

แผนปฏิบัติการราชการรายปี (ฉบับทบทวน) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567



- กรมการค้าภายใน
- กระทรวงพาณิชย์

คำนำ

การจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี โดยดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ หมวด ๓ มาตรา ๙ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการไว้เป็นการล่วงหน้า ประกอบกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๗ ได้กำหนดให้ส่วนราชการมีการทบทวนภารกิจของหน่วยงาน โดยคำนึงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง

กรมการค้าภายใน จึงได้การจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ โดยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) นโยบายของรัฐบาล และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรายงานผลการดำเนินงานผ่านระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSCR) ตามระเบียบว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นไปตามมติของคณะรัฐมนตรี ตลอดจนเป็นกลไก ในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงพาณิชย์ และภารกิจของกรมการค้าภายใน รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานของผู้บริหาร

ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า หน่วยงานในสังกัดจะนำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน ไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแผนงาน/โครงการให้สอดคล้องตามแนวทางการดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

กรมการค้าภายใน
พฤษภาคม ๒๕๖๗
(ทบทวน)

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร	๑
ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนัยยะของมติคณะรัฐมนตรี	
๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) (แผนระดับที่ ๑)	๗
๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)	
๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	๙
๒.๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓	๑๑
๒.๒.๓ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่ได้แถลงต่อรัฐสภา	๑๕
ส่วนที่ ๓ ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)	๑๗
ส่วนที่ ๔ สารสำคัญของแผนปฏิบัติการราชการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) ของกรมการค้าภายใน	
๔.๑ ภาพรวม	
๔.๑.๑ วิสัยทัศน์	๑๘
๔.๑.๒ พันธกิจ	๑๘
๔.๒ แผนปฏิบัติการราชการ	
๔.๒.๑ แผนปฏิบัติการราชการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) ของกรมการค้าภายใน	
๑) เป้าหมาย	๑๘
๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	๑๘
๓) แนวทางพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์	๑๙
๔) โครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗	๒๑
๔.๓ กรอบวงเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗	๒๕
ส่วนที่ ๕ ภาคผนวก	
๕.๑ นิยามตัวชี้วัดความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการราชการรายปี และค่าเป้าหมาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗	๔๙

ส่วนที่ ๑

บทสรุปผู้บริหาร

ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ หมวด ๓ มาตรา ๙ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการไว้เป็นการล่วงหน้า ซึ่งแผนปฏิบัติราชการดังกล่าวต้องมีรายละเอียดขั้นตอน ระยะเวลา และงบประมาณที่จะต้องใช้ในการดำเนินการของแต่ละขั้นตอน เป้าหมายของภารกิจ ผลสัมฤทธิ์ และตัวชี้วัดของภารกิจของหน่วยงาน ประกอบกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๗ ได้กำหนดให้ส่วนราชการจัดให้มีการทบทวนภารกิจของตน โดยคำนึงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกำลังเงินงบประมาณของประเทศ ความคุ้มค่าของภารกิจ และสถานการณ์อื่นประกอบกัน อีกทั้ง เมื่อวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๒ คณะรัฐมนตรี ได้มีมติเห็นชอบให้หน่วยงานของรัฐปรับปรุงแผนระดับ ๓ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

กรมการค้าภายใน จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ขึ้น โดยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) นโยบายของรัฐบาล และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรายงานผลการดำเนินงานผ่านระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSUR) ตามระเบียบว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นไปตามมติของคณะรัฐมนตรี ตลอดจนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงพาณิชย์ และภารกิจของกรมการค้าภายใน รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานของผู้บริหารให้หน่วยงานในสังกัดใช้เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติงาน และติดตามผลการดำเนินงานของกรมให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีสาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี ๒๕๖๗ ดังนี้

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) ของกรมการค้าภายใน

๑. วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๒. พันธกิจ

๑) ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่าง ๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

๒) พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน

๓) ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า

๔) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

๕) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยและขยายขอบเขตการดูแลเพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า

๖) บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

๓. แนวทางพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ของกรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ : เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้

กลยุทธ์ : ๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การตลาด และระบบการค้าสินค้าเกษตร

๑.๒ สนับสนุนการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน

๑.๓ สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก

เป้าประสงค์ : หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ : ๒.๑ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเชื่อมโยงการค้าและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค

เป้าประสงค์ : ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง

กลยุทธ์ : ๓.๑ กำกับดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน

๓.๒ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบ ต่อสังคมและผู้บริโภค

๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง

๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบ และการบริหารจัดการ เรื่องร้องเรียนตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน

๓.๕ สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย

เป้าประสงค์ : การชั่งตวงวัดไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลและมีบทบาทนำในอาเซียน

- กลยุทธ์ :
- ๔.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลงานชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ๔.๒ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและพัฒนาเครือข่ายการกำกับดูแลด้านชั่งตวงวัด
 - ๔.๓ ขยายขอบเขตงานชั่งตวงวัดให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์
 - ๔.๔ เสริมสร้างขีดความสามารถและมาตรฐานวิชาชีพในการแข่งขันของบุคลากรและผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ

เป้าประสงค์ : ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และมีการบริหารแบบมีส่วนร่วม

- กลยุทธ์ :
- ๕.๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)
 - ๕.๒ ปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัย ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล
 - ๕.๓ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดขั้นตอนอำนวยความสะดวก และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า

สรุปวงเงินงบประมาณจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗
จำแนกตามงบประมาณ ประเด็นยุทธศาสตร์ และโครงการ/กิจกรรม

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	๒๑๘.๘๐๗๕
งบดำเนินงาน	๓๑๘.๖๓๙๐
งบลงทุน	๑๓๓.๕๗๑๕
งบเงินอุดหนุน	๒.๒๖๖๓
งบรายจ่ายอื่น	๒๓๔.๔๗๓๕
รวม	๙๐๗.๗๕๗๘
กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๖๐๐.๐๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๑,๕๐๗.๗๕๗๘

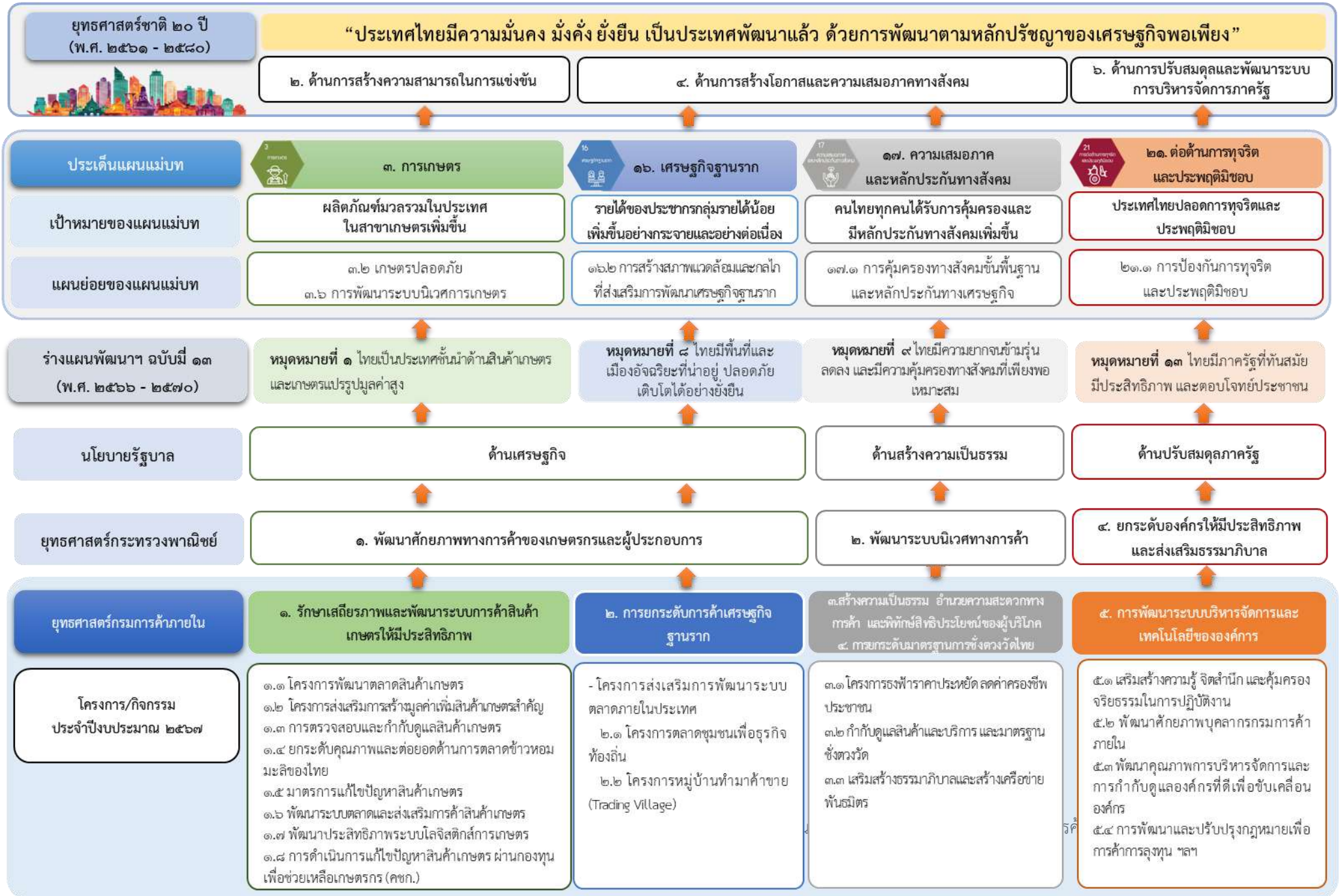
แผนงาน/โครงการภายใต้แผนงานตามยุทธศาสตร์จัดสรรฯ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๗๘.๕๒๑๙
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๘.๒๕๐๐
๑.๓ โครงการส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย	๔.๐๐๐๐
๑.๔ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๑๐.๐๐๐๐
๑.๕ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๑.๓๓๓๓
๑.๖ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๖.๖๖๖๗
๑.๗ โครงการส่งเสริมการตลาดและการบริโภคผลไม้ไทย	๕.๔๕๐๐
๑.๘ โครงการจัดกิจกรรมตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market)	๔.๓๐๐๐
๑.๙ การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๑๐ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๑๑ การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรและการเบิกจ่ายจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๖๐๐.๐๐๐๐
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๖๙.๖๒๐๐
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑๕.๓๖๗๘
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	งบดำเนินงาน
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	๑๕๔.๗๔๓๘
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑๐.๐๐๐๐
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๑๐.๐๐๐๐
๓.๕ โครงการยกระดับศักยภาพการกำกับดูแลการค้าในประเทศ (จ้างผู้ช่วยตาม พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาฯ)	๘.๑๕๒๐
๓.๖ โครงการยกระดับระบบชั่งตวงวัดของประเทศไทยตามมาตรฐานสากล	๑.๙๕๐๐
๓.๗ การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตร	งบดำเนินงาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์การ

๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และค่านิยมจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	งบดำเนินงาน
๕.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๓ โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กร	งบดำเนินงาน
๕.๔ การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน	งบดำเนินงาน
๕.๕ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๖ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	งบดำเนินงาน
๕.๗ การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน	งบดำเนินงาน
๕.๘ การพัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	งบดำเนินงาน
๕.๙ การจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๕.๑๐ การตรวจสอบภายใน	งบดำเนินงาน

ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน



ส่วนที่ ๒

ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) (แผนระดับที่ ๑)

เป็นแผนการพัฒนาประเทศไทยที่กำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วนต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของประเทศที่ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือคติพจน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ซึ่งการพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (๑) ด้านความมั่นคง (๒) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (๓) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (๔) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (๕) ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (๖) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ทั้งนี้ กรมการค้าภายใน มีบทบาทภารกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติใน ๓ ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

๒.๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

๑) เป้าหมาย ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

๒) ประเด็น การเกษตรสร้างมูลค่า ซึ่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า ความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้สูงขึ้น

๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรทำการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มาตรฐาน และเข้าสู่ระบบมาตรฐานการจัดการคุณภาพทางการเกษตรที่ได้รับการรับรอง รวมทั้งให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการบริหารจัดการตลาด ตลอดจนพัฒนากลไกการเชื่อมโยงการค้าจำหน่ายให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตร

(๒) การเฝ้าระวังและพัฒนากลไกการจัดการปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อยกระดับและรักษาเสถียรภาพราคา โดยกำหนดมาตรการรองรับ มาตรการปรับตัว และการประกันความเสี่ยงด้านรายได้ให้กับเกษตรกร

(๓) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตรให้มีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมและพัฒนาการให้บริการของผู้ประกอบการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ให้มีระบบบริหารจัดการที่ดี มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมทั้งเสริมสร้างทักษะด้านการจัดการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้สอดคล้องกับลักษณะของสินค้าและตลาด

๒.๑.๒ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

๑) เป้าหมาย

(๑) สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

(๒) เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเอง

๒) ประเด็น การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

(๑) ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก มุ่งเน้นการพัฒนาการเกษตรให้เหมาะสมกับศักยภาพ ฐานทรัพยากรและบริบทของพื้นที่และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งเพิ่มช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการค้าด้วยเครือข่ายพันธมิตรและวิสาหกิจเพื่อสังคม กำหนดนโยบายและกติกาเพื่อเพิ่มโอกาสของเกษตรกร พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมการผลิตแปรรูปสินค้าให้มีเอกลักษณ์

(๒) ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบ และกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์การของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) การเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นระบบ เศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการพัฒนา การสร้างงานสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มพูน ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และบริการ การบริหารจัดการตลาด รวมทั้งขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และพัฒนาตลาดในพื้นที่ชุมชนให้สามารถ เป็นแหล่งรองรับ จำหน่าย และกระจายสินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีศักยภาพ รวมถึงเป็นสถานที่ที่ต้องแวะชม และแวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอยของหมื่นกท้องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสร้างการกระจายรายได้ กลับสู่ชุมชน

(๒) การสร้างความธรรมทางการค้า และคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ ที่จำเป็นให้มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เป็นธรรม สอดคล้องกับต้นทุน และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งติดตามตรวจสอบพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันมิให้เกษตรกรและผู้บริโภคถูก เอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการสอดส่องดูแลราคาสินค้า/บริการและพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้ง ส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพของประชาชน และการจัดจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดในสถานการณ์ที่จำเป็น

๒.๑.๓ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

๑) เป้าหมาย

(๑) ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม

(๒) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒) ประเด็น ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๑) ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส โดยหน่วยงานของรัฐต้องร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการ ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และ งานของรัฐอย่างอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สร้างประโยชน์สุขแก่ประชาชน

(๒) บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ โดยจัดให้มีระบบบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรให้สามารถสนองความต้องการในการ ปฏิบัติงาน มีความก้าวหน้าในอาชีพ สามารถจูงใจให้คนดีคนเก่งทำงานในภาครัฐ มีระบบการพัฒนาขีดความสามารถ บุคลากรภาครัฐให้มีสมรรถนะใหม่ๆ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการพัฒนา มีการเสริมสร้างคุณธรรม และจริยธรรม การปรับเปลี่ยนแนวคิดให้การปฏิบัติราชการเป็นมืออาชีพ มีจิตบริการ ทำงานในเชิงรุกและมองไปข้างหน้า สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคส่วนอื่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

(๓) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยสร้างจิตสำนึกและค่านิยมให้ ทุกภาคส่วนมีการตื่นตัวและละอายต่อการทุจริตประพฤติมิชอบทุกรูปแบบ พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุน ให้ภาคี ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชน ประชาชน และภาคีต่างๆ มีส่วนร่วมในการสอดส่อง เฝ้าระวัง ให้ข้อมูล แจ้ง เบาะแสการทุจริต และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคส่วนอื่น ๆ

๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยยึด หลักตามมาตรฐาน คุณธรรม จริยธรรม และมีความโปร่งใส รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการ ทุจริตประพฤติมิชอบให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในทุกระดับ สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลเปิด ภาครัฐที่เป็นปัจจุบัน และเปิดรับฟังความคิดเห็นของภาคประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานให้บริการของ หน่วยงาน

๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

เป็นแผนแม่บทที่กำหนดขึ้นเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติมีทั้งสิ้น ๒๓ ฉบับ ซึ่งจะมีผลผูกพันต่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องที่จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนั้น รวมทั้งจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีให้สอดคล้องกับแผนแม่บท ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคงมั่งคั่ง ยั่งยืนเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ทั้งนี้ กรมการค้าภายในมีความเกี่ยวข้องกับแผนแม่บทดังกล่าว จำนวน ๔ ประเด็น ได้แก่ การเกษตร เศรษฐกิจฐานราก ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม และการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) ประเด็น การเกษตร

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย ผลผลิตภัณฑมวลรวมในประเทศในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร ด้วยการสนับสนุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัย ขยายและเชื่อมโยงการตลาดให้กับเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมและรณรงค์การบริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนกำกับดูแลปริมาณและราคาสินค้าเกษตรให้เกิดความสมดุล เพื่อสร้างเสถียรภาพราคาและยกระดับรายได้ให้กับเกษตรกร ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว คือ

(๒) แผนย่อย (๖) การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร ซึ่งให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเกษตรกรและภาคเกษตรมีการปรับตัวไปสู่กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐาน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง จึงต้องมีการสนับสนุนและช่วยให้การสร้างมูลค่าในภาคเกษตรเป็นไปอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง

๑. พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศและการเฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้าเกษตร

๒. ส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตร

๓. อำนวยความสะดวกทางการค้าและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร

- เป้าหมายของแผนย่อย ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

๑. การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงสีมีการผลิต/แปรรูปสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย อาทิ สนับสนุนการจัดวางระบบ GHP/HACCP ในโรงสีกลุ่มเกษตรกร เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการโรงสีสมัยใหม่ให้กลุ่มเกษตรกร เพื่อยกระดับราคาและรายได้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ

๒. การพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์ โดยพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ชุมชน (Organic Farm Outlet) เชื่อมโยงการตลาดและการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร/ผู้ประกอบการเกษตร ทั้ง Online และ Offline จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าระดับภูมิภาค รวมทั้งสร้างกลไกการเชื่อมโยงการจำหน่าย และจับคู่ทางการค้าระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการในระดับต่างๆ

๓. การรณรงค์การบริโภค ส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์แก่ผู้บริโภค รวมทั้งประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หันมาให้ความสนใจบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์ของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

๒) ประเด็น เศรษฐกิจฐานราก

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย รายได้ของประชาชนกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่างกระจายอย่างต่อเนื่อง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยพัฒนาเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และการบริหารจัดการด้านการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถสร้างรายได้ได้ด้วยตนเอง รวมทั้งการพัฒนาภาคการตลาดในรูปแบบการค้าที่เป็นธรรม เพื่อให้เกิดโครงสร้างการกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทดังกล่าว ดังนี้

(๒) แผนย่อย การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบที่มีโครงสร้างกระจายรายได้ และพัฒนาช่องทางการตลาด รวมถึงกำหนดกติกาให้เกิดโครงสร้างกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนและทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น และบริหารจัดการกลไกต่างๆ เพื่อให้ชุมชนมีทุนในการพัฒนาการสินค้าและยกระดับเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

- แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง
 - ส่งเสริมและพัฒนาภาคและโครงสร้างอุตสาหกรรมและกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน โดยสนับสนุนการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาช่องทางและศูนย์กลางตลาดสินค้าชุมชนที่ครอบคลุมถึงช่องทางตลาดออนไลน์และช่องทางตลาดอื่นๆ

- เป้าหมายของแผนย่อย ผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

๑. การเพิ่มขีดความสามารถให้กับเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และคนในชุมชน โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด และการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับต้องการของตลาด

๒. การส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนให้เป็น “ตลาดต้องชม” เพื่อให้เป็นช่องทางในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนที่มีศักยภาพ เป็นสถานที่ให้หมูนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวแคว้นเวียงเข้ามาจับจ่ายใช้สอย รวมทั้งจัดมหกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า/บริการชุมชน เพื่อสร้างการเติบโตและการหมุนเวียนให้เศรษฐกิจฐานราก

๓. การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็น “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” โดยการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาด การพัฒนาคุณภาพสินค้า และการบรรจุภัณฑ์ ให้กับผู้ประกอบการชุมชน รวมทั้งขยายและเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืน

๓) ประเด็น ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยคุ้มครองและป้องกันมิให้ประชาชนผู้บริโภคร และเกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา รวมทั้งได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้าและบริการ ตลอดจนส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพ เพื่อให้ประชาชนมีเงินเหลือในการใช้สอยสินค้าและบริการอื่นเพิ่มขึ้น ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว ดังนี้

(๒) แผนย่อย การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐาน และหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ ซึ่งให้ความสำคัญกับการขยายความคุ้มครองทางสังคมขั้นต่ำ สร้างระบบคุ้มครองและป้องกันแบบถ้วนหน้า และพัฒนาระบบหลักประกันทางสังคมด้านสุขภาพและเศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพ คุ้มครอง และเป็นธรรม รวมถึงคุ้มครองแรงงานไทยให้มีสวัสดิภาพในการทำงาน และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความเสียหายเปรียบของผู้บริโภค

- **แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง**

๑. ขยายฐานคุ้มครองทางสังคมขั้นต่ำให้ทุกชีวิตสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ
๒. คุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน

- **เป้าหมายของแผนย่อย** คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบางได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ** โดยกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เป็นธรรม สอดคล้องกับต้นทุน และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งติดตามและตรวจสอบพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันมิให้เกษตรกรและผู้บริโภคถูกเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการสอดส่องและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดในสถานการณ์ที่จำเป็น

๔) ประเด็น การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โดยสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบของบุคลากรภาครัฐ รวมทั้งกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการของหน่วยงานเป็นไปอย่างเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ และกำหนดบทลงโทษผู้กระทำความผิดกรณีการทุจริต ประพฤติมิชอบอย่างจริงจังและรวดเร็ว ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว ดังนี้

- (๒) **แผนย่อย การป้องกันทุจริตและประพฤติมิชอบ** ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนากลไกและกระบวนการป้องกันการทุจริตให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้ภาคีองค์กรภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชนและประชาชน และเครือข่ายต่างๆ สอดส่องเฝ้าระวัง ให้ข้อมูลและร่วม ตรวจสอบการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐตามความเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบของบุคลากรภาครัฐและกำหนดมาตรการให้หน่วยงานภาครัฐและทุกภาคส่วนดำเนินงานอย่างโปร่งใส และกำหนดให้มีการลงโทษผู้กระทำความผิดกรณีทุจริตและประพฤติมิชอบอย่างจริงจังและรวดเร็ว

- **แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง**

- ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความใส สะอาดปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต และปรับระบบงานและโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการลดการใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เช่น การสร้างมาตรฐานที่โปร่งใสในกระบวนการบริการของภาครัฐ ลดขั้นตอนกระบวนการ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานด้วยวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนตรวจสอบได้

- **เป้าหมายของแผนย่อย** ประชาชนมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมซื่อสัตย์สุจริต

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โดยเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยยึดหลักตามมาตรฐาน คุณธรรม จริยธรรม และมีความโปร่งใส รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริต ประพฤติมิชอบให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในทุกระดับ สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐที่เป็นปัจจุบันบนเว็บไซต์ของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง และเปิดรับฟังความคิดเห็นของภาคประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานให้บริการของหน่วยงาน

๒.๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)

กรอบการพัฒนาประเทศในระยะ ๕ ปี ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ มีความมุ่งเน้นเพิ่มศักยภาพของประเทศในการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อและเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วถึง การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน”

รวมทั้งสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่งเสริมสร้างสังคมที่ก้าวทันพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์มีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูง และคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ตามวัตถุประสงค์ของแผนฯ ดังกล่าว โดยกำหนดเป้าหมายหลัก จำนวน ๕ ประการ ประกอบด้วย

๑) การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญให้สูงขึ้น และสามารถตอบโจทย์พัฒนาการของเทคโนโลยีและสังคม ยุคใหม่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุนและนวัตกรรม

๒) การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ โดยพัฒนาให้คนไทยมีทักษะและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับโลกยุคใหม่ ทั้งทักษะในด้านความรู้ทักษะทางพฤติกรรม และคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม เตรียมพร้อมกำลังคนที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เอื้อต่อการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ภาคการผลิตและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพและผลิตภาพสูงขึ้น รวมทั้งพัฒนาหลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมเพื่อส่งเสริมความมั่นคงในชีวิต

๓) การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม โดยลดความเหลื่อมล้ำทั้งในเชิงรายได้ ความมั่งคั่ง และโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจ สนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสให้มีโอกาสในการเลื่อนขั้นทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงจัดให้มีบริการสาธารณะที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

๔) การเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน โดยปรับปรุงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตและบริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ แก้ไขปัญหามลพิษสำคัญด้วยวิธีการที่ยั่งยืน โดยเฉพาะมลพิษทางอากาศ ชยะ และมลพิษทางน้ำ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) ภายในครั้งแรกของศตวรรษนี้

๕) การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ โดยการสร้างความพร้อมในการรับมือและแสวงหาโอกาสจากการเป็นสังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยโรคระบาด และภัยคุกคามทางไซเบอร์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ กลไกทางสถาบันที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างและระบบการบริหารงานของ ภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้อย่าง ทันเวลา มีประสิทธิภาพ และมีธรรมาภิบาล

เพื่อถ่ายทอดเป้าหมายหลักไปสู่ภาพของการขับเคลื่อนที่ชัดเจนในลักษณะของวาระการพัฒนา (Agenda) ที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันของหลายหน่วยงานและหลายภาคส่วนในการผลักดันการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ เพื่อพัฒนาให้บรรลุ ๑๓ หมายเหตุประกอบด้วย

หมายเหตุที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

หมายเหตุที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

หมายเหตุที่ ๓ ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก

หมายเหตุที่ ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

หมายเหตุที่ ๕ ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค

- หมวดหมู่ที่ ๖ ไทยเป็นฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่สำคัญของโลก
- หมวดหมู่ที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
- หมวดหมู่ที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน
- หมวดหมู่ที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม ที่เพียงพอเหมาะสม
- หมวดหมู่ที่ ๑๐ ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
- หมวดหมู่ที่ ๑๑ ไทยสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- หมวดหมู่ที่ ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต
- หมวดหมู่ที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

กรมการค้าภายในมีความเกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาฯ ดังกล่าว จำนวน ๔ หมวดหมู่ ได้แก่

๑) หมวดหมู่ที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

เป้าหมายการพัฒนา ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมวดหมู่

เป้าหมายที่ ๑ มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรเด็บโต ร้อยละ ๔.๕ ต่อปี

กลยุทธ์การพัฒนา โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบมุ่งเป้า เพื่อให้เกิดการยกระดับกระบวนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่ม การนำงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมของตลาด การขยายตัวของตลาดของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง อาทิ ผลผลิตเกษตรปลอดภัย สมุนไพรแปรรูป อาหารทางการแพทย์ อาหารทางเลือก อาหาร ฟังก์ชัน พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ โปรตีนจากพืชและแมลง และมีคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ในการวิเคราะห์ วางแผน พัฒนาผลผลิตและประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และความต้องการของตลาด การขยายผลรูปแบบเกษตรยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีมูลค่าเพิ่มสูงจากแบบอย่างความสำเร็จในประเทศ เช่น เกษตรตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG เกษตรปลอดภัย วนเกษตร เกษตรอินทรีย์ท่องเที่ยว เกษตร ประมงพื้นบ้าน การทำประมงถูกกฎหมาย และการปฏิบัติต่อแรงงานที่ถูกต้อง เป็นต้น

๒) หมวดหมู่ที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนา ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมวดหมู่

เป้าหมายที่ ๑ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคและการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษขยายตัวเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ รายได้เฉลี่ยต่อประชากรในทุกภาคเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์การพัฒนา การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก โดยสร้างเสริมองค์ความรู้ให้กับชุมชนจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ทูทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมการพัฒนาการผลิต สินค้า/บริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความปลอดภัย โดยใช้งานวิจัย เทคโนโลยี นวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการวางแผนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกระดับ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน สนับสนุนการ รวมกลุ่มและสร้างเครือข่าย ได้แก่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมการถือหุ้นโดยสมาชิก ในชุมชน สร้างความเข้มแข็งสถาบันการเงินในระดับชุมชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนของผู้ประกอบการ และธุรกิจชุมชน รวมทั้งสร้างรายได้จากตลาดภายนอก โดยส่งเสริมนวัตกรรม การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ในระดับพื้นที่ เพื่อลดความสูญเสียเนื่องจากการผลิตมากเกินไปความต้องการ ลดต้นทุนและระยะเวลาในการขนส่ง สินค้าระหว่างพื้นที่และภูมิภาค รวมทั้งรักษาคุณภาพของผลผลิต กระตุ้นการบริโภคให้สอดคล้องและสมดุลกับการ ผลิตในท้องถิ่น ตามแนวทางการ ผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน

๓) หมายเหตุที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม ที่เพียงพอ เหมาะสม

เป้าหมายการพัฒนา มุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม โดยการสนับสนุนให้กลุ่มเปราะบาง และผู้ด้อยโอกาส มีโอกาสในการเลื่อนชั้นทางเศรษฐกิจและสังคมสูงขึ้น รวมทั้งการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ ในด้านการสร้าง หลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมเพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงในชีวิต

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมายเหตุ

เป้าหมายที่ ๒ คนไทยทุกช่วงวัยได้รับความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

ตัวชี้วัดที่ ๒.๑ ดัชนีรวมของความคุ้มครองทางสังคมมีค่าไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ โดยดัชนีรวมของความ คุ้มครองทางสังคมประกอบด้วย ๓ มิติ ได้แก่ ความคุ้มครองทางสังคมสำหรับวัยเด็ก แรงงาน และผู้สูงอายุ

กลยุทธ์การพัฒนา การยกระดับความคุ้มครองทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย รวมทั้งกำหนด เป้าประสงค์ของการจัดความคุ้มครองทางสังคม โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัด ความคุ้มครองทางสังคมให้ชัดเจน รวมถึงการเชื่อมโยงฐานข้อมูลบนฐานข้อมูลเดียวกัน เพื่อลดความทับซ้อน ระหว่างโครงการ/มาตรการ รวมทั้งประเมินผลทุกโครงการ/มาตรการอย่างรัดกุม เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ รวมทั้งจัดทำระบบการเยียวยาช่วยเหลือในภาวะวิกฤต ให้พร้อมช่วยเหลือเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ จากวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม และภัยพิบัติต่าง ๆ อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ

๔) หมายเหตุที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทยประชาชน

เป้าหมายการพัฒนา ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวเพื่อลดช่องว่างของการปฏิบัติงาน ให้มีศักยภาพที่เหมาะสม ในฐานะที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศบนหลักการบริหารงาน ภาครัฐแนวใหม่ คือ การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐ โดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการ และการแสวงหา ประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศ โดยมีประเด็น ที่ต้องดำเนินการ เพื่อรับมือกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างความสามารถของภาครัฐ

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับหมายเหตุ

เป้าหมายที่ ๑ การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐

กลยุทธ์การพัฒนา การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก และประหยัด ควบคู่กับ การพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของภาครัฐจากการควบคุม มาเป็น การกำกับดูแลหรือเกิดความสะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะขั้นตอนการอนุมัติ อนุญาตต่าง ๆ พร้อมทั้งลดขั้นตอนที่ ไม่จำเป็น ยกเลิกการใช้เอกสารและขั้นตอนการทำงานที่หมดความจำเป็นหรือมีความจำเป็นน้อย นำเทคโนโลยีดิจิทัล มาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการทำงาน ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติงาน และการติดตามประเมินผล โดยเฉพาะ

การให้บริการประชาชนและผู้ประกอบการให้มีความคล่องตัว มีช่องทางและรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายที่สอดคล้องกับการทำงานแบบดิจิทัล รวมทั้งสร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ โดยเปิดเผยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างกันที่หลากหลาย และนำไปประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานภาครัฐในการแก้ปัญหาและการพัฒนาร่วมกัน เพื่อลดการทุจริตคอร์รัปชัน ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐเป็นดิจิทัล โดยออกแบบกระบวนการทำงานใหม่

๒.๒.๓ นโยบายของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๖ ที่เกี่ยวข้อง

ตามที่ได้มีพระบรมราชโองการแต่งตั้งนายกรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๒ สิงหาคม พุทธศักราช ๒๕๖๖ และแต่งตั้งรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑ กันยายน พุทธศักราช ๒๕๖๖ นั้น คณะรัฐมนตรีจึงแถลงนโยบายต่อรัฐสภาให้ทราบถึงเจตนารมณ์ ยุทธศาสตร์ และนโยบายของรัฐบาล ที่มุ่งมั่นจะสร้างความสามัคคี ประองตอง ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครองของประเทศให้ก้าวหน้า เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนชาวไทยทุกคน โดยมีนโยบายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

นโยบาย/ประเด็น	คำแถลงนโยบาย
ด้านเศรษฐกิจ	
<ul style="list-style-type: none"> ประเทศไทยเปรียบเสมือนคนป่วยที่ได้รับผลกระทบมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในช่วงโควิด-๑๙ จำเป็นที่จะต้องกระตุ้นเศรษฐกิจ กระตุ้นการใช้จ่าย เพิ่มความเชื่อมั่น การสร้างชีวิตที่ดีกว่าให้กับประชาชนคนไทยในหลายมิติด้วยกัน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การสร้างรายได้ สร้างโอกาส สร้างคุณภาพชีวิต และคืนศักดิ์ศรีของการเป็นคนไทย 	<ul style="list-style-type: none"> เติมเงิน ๑๐,๐๐๐ บาท ผ่าน Digital Wallet เข้าไปในระบบเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงและกระจายไปยังทุกพื้นที่ให้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจให้ถึงฐานราก เกิดการจับจ่ายใช้สอย ยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของประชาชน สร้างรายได้ในภาคการเกษตร โดยใช้หลักการ “ตลาดนำนวัตกรรมเสริมเพิ่มรายได้” โดยการสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคการเกษตรควบคู่ไปด้วยกัน การหาตลาดให้สินค้าเกษตรได้ขายในราคาที่เหมาะสม และการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น สนับสนุน Soft Power ของประเทศ โดยยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความรู้ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ รวมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
ด้านการสร้างความเป็นธรรม	
<ul style="list-style-type: none"> รัฐบาลจะบริหารเพื่อสร้างอนาคตที่ดีขึ้น แต่ในขณะเดียวกันไม่ละทิ้งหน้าที่พื้นฐานที่ต้องทำงานร่วมกับประชาชน 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความเป็นธรรมในการคุ้มครอง พัทักษ์สิทธิของประชาชนและสิทธิผู้บริโภค

ด้านการปรับสมดุลภาครัฐ

- นอกเหนือไปจากรายได้ที่จะเพิ่มขึ้น - เปลี่ยนบทบาทของรัฐที่เคยเป็นผู้กำกับดูแลที่เต็มไปด้วยกฎ ระเบียบ และ ข้อบังคับ ให้เป็นผู้สนับสนุนที่ปลดล็อกข้อจำกัดของประชาชน สร้างโอกาสให้กับประชาชนในการสร้างรายได้และเจริญเติบโต อาทิ การยกเลิกและปรับปรุงกฎหมายที่ไม่จำเป็น
- จัดการปัญหาทุจริตและประพฤติมิชอบอย่างเด็ดขาด โดยรัฐบาลจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการมาเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างความโปร่งใส ขจัดช่องโหว่ในการทุจริต ลดค่าใช้จ่าย และปรับปรุงการทำงานของภาครัฐ ให้เป็นรัฐบาลดิจิทัลทำให้ประชาชนสามารถได้รับบริการจากรัฐได้สะดวกยิ่งขึ้น

ส่วนที่ ๓

ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals –SDGs) คือการพัฒนาที่สมดุล สะท้อน ๓ เสาหลักของมิติความยั่งยืน’ (Three Pillars of Sustainability) คือ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม บวกกับอีก ๒ มิติ คือ มิติด้านสันติภาพและสถาบัน และมิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา ที่เชื่อมร้อยทุกมิติ ของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน รวมเป็น ๕ มิติ องค์การสหประชาชาติแบ่งเป้าหมาย ๑๗ ข้อ ออกเป็น ๕ กลุ่ม (เรียกว่า ๕ Ps) ประกอบด้วย

มิติสังคม (People) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๑ ถึง เป้าหมายที่ ๕

มิติเศรษฐกิจ (Prosperity) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๗ ถึง เป้าหมายที่ ๑๑

มิติสิ่งแวดล้อม (Planet) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๖ เป้าหมายที่ ๑๒ ถึง เป้าหมายที่ ๑๕

มิติสันติภาพและสถาบัน (Peace) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๑๖

มิติหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๑๗

โดยมีแนวทางและเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับทุกประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับลำดับความสำคัญในการ พัฒนา และช่วยแก้ปัญหาที่โลกกำลังเผชิญอยู่ เช่น ความยากจน ความไม่เท่าเทียม สภาวะโลกร้อน และสันติสุข เพื่อเสริมแนวคิด “ไม่เป็นการทิ้งใครไว้ข้างหลัง” คาดว่าจะทำสำเร็จได้ภายในปี ๒๐๓๐ ซึ่งกรมการค้าภายใน มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนกับเป้าหมายดังกล่าว จำนวน ๑ เป้าหมาย ดังนี้

๑) เป้าหมายที่ ๒ : ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการและ ส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

แนวทาง/มาตรการดำเนินการ เลือกใช้มาตรการที่สร้างหลักประกันได้ว่าตลาดภาคภัณฑ์อาหารและ ตลาดอนุพันธ์ สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสม และอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลของตลาดและข้อมูล สำรองอาหารได้อย่างทันการณ์ เพื่อจำกัดความผันผวนของราคาอาหารอย่างรุนแรง

ตัวชี้วัด ๒.๔.๑ ตัวชี้วัดราคา (อาหาร) ที่ผิดปกติ

แผนงาน/โครงการ

- การดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม และลดภาระค่าครองชีพ โดย
 - ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณของสินค้าอุปโภคบริโภค
 - ตรวจสอบติดตามและป้องปรามมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค
 - ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อให้มีความเที่ยงตรงถูกต้อง
 - จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป

ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และในเขตพื้นที่ประสบภัย

ส่วนที่ ๔

สาระสำคัญแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน

๔.๑ ภาพรวม

๔.๑.๑ วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๔.๑.๒ พันธกิจ

๑) ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่าง ๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

๒) พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน

๓) ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า

๔) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

๕) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยและขยายขอบเขตการดูแลเพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า

๖) บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

๔.๒ แผนปฏิบัติการ

๔.๒.๑ แผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) ของกรมการค้าภายใน

๑) เป้าหมายรวม

(๑) เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น

(๒) หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น

(๓) ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ

๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายที่ ๑ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น			
เชิงปริมาณ	๑.๑ จำนวนชนิดของสินค้าที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง	สินค้า	๑๔
	๑.๒ มูลค่าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม	ล้านบาท	๖๒๐
	๑.๓ เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย	แห่ง	๑๔๐
	๑.๔ จำนวนโรงสีกลุ่มเกษตรกรที่ส่งเสริมพัฒนา	ราย	๒๐
	๑.๕ จำนวนช่องทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย	ช่องทาง	๕
เชิงคุณภาพ	๑.๖ ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรองรับมาตรฐาน	ร้อยละ	๘๐

เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
๑.๗ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับการส่งเสริมเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	๓
๑.๘ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยผ่านช่องทางตลาดที่ส่งเสริม	ล้านบาท	๑
เป้าหมายที่ ๒ หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น		
เชิงปริมาณ	๒.๑ จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมและพัฒนา	แห่ง
	๒.๒ มูลค่าการค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	ล้านบาท
เชิงคุณภาพ	๒.๓ ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้น	ร้อยละ
เป้าหมายที่ ๓ ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ		
เชิงปริมาณ	๓.๑ จำนวนการจัดหาสินค้าราคาประหยัดจำหน่ายให้แก่ประชาชน	ครั้ง
	๓.๒ จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	เครื่อง /หีบห่อ
เชิงคุณภาพ	๓.๓ ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าของประชาชนลดลง	ร้อยละ
	๓.๔ ร้อยละสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ

- ๓) แนวทางพัฒนาตามประเด็นยุทธศาสตร์ของกรมการค้าภายใน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ**
- เป้าประสงค์ :** เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้
- กลยุทธ์ :**
- ๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การตลาด และระบบการค้าสินค้าเกษตร
 - ๑.๒ สนับสนุนการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน
 - ๑.๓ สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก**
- เป้าประสงค์ :** หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น
- กลยุทธ์ :**
- ๒.๑ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง
 - ๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเชื่อมโยงการค้าและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค**
- เป้าประสงค์ :** ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง
- กลยุทธ์ :**
- ๓.๑ กำกับดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน

- ๓.๒ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค
- ๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค เผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง
- ๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบ และการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน
- ๓.๕ สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย

- เป้าประสงค์ :** การชั่งตวงวัดไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลและมีบทบาทนำในอาเซียน
- กลยุทธ์ :**
- ๔.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลงานชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ๔.๒ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและพัฒนาเครือข่ายการกำกับดูแลด้านชั่งตวงวัด
 - ๔.๓ ขยายขอบเขตงานชั่งตวงวัดให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์
 - ๔.๔ เสริมสร้างขีดความสามารถและมาตรฐานวิชาชีพในการแข่งขันของบุคลากรและผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ

- เป้าประสงค์ :** ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และมีการบริหารแบบมีส่วนร่วม
- กลยุทธ์ :**
- ๕.๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)
 - ๕.๒ ปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัย ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล
 - ๕.๓ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดขั้นตอนอำนวยความสะดวก และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า

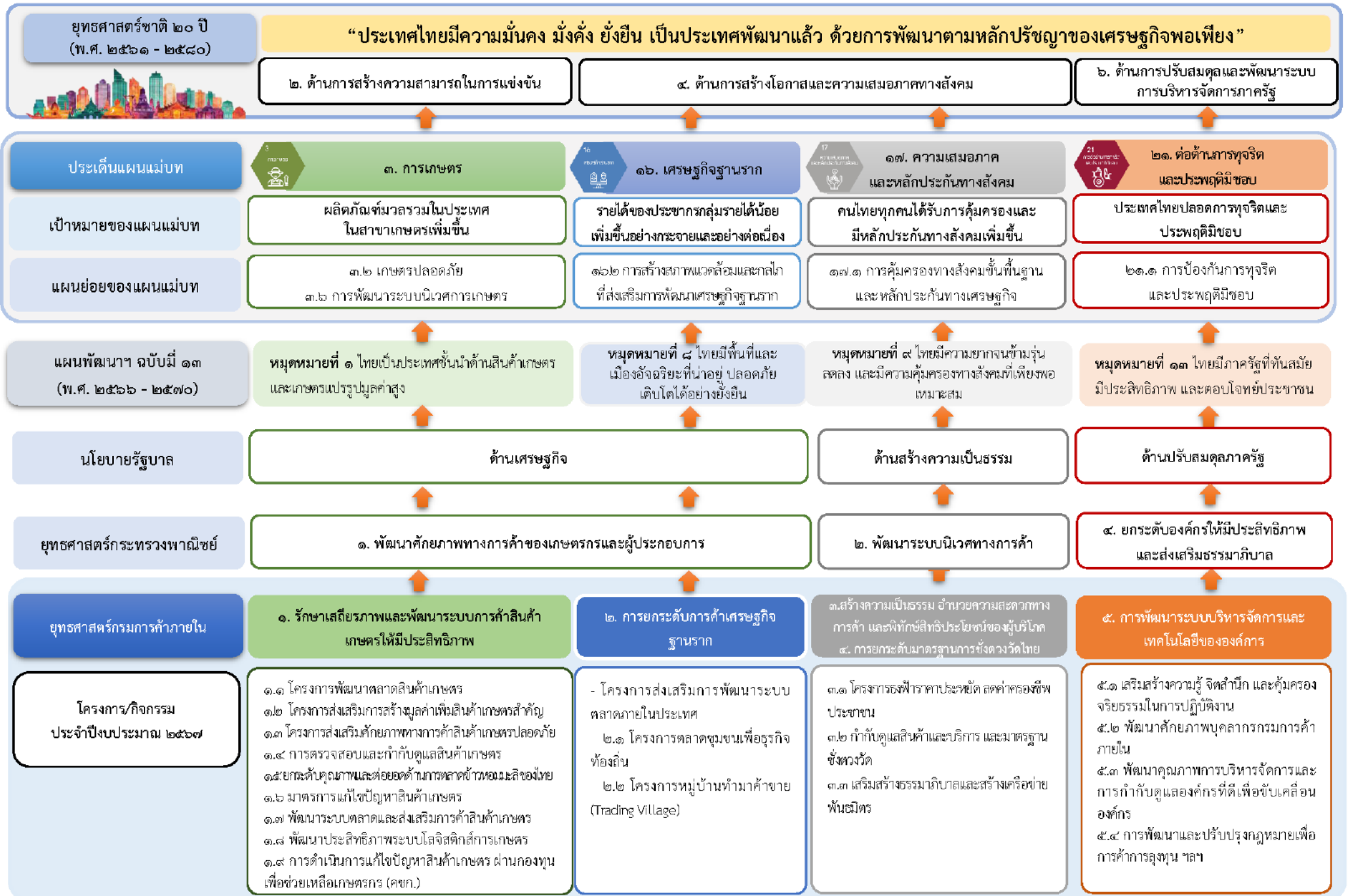
๔) โครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ดังนี้

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาตลาดและระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๑. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการคุณภาพ การจำหน่าย และกระจายผลผลิตการเกษตรในประเทศ ๒. เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าสำหรับรองรับผลผลิตให้กับเกษตรกร ๓. เพื่อสร้างการรับรู้ วรรณยุกต์การบริโภค ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ทันสมัย พัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และการบริหารจัดการตลาดให้แก่เกษตรกร
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการเกษตรทำการผลิต/แปรรูปสินค้า/สร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาต่อยอด ๒. เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน และการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้กับเกษตรกร/ผู้ประกอบการ ๓. เพื่อส่งเสริมด้านการขยายตลาดให้แก่เกษตรกร/ผู้ประกอบการผ่านการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์บริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน
๑.๓ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๑. เพื่อคุ้มครองและป้องกันมิให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา ๒. เพื่อกำกับดูแลการแสดงราคาซื้อ/ตรวจสอบตอก/ตรวจสอบขนย้าย และได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร
๑.๔ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๑. เพื่อแก้ไขปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อนของเกษตรกร โดยการกำหนดและดำเนินมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ๒. เพื่อให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตทางเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์/มันสำปะหลัง/ปาล์ม น้ำมัน ได้ในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม ๓. เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกรมีการพัฒนาคุณภาพของผลผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรเพื่อมีรายได้เพิ่ม
๑.๕ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบตลาดและโลจิสติกส์การเกษตร	๑. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาตลาดทั้งในระบบซื้อขาย ตลาดข้อตกลงและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเกิดความเป็นธรรม ๒. เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล
๑.๖ การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	๑. เพื่อผลักดันและขยายตลาดรองรับสินค้าเกษตรสำคัญ ๒. เพื่อติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ
๑.๗ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร มีการผลิตข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี รวมทั้งมีการรักษาและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ๒. เพื่อสร้างการรับรู้ถึงข้าวหอมมะลิคุณภาพดีของประเทศไทย และขยายช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร
๑.๘ การดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร ผ่านกองทุนเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๑. เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและระบายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน/เชื่อมโยงจำหน่าย แบบ Hybrid ๒. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งสร้างงาน/ท่องเที่ยวช่วงเทศกาลสำคัญและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ๓. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/ธุรกิจ SMEs และคนในชุมชน โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด และการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับต้องการของตลาด
๒.๒ โครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (Trading Village)	๑. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ๑. เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนให้ทันสมัย สู่ยุคดิจิทัล และสามารถแข่งขันได้
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การกำกับดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	๑. เพื่อกำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง ๒. เพื่อดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม และมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง ๓. เพื่อดูแลและพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล สร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน	๑. เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจาย และจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตและผู้ประกอบการรายกลาง/รายย่อย ๒. เพื่อเพิ่มทางเลือกในการบริโภคสินค้าและอาหารปรุงสำเร็จในราคาประหยัดและลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑. เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัดลดภาระค่าครองชีพ และเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ๒. เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และผู้จำหน่ายสินค้าจากตลาดต้องชมและหมู่บ้านท่ามาค้าขาย
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๑. เพื่อเป็นช่องทางการตลาดให้กับผู้ผลิตสินค้าชุมชน สินค้าจากผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ ๒. เพื่อเชื่อมโยงสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายผ่านรถ Mobile และร้านค้าธงฟ้า
๓.๕ การเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตร	๑. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม ๒. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภคในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง และสร้างเครือข่ายภาคประชาชนในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์กร	
๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และ คุ่มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	๑. เพื่อเสริมสร้างความรู้ในการป้องกันทุจริตและประพฤติมิชอบให้กับ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ๒. เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาข้าราชการ รวมทั้งศีลธรรมอันดี ตลอดจนเสริมสร้างทัศนคติและค่านิยมในความ ซื่อสัตย์สุจริตให้กับบุคลากรของกรมการค้าภายใน
๕.๒ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเครือข่าย	๑. เพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบฐานข้อมูลการตรวจสอบและระบบฐานข้อมูล ร้องทุกข์พิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ ๒. เพื่อจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับสนับสนุนงานบริการ และงานอำนวยความสะดวก

ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน



๔.๓ กรอบวงเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	๒๑๘.๘๐๗๕
งบดำเนินงาน	๓๑๘.๖๓๙๐
งบลงทุน	๑๓๓.๕๗๑๕
งบเงินอุดหนุน	๒.๒๖๖๓
งบรายจ่ายอื่น	๒๓๔.๔๗๓๕
รวม	๙๐๗.๗๕๗๘
กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๖๐๐.๐๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๑,๕๐๗.๗๕๗๘
แผนงาน/โครงการภายใต้แผนงานตามยุทธศาสตร์จัดสรรฯ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๗๘.๕๒๑๙
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๘.๒๕๐๐
๑.๓ โครงการส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย	๔.๐๐๐๐
๑.๔ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๑๐.๐๐๐๐
๑.๕ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๑.๓๓๓๓
๑.๖ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๖.๖๖๖๗
๑.๗ โครงการส่งเสริมการตลาดและการบริโภคผลไม้ไทย	๕.๔๕๐๐
๑.๘ โครงการจัดกิจกรรมตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market)	๔.๓๐๐๐
๑.๙ การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๑๐ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๑๑ การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรและการเบิกจ่ายจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๖๐๐.๐๐๐๐
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๖๙.๖๒๐๐
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑๕.๓๖๗๘
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	งบดำเนินงาน
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	๑๕๔.๗๔๓๘
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑๐.๐๐๐๐
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๑๐.๐๐๐๐
๓.๕ โครงการยกระดับศักยภาพการกำกับดูแลการค้าในประเทศ (จ้างผู้ช่วยตาม พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาฯ)	๘.๑๕๒๐
๓.๖ โครงการยกระดับระบบชั่งตวงวัดของประเทศไทยตามมาตรฐานสากล	๑.๙๕๐๐
๓.๗ การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตร	งบดำเนินงาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์กร

๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และค่านิยมจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	งบดำเนินงาน
๕.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๓ โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กร	งบดำเนินงาน
๕.๔ การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน	งบดำเนินงาน
๕.๕ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๖ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	งบดำเนินงาน
๕.๗ การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน	งบดำเนินงาน
๕.๘ การพัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	งบดำเนินงาน
๕.๙ การจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๕.๑๐ การตรวจสอบภายใน	งบดำเนินงาน

แผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ กรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มิ.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ							
๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การตลาด และระบบการค้าสินค้าเกษตร ๑.๒ สนับสนุนการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน ๑.๓ สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่	๑. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร ๑.๑ เสริมสร้างความรู้ และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ (ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) (๑) จัดตลาดนัดข้าวเปลือกในแหล่งผลิตข้าวเปลือก (๒) จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาดเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร (ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน) ๑.๒ พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) (๑) พัฒนาศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (๒) งานแสดงและจำหน่ายสินค้าและเชื่อมโยงจำหน่ายผ่านออนไลน์			๓๐		ครั้ง	๗๘.๕๒๑๙	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑/กษ.๒	<ul style="list-style-type: none"> เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับการส่งเสริม ราคาซื้อขายเฉลี่ยในการจัดตลาดนัดข้าวเปลือกสูงกว่าราคาตลาด มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม 	๑๔๐ แห่ง		
						ครั้ง						๒๕.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค
				๑๕		ครั้ง	๑๐.๒๘๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๒		๖๒๐ ล้านบาท (Farm Outlet ๒๑๖ สป.)		
												แห่ง	
						๑๐							
						๑๒							

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๓) ประชาสัมพันธ์สร้าง การรับรู้	←.....	๑	งาน					
	๑.๓ ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์						๒๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๒	●มูลค่าการจำหน่ายและ การเจรจาธุรกิจสินค้า อินทรีย์เพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๒ (งปม. พลงก่อน ๖๖)
	(๑) พัฒนาหมู่บ้าน อินทรีย์ (แห่งเดิม) ให้สามารถต่อยอด ในเชิงพาณิชย์	←.....	๒	แห่ง					
	(๒) จัดงานมหกรรม แสดงและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ระดับประเทศ	←.....	๑	ครั้ง					
	(๓) บริหารงาน/ติดตาม ประเมินผลโครงการฯ	←.....	๑	ครั้ง					
	๑.๔ ส่งเสริมการตลาดผลไม้						๑๖.๘๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๒	●จำนวนครั้งในการ เชื่อมโยงการจำหน่าย ผลผลิต	๕ ครั้ง
	(๑) เชื่อมโยงการจำหน่าย และกระจายผลผลิต	←.....	๕	ครั้ง					
	๑.๕ พัฒนาและส่งเสริม ศักยภาพการแข่งขัน สินค้าปศุสัตว์						๐.๔๕๐๐				
	- กิจกรรมส่งเสริมและ เชื่อมโยงการจำหน่าย สินค้าปศุสัตว์และ ผลิตภัณฑ์			←..... ๑	ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๒		
	๑.๖ พัฒนาและส่งเสริม ศักยภาพการแข่งขัน สินค้าประมง						๕.๙๙๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๒		

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ						
	(๑) จัดทำข้อตกลงในการซื้อขายสินค้าระหว่างกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำกับผู้ประกอบการสินค้าประมง			←..... ๒	↓	↑						
	(๒) จัดงานจำหน่ายสินค้าประมงและผลิตภัณฑ์จากกลุ่มเกษตรกรถึงผู้บริโภคโดยตรง			←..... ๒	↓	↑						
	(๓) จัดงานจำหน่ายสินค้าประมงปลอดภัย			←..... ๑	↓	↑						
	๒. โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ						๘.๒๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๑	● จำนวนโรงสีกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา	๒๐ ราย	
	๒.๑ เพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานของโรงสีแบบครบวงจร						๓.๐๐๐๐			● ร้อยละของโรงสีกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรับรองมาตรฐาน	ร้อยละ ๘๐	
	(๑) ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงสีกลุ่มเกษตรกรมีการพัฒนาศักยภาพการตลาด	←..... ๒๐										

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	<p>๒.๒ รมณรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายและบริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทย</p>		๑				๓.๒๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑		
	<p>๒.๓ ศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการบริโภคข้าวประเทศไทย</p> <p>- จัดระดมความคิดเห็น Focus Group</p> <p>- จัดที่ปรึกษา ศึกษาวิเคราะห์ความต้องการบริโภคข้าวของประเทศไทย</p>			๔			๒.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑		
	<p>๓. โครงการส่งเสริมศักยภาพทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย</p> <p>๓.๑ ตรวจสอบสารตกค้างในสินค้าเกษตรที่กรมฯ เชื่อมโยงช่องทางการตลาดให้</p>			๑			๕.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๒	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนช่องทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยผ่านช่องทางตลาดที่ส่งเสริม 	๕ ช่องทาง ๑ ล้านบาท
				๕							

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	<p>๓.๒ รณรงค์การบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย โดย การจัดหาช่องทางการ จำหน่ายให้กลุ่ม เกษตรกร</p> <p>๔. การตรวจสอบและกำกับดูแล สินค้าเกษตร</p> <p>๔.๑ ตรวจสอบเครื่องชั่งรถยนต์ เครื่องชั่งสำหรับซื้อขาย สินค้าเกษตร เครื่องชั่งวัด อัตราส่วนร้อยละของแป้ง ในหัวมัน และเครื่องวัด ความชื้นข้าว/ข้าวโพด และเครื่องคัดลำไย</p> <p>๔.๒ กำกับดูแล ติดตาม ตรวจสอบสินค้าเกษตร ตามมาตรฐานกฎหมาย และนโยบายของรัฐบาล เช่น การรับซื้อสินค้า เกษตรกรการจำหน่าย การปิดป้ายแสดงราคา</p> <p>๕. โครงการยกระดับคุณภาพและ ต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอม มะลิของประเทศไทย</p> <p>- จัดกิจกรรมเชื่อมโยงผลผลิต ข้าวหอมมะลิของผู้ชนะการ ประกวด</p>			๕		ช่องทาง					
			๒๕,๐๐๐			ราย	๗.๕๗๒๙	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./ตป. ชว.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของเครื่องชั่งที่ใช้ใน การซื้อขายสินค้าทางการ เกษตรมีความถูกต้อง จำนวนครั้งในการออก ติดตามตรวจสอบสินค้า 	ร้อยละ ๙๕ ๓๐ ครั้ง
			๓๐			ครั้ง	๑.๓๓๓๓	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนเกษตรกรผู้ชนะการ ประกวดข้าวหอมมะลิทั้งใน ระดับจังหวัดและ ระดับประเทศมีช่องทาง การจำหน่ายเพิ่มขึ้น 	ไม่น้อยกว่า ๓ ราย
			๑			ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๖. มาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร - จัดประชุมคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงาน และติดตามสถานการณ์แก้ไข ปัญหาในสินค้าข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน		๑๐๐				๖.๖๖๖๗	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๑	● จำนวนครั้งในการจัดประชุม	๑๐๐ ครั้ง
	๗. ส่งเสริมการตลาดและการบริโภคผลไม้ไทย (Thai - จัดงานเพื่อจำหน่ายสินค้าในสถานที่ต่างๆ เพื่อจำหน่ายสินค้าและจัดกิจกรรมต่างๆ			๑			๕.๔๕๐๐		สศ.		
	๘. จัดกิจกรรมตลาดเฉพาะสินค้า (Magnet Market) - จัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาตลาดเฉพาะสินค้า เพื่อสร้างช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงสินค้า และเป็นแหล่งรวบรวมและจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น			๑			๔.๓๐๐๐		สศ.		
	๙. การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ๙.๑ ขยายตลาดรองรับผลผลิตสินค้าเกษตร (เนื้อหมู/ไข่ไก่/สัตว์น้ำ/ผลไม้/หอมแดง/หอมใหญ่/กระเทียม		๗๗				งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค ภูมิภาค	กษ.๑/กษ.๒/ สศ. กษ๒	● จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง ● จำนวนระบบตลาดที่ได้รับ การส่งเสริมให้ มีประสิทธิภาพ	๑๔ สินค้า ๔ ระบบตลาด
	๙.๒ ติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน กุ้ง หมู ไข่ไก่ ถั่วเหลือง กระเทียม หอมแดง หอมใหญ่ กาแฟ มะพร้าว ผักและผลไม้ ฯลฯ		๗๐								

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๙.๓ พัฒนาลาดรูปแบบต่าง ๆ และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร เช่น (๑) กำหนดแนวทางการพัฒนาและเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดสด (๒) ติดตามประเมินผล (๓) จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านระบบออนไลน์	๒	๓	๓	๓	ครั้ง			สด.		
	๙.๔ พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (๑) การเชื่อมโยงขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ (๒) ติดตามประเมินผล	-	๑	-	-	ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สด.		
	๙.๔ พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (๑) การเชื่อมโยงขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ (๒) ติดตามประเมินผล	-	๒	-	-	ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สด.		
	๙.๕ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบตลาดซื้อตกลงและผลักดันการใช้สัญญาซื้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน	-	๑	-	-	ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สด.		

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๑) สํารวจ เชื่อมโยงการ ซื้อขายในระบบตลาด ชื้อ ต ก ล ง (Digital Contract)	๑	๒	๒	-	ครั้ง					
	(๒) ติดตามประเมินผล การซื้อขายสินค้า เกษตรผ่านระบบ ตลาด ชื้อ ต ก ล ง (Digital Contract)	๒	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๓) เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ การใช้ สัญญาข้อตกลงมาตรฐาน ผ่านระบบดิจิทัล	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ และส่งเสริมการใช้ ประโยชน์จากระบบ ตลาดชื้อตกลง (Digital Contract)	-	-	-	๒	สื่อ					
	๙.๖ ผลักดันให้เกิดการซื้อขาย และส่งเสริมการจัดชั้น คุณภาพสินค้าเกษตรและ สร้างเครือข่ายตลาด						ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สศ.			
	(๑) กำหนดแนวทางการ พัฒนา และเชื่อมโยง เครือข่ายตลาดกลาง	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๒) ติดตามประเมินผล ตลาดกลาง	-	๒	๒	-	ครั้ง					
	๑๐.การพัฒนาประสิทธิภาพระบบ โลจิสติกส์การเกษตร						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สศ.	• ร้อยละของผู้ประกอบการ ที่กรมออกไปสำรวจ เป็นไปตามเกณฑ์ มาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ ๖๐
	๑๐.๑ ยกระดับประสิทธิภาพการ บริหารจัดการโลจิสติกส์ ภายใต้ยุค Digital										
	(๑) สํารวจ ศึกษาข้อมูล ด้านการประกอบ ธุรกิจคลังสินค้าไฮโล	-	๑	๒	๑	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	และห้องเย็น เพื่อ วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคและแนว ทางการพัฒนา ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ (๒) ส่งเสริมการรับรู้และ การบังคับใช้ พ.ร.บ. คลังสินค้าไฮโลและ ห้องเย็น พ.ศ. ๒๕๕๘ (๓) เสริมสร้างความรู้ด้าน การตลาดยุคดิจิทัล (๔) ผลักดันผู้ประกอบการ เข้าสู่ระบบ e-service ของกรมการค้าภายใน	-	๑	-	-	ครั้ง					
	๑๑. ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้า เกษตร	-	๑	-	๑	ครั้ง					
	- จัดประชุมคณะ กรรมการฯ (คชก.) คณะกรรมการบริหาร กองทุนรวม เพื่อ ช่วยเหลือเกษตรกร (คบท.) และคณะ อนุกรรมการอื่น ๆ			๓๐		ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	บท.	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนครั้งในการจัดประชุม ● ร้อยละความสำเร็จในการจัดประชุม 	๓๐ ครั้ง ร้อยละ ๖๐
	๑๑. การเบิกเงินจากกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คบท.อนุมัติโครงการด้านการ ช่วยเหลือเกษตรกร			๑๐๐		ร้อยละ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	บท.	<ul style="list-style-type: none"> ● ร้อยละความสำเร็จในการเบิกเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คบท.อนุมัติโครงการด้านการช่วยเหลือเกษตรกร 	ร้อยละ ๑๐๐

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๒ การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๒.๑ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเชื่อมโยงการค้าและพัฒนาช่องทางกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค	๑. โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร						๘๔.๙๘๗๘	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนตลาดชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ● มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนได้รับการส่งเสริม ● ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้น 	๖๕ แห่ง
	๑.๑ ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น						๖๙.๖๒๐๐				
	(๑) ส่งเสริมตลาดชุมชนให้มีความพร้อมในการเป็นตลาดชุมชนยุคใหม่เพื่อรองรับตลาดชุมชนดิจิทัล	-	←..... ๒๐๐								แห่ง
	(๒) ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงการค้าจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มการซื้อขาย	-	←..... ๑๕๐								ครั้ง
	(๓) จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน										
	- เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน	-	←..... ๕๐								แห่ง
	- เส้นทางท่องเที่ยว	๒	๒	๒	๒						กลุ่ม ครั้ง
	(๔) จัดกิจกรรมมหกรรมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าชุมชนและบริการของตลาดต้องชม	-	-	๑	-						
	๑.๒ หมู่บ้านทำมาค้าขาย						๑๕.๓๖๗๘				ครั้ง
	(๑) สำรวจและคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมโครงการและลงพื้นที่ชี้แจงสร้างความเข้าใจก่อนดำเนินการ	=	๕	-	-						

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๒) ส่งเสริมและพัฒนา หมู่บ้านทำมาค้าขาย แห่งใหม่	-	๕	-	-	แห่ง					
	(๓) พัฒนาเพิ่มศักยภาพ หมู่บ้านทำมาค้าขาย แห่งเดิมเป็นหมู่บ้าน ดิจิทัล	-	๔	๘	-	แห่ง					
	(๔) เชื่อมโยงขยายช่อง ทางการจำหน่าย	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๕) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินโครงการ	-	๖	๖	๒	ครั้ง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
<p>๓.๑ กำกับดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน</p> <p>๓.๒ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค</p> <p>๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง</p> <p>๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบและการบริหารจัดการ เรื่องร้องเรียน ตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรฐานที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน</p> <p>๓.๕ สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน</p> <p>๔.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลงานชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า</p> <p>๑.๑ กำกับดูแลสินค้าและบริการ</p> <p>(๑) ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณของสินค้า</p> <p>(๒) กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ</p> <p>- ติดตามความเคลื่อนไหวของราคาและปริมาณ</p> <p>- กำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ</p> <p>- แก้ไขปัญหาราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมเป็นธรรม</p> <p>๑.๒ มาตรฐานชั่งตวงวัด</p> <p>(๑) กำกับตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องเที่ยงตรงและเป็นธรรมในการซื้อขาย</p>										
	←..... ๒๔๒	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐	←..... ๖,๓๗๖,๐๐๐
	๑๑	๑๑	๑๑	๑๐	ครั้ง	สินค้า/บริการ	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ภูมิภาค	รป./ชว./ตป. รป.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารและได้รับการแก้ไขปัญหาด้านร้องเรียน จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกต้องตรวจสอบและมีการปฏิบัติตามกฎหมาย 	<p>ร้อยละ ๙๘.๐๐</p> <p>๖,๓๗๖,๐๐๐ เครื่อง/หีบห่อ</p> <p>ร้อยละ ๙๐</p> <p>๗๙,๕๐๐ ราย</p>
	๖	๖	๖	๖	ครั้ง	ครั้ง					
	๑	๒	๑	๑	ครั้ง	ครั้ง					
	๔	๓	๔	๓	ครั้ง	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๔.๒ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและพัฒนาเครือข่ายการกำกับดูแลด้านซิงตวงวัด ๔.๓ ขยายขอบเขตงานซิงตวงวัดให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์ ๔.๔ เสริมสร้างขีดความสามารถและมาตรฐานวิชาชีพในการแข่งขันของบุคลากรและผู้ประกอบธุรกิจด้านซิงตวงวัด	๑.๓ การพัฒนาเครือข่ายศูนย์ร้องเรียนสายด่วน ๑๕๖๙ - พัฒนาการให้บริการสายด่วน ๑๕๖๙ โดยเผยแพร่ข้อมูลด้านราคาสินค้าเกษตรให้กลุ่มเป้าหมาย			๗/๗		จังหวัด	๐.๘๖๑๘	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		
	๑.๔ กำกับดูแล ตรวจสอบสินค้าอุปโภคบริโภคและป้องปรามการเอาเปรียบผู้บริโภค (ร้องเรียนผ่านสายด่วน ๑๕๖๙/สายด่วนรัฐบาล GCC๑๑๑/คำร้องของจังหวัด/เครือข่ายกรมฯ/นโยบายเร่งด่วน เป็นต้น)			๗๙,๕๐๐		ราย		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		
	๒. โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน ๒.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป			๑,๑๑๖		ครั้ง	๑๕๕.๗๔๓๘	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	มช.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าที่จำเป็นของประชาชนลดลง จำนวนครั้งการจัดหาสินค้าราคาประหยัด 	ร้อยละ ๓๐ ๑,๑๑๖ ครั้ง
	๓. โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน ๓.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้านำราคาประหยัด (๑) “พาณิชย์ส่งลุย ลดราคา New Year Grand Sale ๒๐๒๔”	๑	-	-	-	ครั้ง	๑๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป.		

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๔. โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้า ราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจ ท้องถิ่น						๑๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	มช.	●จำนวนร้านค้าธงฟ้าที่เข้าร่วม โครงการฯ	๕๐๐ ร้าน
	๔.๑ เพิ่มศักยภาพร้านธงฟ้าราคา ประหยัดฯ (Online/Offline)	←.....	๔→		ครั้ง					
	๔.๒ เชื่อมโยงสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตร สินค้าเกษตร แปรรูปสู่ร้านธงฟ้าฯ	←.....	๕๐๐→		ร้าน					
	๕. โครงการยกระดับศักยภาพการ กำกับดูแลการค้าในประเทศ (จ้างผู้ช่วยตามพรบ.ว่าด้วยราคาฯ)			←.....๙๖.....→		คน	๘.๑๕๒๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ยพ./ชว.		
	- จ้างเหมาบุคลากรภายนอก เป็นผู้ช่วยเจ้าพนักงานตาม พรบ.ว่าด้วยราคาฯ										
	๖. โครงการยกระดับระบบชั่งตวงวัด ของประเทศไทยตาม มาตรฐานสากล			←.....๑.....→		ครั้ง	๑.๙๕๐๐	ส่วนกลาง	ชว.		
	- สัมมนาการยกระดับระบบ ชั่งตวงวัดของประเทศไทย ตามมาตรฐานสากล										
	- แลกเปลี่ยนเพื่อการยกระดับ ระบบชั่งตวงวัดของประเทศไทย ตามมาตรฐานสากล				←.....๑.....→	ครั้ง					
	๗. การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และ สร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแล ราคาและพฤติกรรมทางการค้า						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./ชว.	●จำนวนเครือข่ายผู้บริโภค ในการดูแลราคา เฝ้าระวัง การค้าที่ไม่เป็นธรรม	๕๐๐ คน

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๗.๑	ส่งเสริมให้มีอาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการ ดูแลราคาและพฤติกรรม ทางการค้าให้เป็นธรรม								ตป.		
	(๑) การรายงานและติดตามภาวะ และพฤติกรรมทาง การค้า ของผู้ประกอบการโดย เครือข่าย “อาสาสมัคร ๑๕๖๙”	←.....		๕๐๐→	คน		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค			
	(๒) สัมมนาสร้างเครือข่าย อาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อชี้แจง แนวทางการทำงาน ให้มี ประสิทธิภาพ	←.....		๓→	ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค			
	(๓) ติดตาม ประเมินผล เครือข่าย เพื่อให้ สามารถจัดทำรายงานได้ อย่างถูกต้อง	←.....		๔→	ครั้ง		ส่วนภูมิภาค			
	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	←.....		๔→	สื่อ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค			
๗.๒	ฝึกอบรมให้ความรู้บุคลากร ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตนำเข้า ซ่อมเครื่องซึ่งตวงวัด	←.....		๔๘๐→	ราย		ชว.			
๗.๓	สถานีบริการน้ำมันเติมลิตร							ชว.	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนสถานีบริการที่เข้าร่วม โครงการสถานีบริการน้ำมัน เติมลิตรและผ่านการสุ่ม ตรวจสอบ 	๒,๒๐๐ สถานีบริการ	

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๑) อบรมเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล ประจำสถานีเกี่ยวกับ วิธีการตรวจสอบ ปริมาณน้ำมันของสถานี บริการ	←.....	๒→							
	(๒) สุ่มตรวจสอบสถานี บริการน้ำมันที่เข้าร่วม โครงการ	←.....	๒,๒๐๐→							
					ครั้ง						
					สถานี บริการ						

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์กร

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๕๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ๕๒ ปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัย ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล ๕๓ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดขั้นตอนอำนวยความสะดวก และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า	๑. เสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน										
	๑.๑ จัดโครงการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	-	๑	-	-	ครั้ง	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สลก.	<ul style="list-style-type: none"> บุคลากรกรมการค้าภายในมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความรู้และจิตสำนึกในการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ 	๑๕๐ คน
	๑.๒ จัดกิจกรรมให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ	-	-	๑	-	ครั้ง	งบดำเนินงาน			<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ 	ร้อยละ ๘๐
	๑.๓ โครงการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน	-	-	-	๑	ครั้ง	งบดำเนินงาน			<ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างความรู้จิตสำนึกและคุ้มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน 	
	๒. จัดกิจกรรมยกย่องบุคลากร										
	๒.๑ การคัดเลือกข้าราชการดีเด่น	-	๑	-	-	ครั้ง	งบดำเนินงาน				
	๒.๒ การคัดเลือกผู้ประพฤติตนตามหลักประมวลจริยธรรมกระทรวงพาณิชย์	-	-	-	๑	ครั้ง	งบดำเนินงาน				
	๓. จัดกิจกรรมรับทราบประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนข้าราชการบรรจุใหม่										

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๔. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน										
	๔.๑ จัดอบรมบุคลากรกรมการค้าภายใน เช่น - ปรุมนิเทศข้าราชการบรรจุใหม่ - โครงการบริหารจัดการความรู้ภายในองค์กรกรมการค้าภายใน (KM) - โครงการเสริมสร้างคุณภาพสุกในการทำงานและสร้างความผูกพันต่อองค์กร - โครงการพัฒนาทักษะและบุคลิกภาพ เช่น โรงเรียนวันเสาร์ภาษาต่างประเทศ	-	๖	-	-	ครั้ง	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สกก.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้ 	ร้อยละ ๘๐
	๔.๒ ส่งบุคลากรเข้าอบรมเสริมสร้างสมรรถนะการปฏิบัติงานในหลักสูตร/หัวข้อต่าง ๆ ร่วมกับสถาบันอื่น ๆ ภายนอกกรม เช่น - หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม (นบส.๑) (กพ.)	๘	๘	๘	๘	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	<ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรน้กบริหาร การพาณิชย์ระดับต้น/ ระดับกลาง (สจบ.) - การพัฒนานักกฎหมาย ภาครัฐระดับปฏิบัติการ/ ชำนาญการ (สำนักงาน คณะกรรมการกฤษฎีกา) เป็นต้น <p>๕. การพัฒนาระบบบริหารจัดการ ให้มีความเป็นเลิศ และพัฒนา ระบบการทำงานให้เป็นไปตาม หลักการบริหารจัดการบ้านเมือง ที่ดี</p> <p>๕.๑ จัดการประชุม PMQA / ตัวชี้วัด / ควบคุมภายใน</p> <p>๖. การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย เพื่อการค้าการลงทุน</p> <p>๖.๑ จัดอบรมเสริมสร้างประสิทธิภาพ ในการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อสร้างความเป็นธรรม ทางการค้า</p> <p>๖.๒ จัดทำคู่มือและเอกสาร เผยแพร่ด้านกฎหมาย</p>						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.	<ul style="list-style-type: none"> ● ร้อยละความสำเร็จของการ พัฒนาองค์กรตามแนวทาง PMQA 	ร้อยละ ๑๐๐
		๑	๑	๑	๑	ครั้ง	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กม.	<ul style="list-style-type: none"> ● ร้อยละของบุคลากรที่เข้า อบรมได้รับการพัฒนาและ ปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้อง ● จำนวนคู่มือและเอกสาร เผยแพร่ด้านกฎหมาย ที่จัดทำ 	ร้อยละ ๘๐
		←...๑...→				ครั้ง					๑๐ ครั้ง
				←.....๑๐.....→		ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ				งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)					
	๖.๓ ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหาหรือ			๑๔๐					จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหาหรือ	๑๔๐ เรื่อง/ ฉบับ
	๖.๔ แปลกฎหมายที่อยู่ในความ รับผิดชอบของกรมการค้าภายใน			๑๕					● จำนวนกฎหมายที่อยู่ใน ความรับผิดชอบได้รับการ แปล	๑๕ ฉบับ
	๗ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้าภายใน					งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยพ./กม.	● ร้อยละของข้อมูลข่าวสารที่ เผยแพร่ผ่านช่องทางที่ กำหนด เป็น ไป ตาม เป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐
	๗.๑ การเผยแพร่กฎหมาย กฎ ระเบียบทางเว็บไซต์และ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสาร ของทางราชการ			๘๐				กม.	● ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับเผยแพร่ ได้ตามเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐
	๗.๒ สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้าภายในผ่าน เว็บไซต์กรมการค้าภายใน และเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมการค้าภายใน			๒				ยพ.		
	๗.๓ จัดทำและเผยแพร่จุลสาร กรมการค้าภายใน ในรูปแบบ E-book	๓	๓	๓	๓			ยพ.		
	๗.๔ ดำเนินการเปิดเผยข้อมูล ข่าวสารให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสาร ผ่านศูนย์ ข้อมูลข่าวสาร และเว็บไซต์ ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร			๒				ยพ.		

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๘. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร - บำรุงรักษาฐานข้อมูล		๑			งาน	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยผ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาดูแล บำรุงรักษา ระบบเครือข่าย ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน 	ร้อยละ ๑๐๐
	๙. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยผ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของการดำเนินการประชาสัมพันธ์และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่เป็นไปตามเป้าหมาย 	ร้อยละ ๑๐๐
	๙.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์										
	(๑) จัดทำข่าว บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์		๑๐๐			ครั้ง					
	(๒) จัดทำกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ด นำสื่อมวลชน ออกสำรวจข้อเท็จจริง)		๑,๒๐๐			ครั้ง					
	(๓) ออกแบบ/ผลิตงาน ศิลป์และให้บริการ งานโสตทัศนูปกรณ์		๓๐๐			ครั้ง					
	(๔) ติดตามวิเคราะห์ข่าวสารขององค์กรที่ปรากฏทางสื่อหนังสือพิมพ์		๒๕๐			ครั้ง					
	(๕) จัดทำจุลสารกรมการค้าภายใน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	(๖) จัดทำรายงานประจำปี กรมการค้าภายใน		๑			ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๔.๒ การสร้างการรับรู้ด้านความ เป็นธรรมทางการค้าเพื่อ ประชาชน (๑) รับฟังความคิดเห็นและ ความต้องการของ ประชาชนในการมีส่วน ร่วมเพื่อสนับสนุนและ พัฒนาการดำเนินงาน ของกรมฯ (๒) บริหารช่องทาง การ สื่อสารระหว่างกรมกับ ผู้รับบริการและผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียผ่านช่องทาง กระดานข่าวและเฟซบุ๊ก	-	๒	-	๑	ครั้ง					
	๑๐. พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์ และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ รวมทั้งติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานของกรม	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	กอง/ ศูนย์/ กลุ่ม	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยพ.	● ร้อยละความสำเร็จในการ จัดทำแผนยุทธศาสตร์	ร้อยละ ๑๐๐
	๑๑. จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร		๑			ครั้ง	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	บส.	● ร้อยละความสำเร็จของการ จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	ร้อยละ ๑๐๐
	๑๒. การตรวจสอบภายใน						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตน.	● ร้อยละของความสำเร็จ ของงานที่สามารถ ดำเนินการได้ตามแผน ตรวจสอบ	ร้อยละ ๑๐๐
	๑๒.๑ ตรวจสอบทางการเงินการ บัญชี	๒	๓	๔	๕	ครั้ง					
	๑๒.๒ ตรวจสอบการปฏิบัติตาม ข้อกำหนด	๒	๕	๔	๓	ครั้ง					
	๑๐.๓ สอบทานการประเมินผล การควบคุมภายใน	๑	-	-	-	ครั้ง				● ร้อยละของจำนวนรายงาน การตรวจสอบที่กลุ่ม ตรวจสอบภายในมี คำแนะนำและหน่วยรับ ตรวจนำไปปฏิบัติ	ร้อยละ ๗๕

ส่วนที่ ๕ ภาคผนวก

๕.๑ นิยามตัวชี้วัดความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการรายปีและค่าเป้าหมายประจำปีงบประมาณ

ตัวชี้วัด	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายการให้บริการที่ ๑ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น		
๑. จำนวนชนิดของสินค้าที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาด	จำนวนชนิดสินค้าที่มีการเชื่อมโยงการซื้อขายระหว่างกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์การเกษตร กับ ผู้รวบรวม/ผู้ค้าส่งห้างค้าปลีก รายใหญ่/โรงงานแปรรูป/ผู้ส่งออก ผ่านสัญญาข้อตกลงซื้อขายมาตรฐานที่กรมการค้าภายในจัดทำขึ้น	๑๔ (ชนิด)
๒. มูลค่าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม	มูลค่าจากการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่เกิดขึ้นจากช่องทางการตลาดที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา ได้แก่ ๑) ตลาดข้อตกลง : มูลค่าการเชื่อมโยงที่มีการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านสัญญาข้อตกลงมาตรฐานกรมการค้าภายใน ๒) ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) : มูลค่าการจำหน่ายสินค้าของศูนย์ฯ ที่กรมการค้าภายใน เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา	๖๒๐ (ล้านบาท)
๓. เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย	ช่องการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรที่กรมการค้าภายในเข้าไปส่งเสริมและพัฒนา เพื่อให้เกษตรกรได้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าที่เป็นธรรม และมีอำนาจในการต่อรองซื้อขาย รวมทั้งเป็นช่องทางสร้างรายได้เพิ่มให้กับเกษตรกร ได้แก่ การจัดตลาดนัดข้าวเปลือก การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) การจัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการจัดและประสานเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรต่างๆ	๑๔๐ (แห่ง)
๔. จำนวนโรงสี กลุ่มเกษตรกรที่ ส่งเสริมพัฒนา	จำนวนกลุ่มเกษตรกรที่ส่งเสริมพัฒนา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดตลอดจนมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติให้เกิดผลได้อย่างแท้จริง และพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจการค้าข้าวได้อย่างมืออาชีพ สามารถประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน	๒๐ (ราย)
๕. จำนวนช่องทางการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย	จำนวนช่องทางการจำหน่าย สินค้าเกษตรปลอดภัยให้แก่เกษตรกร รวมทั้งเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยสู่ผู้บริโภค	๕ (ช่องทาง)
๖. ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับ การรองรับมาตรฐาน	การเพิ่มศักยภาพมาตรฐานของผู้ประกอบการค้าข้าวของกรมการค้าภายใน ซึ่งมีการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงสีมีการจัดวางระบบมาตรฐานสุขอนามัย GHP และ/หรือ HACCP หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานผู้ให้การรับรองได้	๘๐ (ร้อยละ)

ตัวชี้วัด	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย
๗. มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับ การส่งเสริมเพิ่มขึ้น	มูลค่าทางการค้าที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าเกษตรเทียบกับปีที่ผ่านมา ผ่านช่องทางที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริม/สนับสนุน/พัฒนา ได้แก่ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า การเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่กรมการค้าภายในเข้าไปส่งเสริมและพัฒนา	๓ (ร้อยละ)
๘. มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยผ่านช่องทางตลาดที่ส่งเสริม	มูลค่าการจำหน่าย/มูลค่าการค้าของสินค้าเกษตรปลอดภัยของผู้ประกอบการ/เกษตรกร ที่กรมเข้าไปส่งเสริม สนับสนุน และเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยต่าง ๆ	๑ (ล้านบาท)
เป้าหมายการให้บริการที่ ๒ หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น		
๙. จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมและพัฒนา	จำนวนตลาดชุมชน/วิสาหกิจชุมชน ซึ่งกรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา ให้มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีช่องทางการตลาด และพึ่งพาตนเองได้ เพื่อยกระดับรายได้ และเศรษฐกิจฐานราก	๖๕ (แห่ง)
๑๐. มูลค่าการค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	มูลค่าการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์/บริการของตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขาย ซึ่งเกิดขึ้นจากที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปพัฒนา และเชื่อมโยงการตลาดให้	๘๒๕ (ล้านบาท)
๑๑. ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	รายได้ของเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร/ผู้ประกอบการในตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขายที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมและพัฒนาของกรมการค้าภายใน ผ่านการดำเนินโครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น และโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	๕ (ร้อยละ)
เป้าหมายการให้บริการที่ ๓ ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสมและมีปริมาณเพียงพอ		
๑๒. จำนวนการจัดหาสินค้าราคาประหยัดจำหน่ายให้แก่ประชาชน	จำนวนครั้งการจัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ/สินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการรายกลาง/รายย่อย	๑,๑๑๖ (ครั้ง)
๑๓. จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	<p>๑. การตรวจสอบและให้คำรับรองเครื่องชั่ง เครื่องตวง เครื่องวัดและมาตรวัดที่กรมฯ ดำเนินการตรวจสอบและพิจารณาให้คำรับรอง</p> <p>๒. การตรวจสอบเครื่องชั่ง เครื่องตวง เครื่องวัด มาตรวัดที่กรมฯ ตรวจสอบระหว่างการใช้งาน ณ สถานที่ใช้งานเครื่องดังกล่าว</p> <p>๓. การตรวจสอบสินค้าหีบห่อ หมายถึง การตรวจสอบปริมาณสุทธิ ปริมาตรสุทธิหรือน้ำหนักสุทธิของสินค้าในบรรจุภัณฑ์ที่กรมการค้าภายใน ดำเนินการตรวจสอบ</p> <p>๔. การตรวจสอบความเที่ยงเครื่องชั่ง เครื่องตวง เครื่องวัดและแบบมาตราทางชั่งตวงวัด โดยเปรียบเทียบเครื่องชั่งตวงวัดกับแบบมาตราทางชั่งตวงวัดที่มีความละเอียดมากกว่า</p>	๖,๓๗๖,๐๐๐ (เครื่อง/หีบห่อ)

ตัวชี้วัด	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย
๑๔. ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าของประชาชนลดลง	รายจ่ายในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค/อาหารปรุงสำเร็จของประชาชนที่ลดลงจากการจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด (งานธงฟ้า) เมื่อเทียบกับรายจ่ายปกติที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและอาหารปรุงสำเร็จในท้องตลาดทั่วไป	๓๐ (ร้อยละ)
๑๕. ร้อยละสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	จำนวนสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายในท้องตลาดเป็นไปตามเกณฑ์ราคาเหมาะสมที่กรมการค้าภายใน	๙๘.๐๐ (ร้อยละ)