กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade



รายงานประจำปี 2568

Annual Report 2025



สถิตในดวงใจตราบนิรันดร์

น้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณอันหาที่สุดมิได้
ข้าพระพุทธเจ้าผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่
กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

สารบัญ
Contents

ส่วนที่ 1 Part **สารอธิบดีกรมการค้าภายใน** Message from the Director-General 06

ส่วนที่ 2 Part **ข้อมูลพื้นฐาน** Preliminary Information 15

- **วิสัยทัศน์ และพันธกิจกรมการค้าภายใน** Vision and Mission of the Department of Internal Trade (DIT) 16
- **ค่านิยม** Core Values 17
- **ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน** Strategic Framework of the DIT 18
- **หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน** Duties and Responsibilities of the DIT 20
- **กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมการค้าภายใน** Laws under Administration of the DIT 21
- **โครงสร้างองค์กร** Organization Chart 22
- **อัตรากำลังเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายใน** (ณ วันที่ 30 กันยายน 2568) Workforce Structure in the DIT (As of September 30, 2025) 24
- **งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568** (ณ วันที่ 30 กันยายน 2568) Annual Expenditure Budget for Fiscal Year 2025 (As of September 30, 2025) 25

ส่วนที่ 3 Part **ผลการดำเนินงาน** Performance Highlights 27

- **ผลการดำเนินงานที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2568** Key Accomplishments in Fiscal Year 2025 28
- **ผลการประเมินตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ** Results of Performance Evaluation Based on Public Sector Efficiency Improvement Measures 71
- **ผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540** Report on the DIT's Compliance with the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) 73

กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

ส่วนที่ 4 Part **บทความพิเศษ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568**
Special Articles For Fiscal Year 2025 — 75

ธงเขียวราคาประหยัด...ลดต้นทุนการผลิต เติมกำลังเกษตรกรไทย — 76
Green Flag Low-Price Campaign: Reducing Production Costs and Empowering Thai Farmers

“สุขทาย สบายกระเป๋า” ยกระดับระบบสุขภาพไทย ลดค่าครองชีพประชาชน — 80
“Healthy Living at Affordable Prices” Campaign: Strengthening Thailand’s Healthcare System While Reducing the Cost of Living

กรมการค้าภายใน เดินหน้า “ตลาดนำการผลิต” พลิกโฉมกล้วยหอมไทย สู่ตลาดญี่ปุ่น สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่เกษตรกร — 84
Department of Internal Trade Advances the “Market-Led Production” Policy, Transforming Thai Bananas for the Japanese Market and Creating Stable Income for Farmers

ส่วนที่ 5 Part **รายงานการเงิน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568**
Financial Statements For Fiscal Year 2025 — 87

งบแสดงฐานะการเงิน (ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568) — 88
Statement of Financial Position (As of September 30, 2025)

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน (ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568) — 89
Statement of Financial Performance (As of September 30, 2025)

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน (ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568) — 90
Statement of Changes in Net Assets/Equity (As of September 30, 2025)



สารอธิบดีกรมการค้าภายใน
Message from the Director-General

ตลอดปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 กรมการค้าภายในได้มุ่งขับเคลื่อนภารกิจเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและเสถียรภาพของระบบการค้าภายในประเทศ ท่ามกลางสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนการค้าโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยยกระดับการดำเนินงานจากการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สู่การบริหารจัดการเชิงรุกบนฐานข้อมูลและการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อรักษาสมดุลระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ควบคู่กับการดูแลราคาสินค้า การบริหารจัดการสินค้าเกษตร การเชื่อมโยงตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร รวมไปถึงการบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชนอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ กรมการค้าภายในจะยังคงเดินหน้ารักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรและพัฒนาระบบการค้าภายในประเทศให้มีความเข้มแข็งและเป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างรากฐานของระบบการค้าให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

Throughout Fiscal Year 2025, the Department of Internal Trade (DIT) remained committed to driving its missions to strengthen and stabilize the domestic trade system amid geopolitical conflicts, climate volatility, and rapidly changing global trade dynamics. The DIT elevated the operational approach from reactive problem-solving to proactive, data-driven, and analytical management. This approach has enabled us to strike a sustainable balance between farmers, business operators, and consumers while consistently safeguarding price stability, managing agricultural supply chains, bridging market channels, value-adding local produce, and easing living costs for the public.

Moving forward, the DIT remains steadfast in stabilizing agricultural prices and fortifying a fair and resilient trade framework. By building a resilient foundation capable of adapting to future challenges, the DIT will continue to serve as a key engine propelling the Thai economy toward steady and sustainable growth.

(นายวิทยากร มณีเนตร)
อธิบดีกรมการค้าภายใน

(Mr. Wittayakorn Maneenetr)
Director-General
of the Department of Internal Trade



“กรมการค้าภายในได้มุ่งขับเคลื่อนภารกิจเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง และเสถียรภาพของระบบการค้าภายในประเทศท่ามกลางสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนการค้าโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว”

The Department of Internal Trade (DIT) remained committed to driving its missions to strengthen and stabilize the domestic trade system amid geopolitical conflicts, climate volatility, and rapidly changing global trade dynamics.



คณะผู้บริหารกรมการค้าภายใน
Executive of the Department of Internal Trade



1 **นายวิทยากร มณีเนตร**
Mr. Wittayakorn Maneenetr
อธิบดีกรมการค้าภายใน
Director-General

คณะผู้บริหารกรมการค้าภายใน
Executive of the Department of Internal Trade



2 นางสาวญาณี ศรีมณี
Miss Yanee Srimanee
รองอธิบดี
Deputy Director-General

4 นายฉันทพัทธ์ ปัญจมานนท์
Mr. Chanthapat Panjananond
รองอธิบดี
Deputy Director-General

3 นายจิรวุฒิ สุวรรณอาจ
Mr. Jirawuth Suwanna-arj
รองอธิบดี
Deputy Director-General



คณะผู้บริหารกรมการค้าภายใน
Executive of the Department of Internal Trade



1. นางสาวหทัยรัตน์ ทีปประชัย
Miss Hathairat Theepprachai

ผู้อำนวยการกองจัดระบบราคาและปริมาณสินค้า
Director of Price and Quantity Administration Division

2. นายกฤชธนา ทองประเสริฐ
Mr. Krichthana tongprasert

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1
Director of Agricultural Trade Promotion Division 1

3. นางสาวปรางฉาย ชื่นยินดี
Miss Prangchai Chuenyindee

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 2
Director of Agricultural Trade Promotion Division 2

4. นางสาวจันทร์ธิดา กลัมพากร
Miss. Chantida Kalampakorn

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
Director of Market System Promotion and Administration Division

5. นายสมชาย รัตนสุภา
Mr. Somchai Rattanasupa

ผู้อำนวยการกองตรวจสอบและปฏิบัติการ
Director of Inspection and Operation Division

คณะผู้บริหารกรมการค้าภายใน
Executive of the Department of Internal Trade



1. **นายเทพภิญโญ โคตรนนท์**
Mr. Theppinyo Kotnon
ผู้อำนวยการกองชั่งตวงวัด
Director of Weights and Measures Division

2. **นางสาวมณัฐษสลิล มัลลิกะมาลย์**
Miss Manatsalil Mallikamalaya
เลขานุการกรม
Director of the Office of Secretary

3. **นางสาวยานี ศรีมีชัย**
Miss Yanee Srimeechai
ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน
Director of Strategy and Plan Division Trade System

4. **นายนวมินทร์ ฉัตรอารยมนตรี**
Mr. Navamin Chatarayamontri
ผู้อำนวยการกองกฎหมาย
Director of Legal Affair Division

5. **นายปรัชญา นราภิชาต**
Mr. Prachya Narapishart
ผู้อำนวยการกองบริหารมาตรการลดค่าครองชีพและปฏิบัติหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการทางการค้า
Director of the Division of Administration of Cost-living Reduction Measures, and also performs duties as Senior Expert on Trade Measures

คณะผู้บริหารกรมการค้าภายใน
Executive of the Department of Internal Trade



1. **นางสาวเพ็ญพร ปักเข็ม**
Miss Penporn Pugkhem
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
Director of Public Relations and Corporate Communication Division

2. **นางเพ็ญจันทร์ วัฒนไตรภพ**
Mrs. Penchan Vattanatraipop
ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจสอบภายใน
Director of Internal Audit Section

3. **นางสาวจิติรัตน์ สิริเรืองชัยภัค**
Miss Jitirat Siriruengchaiphak
ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหารและปฏิบัติหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล
Director of Administrative Development Section, and also performs duties as Senior Expert on Human Resource Management

4. **นางสาวปรียาภัสสร์ รัตนพันธ์**
Miss Preeyaphas Rattanaphan
ผู้อำนวยการกองบริหารงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร
Director of the Division of Administration of Mutual Funds for Assisting Farmers

5. **นายพงศ์กานต์ พรหมสาส์น**
Mr. Pongkarn Brohmsarn
ผู้อำนวยการกองสารสนเทศและการบริการการค้าในประเทศ
Internal Trade Information and Services Division

คณะผู้บริหารกรมการค้าภายใน
Executive of the Department of Internal Trade



1. นายสราวุธ ฉายาวิริยะ
Mr. Srawuth Chayawiriya
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบและระบบการตรวจสอบ
Senior Expert on Inspection and Operation

2. นางสาวกนกพงศ์ อนันต์สันติวงศ์
Miss Kanokpong Anansantiwong
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์
Senior Expert on Trade Law

3. นางภัทราภรณ์ สุรสิทธิ์
Mrs.Pattaraporn Surasit
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการชั่งตวงวัด
Senior Expert on Weights and Measures

4. นางสาวพาศิริ พรรคพานิช
Miss Phasiri Puckphanich
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านส่งเสริมและพัฒนาระบบการค้าในประเทศ
Senior Expert on Promotion and Development of Domestic Trade System

กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade



ส่วนที่ 2 Part

ข้อมูลพื้นฐาน Preliminary Information

วิสัยทัศน์ และพันธกิจกรมการค้าภายใน
Vision and Mission of the Department of Internal Trade (DIT)

ค่านิยม
Core Values

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน
Strategic Framework of the DIT

หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน
Duties and Responsibilities of the DIT

กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมการค้าภายใน
Laws under Administration of the DIT

โครงสร้างองค์กร
Organization Chart

อัตรากำลังเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายใน
(ณ วันที่ 30 กันยายน 2568)
Workforce Structure in the DIT (As of September 30, 2025)

งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568
(ณ วันที่ 30 กันยายน 2568)
Annual Expenditure Budget for Fiscal Year 2025 (As of September 30, 2025)

วิสัยทัศน์ และพันธกิจกรมการค้าภายใน
Vision and Mission of the Department of Internal Trade (DIT)

วิสัยทัศน์ Vision



ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

Drives domestic economy with technology and innovation towards strong and fair growth

พันธกิจ Mission

1

ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่างๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

Develops and promotes competitiveness of farmers, farmer institutes and entrepreneurs; enhance their access to market promotion mechanisms, and supports their continuous knowledge development





2

พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน

Develops potentialities of trade in goods and services of grassroots economy; and promotes value creation and enhances capabilities of community entrepreneurs

3 ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า

Ensures fair and appropriate price and sufficient quantity of goods in accordance with trade situation





4 พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย และขยายขอบเขตการดูแล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า

Develops the Thailand's weights and measures standards and increases surveillance coverage to ensure fairness in trade system

5 เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภค มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชน ได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

Enhances consumers knowledge to strengthen their capabilities to protect their rights; and alleviates living expenses burden



ค่านิยม Core Values



เป็นธรรม โปร่งใส ใส่ใจบริการ ทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์ อุทิศเพื่อส่วนรวม

Fairness, Transparency, Service-mindedness, Result-Oriented Work Approach, edication to the Public Interest

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน
Strategic Framework of the DIT

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบการค้าและการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ
Strategy 1 Enhancing the Efficiency of Agricultural Markets and Trade System

เป้าหมาย Goals:

เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้

Farmers, agricultural institutions and business operators have a wider access to marketing channels and are in a better position to compete in the market.

แนวทาง:

1) สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร
2) ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม
3) พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร
4) ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร
5) เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดแก่เกษตรกร

Strategic Directions:

1) Maintain price stability of agricultural products.
2) Promote the use of fair market mechanisms for agricultural products.
3) Develop and expand marketing channels for agricultural products
4) Promote quality improvement and value addition for agricultural products.
5) Strengthen the marketing capabilities of farmers.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น
Strategy 2 Strengthening and Empowering Local Economy

เป้าหมาย Goals:

หน่วยงานเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น

Local economic organizations are strengthened and able to generate greater commercial value.

แนวทาง:

1) พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ
2) ขยายโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน
3) ยกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น

Strategic Directions:

1) Develop business knowledge and entrepreneurial skills.
2) Expand market opportunities and marketing channels for community products.
3) Upgrade community markets to serve as a driving force for the local economy.

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความเป็นธรรม และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ผู้บริโภค
Strategy 3 Fostering Fair Trade and Protecting Consumer Rights

เป้าหมาย Goals:

ประชาชนได้รับความเป็นธรรมทางการค้าและลดค่าครองชีพอย่างเหมาะสม
The public receives fair treatment in trade, and the cost of living is reduced to an appropriate level.

แนวทาง

1) กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสมและปริมาณเพียงพอ
2) เสริมสร้างการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม
3) ยกระดับการกำกับดูแลชั่งตวงวัด
4) พัฒนาเครือข่ายกำกับทางการค้า
5) ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค
6) สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม

Strategic Directions:

1) Ensure that goods and services are available at appropriate prices and in sufficient quantities.
2) Promote fair business practices.
3) Elevate the standard of the regulatory weights and measures system.
4) Develop trade regulatory networks.
5) Strengthen consumer empowerment.
6) Support access to consumer goods at fair prices.

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์กร
Strategy 4 Improving Organizational Management

เป้าหมาย Goals:

ระบบบริหารจัดการองค์กรมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล
The administrative system is adequately efficient and in line with the principles of good governance.

แนวทาง:

1) พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร
2) พัฒนาและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัย
3) พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย

Strategic Directions:

1) Enhance the quality of organizational management and strengthen personnel capabilities.
2) Revise and modernize the applicable laws, rules and regulations.
3) Modernize and upgrade the information technology system to efficiently and securely support operations.

หน้าที่และอำนาจของกรมการค้าภายใน

Duties and Responsibilities of the DIT

กรมการค้าภายใน มีภารกิจเกี่ยวกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าภายในประเทศ โดยกำกับดูแล ส่งเสริมและพัฒนาการค้าภายในประเทศ ให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความเป็นธรรม และผู้บริโภคได้รับการพิทักษ์ประโยชน์ โดยมีหน้าที่และอำนาจ ดังนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุมโภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็น และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. จัดทำและประสานแผนปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายในให้เป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติราชการของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติราชการของกรมการค้าภายในและดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติและประมวลผล พัฒนาระบบและให้บริการข้อมูลสารสนเทศการค้าภายในประเทศ

3. จัดระบบ ส่งเสริม และพัฒนาการค้า การตลาด และตลาดภายในประเทศให้มีประสิทธิภาพ และเกิดความเป็นธรรม

4. จัดระเบียบและส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร

5. จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง

6. จัดระบบและพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์

7. จัดระเบียบเกี่ยวกับการค้าและการตลาด รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ และควบคุมการประกอบธุรกิจ

8. พัฒนากฎหมาย กฎ และระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเพื่อส่งเสริมการค้าให้เป็นธรรม

9. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นหน้าที่ และอำนาจของกรมการค้าภายในหรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

The Department of Internal Trade (DIT) is mainly tasked with enhancing the efficiency of domestic trade. The DIT is responsible for regulating, promoting, and improving domestic trade system to ensure optimal efficiency, fairness and protection of consumer interests. The DIT's key roles and responsibilities include:

1. Administer laws on the price of goods and services, commodity control, rice trade, weights and measures, warehouses, silos and cold storage, along with other relevant legislation.

2. Formulate and coordinate the DIT's operational plans in alignment with the Ministry's policy framework and action plans, as well as monitor, evaluate, and accelerate their implementation. This includes managing statistics, system development, and the provision of domestic trade information services.

3. Establish, promote, and develop systems for domestic trade and marketing to ensure efficiency and fairness.

4. Regulate and promote trade systems to help maintain stable agricultural prices.

5. Develop pricing and quantity control system to ensure fairness while empowering consumers to actively protect their own interests.

6. Set up and oversee the commercial application of weights and measures systems.

7. Regulate trade and marketing systems, including the supervision, inspection, and control of business operations.

8. Formulate and update relevant laws, rules and regulations, and implement them to promote fair trade practices.

9. Carry out any other functions as stipulated by law, or as assigned by the Minister or the Council of Ministers.

กฎหมายในความรับผิดชอบของกรมการค้าภายใน

Laws under Administration of the DIT

1. พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542
2. พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542
3. พระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558
4. พระราชบัญญัติควบคุมโภคภัณฑ์ พ.ศ. 2495
5. พระราชบัญญัติการค้าข้าว พุทธศักราช 2489

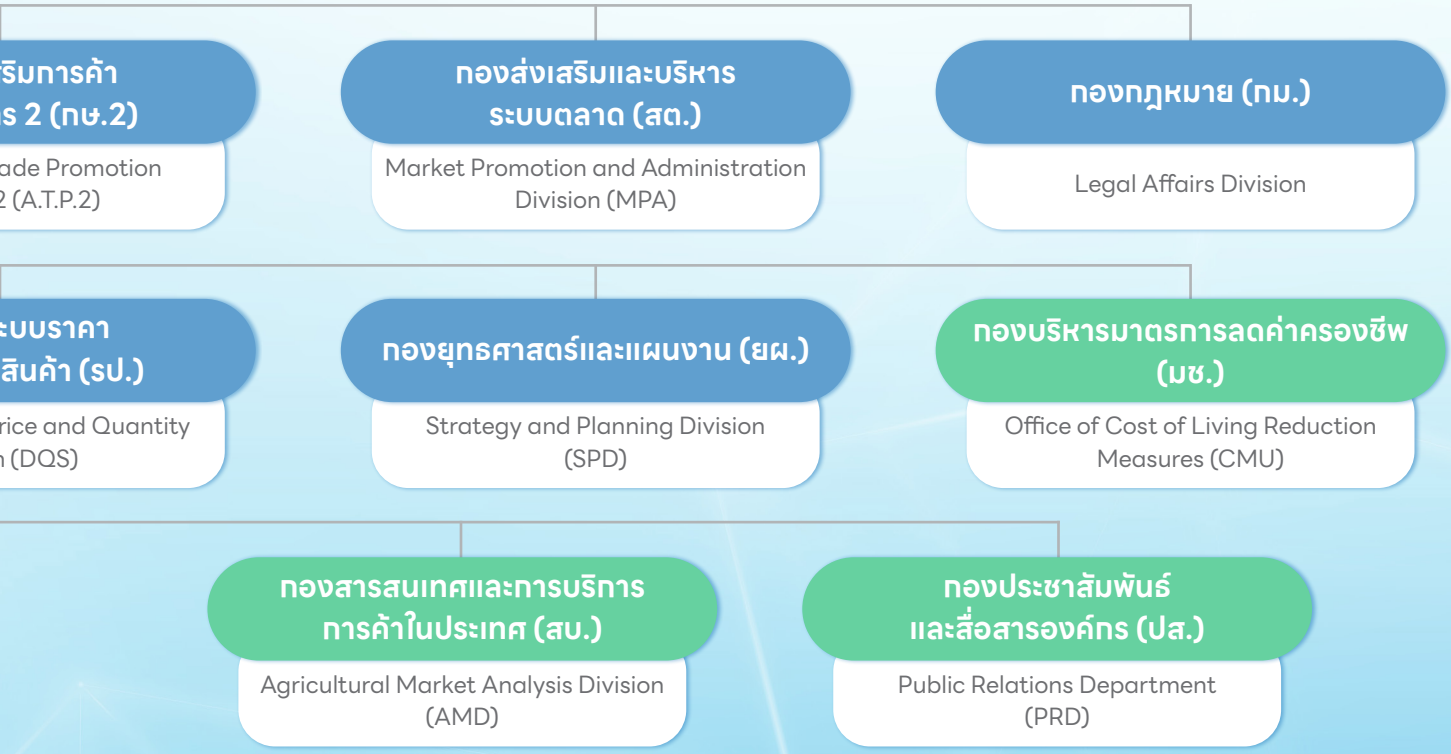
1. Act on Prices of Goods and Services, B.E. 2542 (1999)
2. Weights and Measures Act, B.E. 2542 (1999)
3. Warehouse, Silo and Cold Storage Act, B.E. 2558 (2015)
4. Commodity Control Act, B.E. 2495 (1952)
5. Rice Trade Act, B.E. 2489 (1946)



โครงสร้างกรมการค้าภายใน
Organization Chart of the DIT



กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade



หน่วยงานตามกฎกระทรวง Public offices established under ministerial regulations

หน่วยงานภายใน Internal offices

อัตรากำลังเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายใน

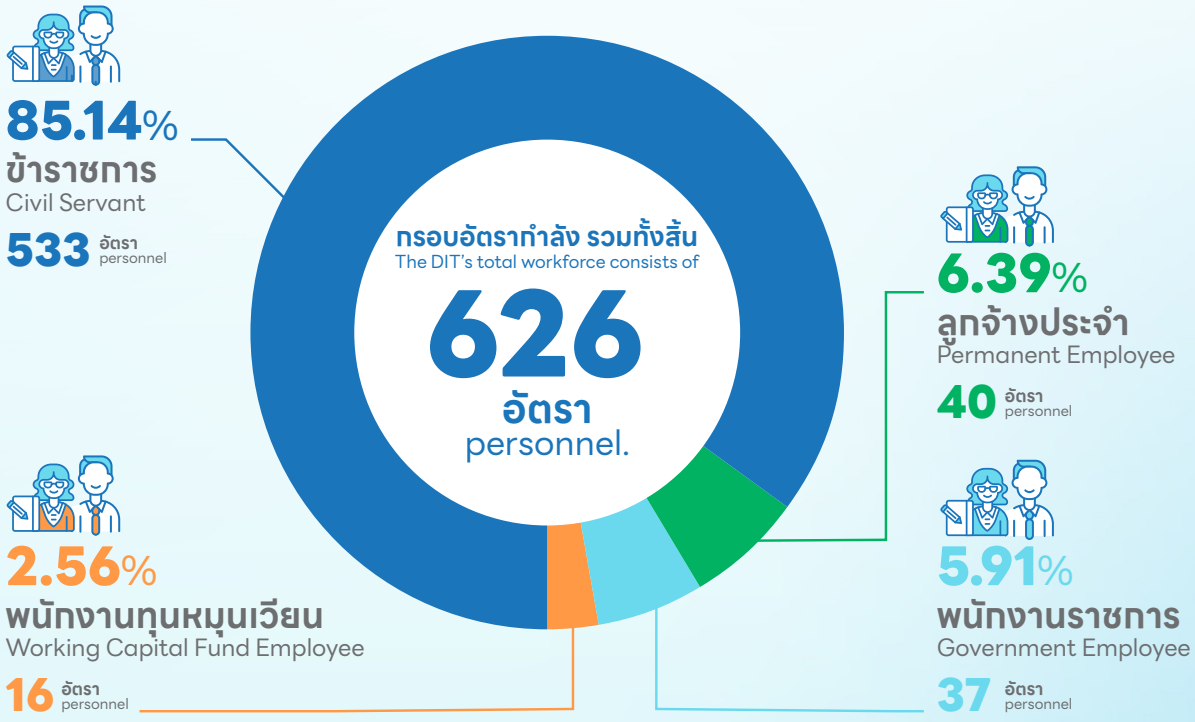
(ณ วันที่ 30 กันยายน 2568)

Workforce Structure in the DIT (As of September 30, 2025)

กรอบอัตรากำลัง รวมทั้งสิ้น 626 อัตรา

The DIT's total workforce consists of 626 personnel.

ประเภทอัตรากำลัง Category	จำนวน (อัตรา) Headcount	สัดส่วน (ร้อยละ) Proportion (%)
ข้าราชการ / Civil Servant	533	85.14
ลูกจ้างประจำ / Permanent Employee	40	6.39
พนักงานราชการ / Government Employee	37	5.91
พนักงานทุนหมุนเวียน / Working Capital Fund Employee	16	2.56
รวม / Total	**626**	**100**



งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

Annual Expenditure Budget for Fiscal Year 2025

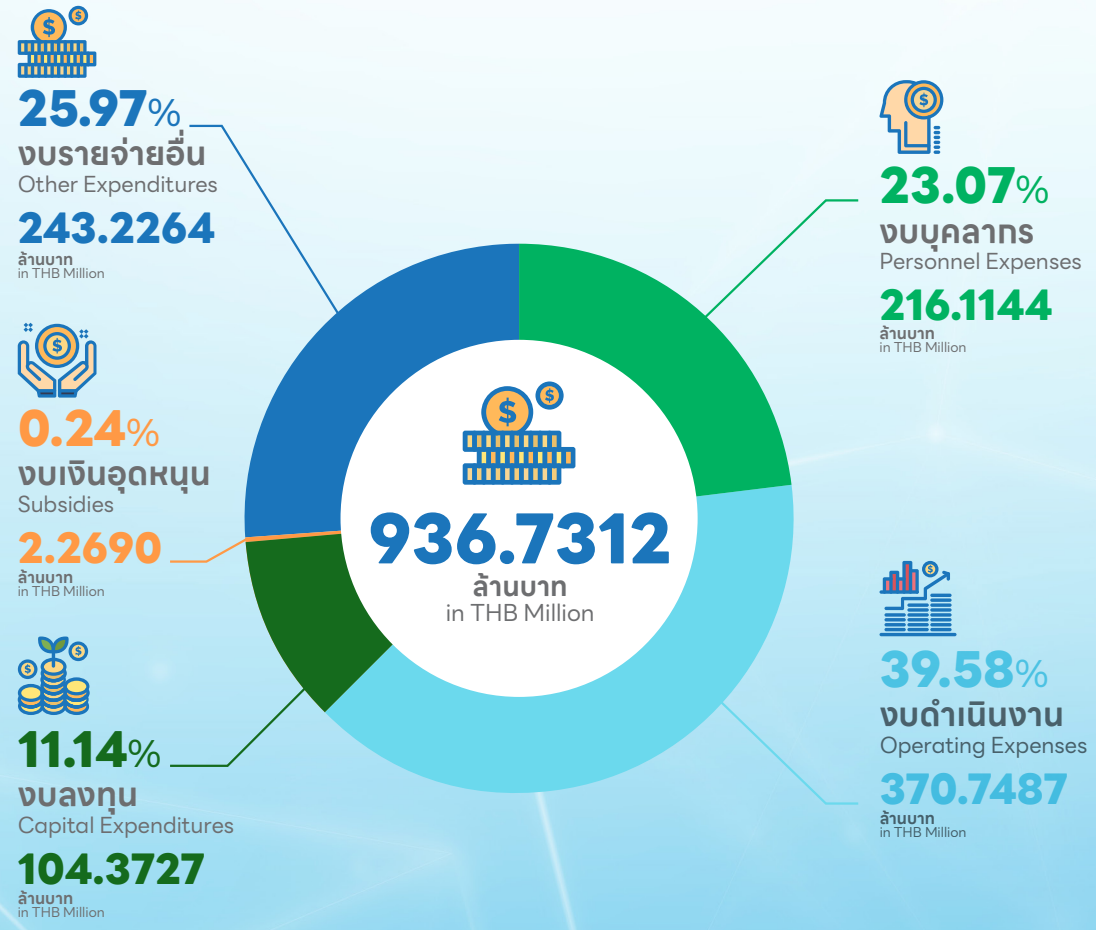
งบประมาณที่ได้รับ ตาม พ.ร.บ.งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

จำแนกตามประเภทงบรายจ่าย

Budget Appropriation According to the Annual Expenditure Budget Act B.E. 2568 (2025)

(Breakdown by Expenditure Category)

งบรายจ่าย Expenditure Budget	จำนวน (ล้านบาท) Amount (in THB Million)	สัดส่วน (ร้อยละ) Proportion (%)
งบบุคลากร / Personnel Expenses	216.1144	23.07
งบดำเนินงาน / Operating Expenses	370.7487	39.58
งบลงทุน / Capital Expenditures	104.3727	11.14
งบเงินอุดหนุน / Subsidies	2.2690	0.24
งบรายจ่ายอื่น / Other Expenditures	243.2264	25.97
รวมทั้งสิ้น / Total	**936.7312**	**100**



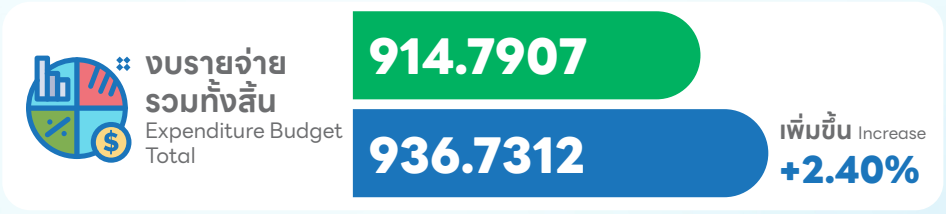
งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

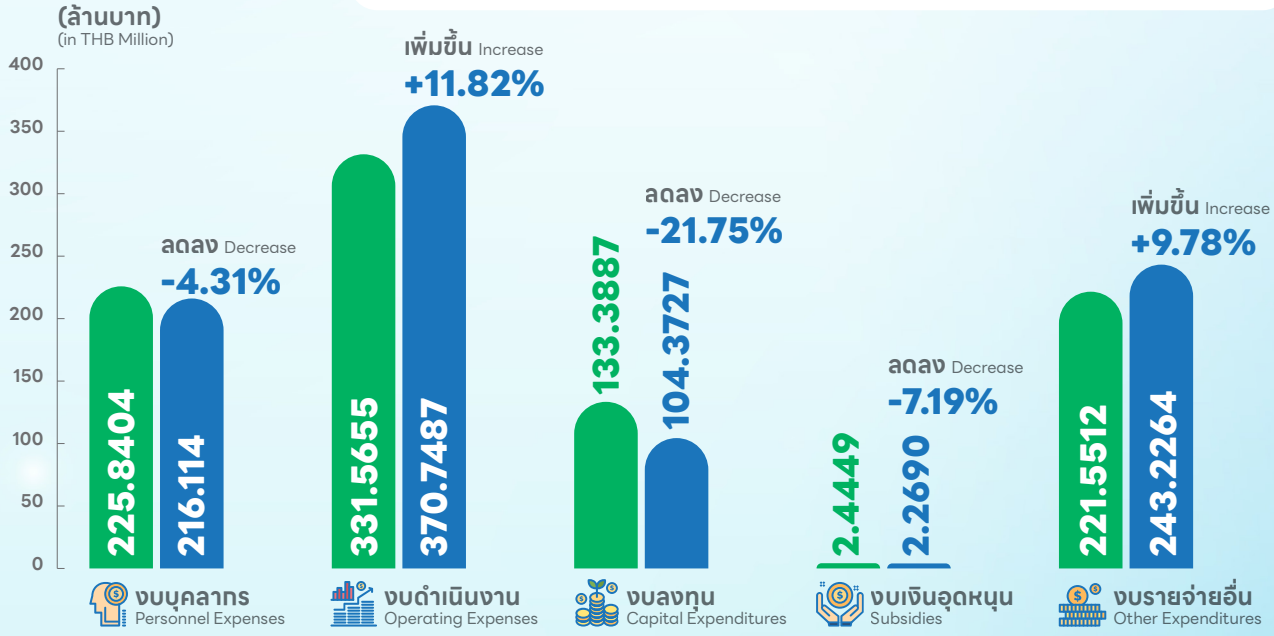
Annual Expenditure Budget for Fiscal Year 2025

เปรียบเทียบงบประมาณที่ได้รับ ตาม พ.ร.บ.งบประมาณฯ พ.ศ. 2567 และ 2568

Comparative Budget Appropriation According to the Annual Expenditure Budget Act B.E. 2567 (2024) vs B.E. 2568 (2025)

งบรายจ่าย Expenditure Budget	ปี 2567 (ล้านบาท) Year 2024 (in THB Million)	ปี 2568 (ล้านบาท) Year 2025 (in THB Million)	เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท) Change (in THB Million)	
			เพิ่ม (ลด) Increase (Decrease)	ร้อยละ Percentage
งบบุคลากร Personnel Expenses	225.8404	216.114	(9.7260)	- 4.31
งบดำเนินงาน Operating Expenses	331.5655	370.7487	39.1830	11.82
งบลงทุน Capital Expenditures	133.3887	104.3727	(29.0160)	- 21.75
งบเงินอุดหนุน Subsidies	2.4449	2.2690	(0.1759)	- 7.19
งบรายจ่ายอื่น Other Expenditures	221.5512	243.2264	21.6752	9.78
รวมทั้งสิ้น / Total	**914.7907**	**936.7312**	**21.9405**	**2.40**





ส่วนที่ 3 Part

ผลการดำเนินงาน Performance Highlights

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2568
Key Accomplishments in Fiscal Year 2025

ผลการประเมินตามมาตรการ ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ
Results of Performance Evaluation Based on Public Sector Efficiency Improvement Measures

ผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร ของราชการ พ.ศ. 2540
Report on the DIT's Compliance with the Official Information Act, B.E. 2540 (1997)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

Key Accomplishments in Fiscal Year 2025

ตลอดปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา กรมการค้าภายในได้มุ่งมั่นดำเนินภารกิจและขับเคลื่อนนโยบายสำคัญของรัฐบาล ทั้งการลดภาระค่าครองชีพของประชาชน การกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้เกิดความเป็นธรรม การรักษาเสถียรภาพราคาและส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตร ตลอดจนการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าในประเทศให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง สมดุล และเป็นธรรม โดยมีผลงานที่สำคัญ ดังนี้

Throughout Fiscal Year 2025, the Department of Internal Trade (DIT) remained committed to fulfilling its mandate and driving the government's key policies. These included alleviating the cost of living for the public, overseeing the prices of goods and services to ensure fairness, maintaining the stability of agricultural product prices, promoting agricultural markets, and strengthening local economies. Through these efforts, the DIT continued to foster robust, balanced, and equitable growth in domestic commerce. The DIT's key achievements are summarized below.



1. การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน

Alleviating the Public's Cost of Living

กรมการค้าภายใน ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อลดภาระค่าครองชีพของประชาชน ควบคู่กับการส่งเสริมโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการรายย่อย ผ่านการจัดกิจกรรมลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ การจัดงานธงฟ้าราคาประหยัด ตลอดจนการขยายเครือข่ายร้านค้าธงฟ้าและร้านอาหารธงฟ้า เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคและอาหารปรุงสำเร็จในราคาที่เหมาะสม ส่งผลให้

DIT proactively implemented a range of measures and programs to alleviate the public's cost of living burdens while simultaneously creating income-generating opportunities for farmers, local communities, and small-scale business operators. These initiatives included organizing discount campaigns during major festivals, holding Blue Flag Fair events, and expanding the network of Blue Flag stores and Blue Flag food

สามารถ**ลดค่าครองชีพให้กับประชาชนได้กว่า 5,000 ล้านบาท** โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1.1 จัดงานมหกรรมสินค้าลดราคา "เทศกาลกินเจ อิ่มบุญราคาประหยัด" ระหว่างวันที่ 3 – 11 ตุลาคม 2567 โดยบูรณาการความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรกว่า 400 ราย ทั้งผู้ผลิต ห้างค้าส่งค้าปลีก ห้างท้องถิ่น ตลาดสด และตลาดกลางทั่วประเทศ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ จัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลกินเจในราคาพิเศษ ลดสูงสุดร้อยละ 65 พร้อมทั้งจำหน่ายอาหารปรุงสดและปรุงสำเร็จในราคา 30 – 40 บาท เพื่อเป็นเมนูทางเลือกในการลดรายจ่ายให้กับประชาชน นอกจากนี้ยังเปิดจุดจำหน่ายผัก ผ่านรถโมบายธงฟ้า ใน 20 จังหวัด ได้แก่ ผักคะน้า กะหล่ำปลี ผักกาดขาว ถั่วฝักยาว และแตงกวา เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสม และกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจ โดยสามารถลดภาระค่าครองชีพของประชาชนได้กว่า 750 ล้านบาท

vendors to provide consumers with greater access to consumer goods and ready-to-eat meals at reasonable prices. Collectively, these measures helped reduce the public's cost of living by more than THB 5 billion. The key initiatives are as follows:

1.1 "Vegetarian Festival: Merit-Making with Budget-Friendly Prices" Discount Fair held during October 3 – 11, 2024. The DIT integrated the efforts of more than 400 partner organizations, including manufacturers, wholesale and retail chains, local shopping malls, fresh markets, wholesale markets nationwide, and online platforms, to offer products associated with the Vegetarian Festival at special prices, with discounts of up to 65%. Freshly prepared and ready-to-eat vegetarian meals were also offered at THB 30–40 per dish, providing affordable meal options that helped reduce household expenses. In addition, the DIT launched Blue Flag Mobile Units in 20 provinces to sell vegetables, including Chinese kale, cabbage, Chinese cabbage, yardlong beans, and cucumbers, thereby providing consumers with additional purchasing options at reasonable prices while stimulating consumer spending during the Vegetarian Festival. This initiative reduced the public's cost of living by more than THB 750 million.



















1.2 จัดงานมหกรรมพาณิชย์ลดราคา “New Year Mega Sale 2025” ระหว่างวันที่ 17 ธันวาคม 2567 - 31 มกราคม 2568 โดยบูรณาการความร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างท้องถิ่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมกว่า 300 ราย จัดจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมกว่า 40,000 รายการ ครอบคลุมทั้งหมวดอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ประจำวัน เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องแต่งกาย ของแต่งบ้าน ยาและเวชภัณฑ์ บริการทางการแพทย์ ศูนย์บริการรถยนต์ โรงแรมที่พัก สายการบิน ประกันภัย บริการอินเตอร์เน็ตและอุปกรณ์ บริการขนส่งอาหารและพัสดุ รวมถึงสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชน ในราคาพิเศษ ลดสูงสุดร้อยละ 80 เพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชนในช่วงเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ พร้อมทั้งกระตุ้นการใช้จ่ายและการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยสามารถลดค่าครองชีพของประชาชนได้กว่า 4,800 ล้านบาท

1.2 “New Year Mega Sale 2025” by the Ministry of Commerce Fair held during December 17, 2024 – January 31, 2025. The DIT collaborated with more than 300 manufacturers, distributors, local shopping malls, department stores, convenience stores, and online platforms to offer over 40,000 items of products and services at special prices. The campaign covered a wide range of goods categories, including food, beverages, daily amenities, electrical appliances, apparel, home furnishings, medicines and medical supplies, healthcare services, automotive services, hotels and accommodation, airline tickets, insurance, internet services and equipment, food and parcel delivery services, as well as agricultural and community-made products. Discounts of up to 80% were offered. The campaign aimed to ease the financial burden on consumers during the year-end and New Year holiday season while stimulating domestic spending and economic circulation. As a result, the initiative reduced the public’s cost of living by more than THB 4.8 billion.



1.3 จัดงานมหกรรม “พาณิชย์สืบสานเทศกาลตรุษจีน” ระหว่างวันที่ 25 – 27 มกราคม 2568 โดยบูรณาการความร่วมมือกับตลาดกลางและตลาดสดกว่า 60 แห่ง ใน 18 จังหวัด อาทิ ตลาดเวิลด์มาร์เก็ต ตลาดมีนบุรี ตลาดยิ่งเจริญ ตลาดถนอมมิตร ตลาดบางใหญ่ ตลาด YES บางพลี ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดศรีเมือง ตลาดล้านเมือง และตลาดเทิดไท จัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน เช่น ชุดไหว้เจ้า ไก่สด ไก่ต้ม ไข่ไก่ หมูสามชั้น ผลไม้มงคล และขนมมงคล ในราคาพิเศษ เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน เพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสม และกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยในช่วงเทศกาลตรุษจีน







1.3 “Sustaining Chinese New Year Tradition by the Ministry of Commerce” Fair held during January 25–27, 2025. The DIT collaborated with more than 60 wholesale and fresh markets across 18 provinces, including World Market, Min Buri Market, Ying Charoen Market, Thanommit Market, Bang Yai Market, YES Bang Phli Market, Talaad Thai, Si Mum Mueang Market, Sri Muang Market, Lan Muang Market, and Therdthai Market. The participating markets offered products commonly used during the Chinese New Year festival at special prices, including deity worship sets, uncooked chicken, boiled chicken, eggs, pork belly, auspicious fruits, and traditional auspicious desserts. The initiative was designed to help reduce household expenses, provide consumers with more purchasing choices at reasonable prices, and stimulate spending during the Chinese New Year festival.







1.4 จัดมหกรรมลดราคาสินค้าสำหรับผู้สูงวัย ภายใต้โครงการ **“ชูใจ วัยเก๋า 60+”** ระหว่างวันที่ 30 มกราคม – 30 เมษายน 2568 เพื่อรองรับนโยบายของรัฐบาลในโครงการเติมเงิน 10,000 บาท กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยบูรณาการความร่วมมือกับเครือข่ายผู้ประกอบการกว่า 200 ราย ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างค้าส่งค้าปลีก ห้างท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อ และแพลตฟอร์มออนไลน์ จัดจำหน่ายสินค้าและบริการกว่า 20,000 รายการ อาทิ ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ แผ่นรองซับ อาหารเสริม นมเพื่อสุขภาพ ข้าวน้ำตาลน้อย ที่นอนยางพารา ราวจับทรงตัว ไม้เท้า รวมถึงบริการทางการแพทย์ เช่น การตรวจคัดกรองหินปูนเกาะหลอดเลือด ในราคาพิเศษ ลดสูงสุดร้อยละ 86 เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึงสินค้าและบริการที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสม ลดภาระค่าใช้จ่าย และสนับสนุนการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศ

1.4 Senior Citizens Discount Campaign: “Choojai Wai Kao 60+ (meaning bringing joy to seniors aged 60+)” held during January 30 – April 30, 2025. This campaign supported the government’s economic stimulus initiative called THB 10,000 Giveaway Program for senior citizens aged 60 years and above. The DIT joined forces with more than 200 business partners, including manufacturers, distributors, wholesale and retail operators, local shopping malls, convenience stores, and online platforms, to offer more than 20,000 items of products and services at special prices. Discounted items included adult diapers, absorbent pads, dietary supplements, milk, low-sugar rice, natural rubber mattresses, grab bars, walking canes, and healthcare services such as arterial calcification screening, with discounts of up to 86%. The campaign aimed to enable senior citizens to access essential products and services at affordable prices, reduce household expenses, and promote domestic economic circulation.





















1.5 จัดมหกรรมลดราคาสินค้ารับเปิดเทอม ภายใต้โครงการ **“เปิดเทอม เติมพลัง Back To School 2025”** ระหว่างวันที่ 30 เมษายน – 31 พฤษภาคม 2568 โดยบูรณาการความร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าส่งค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ สถาบันกวดวิชา สถาบันดนตรี เครือข่ายอินเตอร์เน็ต และแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมกว่า 50 ราย ครอบคลุม 22,924 สาขาทั่วประเทศ จัดจำหน่ายสินค้าและบริการด้านการศึกษากว่า 8,000 รายการ อาทิ ชุดนักเรียน รองเท้านักเรียน เครื่องเขียน ตำราเรียน สื่อการเรียนการสอน บริการกวดวิชา อินเตอร์เน็ต และผลิตภัณฑ์นม รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภค ในราคาพิเศษ ลดสูงสุดร้อยละ 74 เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ปกครองในช่วงเปิดภาคเรียน และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและบริการด้านการศึกษาในราคาที่เหมาะสม โดยสามารถลดภาระค่าครองชีพของประชาชนได้กว่า 300 ล้านบาท

1.5 Back-to-School Campaign: “Purd Term Teum Palang (meaning school opens, recharges energy) Back To School 2025” held during April 30 – May 31, 2025. The DIT collaborated with more than 50 manufacturers, distributors, department stores, wholesale and retail chains, convenience stores, tutorial schools, music schools, internet service providers, and online platforms. These participating businesses collectively operated 22,924 branches nationwide and offered more than 8,000 educational items of products and services at special prices. Discounted items included school uniforms, school shoes, stationery, textbooks, teaching and learning materials, tutorial courses, internet services, dairy products, and consumer goods, with discounts of up to 74%. The campaign aimed to ease parents’ financial burden during the new school term while improving access to educational products and services at reasonable prices. The project reduced the public’s cost of living by more than THB 300 million.







1.6 จัดงานธงฟ้าราคาประหยัด โดยจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน และสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพจากผู้ผลิต ผู้ประกอบการและเกษตรกรโดยตรง ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดร้อยละ 20–40 ผ่านจุดจำหน่ายและรถโมบายเคลื่อนที่ (Mobile Unit) ซึ่งดำเนินการทั้งในพื้นที่ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งสิ้น 1,329 ครั้ง เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าราคาประหยัดและลดภาระค่าครองชีพของประชาชน รวมทั้งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน โดยสามารถลดภาระค่าครองชีพของประชาชนได้กว่า 137.35 ล้านบาท

1.6 Blue Flag Fair. The DIT organized Blue Flag Fair events featuring consumer goods, agricultural products, community-made products, and essential household items supplied directly by manufacturers, business operators, and farmers at prices 20–40% lower than prevailing market prices. Sales were conducted through both fixed sales points and Mobile Units in Bangkok and other provinces, totaling 1,329 events. The initiative sought to provide consumers with greater access to affordable products, reduce living expenses, and expand marketing channels for farmers, business operators, and community enterprises. This initiative helped reduce the public's cost of living by more than THB 137.35 million.











1.7 ส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อเป็นช่องทางแบบถาวรในการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เหมาะสม ควบคู่กับการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการชุมชนและบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อยที่ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ปัจจุบันมีร้านค้าธงฟ้าที่รองรับการชำระเงินด้วยบัตรสวัสดิการแห่งรัฐผ่านเครื่องรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Capture : EDC) หรือโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) รวมทั้งสิ้น 157,729 ร้านค้าทั่วประเทศ นอกจากนี้ **ยังส่งเสริมร้านอาหารธงฟ้า** เพื่อเป็นทางเลือกในการเข้าถึงอาหารปรุงสำเร็จที่มีคุณภาพในราคาประหยัด ปัจจุบันมีร้านอาหารธงฟ้า รวมทั้งสิ้น 5,466 ร้านค้า สามารถช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จของประชาชนได้กว่า 2.14 ล้านบาทต่อวัน

1.7 Blue Flag Store Promotion Measures for Local Economic Development. The DIT continued to expand the Blue Flag store network as a permanent distribution channel providing consumer goods at reasonable prices. The initiative not only created economic opportunities for community-based businesses but also helped alleviate living expenses for low-income earners holding State Welfare Cards. At present, 157,729 Blue Flag stores nationwide accept payments made using the State Welfare Card through Electronic Data Capture (EDC) terminals or mobile applications. In addition, the tDIT continued to promote Blue Flag food vendors to provide consumers with greater access to quality ready-to-eat meals at affordable prices. Currently, there are 5,466 Blue Flag food vendors nationwide, helping reduce the public's expenditure on prepared meals by more than THB 2.14 million per day.















2. การกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้เกิดความเป็นธรรม
Ensuring Fair Pricing of Goods and Services

กรมการค้าภายใน ได้กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้เกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย โดยกำกับดูแลราคาในทุกช่วงของการค้า ตั้งแต่ราคาต้นน้ำ (ราคา ณ โรงงาน) ราคากลางน้ำ (ราคาขายส่ง) จนถึงราคาปลายน้ำ (ราคาขายปลีก) ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง พร้อมทั้งกำกับดูแลให้ปริมาณสินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ และป้องกันการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อรักษาความเป็นธรรมทางการค้า เสริมสร้างเสถียรภาพด้านราคา และสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบการค้าในประเทศ ดังนี้

2.1 กำหนดรายการสินค้าและบริการควบคุม จำนวน 59 รายการ (54 สินค้า 5 บริการ) เพื่อกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการครองชีพของประชาชนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุน และป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่าย หรือเงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งมาตรการกำกับดูแลที่สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์การค้าของสินค้าและบริการ เพื่อดูแลให้เกิดความเป็นธรรมกับทุกภาคส่วน เช่น การกำหนดราคาจำหน่าย (หน้ากากอนามัย) การแจ้งขออนุญาตก่อนการเปลี่ยนแปลงราคา และการแจ้งปริมาณ ราคาและสถานที่เก็บ เป็นต้น

The Department of Internal Trade (DIT) has overseen the pricing of goods and services to ensure fairness for all parties by monitoring prices throughout every stage of the supply chain, from upstream (factory-gate prices) and midstream (wholesale prices) to downstream (retail prices). This is to ensure that they remain at appropriate levels and are consistent with actual costs. In addition, the DIT has monitored the adequacy of product supply to meet market demand and prevented opportunistic practices and consumer exploitation in order to uphold fair trade, maintain price stability, and strengthen confidence in the domestic trading system. The DIT's key measures in this regard are as follows.

2.1 Controlled Goods and Services. The DIT designated 59 items of controlled goods and services (54 goods and 5 services) in order to regulate the prices of goods and services essential to people's livelihoods, ensuring that prices remain at appropriate levels and are consistent with actual costs, while preventing the imposition of unfair buying prices, selling prices, or trading conditions that are detrimental to







2.2 ให้แสดงราคาจำหน่ายสินค้าและบริการ ณ จุดจำหน่าย จำนวน 290 รายการ (240 สินค้า 50 บริการ) รวมทั้งกำหนดให้แสดงราคาและรายละเอียดการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือช่องทางออนไลน์ ทุกรายการ ตลอดจนกำหนดให้แสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร จำนวน 32 รายการ เพื่อคุ้มครองให้เกษตรกรและผู้บริโภคได้รับข้อมูลด้านราคาอย่างครบถ้วน โปร่งใส รวมทั้งสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและค่าบริการก่อนตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ

2.3 กำหนดรายการสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแล จำนวน 242 รายการ (219 สินค้า 23 บริการ) เพื่อป้องกันการฉวยโอกาสปรับขึ้นราคาหรือเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม โดยแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการในการติดตามดูแลเป็น 3 กลุ่ม ตามระดับความสำคัญ



consumers. In addition, the DIT implemented other regulatory measures that were appropriate to specific circumstances to ensure fairness for all sectors. These included prescribing selling prices for face masks, requiring sellers to obtain prior approval before changing prices, and requiring notification of product quantities, prices, and storage locations, and more.

2.2 Price Display Requirements. The DIT required the display of selling prices at points of sale for 290 items of goods and services (240 goods and 50 services). It also required all goods and services offered through electronic commerce systems or online channels to display their prices and details of sale, as well as requiring the display of buying prices for 32 items of agricultural products. These measures were implemented to ensure that farmers and consumers receive complete and transparent pricing information and are able to compare product prices and service charges before making purchasing or service decisions.

2.3 Monitoring of Goods and Services. The DIT designated 242 items of goods and services (219 goods and 23 services) for close monitoring in order to prevent unjustified price increases and unfair practices that exploit consumers. These goods and services were classified into 3 categories according to their level of importance, namely: 1) Sensitive List (SL) comprising 17 items, consisting of products considered particularly sensitive and therefore subject to daily monitoring of prices and market conditions, together with rigorous and continual price inspections by officials; 2) Priority Watch List (PWL) comprising 7





ดังนี้ 1) Sensitive List (SL) จำนวน 17 รายการ เป็นสินค้าที่มีความอ่อนไหวเป็นพิเศษ ต้องติดตามราคาและภาวะเป็นประจำทุกวัน พร้อมทั้งให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบราคาอย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง 2) Priority Watch List (PWL) จำนวน 7 รายการ (5 สินค้า 2 บริการ) เป็นสินค้าและบริการที่ต้องติดตามภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นพิเศษ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง เพื่อเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงของราคาและปริมาณสินค้า และ 3) Watch List (WL) จำนวน 218 รายการ (197 สินค้า 21 บริการ) เป็นสินค้าและบริการที่ติดตามดูแลภาวะและสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเป็นประจำทุกปักษ์

2.4 กำกับดูแลราคายา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์ ให้มีความโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ โดยกำหนดให้โรงพยาบาลเอกชน แจ้งราคาซื้อและราคาจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นเกี่ยวกับการรักษาโรค รวมทั้งแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน พร้อมแสดงเครื่องหมาย QR Code สำหรับเปรียบเทียบราคาจำหน่ายยาในจุดที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและมองเห็นได้อย่างชัดเจน ตลอดจนประเมินค่ารักษาพยาบาลตามการวินิจฉัยเบื้องต้นและแจ้งให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้ง รวมทั้งแจ้งราคายา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นของสถานพยาบาล ก่อนจำหน่ายหรือให้บริการเมื่อผู้ป่วยร้องขอ นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้แทนจำหน่ายของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าแจ้งราคายาที่จำหน่ายให้กับโรงพยาบาล

items (5 goods and 2 services), consisting of goods and services requiring especially close monitoring of market conditions and situations twice a week to detect changes in prices and product availability; and 3) Watch List (WL) comprising 218 items (197 goods and 21 services), consisting of goods and services requiring close monitoring of market conditions and situations on a fortnightly basis.

2.4 Measures to Regulate the Prices of Medicines, Medical Supplies, and Medical Service Charges. The DIT implemented measures to ensure that the prices of medicines, medical supplies, and medical service charges are transparent, fair, and verifiable. Under these measures, private hospitals are required to notify the DIT of their buying prices and selling prices for medicines and medical supplies, medical treatment charges, medical service fees, and other healthcare-related charges, and to notify the DIT of any price changes at least 15 days in advance. Hospitals are also required to display QR Codes for purpose of medicine price comparison in locations that are clearly visible and easily accessible to the public and, before providing treatment, to always inform patients of preliminary estimates of medical expenses based on initial diagnoses. In addition, hospitals must disclose the prices of medicines, medical supplies, medical treatment charges, medical service fees, and other healthcare-related charges before providing goods or services whenever requested by patients. Furthermore, manufacturers, importers, and distributors acting on behalf of manufacturers or importers are required to notify the DIT of the prices of medicines that are sold to the hospitals.



2.5 กำกับดูแลพฤติกรรมการค้าให้เป็นธรรม โดยจัดเจ้าหน้าที่และสายตรวจเฉพาะกิจออกตรวจสอบการจำหน่ายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งด้านการแสดงราคาและการป้องกันพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งตรวจสอบตามเรื่องร้องเรียนของประชาชนที่ได้รับผ่านสายด่วน 1569 โดยได้ดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น 129,896 ราย และดำเนินการตามกฎหมายกับผู้กระทำผิด จำนวน 153 ราย ในกรณีที่ไม่ปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายปลีก แสดงราคาจำหน่ายปลีกไม่ตรงกับราคาจำหน่าย ไม่แสดงข้อความหรือรายละเอียดประกอบราคาจำหน่ายเป็นภาษาไทย และไม่แสดงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือราคาจำหน่ายสินค้าและบริการ นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการส่งเสริมเครือข่ายภาคประชาชน “อาสาธงฟ้า 1569” ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสอดส่องและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ติดตามสถานการณ์ด้านราคาและปริมาณสินค้า สะท้อนปัญหา และเสนอข้อคิดเห็นในการสนับสนุนการกำกับดูแลสินค้าและบริการ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่าย รวมทั้งสิ้น 5,088 ราย

2.5 Measures to Ensure Fair Trade Practices. The DIT deployed officials and special inspection teams to conduct continual inspections of the sale of goods and services by business operators to ensure their compliance with the law, particularly in relation to price display requirements and the prevention of unfair trade practices. Inspections were also carried out in response to complaints received from the public through the 1569 Hotline. Under these measures, the DIT inspected a total of 129,896 business operators, of whom 153 were found to have violated the law and were subject to legal action. The offences included failure to display retail price tags, displaying retail prices that differed from the actual selling prices, failure to display price information or accompanying details in Thai language, and failure to disclose additional charges other than the selling prices of goods and services. In addition, the DIT continued to support the public network known as “Blue Flag Volunteers 1569”, encouraging members of the public to participate in monitoring and reporting unfair trade practices, tracking price and product supply situations, reflecting problems encountered by consumers, providing recommendations on the regulation of goods and services, and disseminating consumer protection information. At present, this network comprises 5,088 members.















2.6 กำกับดูแลการชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องและเที่ยงตรง โดยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเครื่องชั่งตวงวัดที่ใช้ในทางการค้าทั้งก่อนการวางจำหน่ายและระหว่างการใช้งาน รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นธรรม ซึ่งได้ดำเนินการตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ รวมทั้งสิ้น 9,164,450 เครื่อง/หีบห่อ พร้อมทั้งดำเนินการตามกฎหมายกับเครื่องชั่งตวงวัดที่ไม่ได้มาตรฐาน จำนวน 61,877 เครื่อง และสินค้าหีบห่อที่แสดงปริมาณการบรรจุที่ไม่ถูกต้อง จำนวน 69 หีบห่อ นอกจากนี้ ยังได้ยกระดับการกำกับดูแลสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านโครงการ “หัวจ่ายเชื้อเพลิงมาตรฐาน” โดยประสานความร่วมมือกับบริษัทผู้ค้าน้ำมัน 10 บริษัท กำหนดให้สถานีที่เข้าร่วมโครงการฯ ต้องตรวจสอบและรายงานผลการตรวจสอบหัวจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง เดือนละ 2 ครั้ง ในช่วง 6 เดือนแรก จากนั้นให้รายงานผลเดือนละครั้งอย่างต่อเนื่อง เพื่อกำกับติดตามการรักษามาตรฐานของสถานีบริการ ซึ่งได้กำหนดการรับรองเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับสีฟ้า (ผ่านการรับรองเบื้องต้น) ระดับสีเงิน (รักษามาตรฐานต่อเนื่อง 6 เดือน) และระดับสีทอง (รักษามาตรฐานต่อเนื่อง 2 ปี) ปัจจุบันมีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เข้าร่วมโครงการแล้ว รวมทั้งสิ้น 6,793 สถานี

2.6 Measures to Ensure Accuracy of Weights and Measures and Packaged Goods. The DIT conducted inspections to verify the accuracy and precision of weighing and measuring devices used for commercial purposes, both before they were placed on the market and during their use, as well as inspections of the declared quantity of packaged goods to ensure that consumers receive products in the correct quantity and under fair trading conditions. The DIT has already inspected a total of 9,164,450 weighing and measuring instruments and packaged products, and took legal action against 61,877 non-compliant weighing and measuring instruments and 69 packaged products with incorrect declared quantities. In addition, the DIT enhanced the supervision of fuel service stations through the “Standard Fuel Dispenser” Project, implemented in cooperation with 10 oil companies. Under the project, participating service stations are required to inspect fuel dispensers and submit inspection reports twice a month during the first six months, after which inspection results must be reported once a month on a continual basis in order to monitor and maintain compliance with the prescribed standards. The DIT has established a three-tier certification framework, comprising Blue Level (initial certification), Silver Level (compliance maintained continuously for six months), and Gold Level (compliance maintained continuously for two years). At present, a total of 6,793 fuel service stations have joined the project.



3. การรักษาเสถียรภาพราคาและส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตร
Maintaining Agricultural Price Stability and Promoting Agricultural Markets

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการประชุมคณะกรรมการรายสินค้า ทั้งข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน เพื่อกำหนดมาตรการบริหารจัดการและรักษาเสถียรภาพราคาให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์การผลิตและการตลาด รวมทั้งกำหนดและดำเนินมาตรการเชิงรุกในการบริหารจัดการผลไม้ เพื่อสร้างเสถียรภาพด้านราคาและรายได้ของเกษตรกร ตลอดจนส่งเสริมการขยายช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรและพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดให้กับเกษตรกร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

3.1 รักษาเสถียรภาพราคาข้าวเปลือก ภายใต้ 4 มาตรการหลัก ได้แก่ (1) **สินเชื่อชะลอการขายข้าวเปลือกนาปี ปีการผลิต 2567/68** สนับสนุนสินเชื่อแก่เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรเพื่อชะลอการจำหน่ายข้าวเปลือก โดยให้วงเงินสินเชื่อตามชนิดข้าว 9,000–12,500 บาทต่อตัน พร้อมสนับสนุนค่าฝากเก็บและรักษาคุณภาพข้าวเปลือก 1,500 บาทต่อตัน มีเกษตรกรเข้าร่วม 324,737 ราย วงเงินสินเชื่อ 30,284.55 ล้านบาท ปริมาณข้าวเปลือก 2.59 ล้านตัน (2) **สินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร** สนับสนุนสินเชื่อแก่สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และศูนย์ข้าวชุมชน เพื่อรวบรวม แปรรูป และชะลอ

The DIT convened commodity-specific committees for rice, cassava, maize for animal feed, and oil palm to formulate management measures aimed at maintaining price stability in line with prevailing production and market conditions. In addition, the DIT implemented proactive fruit management measures to stabilize prices and farmers' incomes, while promoting the expansion of marketing channels for agricultural products and strengthening farmers' marketing capabilities to enhance their competitiveness. The key achievements are as follows.

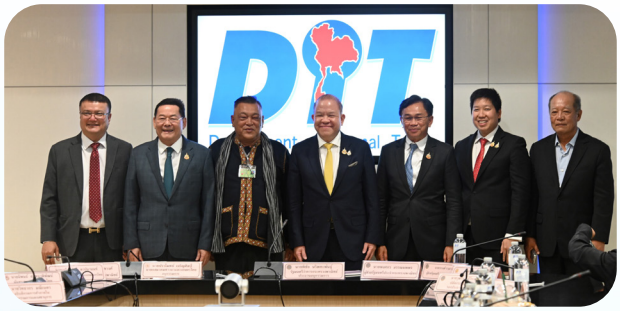
3.1 Paddy Rice. The DIT successfully maintained paddy rice price stability through 4 principal measures. (1) The first was the **2024/25 In-Season Paddy Rice Sales Deferral Credit Program** for farmers and farmer institutions, which enabled participants to defer the sale of paddy rice. Credit facilities ranging from THB 9,000–12,500 per ton of paddy rice, depending on the rice variety, were provided, together with financial assistance of THB 1,500 per ton of paddy rice to cover storage and quality maintenance costs. A total of 324,737 farmers participated in the program, with approved loans amounting to THB 30.28455 billion,











การจำหน่ายข้าวเปลือก มีสถาบันเกษตรกรเข้าร่วม 57 แห่ง วงเงินสินเชื่อ 7,271 ล้านบาท คิดเป็นปริมาณข้าวเปลือก 0.73 ล้านตัน (3) **ชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก** สนับสนุนเงินชดเชยดอกเบี้ยร้อยละ 3 ต่อปี เพื่อเพิ่มสภาพคล่องในการรับซื้อและเก็บสต็อกข้าว มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 205 ราย ใน 45 จังหวัด วงเงินสินเชื่อ 53,438 ล้านบาท ปริมาณเก็บสต็อกสูงสุด 2.29 ล้านตัน และ (4) **สนับสนุนค่าบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพผลผลิตเกษตรกรผู้ปลูกข้าว** โดยสนับสนุนเงินไร่ละ 1,000 บาท ไม่เกินครัวเรือนละ 10 ไร่ (ไม่เกิน 10,000 บาทต่อครัวเรือน) มีเกษตรกรได้รับการสนับสนุน 4.51 ล้านครัวเรือน วงเงินรวม 36,984.40 ล้านบาท



covering 2.59 million tons of paddy rice. (2) The second measure was the **Credit Program for Stockpiling and Adding Value to Paddy Rice by Farmer Institutions,** which supported cooperatives, farmer collectives, community enterprises, and community rice centers in stockpiling, processing, and deferring the sale of paddy rice. A total of 57 farmer institutions participated, receiving a total of THB 7.271 billion in loans, representing 0.73 million tons of paddy rice. (3) The third measure was the **Interest Compensation Program for Stock Keeping by Rice Traders,** under which an annual interest subsidy of 3% was provided to enhance the liquidity of rice traders for the procurement and stockholding of rice. The program was joined by 205 rice traders across 45 provinces, with loan facilities totaling THB 53.438 billion and a maximum stockholding volume of 2.29 million tons. (4) The fourth measure was the **Financial Assistance Program for Farm Management and Production Quality Improvement for Rice Farmers,** which provided support of THB 1,000 per rai, limited to 10 rai per household (up to THB 10,000 per household). A total of 4.51 million farming households benefited from the program, with total financial assistance amounting to THB 36.9844 billion.





3.2 รักษาเสถียรภาพราคามันสำปะหลัง ภายใต้ 4 มาตรการหลัก ได้แก่ (1) **ชดเชยดอกเบี้ยในการเก็บสต็อกมันสำปะหลัง** ปี 2567/68 เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการรับซื้อและเก็บสต็อกผลผลิต มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 112 ราย ใน 36 จังหวัด วงเงินสินเชื่อ 15,000 ล้านบาท ปริมาณเก็บสต็อกสูงสุด 3.55 ล้านตัน (2) **สินเชื่อเพื่อรวบรวมมันสำปะหลังและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร** มีสถาบันเกษตรกรเข้าร่วม 15 แห่ง วงเงินสินเชื่อ 388.58 ล้านบาท คิดเป็นปริมาณมันสำปะหลัง 0.20 ล้านตัน (3) **เพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกมันสำปะหลัง** โดยสนับสนุนสินเชื่อเพื่อยกระดับผลิตภาพ ลดต้นทุนการผลิต และพัฒนาคุณภาพผลผลิต มีเกษตรกรเข้าร่วม 9 ราย วงเงินสินเชื่อ 0.81 ล้านบาท และ (4) **ยกระดับศักยภาพการแปรรูปมันสำปะหลัง** สนับสนุนเครื่องสับมันสำปะหลังขนาดเล็กแก่กลุ่มเกษตรกร มีผู้เข้าร่วม 238 กลุ่ม ใน 28 จังหวัด นอกจากนี้ ยังดำเนินมาตรการเสริม 2 โครงการ ได้แก่ (1) **ชะลอการเก็บเกี่ยวมันสำปะหลัง** เพื่อชะลอผลผลิตออกสู่ตลาดในช่วงที่ผลผลิตกระจุกตัว มีเกษตรกรเข้าร่วม 320 ราย วงเงินสินเชื่อ 14.64 ล้านบาท และ**เพิ่มช่องทาง**

3.2 Cassava. The DIT successfully maintained cassava price stability through 4 principal measures. (1) The first was the **2024/25 Interest Compensation Program for Cassava Stockholding,** which enhanced the liquidity of business operators engaged in purchasing and stockholding cassava. A total of 112 operators in 36 provinces participated in the program, with loan facilities totaling THB 15 billion and a maximum stockholding volume of 3.55 million tons of cassava. (2) The second measure was the **Credit Program for Stockpiling and Adding Value to Cassava by Farmer Institutions,** under which 15 farmer institutions participated, receiving loans totaling THB 388.58 million, representing 0.20 million tons of cassava. (3) The third measure focused on **enhancing cassava production efficiency** by providing credit support to improve productivity, reduce production costs, and enhance product quality. Nine farmers participated in this program, with loans totaling THB 0.81 million. (4) The fourth measure sought to **enhance**









การตลาดสินค้าพืชไร่ เพื่อกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิตและเพิ่มช่องทางการจำหน่าย มีผู้ประกอบการเปิดจุดรับซื้อ 38 จุด ใน 9 จังหวัด มีเกษตรกรเข้าร่วม 22,622 ราย ปริมาณรับซื้อรวม 0.11 ล้านตัน มูลค่า 197.22 ล้านบาท ควบคู่กับการกำกับดูแลการรับซื้อให้เกิดความเป็นธรรม และควบคุมการขนย้ายผลผลิตและท่อนพันธุ์ เพื่อรักษาเสถียรภาพตลาดและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคในมันสำปะหลัง

3.3 รักษาเสถียรภาพราคาข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ภายใต้ 5 มาตรการหลัก ได้แก่ (1) **ชดเชยดอกเบี้ยในการเก็บสต็อกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปี 2567/68** เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการรับซื้อและเก็บสต็อกผลผลิตในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก มีผู้เข้าร่วมโครงการ 23 ราย ปริมาณเก็บสต็อกสูงสุด 0.11 ล้านตัน (2) **สินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร** เพื่อสนับสนุนการรวบรวม แปรรูป และเพิ่มมูลค่าผลผลิต รวมทั้งชะลอการจำหน่ายผลผลิต มีสถาบันเกษตรกรเข้าร่วม 6 แห่ง วงเงินสินเชื่อ 193 ล้านบาท คิดเป็นปริมาณข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 0.10 ล้านตัน (3) **เพิ่มช่องทางการตลาดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์** โดยให้องค์การคลังสินค้าและผู้รับซื้อนอกพื้นที่

cassava processing capacity by providing small-scale cassava chipping machines to farmer collectives. A total of 238 farmer collectives in 28 provinces participated in this program. In addition, the DIT implemented 2 supplementary projects. The first was the **Cassava Harvest Deferral Project,** designed to defer harvesting and mitigate the influx of cassava during peak supply periods. The project involved 320 farmers, with loans totaling THB 14.64 million. The second was the **Marketing Channel Expansion Project for Field Crops,** which facilitated the distribution of cassava beyond production areas and expanded marketing opportunities. Under this project, 38 buying/collection points were established across 9 provinces by cassava traders, serving 22,622 farmers who sold their produce through the program. By the end of the project, total procurement of cassava amounted to 0.11 million tons, valued at THB 197.22 million. All these measures were implemented alongside the supervision of procurement practices to ensure fairness and the control of the movement of cassava produce and cassava cuttings in order to maintain market stability and prevent the spread of diseases affecting cassava.

3.3 Maize (Feed Corn). The DIT successfully maintained maize price stability through 5 principal measures. (1) The first was the **2024/25 Interest Compensation Program for Maize Stockholding,** which enhanced the liquidity of business operators to enable them to procure and stock maize during the peak harvest season. A total of 23 operators participated in this program, with a maximum stockholding volume of 0.11 million tons of maize. (2) The second measure was the **Credit Program for Stockpiling and Adding Value to Maize by Farmer Institutions,** which supported the stockpiling, processing, value addition, and deferred sale of maize. Six farmer institutions participated in this program, receiving loans totaling THB 193 million, representing 0.10 million tons of maize. (3) The third measure was to expand **marketing channels for maize** by engaging



เข้ารับซื้อผลผลิตในแหล่งผลิต พร้อมสนับสนุนค่าบริหารจัดการและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ เพื่อกระจายผลผลิตและลดการกระจุกตัวของอุปทานในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว (4) **เพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์** เพื่อสนับสนุนสินเชื่อให้เกษตรกรนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการเพิ่มผลิตภาพ ลดต้นทุน และพัฒนาคุณภาพผลผลิต มีผู้เข้าร่วม 3 ราย วงเงินสินเชื่อรวม 0.33 ล้านบาท และ (5) **ส่งเสริมพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ประเทศไทย (ปีที่ 1)** โดยถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการผลิตแก่เกษตรกร 32,500 ราย และส่งเสริมการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์หลังฤดูทำนา 4,910 ราย เพื่อเพิ่มผลผลิตและสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร นอกจากนี้ ยังมีการบริหารจัดการการนำเข้าข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และข้าวสาลี โดยกำหนดช่วงเวลาการนำเข้าและสัดส่วนการนำเข้าข้าวสาลีต่อการรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศ เพื่อรักษาสมดุลอุปสงค์และอุปทาน ควบคู่กับการกำกับดูแลการซื้อขายและควบคุมการขนย้าย เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพตลาดและคุ้มครองเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

the Public Warehouse Organization (PWO) and buyers from outside production areas to procure maize directly from producing regions. The measure was complemented by management subsidies and low-interest loans to facilitate product distribution and reduce supply concentration during the harvest season. (4) The fourth measure was **to enhance maize production efficiency** by providing farmers with credit support to adopt appropriate technologies for improving productivity, reducing production costs, and enhancing product quality. Three farmers participated in this program, receiving a total of THB 0.33 million in loans. (5) The fifth measure, the **Feed Maize Production Efficiency Enhancement and Promotion Project in Thailand (Year 1),** provided production knowledge to 32,500 farmers and promoted post-rice-season cultivation of maize among 4,910 farmers, thereby creating additional income opportunities and increasing overall production. In addition, the DIT managed imports of maize and wheat by prescribing appropriate import periods and determining suitable ratios of imported wheat to domestically procured maize in order to maintain a balance between supply and demand. These measures were implemented in parallel with the supervision of trading practices and controls over product movement to strengthen market stability and safeguard the interests of maize farmers.













3.4 รักษาเสถียรภาพราคาปาล์มน้ำมัน โดยกำกับดูแลการซื้อขายเพื่อให้เกษตรกรได้รับความเป็นธรรม โดยกำหนด “ห้ามมิให้ผู้ประกอบการจุดรับซื้อผลปาล์มน้ำมัน (ลานเท) กระทำด้วยประการใด ๆ เพื่อให้ผลปาล์มน้ำมันร่วงอย่างไม่เป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะโดยใช้ตะแกรงรางเทสำหรับลำเลียงทะลายปาล์มน้ำมันที่เป็นตะแกรงหรืออุปกรณ์อื่นใดสำหรับแยกผลปาล์มน้ำมันร่วง โดยผู้ฝ่าฝืนมีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ พร้อมทั้งจัดชุดสายตรวจเฉพาะกิจลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์และตรวจสอบการรับซื้อผลปาล์มน้ำมันของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มและผู้ประกอบการลานเทอย่างเข้มงวด เพื่อให้การรับซื้อเป็นไปตามกลไกตลาดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังดำเนินการ**บริหารจัดการสมดุลน้ำมันปาล์ม** โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการโรงกลั่นน้ำมันปาล์มรายงานข้อมูลการรับซื้อ การผลิต การจำหน่าย ปริมาณคงเหลือ และสถานที่เก็บรักษาน้ำมันปาล์มเป็นรายวัน เพื่อใช้ในการติดตามสถานการณ์ ประเมินปริมาณสินค้าในระบบ วางแผนกำหนดมาตรการบริหารจัดการที่เหมาะสม ป้องกันการกักตุนสินค้า และป้องกันการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค

3.4 Oil Palm. The DIT successfully maintained **oil palm price stability by supervising trading practices to ensure fairness for farmers.** To this end, the DIT has enforced the following requirement: “Oil palm fruit collection center operators (collection yards) shall not engage in any practices that cause oil palm fruits to fall unnaturally from their bunch, including but not limited to the use of grates, conveyor chutes with mesh for handling palm bunches, or any tools or devices intended to separate detached fruits. Violations are subject to a maximum imprisonment of five years, a fine of not more than THB 100,000, or both.” The DIT also deployed special inspection teams to monitor field conditions and rigorously inspect procurement practices at palm oil extraction mills and collection yards to ensure compliance with market mechanisms and applicable laws. In addition, the DIT **managed the balance of palm oil supply** by requiring palm oil refineries to submit daily reports on procurement, production, sales, inventory levels, and storage locations. These data were used to monitor market conditions, assess the volume of palm oil in the supply chain, formulate appropriate management measures, prevent hoarding, and deter opportunistic practices that could disadvantage consumers.





















3.5 บริหารจัดการผลไม้เชิงรุก เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาและสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร ภายใต้มาตรการบริหารจัดการผลไม้เชิงรุก ปี 2568 จำนวน 7 มาตรการ 25 แผนงาน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิตจนถึงการตลาด โดยดำเนินการ**เร่งกระจายผลผลิตจากแหล่งผลิตสู่ตลาด** ผ่านเครือข่ายสำนักงานพาณิชย์จังหวัด การเชื่อมโยงตลาดปลายทาง และการจัดรถโมบายจำหน่ายผลไม้กว่า 50 จุดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อลดการกระจุกตัวของผลผลิตในช่วงฤดูกาล พร้อมทั้ง**ส่งเสริมการรวบรวมและคัดแยกผลไม้คุณภาพมาตรฐานเพื่อการส่งออก** โดยสนับสนุนการรวบรวมผลไม้เป้าหมาย ได้แก่ ทุเรียน มังคุด ลำไย และมะม่วง เป้าหมายรวม 100,000 ตัน ควบคู่กับการจัดกิจกรรม**ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ** ผ่านห้างค้าปลีก ตลาดค้าส่ง ตลาดสด สถานีบริการน้ำมัน และงานจำหน่ายสินค้าธงฟ้า รวมถึงการแจกมะม่วงแฟนซีเพื่อกระตุ้นการบริโภคกว่า 2,000 ตัน นอกจากนี้ ยัง**ขยายช่องทางการตลาดและเพิ่มมูลค่า** ผ่านความร่วมมือกับภาคเอกชน อาทิ บริษัท ฟอร์ม เวนดิ้ง จำกัด (เต่าบิน) รับซื้อผลไม้กว่า 1,000 ตัน เพื่อนำไปแปรรูปและกระจายจำหน่ายทั่วกรุงเทพฯ และสายการบินแอร์เอเชียในการนำผลไม้ไทย เช่น ลำไย มังคุดและสับปะรด ไปจำหน่ายบนเที่ยวบิน ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งสนับสนุนกล่องไปรษณีย์ให้แก่เกษตรกร พร้อมทั้งบริการจัดส่ง

3.5 Proactive Fruit Management. The DIT implemented proactive fruit management measures to maintain price stability and generate sustainable income for farmers through the 2025 Proactive Fruit Management Plan, comprising 7 measures and 25 action plans covering the entire supply chain from production to marketing. The DIT **accelerated the distribution of fruit from production areas to markets** through the network of Provincial Commerce Offices, strengthened direct linkages with destination markets, and deployed more than 50 Mobile Units to sell fruits throughout Bangkok and its vicinity to ease the oversupply of produce during the harvest season. In addition, the DIT promoted the **stockpiling and grading of export-quality** fruits, focusing on durian, mangosteen, longan, and mango, with a combined target volume of 100,000 tons. **Domestic consumption was also promoted** through various distribution channels—including retail chains, wholesale and fresh markets, fuel service stations, and Blue Flag fairs—alongside the distribution of more than 2,000 tons of multi-grafted mango trees as giveaways to stimulate consumption. The DIT further **expanded marketing channels and enhanced value creation** through









ผ่านไปรษณีย์ไทย ตลอดจนดำเนินโครงการ CSR “คนตัวใหญ่ช่วยคนตัวเล็ก” ร่วมกับภาคเอกชน รับซื้อมะม่วงมหาชนกเพื่อแปรรูปเป็นผลไม้อบแห้งกว่า 1,600 ตัน พร้อมทั้งเปิดระบบ Pre-Order เพื่อช่วยวางแผนการผลิตและจำหน่ายอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ**อำนวยความสะดวกด้านแรงงาน** การขนส่ง และการกระจายสินค้า พร้อมทั้ง**กำกับดูแลการรับซื้อ**และการแสดงราคารับซื้อให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้าและรักษาเสถียรภาพตลาดผลไม้

cooperation with the private sector. Notable initiatives included collaboration with Forth Vending Co., Ltd. (Tao Bin), which procured more than 1,000 tons of fruit for processing and distribution throughout Bangkok, and an agreement with AirAsia Airline to offer Thai fruit, including longan, mangosteen, and pineapple, on both domestic and international flights. The DIT also supported farmers by providing postal packaging boxes and delivery services through Thailand Post, while implementing the corporate social responsibility initiative “Big People Helping Little People” in partnership with the private sector, under which more than 1,600 tons of Mahachanok mangoes were procured for processing into dried fruit. Furthermore, the DIT introduced a pre-order system to help farmers plan production and marketing on a sustainable basis, while coordinating with relevant agencies to **facilitate** labor, transportation, and product distribution. These measures were implemented alongside **regulatory oversight of procurement practices** and mandatory display of buying prices in accordance with the law to ensure fair trade and maintain stability in the fruit market.










3.6 ส่งเสริมช่องทางการตลาดและพัฒนาศักยภาพเกษตรกร

นอกจากการดำเนินมาตรการรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรสำคัญแล้ว กรมการค้าภายในยังได้ส่งเสริมช่องทางการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร และพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดให้กับเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดและโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ ผ่านการดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1) พัฒนาศักยภาพ สร้างรายได้และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดสินค้าเกษตร โดยดำเนินการจัดอบรมพัฒนาศักยภาพเกษตรกรด้านการตลาดออนไลน์และการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อเสริมสร้างทักษะในการพัฒนาธุรกิจ ตั้งแต่การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด การสร้างคอนเทนต์เพื่อสื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าให้มีความน่าสนใจ การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับต้นทุนและสามารถสร้างผลตอบแทนได้อย่างคุ้มค่า รวมถึงการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าสินค้าผ่านการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง โดยมีเกษตรกรที่ได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งสิ้น 1,557 ราย ใน 22 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ปราจีนบุรี ชัยนาท กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา พระนครศรีอยุธยา นครสวรรค์ บุรีรัมย์ ขอนแก่น นครราชสีมา อุดรธานี อุบลราชธานี นครพนม ชัยภูมิ สุรินทร์ เพชรบูรณ์ เชียงราย พิจิตร พิษณุโลก เชียงใหม่ พัทลุง และนครศรีธรรมราช





3.6 Promoting Marketing Channels and Strengthening Farmers' Capabilities.

In addition to implementing measures to stabilize the prices of major agricultural commodities, the DIT has actively promoted market access, added value to agricultural products, and assisted in developing marketing potential for farmers, while promoting greater efficiency in market and logistics systems through the following projects and activities.



1) Activities to enhance farmers' capabilities, increase incomes, and add market value to agricultural products. The DIT organized training programs to develop and strengthen farmers' capabilities in online marketing and agricultural product processing, with the aim of equipping them with business development skills. The training covered various aspects of business skills, ranging from packaging and brand design that reflects product identity and market demand, content creation and storytelling to enhance product appeal, to pricing strategies based on production costs and appropriate returns, market analysis and strategic planning, and value addition through the processing of agricultural products into high-value products. A total of 1,557 farmers in the following 22 provinces participated in the training programs: Bangkok, Prachin Buri, Chai Nat, Kanchanaburi, Chachoengsao, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Nakhon Sawan, Buri Ram, Khon Kaen, Nakhon Ratchasima, Udon Thani, Ubon Ratchathani, Nakhon Phanom, Chaiyaphum, Surin, Phetchabun, Chiang Rai, Phichit, Phitsanulok, Chiang Mai, Phatthalung, and Nakhon Si Thammarat.

2) เสริมสร้างความรู้และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ โดย**จัดกิจกรรมตลาดนัดข้าวเปลือก** เพื่อเปิดโอกาสให้เกษตรกรมีแหล่งกลางในการจำหน่ายผลผลิตภายใต้กลไกการค้าที่เป็นธรรม ทั้งด้านราคา การชั่งน้ำหนัก และการตรวจสอบคุณภาพ รวมทั้งส่งเสริมการแข่งขันด้านการรับซื้อและเพิ่มทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตแก่เกษตรกร ซึ่งได้ดำเนินการรวมทั้งสิ้น 62 ครั้ง ครอบคลุม 30 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ นครสวรรค์ พิจิตร ศรีสะเกษ เพชรบูรณ์ ร้อยเอ็ด พระนครศรีอยุธยา หนองคาย พะเยา บุรีรัมย์ มหาสารคาม ยโสธร อุทัยธานี สุพรรณบุรี อุบลราชธานี มุกดาหาร เพชรบุรี นครพนม ราชบุรี ลำปาง ขอนแก่น กาญจนบุรี อุดรธานี สกลนคร พิษณุโลก สุโขทัย แพร่ อ่างทอง ชัยนาท และสิงห์บุรี โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร 193 ราย เกิดปริมาณการซื้อขายรวม 478,426 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 643.626 ล้านบาท โดยราคารับซื้อในตลาดนัดสูงกว่าราคาตลาดทั่วไปเฉลี่ย 100–2,500 บาทต่อตัน นอกจากนี้ ยังได้จัดกิจกรรม**เสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร**ใน 19 จังหวัด เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสถานการณ์ด้านการตลาด แนวโน้มราคาสินค้าเกษตร รวมถึงมาตรการและนโยบายของรัฐบาลในการดูแลสินค้าเกษตรแก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งสิ้น 6,450 ราย



3) พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เพื่อเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปของเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการชุมชน โดยต้องไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง รวมทั้งส่งเสริมการขยายช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนผ่านการจัดกิจกรรม **“เสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาด**

2) Activities to enhance knowledge and expand marketing channels for key agricultural products. The DIT organized **Paddy Rice Wholesale Market** activities to provide farmers with centralized trading venues where they could sell their produce under fair trading mechanisms in terms of pricing, weighing, and quality inspection, while also promoting competition among buyers and expanding farmers’ marketing options. A total of 62 events were held across 30 provinces – i.e. Kalasin, Nakhon Sawan, Phichit, Si Sa Ket, Phetchabun, Roi Et, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Nong Khai, Phayao, Buri Ram, Maha Sarakham, Yasothon, Uthai Thani, Suphan Buri, Ubon Ratchathani, Mukdahan, Phetchaburi, Nakhon Phanom, Ratchaburi, Lampang, Khon Kaen, Kanchanaburi, Udon Thani, Sakon Nakhon, Phitsanulok, Sukhothai, Phrae, Ang Thong, Chai Nat, and Sing Buri. A total of 193 buyers participated, buying 478,426 tons of paddy rice with a total value exceeding THB 643.626 million. Buying prices at these wholesale markets were, on average, THB 100–2,500 per ton higher than prevailing market prices. To complement its **price stabilization efforts for agricultural products,** the DIT also hosted marketing knowledge-sharing activities across 19 provinces, providing updates on market conditions, agricultural price trends, and government measures and policies relating to agricultural commodities to farmers, business operators, and relevant agencies. A total of 6,450 participants attended these activities.

3) Activities to develop and promote community-based agricultural distribution centers (Farm Outlets). The DIT continued to develop and promote Farm Outlets as direct marketing channels for agricultural products and their processed goods from farmers, farmers’ institutions, and community enterprises without the involvement of middlemen. The DIT also promoted the expansion of marketing channels and strengthened market linkages for community-grown agricultural products through the



ออนไลน์สินค้า Farm Outlet ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่” โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีปทุม จัดอบรมนักศึกษากว่า 100 ราย ในหลักสูตรการตลาดดิจิทัล เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้นำความรู้มาสร้างสรรค์คอนเทนต์ส่งเสริมการขายและขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับศูนย์ Farm Outlet ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 56 แห่ง ใน 34 จังหวัด ควบคู่กับการจัดกิจกรรม**เชื่อมโยงการตลาดและส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน**จากศูนย์ Farm Outlet ทั้งการนำสินค้าจากศูนย์ Farm Outlet มาจัดแสดงและจำหน่ายในงาน New Year Mega Sale 2025 ระหว่างวันที่ 17 – 19 ธันวาคม 2567 การเชื่อมโยงการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น TikTok Lemon8 และ Facebook การจัดงาน Farm Outlet Fair ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เวสต์เกต ระหว่างวันที่ 3 – 9 กันยายน 2568 และศูนย์การค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า ระหว่างวันที่ 13 – 17 กันยายน 2568 รวมทั้งการจัดกิจกรรม “Gourmet Market x DIT Farm Outlet” ร่วมกับ The Mall Group ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 15 สิงหาคม 2568 เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและชุมชน ส่งผลให้เกิดมูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) รวมทั้งสิ้น 315.65 ล้านบาท

activity **“Building a Network of Young Online Marketers for Farm Outlet Products”**, implemented in collaboration with Sripatum University. More than 100 students enrolled in the university’s Digital Marketing Program received training designed to encourage them to apply their knowledge in creating promotional content and expanding online marketing channels for Farm Outlets. At present, there are 56 Farm Outlets in 34 provinces. This initiative was complemented by several additional activities: (1) **linking markets and promoting sales of community-grown agricultural products** from Farm Outlets by showcasing and selling products at New Year Mega Sale 2025 event during December 17–19, 2024; (2) expanding online sales through platforms such as TikTok, Lemon8, and Facebook; (3) organizing the Farm Outlets Fair at Central WestGate during September 3–9, 2025 and at Central Pinklao during September 13–17, 2025; and (4) organizing the “Gourmet Market x DIT Farm Outlet” campaign in collaboration with The Mall Group during July 15 – August 15, 2025 to expand market exposure and create additional income opportunities for farmers and local communities. These activities generated total sales of community-made agricultural products (Farm Outlet products) amounting to THB 315.65 million.













4) **ส่งเสริมการตลาดผลไม้** โดยจัดกิจกรรม**เชื่อมโยงการรับซื้อและกระจายผลผลิต** ผ่านกลไกสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ธนาคารของรัฐ และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเร่งระบายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิตและลดการกระจุกตัวของสินค้าในพื้นที่ ซึ่งครอบคลุมผลไม้สำคัญ ทั้งเงาะ ลำไย ลิ้นจี่ และมังคุด ปริมาณรวมกว่า 650 ตัน พร้อมทั้ง**ส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้พร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat)** ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร อาทิ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล มหาชัย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เปิดจุดจำหน่ายมะพร้าวน้ำหอมพร้อมดื่มกว่า 87,000 ลูก และข้าวเหนียวมะม่วงพร้อมรับประทาน ปริมาณ 5 ตัน เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตของเกษตรกร นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ได้แก่ Central, The Mall และ Siam Paragon **จัดกิจกรรมรณรงค์การบริโภคผลไม้ไทย** อาทิ งาน Mango Fruit Festival 2025 (ระหว่างวันที่ 4 – 6 เมษายน 2568) งาน Siam Paragon Tropical Fruit Parade 2025 (ระหว่างวันที่ 25 เมษายน – 5 พฤษภาคม 2568) และงานคัดไทยไทยแลนด์ 2025 (ระหว่างวันที่ 8 – 14 พฤษภาคม 2568) รวมทั้งจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการจำหน่ายและรณรงค์การบริโภคผลไม้ไทยภายในงานธงฟ้าและงานมหกรรม



4) **Fruit marketing promotion activities.** The DIT organized activities **connecting buyers with agricultural produce for distribution** through mechanisms including the Provincial Commerce Offices, state-owned banks, and public listed companies. This was done to accelerate the movement of produce out of their origin areas to markets and reduce product concentration in local markets. These activities covered key fruits, including rambutan, longan, lychee, and mangosteen, with a combined volume exceeding 650 tons. In keeping with the measures to expand marketing channels and add value to farmers' produce, the DIT **promoted sales of ready-to-eat fruits** through partnerships with organizations including Central Mahachai Department Store, PTT Public Company Limited, and the Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT), establishing sales points for more than 87,000 ready-to-drink aromatic coconuts and 5 tons of ready-to-eat mango sticky rice. In addition, the DIT collaborated with leading department stores, including Central, The Mall, and Siam Paragon, to organize **campaigns promoting the consumption of Thai fruits** through events such as the Mango Fruit Festival 2025 (April 4–6, 2025), Siam Paragon Tropical Fruit Parade 2025 (April 25–May 5, 2025), and Kud Thai Thailand 2025 (May 8–14, 2025). The DIT also organized activities to connect fruit buyers with farmers and promote Thai fruit





การค้าชายแดนแม่สอด เพื่อกระตุ้นการบริโภค ขยายช่องทางการตลาด รวมทั้งสร้างการรับรู้ถึงคุณภาพและความหลากหลายของผลไม้ไทยในกลุ่มผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

5) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันสินค้าปศุสัตว์ โดยจัดกิจกรรม**เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าปศุสัตว์** อาทิ ไข่ไก่ และเนื้อสัตว์ ผ่านกลไกงานธงฟ้าและสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เพื่อช่วยเกษตรกรกระจายผลผลิตและลดค่าครองชีพให้กับประชาชน นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินกิจกรรม**รณรงค์การบริโภคเนื้อโคไทย** ภายใต้แนวคิด “รักแรก รสเนื้อไทย” เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ พร้อมทั้งยกระดับภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้คุณภาพเนื้อโคไทยให้เป็นที่นิยมและเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยเชื่อมโยงเนื้อโคไทยคุณภาพจากเกษตรกร 8 กลุ่ม ได้แก่ (1) สหกรณ์โคเนื้อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (KU Beef) จังหวัดนครปฐม (2) เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนโคเนื้อล้านนาเชียงราย (Lanna Beef) จังหวัดเชียงราย (3) วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงโคเนื้อลำตะคอง (NVK Beef) จังหวัดนครราชสีมา (4) เครือข่ายผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดบุรีรัมย์ (Smile Beef) (5) สหกรณ์เครือข่ายโคเนื้อ จำกัด (Max Beef) จังหวัดนครปฐม (6) วิสาหกิจชุมชนโคขุนสุรินโกเบครบวงจร จังหวัดสุรินทร์ (7) พัทลุง เลค บีฟ จังหวัดพัทลุง และ (8) สิชล เทนเดอร์ แลนด์ จังหวัดนครศรีธรรมราช มาออกบูธจำหน่ายสินค้า ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล 3 แห่ง ได้แก่ เซ็นทรัลพระราม 3 เซ็นทรัลพระราม 9 และเซ็นทรัลปิ่นเกล้า รวมทั้งจำหน่ายผ่าน Food Truck ณ หน้าตึกแดง บางซื่อ ระหว่างวันที่ 14 สิงหาคม - 14 กันยายน 2568

consumption during Blue Flag events and the Mae Sot Border Trade Fair, thereby stimulating domestic consumption, expanding marketing opportunities, and build recognition among both Thai and international consumers of the quality and diversity of Thai fruit.

5) Activities to develop and strengthen the competitiveness of Thai-farmed livestock products. The DIT organized activities to **connect buyers with farmers producing livestock products,** such as chicken eggs and meat, through mechanism of the Blue Flag fair and Provincial Commerce Offices to help farmers distribute their products while reducing the public’s cost of living. In addition, the DIT organized **a campaign promoting Thai beef consumption** under the concept “Love at First Bite: The Taste of Thai Beef” to expand market opportunities for beef cattle farmers while enhancing the image and consumer recognition of the quality of Thai beef. The Thai beef featured in these marketing/linking activities came from eight producer groups: (1) KU Kamphaeng Saen Campus Beef Producer Cooperative Limited (KU Beef), Nakhon Pathom Province; (2) Lanna Chiang Rai Beef Community Enterprise Network (Lanna Beef), Chiang Rai Province; (3) Lam Takhong Beef Cattle Community Enterprise (NVK Beef), Nakhon Ratchasima Province; (4) Buri Ram Beef Cluster (Smile Beef); (5) Beef Cluster Cooperative Limited (Max Beef), Nakhon Pathom Province; (6) Surin Kobe Beef Integrated Community Enterprise, Surin Province; (7) Phatthalung Lake Beef, Phatthalung Province; and (8) Sichon Tender Land, Nakhon Si Thammarat Province. These producers participated in promotional booths at 3 Central shopping centers—Central Rama III, Central Rama IX, and Central Pinklao—as well as through a Food Truck located in front of the Bang Sue Red Building during August 14–September 14, 2025.







6) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันสินค้าประมง โดยดำเนินการเชื่อมโยงการจำหน่ายปลากะพงจากเกษตรกรผู้เลี้ยงจังหวัดสงขลาสู่ผู้บริโภคโดยตรง ระหว่างวันที่ 13 ธันวาคม 2567 - 1 มกราคม 2568 เพื่อช่วยระบายผลผลิตออกสู่ตลาด ส่งเสริมการบริโภคปลากะพง และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยง นอกจากนี้ ยังได้จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าปศุสัตว์และสัตว์น้ำในช่วงเทศกาลตรุษจีน ปี 2568 ระหว่างวันที่ 25 - 27 มกราคม 2568 เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน พร้อมทั้ง ได้สนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมและรณรงค์การบริโภคกุ้ง อาทิ งานวันกุ้งเพชรบุรี ครั้งที่ 3 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี (เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2567) งานเทศกาลกินกุ้งแปดริ้ว @งานนมัสการหลวงพ่อโสธร ปี 2567 จังหวัดฉะเชิงเทรา (ระหว่างวันที่ 12 - 24 พฤศจิกายน 2567) งานเทศกาลกินกุ้งจันท์ ครั้งที่ 2 จังหวัดจันทบุรี (ระหว่างวันที่ 12 - 16 มีนาคม 2568) งานท่องเที่ยวประจวบคีรีขันธ์ มหัศจรรย์เมืองสามอ่าว และงานกาชาด ประจำปี 2568 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ระหว่างวันที่ 25 เมษายน - 4 พฤษภาคม 2568) และงานเทศกาลกินกุ้งไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ระหว่างวันที่ 21 - 23 พฤษภาคม 2568) เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายช่องทางการจำหน่าย กระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ และสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง







6) Activities to develop and strengthen the competitiveness of Thai-farmed fisheries products. The DIT organized activities directly connecting sea bass farms in Songkhla Province to end consumers during December 13, 2024–January 1, 2025 in order to help expedite the outflow of sea bass to the market, promote sea bass consumption, and increase farmers' incomes. In addition, the DIT organized activities connecting end consumers with farmers producing livestock and aquatic products during the 2025 Chinese New Year Festival from January 25–27, 2025 to expand marketing opportunities and help reduce the public's cost of living. The DIT also supported promotional campaigns encouraging shrimp consumption through events such as the 3rd Phetchaburi Shrimp Day at Phetchaburi Rajabhat University, Phetchaburi Province (November 2, 2024); the Paet Riu Shrimp Festival held during the Luang Pho Sothon Worship Festival 2024 in Chachoengsao Province (November 12–24, 2024); the 2nd Chanthaburi Shrimp Festival in Chanthaburi Province (March 12–16, 2025); the Prachuap Khiri Khan Tourism Festival: The Miracle of the Three-Bay City, and the 2025 Red Cross Fair in Prachuap Khiri Khan Province (April 25–May 4, 2025); and the Thai Shrimp Eating Festival in Surat Thani Province (May 21–23, 2025). These activities expanded marketing channels, stimulated domestic consumption, and helped generate sustainable incomes for shrimp farmers.







7) พัฒนาการตลาดข้าวแก่เกษตรกร โดยดำเนินการ**จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Coaching) เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดข้าวแก่เกษตรกร** ซึ่งครอบคลุมการวิเคราะห์สถานการณ์และศักยภาพของธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ อาทิ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการแปรรูป ตลอดจนการจัดทำแผนการบริหารจัดการธุรกิจ การเงิน และการตลาด โดยมีกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมการอบรม รวมทั้งสิ้น 20 กลุ่ม ใน 14 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น นครพนม มหาสารคาม บึงกาฬ มุกดาหาร ชัยภูมิ ยโสธร ร้อยเอ็ด สกลนคร สุรินทร์ หนองบัวลำภู อุดรธานี อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ นอกจากนี้ ยังได้จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปจากกลุ่มเกษตรกรที่เข้าโครงการฯ สู่ผู้บริโภคโดยตรง เพื่อสร้างการรับรู้ ส่งเสริมการจำหน่าย และสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร

8) ยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย โดยจัดงานพิธีมอบรางวัลการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ประจำปี 2567 (ครั้งที่ 42) ณ ห้องประชุมบุตรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2568 เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพข้าว พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจในการผลิตและการรักษามาตรฐานข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นที่ยอมรับใน





7) Activities to strengthen rice marketing for farmers. The DIT organized **coaching workshops to strengthen farmers' capabilities in rice marketing.** The training covered various topics ranging from business situation and potential analysis, marketing strategy formulation, value addition through product development—including packaging improvement, branding, and processing—to business, financial, and marketing planning. A total of 20 farmers' collectives from 14 provinces attended the workshops, namely Khon Kaen, Nakhon Phanom, Maha Sarakham, Bueng Kan, Mukdahan, Chaiyaphum, Yasothon, Roi Et, Sakon Nakhon, Surin, Nong Bua Lamphu, Udon Thani, Ubon Ratchathani, and Amnat Charoen. The DIT also organized activities connecting end consumers with the participating farmers' collectives producing rice and processed rice products in order to expand market exposure, promote sales, and create additional income opportunities for farmers.

8) Activities to enhance the quality of Thai jasmine (Hom Mali) rice and leverage its marketing. The DIT organized the 42nd Annual Thailand Jasmine Rice Contest of the year 2024 at Butrachatra Chaiyakon Conference Hall, Ministry of Commerce, on September 3, 2025 to honor farmers and farmers' institutions for their commitment to improving rice quality and to encourage continued production and maintenance of internationally recognized standards for Thai jasmine rice. During the event, 6 Memoranda of Understanding (MOUs) were signed between rice traders and award-winning farmers and farmers' institutions for the purchase and sale of paddy rice, covering a total trading volume of 199.50 tons. The







ระดับสากล ซึ่งภายในงานฯ ได้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลง (MOU) เชื่อมโยงการซื้อขายข้าวเปลือกระหว่างผู้ประกอบการกับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่ได้รับรางวัล จำนวน 6 คู่ ปริมาณการซื้อขาย รวม 199.50 ตัน นอกจากนี้ ยังได้นำเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่ได้รับรางวัล เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ภายใน “งาน FARMERS GROW TOGETHER เคียงข้างเกษตรกรไทย ให้เติบโตไปด้วยกัน” ณ กูร์เมต์ มาร์เก็ต ศูนย์การค้าสยามพารากอน ระหว่างวันที่ 18 – 29 กันยายน 2568 เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค รวมทั้งยกระดับมูลค่าข้าวหอมมะลิไทยสู่ตลาดคุณภาพ

9) ส่งเสริมการขยายตลาดสินค้าเกษตรและผลไม้ไทย ภายใต้กิจกรรมตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) โดยเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทย ได้แก่ สมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย บริษัท มาตาเทรดดิ้ง จำกัด บริษัท ตะวันพืชผล จำกัด บริษัท ฟอร์ทเวนดิ้ง จำกัด บริษัท นานาฟรุ้ต จำกัด วิสาหกิจชุมชนบ้านหาดไก่ต้อย วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลไม้สดและผลผลิตทางการเกษตรแปรรูปบ้านดอนทอง เข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าในงาน “THAIFEX ANUGA ASIA 2025” ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 27 – 31 พฤษภาคม 2568 นอกจากนี้ ยังได้จัดกิจกรรม**ส่งเสริมการบริโภคผลไม้** ภายใต้งาน “Thai Fruit Festival 2025” โดยเชื่อมโยงผลผลิตผลไม้จากเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย อุตรดิตถ์ นครปฐม ราชบุรี นครราชสีมา ฉะเชิงเทรา เพชรบุรี และ

DIT also supported the participation of award-winning farmers and farmers’ institutions in the “FARMERS GROW TOGETHER: Growing Together with Thai Farmers” event at Gourmet Market, Siam Paragon, during September 18–29, 2025 to expand marketing opportunities, build consumer recognition, and elevate the value of Thai jasmine rice in premium markets.

9) Project to promote the expansion of markets for Thai agricultural products and fruits. The DIT organized product-specific market (Magnet Market) activities to connect various groups of Thai business operators, including the Thai Fresh Fruit Traders and Exporters Association, Mata Trading Co., Ltd., Tawan Produce Co., Ltd., Forth Vending Co., Ltd., Nanafruit Co., Ltd., Ban Hat Kai Toi Community Enterprise, Pluk Rak Herbal Processing Community Enterprise, and Ban Don Thong Fresh Fruit and Processed Agricultural Products Community Enterprise. These business operators were invited to showcase and sell their products at THAIFEX – ANUGA ASIA 2025, held at IMPACT Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani, during May 27–31, 2025. In addition, the DIT organized **fruit consumption promotion activities** under the Thai Fruit Festival 2025, providing growers of aromatic coconuts, longkong, longan, dragon fruit, mangoes, pineapples, bananas, and other fruits in Chiang Mai, Chiang Rai,









ชุมพร อาทิ มะพร้าวน้ำหอม ลองกอง ลำไย แก้วมังกร มะม่วง สับปะรด กล้วย รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในความส่งเสริม มาจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ศรีสมาน ระหว่างวันที่ 3 - 7 กันยายน 2568 เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด และสร้างโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการชุมชน



10) ส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยในส่วนภูมิภาค ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2568 ผ่านกลไกสำนักงานพาณิชย์จังหวัด 25 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน อุทัยธานี นครสวรรค์ น่าน แพร่ เชียงราย อุตรดิตถ์ ลพบุรี กาญจนบุรี นนทบุรี ปราจีนบุรี ปทุมธานี นครปฐม ฉะเชิงเทรา นครราชสีมา หนองบัวลำภู มุกดาหาร ยโสธร นราธิวาส สงขลา ยะลา ชุมพร และปัตตานี เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรปลอดภัย ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่าย ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค ส่งเสริมการเข้าถึงสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและปลอดภัย ตลอดจนสนับสนุนการบริโภคสินค้าเกษตรภายในประเทศ

Uttaradit, Nakhon Pathom, Ratchaburi, Nakhon Ratchasima, Chachoengsao, Phetchaburi, and Chumphon Provinces, together with the DIT-supported community enterprises, with opportunities to sell their products directly to end consumers at Robinson Lifestyle Srisamarn during September 3–7, 2025. The objective was to expand marketing channels and create additional income opportunities for farmers and community-based operators.



10) Project to promote the commercial potential of safe agricultural products. The DIT organized activities linking marketing channels for safe agricultural products in provincial areas during February–May 2025. The activities were conducted using the mechanism of the Provincial Commerce Offices in 25 provinces: Chiang Mai, Lampang, Lamphun, Uthai Thani, Nakhon Sawan, Nan, Phrae, Chiang Rai, Uttaradit, Lop Buri, Kanchanaburi, Nonthaburi, Prachin Buri, Pathum Thani, Nakhon Pathom, Chachoengsao, Nakhon Ratchasima, Nong Bua Lamphu, Mukdahan, Yasothon, Narathiwat, Songkhla, Yala, Chumphon, and Pattani. The project aimed to expand market opportunities for farmers growing safe produce and business operators of safe agricultural products. These activities were complemented by publicity campaigns and promotional activities through various media channels to enhance public profile of these products, encourage access to safe and high-quality agricultural products, and promote domestic consumption of agricultural produce.

11) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดกลางสินค้าเกษตร เพื่อเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร และส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงซื้อขายสินค้าเกษตรระหว่างเกษตรกรและผู้ค้าในตลาดฯ อันนำไปสู่การเพิ่มช่องทางการตลาดและสร้างความมั่นคงด้านรายได้แก่เกษตรกร ปัจจุบันมีตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน รวมทั้งสิ้น 59 แห่ง แบ่งเป็นตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 30 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 23 แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ที่แปรสภาพจากสัตว์น้ำ 4 แห่ง ตลาดกลางปลาสวยงามและสัตว์น้ำ 1 แห่ง และตลาดกลางดอกไม้และไม้ดอกประดับ 1 แห่ง นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการ**ส่งเสริมการใช้ระบบตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** โดยเชื่อมโยงการจำหน่ายผลไม้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ “Thailand Post Mart” ปริมาณรวม 1,499.40 ตัน ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสระแก้วและปราจีนบุรี พร้อมทั้งจัดอบรมด้านการตลาดออนไลน์แก่เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 94 ราย เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2568 ณ โรงแรมเดอะ เวโล โฮเทล จังหวัดสระแก้ว เพื่อเพิ่มศักยภาพการค้าออนไลน์ ขยายช่องทางการจำหน่าย และรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดยุคดิจิทัล

12) ส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดข้อตกลง เพื่อสร้างความมั่นคงด้านการตลาดและรายได้แก่เกษตรกร โดยเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้ประกอบการให้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร ภายใต้สัญญามาตรฐานของกรมการค้าภายใน จำนวน 23 สินค้า ได้แก่ กระเทียม หอมแดง ลองกอง มะม่วง สับปะรด ส้มเขียวหวาน มะยงชิด ส้มโอ อะโวคาโด มะพร้าว กล้วย มะปราง มะดัน ฝรั่ง เงาะ ทุเรียน ชมพู่ ลำไย กระท้อน เสาวรส สละ มังคุด และลิ้นจี่ รวมทั้งสิ้น 153 สัญญา ปริมาณ 18,852.79 ตัน มูลค่า 720.01 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังได้จัดอบรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากตลาดข้อตกลงให้กับเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2568 ณ โรงแรมเดอะ เวโล โฮเทล จังหวัดสระแก้ว โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น 94 ราย และเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568 ณ สำนักงานเกษตรจังหวัดพังงา โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น 50 ราย เพื่อส่งเสริมการซื้อขายที่เป็นธรรม ลดความเสี่ยงด้านการตลาด และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ทั้งเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการ

11) Project to develop and promote central agricultural markets. The DIT continued to develop and promote central agricultural markets as trading hubs for agricultural produce and to facilitate market linkages between farmers and vendors, thereby expanding marketing opportunities and strengthening farmers’ income security. At present, the DIT supports a total of 59 central agricultural markets, comprising 30 rice and field crop markets, 23 fruit and vegetable markets, 4 fisheries and processed aquatic products markets, 1 ornamental fish and aquatic animal market, and 1 flower and ornamental plant market. In addition, the DIT promoted the use of electronic commerce system by collaborating with the Sa Kaeo and Prachin Buri Provincial Commerce Offices to support fruit sales through the Thailand Post Mart online platform, with a total sales volume of 1,499.40 tons. The DIT also organized online marketing training for 94 participants – farmers among others – on February 27, 2025 at The Velo Hotel, Sa Kaeo Province, to strengthen e-commerce capabilities, expand marketing channels, and enhance readiness for the digital marketplace.

12) Project to develop and promote contract farming market systems. The DIT promoted contract farming market systems to strengthen market security and income stability for farmers by linking them with agricultural traders through purchase agreements based on the DIT’s standard contract forms. The project covered 23 produce items: garlic, shallots, longkong, mangoes, pineapples, tangerines, Marian plums, pomelos, avocados, coconuts, bananas, maprang, madan, guavas, rambutans, durians, rose apples, longans, santol, passion fruit, salak, mangosteens, and lychees. A total of 153 contracts were concluded, covering 18,852.79 tons of produce with a total value of THB 720.01 million. The DIT also organized 2 training sessions to improve understanding of the benefits of contract farming markets among farmers, farmers’ institutions, and community enterprises. The first session was held on February 27, 2025 at The Velo Hotel, Sa Kaeo Province, with



13) กำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ให้เป็นไปตามกฎหมายและมีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการตรวจสอบการประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็นให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558 จำนวน 46 ครั้ง ครอบคลุม 81 บริษัท พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมาย และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ รวม 3 ครั้ง ประกอบด้วย (1) การจัดอบรมสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการตามกฎหมายคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558 ผ่านระบบออนไลน์ เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2567 มีผู้เข้ารับการอบรม 58 ราย (2) การจัดประชุมหารือแนวทางการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจและเรียนรู้กระบวนการผลิตและการจัดเก็บสินค้าของบริษัทโมบาย โลจิสติกส์จำกัด เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2568 มีผู้เข้าร่วมประชุม 32 ราย และ (3) การจัดประชุมหารือแนวทางการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจและเรียนรู้กระบวนการผลิตและการจัดเก็บสินค้าของบริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2568 มีผู้เข้าร่วมประชุม 40 ราย ตลอดจนผลักดันการใช้ระบบ e-service ของกรมการค้าภายใน ผ่านการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2567 ของสมาคมธุรกิจคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ณ โรงแรมรามาการ์เด้นส์กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568 เพื่อยกระดับมาตรฐานการประกอบธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการด้วยระบบดิจิทัล

94 participants, while the second was held on April 24, 2025 at the Phang Nga Provincial Agriculture Office, with 50 participants. The objective of these training programs was to promote fair trading practices, reduce marketing risks, and strengthen confidence among both agricultural producers and traders.

13) Activities to regulate and promote warehouse, silo, and cold storage businesses in compliance with the law and with greater operational efficiency. The DIT conducted 46 inspections of warehouse, silo, and cold storage businesses to ensure compliance with the Warehouse, Silo, and Cold Storage Act B.E. 2558 (2015), covering 81 companies. The DIT also organized 3 knowledge-sharing and business networking activities as follows: (1) an online seminar on compliance with the Warehouse, Silo, and Cold Storage Act B.E. 2558 (2015) on December 3, 2024, attended by 58 participants; (2) a meeting to discuss and establish a framework for promoting business networking and to hear a knowledge-sharing presentation on production processes and inventory management by Mobile Logistics Co., Ltd. on March 12, 2025, attended by 32 participants; and (3) a meeting to discuss and establish a framework for promoting business networking and to hear a knowledge-sharing presentation on production processes and inventory management by Lion (Thailand) Co., Ltd. on April 25, 2025, attended by 40 participants. In addition, the DIT promoted the adoption of its own e-service system during the 2024 Annual General Meeting of the Warehouse, Silo, and Cold Storage Business Association, held at Rama Gardens Hotel, Bangkok, on April 24, 2025, aiming at elevating business standards, improving service efficiency, and facilitating business operations through digital technology.



4. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจท้องถิ่น
Strengthening the Local Economy

กรมการค้าภายในได้ดำเนินการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่น โดยยกระดับตลาดชุมชนให้เป็น **“ตลาดต้องชม”** ที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านเอกลักษณ์พาณิชย์และอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นกลไกในการขยายช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงท่องเที่ยวสู่ชุมชน ควบคู่กับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็น **“หมู่บ้านทำมาค้าขาย”** เพื่อยกระดับศักยภาพการประกอบธุรกิจของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้ และสร้างรายได้อย่างยั่งยืน ดังนี้

4.1 ตลาดต้องชม (Tong Chom Market) เป็นโครงการที่มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขัน และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ด้วยการยกระดับตลาดชุมชนซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม สินค้าโอทอป (OTOP) ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคที่ผลิตโดยเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการในท้องถิ่น ให้มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม โดดเด่นด้วยอัตลักษณ์ของท้องถิ่น มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานการจำหน่ายสินค้าให้มีความเที่ยงตรง เป็นธรรม โปร่งใส และมีคุณภาพตามเอกลักษณ์พาณิชย์ ปัจจุบันมีตลาดต้องชมในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน

The Department of Internal Trade (DIT) strengthened community and local economies by upgrading community markets into **Tong Chom Markets** (meaning must-visit market), distinguished by both their commercial identity and unique local character. These markets serve as mechanisms for expanding marketing channels for community-made products and linking local communities with mainstream tourism. In parallel, the DIT promoted and developed community enterprises into **Trading Villages** to reinforce local business capabilities, enhance competitiveness, and generate sustainable income, as follows:

4.1 Tong Chom Market. The Tong Chom Market initiative aims to strengthen the grassroots economy by enhancing its competitiveness and promoting sustainable self-reliance. The initiative upgrades community markets, which basically serve as distribution centers for locally produced goods and services, including agricultural products, handicrafts, One-Tambon-One-Product (OTOP) goods, and consumer products made by farmers, community

รวมทั้งสิ้น 251 แห่ง ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพตลาดต้องชมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ขยายโอกาสทางการค้า และสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน ผ่านดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1) พัฒนาศักยภาพตลาดต้องชมสู่เศรษฐกิจดิจิทัล โดยจัดอบรมการพัฒนาศักยภาพการค้าออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในตลาดต้องชมที่อยู่ในความส่งเสริมกว่า 200 แห่งทั่วประเทศ ระหว่างวันที่ 9 – 10 กันยายน 2568 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการชุมชน อาทิ การสร้างเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence : AI) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านระบบ e-Payment การใช้ ChatGPT ในการจัดทำและปรับปรุงเอกสาร ตลอดจนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย Canva AI ให้มีความโดดเด่นและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อยกระดับสินค้าและแบรนด์ให้เป็นที่จดจำผ่านการนำเสนอเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจ พร้อมทั้งเชื่อมโยงร้านค้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน



2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต้องชมช่วงเทศกาลสำคัญ เพื่อดึงดูดประชาชนและนักท่องเที่ยวให้เดินทาง เข้ามาเยี่ยมชม ท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยในตลาดต้องชม ควบคู่กับการอนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดประเพณีไทยและอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อันนำไปสู่การกระจายรายได้สู่ชุมชนและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น อาทิ



enterprises, and local entrepreneurs. These markets are upgraded by improving their visual landscape, highlighting distinctive local character, and offering a diverse array of products and services. Concurrently, their trading practices are standardized to ensure accuracy, fairness, transparency, and quality. At present, the DIT supports a total of 251 Tong Chom Markets across all regions of Thailand. In addition, the DIT has continually enhanced the capabilities of Tong Chom Markets to improve their competitiveness, expand business opportunities, and generate additional income for local communities through the following activities:

1) Activities to Enhance the Capacity of Tong Chom Markets for the Digital Economy. The DIT organized online marketing capacity-building training for community-based operators from more than 200 DIT-supported Tong Chom Markets nationwide during September 9–10, 2025 at the Miracle Grand Convention Hotel, Bangkok. The program was designed to strengthen participants' digital knowledge and skills in areas such as creating digital content that meets the needs of modern consumers, applying Artificial Intelligence (AI) to support business operations, organizing promotional campaigns through e-payment systems, using ChatGPT to prepare and improve business documents, and designing promotional materials with Canva AI that highlight local identity. The training also emphasized storytelling techniques to strengthen product and brand recognition while encouraging business operators to connect their businesses to online platforms in order to expand market opportunities and generate higher incomes for their communities.





(1) การจัดงาน "พาณิชย์สืบสานเทศกาลลอยกระทง ปี 2567" ระหว่างวันที่ 15 – 30 พฤศจิกายน 2567 โดยร่วมกับตลาดต้องชมในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน กว่า 60 แห่ง เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้เข้ามาร่วมสืบสานประเพณีลอยกระทง พร้อมชิม ชม ช้อปสินค้าในตลาดต้องชม รวมถึงร่วมกิจกรรมรับคูปองส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าชุมชน เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ส่งผลให้เกิดมูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนรวมทั้งสิ้น 40.171 ล้านบาท

(2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2568 โดยเชื่อมโยงร้านค้าจากตลาดต้องชมในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน จำนวน 9 แห่ง จาก 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าในงาน "พาณิชย์ลดราคา New Year Mega Sale 2025" ณ กระทรวงพาณิชย์ จังหวัดนนทบุรี ระหว่างวันที่ 17 – 19 ธันวาคม 2567 เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ส่งเสริมการขยายช่องทางการตลาดสินค้าและบริการจากชุมชน รวมทั้งกระตุ้นการท่องเที่ยวตลาดต้องชม พร้อมทั้งจัดกิจกรรม **"พาณิชย์ชวนเที่ยวช่วงเทศกาลปีใหม่ 2568"** ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม 2567 – 30 มกราคม 2568 โดยร่วมกับตลาดต้องชมในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน กว่า 100 แห่งทั่วประเทศ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว

2) Activities to Promote Tourism at Tong Chom Markets During Major Festivals. The DIT organized tourism promotion activities at Tong Chom Markets during major festivals to encourage both domestic and international visitors to travel to, visit, and spend at Tong Chom Markets. These activities were implemented alongside efforts to preserve, promote, and build upon Thai traditions and local cultural identities as cultural assets capable of generating economic value, thereby creating income for communities and strengthening local economies. The activities included:

(1) "Sustaining Cultural Traditions: Loy Krathong 2024 by the Ministry of Commerce", held during November 15–30, 2024, in collaboration with more than 60 DIT-supported Tong Chom Markets. The event encouraged the public and tourists to participate in Loy Krathong celebrations while enjoying local food, shopping for community products, and receiving discount coupons for community products to stimulate spending and generate income for local communities. The campaign generated a total trade value of THB 40.171 million in community goods and services.

(2) New Year 2025 tourism promotion activities, under which vendors from 9 Tong Chom Markets representing the Central, Northern, Northeastern, and Southern regions participated in "New Year Mega Sale 2025 by the Ministry of Commerce" event, held at the Ministry of Commerce, Nonthaburi Province, during December 17–19, 2024. The objective was to raise public profile of Tong Chom















สัมผัสวิถีชีวิต ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งชิม ชม และเลือกซื้อสินค้าและบริการภายในตลาดต้องชม อันเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและกระตุ้นการหมุนเวียนของเศรษฐกิจฐานราก ส่งผลให้เกิดมูลค่าการค้าสินค้าและบริการของชุมชนรวมทั้งสิ้น 223.974 ล้านบาท

(3) การจัดงาน "พาณิชย์ชวนเที่ยวมหาสงกรานต์ สืบสานและอนุรักษ์ประเพณีไทย 2568" ระหว่างวันที่ 5 เมษายน – 19 พฤษภาคม 2568 โดยร่วมกับตลาดต้องชมในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในกว่า 100 แห่ง เพื่อดึงดูดให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม ท่องเที่ยว และสืบสานประเพณีท้องถิ่นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ พร้อมทั้งร่วมกิจกรรมรับคูปองช่วยช้อปสำหรับซื้อสินค้าและบริการในตลาดต้องชม เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ส่งผลให้เกิดมูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนรวมทั้งสิ้น 192.594 ล้านบาท

Markets, expand marketing opportunities for community products and services, and encourage tourism to Tong Chom Markets across the country. In addition, the DIT organized **"Celebrate New Year 2025: Ministry of Commerce Holiday Travel Campaign"** during December 27, 2024–January 30, 2025 in collaboration with more than 100 Tong Chom Markets nationwide. The campaign encouraged visitors to experience local lifestyles, traditions, and cultural heritage while enjoying local food and shopping for products and services at Tong Chom Markets, thereby generating income for local communities and stimulating grassroots economies. These activities generated a total trade value of THB 223.974 million in community goods and services.

(3) "Travel and Celebrate Grand Songkran 2025 with the Ministry of Commerce: Preserving Thai Heritage" event, held during April 5–May 19, 2025, in collaboration with more than 100 DIT-supported Tong Chom Markets. The campaign encouraged the public and tourists to visit Tong Chom Markets during the Songkran Festival while participating in local cultural activities. Shopping coupon promotions were also provided to stimulate spending on community goods and services. These activities generated a total trade value of THB 192.594 million in community goods and services.





3) จัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชม เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายภายในตลาดต้องชม โดยเชื่อมโยงตลาดต้องชมที่มีความโดดเด่นในแต่ละภูมิภาคให้เป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางท่องเที่ยวที่ประชาชนและนักท่องเที่ยว สามารถสัมผัสกับประสบการณ์อย่างครบวงจร ทั้งการเลือกซื้อสินค้าชุมชน การลิ้มลองอาหารพื้นถิ่น ตลอดจนการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการเดินทางบนเส้นทางสายหลักของประเทศ โดยมีตลาดต้องชมที่เป็นหมุดหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชน 40 แห่ง ใน 8 เส้นทาง ดังนี้

- **เส้นทางที่ 1 ภาคเหนือตอนบน** (สายพหลโยธิน) เช่น กาดกองเก่า จังหวัดเชียงราย กาดบะป๋าว จังหวัดเชียงใหม่ กาดหล่ายต้า จังหวัดพะเยา ถนนคนเมืองมิ่ง เมืองดีเบส จังหวัดน่าน กาดเมกฮิมคือ จังหวัดแพร่
- **เส้นทางที่ 2 ภาคเหนือตอนล่าง** (สายพหลโยธิน) เช่น ตลาดถนนวันวานเมืองลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ตลาดริมยม 2437 จังหวัดสุโขทัย ถนนคนเดินบางขี้นาก จังหวัดพิจิตร ตลาดเจ้าค่ะ จังหวัดนครสวรรค์ ถนนคนเดินตรอกโรงยา จังหวัดอุทัยธานี
- **เส้นทางที่ 3 ภาคกลาง** (สายพหลโยธิน) เช่น ถนนมีชีวิต พาณิชย์เจริญ จังหวัดเพชรบุรี ตลาดหลวง

3) Tong Chom Market Tourism Routes. The DIT developed Tong Chom Market Tourism Routes to stimulate tourism and consumer spending by linking outstanding Tong Chom Markets in each region with mainstream travel routes where visitors can shop for community products, enjoy local cuisine, and experience local culture, lifestyles, and community identities. A total of 40 Tong Chom Markets were featured across 8 tourism routes as key destinations for cultural and community-based tourism, as follows:

- **Route 1: Upper Northern Region (Phahonyothin Highway)** — including Kad Kong Kao in Chiang Rai Province, Kad Ba Pao in Chiang Mai Province, Kad Lai Ta in Phayao Province, Ming Muang Dee Bes Walking Street in Nan Province, and Kad Mek Him Khue in Phrae Province.
- **Route 2: Lower Northern Region (Phahonyothin Highway)** — including Wan Wan Mueang Laplae Walking Street in Uttaradit Province, Rim Yom 2437 Market in Sukhothai Province, Bang Khee Nak Walking Street in Phichit Province, Chao Kha Market in Nakhon Sawan Province, and Trok Rong Ya Walking Street in Uthai Thani Province.
- **Route 3: Central Region (Phahonyothin Highway)** — including Mi Chiwit Panich Charoen Walking Street in Phetchaburi Province, Luang Pu Thuat Market in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, Wat Phra Non Chaksi Market in Sing Buri Province, Wat Pa Lelai Market in Suphan Buri Province, and Bang Nam Phueng Floating Market in Samut Prakan Province.
- **Route 4: Eastern Region (Sukhumvit Highway)** — including 4-Region Floating Market (Pattaya) in Chon Buri Province, Khlong Nong Bua Exotic Dessert Community Market in Chanthaburi Province, Ban Nam Chiao Floating Market in Trat Province, Ban Mai 100-Year Market in Chachoengsao Province, and Yomjinda Road Market in Rayong Province.
- **Route 5: Lower Northeastern Region (Mittraphap Highway)** — including Huai Rai Community Market in Chaiyaphum Province, Kalasin

ปู่ทวด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตลาดวัดพระนอนจักรสีห์ จังหวัดสิงห์บุรี ตลาดวัดป่าเลไลยก์ จังหวัดสุพรรณบุรี ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ

- **เส้นทางที่ 4 ภาคตะวันออก** (สายสุขุมวิท) เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) จังหวัดชลบุรี ตลาดชุมชนขนมแปลกริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี ตลาดน้ำบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ตลาดถนนยมจินดา จังหวัดระยอง
- **เส้นทางที่ 5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง** (สายมิตรภาพ) เช่น ตลาดชุมชนตำบลห้วยไร่ จังหวัดชัยภูมิ ถนนคนเดินกาฬสินธุ์โปงลางสตรีท จังหวัดกาฬสินธุ์ ตลาดนัดสีเขียว จังหวัดสุรินทร์ ถนนคนเดินเซราะกราว จังหวัดสุรินทร์ ถนนคนเดินศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ
- **เส้นทางที่ 6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน** (สายมิตรภาพ) เช่น ถนนคนเดิน จังหวัดเลย ถนนคนเดินสาเกตนคร จังหวัดร้อยเอ็ด ถนนข้าวเม่าริมโขง ณ บึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ ตลาดแคมของหนองคาย จังหวัดหนองคาย ตลาดต้นตาล จังหวัดขอนแก่น
- **เส้นทางที่ 7 ภาคใต้ตอนบน** (สายเพชรเกษม) เช่น ตลาดพ่อตาหินช้าง จังหวัดชุมพร ตลาดสะพานยูง จังหวัดระนอง หลาคลองแล@บางนุ จังหวัดพังงา ตลาดนาปด จังหวัดตรัง และถนนคนเดินหลาดใหญ่ จังหวัดภูเก็ต
- **เส้นทางที่ 8 ภาคใต้ตอนล่าง** (สายเพชรเกษม) เช่น ตลาดน้ำคลองแห จังหวัดสงขลา ถนนคนเดินกระบี่ จังหวัดกระบี่ ตลาดป่าไผ่สร้างสุข จังหวัดพัทลุง ถนนวัฒนธรรมเมืองเก่าตะกั่วป่า จังหวัดพังงา ตลาดนาวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต้องชม ตลอดทั้ง 8 เส้นทาง ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว และส่งเสริมการใช้จ่ายภายในตลาดต้องชม ควบคู่กับการเชิญผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ร่วมเดินทางเยี่ยมชมและเผยแพร่เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และเสน่ห์ของตลาดต้องชมในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อขยายการรับรู้สู่กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในวงกว้าง อันนำไปสู่การเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ส่งผลให้เกิดมูลค่าการค้าสินค้าและบริการของชุมชนรวม 94.303 ล้านบาท

Pong Lang Walking Street in Kalasin Province, Green Market in Surin Province, Sro Kraw Walking Street in Surin Province, and Sisaket Walking Street in Sisaket Province.

- **Route 6: Upper Northeastern Region (Mittraphap Highway)** — including Loei Walking Street in Loei Province, Saket Nakhon Walking Street in Roi Et Province, Khao Mao Rim Khong Market in Bueng Kan Province, Kham Khong Market in Nong Khai Province, and Ton Tann Market in Khon Kaen Province.
- **Route 7: Upper Southern Region (Phetkasem Highway)** — including Pho Ta Hin Chang Market in Chumphon Province, Saphan Yung Market in Ranong Province, Lard Long Lae @ Bang Nu Market in Phang Nga Province, Na Pod Market in Trang Province, and Lard Yai Walking Street in Phuket Province.
- **Route 8: Lower Southern Region (Phetkasem Highway)** — including Khlong Hae Floating Market in Songkhla Province, Krabi Walking Street in Krabi Province, Pa Phai Sang Suk Market in Phatthalung Province, Takua Pa Old Town Cultural Street in Phang Nga Province, and Na Wong Market in Nakhon Si Thammarat Province.

In addition, the DIT conducted nationwide promotional campaigns covering all 8 tourism routes through various communication channels to enhance public profile, encourage tourism, and stimulate consumer spending at Tong Chom Markets. These activities were complemented by collaborations with social media influencers who visited and promoted the unique identities, distinctive characteristics, and attractions of Tong Chom Markets in Bangkok and its vicinity, thereby building recognition among tourists and consumers, creating additional business opportunities, and generating income for local communities. These promotional activities generated a total trade value of THB 94.303 million in community goods and services.



4) **จัดงานมหกรรมการท่องเที่ยวตลาดต้องชมและจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน** ภายใต้งาน **“Soft Power Connects Local to Global 2025”** เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขายให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยว ขยายช่องทางการตลาด และเพิ่มโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการชุมชน โดยนำสินค้าเด่น สินค้าคุณภาพและผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผู้ประกอบการท้องถิ่นภายในตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย มาจัดแสดงและจำหน่าย ณ ศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 20 - 22 สิงหาคม 2568 ศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ราชพฤกษ์ จังหวัดนนทบุรี ระหว่างวันที่ 23 - 27 สิงหาคม 2568 และศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ศรีสมาน จังหวัดนนทบุรี ระหว่างวันที่ 29 - 31 สิงหาคม 2568 นอกจากนี้ ภายในงานฯ ยังได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ผ่าน DIT Go กิจกรรมสาธิตและฝึกปฏิบัติ (Workshop) จากหมู่บ้านทำมาค้าขาย อาทิ การเพ้นท์ตุ๊กตาไม้ และการทำสบู่จากรังไหม ควบคู่กับการจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการชุมชนกับคู่ค้าทางธุรกิจ ขยายโอกาสทางการตลาด และต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่เชิงพาณิชย์ อันเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชน

4) **Tong Chom Markets tourism and community products fair** under the **“Soft Power Connects Local to Global 2025”** Campaign. This event aimed to raise nationwide recognition of Tong Chom Markets and Trading Villages, while promoting tourism, expanding marketing channels, and creating greater business opportunities for community-based operators. In implementing this campaign, signature products, quality goods, and community products from local makers and vendors in Tong Chom Markets and Trading Villages were showcased and sold at 3 Robinson Lifestyle shopping centers: Robinson Lifestyle Lat Krabang, Bangkok, during August 20–22, 2025; Robinson Lifestyle Ratchaphruek, Nonthaburi Province, during August 23–27, 2025; and Robinson Lifestyle Srisamarn, Nonthaburi Province, during August 29–31, 2025. The event also featured promotional campaigns through the DIT Go platform, live demonstrations and hands-on workshops conducted by representatives from Trading Villages, such as wooden doll painting and silk cocoon soap making, as well as Business Matching sessions that connected community-based operators with potential business partners. These activities expanded market opportunities, facilitated the commercialization of community products, created additional income-generating opportunities, and enhanced business capabilities of community-based operators.









4.2 หมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village) เป็นโครงการที่เน้นการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมและมีศักยภาพให้ก้าวสู่การเป็น “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” ที่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเข้มแข็ง และแข่งขันได้ รวมทั้งสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่ชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้และเติบโตได้อย่างยั่งยืน ผ่านการถ่ายทอดความรู้และให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้นำและสมาชิกของชุมชนในด้านต่าง ๆ อาทิ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชน การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์ การวิเคราะห์และวางแผนการตลาด การสร้างเรื่องราวของสินค้า (Storytelling) เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและสร้างการจดจำ ตลอดจนการส่งเสริมการขายช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่าย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1) ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ จำนวน 5 แห่ง โดยคัดสรรวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ มีความโดดเด่น และมีผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพสินค้า ยกระดับการบริหารจัดการธุรกิจ เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาด และขยายช่องทางการจำหน่าย พร้อมทั้งยกระดับให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถสร้างรายได้อย่างยั่งยืน ปัจจุบันมีหมู่บ้านทำมาค้าขายในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน รวมทั้งสิ้น 57 แห่ง ใน 19 จังหวัด สำหรับหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ดังนี้

- **วิสาหกิจชุมชนป่านศรนารายณ์ จังหวัดเพชรบุรี** วิสาหกิจชุมชนที่น้อมนำแนวพระราชดำริด้านการส่งเสริมอาชีพของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน โดยนำป่านศรนารายณ์ ซึ่งเป็นพืชท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีมาแปรรูปผ่านกระบวนการจักสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย อาทิ หมวก กระเป๋า รองเท้า และเข็มขัด เป็นต้น โดยมีจุดเด่นอยู่ที่การออกแบบที่ทันสมัย สีสันสวยงาม รูปแบบหลากหลาย และมีความคงทนต่อการใช้งาน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งในประเทศและตลาดนักท่องเที่ยว

4.2 Trading Village. The Trading Village initiative focuses on promoting and developing capable and high-potential community enterprises into Trading Villages that can operate efficiently, build strong and competitive businesses, and generate stable income for their communities. The initiative aims to strengthen community economies so that they become more self-reliant and achieve sustainable growth. The DIT implemented this initiative by providing knowledge transfer and advisory services to community leaders and members in areas such as value addition for community products, packaging design and product development, marketing analysis and planning, and product storytelling to enhance product distinctiveness and brand recognition. The DIT also assisted communities in expanding marketing channels and establishing market linkages to increase business opportunities and generate higher incomes. The key activities implemented under this initiative are as follows:

1) Development of New Trading Villages. The DIT selected 5 community enterprises with strong potential, distinctive characteristics, and products that reflect their local identities. These enterprises received support in product quality improvement, business management enhancement, marketing capability development, and market expansion before being upgraded into new Trading Villages capable of competing effectively and generating sustainable income. At present, the DIT supports a total of 57 Trading Villages across 19 provinces. The new Trading Villages established in Fiscal Year 2025 are as follows:

- **Sisal Hemp Community Enterprise, Phetchaburi Province.** This community enterprise has adopted Her Majesty Queen Sirikit The Queen Mother’s royal initiative on occupational promotion by utilizing sisal hemp (agave plant), a local plant native to Phetchaburi Province. Through traditional local weaving techniques, the fibers extracted from sisal hemp are transformed into a wide range of products, including hats, handbags, shoes, and belts. Its



• **กลุ่มหัดชา จังหวัดนครสวรรค์** วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป โดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมและยาดมให้มีความโดดเด่นด้วยความคิดสร้างสรรค์ ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย เช่น ยาดม “ยักษ์ขาว” “ยักษ์แดง” และ “ยักษ์ม่วง” ซึ่งได้รับการออกแบบให้มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นที่นิยมในฐานะของฝากและของที่ระลึกประจำจังหวัดนครสวรรค์ สะท้อนการผสมผสานภูมิปัญญาสมุนไพรไทยกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้อย่างลงตัว

• **วิสาหกิจชุมชนคญาบาติก จังหวัดนครราชสีมา** วิสาหกิจชุมชนที่นำภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของอำเภอปักธงชัยมาบูรณาการร่วมกับเทคนิคการทำผ้าบาติก เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสร้างสรรค์ลวดลายที่สะท้อนธรรมชาติและวิถีชีวิตของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ ลายดินแตกระแหง ลายใบไม้ และลายดอกไม้ ก่อนนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ หมอนรองคอ หมอนอิง และกระเป๋า ซึ่งโดดเด่นด้วยสีสันและลวดลายที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผ้าไหมไทยในรูปแบบร่วมสมัย

• **วิสาหกิจชุมชนบ้านตุ๊กตาไม้ลวงเหนือ จังหวัดเชียงใหม่** วิสาหกิจชุมชนที่สืบสานงานหัตถกรรมแกะสลัก ตุ๊กตาไม้ลวงเหนือ อันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

products are distinguished by modern designs, attractive colors, diverse styles, and durability, making them popular among both domestic consumers and tourists.

• **Hatacha Collective, Nakhon Sawan Province.** This community enterprise produces and markets processed herbal products, with particular emphasis on creatively designed aromatic products and herbal inhalers. Its packaging reflects distinctive Thai artistic and cultural elements, such as the Yak Kao (meaning white giant), Yak Daeng (meaning red giant), and Yak Muang (meaning purple giant) herbal inhalers, which have become well-known souvenirs representing Nakhon Sawan Province. Its products successfully combine traditional Thai herbal wisdom with creative product development.

• **Kaya Batik Silk Community Enterprise, Nakhon Ratchasima Province.** This community enterprise combines the traditional silk weaving heritage of Pak Thong Chai District with batik techniques to create distinctive products featuring designs inspired by the natural environment and the lifestyle of northeastern Thailand, including cracked earth, leaf, and floral patterns. These fabrics are further developed into scarves, shawls, neck pillows, decorative cushions, handbags, and other products distinguished by colorful patterns that reflect local identity while adding value to Thai silk with a contemporary touch.

• **Luang Nuea Wooden Art Toy Community Enterprise, Chiang Mai Province.** This community enterprise preserves the traditional craftsmanship of Luang Nuea wooden dolls, a local handicraft of Chiang Mai Province. Using wood from Alstonia scholaris, or white cheesewood, trees – a fine-grained timber renowned in the area – skilled artisans create a variety of wooden dolls, including hill tribe figures, animal figurines, and decorative souvenirs. The products feature meticulous carving, hand-painted finishes in vibrant colors, and distinctive Lanna artistic characteristics, making them highly popular among both Thai and international tourists.

ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำไม้พญาสัตบรรณ ซึ่งเป็นไม้เนื้อละเอียดและขึ้นชื่อของท้องถิ่น มาสร้างสรรค์เป็นตุ๊กตาไม้รูปแบบต่าง ๆ อาทิ ตุ๊กตาชาวเขา สัตว์นานาชนิด และของตกแต่งที่ระลึก ด้วยฝีมือการแกะสลักและการลงสีอย่างประณีต มีสีสันสดใส และสะท้อนอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมล้านนาได้อย่างงดงาม จึงได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

- **วิสาหกิจชุมชนศรีดาแฮนด์เมด จังหวัดน่าน** วิสาหกิจชุมชนที่สืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าไทลื้อของจังหวัดน่าน โดยนำผ้าทอพื้นเมืองมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมร่วมสมัย อาทิ กระเป๋า เสื้อผ้า และของใช้ในชีวิตประจำวัน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จุดเด่นของผลิตภัณฑ์อยู่ที่การผสมผสานลวดลายผ้าไทลื้อเข้ากับการออกแบบที่ทันสมัย การตัดเย็บอย่างประณีต และการเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวัน ควบคู่กับการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผ้าทอพื้นเมืองและสร้างรายได้อย่างยั่งยืนแก่ชุมชน



2) พัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจของหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม จำนวน 12 แห่ง ตามศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนา เพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน โดยแบ่งการส่งเสริมออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- **กลุ่มของกินของใช้** จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนไชโยฟาร์มเห็ด จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดแครงอินทรีย์) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบูดูข้าวยำสำเร็จรูป จังหวัดสงขลา (ผลิตภัณฑ์น้ำบูดูและข้าวยำสำเร็จรูป) วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เตยปาหนันบ้านดุหุน จังหวัดตรัง (ผลิตภัณฑ์จักสานจากเตยปาหนัน) วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรบ้านบ่อใหม่

- **Srida Handmade Community Enterprise, Nan Province.** This community enterprise preserves the traditional weaving heritage of the Tai Lue indigenous community in Nan Province by transforming locally woven textiles into contemporary handicraft products with unique regional identity, including handbags, apparel, and household items. Its products are distinguished by the integration of traditional Tai Lue textile patterns with modern designs, fine craftsmanship, and high-quality materials, making them suitable for everyday use. The enterprise represents an important effort to preserve local wisdom while creating added value for traditional woven textiles and generating sustainable income for the community.

2) Enhancement of Business Capabilities for Existing Trading Villages. The DIT enhanced the business capabilities of 12 existing Trading Villages based on the development potential and readiness of each community to upgrade business operations, improve competitiveness, and reinforce local economic resilience. Support was provided under two categories:

- **Food and Consumer Products** (7 villages): Chaiyo Mushroom Farm Community Enterprise, Surat Thani Province (processed organic split-gill mushroom products); Instant Thai Southern-Style Spicy (Budu) Rice Salad Community Enterprise, Songkhla Province (Budu sauce and instant rice salad products); Baan Duhun Pandanus Leaf Products Community Enterprise, Trang Province (pandanus leaf handicrafts); Baan Bo Mai Farm Women Community Enterprise, Songkhla Province (palmyra palm fiber handicrafts); Rang Mai Pradit Community Enterprise, Saraburi Province (silk cocoon products); Mab Lao Cha-on Sedge Basketry Community Enterprise, Rayong Province (sedge basketry products); and 100Pan Thai Coconut Community Enterprise, Prachuap Khiri Khan Province (cold-pressed coconut oil products).

- **Textiles** (5 villages): Dolmanee Community Group, Ratchaburi Province (banana fiber woven textiles); Baan Phurisa Thai Fabrics, Nong Bua

จังหวัดสงขลา (ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเส้นใยตาลโตนด) วิสาหกิจชุมชนรังไหมประดิษฐ์ จังหวัดสระบุรี (ผลิตภัณฑ์จากรังไหม) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานกระจูดมาบเหลาชะโอน จังหวัดระยอง (ผลิตภัณฑ์จักสานจากกระจูด) และวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม 100 พันมะพร้าวไทย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น)

- **กลุ่มผ้า** จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ กลุ่มดลมณี จังหวัดราชบุรี (ผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเส้นใยกล้วย) บ้านภูริษาผ้าไทย จังหวัดหนองบัวลำภู (ผลิตภัณฑ์ผ้าไทยและผ้าพื้นเมือง) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำมอญแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง (ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าซาโอริ จังหวัดพังงา (ผลิตภัณฑ์ผ้าทอซาโอริ กระเป๋า และของใช้) และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปันหยาบาติก จังหวัดสตูล (ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกย้อมสี)







3) ส่งเสริมการขยายช่องทางการตลาดสินค้าและบริการชุมชน โดยเชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหมู่บ้านทำมาค้าขายกว่า 40 แห่ง มาจัดแสดงและจำหน่าย ณ ศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 20 - 22 สิงหาคม 2568 ศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ราชพฤกษ์ จังหวัดนนทบุรี ระหว่างวันที่ 23 - 27 สิงหาคม 2568 และศูนย์การค้าโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ศรีสมาน จังหวัดนนทบุรี ระหว่างวันที่ 29 - 31 สิงหาคม 2568 เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

Lamphu Province (Thai and traditional local fabrics); Nam Mon Chae Son Community Enterprise, Lampang Province (handwoven cotton textiles); Saori Weaving Community Enterprise, Phang Nga Province (Saori woven fabrics, bags, and lifestyle products); and Pun-Ya Batik Community Enterprise, Satun Province (naturally dyed batik textiles).

3) Expansion of Marketing Channels for Community Products and Services. The DIT expanded marketing opportunities for community products and services by inviting more than 40 Trading Villages to exhibit and sell their products at 3 Robinson Lifestyle shopping centers: Robinson Lifestyle Lat Krabang, Bangkok, during August 20–22, 2025; Robinson Lifestyle Ratchaphruek, Nonthaburi Province, during August 23–27, 2025; and Robinson Lifestyle Srisamarn, Nonthaburi Province, during August 29–31, 2025. The initiative aimed to create additional income-generating opportunities for community-based operators while expanding distribution channels and increasing consumer access to community products and services.





ผลการปฏิบัติราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

Results of Performance Evaluation Based on Public Sector Efficiency Improvement Measures For Fiscal Year 2025

Performance Base	Potential Base	คะแนนรวม Total Score	สรุปผลการประเมิน Evaluation Summary
66.316 (คะแนน / points)	26.064 (คะแนน / points)	92.38 (คะแนน / points)	ระดับดีมาก

ประเด็นการประเมิน Evaluation Criteria	เป้าหมาย Change (in THB Million)			ผลการดำเนินงาน Actual Performance	คะแนน Score	คะแนนถ่วงน้ำหนัก Weighted Score
	ขั้นต้น Base (50)	มาตรฐาน Standard (70)	ขั้นสูง Advanced (100)			
องค์ประกอบที่ 1 ประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน (Performance Base) ร้อยละ 70 **Component 1: Performance Effectiveness (Performance Base) 70%**						**66.316**
1. ร้อยละเฉลี่ยของงานบริการที่เป็น e-Service สามารถเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มดิจิทัลกลาง (ร้อยละ + ผลผลิต) Average percentage of e-Service transactions integrated with the central digital platform (% + output)	50.00+1	75.00+1	100.00+1	**63.16+1**	**63.16**	**6.316**
2. มูลค่าการค้าสินค้าชุมชน (ตลาดต้องชม) (ล้านบาท) Trade value of community products (Tong Chom Markets) (in THB million)	1,998.91	2,356.40	2,462.44	**2,470.40**	**100**	**15**
3. มูลค่าการค้าสินค้าชุมชน (หมู่บ้านทำมาค้าขาย) (ล้านบาท) Trade value of community products (Trading Villages) (in THB million)	161.52	185.21	205.21	**205.24**	**100**	**15**
4. มูลค่าสินค้าเกษตรที่มีการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม (Farm Outlet) (ล้านบาท) Value of agricultural products marketed through DIT-supported channels (Farm Outlet) (in THB million)	234.44	274.77	315.10	**315.23**	**100**	**10**
5. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน (ร้อยละ) Percentage of targeted goods and services with retail prices aligned with production costs (%)	98.87	98.94	99.01	**99.07**	**100**	**15**
6. ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการสินค้าเกษตร (ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) เพื่อสนับสนุนการลดฝุ่นละออง PM 2.5 (ผลผลิต) Level of achievement in the management of agricultural products (maize) to support PM2.5 reduction (Output)	1	2	3	**3**	**100**	**5**

ประเด็นการประเมิน Evaluation Criteria	เป้าหมาย Change (in THB Million)			ผลการดำเนินงาน Actual Performance	คะแนน Score	คะแนนถ่วงน้ำหนัก Weighted Score
	ขั้นต้น Base (50)	มาตรฐาน Standard (70)	ขั้นสูง Advanced (100)			
องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการดำเนินงาน Potential Base (ร้อยละ 30) **Component 2: Operational Potential (Potential Base) (30%)**						**26.064**
7. การประเมินสถานะของหน่วยงานในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) (คะแนน) Agency Status Assessment for Government 4.0 (PMQA 4.0) (Points)	300	400	470	**409.62**	**78.44**	**7.844**
8. ระดับความพร้อมรัฐบาลดิจิทัลหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย (Pillar) Readiness level for digital government implementation among Thai state agencies (Pillar)	4	5	6	**7**	**100**	**5**
9. คะแนนความพร้อมรัฐบาลดิจิทัลหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย (คะแนน) Score on digital government readiness among Thai state agencies (points)	69.00	74.00	79.00	**93.04**	**100**	**5**
10. คะแนน EIT Public (คะแนน) EIT Public score (points)	69.00	74.00	79.00	**93.04**	**100**	**5**
11. คะแนน EIT Survey (คะแนน) EIT Survey score (points)	82.06	87.06	92.06	**84.94**	**64.40**	**3.22**



ผลการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

Performance under the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) For Fiscal Year 2025

1. การปฏิบัติตามกฎหมาย

กรมการค้าภายในได้จัดให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารของส่วนราชการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์ของกรมการค้าภายใน (www.dit.go.th) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการตามมาตรา 7 และมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 และอำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยไม่ต้องเดินทางมายังกรมการค้าภายใน โดยกรมการค้าภายในได้ดำเนินการตรวจสอบและปรับปรุงฐานข้อมูลข่าวสารของส่วนราชการให้มีความถูกต้องครบถ้วน และเป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานการให้บริการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ตามคำสั่งกรมการค้าภายใน ที่ 300/2563 และคำสั่งกรมการค้าภายใน ที่ 579/2565 ซึ่งประกอบด้วย รองอธิบดี เป็นประธาน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์ เลขานุการกรม ผู้อำนวยการกองเป็นกรรมการ และผู้อำนวยการกองกฎหมาย เป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อพิจารณาการจัดวางระบบและการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ประชาชนเข้าตรวจดูข้อมูลข่าวสาร การขอสำเนา การรับรองสำเนา ฯลฯ

1. Legal Compliance

The Department of Internal Trade (DIT) has established an Electronic Official Information Center through its official website (www.dit.go.th) to disseminate official information in accordance with Sections 7 and 9 of the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) and to facilitate convenient and timely public access to government information without requiring the public to visit the DIT in person. The DIT has regularly reviewed and updated its official information database to ensure that the information is accurate, complete, and up to date, thereby strengthening public confidence in the DIT's information services. In addition, the DIT established the Information Disclosure Consideration Committee pursuant to Department of Internal Trade Order No. 300/2563 and Department of Internal Trade Order No. 579/2565. The Committee comprises the Deputy Director-General as Chairperson; the Senior Expert on Trade Law, the Director of the Office of the Secretary, and Division Directors as members; and the Director of the Legal Affairs Division as both member and secretary. The Committee is responsible for considering the DIT's information management and disclosure system, as well as establishing rules and procedures governing public access to official information, requests for copies of official documents and their certifications, and other related matters.

2. การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ

กรมการค้าภายในได้มีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของราชการและผลการดำเนินงานตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารของส่วนราชการ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์กรมการค้าภายใน บอร์ดประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ จุลสาร แผ่นพับ และวิทยุ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของราชการ และส่งเสริมการใช้สิทธิตามกฎหมายอย่างถูกต้อง รวมทั้งสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทและภารกิจของกรมการค้าภายในด้านการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ยังได้เปิดช่องทางรับฟังความเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของส่วนราชการ เช่น สายด่วน 1569 ตู้รับฟังความเห็น และกระดาษข่าว เป็นต้น โดยตั้งแต่เดือนตุลาคม 2567 - เดือนกันยายน 2568 พบว่า ไม่มีเรื่องร้องเรียนของประชาชนต่อการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของกรมการค้าภายในตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

2. Promoting Public Knowledge and Understanding

The DIT has publicized and disseminated information regarding the public's rights to access official information and the DIT's performance pursuant to the Official Information Act through various communication channels, including the DIT's website, public notice boards, posters, newsletters, leaflets, and radio broadcasts. These efforts are intended to enhance public knowledge and understanding of the rights to access official information, encourage the proper exercise of rights under the Act, and raise public awareness of the DIT's roles and responsibilities in information disclosure. In addition, the DIT has established several channels through which members of the public may provide comments and feedback regarding the disclosure of official information, including Hotline 1569, public suggestion boxes, and newsletters. During the period from October 2024 to September 2025, the DIT received no public complaints concerning its official information services under the Official Information Act, B.E. 2540 (1997).

ส่วนที่ 4
Part 4

บทความพิเศษ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568
Special Articles For Fiscal Year 2025

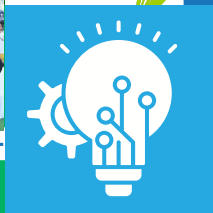
ธงเขียวราคาประหยัด...
ลดต้นทุนการผลิต เติมกำลังเกษตรกรไทย
Green Flag Low-Price Campaign: Reducing Production Costs and Empowering Thai Farmers

“สุขกาย สบายกระเป๋า”
ยกระดับระบบสุขภาพไทย ลดค่าครองชีพประชาชน
“Healthy Living at Affordable Prices” Campaign: Strengthening Thailand’s Healthcare System While Reducing the Cost of Living

กรมการค้าภายใน เดินหน้า “ตลาดนำการผลิต”
พลิกโฉมกล้วยหอมไทย สู่ตลาดญี่ปุ่น
สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่เกษตรกร
Department of Internal Trade Advances the “Market-Led Production” Policy, Transforming Thai Bananas for the Japanese Market and Creating Stable Income for Farmers







ธงเขียวราคาประหยัด... ลดต้นทุนการผลิต เติมกำลังเกษตรกรไทย

Green Flag Low-Price Campaign: Reducing Production Costs and Empowering Thai Farmers



ภายใต้สถานการณ์ต้นทุนการผลิตทางการเกษตรที่ยังคงเป็นภาระสำคัญของเกษตรกรไทย ไม่ว่าจะเป็นราคาปุ๋ยเคมี เคมีการเกษตร หรืออุปกรณ์การเกษตรที่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจและราคาวัตถุดิบในตลาดโลก กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ จึงได้ดำเนินโครงการ **"ธงเขียวราคาประหยัด"** เพื่อบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายและลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกร โดยต่อยอดความสำเร็จจากโครงการธงฟ้าราคาประหยัด ซึ่งดำเนินการดูแลค่าครองชีพประชาชนมาอย่างต่อเนื่อง ขยายบทบาทสู่การดูแลต้นทุนการผลิตภาคการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำ เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

At a time when agricultural production costs continue to pose a significant burden on Thai farmers, particularly the prices of chemical fertilizers, agricultural chemicals, and farming equipment affected by fluctuations in the global economy and commodity markets, the Department of Internal Trade (DIT), Ministry of Commerce, launched the **Green Flag Low-Price Campaign** to help alleviate farmers' financial burdens and reduce production costs. The initiative builds upon the success of the long-running Blue Flag Low-Price Project, which has continuously helped reduce consumers' cost of living, by expanding its scope upstream to address agricultural production costs. The objective is to enable farmers to access high-quality agricultural inputs at reasonable and fair prices.

โครงการธงเขียวราคาประหยัดเกิดขึ้นจากข้อเสนอแนะของเกษตรกรทั่วประเทศที่ต้องการให้มีช่องทางจำหน่ายปัจจัยการผลิตในราคาประหยัดสำหรับภาคการเกษตรโดยเฉพาะ กรมการค้าภายในจึงได้ยกระดับข้อเสนอแนะดังกล่าว สู่มาตรการเชิงรุกในการลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกร โดยบูรณาการความร่วมมือกับภาคเอกชน ทั้งผู้ผลิตปุ๋ยเคมีและเคมีเกษตร สมาคมการค้าปุ๋ยและธุรกิจการเกษตรไทย สมาคมการค้าผู้ผลิตปุ๋ยไทย สมาคมคนไทยธุรกิจเกษตร สมาคมการค้านวัตกรรมเพื่อการเกษตรไทย และห้างสรรพสินค้า อาทิ บิ๊กซี ไทวัสดุ เมกาโฮม โฮมโปร นำปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ทั้งปุ๋ยเคมี เคมีการเกษตร และอุปกรณ์การเกษตรมาจัดจำหน่ายในราคาพิเศษ ลดสูงสุดถึงร้อยละ 60 เพื่อให้เกษตรกรทุกภูมิภาคสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม ซึ่งเริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2568 ณ สหกรณ์การเกษตรแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา ก่อนที่จะขยายผลไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

การจัดงานธงเขียวราคาประหยัดในครั้งนี้ ยังมีการนำปุ๋ยเคมีสูตรยอดนิยม 6 สูตร ได้แก่ สูตร 46-0-0, 16-20-0, 15-15-15, 16-16-16, 16-8-8 และ 18-8-8 มาลดราคาพิเศษกระสอบละ 200 บาท โดยกำหนดสิทธิการซื้อไม่เกินรายละ 5 กระสอบ เพื่อกระจายโอกาสให้เกษตรกรเข้าถึงสินค้าราคาประหยัดอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม พร้อมทั้งมอบคูปองส่วนลดมูลค่า 50 บาท ให้แก่เกษตรกร สำหรับการซื้อเคมีการเกษตรภายในงาน เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในด้านการดูแลผลผลิต



The Green Flag Low-Price Campaign was initiated in response to recommendations from farmers nationwide, who expressed the need for a dedicated distribution channel offering affordable agricultural production inputs. The DIT transformed these recommendations into a proactive measure aimed at reducing production costs by collaborating with the private sector, including fertilizer and agricultural chemical manufacturers, the Thai Fertilizer and Agricultural Supplies Association, the Thai Fertilizer Producer Trade Association, the Thai Agro Business Association, the Thai Agricultural Innovation Trade Association, and major modern trade chains such as Big C, Thai Watsadu, Mega Home, and HomePro. Through this partnership, chemical fertilizers, agricultural chemicals, and farming equipment are offered at special promotional prices, with discounts of up to 60 percent, ensuring that farmers in every region have access to quality agricultural inputs at fair prices. The project was officially launched on August 5, 2025 at the Plaeng Yao Agricultural Cooperative, Chachoengsao Province, before being expanded to other areas across the country.









นอกจากนี้ ยังจัดพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการเพาะปลูก อย่างเหมาะสมแก่เกษตรกร อาทิ การเลือกปลูกข้าวพันธุ์ที่ตลาดมีความต้องการ เช่น ข้าวหอมมะลิและข้าวหอมปทุมธานี รวมถึงการวางแผนการผลิตตามแนวทางการกำหนดเขตเหมาะสมสำหรับการเพาะปลูก (Zoning) เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและสร้างโอกาสทางการตลาดในระยะยาว

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการยกระดับการช่วยเหลือเกษตรกรให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 กรมการค้าภายใน จึงได้ต่อยอดโครงการสู่ **"ธงเขียวราคาประหยัด พลัส"** โดยเพิ่มวงเงินชดเชยราคาปุ๋ยเคมี ให้แก่เกษตรกร จากเดิมกระสอบละ 200 บาท เป็นกระสอบละ 300 บาท (จำกัดสิทธิ์ไม่เกิน 5 กระสอบต่อราย) พร้อมทั้งมอบคูปองส่วนลดมูลค่า 50 บาท สำหรับการซื้อเคมีการเกษตรเพิ่มเติม นอกจากนี้ ยังให้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมให้แก่เกษตรกรที่ถือ **"บัตรดินดี"** หรือได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural

The campaign also features 6 of the most commonly used fertilizer formulas—46-0-0, 16-20-0, 15-15-15, 16-16-16, 16-8-8, and 18-8-8—with a special discount of THB 200 per bag, subject to a purchase limit of 5 bags per farmer, thereby ensuring equitable access to discounted products. In addition, participating farmers receive a THB 50 discount coupon for buying agricultural chemicals at the event to further reduce crop protection expenses. Consultation booths are also provided to offer guidance on appropriate cultivation practices, including recommendations on cultivating rice varieties with strong market demand, such as Thai Hom Mali Rice (Jasmine Rice) and Pathum Thani Fragrant Rice, as well as production planning based on agricultural zoning guidelines to enhance production efficiency and create long-term market opportunities.

To further strengthen assistance to farmers, the DIT has expanded the initiative into the **"Green Flag Low-Price Plus Campaign"** for Fiscal Year 2026. Under the upgraded version of Green Flag campaign, the chemical fertilizer subsidy has been increased from THB 200 per bag to THB 300 per bag (purchase limit of 5 bags per farmer). Farmers will also continue to receive a THB 50 discount coupon for agricultural chemicals. Additional benefits are provided to holders











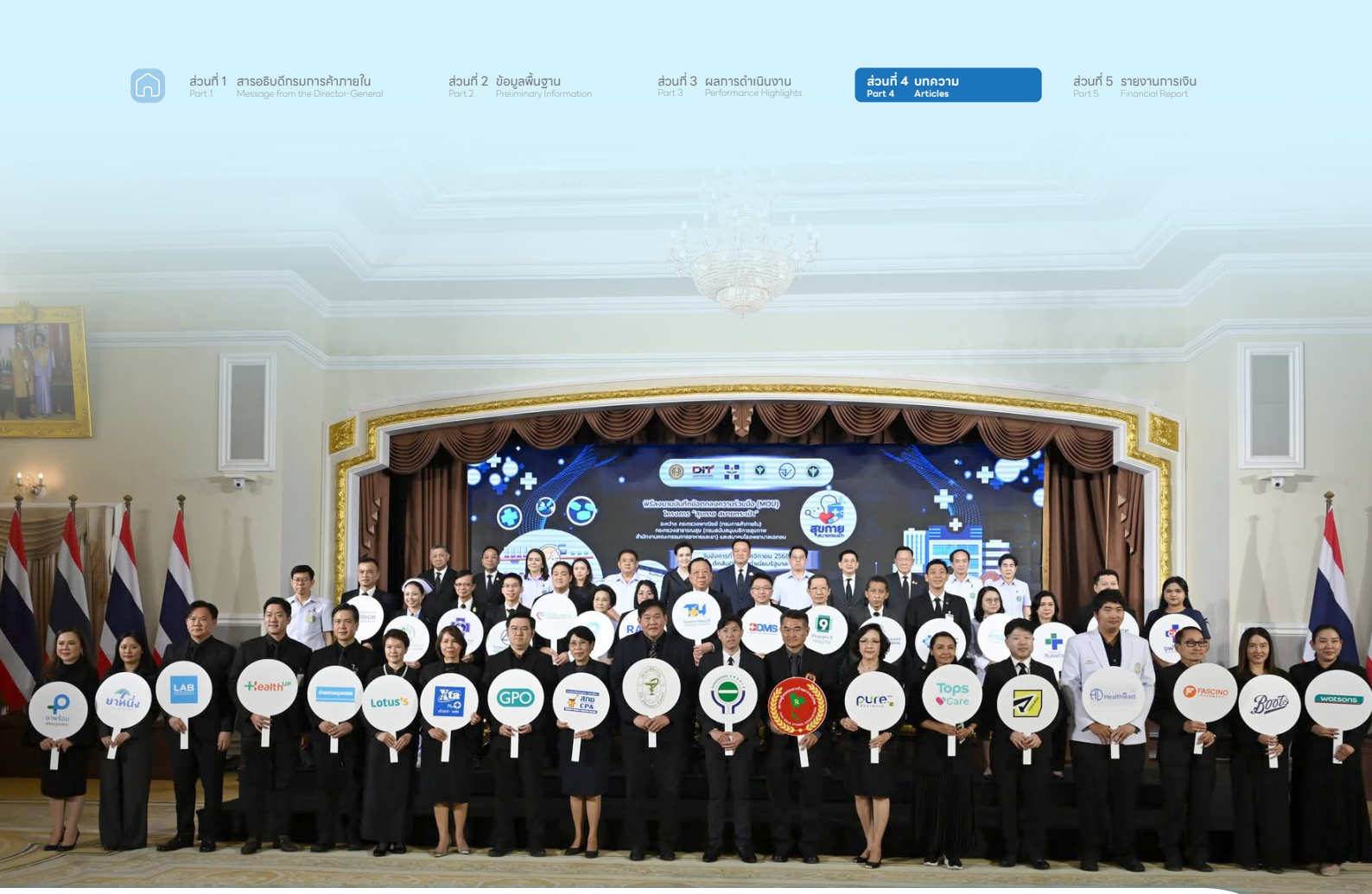
Practices : GAP) หรือเป็นสมาชิกศูนย์จัดการดินปุ๋ยชุมชน (ศดปช.) ให้สามารถซื้อปุ๋ยเคมี เพิ่มได้อีก 1 กระสอบ รวมเป็น 6 กระสอบ พร้อมทั้งรับคูปองส่วนลดสำหรับซื้อปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มอีก 250 บาท โดยกรมการค้าภายในได้ตั้งเป้าหมายในการจัดงานนำร่อง 10 จังหวัด พร้อมทั้งเตรียมแผนจัดสรรงบประมาณให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดดำเนินการ 30 จังหวัด เพื่อให้สามารถจัดงานได้ทันกับช่วงฤดูการเพาะปลูกและขยายโอกาสให้เกษตรกรในพื้นที่ต่าง ๆ ได้เข้าถึงปัจจัยการผลิตคุณภาพดีในราคาประหยัดได้อย่างทั่วถึง

สำหรับโครงการ **“ธงเขียวราคาประหยัด”** จึงนับได้ว่าเป็นหนึ่งในมาตรการสำคัญของกรมการค้าภายในที่จะช่วยลดภาระลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกร พร้อมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ภาคการเกษตร และดูแลเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของกรมการค้าภายในในการยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรไทย และขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้เกิดความเป็นธรรมและเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง

of the **Good Citizenship Card,** farmers certified under Good Agricultural Practices (GAP), and members of the Community Soil and Fertilizer Management Centers (CSFMCs), allowing them to buy one additional bag of chemical fertilizer making it 6 bags in total for maximum entitlement together with an additional THB 250 discount coupon for buying organic fertilizer. The DIT plans to launch pilot events in 10 provinces and allocate budgets to Provincial Commerce Offices for implementation in 30 provinces, ensuring that the program is available in time for the planting season and enabling farmers throughout the country to gain broader access to quality agricultural inputs at affordable prices.

The Green Flag Low-Price Campaign therefore represents one of the DIT’s key measures to reduce farmers’ production costs, strengthen Thailand’s agricultural sector, and support the country’s grassroots economy. It reflects the DIT’s continued commitment to improving the quality of life of Thai farmers while fostering a fair, resilient, and sustainable domestic trading system.





“สุขกาย สบายกระเป๋า” ยกระดับระบบสุขภาพไทย ลดค่าครองชีพประชาชน

“Healthy Living at Affordable Prices” Campaign: Strengthening Thailand’s Healthcare System While Reducing the Cost of Living

การมีสุขภาพที่ดีและการเข้าถึงยาที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน แม้ว่าประเทศไทยจะมีระบบบริการสาธารณสุขที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล แต่ประชาชนจำนวนไม่น้อยยังคงมีภาระค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล โดยเฉพาะค่ายาในโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งในบางกรณีมีราคาสูงและขาดข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการเปรียบเทียบ ส่งผลให้ผู้ป่วยมีข้อจำกัดในการเลือกซื้อยาตามความเหมาะสมและกำลังซื้อ

Good health and access to quality medicines at reasonable prices are fundamental to improving people’s quality of life. Although Thailand’s healthcare system is internationally recognized, many people continue to bear substantial medical expenses, particularly the cost of medicines at private hospitals, where drug prices can, in some cases, be high and price information is often insufficient for comparison. As a result, patients have limited ability to choose medicines that best suit both their medical needs and financial circumstances.







รัฐบาลจึงผลักดันโครงการ **“สุขกาย สบายกระเป๋า”** ให้เป็นหนึ่งในนโยบาย Quick Big Win เพื่อยกระดับระบบสุขภาพไทย ควบคู่กับการลดค่าครองชีพของประชาชน ซึ่งได้เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2568 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานในพิธี พร้อมด้วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขร่วมเปิดโครงการ ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาลในการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วน เพื่อสร้างระบบบริการสุขภาพที่โปร่งใส เป็นธรรม และตอบสนองความต้องการของประชาชน

หัวใจสำคัญของโครงการ คือ การเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนสามารถเข้าถึงยาที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม ผ่านการเปิดเผยข้อมูลรายการยาและค่ายาในโรงพยาบาลเอกชนอย่างโปร่งใส ควบคู่กับการเปิดโอกาสให้ผู้ป่วยสามารถนำใบสั่งยาจากโรงพยาบาลเอกชนไปซื้อยาจากร้านขายยาที่เข้าร่วมโครงการได้โดยตรง ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนสามารถเปรียบเทียบราคาและเลือกซื้อยาจากแหล่งจำหน่ายที่เหมาะสม รวมทั้งลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาล ขณะเดียวกันยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันด้านราคาอย่างเป็นธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสถานพยาบาลและร้านขายยาในระยะยาว

เบื้องหลังความสำเร็จของโครงการนี้เกิดขึ้นจากการบูรณาการความร่วมมือกันของหลายภาคส่วน ทั้งกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และสมาคมโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งกรมการค้าภายในมีบทบาทสำคัญในการประสานความร่วมมือ และวางกลไกการดำเนินงาน

The Government has therefore launched the **“Healthy Living at Affordable Prices”** initiative as part of its Quick Big Win policy to strengthen Thailand’s healthcare system while reducing the cost of living for the public. The initiative was officially launched on November 4, 2025, with the Prime Minister presiding over the opening ceremony, joined by the Minister of Commerce and the Minister of Public Health. The launch reflects the Government’s commitment to integrating efforts across all relevant sectors to establish a healthcare system that is transparent, fair, and responsive to the needs of the public.

The core objective of the initiative is to provide the public with greater access to quality medicines at reasonable prices through transparent disclosure of medicine lists and drug prices at private hospitals. At the same time, patients should be allowed to take prescriptions issued by participating private hospitals and buy their prescribed medicines directly from participating pharmacies. This enables patients to compare prices and buy medicines from the supplier that best meets their needs, thereby reducing









ให้เกิดผลขึ้นจริงในทางปฏิบัติ เพื่อให้ประชาชนได้ประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินโครงการ ทั้งในด้านการเข้าถึงข้อมูลราคาที่โปร่งใส การส่งเสริมการแข่งขันด้านราคาที่เป็นธรรม และการสร้างทางเลือกใหม่ ในการซื้อยานอกโรงพยาบาล อีกทั้ง สนับสนุนให้ร้านขายยาที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เข้าร่วมโครงการ โดยร้านขายยาที่เข้าร่วมจะได้รับตราสัญลักษณ์ **“สุขกาย สบายกระเป๋า”** เพื่อให้ประชาชนสามารถนำใบสั่งยาจากโรงพยาบาลเอกชนไปสั่งซื้อยาได้โดยตรง ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวก ลดภาระค่าใช้จ่าย และขยายทางเลือกในการเข้าถึงยาอย่างมีคุณภาพ

ปัจจุบัน โครงการ **“สุขกาย สบายกระเป๋า”** ได้รับความร่วมมือจากโรงพยาบาลเอกชนกว่า 300 แห่ง และร้านขายยากว่า 3,400 แห่ง ครอบคลุมทั่วประเทศ พร้อมทั้งมีช่องทาง Telepharmacy ที่ได้รับการรับรองตามหลักเกณฑ์ของสภาเภสัชกรรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถปรึกษาเภสัชกร สอบถามข้อมูลยา และเปรียบเทียบราคายาได้อย่างรวดเร็วจากทุกพื้นที่ ทั้งนี้ คาดว่าโครงการจะช่วยลดภาระค่ารักษาพยาบาลและค่าครองชีพของประชาชนได้มากกว่า 32,000 ล้านบาทต่อปี

healthcare expenses. The initiative also promotes fair price competition, which is expected to improve the quality of services provided by both healthcare facilities and pharmacies over the long term.

The success of this initiative is the result of close collaboration among several organizations, including the Ministry of Commerce through the Department of Internal Trade (DIT), the Ministry of Public Health through the Department of Health Service Support, the Thai Food and Drug Administration (FDA), and the Private Hospital Association. The Department of Internal Trade has played a key role in facilitating cooperation and establishing practical implementation mechanisms to maximize public benefits. These include improving access to transparent pricing information, promoting fair price competition, and creating new options for purchasing medicines outside hospitals. In addition, the DIT has encouraged FDA-certified pharmacies to participate in the initiative. Participating pharmacies are allowed to display the **“Healthy**





โครงการ **“สุขกาย สบายกระเป๋า”** จึงเป็นอีกหนึ่งความมุ่งมั่นของกรมการค้าภายในในการขับเคลื่อนนโยบายที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง มุ่งสร้างความเป็นธรรมทางการค้า ลดภาระค่าครองชีพ และยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

Living at Affordable Prices” certification mark, enabling patients to fill prescriptions issued by participating private hospitals directly at these pharmacies. This provides greater convenience, reduces medical expenses, and expands access to quality medicines.

At present, the **“Healthy Living at Affordable Prices”** initiative has gained the participation of more than 300 private hospitals and over 3,400 pharmacies nationwide. It also incorporates Telepharmacy services certified in accordance with the standards of The Pharmacy Council of Thailand, allowing people throughout the country to conveniently consult pharmacists, obtain medication advice, and compare medicine prices wherever they are. The initiative is expected to reduce the public’s medical expenses and overall cost of living by more than THB 32 billion annually.

The **“Healthy Living at Affordable Prices”** initiative represents another important demonstration of the DIT’s commitment to implementing people-centered policies that promote fair trade, reduce the cost of living, and strengthen consumer protection. By enabling people to access essential goods and services at reasonable prices, the initiative contributes to improving quality of life while advancing greater economic fairness in a tangible and sustainable manner.

กรมการค้าภายใน เดินหน้า “ตลาดนำการผลิต” พลิกโฉมกล้วยหอมไทย สู่ตลาดญี่ปุ่น สร้างรายได้ที่มั่นคงแก่เกษตรกร

Department of Internal Trade Advances the “Market-Led Production” Policy, Transforming Thai Bananas for the Japanese Market and Creating Stable Income for Farmers

กล้วยหอมเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญที่เกษตรกรไทยปลูกกันอย่างแพร่หลาย และมีศักยภาพในการพัฒนาสู่สินค้าส่งออกมูลค่าสูง โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่กล้วยหอมทองสุขไพบูลย์ อำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสามารถผลิตและส่งออกกล้วยหอมทองไปยังประเทศญี่ปุ่นได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมต่อยอดสู่การผลิต กล้วยหอมเขียว (คาเวนดิช) เพื่อรองรับความต้องการของตลาดต่างประเทศ และสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

Bananas are one of Thailand’s key economic crops widely grown across the country and possess strong potential to become a high-value export commodity. One notable example is the Kluay Hom Thong Sukpaiboon Mega-Farming Collective in Soeing Sang District, Nakhon Ratchasima Province, which has consistently produced and exported Gros Michel (also called Golden or Hom Thong) Bananas to Japan. The collective is now preparing to expand into the production of Hom Khiao (Cavendish) bananas to meet growing international demand and generate stable income for Thai farmers.









ความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากการขับเคลื่อนนโยบาย **“ตลาดนำการผลิต”** ของกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน ที่มุ่งเชื่อมโยงการผลิตกับความต้องการของตลาดอย่างเป็นระบบ โดยเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2568 ได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างบริษัท พีแอนด์เอฟ เทคโน จำกัด ประเทศญี่ปุ่น กับบริษัทแปลงใหญ่กล้วยหอมทองสุขไพบูลย์ จำกัด เพื่อส่งออกกล้วยหอมจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ภายใต้สิทธิประโยชน์ตามความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย–ญี่ปุ่น (JTEPA) ซึ่งกำหนดโควตาการส่งออกกล้วยหอมไว้ 8,000 ตันต่อปี

ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกกล้วยหอมไปยังประเทศญี่ปุ่นประมาณ 2,000 ตันต่อปี ความร่วมมือครั้งนี้จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเพิ่มการผลิต กล้วยหอมเขียว (คาเวนดิช) เพื่อการส่งออกเป็น 5,000 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 50 ล้านบาท อีกทั้ง ยังสะท้อนความเข้มแข็งของการรวมกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ที่สามารถผลิตตามมาตรฐาน GAP และ GMP โดยมีสมาชิกมากกว่า 100 ราย พร้อมทั้งยังมีโอกาสขยายการใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้โควตา JTEPA ซึ่งช่วยให้การส่งออกกล้วยหอมของไทยได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า และยังมีศักยภาพในการเพิ่มปริมาณการส่งออกได้อีกในอนาคต

This success is driven by the Ministry of Commerce’s **“Market-Led Production”** policy, implemented by the Department of Internal Trade (DIT), which seeks to systematically align agricultural production with market demand. On July 18, 2025, a Memorandum of Understanding (MOU) was signed between P&F Techno Co., Ltd. of Japan and Plaengyai Kluay Hom Thong Sukpaiboon Co., Ltd. to export Thai bananas to Japan under the preferential benefits provided by the Japan–Thailand Economic Partnership Agreement (JTEPA), which grants Thailand an annual export quota of 8,000 tons of bananas.

Thailand currently exports approximately 2,000 tons of bananas to Japan each year. This partnership is expected to serve as a major catalyst for increasing the production of Hom Khiao (Cavendish) bananas for export to 5,000 tons, representing a value of more than THB 50 million. It also demonstrates the strength of Mega-Farming Collective, whose more than 100 members are capable of producing bananas that meet both Good Agricultural Practices (GAP) and Good








ด้านการพัฒนาการผลิต กรมการค้าภายในได้ส่งเสริมให้เกษตรกรขยายการปลูก กล้วยหอมเขียว (คาเวนดิช) ซึ่งเป็นพันธุ์ที่เหมาะสำหรับตลาดส่งออก เนื่องจากมีความทนทานต่อโรคและการขนส่ง ให้ผลผลิตต่อไร่สูง และสามารถเก็บรักษาได้นาน สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น พร้อมสนับสนุนการพัฒนาอย่างครบวงจร ตั้งแต่การให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดคุณภาพ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการส่งออก ตลอดจนสนับสนุนต้นพันธุ์กล้วยหอมเขียวต้นแบบกว่า 128,000 ต้น ครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูกกว่า 400 ไร่ เพื่อยกระดับคุณภาพผลผลิตให้ได้มาตรฐานการค้าในระดับสากล

จากความสำเร็จของแปลงใหญ่กล้วยหอมทองสุขไพบูลย์ กรมการค้าภายในมีแผนขยายผลสู่กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ในพื้นที่อื่น เพื่อเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกทั้งกล้วยหอมทองและกล้วยหอมเขียว ควบคู่กับการพัฒนาระบบบริหารจัดการและการเชื่อมโยงตลาดอย่างต่อเนื่อง อันเป็นการตอกย้ำแนวทาง **“ตลาดนำการผลิต”** ที่ช่วยให้การผลิตสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรไทยในตลาดโลก และสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกรไทยในระยะยาว

Manufacturing Practices (GMP) standards. Furthermore, there remains considerable potential to make greater use of the JTEPA export quota, allowing Thai banana exports to Japan to benefit from import duty exemptions while significantly expanding future export volumes.

On the production side, the DIT has encouraged farmers to expand the cultivation of Hom Khiao (Cavendish) bananas, a variety particularly well suited to export markets because of its resistance to diseases, durability during transportation, high yield per rai, and extended shelf life. These characteristics closely match the preferences of Japanese consumers. The DIT provides comprehensive support throughout the production process, ranging from delivering specialist technical advice, post-harvest handling, and quality grading, to selecting export-standard packaging, and distribution more than 128,000 high-quality Hom Khiao (Cavendish) banana seedlings across over 400 rai of cultivation. The objective is to enhance product quality to meet international commercial standards.

Building on the success of the Kluay Hom Thong Sukpaiboon Mega-Farming Collective, the DIT plans to expand the initiative to other large-scale farming groups throughout the country by increasing cultivation areas for both Hom Thong (Gros Michel) Bananas and Hom Khiao (Cavendish) bananas, while continuing to strengthen farm management systems and market linkages. This initiative reinforces the **“Market-Led Production”** approach by ensuring that agricultural production responds directly to market demand, enhancing the competitiveness of Thai agricultural products in global markets, and creating sustainable, long-term income for Thai farmers.

ส่วนที่ 5 Part

รายงานการเงิน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

Financial Statements For Fiscal Year 2025

งบแสดงฐานะการเงิน (ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568)
Statement of Financial Position (As of September 30, 2025)

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
(ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568)
Statement of Financial Performance (As of September 30, 2025)

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน
(ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568)
Statement of Changes in Net Assets/Equity (As of September 30, 2025)



งบแสดงฐานะการเงิน

(ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568)

Statement of Financial Position (As of September 30, 2025)

(หน่วย: บาท) (Unit: THB)

	หมายเหตุ Note	2568 2025	2567 2024
หนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Assets			
หนี้สิน / Assets			
หนี้สินหมุนเวียน / Current Assets			
เจ้าหนี้การค้า / Cash and cash equivalents	11	154,712,293.49	25,129,722.22
รายได้แผ่นดินรอนำส่งคลัง / Short-term account receivables and subsidies		53,869.76	27,976.28
เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น / Other short-term receivables	12	3,564,297.79	3,323,838.54
เงินรับฝากระยะสั้น / Inventories	13	74,441,503.43	35,611,595.85
ประมาณการหนี้สินระยะสั้น / Other current assets		-	1,882,952.06
รวมหนี้สินหมุนเวียน / Total Current Assets		**232,771,964.47**	**65,976,084.95**
หนี้สินไม่หมุนเวียน / Non-Current Assets			
เจ้าหนี้ระยะยาว / Long-term loans	14	464,251,874.39	467,314,829.25
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว / Land, building and equipment - net amount	15	305,990.42	383,992.99
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว / Intangible assets - net amount		2,300,000.00	2,300,000.00
ประมาณการหนี้สินระยะยาว / Other non-current assets		8,694,672.51	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน / Total Non-Current Assets		**475,552,537.32**	**469,998,822.24**
รวมหนี้สิน / Assets		**708,324,501.79**	**535,974,907.19**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Assets			
ทุน / Other short-term receivables		83,175,071.71	83,175,071.71
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม / Inventories	18	1,703,771,652.86	1,820,371,918.65
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Total Assets		**1,786,946,724.57**	**1,903,546,990.36**
รวมหนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Total Assets		**2,495,271,226.36**	**2,439,521,897.55**

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

(ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568)

Statement of Financial Performance (As of September 30, 2025)

(หน่วย: บาท) (Unit: THB)

	หมายเหตุ Note	2568 2025	2567 2024
รายได้ / Revenue			
รายได้จากงบประมาณ/ Budget revenue	19	2,236,570,911.65	1,686,241,937.56
รายได้จากเงินนอกงบประมาณ / Revenue from off-budget funds	20	1,288,500.00	1,087,250.00
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ / Revenue from sales of goods and services		597,850.00	171,250.00
รายได้เงินรับโอนจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร / Revenue from transfers from the Farmers' Aid Fund	21	1,393,800,750.00	2,344,015,909.76
รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค / Revenue from other grants and donations	22	186,188.57	121,498.35
รายได้อื่น / Other revenue		294,724.80	248,810.00
รวมรายได้ / Total revenue		**3,632,738,925.02**	**4,031,886,655.67**
ค่าใช้จ่าย / Expenses			
ค่าใช้จ่ายบุคลากร / Personnel expenses	23	264,995,561.03	266,761,675.38
ค่าบำเหน็จบำนาญ / Gratuities and pension	24	234,328,355.26	234,805,586.94
ค่าตอบแทน / Remunerations		1,926,785.00	1,412,315.00
ค่าใช้สอย / Operating expenses	25	457,683,178.21	419,596,381.89
ค่าวัสดุ / Materials and supplies expenses	26	23,924,255.84	26,524,044.69
ค่าสาธารณูปโภค / Utility expenses	27	17,264,453.69	17,782,489.99
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย / Depreciation and amortization expenses	28	117,960,037.74	113,251,604.52
ค่าใช้จ่ายโครงการ / Project expenses	29	1,298,869,553.89	1,136,614,838.87
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค / Other grants and donations expenses	30	1,200,000,000.00	600,000,000.00
ค่าใช้จ่ายชดใช้ค่าเสียหายจากการแพ้คดี / Compensation for damages arising from court judgments		8,778,867.51	1,882,952.06
หนี้สงสัยจะสูญ / Allowance for doubtful accounts	31	(3,062,954.86)	(1,491,186.48)
ค่าใช้จ่ายอื่น / Other expenses	32	555,511.60	79,576.74
รวมค่าใช้จ่าย / Total expenses		**3,623,223,604.91**	**2,817,220,279.60**
รวมรายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ / Net revenue over expenses		**9,515,320.11**	**1,214,666,376.07**

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน

(ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2568)

Statement of Changes in Net Assets/Equity (As of September 30, 2025)

(หน่วย: บาท) (Unit: THB)

	หมายเหตุ Note	ทุน Capital	รายได้สูง/(ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสะสม Accumulated Revenue over (Under) Expenses	รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน Total Net Assets/Equity
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 - ตามที่รายงานไว้เดิม Balance as of September 30, 2023 – As previously reported		**83,175,071.71**	**1,019,399,836.90**	**1,102,574,908.61**
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดปีก่อน Cumulative effect of prior period error correction		-	18,982,817.52	18,982,817.52
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2566 - หลังการปรับปรุง Balance as of September 30, 2023 – As restated		**83,175,071.71**	**1,038,382,654.42**	**1,121,557,726.13**
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2567 Changes in net assets/equity for the year 2024				
ปิดโครงการกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร Closure of the Farmers' Aid Fund		-	(432,677,111.84)	(432,677,111.84)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด Revenue over expenses for the period		-	1,214,666,376.07	1,214,666,376.07
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 Balance as of September 30, 2024		**83,175,071.71**	**1,820,371,918.65**	**1,903,546,990.36**
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 - ตามที่รายงานไว้เดิม Balance as of September 30, 2024 – As previously reported		**83,175,071.71**	**1,820,371,918.65**	**1,903,546,990.36**
ผลสะสมจากการแก้ไขข้อผิดพลาดปีก่อน Cumulative effect of prior period error correction	18	-	6,301,933.06	6,301,933.06
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 - หลังการปรับปรุง Balance as of September 30, 2024 – As restated		**83,175,071.71**	**1,826,673,851.71**	**1,909,848,923.42**
การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุนสำหรับปี 2568 Changes in net assets/equity for the year 2025				
ปิดโครงการกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร Closure of the Farmers' Aid Fund	18	-	(132,417,518.96)	(132,417,518.96)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับงวด Revenue over expenses for the period		-	9,515,320.11	9,515,320.11
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 Balance as of September 30, 2025		**83,175,071.71**	**1,703,771,652.86**	**1,786,946,724.57**



กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทร : 0 2507 5530 โทรสาร : 0 2547 5361
Call Center : 1569 ร้องเรียน / เสนอแนะ
Email : saraban@dit.go.th

