

สรุปผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการของกรมการค้าภายใน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (ระหว่างเดือนตุลาคม 2567 - กันยายน 2568)



แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม/ตัวชี้วัด	งบประมาณ (ล้านบาท)		หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน (สะสม)				สถานะ
	จัดสรร	เบิกจ่าย			ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มิ.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	
แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า									
๑. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร <i>ตัวชี้วัด</i>	๙๖.๔๕๐๘	๘๒.๑๔๔๙	แห่ง ร้อยละ	๑๔๐ ๓	๙๒ -	๑๒๐ -	๑๕๐ -	๑๖๑ ๖.๗๐	● ●
๑.๑ เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย ๑.๒ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับการส่งเสริม									
๒. โครงการส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย <i>ตัวชี้วัด</i>	๔.๐๐๐๐	๓.๒๙๙๒	ช่องทาง ล้านบาท	๕ ๑	- -	- -	๒๕ ๒	- -	● ●
๒.๑ จำนวนช่องทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย ๒.๒ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยผ่านช่องทางตลาดที่ส่งเสริม									
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน									
๓. การรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร <i>ตัวชี้วัด</i>	๗๑.๖๓๗๓	๖๗.๕๑๕๗	สินค้า ล้านบาท	๑๔ ๖๒๐	๙ ๗๘.๖๕	๑๙ ๑๗๘.๒๐	๒๓ ๗๒๐.๐๑	- -	● ●
๓.๑ จำนวนชนิดสินค้าที่เชื่อมโยงขายผ่านตลาดข้อตกลง ๓.๒ มูลค่าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม									
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก									
๔. โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในประเทศสำหรับสินค้าเกษตร <i>ตัวชี้วัด</i>	๘๗.๕๙๑๖	๘๗.๑๗๐๙	แห่ง ล้านบาท	๖๕ ๘๒๕	- -	- -	๗๗ ๑,๔๙๒.๔๒	๗๗ ๒,๖๗๕.๖๔	● ●
๔.๑ จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ๔.๒ มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม									
แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม									
๕. โครงการรณรงค์ชำระหนี้ลดค่าครองชีพประชาชน <i>ตัวชี้วัด</i>	๑๘๔.๔๓๓๘	๑๔๘.๔๓๔๖	ครั้ง ร้อยละ	๑,๒๔๕ ๓๐	๓๑๒ ๓๐	๖๔๔ ๓๐	๘๖๗ ๓๐	๑,๓๒๙ ๓๐	● ●
๕.๑ จำนวนการจัดหาสินค้าราคาประหยัดจำหน่ายให้แก่ประชาชน ๕.๒ ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่เป็นของประชาชนลดลง									
๖. การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า <i>ตัวชี้วัด</i>	๒๗๖.๕๐๓๓	๒๒๙.๓๙๕๕	เครื่อง/หีบห่อ ร้อยละ	๖,๕๘๔,๕๘๕ ๘๘.๐๐	๑,๙๔๘,๘๖๖ ๙๘.๙๙	๔,๕๒๓,๗๘๒ ๙๘.๙๙	๖,๖๐๖,๕๙๓ ๙๙.๐๑	๘,๗๔๓,๗๖๒ ๙๙.๐๑	● ●
๖.๑ จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ๖.๒ สินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน									

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของกรมการค้าภายใน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ (ระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๖๗ - กันยายน ๒๕๖๘)

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
แผนงานยุทธศาสตร์การเกษตรสร้างมูลค่า			
๑. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๙๖.๔๕๐๘	๘๒.๑๔๔๙	<p>๑.๑ พัฒนาศักยภาพ สร้างรายได้ และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดสินค้าเกษตร</p> <p>๑) จัดอบรมพัฒนาศักยภาพ ความรู้ และความสามารถในการแปรรูปสินค้าเกษตร ให้แก่กลุ่มเกษตรกร ผู้ปลูกข้าว จำนวน ๑,๕๕๗ ราย ในพื้นที่ ๒๒ จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร บุรีรัมย์ เพชรบูรณ์ ขอนแก่น นครราชสีมา เชียงราย พัทลุง ปราจีนบุรี นครสวรรค์ ชัยนาท กาญจนบุรี อุตรธานี พิจิตร อุบลราชธานี ฉะเชิงเทรา พิษณุโลก นครพนม พระนครศรีอยุธยา นครศรีธรรมราช ชัยภูมิ สุรินทร์และเชียงใหม่ เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการผลิต การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่า และสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการต่อยอดด้านการตลาด ขยายโอกาสทางการค้า รวมทั้งมีรายได้เพิ่มขึ้น</p> <p>๒) ส่งเสริมและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูป โดยการเชื่อมโยงสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวกว่า ๒๐ ราย มาจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ กูร์เมต์ มาร์เก็ต ศูนย์การค้าสยามพารากอน กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ ๑๘ - ๒๙ กันยายน ๒๕๖๘ เพื่อรณรงค์การบริโภค และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้แก่กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาการตลาดข้าวเกษตรกร</p> <p>๑.๒ เสริมสร้างความรู้ และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ</p> <p>๑) จัดตลาดนัดข้าวเปลือก เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีทางเลือกและอำนาจต่อรองในการจำหน่ายผลผลิต รวมทั้งสิ้น ๖๒ ครั้ง ในพื้นที่ ๓๐ จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ พิจิตร ศรีสะเกษ นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ ร้อยเอ็ด แพร่ หนองคาย พะเยา บุรีรัมย์ มหาสารคาม ยโสธร อุทัยธานี มุกดาหาร เพชรบุรี ราชบุรี นครพนม ลำปาง ขอนแก่น กาญจนบุรี อุตรธานี สกลนคร พระนครศรีอยุธยา อุบลราชธานี สุโขทัย พิษณุโลก สุพรรณบุรี อ่างทอง และสิงห์บุรี เกิดปริมาณการซื้อขาย รวมทั้งสิ้น ๔๗๘,๔๒๖ ตัน มูลค่า ๖๔๓.๖๒๕ ล้านบาท โดยราคาขายข้าวเปลือกเฉลี่ยในพื้นที่ตลาดนัดข้าวเปลือกสูงกว่าราคาตลาดทั่วไป ๑๐๐ - ๒,๕๐๐ บาท/ตัน</p> <p>๒) จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดเพื่อรักษาเสถียรภาพสินค้าเกษตร รวมทั้งสิ้น ๑๕ ครั้ง ในพื้นที่ ๑๙ จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี กำแพงเพชร ฉะเชิงเทรา ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและมีความเข้าใจมากขึ้นในด้านการตลาด มาตรการและนโยบายของรัฐบาลในการช่วยเหลือเกษตรกร</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๑.๓ พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)</p> <p>๑) พัฒนาศักยภาพ Farm Outlet โดยจัดอบรมเสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์ ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อช่วยเกษตรกรและผู้ประกอบการ Farm Outlet ขายสินค้า ผ่านทางออนไลน์ เมื่อวันที่ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๘ ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ซึ่งในการจัดอบรม ได้คัดเลือกสินค้าเด่นและมีคุณภาพ จากศูนย์ Farm Outlet ๓๐ แห่ง ให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ จำนวน ๕๕๐ ราย ร่วมกิจกรรมขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ เช่น Tiktok Facebook</p> <p>๒) ส่งเสริมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้า Farm Outlet เช่น การจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า Farm Outlet ในงาน “New Year Mega Sale ๒๐๒๕” เมื่อวันที่ ๑๗ - ๑๙ ธันวาคม ๒๕๖๗ ณ กระทรวงพาณิชย์ และงาน “Farm Outlet Fair” เมื่อวันที่ ๓ - ๙ กันยายน ๒๕๖๘ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเวสต์เกต และเมื่อวันที่ ๑๓ - ๑๗ กันยายน ๒๕๖๘ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้า รวมทั้งการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการจำหน่ายและสร้างการรับรู้ Farm Outlet ณ ภูเก็ต สยามพากอน เมื่อวันที่ ๑๕ กรกฎาคม - ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๘</p> <p>๓) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ โดยจัดทำวัสดุประชาสัมพันธ์ อาทิ กระเป๋าผ้า จำนวน ๔,๐๐๐ ใบ สำหรับแจกจ่ายให้กับศูนย์ฯ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ศูนย์ฯ และสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) เช่น ภาพ วิดีโอ ข้อความและอินโฟกราฟิก</p>
			<p>๑.๔ ส่งเสริมการตลาดผลไม้</p> <p>๑) เชื่อมโยงการจำหน่ายและกระจายผลผลิต รวมทั้งสิ้น ๗ ครั้ง ได้แก่ (๑) เปิดจุดรับซื้อลำไยผลเดี่ยวลูกร่วงในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ปริมาณ ๕๐๐ ตัน ระหว่างวันที่ ๑ - ๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ (๒) เชื่อมโยงจำหน่ายและกระจายผลผลิตลำไยจากกลุ่มเกษตรกร ตำบลชมพู อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ ๑๐ และ ๒๑ เมษายน ๒๕๖๘ ปริมาณ ๒.๒๕ ตัน (๓) สนับสนุนงบประมาณให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิจิตรและพิษณุโลก ในการเชื่อมโยงจำหน่ายและกระจายผลผลิตผลไม้ในพื้นที่ ปริมาณ ๑๒๐ ตัน (๔) เชื่อมโยงจำหน่ายและกระจายสินค้าในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ปริมาณ ๒ ตัน เมื่อวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๘ (๕) เชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการรับซื้อผลไม้ เช่น เงาะ มังคุด ลำไย จากเกษตรกร ปริมาณรวม ๑๖.๑๗ ตัน ระหว่างวันที่ ๑ - ๙ กรกฎาคม ๒๕๖๘ (๖) จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการตลาดมังคุด ปริมาณรวม ๐.๗๕ ตัน และ (๗) จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการตลาดเงาะ ปริมาณรวม ๗.๕ ตัน</p> <p>๒) ส่งเสริมการตลาดและการแปรรูป โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคมะพร้าว น้ำหอมรูปแบบพร้อมทาน ปริมาณรวม ๘,๗๐๐ ลูก และน้ำมะพร้าว จำนวน ๓,๖๐๐ ขวด เมื่อวันที่ ๑๕ - ๑๖ และ ๒๒ - ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๘ ณ ปตท.สำนักงานใหญ่ และการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย รวมทั้งส่งเสริมการบริโภคข้าวเหนียวมะม่วงพร้อมทาน ปริมาณ ๕ ตัน เมื่อวันที่ ๒๕ - ๒๘ มิถุนายน ๒๕๖๘ ณ เซ็นทรัลมหาชัย</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๓) รณรงค์และส่งเสริมการบริโภค โดยการจัดงาน Mango Fruit Festival ร่วมกับ Central ในช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน ๒๕๖๘ งาน "Siam Paragon Tropical Fruit Parade ๒๐๒๕" ร่วมกับศูนย์การค้าสยามพารากอน ในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม ๒๕๖๘ ณ PARC PARAGON และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและรณรงค์บริโภคผลไม้ภาคตะวันออก ภายในงานธงฟ้า ในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม ๒๕๖๘ รวมทั้งดำเนินการเชื่อมโยงการขายและรณรงค์บริโภคผลไม้ในงานมหกรรมการค้าชายแดนแม่สอด เมื่อวันที่ ๙ - ๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๘ และจัดงาน "คัตไทย ไทยแลนด์" ร่วมกับ The Mall ระหว่างวันที่ ๘ - ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๘</p> <p>๑.๕ พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันสินค้าปศุสัตว์ จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการขายสินค้าปศุสัตว์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ส่งเสริมการบริโภค และเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าปศุสัตว์ของไทย เช่น กิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าปศุสัตว์และสัตว์น้ำในช่วงเทศกาลตรุษจีน เมื่อวันที่ ๒๕ - ๒๗ มกราคม ๒๕๖๘ การเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าปศุสัตว์ภายในงานธงฟ้า จังหวัดสุรินทร์ เมื่อวันที่ ๖ - ๑๐ เมษายน ๒๕๖๘ และจังหวัดราชบุรี เมื่อวันที่ ๒ - ๔ พฤษภาคม ๒๕๖๘ การเชื่อมโยงจำหน่ายไข่ไก่ ปริมาณ ๒,๗๓๖,๐๐๐ ฟอง ผ่านกลไกสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๗๖ จังหวัด และการจัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคเนื้อโคไทย “รักแรก รสเนื้อไทย” โดยเปิดจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเนื้อวัวไทยในรูปแบบร้านค้าชั่วคราว Kiosk Booth และ Food Truck ในช่วงเดือนสิงหาคม - กันยายน ๒๕๖๘ ภายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เช่น เซ็นทรัล พระราม ๓ เซ็นทรัล พระราม ๙ และเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า รวมถึงหน้าตึกแดงบางซื่อ</p> <p>๑.๖ พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันสินค้าประมง จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการขายสินค้าประมง เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ส่งเสริมการบริโภค และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร รวม ๘ ครั้ง ได้แก่ (๑) งานวันกุ้งเพชรบุรี ครั้งที่ ๓ เมื่อวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๖๗ (๒) งานเทศกาลกินกุ้งแปดริ้ว@งานนมัสการหลวงพ่อโสธร ปี ๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๑๒ - ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๗ (๓) กิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่ายปลาจากจังหวัดสงขลาสู่ผู้บริโภคโดยตรง เมื่อวันที่ ๑๓ ธันวาคม ๒๕๖๗ - ๑ มกราคม ๒๕๖๘ (๔) กิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่ายสินค้าปศุสัตว์และสัตว์น้ำในช่วงเทศกาลตรุษจีน เมื่อวันที่ ๒๕ - ๒๗ มกราคม ๒๕๖๘ (๕) งานเทศกาลกินกุ้งจันทน์ ครั้งที่ ๒ เมื่อวันที่ ๑๒ - ๑๖ มีนาคม ๒๕๖๘ (๖) กิจกรรมส่งเสริมและรณรงค์บริโภคกุ้ง ภายในงานท่องเที่ยวประจวบคีรีขันธ์ มหัศจรรย์เมืองสามอ่าว และงานกาชาดประจำปี ๒๕๖๘ ระหว่างวันที่ ๒๕ เมษายน - ๔ พฤษภาคม ๒๕๖๘ (๗) งานเทศกาลกินกุ้งไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างวันที่ ๒๑ - ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๖๘ และ (๘) กิจกรรมเชื่อมโยงจำหน่ายและรณรงค์บริโภคกุ้ง ช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก (กรกฎาคม - สิงหาคม) ผ่านกลไกสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๑๙ จังหวัด</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๑.๗ พัฒนาการตลาดข้าวเกษตรกร</p> <p>๑) จัดอบรมให้ความรู้เกษตรกรเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดข้าว ในรูปแบบ coaching อาทิ การวิเคราะห์สถานการณ์และกลยุทธ์การตลาด การเพิ่มมูลค่าสินค้า และการจัดทำแผนธุรกิจ โดยมีกลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมการอบรมฯ รวมทั้งสิ้น ๒๐ กลุ่ม จาก ๑๔ จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น นครพนม บึงกาฬ มหาสารคาม มุกดาหาร ชัยภูมิ โสธร ร้อยเอ็ด สกลนคร สุรินทร์ หนองบัวลำภู อุตรธานี อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ</p> <p>๒) จัดกิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่าย โดยการเชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปจากกลุ่มเกษตรกรที่เข้าโครงการฯ มาจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและสร้างโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มให้กับเกษตรกร</p>
			<p>๑.๘ ยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย</p> <p>๑) จัดงานพิธีมอบรางวัลการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ประจำปี ๒๕๖๗ (ครั้งที่ ๔๒) ณ ห้องประชุมบุตรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๘ เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพข้าว พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการรักษามาตรฐานข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งภายในงานฯ ได้มีการทำ MOU เชื่อมโยงซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการค้าข้าวกับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่ชนะการประกวดฯ จำนวน ๖ คู่ ปริมาณการซื้อขาย รวม ๑๙๙.๕ ตัน</p> <p>๒) ส่งเสริมการตลาดข้าวหอมมะลิ โดยการเชื่อมโยงเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรที่ชนะการประกวดข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ประจำปี ๒๕๖๗ จำนวน ๕ ราย เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ภายใน “งาน FARMERS GROW TOGETHER เคียงข้างเกษตรกรไทยให้เติบโตไปด้วยกัน” ณ กรูเมต์ มาร์เก็ต ศูนย์การค้าสยามพารากอน ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๑๘ – ๒๙ กันยายน ๒๕๖๘</p>
			<p>๑.๙ ส่งเสริมการตลาดและการบริโภคผลไม้ไทย (Thailand Fruit Festival)</p> <p>๑) เตรียมมาตรการรองรับผลผลิต โดย (๑) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ จัดประชุมหารือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ไทย ทีมเศรษฐกิจประเทศไทยประจำสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ยูเออี) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาและเพิ่มช่องทางการตลาดผลไม้ไทยสู่ตะวันออกกลาง เมื่อวันที่ ๒๐ – ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ (๒) ได้จัดประชุมหารือกับผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี เกษตรจังหวัด พณิชยจังหวัด รวมถึงผู้ประกอบการภาคเกษตรกร เพื่อเตรียมมาตรการรองรับและกระจายผลผลิตผลไม้ รวมทั้งส่งเสริมการบริโภคผลไม้ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>๒) จัดกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย Thai Fruit Festival ๒๐๒๕ โดยการเชื่อมโยงผลผลิตผลไม้จากเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย อุตรดิตถ์ นครปฐม ราชบุรี นครราชสีมา ฉะเชิงเทรา เพชรบุรี และ</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>ชุมพร เช่น มะพร้าว น้ำหอม ลองกอง ลำไย แก้วมังกร มะม่วง สับปะรด กล้วย รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในความส่งเสริม (หมู่บ้านท่ามาค้าขาย) มาจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ณ โรบินสันไลฟ์สไตล์ ศรีสมาน ระหว่างวันที่ ๓ - ๗ กันยายน ๒๕๖๘</p> <p>๑.๑๐ จัดกิจกรรมตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรและผลไม้ โดยการเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทย ได้แก่ สมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย บริษัทมาตาเทรดดิ้งจำกัด บริษัทตะวันพืชผลจำกัด บริษัทฟอรัทเวเนดิงจำกัด บริษัทนานาฟู้ดจำกัด วิสาหกิจชุมชนบ้านหาดไก่อตั๋ย วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลไม้สดและผลผลิตทางการเกษตรแปรรูปบ้านดอนทอง เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าภายในงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับโลกแห่งเอเชีย ๒๐๒๕ (THAIFEX ANUGA ASIA) เมื่อวันที่ ๒๗ - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘</p>
๒. โครงการส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย	๔.๐๐๐๐	๓.๒๙๙๒	<p>๒.๑ ส่งเสริมช่องทางจำหน่ายและรณรงค์การบริโภค จัดกิจกรรมเชื่อมโยงช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย ในส่วนภูมิภาค ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม ๒๕๖๘ โดยร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๒๕ จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน อุทัยธานี นครสวรรค์ น่าน แพร่ เชียงราย อุดรดิตต์ กาญจนบุรี นนทบุรี ลพบุรี ปราจีนบุรี ปทุมธานี นครปฐม ฉะเชิงเทรา นครราชสีมา หนองบัวลำภู มุกดาหาร ยโสธร นครราชสีมา สงขลา ยะลา ชุมพร และปัตตานี</p> <p>๒.๒ ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรปลอดภัย ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ เช่น ข่าวสด อีจัน เดลินิวส์ ข่าว ๓ มิติ PPTV HD๓๖ Mono News-ข่าวโมโน The Reporter MGR Online Bright TV backbone MCOT The Better News The State Times และเกษตรสัญจร เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภารกิจและการดำเนินงานของกรมการค้าภายในด้านสินค้าเกษตรปลอดภัย</p>
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน			
๓. ผลผลิตรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร	๗๑.๖๓๗๓	๖๗.๕๑๕๗	<p>๓.๑ พัฒนาประสิทธิภาพระบบตลาดและโลจิสติกส์ ๑) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดกลางและตลาดสด โดยการจัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายตลาดกลางและตลาดสดในความส่งเสริม อาทิ กิจกรรมพาณิชย์สี่สานเทศกาลตรุษจีน ๒๕๖๘ Thai Fruit Festival ๒๐๒๕ โครงการชูใจวัยเก๋า และการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านเครือข่ายตลาดกลางและตลาดสด เพื่อแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรกรและช่วยเหลือเกษตรกร รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของตลาดฯ</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๒) ส่งเสริมและพัฒนาระบบตลาดข้อตกลง</p> <p>๒.๑) ดำเนินการเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้ประกอบการให้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร ภายใต้สัญญามาตรฐานของกรมการค้าภายใน จำนวน ๒๓ สินค้า ได้แก่ กระเทียม หอมแดง ลองกอง มะม่วง สับปะรดส้มเขียวหวาน มะยงชิด ส้มโอ อะโวคาโด มะพร้าว กล้วย มะปราง มะดัน ฝรั่ง เงาะ ทูเรียน ชมพู ลำไย กระเทียม เสาวรส สละ มังคุด และลิ้นจี่ รวม ๑๕๓ สัญญา ปริมาณ ๑๘,๘๕๒.๗๙ ตัน มูลค่า ๗๒๐.๐๑ ล้านบาท</p> <p>๒.๒) ดำเนินการจัดอบรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากตลาดข้อตกลงให้กับเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๒ ครั้ง ได้แก่ (๑) เมื่อวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ ณ โรงแรมเดอะ เวโล โฮเทล จังหวัดสระแก้ว โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น ๙๔ ราย และ (๒) เมื่อวันที่ ๒๔ เมษายน ๒๕๖๘ ณ สำนักงานเกษตร จังหวัดพังงา โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น ๕๐ ราย รวมทั้งดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบตลาดข้อตกลง</p> <p>๓) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการเชื่อมโยงการซื้อขายผลไม้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ "Thailand Pose Mart" โดยร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสระแก้วและปราจีนบุรี ปริมาณรวม ๑,๔๙๙.๔๐ ตัน พร้อมทั้งจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์แก่เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ และผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ๙๔ ราย เมื่อที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ ณ โรงแรมเดอะ เวโล โฮเทล จังหวัดสระแก้ว</p> <p>๔) ส่งเสริมและพัฒนาคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น โดยดำเนินการตรวจสอบการประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็นให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. ๒๕๕๘ รวมทั้งสิ้น ๕๖ ครั้ง ใน ๘๑ บริษัท รวมทั้งเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมาย และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ รวมทั้งสิ้น ๓ ครั้ง ได้แก่ (๑) เมื่อวันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๗ จัดอบรมสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ.คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. ๒๕๕๘ ผ่านระบบออนไลน์ มีผู้เข้ารับการอบรม ๕๘ ราย (๒) เมื่อวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๘ จัดประชุมหารือแนวทางการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจและเรียนรู้กระบวนการผลิตและการจัดเก็บสินค้าของบริษัทโมบาย โลจิสติกส์ จำกัด โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม ๓๒ ราย และ (๓) เมื่อวันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๘ จัดประชุมหารือแนวทางการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ และเรียนรู้กระบวนการผลิตและการจัดเก็บสินค้าของบริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม ๔๐ ราย รวมทั้งดำเนินการผลักดันการใช้ระบบ e-service ของกรมการค้าภายใน ผ่านการประชุมใหญ่สามัญประจำปี ๒๕๖๗ ของสมาคมธุรกิจคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ณ โรงแรมรามารการ์เด็นส์ กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ ๒๔ เมษายน ๒๕๖๘</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>๓.๒ ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร</p> <p>๑) ขยายตลาดรองรับผลผลิตสินค้าเกษตร เพื่อช่วยให้เกษตรกรมีตลาดรองรับผลผลิตและรายได้ที่แน่นอน อาทิ การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคผักช่วงเทศกาลกินเจ ปี ๒๕๖๗ ผ่านกลไกสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๒๐ จังหวัด การสนับสนุนการเชื่อมโยงรับซื้อหอมใหญ่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เพื่อกระจายออกนอกแหล่งผลิต ปริมาณรวม ๖,๔๖๒ ตัน การเปิดจุดจำหน่ายและรณรงค์บริโภคพืชหัวทั่วประเทศ ๒,๕๐๐ จุดทั่วประเทศ ปริมาณรวม ๑๔.๕๙๓ ล้านบาท การเชื่อมโยงซื้อขายสินค้าพืชหัวผ่านระบบตลาดข้อตกลง ปริมาณรวม ๖๓ ตัน การส่งเสริมการแปรรูปเป็นเครื่องดื่มและจำหน่ายผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ (เตาบิน-เตาปั่น) ปริมาณรวม ๑.๐๕๒ ล้านบาท การส่งเสริมการทำเป็นเมนูอาหารและเครื่องดื่มจำหน่ายบนเครื่องบิน สายการบินไทยแอร์ เอเชีย ปริมาณรวม ๑.๐๑๘ ล้านบาท และการส่งเสริมการบริโภคกาแฟไทยในงาน “Thailand Coffee & Rice Fest ๒๐๒๕” ระหว่างวันที่ ๑๒ - ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๗ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์</p> <p>๒) ติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ โดยการจัดทำรายงานสถานการณ์ด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตร ทั้งในรูปแบบรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน รวมทั้งจัดทำข้อมูลเตือนภัยสินค้าเกษตร แนวโน้มสถานการณ์สินค้าเกษตร เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร รวมทั้งเผยแพร่สร้างการรับรู้ เพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ใช้ประโยชน์</p>
			<p>๓.๓ ตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร</p> <p>๑) ตรวจสอบเครื่องชั่งรถยนต์และเครื่องชั่งสำหรับซื้อขายสินค้าเกษตร (เครื่องวัดอัตราส่วนแบ่งในหัวมัน เครื่องวัดความชื้นข้าว/ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และเครื่องคัดลำไย) ในช่วงที่ผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาดมาก รวมทั้งสิ้น ๑๕๗,๒๕๒ เครื่อง</p> <p>๒) กำกับดูแลและติดตามตรวจสอบสินค้าเกษตรตามกฎหมายและนโยบายรัฐบาล เช่น การซื้อขายสินค้าเกษตร การปิดป้ายแสดงราคา การเก็บรักษา และการเคลื่อนย้าย รวมทั้งปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยได้ดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบการสินค้าเกษตร รวมทั้งสิ้น ๑,๕๔๒ ราย</p>
			<p>๓.๔ ดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร</p> <p>จัดประชุมคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) คณะกรรมการกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คบท.) และคณะกรรมการอื่น ๆ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรด้านปัจจัยการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร รวมทั้งติดตามเร่งรัดผลการดำเนินงานโครงการที่ขอรับการจัดเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร รวมทั้งสิ้น ๓๘ ครั้ง</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก			
๔. โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร	๘๗.๕๙๑๖	๘๗.๑๗๐๙	<p>๔.๑ ตลาดชุมชนดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนและท้องถิ่น</p> <p>๑) ส่งเสริมการทำ Digital Content โดยการจัดอบรมส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนสู่การค้าออนไลน์ ระหว่างวันที่ ๙ - ๑๐ กันยายน ๒๕๖๘ ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ ในการทำ Digital Content อาทิ กลยุทธ์ในการสร้างคอนเทนต์ให้โดนใจ การฝึกใช้ AI เป็นตัวช่วย การจัดโปรโมชั่นกับระบบ e-Payment การใช้ Chat GPT ร่างและปรับแต่งเอกสารต่าง ๆ และการสร้างภาพประกอบด้วย Canva AI เป็นต้น</p> <p>๒) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ตลาดชุมชน เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน เช่น การจัดงานพาณิชย์สี่ส้านเทศกาลลอยกระทง ปี ๒๕๖๗ (๑๕ - ๓๐ พ.ย. ๖๗) กิจกรรมกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดชุมชนช่วงเทศกาลปีใหม่ ๒๕๖๘ (๑๖ - ๒๘ ธ.ค. ๖๗) งานพาณิชย์ชวนเที่ยวช่วงเทศกาลปีใหม่ ๒๕๖๘ (๒๗ ธ.ค. ๖๗ - ๓๐ ม.ค. ๖๘) และงานพาณิชย์ชวนเที่ยวมหาสงกรานต์ สี่ส้านและอนุรักษ์ประเพณีไทย ๒๕๖๘ (๕ เม.ย. - ๑๙ พ.ค. ๖๘) รวมทั้งเชื่อมโยงร้านค้าเด่นจากตลาดต้องชม ๔ ภาค มาจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ภายในงานพาณิชย์ลดราคา New Year Mega Sale ๒๐๒๕ เมื่อวันที่ ๑๗ - ๑๙ ธันวาคม ๒๕๖๗ เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต้องชม</p> <p>๓) กระตุ้นการใช้จ่ายในเส้นทางท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวตลาดต้องชม ๘ เส้นทาง เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นและกระตุ้นการท่องเที่ยวตลาดต้องชม รวมทั้งจัดกิจกรรมรณรงค์การท่องเที่ยวตลาดต้องชมในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยสนับสนุนคูปองแทนเงินสด (DIT Go) ให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้มาจับจ่ายใช้สอยในตลาดต้องชมที่ตั้งอยู่ในเส้นทางระหว่างภูมิภาคและระหว่างเมือง พร้อมทั้งจัดกิจกรรมนำ KOL และ Influencer มาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมตลาดต้องชม เพื่อสร้างการรับรู้ส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายในตลาดต้องชม</p> <p>๔) จัดมหกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าชุมชน งาน “Soft Power Connects Local to Global ๒๐๒๕” โดยการนำสินค้าดี สินค้าเด่น จากตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย มาจัดแสดงและจำหน่ายให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยว ในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ได้แก่ โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ตลาดกระบี่ โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ราชพฤกษ์ และโรบินสัน ไลฟ์สไตล์ ศรีสมาน พร้อมทั้งสนับสนุนคูปองแทนเงินสด (DIT Go) เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยสินค้าภายในงานฯ และสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ประกอบการสินค้าชุมชน</p> <p>๔.๒ หมู่บ้านทำมาค้าขาย</p> <p>๑) ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ ๕ แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบ้านนครนารายณ์ จังหวัดเพชรบุรี วิสาหกิจชุมชนบ้านเนินศาลา จังหวัดนครสวรรค์ วิสาหกิจชุมชนคณาบาติก จังหวัดนครราชสีมา</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>วิสาหกิจชุมชนบ้านตุ๊กตาไม้ลวงเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ และวิสาหกิจชุมชนศรีตาแฮนด์เมต จังหวัดน่าน รวมทั้งเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านฯ แห่งเดิม ๑๒ แห่ง ใน ๒ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มของกินของใช้ (๗ แห่ง) และกลุ่มผ้า (๕ แห่ง)</p> <p>๒) ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าชุมชน โดยการเชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหมู่บ้านเข้ามาค้าขายมาจัดจำหน่ายในพื้นที่ห้างสรรพสินค้า ได้แก่ โรบินสัน โลฟส์สไตล์ ลาตกระบัง โรบินสัน โลฟส์สไตล์ ราชพฤกษ์ และโรบินสัน โลฟส์สไตล์ ศรีสมาน ระหว่างวันที่ ๒๐ - ๒๙ สิงหาคม ๒๕๖๘</p>
แผนงานยุทธศาสตร์สร้างหลักประกันทางสังคม			
๕. โครงการรณรงค์ฟาราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน	๑๘๔.๔๓๓๘	๑๔๘.๔๓๔๖	<p>๕.๑ จัดงานรณรงค์ฟาราคาประหยัด จัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคมาจัดจำหน่ายให้แก่ประชาชนในราคาประหยัด เพื่อลดภาระค่าครองชีพ และเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนได้เลือกซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม รวมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น รวมทั้งสิ้น ๑,๓๒๙ ครั้ง ลดค่าครองชีพให้กับประชาชน ๑๓๗.๓๕ ล้านบาท</p> <p>๕.๒ ส่งเสริมร้านค้าและร้านอาหารรณรงค์ฟาราคาประหยัด</p> <p>๑) ร้านค้ารณรงค์ฟาราคาประหยัด รับสมัครร้านค้าปลีกหรือโชห่วยท้องถิ่นเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยมีช่องทางในการเข้าถึงสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม พร้อมทั้งสนับสนุนการเชื่อมโยงสินค้าสู่ร้านรณรงค์ฟาราคา ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น ๑๕๗,๗๒๙ ร้าน</p> <p>๒) ร้านอาหารรณรงค์ฟาราคาประหยัด รับสมัครร้านอาหารที่มีลักษณะ “อร่อย คุณภาพดี สะอาด ประหยัด” และมีรายการอาหารที่จำหน่ายราคาไม่เกิน ๓๕ บาท/จาน/ชาม/ถาด เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จในราคาประหยัด ปัจจุบันมีร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฯ รวมทั้งสิ้น ๕,๔๖๖ ร้าน</p>
๖. ผลผลิตการดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	๒๗๖.๕๐๓๓	๒๒๙.๓๙๕๕	<p>๖.๑ กำกับดูแลสินค้าและบริการ และมาตรฐานการชั่งตวงวัด</p> <p>๑) กำกับดูแลสินค้าและบริการ</p> <p>(๑) กำหนดสินค้าและบริการควบคุม เพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่าย หรือเงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และดูแลให้สินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพมีระดับราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับต้นทุน จำนวน ๕๙ รายการ (๕๔ สินค้า และ ๕ บริการ) พร้อมทั้งมาตรการกำกับดูแล อาทิ การกำหนดราคาจำหน่าย การแจ้งขออนุญาตก่อนการเปลี่ยนแปลงราคา การแจ้งปริมาณ ราคา สถานที่เก็บ เป็นต้น</p> <p>(๒) ให้แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้าและบริการ จำนวน ๒๙๐ รายการ (๒๔๐ สินค้า ๕๐ บริการ) แสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร จำนวน ๓๒ รายการ รวมถึงให้แสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ ทุกรายการ เพื่อคุ้มครองให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสในการเปรียบเทียบราคาสินค้าและค่าบริการก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>(๓) กำหนดสินค้าและบริการที่ต้องติดตามดูแล จำนวน ๒๔๒ รายการ (๒๑๙ สินค้า ๒๓ บริการ) เพื่อติดตามดูแลให้มีการฉวยโอกาสเอาเปรียบผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม โดยมีการแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการในการติดตามดูแลเป็น ๓ กลุ่ม ตามระดับความสำคัญ ได้แก่ Sensitive List (SL) Priority Watch List (PWL) และ Watch List (WL)</p> <p>(๔) กำกับดูแลราคา ยา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์ ให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย โดยให้โรงพยาบาลเอกชน แจ้งราคาซื้อและราคาจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นเกี่ยวกับการรักษาโรค รวมทั้งแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน แสดงเครื่องหมาย QR Code ซึ่งเป็นข้อมูลเปรียบเทียบราคาจำหน่ายยาอย่างเปิดเผย ชัดเจน เพียงพอต่อการพบเห็น และประเมินค่ารักษาพยาบาล ตามการวินิจฉัยเบื้องต้นให้ผู้ป่วยทราบทุกครั้ง ตลอดจนให้แจ้งราคา ยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการรักษาพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ และค่าบริการอื่นของสถานพยาบาล ให้ผู้ป่วยทราบก่อนจำหน่ายหรือให้บริการเมื่อได้รับการร้องขอ รวมทั้งกำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้แทนจำหน่ายของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า แจ้งราคาที่ยาที่จำหน่ายให้กับโรงพยาบาล</p> <p>(๕) ดำเนินมาตรการลดค่าครองชีพและต้นทุนของเกษตรกร</p> <p>(๕.๑) มหกรรมลดราคาสินค้า “เทศกาลกินเจ อิ่มบุญราคาประหยัด” ระหว่างวันที่ ๓ - ๑๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ โดยร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรกว่า ๔๐๐ ราย ทั้งผู้ผลิต ห้างค้าส่งค้าปลีก ห้างท้องถิ่น ตลาดกลาง ตลาดสด และแพลตฟอร์มออนไลน์ จัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลกินเจในราคาประหยัด ลดสูงสุดถึง ๖๕% พร้อมทั้งเปิดจุดจำหน่ายผักทางเลือกให้กับประชาชนใน ๒๐ จังหวัด</p> <p>(๕.๒) โครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจ เพื่อลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และขยายโอกาส โดยบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนรายใหญ่ ลดต้นทุนทางธุรกิจและเพิ่มช่องทางค้าขายให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก อาทิ การลดค่าเช่าร้านค้า ค่าเช่าแผงตลาด ค่าขนส่งไปรษณีย์ การสนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้าบริเวณศาลากลางจังหวัด นิคมอุตสาหกรรม สถานีบริการน้ำมัน รวมทั้งร่วมมือกับผู้ผลิต ห้างสรรพสินค้า ห้างท้องถิ่นทั่วประเทศ สถานีบริการปั้มน้ำมัน ศูนย์บริการรถ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ลดราคาสินค้าและค่าบริการกว่า ๗๐% ตั้งแต่เดือนกันยายน ๒๕๖๗ - มกราคม ๒๕๖๘ พร้อมทั้งจัดโปรโมชั่นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาพิเศษผ่านร้านธงฟ้า ร้านชุมชน กว่า ๑๔๐,๐๐๐ ร้านค้า</p> <p>(๕.๓) งานพาณิชย์ลดราคา “New Year Mega Sale ๒๐๒๕” ระหว่างวันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๗ - ๓๑ มกราคม ๒๕๖๘ โดยร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างท้องถิ่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมกว่า ๓๐๐ ราย นำสินค้าและบริการกว่า ๔๐,๐๐๐ รายการ ทั้งในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ของใช้</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>ประจำวัน เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องแต่งกาย ของแต่งบ้าน ยา เวชภัณฑ์และบริการทางการแพทย์ ศูนย์บริการรถยนต์ โรงแรที่ปัก สายการบิน ประกันภัย บริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงบริการขนส่งอาหารและพัสดุ มาลดราคาพิเศษ สูงสุด ๘๐% เพื่อลดภาระค่าครองชีพประชาชนและส่งเสริมความสุขในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่</p> <p>(๕.๔) งานพาณิชย์สี่ประสานเทศกาลตรุษจีน ระหว่างวันที่ ๒๕ - ๒๗ มกราคม ๒๕๖๘ โดยร่วมมือกับ ตลาดกลางและตลาดสดกว่า ๖๐ แห่ง ใน ๑๘ จังหวัดทั่วประเทศ นำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน เช่น ชุดไหว้เจ้า ไก่สด ไก่ต้ม ไข่ไก่ หมูสามชั้น ผลไม้มงคล และขนมต่าง ๆ มาจัดจำหน่ายในราคาพิเศษ ต่ำกว่าราคาตลาดทั่วไป ๒๐% เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชนและกระตุ้นการบริโภคสินค้าภายในประเทศ</p> <p>(๕.๕) โครงการ “ซูใจ วัยเก๋า ๖๐+” มหกรรมจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดสำหรับคนสูงวัย เพื่อรองรับนโยบายรัฐบาลโครงการเติมเงิน ๑๐,๐๐๐ บาท กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านผู้สูงอายุที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไป ระหว่างวันที่ ๓๐ มกราคม - ๓๐ เมษายน ๒๕๖๘ โดยการร่วมมือกับเครือข่ายผู้ประกอบการกว่า ๒๐๐ ราย ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างค้าส่งค้าปลีก ห้างท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อ และแพลตฟอร์มออนไลน์ นำสินค้าและบริการกว่า ๒๐,๐๐๐ รายการ อาทิ ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ แผ่นรองขับ อาหารเสริม นมเพื่อสุขภาพ ข้าวน้ำตาลน้อย ที่นอนยางพารา รวจับทรงตัว ไม้เท้า รวมถึงบริการทางการแพทย์ เช่น การตรวจคัดกรองหินปูนเกาะหลอดเลือด มาจัดโปรโมชั่นลดราคาพิเศษ สูงสุดถึง ๘๖% เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพของผู้สูงวัยให้สามารถนำเงินไปซื้อสินค้าที่จำเป็นได้ในราคาที่ถูกลง</p> <p>(๕.๖) โครงการ “เปิดเทอม เต็มพลัง Back To School ๒๐๒๕” ระหว่างวันที่ ๓๐ เมษายน - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๘ โดยร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างสรรพสินค้า ห้างค้าส่งค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ สถาบัน กวดวิชา สถาบันดนตรี เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และแพลตฟอร์มออนไลน์ กว่า ๕๐ ราย ๒๒,๙๒๔ สาขาทั่วประเทศ จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าและบริการด้านการศึกษากว่า ๘,๐๐๐ รายการ สูงสุดถึง ๗๔% อาทิ ชุดนักเรียน รองเท้านักเรียน เครื่องเขียน ตำราเรียน สื่อการเรียนการสอน บริการกวดวิชา อินเทอร์เน็ต ผลิตภัณฑ์นม รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพให้กับผู้ปกครอง</p> <p>(๕.๗) โครงการลดราคาปุ๋ยและเคมีเกษตรเพื่อเกษตรกร (เฟส ๑) โดยร่วมมือกับสมาคมการค้า ปุ๋ยและเคมีเกษตร และผู้ผลิต/ผู้นำเข้าปุ๋ยเคมีและเคมีเกษตร จำนวน ๓๑ ราย จำหน่ายปุ๋ยและเคมีเกษตรในราคา ต่ำกว่าท้องตลาด (๑๐ - ๑๐๐ บาท) ให้แก่เกษตรกรผ่านสถาบันเกษตรกร ระหว่างวันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๗ - ๓๑ มกราคม ๒๕๖๘ โดยมีการเชื่อมโยงจำหน่ายปุ๋ยเคมีผ่านสถาบันเกษตรกร รวมทั้งสิ้น ๘๓๒,๕๑๓ กระสอบ (๔๑,๖๒๕.๖๕ ตัน) และสามารถลดต้นทุนให้เกษตรกรได้ ๖๒.๔๔ ล้านบาท</p> <p>(๕.๘) โครงการลดราคาปุ๋ยและเคมีเกษตรเพื่อเกษตรกร ปี ๒๕๖๘ โดยร่วมกับสมาคมการค้าปุ๋ย และผู้ผลิต/ผู้นำเข้าปุ๋ยเคมี จำนวน ๒๖ ราย จำหน่ายปุ๋ยและเคมีเกษตรในราคาถูกกว่าท้องตลาด (๒๐ - ๕๐ บาท)</p>

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)		ผลการดำเนินงาน
	จัดสรร	เบิกจ่าย	
			<p>ให้แก่เกษตรกรผ่านสถาบันเกษตรกร ระหว่างวันที่ ๑๐ เมษายน - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๘ โดยมีการเชื่อมโยงจำหน่ายปุ๋ยเคมีผ่านสถาบันเกษตรกร รวมทั้งสิ้น ๑,๕๐๗,๖๐๘ กระสอบ (๗๕,๓๘๐.๔๐ ตัน) และสามารถลดต้นทุนให้เกษตรกรได้ ๘๒.๙๒ ล้านบาท</p> <p>(๕.๖) จัดงานธงเขียวราคาประหยัด “ปุ๋ยถูก ยาดี ต้องที่ธงเขียว” (เฟส ๑) เพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในราคาประหยัด โดยจัดหาปุ๋ยเคมี ๖ สูตร (๔๖-๐-๐, ๑๖-๒๐-๐, ๑๕-๑๕-๑๕, ๑๖-๑๖-๑๖, ๑๖-๘-๘ และ ๑๘-๘-๘) มาจำหน่ายให้เกษตรกรในราคาประหยัด ลดราคากระสอบละ ๒๐๐ บาท (ไม่เกินคนละ ๕ สอบ) รวม ๖ ครั้ง โดยสามารถลดต้นทุนให้กับเกษตรกรกว่า ๑๓ ล้านบาท</p> <p>(๖) กำกับดูแลและตรวจสอบให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย โดยจัดสายตรวจออกตรวจสอบพฤติกรรมการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันการกักตุนและการฉวยโอกาสขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม รวมทั้งตรวจสอบตามคำร้องเรียนของประชาชนผ่านสายด่วน ๑๕๖๙ โดยได้มีการดำเนินการตรวจสอบผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น ๑๒๖,๘๙๖ ราย พบการกระทำผิด จำนวน ๑๕๓ ราย ซึ่งได้เปรียบเทียบปรับเป็นเงินทั้งสิ้น ๓๒๖,๓๐๐ บาท</p> <p>๒) กำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้า โดยดำเนินการตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัด รวมถึงมาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซแอลพีจี ก๊าซเอ็นจีวี ให้มีความถูกต้อง เทียบตรง รวมถึงการบรรจุหีบห่อมีน้ำหนักครบถ้วน ถูกต้อง รวมทั้งสิ้น ๙,๑๖๕,๔๕๐ เครื่อง/หีบห่อ รวมทั้งกำกับดูแลให้ผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งในการผลิต นำเข้า ขาย ซ่อม และให้บริการชั่งตวงวัด มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนตรวจสอบและแก้ไขปัญหาตามข้อร้องเรียน</p> <p>๖.๒ เสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตร</p> <p>ส่งเสริมให้มีอาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อเป็นเครือข่ายภาคประชาชนในการดูแล สอดส่องและรายงานข้อมูลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้กับกรมการค้าภายใน ปัจจุบันมีจำนวนเครือข่ายประเภทประจำ ๕๒๘ คน ประเภทอาสาสมัคร ๔,๕๖๐ คน พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับแนวทางการทำงานให้แก่เครือข่ายอาสา ทั้งในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (๑๗ - ๑๘ ธ.ค. ๖๗) ภาคเหนือ (๑๕ - ๑๖ ม.ค. ๖๘) ภาคใต้ (๔ - ๕ ก.พ. ๖๘) และภาคใต้ (๔ - ๕ มี.ค. ๖๘)</p>