต้นให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้ง ตลอดจนให้แจ้งราคา ยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นของสถานพยาบาลให้ผู้ป่วยทราบก่อนจำหน่ายหรือให้บริการเมื่อได้รับการร้องขอ นอกจากนี้ กำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้แทนจำหน่ายของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า แจ้งราคาขายที่จำหน่ายให้กับโรงพยาบาล

(5) ติดตามตรวจสอบพฤติกรรมการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกักตุนสินค้าและฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรมเอาเปรียบผู้บริโภค รวมทั้งสิ้น 105,156 ราย พบการกระทำผิด 123 ราย เปรียบเทียบปรับเป็นเงินรวมทั้งสิ้น 162,600 บาท แบ่งเป็น ไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก 105 ราย แสดงราคาจำหน่ายปลีกไม่ตรงกับราคาที่จำหน่าย 13 ราย ไม่แสดงข้อความหรือรายการที่ควบคู่ราคาจำหน่ายเป็นภาษาไทยและแสดงราคาไม่ชัดเจน 4 ราย และไม่แสดงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ 1 ราย

(6) กำกับตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องชั่งตวงวัด และความถูกต้องของปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ รวมทั้งสิ้น 7,208,480 เครื่อง/หีบห่อ รวมทั้งจัดอบรมให้ความรู้ และกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตนำเข้าและซ่อมเครื่องชั่งตวงวัด ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ทางราชการกำหนดอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ได้ดำเนินการกำกับดูแลสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของ “สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร” เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยมีผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันฯ ที่ได้รับการสุ่มตรวจและผ่านเกณฑ์มาตรฐาน รวมทั้งสิ้น 6,539 ราย 145,201 หัวจ่าย พร้อมทั้งจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบความถูกต้องของมาตรวัดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงแก่เจ้าหน้าที่ประจำสถานีบริการฯ 590 ราย



(7) ส่งเสริมเครือข่ายภาคประชาชน “อาสาโรงฟ้า 1569” ให้เข้ามาจับบทบาทร่วมในการสอดส่องดูแลและรายงานสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ รวมถึงพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายรวมทั้งสิ้น 5,089 ราย แบ่งเป็น อาสาประจำ 529 ราย และอาสาสมัคร 4,560 ราย นอกจากนี้ ได้ดำเนินการจัดสัมมนาเครือข่ายอาสาโรงฟ้า เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพรวม 4 ครั้ง ได้แก่ (1) เมื่อวันที่ 22 - 23 ธันวาคม 2565 ณ จ.ขอนแก่น (2) เมื่อวันที่ 26 - 27 มกราคม 2566 ณ จ.พิษณุโลก (3) เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2566 รูปแบบออนไลน์ และ (4) เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2566 รูปแบบออนไลน์

2.7 คู่มือลดภาระค่าครองชีพประชาชน

1) โรงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพ

ประชาชน เพิ่มช่องทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม เพื่อแบ่งเบาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน ดังนี้



(1) งานโรงฟ้าราคาประหยัด จัดจำหน่ายสินค้า

อุปโภคบริโภคในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป ร้อยละ 20 - 40 ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค รวม 1,491 ครั้ง ลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน รวมทั้งสิ้น 147.77 ล้านบาท



(2) ร้านอาหารโรงฟ้า เพิ่มทางเลือกให้กับประชาชน

ในการบริโภคอาหารปรุงสำเร็จที่มี “คุณภาพดี สะอาด และประหยัด” ในราคาไม่เกินจาน/ชาม/ถาดละ 35 บาท ปัจจุบันมีร้านอาหารโรงฟ้า รวมทั้งสิ้น 5,708 ร้าน ลดค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จให้กับประชาชนได้วันละประมาณ 2.68 ล้านบาท



(3) ร้านค้าโรงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจ

ท้องถิ่น ลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อย ที่ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐจำนวน 19.38 ล้านคนทั่วประเทศ ให้สามารถซื้อสินค้าที่จำเป็นในร้านค้าโรงฟ้าได้ ปัจจุบันมีร้านค้าโรงฟ้าที่ติดตั้งเครื่อง EDC และ Mobile Application เพื่อรับชำระเงินจากผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ รวม 144,821 ร้านค้า โดยมีผลการใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ รวมทั้งสิ้น 296,578.54 ล้านบาท (ตั้งแต่เริ่มโครงการเดือนตุลาคม 2560)

โรงฟ้า
ราคาประหยัด
พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

2) โครงการพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน

ร่วมกับภาคเอกชน อาทิ ผู้ผลิต-ผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ห้างสรรพสินค้า ห้างท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อ แพลตฟอร์มออนไลน์ และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ลดราคาสินค้าและบริการ เพื่อช่วยเหลือและแบ่งเบาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน ดังนี้



(1) พาณิชย์ลดราคา! ออันทัวร์ทั่วไทย

นำสินค้าจากสมาคมผู้ผลิตและกลุ่มเกษตรกร เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ ไข่ไก่ ข้าวสาร อาหารแห้ง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป น้ำมันพืช ซอสปรุงรส แชมพู สบู่ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน เป็นต้น รวมถึงสินค้าเกษตร และผลไม้ตามฤดูกาล มาเปิดจุดจำหน่ายให้กับประชาชน ทุกจังหวัดทั่วประเทศในราคาประหยัด ลดราคาสูงสุด 60% รวมทั้ง 231 จุดทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2565 สามารถลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชนประมาณ 112 ล้านบาท

(2) พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน

“New Year Grand Sale” ร่วมกับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกค้าส่ง ห้างท้องถิ่น สมาคมโรงแรม สมาคมโรงพยาบาล ศูนย์บริการรถยนต์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ลดราคาสินค้าและบริการให้กับประชาชน ลดสูงสุด 85% ระหว่างวันที่ 21 ธันวาคม 2565 - 31 มกราคม 2566 ในสินค้า 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ (1) สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น อาหารสด อาหารแปรรูปแช่แข็ง ข้าวสาร เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส เครื่องครัว ของใช้ประจำวัน เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การเรียน เครื่องมือช่าง ของตกแต่งบ้าน ยาและเวชภัณฑ์ (2) บริการ ได้แก่ บริการทางการแพทย์ ที่พัก ร้านอาหาร ประกันภัย การเดินทาง การซ่อมบำรุงรถยนต์ บัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ และ (3) การค้าออนไลน์ ทั้งสินค้า อาหาร และค่าขนส่ง



(3) พาณิชย์ลดราคา! เทศกาลตรุษจีน

ปีกระต่ายทอง ร่วมกับผู้ประกอบการ ห้างค้าปลีกค้าส่ง ห้างท้องถิ่น ตลาดสดและตลาดกลางทั่วประเทศ 4,600 จุด จัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าตรุษจีนราคาประหยัด เช่น ไก่โหว่เจ้า (ไก่ต้มสุกทั้งตัวรวมเครื่องใน) ไก่สด และชุดโหว่เจ้า เป็นต้น โดยลดราคาสูงสุด 64% ระหว่างวันที่ 14 - 20 มกราคม 2566



(4) พาณิชย์ลดราคา! Back to School

เพื่อลดค่าใช้จ่ายของผู้ปกครองในช่วงเปิดภาคการศึกษา โดยร่วมกับภาคเอกชน อาทิ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ให้บริการ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ลดราคาสินค้าในกลุ่มเพื่อการศึกษา 11 หมวด ลดสูงสุด 85% ได้แก่ เครื่องแบบนักเรียน รองเท้า และถุงเท้า กระเป๋าเรียน ตำราเรียนและหนังสือ เครื่องเขียน สื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์สำนักงาน อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แพลตฟอร์มออนไลน์ และเบ็ดเตล็ด ระหว่างวันที่ 28 เมษายน - 31 พฤษภาคม 2566 ลดภาระค่าครองชีพประชาชนประมาณ 200 ล้านบาท



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ
กรมการค้าภายใน



รายงานผลการปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้

1. จัดให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ ณ บริเวณชั้นล่างของตึกอาคาร (ห้อง 20301 ชั้น 3) เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการติดต่อขอรับข้อมูลด้วยตนเอง ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
2. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ เพื่อให้คำแนะนำและบริการข้อมูลแก่ประชาชนที่มาขอข้อมูล พร้อมทั้งจัดทำป้ายแสดงที่ตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสาร/ป้ายบอกทาง ให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน รวมทั้งปรับปรุงดัชนีข้อมูลข่าวสาร และจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นระบบ โดยมีข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของ
กรมการค้าภายใน

ห้อง 20301 ชั้น 3



เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
ผ่านทางเว็บไซต์ของ
กรมการค้าภายใน
www.dit.go.th



มีคณะกรรมการ
พิจารณาการเปิดเผย
ข้อมูลข่าวสาร
กรมการค้าภายใน

3. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามที่กฎหมายกำหนดผ่านทางเว็บไซต์ (www.dit.go.th) ในหัวข้อ “ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ” และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา โดยมีผู้ใช้บริการ จำนวน 19,366 ราย

4. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ตามคำสั่งกรมการค้าภายในที่ 300/2563 ลงวันที่ 19 พฤษภาคม 2563 โดยประกอบด้วย รองอธิบดี เป็นประธาน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์ เลขานุการกรม ผู้อำนวยการทุกกอง เป็นกรรมการ และมีผู้อำนวยการกองกฎหมาย และผู้อำนวยการกลุ่มมาตรการและกฎหมาย กองกฎหมาย เป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อพิจารณาจัดวางระบบและการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ประชาชนเข้าตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร การขอสำเนา การรับรองสำเนา ฯลฯ

5. เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร โดยประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ประชาชนรับทราบผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ วิทยุ เป็นต้น

6. เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สายด่วน 1569 ผู้รับฟังความคิดเห็น กระดานข่าว เป็นต้น โดยมีผู้ร้องเรียนผ่านสายด่วน 1569 จำนวน 3,579 ราย

ส่วนที่ 3

บทความ





ภาคการเกษตรไทย กับความมั่นคงทางอาหารของโลก

ประเทศไทยนับเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของโลก ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ภาคการเกษตรของไทยยังคงประสบปัญหามากมาย ทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำให้สภาพดินฟ้าอากาศแปรปรวนไม่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม ขาดแคลนแรงงาน ขาดเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ที่จะช่วยเพิ่มคุณภาพผลผลิตและประสิทธิภาพการผลิต การแพร่ระบาดของโควิด-19 สงครามรัสเซีย-ยูเครน ที่ทำให้เกิดภาวะขาดแคลนวัตถุดิบอาหารสัตว์ และปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ส่งผลให้ห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่อุปทานของโลกชะงักงัน ทำให้ต้นทุนและปัจจัยการผลิตที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยข้างต้นส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำขาดเสถียรภาพ

จากสภาพภูมิอากาศแปรปรวน ปัจจัยข้างต้น ๆ ที่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตทางการเกษตรและอาหาร ประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา หรือประเทศนำเข้าอาหารสุทธิ จึงมีความกังวลต่อความมั่นคงทางอาหาร และหันมาให้ความสำคัญอย่างมากกับนโยบายรักษาสินค้าสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐานการผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร จึงเกิดเป็นกระแส หรือแนวโน้มการค้าของโลก โดยมีการออกกฎหมายหรือกำหนดมาตรการทางการค้าใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม/สภาพภูมิอากาศ

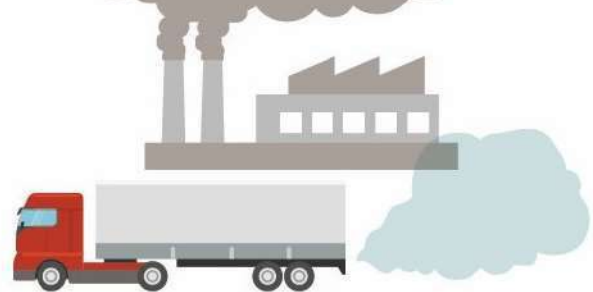


(1) กฎหมายเกี่ยวกับสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่า (Deforestation-free products) เพื่อลดการทำลายพื้นที่ป่าของโลก และลดการนำเข้าสินค้าที่มีความเสี่ยงในการทำลายป่า และทำให้ป่าเสื่อมโทรม มายังตลาดสหภาพยุโรป ครอบคลุมขอบเขตสินค้าที่วางจำหน่ายในสหภาพยุโรป และที่ส่งออก 7 กลุ่ม ได้แก่ วัวและผลิตภัณฑ์ ไม้และผลิตภัณฑ์ ปาล์มน้ำมัน และผลิตภัณฑ์ ถั่วเหลือง กาแฟ โกโก้ และยางพาราและผลิตภัณฑ์ โดยผู้ประกอบการต้องตรวจสอบย้อนกลับตลอดกระบวนการผลิต สินค้าว่าไม่มีความเชื่อมโยงกับการตัดไม้ทำลายป่าและการทำให้ป่าเสื่อมโทรมหรือไม่ ทั้งนี้ กฎหมายดังกล่าวเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน 2566

(2) มาตรการปรับคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดน (CBAM : Carbon Border Adjustment Mechanism) ในช่วงเปลี่ยนผ่าน (วันที่ 1 ตุลาคม 2566 - 31 ธันวาคม 2668) ผู้นำเข้ามีหน้าที่ต้องรายงานข้อมูลปริมาณสินค้าที่นำเข้าและการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต (Embedded Emissions) และจะเริ่มบังคับให้ผู้นำเข้าต้องซื้อใบรับรอง CBAM (CBAM Certificate) ตามปริมาณจริงของการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2569 ครอบคลุมกับสินค้า 6 กลุ่ม ได้แก่ เหล็กและเหล็กกล้า อะลูมิเนียม ซีเมนต์ ปูน ไฟฟ้า และไฮโดรเจน

(3) ร่างกฎหมายจัดเก็บค่าธรรมเนียมปรับคาร์บอน ณ พรมแดน (BCA : Border Carbon Adjustment) โดยจะจัดเก็บค่าธรรมเนียมปรับคาร์บอนสำหรับสินค้าที่นำเข้ามายังสหรัฐอเมริกาที่มีการปล่อยคาร์บอนในปริมาณที่สูง เพื่อรักษาการจ้างงานในสหรัฐฯ และป้องกันการรั่วไหลของคาร์บอน เมื่อผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ต่ำกว่าของสหรัฐฯ เพื่อลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎหมาย ครอบคลุมสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น เหล็ก เหล็กกล้า อะลูมิเนียม ซีเมนต์ แก้วธรรมชาติ ปิโตรเลียม ถ่านหิน

BCA : Border Carbon Adjustment



องค์การการค้าโลก หรือ WTO (World Trade Organization) เป็นองค์กรกำกับดูแลเวทีการค้าโลกให้มีความเสรีเป็นธรรม โปรงใส ได้จัดทำความตกลงกับประเทศสมาชิกหลายฉบับ โดยความตกลงที่มีบทบาทอย่างมากกับสินค้าเกษตร คือ ความตกลงว่าด้วยเกษตร หรือ AOA (Agreement on Agriculture) มีสาระสำคัญ เช่น การเปิดตลาด การลดอุดหนุนภายใน และลดการอุดหนุนการส่งออก ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกจะไม่สามารถอุดหนุนการส่งออกได้อีกตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ตามมติการประชุมระดับรัฐมนตรีองค์การการค้าโลกสมัยสามัญ หรือ MC10 (Ministerial Conference) เมื่อเดือนมิถุนายน 2565 ที่ผ่านมา



ผลกระทบที่เกิดจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น กรมการค้าภายใน ในฐานะหน่วยงานที่กำกับดูแลเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร ให้เหมาะสมเป็นธรรม และให้มีปริมาณเพียงพอ โดยในปีที่ผ่านมาและปัจจุบันได้จัดทำโครงการและกำหนดมาตรการ เพื่อดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น

(1) จัดหาแหล่งวัตถุดิบ และเชื่อมโยงปัจจัยการผลิตสู่ผู้ประกอบการและเกษตรกร เช่น เชื่อมโยงวัตถุดิบแม่ปุ๋ยจากแหล่งอื่นทดแทนแหล่งเดิม ประเทศซาอุดีอาระเบีย โครงการจับคู่ปุ๋ย “ซื้อตรง ถูกเงิน ถูกใจ”

(2) กระจายผลผลิตทางการเกษตรที่ล้นตลาด เพื่อยกระดับราคาสินค้าเกษตร ผ่านโครงการธงฟ้าลดค่าครองชีพประชาชน รถ Mobile สู้ชุมชน หรือกระจายผลผลิตไปยังสถานประกอบการ เช่น สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(3) ส่งเสริมการใช้คาร์บอนเครดิต โดยจัดตั้งคณะอนุกรมการกำกับดูแลและส่งเสริมการค้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ให้สอดคล้องกับการค้าโลก

สำหรับในอนาคต ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องเร่งปรับตัวเพื่อรองรับกับมาตรการทางการค้าเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และรองรับความไม่แน่นอนต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตรของไทย และความมั่นคงทางอาหารของโลก ดังนี้



เกษตรกร วางแผนการผลิต ลดการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก ผลิต และเก็บเกี่ยวผลผลิตที่มีคุณภาพเพื่อจัดส่งผู้ประกอบการ หรือส่งออก

ผู้ประกอบการ ผลิตและส่งออกสินค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและมาตรฐานของประเทศคู่ค้า นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า รวมทั้ง รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรด้วยความซื่อตรงเป็นธรรม



ภาครัฐ ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ สร้างเทคโนโลยีนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนการผลิต มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองและดูแลเกษตรกรไทย ไม่ให้ต่างชาติเอารัดเอาเปรียบหรือเสียดุลการค้า เพื่อลดงบประมาณในการอุดหนุนแบบให้เปล่าที่บิดเบือนตลาด อย่างไรก็ตาม การอุดหนุนอาจทำควบคู่ไปด้วยในลักษณะมาตรการชั่วคราว นอกจากนี้ ยังต้องสนับสนุนผู้ประกอบการและเกษตรกรในการยกระดับมาตรฐานการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ทั้งนี้ ภาครัฐจะต้องดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการและเกษตรกรในทุกมิติอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง

เมื่อทุกฝ่ายปรับตัวและร่วมมือกัน จะช่วยให้เกษตรกรและผู้ประกอบการไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับนานาประเทศ มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ สร้างการเติบโตให้ระบบเศรษฐกิจ และทำให้ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญในลำดับต้น ๆ ที่จะช่วยสร้างความมั่นคงทางอาหารของโลกได้ต่อไป

พาณิชย์ เดินหน้าลุย

“ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส”



ในปี 2566 แม้ว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ภายหลังจากที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่รุนแรงในช่วงปีที่ผ่านมา ทั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน ภาวะเงินเฟ้อที่พุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย เพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อและรักษาเสถียรภาพราคา ทั้งนี้ ตามการคาดการณ์ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2566 ประเมินว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2566 จะขยายตัวเร่งขึ้นในช่วงร้อยละ 2.7 ถึง 3.7 จากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีน ภายหลังจากที่รัฐบาลจีนได้ประกาศมาตรการเปิดประเทศ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการขยายตัวของการบริโภคในประเทศ ประกอบกับแรงสนับสนุนจากการลงทุน โดยเฉพาะการลงทุนภาครัฐที่กลับมาขยายตัว ขณะเดียวกันยังมีแรงสนับสนุนจากการขยายตัวในเกณฑ์ที่ดีของภาคการเกษตร ตามแนวโน้มการขยายตัวของผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2566 ยังมีความเสี่ยงสำคัญที่ต้องเผชิญ โดยเฉพาะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก จากภาวะการเงินที่ตึงตัวตามการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยอย่างต่อเนื่องของธนาคารกลางทั่วโลกเพื่อสู้กับเงินเฟ้อ ขณะที่ต้นทุนสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะราคาพลังงานและปัจจัยการผลิต ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูงจากความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่คาดว่าจะยังดำเนินต่อไป รวมไปถึงความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ และจีน ที่ยังคงตึงเครียดและมีแนวโน้มนำไปสู่การดำเนินมาตรการกีดกันทางการค้าและการลงทุนที่รุนแรงมากขึ้น จนอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานโลก ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนแต่เป็นอุปสรรคต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และอาจกระทบต่อภาวะค่าครองชีพและกำลังซื้อของประชาชน รวมถึงต้นทุนการผลิตของประเทศไทย



กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศ โดยกำกับดูแล พัฒนาและส่งเสริมการค้าภายในประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นธรรม และผู้บริโภคได้รับการพิทักษ์ประโยชน์ ได้ตระหนักถึงผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจดังกล่าวข้างต้นที่มีต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนและเกษตรกรไทย จึงได้เดินทางดำเนินโครงการและมาตรการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่ง “ลดรายจ่าย” ให้ประชาชนได้มีรายได้คงเหลือเพียงพอต่อการครองชีพ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ยังผันผวนและเสี่ยงสูง ควบคู่กับการเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศ กระตุ้นการใช้จ่าย และช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยทุกระดับได้มีรายได้จากการขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ผ่านการดำเนินโครงการ อาทิ

พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน โดยการร่วมมือกับภาคเอกชน ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างค้าส่งค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า ห้างท้องถิ่น แพลตฟอร์มออนไลน์ ร้านสะดวกซื้อ นำสินค้าที่จำเป็นต่ออุปโภคบริโภค อาทิ อาหาร วัตถุดิบ ผัก ผลไม้ ข้าวสาร สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ อุปกรณ์การเรียนการสอน เป็นต้น มาลดราคาทั้งในห้างท้องถิ่น ห้างค้าส่งค้าปลีก ตลาดสด ตลาดกลาง รวมถึงการซื้อขายสินค้าและบริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งจากการดำเนินการตลอดปี 2566 สามารถช่วยประชาชนลดค่าใช้จ่ายได้กว่า 4,492 ล้านบาท

ธงฟ้าราคาประหยัดช่วยประชาชน โดยการนำสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายกลาง/รายย่อย และเกษตรกร มาจัดจำหน่ายให้กับประชาชนโดยตรง ในราคาถูกกว่าราคาตลาดทั่วไปร้อยละ 20 - 40 ทั้งในพื้นที่ส่วนกลางและภูมิภาค รวมถึงบริเวณตลาดชุมชน ย่านโรงงาน/นิคมอุตสาหกรรม ตลอดจนแหล่งชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งสิ้น 1,491 ครั้ง เพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนในการเลือกซื้อสินค้าในราคาประหยัด รวมทั้งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับเกษตรกร ผู้ผลิตรายกลาง/รายย่อย กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยสามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนกว่า 147.77 ล้านบาท



ดูแลสินค้าและบริการให้ราคาสอดคล้องกับต้นทุนการผลิต โดยดำเนินการทั้งมาตรการทางกฎหมาย ได้แก่ การกำหนดสินค้าและบริการควบคุม 57 รายการ พร้อมมาตรการกำกับดูแล (กำหนดราคาจำหน่ายสูงสุด ขออนุญาต ก่อนการเปลี่ยนแปลงราคา และแจ้งต้นทุน/ราคาให้ทราบล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนเปลี่ยนแปลงราคา) และการให้ แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้า ทั้งการค้าปกติและออนไลน์ 290 รายการ และมาตรการบริหารจัดการ อาทิ ติดตามราคาจำหน่าย ให้สอดคล้องกับต้นทุนอย่างต่อเนื่อง และขอความร่วมมือผู้ประกอบการตรึงราคาหรือชะลอการปรับขึ้นราคาจำหน่ายสินค้า เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้กับประชาชนผู้บริโภค รวมทั้งบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กองบังคับการปราบปราม การกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง ลงพื้นที่ตรวจสอบป้องกันไม่ให้เกิดการฉวยโอกาส ขึ้นราคาเอาเปรียบผู้บริโภค



เชื่อมโยงปุ๋ยเคมีราคาถูกให้แก่เกษตรกรผ่านสถาบันเกษตรกร โดยการร่วมกับกรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ และผู้ผลิต/ผู้นำเข้าปุ๋ยเคมี อาทิ สมาคมการค้าปุ๋ยและธุรกิจการเกษตรไทย และสมาคมการค้าผู้ผลิตปุ๋ยไทย จัดจำหน่ายแม่ปุ๋ยเคมีหรือปุ๋ยสูตรสำเร็จในราคาถูกกว่าท้องตลาดให้แก่เกษตรกร ผ่านสถาบันเกษตรกร ปริมาณรวมทั้งสิ้น 154,430 ตัน (3,088,600 กระสอบ) ทำให้สามารถลดต้นทุนค่าปุ๋ยเคมีให้เกษตรกรได้ประมาณ 80.53 ล้านบาท



นอกจากการเดินนำลดรายจ่ายให้กับประชาชนแล้ว ยังมุ่ง “เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส” ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการชุมชนท้องถิ่นในการผลิตและจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ผ่านการดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น โดยดำเนินการพัฒนาและยกระดับตลาดชุมชนที่มีการจำหน่ายสินค้าเกษตร หัตถกรรม งานศิลปะ สินค้า OTOP และสินค้าอุปโภคบริโภคของชุมชนที่ผลิตโดยเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน SMEs และคนในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง และส่งเสริมให้เป็นตลาดต้องชมที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีการจำหน่ายสินค้าที่มีความเที่ยงตรง เที่ยงธรรม โปร่งใส มีการปิดป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน มีเครื่องชั่งที่เที่ยงตรง และจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีตามเอกลักษณ์พาณิชย์ ควบคู่ไปการรักษาศิลปวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งตลาดต้องชมถือว่าเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ ขยายโอกาสให้กับชุมชน รวมทั้งเป็นสถานที่ที่ไม่ว่าจะเป็นคนในท้องถิ่น หรือผู้มาเยือนจากต่างถิ่น ต่างต้องแวะชม แวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอย สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ศิลปะ วิถีชีวิต อัตลักษณ์ และความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) ให้สามารถสร้างการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น และมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจุบันมีตลาดต้องชมในความส่งเสริมและพัฒนาของกรมการค้าภายใน รวมทั้งสิ้น 251 แห่ง ทั่วประเทศ



หมู่บ้านท่ามาค้าขาย โดยดำเนินการส่งเสริมและพัฒนายกระดับวิสาหกิจชุมชน กลุ่มหรือชุมชนที่มีการรวมตัวกันผลิตสินค้าและบริการเพื่อจำหน่าย โดยใช้วัตถุดิบและแรงงานภายในชุมชน ให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำรงธุรกิจของชุมชนอยู่ได้อย่างมั่นคง มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งและมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ผ่านการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์หรือบริการให้ตรงต่อความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น โดยไม่ทิ้งเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชน รวมทั้งการพัฒนาทักษะและศักยภาพให้รู้จักท่ามาค้าขาย สามารถแข่งขันได้และยกระดับสู่การเป็นผู้ประกอบการ พร้อมทั้งเชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่าย ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดจนประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เพื่อขยายโอกาสทางการค้าและสร้างรายได้เพิ่ม ปัจจุบันมีวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (Trading Village) รวมทั้งสิ้น 42 แห่ง



ทั้งนี้ สำหรับปี 2567 กรมการค้าภายใน ยังคงมุ่งมั่นทำงานในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศ ให้เจริญเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและเป็นธรรม โดยมุ่ง “ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส” ให้แก่ประชาชนบนพื้นฐานความสมดุล เพื่อให้ทุกฝ่ายทั้งประชาชน เกษตรกร และผู้ประกอบการ ได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม

ຮາຍງານ *DIT.*
ສູນກະການເງິນ

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566

(หน่วย : บาท)

สินทรัพย์	2566	2565
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	919,139,626.95	1,512,918,175.68
ลูกหนี้อื่นระยะสั้น	2,852,022.44	54,895,171.45
วัสดุคงเหลือ	1,435,678.26	1,754,690.76
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	5,305.95	5,335.27
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	923,432,633.60	1,569,573,373.16
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
เงินให้กู้ยืมระยะยาว	-	-
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ	741,594,764.99	528,639,653.97
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	42,213,305.18	20,157,309.81
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	2,956,586.20	2,956,586.20
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	786,764,656.37	551,753,549.98
รวมสินทรัพย์	1,710,197,289.97	2,121,326,923.14

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566

(หน่วย : บาท)

หนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	2566	2565
หนี้สิน		
หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้การค้า	49,997,270.34	46,850,308.72
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น	52,314.53	18,366.44
เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น	18,994,224.42	71,908,307.20
เงินรับฝากระยะสั้น	30,905,832.13	29,862,494.36
ประมาณการหนี้สินระยะสั้น	36,061,232.87	25,138,335.62
รวมหนี้สินหมุนเวียน	136,010,874.29	173,777,812.34
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว	505,491.34	1,337,129.93
เจ้าหนี้อื่นระยะยาว	468,806,015.73	472,260,668.83
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว	2,300,000.00	2,300,000.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	471,611,507.07	475,897,798.76
รวมหนี้สิน	607,622,381.36	649,675,611.10
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		
ทุน	83,175,071.71	83,175,071.71
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม	1,019,399,836.90	1,388,476,240.33
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	1,102,574,908.61	1,471,651,312.04
รวมหนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	1,710,197,289.97	2,121,326,923.14

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566

(หน่วย : บาท)

รายได้และค่าใช้จ่าย	2566	2565
---------------------	------	------

รายได้

รายได้จากงบประมาณ	2,133,641,126.50	2,065,001,255.15
รายได้จากเงินนอกงบประมาณ	1,333,700.00	1,241,350.00
รายได้เงินรับโอนจากกองทุนรวมฯ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	1,159,858,000.00	1,775,680,000.00
รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	843,688.59	5,163,007.03
รายได้อื่น	-	57,600.00
รวมรายได้	3,295,676,515.09	3,847,143,212.18

ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายบุคลากร	258,980,944.79	260,617,407.87
ค่าบำเหน็จบำนาญ	222,564,968.12	213,451,339.95
ค่าตอบแทน	1,708,930.00	2,235,210.00
ค่าใช้สอย	524,022,647.23	885,125,072.06
ค่าวัสดุ	17,678,096.91	17,571,262.86
ค่าสาธารณูปโภค	18,716,824.62	16,858,531.23
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	83,118,242.27	90,832,004.28
ค่าใช้จ่ายโครงการ	1,243,781,698.19	781,236,137.35
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	750,000,000.00	500,000,000.00
ค่าใช้จ่ายชดเชยค่าเสียหายจากการแพ้คดี	52,644,054.99	25,138,335.62
หนี้สงสัยจะสูญ	(3,454,653.10)	469,304,082.63
ค่าใช้จ่ายอื่น	460,688.51	749,765.51
รวมค่าใช้จ่าย	3,170,222,442.53	3,263,119,149.36
รายได้ (สูง) กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	125,454,072.56	584,024,062.82

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566

(หน่วย : บาท)

	ทุน	รายได้สูง/(ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่าย สะสม	องค์ประกอบอื่นของ สินทรัพย์สุทธิ/ ส่วนทุน	รวม สินทรัพย์สุทธิ/ ส่วนทุน
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2564	83,175,071.71	1,801,047,696.01	-	1,884,222,767.72
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2565				
ปิดโครงการกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	-	(996,595,518.50)	-	(996,595,518.50)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	584,024,062.82	-	584,024,062.82
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565	83,175,071.71	1,388,476,240.33	-	1,471,651,312.04
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 - ตามที่รายงานไว้เดิม	83,175,071.71	1,388,476,240.33	-	1,471,651,312.04
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดปีก่อน	-	40,594,234.46	-	40,594,234.46
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 - หลังการปรับปรุง	83,175,071.71	1,429,070,474.79	-	1,512,245,546.50
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2566				
ปิดโครงการกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	-	(535,124,710.45)	-	(535,124,710.45)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด	-	125,454,072.56	-	125,454,072.56
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2566	83,175,071.71	1,019,399,836.90	-	1,102,574,908.61

รายงานรายได้แผ่นดิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2566

(หน่วย : บาท)

รายได้แผ่นดิน		2566	2565
รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ			
	รายได้แผ่นดิน - ภาษี	135,200.00	143,300.00
	รายได้แผ่นดิน - นอกจากภาษี *	224,207,053.53	232,912,400.99
	รวมรายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ	224,342,253.53	233,055,700.99
หัก	รายได้แผ่นดินกอนคินจากคลัง	(17,000.00)	(3,000.00)
	รายได้แผ่นดินจัดสรรตามกฎหมาย	(371,200.00)	(456,000.00)
	รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บสุทธิ	223,954,053.53	232,596,700.99
	รายได้แผ่นดินนำส่งคลัง	(223,901,739.00)	(232,578,334.55)
	รายได้แผ่นดินรอนำส่งคลัง	52,314.53	18,366.44
ปรับ	รายได้แผ่นดินรอนำส่งคลัง	(52,314.53)	(18,366.44)
	รายการรายได้แผ่นดินสุทธิ	-	-

รายได้แผ่นดิน - นอกจากภาษี

รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	218,659,832.00	228,868,853.64
รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผล	17,122.70	4,364.69
รายได้จากค่าปรับเปรียบเทียบคดี	1,453,300.01	1,480,600.00
รายได้เงินหลือจ่าย	2,579,410.89	888,156.86
รายได้อื่น	1,497,387.93	1,670,425.80
รวม รายได้แผ่นดิน - นอกจากภาษี	224,207,053.53	232,912,400.99

กิจกรรม ทางสังคม





กิจกรรมทางสังคม ของกรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

1. กิจกรรมปล่อยพันธุ์ปลาเพื่อถวายเป็น
พระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องใน
โอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 28 กรกฎาคม 2566
ในวันที่ 26 กรกฎาคม 2566





2. กิจกรรม พาณิชย์จิตอาสา สานฝัน ปันสุข มอบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

กิจกรรม
ทางสังคม

2566

DTT

3. กรมการค้าภายในร่วมทำกิจกรรมสร้างความสุข เลี้ยงอาหารกลางวัน

และบริจาคของใช้จำเป็นให้กับผู้สูงอายุ ณ ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุบ้านบางแค กรุงเทพมหานคร





ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

สำหรับยื่นคำขอ ติดต่อ และติดตาม



กรมการค้าภายใน

Facebook



กรมการค้าภายใน DIT



รฟพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

Website



www.dit.go.th

ระบบรับเรื่องร้องเรียน

complaint.dit.go.th

Ins 02 507 5547 หรือสายด่วน 1569

ระบบฐานข้อมูลร้านรฟ

ราคาประชิดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น
newthongfah.dit.go.th

Ins 02 507 5665, 02 507 5634

ระบบคลังสินค้า ไซโล ห่วงเย็น

ewsc.dit.go.th

Ins 02 507 5866

ระบบงานชั่งตวงวัด

www.cbwmthai.org

Ins 02 547 4354 (ส่วนกลาง)

ระบบขนย้ายอิเล็กทรอนิกส์

transport.dit.go.th

Ins 02 507 5520, 02 507 5541

ระบบฐานข้อมูลสารสมทศค้าข้าว

ricetrade.dit.go.th

YouTube



DIT Channel

รายการ

ไม่ใช่...เล่นๆ

Line official



MR.DIT (@mr.dit)



ระบบขนย้าย dit1569th

E-MAIL



1569@dit.go.th

ระบบงานสารบรรณ
E-mail : saraban@dit.go.th

Ins 02 507 5530

Letter



ตู้ ปณ.1 ปณฝ.

กระทรวงพาณิชย์ นนทบุรี

11005

TikTok



ไม่ใช่...เล่นๆ

by DIT

ติดต่อเรา
สายด่วน

1569





กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ : 0 2507 5530 โทรสาร : 0 2547 5361
สายด่วน : 1569 www.dit.go.th

Department of Internal Trade Ministry of Commerce

563 Nonthaburi Rd., Amphur Muang, Nonthaburi 11000 Tel. : +66 2507 5530 Fax. : +66 2547 5361
Hotline : 1569 www.dit.go.th



www.dit.go.th