



วิสัยทัศน์

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรมและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

ค่านิยม

เป็นธรรม

โปร่งใส

ใส่ใจบริการ

ทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์

อุทิศเพื่อส่วนรวม

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖
กรมการค้าภายใน

แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖
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. โครงการยกระดับราคาสินค้า เกษตรเพื่อเพิ่มรายได้เกษตรกร						ร้อยละของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ได้เข้าร่วมโครงการ	ร้อยละ ๒๕	๒๐๓,๖๓๗,๘๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	คช./ตป./สผ./ สช./สคน.
	๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการรับ จำนำสินค้าเกษตร						ร้อยละของราคาสินค้าเกษตร เป้าหมายมีราคาเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๑๐			
	(๑) วางระบบการบริหาร จัดการเพื่อกำกับดูแล การรับจำนำ	๒				ระบบ					สผ.
	(๒) ติดตาม และ กำกับ ตรวจสอบการดำเนิน โครงการรับจำนำ สินค้าเกษตร (ข้าวเปลือก)	๑,๔๕๐				ราย					ตป.
	(๓) ประชาสัมพันธ์โครงการ รับจำนำสินค้าเกษตร	๖				สื่อ					คช.
	๒. โครงการสร้างโอกาสและ ขยายช่องทางการค้า						ร้อยละของจำนวนสินค้าเกษตร ที่เข้าไปบริหารจัดการแล้วเป็นไป ตามวัตถุประสงค์	ร้อยละ ๙๐	๔๙,๒๘๑,๑๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก/สต/ บก./สคน.
	๒.๑ เชื่อมโยงการตลาดผัก ผลไม้เพื่อขยายช่องทางการ จำหน่าย			๓		สินค้า	จำนวนสินค้าเกษตรที่ติดตามดูแล รักษาระดับราคา	๗๐ รายการ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./บก/ สคน.
	๒.๒ เชื่อมโยงการจำหน่าย สินค้าเกษตร (สุกร ไก่ไข่)		๗๗			จังหวัด	ร้อยละของจำนวนสินค้าที่มีการ เชื่อมโยงกระจาย	ร้อยละ ๘๐			สก./บก./ สคน.
	๒.๓ ส่งเสริมการจำหน่าย สินค้าเกษตร		๑			ครั้ง	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้า เป้าหมายที่มีการจัดทำสัญญาข้อตกลง มาตรฐาน (ปีฐาน ปี ๒๕๕๓)	ร้อยละ ๒๐			สก.
	๒.๔ ติดตามภาวะการค้าสินค้า เกษตรที่กำกับดูแล		๗๐			สินค้า	จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่ทำ สัญญาซื้อขายตามข้อตกลงมาตรฐาน	๑๐ สินค้า			สก./บก./ 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					
	๒.๕ เสริมสร้างศักยภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในภูมิภาค			๑		ครั้ง	● จำนวนระบบตลาดที่ได้รับการส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพ	๔ ระบบตลาด			บภ./สคน.
	๒.๖ เพิ่มศักยภาพมาตรฐานคุณภาพการผลิตของโรงงานปลาป่น			๑๕		โรงงาน					สก.
	๒.๗ เพิ่มประสิทธิภาพเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง	๒๓	๒๒	๒๒	๒๑	ครั้ง					คข.
	๒.๘ พัฒนาลาดรูปแบบต่างๆ เช่น										สต.
	(๑) ศึกษาสำรวจ วิเคราะห์รวบรวมข้อมูลจัดขึ้นและแบ่งประเภทตลาด	๑	๑	-	-	ครั้ง					
	(๒) จัดประชุม สัมมนาเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาระบบตลาดในรูปแบบต่างๆ	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๓) ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตลาดสดตลาดสดสี่ฟ้า และตลาดรูปแบบต่างๆ	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	(๔) พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยให้คำแนะนำกลุ่มเป้าหมาย	-	๑	๓	-	ครั้ง					
	(๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นตลาดสดดีเด่นในความส่งเสริมของกรมฯ	-	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					
	๒๙ สร้างการรับรู้และกระตุ้น การใช้ประโยชน์จากระบบ ตลาด โดยการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ ชุมชนกับตลาดกลาง	๑	๓	๑	-	ครั้ง					สต.
	๒.๑๐ ผลักดันให้เกิดการซื้อขาย ในตลาดกลางและส่งเสริม การจัดชั้นคุณภาพสินค้าใน ตลาดกลาง									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.
	(๑) ศึกษา สํารวจข้อมูล การจัดตั้ง แนวทางการ พัฒนาและเชื่อมโยง เครือข่ายตลาดกลาง	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๒) จัดกิจกรรมส่งเสริมการ ซื้อขายการจัดชั้นคุณภาพ สินค้าและเชื่อมโยงการ ซื้อขายในตลาด	๒	๒	๓	๑	ครั้ง					
	(๓) พัฒนาข้อมูลราคา ซื้อขายของตลาดกลาง ในความส่งเสริมฯ (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๔) ให้ความรู้กลุ่มเกษตรกร ในการจัดชั้นคุณภาพ สินค้าเกษตร	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๕) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาดกลาง	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	(๖) กำหนดแนวทางการ ส่งเสริมและพัฒนา ตลาดกลาง	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๗) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	-	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					
	๒.๑๑ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ และเกษตรกรในระบบตลาด ข้อตกลงและผลักดันการ ใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐาน ของกรมการค้าภายใน (๑) ศึกษาสำรวจ เชื่อมโยง การซื้อขายในระบบ ตลาดข้อตกลง (๒) ติดตามประเมินผล การดำเนินงานตลาด ข้อตกลง (๓) จัดฝึกอบรมผลักดัน ให้มีการใช้สัญญา ข้อตกลงมาตรฐานของ กรมการค้าภายใน (๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ระบบตลาด ข้อตกลง	๑	๑	๒	-	ครั้ง					
		-	๒	๑	๑	ครั้ง					
		-	๒	๑	-	ครั้ง					
		๑	๑	๑	-	ครั้ง					
	๒.๑๒ ผลักดันการซื้อขาย ส่งเสริม การใช้ประโยชน์และสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้า โดย - จัดอบรมเครือข่ายกลุ่ม เกษตรกรให้มีความรู้ เกี่ยวกับกลไกการซื้อขาย ล่วงหน้าและการใช้ประโยชน์ จากตลาดสินค้าเกษตร ล่วงหน้า	๑	๑	-	-	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ดำเนินการ	หน่วยงานรับผิดชอบ
		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					
	๒.๑๓ ส่งเสริมและพัฒนาสารสนเทศระบบตลาดโดยพัฒนาระบบข้อมูลราคาสินค้าเกษตร (๖ จังหวัด/กทม.) (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๓. โครงการส่งเสริมการจำหน่ายผลผลิตของจังหวัดชายแดนภาคใต้						● ร้อยละของราคาผลผลิตที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นเทียบกับช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก	ร้อยละ ๑๐	๑๘,๔๕๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	บภ./สคน.
	๓.๑ ประเมินสถานการณ์ผลผลิตก่อนออกสู่ตลาดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	-	-	-	๖	ครั้ง					
	๓.๒ เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตร ๓ จังหวัด ชายแดนภาคใต้	-	-	-	๒,๐๐๐	ตัน					
	๓.๓ จัดงานจำหน่ายสินค้าเกษตรจังหวัดปลายทาง	-	-	-	๒๐	จังหวัด					
	๓.๔ ติดตามประเมินผล	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๔. โครงการพัฒนาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการค้า						● ร้อยละของผู้ประกอบการที่กรมออกไปสำรวจเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ ๖๐	๖,๐๕๖,๖๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สศ.
	๔.๑ ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ให้เข้ากับกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น รวมทั้งตลาดเพื่อเป็นจุดพักและกระจายสินค้า (๑) ตรวจเยี่ยม สํารวจข้อมูลด้านการเสริมสร้าง และการบริหารจัดการของผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น	๑	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) เสริมสร้างความรู้ผู้ประกอบการ กิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น เพื่อพัฒนา ศักยภาพการบริหารจัดการ และเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันเตรียมพร้อม เข้าสู่ AEC	-	-	๑	-	ครั้ง					
	(๓) พัฒนาระบบข้อมูลคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็นเพื่อ รองรับระบบโลจิสติกส์ (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๔) ประชาสัมพันธ์มาตรฐาน กิจการคลังสินค้า ไฮโล และ ห้องเย็น	-	๑	-	-	ครั้ง					
	๔.๒ ผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวม และกระจายสินค้า ณ จุดที่เป็น ประตูการค้า										สต.
	(๑) ศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ คัดเลือกที่ตั้ง และสินค้า เป้าหมาย เพื่อผลักดันการ จัดตั้งศูนย์รวบรวมและ กระจายสินค้า	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๒) ส่งเสริมและสนับสนุนศูนย์ รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตร ปลอดภัย (ขอนแก่น)	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริมการ จำหน่ายสินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์	-	-	-	๑	ครั้ง					
	(๔) พัฒนาระบบเพื่อปรับปรุง ข้อมูลการซื้อขายให้ทันสมัย วิเคราะห์ เชื่อมโยง และ ประมวลผลข้อมูล (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) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์ รวบรวมและกระจายสินค้า	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๖) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานของศูนย์ฯ	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	๕. โครงการเสริมสร้างศักยภาพและ ยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบการ กิจการคลังสินค้า ไฮโล ห้องเย็น						● ร้อยละของผู้เข้าร่วมโครงการและ ขอรับการประเมินผ่านเกณฑ์ มาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ ๘๐	๑,๘๖๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	สต.
	๕.๑ พัฒนาผู้ประกอบการคลังสินค้า ไฮโล ห้องเย็นรายใหม่เข้าสู่ มาตรฐานคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น	←.....	๑๐	→		ราย					
	๕.๒ ตรวจสอบประเมินให้คำรับรอง มาตรฐานผู้ประกอบการ คลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น	←.....	๕๐	→		ราย					

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						- ร้อยละของมูลค่าสินค้าเกษตรกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นจากปีฐาน - ร้อยละของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม	ร้อยละ ๗	๑๓,๖๓๙,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./คช./ตป./ บภ./สคน.
	๑.๑ พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)		← ๒ →			แห่ง					สก.
	๑.๒ พัฒนาคุณภาพ/แปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้า										คช./สก.
	(๑) จ้างที่ปรึกษาเพิ่มศักยภาพมาตรฐานคุณภาพการผลิตของผู้ประกอบการค้าข้าว GMP/HACCP		← ๒๐ →			ราย					คช.
	(๒) การจัดระบบพิเศษเฉพาะพื้นที่ข้าว	← ๑ →				ครั้ง					คช.
	(๓) จัดระบบการค้าสินค้าพืชน้ำมันและวัตถุดิบอาหารสัตว์			← ๓ →		สินค้า					สก.
	(๔) เพิ่มประสิทธิภาพการแทรกแซงตลาดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	๔	๔	๓	๓	ครั้ง					คช.
	(๕) สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาดสินค้าข้าว										คช.
	-จ้างที่ปรึกษาศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้และช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรให้กับเกษตรกร				← ๑ →	ผลการ ศึกษา					

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					
	(๖) พัฒนาคุณภาพข้าวสาร บรรจุถุงสำหรับผู้บริโภค	๒๔๐					ตัวอย่าง				คช.
	(๗) ประกวตข้าวหอมมะลิ และข้าวตราคุณภาพ			๕๕		จังหวัด					คช.
	(๘) ติดตามประเมินสถานการณ์ และแก้ไขปัญหาสินค้า เกษตร			๑	๑	ครั้ง					สก./ตป./ สคน.

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	๒๐๐ รายการ	๑๐,๗๕๒,๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป./ตป./ สคน./บก.
	๑.๑ การเสริมสร้างความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ โดย						● ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน ● ร้อยละของสินค้าและบริการสำคัญที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน ● ร้อยละของเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา	ร้อยละ ๙๓.๐๐		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป.
	(๑) จัดระบบบริหารจัดการเพื่อติดตามภาวะราคาสินค้าและบริการ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง		ร้อยละ ๙๑.๐๐			
	(๒) ศึกษากระบวนการค้าของสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่เข้าสู่ตลาด	-	๑	-	๑	ครั้ง		ร้อยละ ๙๖.๒๕			
	(๓) พัฒนาประสิทธิภาพการวิเคราะห์ความเหมาะสมของสินค้า/บริการให้เป็นมาตรฐาน	๒	๓	๒	๒	ครั้ง					
	(๔) ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณของสินค้าอุปโภคบริโภค			๒๐๕		รายการ				ภูมิภาค	บก.
	(๕) ประเมินสถานการณ์และเตรียมพร้อมในการแก้ปัญหาสินค้าและบริการ	๓	๒	๓	๒	ครั้ง					
	(๖) ประชุมคณะกรรมการการกร/อนุกรรมการต่างๆ	-	๒	๒	๒	ครั้ง					
	(๗) จัดทำเอกสารชี้แจงการปฏิบัติตามประกาศ กรร.	-	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					
- เสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินการในการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน - สนับสนุนการผลิตและการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็น	(๑) ตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย/นโยบายรัฐบาล (สินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภค)	๗๗,๕๐๐				ราย					
	(๒) ตรวจสอบข้อร้องเรียนและแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน	๓๐๐	๓๐๐	๓๐๐	๓๐๐	ราย					
	(๓) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (เช่น ป้ายแสดงราคาแผ่นพับ คำชี้แจงข้อกฎหมาย ถุงผ้าชอตไลน์ ๑๕๖๙ และเสื้อยืด)	๕				สื่อ					
	๒. โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน					ร้อยละ	ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นแก่การครองชีพของประชาชนลดลง	ร้อยละ ๒๐	๑๙๓,๒๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พค./สคน.
	๒.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป	๒๒๕	๒๓๒	๒๔๐	๒๔๐	ครั้ง	จำนวนครั้งการจัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคลดค่าครองชีพ	๙๓๗ ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พค./สคน.
	๒.๒ รณรงค์ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารให้เข้าร่วมเป็นร้านอาหารธงฟ้า	๑,๓๗๕	๑,๓๗๕	๑,๓๗๕	๑,๓๗๕	ร้าน	จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานธงฟ้าเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค	๕,๕๐๐ ร้าน			
	๒.๓ ติดตาม ตรวจสอบ แนะนำ และให้การส่งเสริมรถเข็นธงฟ้า	๒๐	๓๐	๕๐	๓๐	ร้าน	จำนวนรถเข็นธงฟ้าที่ปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	๑๓๐ ร้าน			
	๓. โครงการลดค่าครองชีพไทยช่วยไทย			๑๐,๐๐๐		แห่ง	จำนวนร้านค้าที่สมัครเข้าร่วมโครงการ	๑๐,๐๐๐	๑,๖๒๐,๐๐๐,๐๐๐ (งบกลางของ ปี ๒๕๕๕)	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กรมการค้า ภายใน
	*๓.๑ โซนช่วยเหลือชาติ “ร้านถูกใจ” ๓.๒ มหกรรมธงฟ้าลดค่าครองชีพไทยช่วยไทย										

หมายเหตุ : * ตามมติ ค.ร.ม. เมื่อวันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๕๕ เห็นชอบขยายระยะเวลาการดำเนินงานออกไปอีก ๓ เดือน (ต.ค.-ธ.ค. ๒๕๕๕)

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					
- พัฒนาบทบาทเครือข่ายผู้บริโภค รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค - ส่งเสริมการประกอบธุรกิจโดยใช้หลักคุณธรรมจริยธรรม และธรรมาภิบาล รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม - พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน	๔. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า						ร้อยละของจำนวนเครือข่ายเป้าหมายที่มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง	ร้อยละ ๗๐	๘,๖๗๓,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./พค./ สต./สคน.
	๔.๑ ส่งเสริมให้มีอาสาสมัครเพื่อเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้เป็นธรรม						- จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลราคา เฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม - จำนวนอาสาสมัครที่เข้าร่วมโครงการ	๔๖๕ ราย ๕๕๐ ราย		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
	(๑) การรายงานและติดตามภาวะและพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการโดยเครือข่าย “อาสาสมัคร ๑๕๖๙”			๔๖๕		ราย	จำนวนผู้ประกอบการ (สถานประกอบการน้ำมันเต็มลิตร) ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานเพื่อสร้างทางเลือกให้ผู้บริโภค	๑,๔๒๔ แห่ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	
	(๒) สัมมนาสร้างเครือข่ายอาสาสมัคร ๑๕๖๙ เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพ			๑๐๐		ราย					
	๔.๒ ส่งเสริมผู้ประกอบการเข้ามาเป็นพันธมิตรและร่วมรับผิดชอบต่อผู้บริโภค										พค./สต.
	(๑) จัดกิจกรรมรณรงค์สร้างจริยธรรมทางการค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการมีจริยธรรมที่ดี			๓๖		จังหวัด					
	- ตรวจสอบและกำกับดูแลตลาดสดดีเด่น			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 ต้มขั้นดี	๓๕	๕๐	๔๖	๔๐	ร้าน					พค.
	- อบรมส่งเสริมสร้าง จริยธรรมทางการค้า แก่ผู้ประกอบการ รับประกันคุณภาพ	๑๐	๑๕	๑๕	๑๒	ราย					พค.
	(๒) เสริมสร้างความรู้ให้กับ โรงเรียนเครือข่ายยุวชน ธงฟ้า	๑๐	๑๕	๑๕	๑๐	โรงเรียน					
	(๓) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับการรักษา สิทธิประโยชน์ของ ผู้บริโภค	๒				ครั้ง					
	(๔) ติดตามประเมินผล (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๔.๓ กำกับดูแลสถานบริการ น้ำมันให้ปฏิบัติตามเกณฑ์ มาตรฐานสถานบริการ น้ำมันเต็มลิตร	๑,๔๒๔				แห่ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./สช.
	๕. โครงการติดตั้งระบบเครือข่าย อัจฉริยะ “สายด่วน ๑๕๖๙” ทั่วประเทศ						● จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกตรวจสอบ และมีการปฏิบัติตามกฎหมาย	๕๕๐ ราย	๕,๔๔๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
	๕.๑ บริหารจัดการโครงการ	๑๒				เดือน					
	๕.๒ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ โปสเตอร์)			๒		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					
	๕.๓ ประชาสัมพันธ์การให้บริการ “สายด่วน ๑๕๖๙” แก่ กลุ่มเป้าหมาย	←.....	๗๖			จังหวัด					
	๕.๔ กำกับตรวจสอบผู้ประกอบการ ทั่วประเทศเมื่อได้รับการ ร้องเรียน	←.....	๕๕๐			ราย					
	๕.๕ ตรวจสอบข้อเท็จจริงและ ดำเนินการกำกับผู้กระทำผิด โดยทดลองซื้อสินค้า	←.....	๗๖			จังหวัด					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๔ : เสริมสร้างมาตรฐานการชั่งตวงวัดให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อสนับสนุนการค้าให้เข้มแข็งและเป็นธรรม

[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					
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านช้างตวงวัดมีความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงส่งเสริมให้มีมาตรฐานทางการค้าของอาเซียน	๑.๒ ขยายศูนย์การให้บริการตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อเพื่อเพิ่มศักยภาพในการกำกับดูแล (๑) พัฒนามาตรฐานการตรวจสอบสินค้าหีบห่อและยกระดับมาตรฐานช้างตวงวัด (๒) พัฒนาและปรับปรุงสถานที่สำหรับปฏิบัติงานช้างตวงวัด	←.....๑.....→				แห่ง					สช.
	๒. โครงการเสริมสร้างความสามารถผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)						● จำนวนครั้งที่จัดกิจกรรมให้ความรู้	๑ ครั้ง	๑,๗๘๗,๘๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว.
	๒.๑ จัดทำข้อกำหนดระบบการรับรองปริมาณการบรรจุของสินค้าหีบห่อ	←.....๑.....→				เรื่อง					
	๒.๒ ให้ความรู้แก่บุคลากรช้างตวงวัดเพื่อเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานหน่วยตรวจสอบตามข้อกำหนด ISO /IEC ๑๗๐๒๐ ในขอบข่ายการตรวจสอบสินค้าหีบห่อและการตรวจสอบภายใน	-	←.....๑.....→		-	ครั้ง					
	๒.๓ ศึกษากระบวนการบรรจุของผู้ประกอบการด้านสินค้าหีบห่อและระเบียบข้อกำหนดของระบบรับรองสินค้าทั้งในและนอกประเทศ (้างเหมา)	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 ๙๑.๗๗	๕,๙๖๙,๔๐๐	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	สข.
	๑.๑ รักษาและยกระดับประสิทธิภาพการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า						● ร้อยละของจำนวนธุรกิจสินค้าและบริการที่กำกับดูแลที่มีการแข่งขันที่เป็นธรรม (๘๐ รายการ)	ร้อยละ ๑๐๐			
	(๑) ติดตาม ตรวจสอบและป้องกันพฤติกรรมที่จำกัดการแข่งขันทางการค้า	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	ร้อยละ	● ร้อยละของเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์ และเรื่องที่ศึกษาวิเคราะห์ ตรวจสอบพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าที่อาจเข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้แล้วเสร็จและเสนอเลขาธิการคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าภายในเวลาที่กำหนดพร้อมนำเสนอคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า	ร้อยละ ๗๖			
	(๒) รวบรวมข้อเท็จจริงและวิเคราะห์พฤติกรรมตามข้อร้องเรียน	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	ร้อยละ	● ร้อยละของผู้ประกอบธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจในกฎหมายการแข่งขันทางการค้า	ร้อยละ ๘๐			
	๑.๒ พัฒนาระบบการกำกับการแข่งขันทางการค้า										
	(๑) กำหนด และ พัฒนาหลักเกณฑ์ กฎระเบียบ และแนวทางการพิจารณาตาม พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๕๒	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	๑๐	๒๐	๔๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	- ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมาย แข่งขันทางการค้าเกี่ยวกับ บทลงโทษและมาตรการ ลดหย่อนโทษ	๑๐	๒๐	๕๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	- ศึกษาวิเคราะห์อื่นๆ										
	๑.๓ ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และ ภูมิคุ้มกันในการประกอบธุรกิจ										
	(๑) สร้างองค์ความรู้ด้าน การค้าที่เสรีและเป็นธรรม แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ 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	←.....	๒๘	→		เรื่อง/ฉบับ	● จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรมสัญญา การดำเนินคดี และการตอบ ข้อหารือ	๒๘ เรื่อง/ฉบับ		ส่วนกลาง	กม.
	๑.๗ ดำเนินการพัฒนามาตรฐาน 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 ๕๖						● ระดับความสำเร็จของการ ดำเนินการตามมาตรการป้องกัน และปราบปรามการทุจริตและ ประพฤติมิชอบ	ระดับ ๕	ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กจ.
	๑.๑ การดำเนินการตามมาตรการ ป้องกันและปราบปรามการ ทุจริตและประพฤติมิชอบ (๑) จัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ป้องกันและ ปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบ (๒) จัดให้มีระบบความพร้อม รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้วยการจัดทำข้อตกลง ผลการปฏิบัติงานรายบุคคล และมีการประเมินผลการ ปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงกับ ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน	←-----→				ระดับ					
	๒. โครงการพัฒนาระบบบริหาร ทรัพยากรบุคคล	←----- ๑๘ -----→				สำนัก/กอง	● ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการ พัฒนาขีดสมรรถนะ	ร้อยละ ๘๐	๑,๑๙๑,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สบ./กจ.
	๒.๑ อบรมหลักสูตร/ความรู้ ที่จำเป็น ๒.๒ พัฒนาขีดสมรรถนะ ทรัพยากรบุคคล โดยส่ง บุคลากรเข้ารับการอบรม ตามแผนพัฒนาบุคลากร ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖										กจ. กจ.

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/งานสารบรรณ - ด้านบุคลากร อัตรากำลังและระบบงานพัฒนา สรรหาบรรจุแต่งตั้ง การดำเนินงานทางวินัยสวัสดิการ พิจารณาความดีความชอบ - ด้านการเงิน บัญชี และงบประมาณ - ด้านพัสดุ จัดซื้อจัดจ้าง บริหารพัสดุ และยานพาหนะ					สำนัก/กอง					สบ./กจ. สบ. กจ. สบ. สบ.
	๓. โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร						• ร้อยละของบุคลากรที่มีความรู้ไปพัฒนางานตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ	ร้อยละ ๘๐	๕๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.
	๓.๑ ให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ		๑			ครั้ง				ภูมิภาค	
	๓.๒ เสริมสร้างความรู้ในยกระดับการปรับปรุงองค์กร		๔			ครั้ง				ส่วนกลาง	
	๓.๓ ติดตามผลการพัฒนาองค์กร		๔			ครั้ง				ส่วนกลาง	

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								๑,๐๐๓,๔๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กม.
	๔.๑ จัดอบรมเสริมสร้าง ประสิทธิภาพในการบังคับ ใช้กฎหมาย เพื่อสร้างความ เป็นธรรมทางการค้า	-	๑	-	-	ครั้ง	● ร้อยละของบุคลากรที่เข้า อบรมได้รับการพัฒนาและ ปฏิบัติตามกฎหมาย ได้ถูกต้อง	ร้อยละ ๘๐			
	๔.๒ จัดทำคู่มือและเอกสาร เผยแพร่ด้านกฎหมาย	-	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		๒			ช่องทาง					สผ.
	๕.๓ จัดทำและเผยแพร่เอกสาร เช่น ปฏิทินสินค้าเกษตร/ จุลสาร	๓	๓	๔	๓	ครั้ง					สผ.
	๖. โครงการตามแผนแม่บท เทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสารของกรมการค้าภายใน						● ร้อยละความสำเร็จของการ พัฒนาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ	ร้อยละ ๑๐๐	๑๕,๙๓๓,๐๐๐	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) พัฒนาระบบฐานข้อมูล ราคาและโครงสร้าง ต้นทุนการผลิตสินค้า อุปโภคบริโภค	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๒) พัฒนาการเชื่อมโยง ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบ National Single Window (ระยะที่ ๒)	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๓) พัฒนาระบบ Internet และระบบภูมิสารสนเทศ เพื่อเสริมสร้างความ เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๔) ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ทางกฎหมายการค้าใน ประเทศ	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๕) ระบบงานซึ่งตั้งวัด	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	๖.๒ สนับสนุนงานด้านเทคโนโลยี (ครุภัณฑ์)	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๗. จ้างที่ปรึกษา								๕,๙๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๗.๑ จ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร กรรมการค้าภายใน	-	-	๑	๑	ครั้ง					
	๗.๒ จ้างที่ปรึกษาจัดทำระบบ คาดการณ์และเตือนภัย สินค้าอุปโภคบริโภค	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	๘. บำรุงรักษาระบบฐานข้อมูล					ระบบ			๔,๖๗๒,๘๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๘.๑ การบริหารจัดการทาง การเงินและพัสดุ	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 นิติบุคคลและงบการเงิน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๘ ระบบสำนักงานระบบจัดเก็บ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๙ ระบบ Internet และระบบ ภูมิสารสนเทศ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๐ ระบบ Internet กรรมการภายใน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๑ ระบบงานและระบบฐานข้อมูล ตามโครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๒ ระบบงานชั่งตวงวัด	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๓ ระบบคลังข้อมูล (Data Warehouses)	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๔ 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 ควบคุมอุณหภูมิ และ ความชื้น รวมทั้งระบบ รักษาความปลอดภัยห้อง เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server)	๑	๑	๑	๑	ครั้ง			๑,๘๘๗,๒๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๑๐. บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	๑	๓	๓	๓	ครั้ง			๑,๘๘๗,๒๐๐	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			๙๔๔,๐๔๔	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	๕	-	ครั้ง			๔๖๗,๓๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๑๓. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน						ร้อยละของกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับบริการ ที่พึงพอใจใน ข่าวสารที่ให้บริการ	ร้อยละ ๘๐	๒,๐๖๕,๙๒๐	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	๑๘	๑๘	๑๘	๑๘	สำนัก/กอง			๓๓๔,๐๘๐	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๕. บริหารจัดการเพื่อสนับสนุน การดำเนินงานของสำนัก	๓	๓	๓	๓	เดือน			๑,๖๗๐,๓๕๖	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๖. งานวิเทศสัมพันธ์และกิจกรรม ต่างประเทศ	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	ครั้ง			ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง	สผ.
	๑๗. การตรวจสอบภายใน					ร้อยละ	● ร้อยละของความสำเร็จของ งานที่สามารถดำเนินการได้ ตามแผนการตรวจสอบ	ร้อยละ ๑๐๐	๒๕๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตน.
	๑๗.๑ ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ตามข้อกำหนด	๘	๑๑	๑๒	๑๓	ครั้ง	● ร้อยละของจำนวนรายงานการ ตรวจสอบที่กลุ่มตรวจสอบภายใน มีคำแนะนำและหน่วยรับตรวจ นำไปปฏิบัติ	ร้อยละ ๗๕			
	๑๗.๒ ตรวจสอบทางการเงิน การบัญชี และการ พัสดุ	๗	๙	๑๐	๒	ครั้ง	● จำนวนเรื่องที่ทำคำแนะนำ จากการตรวจสอบทางการเงิน หรือการปฏิบัติตามข้อกำหนด	๓ เรื่อง			
	๑๗.๓ ตรวจสอบผลการดำเนินงาน	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๑๗.๔ สอบทานการประเมินผล การควบคุมภายใน	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					
	๑๘. ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำแผนปฏิบัติ รวมทั้งงบประมาณและทรัพยากรสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษ	←.....				แผน	● ร้อยละของแผนปฏิบัติการประจำปี สามารถสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษของกรมการค้าภายใน	ร้อยละ ๖๕	๕๗,๕๐๐	ส่วนกลาง	ศปน.
	๑๙. ศึกษา วิเคราะห์ เสนอแนะการดำเนินงานตามนโยบายที่สำคัญและโครงการพิเศษ เพื่อเป็นพิมพ์เขียว หรือกรอบงานให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการทำงาน	←.....		๔		ครั้ง	● ระดับความสำเร็จของการจัดทำพิมพ์เขียว และกระบวนการที่เหมาะสม แสดงความสัมพันธ์ขั้นตอนและผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน	ระดับ ๓	๕๗,๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ศปน.
	๒๐. ให้คำปรึกษา แนะนำการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษ รวมทั้งให้บริการข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ ลดข้อจำกัดและปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน	←.....		๒๔		ครั้ง	● ร้อยละของคำปรึกษา หรือข้อเสนอแนะ หรือการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ ได้รับการนำไปใช้และเกิดประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงาน	ร้อยละ ๘๐	๕๗,๕๐๐	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	ศปน.
	๒๑. ประสานงาน ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายและโครงการพิเศษ		←.....	๑๒		ครั้ง	● ร้อยละของแผนงาน/โครงการที่ได้รับมอบหมาย บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดของกรมการค้าภายใน	ร้อยละ ๘๐	๕๗,๕๐๐	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	ศปน.