



วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรนำในการเสริมสร้างประสิทธิภาพกลไกการตลาดและความเป็นธรรมทางการค้า

ค่านิยม

เป็นธรรม

โปร่งใส

ใส่ใจบริการ

ทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์

อุทิศเพื่อส่วนรวม

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๕
กรมการค้าภายใน

แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๕
กรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๑ : การเสริมสร้างประสิทธิภาพการตลาดและระบบตลาดสินค้าเกษตร

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
• เสริมสร้างประสิทธิภาพกลไกการตลาดเพื่อสร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม • เสริมสร้างระบบตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงตลาดทั้งในและต่างประเทศ	๑. โครงการยกระดับราคาสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้เกษตรกร						• ร้อยละของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายได้เข้าร่วมโครงการ	ร้อยละ ๖๐	๒๓๕,๖๘๓,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	คช./ตป./สผ.
	๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการรับจำนำสินค้าเกษตร						• ร้อยละของราคาสินค้าเกษตรเป้าหมายมีราคาเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๑๐			
	(๑) วางระบบและติดตั้งอุปกรณ์กล้องวงจรปิดเพื่อกำกับดูแลการรับจำนำ	๕๙				จังหวัด					สผ.
	(๒) กำกับตรวจสอบการรับจำนำข้าวเปลือก	๑,๑๐๐				ราย					ตป.
	(๓) ประชาสัมพันธ์โครงการรับจำนำสินค้าเกษตร										คช.
	๒. โครงการสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้า						• ร้อยละของจำนวนสินค้าเกษตรที่เข้าไปบริหารจัดการแล้วเป็นไปตามวัตถุประสงค์	ร้อยละ ๘๕	๔๔,๘๓๙,๑๔๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก/สท/ บก./สคน.
	๒.๑ เชื่อมโยงการตลาดผักผลไม้เพื่อขยายช่องทาง			๕		สินค้า	• จำนวนสินค้าเกษตรที่ติดตามดูแลรักษาระดับราคา	๗๐ รายการ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./บก
	๒.๒ ขยายตลาดรองรับผลผลิตไข่ไก่ (๗๖ จังหวัด)		๗๖			จังหวัด	• ร้อยละของจำนวนสินค้าที่มีการเชื่อมโยงกระจาย	ร้อยละ ๘๐			สก.
	๒.๓ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินมาตรการแทรกแซงราคาสินค้าเกษตร (มันสำปะหลัง)	๑				ครั้ง	• ร้อยละของจังหวัดที่ดำเนินการ • ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมายที่มีการจัดทำสัญญาข้อตกลงมาตรฐาน	ร้อยละ ๘๐ ร้อยละ ๑๕			สก.
	๒.๔ ติดตามภาวะการค้าสินค้าเกษตรที่กำกับดูแล		๗๐			สินค้า	• จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่ทำสัญญาซื้อขายตามข้อตกลงมาตรฐาน	๑๐ สินค้า			

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๒.๔ พัฒนาลาดรูปแบบต่างๆ เช่น (๑) ศึกษาสำรวจวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลจัดชั้น และแบ่งประเภทตลาด (๒) จัดประชุม สัมมนาเพื่อ หาแนวทางการส่งเสริม พัฒนาระบบตลาดใน รูปแบบต่างๆ (๓) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาดสด ตลาดสดสี่ฟ้า และ ตลาดรูปแบบต่างๆ (๔) พัฒนาเครือข่ายข้อมูล การตลาดเชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์โดยให้ คำแนะนำกลุ่มเป้าหมาย	-	๑	๑	-	ครั้ง	● ร้อยละที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยของราคา สินค้าเกษตรเป้าหมายที่ซื้อขายผ่าน ระบบตลาดสินค้าเกษตรในความ ส่งเสริมของกรมการค้าภายใน	ร้อยละ ๑๓.๔๐			สต.
		-	๑	-	-	ครั้ง					
		-	-	๒	๑	ครั้ง					
		-	-	๑	๑	ครั้ง					
	๒.๕ สร้างการรับรู้และกระตุ้น การใช้ประโยชน์จากระบบ ตลาด โดยการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่	-	๒	๓	-	ครั้ง					
	๒.๖ ผลักดันให้เกิดการซื้อขาย ในตลาดกลางและส่งเสริม การจัดชั้นคุณภาพสินค้า ในตลาดกลาง (๑) จัดกิจกรรมส่งเสริมการ ซื้อขายการจัดชั้นคุณภาพ สินค้าและเชื่อมโยงการ ซื้อขายในตลาดกลาง	-	๔	๕	๓	ครั้ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๒) พัฒนาข้อมูลราคา ซื้อขายของตลาดกลาง ในความส่งเสริมฯ (จำงเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๓) การส่งเสริมพัฒนาตลาด กลางสินค้าเกษตรระดับ จังหวัดและระดับตำบล (นครสวรรค์)	-	๕	๔	๒	ครั้ง					
	(๔) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาดกลาง	-	-	๒	๑	ครั้ง					
	(๕) จัดทำเอกสารเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	-	๑	-	-	ครั้ง					
	๒.๗ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ และเกษตรกรในระบบตลาด ข้อตกลงและผลักดันการ ใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐาน ของกรมการค้าภายใน										
	(๑) ศึกษา สํารวจ เชื่อมโยง การซื้อขายในระบบ ตลาดข้อตกลง	-	๑	๒	๑	ครั้ง					
	(๒) ติดตาม ประเมินผล การดำเนินงานตลาด ข้อตกลง	-	๑	๒	๑	ครั้ง					
	(๓) จัดฝึกอบรมผลักดัน ให้มีการใช้สัญญา ข้อตกลงมาตรฐานของ กรมการค้าภายใน	-	๓	๓	๒	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๔) พัฒนาระบบข้อมูล วิเคราะห์การทำตลาด ข้อตกลง (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ระบบตลาด ข้อตกลง		๑			ครั้ง					
	๒.๘ ประชาสัมพันธ์การใช้ระบบ ตลาดข้อตกลงกับสินค้า เกษตรอินทรีย์และสินค้า เกษตรปลอดภัย (GAP)		๑			ครั้ง					
	๒.๙ ผลักดันการซื้อขาย ส่งเสริม การใช้ประโยชน์และสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้า										
	(๑) ศึกษา สำรวจ สร้างความ เข้าใจและส่งเสริมการ ใช้ประโยชน์จากตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้า	-	๔	๖	๓	ครั้ง					
	- ศึกษา สำรวจ สร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับ การประมูลแบบ Basis	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	- ศึกษาสำรวจแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกับ ผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับภาค การเกษตรและ ติดตามประเมินผล	-	-	๑	๑	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๒) พัฒนาระบบข้อมูลและ ประมวลผลข้อมูลราคา สินค้าเกษตรล่วงหน้า (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๓) เสริมสร้างความรู้และ ส่งเสริมการใช้ ประโยชน์จากระบบ ตลาดล่วงหน้า										
	- จัดทำสื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	-	-	๑	-	ครั้ง					
	- จัดอบรมเครือข่าย กลุ่มเกษตรกรให้มี ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้ม ราคาสินค้าเกษตร	-	๔	๖	๓	ครั้ง					
	๒.๑๐ ขยายช่องทางการจำหน่าย สินค้าเกษตร		←.....	๑๒๐	→	ครั้ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	บภ./สคน.
	๓. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ สินค้าที่มีศักยภาพทางการตลาด						ร้อยละของมูลค่าสินค้าเกษตร กลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นจากปีฐาน	ร้อยละ ๗	๑๒,๘๒๕,๒๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./คช.
	๓.๑ สร้างช่องทางการจำหน่าย สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ (Farm Outlet)		←.....	๒	→	แห่ง	ร้อยละของศูนย์จำหน่ายสินค้า เกษตรชุมชนที่ได้รับการพัฒนาและ ส่งเสริม	ร้อยละ ๑๐๐		ภูมิภาค	สก. คช.
	๓.๒ พัฒนาคุณภาพ/แปรรูป เพิ่มมูลค่าสินค้า										
	(๑) จ้างที่ปรึกษาการเพิ่ม ศักยภาพมาตรฐาน คุณภาพการผลิตของ ผู้ประกอบการค้าข้าว (GMP/HACCP)		←.....	๒๐	→	ราย					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๒) การจัดระบบพิเศษเฉพาะพื้นที่ข้าว (๓) สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาดสินค้าข้าว - เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยส่งข้อความทาง sms - เชื่อมโยงการจำหน่าย (๔) พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุงสำหรับผู้บริโภค (๕) ประกวดข้าวหอมมะลิและข้าวตราคุณภาพ ๓.๓ พัฒนาคุณภาพข้าวสารหอมมะลิเกษตรกรอินทรีย์และข้าวเฉพาะอย่างแบบครบวงจร		๑			ครั้ง					คช.
			๙๐๙,๐๐๐			ข้อความ					
			๒๔๐		๑	ครั้ง					
				๕๔		ตัวอย่าง					
				๑		จังหวัด					คช.
						จุด					
	๔. โครงการส่งเสริมการจำหน่ายผลผลิตของจังหวัดชายแดนภาคใต้						● ร้อยละของราคาผลผลิตที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นเทียบกับช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก	ร้อยละ ๑๐	๒๑,๐๐๐,๐๐๐	ส่วนภูมิภาค	
	๔.๑ ประเมินสถานการณ์ผลผลิตก่อนออกสู่ตลาดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	-	-	๑๓		ครั้ง					
	๔.๒ เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตร ๓ จังหวัด ชายแดนภาคใต้	-	-	-	๒,๕๐๐	ตัน					
	๔.๓ จัดงานจำหน่ายสินค้าเกษตรจังหวัดปลายทาง	-	-	-	๓๗	จังหวัด					
	๔.๔ ติดตามประเมินผล	-	-	-	๑	ครั้ง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๒ : การสร้างความเป็นธรรมด้านราคา ปริมาณ และมาตรฐานการชั่งตวงวัด

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
● ส่งเสริมการลดค่าครองชีพโดยจัดการและสร้างความร่วมมือ กับกลไกภาคเอกชน ให้มีสินค้าที่มีราคาเหมาะสม และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค	๑. โครงการรณรงค์การค้าปลีกลดค่าครองชีพประชาชน					ร้อยละ	● ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นแก่การครองชีพของประชาชนลดลง	ร้อยละ ๒๐	๑๐๖,๖๕๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พค./สคน.
	๑.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพในราคาค่าต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป		๖๓๕			ครั้ง	● จำนวนครั้งการจัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคลดค่าครองชีพ	๖๓๕ ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พค./สคน.
	๑.๒ หนุนแรงค์ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารให้เข้าร่วมเป็นร้านมิตรธงฟ้า	๕๐	๕๐	๕๐	๕๐	ร้าน	● จำนวนร้านอาหารที่ผ่านเกณฑ์คัดเลือก	๒๐๐ ร้าน			
	๑.๓ ตรวจสอบ แนะนำ ติดตาม และให้การส่งเสริมร้านอาหารมิตรธงฟ้า			๔,๑๔๒		ร้าน	● จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานธงฟ้าเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค	๔,๑๔๒ ร้าน			
	๑.๔ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์			๒		ครั้ง					
● พัฒนาระบบการบริหารจัดการในการกำกับดูแลราคาให้เหมาะสม เป็นธรรม ปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง	๒. โครงการดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม						● จำนวนสินค้าและบริการที่มีการกำกับดูแลราคาและปริมาณเพื่อพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค	๒๑๘ รายการ	๕,๙๗๑,๔๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป./ตป./ สคน./บก.
	๒.๑ การเสริมสร้างความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ โดย						● ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ ๙๙.๕๐		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป.
	(๑) จัดระบบบริหารจัดการเพื่อติดตามราคาและปริมาณ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง	● ร้อยละของเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา	ร้อยละ ๙๖.๐๐		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	
	(๒) สำรวจระบบภาวะการค้า การตลาด ความต้องการของสินค้า รวมทั้งสินค้าใหม่ๆ ที่เข้าสู่ตลาด	-	๑	๑	๑	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๓) พัฒนาประสิทธิภาพการวิเคราะห์ความเหมาะสมของสินค้า/บริการให้เป็นมาตรฐาน	-	-	๑	-	ครั้ง					
	(๔) ติดตามสถานการณ์ตรวจสอบแก้ไขปัญหาสินค้าและบริการ	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	(๕) ประเมินสถานการณ์และเตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาสินค้าและบริการ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	(๖) ประชุมคณะกรรมการ/อนุกรรมการต่างๆ	๒	๒	๒	๒	ครั้ง					
	(๗) จัดทำเอกสารชี้แจงการปฏิบัติตามประกาศ กกร.	-	๑	-	๑	ครั้ง					
	๒.๒ ตรวจสอบติดตามและป้องปรามมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค										
	(๑) ตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย/นโยบายรัฐบาล (สินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภค)	๗๗,๕๐๐				ราย					
	(๒) ตรวจสอบข้อร้องเรียนและแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน										
	(๓) พัฒนาบุคลากรด้านการตรวจสอบ	-	-	๑	-	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
ส่งเสริมและพัฒนา ระบบการชั่งตวงวัดให้มี มาตรฐาน เป็นกลไก สนับสนุนให้เกิดความ เป็นธรรม ในการซื้อ สินค้าและบริการ	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (เช่น คู่มือการตรวจสอบ สินค้า วัสดุเผยแพร่) (๕) ส่งเสริมความรู้แก่ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับ ข้อกำหนดของกฎหมาย เพื่อมีการปฏิบัติที่ถูกต้อง		๕			สื่อ					
	๓. โครงการกำกับดูแลการชั่งตวงวัด และสินค้าหีบห่อเพื่อสร้าง ความเป็นธรรมในการซื้อขาย						ร้อยละของเครื่องชั่งตวงวัดและ สินค้าหีบห่อที่ตรวจสอบขณะใช้งาน ถูกต้องตามกฎหมาย	ร้อยละ ๙๘	๕๔,๖๐๐,๖๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./สช.
	๓.๑ กำกับตรวจสอบการชั่งตวงวัด และสินค้าหีบห่อให้ถูกต้อง เที่ยงตรงและเป็นธรรม ในการซื้อขาย (๑) ออกหนังสือรับรองการ ประกอบธุรกิจนำเข้าขาย และให้บริการชั่งตวงวัด (๒) ออกหนังสือรับรอง การประกอบธุรกิจผลิต ซ่อมเครื่อง ชั่งตวงวัด (๓) ออกหนังสืออนุญาต ให้นำเครื่องชั่งตวงวัด ออกจากด้านศุลกากร (๔) ตรวจสอบเครื่องชั่ง ขณะใช้งาน (๕) ตรวจสอบสินค้าหีบห่อ (๖) ตรวจสอบเครื่องชั่งตาม คำร้องเรียน (๗) ตรวจสอบและให้คำรับรอง เครื่องวัดความชื้นข้าว	๕๗๓,๔๐๐	๕๗๓,๔๐๐	๕๗๓,๔๐๐	๕๗๓,๔๐๐	เครื่อง/ หีบห่อ	จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบ ห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตาม มาตรฐาน	๒,๒๙๓,๖๐๐ เครื่องหีบห่อ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว. สช. ชว. สช. สช.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
- สร้างความเข้มแข็งผู้บริโภค และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า - ส่งเสริมการค้าสินค้าและบริการให้มีการประกอบการที่ดี มีมาตรฐานเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค	๓.๒ ขยายศูนย์การให้บริการตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อเพื่อเพิ่มศักยภาพในการกำกับดูแล		๑			แห่ง					
	๔. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า						ร้อยละของจำนวนเครือข่ายเป้าหมายที่มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง	ร้อยละ ๗๐	๖,๖๔๘,๒๔๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./พค./สต.
	๔.๑ ส่งเสริมให้มีอาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้เป็นธรรม						- จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลราคา เฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม - จำนวนอาสาสมัครที่เข้าร่วมโครงการ - จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานเพื่อสร้างทางเลือกให้ผู้บริโภค	๔๖๐ ราย ๕๐๐ ราย ๑,๓๕๕ แห่ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
	(๑) การรายงานและติดตามภาวะและพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการโดยเครือข่าย “อาสาสมัคร ๑๕๖๙”		๔๕๐			ราย					
	(๒) สัมมนาสร้างเครือข่ายอาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพ		๑๐๐			ราย					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๓) จัดกิจกรรมรณรงค์ สร้างจริยธรรมทางการค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการ มีจริยธรรมที่ดี		๗๕			จังหวัด					
	๔.๒ ส่งเสริมผู้ประกอบการเข้ามา เป็นพันธมิตรและร่วม รับผิดชอบในการสร้าง ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค										พค./สต.
	(๑) ส่งเสริมผู้ประกอบการ ให้จำหน่ายสินค้าในราคา ที่เหมาะสมและเป็นธรรม แก่ผู้บริโภคและผู้ผลิต										
	- ตรวจสอบและกำกับ ดูแลตลาดสดดีเด่น					ตลาด					สต.
	- ตรวจสอบและกำกับ ดูแลร้านค้าแก๊สหุง ต้มชั้นดี		๑๗๑			ร้าน					พค.
	- รณรงค์เสริมสร้าง จริยธรรมทางการค้า แก่ผู้ประกอบการ รับประกันคุณภาพ		๕๑			ราย					พค.
	(๒) เสริมสร้างความรู้ให้กับ โรงเรียนเครือข่ายยุวชน ธงฟ้า			๔๕		โรงเรียน					
	(๓) ประชาสัมพันธ์และ เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการ รักษาสีทธิประโยชน์ของ ผู้บริโภค			๒		ครั้ง					
	(๔) ติดตามประเมินผล (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๕. โครงการติดตั้งระบบเครือข่าย อัจฉริยะ “สายด่วน ๑๕๖๙”						● จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกตรวจสอบและ มีการปฏิบัติตามกฎหมาย	๕๐๐ ราย	๕,๔๔๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
	๕.๑ บริหารจัดการโครงการ	←.....	๑๒	→		เดือน					
	๕.๒ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ โปสเตอร์)	←.....	๗๕	→		จังหวัด					
	๕.๓ ประชาสัมพันธ์การให้บริการ “สายด่วน ๑๕๖๙” แก่ กลุ่มเป้าหมาย	←.....	๗๕	→		จังหวัด					
	๕.๔ กำกับตรวจสอบผู้ประกอบการ ทั่วประเทศเมื่อได้รับการ ร้องเรียน	←.....	๕๐๐	→		ราย					
	๕.๕ ตรวจสอบข้อเท็จจริงและ ดำเนินการกำกับผู้กระทำ ผิดโดยตลอดข้อสินค้า	←.....	๗๕	→		จังหวัด					
	๖. โครงการเสริมสร้างความสามารถ ผู้ประกอบการสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	-	๑	๑	-	ครั้ง	● จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรมให้ความรู้	๒ ครั้ง	๑,๗๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว.
	๖.๑ ให้ความรู้เรื่อง (AEC) แก่ ผู้ประกอบการด้านสินค้า หีบห่อและบุคลากรข้างตงวัด ของอาเซียน	←.....	๒	→		เดือน					
	๖.๒ ศึกษากระบวนการบรรจุของ ผู้ประกอบการด้านสินค้า หีบห่อและระเบียบข้อกำหนด ของระบบรับรองสินค้าทั้งใน และนอกประเทศ (จำงเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๖.๓ จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์	-	๕	-	-	เครื่อง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
● พัฒนาระบบการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม	๑. โครงการส่งเสริมและป้องกันการค้าผูกขาดตัดตอนทางการค้า										
	๑.๑ รักษาและยกระดับประสิทธิภาพการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า										
	(๑) ติดตาม ตรวจสอบและป้องกันพฤติกรรมที่จำกัดการแข่งขันทางการค้า	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	ร้อยละ	● ร้อยละของระดับการแข่งขันทางการค้าของธุรกิจเป้าหมายมีความเป็นธรรมดีขึ้น	ร้อยละ ๙๒.๘๒	๔,๙๑๗,๕๐๐	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	สข.
	(๒) รวบรวมข้อเท็จจริงและวิเคราะห์พฤติกรรมตามข้อร้องเรียน	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	ร้อยละ	● ร้อยละของจำนวนธุรกิจสินค้าและบริการที่กำกับดูแลที่มีการแข่งขันที่เป็นธรรม (๘๐ รายการ)	ร้อยละ ๑๐๐			
	๑.๒ พัฒนาระบบการกำกับการแข่งขันทางการค้า										
	(๑) กำหนดและพัฒนากลไกเกณฑ์ กฎระเบียบ และแนวทางการพิจารณาตาม พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๔๒	๑๐	๒๐	๔๐	๑๐๐	ร้อยละ	● จำนวนเรื่องที่เข้าไปติดตามตรวจสอบพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าตามกรอบกฎหมายการแข่งขันทางการค้า	๙ เรื่อง			
	(๒) ศึกษาวิเคราะห์ด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า - ศึกษากฎระเบียบและการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของต่างประเทศ	๑๐	๒๐	๔๐	๑๐๐	ร้อยละ	● ร้อยละของเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์เกี่ยวกับพฤติกรรมที่อาจเข้าข่ายผิดกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริงได้แล้วเสร็จและสรุปเสนอเลขาธิการคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าภายในเวลาที่กำหนด (๖๐ วัน)	ร้อยละ ๘๐			
							● ร้อยละของผู้ประกอบธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายการแข่งขันทางการค้า	ร้อยละ ๘๐			

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	- ศึกษาโครงสร้างธุรกิจ และพฤติกรรมในตลาด สินค้าและบริการเป้าหมาย	๑๐	๒๐	๔๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	- ศึกษาพฤติกรรมการค้า ที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจ ค้าปลีกค้าส่งและแนวทาง การกำกับดูแล	-	๑๐	๕๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	- ศึกษาวิเคราะห์อื่นๆ										
	๑.๓ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และ ภูมิคุ้มกันในการประกอบธุรกิจ										
	(๑) สร้างองค์ความรู้ด้าน การค้าที่เสรีและเป็นธรรม แก่ผู้ประกอบการ องค์กรและบุคคลผู้สนใจ	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	ร้อยละ					
	(๒) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก และบริการให้คำปรึกษา	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๓) พัฒนาเครือข่ายวิชาการ ด้านการแข่งขันทางการค้า กับสถาบันการศึกษา	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	ร้อยละ					
	๑.๔ เสริมสร้างความร่วมมือ ระหว่างประเทศในการ ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า และศักยภาพขององค์กร										
	(๑) ประสานความร่วมมือ ระหว่างประเทศในการ ส่งเสริมการแข่งขันทาง การค้าและศักยภาพของ องค์กร	๒๐	๕๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๑.๕ กำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง (๑) กำกับดูแลธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ					
	๑.๖ ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหารือ	←		๕	→	เรื่อง/ฉบับ	● จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรมสัญญา การดำเนินคดี และการตอบ ข้อหารือ	๕ เรื่อง/ฉบับ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กม.
	๑.๗ ดำเนินการพัฒนากฎหมาย ตามนโยบายที่รัฐบาลกำหนด	←		๑	→	ฉบับ	● จำนวนกฎหมายที่ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ ปัจจุบัน	๑ ฉบับ		ส่วนกลาง	กม.
	๒. โครงการเสริมสร้างความสามารถ ผู้ประกอบการสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)						● จำนวนครั้งในการจัดกิจกรรม ส่งเสริมความรู้	๒ ครั้ง	๑,๗๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	ขว.
	๒.๑ ส่งเสริมให้มีมาตรฐานทาง การค้าให้สอดคล้องกับ การค้าของอาเซียนโดยศึกษา ระบบการบรรจุ ระบบการ รับรองสินค้าหีบห่อ	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	๒.๒ ตรวจสอบและให้คำรับรอง ระบบการบรรจุ (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๓. โครงการพัฒนากฎหมาย เพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้า (Local Direct)						● ร้อยละความสำเร็จของการ ดำเนินการตามเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	๑,๖๘๒,๐๐๐	ส่วนกลาง	กม.
	๓.๑ จ้างที่ปรึกษาศึกษาวิเคราะห์ หลักกฎหมายการค้าระหว่าง ประเทศเกี่ยวกับการเปิดเสรี ทางการค้า	←		๑๐๐	→	ร้อยละ (๑ ครั้ง)					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔ : การพัฒนามาตรฐานการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการตลาดภายในประเทศ

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
- พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ การตลาดด้านคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ให้มีมาตรฐาน เอื้อต่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน - เสริมสร้างระบบตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและกระจายสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกับตลาดทั้งในและต่างประเทศ	๑. โครงการพัฒนาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการค้า						ร้อยละของผู้ประกอบการที่กรมออกไปสำรวจเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ ๖๐	๓,๘๕๐,๕๖๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.
	๑.๑ ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ให้เข้ากับกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น รวมทั้งตลาดเพื่อเป็น จุดพักและกระจายสินค้า										
	(๑) ตรวจเยี่ยม สำรวจข้อมูลด้านการเสริมสร้างและการบริหารจัดการของผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น	-	๑	๒	๑	ครั้ง					
	(๒) พัฒนาระบบข้อมูลคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นเพื่อรองรับระบบโลจิสติกส์ (จำงเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๑.๒ ผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวม และกระจายสินค้า ณ จุดที่เป็นประตูการค้า										สต.
	(๑) ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์คัดเลือกที่ตั้ง และสินค้าเป้าหมาย เพื่อผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวม และกระจายสินค้า	-	๑	๑	๑	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๒) ส่งเสริมและสนับสนุน ศูนย์รวบรวมและกระจาย สินค้าเกษตรปลอดสารพิษ (ขอนแก่น)	-	-	๑	-	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริมการ จำหน่ายสินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์	-	-	๑	-	ครั้ง					
	(๔) พัฒนาระบบเพื่อ ปรับปรุง ข้อมูลการซื้อขาย ให้ทันสมัย วิเคราะห์ เชื่อมโยง และประมวลผล ข้อมูล (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๕) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานของศูนย์ฯ	-	๑	๑	๑	ครั้ง					
	๒ โครงการเสริมสร้างศักยภาพ และยกระดับประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการคลังสินค้า ไฮโล ห้องเย็น						● ร้อยละของผู้เข้าร่วมโครงการ และขอรับการประเมินผ่าน เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ ๘๐	๑,๕๓๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	สต.
	๒.๑ สนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็นมีการพัฒนา มาตรฐานในการจัดเก็บสินค้า โดยจัดจ้างที่ปรึกษาดำเนินการ		←..... ๓๐→			ราย					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีความเป็นเลิศ

[illegible]

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	งานอำนวยการ - ด้านเอกสาร/งานสาร บรรณ - ด้านบุคลากร อัตรากำลัง และระบบงานพัฒนา สรร หาบรรจุแต่งตั้ง การ ดำเนินงานทางวินัย สวัสดิการ พิจารณาความ ดีความชอบ - ด้านการเงิน บัญชี และ งบประมาณ - ด้านพัสดุ จัดซื้อจัดจ้าง บริหาร พัสดุ และ ยานพาหนะ					สำนัก/กอง					สบ.
	๓. โครงการพัฒนาคุณภาพการ บริหารจัดการและการกำกับ ดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อน องค์กร						• ร้อยละของบุคลากรที่มีความรู้ ไปพัฒนางานตามเกณฑ์ คุณภาพการบริหารจัดการ ภาครัฐ	ร้อยละ ๘๐	๕๓๓,๘๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.
	๓.๑ ให้ความรู้เกี่ยวกับการ ปฏิบัติงานตามเกณฑ์ คุณภาพการบริหารจัดการ ภาครัฐ			๔		ครั้ง					
	๓.๒ เสริมสร้างความรู้ในการ ยกระดับการปรับปรุง องค์กร			๔		ครั้ง					
	๓.๓ ติดตามผลการพัฒนา องค์กร			๔		ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๔. การพัฒนาและปรับปรุง กฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน								๑,๑๓๙,๖๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กม.
	๔.๑ จัดอบรมเสริมสร้าง ประสิทธิภาพในการบังคับ ใช้กฎหมาย เพื่อสร้างความ เป็นธรรมทางการค้า	-	๑	-	-	ครั้ง	● ร้อยละของบุคลากรที่เข้า อบรมได้รับการพัฒนาและ ปฏิบัติตามกฎหมาย ได้ถูกต้อง	ร้อยละ ๘๐			
	๔.๒ จัดทำคู่มือและเอกสาร เผยแพร่ด้านกฎหมาย	๑	๒	๑	๑	ครั้ง					
	๔.๓ งานอำนวยความสะดวกด้าน กฎหมาย	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๕. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้าน การค้าภายใน						● จำนวนผู้ใช้บริการข้อมูล ข่าวสารต่อปี	๑,๒๗๘,๒๐๐	ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง	สผ./กม.
	๕.๑ การเผยแพร่กฎหมาย กฎ ระเบียบทางเว็บไซต์และ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสาร ของทางราชการ					ฉบับ	● ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับได้เผยแพร่ ได้ตามเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐			กม.
	๕.๒ สร้างการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านการค้า										สผ.
	๕.๓ จัดทำและเผยแพร่เอกสาร เช่น ปฏิทินสินค้าเกษตร/ จุลสาร	๓	๓	๔	๓	ครั้ง					สผ.
	๖. โครงการตามแผนแม่บท เทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสารของกรมการค้าภายใน						● ร้อยละความสำเร็จของการ พัฒนาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ	ร้อยละ ๑๐๐	๒๖,๕๐๖,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ศทส.
	๖.๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูล						● ร้อยละความก้าวหน้าการ ดำเนินการ	ร้อยละ ๑๐๐			

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(๑) พัฒนาระบบ Internet และระบบภูมิสารสนเทศ เพื่อเสริมสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๒) ระบบฐานข้อมูลการตรวจสอบและปฏิบัติการ และระบบฐานข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภค	๑๐	๓๕	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๓) ระบบฐานข้อมูลเครือข่ายธงฟ้าเพื่อลดภาระค่าครองชีพประชาชน	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	๖.๒ สนับสนุนงานด้านเทคโนโลยี (ครุภัณฑ์)	-	-	๑	-	ครั้ง					
	๖.๓ การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยสารสนเทศ										
	๗. จ้างที่ปรึกษา										
	๗.๑ จ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกรมการค้าภายใน	-	-	๑	๑	ครั้ง			๑,๐๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๘. บำรุงรักษาระบบฐานข้อมูล					ระบบ			๔,๖๗๒,๘๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๘.๑ การบริหารจัดการทางการเงินและพัสดุ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๒ ระบบงานบริหารงานบุคคล	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๓ ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๘.๔ การตรวจสอบและปฏิบัติการ และฐานข้อมูลร้องทุกข์ พิทักษ์ผลประโยชน์ของ ผู้บริโภค	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๕ ราคาและโครงสร้างต้นทุน การผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๖ ฐานข้อมูลระบบตลาด คลังสินค้าไฮโดรและห้องเย็น	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๗ ระบบรายงานข้อมูลของ ศูนย์บริหารจัดการแก้ไข ปัญหาราคาสินค้า	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					สผ.
	๘.๘ นิติบุคคลและงบการเงิน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๙ ระบบการนำเสนอข้อมูล โดยใช้โปรแกรมแผนที่ทาง ภูมิศาสตร์	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					สผ.
	๘.๑๐ ระบบสำนักงานระบบจัดเก็บ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๑ ระบบ Internet และระบบ ภูมิสารสนเทศ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๒ ระบบ Intranet การการค้าภายใน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๓ ระบบงานและระบบฐานข้อมูล ตามโครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๔ ระบบงานชั่งตวงวัด	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๕ ระบบคลังข้อมูล (Data Warehouses)	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๖ ระบบสำรองข้อมูล (Backup System)	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๙. บำรุงรักษาระบบเครือข่าย สื่อสารข้อมูลและอุปกรณ์ เครือข่าย								๑,๐๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ศทส.
	๙.๑ ระบบกักเก็บไฟ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๙.๒ เชื่อมโยงระบบคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๙.๓ ระบบปฏิบัติการ และการ ดูแลให้คำแนะนำการแก้ไข ปัญหาของระบบ Network	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๙.๔ ระบบจัดเก็บข้อมูลจราจร ทางคอมพิวเตอร์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๑๐. บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	๑	๓	๓	๓	ครั้ง			๑,๑๒๐,๖๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๑๑. บำรุงรักษาอุปกรณ์ของศูนย์ บริหารจัดการแก้ไขปัญหาราคา สินค้า	๓	๓	๓	๓	ครั้ง			๕๑๑,๐๑๖	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๒. บำรุงรักษาเครื่องสำรองไฟฟ้า	๑	๓	๓	๓	ครั้ง			๘๓๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๑๓. การพัฒนาบุคลากรด้าน ICT ปี ๒๕๕๕	-	๔	๕	-	ครั้ง			๕๕๖,๔๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ศทส.
	๑๔. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ และสร้างการมีส่วนร่วมของ ภาคประชาชน						• ร้อยละของกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับบริการ ที่พึงพอใจใน ข่าวสารที่ให้บริการ	ร้อยละ ๘๐	๑,๙๘๖,๔๒๐	ส่วนกลาง	สผ.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๑๔.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์								๑,๐๘๖,๙๒๐	ส่วนกลาง	
	(๑) จัดทำข่าว บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์	๒๕	๒๕	๒๕	๒๕	ครั้ง					
	(๒) จัดทำกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ดนำเสนอผลงาน ออกสารวข้อเท็จจริง)	๓๐๐	๓๐๐	๓๐๐	๓๐๐	ครั้ง					
	(๓) ออกแบบ/ผลิตงาน ศิลป์และให้บริการ งานโสตทัศนูปกรณ์	๒๕	๕๐	๑๐๐	๑๕๐	ครั้ง					
	(๔) ติดตามวิเคราะห์ ข่าวสารขององค์กรที่ ปรากฏทางสื่อ หนังสือพิมพ์	๖๔	๖๔	๖๔	๖๔	ครั้ง					
	(๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ แผ่นปลิว ฯลฯ)										
	(๖) บันทึก/ล้างอัดภาพ	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐	ครั้ง					
	(๗) จัดทำจุลสารกรม การค้าภายใน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	(๘) จัดทำปฏิทินสินค้า เกษตร	-	-	๑	-	ครั้ง					
	(๙) จัดทำรายงานประจำปี กรมการค้าภายใน	-	๑	-	-	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๑๔.๒ การสร้างการรับรู้ด้าน ความเป็นธรรมทางการค้า เพื่อประชาชน (๑)จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (๒)รับฟังความคิดเห็นและ ความต้องการของ ประชาชนในการ มีส่วนร่วมในการ ส น บ ส น น ก ร ดำเนินงานของกรม	๑	๑	๑	๑	ครั้ง			๘๙๙,๕๐๐		สผ.
	๑๕. พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์ และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	๑๘	๑๘	๑๘	๑๘	สำนัก/กอง			๒๗๙,๐๘๐	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๖. บริหารจัดการเพื่อสนับสนุน การดำเนินงานของสำนัก	๓	๓	๓	๓	เดือน			๑,๙๕๗,๖๐๐	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๗. งานวิเทศสัมพันธ์และกิจกรรม ต่างประเทศ	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	ครั้ง			ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๘. การตรวจสอบภายใน					ร้อยละ	● ร้อยละของความสำเร็จของ งานที่สามารถดำเนินการได้ ตามแผนการตรวจสอบ	ร้อยละ ๑๐๐	๑๕๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ต.น.
	๑๘.๑ ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ตามข้อกำหนด	๔	๑๐	๑๐	๒	ครั้ง					
	๑๘.๒ ตรวจสอบทางการเงิน การการบัญชี และการ พัสดุ	๒	๘	๘	๒	ครั้ง					
	๑๘.๓ ตรวจสอบผลการดำเนินงาน	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๑๘.๔ สอบทานการประเมินผล การควบคุมภายใน	๑	-	-	-	ครั้ง					
	๑๙. งานวิเทศสัมพันธ์และกิจกรรม ต่างประเทศ	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	ครั้ง			ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง	สผ.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	๒๐. ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำแผนปฏิบัติ รวมทั้งงบประมาณและทรัพยากรสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษ	←				แผน	● ร้อยละของแผนปฏิบัติการประจำปี สามารถสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษของกรมการค้าภายใน	ร้อยละ ๖๖	ค่าใช้จ่ายประจำ	ส่วนกลาง	ศปน.
	๒๑. ศึกษา วิเคราะห์ เสนอแนะการดำเนินงานตามนโยบายที่สำคัญและโครงการพิเศษเพื่อเป็นพิมพ์เขียว หรือกรอบงานให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการทำงาน		←	๙		ครั้ง	● ระดับความสำเร็จของการจัดทำพิมพ์เขียว และกระบวนการที่เหมาะสม แสดงความสัมพันธ์ขั้นตอนและผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน	ระดับ ๓	ค่าใช้จ่ายประจำ/ งบประมาณ สบ.	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ศปน.
	๒๒. ให้คำปรึกษา แนะนำการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษ รวมทั้งให้บริการข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ ลดข้อจำกัดและปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน	←				ครั้ง	● ร้อยละของคำปรึกษา หรือข้อเสนอแนะ หรือการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ ได้รับการนำไปใช้และเกิดประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงาน	ร้อยละ ๘๐	ค่าใช้จ่ายประจำ	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	ศปน.
	๒๓. ประสานงาน ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษ	←		๑๒		ครั้ง	● ร้อยละของแผนงาน/โครงการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดของกรมการค้าภายในและกระทรวงพาณิชย์	ร้อยละ ๘๐	ค่าใช้จ่ายประจำ/ งบประมาณ สบ.	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	ศปน.