



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	๑๙
๕.๑ ภาพรวม	๑๙
๕.๒ ประเด็นยุทธศาสตร์	๑๙

บทสรุปผู้บริหาร

แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) เป็นแผน ที่จัดทำขึ้น ตามบทบัญญัติของพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่กำหนดให้ส่วนราชการต้องจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการ โดยให้จัดทำแผนเป็นห้าปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุผลตาม เป้าหมาย และการบริหารงบประมาณเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการติดตาม ประเมินผล และรายงาน ผลการปฏิบัติการตามนโยบายได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ได้มีการทบทวนและปรับปรุงสาระสำคัญให้สอดคล้องกับบทบาทภารกิจ อำนาจหน้าที่ และบริบทการดำเนินงาน ของกรมการค้าภายในในปัจจุบัน รวมทั้งนโยบายสำคัญของรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ ตลอดจนสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและระบบการค้าในประเทศ รวมถึงการดำเนินงานด้านการ เสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าในประเทศของกรมการค้าภายใน เพื่อใช้เป็นกรอบและทิศทางการขับเคลื่อนภารกิจ ของกรมให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดรับกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และสามารถสนับสนุนการ พัฒนาเศรษฐกิจการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็งและเป็นธรรมอย่างสมดุล โดยแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีสาระสำคัญสรุป ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์

“ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม”

๒. พันธกิจหลัก

- ๑) ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไก การส่งเสริมตลาดรูปแบบต่างๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- ๒) พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน
- ๓) ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับ สถานการณ์ทางการค้า
- ๔) พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย และขยายขอบเขตการดูแล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า
- ๕) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและ ประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม

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 ยกกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น

ประเด็นที่ ๓ สร้างความเป็นธรรมทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค

- เป้าหมาย** ประชาชนได้รับความเป็นธรรมทางการค้าและลดค่าครองชีพอย่างเหมาะสม
- แนวทาง**
- ๓.๑ กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาเหมาะสมและปริมาณเพียงพอ
 - ๓.๒ เสริมสร้างการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม
 - ๓.๓ ยกกระดับการกำกับดูแลเชิงตวงวัด
 - 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

กรอบความเชื่อมโยงประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมการค้าภายใน กับแผนระดับต่างๆ



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



การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

21



การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ



แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) จำนวน 4 หนุดหมาย



ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง



ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน



ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม



ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพตอบโจทย์ของประชาชน



คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2567 จำนวน 2 ด้าน



ด้านเศรษฐกิจ



ด้านการบริหารภาครัฐ การปฏิรูปกฎหมาย

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

1

พัฒนาระบบการค้าและการตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ



- สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร
- ส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม
- พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร
- ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร
- เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดแก่เกษตรกร

2

เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น



- พัฒนาความรู้และทักษะการประกอบธุรกิจ
- ขยายโอกาสและช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน
- ยกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น

3

สร้างความเป็นธรรมทางการค้า และพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค



- กำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีความเหมาะสมและปริมาณเพียงพอ
- เสริมสร้างการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม
- ยกระดับการกำกับดูแลเชิงตวงวัด
- พัฒนาเครือข่ายกำกับทางการค้า
- ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค
- สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่ปลอดภัย

4

พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์กร



- พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร
- พัฒนาและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัย
- 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 พร้อมทั้งกำหนดและเสนอมาตรการบริหารจัดการ ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาสินค้า รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม เช่น การเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรผ่านระบบตลาดข้อตกลงที่ได้มาตรฐาน การจัดกิจกรรมตลาดนัดข้าวเปลือกสำหรับเป็นแหล่งกลางในการซื้อข้าวเปลือกที่ให้เป็นธรรม ทั้งในด้านราคา การตรวจสอบคุณภาพ และการชั่งน้ำหนัก รวมทั้งส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน การกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าเกษตรให้เกิดความเป็นธรรม การเชื่อมโยงการรับซื้อและการจำหน่ายสินค้าเกษตร เพื่อสร้างโอกาสและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ตลอดจนสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ทั้งในด้านการตลาด การพัฒนาคุณภาพของสินค้า และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

๑.๒ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (รอง)

๑) เป้าหมาย สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

๒) ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ

๒.๑) **ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก** โดยการพัฒนาเกษตรกรให้เหมาะสมกับศักยภาพของเกษตรกรและบริบทของพื้นที่และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการเพิ่มช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการค้าด้วยเครือข่ายพันธมิตรและวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยภาครัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายและกติกาเพื่อเพิ่มโอกาสของเกษตรกร พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมการผลิตแปรรูปสินค้าให้มีอัตลักษณ์ และการจัดการในภาคบริการที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรของชุมชนเพื่อยกระดับเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการเกษตร

๒.๒) **ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค** โดยการแก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค สนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๓) การบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ

๓.๑) การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้มแข็ง และแข่งขันได้ พร้อมทั้งส่งเสริมและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ทั้งตลาดออนไลน์ (E-Commerce Platform) และห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า การส่งเสริมด้านการตลาด และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และความเข้าใจถึงคุณค่า อัตลักษณ์ และเรื่องราวของสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตลอดจนการยกระดับตลาดชุมชนให้เป็นตลาดต้องชมที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน และเอกลักษณ์พหุวัฒนธรรม พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างบรรยากาศทางเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดการหมุนเวียนและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

๓.๒) การกำกับดูแลสินค้าและบริการให้ราคามีความเป็นธรรม สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต และปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามกฎหมาย พร้อมทั้งติดตามตรวจสอบตามเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภค ทั้งในด้านราคาและปริมาณสินค้า ตลอดจนกำกับดูแลการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์ให้มีความถูกต้อง เที่ยงตรง และเพิ่มช่องทางเลือกให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

๑.๓ ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ (รอง)

๑) เป้าหมาย

๑.๑) ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนร่วม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

๑.๒) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๒.๑) ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ การมีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และงานของรัฐอย่างอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 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 มีระบบพัฒนาขีดความสามารถบุคลากรให้มีสมรรถนะใหม่ ๆ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการพัฒนา มีการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม การปรับเปลี่ยนแนวคิดให้การปฏิบัติราชการเป็นมืออาชีพ มีจิตบริการ ทำงานในเชิงรุกและมองไปข้างหน้า สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคส่วนอื่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

๒.๔) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยทุกภาคส่วนร่วมต่อต้านการทุจริต มีการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในทุกระดับ โดยเฉพาะการเสริมสร้างวัฒนธรรมแยกแยะประโยชน์ส่วนบุคคลและประโยชน์ส่วนร่วมของบุคลากรภาครัฐให้เกิดขึ้น รวมทั้งสร้างจิตสำนึก และค่านิยมให้ทุกภาคส่วนตื่นตัวและละอายต่อการทุจริตประพฤติมิชอบทุกรูปแบบ พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ภาคีองค์กรภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชน ประชาชน และภาคีต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการสอดส่อง ฝ้าระวัง 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 และมีผลผูกพันให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องต้องแปลงไปสู่การปฏิบัติร่วมกันอย่างบูรณาการ รวมทั้งจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีให้สอดคล้องกับแผนแม่บทฯ เพื่อการบรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างเป็นรูปธรรม 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 สร้างความตระหนักรู้ของผู้ผลิตและผู้บริโภคถึงความสำคัญของความปลอดภัย และส่งเสริมด้านการขยายตลาดการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย

๒.๒) แผนย่อย (๖) การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

(๑) เป้าหมาย ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น

(๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) แนวทางที่ ๓ พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ และการเฝ้าระวังและเตือนภัยสินค้าเกษตร รวมทั้งพัฒนาระบบติดตามเฝ้าระวังและวางระบบเตือนภัย และกลไกการจัดการปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน อาทิ เสถียรภาพราคาสินค้า กฏระเบียบการค้าระหว่างประเทศ ภัยพิบัติธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความมั่นคงอาหาร โดยกำหนดมาตรการรองรับ มาตรการเตือนภัย มาตรการการปรับตัว ระบบสำรองอาหารในภาวะวิกฤต และการประกันความเสี่ยงให้ทันกับสถานการณ์ รวมทั้งให้เกษตรกรและผู้ใช้ประโยชน์สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ตลอดจนเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ วิเคราะห์แนวโน้มการผลิตสินค้าเกษตร

(๒.๒) แนวทางที่ ๗ ส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตร โดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือต่าง ๆ ในการส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรในรูปแบบต่าง ๆ โดยการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและบนอินเทอร์เน็ตทั้งในและต่างประเทศ การจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้า การรณรงค์ให้ความรู้ความเข้าใจถึงคุณค่าหรือเรื่องราวของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล รวมทั้งสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อการใช้งาน ความต้องการของผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมตลอดจนยกระดับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศตลอดห่วงโซ่การผลิต

(๒.๓) แนวทางที่ ๘ อำนวยความสะดวกทางการค้าและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตร เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทางการค้าและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการให้มีความรวดเร็วและไม่เป็นภาระค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการค้า รวมทั้งการพัฒนาด้านโลจิสติกส์การเกษตร เพื่อลดการสูญเสียระหว่างการขนส่ง ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการส่งสินค้า ตลอดจนเตรียมความพร้อมของสถานที่เก็บรวบรวมและรักษาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรที่ได้คุณภาพและมาตรฐาน

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

๓.๑) การพัฒนาระบบติดตามและประเมินสถานการณ์สินค้าเกษตร พร้อมทั้งกำหนดและเสนอมาตรการในการบริหารจัดการสินค้า ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อรักษาเสถียรภาพราคา

๓.๒) การพัฒนาตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ เช่น การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า การจัดกิจกรรมตลาดนัดข้าวเปลือก การเชื่อมโยงการรับซื้อและการจำหน่ายสินค้าเกษตร เป็นต้น รวมถึงการรณรงค์ให้ความรู้และส่งเสริมการบริโภค โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

๓.๓) การกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าเกษตรให้เกิดความเป็นธรรม ทั้งในราคาและปริมาณของสินค้า รวมทั้งส่งเสริมและดูแลให้การประกอบกิจการคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น มีการจัดเก็บสินค้าอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นกลไกในการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตร

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 รวมถึงการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่าง ๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

๓.๑) การสร้างความเป็นธรรมให้กับระบบการค้า โดยกำกับดูแลสินค้าและบริการให้ราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นธรรม และปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งดูแลให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย และติดตามตรวจสอบตามเรื่องร้องเรียน ทั้งในด้านราคาและปริมาณสินค้า เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมทางการค้า ตลอดจนกำกับดูแลการชั่งตวงวัดให้มีความถูกต้อง เทียบตรง 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 พัฒนาหน่วยงานภาครัฐให้เป็น “ภาครัฐทันสมัย เปิดกว้าง เป็นองค์กรขีดสมรรถนะสูง” สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่า เทียบได้กับมาตรฐานสากล รองรับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายซับซ้อนและทันการเปลี่ยนแปลง

(๒.๒) แนวทางที่ ๓ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรและออกแบบระบบการบริหารงานใหม่ให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว กระชับ ทันสมัย สามารถตอบสนองต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงได้ในทุกมิติ ไม่ยึดติดกับการจัดโครงสร้างองค์กรแบบราชการ มีขนาดที่เหมาะสมกับภารกิจ ปราศจากความซ้ำซ้อน

๒.๓) แผนย่อย (๕) การสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

(๑) เป้าหมาย บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชนยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ

(๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) แนวทางที่ ๑ ปรับปรุงกลไกในการกำหนดเป้าหมายและนโยบายกำลังคน ในภาครัฐให้มีมาตรฐานและเกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้กำลังคนภาครัฐมีความเหมาะสม กับการกิจของภาครัฐและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ

(๒.๒) แนวทางที่ ๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งในการบริหารงานบุคลากรในภาครัฐ ให้เป็นไปตามระบบคุณธรรมอย่างแท้จริง โดยการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณธรรม และจริยธรรม จิตสำนึกสาธารณะ มีระบบบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรให้สามารถสนองความต้องการในการ ปฏิบัติงาน มีความก้าวหน้าในอาชีพ สามารถจูงใจให้คนดีคนเก่งทำงานในภาครัฐ

(๒.๓) แนวทางที่ ๓ พัฒนาบุคลากรภาครัฐทุกประเภทให้มีความรู้ความสามารถสูง มีทักษะการคิดวิเคราะห์และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีระบบการพัฒนาขีดความสามารถบุคลากร ภาครัฐให้มีสมรรถนะใหม่ ๆ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม ทักษะด้านดิจิทัล มีทัศนคติและกรอบ แนวคิดในการทำงานเพื่อให้บริการประชาชนและอำนวยความสะดวกภาคประชาชนและภาคประชาสังคม

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

๓.๑) การปรับปรุงและพัฒนางานให้บริการของหน่วยงานให้สามารถอำนวยความสะดวก แก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และโปร่งใส รวมทั้งปรับปรุงแบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและความต้องการของประชาชน ตลอดจนสร้างการบูรณาการการทำงานกับ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนได้มีบทบาทร่วมในการดำเนินงานของภาครัฐ

๓.๒) การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะ ในการคิดวิเคราะห์และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมทั้ง เสริมสร้างจิตสำนึกต่อการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยึดตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและความถูกต้อง

๒.๑.๕ ประเด็นที่ ๒๑ การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๑) เป้าหมาย ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒) แผนย่อย การป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(๑) เป้าหมาย ประชาชนมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมซื่อสัตย์สุจริต

(๒) แนวทางการพัฒนา

แนวทางที่ ๒ ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่เจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความใสสะอาดปราศจาก พฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต เป็นภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน โดยการปฏิบัติ หน้าที่ราชการอย่างเปิดเผย โปร่งใส ถูกต้อง เป็นธรรม ไม่คดโกง รู้แยกแยะเรื่องส่วนตัวออกจากหน้าที่การงาน การสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารงาน หรือการมีมาตรการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการป้องกันและ ปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบ ตลอดจนเสริมสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้าน การทุจริต ให้แก่บุคลากรองค์กร โดยการสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการ ทุจริต เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง สอดส่อง ติดตามพฤติกรรมเสี่ยงและแจ้งเบาะแส

๓) การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ดังนี้

การรณรงค์และปลูกฝังให้บุคลากรในทุกระดับปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส และตรวจสอบได้ รวมทั้งยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ตลอดจนเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการต่อต้านการ

ทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยให้บุคลากรในทุกระดับเข้ามามีส่วนร่วมในการประกาศเจตนารมณ์งดรับของขวัญ และของกำนันทุกชนิดจากการปฏิบัติหน้าที่ (No Gift Policy) พร้อมทั้งยึดยึดต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ

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

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) มีสถานะเป็นแผนระดับที่ ๒ ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และใช้เป็นกรอบสำหรับการจัดทำแผนระดับที่ ๓ เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ได้มีการกำหนด หมายเหตุหรือประเด็นการพัฒนาที่มีความสำคัญต่อการพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” จำนวน ๑๓ หมายเหตุ ซึ่งแผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีความสอดคล้องกับหมายเหตุการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) จำนวน ๔ หมายเหตุ ดังนี้

๒.๒.๑ หมายเหตุที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

๑) เป้าหมาย มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น

๒) กลยุทธ์การพัฒนา

๒.๑) กลยุทธ์ที่ ๒ ส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมูลค่าเพิ่มสูง กลยุทธ์ย่อยที่ ๒.๕ รมรงค์ และส่งเสริมให้ผู้บริโภคตระหนัก เลือกรู้ และบริโภคสินค้าเกษตรแปรรูปที่ปลอดภัย มีคุณภาพสูง และได้มาตรฐาน เพื่อกระตุ้นให้เกิดตลาดสินค้าคุณภาพในวงกว้าง

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

๒.๓) กลยุทธ์ที่ ๑๑ ยกระดับขีดความสามารถของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร กลยุทธ์ย่อยที่ ๑๑.๑ พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการฟาร์ม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของเกษตรกร และการดำเนินธุรกิจการเกษตรในยุคดิจิทัล เพื่อยกระดับขีดความสามารถเกษตรกรไปสู่การเป็นเกษตรกรอัจฉริยะที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนากระบวนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร

๒.๒.๒ หมายเหตุที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน

๑) เป้าหมาย ความไม่เสมอภาคในการกระจายรายได้ของภาคลดลง

๒) กลยุทธ์การพัฒนา

กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๒ สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ทunesทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐานและมีความปลอดภัย รวมทั้งยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน และ ๑.๓ ส่งเสริมการจัดการกลไกตลาดของท้องถิ่น 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 และ ๓.๓ ยกระดับความคุ้มครองทางสังคมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

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

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 ทบทวนกระบวนการทำงานของภาครัฐควบคู่กับพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของภาครัฐจากการควบคุมมาเป็นการกำกับดูแลหรือเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว โดยเฉพาะขั้นตอนการอนุมัติ อนุญาตต่าง ๆ พร้อมทั้งปรับกระบวนการทำงานภาครัฐโดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและให้มีการเชื่อมโยงการให้บริการระหว่างหน่วยงานให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ

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

๒.๓) กลยุทธ์ที่ ๓ ปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาประเทศ กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๑ ปรับเปลี่ยนข้อมูลภาครัฐทั้งหมดให้เป็นดิจิทัล โดยจัดทำข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการทรัพยากรของประเทศทั้งในด้านงบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และข้อมูลอื่นของหน่วยงานของรัฐทั้งหมดอย่างบูรณาการให้เป็นดิจิทัลที่มีมาตรฐาน ถูกต้อง ปลอดภัย พร้อมใช้งาน พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นต่อสาธารณะในการใช้ประโยชน์ร่วมกันในการพัฒนาประเทศ และ ๓.๒ ปรับเปลี่ยนข้อมูลและกระบวนการทำงานภาครัฐให้เป็นดิจิทัล โดยออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ ยกเลิกการใช้เอกสารและขั้นตอนการทำงานที่หมดความจำเป็นหรือมีความจำเป็นน้อย นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการทำงาน

๒.๓ นโยบายของรัฐบาล

เมื่อวันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๙ คณะรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินต่อรัฐสภา โดยกำหนดหลักการสำคัญในการบริหารราชการแผ่นดิน จำนวน ๓ ประการ ได้แก่ ๑) พิทักษ์รักษาไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ๒) ยึดมั่นการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และ ๓) ยึดมั่นในหลักนิติธรรม การบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรม และการบริหารราชการแผ่นดินบนพื้นฐานของธรรมาภิบาล เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน พร้อมทั้งกำหนดนโยบายสำคัญ ๕ ด้าน เพื่อเร่งแก้ไขปัญหาของประเทศ ควบคู่กับการสร้างโอกาส ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันให้ประเทศสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในมิติเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งแผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล จำนวน ๒ ด้าน ดังนี้

๒.๓.๑ ด้านเศรษฐกิจ

๑) ข้อที่ ๑ สร้างโอกาสการเริ่มต้นและเติบโตอย่างทั่วถึงให้กับทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มตัวเล็กในระบบเศรษฐกิจ

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

๑.๒) ข้อย่อยที่ ๑.๒ ส่งเสริมบทบาทท้องถิ่นในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ โดยการส่งเสริมให้เกิดเครื่องมือที่จะสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น การเพิ่มบทบาทภาคเอกชนในการพัฒนาท้องถิ่น รวมถึงการนำเทคโนโลยีและงานวิจัยที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์มีคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาด สร้างงานและสร้างอาชีพที่มีค่าตอบแทนที่เหมาะสม

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

๒.๑) ข้อย่อยที่ ๒.๑ 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 ปรับกระบวนการทำงานของภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างทันที่ โปร่งใส ตรวจสอบได้ ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางและเป็นรัฐบาลเปิด

๒) ข้อที่ ๒๒ การพัฒนากฎหมายเพื่อให้ประชาชนมีชีวิตที่ดีขึ้น

๒.๑) ข้อย่อยที่ ๒.๑ ทบทวนกฎหมายที่ใช้บังคับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายลำดับรองที่กำหนดกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ จำนวนกว่าเจ็ดพันฉบับ ซึ่งสร้างภาระงบประมาณและภาระแก่ประชาชน โดยจะลดกระบวนการและขั้นตอนที่ไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุดและสามารถให้บริการแก่ประชาชนด้วยดิจิทัลได้มากที่สุด

ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นชุดเป้าหมายการพัฒนา ระดับโลกหลังปี ๒๐๑๕ ที่ได้รับการรับรองจาก ๑๙๓ ประเทศสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) เมื่อวันที่ ๒๕ กันยายน ค.ศ. ๒๐๑๕ โดยครอบคลุมช่วงระยะเวลาที่ต้องบรรลุภายใน ๑๕ ปี และเป็นทิศทางการพัฒนาที่ทุกประเทศต้องดำเนินการร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วย ๑๗ เป้าหมายหลักที่ครอบคลุมมิติการพัฒนา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



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

๓.๑ เป้าหมายที่ SDG๒ ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร และยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน เป้าหมายย่อย SDGs ที่สอดคล้องโดยตรง SDG๒๐๓ เพิ่มผลิตภาพทางการเกษตร และรายได้ของผู้ผลิตอาหารรายเล็ก โดยเฉพาะผู้หญิง คนพื้นเมือง คริวเรือนเกษตรกร 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 โดยให้มีอัตราเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ 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 ตลอดจนการกำกับดูแลการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้าและเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับระบบการค้าในประเทศ

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

ดังนั้น ในการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกรมการค้าภายใน (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) จึงได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของกรม 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 เพื่อให้สามารถกำหนดมาตรการกำกับดูแลสินค้าและบริการได้อย่างเหมาะสม ทันท่วงที สถานการณ์ และลดผลกระทบต่อประชาชน ขณะเดียวกัน นโยบายรัฐบาลด้านการบริหารภาครัฐที่มุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการภาครัฐและปรับกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็ว โปร่งใสและตรวจสอบได้ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้กรมการค้าภายในต้องเร่งพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริหารจัดการและการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล ติดตามสถานการณ์ และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายให้มีความรวดเร็ว แม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๒. ด้านเศรษฐกิจ (Economic : C)

ภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินภารกิจของกรมการค้าภายใน โดยเฉพาะในด้านการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการ การบริหารจัดการสินค้าที่จำเป็น การดูแลปริมาณสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการ และการรักษาระดับค่าครองชีพของประชาชนให้มีความเหมาะสม ซึ่งภายใต้บริบทเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง จากแรงกดดันด้านภูมิรัฐศาสตร์ และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ต้นทุนด้านพลังงาน วัตถุดิบ การผลิต และการขนส่งสินค้ามีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น และผันผวนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระทบต่อระดับราคาสินค้าและบริการในประเทศ รวมถึงต้นทุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในทุกๆระดับ 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 มีการเปรียบเทียบราคาและเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่มีโปรโมชั่นหรือมีราคาที่ดีกว่า รวมทั้งให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นมากกว่าสินค้าฟุ่มเฟือย ส่งผลให้กรมต้องมีการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีความสอดคล้องกับต้นทุน และเป็นธรรมกับทุกฝ่าย พร้อมทั้งดำเนินมาตรการเชิงรุกในการลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง 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 วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเกษตรและชุมชนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การเชื่อมโยงตลาดและการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการกระจายสินค้า ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดด้านช่องทางการจำหน่าย อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลยังเพิ่มความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูล ทำให้กรมจำเป็นต้องมีการเตรียมพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากร เพื่อให้สามารถรองรับการดำเนินงานในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

๕. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental : E)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการค้าในประเทศอย่างชัดเจน โดยเฉพาะภาคเกษตรซึ่งเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของประเทศ ปัจจุบันประเทศไทยเผชิญกับปัญหาภัยแล้ง น้ำท่วม ฝนทิ้งช่วง และสภาพอากาศแปรปรวนที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรมีความไม่แน่นอนสูง ก่อให้เกิดภาวะสินค้าขาดแคลนหรือล้นตลาดได้ในบางช่วงเวลา ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับราคาสินค้าและเสถียรภาพของระบบตลาดภายในประเทศ สถานการณ์

ดังกล่าว ทำให้กรมต้องมีบทบาทสำคัญในการติดตามสถานการณ์ผลผลิตและบริหารจัดการสินค้า 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 โดยเฉพาะในช่วงที่สถานการณ์เศรษฐกิจมีความผันผวนและค่าครองชีพของประชาชนยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการฉวยโอกาสทางการค้า การจำหน่ายสินค้าเกินราคา การกักตุนสินค้า หรือการใช้เครื่องชั่งตวงวัดที่ไม่ถูกต้องได้ง่ายขึ้น ทำให้กรมต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตาม ตรวจสอบ และบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นธรรมทางการค้า และคุ้มครองประโยชน์ของประชาชน

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี

แผนปฏิบัติการราชการระยะ 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	๑๔๐
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 และประเมินสถานการณ์ราคา ปริมาณ และภาวะการค้าสินค้าเกษตรอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งพัฒนาระบบเฝ้าระวัง เตือนภัย รวมถึงเสนอมาตรการ

บริหารจัดการสินค้า ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ตลอดจนบูรณาการความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรและรักษาความสมดุลของตลาด

๓.๒) **ส่งเสริมกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม** โดยสนับสนุนการซื้อขายสินค้าเกษตรในระบบตลาดข้อตกลง ผ่านการเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้รับซื้อให้ทำสัญญาซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ภายใต้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานที่ให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย รวมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมตลาดนัดข้าวเปลือกในพื้นที่แหล่งผลิต เพื่อเป็นแหล่งกลางในการซื้อขายข้าวเปลือกที่ให้ความเป็นธรรม 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) การรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร

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 ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงและขยายโอกาสทางการตลาด เพื่อสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน

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

๓.๓) ยกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น 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	๙๘.๐๐
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	๖,๖๖๗,๒๒๒
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 ตลอดจนดำเนินการมาตรการดูแลสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการครองชีพให้มีปริมาณเพียงพอและกระจายสู่ประชาชนอย่างทั่วถึง

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

๓.๓) ยกระดับการกำกับดูแลด้านซั้งตวงวัด โดยกำกับดูแลเครื่องชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์และสินค้าหีบห่อให้มีความถูกต้องเที่ยงตรง และเป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขายสินค้า และคุ้มครองผู้บริโภค 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” ตลอดจนพัฒนาช่องทางสื่อสารให้สะดวกและเข้าถึงง่าย

๓.๖) สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม โดยเพิ่มทางเลือกให้กับประชาชนสามารถซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมอย่างทั่วถึง ผ่านการเชื่อมโยงสินค้าจากผู้ผลิตไปจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงในราคาที่เป็นธรรม รวมทั้งบูรณาการความร่วมมือกับภาคเอกชนในการดำเนินมาตรการหรือจัดกิจกรรมลดราคาสินค้า เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน

๔) ผลผลิตและโครงการสำคัญ

- ๔.๑) การดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้า
- 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)	๔.๕๐	๔.๕๐	๔.๕๐	๔.๕๐	๔.๕๐

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) โครงการเช่าบริการระบบคลาวด์

แผนปฏิบัติการราชการระยะ 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. แผนปฏิบัติการราชการ

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	๑๔๐	๑) การรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร 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) ยกระดับตลาดชุมชนสู่กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น	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	๙๘.๐๐	๑) การดูแลและสร้างความเป็นธรรมทางการค้า	รป./มช./ตป./ชว.

เป้าหมาย	แนวทาง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย					ผลผลิต/โครงการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐		
ประชาชนได้รับความเป็นธรรม ทางการค้าและลดค่าครองชีพ อย่างเหมาะสม	๒) เสริมสร้างการประกอบธุรกิจ ที่เป็นธรรม ๓) ยกระดับการกำกับดูแลซึ่งตวงวัด ๔) พัฒนาเครือข่ายกำกับดูแล ๕) ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค ๖) ส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้บริโภค ๗) สนับสนุนการเข้าถึงสินค้า อุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม	๒. จำนวนผู้ประกอบการที่ตรวจสอบ ให้ปฏิบัติตามกฎหมาย (ราย)	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๕๐,๐๐๐	๒) โครงการรณรงค์ฟิวเจอร์พรีเซนต์ ลดค่าครองชีพประชาชน	
		๓. ร้อยละกลุ่มเป้าหมายได้รับการ แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียน (ร้อยละ)	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐	๙๐.๐๐		
		๔. จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้า หีบห่อที่กำกับดูแลเป็นไปตามมาตรฐาน (เครื่อง/หีบห่อ)	๖,๒๓๙,๐๙๗	๖,๓๗๖,๐๐๐	๖,๔๗๑,๖๔๐	๖,๕๖๘,๗๑๔	๖,๖๖๗,๒๒๒		
		๕. จำนวนเครือข่ายผู้บริโภคในการดูแล และเฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม (ราย)	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐	๕๐๐		
		๖. รายจ่ายในการซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อ การครองชีพประชาชนลดลง (ร้อยละ)	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐		
		ประเด็นที่ ๔ พัฒนาระบบการบริหารจัดการขององค์กร							
	๑) พัฒนาคุณภาพการบริหาร จัดการและเสริมสร้างศักยภาพ บุคลากร ๒) พัฒนาและปรับปรุงกฎหมาย และกฎระเบียบให้ทันสมัย ๓) พัฒนาและปรับปรุงระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศให้มี ประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย	๑. คະແນນການປະເມີນສະຖານະຂອງ หน่วยงานภาครัฐในการเป็นระบบ ราชการ ๔.๐ (คะแนน)	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๔๕๐	๑) โครงการเข้าบริการระบบ คลาวด์	สสท./ยผ./ สบ./ตบ./พบ.
		๒. ร้อยละความสำเร็จในการดำเนินการ ตามแผนการป้องกันการทุจริตและ ประพฤติมิชอบ (ร้อยละ)	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐		
		๓. คະແນນການປະເມີນຄຸນຄ່າ และความโปร่งใสในการดำเนินงาน ของหน่วยงาน (ITA) (ร้อยละ)	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕		
		๔. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนา และปรับปรุงระบบเครือข่ายและ เทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ มั่นคงปลอดภัย และมีข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน (ร้อยละ)	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐		



กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

ขับเคลื่อนการค้าในประเทศ
ให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม
ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม