



วิสัยทัศน์

ค่านิยม

เป็นธรรม
โปร่งใส
ใส่ใจบริการ
ทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์
อุทิศเพื่อส่วนรวม

เป็นองค์กรนำในการเสริมสร้างประสิทธิภาพกลไกการตลาดและความเป็นธรรมทางการค้า

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๔
กรมการค้าภายใน

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๔
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. โครงการสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้า						• ร้อยละของจำนวนสินค้าเกษตรที่เข้าไปบริหารจัดการตลาดแล้วเป็นไปตามวัตถุประสงค์	ร้อยละ ๘๕	๓๕,๘๓๖,๖๓๖	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./พต./ ขว./กภ./ สคน.
	๑.๑ เชื่อมโยงการตลาดผัก ผลไม้เพื่อขยายช่องทาง			๕		สินค้า	• ร้อยละของจำนวนสินค้าที่มีการเชื่อมโยงกระจาย	ร้อยละ ๘๐		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก. สก.
	๑.๒ บริหารจัดการและการเตือนภัยสินค้าเกษตร						• ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าใช้ประโยชน์จากตลาดในระบบที่ได้รับการส่งเสริม	ร้อยละ ๗๕			
	(๑) จัดระบบการค้าสินค้าพืชน้ำมันและวัตถุดิบอาหารสัตว์		๒			สินค้า	• ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ความเข้าใจในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๘๐		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	
	(๒) สำรวจประเมินสถานการณ์ ข้อเท็จจริงรวมทั้งติดตามภาวะการค้าสินค้าเกษตรที่กำกับดูแลและจัดประชุมชี้แจงนโยบายและมาตรการของรัฐ		๓๐			สินค้า	• ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ความเข้าใจในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพิ่มขึ้นและคาดว่าจะมีการใช้ประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	ร้อยละ ๗๐			
	(๓) จัดหาข่าวสินค้าเกษตรในลักษณะ Online					สินค้า	• จำนวนชนิดของสินค้าเป้าหมายที่ทำสัญญาซื้อขายตามข้อตกลงมาตรฐาน	๘ สินค้า			
	๑.๓ พัฒนาตลาดรูปแบบต่างๆ เช่น						• ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมายที่มีการจัดทำสัญญาข้อตกลงมาตรฐาน	ร้อยละ ๑๕			
	(๑) ศึกษาสำรวจ วิเคราะห์รวบรวมข้อมูลจัดชั้นและแบ่งประเภทตลาด	๑	๑	๑	๑	ครั้ง				พต.	
	(๒) จัดประชุม สัมมนาเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาระบบตลาดในรูปแบบต่างๆ	-	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) จัดกิจกรรมส่งเสริม การจำหน่ายและผลักดันเชื่อมโยง การซื้อขายในตลาด	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	(๔) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาดสด ตลาดสดสี่ฟ้า และตลาดรูปแบบต่างๆ	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๕) พัฒนาเครือข่ายข้อมูล การตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยให้คำแนะนำกลุ่มเป้าหมาย	-	๒	๑	-	ครั้ง					
	๑.๔ ผลักดันให้เกิดการซื้อขาย ในตลาดกลางและส่งเสริมการจัด ชั้นคุณภาพสินค้าในตลาดกลาง										
	(๑) ศึกษา สํารวจข้อมูล การจัดตั้งแนวทางการพัฒนา และเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดกลาง	๑	๒	๒	๒	ครั้ง					
	(๒) จัดกิจกรรมส่งเสริม การซื้อขายการจัดชั้นคุณภาพสินค้า และเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดกลาง	๗	๓	๓	๒	ครั้ง					
	(๓) พัฒนาข้อมูลราคา ซื้อขายของตลาดกลางในความ ส่งเสริมฯ (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๔) สัมมนาเชิงปฏิบัติการ เชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดกลาง ในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๕) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาดกลาง	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					
	๑.๕ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบตลาดข้อตกลงและผลักดันการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน (๑) ศึกษา สํารวจ เชื่อมโยงการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง (๒) ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตลาดข้อตกลง (๓) จัดฝึกอบรมผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน (๔) พัฒนาระบบข้อมูลวิเคราะห์การทำตลาดข้อตกลง (จ้างเหมา) (๕) จัดจ้างสื่อสิ่งพิมพ์เผยแพร่ระบบตลาดข้อตกลง ๑.๖ ผลักดันการซื้อขาย ส่งเสริมการใช้ประโยชน์และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า (๑) ศึกษา สํารวจ สร้างความเข้าใจและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า	๒	๓	๓	-	ครั้ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.
		๑	๒	๑	๑	ครั้ง					
		๓	๓	๓	๑	ครั้ง					
		๓	๓	๓	๓	เดือน					
		-	๑	-	-	สื่อ					
										ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.

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					
	- ศึกษา สํารวจ สํารวจ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประมวล แบบ Basis	๑	๑	๑	-	ครั้ง					
	- ศึกษา สํารวจ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้เกี่ยวข้อง กับภาคการเกษตรและติดตาม ประเมินผล	-	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๒) พัฒนาระบบข้อมูล และประมวลผลข้อมูลราคาสินค้า เกษตรล่วงหน้า (จํางเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	(๓) เสริมสร้างความรู้และ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบ ตลาดล่วงหน้า										
	- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลราคาปีตรายวันของตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย ผ่านระบบ SMS โดยจัดจํางสื่อ สร้างการรับรู้	๒	-	-	-	ครั้ง					
	๑.๗ มาตรฐานการวัดความขึ้น สินค้าทางการเกษตร โดย		←.....→ ๒๐,๐๐๐			แผ่น				ส่วนกลาง	ชว.
	(๑) ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรับ ซื้อข้าวและข้าวโพดโดยจัดทำ โปสเตอร์และแผ่นพับ										
	(๒) สุ่มตัวอย่างพันธุ์พืช (จํางเหมา)	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							
	๒. โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าที่มีศักยภาพทางการตลาด						● เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้นจากการขายผลผลิต	ร้อยละ ๕	๑๖,๑๙๔,๓๓๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก.		
	๒.๑ สร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์		๒			แห่ง	● ร้อยละรายได้เกษตรกรที่จำหน่ายสินค้าผ่านศูนย์เกษตรชุมชนเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๑๐					สกน.
	๒.๒ พัฒนาคุณภาพ/แปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้า						● จำนวนศูนย์สินค้าเกษตรชุมชนที่กรมเข้าไปสนับสนุนการจัดการเพื่อเพิ่มรายได้เกษตรกร	๒ แห่ง					
	(๑) จ้างที่ปรึกษาการเพิ่มศักยภาพมาตรฐานคุณภาพการผลิตของผู้ประกอบการค้าข้าว		๒๐			ราย							
	(๒) การจัดระบบพิเศษเฉพาะพื้นที่ข้าว		๑			ครั้ง							
	(๓) สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาดสินค้าข้าว												
	- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยส่งข้อความทาง sms		๕๐๕,๐๐๐			ข้อความ							
	- เชื่อมโยงการจำหน่าย		๑			ครั้ง							
	(๔) พัฒนาคุณภาพ/เพิ่มมูลค่าสินค้าปาล์มน้ำมัน		๒			ครั้ง							
	(๕) พัฒนาคุณภาพ/เพิ่มมูลค่าสินค้าเมล็ดกาแฟ		๑			ครั้ง							
	(๖) พัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุงสำหรับผู้บริโภค		๒๔๐			ตัวอย่าง							
	(๗) ประกวดข้าวหอมมะลิและข้าวตราคุณภาพ		๕๓			จังหวัด							
๒.๓ ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร		๑๐๔			ครั้ง					สกน.			
๒.๔ เชื่อมโยงการตลาดสินค้าเกษตร		๓๔			ครั้ง					สกน.			

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. โครงการเพิ่มรายได้และ ช่องทางการจำหน่ายข้าวให้กับ เกษตรกรในระดับตำบล						● มีข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่สามารถ นำไปใช้ประกอบการพิจารณากำหนด มาตรการประกันรายได้/แก้ไขปัญหา/ พัฒนาศักยภาพการตลาดสินค้า เกษตร	ร้อยละ ๘๐	๓๘,๘๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก.
	๓.๑ จ้างที่ปรึกษาศึกษาสำรวจ เพื่อเสนอแนะแนวทางยกระดับ รายได้เกษตรกรในสินค้าเกษตร (๑) จัดกิจกรรมรณรงค์ ความคิดเห็น (๒) ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้แก่เกษตรกร (๓) ติดตามประเมินผล	←.....๖.....→				สินค้า					
	๔. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการ ประกันรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าว ข้าวโพดมันสำปะหลังปี ๒๕๕๗/๒๕๕๘						● ร้อยละของจำนวนเกษตรกร เป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจใน โครงการประกันรายได้เกษตรกร	ร้อยละ ๘๐	๑๕,๗๕๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./สคน.
	๔.๑ ประกันรายได้สินค้าเกษตร (ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง) โดย การประชาสัมพันธ์ ประชุมชี้แจง ให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับ หลักเกณฑ์การประกันรายได้เกษตรกร	←.....๓.....→				สินค้า					
	๕. โครงการส่งเสริมการจำหน่าย ผลผลิตของจังหวัดชายแดน ภาคใต้						● ร้อยละของราคาผลผลิตที่เกษตรกร ขายได้เพิ่มขึ้นเทียบกับช่วงผลผลิต ออกสู่ตลาดมาก	ร้อยละ ๑๐	๒๑,๙๖๐,๐๐๐	ส่วนภูมิภาค	กภ./สคน.
	๕.๑ ประเมินสถานการณ์ผลผลิต ก่อนออกสู่ตลาดร่วมกับหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง	-	-	๒	๒	ครั้ง					
	๕.๒ เชื่อมโยงการจำหน่าย สินค้าเกษตร ๓ จังหวัด ชายแดนภาคใต้	-	-	-	๒,๕๐๐	ตัน					
	๕.๓ จัดงานจำหน่ายสินค้า เกษตรจังหวัดปลายทาง	-	-	-	๓๗	จังหวัด					
	๕.๔ ติดตามประเมินผล	-	-	-	๑	ครั้ง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๒ : การสร้างความเป็นธรรมด้านราคา ปริมาณ และมาตรฐานการชั่งตวงวัด

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ ๑ ค.ค.-จ.ค.	งวดที่ ๒ ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ ๓ เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ ๔ ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
- ส่งเสริมการลดค่าครองชีพโดยจัดการและสร้างความร่วมมือกับกลไกภาคเอกชนให้มีสินค้าที่มีราคาเหมาะสม และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค - พัฒนาระบบการบริหารจัดการในการกำกับดูแลราคาให้เหมาะสมเป็นธรรม ปริมาณเพียงพอ ครบถ้วนถูกต้อง	๑. โครงการส่งเสริมพัฒนากลไกทางการค้า เพื่อเพิ่มรายได้และสร้างความเป็นธรรมทั้งระบบ						ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นแก่การครองชีพของประชาชนลดลง	ร้อยละ ๒๐	๑๒๖,๑๑๕,๑๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร./รป./ตป./ สคน./กก.
	๑.๑ การบรรเทาภาระค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกการบริโภคโดยจัดหาสินค้าราคาประหยัดเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของผู้มีรายได้น้อย		๓๐๔			ครั้ง	●จำนวนครั้งการจัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคลดค่าครองชีพ	๓๐๔ ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร./สคน.
	๑.๒ อบรมรณรงค์ให้ผู้ประกอบการร้านอาหารให้เข้าร่วมเป็นร้านมิตรธงฟ้า	๕๐	๕๐	๕๐	๕๐	ร้าน	●จำนวนสินค้าและบริการที่มีการกำกับดูแลราคาและปริมาณเพื่อพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค	๒๑๘ รายการ			
	๑.๓ ตรวจสอบ แนะนำ ติดตาม และให้การส่งเสริมร้านอาหารมิตรธงฟ้า	๑,๐๒๗	๑,๐๒๗	๑,๐๒๗	๑,๐๒๘	ร้าน	●ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ ๙๙		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร.
	๑.๔ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์		๒			ครั้ง	●ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีการปรับโครงสร้างราคาให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุน	ร้อยละ ๙๙		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร.
	๑.๕ การเสริมสร้างความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ โดย						●ร้อยละของเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา	ร้อยละ ๙๕.๗๕		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร. รป.
	(๑) จัดระบบบริหารจัดการเพื่อติดตามราคาและปริมาณ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง	●จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานธงฟ้าเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค	๔,๑๐๙ ร้าน			
	(๒) สำรวจระบบภาวะการค้า การตลาด ความต้องการของสินค้า	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๓) ศึกษา วิเคราะห์ความเหมาะสมของสินค้า/บริการ	๒	๓	๓	๓	ครั้ง					
	(๔) ติดตามสถานการณ์ตรวจสอบแก้ไขปัญหาสินค้าและบริการ	-	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					
	(๕) ประเมินสถานการณ์ และเตรียมพร้อมในการแก้ปัญหา สินค้าและบริการ	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					ตป./สคน.
	(๖) พัฒนาศักยภาพบุคลากร ในการติดตามภาวะราคาสินค้าและ บริการและด้านตรวจสอบ	-	-	๑	-	ครั้ง					
	(๗) ประชุมคณะกรรมการ กรร./อนุกรรมการต่างๆ	๒	๒	๑	๒	ครั้ง					
	(๘) จัดทำเอกสารชี้แจง การปฏิบัติตามประกาศ กรร.	-	๑	-	๑	ครั้ง					
	(๙) ตรวจสอบติดตามและ ป้องปรามมิให้มีการฉวยโอกาส เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค										
	- ตรวจสอบการปฏิบัติ ตามกฎหมาย/นโยบายรัฐบาล (สินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภค บริโภค)	๓๓,๘๐๐				ราย					
	- ตรวจสอบข้อร้องเรียน และแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน										
	- พัฒนาบุคลากรด้าน การตรวจสอบ	-	-	๑	-	ครั้ง					
	- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (เช่น คู่มือการตรวจสอบ สินค้า วัสดุ เผยแพร่)	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					
ส่งเสริมและพัฒนา ระบบการชั่งตวงวัด ให้มีมาตรฐาน เป็น กลไกสนับสนุนให้ เกิดความเป็นธรรม ในการซื้อสินค้าและ บริการ	๒. โครงการสร้างภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อ สินค้าและบริการ						ร้อยละของเครื่องชั่งตวงวัดและ สินค้าหีบห่อที่ตรวจสอบขณะใช้งาน ถูกต้องตามกฎหมาย	ร้อยละ ๙๘	๘๗,๑๕๖,๑๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ขว.
	๒.๑ กำกับตรวจสอบการชั่งตวง วัดและสินค้าหีบห่อให้ถูกต้อง เที่ยงตรงและเป็นธรรมในการซื้อขาย (๑) ออกหนังสือรับรอง การประกอบธุรกิจนำเข้า ขาย และ ให้บริการชั่งตวงวัด (๒) ออกหนังสือรับรอง การประกอบธุรกิจผลิต ซ่อมเครื่อง ชั่งตวงวัด (๓) ออกหนังสืออนุญาต ให้นำเครื่องชั่งตวงวัดออกจากด่าน ศุลกากร (๔) ตรวจสอบเครื่องชั่ง ขณะใช้งาน ๒.๒ ขยายศูนย์การให้บริการ ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและ สินค้าหีบห่อเพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการกำกับดูแล (๑) พัฒนามาตรฐานการ ตรวจสอบสินค้าหีบห่อ และยกระดับ มาตรฐานชั่งตวงวัด (๒) พัฒนาและปรับปรุง สถานที่สำหรับปฏิบัติงานชั่งตวงวัด	๕๕๗,๔๔๘	๕๕๗,๔๔๘	๕๕๗,๔๔๘	๕๕๗,๔๕๐	เครื่อง/ หีบห่อ	จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้า หีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตาม มาตรฐาน	๒,๑๘๙,๗๙๔ เครื่อง/หีบห่อ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ขว.
			๑			แห่ง					

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 - ส่งเสริมการค้าสินค้าและบริการให้มีการประกอบ การที่ดี มีมาตรฐานเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค	๓. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า ๓.๑ ส่งเสริมให้มีอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้เป็นธรรม (๑) การรายงานและติดตามภาวะและพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ (๒) สัมมนาสร้างเครือข่ายอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพ (๓) จัดกิจกรรมรณรงค์สร้างจริยธรรมทางการค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการมีจริยธรรมที่ดี ๓.๒ ส่งเสริมผู้ประกอบการเข้ามาเป็นพันธมิตรและร่วมรับผิดชอบในการสร้างความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค (๑) ส่งเสริมผู้ประกอบการให้จำหน่ายสินค้าในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคและผู้ผลิต - ตรวจสอบและกำกับดูแลร้านอาหารมีตรธงฟ้าที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน - ตรวจสอบและกำกับดูแลตลาดสดดีเด่น						- ร้อยละของจำนวนเครือข่ายเป้าหมายที่มีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง - จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลราคา เฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม - จำนวนอาสาธงฟ้าที่เข้าร่วมโครงการ - จำนวนผู้ประกอบการ (สถาบันบริการน้ำมันเต็มลิตร) ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานเพื่อสร้างทางเลือกให้ผู้บริโภค	ร้อยละ ๗๐	๖,๐๑๘,๗๗๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./พร./ชว.
						ราย	๔๕๐ ราย	๕๐๐ ราย	๑,๓๕๕ แห่ง	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
						ราย					
						ครั้ง					
						ร้าน				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร.
						ตลาด					

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 ดูแลร้านค้าแก๊สทุกระดับชั้นดี		๑๘๗			ร้าน					
	- รณรงค์เสริมสร้าง จริยธรรมทางการค้าแก่ผู้ประกอบการ รับประกันคุณภาพ		๕๔			ราย					
	(๒) เสริมสร้างความรู้ให้กับ โรงเรียนเครือข่ายยุทธศาสตร์ฟ้า		๒๔			โรงเรียน					
	(๓) ประชาสัมพันธ์และ เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิทธิ ประโยชน์ของผู้บริโภค		๒			ครั้ง					
	(๔) ติดตามประเมินผล (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๓.๓ กำกับดูแลสถานีบริการน้ำมัน ให้ปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐาน สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร		๑,๓๕๕			แห่ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว.

ประเด็นยุทธศาสตร์ 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. โครงการส่งเสริมและป้องกันการผูกขาดตัดตอนทางการค้า						- ร้อยละของระดับการแข่งขันทางการค้าของธุรกิจเป้าหมายมีความเป็นธรรมดีขึ้น - จำนวนธุรกิจสินค้าและบริการที่กำกับดูแลให้มีการแข่งขัน	ร้อยละ ๙๒.๑๖	๒,๓๒๕,๔๙๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สข./นต.
	๑.๑ พัฒนาหลักเกณฑ์การกำกับดูแล										
	(๑) ศึกษาเพื่อพัฒนากฎระเบียบหลักเกณฑ์ ประกาศแนวปฏิบัติ	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ				ส่วนกลาง	สข.
	(๒) ศึกษาและรวบรวมกรณีการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของต่างประเทศ	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ					
	๑.๒ พัฒนาระบบการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและนักวิชาการในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า									ส่วนกลาง	สข.
	(๑) สร้างเครือข่ายวิชาการด้านการแข่งขันทางการค้ากับสถาบันการศึกษา	-	๑	-	๑	สถาบัน		๘๐ รายการ			
	(๒) ร่วมกับภาคเอกชนสร้างการตระหนักถึงการปฏิบัติตามกฎหมายแก่ผู้ประกอบการธุรกิจและผู้สนใจ	๒	๒	๒	๒	ครั้ง					
	(๓) รับฟังความคิดเห็นกับภาคเอกชนและนักวิชาการเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า	๒	๒	๒	๒	ครั้ง					
	๑.๓ ใช้กลไกการบริหารจัดการเฝ้าระวังเพื่อลดโอกาสการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้า	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สข.

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) ศึกษา วิเคราะห์โครงสร้าง ธุรกิจและพฤติกรรมการแข่งขันทาง การค้า	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๒) วางระบบติดตาม วิเคราะห์ โครงสร้างธุรกิจพฤติกรรมทางการค้า	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๓) ตรวจสอบและรวบรวม ข้อเท็จจริงพร้อมพยานหลักฐาน พฤติกรรมการค้าที่ไม่เสรีและไม่เป็นธรรม	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ					
	๑.๔ กำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง	๒๕	๕๐	๗๕	๑๐๐	ร้อยละ				ส่วนกลาง	สข.
	(๑) ร่างกฎหมายค้าปลีกค้าส่ง										
	(๒) เสริมสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายค้าปลีกค้าส่ง										
	๑.๕ ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรมสัญญา การ ดำเนินคดีและการตอบข้อหารือ			๕		เรื่อง/ฉบับ				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	นต.
	๑.๖ ดำเนินการพัฒนากฎหมาย ตามนโยบายที่รัฐบาลกำหนด			๑		ฉบับ				ส่วนกลาง	นต.
	๑.๗ จัดทำคู่มือคำอธิบายกฎหมาย กฎ ระเบียบ นิติกรรมสัญญา และ การดำเนินคดี	-	-	๑	-	ครั้ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	นต.
	๒. โครงการส่งเสริมการแข่งขัน ทางการค้า								๔,๒๒๒,๐๐๐		สข.
	๒.๑ จัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ ศึกษา สภาพการดำเนินงานเกี่ยวกับ กฎหมายการแข่งขันทางการค้าและ ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมทั้งให้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ สาระสำคัญ และแนวปฏิบัติตาม กฎหมายแก่กลุ่มเป้าหมาย			๑		ผลงาน	● การดำเนินการตามเป้าหมายแล้วเสร็จ ครบถ้วนภายในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๔	ร้อยละ ๑๐๐			
	๒.๒ ติดตามประเมินผล				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					
- พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์การตลาดด้านคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น ให้มีมาตรฐาน เอื้อต่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน - เสริมสร้างระบบตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด และกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกับตลาดทั้งในและต่างประเทศ	๑. โครงการพัฒนาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการค้า						● ร้อยละของผู้ประกอบการที่กรมออกไปสำรวจเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ ๖๐	๕,๕๖๑,๙๖๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.
	๑.๑ ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ให้เข้ากับกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น รวมทั้งตลาดเพื่อเป็นจุดพักและกระจายสินค้า										
	(๑) ตรวจสอบ สํารวจข้อมูลด้านการเสริมสร้างและการบริหารจัดการของผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๒) พัฒนาระบบข้อมูลคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นเพื่อรองรับระบบโลจิสติกส์ (จ้างเหมา)	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๑.๒ ผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวม และกระจายสินค้า ณ จุดที่เป็นประตูการค้า										พต.
	(๑) ศึกษา สํารวจ วิเคราะห์คัดเลือกที่ตั้ง และสินค้าเป้าหมายเพื่อผลักดันการจัดตั้งศูนย์รวบรวม และกระจายสินค้า	๑	๒	-	-	ครั้ง					
	(๒) จัดอบรมเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดชั้นคุณภาพสินค้าเกษตร	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์	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) พัฒนาระบบเพื่อปรับปรุงข้อมูลการซื้อขายให้ทันสมัย วิเคราะห์ เชื่อมโยงและประมวลผลข้อมูล (จ้างเหมา) (๕) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านสื่อ	๓	๓	๓	๓	เดือน					
	๒. โครงการเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบการคลังสินค้า ไฮโลห้องเย็น		๑๐๐			ร้อยละ	● ร้อยละของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานที่กำหนด	ร้อยละ ๘๕	๑,๐๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	พต.
	๒.๑ สนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็นมีการพัฒนามาตรฐานในการจัดเก็บสินค้าโดยจัดจ้างที่ปรึกษาดำเนินการ		←..... ๑๐๐			ร้อยละ					

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๕ : 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 โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง บนพื้นฐานหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance)	๑. โครงการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ						ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามมาตรการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ	ระดับ ๕	๔๘๐,๐๐๐		สลก.
	๑.๑ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางจัดทำแผนป้องกันและปราบปรามการทุจริต ๔ ปี (๒๕๕๒-๒๕๕๔) และแผนประจำปี ๒๕๕๓ ๑.๒ จัดทำแผนฯ ๔ ปี และแผนฯ ประจำปี ๒๕๕๔ เสนอผู้บริหาร เห็นชอบและเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ๑.๓ ดำเนินการตามแผนฯ ปี ๒๕๕๔ ได้แล้วเสร็จครบถ้วน (๑) ส่งเสริมความรู้แก่เจ้าหน้าที่ให้ประพฤติปฏิบัติตามประมวลคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติราชการอย่างโปร่งใส (๒) ส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการศึกษ อบรม เกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม (๓) จัดทำและเผยแพร่สื่อสร้างสรรค์ในการต่อต้านการทุจริต (๔) เผยแพร่ข้อมูลแนวทาง ขั้นตอน ระยะเวลาการปฏิบัติงานและค่าธรรมเนียม (๕) ทบทวนระบบการควบคุมภายในและติดตามให้มีการ						- ร้อยละของเจ้าหน้าที่กรมปฏิบัติราชการอย่างโปร่งใส ร้อยละ ๘๐ - ร้อยละของเจ้าหน้าที่ที่เข้ารับการอบรมความรู้เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม ร้อยละ ๘๐ - ร้อยละของเจ้าหน้าที่รับทราบสื่อสร้างสรรค์ในการต่อต้านการทุจริต ร้อยละ ๘๐ - ร้อยละของผู้มาติดต่อราชการ ทราบแนวทาง ขั้นตอน และระยะเวลาการปฏิบัติงานในงานที่มาติดต่อขอรับบริการ ร้อยละ ๘๐ - มีการเชื่อมโยงเว็บไซต์ของกรมกับหน่วยงานภาคราชการหรือภาคเอกชน ๑ หน่วยงาน - มีการติดตามและทบทวนระบบการควบคุมภายในประจำปี ๑ ครั้ง - มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบผ่านเว็บไซต์ 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					
	(๖) พัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริต (๗) จัดให้มีการอบรมการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ค่านึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้งและมีธรรมาภิบาล ๑.๔ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ ปี ๒๕๕๔ ๑.๕ จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามแผนฯ ปี ๒๕๕๓ นำเสนออธิบดีให้ความเห็นชอบ และจัดส่งให้สำนักงาน ก.พ.ร.										
	๒. โครงการพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรบุคคล	๑๒				สำนัก/ กอง	ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาขีดสมรรถนะ	ร้อยละ ๘๐	๑,๒๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สลก.
	๒.๑ อบรมหลักสูตร/ความรู้ที่จำเป็น ๒.๒ พัฒนาขีดสมรรถนะทรัพยากรบุคคลโดยส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมตามแผนพัฒนาบุคลากรประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๔ งานอำนวยการ - ด้านเอกสาร/งานสารบรรณ - ด้านบุคลากร อัตรากำลังและระบบงาน พัฒนา สรรหาบรรจุแต่งตั้ง การดำเนินงานทางวินัย สวัสดิการ พิจารณาความดีความชอบ - ด้านการเงิน บัญชี และงบประมาณ - ด้านพัสดุ จัดซื้อจัดจ้าง บริหารพัสดุและยานพาหนะ					สำนัก/ กอง	ร้อยละของบุคลากรที่รับรู้ค่านิยมขององค์กร	ร้อยละ ๖๕			สลก.

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. โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร						● ร้อยละของบุคลากรที่มีความรู้ ไปพัฒนางานตามเกณฑ์คุณภาพการ บริหารจัดการภาครัฐ	ร้อยละ ๘๐	๔๕๔,๒๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.
	๓.๑ ให้ความรู้เกี่ยวกับการ ปฏิบัติงานตามเกณฑ์คุณภาพการ บริหารจัดการภาครัฐ	←.....	๔	→		ครั้ง					
	๓.๒ เสริมสร้างความรู้ในการ ยกระดับการปรับปรุงองค์กร	←.....	๔	→		ครั้ง					
	๓.๓ ติดตามผลการพัฒนา องค์กร	←.....	๔	→		ครั้ง					
	๔. การพัฒนาและปรับปรุง กฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน								๒๑๗,๓๐๐	ส่วนภูมิภาค	นต.
	๔.๑ จัดอบรมเสริมสร้าง ประสิทธิภาพในการบังคับใช้ กฎหมาย เพื่อสร้างความเป็นธรรม ทางการค้า	-	๑	-	-	ครั้ง	● ร้อยละของบุคลากรที่เข้าอบรม ได้รับการพัฒนาและปฏิบัติตาม กฎหมาย ได้ถูกต้อง	ร้อยละ ๘๐			
	๕. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้าภายใน						● จำนวนผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสาร ต่อปี	๑,๒๗๘,๒๐๐	ค่าใช้จ่าย ประจำปี	ส่วนกลาง	สค./นต.
	๕.๑ การเผยแพร่กฎหมาย กฎ ระเบียบทางเว็บไซต์และประกาศ ในราชกิจจานุเบกษาตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ	←.....				ฉบับ	● ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับได้เผยแพร่ได้ตามเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐			นต.
	๕.๒ สร้างการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านการค้า										สค.
	๕.๓ จัดทำและเผยแพร่เอกสาร เช่น ปฏิทินสินค้าเกษตร/จุลสาร	๓	๓	๔	๓	ครั้ง					สค.
	๕.๔ ติดตามประเมินผลการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจของ ผู้รับบริการ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					สค.

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. โครงการตามแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกรมการค้าภายใน						- ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ - ร้อยละความก้าวหน้าการดำเนินการ	ร้อยละ ๑๐๐ ร้อยละ ๑๐๐	๓๒,๙๐๔,๓๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๖.๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูล										
	(๑) พัฒนาระบบ Internet และระบบภูมิสารสนเทศ	๑๐	๔๐	๘๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๒) ระบบฐานข้อมูลการตรวจสอบและปฏิบัติการ และระบบฐานข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภค	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	(๓) ระบบงานชั่งตวงวัด	๑๐	๔๐	๗๐	๑๐๐	ร้อยละ					
	๖.๒ สนับสนุนงานด้านเทคโนโลยี (ครุภัณฑ์)	-	-	๑	-	ครั้ง					
	๗. จ้างที่ปรึกษา										
	๗.๑ จ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกรมการค้าภายใน	-	-	๑	๑	ครั้ง			๙๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๗.๒ จ้างที่ปรึกษาจัดทำระบบคาดการณ์และเตือนภัยสินค้าอุปโภคบริโภค	๑๐	๔๐	๘๐	๑๐๐	ร้อยละ			๔,๘๐๐,๐๐๐	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					
	๘.๔ การตรวจสอบและปฏิบัติการและฐานข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภค	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๕ ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค	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					
	๘.๖ ฐานข้อมูลระบบตลาด คลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					ศบร.
	๘.๗ ระบบรายงานข้อมูลของ ศูนย์บริหารจัดการแก้ไขปัญหา ราคาสินค้า	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๘ นิติบุคคลและงบการเงิน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					ศบร.
	๘.๙ ระบบการนำเสนอข้อมูล โดยใช้โปรแกรมแผนที่ทางภูมิศาสตร์	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	๘.๑๐ ระบบสำนักงานระบบ จัดเก็บข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๑ ระบบ Internet และ ระบบภูมิสารสนเทศ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๒ ระบบ Intranet กรณ การค้าภายใน	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๓ ระบบงานและระบบ ฐานข้อมูลตามโครงการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๔ ระบบงานคลังตรวจวัด	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					ศทส.
	๘.๑๕ ระบบคลังข้อมูล (Data Warehouses)	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๘.๑๖ ระบบสำรองข้อมูล (Backup System)	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๙.บำรุงรักษาระบบเครือข่าย สื่อสารข้อมูลและอุปกรณ์ เครือข่าย								๑,๐๐๐,๗๐๐	ส่วนกลาง	
	๙.๑ ระบบกำแพงไฟ	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๙.๒ เชื่อมโยงระบบคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	-	-	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					
	๙.๓ ระบบปฏิบัติการ และการดูแลให้คำแนะนำการแก้ไขปัญหาของระบบ Network	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๙.๔ ระบบจัดเก็บข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์	๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
	๑๐. บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	๑	๓	๓	๓	ครั้ง			๑,๑๒๐,๖๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๑๑. บำรุงรักษาอุปกรณ์ของศูนย์บริหารจัดการแก้ไขปัญหาราคาสินค้า	๓	๓	๓	๓	ครั้ง			๔๐๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ศบร.
	๑๒. บำรุงรักษาเครื่องสำรองไฟฟ้า	๑	๓	๓	๓	ครั้ง			๘๓๐,๐๐๐	ส่วนกลาง	ศทส.
	๑๓. การพัฒนาบุคลากรด้าน ICT ปี ๒๕๕๔	-	๔	๖	-	ครั้ง			๕๙๒,๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ศทส.
	๑๔. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน						● ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการที่พึงพอใจในข่าวสารที่ให้บริการ	ร้อยละ ๘๐	๖๖๕,๙๒๐	ส่วนกลาง	สค.
	๑๔.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ (๑) จัดทำข่าว บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์	๔๗๔ ๒๕	๔๗๔ ๒๕	๔๗๔ ๒๕	๔๗๔ ๒๕	ครั้ง ครั้ง				ส่วนกลาง	
	(๒) จัดทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ด นำสื่อมวลชนออกสำรวจข้อเท็จจริง)	๒๖๘	๒๖๘	๒๖๘	๒๖๘	ครั้ง					
	(๓) ออกแบบ/ผลิตงานศิลป์ และให้บริการงานโสตทัศนูปกรณ์	๑๑๗	๑๑๗	๑๑๗	๑๑๗	ครั้ง					
	(๔) ติดตามวิเคราะห์ข่าวสารขององค์กรที่ปรากฏทางสื่อหนังสือพิมพ์	๖๔	๖๔	๖๔	๖๔	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					
	(๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ แผ่นปลิว ฯลฯ)					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					
	(๑๐) ซ่อมแซมครุภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	๑๔.๒ การสร้างการรับรู้ด้าน ความเป็นธรรมทางการค้า	๑	๑	๑	๑	ครั้ง			๕๐๐,๐๐๐		สค.
	(๑) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์										
	(๒) รับฟังความคิดเห็น และความต้องการของประชาชน ในการมีส่วนร่วมดูแลการแข่งขัน การคุ้มครองผู้บริโภค และการ บริหารจัดการตลาด										
	๑๕. พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์ และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	สำนัก/ กอง			๓๗,๙๘๐	ส่วนกลาง	สค.
	๑๖. บริหารจัดการเพื่อสนับสนุน การดำเนินงานของสำนัก	๓	๓	๓	๓	เดือน			๑,๘๔๗,๙๐๐	ส่วนกลาง	สค.
	๑๗. งานวิเทศสัมพันธ์	๙	๙	๙	๙	ครั้ง			ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง	สค.

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. การตรวจสอบภายใน					ร้อยละ	- ร้อยละของความสำเร็จของงานที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนการตรวจสอบ - ร้อยละของจำนวนรายงานการตรวจสอบที่กลุ่มตรวจสอบภายในมีข้อสังเกต/คำแนะนำ	ร้อยละ ๑๐๐	๑๓๘,๐๐๐	ส่วนกลาง/	ตน.
	๑๘.๑ ตรวจสอบการปฏิบัติงานตามข้อกำหนด	๒	๓	๒	๑	ครั้ง				ภูมิภาค	
	๑๘.๒ ตรวจสอบทางการเงิน การบัญชี และการพัสดุ	๓	๓	๖	๑	ครั้ง		ร้อยละ ๙๐	ค่าใช้จ่ายประจำ		
	๑๘.๓ ตรวจสอบผลการดำเนินงาน	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๑๘.๔ สอบทานระบบการควบคุมภายในตามระเบียบ ค.ต.ง. ข้อ ๖	๑	-	-	-	ครั้ง					

กรมการค้าภายใน
สำนักสารสนเทศการค้าในประเทศ
พฤศจิกายน ๒๕๕๓