

แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553

กรมการค้าภายใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ 1 : การเสริมสร้างประสิทธิภาพการตลาดและระบบตลาดสินค้าเกษตร

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
<ul style="list-style-type: none"> • เสริมสร้างประสิทธิภาพกลไกการตลาดเพื่อสร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรที่เป็นธรรมชาติ • เสริมสร้างระบบตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงตลาดทั้งในและต่างประเทศ 	1. โครงการพัฒนาตลาดและระบบตลาดทุกระดับ						<ul style="list-style-type: none"> • ร้อยละของจำนวนสินค้าเกษตรที่เข้าไปบริหารจัดการตลาดแล้วเป็นไปตามวัตถุประสงค์ 	ร้อยละ 85	217,111,180	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก./พด./ กก./สคน.
	1.1 สร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรโดยตรงครั้งเพิ่มการบริโภค	<----->	2	<----->		ครั้ง	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนสินค้าเกษตรที่ติดตามดูแลรักษาระดับราคา 	70 รายการ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก.
	1.2 พัฒนาศูนย์จำหน่ายผลผลิตเกษตรชุมชน โดยบริหารจัดการสร้างภาพลักษณ์ให้กับศูนย์และสินค้ารวมทั้งจัดงานส่งเสริมการจำหน่าย	<----->	1	<----->		แห่ง	<ul style="list-style-type: none"> • ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าใช้ประโยชน์จากตลาดในระบบที่ได้รับการส่งเสริม 	ร้อยละ 75		ส่วนภูมิภาค	
	1.3 พัฒนาคุณภาพ/แปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้า โดย (1) จ้างที่ปรึกษาพัฒนาศักยภาพมาตรฐานคุณภาพการผลิตของผู้ประกอบการค้าข้าว	<----->	20	<----->		ราย	<ul style="list-style-type: none"> • ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ความเข้าใจในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพิ่มขึ้น • ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ความเข้าใจในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพิ่มขึ้นและคาดว่าจะมีการใช้ประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า 	ร้อยละ 80 ร้อยละ 70		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(2) สร้างมูลค่าเพิ่มด้าน การตลาดสินค้าข้าว ด้วย การรณรงค์เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและจัด กิจกรรมเชื่อมโยงการ จำหน่าย	<----->	2	<----->		ครั้ง	● จำนวนสะสมของสินค้าเป้าหมายที่ ทำสัญญาซื้อขายตามข้อตกลง มาตรฐาน	6 สินค้า			
	(3) พัฒนาคุณภาพข่าวสาร บรรจุถุงสำหรับผู้บริโภค	60	60	60	60	ตัวอย่าง	● จำนวนตลาดกลางที่ได้รับการ พัฒนาเพิ่มขึ้น	7 แห่ง			
	(4) จัดประกวดข้าวหอมมะลิ ของประเทศไทย	14	7	1	-	จังหวัด/ ครั้ง	● จำนวนผลผลิตที่กระจายไปยัง จังหวัดปลายทาง	3,000 ตัน			
	(5) จัดประกวดข้าวตราคุณภาพ	32	-	1	-	จังหวัด/ ครั้ง					
	1.4 บริหารจัดการและการ เดือนกัญสินค้าเกษตร									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สก.
	(1) จัดระบบการค้าสินค้าพืช น้ำมันและวัตถุดิบอาหารสัตว์	<----->	2	<----->		สินค้า					
	(2) ดำเนินประเมินสถานการณ์ ข้อเท็จจริง รวมทั้งติดตาม ภาวะการค้าสินค้าเกษตร ที่กำลังบูดและจัดประชุม ชี้แจงนโยบายและ มาตรการของรัฐ	<----->	70	<----->		สินค้า					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(3) จัดทำข่าวสินค้าเกษตรใน ลักษณะ Online	<-----	8	----->		สินค้า					
	(4) สนับสนุนการ ปฏิบัติงานด้านสินค้า เกษตร (จ้างเหมา)	3	3	3	3	เดือน					
	(5) อบรมให้ความรู้เกษตรกร ผู้ประกอบการค้าข้าว และผู้เกี่ยวข้อง	<-----	1	----->		ครั้ง					
	1.5 ผลักดันให้เกิดการซื้อขาย ในตลาดกลางและส่งเสริม การจัดชั้นคุณภาพสินค้าใน ตลาดกลาง								ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.	
	(1) ศึกษาสำรวจข้อมูลการจัดตั้ง แนวทางการพัฒนา และ เชื่อมโยงเครือข่ายตลาดกลาง	3	4	4	4	ครั้ง					
	(2) จัดกิจกรรมผลักดัน และ เชื่อมโยงการซื้อขายใน ตลาดจัดกิจกรรมส่งเสริม และพัฒนาตลาด	14	5	6	5	ครั้ง					
	(3) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาดกลาง	-	-	-	5	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(4) พัฒนาข้อมูลราคาซื้อขายของตลาดกลาง ในความส่งเสริมฯ (จ้างเหมา)	3	3	3	3	เดือน					
	(5) ประสานเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ในการพัฒนาตลาดกลางในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน	-	-	1	-	ครั้ง					
	(6) ส่งเสริมการจัดชั้นคุณภาพ	1	1	2	1	ครั้ง					
	(7) จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการซื้อขายในตลาดกลางสินค้าเกษตรในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน	-	-	-	1	ครั้ง					
	1.6 เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบตลาดข้อตกลง และผลักดันการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(1) ศึกษา สำรวจ เชื่อมโยง การซื้อขายในระบบ ตลาดข้อตกลง	1		1		ครั้ง					
	(2) ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานตลาด ข้อตกลง	-	1	2	1	ครั้ง					
	(3) จัดฝึกอบรม ผลักดันให้มี การใช้สัญญาข้อตกลง มาตรฐานของกรมการค้า ภายใน	<-----	1	----->		ครั้ง					
	(4) พัฒนาระบบข้อมูล วิเคราะห์การทำตลาด ข้อตกลง (จ้างเหมา)	3	3	3	3	เดือน					
	(5) จัดจ้างสื่อสิ่งพิมพ์ เผยแพร่ ระบบตลาดข้อตกลง	-	-	1	-	ครั้ง					
	(6) ประสานและติดตามการ ดำเนินงาน	3	3	3	3	ครั้ง					
	1.7 ผลักดันการซื้อขาย ส่งเสริม การใช้ประโยชน์ และสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด สินค้าเกษตรล่วงหน้า									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(1) ศึกษา สำรวจ สร้างความเข้าใจ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า										
	- ศึกษา สำรวจสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการประมูลแบบ Basis	2	1	2	1	ครั้ง					
	- ศึกษา สำรวจ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้เกี่ยวข้อง กับภาคการเกษตรและติดตามประเมินผล	1	2	1	2	ครั้ง					
	(2) อบรมสถาบันเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากราคาซื้อขายล่วงหน้า	-	1	-	-	ครั้ง					
	(3) สัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อผลักดันและส่งเสริมการซื้อขายล่วงหน้า สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกลไกการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า/การประมูลแบบใหม่ (Basis)	-	-	1	-	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(4) พัฒนาระบบข้อมูลและประมวลผลข้อมูลราคาสินค้าเกษตรล่วงหน้า (จ้างเหมา)	3	3	3	3	เดือน					
	(5) เสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบตลาดล่วงหน้า - กิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยใช้วัสดุสิ่งพิมพ์	-	1	-	-	สื่อ					
	1.8 พัฒนาตลาดสด ตลาดชุมชน และตลาดสดสีเขียว									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.
	(1) ศึกษาสำรวจ วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลจัดตั้งและแบ่งประเภทตลาดสดนาร่อง	2	3	3	2	ครั้ง					
	(2) จัดประชุม สัมมนาเพื่อพัฒนาตลาดชุมชน และท้องถิ่น	-	1	1	-	ครั้ง					
	(3) จัดกิจกรรมประกวดตลาดสดที่เป็นต้นแบบตลาดชุมชนวิถีไทย	-	1	1	1	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(4) จัดทำวัสดุเพื่อสร้าง การรับรู้และวัสดุ ประชาสัมพันธ์ เช่น ป้าย ตลาดสดแสดงราคา										
	1.9 จัดทำคู่มือคำอธิบายกฎหมาย กฎ ระเบียบ นิติกรรมสัญญา	-	1	-	-	ครั้ง				ส่วนกลาง	นต.
	1.10 ส่งเสริมการจำหน่าย ผลผลิต(ลองกอง) ในพื้นที่ จังหวัดชายแดนภาคใต้ *	-	-	-	3,000	ตัน				ยะลา ปัตตานี นราธิวาส	กก./สกน.
	1.11 ตรวจสอบภาวะราคาสินค้า เกษตร	6	2	4	2	สินค้า				ส่วนภูมิภาค	
	1.12 ตรวจสอบสินค้าเกษตร ตามโครงการประกัน รายได้เกษตรกร และ โครงการรับจำนำสินค้า เกษตร เช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง เป็นต้น	←----- 800 ----->				ราย				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
	2. กิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนา ตลาดย้อนยุคและตลาดออกกัณฑ์ ผลสวนวัฒนธรรมสร้างมูลค่าแก่ ตลาด **	←----- 3 ----->				แห่ง	● ร้อยละที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยของมูลค่า การค้าที่ขายผ่านตลาดเป้าหมาย	ร้อยละ5-10	3.00	ภูมิภาค	พต.

หมายเหตุ : * เป็นเงินงบประมาณปกติ 16.50 ล้านบาท เป็นเงินกู้ 7.90 ล้านบาท

** เป็นกิจกรรมที่บูรณาการอยู่ในโครงการส่งเสริมและพัฒนาย่านการค้าจังหวัด ซึ่งสป. เป็นผู้รับผิดชอบ โดยใช้งบประมาณไทยเข้มแข็ง

ประเด็นยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความเป็นธรรมด้านราคา ปริมาณ และมาตรฐานการชั่งตวงวัด

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการลดค่าครองชีพโดยจัดการและสร้างความร่วมมือกับกลไกภาคเอกชนให้มีสินค้าที่มีราคาเหมาะสม และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค พัฒนาระบบการบริหารจัดการในการกำกับดูแลราคาให้เหมาะสมเป็นธรรม ปริมาณเพียงพอ ครบถ้วน ถูกต้อง 	1. โครงการส่งเสริมพัฒนากลไกทางการค้า เพื่อเพิ่มรายได้และสร้างความเป็นธรรมทั้งระบบ						<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นแก่การครองชีพของประชาชนลดลง 	ร้อยละ 20	84,942,300	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร./รป./ตป./ สคน./กก.
	1.1 การบรรเทาภาระค่าครองชีพและเพิ่มทางเลือกการบริโภคโดยจัดหาสินค้าราคาประหยัดเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของผู้มีรายได้น้อย	75	76	76	76	ครั้ง	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนครั้งการจัดงานจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคลดค่าครองชีพ จำนวนสินค้าและบริการที่มีการกำกับดูแลราคาและปริมาณเพื่อพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค 	303 ครั้ง			พร./สคน.
	1.2 การเสริมสร้างความเป็นธรรมด้านราคาและปริมาณ โดย						<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของจำนวนสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายที่มีการปรับโครงสร้างราคาให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุน ร้อยละของเรื่องร้องเรียนได้รับการแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา 	ร้อยละ 99			รป.
	(1) จัดระบบบริหารจัดการเพื่อติดตามราคาและปริมาณ	3	3	3	3	ครั้ง					
	(2) พัฒนาศมรรถนะและศักยภาพการติดตามภาวะราคาและปริมาณ	1	4	3	3	ครั้ง					
	(3) ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มของสินค้า/บริการ	3	3	3	3	ครั้ง					
(4) จัดทำและพัฒนาระบบฐานข้อมูลสินค้า/บริการ	-	1	-	1	เรื่อง						
(5) กำหนดมาตรการและวางแนวทางการปฏิบัติให้เกิดผล	1	3	3	3	ครั้ง						

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและพัฒนา ระบบการชั่งตวงวัด ให้มีมาตรฐาน เป็น กลไกสนับสนุนให้ เกิดความเป็นธรรม ในการซื้อสินค้าและ บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติหน้าที่ประจำ หน่วย Mobil Unit จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (เช่น คู่มือการตรวจสอบ สินค้า วัสดุเผยแพร่) 					ครั้ง					
	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ <----- 5 -----> 					สื่อ					
	2. โครงการกำกับดูแลมาตรฐาน การชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ						<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของเครื่องชั่งตวงวัดและ สินค้าหีบห่อที่ตรวจสอบขณะใช้งาน ถูกต้องตามกฎหมาย 	ร้อยละ 98	64,233,600	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว.
	2.1 กำกับตรวจสอบการชั่งตวงวัด และสินค้าหีบห่อให้ถูกต้อง เทียบตรงและ เป็นธรรมใน การซื้อขาย <ol style="list-style-type: none"> ออกหนังสือรับรองการ ประกอบธุรกิจนำเข้า ขาย และให้บริการชั่งตวงวัด ออกหนังสือรับรองการ ประกอบธุรกิจผลิต ซ่อม เครื่องชั่งตวงวัด ออกหนังสืออนุญาตให้ นำเครื่องชั่งตวงวัดออก จากด่านศุลกากร ตรวจสอบเครื่องชั่งขณะ ใช้งาน 	512,876	512,876	512,876	512,877	เครื่อง/ หีบห่อ	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนเครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบ ห่อที่กำกับดูแลให้เป็นไปตาม มาตรฐาน 	2,051,505 เครื่องหีบห่อ		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ล.-ธ.ล.	งวดที่ 2 ม.ล.-มิ.ล.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ล.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	2.2 วิทยากรให้บริการตรวจสอบ เครื่องชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ เพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการกำกับดูแล (1) พัฒนามาตรฐานการ ตรวจสอบสินค้าหีบห่อ และยกระดับมาตรฐาน ชั่งตวงวัด (2) พัฒนาและปรับปรุง สถานที่สำหรับ ปฏิบัติงานชั่งตวงวัด	<-----	1	-----	>-----	แห่ง				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว.
	3. โครงการพัฒนาเครื่องมือวัด เกี่ยวกับสินค้าเกษตร						• ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำ ต้นแบบเครื่องวัดเปอร์เซ็นต์แป้ง ในหัวมันสำปะหลังแบบดิจิทัล	ร้อยละ 100	3,800,000	ส่วนกลาง	ชว.
	3.1 จ้างผู้เชี่ยวชาญ/ ศึกษาและ สร้างเครื่องต้นแบบเครื่องชั่ง วัดเปอร์เซ็นต์แป้งหัวมัน สำปะหลังแบบดิจิทัล และ วิจัยพัฒนาค่าความถูกต้อง	<-----	1	-----	>-----	ครั้ง					
	3.2 สร้างห้องปฏิบัติการเปอร์เซ็นต์ แป้งในหัวมันสำปะหลัง	<-----	1	-----	>-----	ห้อง					
	3.3 จัดหาเครื่องมือตรวจสอบ คุณภาพความชื้นของข้าวโพด และเครื่องวัดหาเปอร์เซ็นต์ แป้งในหัวมันสำปะหลัง	<-----	1	-----	>-----	ชุด					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
<ul style="list-style-type: none"> ● สร้างความเข้มแข็งผู้บริโภคร และสร้างเครือข่าย พันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า ● ส่งเสริมการค้าสินค้าและบริการให้มีการประกอบการที่ดี มีมาตรฐานเพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค 	4. โครงการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า						● ร้อยละของอาสาชงฟ้าที่มีบทบาทเข้มแข็งในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้า	ร้อยละ 92	8,645,700	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป./พร./ชว.
	4.1 ส่งเสริมให้มีอาสาสมัครผู้บริโภคร เพื่อเข้ามามีบทบาทในการดูแลราคาและพฤติกรรมทางการค้าให้เป็นธรรม						● จำนวนเครือข่ายผู้บริโภครในการดูแลราคา เฝ้าระวังการค้าที่ไม่เป็นธรรม	436 ราย		ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ตป.
	(1) การรายงานและติดตามภาวะและพฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบการ	<----- 400 ----->				ราย	● จำนวนอาสาชงฟ้าที่เข้าร่วมโครงการ	500 ราย			
(2) สัมมนาสร้างเครือข่ายอาสาชงฟ้า 1569 เพื่อชี้แจงแนวทางการทำงานให้มีประสิทธิภาพ	-	-	100	-	ราย	● จำนวนผู้ประกอบการ (สถานีบริการน้ำมันเต็มลิตร) ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานเพื่อสร้างทางเลือกให้ผู้บริโภคร	1,395 แห่ง				
(3) จัดกิจกรรมรณรงค์โดยใช้เครือข่ายประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการ ให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย	-	1	1	1	ครั้ง						
4.2 ส่งเสริมผู้ประกอบการเข้ามาเป็นพันธมิตรและร่วมรับผิดชอบในการสร้างความเป็นธรรมต่อผู้บริโภคร									ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พร.	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ล.-ธ.ล.	งวดที่ 2 ม.ล.-มิ.ล.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ล.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(1) ส่งเสริมผู้ประกอบการ ให้จำหน่ายสินค้าในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ ผู้บริโภคและผู้ผลิต - อบรมส่งเสริมสร้าง จริยธรรมทางการค้า แก่ผู้ประกอบการ	15	18	15	16	ธุรกิจ					
	(2) เสริมสร้างความรู้ให้กับ โรงเรียนเครือข่ายชุมชนฯ		7	7	6	โรงเรียน					
	(3) ประชาสัมพันธ์และ เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการ รักษาสีทรีประโชชน์ของ ผู้บริโภค	-	1	2	1	ครั้ง					
	(4) ติดตามประเมินผล	1	1	1	1	ครั้ง					
	4.3 กำกับดูแลสถานีบริการ น้ำมันให้ปฏิบัติตามเกณฑ์ มาตรฐานสถานีบริการ น้ำมันเต็มลิตร	<-----	1,395	----->		แห่ง			ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ชว.	

ประเด็นยุทธศาสตร์ 3 : การส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
● พัฒนาระบบการ กำกับดูแลการแข่งขัน ทางการค้า ที่เป็นธรรม	1. โครงการส่งเสริมและป้องกันการ ผูกขาดตัดตอนทางการค้า						● ร้อยละของระดับการแข่งขันทางการค้า ของธุรกิจเป้าหมายมีความเป็นธรรมดีขึ้น	ร้อยละ 91.90	2,665,260	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สข./วช./นต.
	1.1 พัฒนาหลักเกณฑ์การกำกับ ดูแล						● จำนวนธุรกิจสินค้าและบริการที่ กำกับดูแลให้มีการแข่งขัน	80 รายการ		ส่วนกลาง	สข.
	(1) ศึกษาเพื่อพัฒนา กฎระเบียบ หลักเกณฑ์ ประกาศแนวปฏิบัติ	25	50	75	100	ร้อยละ	● ร้อยละของเรื่องร้องเรียน/ร้องทุกข์ เกี่ยวกับพฤติกรรมที่อาจเข้าข่ายผิด กฎหมายการแข่งขันทางการค้า ที่ตรวจสอบข้อเท็จจริงได้แล้วเสร็จ และสรุปเสนอผลการคณะกรรมการ การแข่งขันทางการค้าได้ภายในเวลา ที่กำหนด	ร้อยละ 80			
	(2) ศึกษาและรวบรวมกรณี การบังคับใช้กฎหมายการ แข่งขัน ทางการค้าของ ต่างประเทศ	25	50	75	100	ร้อยละ				ส่วนกลาง	สข.
	1.2 พัฒนาระบบการมีส่วนร่วม ของภาคเอกชนและนักวิชาการ ในการกำกับดูแลการแข่งขัน ทางการค้า										
(1) คณะกรรมการการแข่งขัน ทางการค้าวิสามัญ กลั่นกรองเรื่องร้องเรียน และพัฒนาหลักเกณฑ์ ระเบียบวิธีปฏิบัติ	-	1	1	1	ครั้ง						
(2) คณะอนุกรรมการชุด ต่างๆพิจารณาให้ ความเห็นเรื่องร้องเรียน	-	2	3	3	ครั้ง						

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(3) เสริมสร้างการตระหนัก ถึงการปฏิบัติตาม กฎหมาย - โครงการสร้างเครือข่าย วิชาการด้านการ แข่งขันทางการค้า - โครงการส่งเสริม ความรู้ด้านการแข่งขัน (มาตรา 27) - บริการให้คำปรึกษาและ ประชาสัมพันธ์เชิงรุก	-	2	1	1	ครั้ง					
	1.3 ใช้กลไกการบริหารจัดการ เฟ้าระวังเพื่อลดโอกาสการ ผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขัน ทางการค้า (1) สํารวจจัดเก็บและประมวล ข้อมูล เพื่อใช้ในการศึกษา วิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจ และพฤติกรรมการแข่งขัน ทางการค้า	-	1	-	-	ครั้ง					
	(2) วางระบบติดตาม วิเคราะห์ โครงสร้างธุรกิจ พฤติกรรม ทางการค้าและพิจารณา เรื่องร้องเรียน	25	50	75	100	ร้อยละ				ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	สข.
		25	50	75	100	ร้อยละ					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(3) ตรวจสอบและรวบรวม ข้อเท็จจริงพร้อม พยานหลักฐาน พฤติกรรมการค้าที่ไม่เสรี และไม่เป็นธรรม	25	50	75	100	ร้อยละ					
	1.4 กำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง	25	50	75	100	ร้อยละ			ส่วนกลาง	สข.	
	1.5 ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ทางการค้า	-	-	-	1	ครั้ง			ส่วนกลาง	วช.	
	1.6 ยกร่างกฎหมาย กฎ ระเบียบ ประกาศคำสั่งนิติกรรมสัญญา การดำเนินคดีและการตอบ ข้อหาหรือ	←----- 5 ----->				เรื่อง/ ฉบับ			ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	นต.	
	1.7 ดำเนินการพัฒนากฎหมาย ตามนโยบายที่รัฐบาล กำหนด	←----- 1 ----->				ฉบับ			ส่วนกลาง	นต.	
	2. โครงการศึกษาผลกระทบ ของ การเปิดเสรีที่มีต่อการค้าใน ประเทศ						● ร้อยละของจำนวนข้อเสนอ การศึกษาผลกระทบของการเปิดเสรี ทางการค้าที่นำไปใช้ประโยชน์	ร้อยละ 80	641,560	ต่างประเทศ	วช.
	2.1 พัฒนาระบบงานวิชาการ และประสานความร่วมมือ กับองค์กรระหว่างประเทศ	10	20	75	100	ร้อยละ	● ร้อยละของข้อเสนอแนะเพื่อใช้ ประกอบการเจรจาการค้าที่มีการ นำไปใช้ประโยชน์	ร้อยละ 80		ต่างประเทศ	วช.
	2.2 ความร่วมมือทางวิชาการและ ทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศ								ต่างประเทศ	วช.	

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(1) เข้าร่วมประชุม/อบรม/ สัมมนา กับองค์กร ระหว่างประเทศ/ หน่วยงานต่างประเทศ	-	1	-	1	ครั้ง					
	(2) ชี้แจง/ตอบประเด็น ข้อซักถาม/โต้ตอบ/ ให้ข้อมูล/ร่วมมือทาง เศรษฐกิจ	-	2	2	2	ครั้ง					
	(3) งานวิเทศสัมพันธ์	2	2	2	2	ครั้ง					
	2.3 เฝ้าระวังผลกระทบการเปิด เสรีทางการค้า									ส่วนกลาง	วช.
	(1) การจัดทำข้อเสนอด้าน การเจรจาการค้า	2	2	2	2	ครั้ง					
	(2) การดำเนินภายหลัง เจรจาสิ้นสุด/ทบทวน เจรจา	-	-	-	-	-					
	(3) การศึกษาผลกระทบจาก การเปิดเสรีทางการค้า	5	6	6	6	ชนิด สินค้า					
	(4) การศึกษาภาวะเบียด/ ข้อมูลทางเศรษฐกิจ/ ภาวะการค้า	-	1	-	1	ครั้ง					

ประเด็นยุทธศาสตร์ 4 : การพัฒนามาตรฐานการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการตลาดภายในประเทศ

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ การตลาดด้าน คลังสินค้า ไซโล และ ห้องเย็นให้มีมาตรฐาน เอื้อต่อการสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขัน เสริมสร้างระบบตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกับตลาดทั้งในและต่างประเทศ 	1. โครงการเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (คลังสินค้า ไซโล ห้องเย็น)						<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของผู้ใช้บริการคลังสินค้า ไซโล และ ห้องเย็น ที่มีความพึงพอใจในการให้บริการ 	ร้อยละ 85	3,000,000	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.
	1.1 สนับสนุนให้กิจการคลังสินค้า ไซโลและห้องเย็นมีการพัฒนามาตรฐานในการจัดเก็บสินค้า	-	1	-	-	ครั้ง					
	1.2 พัฒนาระบบข้อมูลคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็นเพื่อส่งเสริม การใช้ประโยชน์จากใบประทวนสินค้า (จ้างเหมา)	←----- 1 -----→				ระบบ					
	2. โครงการพัฒนาระบบการกระจายสินค้าเกษตรและศูนย์รวบรวมผักและผลไม้เพื่อการส่งออก						<ul style="list-style-type: none"> ระดับความสำเร็จในการจัดระบบโลจิสติกส์ และอำนวยความสะดวกทางการค้า จำนวนสินค้าเกษตรที่ส่งออกผ่านศูนย์รวบรวมผักและผลไม้เพื่อการส่งออก 	ระดับ 5	2,136,280	ส่วนกลาง// ภูมิภาค	พต.
2.1 สนับสนุน ส่งเสริมให้มีการส่งออกผัก ผลไม้ ดอกไม้ และสินค้าเกษตรอื่นที่มีความเหมาะสม (1) จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ	←----- 2 -----→										

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ล.-ธ.ล.	งวดที่ 2 ม.ล.-มิ.ล.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ล.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(2) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างการรับรู้ 2.2 พัฒนาการให้บริการด้าน การส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ : ศูนย์รวบรวมผักและผลไม้ เพื่อการส่งออก (POSSEC) (1) สนับสนุนการบริหาร จัดการศูนย์ (2) ประสานสัมพันธ์และเผยแพร่		1			แห่ง					พต.
	(1) สนับสนุนการบริหาร จัดการศูนย์	25	25	25	25	ร้อยละ					
	(2) ประสานสัมพันธ์และเผยแพร่	-	100	-	-	ร้อยละ					
	3. โครงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การตลาดสินค้าเกษตร						● จำนวนตลาดกลางที่ได้รับการ พัฒนาเป็นศูนย์จัดชั้นคุณภาพสินค้า เกษตรและเป็นเครือข่ายเชื่อมโยง ข้อมูลการตลาด	3 แห่ง	7,775,000	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พต.
	3.1 พัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุน โลจิสติกส์ ด้านการตลาดสินค้าเกษตร พร้อมจัดหาอุปกรณ์สำหรับ ตลาดกลางสินค้าเกษตร		5			ตลาด					พต.
	3.2 สนับสนุนการจัดชั้น คุณภาพสินค้าเกษตร โดย จัดอบรมเกษตรกรและ ผู้เกี่ยวข้อง	1	1	1	1	ครั้ง					พต.
	3.3 พัฒนาเครือข่ายผู้รับบริการ ข้อมูลการตลาดเชิงพาณิชย์ (1) ให้คำแนะนำกลุ่มเป้าหมาย	1	2	1	2	ครั้ง					พต.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(2) จัดทำคู่มือและวัสดุ เสริมสร้างการรับรู้										
	(3) จัดอบรมเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้อง	-	2	1	-	ครั้ง					
	3.4 ส่งเสริมศูนย์รวบรวมและ กระจายสินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์อาหาร โดยระดม ความคิดเห็นจากภาครัฐ เอกชนที่เกี่ยวข้องกับการค้า สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ อาหาร	1	1	1	-	ครั้ง					พต.

ประเด็นยุทธศาสตร์ 5 : การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีคุณภาพเป็นเลิศ

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบบริหารจัดการ ให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ ประชาชนเป็นศูนย์กลางบนพื้นฐานหลักการบริหารกิจการบ้านเมือง ที่ดี (Good Governance) 	1. โครงการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ	←----->					<ul style="list-style-type: none"> ระดับความสำเร็จของการดำเนินการ ตามมาตรการป้องกันและปราบปราม 	ระดับ 5	705,000		สลก.
	1.1 ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางจัดทำแผนป้องกันและปราบปรามการทุจริต 4 ปี (2552-2554) และแผนประจำปี 2553						<ul style="list-style-type: none"> การทุจริตและประพฤติมิชอบ ร้อยละของเจ้าหน้าที่กรมปฏิบัติราชการอย่างโปร่งใส ร้อยละของเจ้าหน้าที่ที่เข้ารับการอบรมความรู้เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม ร้อยละของเจ้าหน้าที่รับทราบสื่อสร้างสรรค์ในการต่อต้านการทุจริต ร้อยละของผู้มาติดต่อราชการ ทราบแนวทาง ขั้นตอน และระยะเวลาการปฏิบัติงานในงานที่มาติดต่อขอรับบริการ 	ร้อยละ 80			
	1.2 จัดทำแผนฯ 4 ปี และแผนฯ ประจำปี 2553 เสนอผู้บริหาร เห็นชอบ และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์						<ul style="list-style-type: none"> ร้อยละของเจ้าหน้าที่รับทราบสื่อสร้างสรรค์ในการต่อต้านการทุจริต ร้อยละของผู้มาติดต่อราชการ ทราบแนวทาง ขั้นตอน และระยะเวลาการปฏิบัติงานในงานที่มาติดต่อขอรับบริการ 	ร้อยละ 80			
	1.3 ดำเนินการตามแผนฯ ปี 2553 ได้แล้วเสร็จครบถ้วน (1) ส่งเสริมความรู้แก่เจ้าหน้าที่ให้ประพฤติปฏิบัติตามประมวลคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติราชการอย่างโปร่งใส (2) ส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการศึกษา อบรม เกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม						<ul style="list-style-type: none"> มีการเชื่อมโยงเว็บไซต์ของกรมกับหน่วยงานภาคราชการหรือภาคเอกชน มีการติดตามและทบทวนระบบการควบคุมภายในประจำปี มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบผ่านเว็บไซต์ 	1 หน่วยงาน		1 ครั้ง	1 ครั้ง

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ล.-ช.ล.	งวดที่ 2 ม.ล.-มี.ล.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ล.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	2.5 นำความรู้มาประยุกต์ใช้ ในการพัฒนางาน 2.6 รณรงค์ให้บุคลากรรับรู้ ค่านิยม ขององค์กรค่านิยม ขององค์กร เพื่อนำไปสู่ การปฏิบัติตามค่านิยม										
	3. โครงการพัฒนาคุณภาพการ บริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อน องค์กร						● ร้อยละของบุคลากรที่มีความรู้ ไปพัฒนางานตามเกณฑ์คุณภาพ การบริหารจัดการภาครัฐ	ร้อยละ 80	623,080	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	พบ.
	3.1 ให้ความรู้เกี่ยวกับการ ปฏิบัติงานตามเกณฑ์ คุณภาพการบริหารจัดการ ภาครัฐ	2	3	2	1	ครั้ง					
	3.2 เสริมสร้างความรู้ในการ ยกระดับการปรับปรุง องค์กร	<-----	2	----->		เรื่อง					
	4. โครงการพัฒนาและปรับปรุง กฎหมายเพื่อการค้าการลงทุน						● จำนวนกฎหมาย กฎระเบียบ ที่มีกร แก้ไขปรับปรุงให้เอื้อต่อการค้า	19 ฉบับ	165,900	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	นต.
	4.1 ยกร่างหรือแก้ไขปรับปรุง กฎหมายเพื่อการค้าการ ลงทุน	<-----	19	----->		ฉบับ	● ร้อยละของบุคลากรที่เข้าอบรม ได้รับการพัฒนาและปฏิบัติตาม กฎหมาย ได้ถูกต้อง	ร้อยละ 80			

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ล.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	4.2 จัดอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ กฎหมาย วิธีปฏิบัติราชการทางปกครองและแนวทางการดำเนินคดี	-	1	-	-	ครั้ง	● ร้อยละของผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนที่เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามกฎหมาย	ร้อยละ 70		ภูมิภาค	นต.
	4.3 จัดอบรมเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้า	-	-	1	-	ครั้ง				ส่วนกลาง	นต.
	5. โครงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าภายใน						● จำนวนผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสารต่อปี	1,278,200	ค่าใช้จ่ายประจำ	ส่วนกลาง	สค./นต.
	5.1 การเผยแพร่กฎหมาย กฎระเบียบทางเว็บไซต์และประกาศในราชกิจจานุเบกษาตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ	←----->				ฉบับ	● ร้อยละจำนวนกฎหมาย กฎ ระเบียบที่ใช้บังคับได้เผยแพร่ได้ตามเป้าหมาย	ร้อยละ 100			นต.
	5.2 สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการค้า										สค.
	5.3 จัดทำและเผยแพร่เอกสาร เช่น ปฏิทินสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรม	3	3	4	3	ครั้ง					สค.
	5.4 ติดตามประเมินผลการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการ	3	3	3	3	ครั้ง					สค.

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	8.16 ระบบสำรองข้อมูล (Backup System)										
	9. บำรุงรักษาระบบเครือข่ายสื่อสาร ข้อมูลและอุปกรณ์เครือข่าย	5	6	6	5	ครั้ง		1,000,000	ส่วนกลาง	สค.	
	9.1 ระบบก้ำแพงไฟ										
	9.2 เชื่อมโยงระบบ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์										
	9.3 ระบบปฏิบัติการ และการ ดูแลให้คำแนะนำการแก้ไข ปัญหาของระบบ Network										
	9.4 อุปกรณ์เครือข่าย										
	9.5 ระบบจัดเก็บข้อมูลจราจร ทางคอมพิวเตอร์										
	10. บำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์	3	4	4	4	ครั้ง		2,912,424	ส่วนกลาง	สค.	
	11. บำรุงรักษาอุปกรณ์ของศูนย์ บริหารจัดการแก้ไขปัญหา สินค้า	3	3	3	3	ครั้ง		400,000	ส่วนกลาง	สค.	
	12. พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ และสร้างการมีส่วนร่วมของ ภาคประชาชน						● ร้อยละของกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับบริการที่พึงพอใจในข่าวสาร ที่ให้บริการ	ร้อยละ 80	1,530,000	ส่วนกลาง	สค.
	12.1 ดำเนินการประชาสัมพันธ์	474	474	474	474	ครั้ง				ส่วนกลาง	
	(1) จัดทำข่าว บทความ เพื่อการประชาสัมพันธ์	25	25	25	25	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	(2) จัดทำกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ (แถลงข่าว สัมภาษณ์ จัดบอร์ด นำสื่อมวลชน ออกสำรวจข้อเท็จจริง)	268	268	268	268	ครั้ง					
	(3) ออกแบบ/ผลิตงาน ศิลป์และให้บริการงาน โสตทัศนอุปกรณ์	117	117	117	117	ครั้ง					
	(4) ติดตามวิเคราะห์ข่าวสาร ขององค์กรที่ปรากฏทาง สื่อหนังสือพิมพ์	64	64	64	64	ครั้ง					
	(5) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ แผ่นปลิว ฯลฯ)										
	(6) บันทึก/ล้างอัดภาพ	90	90	90	90	ครั้ง					
	(7) จัดทำจุลสารกรม การค้าภายใน	3	3	3	3	ครั้ง					
	(8) จัดทำปฏิทินสินค้า เกษตร	-	-	1	-	ครั้ง					
	(9) จัดทำรายงานประจำปี กรมการค้าภายใน	-	-	1	-	ครั้ง					
	(10) ซ่อมแซมครุภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์	-	1	1	-	ครั้ง					

กลยุทธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปริมาณงานที่จะทำ					ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	งบประมาณ (บาท)	พื้นที่ ดำเนินการ	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		งวดที่ 1 ต.ค.-ธ.ค.	งวดที่ 2 ม.ค.-มี.ค.	งวดที่ 3 เม.ย.-มิ.ย.	งวดที่ 4 ก.ค.-ก.ย.	หน่วยนับ					
	12.2 การสร้างการรับรู้ด้าน ความเป็นธรรมทางการค้า (1) จัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ (2) รับฟังความคิดเห็น และความต้องการ ของประชาชนในการ มีส่วนร่วม ดูแลการ แข่งขัน การคุ้มครอง ผู้บริโภค และการ บริหารจัดการตลาด	1	1	1	1	ครั้ง			850,000		สท.
	13. การตรวจสอบภายใน					ร้อยละ					
	13.1 ตรวจสอบการปฏิบัติงาน ตามกฎหมาย	3	2	3	2	ครั้ง	● ร้อยละของความสำเร็จของงานที่ สามารถดำเนินการได้ตามแผนการ ตรวจสอบ	ร้อยละ 100	138,000	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ต.น.
	13.2 ตรวจสอบทางการเงิน การบัญชี และการพัสดุ	11	7	5	1	ครั้ง					
	13.3 ตรวจสอบผลการดำเนินงาน				2	โครงการ					
	13.4 สอบทานระบบการ ควบคุมภายในตามระเบียบ ก.ต.ง. ข้อ 6	1				ครั้ง					
	14. การให้คำปรึกษาแนะนำ ด้าน การควบคุมภายใน การปฏิบัติ ตามกฎหมาย ระเบียบ และการแก้ไข ปัญหาในการปฏิบัติงาน	45	45	45	45	ครั้ง	● ร้อยละของจำนวนรายงานการ ตรวจสอบที่กลุ่มตรวจสอบภายใน มีข้อสังเกต/คำแนะนำ	ร้อยละ 90	ค่าใช้จ่าย ประจำ	ส่วนกลาง/ ภูมิภาค	ต.น.