



จุลสาร >>>>> ปีที่ 21 ฉบับที่ 255 มีนาคม 2569

กรมการค้าภายใน

DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE



MasterChef
THAILAND

ยกระดับสินค้าเกษตรไทย



จุลสารกรมการค้าภายใน ประจำเดือนมีนาคม 2569 ฉบับนี้ รวบรวมเรื่องราวการทำงานของ กรมการค้าภายในที่มุ่งพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร สินค้าชุมชน และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า เพื่อให้ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างสมดุล

เริ่มต้นด้วยการดูและระบบซึ่งดวงวัดให้ที่เที่ยงตรง โปร่งใส ตั้งแต่ต้นทางการผลิตจนถึงตลาด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อขายสินค้าเกษตร

ในส่วนของ DIT Talk นำเสนอความร่วมมือใน โครงการ DIT x MasterChef ที่นำพลังของ สื่อและวงการอาหารมาช่วยต่อยอดวัตถุดิบไทย เพิ่มการรับรู้และสร้างมูลค่าให้สินค้าเกษตรไทย ในมิติใหม่ นอกจากนี้ยังพาไปรู้จักเรื่องราวของ **หัตถชา Hatacha** ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจาก จังหวัดนครสวรรค์ ที่นำภูมิปัญญาท้องถิ่น มาต่อยอดเป็นสินค้าร่วมสมัย สะท้อนอัตลักษณ์ ของชุมชนผ่านกลิ่นหอมของสมุนไพรไทย

สำหรับ DIT Focus ติดตามการบริหารจัดการ ผลไม้ไทยปี 2569 ที่กรมการค้าภายใน เดินหน้าดูแลตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสร้าง เสถียรภาพด้านราคาและเพิ่มโอกาสทางการตลาด ให้เกษตรกร

ปิดท้ายด้วยการพาไป Check in ตลาดต้องชม ที่ **ตลาดท่าน้ำรับเสด็จ** จังหวัดสุโขทัย ตลาดชุมชนยามเย็นริมสายน้ำที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ ของอาหารพื้นถิ่นและสินค้าชุมชน

จุลสารฉบับนี้จะช่วยให้ผู้อ่านได้เห็นบทบาทของ กรมการค้าภายในในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสร้างโอกาสทางการค้าให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และชุมชนไทยอย่างต่อเนื่อง แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

3 DIT Insight
จากไร่ถึงตลาด ชั่งตรง โปร่งใส

DIT Talk
DIT x MasterChef
ยกระดับสินค้าเกษตรไทย ผ่านความร่วมมือ
สื่อสร้างสรรค์สู่เวทีอาหารระดับโลก

6 สืบสานอัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทย
หัตถชา Hatacha: ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
ท้องถิ่นจากนครสวรรค์
สู่กลิ่นหอมที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน

DIT Focus
กรมการค้าภายในเดินหน้าบริหาร
ผลไม้ไทยครบวงจร
สร้างเสถียรภาพตลาด ยกระดับสู่ตลาดโลก

10 ชวน Check in ตลาดต้องชม
ตลาดท่าน้ำรับเสด็จ สุโขทัย
ตลาดชุมชนยามเย็นริมสายน้ำแห่งเมือง
มรดกโลก

DIT Channel
เว็บไซต์กรมการค้าภายใน: www.dit.go.th

คณะผู้จัดทำ
กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
โทรศัพท์ 0-2507-5622, โทรสาร 0-2547-5378

หน่วยงาน
กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ 563
ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
website: www.dit.go.th

ออกแบบโดย
บริษัท ไลค์ มี จำกัด (สำนักงานใหญ่)
เลขที่ 555/68 ซอยประชาอุทิศ 69 แขวงบางมด
เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร



จากไร่ถึงตลาด

“ชั่งตวง ไปรุ่งใส”

DIT ดูแลทุกขั้นตอน

- ✓ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องชั่งตวงวัด ก่อนนำไปใช้ซื้อขาย
- ✓ ปิดผนึกเครื่องหมายรับรองตามกฎหมาย ป้องกันการแก้ไข และให้ประชาชนสังเกตได้

- ✓ สุ่มตรวจเครื่องชั่งตวงวัดระหว่างการใช้งาน
- ✓ รับเรื่องร้องเรียนเรื่องเครื่องชั่งตวงวัด ผ่าน **สายด่วน 1569**



เครื่องชั่งดิจิทัลขนาดใหญ่ / เครื่องชั่งสปริง

- ใช้ชั่งผลไม้ ผัก และสินค้าเกษตรอื่น
- มีการตรวจสอบเป็นประจำ

เครื่องชั่งรถยนต์ (เครื่องชั่งสินค้าเกษตร)

- ใช้ชั่งน้ำหนักบรรทุกสินค้าเกษตร
- มีอายุการใช้งาน 2 ปี นับตั้งแต่พนักงานเจ้าหน้าที่ให้คำรับรอง

เครื่องวัดความชื้นข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

- วัดความชื้นข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
- มีอายุการใช้งาน 2 ปี นับตั้งแต่พนักงานเจ้าหน้าที่ให้คำรับรอง

เครื่องวัดความชื้นข้าวเปลือก

- วัดความชื้นข้าวเปลือก
- มีอายุการใช้งาน 2 ปี นับตั้งแต่พนักงานเจ้าหน้าที่ให้คำรับรอง

โรงงาน / โรงสี

เครื่องวัดเปอร์เซ็นต์แป้ง (มันสำปะหลัง)

- ใช้วัดอัตราส่วนร้อยละของแป้งในหัวมันสำปะหลัง
- มีการตรวจสอบเป็นประจำ

ตลาด

เครื่องวัดสำหรับคัดขนาดลำไยแบบตะแกรงร้อน

- เครื่องมือคัดแยกขนาดของลำไยสดตัดขั้วที่ประกอบด้วยตะแกรงร้อนที่มีช่องผ่านขนาดต่าง ๆ พร้อมระบบที่ทำให้ตะแกรงร้อนหมุน
- มีอายุการใช้งาน 2 ปี นับตั้งแต่พนักงานเจ้าหน้าที่ให้คำรับรอง



ยกระดับ สินค้าเกษตรไทย

ผ่านความร่วมมือสื่อสร้างสรรค์สู่เวทีอาหารระดับโลก



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เดินหน้าสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรไทยผ่านความร่วมมือกับบริษัท Heliconia H Group ผู้ผลิตรายการแข่งขันทำอาหารชื่อดังของไทยอย่าง Master Chef Thailand ภายใต้โครงการความร่วมมือที่มุ่งนำ “สินค้าเกษตรไทย” มาต่อยอดผ่านสื่อบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรในวงกว้าง

ความร่วมมือดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การตลาดเชิงรุกของกรมการค้าภายใน ที่มุ่งเชื่อมโยงสินค้าเกษตรไทยเข้ากับอุตสาหกรรมอาหารและสื่อสร้างสรรค์ โดยใช้รายการ **Master Chef Thailand** ซึ่งเป็นรายการแข่งขันทำอาหารที่ได้รับความนิยมเป็นเวทีในการนำเสนอศักยภาพของวัตถุดิบไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศและสามารถต่อยอดสู่ระดับสากลได้



ภายใต้โครงการนี้ ได้มีการนำสินค้าเกษตรไทยคุณภาพ มาเป็น “วัตถุดิบปริศนา” ในการแข่งขัน เพื่อท้าทาย ผู้เข้าแข่งขันในการสร้างสรรค์เมนูอาหารรูปแบบ ใหม่ ภายใต้แนวคิด “**Local Ingredients World Class Experiences**” ที่มุ่งสะท้อนศักยภาพของ วัตถุดิบท้องถิ่นไทยให้สามารถพัฒนาเป็นอาหาร ระดับโลกได้โดยไม่เพียงให้ความสำคัญกับรสชาติ ของอาหารเท่านั้น แต่ยังเน้นการถ่ายทอดเรื่องราว ของวัตถุดิบ แหล่งที่มา รวมถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจ และบทบาทของเกษตรกรไทยที่อยู่เบื้องหลังการผลิต

แนวทางดังกล่าวยังช่วยสร้างมุมมองใหม่ให้กับสินค้า เกษตรไทย จากเดิมที่อาจถูกมองว่าเป็นวัตถุดิบ พื้นฐานในชีวิตประจำวัน ให้กลายเป็นวัตถุดิบที่มี ศักยภาพในการพัฒนาเป็นเมนูอาหารระดับพรีเมียม และสามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ นอกจากนี้ การนำเสนอผ่านรายการแข่งขันทำอาหารยังช่วย สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการด้านอาหาร เชฟ และผู้บริโภค ให้เห็นถึงโอกาสในการต่อยอดวัตถุดิบ ท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค์เมนูใหม่ ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่ม



การดำเนินโครงการดังกล่าวจึงไม่เพียงเป็นการ ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไก สำคัญในการเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้ประกอบการอาหาร และผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ผ่านกระบวนการสื่อสารที่ สร้างสรรค์และเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของกระทรวงพาณิชย์ ในการยกระดับรายได้ของเกษตรกรไทย เสริมสร้าง ความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก และผลักดัน สินค้าเกษตรไทยให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและมี ศักยภาพในตลาดโลก

ความร่วมมือระหว่างกรมการค้าภายในและ Heliconia H Group จึงถือเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการบูรณาการ การทำงานระหว่างภาครัฐและภาคสื่อสร้างสรรค์ ที่นำศักยภาพของวัตถุดิบท้องถิ่นมาถ่ายทอด ในรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรไทย และต่อยอดสู่โอกาสทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนในอนาคต

หัตถชา Hatacha

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรท้องถิ่น
จากนครสวรรค์

กลิ่นหอมที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน



“หัตถชา (Hatacha)” เป็นผู้ประกอบการสมุนไพรท้องถิ่นจากจังหวัดนครสวรรค์ ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาานวดแผนไทยของครอบครัว ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี 2560 โดยนำองค์ความรู้ด้านสมุนไพรและการดูแลสุขภาพมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหอมและยาสมุนไพรที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตในปัจจุบัน

จุดเด่นของหัตถชาคือการยึดแนวคิด “ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า” พร้อมนำอัตลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์มาผสานในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบสำคัญจากชุมชน เช่น “ดอกบัว” จากบึงธรรมชาติ และ “ข้าวหอมใบเตย” ซึ่งเป็นพืช GI ของจังหวัดนครสวรรค์ มาตีความเป็นกลิ่นหอมเฉพาะตัว รวมถึงการนำ



เรื่องราวจากวรรณคดีไทยมาสร้างสรรค์เป็น
คาแรกเตอร์ของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดกลิ่นหอม
ที่สะอาด อ่อนโยน แต่มีเอกลักษณ์โดดเด่น

สินค้าหลักของหัตถชา ได้แก่

- ยาดมสมุนไพร ที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทย เช่น
พิมเสน การบูร และเมนทอล ให้ความรู้สึกสดชื่น
ช่วยผ่อนคลาย
- ดុងหอมสมุนไพร สำหรับเพิ่มความสดชื่นและ
สร้างบรรยากาศผ่อนคลาย
- น้ำมันหอมระเหยและเครื่องหอม สำหรับใช้ในบ้าน
หรือการดูแลสุขภาพ



ผลิตภัณฑ์ของหัตถชาได้รับการพัฒนาอย่าง
ต่อเนื่องจนเป็นที่รู้จักในฐานะแบรนด์สมุนไพร
ที่สามารถนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็น
สินค้าที่มีเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน
ผู้สนใจสามารถเลือกซื้อสินค้าได้โดยตรงที่กลุ่ม
หัตถชา อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
โทร. 061 341 6690 ตลอดจนช่องทางออนไลน์
ผ่าน Facebook: Hatacha หัตถชา

หัตถชายังถือเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการของ
“หมู่บ้านท่ามาค้าขาย” ภายใต้การส่งเสริมของ
กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมุ่งสนับสนุน
ให้ชุมชนพัฒนาสินค้าและต่อยอดศักยภาพ
ทางการค้า สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น พร้อมผลักดันให้
สินค้าอัตลักษณ์ชุมชนสามารถเข้าถึงตลาด
ได้กว้างขึ้น ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

กรมการค้าภายใน

เดินหน้าบริหารผลไม้ไทยครบวงจร สร้างเสถียรภาพตลาด ยกระดับสู่ตลาดโลก



กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เดินหน้าขับเคลื่อนมาตรการบริหารจัดการสินค้าผลไม้ปี 2569 อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การแปรรูป การขนส่ง จนถึงการตลาด เพื่อรักษาเสถียรภาพราคา ป้องกันปัญหาผลผลิตล้นตลาด และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของผลไม้ไทย ภายใต้แนวคิด **“Thailand : The Land of Tropical Fruits”**

จากการคาดการณ์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปี 2569 ผลผลิตผลไม้เศรษฐกิจสำคัญของไทย จะมีปริมาณรวมประมาณ 6.91 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 โดยเฉพาะทุเรียนที่คาดว่าจะมีผลผลิตประมาณ 1.89 ล้านตัน การเพิ่มขึ้นของผลผลิตทำให้การบริหารจัดการตลาดเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้ผลผลิตสามารถกระจายสู่ตลาดได้อย่างเหมาะสมและรักษา



เสถียรภาพราคา กรมการค้าภายในจึงได้ดำเนินมาตรการบริหารจัดการผลไม้ปี 2569 ระยะเร่งด่วน 3 ด้าน 8 มาตรการ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างปริมาณผลผลิตและความต้องการของตลาด ภายใต้แนวคิด **“Thailand : The Land of Tropical Fruits”** ครอบคลุมการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างเสถียรภาพราคา ลดความเสี่ยงผลผลิตล้นตลาด และยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของผลไม้ไทย โดยแบ่งเป็น

ด้านการผลิต

มาตรการที่ 1. บริหารจัดการอุปทานเชิงรุก มุ่งบริหารจัดการอุปทานเชิงรุกผ่านการจัดทำ Fruit Dashboard กลาง เพื่อรวบรวมข้อมูลผลผลิตและสถานการณ์ตลาด แบบเรียลไทม์ วางแผนโซนนิ่งการเก็บเกี่ยวแบบเหลื่อมเวลา ลดการกระจุกตัวของผลผลิต ส่งเสริมการผลิตให้สอดคล้องความต้องการตลาด

มาตรการที่ 2. สร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ โดยเร่งขยายระบบ GAP และ GMP การตรวจสอบย้อนกลับ เพิ่มศักยภาพห้องปฏิบัติการตรวจคุณภาพสินค้า ควบคุมมาตรฐาน “4 ไม่” และกำกับดูแลการนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกันจากต่างประเทศอย่างเข้มงวด



มาตรการที่ 3.เตรียมความพร้อมด้านแรงงาน ผ่านการอบรมแรงงานคัด-ตัดผลไม้ การต่ออายุ ใบอนุญาตแรงงานต่างด้าว และอำนวยความสะดวก การเคลื่อนย้ายแรงงานในช่วงฤดูผลผลิต เพื่อให้ การเก็บเกี่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการแปรรูปและการขนส่ง

มาตรการที่ 4 ลดการสูญเสียหลังเก็บเกี่ยวและ เพิ่มมูลค่าสินค้า โดยดูดซับผลผลิตส่วนเกินเข้าสู่ ภาคการแปรรูป ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการแปรรูป และบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิด Zero Waste พัฒนา มาตรฐานโรงคัดบรรจุ (Packing House) ของ กลุ่มเกษตรกรให้ได้มาตรฐานสากล

มาตรการที่ 5 เตรียมความพร้อมด้านโลจิสติกส์ ทั้งการบริหารจัดการตู้คอนเทนเนอร์อำนวยความสะดวก ด้านส่งออก-นำเข้า การเจรจาขยายเวลาเปิด-ปิดด่าน สำคัญ และผลักดันการขนส่งทางรางเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการกระจายสินค้า

ด้านการตลาด

มาตรการที่ 6 ส่งเสริมตลาดในประเทศ มุ่งกระจาย ผลผลิตออกนอกแหล่งผลิตผ่านการทำ MOU ล่วงหน้า ระหว่างห้างค้าปลีก ผู้ส่งออก และโรงแปรรูป เชื่อมโยง ผลไม้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการ จัดกิจกรรม Kick-off ฤดูกาลผลไม้ไทย สนับสนุนการจำหน่าย ผ่านช่องทาง Online และ Offline ขยายตลาดผ่าน นักท่องเที่ยวต่างชาติในไทย และส่งเสริมการบริโภค ผลไม้คุณภาพสูงรวมถึงสินค้า GI เพื่อเพิ่มมูลค่าและ การรับรู้ของผู้บริโภค



มาตรการที่ 7 ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ เน้นขยาย โอกาสการค้าเชิงรุกผ่านการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ทั้งรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ ใช้ Trading Company เป็นกลไกเจาะตลาดใหม่ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในต่างประเทศ และเข้าร่วม งานแสดงสินค้านานาชาติ เพื่อเพิ่มช่องทางจำหน่าย และกระจายความเสี่ยงตลาดส่งออกของผลไม้ไทย

และ**มาตรการที่ 8** สื่อสารภาพลักษณ์ผลไม้ไทย ให้เป็นเอกภาพ ผ่านการสื่อสารภายใต้แบรนด์ “Thailand : The Land of Tropical Fruits” จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และแคมเปญสร้างการรับรู้ ทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการสร้างแบรนด์ผลไม้ไทย ใช้ Influencer และ KOL ถ่ายทอดเรื่องราวสินค้า อย่างต่อเนื่อง พร้อมติดตามและบริหารจัดการการ สื่อสารเชิงลบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภคและ ยกกระดับผลไม้ไทยสู่ตลาดโลกอย่างยั่งยืน

นอกจากมาตรการระยะเร่งด่วนดังกล่าว กรมการค้าภายใน ยังเชื่อมโยงการดำเนินงานสู่แผนบริหารสินค้าเกษตร ระยะ 1-5 ปีภายใต้แนวคิด “เกษตรแม่นยำ เกษตรมั่นคง เกษตรยั่งยืน” โดยใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีช่วยบริหาร ผลผลิต ส่งเสริมการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม ควบคู่ การพัฒนาตลาดทั้งในและต่างประเทศ

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนบทบาทของ กรมการค้าภายในในการดูแลตลาดสินค้าเกษตร ของประเทศ เพื่อให้ผลผลิตสอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด สร้างเสถียรภาพราคา และ ยกกระดับผลไม้ไทยสู่ตลาดโลกอย่างยั่งยืน





ตลาดทำน้ำรับเสด็จ สุโขทัย

ตลาดชุมชนยามเย็นริมสายน้ำ
แห่งเมืองมรดกโลก



หากเอ่ยถึงจังหวัดสุโขทัย หลายคนมักนึกถึงเมืองเก่าที่เต็มไปด้วยประวัติศาสตร์และโบราณสถานอันทรงคุณค่าใน อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย แหล่งมรดกโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก แต่เมื่อพระอาทิตย์เริ่มคล้อยต่ำในช่วงเย็น บริเวณ

ริมหนองน้ำใกล้อุทยานฯ แห่งนี้จะคึกคักขึ้นอีกครั้งกับบรรยากาศของ “ตลาดทำน้ำรับเสด็จ” ตลาดชุมชนที่อบอวลด้วยเสน่ห์ของวิถีชีวิตท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน และงานหัตถกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองสุโขทัยได้อย่างลงตัว



ตลาดแห่งนี้เริ่มต้นจากแนวคิดของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ที่ต้องการสร้างกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงเย็นของวันหยุด เดิมใช้ชื่อว่า “ตลาดปลาสุโขทัย” ก่อนจะเปลี่ยนชื่อเป็น “ตลาดทำน้ำรับเสด็จ” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 และได้รับการส่งเสริมให้เป็น “ตลาดต้องชม” โดยกรมการค้าภายใน เพื่อสนับสนุนตลาดชุมชนที่มีเอกลักษณ์ สร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่น และส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

เสน่ห์ของตลาดอยู่ที่บรรยากาศสบาย ๆ ริมสายน้ำ ร้านค้าชุมชนตั้งเรียงรายให้เลือกชิมและเลือกซื้อทั้งอาหารพื้นบ้าน ของว่าง และขนมท้องถิ่น เช่น ขนมผิง ตั๊กกอด รวมถึงสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง อย่างเครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน เสื้อผ้าพื้นเมือง และผลไม้ทวน ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาของชุมชนในจังหวัดสุโขทัย ได้เป็นอย่างดี



ตลาดทำน้ำรับเสด็จเปิดให้บริการ ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ เวลา 16.00 – 20.00 น. ตั้งอยู่บริเวณริมหนองน้ำใกล้อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้สะดวกทั้งรถยนต์ส่วนตัวหรือรถโดยสารประจำทาง

ด้วยบรรยากาศที่เรียบง่าย วิถีชีวิตชุมชนที่ยังคงเสน่ห์แบบดั้งเดิม รวมถึงอาหารพื้นบ้านและสินค้าท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ตลาดทำน้ำรับเสด็จ จึงถือเป็นอีกหนึ่งจุดหมายของนักท่องเที่ยวที่อยากสัมผัสเสน่ห์ของเมืองสุโขทัยในมุมที่อบอุ่นและใกล้ชิดชุมชน



ขอบคุณภาพ: เพจ FB ตลาดทำน้ำรับเสด็จสุโขทัย



www.dit.go.th



รวมทุกเรื่องการค้าไทย
ไว้ในที่เดียว เพื่อผู้บริโภค
และผู้ประกอบการ

รวมข้อมูล
การค้าไทย
ครบจบในเว็บเดียว

มีอะไรใหม่
ในโลกการค้าไทย?
คลิกดูเลย

ติดตามไว้!
อัปเดตเรื่องสำคัญใกล้ตัว

ข้อมูลการค้าไทย
อยู่ใกล้แค่คลิกเดียว



ติดตามข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการค้าขาย
และการใช้ชีวิตได้ที่เว็บไซต์กรมการค้าภายใน
ไม่ยากพลาดข้อมูลสำคัญเรื่องสินค้าและตลาด

คลิกเลย

