

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 เทคโนโลยีและระบบตลาดสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความสะดวกทางการค้า 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

แผนงาน/โครงการ ตามแผนปฏิบัติการราชการกรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ ๒๕๖๓
ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)	ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม		ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
แผนแม่บท ยุทธศาสตร์ภายใต้ ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนแม่บทที่ ๓ การเกษตร	แผนแม่บทที่ ๕ การท่องเที่ยว	แผนแม่บทที่ ๑๖ เศรษฐกิจฐานราก	แผนแม่บทที่ ๑๗ ความเสมอภาคและ หลักประกันทางสังคม	แผนแม่บทที่ ๒๑ การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ
แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)	ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน		ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้างความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำในสังคม		ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ด้านการบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการ ทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคม
ยุทธศาสตร์ กรมการค้าภายใน	ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การพัฒนาตลาดและระบบการค้าสินค้า เกษตรให้มีประสิทธิภาพ	ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับ เศรษฐกิจท้องถิ่น	ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้าและ พิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : การยกระดับมาตรฐาน การชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	ยุทธศาสตร์ที่ ๕ : การพัฒนาระบบบริหารจัดการ ขององค์กร	
โครงการ/กิจกรรม	๑. ดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร (กษ.๒) ๒. โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการค้าข้าว ในการเก็บสต็อก (กษ.๒) ๓. ตรวจสอบและกำกับดูแลราคาสินค้าเกษตร (กษ. ตป. สท.) ๔. โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร สำคัญ (กษ.๒) ๕. โครงการสร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดสินค้า เกษตร (กษ.๑/กษ.๒) ๖. โครงการส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดสินค้าเกษตร (กษ.๑) ๗. การเชื่อมโยงและส่งเสริม/พัฒนาตลาดสินค้าเกษตร (กษ.๑/สท./สท.) ๘. เสริมสร้างศักยภาพการรับฝากและกระจายสินค้า (สท.) ๙. ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร (คชก.)	- โครงการเชื่อมโยงการ ท่องเที่ยวตลาดชุมชน (สท.)	๑. โครงการเสริมสร้าง ความเข้มแข็งเศรษฐกิจ ชุมชน (สท.) - โครงการตลาดชุมชน เพื่อธุรกิจท้องถิ่น - โครงการหมู่บ้าน ทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑. โครงการกำกับดูแลสินค้าและบริการ และมาตรฐานชั่งตวงวัด (รป.๑/รป.๒/ ชว/กษ/ตป.) (สนับสนุน ย.๓-๔) ๒. โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน (มช.) (สนับสนุน ย.๓) ๓. การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และ สร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแล ราคาและพฤติกรรมทางการค้า (ตป./ มช/กษ.) (สนับสนุน ย.๓)	๑. แผนป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ เสริมสร้างความรู้ จิตสำนึกและคุ้มครอง จริยธรรมในการปฏิบัติงาน (สสท.) ๒. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร กรมการค้าภายใน (สสท.) ๓. โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ และการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อน องค์กร (พบ.) ๔. การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย เพื่อการค้า การลงทุน (กม.) ๕. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน (สท./กม.) ๖. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร (สท.) ๗. การพัฒนาบุคลากรด้าน ICT (สท.) ๘. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ และสร้าง การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ฯลฯ