



กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ **5 ปี**

(พ.ศ. 2566 - 2570)

กรมการค้าภายใน
(ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)



ขับเคลื่อนการค้าในประเทศ
ให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม
ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

คำนำ

แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) จัดขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบและทิศทางในการขับเคลื่อนภารกิจด้านการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาล และบริบททางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ ในแผนฉบับนี้ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ แนวทางการดำเนินงาน รวมถึงเป้าหมายและตัวชี้วัดไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกรมการค้าภายในให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อระบบเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
กรมการค้าภายใน

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร	๑
ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนัยมติคณะรัฐมนตรี	๔
แผนระดับ ๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐)	๔
แผนระดับ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)	๗
๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)	๗
๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)	๑๑
๒.๓ นโยบายของรัฐบาล	๑๒
ส่วนที่ ๓ ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	๑๔
ส่วนที่ ๔ การวิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยแวดล้อม	๑๕
ส่วนที่ ๕ สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี	๑๘
๕.๑ ภาพรวม	๑๘
๕.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์	๑๘

บทสรุปผู้บริหาร

แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) เป็นแผนที่จัดทำขึ้น ตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่กำหนดให้ส่วนราชการต้องจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการ โดยให้จัดทำแผนเป็น ๕ ปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุผลตามเป้าหมาย และการบริหารงบประมาณเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการติดตาม ประเมินผล และรายงานผลการปฏิบัติการตามนโยบายได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ได้มีการทบทวนและปรับปรุงสาระสำคัญให้สอดคล้องกับบทบาทภารกิจ อำนาจหน้าที่ และบริบทการดำเนินงานของกรมการค้าภายในในปัจจุบัน รวมทั้งนโยบายสำคัญของรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ ตลอดจนสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและระบบการค้าในประเทศ รวมถึงการดำเนินงานด้านการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศของกรมการค้าภายใน เพื่อใช้เป็นกรอบและทิศทางการขับเคลื่อนภารกิจของกรมให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดรับกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และสามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็งและเป็นธรรมอย่างสมดุล โดยแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีสาระสำคัญสรุป ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๒. พันธกิจหลัก

- ๑) ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่างๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- ๒) พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน
- ๓) ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า
- ๔) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย และขยายขอบเขตการดูแล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า
- ๕) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

๓. ประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นที่ ๑ พัฒนาระบบการค้าและการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้

- แนวทาง**
- ๑.๑ สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร
 - ๑.๒ ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม
 - ๑.๓ พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร
 - ๑.๔ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร
 - ๑.๕ เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดแก่เกษตรกร

ประเด็นที่ ๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น

เป้าหมาย หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น

- แนวทาง**
- ๒.๑ พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ
 - ๒.๒ ขยายโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน
 - ๒.๓ ยกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น

ประเด็นที่ ๓ สร้างความเป็นธรรมทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค

เป้าหมาย ประชาชนได้รับความเป็นธรรมทางการค้าและลดค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

- แนวทาง**
- ๓.๑ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสมและปริมาณเพียงพอ
 - ๓.๒ เสริมสร้างการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม
 - ๓.๓ ยกระดับการกำกับดูแลเชิงตวง
 - ๓.๔ พัฒนาเครือข่ายกำกับทางการค้า
 - ๓.๕ ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค
 - ๓.๖ สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม

ประเด็นที่ ๔ พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์กร

เป้าหมาย ระบบบริหารจัดการองค์กรมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

- แนวทาง**
- ๔.๑ พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร
 - ๔.๒ พัฒนาและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัย
 - ๔.๓ พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย

กรอบความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนปฏิรูปราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมการค้าภายใน กับแผนระดับต่าง ๆ



ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) จำนวน 3 ด้าน

**ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน**

**ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม**

**ด้านการปรับสมดุลและพัฒนา ระบบบริหารจัดการภาครัฐ**



แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) จำนวน 5 ประเด็น

**03** การเกษตร

**16** เศรษฐกิจฐานราก

**17** ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

**20** การบริการประชาชน และประสิทธิภาพภาครัฐ

**21** การต่อต้านการทุจริต และประพฤติมิชอบ



แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) จำนวน 4 มุขหมาย

**ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง**

**ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน**

**ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม**

**ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพตอบสนองของประชาชน**



คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2569 จำนวน 2 ด้าน

**ด้านเศรษฐกิจ**

**ด้านการบริหารภาครัฐ การปฏิรูปกฎหมาย**



ยุทธศาสตร์กรมการค้าภายใน (พ.ศ. 2566 - 2570) วิสัยทัศน์ “ขับเคลื่อนการค้าในประเทศไทยให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

**1** พัฒนาระบบการค้าและการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

- (1) สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร
- (2) ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม
- (3) พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร
- (4) ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร
- (5) เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดแก่เกษตรกร

**2** เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น

- (1) พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ
- (2) ขยายโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน
- (3) ยกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น

**3** ยกระดับการค้ากับดูแลแข่งขันตัวจริงและ

- (1) กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสมและปริมาณเพียงพอ
- (2) เสริมสร้างการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม
- (3) ยกระดับการค้ากับดูแลแข่งขันตัวจริง
- (4) พัฒนาเครื่องมือช่วยกำกับทางการค้า
- (5) ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ
- (6) สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม

**4** พัฒนาเครือข่ายกำกับดูแลทางการค้า

- (1) พัฒนาศูนย์ภาพการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร
- (2) พัฒนาและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัย
- (3) พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย



ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับตามนโยบายมติ คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

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

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยที่จัดทำขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย เพื่อใช้เป็นกรอบและทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนา จำนวน ๖ ด้าน ได้แก่ (๑) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง (๒) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (๓) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (๔) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (๕) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ (๖) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ดังภาพด้านล่าง



ทั้งนี้ แผนปฏิรูปราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี จำนวน ๓ ด้าน ดังนี้

๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (หลัก)

๑) เป้าหมาย ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

การเกษตรมูลค่าสูง โดยเพิ่มผลผลิตการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า รวมถึงความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษารฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น

๓) การบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ

การบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อรักษาระดับราคาและรายได้ของเกษตรกร โดยการวางระบบติดตาม ประเมินสถานการณ์ และเฝ้าระวังเตือนภัยสินค้าเกษตรอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งกำหนด และเสนอมาตรการบริหารจัดการ ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาสินค้า รวมทั้งส่งเสริม การพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม เช่น การเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านระบบตลาดข้อตกลง ที่ได้มาตรฐาน การจัดกิจกรรมตลาดนัดข้าวเปลือกสำหรับเป็นแหล่งกลางในการซื้อขายเปลือกที่ให้เป็นธรรม ทั้งในด้านราคา การตรวจสอบคุณภาพ และการชั่งน้ำหนัก รวมทั้งส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตร ชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน การกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าเกษตร ให้เกิดความเป็นธรรม การเชื่อมโยงการรับซื้อและการจำหน่ายสินค้าเกษตร เพื่อสร้างโอกาสและเพิ่มรายได้ให้กับ เกษตรกร ตลอดจนสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ทั้งในด้าน การตลาด การพัฒนาคุณภาพของสินค้า และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

๑.๒ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (รอง)

๑) เป้าหมาย สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ

๒.๑) **ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก** โดยการพัฒนาศูนย์กลางให้เหมาะสมกับศักยภาพของเกษตรกร และบริบทของพื้นที่และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการเพิ่มช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการค้าด้วยเครือข่ายพันธมิตร และวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยภาครัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายและกติกาเพื่อเพิ่มโอกาสของเกษตรกร พัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมการผลิตแปรรูปสินค้าให้มี อัตลักษณ์ และการจัดการในภาคบริการที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรของชุมชนเพื่อยกระดับเกษตรกรสู่การเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการเกษตร

๒.๒) **ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค** โดยการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบ และกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุน สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิ ของผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๓) การบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ

๓.๑) การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้มแข็ง และแข่งขันได้ พร้อมทั้งส่งเสริมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ชุมชนสู่ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ทั้งตลาดออนไลน์ (E-Commerce Platform) และห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดงานแสดง และจำหน่ายสินค้า การส่งเสริมด้านการตลาด และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้และความเข้าใจถึงคุณค่า อัตลักษณ์ และเรื่องราวของสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตลอดจนการยกระดับตลาดชุมชนให้เป็นตลาดต้องชม ที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน และเอกลักษณ์พาณิชย์ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างบรรยากาศทางเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก ให้เกิดการหมุนเวียนและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

๓.๒) การกำกับดูแลสินค้าและบริการให้ราคามีความเป็นธรรม สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต และปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามกฎหมาย พร้อมทั้งติดตามตรวจสอบตามเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค ทั้งในด้านราคาและปริมาณสินค้า ตลอดจนกำกับดูแลการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์ให้มีความถูกต้อง เทียบตรง และเพิ่มช่องทางเลือกให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

๑.๓ ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ (รอง)

๑) เป้าหมาย

๑.๑) ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

๑.๒) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๒.๑) ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ การมีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และงานของรัฐบาลอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สร้างประโยชน์สุขแก่ประชาชน

๒.๒) ภาครัฐมีความทันสมัย ทันการเปลี่ยนแปลง และมีขีดสมรรถนะสูง สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่า เทียบได้กับมาตรฐานสากล สามารถรองรับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายซับซ้อนมากขึ้น และทันการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

๒.๓) บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ ในการปฏิบัติหน้าที่และขับเคลื่อนภารกิจยุทธศาสตร์ชาติ มีกำลังคนที่เหมาะสมทั้งปริมาณ และคุณภาพ มีระบบบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองความต้องการในการปฏิบัติงาน มีความก้าวหน้าในอาชีพ สามารถจูงใจคนดีคนเก่งทำงานในภาครัฐ มีระบบพัฒนาขีดความสามารถ บุคลากรให้มีสมรรถนะใหม่ ๆ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการพัฒนา มีการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม การปรับเปลี่ยนแนวคิดให้การปฏิบัติราชการเป็นมืออาชีพ มีจิตบริการ ทำงานในเชิงรุกและมองไปข้างหน้า สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคส่วนอื่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

๒.๔) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยทุกภาคส่วนร่วมต่อต้านการทุจริต มีการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในทุกระดับ โดยเฉพาะการเสริมสร้างวัฒนธรรมแยกแยะประโยชน์ส่วนบุคคลและประโยชน์ส่วนรวมของบุคลากรภาครัฐให้เกิดขึ้น รวมทั้งสร้างจิตสำนึก และค่านิยมให้ทุกภาคส่วนตื่นตัวและละอายต่อการทุจริตประพฤติมิชอบทุกรูปแบบ พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ภาคีองค์กรภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชน ประชาชน และภาคีต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการสอดส่อง เฝ้าระวัง ให้ข้อมูลแจ้งเบาะแสการทุจริต และตรวจสอบการดำเนินงานของภาครัฐ

๒.๕) กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่างๆ และมีเท่าที่จำเป็น กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ มีเท่าที่จำเป็น ทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน การพัฒนา การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ

๓) การบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ

การมุ่งเน้นการบริหารงานภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลและยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง พร้อมทั้งปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพงานให้บริการให้สามารถอำนวยความสะดวกประชาชนได้อย่างรวดเร็วและโปร่งใส รวมทั้งพัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลง

ทางการค้า ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีความตระหนักรู้และเห็นคุณค่าของการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกรูปแบบ

๒. แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เป็นแผนระดับ ๒ ที่จัดทำขึ้นตามพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ เพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วย ๒๓ ประเด็น และมีผลผูกพันให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องต้องแปลงไปสู่การปฏิบัติร่วมกัน อย่างบูรณาการ รวมทั้งจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีให้สอดคล้องกับแผนแม่บทฯ เพื่อการบรรลุ ผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยแผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีความสอดคล้องกับประเด็นการพัฒนาภายใต้แผนแม่บทฯ (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) จำนวน ๕ ประเด็น ดังนี้

๒.๑.๑ ประเด็นที่ ๓ การเกษตร

๑) เป้าหมาย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น

๒) แผนย่อย

๒.๑) แผนย่อย (๒) เกษตรปลอดภัย

(๑) เป้าหมาย สินค้าเกษตรปลอดภัยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

(๒) แนวทางการพัฒนา

แนวทางที่ ๔ สร้างความตระหนักรู้ของผู้ผลิตและผู้บริโภคถึงความสำคัญของ ความปลอดภัย และส่งเสริมด้านการขยายตลาดการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย

๒.๒) แผนย่อย (๖) การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

(๑) เป้าหมาย ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น

(๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) แนวทางที่ ๓ พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ และการเฝ้าระวังและเตือนภัย สินค้าเกษตร รวมทั้งพัฒนาระบบติดตามเฝ้าระวังและวางระบบเตือนภัย และกลไกการจัดการปัญหาที่อาจจะ เกิดขึ้นกับสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน อาทิ เสถียรภาพราคาสินค้า ภาวะภัยแล้งการค้าระหว่างประเทศ ภัยพิบัติธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความมั่นคงอาหาร โดยกำหนดมาตรการรองรับ มาตรการเตือนภัย มาตรการการปรับตัว ระบบสำรองอาหารในภาวะวิกฤต และการประกันความเสี่ยงให้ทันกับสถานการณ์ รวมทั้งให้เกษตรกรและผู้ใช้ประโยชน์สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ตลอดจนเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ วิเคราะห์แนวโน้มการผลิตสินค้าเกษตร

(๒.๒) แนวทางที่ ๗ ส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตร โดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือต่าง ๆ ในการส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรในรูปแบบ ต่าง ๆ โดยการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและบนอินเทอร์เน็ตทั้งในและต่างประเทศ การจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้า การรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจถึงคุณค่าหรือเรื่องราวของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าไทย ให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล รวมทั้งสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อการใช้งาน ความต้องการของผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนยกระดับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศตลอดห่วงโซ่การผลิต

(๒.๓) แนวทางที่ ๘ อำนวยความสะดวกทางการค้าและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการค้าและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการให้มีความรวดเร็วและไม่เป็นภาระค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการค้า รวมทั้งการพัฒนาด้านโลจิสติกส์การเกษตร เพื่อลดการสูญเสียระหว่างการขนส่ง ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการส่งสินค้า ตลอดจนเตรียมความพร้อมของสถานที่เก็บรวบรวมและรักษาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรที่ได้คุณภาพและมาตรฐาน

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

- ๓.๑) การพัฒนาระบบติดตามและประเมินสถานการณ์สินค้าเกษตร พร้อมทั้งกำหนดและเสนอมาตรการในการบริหารจัดการสินค้าทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อรักษาเสถียรภาพราคา
- ๓.๒) การพัฒนาตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ เช่น การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า การจัดกิจกรรมตลาดนัดข้าวเปลือก การเชื่อมโยงการรับซื้อและการจำหน่ายสินค้าเกษตร เป็นต้น รวมถึงการรณรงค์ให้ความรู้และส่งเสริมการบริโภค โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ
- ๓.๓) การกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าเกษตรให้เกิดความเป็นธรรม ทั้งในราคาและปริมาณของสินค้า รวมทั้งส่งเสริมและดูแลให้การประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น มีการจัดเก็บสินค้าอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นกลไกในการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาการค้าสินค้าเกษตร

๒.๑.๒ ประเด็นที่ ๑๖ เศรษฐกิจฐานราก

๑) เป้าหมาย รายได้ของประชากรกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่างกระจายและต่อเนื่อง

๒) แผนย่อย (๒) การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

๒.๑) เป้าหมาย ผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๒.๒) แนวทางการพัฒนา

แนวทางที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนากลไกและโครงสร้างดูดซับมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน เพื่อสร้างการเติบโตและการหมุนเวียนของเศรษฐกิจฐานราก ผ่านการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาช่องทางและศูนย์กลางตลาดสินค้าชุมชน โดยครอบคลุมถึงช่องทางตลาดออนไลน์และช่องทางตลาดอื่น ๆ

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

- ๓.๑) การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้และทักษะในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจของชุมชนได้อย่างเข้มแข็งและแข่งขันได้
- ๓.๒) การส่งเสริมตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน เช่น การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ
- ๓.๓) การพัฒนาและยกระดับตลาดชุมชนให้เป็นตลาดต้องชมที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนและเอกลักษณ์พาณิชย์ เพื่อให้เป็นกลไกในการขยายตลาดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดการหมุนเวียนและการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

๒.๑.๓ ประเด็นที่ ๑๗ ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

๑) เป้าหมาย คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น

๒) แผนย่อย (๒) การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคมและสุขภาพ

๒.๑) เป้าหมาย คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบาง ได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น

๒.๒) แนวทางการพัฒนา

แนวทางที่ ๓ ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพและสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนากระบวนการขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

๓.๑) การสร้างความเป็นธรรมให้กับระบบการค้า โดยกำกับดูแลสินค้าและบริการให้ราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรม และปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งดูแลให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย และติดตามตรวจสอบตามเรื่องร้องเรียน ทั้งในด้านราคาและปริมาณสินค้า เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมทางการค้า ตลอดจนกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าให้มีความถูกต้อง เพียงตรง และเป็นไปตามมาตรฐาน

๓.๒) การเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสม และเป็นธรรม เพื่อแบ่งเบาภาระค่าครองชีพ รวมทั้งสนับสนุนการเสริมสร้างความรู้ให้กับประชาชนผู้บริโภคได้รู้จักฉลาดซื้อประหยัดใช้ และรู้จักพิทักษ์สิทธิประโยชน์ตนเอง

๒.๑.๔ ประเด็นที่ ๒๐ การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

๑) เป้าหมาย บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

๒) แผนย่อย

๒.๑) แผนย่อย (๑) การพัฒนาบริการประชาชน

(๑) เป้าหมาย งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น

(๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) แนวทางที่ ๑ พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน ผู้ประกอบการ และภาคธุรกิจ โดยจัดสรรรูปแบบบริการให้มีความสะดวก เชื่อมโยงหลายหน่วยงาน และหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของผู้รับบริการ รวมทั้งอำนวยความสะดวกทางการค้าและการดำเนินธุรกิจ

(๒.๒) แนวทางที่ ๒ พัฒนาการให้บริการภาครัฐผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากลอย่างคุ้มค่า รวดเร็ว โปร่งใส เสียค่าใช้จ่ายน้อย ลดข้อจำกัดทางกายภาพ เวลา พื้นที่และตรวจสอบได้ เพื่อให้การบริการภาครัฐโปร่งใสและมีธรรมาภิบาล

(๒.๓) แนวทางที่ ๓ ปรับวิธีการทำงาน ที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ และปรับเปลี่ยนการทำงานเป็นระบบดิจิทัลทั้งหมด มีการพัฒนาบริการเดิม สร้างบริการใหม่ที่สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ และขับเคลื่อนโดยความต้องการของประชาชน ภาคธุรกิจ และผู้ใช้บริการ

๒.๒) แผนย่อย (๔) การพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ

(๑) เป้าหมาย ภาครัฐมีขีดสมรรถนะสูงเทียบเท่ามาตรฐานสากลและมีความคล่องตัว

(๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) แนวทางที่ ๑ พัฒนาระบบงานภาครัฐให้เป็น “ภาครัฐทันสมัย เปิดกว้าง เป็นองค์กรขีดสมรรถนะสูง” สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่า เทียบได้กับมาตรฐานสากล รองรับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายซับซ้อนและทันการเปลี่ยนแปลง

(๒.๒) แนวทางที่ ๓ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์การและออกแบบระบบการบริหารงานใหม่ให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว กระชับ ทันสมัย สามารถตอบสนองต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงได้ในทุกมิติ ไม่ยึดติดกับการจัดโครงสร้างองค์การแบบราชการ มีขนาดที่เหมาะสมกับภารกิจ ปราศจากความซ้ำซ้อน

๒.๓) แผนย่อย (๕) การสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

(๑) เป้าหมาย บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชนยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ

(๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) แนวทางที่ ๑ ปรับปรุงกลไกในการกำหนดเป้าหมายและนโยบายกำลังคนในภาครัฐให้มีความมาตรฐานและเกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้กำลังคนภาครัฐมีความเหมาะสมกับภารกิจของภาครัฐและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ

(๒.๒) แนวทางที่ ๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งในการบริหารงานบุคลากรในภาครัฐให้เป็นไปตามระบบคุณธรรมอย่างแท้จริง โดยการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม และจริยธรรม จิตสำนึกสาธารณะ มีระบบบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรให้สามารถสนองความต้องการในการปฏิบัติงาน มีความก้าวหน้าในอาชีพ สามารถจูงใจให้คนดีคนเก่งทำงานในภาครัฐ

(๒.๓) แนวทางที่ ๓ พัฒนาบุคลากรภาครัฐทุกประเภทให้มีความรู้ความสามารถสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีระบบการพัฒนาขีดความสามารถบุคลากรภาครัฐให้มีสมรรถนะใหม่ ๆ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม ทักษะด้านดิจิทัล มีทัศนคติและกรอบแนวคิดในการทำงานเพื่อให้บริการประชาชนและอำนวยความสะดวกภาคประชาชนและภาคประชาสังคม

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

๓.๑) การปรับปรุงและพัฒนางานให้บริการของหน่วยงานให้สามารถอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และโปร่งใส รวมทั้งปรับปรุงแบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและความต้องการของประชาชน ตลอดจนสร้างการบูรณาการการทำงานกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนได้มีบทบาทร่วมในการดำเนินงานของภาครัฐ

๓.๒) การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการคิดวิเคราะห์และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งเสริมสร้างจิตสำนึกต่อการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยึดตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและความถูกต้อง

๒.๑.๕ ประเด็นที่ ๒๑ การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๑) เป้าหมาย ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒) แผนย่อย การป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๑) เป้าหมาย ประชาชนมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมซื่อสัตย์สุจริต

(๒) แนวทางการพัฒนา

แนวทางที่ ๒ ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่เจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความใสสะอาดปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต เป็นภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน โดยการปฏิบัติหน้าที่ราชการอย่างเปิดเผย โปร่งใส ถูกต้อง เป็นธรรม ไม่คดโกง รู้แยกแยะเรื่องส่วนตัวออกจากหน้าที่การงาน การสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารงาน หรือการมีมาตรการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบ ตลอดจนเสริมสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตให้แก่บุคลากรองค์กร โดยการสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการทุจริต เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง สอดส่อง ติดตามพฤติกรรมเสี่ยงและแจ้งเบาะแส

๓) การบรรจุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

การรณรงค์และปลูกฝังให้บุคลากรในทุกระดับปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และตรวจสอบได้ รวมทั้งยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ตลอดจนเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยให้บุคลากรในทุกระดับเข้ามามีส่วนร่วมในการประกาศเจตนารมณ์รับของขวัญ และของกำนัลทุกชนิดจากการปฏิบัติหน้าที่ (No Gift Policy) พร้อมทั้งยึดหยัดต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ

๒.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) มีสถานะเป็นแผนระดับที่ ๒ ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และใช้เป็นกรอบสำหรับการจัดทำแผนระดับที่ ๓ เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ได้มีการกำหนดหมุดหมายหรือประเด็นการพัฒนาที่มีความสำคัญต่อการพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” จำนวน ๑๓ หมุดหมาย ซึ่งแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีความสอดคล้องกับหมุดหมายการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) จำนวน ๔ หมุดหมาย ดังนี้

๒.๒.๑ หมุดหมายที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

๑) เป้าหมาย มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น

๒) กลยุทธ์การพัฒนา

๒.๑) กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมูลค่าเพิ่มสูง กลยุทธ์ย่อยที่ ๒.๕ รณรงค์ และส่งเสริมให้ผู้บริโภคตระหนัก เลือกใช้ และบริโภคสินค้าเกษตรแปรรูปที่ปลอดภัย มีคุณภาพสูง และได้มาตรฐาน เพื่อกระตุ้นให้เกิดตลาดสินค้าคุณภาพในวงกว้าง

๒.๒) กลยุทธ์ที่ ๕ ส่งเสริมให้เอกชนลงทุนพัฒนาตลาดกลางและตลาดออนไลน์สินค้าเกษตร รวมถึงสินค้ากลุ่มปศุสัตว์และประมง กลยุทธ์ย่อยที่ ๕.๒ ผลักดันให้มีการจัดเก็บข้อมูลราคาสินค้าเกษตรเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาคและส่วนกลางอย่างต่อเนื่อง และ ๕.๓ พัฒนาความรู้และทักษะให้เกษตรกรสามารถซื้อขายผลผลิตผ่านตลาดออนไลน์สินค้าเกษตร เช่น พืช ประมง และปศุสัตว์ เป็นต้น

๒.๓) กลยุทธ์ที่ ๑๑ ยกระดับขีดความสามารถของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร กลยุทธ์ย่อยที่ ๑๑.๑ พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการฟาร์ม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของเกษตรกร และการดำเนินธุรกิจการเกษตรในยุคดิจิทัล เพื่อยกระดับขีดความสามารถเกษตรกรไปสู่การเป็นเกษตรกรอัจฉริยะที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร

๒.๒.๒ หมุดหมายที่ ๔ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน

๑) เป้าหมาย ความไม่เสมอภาคในการกระจายรายได้ของภาคลดลง

๒) กลยุทธ์การพัฒนา

กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๒ สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ทunesทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐานและมีความปลอดภัย รวมทั้งยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน และกลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๓ ส่งเสริมการจัดการ

กลไกตลาดของท้องถิ่น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการผลิตและการบริโภคในพื้นที่ รวมทั้งสร้างรายได้จากตลาดภายนอก สนับสนุนการสร้างงานและจ้างงานคนในท้องถิ่นตลอดห่วงโซ่อุปทาน

๒.๒.๓ หมายเหตุที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม

๑) เป้าหมาย คนทุกช่วงวัยได้รับการคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอต่อการดำรงชีพ

๒) กลยุทธ์การพัฒนา

๒.๑) กลยุทธ์ที่ ๓ การยกระดับความคุ้มครองทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๒ ยกระดับความคุ้มครองทางสังคมเพื่อสร้างหลักประกันสำหรับแรงงาน และกลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๓ ยกระดับความคุ้มครองทางสังคมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

๒.๒) กลยุทธ์ที่ ๔ การพัฒนาระบบคุ้มครองทางสังคมให้มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๓ จัดทำระบบการเยียวยาช่วยเหลือในภาวะวิกฤต กำหนดระดับ แนวทางและช่องทางการจัดสรรการเยียวยาช่วยเหลือ ทั้งในรูปแบบตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤตทางเศรษฐกิจ สังคม และภัยพิบัติต่าง ๆ อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ

๒.๒.๔ หมายเหตุที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ของประชาชน

๑) เป้าหมาย การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

๒) กลยุทธ์การพัฒนา

๒.๑) กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก และประหยัด กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๒ ทบทวนกระบวนการทำงานของภาครัฐควบคู่กับพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัล แบบเบ็ดเสร็จ โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของภาครัฐจากการควบคุมมาเป็นการกำกับดูแลหรือเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว โดยเฉพาะขั้นตอนการอนุมัติ อนุญาตต่าง ๆ พร้อมทั้งปรับกระบวนการทำงานภาครัฐ โดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและให้มีการเชื่อมโยงการให้บริการระหว่างหน่วยงานให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ

๒.๒) กลยุทธ์ที่ ๒ การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและโครงสร้างของภาครัฐให้ยืดหยุ่น เชื่อมโยง เปิดกว้าง และมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ กลยุทธ์ย่อยที่ ๒.๒ สร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ โดยเปิดเผยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ประชาชน องค์กร เครือข่าย และภาคีการพัฒนาต่าง ๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น

๒.๓) กลยุทธ์ที่ ๓ ปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาประเทศ กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๑ ปรับเปลี่ยนข้อมูลภาครัฐทั้งหมดให้เป็นดิจิทัล โดยจัดทำข้อมูล สำหรับการบริหารจัดการทรัพยากรของประเทศทั้งในด้านงบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และข้อมูลอื่นของ หน่วยงานของรัฐทั้งหมดอย่างบูรณาการให้เป็นดิจิทัลที่มีมาตรฐาน ถูกต้อง ปลอดภัย พร้อมใช้งาน อย่างบูรณาการให้เป็นดิจิทัลที่มีมาตรฐาน ถูกต้อง ปลอดภัย พร้อมใช้งาน พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นต่อสาธารณะ ในการใช้ประโยชน์ร่วมกันในการพัฒนาประเทศ และกลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๒ ปรับเปลี่ยนข้อมูลและกระบวนการทำงาน ภาครัฐให้เป็นดิจิทัล โดยออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ ยกเลิกการใช้เอกสารและขั้นตอนการทำงานที่หมด ความจำเป็นหรือมีความจำเป็นน้อย นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการทำงาน

๒.๓ นโยบายของรัฐบาล

เมื่อวันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๔ คณะรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินต่อรัฐสภา โดยกำหนดหลักการสำคัญในการบริหารราชการแผ่นดิน จำนวน ๓ ประการ ได้แก่ ๑) พิทักษ์รักษาไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ๒) ยึดมั่นการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และ ๓) ยึดมั่นในหลักนิติธรรม การบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรม และการบริหารราชการแผ่นดินบนพื้นฐาน

ของธรรมาภิบาล เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน พร้อมทั้งกำหนดนโยบายสำคัญ ๕ ด้าน เพื่อเร่งแก้ไขปัญหาของประเทศ ควบคู่กับการสร้างโอกาส ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันให้ประเทศสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในมิติเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล จำนวน ๒ ด้าน ดังนี้

๒.๓.๑ ด้านเศรษฐกิจ

๑) ข้อที่ ๑ สร้างโอกาสการเริ่มต้นและเติบโตอย่างทั่วถึงให้กับทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มตัวเล็กในระบบเศรษฐกิจ

๑.๑) ข้อย่อยที่ ๑.๑ เร่งจัดการภาระที่บั่นทอนศักยภาพการเติบโตของคนไทย เพื่อให้ทุกคนสามารถตั้งต้นและไปได้ โดยการสร้างโอกาสในการหารายได้และลดต้นทุนให้แก่เกษตรกร ผู้ค้ารายย่อย วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SMEs และดำเนินมาตรการเพื่อลดรายจ่ายให้กับพี่น้องประชาชนในการดำเนินชีวิตประจำวัน อาทิ ค่าน้ำดื่มสะอาด ค่าพลังงาน

๑.๒) ข้อย่อยที่ ๑.๔ ส่งเสริมบทบาทท้องถิ่นในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ โดยการส่งเสริมให้เกิดเครื่องมือที่สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น การเพิ่มบทบาทภาคเอกชนในการพัฒนาท้องถิ่น รวมถึงการนำเทคโนโลยีและงานวิจัยที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์มีคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาด สร้างงานและสร้างอาชีพที่มีค่าตอบแทนที่เหมาะสม

๒) ข้อที่ ๔ ด้านการเกษตร “เปลี่ยนผ่านจากเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม” ไปสู่ “เกษตรแบบแม่นยำ เกษตรมั่นคง เกษตรยั่งยืน” ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มตลาดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน

ข้อย่อยที่ ๔.๓ สร้างเสถียรภาพและยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารไทยให้เป็นศูนย์กลางความมั่นคงทางอาหารของโลกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่ใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรในพื้นที่ พัฒนากลไกที่จะช่วยให้เกษตรกรสามารถนำผลผลิตไปจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมกับสภาวะตลาด อาทิ การยกระดับสหกรณ์การเกษตรสู่การเป็นองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ที่มีธรรมาภิบาล เพื่อทำหน้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่การผลิตและร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาช่องทางการตลาด เพิ่มอำนาจต่อรองให้แก่กลุ่มเกษตรกร รวมทั้งเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนให้เกษตรกรไทยสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ปรับปรุงรูปแบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) ที่มีความเป็นธรรมระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ พัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคการเกษตรให้มีประสิทธิภาพและอยู่ในระดับที่แข่งขันได้ สร้างความมั่นคงด้านปริมาณ และคุณภาพสินค้าเกษตรควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหาร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้สินค้าเกษตรและอาหารไทยในตลาดโลก

๒.๓.๒ ด้านการบริหารภาครัฐ การปฏิรูปกฎหมาย

๑) ข้อที่ ๒๐ ราชการทันใจ

มุ่งเปลี่ยนผ่านสู่ “ระบบดิจิทัลอัจฉริยะ” อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการเร่งพัฒนารัฐบาลดิจิทัลที่เชื่อมโยงกันทั้งระบบ และผลักดันการเปิดเผยข้อมูลเปิดของภาครัฐ ปรับกระบวนการทำงานของภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างทันท่วงที โปร่งใส ตรวจสอบได้ ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางและเป็นรัฐบาลเปิด

๒) ข้อที่ ๒๒ การพัฒนากฎหมายเพื่อให้ประชาชนมีชีวิตที่ดีขึ้น

ข้อย่อยที่ ๒๒.๑ ทบทวนกฎหมายที่ใช้บังคับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายลำดับรองที่กำหนดกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ จำนวนกว่าเจ็ดพันฉบับ ซึ่งสร้างภาระงบประมาณและภาระแก่ประชาชน โดยจะลดกระบวนการและขั้นตอนที่ไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุดและสามารถให้บริการแก่ประชาชนด้วยดิจิทัลได้มากที่สุด

ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นชุดเป้าหมายการพัฒนาระดับโลกหลังปี ๒๐๑๕ ที่ได้รับการรับรองจาก ๑๙๓ ประเทศสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) เมื่อวันที่ ๒๕ กันยายน ค.ศ. ๒๐๑๕ โดยครอบคลุมช่วงระยะเวลาที่ต้องบรรลุภายใน ๑๕ ปี และเป็นทิศทางการพัฒนาที่ทุกประเทศต้องดำเนินการร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วย ๑๗ เป้าหมายหลักที่ครอบคลุมมิติการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม



ทั้งนี้ การดำเนินการตามแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) สามารถสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามเป้าหมาย SDGs จำนวน ๓ เป้าหมาย ดังนี้

๓.๑ เป้าหมายที่ SDG๐๒ ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน เป้าหมายย่อย SDGs ที่สอดคล้องโดยตรง SDG๐๒๐๓ เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตร และรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง คราวเรือนเกษตรกร เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ และชาวประมง ให้เพิ่มขึ้นเป็น ๒ เท่า โดยรวมถึงการเข้าถึงที่ดิน ทรัพยากรและปัจจัยการผลิต ความรู้ บริการทางการเงิน ตลาด และโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจ้างงานนอกภาคการเกษตรอย่างมั่นคง และเท่าเทียม ภายในปี พ.ศ. ๒๕๗๓

๓.๒ เป้าหมายที่ SDG๑๐ ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ เป้าหมายย่อย SDGs ที่สอดคล้องโดยตรง SDG๑๐๐๑ บรรลุการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากรร้อยละ ๔๐ ที่มีรายได้ต่ำสุดอย่างก้าวหน้าและยั่งยืน โดยให้ม้อัตรเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ภายในปี พ.ศ. ๒๕๗๓

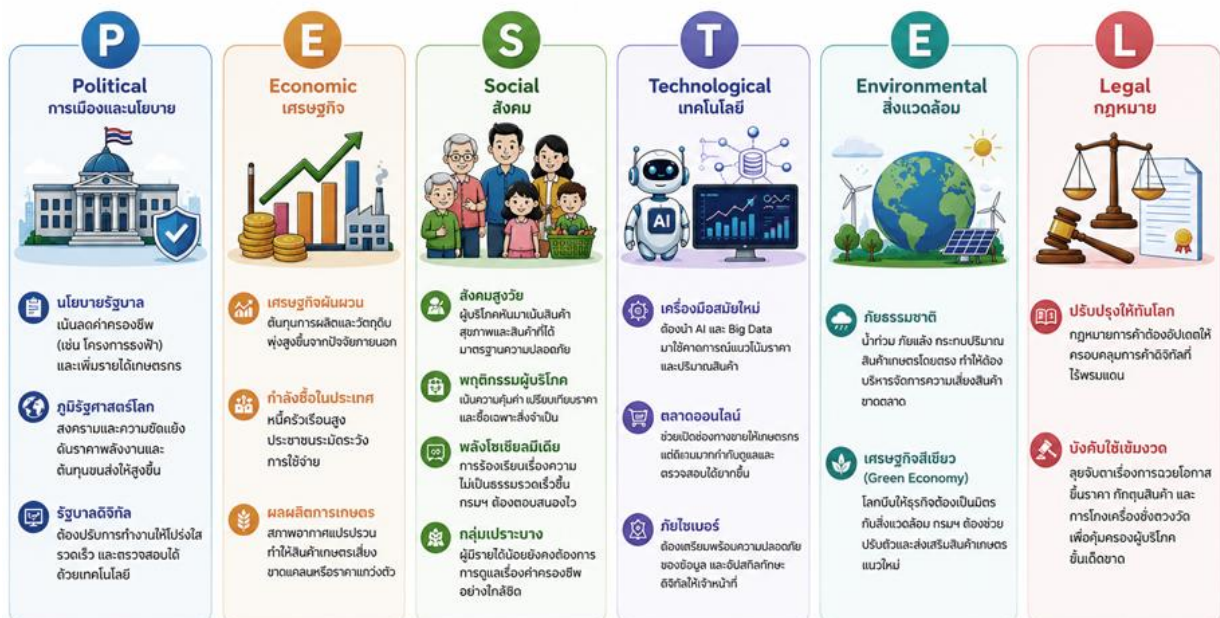
๓.๓ เป้าหมายที่ SDG๑๖ ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ เป้าหมายย่อย SDGs ที่สอดคล้องโดยตรง SDG๑๖๑๐ สร้างหลักประกันว่าสาธารณชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีการปกป้องเสรีภาพขั้นพื้นฐาน ตามกฎหมายภายในประเทศและความตกลงระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยแวดล้อม

กรมการค้าภายใน มีภารกิจหลักในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศ โดยการกำกับดูแล ส่งเสริมและพัฒนาการค้าในประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม รวมทั้งผู้บริโภคได้รับการพิทักษ์ประโยชน์ ซึ่งภารกิจดังกล่าวครอบคลุมทั้งการดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีความเหมาะสม การบริหารจัดการสินค้าอุปโภคบริโภคให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ การดูแลเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร การส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการรายย่อย การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน ตลอดจนการกำกับดูแลการแข่งขันทางธุรกิจในเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้าและเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับระบบการค้าในประเทศ

อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทของเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ อาทิ ความผันผวนของเศรษฐกิจและการค้าโลก ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) ต้นทุนพลังงานและค่าขนส่งที่ยังมีความผันผวน รวมทั้งภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงและกำลังซื้อของประชาชนที่ยังเปราะบาง ตลอดจนแนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อมและมาตรการทางการค้าระหว่างประเทศที่เข้มงวดมากขึ้น ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อระบบการค้าในประเทศและก่อให้เกิดความท้าทายต่อการดำเนินงานของกรมการค้าภายในในทุกมิติ

ดังนั้น ในการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) จึงได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมที่ส่งต่อการดำเนินงานของกรม ทั้งในมิติด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ PESTEL Analysis เพื่อประเมินแนวโน้ม โอกาส ความเสี่ยง และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น สำหรับประกอบการทบทวนและปรับปรุงยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน รวมทั้งสามารถรองรับความท้าทายในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้



๑. ด้านการเมืองและนโยบายรัฐบาล (Political : P)

ทิศทางนโยบายของรัฐบาลมีผลโดยตรงต่อการดำเนินงานของกรมการค้าภายใน โดยเฉพาะในบริบทปัจจุบันที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน ควบคู่กับการสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้และลดต้นทุนให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนการสร้างเสถียรภาพราคาและการพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตร ส่งผลให้กรมการค้าภายในต้องดำเนินมาตรการเชิงรุกมากขึ้น ทั้งในด้านการติดตามและกำกับดูแลสถานการณ์ราคาและปริมาณของสินค้า การเชื่อมโยงและกระจายผลผลิตทางการเกษตร รวมถึงการดำเนินโครงการลดภาระค่าครองชีพของประชาชน เช่น โครงการธงฟ้าและการจัดจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด นอกจากนี้ สถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ทั้งสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ยังคงยืดเยื้อ ความตึงเครียดในภูมิภาคตะวันออกกลาง รวมถึงการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์ระหว่างประเทศมหาอำนาจ ส่งผลกระทบต่อราคาพลังงาน ราคาวัตถุดิบ และค่าการขนส่งสินค้าในตลาดโลก ซึ่งมีผลโดยตรงต่อระดับราคาสินค้าและต้นทุนการผลิตภายในประเทศ ทำให้กรมจำเป็นต้องติดตามและประเมินสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถกำหนดมาตรการกำกับดูแลสินค้าและบริการได้อย่างเหมาะสมทันต่อสถานการณ์ และลดผลกระทบต่อประชาชน ขณะเดียวกัน นโยบายรัฐบาลด้านการบริหารภาครัฐที่มุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการภาครัฐและปรับกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็ว โปร่งใสและตรวจสอบได้ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้กรมการค้าภายในต้องเร่งพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริหารจัดการและการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล ติดตามสถานการณ์ และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายให้มีความรวดเร็ว แม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๒. ด้านเศรษฐกิจ (Economic : C)

ภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินภารกิจของกรมการค้าภายใน โดยเฉพาะในด้านการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ การบริหารจัดการสินค้าที่จำเป็น การดูแลปริมาณสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการ และการรักษาระดับค่าครองชีพของประชาชนให้มีความเหมาะสมซึ่งภายใต้บริบทเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง จากแรงกดดันด้านภูมิรัฐศาสตร์ และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ต้นทุนด้านพลังงาน วัตถุดิบ การผลิต และการขนส่งสินค้ามีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นและผันผวนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระทบต่อระดับราคาสินค้าและบริการในประเทศ รวมถึงต้นทุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในทุกระดับ ขณะเดียวกัน เศรษฐกิจในประเทศยังคงเผชิญกับข้อจำกัดในหลายด้าน ทั้งภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง กำลังซื้อของประชาชนที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ และต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้กรมต้องมีการติดตามและประเมินสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถกำหนดมาตรการกำกับดูแลสินค้าและบริการได้อย่างเหมาะสม และเกิดความสมดุลระหว่างผู้บริโภค เกษตรกร และผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ ยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ส่งผลให้ปริมาณและคุณภาพของสินค้าเกษตรมีความไม่แน่นอน และอาจก่อให้เกิดภาวะสินค้าขาดแคลนหรือราคาผันผวนได้ กรมจึงจำเป็นต้องมีการดำเนินมาตรการเชิงรุกในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการติดตามสถานการณ์ผลผลิต การเชื่อมโยงตลาด การกระจายผลผลิต การส่งเสริมช่องทางการจำหน่าย ตลอดจนการขับเคลื่อนมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาและยกระดับรายได้เกษตรกร

๓. ด้านสังคม (Social : S)

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร วิถีชีวิต และพฤติกรรมของผู้บริโภค ถือเป็นปัจจัยเชิงสังคมที่มีนัยสำคัญต่อระบบการค้าในประเทศ โดยประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Complete Aged Society) ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปสู่การให้ความสำคัญกับสินค้าเพื่อสุขภาพ สินค้าปลอดภัย

สินค้าที่ได้มาตรฐาน รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับการดำรงชีพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้กรมต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมระบบตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ รวมทั้งสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวสู่รูปแบบการผลิตและการจำหน่ายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ขณะเดียวกัน โครงสร้างประชากรดังกล่าวยังส่งผลให้กรมจำเป็นต้องดูแลค่าครองชีพและการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นของกลุ่มเปราะบาง โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อย ผู้สูงอายุ และแรงงานนอกระบบ ซึ่งยังคงได้รับผลกระทบจากภาวะค่าครองชีพและราคาสินค้าที่อยู่ในระดับที่สูง นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจและค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น มีการเปรียบเทียบราคาและเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่มีโปรโมชั่นหรือมีราคาที่ต่ำกว่า รวมทั้งให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นมากกว่าสินค้าฟุ่มเฟือย ส่งผลให้กรมต้องมีการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีความสอดคล้องกับต้นทุน และเป็นธรรมกับทุกฝ่าย พร้อมทั้ง ดำเนินมาตรการเชิงรุกในการลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าจำเป็นคุณภาพดี ในราคาที่เหมาะสมแก่ประชาชน อีกทั้ง ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันยังมีความตื่นตัวด้านสิทธิผู้บริโภคและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ประเด็นราคา การจำหน่ายสินค้า หรือพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรม สามารถถูกเผยแพร่และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในวงกว้างได้รวดเร็ว กรมจึงจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามสถานการณ์การค้า การรับเรื่องร้องเรียน การสื่อสารเชิงรุก และการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนและเสริมสร้างความเป็นธรรมทางการค้า

๔. ด้านเทคโนโลยี (Technological : T)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งผลให้รูปแบบการค้า ระบบตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายต่อการดำเนินงานของกรมการค้าภายใน โดยเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้า การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การวิเคราะห์แนวโน้มตลาดและคาดการณ์สถานการณ์ล่วงหน้า เพื่อสนับสนุนการกำหนดมาตรการเชิงรุกที่แม่นยำและทันต่อสถานการณ์ ขณะเดียวกัน การขยายตัวของแพลตฟอร์มออนไลน์ และการค้าดิจิทัล ทำให้รูปแบบการซื้อขายสินค้าเปลี่ยนไปสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้การกำกับดูแลทางการค้ามีความซับซ้อนยิ่งขึ้น เนื่องจากการซื้อขายสินค้าสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน กรมจึงจำเป็นต้องปรับกลไกการติดตาม ตรวจสอบ และกำกับดูแลให้ทันต่อรูปแบบการค้าใหม่ ๆ รวมทั้งพัฒนาระบบการให้บริการประชาชนผ่านช่องทางดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เศรษฐกิจดิจิทัลยังเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างรายได้และขยายช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร วิชากิจชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเกษตรและชุมชนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การเชื่อมโยงตลาดและการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการกระจายสินค้า ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดด้านช่องทางการจำหน่าย อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลยังเพิ่มความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูล ทำให้กรมจำเป็นต้องมีการเตรียมพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากร เพื่อให้สามารถรองรับการดำเนินงานในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

๕. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental : E)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการค้าในประเทศอย่างชัดเจน โดยเฉพาะภาคเกษตรซึ่งเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของประเทศ ปัจจุบันประเทศไทยเผชิญกับปัญหาภัยแล้ง น้ำท่วม ฝนทิ้งช่วง และสภาพอากาศแปรปรวนที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรมีความไม่แน่นอนสูง ก่อให้เกิดภาวะสินค้าขาดแคลนหรือล้นตลาดได้ ในบางช่วงเวลา ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับราคาสินค้าและเสถียรภาพของระบบตลาดภายในประเทศ สถานการณ์

ดังกล่าวทำให้กรมต้องมีบทบาทสำคัญในการติดตามสถานการณ์ผลผลิตและบริหารจัดการสินค้า รวมทั้งเชื่อมโยงและกระจายผลผลิต ตลอดจนเตรียมมาตรการรองรับสภาวะสินค้าขาดแคลนหรือราคาผันผวน โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชน เพื่อรักษาสมดุลของระบบตลาดและลดผลกระทบต่อประชาชนและเกษตรกร ขณะเดียวกัน แนวโน้มเศรษฐกิจสีเขียวและการบริโภคที่ยั่งยืน กำลังกลายเป็นมาตรฐานสำคัญของภาคธุรกิจและผู้บริโภคทั่วโลก ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวด้านกระบวนการผลิต การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และมาตรฐานสินค้าให้สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งอาจส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและระดับราคาในระยะสั้น กรมจึงจำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลกระทบต่อระบบการค้าและค่าครองชีพอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งส่งเสริมการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างโอกาสทางการค้าใหม่ให้แก่เกษตรกรและชุมชน

๖. ด้านกฎหมาย (Legal : L)

กฎหมาย ระเบียบ และมาตรการกำกับดูแลด้านการค้า เป็นกลไกสำคัญในการรักษาความเป็นธรรมทางการค้า ค้ำครองผู้บริโภค และสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบการค้าในประเทศ โดยภายใต้บริบทปัจจุบันที่รูปแบบการค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัลและการค้าออนไลน์ ส่งผลให้การกำกับดูแลสินค้าและบริการมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กรมการค้าภายในจึงจำเป็นต้องปรับปรุงแนวทางการกำกับดูแลและบังคับใช้กฎหมายให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับบริบทการค้าในปัจจุบัน และสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสินค้าและบริการ เช่น กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายชั่งตวงวัด ตลอดจนกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบตลาดและลดการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วงที่สถานการณ์เศรษฐกิจมีความผันผวน และค่าครองชีพของประชาชนยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการฉวยโอกาสทางการค้า การจำหน่ายสินค้าเกินราคา การกักตุนสินค้า หรือการใช้เครื่องชั่งตวงวัดที่ไม่ถูกต้องได้ง่ายขึ้น ทำให้กรมต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตาม ตรวจสอบ และบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นธรรมทางการค้า และคุ้มครองประโยชน์ของประชาชน

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี

แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) เป็นแผนระดับ ๓ ที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบและทิศทางในการขับเคลื่อนภารกิจด้านการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศของกรมการค้าภายใน ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงนโยบายของรัฐบาลและบริบทการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

๕.๑ ภาพรวม

๕.๑.๑ วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๕.๑.๒ พันธกิจหลัก

- ๑) ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่างๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- ๒) พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน
- ๓) ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า
- ๔) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย และขยายขอบเขตการดูแล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า
- ๕) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชน ได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

๕.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์

๕.๒.๑ ประเด็นที่ ๑ พัฒนาระบบการค้าและการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ

- ๑) เป้าหมาย เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นและสามารถแข่งขันได้
- ๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย (แห่ง)	๑๔๐	๑๔๐	๑๔๐	๑๔๐	๑๔๕
๒. มูลค่าสินค้าเกษตรที่มีการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม (ล้านบาท)	๖๑๕	๖๒๐	๖๒๕	๖๓๐	๖๓๕
๓. ร้อยละของรายได้ของเกษตรกรเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด (ร้อยละ)	๕	๕	๕	๕	๕
๔. ร้อยละของเครื่องชั่งที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าเกษตรมีความถูกต้อง (ร้อยละ)	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐

๓) แนวทางการดำเนินงาน

- ๓.๑) สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร โดยติดตาม วิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์ราคาปริมาณ และภาวะการค้าสินค้าเกษตรอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งพัฒนาระบบเฝ้าระวัง เตือนภัย รวมถึงเสนอมาตรการ

บริหารจัดการสินค้า ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ตลอดจนบูรณาการความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาการค้าเกษตรและรักษาความสมดุลของตลาด

๓.๒) **ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม** โดยสนับสนุนการซื้อขายสินค้าเกษตรในระบบตลาดข้อตกลง ผ่านการเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้รับซื้อให้ทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานที่ให้เป็นธรรมกับทุกฝ่าย รวมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมตลาดนัดข้าวเปลือกในพื้นที่แหล่งผลิต เพื่อเป็นแหล่งกลางในการซื้อขายข้าวเปลือกที่ให้เป็นธรรม ทั้งในด้านราคา การชั่งน้ำหนัก และการตรวจสอบคุณภาพ รวมทั้งเพิ่มทางเลือกและอำนาจต่อรองในการจำหน่ายผลผลิตให้แก่เกษตรกร พร้อมทั้งติดตามดูแลการซื้อขายสินค้าเกษตรให้เกิดความเป็นธรรมกับทุกภาคส่วน ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

๓.๓) **พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร** เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถระบายผลผลิตออกสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่ม ผ่านการส่งเสริมและเชื่อมโยงช่องทางการตลาดที่หลากหลาย อาทิ การจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า การรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ การเชื่อมโยงการรับซื้อผลผลิต การจัดตั้งจุดจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

๓.๔) **ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร** โดยสนับสนุนการยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งจัดประกวดคุณภาพเพื่อกระตุ้นให้เกษตรกรและผู้ประกอบการตระหนักและให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและรักษาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสนับสนุนการจัดหาเครื่องจักรที่ช่วยพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้ที่มั่นคงแก่เกษตรกร

๓.๕) **เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดแก่เกษตรกร** เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถปรับตัวได้อย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ผ่านการฝึกอบรม การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นแก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง

๔) ผลผลิตและโครงการสำคัญ

๔.๑) ผลผลิตการรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร

๔.๒) โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร

๕.๒.๒ ประเด็นที่ ๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น

๑) เป้าหมาย หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็งและสามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น

๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. จำนวนตลาดชุมชนและวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา (แห่ง)	๖๕	๖๕	๖๘	๗๑	๗๕
๒. มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชน (ล้านบาท)	๘๒๕	๘๒๕	๘๖๖	๙๐๙	๙๕๔
๓. ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาดและชุมชนเพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	๕	๕	๕	๕	๕

๓) แนวทางการดำเนินงาน

๓.๑) **พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ** เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการธุรกิจ พัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งดำเนินกิจกรรมทางการค้า

ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงและขยายโอกาสทางการตลาดเพื่อสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน

๓.๒) ขยายโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน โดยส่งเสริมการเชื่อมโยงตลาดและพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าชุมชน ทั้งในรูปแบบการตลาด Offline และ Online อาทิ การจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า การเชื่อมโยงจำหน่ายภายในห้าง Modern Trade การส่งเสริมการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และช่องทางการตลาดดิจิทัล รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า และขยายตลาดสินค้าชุมชนให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

๓.๓) ยกย่องตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนให้มีศักยภาพและสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ พร้อมทั้งสนับสนุนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และส่งเสริมด้านการตลาด ทั้งผ่านสื่อดิจิทัลและผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) และแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจำหน่ายสินค้าภายในพื้นที่ตลาดชุมชน เพื่อขยายฐานผู้บริโภค กระตุ้นการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในพื้นที่ และสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการในท้องถิ่น

๔) ผลผลิต/โครงการสำคัญ

๔.๑) โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร

๕.๒.๓ ประเด็นที่ ๓ สร้างความเป็นธรรมทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค

๑) เป้าหมาย ประชาชนได้รับความเป็นธรรมทางการค้าและลดค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. สินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน (ร้อยละ)	๙๘.๐๐	๙๘.๐๐	๙๘.๐๐	๙๘.๐๐	๙๘.๒๕
๒. จำนวนผู้ประกอบการที่ตรวจสอบให้ปฏิบัติตามกฎหมาย (ราย)	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐
๓. ร้อยละกลุ่มเป้าหมายได้รับการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน (ร้อยละ)	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐
๔. จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลเป็นไปตามมาตรฐาน (เครื่อง/หีบห่อ)	๖,๒๗๙,๐๙๗	๖,๓๗๖,๐๐๐	๖,๔๗๑,๖๔๐	๖,๕๖๘,๗๑๔	๘,๑๓๐,๔๓๑
๕. จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลและเฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม (ราย)	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐
๖. รายจ่ายในการซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพประชาชนลดลง (ร้อยละ)	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐

๓) แนวทางการดำเนินงาน

๓.๑) กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสมและปริมาณเพียงพอ โดยติดตาม วิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์ด้านราคา ต้นทุนและปริมาณของสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถกำหนดมาตรการ

กำกับดูแลได้อย่างเหมาะสม เท่าทันสถานการณ์ และสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ รวมทั้งป้องกันการฉวยโอกาสทางการค้า การกักตุนสินค้า และการจำหน่ายสินค้าในราคาที่ไม่เป็นธรรม ตลอดจนดำเนินมาตรการดูแลสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการครองชีพให้มีปริมาณเพียงพอและกระจายสู่ประชาชนอย่างทั่วถึง

๓.๒) เสริมสร้างการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม โดยกำกับดูแล ตรวจสอบ และบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง โปร่งใส และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งดำเนินการรับเรื่องร้องเรียน สืบสวนสอบสวน และดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิด ควบคู่กับการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายและจริยธรรมทางการค้าแก่ผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับมาตรฐานการประกอบธุรกิจและลดพฤติกรรมเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค

๓.๓) ยกระดับการกำกับดูแลด้านซั้งตวงวัด โดยกำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์และสินค้าหีบห่อให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง และเป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้าและคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งขยายขอบเขตการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้งาน เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนส่งเสริมความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการให้ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง พร้อมทั้งพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการชั่งตวงวัดของประเทศให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

๓.๔) พัฒนาเครือข่ายกำกับดูแลทางการค้า โดยส่งเสริมเครือข่ายอาสาภาคประชาชนในการสอดส่องดูแล เฝ้าระวัง และติดตามสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้า ตลอดจนพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบและกำกับดูแลทางการค้า เพื่อยกระดับการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน

๓.๕) ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค โดยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านราคา สถานการณ์สินค้าและบริการ รวมถึงข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึง พร้อมทั้งส่งเสริมความรู้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างเหมาะสม เท่าทันการค้า และ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ตลอดจนพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้สะดวกและเข้าถึงง่าย

๓.๖) สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม โดยเพิ่มทางเลือกให้กับประชาชนสามารถซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมอย่างทั่วถึง ผ่านการเชื่อมโยงสินค้าจากผู้ผลิตไปจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงในราคาที่เป็นธรรม รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือกับภาคเอกชนในการดำเนินมาตรการหรือจัดกิจกรรมลดราคาสินค้า เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

๔) ผลผลิตและโครงการสำคัญ

๔.๑) ผลผลิตการดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า

๔.๒) โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน

๕.๒.๔ ประเด็นที่ ๔ พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์กร

๑) เป้าหมาย ระบบบริหารจัดการการค้าในประเทศมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

๒) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๑. คะแนนการประเมินสถานะของหน่วยงานภาครัฐในการเป็นระบบราชการ ๔.๐ (คะแนน)	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย				
	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐
๒. ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ (ร้อยละ)	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐
๓. คะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงาน (ITA) (ร้อยละ)	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕
๔. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาและปรับปรุงระบบเครือข่ายและเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย และมีข้อมูลถูกต้องครบถ้วน (ร้อยละ)	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐

๓) แนวทางการดำเนินงาน

๓.๑) **พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร** โดยพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามแนวทางการพัฒนาระบบราชการ ๔.๐ ควบคู่กับการเสริมสร้างสมรรถนะบุคลากรทุกระดับให้มีความรู้ ทักษะ และความพร้อมในการปฏิบัติภารกิจได้อย่างมืออาชีพ รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบในการปฏิบัติราชการ เพื่อสร้างองค์กรที่มีธรรมาภิบาลและได้รับความเชื่อมั่นจากประชาชน

๓.๒) **พัฒนาและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัย** โดยทบทวนและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งลดขั้นตอนและอุปสรรคทางการค้าที่เป็นภาระแก่ประชาชนและภาคธุรกิจ รวมทั้งส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางการค้าที่เอื้อต่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรม เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรมแก่ทุกภาคส่วน

๓.๓) **พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย** พร้อมทั้งส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการ และการให้บริการประชาชนผ่านช่องทางดิจิทัลที่เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว ตลอดจนสนับสนุนการเปิดเผยและเชื่อมโยงข้อมูลเปิดภาครัฐ (Open Data) เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและตรวจสอบได้

๔) ผลผลิตและโครงการสำคัญ

๔.๑) โครงการเข้าบริการระบบคลาวด์

แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน

๑. วิสัยทัศน์ “ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๒. พันธกิจหลัก

- ๑) ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่างๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- ๒) พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน
- ๓) ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า
- ๔) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย และขยายขอบเขตการดูแล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า
- ๕) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

๓. แผนปฏิบัติการ

เป้าหมาย	แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					ผลผลิต/โครงการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐			
ประเด็นที่ ๑ พัฒนาระบบการค้าและการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ										
เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นและสามารถแข่งขันได้	๑) สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร	๑) เกษตรกรมีช่องทางการจำหน่าย (แห่ง)	๑๔๐	๑๔๐	๑๔๐	๑๔๐	๑๔๕	๑) ผลผลิตการรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร ๒) โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร	กษ.๑/กษ.๒/สต./ชว./ตป.	
	๒) ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม	๒) มูลค่าสินค้าเกษตรที่เชื่อมโยงผ่านช่องทางการตลาดที่ส่งเสริม (ล้านบาท)	๖๑๕	๖๒๐	๖๒๕	๖๓๐	๖๓๕			
	๓) พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร	๓) ร้อยละของรายได้ของเกษตรกรเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาด (ร้อยละ)	๕	๕	๕	๕	๕			
	๔) ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร	๔) ร้อยละของเครื่องชั่งที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าเกษตรมีความถูกต้อง (ร้อยละ)	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐			
	๕) เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดแก่เกษตรกร									
ประเด็นที่ ๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น										
หน่วยเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็งและสามารถสร้างมูลค่าทางการค้าเพิ่มขึ้น	๑) พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ	๑) จำนวนตลาดและวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา (แห่ง)	๖๕	๖๕	๖๘	๗๑	๗๕	โครงการส่งเสริมการพัฒนา ระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร	สต.	
	๒) ขยายโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน	๒. มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชน (ล้านบาท)	๘๒๕	๘๒๕	๘๖๖	๙๐๙	๙๕๔			
	๓) ยกกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น	๓. ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการในตลาดและชุมชนเพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	๕	๕	๕	๕	๕			
ประเด็นที่ ๓ สร้างความเป็นธรรมทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค										
	๑) กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสมปริมาณเพียงพอ	๑) สินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน (ร้อยละ)	๙๘.๐๐	๙๘.๐๐	๙๘.๐๐	๙๘.๐๐	๙๘.๒๕	๑) ผลผลิตการดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า	รป./มช./ตป./ชว.	

เป้าหมาย	แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					ผลผลิต/โครงการ	หน่วยงานรับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
ประชาชนได้รับความเป็นธรรมทางการค้าและลดค่าครองชีพอย่างเหมาะสม	๒) เสริมสร้างการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม ๓) ยกระดับการกำกับดูแลเชิงตัววัด ๔) พัฒนาเครือข่ายกำกับดูแล ๕) ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค ๖) ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค ๗) สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่ เป็นธรรม	๒. จำนวนผู้ประกอบการที่ตรวจสอบให้ปฏิบัติตามกฎหมาย (ราย)	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๒) โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน	
		๓. ร้อยละกลุ่มเป้าหมายได้รับการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน (ร้อยละ)	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐		
		๔. จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อที่กำกับดูแลเป็นไปตามมาตรฐาน (เครื่อง/หีบห่อ)	๖,๒๗๙,๐๙๗	๖,๓๗๖,๐๐๐	๖,๔๗๑,๖๔๐	๖,๕๖๘,๗๑๔	๘,๑๓๐,๔๓๑		
		๕. จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแลและเฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม (ราย)	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐		
		๖. รายจ่ายในการซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพประชาชนลดลง (ร้อยละ)	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐		
		ประเด็นที่ ๔ พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์กร							
	๑) พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร ๒) พัฒนาและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัย ๓) พัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย	๑. คะแนนการประเมินสถานะของหน่วยงานภาครัฐในการเป็นระบบราชการ ๔.๐ (คะแนน)	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๑) โครงการเช่าบริการระบบคลาวด์	สกก./ยผ./สบ./ตน./พป.
		๒. ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการตามแผนการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ (ร้อยละ)	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐		
		๓. คะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงาน (ITA) (ร้อยละ)	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕		
		๔. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาและปรับปรุงระบบเครือข่ายและเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย และมีข้อมูลถูกต้องครบถ้วน (ร้อยละ)	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐		



กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

ขับเคลื่อนการค้าในประเทศ
ให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม
ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม



563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมืองนันทบุรี จังหวัดนันทบุรี 11000



0 2507 5530



www.dit.go.th



DIT กรมการค้าภายใน