



วิสัยทัศน์

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรมและพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง



แผนปฏิบัติการ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๗
กรมการค้าภายใน

คำนิยาม : เป็นธรรม โปร่งใส ใส่ใจบริการ ทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์ อุทิศเพื่อส่วนรวม

กรมการค้าภายใน
ตุลาคม ๒๕๕๖

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๗
กรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๑ : การเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด การตลาดและมาตรฐานทางการค้า

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					
- สนับสนุนการสร้าง ความมั่นคงในอาชีพ และรายได้ให้เกษตรกร - พัฒนาและส่งเสริม ระบบตลาด เพื่อสร้าง โอกาสทางการค้า - ส่งเสริมให้มีการซื้อขาย สินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน และขยายการจัดทำ มาตรฐานการค้าของ สินค้าเกษตร - สนับสนุนให้ใช้เครื่องมือวัด คุณภาพสินค้าเกษตร ทางการค้า	๑. โครงการยกระดับราคาสินค้าเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้เกษตรกร						• ร้อยละของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ได้เข้าร่วมโครงการ	ร้อยละ ๒๕	๒๐๔,๒๕๗,๒๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	คช./ตป./สผ./ สช./สคน.
	๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการรับ จำนำสินค้าเกษตร										
	(๑) วางระบบการบริหาร จัดการเพื่อกำกับดูแล การรับจำนำ	←.....๗๖๐.....→				จุด	• ร้อยละของราคาสินค้าเกษตร เป้าหมายมีราคาเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๑๐			สผ.
	(๒) ติดตาม และ กำกับ ตรวจสอบการดำเนิน โครงการรับจำนำ สินค้าเกษตร (ข้าวเปลือก)	←.....๑,๕๐๐.....→				ราย	• จำนวนผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้รับการตรวจสอบ	๑,๕๐๐ ราย			ตป./สช.
	(๓) ประชาสัมพันธ์โครงการ รับจำนำสินค้าเกษตร	←.....๕.....→				สื่อ					คช.
	๒. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการ แทรกแซงตลาดมันสำปะหลัง						• ร้อยละ ของ จำนวนเกษตรกร เป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ	ร้อยละ ๒๕	๒๘,๘๓๐,๗๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	คช.
	๒.๑ จัดประชุมชี้แจงมาตรการ แทรกแซงตลาดมันสำปะหลัง ในส่วนกลางและในระดับ จังหวัดแหล่งผลิต	←.....๕๐.....→				ครั้ง	ในโครงการช่วยเหลือเกษตรกร ผู้ปลูกมันสำปะหลังและเข้าร่วม โครงการ				
	๒.๒ อบรมตัวแทนเกษตรกร และผู้ที่เกี่ยวข้อง ณ จุดรับ จำนำ	←.....๔๙.....→				จังหวัด					
	๒.๓ ประชุมคณะกรรมการ อนุกรรมการและคณะทำงาน ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการ	๒๕	๒๕	๒๕	๔	ครั้ง					
	๒.๔ ประชาสัมพันธ์	←.....๕.....→				สื่อ					

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. โครงการสร้างโอกาสและ ขยายช่องทางการค้า						ร้อยละของจำนวนสินค้าที่มีการเชื่อมโยงกระจาย	ร้อยละ ๘๐	๔๐,๐๔๐,๒๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./สต./ บก./สคน.
	๓.๑ ผลักดันและขยายช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร	๑	๑	๒	๑	สินค้า	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมายที่มีการจัดทำสัญญาข้อตกลงมาตรฐาน (ปีฐาน ปี ๒๕๕๓)	ร้อยละ ๒๐		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./สคน.
	๓.๒ ขยายตลาดรองรับผลผลิตสินค้าเกษตร (ไข่ไก่)	๖๐					จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่ทำสัญญาซื้อขายตามข้อตกลงมาตรฐาน	๑๐ สินค้า		ภูมิภาค	สก./สคน.
	๓.๓ ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเกษตร	๑๗					จำนวนระบบตลาดที่ได้รับการส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพ	๔ ระบบตลาด			สก.
	๓.๔ เสริมสร้างศักยภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในภูมิภาค	๑									บก./สคน.
	๓.๕ พัฒนาตลาดรูปแบบต่างๆ และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร เช่น										สต.
	(๑) ศึกษาสำรวจ วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลจัดชั้นคุณภาพและแบ่งประเภทตลาด	๑	๑	-	-	ครั้ง					
	(๒) ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตลาดสด ตลาดสดสี่ฟ้า ตลาดสดดีเด่น และตลาดรูปแบบต่างๆ	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตร	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					
	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้การ เป็นตลาดในความ ส่งเสริมของกรมฯ	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๕) พัฒนาเครือข่ายข้อมูล การตลาดเชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์โดยให้ คำแนะนำให้ความรู้ กลุ่มเป้าหมายและ ประชาสัมพันธ์	๓	๓	๒	-	ครั้ง					
	(๖) พัฒนาระบบข้อมูล การตลาดเชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (จ้าง เหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๓.๖ ผลักดันให้เกิดการซื้อขาย และส่งเสริมการจัดชั้น คุณภาพสินค้าในตลาด กลางที่อยู่ในความส่งเสริม ของกรม									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.
	(๑) จัดกิจกรรมส่งเสริมการ ซื้อขายการจัดชั้นคุณภาพ สินค้าและเชื่อมโยงการ ซื้อขายในตลาดกลาง	๑	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๒) พัฒนาข้อมูลราคา ซื้อขายของตลาดกลาง ในความส่งเสริมฯ (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					
	๓.๗ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ และเกษตรกรในระบบตลาด ข้อตกลงและผลักดันการ ใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐาน ของกรมการค้าภายใน (๑) ศึกษา สำรวจ เชื่อมโยง การซื้อขายในระบบ ตลาดข้อตกลง (๒) ติดตามประเมินผล การดำเนินงานตลาด ข้อตกลง (๓) จัดฝึกอบรมผลักดัน ให้มีการใช้สัญญา ข้อตกลงมาตรฐานของ กรมการค้าภายใน (๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ระบบตลาด ข้อตกลง (๕) พัฒนาระบบข้อมูล วิเคราะห์ระบบตลาด พันธะสัญญา (จ้างเหมา)	๑	๑	-	-	ครั้ง					
	๓.๘ ผลักดันการซื้อขาย ส่งเสริม การใช้ประโยชน์และสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้า โดย - การระบายข้าวผ่านตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้า (AFET)	-	๑	๑	-	ครั้ง					
		๑	๑	๑	-	ครั้ง					
		๑	๑	๑	-	ครั้ง					
		๓	๓	๓	๓	เดือน					
		๑๒					เดือน				
									ใช้งบประมาณ กองทุนส่งเสริม การส่งออก		

[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					
	(๑) ตรวจสอบ สํารวจข้อมูลด้านการเสริมสร้าง และการบริหารจัดการของผู้ประกอบกิจการคลังสินค้าไฮโดร และห้องเย็น	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๒) เสริมสร้างความรู้ผู้ประกอบการกิจการคลังสินค้า ไฮโดร และห้องเย็น เพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๓) พัฒนาระบบข้อมูลคลังสินค้าไฮโดร และห้องเย็นเพื่อรองรับระบบโลจิสติกส์ (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สนับสนุนสร้างการรับรู้ธุรกิจคลังสินค้า ไฮโดร และห้องเย็น ภายใต้การเข้าสู่ AEC	-	๑	-	-	ครั้ง					
	๖.๒ จัดตั้งศูนย์รวบรวม และกระจายสินค้า ณ จุดที่เป็นประตูการค้า										สต.
	(๑) ศึกษา สํารวจ วิเคราะห์คัดเลือกที่ตั้ง และสินค้าเป้าหมาย เพื่อผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า	-	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) ส่งเสริมและสนับสนุนศูนย์ รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตร ปลอดภัย (ขอนแก่น)	-	-	๑	-	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริมการ จำหน่ายสินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์	-	๑	-	๑	ครั้ง					
	(๔) พัฒนาความรู้เพื่อเพิ่มมูลค่า สินค้าและเตรียมความพร้อม เข้าสู่ AEC	๑	-	-	-	ครั้ง					
	(๕) พัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร ด้านโลจิสติกส์ (้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๖) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์ รวบรวมและกระจายสินค้า	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๗) ติดตามประเมินผล การ ดำเนินงานของศูนย์ฯ	-	-	๑	๑	ครั้ง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๒ : การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร

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					
- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน - พัฒนาเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพ	๑. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าที่มีศักยภาพทางการตลาด						- จำนวนสินค้าเกษตรที่ติดตามดูแลรักษาระดับราคา - ร้อยละของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม	๗๐ รายการ	๑๐,๐๖๙,๔๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./คช./ตป./ บม/สคน.
	๑.๑ พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)	๑	-	-	-	แห่ง		ร้อยละ ๑๐๐		ภูมิภาค	สก.
	๑.๒ พัฒนาคุณภาพ/แปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้า										คช./สก.
	(๑) การจัดระบบพิเศษเฉพาะพื้นที่ข้าว	←.....๑.....→				ครั้ง					คช.
	(๒) เพิ่มประสิทธิภาพการแทรกแซงตลาดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	๔	๔	๓	๓	ครั้ง					คช.
	(๓) พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุงสำหรับผู้บริโภค	←.....๒๔๐.....→				ตัวอย่าง					คช.
	(๔) ประกวดข้าวหอมมะลิและข้าวตราคุณภาพ			←...๕๕...→		จังหวัด					คช.
	(๕) ติดตามภาวะการค้าสินค้าเกษตรที่กำกับดูแล	←.....๗๐.....→				สินค้า					สก.
	(๖) ติดตามประเมินสถานการณ์และแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	-	๑	-	-	ครั้ง					สก./ตป./ สคน.
	(๗) สร้างมูลค่าเพิ่มมะพร้าวผลแก่	←.....๔.....→				จังหวัด					สก.
	๒. โครงการส่งเสริมจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง						มีรายงานผลการศึกษาตามเป้าหมายที่กำหนด	๑ รายงาน	๙,๐๑๕,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	คช.
	๒.๑ สํารวจ ศักยภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและแปรรูปห้วมันสดเป็นผลิตภัณฑ์	-	๕	๕	-	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					
	๒.๒ จัดประชุมชี้แจงเกษตรกร ผู้ประกอบการและหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง	-	←.....๕.....→			ครั้ง					
	๓. การตรวจสอบคุณภาพข้าว ทางวิชาการ						● ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับ การอบรมมีความรู้ในการตรวจสอบ คุณภาพข้าวทางวิชาการเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๗๐	๑,๓๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	คช.
	๓.๑ ให้ความรู้แก่บุคลากร กลุ่มเป้าหมาย (ผู้ประกอบการ ค้าข้าวและโรงสี) ในการ ตรวจสอบคุณภาพข้าว ทางเคมีและทางกายภาพ	๑	๑	๒	-	ครั้ง					
	๓.๒ ฝึกอบรมนักเรียนในโครงการ ข้าวนอกนาให้มีความรู้ ในการตรวจสอบคุณภาพข้าว	-	๒	๒	-	ครั้ง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๓ : การสร้างความเป็นธรรมด้านราคา ปริมาณ คุณภาพ และลดภาระค่าครองชีพในสินค้าที่จำเป็น

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					
●เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสม เป็นธรรมและสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง มีปริมาณเพียงพอและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและการตลาด ●เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับและตรวจสอบให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และมาตรการทางการค้าที่กำหนด	๑. โครงการดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม						● จำนวนสินค้าและบริการที่มีการกำกับดูแลราคาและปริมาณเพื่อพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค	๑๙๘ รายการ	๑๐,๕๑๗,๖๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป./ตป./ สคน./บก.
	๑.๑ การเสริมสร้างความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ โดย						● ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน ● ร้อยละของสินค้าและบริการรายหมวดที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน ● ร้อยละของเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา	ร้อยละ ๙๔.๘๖ ร้อยละ ๙๔.๘๖ ร้อยละ ๙๖.๕๐		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป.
	(๑) จัดระบบบริหารจัดการเพื่อติดตามภาวะราคาสินค้าและบริการ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	(๒) ศึกษากระบวนการค้าของสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่เข้าสู่ตลาด	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	(๓) พัฒนาประสิทธิภาพการวิเคราะห์ความเหมาะสมของสินค้า/บริการให้เป็นมาตรฐาน	๒	๓	๔	๓	ครั้ง					
	(๔) ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณของสินค้าอุปโภคบริโภค	๑๙๘					รายการ			ภูมิภาค	บก.
	(๕) ประเมินสถานการณ์และเตรียมพร้อมในการแก้ปัญหาสินค้าและบริการ	๒	๒	๒	๑	ครั้ง					
	(๖) ประชุมคณะกรรมการการ/อนุกรรมการต่างๆ	๑	๓	๑	๒	ครั้ง					
	(๗) จัดทำเอกสารชี้แจงการปฏิบัติตามประกาศ การ.	-	๑	-	-	ครั้ง					
	๑.๒ ตรวจสอบติดตามและป้องปรามมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./สคน.

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					
●เสริมสร้างประสิทธิภาพ การดำเนินการในการ ลดภาระค่าครองชีพ ให้กับประชาชน ●สนับสนุนการผลิตและ การจำหน่ายสินค้า ในสถานการณ์ที่จำเป็น	(๑) ตรวจสอบการปฏิบัติตาม กฎหมาย/นโยบายรัฐบาล (สินค้าเกษตรและสินค้า อุปโภคบริโภค) (๒) ตรวจสอบข้อร้องเรียน และแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน (๓) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (เช่น ป้ายแสดงราคา แผ่นพับ คำชี้แจงข้อ กฎหมาย ถุงผ้าออนไลน์ ๑๕๖๙)	 ๗๗,๕๐๐				ราย					
		๓๐๐	๓๐๐	๓๐๐	๓๐๐	ราย					
		 ๔				สื่อ					
	๒. โครงการธงฟ้าราคาประหยั ลดค่าครองชีพประชาชน						ร้อยละ	ร้อยละ ๓๐	๒๐๐,๖๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พค./สคน.
	๒.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพ ในราคาค่ากว่าท้องตลาดทั่วไป	๒๒๐	๒๕๐	๒๔๗	๒๒๑	ครั้ง	ประชาชนลดลง	๙๓๙ ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พค./สคน.
	๒.๒ ส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการ ธงฟ้าให้มีศักยภาพในการ ปรับตัวสู่ AEC โดย - พัฒนาความรู้เกี่ยวกับการ เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนรองรับการเปิดตลาด และฐานการผลิตเดียว - พัฒนาความรู้ด้านการผลิต และการตลาดแก่ผู้ประกอบการ ให้เป็นมาตรฐานสากล - ขยายช่องทางการจำหน่าย สินค้าธงฟ้าไปยังภูมิภาค อาเซียน		 ๑			ครั้ง	ร้อยละของผู้ประกอบการธงฟ้า ที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๗๐		ภูมิภาค	พค./สคน.

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					
- พัฒนาบทบาทเครือข่ายผู้บริโภครวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค - ส่งเสริมการประกอบธุรกิจโดยใช้หลักคุณธรรมจริยธรรม และธรรมาภิบาล รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม - พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน	๓. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า						ร้อยละของจำนวนเครือข่ายเป้าหมายที่มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง	ร้อยละ ๗๐	๙,๘๓๖,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./พค./ สต./สคน.
	๓.๑ ส่งเสริมให้มีอาสาฬงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้เป็นธรรม						- จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลราคา เฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม - จำนวนอาสาฬงฟ้าที่เข้าร่วมโครงการ	๔๗๐ ราย		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
	(๑) การรายงานและติดตามภาวะและพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการโดยเครือข่าย “อาสาฬงฟ้า ๑๕๖๙”	๔๗๐				คน	จำนวนผู้ประกอบการ (สถานบริการน้ำมันเติมลิตร) ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานเพื่อสร้างทางเลือกให้ผู้บริโภค	๑,๔๗๖ แห่ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	
	(๒) สัมมนาสร้างเครือข่ายอาสาฬงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพ	๑๐๐				คน	จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานธงฟ้าเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค	๕,๕๐๐ ร้าน		ภูมิภาค	พค./สคน
	๓.๒ ส่งเสริมผู้ประกอบการเข้ามาเป็นพันธมิตรและร่วมรับผิดชอบในการสร้างความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค										พค./สต.
	(๑) จัดกิจกรรมรณรงค์สร้างจริยธรรมทางการค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการมีจริยธรรมที่ดี	๓๖				จังหวัด					
	- ตรวจสอบและกำกับดูแลตลาดสดดีเด่น	๒	๒	๒	๒	ครั้ง					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					
	- ตรวจสอบและกำกับ ดูแลร้านค้าแก๊สหุง ต้มชั้นดี	←.....	๒๐๐			ร้าน					พค.
	- อบรมส่งเสริมสร้าง จริยธรรมทางการค้า แก่ผู้ประกอบการ รับประกันคุณภาพ	←.....	๕๒			ราย					พค.
	(๒) อบรมชี้ให้ผู้ประกอบการ ร้านอาหารเข้าร่วมเป็น ร้านอาหารธงฟ้า	←.....	๕,๕๐๐			ร้าน					
	(๓) เสริมสร้างความรู้ให้กับ โรงเรียนเครือข่ายยุวชน ธงฟ้า	←.....	๔๐			โรงเรียน					
	(๔) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับการรักษา สิทธิประโยชน์ของ ผู้บริโภค	←.....	๖๐			โรงเรียน					
	(๕) ติดตามประเมินผล (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๓.๓ กำกับดูแลสถานบริการ น้ำมันให้ปฏิบัติตามเกณฑ์ มาตรฐานสถานบริการ น้ำมันเต็มลิตร	←.....	๑,๔๗๖			แห่ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./สช.

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔ : เสริมสร้างมาตรฐานการชั่งตวงวัดให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อสนับสนุนการค้าให้เข้มแข็งและเป็นธรรม

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					
- พัฒนามาตรฐานการซ้ดงวัดให้ทันสมัยเทียบเท่ากับมาตรฐานซ้ดงวัดสากลและทันต่อการเปลี่ยนแปลง - เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับ ตรวจสอบเครื่องซ้ดงวัด และสินค้าหีบห่อ ให้ถูกต้อง เทียงตรงปริมาณครบถ้วน - ขยายขอบเขตการกำกับดูแลเครื่องซ้ดงวัดชนิดใหม่ที่สำคัญต่อการค้าและบริการ	๑. โครงการกำกับดูแลการซ้ดงวัดและสินค้าหีบห่อเพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย						ร้อยละของเครื่องซ้ดงวัดและสินค้าหีบห่อที่ตรวจสอบขณะใช้งานถูกต้องตามกฎหมาย	ร้อยละ ๙๘	๗๒,๑๔๗,๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./สช.
	๑.๑ กำกับตรวจสอบการซ้ดงวัดและสินค้าหีบห่อให้ถูกต้อง เทียงตรงและเป็นธรรมในการซื้อขาย (๑) ออกหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจนำเข้าขายและให้บริการซ้ดงวัด (๒) ออกหนังสือรับรองการประกอบธุรกิจผลิตซ่อมเครื่องซ้ดงวัด (๓) ออกหนังสืออนุญาตให้นำเครื่องซ้ดงวัดออกจากด่านศุลกากร (๔) ตรวจสอบเครื่องซ้ดงขณะใช้งาน (๕) ตรวจสอบสินค้าหีบห่อ (๖) ตรวจสอบเครื่องซ้ดงตามคำร้องเรียน (๗) ตรวจสอบและให้คำรับรองเครื่องวัดความชื้นข้าว	๖๙๓,๘๘๖	๖๙๓,๘๘๖	๖๙๓,๘๘๖	๖๙๓,๘๘๖	เครื่อง/ หีบห่อ	จำนวนเครื่องซ้ดงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	๒,๗๗๕,๕๔๔ เครื่องหีบห่อ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./สช. ชว. ชว. สช. ชว./สช. 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					
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านซังตวงวัดมีความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงส่งเสริมให้มีมาตรฐานทางการค้าของอาเซียน	๑.๒ ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของศูนย์ซังตวงวัด	←.....	๒	→		แห่ง					สช.
	๒. โครงการเสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)						จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรมให้ความรู้	๑ ครั้ง	๒,๖๒๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ชว.
	๒.๑ ให้ความรู้แก่บุคลากรซังตวงวัดเพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการระบบการรับรองปริมาณการบรรจุสินค้าหีบห่อ	-	←.....	๑	→	-	ครั้ง				
	๒.๒ ขอรรับรองความสามารถด้านการตรวจสอบสินค้าหีบห่อ	-	←.....	๓	→	-	ระบบ				
	๒.๓ ศึกษากระบวนการบรรจุของผู้ประกอบการด้านสินค้าหีบห่อและระเบียบข้อกำหนดของระบบรับรองสินค้าทั้งในและนอกประเทศ (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๕ : กำกับและส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ในการประกอบธุรกิจ

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					
● รักษาและยกระดับประสิทธิภาพการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า ● ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมและภูมิคุ้มกันในการประกอบธุรกิจ	๑. โครงการส่งเสริมและป้องกันการผูกขาดตัดตอนทางการค้า						● ร้อยละของระดับการแข่งขันทางการค้าของธุรกิจเป้าหมายมีความเป็นธรรมดีขึ้น	ร้อยละ ๙๒.๐๒	๕,๒๙๘,๔๐๐	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	สข./กม.
	๑.๑ รักษาและยกระดับประสิทธิภาพการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า						● ร้อยละของจำนวนธุรกิจสินค้าและบริการที่กำกับดูแลให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรม (๘๐ รายการ)	ร้อยละ ๑๐๐			
	(๑) ติดตาม ตรวจสอบและป้องกันพฤติกรรมที่จำกัดการแข่งขันทางการค้า	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	ร้อยละ	● ร้อยละของเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์และเรื่องที่ศึกษาวิเคราะห์ตรวจสอบพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าแล้วเสร็จตามนิยาม	ร้อยละ ๗๐			
	(๒) รวบรวมข้อเท็จจริงและวิเคราะห์พฤติกรรมตามข้อร้องเรียน	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	ร้อยละ	● ร้อยละของผู้ประกอบธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายการแข่งขันทางการค้า	ร้อยละ ๘๐			
	๑.๒ พัฒนาระบบการกำกับการแข่งขันทางการค้า										
	(๑) กำหนดและพัฒนากลไกเกณฑ์ กฎระเบียบและแนวทางการพิจารณาตาม พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๔๒	๑๐	๒๐	๔๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๒) ศึกษาวิเคราะห์ด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า										
	- ศึกษากฎระเบียบและการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของต่างประเทศ	๑๐	๒๐	๔๐	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					
	- ศึกษาโครงสร้างธุรกิจ และพฤติกรรมในตลาด สินค้าและบริการเป้าหมาย - ศึกษาวิเคราะห์อื่นๆ	๑๐	๒๐	๔๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	๑.๓ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และ ภูมิคุ้มกันในการประกอบธุรกิจ										
	(๑) สร้างองค์ความรู้ด้าน การค้าที่เสรีและเป็นธรรม แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ องค์กรและบุคคลผู้สนใจ	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	ร้อยละ					
	(๒) ประชาสัมพันธ์เชิงรุก และบริการให้คำปรึกษา	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๓) พัฒนาเครือข่ายวิชาการ ด้านการแข่งขันทางการค้า กับสถาบันการศึกษา	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	ร้อยละ					
	(๔) พัฒนาสมรรถนะบุคลากร ด้านการกำกับดูแลการ แข่งขันทางการค้า	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 ดำเนินกิจกรรมตามนโยบาย										
	(๑) ประสานความร่วมมือกับ กับห้างค้าส่งค้าปลีกใน การจัดกิจกรรมลดค่า ครองชีพ	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๒) ส่งเสริมการจำหน่าย สินค้า OTOP ในห้างค้าส่ง ค้าปลีก	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ					
	๑.๖ ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหารือ	๒๘				เรื่อง/ฉบับ	● จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรมสัญญา การดำเนินคดี และการตอบ ข้อหารือ	๒๘ เรื่อง/ฉบับ		ส่วนกลาง	กม.
	๑.๗ ดำเนินการพัฒนากฎหมาย ตามนโยบายที่รัฐบาลกำหนด	๑				ฉบับ	● จำนวนกฎหมายที่ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ ปัจจุบัน	๑ ฉบับ		ส่วนกลาง	กม.

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๖ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีความเป็นเลิศ

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					
● พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โดยยึด ประชาชนเป็นศูนย์กลาง บนพื้นฐานหลักการ บริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี (Good Governance)	๑. โครงการป้องกันการทุจริตและ ประพฤติมิชอบ ปี ๕๗						● ระดับความสำเร็จของการ ดำเนินการตามมาตรการป้องกัน และปราบปรามการทุจริต	ระดับ ๕	ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สบ.(กจ.)
	๑.๑ การดำเนินการตามมาตรการ ป้องกันและปราบปรามการ ทุจริตและประพฤติมิชอบ (๑) จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ เกี่ยวกับธรรมาภิบาล คุณธรรม จริยธรรม จรรยา และวินัยข้าราชการ		๒			ครั้ง					
	(๒) จัดให้มีระบบความพร้อม รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้วยการจัดทำข้อตกลง ผลการปฏิบัติงานรายบุคคล และมีการประเมินผลการ ปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงกับ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน		๒			ครั้ง					
	(๓) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ รณรงค์ป้องกันการทุจริต		๒			กิจกรรม					
	(๔) จัดกิจกรรมยกย่อง บุคลากร คน. ต้นแบบ		๑			ครั้ง	● ระดับความสำเร็จของการพัฒนา บุคลากร	ระดับ ๕	๑,๔๐๙,๓๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สบ.(กจ.)
	๒. โครงการพัฒนาระบบบริหาร ทรัพยากรบุคคล										
	๒.๑ พัฒนาทักษะการบริหาร ระดับต้น	๓				ครั้ง					
	๒.๒ พัฒนาระบบบริหารจัดการ ความรู้ภายในองค์กร		๔			ครั้ง					
	๒.๓ ส่งเสริมความผูกพันและพัฒนา คุณภาพชีวิต		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					
	๒.๔ ปฐมนิเทศข้าราชการบรรจุใหม่ ๒.๕ เสริมสร้างสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคคลกร งานอำนวยการ - ด้านเอกสาร/งานสารบรรณ - ด้านบุคลากร อัตรากำลังและระบบงานพัฒนา สรรหาบรรจุแต่งตั้ง การดำเนินงานทางวินัยสวัสดิการ พิจารณาความดีความชอบ - ด้านการเงิน บัญชี และงบประมาณ - ด้านพัสดุ จัดซื้อจัดจ้างบริหารพัสดุและยานพาหนะ	๒	๑๑			ครั้ง หลักสูตร สำนัก/กอง			ค่าใช้จ่ายประจำ		สบ. สบ. กจ. สบ. สบ.
	๓. โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร						● ร้อยละของบุคลากรที่มีความรู้ไปพัฒนางานตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ	ร้อยละ ๘๐	๔๕๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.
	๓.๑ ให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ		๒			ครั้ง				ภูมิภาค	
	๓.๒ เสริมสร้างความรู้ในการยกระดับการปรับปรุงองค์กร		๔			ครั้ง				ส่วนกลาง	
	๓.๓ ติดตามผลการพัฒนาองค์กร		๓			ครั้ง				ส่วนกลาง	

[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					
	(๑) การบริหารจัดการ (การบริหารจัดการทางการเงินและการบริหารงานพัสดุ)	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๒) จัดหาระบบรักษาความปลอดภัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์และระบบป้องกันการบุกรุกเว็บไซต์	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๓) จัดหาระบบสำรองข้อมูลสารสนเทศพาณิชย์กรรมการค้าภายใน	๑๐	๓๕	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๔) การกำกับและส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๕) ระบบสำนักงบประมาณจัดเก็บข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (ระบบ E-Learning)	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	๗. จ้างที่ปรึกษา								๑,๐๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๗.๑ จ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกรรมการค้าภายใน	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	๘. บำรุงรักษาระบบฐานข้อมูล					ระบบ			๔,๔๗๒,๘๐๐	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 กำกับดูแลการรับจำนำข้าว	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๘ นิติบุคคลและงบการเงิน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๙ ระบบสำนักงานระบบจัดเก็บ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๐ ระบบ Internet และระบบ ภูมิสารสนเทศ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๑ ระบบ Intranet กรรมการค้าภายใน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๒ ระบบงานและระบบฐานข้อมูล ตามโครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๓ ระบบงานคลังตรวจวัด	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๔ ระบบคลังข้อมูล (Data Warehouses)	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๕ 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								๑,๑๘๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	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					
	๙.๕ เครื่องปรับอากาศแบบ ควบคุมอุณหภูมิและ ความชื้น รวมทั้งระบบ รักษาความปลอดภัยห้อง เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server)	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๑๐. บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์								๑,๘๐๗,๒๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๑๐.๑ บำรุงรักษาเครื่อง คอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) เครื่องคอมพิวเตอร์ และ LAN Cable	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๑๐.๒ บำรุงรักษาเครื่องสำรอง ไฟฟ้า	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๑๐.๓ บำรุงรักษาอุปกรณ์ต่อพ่วง อื่นๆ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๑๑. บำรุงรักษาอุปกรณ์ของศูนย์ บริหารจัดการแก้ไขปัญหาราคา สินค้า	๓	๓	๓	๓	ครั้ง			๕๘๒,๐๐๐	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					
	๑๒. การพัฒนาบุคลากรด้าน ICT ปี ๒๕๕๖	-	๔	๒	-	ครั้ง			๔๒๐,๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ศทส.
	๑๓. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน						● ร้อยละของกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับบริการ ที่พึงพอใจใน ข่าวสารที่ให้บริการ	ร้อยละ ๘๐	๒,๑๖๕,๙๒๐	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๓.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์										สผ.
	(๑) จัดทำข่าว บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์	๒๕	๒๕	๒๕	๒๕	ครั้ง					
	(๒) จัดทำกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ดนำเสนอผลงาน ออกสำรวจข้อเท็จจริง)	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)	-	-	๒	๒	ครั้ง					
	(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					
	๑๓.๒ การสร้างการรับรู้ด้าน ความเป็นธรรมทางการค้า เพื่อประชาชน (๑)จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (๒)รับฟังความคิดเห็นและ ความต้องการของประชาชน ในการมีส่วนร่วมในการ สนับสนุนการดำเนินงาน ของกรม	-	๑	-	๑	ครั้ง					สผ.
	๑๔. พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์ และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ รวมทั้งติดตามประเมินผล การดำเนินงานของกรม	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	สำนัก/กอง			๒๗๘,๐๐๐	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๕. บริหารจัดการเพื่อสนับสนุน การดำเนินงานของสำนัก	๓	๓	๓	๓	เดือน			๑,๙๘๓,๐๐๐	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๖. งานวิเทศสัมพันธ์และกิจกรรม ต่างประเทศ	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	ครั้ง			ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๗. การตรวจสอบภายใน					ร้อยละ	● ร้อยละของความสำเร็จของ งานที่สามารถดำเนินการได้ ตามแผนการตรวจสอบ	ร้อยละ ๑๐๐	๓๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/	ตน.
	๑๗.๑ ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ตามข้อกำหนด	๕	๑๔	๑๑	๒	ครั้ง	● ร้อยละของจำนวนรายงานการ ตรวจสอบที่กลุ่มตรวจสอบภายใน มีคำแนะนำและหน่วยรับตรวจ นำไปปฏิบัติ	ร้อยละ ๗๕		ภูมิภาค	
	๑๗.๒ ตรวจสอบทางการเงิน การการบัญชี และการ พัสดุ	๓	๑๓	๘	๓	ครั้ง	● จำนวนเรื่องที่ทำคำแนะนำ จากการตรวจสอบทางการเงิน หรือการปฏิบัติตามข้อกำหนด	๓ เรื่อง			
	๑๗.๓ ตรวจสอบผลการดำเนินงาน	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๑๗.๔ สอบทานการประเมินผล การควบคุมภายใน	๑	-	-	-	ครั้ง					

