

ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔

วิสัยทัศน์ :

“ เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ต่อปี ”

พันธกิจ :

๑. ส่งเสริมและพัฒนาสินค้า ระบบและกลไกการตลาด เพื่อสร้างโอกาสและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ
๒. ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น
๓. ดูแลราคา ปริมาณ และการแข่งขันในสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นธรรม
๔. พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดให้เทียบเท่าสากลและเป็นผู้นำในอาเซียน
๕. เสริมสร้างความรู้ให้แก่ประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ รวมทั้งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง
๖. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยี
๗. บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

ประเด็นยุทธศาสตร์ :

๑. การพัฒนาตลาดและระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ
๒. การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น
๓. การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค
๔. การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล
๕. การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์การ

เป้าหมาย :

- ๑ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้
- ๒ หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น
- ๓ ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง
- ๔ การชั่งตวงวัดไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลและมีบทบาทนำในอาเซียน
- ๕ ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ :

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาตลาดและระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ ๑.๑ ส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์การค้า เพื่อใช้สนับสนุนการเชื่อมโยงสินค้า รวบรวม และกระจายสินค้าในประเทศและสู่ภูมิภาค

กลยุทธ์ที่ ๑.๒ ขยายการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตรและส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ ๑.๓ สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ ๒.๑ พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตร

กลยุทธ์ที่ ๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค

กลยุทธ์ที่ ๒.๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสินค้าในการเข้าถึงนวัตกรรม เทคโนโลยีและระบบตลาดสมัยใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ ๓.๑ กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการอย่างเหมาะสม เป็นธรรม มีปริมาณเพียงพอ และปรับปรุงแนวทางเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางการค้าและการตลาด

กลยุทธ์ที่ ๓.๒ พัฒนาประสิทธิภาพการกำกับ ตรวจสอบ และระบบการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน ให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน

กลยุทธ์ที่ ๓.๓ ส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็น

กลยุทธ์ที่ ๓.๔ ยกระดับองค์การกำกับการแข่งขันทางการค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ ๓.๕ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจโดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรมและธรรมาภิบาล รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม และสนับสนุนองค์ความรู้เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงทางการค้าให้ผู้ประกอบการธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ ๓.๖ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค และเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเองผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ยกระดับและพัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดของประเทศไทย ให้ทันสมัย สอดคล้องกับมาตรฐานชั่งตวงวัดในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ ๔.๒ ขยายขอบเขตการกำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัดประเภทใหม่ที่มีความสำคัญในภาคการค้าและบริการในประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๔.๓ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัดมีความสามารถในการแข่งขัน และสร้างมาตรฐานวิชาชีพเฉพาะด้านของการชั่งตวงวัด

กลยุทธ์ที่ ๔.๔ ยกระดับมาตรฐานองค์กรและมีบทบาทสู่การกำหนดทิศทางนโยบายในองค์กรชั่งตวงวัดของอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์กร

กลยุทธ์ที่ ๕.๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางบนพื้นฐานหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance)

กลยุทธ์ที่ ๕.๒ พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล

กลยุทธ์ที่ ๕.๓ พัฒนาและปรับปรุง กฎหมาย กฎ ระเบียบ เพื่อการกำกับดูแลและอำนวยความสะดวกทางการค้า

กลยุทธ์ที่ ๕.๔ ส่งเสริมการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมของภาครัฐ
