



Action plan 2023

แผนปฏิบัติการราชการ รายปี พ.ศ.2566

กรมการค้าภายใน
กระทรวงพาณิชย์

จัดทำโดย
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร	๑
ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี	
๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) (แผนระดับที่ ๑)	๗
๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)	
๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	๙
๒.๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓	๑๒
๒.๒.๓ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่ได้แถลงต่อรัฐสภา	๑๖
ส่วนที่ ๓ ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)	๑๙
ส่วนที่ ๔ สารสำคัญแผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๖) ของกรมการค้าภายใน	
๔.๑ ภาพรวม	๒๑
๔.๑.๑ วิสัยทัศน์	๒๑
๔.๑.๒ พันธกิจ	๒๑
๔.๒ แผนปฏิบัติการ	๒๑
๔.๒.๑ แผนปฏิบัติการ (พ.ศ. ๒๕๖๖) ของกรมการค้าภายใน	
๑) เป้าหมาย	๒๑
๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	๒๑
๓) แนวทางพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์	๒๒
๔) โครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖	๒๓
๔.๓ งบประมาณการดำเนินงานงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖	๒๗
ส่วนที่ ๕ ภาคผนวก	
๕.๑ นิยามตัวชี้วัดความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการรายปีและค่าเป้าหมาย ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖	๕๑

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๕๖ หมวด ๓ มาตรา ๙ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการราชการไว้เป็นการล่วงหน้า ซึ่งแผนปฏิบัติการดังกล่าวต้องมีรายละเอียดขั้นตอน ระยะเวลา และงบประมาณที่จะต้องใช้ในการดำเนินการของแต่ละขั้นตอน เป้าหมายของภารกิจ ผลสัมฤทธิ์ และตัวชี้วัดของภารกิจของหน่วยงาน ประกอบกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๗ ได้กำหนดให้ส่วนราชการจัดให้มีการทบทวนภารกิจของตน โดยคำนึงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกำลังเงินงบประมาณของประเทศ ความคุ้มค่าของภารกิจ และสถานการณ์อื่นประกอบกัน อีกทั้ง เมื่อวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๒ คณะรัฐมนตรี ได้มีมติเห็นชอบให้หน่วยงานของรัฐปรับปรุงแผนระดับ ๓ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๕๖ และฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๖๒ รวมถึงมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๒ กรมการค้าภายใน จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ขึ้น โดยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) นโยบายของรัฐบาล และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรายงานผลการดำเนินงานผ่านระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSER) ตามระเบียบว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๒ ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานของผู้บริหารหน่วยงาน รวมทั้งให้หน่วยงานในสังกัดใช้เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติงานและการรายงานผลในระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSER) ให้มีความถูกต้อง ชัดเจน เป็นไปตามมติของคณะรัฐมนตรี ตลอดจนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงพาณิชย์ และงานตามภารกิจของกรมการค้าภายใน ทั้งในระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยมีสาระสำคัญของแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดังนี้

สาระสำคัญแผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๖) ของกรมการค้าภายใน

๑. วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๒. พันธกิจ

- ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่าง ๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน
- ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า

๔) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

๕) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยและขยายขอบเขตการดูแลเพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า

๖) บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

๓. แนวทางพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ของกรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ : เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้

กลยุทธ์ : ๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การตลาด และระบบการค้าสินค้าเกษตร

๑.๒ สนับสนุนการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน

๑.๓ สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก

เป้าประสงค์ : หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ : ๒.๑ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเชื่อมโยงการค้าและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค

เป้าประสงค์ : ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง

กลยุทธ์ : ๓.๑ กำกับดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน

๓.๒ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค

๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง

๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบ และการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน

๓.๕ สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย

เป้าประสงค์ : การชั่งตวงวัดไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลและมีบทบาทนำในอาเซียน

- กลยุทธ์ :
- ๔.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลงานชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ๔.๒ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและพัฒนาเครือข่ายการกำกับดูแลด้านชั่งตวงวัด
 - ๔.๓ ขยายขอบเขตงานชั่งตวงวัดให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์
 - ๔.๔ เสริมสร้างขีดความสามารถและมาตรฐานวิชาชีพในการแข่งขันของบุคลากรและผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ

เป้าประสงค์ : ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และมีการบริหารแบบมีส่วนร่วม

- กลยุทธ์ :
- ๕.๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)
 - ๕.๒ ปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัย ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล
 - ๕.๓ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดขั้นตอนอำนวยความสะดวก และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า

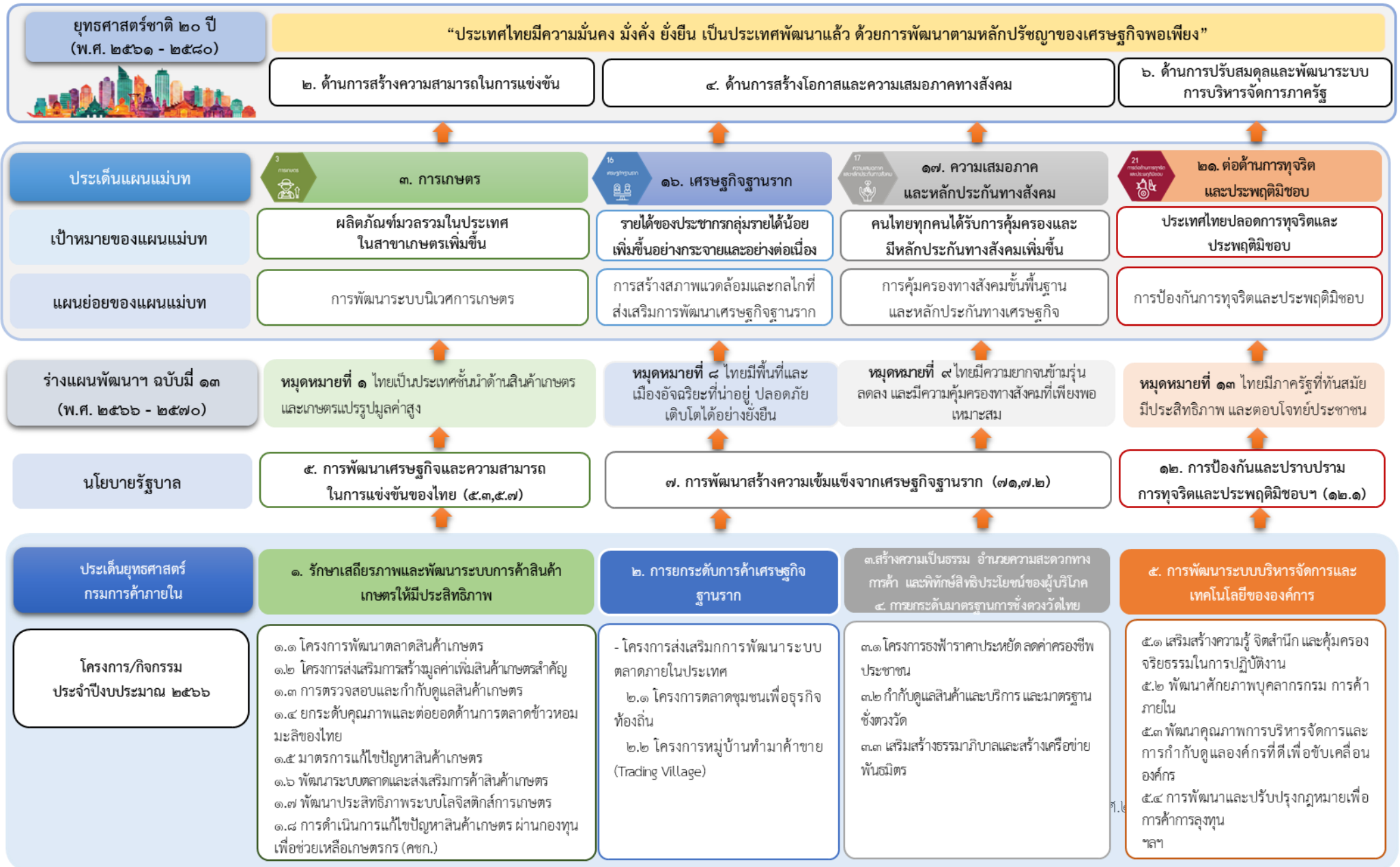
สรุปงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖
จำแนกตามงบประมาณ ประเด็นยุทธศาสตร์ และโครงการ/กิจกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ (ผลผลิต/โครงการ/กิจกรรม)	งบประมาณ (ล้านบาท)
แผนงานบูรณาการ	๘๕.๐๐๐๐
แผนงานยุทธศาสตร์	๒๖๓.๙๙๙๗
แผนงานพื้นฐาน	๓๓๕.๖๑๖๗
งบลงทุน	๑๐๔.๔๙๙๓
งบเงินอุดหนุน	๒.๒๘๖๐
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	๒๑๓.๑๗๗๙
	๘๙๗.๗๙๔๓
กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๗๕๐.๐๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๑,๖๔๗.๗๙๔๓
โครงการ/งานภายใต้โครงสร้างแผนงานตามยุทธศาสตร์การจัดสรรฯ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๑๑๔.๕๐๕๙
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๙.๗๕๐๐
๑.๓ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๑๓.๔๖๒๒
๑.๔ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๒.๐๐๐๐
๑.๕ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๑๐.๐๐๐๐
๑.๖ การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๗ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๘ การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรและการเบิกจ่ายจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๗๕๐.๐๐๐๐
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๖๙.๖๓๒๒
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑๕.๓๖๗๘
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	งบดำเนินงาน
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	๑๒๙.๗๔๓๘
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑๒.๐๐๐๐
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๑๐.๐๐๐๐
๓.๓ การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตร	๑๒.๔๒๑๘

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์กร

๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และค่านิยมจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	๐.๕๕๕๑
๕.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน	๐.๖๗๖๐
๕.๓ โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กร	๐.๓๖๓๘
๕.๔ การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน	๐.๗๐๐๐
๕.๕ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๖ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	๒๔.๕๘๕๐
๕.๗ การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน	งบดำเนินงาน
๕.๘ การพัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	๐.๒๐๐๐
๕.๙ การจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	๐.๓๐๐๐
๕.๑๐ การตรวจสอบภายใน	๐.๓๒๑๒

ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ของกรมการค้าภายใน



ส่วนที่ ๒

ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) (แผนระดับที่ ๑)

เป็นแผนการพัฒนาประเทศไทยที่กำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วนต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของประเทศที่ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือคติพจน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ซึ่งการพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (๑) ด้านความมั่นคง (๒) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (๓) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (๔) ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (๕) ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (๖) ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ทั้งนี้ กรมการค้าภายใน มีบทบาทภารกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติใน ๓ ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

๒.๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

๑) เป้าหมาย ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

๒) ประเด็น การเกษตรสร้างมูลค่า ซึ่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า ความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้สูงขึ้น

๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรทำการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มาตรฐาน และเข้าสู่ระบบมาตรฐานการจัดการคุณภาพทางการเกษตรที่ได้รับการรับรอง รวมทั้งให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการบริหารจัดการตลาด ตลอดจนพัฒนากลไกการเชื่อมโยงการจำหน่ายให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตร

(๒) การเฝ้าระวังและพัฒนากลไกการจัดการปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อยกระดับและรักษาเสถียรภาพราคา โดยกำหนดมาตรการรองรับ มาตรการปรับตัว และการประกันความเสี่ยงด้านรายได้ให้กับเกษตรกร

(๓) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตรให้มีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมและพัฒนาการให้บริการของผู้ประกอบการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น ให้มีระบบบริหารจัดการที่ดี มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมทั้งเสริมสร้างทักษะด้านการจัดการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็นให้สอดคล้องกับลักษณะของสินค้าและตลาด

๒.๑.๒ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

๑) เป้าหมาย

(๑) สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

(๒) เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเอง

๒) ประเด็น การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

(๑) **ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก** มุ่งเน้นการพัฒนาการเกษตรให้เหมาะสมกับศักยภาพ ฐานทรัพยากรและบริบทของพื้นที่และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งเพิ่มช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการค้าด้วยเครือข่าย พันธมิตรและวิสาหกิจเพื่อสังคม กำหนดนโยบายและกติกาเพื่อเพิ่มโอกาสของเกษตรกร พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม บนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมการผลิตแปรรูปสินค้าให้มีเอกลักษณ์

(๒) **ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค** โดยการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบ และกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) การเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นระบบ เศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการพัฒนา การสร้างงานสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มพูน ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และบริการ การบริหารจัดการตลาด รวมทั้งขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และพัฒนาตลาดในพื้นที่ชุมชนให้สามารถ เป็นแหล่งรองรับ จำหน่าย และกระจายสินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีศักยภาพ รวมถึงเป็นสถานที่ที่ต้องแวะชม และแวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอยของหมูนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสร้างการกระจายรายได้ กลับสู่ชุมชน

(๒) การสร้างความธรรมทางการค้า และคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ ที่จำเป็นให้มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เป็นธรรม สอดคล้องกับต้นทุน และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งติดตามตรวจสอบพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันมิให้เกษตรกรและผู้บริโภคถูก เอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการสอดส่องดูแลราคาสินค้า/บริการและพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้ง ส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพของประชาชน และการจัดจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดในสถานการณ์ที่จำเป็น

๒.๑.๓ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

๑) เป้าหมาย

- (๑) ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม
- (๒) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒) ประเด็น ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๑) **ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง** ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส โดยหน่วยงานของรัฐต้องร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการ ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และ งานของรัฐอย่างอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สร้างประโยชน์สุขแก่ประชาชน

(๒) **บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ** โดยจัดให้มีระบบบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรให้สามารถสนองความต้องการในการ ปฏิบัติงาน มีความก้าวหน้าในอาชีพ สามารถจูงใจให้คนดีคนเก่งทำงานในภาครัฐ มีระบบการพัฒนาขีดความสามารถ บุคลากรภาครัฐให้มีสมรรถนะใหม่ๆ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการพัฒนา มีการเสริมสร้างคุณธรรม

และจริยธรรม การปรับเปลี่ยนแนวคิดให้การปฏิบัติราชการเป็นมืออาชีพ มีจิตบริการ ทำงานในเชิงรุกและมองไปข้างหน้า สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคส่วนอื่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

(ก) **ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ** โดยสร้างจิตสำนึกและค่านิยมให้ทุกภาคส่วนมีการตื่นตัวและละอายต่อการทุจริตประพฤติมิชอบทุกรูปแบบ พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุน ให้ภาคีภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชน ประชาชน และภาคีต่างๆ มีส่วนร่วมในการสอดส่อง เฝ้าระวัง ให้ข้อมูล แจ้งเบาะแสการทุจริต และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคส่วนอื่น ๆ

ก) **การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ** โดยเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยยึดหลักตามมาตรฐาน คุณธรรม จริยธรรม และมีความโปร่งใส รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตประพฤติมิชอบให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในทุกระดับ สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐที่เป็นปัจจุบัน และเปิดรับฟังความคิดของภาคประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานให้บริการของหน่วยงาน

๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

เป็นแผนแม่บทที่กำหนดขึ้นเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติมีทั้งสิ้น ๒๓ ฉบับ ซึ่งจะมีผลผูกพันต่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องที่จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนั้น รวมทั้งจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีให้สอดคล้องกับแผนแม่บท ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคงมั่งคั่ง ยั่งยืนเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ทั้งนี้ กรมการค้าภายในมีความเกี่ยวข้องกับแผนแม่บทดังกล่าว จำนวน ๔ ประเด็น ได้แก่ การเกษตร เศรษฐกิจฐานราก ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม และการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) ประเด็น การเกษตร

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย ผลผลิตภัณฑัวมวลรวมในประเทศในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร ด้วยการสนับสนุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัย ขยายและเชื่อมโยงการตลาดให้กับเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมและรณรงค์การบริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนกำกับดูแลปริมาณและราคาสินค้าเกษตรให้เกิดความสมดุล เพื่อสร้างเสถียรภาพราคาและยกระดับรายได้ให้กับเกษตรกร ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว คือ

(๒) **แผนย่อย (๖) การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร** ซึ่งให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเกษตรกรและภาคเกษตรมีการปรับตัวไปสู่กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐาน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง จึงต้องมีการสนับสนุนส่งเสริมระบบนิเวศของภาคเกษตรในด้านต่างๆ

• แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง

๑. พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศและการเฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้าเกษตร
๒. ส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตร
๓. อำนวยความสะดวกทางการค้าและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร

- เป้าหมายของแผนย่อย ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

๑. การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงสีมีการผลิต/แปรรูปสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย อาทิ มาตรฐานอินทรีย์ มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และมาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) เพื่อยกระดับราคาและรายได้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ

๒. การพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์ โดยพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ชุมชน (Organic Farm Outlet) ผ่าน Tourist Package ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) รวมถึงเชื่อมโยงการตลาดและการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร/ผู้ประกอบการเกษตร ทั้ง Online และ Offline จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์/ปลอดภัยระดับภูมิภาค รวมทั้งสร้างกลไกการเชื่อมโยงการจำหน่าย และจับคู่ทางการค้าระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการในระดับต่างๆ

๓. การรณรงค์การบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยและอินทรีย์ โดยส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์แก่ผู้บริโภค รวมทั้งประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หันมาให้ความสนใจบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์ของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

๒) ประเด็น เศรษฐกิจฐานราก

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย รายได้ของประชาชนกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่างกระจายอย่างต่อเนื่อง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยพัฒนาเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และการบริหารจัดการด้านการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถสร้างรายได้ได้ด้วยตนเอง รวมทั้งการพัฒนากลไกการตลาดในรูปแบบการค้าที่เป็นธรรม เพื่อให้เกิดโครงสร้างการกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทดังกล่าว ดังนี้

(๒) แผนย่อย การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบที่มีโครงสร้างกระจายรายได้ และพัฒนาช่องทางการตลาด รวมถึงกำหนดกติกาให้เกิดโครงสร้างกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนและทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น และบริหารจัดการกลไกต่างๆ เพื่อให้ชุมชนมีทุนในการพัฒนาการค้าและยกระดับเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

- แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง
 - ส่งเสริมและพัฒนากลไกและโครงสร้างดูดซับมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน โดยสนับสนุนการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาช่องทางและศูนย์กลางตลาดสินค้าชุมชนที่ครอบคลุมถึงช่องทางตลาดออนไลน์และช่องทางตลาดอื่นๆ
- เป้าหมายของแผนย่อย ผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
 - ๑. การเพิ่มขีดความสามารถให้กับเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และคนในชุมชน โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด และการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับต้องการของตลาด

๒. การส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนให้เป็น “ตลาดต้องชม” เพื่อให้เป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนที่มีศักยภาพ รวมถึงเป็นสถานที่ที่ต้องแวะชม และแวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอยของหมู่บ้านท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อสร้างการเติบโตและการหมุนเวียนให้เศรษฐกิจฐานราก

๓. การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็น “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” โดยการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาด การพัฒนาคุณภาพสินค้า และการบรรจุภัณฑ์ ให้กับผู้ประกอบการชุมชน รวมทั้งขยายและเชื่อมโยงช่องทางการตลาด เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืน

๓) ประเด็น ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยคุ้มครองและป้องกันมิให้ประชาชนผู้บริโภค และเกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา รวมทั้งได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้าและบริการ ตลอดจนส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพ เพื่อให้ประชาชนมีเงินเหลือในการใช้สอยสินค้าและบริการอื่นเพิ่มขึ้น ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว ดังนี้

(๒) แผนย่อย การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐาน และหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ ซึ่งให้ความสำคัญกับการขยายความคุ้มครองทางสังคมขั้นต่ำ สร้างระบบคุ้มครองและป้องกันแบบถ้วนหน้า และพัฒนาระบบหลักประกันทางสังคมด้านสุขภาพและเศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพ ค่า ครองคลุม และเป็นธรรม รวมถึงคุ้มครองแรงงานไทยให้มีสวัสดิภาพในการทำงาน และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความเสียหายของผู้บริโภค

- แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง
 ๑. ขยายฐานคุ้มครองทางสังคมขั้นต่ำให้ทุกชีวิตสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ
 ๒. คุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน
- เป้าหมายของแผนย่อย คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบางได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ โดยกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เป็นธรรม สอดคล้องกับต้นทุน และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งติดตามและตรวจสอบพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันมิให้เกษตรกรและผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการสอดส่องและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดในสถานการณ์ที่จำเป็น

๔) ประเด็น การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบของบุคลากรภาครัฐ รวมทั้งกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการของหน่วยงาน

เป็นไปอย่างเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ และกำหนดบทลงโทษผู้กระทำผิดกรณีการทุจริต ประพฤติมิชอบอย่างจริงจังและรวดเร็ว ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว ดังนี้

(๒) **แผนย่อย การป้องกันทุจริตและประพฤติมิชอบ** ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาโลกและกระบวนการป้องกัน การทุจริตให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้ภาคีองค์กรภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชนและประชาชน และเครือข่ายต่างๆ สอดส่องเฝ้าระวัง ให้ข้อมูลและร่วม ตรวจสอบการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐตามความเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบของบุคลากรภาครัฐและกำหนดมาตรการ ให้หน่วยงานภาครัฐและทุกภาคส่วนดำเนินงานอย่างโปร่งใส และกำหนดให้มีการลงโทษผู้กระทำผิดกรณีทุจริต และประพฤติมิชอบอย่างจริงจังและรวดเร็ว

- **แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง**

- ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความใส สะอาดปราศจาก พฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต และปรับระบบงานและโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการลดการใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่ เช่น การสร้างมาตรฐานที่โปร่งใสในกระบวนการบริการของภาครัฐ ลดขั้นตอนกระบวนการ และ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานด้วยวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนตรวจสอบได้

- **เป้าหมายของแผนย่อย ประชาชนมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมซื่อสัตย์สุจริต**

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โดยเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยยึดหลัก ตามมาตรฐาน คุณธรรม จริยธรรม และมีความโปร่งใส รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริต ประพฤติมิชอบให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในทุกระดับ สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐ ที่เป็นปัจจุบันบนเว็บไซต์ของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง และเปิดรับฟังความคิดของภาคประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนางานให้บริการของหน่วยงาน

๒.๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐)

กรอบการพัฒนาประเทศในระยะ ๕ ปี ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ มีความมุ่งเน้นเพิ่มศักยภาพ ของประเทศในการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อและเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์ประโยชน์ จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วถึง การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” รวมทั้งสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่งเสริมสร้างสังคมที่ ก้าวทันพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการ ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์มีความสามารถ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูง และคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ตามวัตถุประสงค์ของแผนฯ ดังกล่าว โดยกำหนดเป้าหมายหลัก จำนวน ๕ ประการ ประกอบด้วย

๑) **การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม** โดยยกระดับขีดความสามารถ ในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญให้สูงขึ้น และสามารถตอบโจทย์พัฒนาการของเทคโนโลยีและ สังคม ยุคใหม่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่า ของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุนและนวัตกรรม

๒) **การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่** โดยพัฒนาให้คนไทยมีทักษะและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับ โลก ยุคใหม่ ทั้งทักษะในด้านความรู้ทักษะทางพฤติกรรม และคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม เตรียมพร้อม กำลังคนที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เอื้อต่อการปรับโครงสร้าง เศรษฐกิจไปสู่ภาค

การผลิตและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพและผลิตภาพสูงขึ้น รวมทั้งพัฒนาหลักประกันและ ความคุ้มครองทางสังคมเพื่อส่งเสริมความมั่นคงในชีวิต

๓) การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม โดยลดความเหลื่อมล้ำทั้งในเชิงรายได้ ความมั่งคั่ง และโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจ สนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสให้มีโอกาสในการเลื่อนขั้นทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงจัดให้มีบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

๔) การเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน โดยปรับปรุงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตและบริการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ แก้ไขปัญหามลพิษสำคัญ ด้วยวิธีการที่ยั่งยืน โดยเฉพาะมลพิษทางอากาศ ชยะ และมลพิษทางน้ำ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) ภายในครั้งแรกของศตวรรษนี้

๕) การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยง ภายใต้บริบทโลกใหม่ โดยการสร้างความพร้อมในการรับมือและแสวงหาโอกาสจากการเป็นสังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยโรคระบาด และภัยคุกคามทางไซเบอร์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ กลไกทางสถาบันที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างและระบบการบริหารงานของ ภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้อย่าง ทันเวลา มีประสิทธิภาพ และมีธรรมาภิบาล

เพื่อถ่ายทอดเป้าหมายหลักไปสู่ภาพของการขับเคลื่อนที่ชัดเจนในลักษณะของวาระการพัฒนา (Agenda) ที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันของหลายหน่วยงานและหลายภาคส่วนในการผลักดันการพัฒนา ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ เพื่อพัฒนาให้บรรลุ ๑๓ หมายเหตุประกอบด้วย

หมายเหตุที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

หมายเหตุที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

หมายเหตุที่ ๓ ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก

หมายเหตุที่ ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

หมายเหตุที่ ๕ ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค

หมายเหตุที่ ๖ ไทยเป็นฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่สำคัญของโลก

หมายเหตุที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

หมายเหตุที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เดิมโตได้อย่างยั่งยืน

หมายเหตุที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม ที่เพียงพอ เหมาะสม หมายเหตุที่ ๑๐ ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ

หมายเหตุที่ ๑๑ ไทยสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

หมายเหตุที่ ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

หมายเหตุที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

กรมการค้าภายในมีความเกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาฯ ดังกล่าว จำนวน ๔ หมายเหตุ ได้แก่

๑) หมายเหตุที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

เป้าหมายการพัฒนา ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมายเหตุ

เป้าหมายที่ ๑ มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ ผลผลิตภัณฑ่มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรเดิบโต ร้อยละ ๔.๕ ต่อปี

กลยุทธ์การพัฒนา โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบมุ่งเป้า เพื่อให้เกิดการยกระดับกระบวนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่ม การนำงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมของตลาด การขยายตัวของตลาดของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง อาทิ ผลผลิตเกษตรปลอดภัย สมุนไพรแปรรูป อาหารทางการแพทย์ อาหารทางเลือก อาหาร ฟังก์ชัน พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ โปรตีนจากพืชและแมลง และมีคลังข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ในการวิเคราะห์ วางแผน พัฒนาผลผลิตและประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และความต้องการของตลาด การขยายผลรูปแบบเกษตรยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีมูลค่าเพิ่มสูงจากแบบอย่างความสำเร็จในประเทศ เช่น เกษตรตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG เกษตรปลอดภัย วนเกษตร เกษตรอินทรีย์ท่องเที่ยว เกษตร ประมงพื้นบ้าน การทำประมงถูกกฎหมาย และการปฏิบัติต่อแรงงานที่ถูกต้อง เป็นต้น

๒) หมายเหตุที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เดิบโตได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนา ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เดิบโตได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมายเหตุ

เป้าหมายที่ ๑ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคและการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษขยายตัวเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ รายได้เฉลี่ยต่อประชากรในทุกภาคเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์การพัฒนา การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก โดยสร้างเสริมองค์ความรู้ให้กับชุมชน จากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ทูทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมการพัฒนาการผลิต สินค้า/บริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความปลอดภัย โดยใช้งานวิจัย เทคโนโลยี นวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการวางแผนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยกระดับ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน สนับสนุนการ รวมกลุ่มและสร้างเครือข่าย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมการถือหุ้นโดยสมาชิกในชุมชน สร้างความเข้มแข็งสถาบันการเงินในระดับชุมชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนของผู้ประกอบการ และธุรกิจชุมชน รวมทั้งสร้างรายได้จากตลาดภายนอก โดยส่งเสริมนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานใน ระดับพื้นที่ เพื่อลดความสูญเสียเนื่องจากการผลิตมากเกินไปความต้องการ ลดต้นทุนและระยะเวลาในการขนส่ง สินค้า ระหว่างพื้นที่และภูมิภาค รวมทั้งรักษาคุณภาพของผลผลิต กระตุ้นการบริโภคให้สอดคล้องและสมดุลกับการผลิต ในท้องถิ่น ตามแนวทางการ ผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน

๓) หมายความว่า ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม

เป้าหมายการพัฒนา มุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม โดยการสนับสนุนให้กลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาส มีโอกาสในการเลื่อนขั้นทางเศรษฐกิจและสังคมสูงขึ้น รวมทั้งพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ ในด้านการสร้าง หลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมเพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงในชีวิต

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมวดหมู่

เป้าหมายที่ ๒ คนไทยทุกช่วงวัยได้รับความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

ตัวชี้วัดที่ ๒.๑ ดัชนีรวมของความคุ้มครองทางสังคมมีค่าไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ โดยดัชนีรวมของความคุ้มครองทางสังคมประกอบด้วย ๓ มิติ ได้แก่ ความคุ้มครองทางสังคมสำหรับวัยเด็ก แรงงาน และผู้สูงอายุ

กลยุทธ์การพัฒนา การยกระดับความคุ้มครองทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย รวมทั้งกำหนดเป้าประสงค์ของการจัดความคุ้มครองทางสังคม โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดความคุ้มครองทางสังคมให้ชัดเจน รวมถึงการเชื่อมโยงฐานข้อมูลบนฐานข้อมูลเดียวกัน เพื่อลดความทับซ้อนระหว่างโครงการ/มาตรการ รวมทั้งประเมินผลทุกโครงการ/มาตรการอย่างรัดกุม เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งจัดทำระบบการเยียวยาช่วยเหลือในภาวะวิกฤต ให้พร้อมช่วยเหลือเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม และภัยพิบัติต่าง ๆ อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ

๔) หมายความว่า ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

เป้าหมายการพัฒนา ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวเพื่อลดช่องว่างของการปฏิบัติงานให้มีศักยภาพที่เหมาะสม ในฐานะที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศบนหลักการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ คือ การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐ โดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหา ประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศ โดยมีประเด็นที่ต้องดำเนินการ เพื่อรับมือกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างความสามารถของภาครัฐ

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับหมวดหมู่

เป้าหมายที่ ๑ การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐

กลยุทธ์การพัฒนา การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก และประหยัด ควบคู่กับพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของภาครัฐจากการควบคุมมาเป็น การกำกับดูแลหรือเกิดความสะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะขั้นตอนการอนุมัติ อนุญาตต่าง ๆ พร้อมทั้งลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ยกเลิกการใช้เอกสารและขั้นตอนการทำงานที่หมดความจำเป็นหรือมีความจำเป็นน้อย นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการทำงาน ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติงาน และการติดตามประเมินผล โดยเฉพาะการให้บริการประชาชนและผู้ประกอบการให้มีความคล่องตัว มีช่องทางและรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายที่สอดคล้องกับการทำงานแบบดิจิทัล รวมทั้งสร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ โดยเปิดเผยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างกันที่หลากหลาย และนำไปประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานภาครัฐ ในการแก้ปัญหาและการพัฒนาร่วมกัน เพื่อลดการทุจริตคอร์รัปชัน ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐเป็นดิจิทัล โดยออกแบบกระบวนการทำงานใหม่

๒.๒.๓ นโยบายของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒ ที่เกี่ยวข้อง

ตามที่ได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมแต่งตั้งนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรี ตามประกาศลงวันที่ ๙ มิถุนายน ๒๕๖๒ และ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๒ ตามลำดับ เมื่อวันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒ คณะรัฐมนตรีจึงได้มีการกำหนดและแถลงนโยบายต่อรัฐสภาถึงแนวทางการบริหารราชการแผ่นดิน เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในศตวรรษที่ ๒๑ โดยกำหนดเป็นนโยบายหลัก และนโยบายเร่งด่วน ๑๒ ด้าน ซึ่งกรมการค้าภายใน มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนกับนโยบายหลัก ๓ ด้าน และนโยบายเร่งด่วน ๕ ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) นโยบายหลักที่เกี่ยวข้อง

นโยบาย/ประเด็น	แนวทาง
ข้อที่ ๕ การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขัน	
๕.๓ พัฒนาภาคเกษตร	<p>๕.๓.๑ รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรและรายได้ให้กับเกษตรกร ในสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ปาล์ม อ้อย และข้าวโพด โดยผ่านเครื่องมือและมาตรการที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ ไม่เป็นภาระกับงบประมาณแผ่นดิน จัดให้มีระบบประกันภัยสินค้าเกษตร การพัฒนาระบบตลาดที่เชื่อมโยงผลผลิตของเกษตรกรถึงผู้ประกอบการแปรรูปและผู้บริโภค อย่างเป็นธรรม การอำนวยความสะดวกทางการค้า และการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตรที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>๕.๓.๒ ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตที่เหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดภาระทางการเงินการคลังของภาครัฐ โดยจัดให้มีมาตรการที่เกี่ยวกับการเพิ่มรายได้ และลดต้นทุนการเกษตรครบวงจร การลดความเสี่ยงจากราคาพืชผลทางการเกษตร และการพัฒนาทักษะอาชีพเสริมรายได้</p> <p>๕.๓.๓ พัฒนาองค์กรเกษตรกรและเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยเพิ่มทักษะการประกอบการ โดยเฉพาะด้านการตลาด การค้าออนไลน์ ระบบบัญชี เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดของสถาบันเกษตรกรให้เข้มแข็ง</p> <p>๕.๓.๔ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร โดยส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางเศรษฐกิจ อาทิ เกษตรอินทรีย์ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ และเกษตรแปรรูป รวมทั้งส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้คุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย</p>

ข้อที่ ๗ การพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจฐานราก

๗.๑ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน	<p>๗.๑.๑ สร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และสหกรณ์ในชุมชน ให้สามารถใช้ประโยชน์และต่อยอดจาก สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรในพื้นที่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน</p> <p>๗.๑.๒ สนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนผ่านเทคโนโลยี โดยพัฒนา</p>
--	--

นโยบาย/ประเด็น	แนวทาง
	<p>ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งในการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ การสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งใน เชิงกระบวนการผลิต การนำเสนอสินค้าหรือบริการ และการตลาด รวมทั้งส่งเสริมแนวคิดการทำธุรกิจภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy)</p> <p>๗.๑.๕ สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนโดยพัฒนาและบูรณาการฐานข้อมูลที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย รวมทั้งสนับสนุนการยกระดับสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน</p>
๗.๒ สร้างความเข้มแข็งของชุมชน	๗.๒.๒ ยกย่องคุณภาพตลาดชุมชน และส่งเสริมการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ รวมถึงกำกับดูแลมาตรฐานสินค้าให้ได้มาตรฐานสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ
ข้อที่ ๑๑ การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ	
๑๑.๑ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่	- โดยจัดรูปแบบองค์กรใหม่ที่มีความยืดหยุ่นคล่องตัวและเหมาะสมกับบริบทของประเทศ รวมทั้งจัดอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ของรัฐให้สอดคล้องกับโครงสร้างหน่วยงานและภารกิจงานที่เปลี่ยนแปลงไป พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่รัฐให้สามารถรองรับบริบทการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทันท่วงที พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนระบบการบริหารราชการให้เกิดความเชื่อมโยงสอดคล้องกันตั้งแต่ชั้นวางแผน การนำไปปฏิบัติ การติดตามประเมินผล และการปรับปรุงการทำงานให้มีมาตรฐาน
๑๑.๗ ปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย เพื่อเอื้อต่อการทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน	<p>๑๑.๗.๑ ปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ การอำนวยความสะดวก ต้นทุนค่าใช้จ่าย กฎหมาย กฎ และระเบียบต่าง ๆ ของภาครัฐ ให้สามารถสนับสนุนและเอื้อต่อการประกอบธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศและเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงบริบทต่าง</p> <p>๑๑.๗.๓ ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม โดยกำกับดูแลให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้า และติดตามพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการผูกขาดอย่างใกล้ชิด บังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าอย่างจริงจังและมีประสิทธิภาพ</p>

๒) นโยบายเร่งด่วนที่เกี่ยวข้อง

นโยบาย/ประเด็น	แนวทาง
ข้อที่ ๔ การให้ความช่วยเหลือเกษตรกรและพัฒนา	<p>- กำหนดเป้าหมายรายได้เกษตรกรให้สามารถมีรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพในสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ปาล์ม อ้อย และข้าวโพด ด้วยการชดเชย/การประกันรายได้ ส่งเสริมระบบประกันภัยสินค้าเกษตร/เกษตรพันธสัญญา แก้ไขปัญหาข้าวครบวงจร และส่งเสริมการใช้ผลผลิตทางการเกษตรในอุตสาหกรรมพลังงาน</p>

นโยบาย/ประเด็น	แนวทาง
ข้อที่ ๕ การยกระดับศักยภาพของแรงงาน	- กำกับดูแลราคาสินค้าไม่ให้กระทบกับค่าครองชีพของประชาชน
ข้อที่ ๑๐ การพัฒนาระบบการให้บริการประชาชน	- มุ่งสู่ความเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ พัฒนาระบบจัดเก็บและเปิดเผยข้อมูลของภาครัฐ ปรับปรุงระบบการอนุมัติและอนุญาตของทางราชการที่สำคัญ ลดขั้นตอนที่ยุกงยากเกินความจำเป็น ลดข้อจำกัดด้านกฎหมายที่เป็นปัญหาอุปสรรคต่อการทำธุรกิจและการดำรงชีวิตของประชาชน

ส่วนที่ ๓

ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals –SDGs) คือการพัฒนาที่สมดุล สะท้อน ๓ เสาหลักของมิติความยั่งยืน (Three Pillars of Sustainability) คือ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม บวกกับอีก ๒ มิติ คือ มิติด้านสันติภาพและสถาบัน และมิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา ที่เชื่อมร้อยทุกมิติ ของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน รวมเป็น ๕ มิติ องค์การสหประชาชาติแบ่งเป้าหมาย ๑๗ ข้อ ออกเป็น ๕ กลุ่ม (เรียกว่า ๕ Ps) ประกอบด้วย

มิติสังคม (People) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๑ ถึง เป้าหมายที่ ๕

มิติเศรษฐกิจ (Prosperity) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๗ ถึง เป้าหมายที่ ๑๑

มิติสิ่งแวดล้อม (Planet) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๖ เป้าหมายที่ ๑๒ ถึง เป้าหมายที่ ๑๕

มิติสันติภาพและสถาบัน (Peace) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๑๖

มิติหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) ครอบคลุมเป้าหมายที่ ๑๗

โดยมีแนวทางและเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับทุกประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับลำดับความสำคัญในการ พัฒนา และช่วยแก้ปัญหาที่โลกกำลังเผชิญอยู่ เช่น ความยากจน ความไม่เท่าเทียม สภาวะโลกร้อน และสันติสุข เพื่อเสริมแนวคิด “ไม่เป็นการทิ้งใครไว้ข้างหลัง” คาดว่าจะทำสำเร็จได้ภายในปี ๒๐๓๐ ซึ่งกรมการค้าภายใน มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนกับเป้าหมายดังกล่าว จำนวน ๒ เป้าหมาย ดังนี้

๑) เป้าหมายที่ ๒ : ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการและ ส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

แนวทาง/มาตรการดำเนินการ เลือกใช้มาตรการที่สร้างหลักประกันได้ว่าตลาดโลกมีต้นทุนอาหารและ ตลาดอนุพันธ์ สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสม และอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลของตลาดและข้อมูล สำรองอาหารได้อย่างทันการณ์ เพื่อจำกัดความผันผวนของราคาอาหารอย่างรุนแรง

ตัวชี้วัด ๒.c.๑ ตัวชี้วัดราคา (อาหาร) ที่ผิดปกติ

แผนงาน/โครงการ

- การดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม และลดภาระค่าครองชีพ โดย
 - ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณของสินค้าอุปโภคบริโภค
 - ตรวจสอบติดตามและป้องปรามมิให้มีการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค
 - ตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อให้มีความเที่ยงตรงถูกต้อง
 - จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป

ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และในเขตพื้นที่ประสบภัย

๒) เป้าหมายที่ ๑๒ : สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

เป้าหมาย : ด้านเกษตรอินทรีย์/เกษตรยั่งยืน

สินค้าเกษตรยั่งยืนมีช่องทางการวางตลาดในหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรต่าง ๆ เพิ่มขึ้น อย่างน้อยร้อยละ ๑๐ ต่อปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙

แนวทาง/มาตรการการดำเนินการ : พัฒนาความเชื่อมโยงทางการตลาดของเกษตรยั่งยืนและ ภาคการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด : สัดส่วนของสินค้าเกษตรยั่งยืนที่จัดจำหน่ายในหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรต่าง ๆ

แผนงาน/โครงการ

- โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

๑) พัฒนาเกษตรกร และชุมชน ให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำเกษตรอินทรีย์ และผลักดันให้ได้รับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

๒) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและขยายตลาดรองรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการ

เป้าหมาย - เกษตรกรมีช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ และรายได้เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ ๔

สาระสำคัญแผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๖) ของกรมการค้าภายใน

๔.๑ ภาพรวม

๔.๑.๑ วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๔.๑.๒ พันธกิจ

- ๑) ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่าง ๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- ๒) พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน
- ๓) ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า
- ๔) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม
- ๕) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยและขยายขอบเขตการดูแลเพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า
- ๖) บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

๔.๒ แผนปฏิบัติการ

๔.๒.๑ แผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๖) ของกรมการค้าภายใน

๑) เป้าหมายรวม

- (๑) เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น
- (๒) หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น
- (๓) ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ

๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายที่ ๑ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น			
เชิงปริมาณ	๑.๑ จำนวนชนิดของสินค้าที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง	สินค้า	๑๔
	๑.๒ มูลค่าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม	ล้านบาท	๖๑๕
	๑.๓ จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา	ราย	๓๐๐
	๑.๔ เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย	แห่ง	๑๔๐
เชิงคุณภาพ	๑.๕ ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรองรับมาตรฐาน	ร้อยละ	๘๐
	๑.๖ มูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้น	ร้อยละ	๓
เป้าหมายที่ ๒ หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น			
เชิงปริมาณ	๒.๑ จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา	แห่ง	๖๕
	๒.๒ มูลค่าการค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	ล้านบาท	๘๒๕
เชิงคุณภาพ	๒.๓ ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	๕

	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายที่ ๓ ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ			
เชิงปริมาณ	๓.๑ จำนวนการจัดหาสินค้าราคาประหยัดจำหน่ายให้แก่ประชาชน	ครั้ง	๑,๐๑๐
	๓.๒ จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	เครื่อง/หีบห่อ	๖,๒๗๙,๐๙๗
เชิงคุณภาพ	๓.๓ ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าของประชาชนลดลง	ร้อยละ	๓๐
	๓.๔ ร้อยละสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ	๙๗.๕๐

๓) แนวทางพัฒนาตามประเด็นยุทธศาสตร์ของกรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ : เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้

กลยุทธ์ : ๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การตลาด และระบบการค้าสินค้าเกษตร

๑.๒ สนับสนุนการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน

๑.๓ สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก

เป้าประสงค์ : หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ : ๒.๑ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเชื่อมโยงการค้าและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค

เป้าประสงค์ : ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับเหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง

กลยุทธ์ : ๓.๑ กำกับดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน
๓.๒ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค

๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค เผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง

๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบ และการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน

๓.๕ สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย

เป้าประสงค์ : การชั่งตวงวัดไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลและมีบทบาทนำในอาเซียน

- กลยุทธ์ :
- ๔.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลงานชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ๔.๒ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและพัฒนาเครือข่ายการกำกับดูแลด้านชั่งตวงวัด
 - ๔.๓ ขยายขอบเขตงานชั่งตวงวัดให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์
 - ๔.๔ เสริมสร้างขีดความสามารถและมาตรฐานวิชาชีพในการแข่งขันของบุคลากรและผู้ประกอบธุรกิจด้านชั่งตวงวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์การ

เป้าประสงค์ : ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และมีการบริหารแบบมีส่วนร่วม

- กลยุทธ์ :
- ๕.๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)
 - ๕.๒ ปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัย ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล
 - ๕.๓ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดขั้นตอนอำนวยความสะดวก และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า

๔) โครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ดังนี้

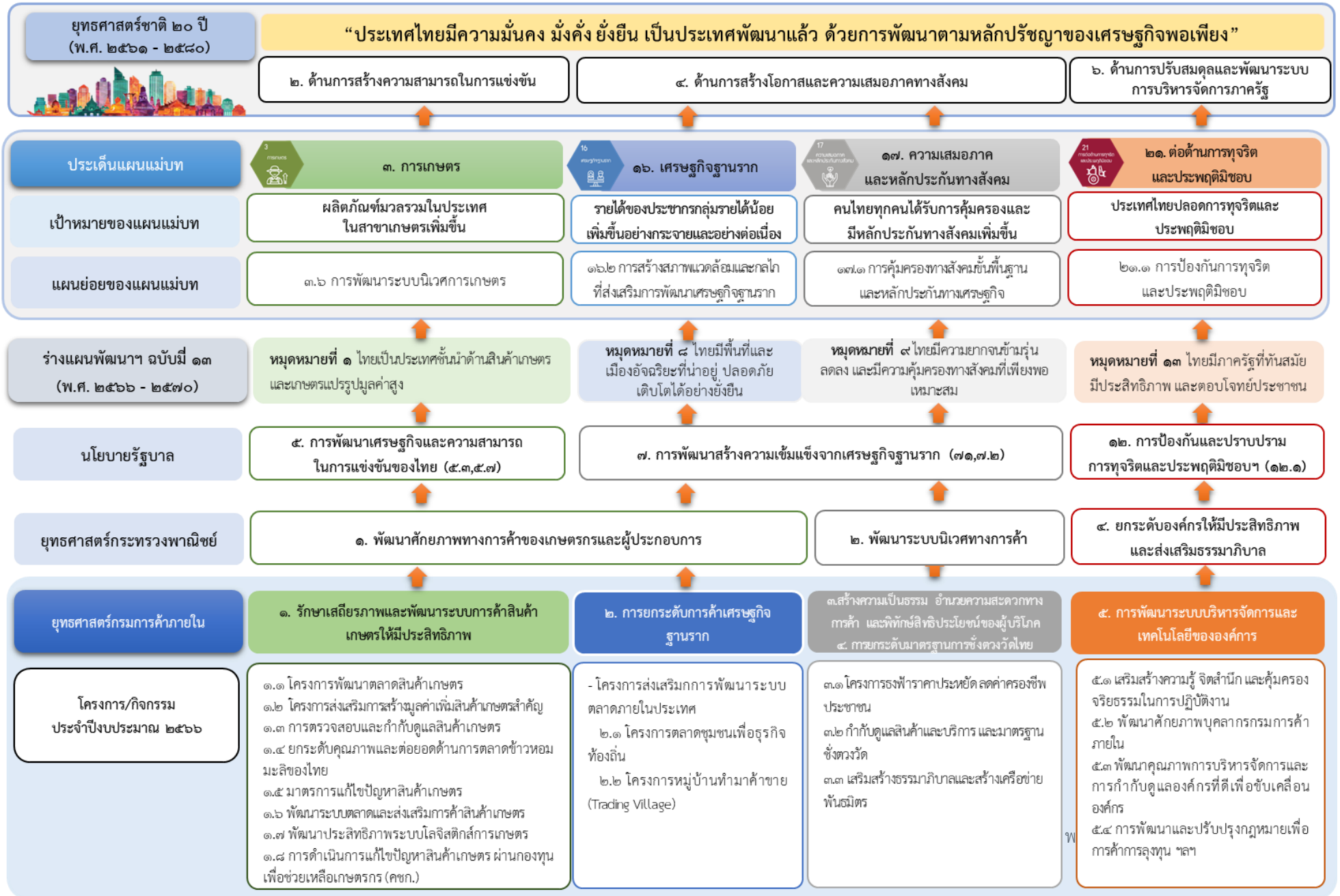
โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาตลาดและระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๑. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการคุณภาพ การจำหน่าย และกระจายผลผลิตการเกษตรในประเทศ ๒. เพื่อพัฒนาและขยายช่องทางตลาดรองรับผลผลิตให้กับเกษตรกร ๓. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในด้านการผลิต การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การลดต้นทุน และการบริหารจัดการตลาดให้แก่เกษตรกร
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการเกษตรทำการผลิต/แปรรูปสินค้าให้ได้คุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัย ๒. เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน และการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้กับเกษตรกร/ผู้ประกอบการ ๓. เพื่อส่งเสริมด้านการขยายตลาดให้แก่เกษตรกร/ผู้ประกอบการ ผ่านการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์บริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
๑.๓ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๑. เพื่อคุ้มครองและป้องกันมิให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา และได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร ๒. เพื่อให้ระบบการกำกับดูแลสินค้าเกษตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ได้อย่างต่อเนื่อง
๑.๔ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๑. เพื่อแก้ไขปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อนของเกษตรกร โดยการกำหนดและดำเนินมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ๒. เพื่อให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์/มันสำปะหลัง/ปาล์มน้ำมัน ได้ในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม ๓. เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกรมีการพัฒนาคุณภาพของผลผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม
๑.๕ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบตลาดและโลจิสติกส์การเกษตร	๑. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาตลาดทั้งในระบบซื้อขายจริง ตลาดข้อตกลง และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม ๒. เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล
๑.๖ การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	๑. เพื่อผลักดันและขยายตลาดรองรับสินค้าเกษตรสำคัญ ๒. เพื่อติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ
๑.๗ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร มีการผลิตข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี รวมทั้งมีการรักษาและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ๒. เพื่อสร้างการรับรู้ถึงข้าวหอมมะลิคุณภาพดีของประเทศไทย และขยายช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร
๑.๘ การดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร ผ่านกองทุนเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๑. เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและระบายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ๒. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่มีศักยภาพ ๓. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/ธุรกิจ SMEs และคนในชุมชน โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด และการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับต้องการของตลาด
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด ๑. เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพ เข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล

๓.๑ การกำกับดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	<p>๑. เพื่อกำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง</p> <p>๒. เพื่อดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม และมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง</p> <p>๓. เพื่อดูแลและพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล สร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า</p>
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	<p>๑. เพื่อเพิ่มทางเลือกในการบริโภคสินค้าและอาหารปรุงสำเร็จในราคาประหยัด และลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน</p> <p>๒. เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจาย และจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตและผู้ประกอบการรายกลาง/รายย่อย</p>
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	<p>๑. เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัด ลดภาระค่าครองชีพ และเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ</p> <p>๒. เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และผู้จำหน่ายสินค้าจากตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย</p>
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	<p>๑. ส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าให้แข่งขันได้ และเป็นช่องทางการตลาดให้กับผู้ผลิตสินค้าชุมชน สินค้าจากผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น</p> <p>๒. สร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อองค์การและนโยบายของภาครัฐ</p>
๓.๕ การเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตร	<p>๑. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม</p> <p>๒. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภคในการพิทักษ์ประโยชน์ของตน และสร้างเครือข่ายภาคประชาชนในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า</p>
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์การ</p>	
๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และคุ่มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	<p>๑. เพื่อเสริมสร้างความรู้ในการป้องกันทุจริตและประพฤติมิชอบให้กับข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน</p> <p>๒. เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาข้าราชการ รวมทั้งศีลธรรมอันดี ตลอดจนเสริมสร้างทัศนคติและค่านิยมในความซื่อสัตย์สุจริตให้กับบุคลากรของกรมการค้าภายใน</p>
๕.๒ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่าย	<p>๑. เพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบฐานข้อมูลการตรวจสอบและระบบฐานข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ</p> <p>๒. เพื่อจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับสนับสนุนงานบริการและงานอำนวยการ</p>

ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ของกรมการค้าภายใน



๔.๓ ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด ๑,๖๔๗.๗๙๔๓ ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ (ผลผลิต/โครงการ/กิจกรรม)	งบประมาณ (ล้านบาท)
แผนงานบูรณาการ	๘๕.๐๐๐๐
แผนงานยุทธศาสตร์	๒๖๓.๙๙๙๗
แผนงานพื้นฐาน	๓๓๕.๖๑๖๗
งบลงทุน	๑๐๔.๔๙๙๓
งบเงินอุดหนุน	๒.๒๘๖๐
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	๒๑๓.๑๗๗๙
	๘๙๗.๗๙๔๓
กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๗๕๐.๐๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๑,๖๔๗.๗๙๔๓
โครงการ/งานภายใต้โครงสร้างแผนงานตามยุทธศาสตร์การจัดสรรฯ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๑๑๔.๕๐๕๙
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๙.๗๕๐๐
๑.๓ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๑๓.๔๖๒๒
๑.๔ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๒.๐๐๐๐
๑.๕ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๑๐.๐๐๐๐
๑.๖ การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๗ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๘ การแก้ปัญหาสินค้าเกษตรและการเบิกจ่ายจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๗๕๐.๐๐๐๐
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๖๙.๖๓๒๒
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑๕.๓๖๗๘
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	งบดำเนินงาน
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	๑๒๙.๗๔๓๘
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑๒.๐๐๐๐
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๑๐.๐๐๐๐
๓.๕ การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตร	๑๒.๔๒๑๘
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์กร	
๕.๑ การเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน	๐.๕๕๕๑
๕.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน	๐.๖๗๖๐
๕.๓ โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กร	๐.๓๖๓๘

ประเด็นยุทธศาสตร์ (ผลผลิต/โครงการ/กิจกรรม)	งบประมาณ (ล้านบาท)
๕.๔ การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน	๐.๗๐๐๐
๕.๕ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๖ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	๒๔.๕๘๕
๕.๗ การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน	งบดำเนินงาน
๕.๘ การพัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	๐.๒๐๐๐
๕.๙ จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	๐.๓๐๐๐
๕.๑๐ การตรวจสอบภายใน	๐.๓๒๑๒

แผนปฏิบัติการรายปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ กรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ : รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๑.๑ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การตลาด และระบบการค้าสินค้าเกษตร ๑.๒ สนับสนุนการจัดทำมาตรฐานทางการค้าของสินค้าเกษตร และส่งเสริมให้มีการซื้อขายสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน ๑.๓ สนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าสมัยใหม่	๑. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร						๑๑๔,๕๐๕๙	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑/กษ.๒	<ul style="list-style-type: none"> เกษตรกรมีช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร มูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้น ราคาซื้อขายเฉลี่ยในการจัดตลาดนัดข้าวเปลือกสูงกว่าราคาตลาด มูลค่าผลไม้เศรษฐกิจสำคัญ เช่นทุเรียน มังคุดเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 	๑๔๐ แห่ง
	๑.๑ การบริหารจัดการประกันรายได้สินค้าเกษตร						๒๕,๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑		ร้อยละ ๓
	(๑) จัดประชุมสัมมนา และชี้แจงโครงการประกันรายได้ (ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน)*	←..... ๕๘				ครั้ง	๑๕,๙๓๕๐				ตันละ ๑๐๐ บาทขึ้นไป
	(๒) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการฯผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ และโปสเตอร์	←..... ๔				สินค้า	๙,๐๖๕๐				ร้อยละ ๑๐
	๑.๒ เสริมสร้างความรู้ และเพิ่มช่องทางตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ (ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์)						๒๙,๒๒๕๙	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑		
	(๑) จัดตลาดนัดข้าวเปลือกในแหล่งผลิตข้าวเปลือกจังหวัดหลักและแหล่งข้าวเปลือกจังหวัดรอง	←..... ๓๐				ครั้ง	๒,๓๕๘๐				

หมายเหตุ : * ข้าว ๑๖ ครั้ง/ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ๑๖ ครั้ง/ มันสำปะหลัง ๑๖ ครั้ง/ ปาล์มน้ำมัน ๑๐ ครั้ง

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มิ.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๒) ประชุมสัมมนาเพื่อชี้แจงมาตรการนโยบายของรัฐบาล		๓,๔๐๐			ราย	๕.๙๐๔๐				
	(๓) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โครงการรัฐบาลผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์ บิลล์บอร์ด และสปอต Mobile Unit		๓			สินค้า	๒๐.๙๖๓๙				
	๑.๓ พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)						๑๐.๒๘๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ .๒		
	(๑) พัฒนาศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน		๑๐			แห่ง	๔.๗๕๐๐				
	(๒) ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้า		๑			ครั้ง					
	(๓) เชื่อมโยงช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ Farm Outlet เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค (งานแสดงและจำหน่ายสินค้า)			๒		งาน	๒.๕๐๐๐				
	(๔) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้		๑			งาน	๓.๐๓๐๐				

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๑.๔ ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์						๒๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ .๒		
	(๑) จัดงานมหกรรมแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์ระดับประเทศ		๑			ครั้ง	๑๙.๐๐๐๐				
	(๒) บริหารงาน/ติดตามประเมินผลโครงการฯ		๑			ครั้ง	๐.๔๐๙๖				
	๑.๕ ส่งเสริมการตลาดผลไม้						๓๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๒		
	(๑) จับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ประกอบการธุรกิจ			๓		ครั้ง	๓.๐๐๐๐				
	(๒) ส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายผลไม้อัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคที่เป็นแหล่งผลิตผลไม้ ๔ ภาค				๔	ครั้ง	๑๒.๐๐๐๐				
	(๓) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเพิ่มการบริโภคผลไม้ไทย			๑		งาน	๗.๐๐๐๐				
	(๔) รณรงค์การบริโภคผลไม้ไทยคุณภาพ			๑		งาน	๒.๐๐๐๐				
	(๕) สร้างค่านิยมและเครือข่ายผู้บริโภคผลไม้แก่เยาวชน			๑		งาน	๖.๐๐๐๐				

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ							
	๒. โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ						๙.๗๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๑	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าว (โรงสี) ที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา ● จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา ● ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรับรองมาตรฐาน 	๓๐๐ ราย		
	๒.๑ เพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานของโรงสีแบบครบวงจร					๓.๕๐๐๐							๑๐ ราย
	(๑) ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงสีมีการจัดวางระบบมาตรฐาน GMP และ HACCP	←.....	๑๐→		ราย	๑.๓๐๐๐				ร้อยละ ๘๐		
	(๒) จัดอบรมหลักสูตรส่งเสริมและพัฒนาโรงสีแบบครบวงจร	←.....	๓๐๐→		คน	๒.๒๐๐๐						
	๒.๒ รมรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ						๓.๒๕๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑				
	(๑) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้คุณประโยชน์ข้าวและการบริโภคข้าวอินทรีย์และข้าว GAP และข้าวตลาดเฉพาะ	←.....	๓→		ช่องทาง	๒.๐๐๐๐						
	(๒) จัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์การบริโภคข้าวไทย		←.....	๑→	งาน	๑.๒๕๐๐						

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๒.๓ การศึกษาและวิเคราะห์ส่วนเสียการตลาดของข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ไทย	←.....	๑→			ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑			
	๓. การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร					๓๓.๔๖๒๒	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./ตป. ชว.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของเครื่องชั่งที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าทางการเกษตรมีความถูกต้อง จำนวนครั้งในการออกติดตามตรวจสอบสินค้า 	ร้อยละ ๙๕	
	๓.๑ ตรวจสอบเครื่องชั่งรถยนต์ เครื่องชั่งสำหรับซื้อขายสินค้าเกษตร เครื่องชั่งวัดอัตราส่วน ร้อยละของแป้งในหัวมัน และเครื่องวัดความชื้น ข้าว/ข้าวโพด และเครื่องคัดลำไย	←.....	๒๐,๐๐๐→							
	๓.๒ กำกับดูแล ติดตาม ตรวจสอบสินค้าเกษตร ตามมาตรการกฎหมาย และนโยบายของรัฐบาล เช่น การรับซื้อสินค้าเกษตร การจำหน่าย การปิดป้ายแสดงราคา เป็นต้น	←.....	๓๐→		๕.๓๐๖๑	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		๓๐ ครั้ง	

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๔. โครงการยกระดับคุณภาพ และต่อยอดด้านการตลาด ข้าวหอมมะลิของประเทศไทย						๒.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑	● จำนวนเกษตรกร รายบุคคลและสถาบัน เกษตรกรที่ชนะการ ประกวดข้าวหอมมะลิทั้ง ในระดับจังหวัดและ ระดับประเทศมีช่องทาง การจำหน่ายเพิ่มขึ้น	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย
	๔.๑ เชื่อมโยงการซื้อขายข้าว ของเกษตรกรที่ชนะการ ประกวด	←.....	๑→		ครั้ง					
	๔.๒ จัดงาน MOU การซื้อขาย ข้าวหอมมะลิ/เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ	←.....	๑→		ครั้ง					
	๔.๓ จัดเทศกาลจำหน่ายข้าว หอมมะลิและข้าวคุณภาพ ระดับ Premium	←.....	๑→		ครั้ง					
	๔.๔ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ สื่อออนไลน์/Social media	←.....	๒→		สื่อ					
	๕. มาตรการแก้ไขปัญหาสินค้า เกษตร						๑๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๑	● จำนวนครั้งในการจัด ประชุม	๑๕๐ ครั้ง
	- จัดประชุมคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงานและอื่น ๆ ใน สินค้าข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	←.....	๑๕๐→		ครั้ง					
	๖ การพัฒนาระบบตลาดและ ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑/กษ.๒/ สศ.		
	๖.๑ ขยายตลาดรองรับผลผลิต สินค้าเกษตร (เนื้อหมู/ไข่ไก่/ สัตว์น้ำ/ผลไม้/หอมแดง/ หอมใหญ่/กระเทียม)	←.....	๗๗→		จังหวัด	๒.๕๐๐๐	ภูมิภาค	กษ๒	● จำนวนชนิดของสินค้า เป้าหมายที่มีการเชื่อมโยง ซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง	๑๔ สินค้า

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ						
	๖.๒ ติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน กุ้ง หมู ไก่ ถั่วเหลือง กระเทียม หอมแดง หอมใหญ่ กาแฟ มะพร้าว ผักและผลไม้ ฯลฯ					สินค้า			กษ.๑/กษ.๒	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนระบบตลาดที่ได้รับส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าเป้าหมายที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง (ปีฐาน = ๒๕๕๓) 	๔ ระบบตลาด ร้อยละ ๓๔	
	๖.๓ พัฒนาตลาดรูปแบบต่าง ๆ และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร เช่น					๕.๘๙๒๐		สศ.				
	(๑) ศึกษาสำรวจ วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลตลาดสด ตลาดชุมชน และตลาดรูปแบบต่าง ๆ	๒	๓	๓	๒	ครั้ง						
	(๒) ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตลาดสด ตลาดชุมชน และตลาดรูปแบบต่าง ๆ	๔	๖	๖	๔	ครั้ง						
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริม และเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตร	๔	๔	๔	๔	ครั้ง						
	(๔) การทบทวนประเมินตลาดสดในความส่งเสริมของกรมฯ	๒๐	๒๐	๒๐	๒๐	ครั้ง						
	(๕) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้การเป็นตลาดรูปแบบต่าง ๆ และเสริมสร้างศักยภาพผู้ค้าในตลาด	-	๑	-	๑	สื่อ						

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มิ.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๖.๔ พัฒนาเครือข่ายข้อมูลการ ตลาดเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (๑) สำรวจติดตามประเมินผล และให้คำปรึกษาแนะนำ กลุ่มเป้าหมาย (๒) จัดอบรมเกษตรกร ผู้ประกอบการสินค้า เกษตร และผู้เกี่ยวข้อง (๓) จัดทำสื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ระบบ ตลาดเชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	๑	-	๑	-	ครั้ง	๐.๒๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.		
	๖.๕ เชื่อมโยงเครือข่าย ผู้ประกอบการและเกษตรกร ในระบบตลาดข้อตกลงและ ผลักดันการใช้สัญญา ข้อตกลงมาตรฐานของ กรมการค้าภายใน (๑) สำรวจเชื่อมโยงการซื้อขาย ในระบบตลาดข้อตกลง (๒) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาดข้อตกลง (๓) จัดฝึกอบรมผลักดันให้ มีการใช้สัญญา ข้อตกลงมาตรฐานของ กรมการค้าภายใน	๑	๒	๒	-	ครั้ง	๑.๒๘๔๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.		
		๒	๑	๑	๑	ครั้ง					
		-	๑	-	-	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๔) เชื่อมโยงการซื้อขาย สินค้าเกษตรผ่านระบบ ตลาดข้อตกลง	-	๒	๑	-	ครั้ง	๑.๔๖๓๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สศ.		
	(๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความรู้ และ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ จากระบบตลาดข้อตกลง	-	-	-	๒	สื่อ					
	๖.๖ ผลักดันให้เกิดการซื้อขาย และส่งเสริมการจัดชั้น คุณภาพสินค้าเกษตรและ สร้างเครือข่ายตลาด										
	(๑) ศึกษา สำรวจข้อมูลการ จัดตั้ง แนวทางการพัฒนา และเชื่อมโยงเครือข่าย ตลาดกลาง	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๒) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานในตลาดกลาง	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริม และเชื่อมโยงการซื้อ ขายในตลาดกลาง	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้เกี่ยวกับ ตลาดกลางสินค้าเกษตร ในความส่งเสริม	-	-	๑	-	ครั้ง					
	๗. การพัฒนาประสิทธิภาพระบบ โลจิสติกส์การเกษตร						๐.๙๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สศ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผู้ประกอบการ ที่กรมออกไปสำรวจ เป็นไปตามเกณฑ์ มาตรฐานที่กำหนด 	ร้อยละ ๖๐

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มิ.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	<p>๗.๑ ยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการโลจิสติกส์ให้เข้ากับกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น รวมทั้งตลาดเพื่อเป็นจุดพักและกระจายสินค้า</p> <p>(๑) ตรวจสอบ สํารวจข้อมูลด้านการเสริมสร้างและการบริหารจัดการของผู้ประกอบกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น</p> <p>(๒) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจรับฝากเก็บและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง</p> <p>(๓) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าไปใช้ประโยชน์คลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็นในการกำกับดูแลของกรมการค้าภายใน</p>	-	๑	-	๑	ครั้ง					
		-	-	๑	๑	ครั้ง					
		-	๔	-	-	ครั้ง					
	<p>๘. ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร</p> <p>- จัดประชุมคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) คณะกรรมการบริหาร</p>	←.....		๓๕→	ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	บพ.	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนครั้งในการจัดประชุม • ร้อยละความสำเร็จในการจัดประชุม 	๓๕ ครั้ง ร้อยละ ๖๐

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	กองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือ เกษตรกร (คบท.) และ คณะอนุกรรมการอื่น ๆ ๙. การเบิกเงินจากกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คบท.อนุมัติโครงการด้านการ ช่วยเหลือเกษตรกร		๑๐๐				ร้อยละ	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	บท.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละความสำเร็จใน การเบิกเงินจากกองทุน รวม เพื่อ ช่วย เหนือ เกษตรกรตามที่ คบท.อ อนุมัติโครงการด้านการ ช่วยเหลือเกษตรกร 	ร้อยละ ๑๐๐

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๒ การยกระดับการค้าเศรษฐกิจฐานราก

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๒.๑ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง	๑. โครงการส่งเสริมการพัฒนา ระบบตลาดภายในสำหรับ สินค้าเกษตร **						๘๕.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สศ.	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนตลาดชุมชนที่ ได้รับการส่งเสริมและ พัฒนา ● มูลค่าการค้าสินค้าและ บริการชุมชนได้รับการ ส่งเสริม ● ร้อยละของรายได้ของ ผู้ประกอบการในตลาด/ ชุมชนเพิ่มขึ้น ● ช่องทางการตลาด 	๖๕ แห่ง
		๑.๑ ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น					๖๙.๖๓๒๒				๘๒๕ ล้านบาท
๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเชื่อมโยงการค้าและพัฒนาช่องทางกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค	(๑) การพัฒนาตลาดชุมชน เป้าหมายใหม่ ที่จะ ดำเนินการให้ความพร้อม ในการเป็นตลาดชุมชน ตามนโยบายรัฐบาล	-	๖	๖	-	แห่ง				ร้อยละ ๕	
		(๒) ส่งเสริมช่องทางตลาดและ เชื่อมโยงการจำหน่าย สินค้าและบริการในตลาด	๕๐	๕๐	๕๐	-	ครั้ง			๑๐ ช่องทาง	
	(๓) จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการ ท่องเที่ยวในตลาดชุมชน										
	- เชื่อมโยงการท่องเที่ยว ในตลาดชุมชน	-	๑๓	๒๕	๑๒	แห่ง					
	- กระตุ้นการท่องเที่ยว	-	๒	๒	๔	กลุ่ม ครั้ง					
	(๔) จัดกิจกรรมมหกรรม ท่องเที่ยวและจำหน่าย สินค้าชุมชนและบริการ ของตลาดต้องชม	-	-	๑	-						
	๑.๒ หมู่บ้านทำมาค้าขาย						๑๕.๓๖๗๘				
	(๑) สํารวจและคัดเลือก วิสาหกิจชุมชนเข้าร่วม โครงการและลงพื้นที่ชี้แจง สร้างความเข้าใจกับ วิสาหกิจเป็นหมู่บ้าน ทำมาค้าขาย	๔	๑	-	-	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๒) ส่งเสริมและพัฒนา หมู่บ้านทำมาค้าขาย แห่งใหม่	-	๑	-	๔	แห่ง					
	(๓) พัฒนาเพิ่มศักยภาพ หมู่บ้านทำมาค้าขาย แห่งเดิม	-	๒	-	๑๐	แห่ง					
	(๔) จัดงานแสดงและ จำหน่ายสินค้าหมู่บ้าน ทำมาค้าขาย	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๕) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินโครงการ	-	-	๖	๙	แห่ง					

หมายเหตุ : ** แผนงานบูรณาการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนาจความสะทวงทางการค้า และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ										
๓.๑ กำกับดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน ๓.๒ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค ๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเผยแพร่ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง ๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบและการบริหารจัดการ เรื่องร้องเรียน ตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน ๓.๕ สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน ๔.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลงานชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ	๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า							ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป./ชว./ ตป. รป.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารและได้รับการแก้ไขปัญหาด้านร้องเรียน จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกรตรวจสอบและมีการปฏิบัติตามกฎหมาย 	ร้อยละ ๙๗.๕๐					
	๑.๑ กำกับดูแลสินค้าและบริการ										สินค้า/ บริการ	ครั้ง	๖,๒๗๙,๐๙๗ เครื่อง/หีบห่อ	ร้อยละ ๙๐		
	(๑) ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณของสินค้า	๖	๖	๖	๖	๖	๖								๖	๖
	(๒) กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ	๑	๒	๑	๑	๑	๑								๑	๑
	- ติดตามความเคลื่อนไหวของราคาและปริมาณ	๖	๖	๖	๖	๖	๖				๖	๖	๖	๖	๖	
	- กำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ	๑	๒	๑	๑	๑	๑				๑	๑	๑	๑		
- แก้ไขปัญหาราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมเป็นธรรม	๔	๓	๔	๓	๔	๓	๔	๓	๔	๓						
๑.๒ มาตรฐานชั่งตวงวัด								ชว.	ชว.	๗๙,๕๐๐ ราย						
(๑) กำกับตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องเที่ยงตรงและเป็นธรรมในการซื้อขาย											๖,๒๗๙,๐๙๗	๖,๒๗๙,๐๙๗				
(๒) กำกับตรวจสอบปริมาณสุทธิของสินค้า											๒,๐๐๐,๐๐๐	๒,๐๐๐,๐๐๐				

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๔.๒ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและพัฒนาเครือข่ายการกำกับดูแลด้านซังตวงวัด ๔.๓ ขยายขอบเขตงานซังตวงวัดให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์ ๔.๔ เสริมสร้างขีดความสามารถและมาตรฐานวิชาชีพในการแข่งขันของบุคลากรและผู้ประกอบการธุรกิจด้านซังตวงวัด	ที่ บ ห่อ ให้ ถูก ต้อง เที่ยงตรงและเป็นธรรม ในการซื้อขาย										
	๑.๓ การพัฒนาเครือข่ายศูนย์ ร้องเรียนสายด่วน ๑๕๖๙ - พัฒนาการให้บริการ สายด่วน ๑๕๖๙ โดยเผยแพร่ ข้อมูลด้านราคาสินค้า เกษตรให้กลุ่มเป้าหมาย		๗๗			จังหวัด	๐.๗๘๓๒	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		
	๑.๔ กำกับดูแล ตรวจสอบสินค้า อุปโภคบริโภคและป้อง ปรามการเอาเปรียบ ผู้บริโภค (ร้องเรียนผ่าน สายด่วน ๑๕๖๙/สายด่วน รัฐบาล GCC๑๑๑/คำร้อง ของจังหวัด/เครือข่ายกรม กรมฯ/นโยบายเร่งด่วน เป็นต้น)		๗๙,๕๐๐			ราย	๐.๘๕๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		
	๒. โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน					ร้อยละ	๑๒๙.๗๔๓๘	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	มข.	● ร้อยละของรายจ่ายในการ ซื้อสินค้าที่จำเป็นของ ประชาชนลดลง ● จำนวนครั้งการจัดหาสินค้า ราคาประหยัด	ร้อยละ ๓๐
	๒.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพ ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป		๑,๐๑๐			ครั้ง					
	๓. โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่า ครองชีพประชาชน										
	๓.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าราคา ประหยัด (๑) “พาณิชย์ลดกระหน่ำข้ามปี New Year Grand Sale”	๑	-	-	-	ครั้ง	๑๒.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป.		๑,๐๑๐ ครั้ง

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๒) “พาณิชย์ลดราคาช่วยประชาชน”	-	-	๑	-	ครั้ง					
	๔. โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้า ราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจ ท้องถิ่น						๑๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	มช.	●จำนวนร้านค้าธงฟ้าที่เข้าร่วมโครงการฯ	๕๐๐ ร้าน
	๔.๑ เพิ่มศักยภาพร้านธงฟ้าราคา ประหยัดฯ (Online/Offline)	←.....	๒→		ครั้ง	๓.๐๐๐๐				
	๔.๒ เชื่อมโยงเครือข่ายร้านธงฟ้าฯ (ผลิตภัณฑ์ชุมชนและผู้ผลิต รายใหญ่)	←.....	๒→		ครั้ง	๗.๐๐๐๐				
	๕. การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และ สร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแล ราคาและพฤติกรรมทางการค้า							ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./ชว.	●จำนวนเครือข่ายผู้บริโภค ในการดูแลราคา เฝ้าระวัง การค้าที่ไม่เป็นธรรม	๕๐๐ คน
	๕.๑ ส่งเสริมให้มีอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการ ดูแลราคาและพฤติกรรม ทางการค้าให้เป็นธรรม						๒,๗๗๐๗		ตป.	●จำนวนสถานีบริการที่เข้าร่วม โครงการสถานีบริการน้ำมัน เต็มลิตรและผ่านการสุ่ม ตรวจสอบ	๒,๒๐๐ สถานีบริการ
	(๑) การรายงานและติดตาม ภาวะและพฤติกรรม ทางการค้าของ ผู้ประกอบการโดยเครือข่าย “อาสาธงฟ้า ๑๕๖๙”	←.....	๕๐๐→		คน		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค			
	(๒) สัมมนาสร้างเครือข่าย อาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อ ชี้แจงแนวทางการทำงาน ให้มีประสิทธิภาพ	←.....	๓→		ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค			

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๓) ติดตามประเมินผล เครือข่าย เพื่อให้ สามารถจัดทำรายงานได้ อย่างถูกต้อง	←.....		๔→	ครั้ง		ส่วนภูมิภาค			
	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	←.....		๔→	สื่อ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค			
	๕.๒ ฝึกอบรมให้ความรู้บุคลากร ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำเข้า ซ่อมเครื่องซึ่งตวงวัด	←.....		๔๔๐→	ราย		ชว.			
	๕.๓ สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร (๑) อบรมเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล ประจำสถานีเกี่ยวกับ วิธีการตรวจสอบ ปริมาณน้ำมันของสถานี บริการ	←.....		๒→	ครั้ง		ชว.			
	(๒) สุ่มตรวจสอบสถานี บริการน้ำมันที่เข้าร่วม โครงการ	←.....		๒,๒๐๐→	สถานี บริการ					

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีขององค์กร

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
๕๑ พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ๕๒ ปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัย ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล ๕๓ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดขั้นตอนอำนวยความสะดวก และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า	๑. เสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน						๐.๕๑๘๔	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สลก.	<ul style="list-style-type: none"> บุคลากรกรมการค้าภายในมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความรู้และจิตสำนึกในการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ เสริมสร้างความรู้จิตสำนึกและคุ้มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน 	๑๕๐ คน ร้อยละ ๘๐
	๑.๑ จัดโครงการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	-	๑	-	-	ครั้ง					
	๑.๒ จัดกิจกรรมยกย่องบุคลากร	-	๑	-	-	ครั้ง					
	- การคัดเลือกข้าราชการดีเด่น	-	-	-	๑	ครั้ง					
	- การคัดเลือกผู้ประพฤติตนตามหลักประมวลจริยธรรมกระทรวงพาณิชย์	-	-	๑	-	ครั้ง					
๑.๓ จัดกิจกรรมบันทึกข้อตกลงรับทราบประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนข้าราชการบรรจุใหม่	-	-	-	-	ครั้ง						
๑.๔ จัดกิจกรรมให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ	๑	-	-	-	ครั้ง						
๑.๕ โครงการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน	-	-	๑	-	ครั้ง						

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๒. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน										
	๒.๑ จัดอบรมบุคลากรกรมการค้าภายใน เช่น	๒	๑	๑	๑	ครั้ง					
	- ปฐมนิเทศข้าราชการบรรจุใหม่										
	- โครงการฝึกอบรม “ก้าวทันโลกเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล”										
	- โครงการฝึกอบรม “การสื่อสารยุคใหม่เข้าใจคนทุก GEN”										
	- สัมมนาเชิงปฏิบัติการ “แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเลขานุการกรม”										
	- โครงการเสริมสร้างความผาสุกในการทำงานและสร้างความผูกพันต่อองค์กร										
	๒.๒ ส่งบุคลากรเข้าอบรมเสริมสร้างสมรรถนะการปฏิบัติงานในหลักสูตร/หัวข้อต่าง ๆ ร่วมกับสถาบันอื่น ๆ ภายนอกกรม เช่น	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	ครั้ง					
	- หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม (นบส.๑) (กพ.)										
							๐.๖๗๖๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สกก.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้ 	ร้อยละ ๘๐

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	<p>- หลักสูตรนํ้าการบริหาร การพาณิชย์ระดับต้น/ ระดับกลาง (สจบ.)</p> <p>- การพัฒนานักกฎหมาย ภาครัฐระดับปฏิบัติการ/ ชำนาญการ (สำนักงาน คณะกรรมการกฤษฎีกา) เป็นต้น</p> <p>๓. โครงการพัฒนาคุณภาพการ บริหารจัดการและการกำกับดูแล องค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กร</p> <p>๓.๑ จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับ การปฏิบัติงานตามเกณฑ์คุณภาพ การบริหารจัดการภาครัฐ</p> <p>๓.๒ จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อยกระดับการทำงาน และบริหารจัดการให้ได้ มาตรฐาน</p> <p>๔. การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย เพื่อการค้าการลงทุน</p> <p>๔.๑ จัดอบรมเสริมสร้างประสิทธิภาพ ในการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อสร้างความเป็นธรรม ทางการค้า</p> <p>๔.๒ จัดทำคู่มือและเอกสาร เผยแพร่ด้านกฎหมาย</p>						๐.๓๖๓๘	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของบุคลากรนำ ความรู้ไปพัฒนาปรับปรุง กระบวนการทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพและ สามารถดำเนินการพัฒนา องค์กรตามเกณฑ์คุณภาพ การบริหารจัดการภาครัฐ ได้อย่างถูกต้อง 	ร้อยละ ๘๐
		๑	-	-	-	ครั้ง	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค				
		-	๑	๑	๑	ครั้ง	ส่วนกลาง				
							๐.๗๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กม.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของบุคลากรที่เข้า อบรมได้รับการพัฒนาและ ปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้อง จำนวนคู่มือและเอกสาร เผยแพร่ด้านกฎหมาย ที่จัดทำ 	ร้อยละ ๘๐
		←...๑...→				ครั้ง					๑๐ ครั้ง
		←.....→	๑๐→		ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ								
	๔.๓ ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหารือ			๑๔๐		เรื่อง/ ฉบับ	งบ ดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยพ./กม. กม. ยพ.	จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหารือ	๑๔๐ เรื่อง/ ฉบับ			
	๔.๔ แปลกฎหมายที่อยู่ในความ รับผิดชอบของกรมการค้าภายใน			๑๕		ฉบับ						●จำนวนกฎหมายที่อยู่ใน ความรับผิดชอบได้รับการ แปล	๑๕ ฉบับ	
	๕ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้าภายใน											●ร้อยละของข้อมูลข่าวสารที่ เผยแพร่ผ่านช่องทางที่ กำหนด เป็น ไป ตาม เป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	
	๕.๑ การเผยแพร่กฎหมาย กฎ ระเบียบทางเว็บไซต์และ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสาร ของทางราชการ			๘๐		เรื่อง						●ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับเผยแพร่ ได้ตามเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐	
	๕.๒ สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้าภายในผ่าน เว็บไซต์กรมการค้าภายใน และเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมการค้าภายใน			๒		ช่องทาง								
	๕.๓ จัดทำและเผยแพร่จุลสาร กรมการค้าภายใน ในรูปแบบ E-book	๓	๓	๓	๓	ครั้ง							ยพ.	
	๕.๔ ดำเนินการเปิดเผยข้อมูล ข่าวสารให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสาร ผ่านศูนย์ ข้อมูลข่าวสาร และเว็บไซต์ ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร			๒		ช่องทาง							ยพ.	

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	๖. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร						ส่วนกลาง	ยผ.			
	๖.๑ จัดซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับสนับสนุนงานบริการและงานอำนวยการ		๑			โครงการ	ส่วนกลาง	ยผ.	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนระบบที่มีการพัฒนาและปรับปรุงให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ● ร้อยละครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่จัดหาสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ 	๕ ระบบ	
	๖.๒ จัดทำและพัฒนาระบบ Dashboard สินค้าเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร		๑			ระบบ	ส่วนกลาง	บส./ยผ.		ร้อยละ ๑๐๐	
	๖.๓ พัฒนาและปรับปรุงระบบฐานข้อมูลราคาและโครงสร้างต้นทุนการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค		๑			ระบบ	ส่วนกลาง/ ส่วนภูมิภาค	รป./ยผ.			
	๖.๔ โครงการปรับปรุงระบบสารสนเทศงานซึ่งตวงวัดตามโครงการศึกษาและออกแบบระบบการบริหารจัดการงานซึ่งตวงวัดผ่านระบบดิจิทัล		๑			ระบบ	ส่วนกลาง	ชว./ยผ.			
	๖.๕ โครงการพัฒนาระบบการฝึกอบรมและทดสอบหลักสูตรการประกอบธุรกิจด้านซึ่งตวงวัดผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์		๑			ระบบ	ส่วนกลาง	ชว./ยผ.			
	๖.๖ พัฒนาระบบสัญญาข้อตกลงมาตรฐานอิเล็กทรอนิกส์		๑			ระบบ	ส่วนกลาง	สต./ยผ.			

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ				หน่วยนับ	งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)						
	๗. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ๗.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ (๑) จัดทำข่าว บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์ (๒) จัดทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ด นำสื่อมวลชน ออกสำรวจข้อเท็จจริง) (๓) ออกแบบ/ผลิตงานศิลป์และให้บริการงานโสตทัศนูปกรณ์ (๔) ติดตามวิเคราะห์ข่าวสารขององค์กรที่ปรากฏทางสื่อหนังสือพิมพ์ (๕) จัดทำจุลสารกรมการค้าภายใน (๗) จัดทำรายงานประจำปี กรมการค้าภายใน ๗.๒ การสร้างการรับรู้ด้านความเป็นธรรมทางการค้าเพื่อประชาชน (๑) รับฟังความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนในการมีส่วนร่วมเพื่อสนับสนุนและพัฒนาการดำเนินงานของกรมฯ										
			๑๐๐			ครั้ง					
			๑,๒๐๐			ครั้ง					
			๓๐๐			ครั้ง					
			๒๕๐			ครั้ง					
		๓	๓	๓	๓	ครั้ง					
			๑			ครั้ง					
		-	๒	-	๑	ครั้ง					
									<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของการดำเนินการประชาสัมพันธ์และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่เป็นไปตามเป้าหมาย 	ร้อยละ ๑๐๐	

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	การดำเนินการ					งบประมาณ (ล้านบาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
		ไตรมาส ๑ (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส ๒ (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส ๓ (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส ๔ (ก.ค.-ก.ย.)	หน่วยนับ					
	(๒) บริหารช่องทางการสื่อสารระหว่างกรมกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านช่องทางกระดานข่าวและเฟซบุ๊ก		๒			ช่องทาง					
	๘ พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ รวมทั้งติดตามประเมินผลการทำงานของกรม	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	กอง/ ศูนย์/ กลุ่ม	๐.๒๐๐๐	ส่วนกลาง	ยพ.	● ร้อยละความสำเร็จในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์	ร้อยละ ๑๐๐
	๙. จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร		๑			ครั้ง	๐.๓๐๐๐	ส่วนกลาง	บส.	● ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	ร้อยละ ๑๐๐
	๑๐. การตรวจสอบภายใน						๐.๓๒๑๒	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตน.	● ร้อยละของความสำเร็จของงานที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนตรวจสอบ	ร้อยละ ๑๐๐
	๑๐.๑ ตรวจสอบทางการเงินการบัญชี	๓	๕	๒	๓	ครั้ง					
	๑๐.๒ ตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนด	๕	๖	๖	๔	ครั้ง					
	๑๐.๓ ตรวจสอบระบบงานสารสนเทศ	-	-	๑	-	ครั้ง				● ร้อยละของความสำเร็จของงานที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนตรวจสอบ	ร้อยละ ๗๕
	๑๐.๔ สอบทานการประเมินผลการควบคุมภายใน	๑	-	-	-	ครั้ง					

กรมการค้าภายใน
ตุลาคม ๒๕๖๕

ส่วนที่ ๕ ภาคผนวก

๕.๑ นิยามตัวชี้วัดความสำเร็จตามแผนปฏิบัติราชการรายปีและค่าเป้าหมายประจำปีงบประมาณ

ตัวชี้วัด	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายการให้บริการที่ ๑ เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น		
๑. จำนวนชนิดของสินค้าที่มีการเชื่อมโยงซื้อขายผ่านตลาด	จำนวนชนิดสินค้าที่มีการเชื่อมโยงการซื้อขายระหว่างกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์การเกษตร กับ ผู้รวบรวม/ผู้ค้าส่งห้างค้าปลีก รายใหญ่/โรงงานแปรรูป/ผู้ส่งออก ผ่านสัญญาข้อตกลงซื้อขายมาตรฐาน ที่กรมการค้าภายในจัดทำขึ้น	๑๔ (ชนิด)
๒. มูลค่าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม	มูลค่าจากการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่เกิดขึ้นจากช่องทางการตลาดที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา ได้แก่ ๑) ตลาดข้อตกลง : มูลค่าการเชื่อมโยงที่มีการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านสัญญาข้อตกลงมาตรฐานกรมการค้าภายใน ๒) ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) : มูลค่าการจำหน่ายสินค้าของศูนย์ฯ ที่กรมการค้าภายใน เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา	๖๑๕ (ล้านบาท)
๓. จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา	จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าว (โรงสี) ที่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและการค้าของผู้ประกอบการโรงสีแบบครบวงจรของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมให้มียอดความรู้ด้านต่างๆ หลังจากเข้าร่วมโครงการจัดวางระบบมาตรฐาน GMP และ HACCP	๓๐๐ (ราย)
๔. เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย	ช่องการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรที่กรมการค้าภายใน เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา เพื่อให้เกษตรกรได้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าที่เป็นธรรม และมีอำนาจในการต่อรองซื้อขาย รวมทั้งเป็นช่องทางสร้างรายได้เพิ่มให้กับเกษตรกร ได้แก่ การจัดตลาดนัดข้าวเปลือก การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) การจัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการจัดและประสานเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรต่างๆ	๑๔๐ (แห่ง)
๕. ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรองรับมาตรฐาน	การเพิ่มศักยภาพมาตรฐานของผู้ประกอบการค้าข้าวของกรมการค้าภายใน ซึ่งมีการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงสีมีการจัดวางระบบมาตรฐานสุขอนามัย GHP และ/หรือ HACCP หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานผู้ให้การรับรองได้	๘๐ (ร้อยละ)
๖. มูลค่าการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าอินทรีย์เพิ่มขึ้น	มูลค่าทางการค้าที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายและเจรจาธุรกิจสินค้าเกษตรอินทรีย์เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ผ่านช่องทางที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริม/สนับสนุน/พัฒนา ได้แก่ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ การเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์/ปลอดภัย รวมถึงการจับคู่เจรจาทางการค้าระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์/ปลอดภัย	๓ (ร้อยละ)

ตัวชี้วัด	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายการให้บริการที่ ๒ หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น		
๗. จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมและพัฒนา	จำนวนตลาดชุมชน/วิสาหกิจชุมชน ซึ่งกรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา ให้มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีช่องทางการตลาดและพึ่งพาตนเองได้ เพื่อยกระดับรายได้ และเศรษฐกิจฐานราก	๖๕ (แห่ง)
๘. มูลค่าการค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	มูลค่าการค้า/จำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์/บริการของตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขาย ซึ่งเกิดขึ้นจากที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปพัฒนาและเชื่อมโยงการตลาดให้	๘๒๕ (ล้านบาท)
๙. ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	รายได้ของเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร/ผู้ประกอบการในตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขายที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมและพัฒนาของกรมการค้าภายใน ผ่านการดำเนินโครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น และโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	๕ (ร้อยละ)
เป้าหมายการให้บริการที่ ๓ ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสมและมีปริมาณเพียงพอ		
๑๐. จำนวนการจัดหาสินค้าราคาประหยัดจำหน่ายในแก่ประชาชน	จำนวนครั้งการจัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ/สินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการรายกลาง/รายย่อย	๑,๐๑๐ (ครั้ง)
๑๑. จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	๑. การตรวจสอบและให้คำรับรองเครื่องชั่ง เครื่องตวง เครื่องวัดและมาตรวัดที่กรมฯ ดำเนินการตรวจสอบและพิจารณาให้คำรับรอง ๒. การตรวจสอบเครื่องชั่ง เครื่องตวง เครื่องวัด มาตรวัดที่กรมฯ ตรวจสอบระหว่างการใช้งาน ณ สถานที่ใช้งานเครื่องดังกล่าว ๓. การตรวจสอบสินค้าหีบห่อ หมายถึง การตรวจสอบปริมาณสุทธิ ปริมาตรสุทธิหรือน้ำหนักสุทธิของสินค้าในบรรจุภัณฑ์ที่กรมการค้าภายใน ดำเนินการตรวจสอบ ๔. การตรวจสอบความเที่ยงเครื่องชั่ง เครื่องตวง เครื่องวัดและแบบมาตราทางชั่งตวงวัด โดยเปรียบเทียบเครื่องชั่งตวงวัดกับแบบมาตราทางชั่งตวงวัดที่มีความละเอียดมากกว่า	๖,๒๗๙,๐๙๗ (เครื่อง/หีบห่อ)
๑๒. ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าของประชาชนลดลง	รายจ่ายในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค/อาหารปรุงสำเร็จของประชาชน ที่ลดลงจากการจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด (งานธงฟ้า) เมื่อเทียบกับรายจ่ายปกติที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและอาหารปรุงสำเร็จในท้องตลาดทั่วไป	๓๐ (ร้อยละ)
๑๓. ร้อยละสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	จำนวนสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายในท้องตลาดเป็นไปตามเกณฑ์ราคาเหมาะสมที่กรมการค้าภายใน	๙๗.๕๐ (ร้อยละ)