

กรมการค้าภายใน

DEPARTMENT OF INTERNAL TRADE



หมู่บ้านทำมาค้าขายวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มปิ่นหยาบาคึก จังหวัดสตูล



บก.ขอบคุณ

สวัสดิคุณผู้อ่านทุกท่าน กลับมาพบกันใน DIT สารสน์ ฉบับเดือนธันวาคม 2565 ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ที่คนส่วนใหญ่ นิยมมอบกระเช้าของขวัญ เราจึงนำเสนอวิธีเลือกซื้อกระเช้ามาฝากกันค่ะในคอลัมน์ DIT Insight หรือใครจะเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาจัดกระเช้าเอง เราก็แนะนำฟาร์มเอ้าเล็ทชุมชน ที่มีอยู่ทุกภาค ทั่วประเทศไทย ภายใต้การส่งเสริมของ กรมการค้าภายใน ที่นำสินค้าจากเกษตรกร มาจัดจำหน่ายผ่านฟาร์มเอ้าเล็ทโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่สดใหม่ และเกษตรกรก็มีช่องทางการจัดจำหน่าย ทำให้มีรายได้กลับสู่ชุมชน นอกจากนี้ กรมการค้าภายในยังได้จัดอบรมพัฒนาฟาร์มเอ้าเล็ทชุมชนติดตามได้ในคอลัมน์ DIT Focus เพื่อเพิ่มคุณภาพพัฒนาศักยภาพมากขึ้น ส่วนใครวางแผนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล คอลัมน์หมู่บ้านทำมาค้าขาย เราขอแนะนำหมู่บ้านทำมาค้าขายวิสาหกิจชุมชน กลุ่มป็นหยาบาดัก จังหวัดสตูล เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การทำผ้าบาติก และมีความน่ารักๆ ให้แวะพักกันด้วย ส่วนคอลัมน์ DIT Talk มาพูดคุยเรื่องการปลูกกระแสรองรับ “บริโภคนิยมไทย” พร้อมกับไขข้อข้องใจที่บอกกันว่ากินข้าวแล้วอ้วน จริงหรือไม่? หากคำตอบได้ที่คอลัมน์ DIT Talk ค่ะ และยังมีสิ่งที่น่าสนใจอีกมากมาย ฝากติดตามในเล่มนี้ และเล่มต่อไปด้วยนะคะ รับรองว่าปีหน้ามีสิ่งดีๆ มาฝากกันแน่นอน

CONTENT

DIT Insight

เปิดกรีก เลือกซื้อกระเช้าปีใหม่ 03

DIT Talk

กรมการค้าภายใน ปลุกกระแสวัยรุ่น “บริโภคนิยมไทย”
หวังกระตุ้นการบริโภคข้าวไทยให้เติบโต 04

หมู่บ้านทำมาค้าขาย

หมู่บ้านทำมาค้าขายวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มป็นหยาบาดัก จังหวัดสตูล 06

ชวน Check in ตลาดต้องชม

ตลาดน้ำะกังนวม 100 ปี
จังหวัดนราธิวาส 08

DIT Focus

กรมการค้าภายใน ทิวเข้มเจ้าของ
‘ฟาร์มเอ้าเล็ท’ ชุมชน เร่งปรับตัวหลังโควิด-19
สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน 10

Youtube DIT Channel

หมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ปี 2565 :
กระจูดวรรณ จังหวัดพัทลุง 12

คณะผู้จัดทำ

กลุ่มประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วม
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
โทรศัพท์ 0-2507-5622
โทรสาร 0-2547-5378

หน่วยงาน

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

ออกแบบโดย

บริษัท กรีนไลน์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด
786/281 ซอยสุขุมวิท 55 (ทองหล่อ)
แขวงคลองตันเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

DIT Insight

เปิดทริคเลือกซื้อกระเช้าปีใหม่



แสดงรายการสินค้ากระเช้าปีใหม่
ควรมีแสดงรายการสินค้าทั้งหมด
รวมถึงต้องระบุขนาด ปริมาณ
ราคาสินค้าแต่ละรายการ
และค่ากระเช้าหรือบรรจุภัณฑ์นั้นด้วย



แสดงราคาสินค้า
อย่างชัดเจน

หากมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ
ต้องแสดงข้อมูลให้ชัดเจน
เช่น ค่าบริการจัดกระเช้า



แสดงราคาจำหน่าย
ตรงกับราคาที่จำหน่ายจริง

ปีใหม่นี้จึงขอเชิญชวนคุณผู้อ่านร่วมเป็นผู้บริโภคที่รักษาสีกริของตนเอง
อ่านฉลากสินค้า และดูราคาก่อนซื้อทุกครั้ง เพื่อเปรียบเทียบราคาและปริมาณ
ก่อนตัดสินใจซื้อ หากไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ
สามารถแจ้งได้ที่สายด่วน 1569 ค่ะ



สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่



สายด่วน



1569

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

DIT Talk

กรมการค้าภายใน ปลุกกระแสวัยรุ่น “บริโภคข้าวไทย”
หวังกระตุ้นการบริโภคข้าวไทยให้เติบโต

ปัจจุบันการบริโภคข้าวของคนไทยมีแนวโน้มลดลง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากวิถีชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ความเร่งรีบของสังคมเมือง ความนิยมบริโภคอาหารคาร์โบไฮเดรตชนิดอื่น โดยเมื่อปี 2561 คนไทยเคยกินข้าวเฉลี่ยสูงถึง 100 กก./คน/ปี แต่ตอนนี้คนไทยกินข้าวเฉลี่ยเพียง 75 กก./คน/ปี หรือลดลงกว่า 25% โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรวัยเด็ก วัยรุ่น และวัยทำงานที่กินข้าวเฉลี่ยเพียง 72 กก./คน/ปี เท่านั้น และในกรุงเทพฯ การบริโภคข้าวลดลงเหลือ 50 กก./คน/ปี กรมการค้าภายในและสมาคมผู้ประกอบการข้าวถุงไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการกระตุ้นการบริโภคสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคุณประโยชน์ข้าวไทยที่หลากหลาย

เนื่องจากเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2565 กรมการค้าภายใน และภาคเอกชนจึงได้ร่วมกันจัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคข้าวไทย ณ สามย่านมิตรทาวน์ กรุงเทพมหานคร เพื่อปลุกคืบให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ได้เห็นถึงความสำคัญของข้าวไทย มีความรู้ ความเข้าใจ และรู้จักข้าวไทยมากขึ้น ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนในการกระจายและกระตุ้นให้มีการบริโภคข้าวมากขึ้น และเพื่อเป็นกำลังใจให้กับชาวนา โดยข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของไทย ในหนึ่งปีข้าวสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไม่น้อยกว่า 100,000 ล้านบาท





โดยการจัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคข้าวไทยยังสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์ข้าวไทยที่มีหลากหลาย ซึ่งมีคุณค่าทางอาหาร โปรตีนและวิตามินหลากหลาย มีทั้งสายพันธุ์ให้น้ำตาลน้อย ไม่ทำให้อ้วน อีกทั้งกิจกรรมดังกล่าวยังช่วยกระตุ้นให้เยาวชนและประชาชนได้รับทราบวิธีการนำข้าวหลากหลายชนิดมาหุงผสมกัน เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในแต่ละครัวเรือน เช่น การหุงข้าวเจ้าผสมกับข้าวเหนียว หรือข้าวกล้อง เพื่อให้ได้รสชาติแตกต่าง ทั้งนี้ กรมการค้าภายในจะดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์รณรงค์บริโภคข้าวให้กับประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชนคนรุ่นใหม่ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และร่วมกับโรงเรียนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และใกล้เคียง เพื่อส่งเสริมการบริโภคข้าวในสถานศึกษาต่อไป โดยเชื่อมั่นว่าจะช่วยกระตุ้น และสร้างความต้องการบริโภคข้าวไทยในกลุ่มวัยรุ่นในอีกทางหนึ่ง



หมู่บ้านทำมาค้าขาย

หมู่บ้านทำมาค้าขายวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มปิ่นหยาบาคิก บ้านปากละงู จังหวัดสตูล



“กลุ่มปิ่นหยาบาคิก บ้านปากละงู” เริ่มต้นจากการชักชวนแม่บ้านในชุมชน เพื่อหารายได้เสริม และสร้างความสัมพันธ์ภายในชุมชน รวมกลุ่มกันผลิตผ้าบาติก

จุดเด่นของผ้าบาติกที่นี่ แตกต่างจากที่อื่น เนื่องจากเป็นผ้ามัดย้อมที่ใช้สีจากธรรมชาติ อาทิ สีส้มส้มอ่อนที่ได้จากดินโบราณในพื้นที่ ที่เรียกว่า ‘ดินแควร์ราโรชา’ ซึ่งเป็นดินที่อยู่ในยุคเดียวกับฟอสซิล ทำให้ผ้าบาติก

บ้านปากละงู มีความโดดเด่นและเรื่องราวที่ไม่เหมือนใคร แต่ทว่าอยากได้สีที่สดขึ้นมาหน่อยก็ใช้สีจากดินแควร์ราโรชาเป็นพื้นและใช้สีบาติกผสมเข้าไป

ขั้นตอนการทำก็ไม่ง่ายเลย ต้องใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องมีความละเอียดในทุกขั้นตอน เริ่มต้นโดยการนำดินแควร์ราโรชามาดละเอียดย่อย ด้วยการตำให้ละเอียด และผสมน้ำเซ็กไว้ประมาณ 3-4 สัปดาห์ เพื่อให้เนื้อดินนุ่ม กรองกากดิน





และผสมเกลือลงไป หลังจากนั้นจึงนำผ้าลงไปย้อมประมาณ 7 วัน โดยต้องขยำผ้าทุกวัน วันละ 3-4 ครั้ง ถือว่าเป็นกรรมวิธีการทำที่ต้องอาศัยความละเอียดและใส่ใจอย่างมากเลยล่ะ ส่วนลวดลายก็โดดเด่นเช่นกัน เนื่องจากดินที่นำมาย้อมเป็นดินโบราณในยุคฟอสซิล ลวดลายที่ถูกคิดค้นส่วนใหญ่จึงเป็นลายฟอสซิล เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นมา (Story) ของปันทยาบาติก

ทั้งนี้ กรมการค้าภายใน ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปันทยาบาติก บ้านปากละงู จังหวัดสตูล จึงให้ผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยพัฒนาลวดลายผ้าบาติก เป็นลาย “ก้อนหิน” ทำให้มีลายที่หลากหลายมากขึ้น

และไม่ต้องรอการขึ้นลาย สามารถทำได้เลย ทำให้สามารถผลิตและจำหน่ายได้รวดเร็วขึ้น นอกจากนั้นยังมีการถ่ายทอดวิธีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้สร้างรายได้กลับสู่ชุมชนมากกว่าเดิมอีกด้วย

นอกจากที่จะมีการจำหน่ายผ้าบาติกแล้ว ยังเปิดบริการให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม เรียนรู้ การทำผ้าบาติก ซึ่งมี “ปันทยาคาเฟ่” ให้บริการนักท่องเที่ยว ถ้าคุณผู้อ่านสนใจซื้อสินค้า มาท่องเที่ยว หรือเรียนรู้การทำผ้าบาติก รวมถึงผ้าปาเต๊ะ สอบถามได้ที่ Facebook : Panya Batik หรือ หมู่บ้านท่ามาคำงายวิสาหกิจชุมชนปันทยาบาติก เลขที่ 263 หมู่ที่ 2 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล



ชวน Check in ตลาดต้องชม ตลาดน้ำะกัง นม 100 ปี จังหวัดนราธิวาส ชิมของหวาน ราคาอาหารสบายกระเป๋า



คอลัมน์ชวน Check-in ตลาดต้องชม ขอชวนคุณผู้อ่านทุกท่านสวนกระแสการขึ้นเหนือไปรับลมหนาวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ มาลองได้สุดของประเทศไทยเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำท่าเรือการค้าเก่าในจังหวัดนราธิวาสกันที่ ตลาดต้องชม ตลาดน้ำะกัง นม 100 ปี ต.บางนาค อ.เมือง จ.นราธิวาส ส่งต่อความอร่อยของอาหารและนมพื้นเมืองสูตรโบราณที่หาทานยากในปัจจุบัน มีสินค้าให้นักท่องเที่ยวได้เลือกชมเลือกชิม เลือกซื้อหลากหลายในราคาสบายกระเป๋า

สะอาด และถูกสุขลักษณะ พร้อมพักผ่อนหย่อนใจไปกับบรรยากาศริมคลองยะกัง ทั้งพื้นที่นั่งทานอาหารกลางแจ้งบนแพไม้ หรือหากใครอยากหากิจกรรมทำก็มีเรือท่องเที่ยวและเรือปั่นให้บริการ สำหรับสายแคมป์ปิ้งต้องไม่พลาด บริการเช่าพื้นที่พักผ่อนยามค่ำคืน นั่งชมดาวริมน้ำพร้อมสังสรรค์กับมิตรสหาย ซึ่งรับรองว่าทุกท่านจะได้เก็บเกี่ยวบรรยากาศการท่องเที่ยวชุมชนแบบเต็มอิ่ม 2 วัน 1 คืน ไปอย่างน่าประทับใจแน่นอนค่ะ

“ตลาดน้ำยะกัง นม 100 ปี” ขึ้นชื่อเสียงในเรื่องนมพื้นเมืองเก่าแก่ของชาวนราธิวาสและชาวมลายู จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวหายาก ชื่อไม่คุ้นหู ที่นักท่องเที่ยวนิยมแวะมาเยี่ยมเยือน เช่น นมบาตาบูโระ หรือเรียกอีกชื่อว่า นมหมอนเก่า ด้านนอกทำจากแผ่นแป้งข้าวเจ้า ด้านในสอดไส้มะละกอ ราดน้ำกะทิใส่ตะไคร้ ฟังดูแล้วอาจคิดว่าไม่น่าเข้ากัน แต่พอได้ชิมต้องเปลี่ยนความคิดทันที เพราะมันเข้ากัน และยังรสชาติดีอีกด้วย ส่วนนมมาเก๊าทำจากแป้ง ไข่ น้ำตาล และกะทิ เนื้อนมคล้ายนมหม้อแกงสังขยา และนมปียานา มีส่วนประกอบสำคัญอย่าง แป้ง ไข่ น้ำตาล และใบเตย รสชาติหวานกลมกล่อม หอมกลิ่นใบเตย กรอบนอกนุ่มใน นมกรือปะ คล้ายข้าวเกรียบ ปิดท้ายด้วยมาคูลาตง หรือนมรวงผึ้ง ทำมาจากแป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า กะทิ และน้ำตาลผสมรวมกัน นวดให้เหนียวแล้วนำไปปั้นกับไม้เสียบแล้วย่างให้สุก นอกจากนี้ ยังมีอาหารทั้งคาวและหวานอีกมากมาย ที่รอให้คุณผู้อ่านได้ลิ้มลอง

ตลาดต้องชมตลาดยะกัง นม 100 ปี เปิดให้บริการทุกวันศุกร์-เสาร์ ตั้งแต่เวลา 12.00- 21.00 น. การเดินทางไม่ยาก เพราะห่างจากใจกลางเมืองนราธิวาสเพียง 4 กิโลเมตร ซึ่งสามารถจับรถยนต์ส่วนตัวมุ่งหน้าไปทางทิศใต้ ด้วยถนนหมายเลข 4055 ทางเข้าตลาดน้ำยะกัง นม 100 ปี จะอยู่ทางซ้ายมือ ในซอย ถนนยะกัง 1 ซอย 5 ทั้งนี้ ภายในตลาดมีที่จอดรถเพียงพอค่ะ โดยคอลัมน์ ‘ชวน Check-in ตลาดต้องชม’ ยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจ มาฝากคุณผู้อ่านอีกมากมาย ฝากติดตามจุลสาร DIT เล่มถัดไปด้วยนะคะ



DIT Focus

กรมการค้าภายใน ตีวงเข้มเจ้าของ ‘ฟาร์มเอ้าเล็ต’ ชุมชน เร่งปรับตัวหลังโควิด-19 สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน



“กรมการค้าภายใน” ระดมสมองผู้ประกอบการเจ้าของ ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนกว่า 30 ราย ทั่วประเทศ เพื่อปรับตัวสู่ความเป็นปกติใหม่ หลังโควิด-19 คลี่คลาย พร้อมวางกลยุทธ์พัฒนาสินค้าคุณภาพสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2565 กรมการค้าภายในมีการ จัดประชุมผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) แบบ Focus Group จากทั่วประเทศ

จำนวน 30 ราย เพื่อรับฟังความเห็นจากผู้ประกอบการ พ่อค้าแม่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกมิติอย่างรอบด้าน พร้อมกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ พัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าให้สามารถแข่งขันและเติบโต ได้อย่างยั่งยืนในบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยกรมการค้าภายในได้สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์จำหน่าย สินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อเชื่อมโยงกระจาย ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกร ในแหล่งผลิตมาตั้งแต่ปี 2552 ซึ่งได้รับการตอบรับ จากประชาชนและผู้บริโภคเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 ศูนย์ Farm Outlet ได้รับผลกระทบจาก โควิด-19 ส่งผลให้จำหน่ายสินค้าได้ลดลง จนบางแห่งต้องหยุดประกอบกิจการชั่วคราว

“ปัจจุบันมีศูนย์ Farm Outlet ที่ยังเปิดดำเนินการอยู่ จำนวน 60 แห่ง ใน 35 จังหวัด กรมฯ ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพ



ของผู้ประกอบการในการรองรับการปรับตัววิถีปกติใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภค จึงได้จัดกิจกรรมการประชุม Focus Group เพื่อรับฟังความเห็นจาก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกมิติอย่างรอบด้าน พร้อมกำหนดแนวทาง / กลยุทธ์พัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการประชุมในครั้งนี้ มีการพูดคุยในหัวข้อเรื่อง “ตลาดเปลี่ยนไป... รู้อย่างไร ว่าผู้บริโภคยังเหมือนเดิม” เป็นประเด็นของการเปลี่ยนแปลงผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการต้องรับมือในการทำการค้าหลังจากนี้รวมถึงการต้องปรับตัวที่จะต้องรองรับสิ่งที่เกิดขึ้นและการกลับมาของการท่องเที่ยวที่คาดว่า จะเท่าเดิมก่อนโควิดในปลายปี 2566 นอกจากนี้ ยังมีหัวข้อเรื่อง “โอกาสใหม่ ทำอย่างไรให้เข้าทาง BCG Economy” ซึ่งจะเปิดโอกาสใหม่ๆ ที่จะปรับตัวสู่ความปกติใหม่ โดยเฉพาะ ในเรื่องแนวโน้มกระแสโลกที่มาแรง คือ BCG Economy หรือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy) ที่เป็นโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นแนวคิดการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การจัดทำแนวทางพัฒนาและแผนปฏิบัติการ ระยะ 3 ปี ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet ให้สามารถแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ จากการจัดกิจกรรมการประชุม Focus Group คาดว่าจะช่วยให้ผู้ประกอบการศูนย์ Farm Outlet จะสามารถกำหนดแนวทาง กลยุทธ์ในการพัฒนาศูนย์ฯ และกรมฯ พร้อมทั้งจะสนับสนุนส่งเสริมในปีพ.ศ. 2566 เพื่อรองรับการกลับมาของการท่องเที่ยว รวมไปถึงสามารถสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศต่อไป



หมู่บ้านทำบาค้างายแห่งใหม่ 2565 : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกระจุจวรรณ จังหวัดพิจิตร



ติดตามได้ที่



ช่อง "DIT Channel"

อย่าลืมกด SUBSCRIBE ด้วยนะ



เพราะภารกิจของกรมการค้าภายใน
จริงจังไม่ใช่เล่น

หรือสแกนดูได้เลย

