

แผนปฏิบัติการราชการรายปี

ACTION PLAN

— 2567 —

กรมการค้าภายใน
กระทรวงพาณิชย์

คำนำ

การจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี โดยดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ หมวด ๓ มาตรา ๙ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการไว้เป็นการล่วงหน้า ประกอบกับพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๗ ได้กำหนดให้ส่วนราชการมีการทบทวนภารกิจของหน่วยงาน โดยคำนึงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง

กรมการค้าภายใน จึงได้การจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ โดยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) นโยบายของรัฐบาล และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรายงานผลการดำเนินงานผ่านระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSCR) ตามระเบียบว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นไปตามมติของคณะรัฐมนตรี ตลอดจนเป็นกลไก ในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงพาณิชย์ และภารกิจของกรมการค้าภายใน รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานของผู้บริหาร

ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า หน่วยงานในสังกัดจะนำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน ไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแผนงาน/โครงการให้สอดคล้องตามแนวทางการดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

กรมการค้าภายใน
ตุลาคม ๒๕๖๗

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร	๑
ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี	
๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) (แผนระดับที่ ๑)	๖
๒.๒ แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)	
๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	๘
๒.๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓	๑๐
๒.๒.๓ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่ได้แถลงต่อรัฐสภา	๑๔
ส่วนที่ ๓ ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)	๑๖
ส่วนที่ ๔ สารสำคัญของแผนปฏิบัติการราชการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) ของกรมการค้าภายใน	
๔.๑ ภาพรวม	
๔.๑.๑ วิสัยทัศน์	๑๗
๔.๑.๒ พันธกิจ	๑๗
๔.๒ แผนปฏิบัติการ	
๔.๒.๑ แผนปฏิบัติการราชการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) ของกรมการค้าภายใน	
๑) เป้าหมาย	๑๗
๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	๑๗
๓) แนวทางพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์	๑๘
๔) โครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗	๒๐
๔.๓ งบประมาณการเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ไปพลางก่อน	๒๔
ส่วนที่ ๕ ภาคผนวก	
๕.๑ นิยามตัวชี้วัดความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการราชการรายปี และค่าเป้าหมาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗	๔๕

ส่วนที่ ๑

บทสรุปผู้บริหาร

ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ หมวด ๓ มาตรา ๙ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการไว้เป็นการล่วงหน้า ซึ่งแผนปฏิบัติราชการดังกล่าวต้องมีรายละเอียดขั้นตอน 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

กรมการค้าภายใน จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ขึ้น โดยให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) นโยบายของรัฐบาล และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรายงานผลการดำเนินงานผ่านระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSUR) ตามระเบียบว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. ๒๕๖๒ เป็นไปตามมติของคณะรัฐมนตรี ตลอดจนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท นโยบายรัฐบาล นโยบายกระทรวงพาณิชย์ และภารกิจของกรมการค้าภายใน รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานของผู้บริหารให้หน่วยงานในสังกัดใช้เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติงาน และติดตามผลการดำเนินงานของกรมให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีสาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี ๒๕๖๗ ดังนี้

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) ของกรมการค้าภายใน

๑. วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๒. พันธกิจ

- ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่าง ๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน
- ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า
- เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม
- พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยและขยายขอบเขตการดูแลเพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า
- 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 และมีความรับผิดชอบ ต่อสังคมและผู้บริโภค

๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง

๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบ และการบริหารจัดการ เรื่องร้องเรียนตามกฎหมาย 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

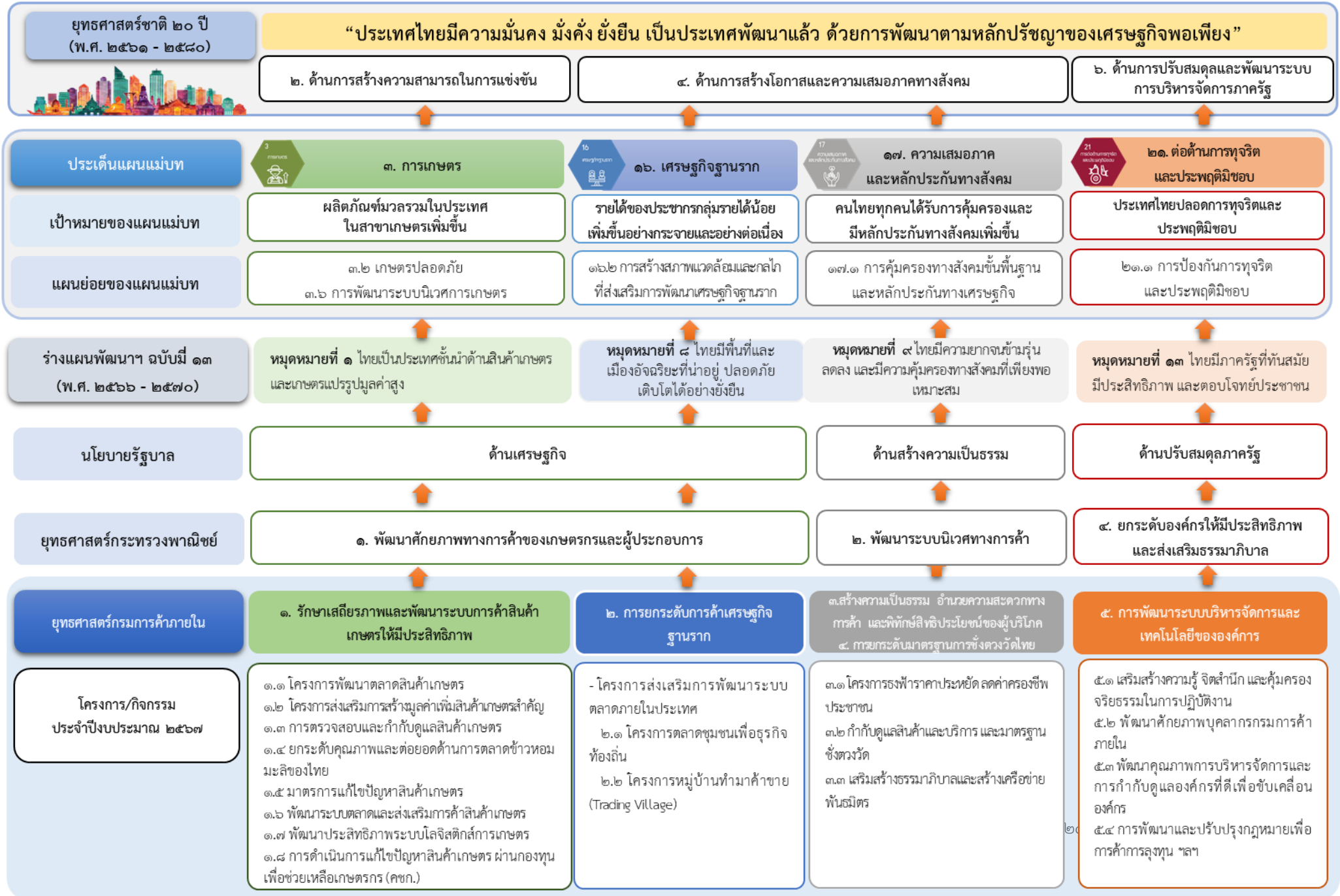
เป้าประสงค์ : ระบบการบริหารจัดการองค์การเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และมีการบริหารแบบมีส่วนร่วม

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

สรุปวงเงินงบประมาณจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ไปพลางก่อน
 จำแนกตามงบประมาณ ประเด็นยุทธศาสตร์ และโครงการ/กิจกรรม

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	๑๔๒.๑๐๔๓
งบดำเนินงาน	๑๙๕.๕๔๐๓
งบเงินอุดหนุน	๒.๑๓๑๒
งบรายจ่ายอื่น	๑๓๓.๔๒๙๓
รวม	๔๗๓.๒๐๕๑
กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๓๕๐.๐๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๘๒๓.๒๐๕๑
แผนงาน/โครงการภายใต้แผนงานตามยุทธศาสตร์จัดสรรฯ	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๕๖.๔๑๖๙
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๔.๕๐๐๐
๑.๓ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๗.๗๐๖๙
๑.๔ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๑.๓๓๓๓
๑.๕ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๖.๖๖๖๗
๑.๖ การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๗ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๘ การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรและการเบิกจ่ายจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๓๕๐.๐๐๐๐
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๒๗.๔๓๘๕
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑๑.๙๑๗๘
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	งบดำเนินงาน
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	๘๖.๔๘๗๒
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑๐.๐๐๐๐
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๖.๖๖๖๐
๓.๓ การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตร	งบดำเนินงาน
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์กร	
๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และคุ้มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	งบดำเนินงาน
๕.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๓ โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กร	งบดำเนินงาน
๕.๔ การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน	งบดำเนินงาน
๕.๕ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๖ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	งบดำเนินงาน
๕.๗ การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน	งบดำเนินงาน
๕.๘ การพัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	งบดำเนินงาน
๕.๙ การจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๕.๑๐ การตรวจสอบภายใน	งบดำเนินงาน

ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน



ส่วนที่ ๒

ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐

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

เป็นแผนการพัฒนาประเทศไทยที่กำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วนต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของประเทศไทยว่า “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 ซึ่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า ความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้สูงขึ้น

๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

(๑) การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรทำการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มาตรฐาน และเข้าสู่ระบบมาตรฐานการจัดการคุณภาพทางการเกษตรที่ได้รับการรับรอง รวมทั้งให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการบริหารจัดการตลาด ตลอดจนพัฒนากลไกการเชื่อมโยงการค้าจำหน่ายให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตร

(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 รวมทั้งเพิ่มช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการค้าด้วยเครือข่ายพันธมิตรและวิสาหกิจเพื่อสังคม กำหนดนโยบายและกติกาเพื่อเพิ่มโอกาสของเกษตรกร พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมการผลิตแปรรูปสินค้าให้มีเอกลักษณ์

(๒) ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบ และกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์การของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง 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 และแวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอยของหมื่นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 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

(๓) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยสร้างจิตสำนึกและค่านิยมให้ ทุกภาคส่วนมีการตื่นตัวและละอายต่อการทุจริตประพฤติมิชอบทุกรูปแบบ พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุน ให้ภาคี ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชน ประชาชน และภาคีต่างๆ มีส่วนร่วมในการสอดส่อง เฝ้าระวัง ให้ข้อมูล แจ้ง เบาะแสการทุจริต และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคส่วนอื่น ๆ

๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ โดยเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยยึด หลักตามมาตรฐาน คุณธรรม จริยธรรม และมีความโปร่งใส รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการ ทุจริตประพฤติมิชอบให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในทุกระดับ สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลเปิด ภาครัฐที่เป็นปัจจุบัน และเปิดรับฟังความคิดเห็นของภาคประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานให้บริการของ หน่วยงาน

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 ผลผลิตภัณฑ่มวลรวมในประเทศในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ โดยพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร ด้วยการสนับสนุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัย ขยายและเชื่อมโยงการตลาดให้กับเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมและรณรงค์การบริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนกำกับดูแลปริมาณและราคาสินค้าเกษตรให้เกิดความสมดุล เพื่อสร้างเสถียรภาพราคาและยกระดับรายได้ให้กับเกษตรกร ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว คือ

(๒) แผนย่อย (๖) การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร ซึ่งให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเกษตรกรและภาคเกษตรมีการปรับตัวไปสู่กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐาน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง จึงต้องมีการสนับสนุนและช่วยให้การสร้างมูลค่าในภาคเกษตรเป็นไปอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง

๑. พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศและการเฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้าเกษตร

๒. ส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตร

๓. อำนวยความสะดวกทางการค้าและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร

- เป้าหมายของแผนย่อย ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

๑. การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการโรงสีมีการผลิต/แปรรูปสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย อาทิ สนับสนุนการจัดวางระบบ GHP/HACCP ในโรงสีกลุ่มเกษตรกร เพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการโรงสีสมัยใหม่ให้กลุ่มเกษตรกร เพื่อยกระดับราคาและรายได้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ

๒. การพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์ โดยพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ชุมชน (Organic Farm Outlet) เชื่อมโยงการตลาดและการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร/ผู้ประกอบการเกษตร ทั้ง Online และ Offline จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าระดับภูมิภาค รวมทั้งสร้างกลไกการเชื่อมโยงการจำหน่าย และจับคู่ทางการค้าระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการในระดับต่างๆ

๓. การรณรงค์การบริโภค ส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์แก่ผู้บริโภค รวมทั้งประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ หันมาให้ความสนใจบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย/อินทรีย์ของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

๒) ประเด็น เศรษฐกิจฐานราก

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

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

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

- แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง
 - ส่งเสริมและพัฒนาภาคและโครงสร้างอุตสาหกรรมและกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน โดยสนับสนุนการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาช่องทางและศูนย์กลางตลาดสินค้าชุมชนที่ครอบคลุมถึงช่องทางตลาดออนไลน์และช่องทางตลาดอื่นๆ
- เป้าหมายของแผนย่อย ผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
 ๑. การเพิ่มขีดความสามารถให้กับเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และคนในชุมชน โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด และการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับต้องการของตลาด
 ๒. การส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนให้เป็น “ตลาดต้องชม” เพื่อให้เป็นช่องทางในการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนที่มีศักยภาพ เป็นสถานที่ให้หมูนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวแคว้นเวียงเข้ามาจับจ่ายใช้สอย รวมทั้งจัดมหกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า/บริการชุมชน เพื่อสร้างการเติบโตและการหมุนเวียนให้เศรษฐกิจฐานราก
 ๓. การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็น “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” โดยการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาด การพัฒนาคุณภาพสินค้า และการบรรจุภัณฑ์ ให้กับผู้ประกอบการชุมชน รวมทั้งขยายและเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืน

๓) ประเด็น ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

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

(๒) แผนย่อย การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐาน และหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ ซึ่งให้ความสำคัญกับการขยายความคุ้มครองทางสังคมขั้นต่ำ สร้างระบบคุ้มครองและป้องกันแบบถ้วนหน้า และพัฒนาระบบหลักประกันทางสังคมด้านสุขภาพและเศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพ คุ้มครอง และเป็นธรรม รวมถึงคุ้มครองแรงงานไทยให้มีสวัสดิภาพในการทำงาน และคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความเสียหายเปรียบของผู้บริโภค

- **แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง**

๑. ขยายฐานคุ้มครองทางสังคมขั้นต่ำให้ทุกชีวิตสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ
๒. คุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน

- **เป้าหมายของแผนย่อย** คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบางได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ** โดยกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เป็นธรรม สอดคล้องกับต้นทุน และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งติดตามและตรวจสอบพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ เพื่อป้องกันมิให้เกษตรกรและผู้บริโภคถูกเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ และสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการสอดส่องและเฝ้าระวังพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดในสถานการณ์ที่จำเป็น

๔) ประเด็น การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๑) เป้าหมายระดับประเด็นแผนแม่บทฯ

- **เป้าหมาย** ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โดยสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบของบุคลากรภาครัฐ รวมทั้งกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการของหน่วยงานเป็นไปอย่างเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ และกำหนดบทลงโทษผู้กระทำความผิดกรณีการทุจริต ประพฤติมิชอบอย่างจริงจังและรวดเร็ว ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแนวทางและเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทประเด็นดังกล่าว ดังนี้

- (๒) **แผนย่อย การป้องกันทุจริตและประพฤติมิชอบ** ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนากลไกและกระบวนการป้องกันการทุจริตให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้ภาคีองค์กรภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชนและประชาชน และเครือข่ายต่างๆ สอดส่องเฝ้าระวัง ให้ข้อมูลและร่วม ตรวจสอบการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐตามความเหมาะสม พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบของบุคลากรภาครัฐและกำหนดมาตรการให้หน่วยงานภาครัฐและทุกภาคส่วนดำเนินงานอย่างโปร่งใส และกำหนดให้มีการลงโทษผู้กระทำความผิดกรณีทุจริตและประพฤติมิชอบอย่างจริงจังและรวดเร็ว

- **แนวทางพัฒนาตามแผนย่อยที่เกี่ยวข้อง**

- ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความใส สะอาดปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต และปรับระบบงานและโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการลดการใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เช่น การสร้างมาตรฐานที่โปร่งใสในกระบวนการบริการของภาครัฐ ลดขั้นตอนกระบวนการ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานด้วยวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนตรวจสอบได้

- **เป้าหมายของแผนย่อย** ประชาชนมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมซื่อสัตย์สุจริต

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โดยเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยยึดหลักตามมาตรฐาน คุณธรรม จริยธรรม และมีความโปร่งใส รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริต ประพฤติมิชอบให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในทุกระดับ สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐที่เป็นปัจจุบันบนเว็บไซต์ของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง และเปิดรับฟังความคิดเห็นของภาคประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานให้บริการของหน่วยงาน

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

กรอบการพัฒนาประเทศในระยะ ๕ ปี ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ มีความมุ่งเน้นเพิ่มศักยภาพของประเทศในการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อและเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วถึง การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน”

รวมทั้งสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่งเสริมสร้างสังคมที่ก้าวทันพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์มีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูง และคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ตามวัตถุประสงค์ของแผนฯ ดังกล่าว โดยกำหนดเป้าหมายหลัก จำนวน ๕ ประการ ประกอบด้วย

๑) การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญให้สูงขึ้น และสามารถตอบโจทย์พัฒนาการของเทคโนโลยีและสังคม ยุคใหม่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุนและนวัตกรรม

๒) การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ โดยพัฒนาให้คนไทยมีทักษะและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับ โลกยุคใหม่ ทั้งทักษะในด้านความรู้ทักษะทางพฤติกรรม และคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม เตรียมพร้อมกำลังคนที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เอื้อต่อการปรับโครงสร้าง เศรษฐกิจไปสู่ภาคการผลิตและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพและผลิตภาพสูงขึ้น รวมทั้งพัฒนาหลักประกันและ ความคุ้มครองทางสังคมเพื่อส่งเสริมความมั่นคงในชีวิต

๓) การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม โดยลดความเหลื่อมล้ำทั้งในเชิงรายได้ ความมั่งคั่ง และโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจ สนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสให้มีโอกาสในการเลื่อนขั้นทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงจัดให้มีบริการสาธารณะที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

๔) การเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน โดยปรับปรุงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตและบริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ แก้ไขปัญหามลพิษสำคัญด้วยวิธีการที่ยั่งยืน โดยเฉพาะมลพิษทางอากาศ ชยะ และมลพิษทางน้ำ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) ภายในครั้งแรกของศตวรรษนี้

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

เพื่อถ่ายทอดเป้าหมายหลักไปสู่ภาพของการขับเคลื่อนที่ชัดเจนในลักษณะของวาระการพัฒนา (Agenda) ที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันของหลายหน่วยงานและหลายภาคส่วนในการผลักดันการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ เพื่อพัฒนาให้บรรลุ ๑๓ หมายเหตุประกอบด้วย

หมายเหตุที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

หมายเหตุที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

หมายเหตุที่ ๓ ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก

หมายเหตุที่ ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

หมายเหตุที่ ๕ ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค

หมวดหมู่ที่ ๖ ไทยเป็นฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะที่สำคัญของโลก
หมวดหมู่ที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
หมวดหมู่ที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน
หมวดหมู่ที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคม ที่
เพียงพอ เหมาะสม หมวดหมู่ที่ ๑๐ ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
หมวดหมู่ที่ ๑๑ ไทยสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ
หมวดหมู่ที่ ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต
หมวดหมู่ที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

กรมการค้าภายในมีความเกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาฯ ดังกล่าว จำนวน ๔ หมวดหมู่ ได้แก่

๑) หมวดหมู่ที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

เป้าหมายการพัฒนา ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมวดหมู่

เป้าหมายที่ ๑ มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศสาขาเกษตรเดบิต ร้อยละ ๔.๕ ต่อปี

กลยุทธ์การพัฒนา โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบมุ่งเป้า เพื่อให้เกิดการยกระดับกระบวนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่ม การดำเนินงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมของตลาด 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) หมวดหมู่ที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนา ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมวดหมู่

เป้าหมายที่ ๑ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคและการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษขยายตัวเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ รายได้เฉลี่ยต่อประชากรในทุกภาคเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์การพัฒนา การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก โดยสร้างเสริมองค์ความรู้ให้กับชุมชนจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ 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 โดยส่งเสริมนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานในระดับพื้นที่ เพื่อลดความสูญเสียเนื่องจากการผลิตมากเกินไป ความต้องการ ลดต้นทุนและระยะเวลาในการขนส่งสินค้าระหว่างพื้นที่และภูมิภาค รวมทั้งรักษาคุณภาพของผลผลิต กระตุ้นการบริโภคให้สอดคล้องและสมดุลกับการผลิตในท้องถิ่น ตามแนวทางการ ผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน

๓) หมายความว่า ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม

เป้าหมายการพัฒนา มุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม โดยการสนับสนุนให้กลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาส มีโอกาสในการเลื่อนขั้นทางเศรษฐกิจและสังคมสูงขึ้น รวมทั้งการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ ในด้านการสร้าง หลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมเพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงในชีวิต

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาตามหมุดหมาย

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 และตอบโจทยประชาชน

เป้าหมายการพัฒนา ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวเพื่อลดช่องว่างของการปฏิบัติงานให้มีศักยภาพที่เหมาะสม ในฐานะที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศบนหลักการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ คือ การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐ โดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหา ประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศ โดยมีประเด็นที่ต้องดำเนินการ เพื่อรับมือกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างความสามารถของภาครัฐ

เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับหมุดหมาย

เป้าหมายที่ ๑ การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐

กลยุทธ์การพัฒนา การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย สะดวก และประหยัด ควบคู่กับพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของภาครัฐจากการควบคุมมาเป็น การกำกับดูแลหรือเกิดความสะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะขั้นตอนการอนุมัติ อนุญาตต่าง ๆ พร้อมทั้งลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ยกเลิกการใช้เอกสารและขั้นตอนการทำงานที่หมดความจำเป็นหรือมีความจำเป็นน้อย นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการทำงาน ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติงาน และการติดตามประเมินผล โดยเฉพาะ

การให้บริการประชาชนและผู้ประกอบการให้มีความคล่องตัว มีช่องทางและรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายที่สอดคล้องกับการทำงานแบบดิจิทัล รวมทั้งสร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ โดยเปิดเผยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างกันที่หลากหลาย และนำไปประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานภาครัฐในการแก้ปัญหาและการพัฒนาร่วมกัน เพื่อลดการทุจริตคอร์รัปชัน ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐเป็นดิจิทัล โดยออกแบบกระบวนการทำงานใหม่

๒.๒.๓ นโยบายของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๖ ที่เกี่ยวข้อง

ตามที่ได้มีพระบรมราชโองการแต่งตั้งนายกรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๒ สิงหาคม พุทธศักราช ๒๕๖๖ และแต่งตั้งรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑ กันยายน พุทธศักราช ๒๕๖๖ นั้น คณะรัฐมนตรีจึงแถลงนโยบายต่อรัฐสภาให้ทราบถึงเจตนารมณ์ ยุทธศาสตร์ และนโยบายของรัฐบาล ที่มุ่งมั่นจะสร้างความสามัคคี ประองตอง ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครองของประเทศให้ก้าวหน้า เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนชาวไทยทุกคน โดยมีนโยบายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

นโยบาย/ประเด็น	คำแถลงนโยบาย
ด้านเศรษฐกิจ	
<ul style="list-style-type: none"> ประเทศไทยเปรียบเสมือนคนป่วยที่ได้รับผลกระทบมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในช่วงโควิด-๑๙ จำเป็นที่จะต้องกระตุ้นเศรษฐกิจ กระตุ้นการใช้จ่าย เพิ่มความเชื่อมั่น การสร้างชีวิตที่ดีกว่าให้กับประชาชนคนไทยในหลายมิติด้วยกัน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การสร้างรายได้ สร้างโอกาส สร้างคุณภาพชีวิต และคืนศักดิ์ศรีของการเป็นคนไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - เติมเงิน ๑๐,๐๐๐ บาท ผ่าน Digital Wallet เข้าไปในระบบเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงและกระจายไปยังทุกพื้นที่ให้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจให้ถึงฐานราก เกิดการจับจ่ายใช้สอย ยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของประชาชน - สร้างรายได้ในภาคการเกษตร โดยใช้หลักการ “ตลาดนำนวัตกรรมเสริมเพิ่มรายได้” โดยการสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตของภาคการเกษตรควบคู่ไปด้วยกัน การหาตลาดให้สินค้าเกษตรได้ขายในราคาที่เหมาะสม และการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น - สนับสนุน Soft Power ของประเทศ โดยยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความรู้ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ รวมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
ด้านการสร้างความเป็นธรรม	
<ul style="list-style-type: none"> รัฐบาลจะบริหารเพื่อสร้างอนาคตที่ดีขึ้น แต่ในขณะเดียวกันไม่ละทิ้งหน้าที่พื้นฐานที่ต้องทำงานร่วมกับประชาชน 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างความเป็นธรรมในการคุ้มครอง พัทภัยสิทธิของประชาชนและสิทธิผู้บริโภค

ด้านการปรับสมดุลภาครัฐ

- นอกเหนือไปจากรายได้ที่จะเพิ่มขึ้น - เปลี่ยนบทบาทของรัฐที่เคยเป็นผู้กำกับดูแลที่เต็มไปด้วยกฎ ระเบียบ และ ข้อบังคับ ให้เป็นผู้สนับสนุนที่ปลดล็อกข้อจำกัดของประชาชน สร้างโอกาสให้กับประชาชนในการสร้างรายได้และเจริญเติบโต อาทิ การยกเลิกและปรับปรุงกฎหมายที่ไม่จำเป็น
- จัดการปัญหาทุจริตและประพฤติดมิชอบอย่างเด็ดขาด โดยรัฐบาลจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการมาเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างความโปร่งใส ขจัดช่องโหว่ในการทุจริต ลดค่าใช้จ่าย และปรับปรุงการทำงานของภาครัฐ ให้เป็นรัฐบาลดิจิทัลทำให้ประชาชนสามารถได้รับบริการจากรัฐได้สะดวกยิ่งขึ้น

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 “ไม่เป็นภาระทิ้งใครไว้ข้างหลัง” คาดว่าจะทำสำเร็จได้ภายในปี ๒๐๓๐ ซึ่งกรมการค้าภายใน มีความเกี่ยวข้องและสนับสนุนกับเป้าหมายดังกล่าว จำนวน ๑ เป้าหมาย ดังนี้

๑) เป้าหมายที่ ๒ : ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการและ ส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

แนวทาง/มาตรการดำเนินการ เลือกใช้มาตรการที่สร้างหลักประกันได้ว่าตลาดโภคภัณฑ์อาหารและ ตลาดอนุพันธ์ สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสม และอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลของตลาดและข้อมูล สำรองอาหารได้อย่างทันการณ์ เพื่อจำกัดความผันผวนของราคาอาหารอย่างรุนแรง

ตัวชี้วัด ๒.๑ ตัวชี้วัดราคา (อาหาร) ที่ผิดปกติ

แผนงาน/โครงการ

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

ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และในเขตพื้นที่ประสบภัย

ส่วนที่ ๔

สาระสำคัญแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน

๔.๑ ภาพรวม

๔.๑.๑ วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๔.๑.๒ พันธกิจ

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

๔.๒ แผนปฏิบัติการ

๔.๒.๑ แผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. ๒๕๖๗) 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	๖๒๐
	๑.๓ จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา	ราย	๓๐๐
	๑.๔ เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย	แห่ง	๑๔๐
เชิงคุณภาพ	๑.๕ ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการได้รับการรองรับมาตรฐาน	ร้อยละ	๘๐
	๑.๖ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับการส่งเสริมเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	๓

	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายที่ ๒ หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น			
เชิงปริมาณ	๒.๑ จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา	แห่ง	๖๕
	๒.๒ มูลค่าการค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	ล้านบาท	๘๒๕
เชิงคุณภาพ	๒.๓ ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	๕
เป้าหมายที่ ๓ ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ			
เชิงปริมาณ	๓.๑ จำนวนการจัดหาสินค้าราคาประหยัดจำหน่ายให้แก่ประชาชน	ครั้ง	๑,๐๑๐
	๓.๒ จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน	เครื่อง/หีบห่อ	๖,๓๗๖,๐๐๐
เชิงคุณภาพ	๓.๓ ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าของประชาชนลดลง	ร้อยละ	๓๐
	๓.๔ ร้อยละสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ	๙๘.๐๐

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 ครอบคลุม ถูกต้อง

- กลยุทธ์ :**
- ๓.๑ กำกับดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้าให้กับผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน
 - ๓.๒ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค

- ๓.๓ เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภครและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง
- 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 ปรับปรุงและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความทันสมัยก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง และรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล
 - ๕.๓ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจสังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อลดขั้นตอนอำนวยความสะดวก และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า

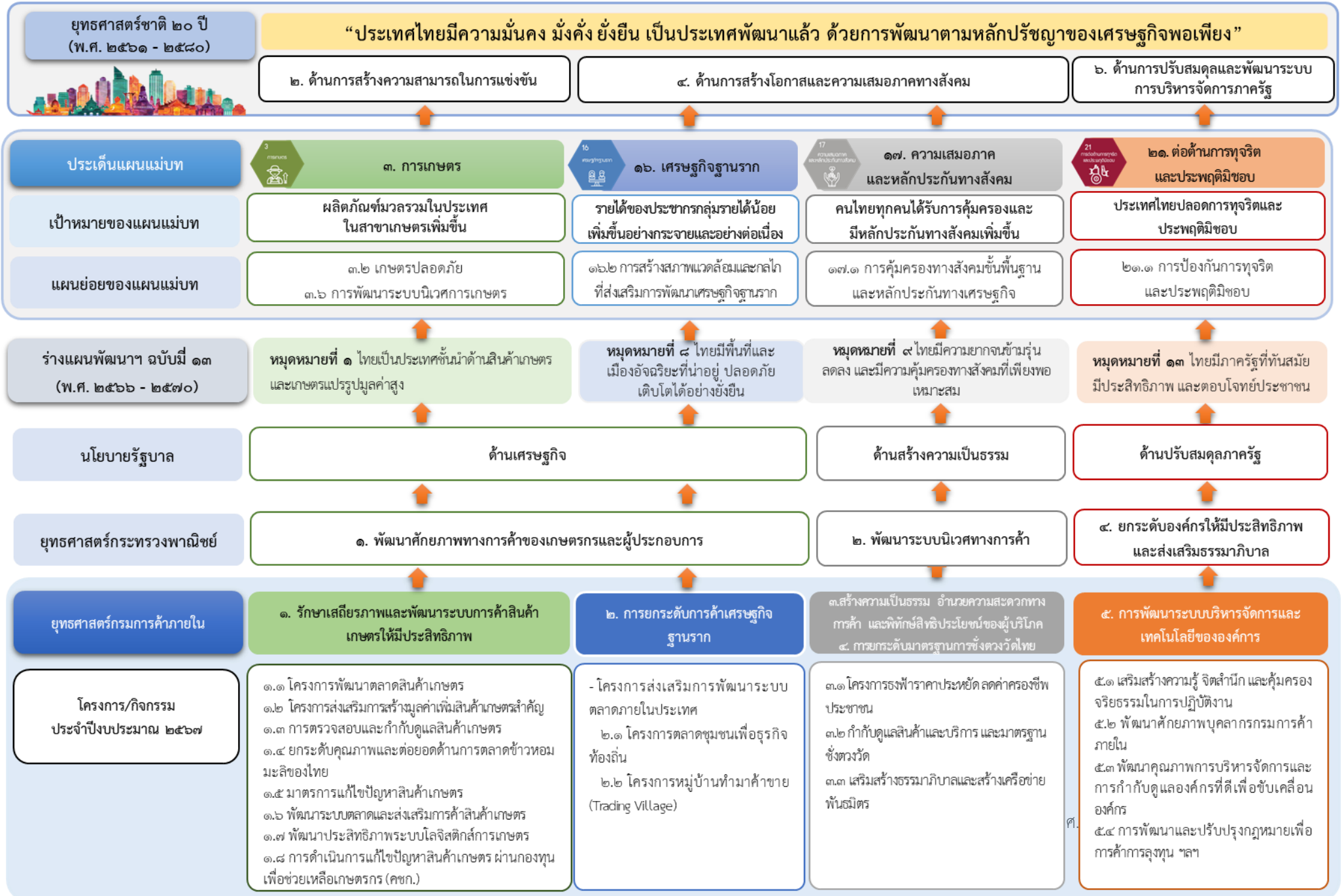
๔) โครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ดังนี้

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาตลาดและระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๑. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการคุณภาพ การจำหน่าย และกระจายผลผลิตการเกษตรในประเทศ ๒. เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด เชื่อมโยงการจำหน่ายสำหรับรองรับผลผลิตให้กับเกษตรกร ๓. เพื่อสร้างการรับรู้ วรรณยุกต์การบริโภค ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ทันสมัย พัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และการบริหารจัดการตลาดให้แก่เกษตรกร
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการเกษตรทำการผลิต/แปรรูปสินค้า/สร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาต่อยอด ๒. เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน และการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้กับเกษตรกร/ผู้ประกอบการ ๓. เพื่อส่งเสริมด้านการขยายตลาดให้แก่เกษตรกร/ผู้ประกอบการผ่านการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์บริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน
๑.๓ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๑. เพื่อคุ้มครองและป้องกันมิให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบด้านปริมาณและราคา ๒. เพื่อกำกับดูแลการแสดงราคาซื้อขาย/ตรวจสอบตอก/ตรวจสอบขนย้าย และได้รับความเป็นธรรมในการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตร
๑.๔ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๑. เพื่อแก้ไขปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อนของเกษตรกร โดยกำหนดและดำเนินมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ๒. เพื่อให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตทางเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์/มันสำปะหลัง/ปาล์มน้ำมัน ได้ในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม ๓. เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกรมีการพัฒนาคุณภาพของผลผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรเพื่อมีรายได้เพิ่ม
๑.๕ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบตลาดและโลจิสติกส์การเกษตร	๑. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาตลาดทั้งในระบบซื้อขาย ตลาดข้อตกลงและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเกิดความเป็นธรรม ๒. เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นให้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล
๑.๖ การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	๑. เพื่อผลักดันและขยายตลาดรองรับสินค้าเกษตรสำคัญ ๒. เพื่อติดตามสถานการณ์สินค้าเกษตรสำคัญ
๑.๗ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๑. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร มีการผลิตข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี รวมทั้งมีการรักษาและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ๒. เพื่อสร้างการรับรู้ถึงข้าวหอมมะลิคุณภาพดีของประเทศไทย และขยายช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร/สถาบันเกษตรกร
๑.๘ การดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้า	ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร ผ่านกองทุนเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
เกษตรกร	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๑. เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและระบายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชน/เชื่อมโยงจำหน่าย แบบ Hybrid ๒. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้ตลาดชุมชนให้เป็นแหล่งสร้างงาน/ท่องเที่ยว ช่วงเทศกาลสำคัญและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ๓. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/ธุรกิจ SMEs และคนในชุมชน โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด และการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับต้องการของตลาด
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ๑. เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนให้ทันสมัย สู้ยุคดิจิทัล และสามารถแข่งขันได้
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ของผู้บริโภค ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การกำกับดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	๑. เพื่อกำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง ๒. เพื่อดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม และมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง ๓. เพื่อดูแลและพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล สร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	๑. เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจาย และจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตและผู้ประกอบการรายกลาง/รายย่อย ๒. เพื่อเพิ่มทางเลือกในการบริโภคสินค้าและอาหารปรุงสำเร็จในราคาประหยัด และลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชน
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑. เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัด ลดภาระค่าครองชีพ และเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ๒. เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และผู้จำหน่ายสินค้าจากตลาดต้องชมและหมู่บ้านทำมาค้าขาย
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๑. เพื่อเป็นช่องทางการตลาดให้กับผู้ผลิตสินค้าชุมชน สินค้าจากผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ ๒. เพื่อเชื่อมโยงสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายผ่านรถ Mobile และร้านค้าธงฟ้า
๓.๕ การเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตร	๑. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม ๒. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้บริโภคในการพิทักษ์ประโยชน์ของตน

โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์
และสร้างเครือข่ายภาคประชาชนในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์การ	
๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และ คุ่มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	<p>๑. เพื่อเสริมสร้างความรู้ในการป้องกันทุจริตและประพฤติมิชอบให้กับข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน</p> <p>๒. เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม จรรยาข้าราชการ รวมทั้งศีลธรรมอันดี ตลอดจนเสริมสร้างทัศนคติและค่านิยมในความซื่อสัตย์สุจริตให้กับบุคลากรของกรมการค้าภายใน</p>
๕.๒ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเครือข่าย	<p>๑. เพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบฐานข้อมูลการตรวจสอบและระบบฐานข้อมูลร้องทุกข์พิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ</p> <p>๒. เพื่อจัดหาครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับสนับสนุนงานบริการ และงานอำนวยความสะดวก</p>

ความสอดคล้องของแผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน



๔.๓ ประมาณการวงเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ไปพลางก่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต	งบประมาณ (ล้านบาท)
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	๑๔๒.๑๐๔๓
งบดำเนินงาน	๑๙๕.๕๕๐๓
งบเงินอุดหนุน	๒.๑๓๑๒
งบรายจ่ายอื่น	๑๓๓.๔๒๙๓
รวม	๔๗๓.๒๐๕๑
กองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๓๕๐.๐๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๘๒๓.๒๐๕๑

แผนงาน/โครงการภายใต้แผนงานตามยุทธศาสตร์จัดสรรฯ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ รักษาเสถียรภาพและพัฒนาระบบการค้าสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ	
๑.๑ โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	๕๖.๔๑๖๙
๑.๒ โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ	๔.๕๐๐๐
๑.๓ การตรวจสอบและกำกับดูแลสินค้าเกษตร	๗.๗๐๖๙
๑.๔ การยกระดับคุณภาพและต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย	๑.๓๓๓๓
๑.๕ การดำเนินมาตรการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร	๖.๖๖๖๗
๑.๖ การพัฒนาระบบตลาดและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๗ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์การเกษตร	งบดำเนินงาน
๑.๘ การแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรและการเบิกจ่ายจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร	๓๕๐.๐๐๐๐
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	
๒.๑ โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๒๗.๔๓๘๕
๒.๒ โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)	๑๑.๙๑๗๘
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ การยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดไทยสู่มาตรฐานสากล	
๓.๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	งบดำเนินงาน
๓.๒ โครงการธงฟ้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพประชาชน	๘๖.๔๘๗๒
๓.๓ โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน	๑๐.๐๐๐๐
๓.๔ โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	๖.๖๖๖๐
๓.๓ การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และสร้างเครือข่ายพันธมิตร	งบดำเนินงาน
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบบริหารจัดการขององค์กร	
๕.๑ การเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึก และคุ้มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	งบดำเนินงาน
๕.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๓ โครงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและการกำกับดูแลองค์กร	งบดำเนินงาน
๕.๔ การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน	งบดำเนินงาน
๕.๕ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน	งบดำเนินงาน
๕.๖ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	งบดำเนินงาน
๕.๗ การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน	งบดำเนินงาน
๕.๘ การพัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ	งบดำเนินงาน
๕.๙ การจัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	งบดำเนินงาน
๕.๑๐ การตรวจสอบภายใน	งบดำเนินงาน

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					
	(๓) ประชาสัมพันธ์สร้าง การรับรู้		๑			งาน					
	๑.๔ ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์						๑๓.๓๓๓๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๒		
	(๑) พัฒนาหมู่บ้าน อินทรีย์ (แห่งเดิม) ให้สามารถต่อยอด ในเชิงพาณิชย์		๔			แห่ง					
	(๒) จัดงานมหกรรม แสดงและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ระดับประเทศ		๑			ครั้ง					
	(๓) บริหารงาน/ติดตาม ประเมินผลโครงการฯ		๑			ครั้ง					
	๑.๕ ส่งเสริมการตลาดผลไม้						๑๖.๘๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๒		
	(๑) เชื่อมโยงการจำหน่าย และกระจายผลผลิต		๕			ครั้ง					
	(๒) ประชาสัมพันธ์ โครงการ		๕			ครั้ง					
	๒. โครงการส่งเสริมการสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ						๔.๕๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๑		
	๒.๑ เพิ่มประสิทธิภาพและ มาตรฐานของโรงสีแบบ ครบวงจร						๒.๓๓๓๓				
	(๑) ส่งเสริมและสนับสนุน ให้โรงสีมีการจัดวาง ระบบมาตรฐาน GMP และ HACCP		๑๐			ราย				● จำนวนผู้ประกอบการค้า ข้าว (โรงสี) ที่ได้รับการ ส่งเสริมพัฒนา ๓๐๐ ราย	
	(๒) จัดอบรมหลักสูตร ส่งเสริมและพัฒนา โรงสีแบบครบวงจร		๒๐๐		๑๐๐	คน				● จำนวนผู้ประกอบการค้า ข้าวที่ได้รับการส่งเสริม พัฒนา ๑๐ ราย ● ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วม โครงการได้รับการรับรอง มาตรฐาน 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					
	๒.๒ ส่งเสริมการจำหน่ายและ การบริโภคข้าวและ ผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย - จั ด กิจ ร ร ร ม ป ระ ช า สั ม พั น ธ์ สร้างการรับรู้ เพื่อ ส่งเสริมการจำหน่าย และบริโภคข้าว และ ผลิตภัณฑ์ข้าวไทย		๑				๒.๑๖๖๗	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑		
	๓. การตรวจสอบและกำกับดูแล สินค้าเกษตร						๗.๕๗๒๙	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว./ตป. ชว.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของเครื่องชั่งที่ใช้ใน การซื้อขายสินค้าทางการ เกษตรมีความถูกต้อง จำนวนครั้งในการออก ติดตามตรวจสอบสินค้า 	ร้อยละ ๙๕ ๓๐ ครั้ง
	๓.๑ ตรวจสอบเครื่องชั่งรถยนต์ เครื่องชั่งสำหรับซื้อขาย สินค้าเกษตร เครื่องชั่งวัด อัตราส่วนร้อยละของแป้ง ในหัวมัน และเครื่องวัด ความชื้นข้าว/ข้าวโพด และเครื่องคัดลำไย		๒๕,๐๐๐								
	๓.๒ กำกับดูแล ติดตาม ตรวจสอบสินค้าเกษตรตาม มาตรการกฎหมายและ นโยบายของรัฐบาล เช่น การ รับซื้อสินค้าเกษตร การ จำหน่าย การปิดป้ายแสดงราคา		๓๐					ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		

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>๔. โครงการยกระดับคุณภาพและ ต่อยอดด้านการตลาดข้าวหอม มะลิของประเทศไทย</p> <p>- จัดกิจกรรม MOU การซื้อขาย ข้าวหอมมะลิ/เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์</p>		๑				๑.๓๓๓๓	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ.๑	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนเกษตรกรรายบุคคล และสถาบันเกษตรกรที่ชนะ การประกวดข้าวหอมมะลิ ทั้งในระดับจังหวัดและ ระดับประเทศมีช่องทาง การจำหน่ายเพิ่มขึ้น 	ไม่น้อยกว่า ๑๕ ราย
	<p>๕. มาตรการแก้ไขปัญหาสินค้า เกษตร</p> <p>- จัดประชุมคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงาน และอื่น ๆ ในสินค้าข้าว มัน สำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์</p>		๘๐		๑๒๐		๖.๖๖๖๗	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กษ. ๑	<ul style="list-style-type: none"> จำนวน ครั้ง ในการ จัด ประชุม 	๒๐๐ ครั้ง
	<p>๖. การพัฒนาระบบตลาดและ ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร</p> <p>๖.๑ ขยายตลาดรองรับผลผลิต สินค้าเกษตร (เนื้อหมู/ไข่ไก่/ สัตว์น้ำ/ผลไม้/หอมแดง/ หอมใหญ่/กระเทียม</p> <p>๖.๒ ติดตามสถานการณ์สินค้า เกษตรสำคัญ เช่น ข้าว มัน สำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์ม น้ำมัน กุ้ง หมู ไข่ไก่ ถั่วเหลือง กระเทียม หอมแดง หอมใหญ่ กาแฟ มะพร้าว ผักและผลไม้ ฯลฯ</p>			๗๗			งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค ภูมิภาค	กษ.๑/กษ.๒/ สศ. กษ๒	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนชนิดของสินค้า เป้าหมายที่มีการเชื่อมโยง ซื้อขายผ่านตลาดข้อตกลง จำนวนระบบตลาดที่ได้รับ การส่งเสริมให้มี ประสิทธิภาพ 	๑๔ สินค้า ๔ ระบบตลาด

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					
	๖.๓ พัฒนาลาดรูปแบบต่าง ๆ และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร เช่น										
	(๑) ศึกษาสำรวจ วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลตลาดสด ตลาดชุมชน และตลาดรูปแบบต่าง ๆ	๒	๓	๓	๓	ครั้ง		สด.			
	(๒) ติดตามประเมินผล การดำเนินงานตลาดสด ตลาดชุมชน และตลาดรูปแบบต่าง ๆ	๔	๖	๖	๔	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมส่งเสริม และเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตร	๕	๕	๕	๕	ครั้ง					
	(๔) การทบทวนประเมิน ตลาดสดในความส่งเสริม ของกรมฯ	๒๐	๒๐	๒๐	๒๐	ครั้ง					
	(๕) ส่งเสริมความรู้ความ เข้าใจด้านการตลาด ยุคดิจิทัล	๑	๑	๑	๑	ครั้ง					
	๖.๔ พัฒนาเครือข่ายข้อมูล การตลาดเชิงพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์							ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สด.		
	(๑) จัดอบรมผู้ประกอบการ ที่มีศักยภาพในการ เชื่อมโยงช่องทางการตลาดออนไลน์	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๒) ขยายช่องทางตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง	-	๑	-	-	ครั้ง					
	(๓) ติดตามประเมินผล	-	๒	-	-	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					
	<p>๖.๕ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบตลาดข้อตกลงและผลักดันการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน</p> <p>(๑) สำรวจ เชื่อมโยงการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง</p> <p>(๒) ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตลาดข้อตกลง</p> <p>(๓) สร้างความรู้ความเข้าใจ การใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานผ่านระบบดิจิทัล</p> <p>(๔) เชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านระบบตลาดข้อตกลง</p> <p>(๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบตลาดข้อตกลง</p> <p>๖.๖ ผลักดันให้เกิดการซื้อขายและส่งเสริมการจัดชั้นคุณภาพสินค้าเกษตรและสร้างเครือข่ายตลาด</p>	๑	๒	๒	-	ครั้ง		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.		
		๒	๑	๑	๑	ครั้ง					
		-	๑	๑	-	ครั้ง					
		-	๒	๑	-	ครั้ง					
		-	-	-	๒	สื่อ					
								ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.		

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					
	(๑) ศึกษา สํารวจข้อมูล การจัดตั้ง แนวทางการ พัฒนา และเชื่อมโยง เครือข่ายตลาดกลาง	๑	๑	๑	๑	ครั้ง	งบ ดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สศ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผู้ประกอบการ ที่กรมออกไปสำรวจ เป็นไปตามเกณฑ์ มาตรฐานที่กำหนด 	ร้อยละ ๖๐
	(๒) ติดตามประเมินผล การดำเนินงานใน ตลาดกลาง	-	๒	๒	-	ครั้ง					
	(๓) สนับสนุนการเชื่อมโยง การตลาดยุคใหม่	๑	๑	๒	๑	ครั้ง					
	(๔) ส่งเสริมความรู้ด้าน การตลาดยุคดิจิทัล	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๕) ผลักดันเข้าสู่สินค้า มาตรฐานเพื่อเพิ่มมูลค่า	-	๑	๒	๒	ครั้ง					
	๗.การพัฒนาประสิทธิภาพระบบ โลจิสติกส์การเกษตร ๗.๑ ยกระดับประสิทธิภาพการ บริหารจัดการโลจิสติกส์ให้ เข้ากับกิจการคลังสินค้า ไฮโล และห้องเย็น รวมทั้งตลาดเพื่อ เป็นจุดพักและกระจายสินค้า										
	(๑) สํารวจข้อมูลด้านการ ประกอบธุรกิจ คลังสินค้า ไฮโล และ ห้องเย็น	-	๑	๒	๑	ครั้ง					
	(๒) ส่งเสริมการสร้าง เครือข่ายความ ร่วมมือทางธุรกิจรับ ฝากเก็บและธุรกิจที่ เกี่ยวเนื่อง	-	-	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					
	(๓) เสริมสร้างความรู้ด้าน การตลาดยุคดิจิทัล	-	๑	-	๑	ครั้ง					
	(๔) ผลักดันผู้ประกอบการ เข้าสู่ระบบ e-service ของกรมการค้าภายใน	-	๑	-		ครั้ง					
	๘. ดำเนินการแก้ไขปัญหาสินค้า เกษตร						ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	บพ.	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนครั้งในการจัดประชุม ● ร้อยละความสำเร็จในการจัดประชุม 	๓๐ ครั้ง ร้อยละ ๖๐	
	- จัดประชุม คณะกรรมการนโยบายและ มาตรการช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.) คณะกรรมการบริหาร กองทุนรวม เพื่อ ช่วยเหลือเกษตรกร (คบท.) และ คณะ อนุกรรมการอื่น ๆ*	←.....	๓๐→		ครั้ง					
	๙. การเบิกเงินจากกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คบท.อนุมัติโครงการด้านการ ช่วยเหลือเกษตรกร	←.....	๑๐๐→		ร้อยละ	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	บพ.	<ul style="list-style-type: none"> ● ร้อยละความสำเร็จในการเบิกเงินจากกองทุนรวม เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามที่ คบท.อนุมัติโครงการด้านการช่วยเหลือเกษตรกร 	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 ๒.๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยการเชื่อมโยงการค้าและพัฒนาช่องทางการกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น และภูมิภาค	๑. โครงการส่งเสริมการพัฒนา ระบบตลาดภายในสำหรับ สินค้าเกษตร						๓๙.๓๕๖๓	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สต.	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนตลาดชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ● มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนได้รับการส่งเสริม ● ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้น 	๖๕ แห่ง
	๑.๑ ตลาดชุมชนดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนและท้องถิ่น						๒๗.๔๓๘๕				
	(๑) การพัฒนาตลาดชุมชนเป้าหมายใหม่ให้มีความพร้อมในการเป็นตลาดชุมชนยุคใหม่เพื่อรองรับตลาดชุมชนดิจิทัล	-	๔	๕	๕	แห่ง					ร้อยละ ๕
	(๒) ส่งเสริมช่องทางตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มการซื้อขาย	๔๐	๔๐	๕๐	๔๐	ครั้ง					
	(๓) จัดกิจกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน										
	- เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน	๒๐	๒๐	๓๐	-	แห่ง					
	- เส้นทางท่องเที่ยว	๒	๒	๒	๒	กลุ่ม ครั้ง					
	(๔) จัดกิจกรรมมหกรรมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าชุมชนและบริการของตลาดต้องชม	-	-	๑	-	ครั้ง					
	๑.๒ หมู่บ้านทำมาค้าขาย						๑๑.๙๑๗๘				
	(๑) สสำรวจและคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมโครงการและลงพื้นที่ชี้แจงสร้างความเข้าใจก่อนดำเนินการ	๔	๖	-	-	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	-	๕	-	๕	แห่ง					
	(๓) พัฒนาเพิ่มศักยภาพ หมู่บ้านทำมาค้าขาย แห่งเดิมเป็นหมู่บ้าน ดิจิทัล	-	๔	๘	-	แห่ง					
	(๔) เชื่อมโยงขยายช่อง ทางการจำหน่าย	-	๑	๑	-	ครั้ง					
	(๕) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินโครงการ	-	๖	๖	๒	ครั้ง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : ๓ การสร้างความเป็นธรรม อำนวยความสะดวกทางการค้า 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 เสริมสร้างความรู้ให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเผยแพร่องค์ความรู้ในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง ๓.๔ พัฒนาและยกระดับการกำกับ ตรวจสอบและการบริหารจัดการ เรื่องร้องเรียน ตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและมาตรการที่กำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชน ๓.๕ สนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในสถานการณ์ที่จำเป็นเพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน ๔.๑ พัฒนาระบบการกำกับดูแลงานชั่งตวงวัดให้เกิดความเป็นธรรมและทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ	๑ การดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า ๑.๑ กำกับดูแลสินค้าและบริการ (๑) ติดตามสถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านราคาและปริมาณของสินค้า (๒) กำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ - ติดตามความเคลื่อนไหวของราคาและปริมาณ - กำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าและบริการ - แก้ไขปัญหาราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมเป็นธรรม ๑.๒ มาตรฐานชั่งตวงวัด (๑) กำกับตรวจสอบให้คำรับรองเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อให้ถูกต้องเที่ยงตรงและเป็นธรรมในการซื้อขาย ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒	
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒
 ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒ ๒๔๒

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 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและพัฒนาเครือข่ายการกำกับดูแลด้านซั้งตวงวัด ๔.๓ ขยายขอบเขตงานซั้งตวงวัดให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์ ๔.๔ เสริมสร้างขีดความสามารถและมาตรฐานวิชาชีพในการแข่งขันของบุคลากรและผู้ประกอบการธุรกิจด้านซั้งตวงวัด	๑.๓ การพัฒนาเครือข่ายศูนย์ร้องเรียนสายด่วน ๑๕๖๙ - พัฒนาการให้บริการสายด่วน ๑๕๖๙ โดยเผยแพร่ข้อมูลด้านราคาสินค้าเกษตรให้กลุ่มเป้าหมาย			๗๗		จังหวัด	๐.๗๘๓๒	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		
	๑.๔ กำกับดูแล ตรวจสอบสินค้าอุปโภคบริโภคและป้องปรามการเอาเปรียบผู้บริโภค (ร้องเรียนผ่านสายด่วน ๑๕๖๙/สายด่วนรัฐบาล GCC๑๑๑/คำร้องของจังหวัด/เครือข่ายกรมฯ/นโยบายเร่งด่วน เป็นต้น)			๗๙,๕๐๐		ราย		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.		
	๒. โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน ๒.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่การครองชีพในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป		๘๓๐		๔๑๖	ครั้ง	๘๖.๔๘๗๒	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	มข.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าที่จำเป็นของประชาชนลดลง จำนวนครั้งการจัดหาสินค้าราคาประหยัด 	ร้อยละ ๓๐ ๑,๒๔๖ ครั้ง
๓. โครงการพาณิชย์ช่วยลดค่าครองชีพประชาชน ๓.๑ จัดงานจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด (๑) “พาณิชย์ Maga Sale Grand Sale”		๑	-	-	-	ครั้ง	๑๐.๐๐๐๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	รป.		

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) “พาณิชย์ลดราคาช่วย ประชาชน”	-	-	๑	-	ครั้ง	๖.๖๖๖๐	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	มช.	●จำนวนร้านค้าธงฟ้าที่เข้า ร่วมโครงการฯ	๕๐๐ ร้าน
	๔. โครงการส่งเสริมร้านค้าธงฟ้า ราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจ ท้องถิ่น										
	๔.๑ เพิ่มศักยภาพร้านธงฟ้าราคา ประหยัดฯ (Online/Offline)	←.....	๔→	ครั้ง						
	๔.๒ เชื่อมโยงสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตร สินค้าเกษตร แปรรูปสู่ร้านธงฟ้าฯ	←.....	๕๐๐→	ร้าน						
	๕. การเสริมสร้างธรรมาภิบาล และ สร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแล ราคาและพฤติกรรมทางการค้า						ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./ชว. ตป.	●จำนวนเครือข่ายผู้บริโภค ในการดูแลราคา ฝ้าระวัง การค้าที่ไม่เป็นธรรม ●จำนวนสถานีบริการที่เข้าร่วม โครงการสถานีบริการน้ำมัน เต็มลิตรและผ่านการสุ่ม ตรวจสอบ	๕๐๐ คน ๒,๒๐๐ สถานีบริการ	
	๕.๑ ส่งเสริมให้มีอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ เพื่อเข้ามามีบทบาทในการ ดูแลราคาและพฤติกรรม ทางการค้าให้เป็นธรรม	←.....	๕๐๐→	คน						
	(๑) การรายงานและติดตาม ภาวะและพฤติกรรม ทางการค้าของ ผู้ประกอบการโดยเครือข่าย “อาสาธงฟ้า ๑๕๖๙”	←.....	๕๐๐→	คน						
	(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		←.....		ส่วนภูมิภาค			
	(๔) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	←.....		๔		←.....		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค			
	๕.๒ ฝึกอบรมให้ความรู้บุคลากร ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำเข้า ซ่อมเครื่องซึ่งตวงวัด	←.....		๔๘๐		←.....		ชว.			
	๕.๓ สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร (๑) อบรมเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล ประจำสถานีเกี่ยวกับ วิธีการตรวจสอบ ปริมาณน้ำมันของสถานี บริการ	←.....		๒		←.....		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						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สลก.	<ul style="list-style-type: none"> บุคลากรกรมการค้าภายในมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความรู้และจิตสำนึกในการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ เสริมสร้างความรู้จิตสำนึกและคุ้มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน 	๑๕๐ คน	
	๑.๑ จัดโครงการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	-	๑	-	-	ครั้ง						
	๑.๒ จัดกิจกรรมให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ	๑	-	-	-	ครั้ง						
	๑.๓ โครงการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงาน	-	-	๑	-	ครั้ง	งบดำเนินงาน					
	๒. จัดกิจกรรมยกย่องบุคลากร											
	๒.๑ การคัดเลือกข้าราชการดีเด่น	-	๑	-	-	ครั้ง						
	๒.๒ การคัดเลือกผู้ประพฤติตนตามหลักประมวลจริยธรรมกระทรวงพาณิชย์	-	-	-	๑	ครั้ง	งบดำเนินงาน					
	๓. จัดกิจกรรมรับทราบประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือนข้าราชการบรรจุใหม่	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. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกรมการค้าภายใน										
	๔.๑ จัดอบรมบุคลากรกรมการค้าภายใน เช่น - ปฐมนิเทศข้าราชการบรรจุใหม่ - โครงการบริหารจัดการความรู้ภายในองค์กรกรมการค้าภายใน (KM) - โครงการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการทำงานและสร้างความผูกพันต่อองค์กร - โครงการพัฒนาทักษะและบุคลิกภาพ เช่น โรงเรียนวันเสาร์ภาษาต่างประเทศ	๑	๑	๑	๑	ครั้ง	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สกก.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปใช้ปฏิบัติงานได้ 	ร้อยละ ๘๐
	๔.๒ ส่งบุคลากรเข้าอบรมเสริมสร้างสมรรถนะการปฏิบัติงานในหลักสูตร/หัวข้อต่าง ๆ ร่วมกับสถาบันอื่น ๆ ภายนอกกรม เช่น - หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม (นบส.๑) (กพ.)	๑	๑	๑	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					
	<p>- หลักสูตรน้กบริหาร การพาณิชย์ระดับต้น/ ระดับกลาง (สจบ.)</p> <p>- การพัฒนานักกฎหมาย ภาครัฐระดับปฏิบัติการ/ ชำนาญการ (สำนักงาน คณะกรรมการกฤษฎีกา) เป็นต้น</p> <p>๕. การพัฒนาระบบบริหารจัดการ ให้มีความเป็นเลิศ และพัฒนา ระบบการทำงานให้เป็นไปตาม หลักการบริหารจัดการบ้านเมือง ที่ดี</p> <p>๕.๑ จัดการประชุม PMQA / ตัวชี้วัด / ควบคุมภายใน</p> <p>๖. การพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย เพื่อการค้าการลงทุน</p> <p>๖.๑ จัดอบรมเสริมสร้างประสิทธิภาพ ในการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อสร้างความเป็นธรรม ทางการค้า</p> <p>๖.๒ จัดทำคู่มือและเอกสาร เผยแพร่ด้านกฎหมาย</p>						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละความสำเร็จของการพัฒนาองค์กรตามแนวทาง PMQA 	ร้อยละ ๑๐๐
		๑	๑	๑	๑	ครั้ง	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	กม.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของบุคลากรที่เข้าอบรมได้รับการพัฒนาและปฏิบัติตามกฎหมายได้ถูกต้อง จำนวนคู่มือและเอกสารเผยแพร่ด้านกฎหมายที่จัดทำ 	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									
	๖.๓ ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหารือ			๑๔๐		เรื่อง/ ฉบับ	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยพ./กม.	จำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง นิติกรรม สัญญา การดำเนินคดีและ การตอบข้อหารือ	๑๔๐ เรื่อง/ ฉบับ				
	๖.๔ แปลกฎหมายที่อยู่ในความ รับผิดชอบของกรมการค้าภายใน			๑๕		ฉบับ						● จำนวนกฎหมายที่อยู่ใน ความรับผิดชอบได้รับการ แปล	๑๕ ฉบับ		
	๗ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้าภายใน												ยพ./กม.	● ร้อยละของข้อมูลข่าวสารที่ เผยแพร่ผ่านช่องทางที่ กำหนด เป็น ไป ตาม เป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐
	๗.๑ การเผยแพร่กฎหมาย กฎ ระเบียบทางเว็บไซต์และ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสาร ของทางราชการ			๘๐		เรื่อง							กม.	● ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่ใช้บังคับเผยแพร่ ได้ตามเป้าหมาย	ร้อยละ ๑๐๐
	๗.๒ สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้าภายในผ่าน เว็บไซต์กรมการค้าภายใน และเฟซบุ๊กประชาสัมพันธ์ กรมการค้าภายใน			๒		ช่องทาง							ยพ.		
	๗.๓ จัดทำและเผยแพร่จุลสาร กรมการค้าภายใน ในรูปแบบ E-book	๓	๓	๓	๓	ครั้ง							ยพ.		
	๗.๔ 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					
	<p>๘. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>๘.๑ บำรุงรักษาฐานข้อมูล</p>			๑		งาน	๐.๑๓๔๐	ส่วนกลาง	ยพ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาดูแล บำรุงรักษา ระบบเครือข่าย ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน 	ร้อยละ ๑๐๐
	<p>๗. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน</p> <p>๗.๑ ดำเนินการประชาสัมพันธ์</p> <p>(๑) จัดทำข่าว บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>(๒) จัดทำกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ด นำสื่อมวลชน ออกสำรวจข้อเท็จจริง)</p> <p>(๓) ออกแบบ/ผลิตงาน ศิลป์และให้บริการ งานโสตทัศนอุปกรณ์</p> <p>(๔) ติดตามวิเคราะห์ข่าวสารขององค์กรที่ปรากฏทางสื่อหนังสือพิมพ์</p> <p>(๕) จัดทำจุลสารกรมการค้าภายใน</p> <p>(๖) จัดทำรายงานประจำปี กรมการค้าภายใน</p>			๑๐๐		ครั้ง	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยพ.	<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของการดำเนินการประชาสัมพันธ์และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่เป็นไปตามเป้าหมาย 	ร้อยละ ๑๐๐
				๑,๒๐๐		ครั้ง					
				๓๐๐		ครั้ง					
				๒๕๐		ครั้ง					
		๓	๓	๓	๓	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					
	๗.๒ การสร้างการรับรู้ด้านความ เป็นธรรมทางการค้าเพื่อ ประชาชน (๑) รับฟังความคิดเห็นและ ความต้องการของ ประชาชนในการมีส่วน ร่วมเพื่อสนับสนุนและ พัฒนาการดำเนินงาน ของกรมฯ (๒) บริหารช่องทาง การ สื่อสารระหว่างกรมกับ ผู้รับบริการและผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียผ่านช่องทาง กระดานข่าวและเฟซบุ๊ก	-	๒	-	๑	ครั้ง					
	๘. พัฒนาระบบการวางยุทธศาสตร์ และถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติ รวมทั้งติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานของกรม	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	กอง/ ศูนย์/ กลุ่ม	งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง	ยพ.	● ร้อยละความสำเร็จในการ จัดทำแผนยุทธศาสตร์	ร้อยละ ๑๐๐
	๙. จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	←..... ๑				ครั้ง		ส่วนกลาง	บส.	● ร้อยละความสำเร็จของการ จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร	ร้อยละ ๑๐๐
	๑๐. การตรวจสอบภายใน						งบดำเนินงาน	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตน.	● ร้อยละของความสำเร็จ ของงานที่สามารถ ดำเนินการได้ตามแผน ตรวจสอบ ● ร้อยละของจำนวนรายงาน การตรวจสอบที่กลุ่ม ตรวจสอบภายในมี คำแนะนำและหน่วยรับ ตรวจนำไปปฏิบัติ	ร้อยละ ๑๐๐
	๑๐.๑ ตรวจสอบทางการเงินการ บัญชี	๒	๓	๕	๕	ครั้ง					
	๑๐.๒ ตรวจสอบการปฏิบัติตาม ข้อกำหนด	๒	๕	๔	๓	ครั้ง					
	๑๐.๓ ตรวจสอบการดำเนินงาน	-	-	-	๑	ครั้ง					
	๑๐.๔ สอบทานการประเมินผล การควบคุมภายใน	๑	-	-	-	ครั้ง					

ส่วนที่ ๕ ภาคผนวก

๕.๑ นิยามตัวชี้วัดความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการรายปีและค่าเป้าหมายประจำปีงบประมาณ

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	๖๒๐ (ล้านบาท)
๓. จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าวที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา	จำนวนผู้ประกอบการค้าข้าว (โรงสี) ที่เข้าร่วมอบรมหลักสูตรส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและการค้าของผู้ประกอบการโรงสีแบบครบวงจรของกรมการค้าภายใน เพื่อส่งเสริมให้มีองค์ความรู้ด้านต่างๆ หลังจากเข้าร่วมโครงการจัดวางระบบมาตรฐาน GMP และ HACCP	๓๐๐ (ราย)
๔. เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย	ช่องการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรที่กรมการค้าภายในเข้าไปส่งเสริมและพัฒนา เพื่อให้เกษตรกรได้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าที่เป็นธรรม และมีอำนาจในการต่อรองซื้อขาย รวมทั้งเป็นช่องทางสร้างรายได้เพิ่มให้กับเกษตรกร ได้แก่ การจัดตลาดนัดข้าวเปลือก การส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) การจัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการจัดและประสานเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรต่างๆ	๑๔๐ (แห่ง)
๕. ร้อยละของโรงสีที่เข้าร่วมโครงการ	การเพิ่มศักยภาพมาตรฐานของผู้ประกอบการค้าข้าวของกรมการค้าภายใน ซึ่งมีการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงสีมีการจัดวางระบบมาตรฐานสุขอนามัย GHP และ/หรือ HACCP หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถขอการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานผู้ให้การรับรองได้	๘๐ (ร้อยละ)
๖. มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับการส่งเสริมเพิ่มขึ้น	มูลค่าทางการค้าที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าเกษตรเทียบกับปีที่ผ่านมา ผ่านช่องทางที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริม/สนับสนุน/พัฒนา ได้แก่ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า การเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่กรมการค้าภายในเข้าไปส่งเสริมและพัฒนา	๓ (ร้อยละ)

ตัวชี้วัด	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย
เป้าหมายการให้บริการที่ ๒ หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น		
๗. จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมและพัฒนา	จำนวนตลาดชุมชน/วิสาหกิจชุมชน ซึ่งกรมการค้าภายใน ได้เข้าไปส่งเสริมและพัฒนา ให้มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีช่องทางการตลาด และพึ่งพาตนเองได้ เพื่อยกระดับรายได้ และเศรษฐกิจฐานราก	๖๕ (แห่ง)
๘. มูลค่าการค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	มูลค่าการค้า/จำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์/บริการของตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขาย ซึ่งเกิดขึ้นจากที่กรมการค้าภายใน ได้เข้าไปพัฒนา และเชื่อมโยงการตลาดให้	๘๒๕ (ล้านบาท)
๙. ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาด/ชุมชนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	รายได้ของเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร/ผู้ประกอบการในตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขายที่เพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมและพัฒนาของกรมการค้าภายใน ผ่านการดำเนินโครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น และโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	๕ (ร้อยละ)
เป้าหมายการให้บริการที่ ๓ ประชาชนได้รับประโยชน์จากราคาสินค้าและบริการที่อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีปริมาณเพียงพอ		
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	๖,๓๗๖,๐๐๐ (เครื่อง/หีบห่อ)
๑๒. ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าของประชาชนลดลง	รายจ่ายในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค/อาหารปรุงสำเร็จของประชาชน ที่ลดลงจากการจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด (งานธงฟ้า) เมื่อเทียบกับรายจ่ายปกติที่จะเกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและอาหารปรุงสำเร็จในท้องตลาดทั่วไป	๓๐ (ร้อยละ)
๑๓. ร้อยละสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	จำนวนสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายในท้องตลาดเป็นไปตามเกณฑ์ราคาเหมาะสมที่กรมการค้าภายใน	๙๘.๐๐ (ร้อยละ)



บันทึกข้อความ

ห้องอธิบดี
(นายวัฒนศักย์ เสือเอี่ยม)
เลขที่ 8009
27 ต.ค. 2566
10.51

ห้องรองอธิบดี
(ร้อยตรีจักรา ยอดมณี)
เลขที่ 7196 เวลา 16.18
วันที่ 26 ต.ค. 2566

ส่วนราชการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กลุ่มแผนงานและติดตามประเมินผล โทร. ๕๖๓๒-๓๓

ที่ พณ ๐๔๑๐/๒๕๖๖ วันที่ 26 ตุลาคม ๒๕๖๖

เรื่อง แผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน

เรียน อธิบดี

ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการ ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ ๑๓) นโยบายของรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งระบุสาระสำคัญเกี่ยวกับ เป้าหมาย ผลสัมฤทธิ์ของงาน นั้น

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน ขอเรียนสรุปการดำเนินการ ดังนี้

๑. ประสานกอง/ศูนย์/กลุ่ม จัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ โดยกำหนดแผนงาน/กิจกรรมภายใต้กรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ไปพลางก่อน

๒. ประมวลภาพรวม และจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนัยยะของมติคณะรัฐมนตรี (เมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐) ประกอบด้วย ๓ ส่วน (ตามเอกสารแนบ) ได้แก่

๒.๑ ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

๒.๒ ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนัยยะของมติคณะรัฐมนตรี ประกอบด้วย ๑) แผนระดับที่ ๑ (ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ๒) แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง) ได้แก่ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่ได้แถลงต่อรัฐสภา ๓) แผนระดับที่ ๓ คือ แผนปฏิบัติราชการกระทรวงพาณิชย์

๒.๓ ส่วนที่ ๓ สาระสำคัญแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ของกรมการค้าภายใน ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ โครงการ/กิจกรรม และค่าเป้าหมาย

๓. นำเข้าแผนระดับ ๓ ผ่านระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSOCR) โดยผ่านการอนุมัติตามลำดับขั้นของผู้บริหารต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบ แผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๗ ก่อนแจ้งเวียนกอง/ศูนย์/กลุ่ม เพื่อใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติงานต่อไป



(นางมณีนุชสลิล ประเสริฐสุด)

ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน



26 ต.ค. 2566

ความเห็น/คำสั่ง

เห็นชอบ



(นายวัฒนศักย์ เสือเอี่ยม)
อธิบดีกรมการค้าภายใน

27 ต.ค. 2566




27 ต.ค. 2566

เรื่องรับกลับ 27 ต.ค. 2566

16-16