

สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการของกรมการค้าภายใน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ไตรมาสที่ ๒ (ระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๖๘ - มีนาคม ๒๕๖๙)

แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม/ตัวชี้วัด	งบประมาณ (ล้านบาท)		หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน (สะสม)				สถานะ
	จัดสรร	เบิกจ่าย			ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	
แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า									
๑. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร ตัวชี้วัด	๙๖.๔๕๐๘	๑๓.๒๐๔๖	แห่ง ร้อยละ	๑๔๐ ๓	๙๒ -	๑๒๐ -	- -	- -	▲ ▲
๑.๑ เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย ๑.๒ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับการส่งเสริม									
๒. โครงการส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย ตัวชี้วัด	๔.๐๐๐๐	๐.๐๔๐๐	ช่องทาง ล้านบาท	๕ ๑	- -	- -	- -	- -	▲ ▲
๒.๑ จำนวนช่องทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย ๒.๒ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยผ่านช่องทางตลาดที่ส่งเสริม									
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน									
๓. ผลผลิตการรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร ตัวชี้วัด	๗๑.๖๓๗๓	๒๙.๙๒๕๔	สินค้า ล้านบาท	๑๔ ๖๒๐	๙ ๗๘.๖๕	๑๙ ๑๗๘.๒๐	- -	- -	▲ ▲
๓.๑ จำนวนชนิดสินค้าที่เชื่อมโยงผ่านตลาดข้อตกลง ๓.๒ มูลค่าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม									
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก									
๔. โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร ตัวชี้วัด	๘๗.๕๙๑๖	๔.๔๓๒๓	แห่ง ล้านบาท	๖๕ ๘๒๕	- -	- -	- -	- -	▲ ▲
๔.๑ จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ๔.๒ มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม									
แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม									
๕. โครงการรณรงค์หาราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน ตัวชี้วัด	๑๘๔.๔๓๓๘	๕๔.๖๘๑๕	ครั้ง ร้อยละ	๑,๒๔๕ ๓๐	๓๑๒ ๓๐	๖๔๔ ๓๐	- -	- -	▲ ▲
๕.๑ จำนวนการจัดหาสินค้าราคาประหยัดจำหน่ายให้แก่ประชาชน ๕.๒ ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นของประชาชนลดลง									
๖. การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า ตัวชี้วัด	๒๗๖.๕๐๓๓	๖๘.๘๗๙๕	เครื่อง/หีบห่อ ร้อยละ	๖,๕๘๔,๕๘๕ ๘๘.๐๐	๑,๙๔๘,๘๙๖ ๙๘.๙๙	๔,๕๑๓,๗๘๒ ๙๘.๙๙	- -	- -	▲ ▲
๖.๑ จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ๖.๒ สินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน									
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล									
๗. โครงการเข้าบริการระบบคลาวด์ ตัวชี้วัด	๐.๐๙๐๐	๐.๐๙๐๐	ลิขสิทธิ์ ร้อยละ	๔ ๑๐๐	๔ ๑๐๐	- -	- -	- -	● ●
๗.๑ จำนวนลิขสิทธิ์โปรแกรมสำหรับองค์กร ๗.๒ ร้อยละระบบงานเป้าหมายมีความพร้อมรองรับการทำงานรูปแบบดิจิทัล									

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการของกรมการค้าภายใน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ไตรมาสที่ ๒ (ระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๖๘ - มีนาคม ๒๕๖๙)

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า			
๑. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๙๖.๔๕๐๘	๑๓.๒๐๔๖	<p>๑.๑ พัฒนาศักยภาพ สร้างรายได้ และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดสินค้าเกษตร</p> <p>๑) จัดอบรมพัฒนาศักยภาพ ความรู้ และความสามารถในการแปรรูปสินค้าเกษตร ให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จำนวน ๗๘๘ ราย ในพื้นที่ ๑๑ จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี เชียงราย นครสวรรค์ นครปฐม นครราชสีมา ตาก พิษณุโลก น่าน พัทลุง แม่ฮ่องสอน และเชียงใหม่</p> <p>๒) ส่งเสริมและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูป โดยการเชื่อมโยงสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ๒๐ กลุ่ม มาจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ภายในงาน “Thailand Rice Fest ๒๐๒๕” ณ อิมแพคเมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี เมื่อวันที่ ๔ - ๗ ธันวาคม ๒๕๖๘</p> <p>๑.๒ เสริมสร้างความรู้ และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ</p> <p>๑) จัดตลาดนัดข้าวเปลือก เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีทางเลือกและอำนาจต่อรองในการจำหน่ายผลผลิต รวมทั้งสิ้น ๔๒ ครั้ง ในพื้นที่ ๒๙ จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน นครสวรรค์ แพร่ พิจิตร พะเยา พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลำปาง กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ยโสธร ร้อยเอ็ด สกลนคร หนองคาย ลำพูน นครพนม มุกดาหาร ราชบุรี หนองบัวลำภู อุดรธานี กาญจนบุรี เพชรบุรี ขอนแก่น ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ สิงห์บุรี และอ่างทอง เกิดปริมาณการซื้อขาย รวมทั้งสิ้น ๓๖,๓๘๑.๙๖ ตัน มูลค่า ๓๔๐.๕๕ ล้านบาท โดยราคาขายข้าวเปลือกเฉลี่ยในพื้นที่ตลาดนัดข้าวเปลือกสูงกว่าราคาตลาดทั่วไป ๑๐๐ - ๒,๕๗๐ บาท/ตัน</p> <p>๒) จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดเพื่อรักษาเสถียรภาพสินค้าเกษตร รวมทั้งสิ้น ๔ ครั้ง ในพื้นที่ ๔ จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี ตาก น่าน และนครราชสีมา เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและมีความเข้าใจมากขึ้นในด้านการตลาด มาตรการและนโยบายของรัฐบาลในการช่วยเหลือเกษตรกร โดยมีผู้ร่วมกิจกรรม รวมทั้งสิ้น ๑๗๗ ราย</p> <p>๑.๓ พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)</p> <p>๑) พัฒนาศักยภาพ Farm Outlet อยู่ระหว่างดำเนินการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพศูนย์ฯ อาทิ การปรับปรุงภาพลักษณ์ จัดทำป้าย และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าเกษตรชุมชน</p> <p>๒) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ โดยจัดทำวัสดุประชาสัมพันธ์ อาทิ แก้วน้ำ จำนวน ๓,๐๐๐ ใบ แจกจ่ายให้กับศูนย์ฯ เพื่อใช้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๑.๔ ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์</p> <p>๑) พัฒนาหมู่บ้านอินทรีย์ อยู่ระหว่างดำเนินการสำรวจความต้องการในการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของหมู่บ้านอินทรีย์ จำนวน ๒๒ แห่ง อาทิ การปรับปรุงสภาพลักษณะ การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกทางการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่าย การจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มมูลค่า การศึกษาดูงานต่อยอดเชิงพาณิชย์ ฯลฯ</p> <p>๒) ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมสินค้าอินทรีย์ โดยจัดทำคลิปวิดีโอและเผยแพร่ผ่าน Social Media เพื่อสร้างการรับรู้หมู่บ้านอินทรีย์ในความส่งเสริมและส่งเสริมการบริโภคสินค้าอินทรีย์</p>
			<p>๑.๕ ส่งเสริมการตลาดผลไม้</p> <p>เชื่อมโยงการจำหน่ายและกระจายผลผลิต รวมทั้งสิ้น ๕ ครั้ง ได้แก่ (๑) ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจังหวัดราชบุรี บริหารจัดการการกระจายมะพร้าว น้ำหอมออกนอกแหล่งผลิต โย (๒) ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัด (ยกเว้นจังหวัดแหล่งผลิตที่สำคัญ ๕ จังหวัด) เปิดจุดจำหน่ายมะพร้าว น้ำหอม เพื่อเชื่อมโยงผลผลิตสู่ตลาดปลายทาง (๓) ส่งเสริมและรณรงค์การบริโภคผลไม้ ผ่านรายการ Masterchef Thailand (๔) เชื่อมโยงผลผลิตมะพร้าว ๒,๕๐๐ ตัน เพื่อกระจายออกนอกแหล่งผลิต และ (๕) เชื่อมโยงผลไม้สู่ตลาดต่างประเทศ ผ่านงาน Gulfood @Dubai Expo City วันที่ ๒๖ - ๓๐ มกราคม ๒๕๖๘ ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์</p>
			<p>๑.๖ พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันสินค้าปศุสัตว์และสัตว์น้ำ</p> <p>จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าปศุสัตว์และสัตว์น้ำ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายส่งเสริมการบริโภค และเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าเกษตรไทย รวม ๕ ครั้ง ได้แก่ (๑) เชื่อมโยงจำหน่ายไข่ไก่ผ่านกลไกพาณิชย์จังหวัด ๗๖ จังหวัด ระหว่างวันที่ ๑๗ - ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ (๒) เชื่อมโยงจำหน่ายและรณรงค์บริโภคกุ้งในงาน “วันกุ้งเพชรบุรี ครั้งที่ ๔” เมื่อวันที่ ๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ (๓) เชื่อมโยงจำหน่ายและรณรงค์บริโภคกุ้งในงาน “ดินของพ่อ สานต่อของดีศรีจันทร์” เมื่อวันที่ ๒๙ พฤศจิกายน - ๘ ธันวาคม ๒๕๖๘ (๔) ส่งเสริมการบริโภคกุ้งในงาน “เทศกาลกุ้งจันทร์” ครั้งที่ ๓ เมื่อวันที่ ๒๖ - ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๘ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล จังหวัดจันทบุรี และ (๕) เชื่อมโยงจำหน่ายปลาโลจากจากแหล่งผลิตสำคัญ ๓๕ จังหวัด สู่ตลาดปลายทาง</p>
			<p>๑.๗ พัฒนาการตลาดข้าวเกษตรกร</p> <p>เสริมสร้างความรู้ด้านการพัฒนาตลาดข้าว ให้กับวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกร เป้าหมาย ๒๐ กลุ่ม อยู่ระหว่างพิจารณาปรับรูปแบบการดำเนินกิจกรรมในโครงการฯ</p>
			<p>๑.๘ ยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย</p> <p>จัดงานพิธีมอบรางวัลการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ประจำปี ๒๕๖๘ (ครั้งที่ ๔๓) ภายในงาน Thailand Rice Fest ๒๐๒๕ ระหว่างวันที่ ๔ - ๗ ธันวาคม ๒๕๖๘ ณ อิมแพ็คเมืองทองธานี พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			สร้างการรับรู้ข่าวหอมมะลิของผู้ชนะการประกวดฯ ปี ๒๕๖๘ จำนวน ๒๑ ราย (เกษตรกรรายบุคคล ๑๘ ราย และสถาบันเกษตรกร ๓ ราย) เพื่อส่งเสริมต่อยอด สร้างโอกาสในการซื้อขาย เพิ่มประสบการณ์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า)
			๑.๙ ส่งเสริมการตลาดและการบริโภคผลไม้ไทย (Thailand Fruit Festival) อยู่ระหว่างดำเนินการ
			๑.๑๐ จัดกิจกรรมตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) อยู่ระหว่างดำเนินการ
			๑.๑๑ บริหารจัดการและส่งเสริมการตลาดพืชหัว เชื่อมโยงซื้อขายหอมแดงระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ ภายใต้ “โครงการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง จังหวัดศรีสะเกษ ปีการผลิต ๒๕๖๘/๖๙” ปริมาณ ๓๔๐.๑๘ ตัน เพื่อกระจายออกนอกแหล่งผลิต
			๑.๑๒ ศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างตลาดสินค้าสุกรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดำเนินการจ้างศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสุกรและโครงสร้างตลาดทั้งระบบ
			๑.๑๓ ศึกษาอัตราการสีแปรข้าวไทย ดำเนินการจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ศึกษาอัตราสีแปรข้าวไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลอัตราสีแปรข้าวเฉลี่ยทั่วประเทศที่ถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
๒. โครงการส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย	๔.๐๐๐๐	๐.๐๔๐๐	๒.๑ ส่งเสริมช่องทางจำหน่ายและรณรงค์การบริโภค เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย อยู่ระหว่างดำเนินการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรปลอดภัยออกนอกแหล่งผลิต โดนร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดน่าน และเพชรบูรณ์
			๒.๒ ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ ถุงใส่ผัก เพื่อแจกจ่ายให้กับเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัยที่เข้าร่วมโครงการฯ สำหรับจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และสร้างการรับรู้
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน			
๓. ผลผลิตรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร	๗๑.๖๓๗๓	๒๙.๙๒๕๔	๓.๑ พัฒนาประสิทธิภาพระบบตลาดและโลจิสติกส์ ๑) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดกลางและตลาดสด โดยการจัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายตลาดกลางและตลาดสดในความส่งเสริม อาทิ มหกรรมสินค้าลดราคาเทศกาลกินเจ อิมบูนู ราคาประหยัด (๒๑ - ๒๙ ตุลาคม ๒๕๖๘) งาน “พาณิชย์ส่งสุข รับตรุษจีน ปีม้าทอง ๒๐๒๖” (๑๓ - ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙) รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของตลาดฯ ในความส่งเสริม รวม ๒๐ ครั้ง

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๒) ส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดข้อตกลง</p> <p>๒.๑) ดำเนินการเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้ประกอบการให้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร ภายใต้สัญญามาตรฐานของกรมการค้าภายใน จำนวน ๓๙ สินค้า ได้แก่ ส้มเขียวหวาน ส้มโอ โกโก้ เงาะ กล้วย ละมุด อโวคาโด ฝรั่ง มะม่วง ทูเรียน เสาวรส ลำไย มะนาว เมล่อน มะปรางหวาน แตงโม แก้วมังกร ลิ้นจี่ มันแกว สับปะรด พุทรา มังคุด ลองกอง สละ อินทผลัม กระท้อน มะละกอ ชมพู่ ฟักทอง ผักเชียงดา มะเขว่น ผักสลัด หอมแดง กระเทียม หอมหัวใหญ่ ข้าวเกรียบผักเคล กล้วยฉาบ สมุนไพรไล่มอด และปิ่นขลิบ รวม ๒๗๕ สัญญา ปริมาณ ๑๘,๙๑๕.๘๙ ตัน มูลค่า ๖๔๔.๑๕ ล้านบาท</p> <p>๒.๒) ดำเนินการจัดอบรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากตลาดข้อตกลงให้กับเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๒ ครั้ง ได้แก่ (๑) เมื่อวันที่ ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ ณ โรงแรมไอชานา โคราช จังหวัดนครราชสีมา โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น ๑๐๖ ราย และ (๒) เมื่อวันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๘ ณ สำนักงานเกษตร จังหวัดพังงา โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น ๘๒ ราย รวมทั้งดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบตลาดข้อตกลง</p> <p>๓) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ระหว่างดำเนินการ</p> <p>๔) ส่งเสริมและพัฒนาคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น โดยดำเนินการตรวจสอบการประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็นให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. ๒๕๕๘ รวมทั้งสิ้น ๒๕ ครั้ง</p> <p>๓.๒ ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร</p> <p>๑) ขยายตลาดรองรับผลผลิตสินค้าเกษตร เพื่อช่วยให้เกษตรกรมีตลาดรองรับผลผลิตและรายได้ที่แน่นอน อาทิ การเชื่อมโยงไซโก่จากเกษตรกรสู่ผู้บริโภคโดยตรง ผ่านกลไกพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ ๑๗ - ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ การเชื่อมโยงจำหน่ายมะพร้าว น้ำหอม ผ่านเครือข่ายพันธมิตร ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร การเชื่อมโยงจำหน่ายหอมแดงและหอมใหญ่ ผ่านงานธงฟ้า</p> <p>๒) ติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ โดยการจัดทำรายงานสถานการณ์ด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตร ทั้งในรูปแบบรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน รวมทั้งจัดทำข้อมูลเตือนภัยสินค้าเกษตร แนวโน้มสถานการณ์สินค้าเกษตร เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร รวมทั้งเผยแพร่สร้างการรับรู้ เพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ใช้ประโยชน์</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๓.๓ ตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร</p> <p>๑) ตรวจสอบเครื่องจักรยนต์และเครื่องจักรสำหรับซื้อขายสินค้าเกษตร (เครื่องวัดอัตราส่วนแบ่งในหัวมัน เครื่องวัดความชื้นข้าว/ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และเครื่องคัดลำไย) รวมทั้งสิ้น ๖๒,๕๐๓ เครื่อง</p> <p>๒) กำกับดูแลและติดตามตรวจสอบสินค้าเกษตรตามกฎหมายและนโยบายรัฐบาล เช่น การซื้อขายสินค้าเกษตร การปิดป้ายแสดงราคา การเก็บรักษา และการเคลื่อนย้าย รวมทั้งปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยได้ดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบการสินค้าเกษตร รวมทั้งสิ้น ๓๐๓ ราย</p> <p>๓.๔ ดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร</p> <p>จัดประชุมคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงานและติดตามสถานการณ์แก้ไขปัญหาสินค้าข้าวมันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และวัตถุดิบอาหารสัตว์ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร รวมทั้งสิ้น ๗๑ ครั้ง</p>
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก			
๔. โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร	๘๗.๕๙๑๖	๔.๔๓๒๓	๔.๑ ตลาดต้องชมยุคใหม่ พื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน เพิ่มรายได้ ขยายโอกาสให้กับท้องถิ่น อยู่ระหว่างดำเนินการ
			๔.๒ หมู่บ้านทำมาค้าขาย อยู่ระหว่างดำเนินการ
แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม			
๕. โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน	๑๘๔.๔๓๓๘	๕๔.๖๘๑๕	<p>๕.๑ จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด</p> <p>จัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคมาจัดจำหน่ายให้แก่ประชาชนในราคาประหยัด เพื่อลดภาระค่าครองชีพ และเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนได้เลือกซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม รวมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น รวมทั้งสิ้น ๗๒๑ ครั้ง ลดค่าครองชีพให้กับประชาชน ๕๒.๘๕ ล้านบาท</p> <p>๕.๒ ส่งเสริมร้านค้าและร้านอาหารธงฟ้า</p> <p>๑) ร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัด รับสมัครร้านค้าปลีกหรือโชห่วยท้องถิ่นเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยมีช่องทางในการเข้าถึงสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม พร้อมทั้งสนับสนุนการเชื่อมโยงสินค้าสู่ร้านธงฟ้า ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น ๑๖๙,๖๔๘ ร้าน</p> <p>๒) ร้านอาหารธงฟ้า รับสมัครร้านอาหารที่มีลักษณะ “อร่อย คุณภาพดี สะอาด ประหยัด” และมีรายการอาหารที่จำหน่ายราคาไม่เกิน ๓๕ บาท/จาน/ชาม/ถุ้ง เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จในราคาประหยัด ปัจจุบันมีร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ รวมทั้งสิ้น ๕,๒๑๐ ร้าน</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
๖. ผลผลิตการดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	๒๗๖.๕๐๓๓	๖๘.๘๗๙๕	<p>๖.๑ กำกับดูแลสินค้าและบริการ และมาตรฐานการชั่งตวงวัด</p> <p>๑) กำกับดูแลสินค้าและบริการ</p> <p>(๑) กำหนดสินค้าและบริการควบคุม เพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่าย หรือเงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และดูแลให้สินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพมีระดับราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุน จำนวน ๖๒ รายการ (๕๗ สินค้า ๕ บริการ) พร้อมทั้งมาตรการกำกับดูแล อาทิ การกำหนดราคาจำหน่าย การแจ้งขออนุญาตก่อนการเปลี่ยนแปลงราคา การแจ้งปริมาณ ราคา สถานที่เก็บ เป็นต้น</p> <p>(๒) ให้แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้าและบริการ จำนวนผ ๒๙๐ รายการ (๒๔๐ สินค้า ๕๐ บริการ) แสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร จำนวน ๓๒ รายการ รวมถึงให้แสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ ทุกรายการ เพื่อคุ้มครองให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสในการเปรียบเทียบราคาสินค้าและค่าบริการก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ</p> <p>(๓) กำหนดสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแล จำนวน ๒๔๒ รายการ (๒๑๙ สินค้า ๒๓ บริการ) เพื่อติดตามดูแลมิให้มีการฉวยโอกาสเอาเปรียบผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม โดยมีการแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการในการติดตามดูแลเป็น ๓ กลุ่ม ตามระดับความสำคัญ ได้แก่ Sensitive List (SL) Priority Watch List (PWL) และ Watch List (WL)</p> <p>(๔) กำกับดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์ ให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย โดยให้โรงพยาบาลเอกชน แจ้งราคาซื้อและราคาจำหน่าย ยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นเกี่ยวกับการรักษาโรค รวมทั้งแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน แสดงเครื่องหมาย QR Code ซึ่งเป็นข้อมูลเปรียบเทียบราคาจำหน่ายอย่างเปิดเผย ชัดเจน เพียงพอต่อการพบเห็น และประเมินค่ารักษาพยาบาล ตามการวินิจฉัยเบื้องต้นให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้ง ตลอดจนให้แจ้งราคา ยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นของสถานพยาบาล ให้ผู้ป่วยทราบก่อนจำหน่ายหรือให้บริการเมื่อได้รับการร้องขอ รวมทั้งกำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้แทนจำหน่ายของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า แจ้งราคาที่ยาจำหน่ายให้กับโรงพยาบาล</p> <p>(๕) ดำเนินมาตรการลดค่าครองชีพและต้นทุนของเกษตรกร</p> <p>(๕.๑) มหกรรมสินค้าลดราคาเทศกาลกินเจ อิมบูนู ราคาประหยัด ระหว่างวันที่ ๒๑ - ๒๙ ตุลาคม ๒๕๖๘ โดยร่วมกับภาคีเครือข่ายพันธมิตร อาทิ สมาคมตลาดสดไทย สมาคมการค้าตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรไทย สมาคมการค้าอาหารอนาคตไทย (TFA) ผู้ผลิต ห้างค้าปลีกค้าส่ง ร้านสะดวกซื้อ ร้านเครื่องดื่ม และ Platform Online จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลกินเจ</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>(๕.๒) งานพาณิชย์ลดราคา “New Year Mega Sale ๒๐๒๖” ระหว่างวันที่ ๒๓ ธันวาคม ๒๕๖๘ - ๓๑ มกราคม ๒๕๖๙ โดยร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการและห้างโมเดิร์นเทรดกว่า ๑๘๐ ราย ผู้ให้บริการต่าง ๆ กว่า ๗๐ ราย และแพลตฟอร์มจำหน่ายสินค้าออนไลน์กว่า ๒๕๐ ราย นำสินค้ามาจัดโปรโมชั่นลดราคาจำหน่ายสูงสุดกว่า ๘๐% เพื่อแบ่งเบาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน</p> <p>(๕.๓) งาน “พาณิชย์ส่งสุข รับตรุษจีน ปีม้าทอง ๒๐๒๖” ระหว่างวันที่ ๑๓-๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙ โดยร่วมกับสมาคมตลาดสดไทย ตลาดกลางค้าส่งสินค้าเกษตรไทย เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเทศกาลตรุษจีน ในราคาประหยัด เช่น ไก่ต้มสุก ชุดไว้เจ้า ควบคุมการจัดโปรโมชั่นในห้างค้าส่งค้าปลีก ลดสูงสุด ๕๐%</p> <p>(๕.๕) งาน “Back To School ๒๐๒๖” (เปิดเทอมใหญ่ สบายกระเป๋า) ระหว่างวันที่ ๓๐ เมษายน - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๙ โดยร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และแพลตฟอร์มออนไลน์ จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าและบริการด้านการศึกษากว่า ๑,๐๐๐ รายการ สูงสุดถึง ๘๖% ครอบคลุมทั้งเครื่องแบบนักเรียน รองเท้านักเรียน อุปกรณ์การเรียน ผลิตภัณฑ์นม อุปกรณ์สำนักงาน สินค้าไอที รวมถึงบริการด้านการศึกษาและการเรียนรู้ เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพให้กับผู้ปกครอง</p> <p>(๕.๖) จัดงานธงเขียวราคาประหยัด “ปุ๋ยถูก ยาดี ต้องที่ธงเขียว” เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในราคาประหยัด โดยจัดหาปุ๋ยเคมี ๖ สูตร (๔๖-๐-๐, ๑๖-๒๐-๐, ๑๕-๑๕-๑๕, ๑๖-๑๖-๑๖, ๑๖-๘-๘ และ ๑๘-๘-๘) มาจำหน่ายให้เกษตรกรในราคาประหยัด ลดราคากระสอบละ ๒๐๐ บาท (ไม่เกินคนละ ๕ สอบ) รวม ๑๐ ครั้ง โดยสามารถลดต้นทุนให้กับเกษตรกรกว่า ๒๑ ล้านบาท</p> <p>(๖) กำกับดูแลและตรวจสอบให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบพฤติกรรมการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันการกักตุนและการฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่านสายด่วน ๑๕๖๙ โดยได้มีการดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น ๖๑,๕๒๕ ราย พบการกระทำผิด จำนวน ๑๐๖ ราย ได้เปรียบเทียบปรับเป็นเงินทั้งสิ้น ๑๖๒,๕๐๐ บาท</p> <p>(๗) ยกระดับศักยภาพการกำกับดูแลการค้าในประเทศ โดยดำเนินการจ้างเหมาบุคลากรภายนอกเป็นผู้ช่วยเจ้าพนักงานตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ ประจำศูนย์ซึ่งตวงวัด/สำนักงานสาขาซึ่งตวงวัด รวม ๓๒ แห่ง รวม ๖๐ คน เพื่อสอดส่อง ติดตามและรายงานภาวะราคาสินค้า รวมทั้งสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านการกำกับดูแลการซึ่งตวงวัดของศูนย์ซึ่งตวงวัด/สำนักงานสาขาซึ่งตวงวัด</p> <p>๒) กำกับดูแลเครื่องซึ่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้า โดยดำเนินการตรวจสอบเครื่องซึ่งตวงวัด รวมถึงมาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซแอลพีจี ก๊าซเอ็นจีวี ให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง รวมถึงการบรรจุหีบห่อมีน้ำหนักครบถ้วน ถูกต้อง รวมทั้งสิ้น ๔,๑๙๙,๕๒๓ เครื่อง/หีบห่อ รวมทั้งกำกับดูแล</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>ให้ผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งในการผลิต นำเข้า ขาย ซ่อม และให้บริการซึ่งตวงวัด มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนตรวจสอบและแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียน</p> <p>๖.๒ เสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตร</p> <p>ส่งเสริมให้มีอาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อเป็นเครือข่ายภาคประชาชนในการดูแล สอดส่องและรายงานข้อมูลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้กับกรมการค้าภายใน ปัจจุบันมีจำนวนเครือข่ายประเภทประจำ ๕๕๐ คน พร้อมทั้งจัดสัมมนาเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับแนวทางการทำงานให้แก่เครือข่ายอาสา ทั้งในพื้นที่ภาคตะวันออก เชียงเหนือ (๒๓ - ๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๘) ภาคเหนือ (๒๗ - ๒๘ มกราคม ๒๕๖๙) ภาคใต้ (๒๔ - ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙) และภาคใต้ (๒๓ - ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๙)</p>
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล			
๗. โครงการเช่าบริการระบบคลาวด์	๐.๐๙๐๐	๐.๐๙๐๐	ดำเนินการจัดซื้อ License โปรแกรมประชุมทางไกล Zoom Meeting จำนวน ๔ License โดยมีสิทธิ์การใช้งานระยะเวลา ๑ ปี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานระยะไกล จะช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางสำหรับการประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา และเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
กรมการค้าภายใน