



กระทรวงพณิชย



๑๐๐ ปี
กระทรวงพณิชย
สถาปนา พ.ศ. ๒๔๖๓

แผนปฏิบัติการราชการรายปี

พ.ศ. ๒๕๖๔

ของกระทรวงพณิชย

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
สำนักงานปลัดกระทรวงพณิชย

เมษายน ๒๕๖๓

คำนำ

การจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์ เป็นการดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดทำแผนปฏิบัติราชการของส่วนราชการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภาและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยในแต่ละปีงบประมาณ ให้ส่วนราชการเสนอแผนปฏิบัติราชการกระทรวงประจำปีให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงฯ ให้ความเห็นชอบ เพื่อดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการฯ และขั้นตอนงบประมาณต่อไป

แผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์ จัดทำขึ้นโดยทุกหน่วยงานในสังกัด ได้ร่วมพิจารณาทบทวนความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทฯ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ นโยบายของรัฐบาล นโยบายของกระทรวง และสถานการณ์สภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางการดำเนินงานในการขับเคลื่อนภารกิจให้ได้ผลลัพธ์ตามเป้าหมายและตัวชี้วัดภายใต้ประเด็นต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนปฏิบัติราชการฯ นี้ จะเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อมุ่งสู่การบรรลุผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายระดับชาติร่วมกัน

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	i
บทสรุปผู้บริหาร	๑
๑. กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์	๓
๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ	๓
๑.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	๔
๑.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	๖
๑.๔ แผนการปฏิรูปประเทศ	๘
๑.๕ นโยบายรัฐบาล	๙
๑.๖ นโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์	๑๑
๒. สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์	๑๓
๒.๑ วิสัยทัศน์	๑๓
๒.๒ พันธกิจ	๑๓
๒.๓ ประเด็นภายใต้แผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์	๑๓
๓. รายละเอียดแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์	๒๓
ภาคผนวก	
ก. การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์	๓๙
ข. ฝั่งความเชื่อมโยงระหว่างประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องและนโยบายรัฐบาล กับแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์	๔๙

บทสรุปผู้บริหาร

การจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์เป็นไปตามแนวทางการทบทวนแผนระดับ ๓ ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) โดยพิจารณาความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนการปฏิรูปประเทศ นโยบายของรัฐบาล และนโยบายกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้มีความเชื่อมโยงของนโยบาย และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับบริบทของประเทศ

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์ มีดังนี้

๑. วิสัยทัศน์

“เศรษฐกิจการค้าเติบโตสู่เศรษฐกิจยุคใหม่^๑อย่างยั่งยืนภายในปี ๒๕๖๕”

๒. พันธกิจ

- ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ
- พัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำ และยกระดับรายได้ของประเทศ
- ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าให้มีประสิทธิภาพ มาตรฐาน เป็นธรรม และรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
- ส่งเสริมการค้าและพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

๓. ประเด็นในแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์

<u>ประเด็นที่ ๑</u>	สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก
เป้าหมายกระทรวง	๑. เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น
	๒. ประชาชนได้รับการคุ้มครองและสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาเป็นธรรม

^๑ เศรษฐกิจยุคใหม่ หมายถึง เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งในมิติสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งใช้จุดแข็งของประเทศ (ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น) ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับรายได้ของประเทศ (ปรับปรุงจากนิยาม New Economy ของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ)

ประเด็นที่ ๒ ส่งเสริมผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ
เป้าหมายกระทรวง ๑. ผู้ประกอบการไทยได้รับการพัฒนาส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่
และมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น
๒. ศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ ๓ พัฒนาขีดความสามารถและส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างประเทศ
เป้าหมายกระทรวง ๑. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่าง
ประเทศเพิ่มขึ้น
๒. ประเทศไทยเป็นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศคู่ค้าสำคัญ

ประเด็นที่ ๔ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล
เป้าหมายกระทรวง ๑. องค์กรมีประสิทธิภาพและโปร่งใส

๑. กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์

กรอบแนวคิดในการจัดทำแผนปฏิบัติราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์ ได้ถ่ายทอดจากยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนการปฏิรูปประเทศ และนโยบายของรัฐบาลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ มาประกอบการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนระดับ ๑

๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐)

เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย แบ่งออกเป็น ๖ ประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์จำนวน ๔ ประเด็น ได้แก่

- **ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๑: ด้านความมั่นคง** มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการภาวะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคงปลอดภัย เกราะ อธิปไตย และมีความสงบ เรียบร้อยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศ ทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำเนินการของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่นๆ ให้สามารถขับเคลื่อนไปได้ตามทิศทางและเป้าหมายที่กำหนด
- **ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๒: ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน** มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ ได้แก่ (๑) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายรวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่นๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (๒) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่ออนาคตผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคม และขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (๓) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคู่มือใหม่ ปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอด

อดีตและปัจจุบัน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

- **ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๔: ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม** มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญต่อการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำ เพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง
- **ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๖: ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ** มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญต่อ “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐ ที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีขีดสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัล เข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคม ต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต ความมั่งคั่ง และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้ กฎหมายต้องมีความชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพและนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำ และเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และการอำนวยความสะดวกตามหลักนิติธรรม

แผนระดับ ๒

๑.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

แผนแม่บทเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ มีทั้งสิ้น ๒๓ ประเด็นซึ่งผูกพันหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องที่จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนั้น รวมทั้งการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณต้องสอดคล้องกับแผนแม่บท โดยแผนแม่บท ที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์มี ๑๓ ประเด็น ดังนี้

- ประเด็นที่ (๑) ความมั่นคง
 - เป้าหมาย ประชาชนอยู่ดี กินดีและมีความสุขดีขึ้น
 - แผนย่อยที่ ๒ การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง

- ประเด็นที่ (๒) การต่างประเทศ
 - เป้าหมาย การต่างประเทศไทยมีเอกภาพทำให้ไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มาตรฐานสากล และมีเกียรติภูมิในประชาคมโลก
 - แผนย่อยที่ ๒ ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ

- ประเด็นที่ (๓) การเกษตร
 - เป้าหมาย GDP ในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น
 - แผนย่อยที่ ๑ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น
 - แผนย่อยที่ ๒ เกษตรปลอดภัย
 - แผนย่อยที่ ๔ เกษตรแปรรูป
 - แผนย่อยที่ ๕ เกษตรอัจฉริยะ
 - แผนย่อยที่ ๖ การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

- ประเด็นที่ (๔) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต
 - เป้าหมาย การขยายตัวของ GDP ในสาขาอุตสาหกรรมและบริการ
 - แผนย่อยที่ ๖ การพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

- ประเด็นที่ (๕) การท่องเที่ยว
 - เป้าหมาย GDP ด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น
 - แผนย่อยที่ ๑ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

- ประเด็นที่ (๖) พื้นที่และเมืองนำอยู่อัจฉริยะ
 - เป้าหมาย ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เกิดศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมในทุกภูมิภาคของประเทศเพื่อกระจายความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคม
 - แผนย่อยที่ ๑ การพัฒนาเมืองนำอยู่อัจฉริยะ

- ประเด็นที่ (๗) โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล
 - เป้าหมาย ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศดีขึ้น
 - แผนย่อยที่ ๑ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์

- ประเด็นที่ (๘) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
 - เป้าหมาย ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

แผนย่อยที่ ๑ การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ
แผนย่อยที่ ๓ การสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาด
แผนย่อยที่ ๔ การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการและวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

- ประเด็นที่ (๙) เขตเศรษฐกิจพิเศษ
เป้าหมาย การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น
แผนย่อยที่ ๓ การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน
- ประเด็นที่ (๑๖) เศรษฐกิจฐานราก
เป้าหมาย รายได้ของประชากรกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่างกระจายและอย่างต่อเนื่อง
แผนย่อยที่ ๑ การยกระดับศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ
แผนย่อยที่ ๒ การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก
- ประเด็นที่ (๑๗) ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม
เป้าหมาย คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
แผนย่อยที่ ๑ การคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ
- ประเด็นที่ (๒๐) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ
เป้าหมาย - บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
- ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพด้วยการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
แผนย่อยที่ ๑ การพัฒนาบริการประชาชน
แผนย่อยที่ ๒ การบริหารจัดการการเงินการคลัง
แผนย่อยที่ ๔ การพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ
แผนย่อยที่ ๕ การสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ
- ประเด็นที่ (๒๑) การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ
เป้าหมาย ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ
แผนย่อยที่ ๑ การป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๑.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ เป็นแผนพัฒนาประเทศในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ซึ่งแปลงยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) สู่การปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรม โดยประกอบด้วย ๑๐ ยุทธศาสตร์ และมียุทธศาสตร์ เป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ ทั้งสิ้น ๗ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
 - เป้าหมายที่ ๓ เพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองและได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
 - เป้าหมายที่ ๒.๒ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา
 - เป้าหมายย่อยที่ ๑ เศรษฐกิจรายสาขาเติบโตอย่างเข้มแข็งและเป็นฐานในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ
 - เป้าหมายย่อยที่ ๔ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น
 - เป้าหมายย่อยที่ ๕ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

- ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน
 - เป้าหมายที่ ๓ ประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีโอกาสในการศึกษาและการประกอบอาชีพที่สร้างรายได้เพิ่มขึ้น

- ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
 - เป้าหมายที่ ๓ เพิ่มคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริตให้สูงขึ้น

- ยุทธศาสตร์ที่ ๗ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
 - เป้าหมายที่ ๓ บุคลากรด้านโลจิสติกส์ได้รับการพัฒนาให้มีผลิตภาพสูงขึ้น
 - เป้าหมายที่ ๕ การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ และสร้างผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลรายใหม่เพิ่มขึ้น รวมทั้งพัฒนาระบบความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

- ยุทธศาสตร์ที่ ๙ การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
 - เป้าหมายที่ ๑ ลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาคและมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมมากขึ้น
 - เป้าหมายที่ ๒ เพิ่มจำนวนเมืองศูนย์กลางของจังหวัดเป็นเมืองน่าอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคม

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑๐ ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา
 - เป้าหมายที่ ๓ ประเทศไทยเป็นฐานเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนที่สำคัญในภูมิภาคอนุภูมิภาค อาเซียน และเอเชีย รวมทั้งมีการพัฒนาส่วนขยายจากแนวระเบียงเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคให้ครอบคลุม ภูมิภาคอาเซียน เอเชียตะวันออก และเอเชียใต้

๑.๔ แผนการปฏิรูปประเทศ

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๑๓ มีนาคม ๒๕๖๑ เห็นชอบแผนการปฏิรูปประเทศ ๑๑ ด้าน ที่คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติให้ความเห็นชอบแล้ว และมอบหมายให้ทุกส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับแผนการปฏิรูปประเทศ พิจารณาจัดทำแผนงาน/โครงการที่อยู่ระหว่างการดำเนินงานของหน่วยงาน และเป็นแผนการดำเนินงานของหน่วยงานในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕) ให้สอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนการปฏิรูปประเทศ โดยแผนการปฏิรูปประเทศที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์มี ๔ ด้าน ดังนี้

- แผนการปฏิรูปประเทศด้านที่ (๒) การบริหารราชการแผ่นดิน
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๑ บริการภาครัฐ สะดวก รวดเร็ว และตอบโจทย์ชีวิตประชาชน
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๒ ระบบข้อมูลภาครัฐมีมาตรฐาน ทันสมัย และเชื่อมโยงกันก้าวสู่รัฐบาลดิจิทัล
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๓ โครงสร้างภาครัฐกะทัดรัด ปรับตัวได้เร็วและระบบงานมีผลสัมฤทธิ์สูง
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๔ กำลังคนภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสมและมีสมรรถนะสูง พร้อมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๕ ระบบบริหารงานบุคคลที่สามารถดึงดูด สร้าง และรักษาคนดี คนเก่งไว้ในภาครัฐ
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๖ การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ คล่องตัว โปร่งใส และมีกลไกป้องกันการทุจริตทุกขั้นตอน
- แผนการปฏิรูปประเทศด้านที่ (๕) เศรษฐกิจ
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๑ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
 - หัวข้อย่อย ๑.๑ Productivity
 - ประเด็นย่อยที่ ๓ อุตสาหกรรมอาหาร
 - ประเด็นย่อยที่ ๑๔ การเพิ่มระดับการแข่งขันทางธุรกิจ – หน่วยงานดูแลควบคุมด้านกฎหมายด้านการแข่งขันทางการค้า และตลาดเสรี (สนับสนุน)
 - หัวข้อย่อย ๑.๒ การรวมกลุ่มในภูมิภาค (Regional Integration)
 - ประเด็นย่อยที่ ๕ Borderless Trade: ขจัดอุปสรรคทางการค้า
 - ประเด็นย่อยที่ ๗ เร่งรัดการเจรจากับประเทศกลุ่มเป้าหมาย
 - หัวข้อย่อย ๑.๓ ระบบนิเวศน์ด้านวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม (R&D, Innovation Ecosystem)
 - ประเด็นย่อยที่ ๒ การปฏิรูปกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- แผนการปฏิรูปประเทศด้านที่ (๙) สังคม
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๒ กลุ่มผู้เสียเปรียบในสังคม
 - ประเด็นย่อยที่ ๓ การเสริมสร้างศักยภาพผู้สูงอายุในการทำงาน
 - ประเด็นปฏิรูปที่ ๔ ระบบสร้างเสริมชุมชนเข้มแข็ง

- แผนการปฏิรูปประเทศด้านที่ (๑๑) การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ
ประเด็นปฏิรูปที่ ๑ ด้านการป้องกันและเฝ้าระวัง
ประเด็นปฏิรูปที่ ๒ ด้านการป้องปราม

๑.๕ นโยบายของรัฐบาล

วิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนประเทศของรัฐบาลชุดปัจจุบัน คือ “มุ่งมั่นให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในศตวรรษที่ ๒๑” และมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ ดังนี้

๑.๕.๑ นโยบายหลักในการบริหารราชการแผ่นดินรวมมี ๑๒ ด้าน โดยส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์มี ๗ ด้าน ดังนี้

นโยบายที่ ๒ การสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ และความสงบสุขของประเทศ
๒.๑ รักษาและป้องกันอธิปไตยและความมั่นคงภายในประเทศ

นโยบายที่ ๔ การสร้างบทบาทของไทยในเวทีโลก
๔.๒ เสริมสร้างความเป็นปึกแผ่นของอาเซียน
๔.๓ ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

นโยบายที่ ๕ การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย
๕.๒ พัฒนาภาคอุตสาหกรรม
๕.๒.๑ พัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพเศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว [Bio-Circular-Green (BCG) Economy]
๕.๒.๒ พัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี หรือแนวโน้มการค้าโลก
๕.๒.๓ สร้างกลไกสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการรายใหม่
๕.๒.๔ พัฒนาระบบและกลไกภาครัฐและสภาพแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพ ในการสนับสนุนผู้ประกอบการ

๕.๓ พัฒนาภาคเกษตร
๕.๓.๑ รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรและรายได้ให้กับเกษตรกรในสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ปาล์ม อ้อย และข้าวโพด โดยผ่านเครื่องมือและมาตรการที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพไม่เป็นภาระกับงบประมาณแผ่นดินเกินสมควร
๕.๓.๓ พัฒนาองค์กรเกษตรกรและเกษตรกรรุ่นใหม่
๕.๓.๔ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร
๕.๔ พัฒนาภาคการท่องเที่ยว
๕.๔.๑ พัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

- ๕.๕ พัฒนาการค้าการลงทุนเพื่อมุ่งสู่การเป็นชาติการค้า การบริการและการลงทุนในภูมิภาค
 - ๕.๕.๑ ส่งเสริมการค้าชายแดนและแก้ไขปัญหาสินค้าชายแดน
 - ๕.๕.๒ ส่งเสริมธุรกิจการค้าปลีกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ข้ามพรมแดน
 - ๕.๕.๓ ปรับปรุงระบบบริหารจัดการการนำเข้าส่งออกสินค้าบริเวณด้านชายแดน
- ๕.๗ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและการมุ่งสู่การเป็นประเทศอัจฉริยะ
 - ๕.๗.๒ พัฒนาการอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนธุรกิจการค้า การนำเข้าส่งออก และโลจิสติกส์ในรูปแบบดิจิทัล
 - ๕.๗.๓ ส่งเสริมการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยทั้งในภาคการผลิตและบริการในการเข้าถึงตลาด
- ๕.๘ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม
 - ๕.๘.๑ พัฒนาสภาพแวดล้อมและระบบ นิเวศที่เอื้อต่อการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม
- ๕.๙ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่
 - ๕.๙.๑ พัฒนาระบบนิเวศเพื่อรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่
 - ๕.๙.๒ เร่งรัดพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้

นโยบายที่ ๖ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

- ๖.๑ ส่งเสริมพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเอเชีย
 - ๖.๑.๑ พัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกอย่างต่อเนื่อง
 - ๖.๑.๒ ส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้และการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้
 - ๖.๑.๔ เร่งขับเคลื่อนการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนอย่างต่อเนื่อง

นโยบายที่ ๗ การพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก

- ๗.๑ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน
 - ๗.๑.๑ สร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ของพื้นที่
 - ๗.๑.๒ สนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนผ่านเทคโนโลยี
 - ๗.๑.๕ สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน
- ๗.๒ สร้างความเข้มแข็งของชุมชน
 - ๗.๒.๒ ยกระดับคุณภาพตลาดชุมชน สถาบันการเงินของชุมชนสวัสดิการชุมชน สาธารณสุขชุมชน ป่าชุมชน ไม้มีค่า ท่องเที่ยวชุมชน และส่งเสริมการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ
- ๗.๓ ส่งเสริมบทบาทภาคเอกชนในการช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจฐานราก

นโยบายที่ ๑๑ การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ

- ๑๑.๑ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่
- ๑๑.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติ อนุญาตของทางราชการที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจและดำเนินชีวิตของประชาชนให้เป็นระบบดิจิทัล

- ๑๑.๓ พัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ในการบริหารราชการแผ่นดิน
- ๑๑.๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ
- ๑๑.๖ พัฒนากลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริการสาธารณะและการตรวจสอบภาครัฐ
- ๑๑.๗ ปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย เพื่อเอื้อต่อการทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน
 - ๑๑.๗.๑ ปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ การอำนวยความสะดวก ต้นทุนค่าใช้จ่าย กฎหมาย กฎ และระเบียบต่าง ๆ ของภาครัฐ
 - ๑๑.๗.๓ ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม

นโยบายที่ ๑๒ การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบและกระบวนการยุติธรรม

๑๒.๑ แก้ไขปัญหาทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒.๕.๒ นโยบายเร่งด่วน มี ๑๒ เรื่อง โดยส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์มีจำนวน ๕ เรื่อง ดังนี้

- | | |
|----------------------|--|
| นโยบายเร่งด่วนที่ ๓ | มาตรการเศรษฐกิจเพื่อรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก |
| นโยบายเร่งด่วนที่ ๔ | การให้ความช่วยเหลือเกษตรกรและพัฒนานวัตกรรม |
| นโยบายเร่งด่วนที่ ๕ | การยกระดับศักยภาพของแรงงาน |
| นโยบายเร่งด่วนที่ ๖ | การวางรากฐานระบบเศรษฐกิจของประเทศสู่อนาคต |
| นโยบายเร่งด่วนที่ ๘ | การแก้ไขปัญหาทุจริตและประพฤติมิชอบในวงราชการทั้งฝ่ายการเมืองและฝ่ายราชการประจำ |
| นโยบายเร่งด่วนที่ ๑๐ | การพัฒนาระบบการให้บริการประชาชน |

แผนระดับ ๓

๑.๖ นโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้ประชุมหารือร่วมกับรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ และผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ทุกหน่วยงาน เมื่อวันที่ ๗ สิงหาคม ๒๕๖๒ เพื่อกำหนดทิศทางการทำงานร่วมกัน โดยสามารถสรุปเป็นนโยบายของกระทรวงฯ ๑๐ ข้อ ดังนี้

- (๑) **ประกันรายได้เกษตรกรและบริหารจัดการสินค้าเกษตรสำคัญทั้ง ๕ ชนิด** ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา ปาล์มน้ำมันและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยกระตุ้นราคาสินค้าเกษตรในภาพรวมทั้งหมด และใช้เกษตรพันธสัญญาช่วยส่งเสริมรายได้เกษตรกร
- (๒) **ดูแลราคาสินค้าและบริการ** เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการและผู้บริโภค
- (๓) **เร่งรัดการส่งออกสินค้าและบริการ** โดยเน้นการส่งออกพืชผลทางการเกษตร บริการ สินค้า OTOP สินค้าเสื้อผ้า เครื่องประดับหมวดอื่นๆ โดยมียุทธศาสตร์สำคัญคือ เน้นรักษาและขยายตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ และฟื้นตลาดเก่าที่มีอยู่แล้ว รวมถึงมุ่งเน้นการค้าชายแดนและข้ามแดนเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก
- (๔) **เร่งรัดการเจรจาการค้าภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่ยังค้างท่ออยู่** โดยดำเนินการผลักดันอาเซียน+๖ และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ให้เสร็จสิ้นภายในปี

นี้ พร้อมฟื้นฟูการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) ระหว่างไทย-สหภาพยุโรป ตุรกี ศรีลังกา ปากีสถาน อังกฤษ ตลอดจนเร่งหาข้อสรุปการเข้าร่วมความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPTPP)

(๕) พัฒนาระบบงานให้บริการ และบริหารจัดการที่สะดวกรวดเร็ว โดยนำระบบ IT มาใช้ในงานบริการของกระทรวงฯ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เกี่ยวข้องและผู้รับบริการ

(๖) เร่งรัดการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา โดยเฉพาะสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ และส่งเสริมการนำไปใช้ประโยชน์ทางพาณิชย์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานเคลื่อนที่ (Mobile) เพื่อให้ความรู้ และบริการจดทะเบียนในพื้นที่

(๗) ผลักดันเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยสนับสนุน Startup SME OTOP แฟรนไชส์ ให้ใช้ Digital Economy, Bio Economy, Green Economy, Sharing Economy, Creative Economy และการค้าออนไลน์ เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้า

(๘) ผลักดันร้านค้าปลีกรายย่อยและผู้ประกอบการชุมชน (โซ่ห่วย) ให้พัฒนาสู่ “Smart โซ่ห่วย” โดยปรับภาพลักษณ์ของร้าน การออกแบบร้านค้า ชั้นวางสินค้า รวมทั้งสนับสนุนการนำซอฟต์แวร์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้โซ่ห่วยยืนหยัดได้ และเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ

(๙) มุ่งเน้นการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาคบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการ อาทิ ร้านอาหาร สปา ธุรกิจการดูแลผู้สูงอายุ ดิจิทัลคอนเทนต์และภาพยนตร์ ฯลฯ ให้สามารถเปิดตลาดและนำรายได้เข้าประเทศต่อไป

(๑๐) ใช้ ๕ กลไกขับเคลื่อนนโยบาย ได้แก่ (๑) การประชุมผู้บริหารระดับสูงของกระทรวง เพื่อติดตามความคืบหน้าการทำงาน อย่างน้อยเดือนละครั้ง (๒) การประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐ ภาคเอกชน และกระทรวงพาณิชย์ (กรอ.พาณิชย์) เพื่อขับเคลื่อนประเด็นสำคัญด้านเศรษฐกิจ อาทิ การดูแลค่าครองชีพ การคุ้มครองผู้บริโภค และการเร่งรัดการส่งออก (๓) กลไก ๓ ประสาน ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชนและเกษตรกร เพื่อดูแลและกำหนดนโยบายพืชผลทางการเกษตร และเป็นเวทีให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างเป็นทางการ (๔) การสร้างทูตพาณิชย์ฯ มีอาชีพ เพื่อเป็นทัพหน้าสำคัญในทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้ส่งออกและนำรายได้เข้าประเทศ (๕) การลงพื้นที่ของพาณิชย์จังหวัด รวมถึงการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างครอบคลุม

๒. สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์ มีดังต่อไปนี้

๒.๑ วิสัยทัศน์

“เศรษฐกิจการค้าเติบโตสู่เศรษฐกิจยุคใหม่^๑อย่างยั่งยืนภายในปี ๒๕๖๕”

๒.๒ พันธกิจ

๑. ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ
๒. พัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำ และยกระดับรายได้ของประเทศ
๓. ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าให้มีประสิทธิภาพ มาตรฐาน เป็นธรรม และรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
๔. ส่งเสริมการค้าและพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
๕. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

๒.๓ ประเด็นในแผนปฏิบัติการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์

- | | |
|--------------|---|
| ประเด็นที่ ๑ | สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก |
| ประเด็นที่ ๒ | ส่งเสริมผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ |
| ประเด็นที่ ๓ | พัฒนาขีดความสามารถและส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างประเทศ |
| ประเด็นที่ ๔ | พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล |

^๑ เศรษฐกิจยุคใหม่ หมายถึง เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งในมิติสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งใช้จุดแข็งของประเทศ (ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น) ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับรายได้ของประเทศ (ปรับปรุงจากนิยาม New Economy ของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ)

ประเด็นที่ ๑: สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก

➤ เป้าหมายกระทรวง ๑.๑ เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น

แนวทาง

๑. สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรสำคัญ ด้วยการใช้มาตรการสนับสนุนส่งเสริมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศ พัฒนาระบบตลาดที่เชื่อมโยงผลผลิตเกษตรถึงผู้ประกอบการและผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม และอำนวยความสะดวกและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การเกษตรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ โดยส่งเสริมการแปรรูป สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการด้วยอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทูทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม ทรัพย์สินทางปัญญา เทคโนโลยีสมัยใหม่ ความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ

๒. ส่งเสริมสินค้าเกษตรโดยใช้หลักการตลาดนำการผลิต ส่งเสริมการเข้าถึงช่องทางการตลาดที่หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าเกษตร

๓. เพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ พัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชน สร้างโอกาสการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่จำเป็นต่อการยกระดับเป็นผู้ประกอบการทั้งทางด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการ การตลาด แหล่งเงินทุน รวมทั้งส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพตลาดชุมชน/แหล่งการค้า และขยายช่องทางการตลาด

๔. ส่งเสริม พัฒนากลไก บทบาทภาคเอกชนในการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่/ภูมิภาค ผ่านการรวมตัวสมาชิกในชุมชน อาทิ ร้านค้าชุมชน วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าชุมชน และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

๕. ส่งเสริมการจดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้หลากหลาย นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

๖. ส่งเสริมการใช้ศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจในภูมิภาค โดยบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วน ในการยกระดับรายได้ของประชาชนในพื้นที่

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ข้อมูลปีฐาน (๒๕๖๓)	๒๕๖๔	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมของกลุ่มเป้าหมาย	ล้านบาท	๖๔๐	๖๕๐	คน. คต. ทป.
๒. มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	ล้านบาท	๒,๐๐๐	๑,๘๐๐	คน. พค.
๓. สินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	สินค้า	-	๑๐	ทป.
๔. มูลค่าการค้าของกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาค	ล้านบาท	๒๑๐	๒๕๐	สป. คต.

➤ **เป้าหมายกระทรวง ๑.๒** ประชาชนได้รับการคุ้มครองและสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาเป็นธรรม

แนวทาง

๑. **ดูแลค่าครองชีพเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน** โดยเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

๒. **ส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้าและพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค** โดยมุ่งเน้นนำเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ และใช้เครือข่ายภาคประชาชน สังคมออนไลน์ มาเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และส่งเสริมพัฒนามาตรฐานสากลใช้สำหรับการค้าและการชั่งตวงวัด

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ข้อมูลปีฐาน (๒๕๖๓)	๒๕๖๔	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑. ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นลดลง	ร้อยละ	๓๐	๓๐	คน.
๒. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ	๙๗.๒๕	๙๗.๒๕	คน.
๓. ร้อยละของเรื่องร้องเรียนความไม่เป็นธรรมทางการค้าที่ได้รับการแก้ไข	ร้อยละ	๙๖.๕	๙๖.๕	คน.

ประเด็นที่ ๒: ส่งเสริมผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

- **เป้าหมายกระทรวง ๒.๑** ผู้ประกอบการไทยได้รับการพัฒนาส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

แนวทาง

๑. ส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถแข่งขันได้ โดยพัฒนาทักษะการบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจยุคใหม่ เช่น การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล การปรับรูปแบบธุรกิจให้ตรงตามความต้องการของตลาด และมาตรฐานสากล
๒. สร้างโอกาสการเข้าถึงตลาด โดยส่งเสริมช่องทางการค้าใหม่ๆ เร่งรัดการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น อาทิ แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์
๓. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า/บริการศักยภาพ ด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย ทรัพย์สินทางปัญญา การออกแบบ/สร้างความแตกต่างของสินค้า รวมถึงพัฒนาคุณภาพมาตรฐานและสร้างตราสินค้า/ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ และการค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (BCG – Bio, Circular and Green Economy)
๔. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง โดยร่วมกับพันธมิตรภาคเอกชนและผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อเชื่อมโยง SMEs และผู้ประกอบการรายย่อยเข้าสู่ Global Value Chain ตลอดจนสร้างความพร้อมของผู้ประกอบการไทย ในการไปประกอบธุรกิจในต่างประเทศ
๕. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจใหม่ในอนาคต และพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น โดยส่งเสริมการต่อยอดแนวคิด นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างและพัฒนาธุรกิจให้รองรับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล
๖. ส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการด้านโลจิสติกส์ให้มีศักยภาพ โดยพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
๗. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมการตลาดภายในประเทศผ่านการสนับสนุนของภาครัฐ

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ข้อมูลปีฐาน (๒๕๖๓)	๒๕๖๔	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
๑. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม และสามารถขยายช่องทางการค้าผ่าน e-commerce	ราย	๒๓,๓๐๐	๓๐,๐๐๐	พค. สค.
๒. มูลค่าการค้า e-Commerce ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม	ล้านบาท	๑,๘๐๐	๑,๙๐๐	สค. พค.
๓. มูลค่าการค้าสินค้าและธุรกิจบริการของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริม	ล้านบาท	๑,๘๐๐	๑,๙๐๐	พค. ทป. สวอ. ศคป. สค.
๔. ผู้ใช้งานระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าด้วย Blockchain เพิ่มขึ้น	ร้อยละ	-	๘๕	สนค.

➤ เป้าหมายกระทรวง ๒.๒ ศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น

แนวทาง

- พัฒนาการให้บริการและอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ อาทิ Cloud Computing AI Blockchain IoT มาเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ/ให้บริการข้อมูลเศรษฐกิจการค้าทั้งในและระหว่างประเทศ และอำนวยความสะดวกทางการค้าอย่างครบวงจร มุ่งเน้นผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง (user friendly) สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย สะดวก รวดเร็ว และมีความทันสมัย สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
- ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย นวัตกรรม เพื่อพัฒนาเพิ่มมูลค่าสินค้า/บริการ และการสร้างขีดความสามารถของไทยสู่ความเป็นชาติการค้า (Trading Nation) รวมทั้งพัฒนาฐานข้อมูลการใช้ประโยชน์จาก Big Data ในการเสนอมาตรการและนโยบายทางการค้าได้อย่างทันที่วางที่ อาทิ ระบบเตือนภัยรายสินค้าสำคัญ มาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ข้อมูลปีฐาน (๒๕๖๒)	๒๕๖๓	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
๑. อันดับความง่ายในการประกอบธุรกิจ ในด้านการเริ่มต้นธุรกิจดีขึ้น หรือคะแนน EoDB Score ในด้านการเริ่มต้นธุรกิจ ไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา	อันดับ/คะแนน	อันดับ ๔๖ หรือคะแนน ไม่น้อยกว่า DB ๒๐๒๐ Score	อันดับ ๔๕ หรือคะแนน ไม่น้อยกว่า DB ๒๐๒๑ Score	พค.
๒. ผลงานวิจัย/นวัตกรรม ข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่ได้รับการพัฒนา/เผยแพร่นำไปใช้ ประโยชน์/หรือต่อยอดในเชิงพาณิชย์	เรื่อง	๑๕	๑๖	สนค.

ประเด็นที่ ๓: พัฒนาขีดความสามารถและส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างประเทศ

- **เป้าหมายกระทรวง** ๓.๑ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

แนวทาง

1. **ขยายตลาดสินค้าและการดำเนินธุรกิจไทยในต่างประเทศ** โดยมุ่งเน้นรักษาตลาดเดิม และขยายตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ส่งเสริมการค้าและบริการของไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นจุดแข็งของไทย อาทิ กลุ่มอาหาร สินค้าเกษตร ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มาตรฐานสากล และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ ในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความเชื่อมั่น และสร้างแบรนด์ประเทศไทย รวมทั้งเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบการฐานรากและชุมชนเข้าสู่ Global Value Chain
2. **ส่งเสริมการค้าชายแดน/ผ่านแดน** โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการค้าการลงทุนชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ รวมทั้งบูรณาการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า ขยายตลาดสินค้าและบริการไทย สร้างเครือข่ายพันธมิตรและส่งเสริมการค้าไทยในประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจและพัฒนาบุคลากรในพื้นที่

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ข้อมูลปีฐาน (๒๕๖๓)	๒๕๖๔	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑. มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	๓๗,๔๙๐	๒๔,๐๐๐	สค.
๒. มูลค่าการค้าชายแดน/ผ่านแดนในจังหวัดที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ	ล้านบาท	-	๑.๒๖	คต.
๓. มูลค่าการค้าชายแดน/ผ่านแดนขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	ร้อยละ	๓	-	คต.

➤ **เป้าหมายกระทรวง** ๓.๒ ประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศคู่ค้าสำคัญ

แนวทาง

๑. **เจรจาความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าและการพัฒนาระหว่างประเทศ** โดยการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ เน้นส่งเสริมบทบาทของไทยในการเป็นแกนกลางของอาเซียน (ASEAN Centrality) เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้า รวมทั้งเพิ่มโอกาส ลดอุปสรรคทางการค้าและแก้ไขข้อพิพาททางการค้า ทั้งในระดับทวิภาคี ภูมิภาค และพหุภาคี ตลอดจนบูรณาการความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้ากับนานาชาติ ทั้งองค์กรภาครัฐ และมีใช้ภาครัฐในทุกระดับ

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ข้อมูลปีฐาน (๒๕๖๓)	๒๕๖๔	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
๑. จำนวนการประชุมระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจการค้าและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ	ครั้ง	-	๘๐	จร. สนค.
๒. จำนวนการเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรีหรือความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ	เรื่อง	๑๔	-	จร.

ประเด็นที่ ๔: พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล

➤ เป้าหมายกระทรวง ๔.๑ องค์กรมีประสิทธิภาพและโปร่งใส

แนวทาง

๑. พัฒนารูปแบบการบริการประชาชนให้มีความสะดวกสามารถเชื่อมโยงกับหลายหน่วยงาน นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน/หลักการสากล และปรับวิธีการทำงานให้เป็น “การให้บริการที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ”
๒. พัฒนาบุคลากรให้มีค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ รวมทั้งมีความรู้ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน (skillset) และปรับตัวให้ทันสมัย พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง มีทักษะการคิด วิเคราะห์ ทักษะการใช้ภาษา และทักษะด้านดิจิทัล เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินการกิจของกระทรวงฯ
๓. บริหารจัดการบุคลากรให้สอดคล้องกับความจำเป็นและภารกิจ สามารถขับเคลื่อนการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ และให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพด้วยการวางแผน อัตรากำลัง การจัดทำเส้นทางความก้าวหน้า การวางมาตรการดึงดูดคนรุ่นใหม่เข้าสู่หน่วยงาน และการบริหารกำลังคนคุณภาพในระดับกระทรวง (Talent Management)
๔. พัฒนาและขับเคลื่อนภารกิจเชิงยุทธศาสตร์ โดยจัดทำแผนปฏิบัติราชการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ กำกับดูแล ติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนงาน/โครงการ ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์กร โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากร
๕. ป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมให้แก่บุคลากรทุกระดับ ด้วยการปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกอย่างต่อเนื่อง วางระบบและพัฒนากลไกด้านการป้องกันการทุจริตให้เข้มแข็ง และมีการบูรณาการกับภาคีเครือข่าย รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการข้อร้องเรียน การปราบปราม โดยเฉพาะการลงโทษทางวินัยที่รวดเร็ว และเข้มงวด
๖. พัฒนาบริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ข้อมูลปีฐาน (๒๕๖๓)	๒๕๖๔	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
๑. ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ร้อยละ	๘๕	๘๕	ทุกหน่วยงาน
๒. จำนวนกระบวนการให้บริการประชาชน ที่จะปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล	กระบวนการ	๔	๖	สป. คต. สวอ. ทป.
๓. ร้อยละของบุคลากรที่มีค่านิยมและ พฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการปฏิบัติงาน	ร้อยละ	๖๐	๗๐	กพร.
๔. ร้อยละของบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะ ตามเกณฑ์ที่กำหนด	ร้อยละ	๗๕	๘๐	ทุกหน่วยงาน
๕. ร้อยละของโครงการที่มีผลสัมฤทธิ์ ต่อเป้าหมายกระทรวงฯ	ร้อยละ	๗๘	๗๙	สป.
๖. คะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณธรรมและ ความโปร่งใสหน่วยงานภาครัฐ	ร้อยละ	๘๕	๘๕	ศปท.
๗. จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับความ คุ้มครอง	คำขอ	๓๕,๐๐๐	๓๕,๐๐๐	ทป.

๓. รายละเอียดแผนปฏิบัติการรายปี
พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์

แผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ของกระทรวงพาณิชย์

วิสัยทัศน์

เศรษฐกิจการค้าเติบโตสู่เศรษฐกิจยุคใหม่อย่างยั่งยืนภายในปี ๒๕๖๕

พันธกิจ

1. ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ
2. พัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำ และยกระดับรายได้ของประเทศ
3. ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าให้มีประสิทธิภาพ มาตรฐาน เป็นธรรม และรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
4. ส่งเสริมการค้าและพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
5. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

เศรษฐกิจยุคใหม่ หมายถึง เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งในมิติสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งใช้จุดแข็งของประเทศ (ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น) ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับรายได้ของประเทศ

(ปรับปรุงจากนิยาม New Economy ของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ)

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บท และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
ประเด็นที่ 1: สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก									
๑.๑ เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น	๑. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) (คน. คต. ทป.)	๖๔๐	๖๕๐	๑. สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรสำคัญ ด้วยการใช้นโยบายการสนับสนุนส่งเสริมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศ พัฒนาระบบตลาดที่เชื่อมโยงผลผลิตเกษตรถึงผู้ประกอบการและผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม และอำนวยความสะดวกและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ การเกษตรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ โดยส่งเสริมการแปรรูป สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการด้วยอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทูทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม ทรัพย์สินทางปัญญา เทคโนโลยีสมัยใหม่ ความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ (คน. ทป. คต. อคส.)	โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร (คน.) (งบประมาณรวม ๑๕๖.๗๘ ลบ.)	๔๖.๕๐	๒	๓.๑-๓.๕	๕.๓.๑ ๕.๓.๓-๔ ๗.๑.๑ เร่งด่วน ๔
					- ส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์				
					- ส่งเสริมตลาดผลไม้				
- ตลาดนัดข้าวเปลือก	๖๐.๐๐								
- พัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)	๒.๘๕								
- บริหารจัดการการประกันรายได้สินค้าเกษตร	๑๐.๒๘								
- ขยายโอกาสธุรกิจผลิตภัณฑ์มะพร้าวไทย	๓๐.๗๕								
โครงการส่งเสริมสินค้าสิ่งป้อนชีวะทางภูมิศาสตร์ (GI) อัตลักษณ์สินค้าพื้นถิ่นเพิ่มมูลค่าสากล (ทป.)	๕.๐๐	๓๐.๗๕	๒	๓.๑	๕.๓.๔ ๗.๑.๑				
โครงการขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า อคส. * เป็นโครงการที่สอดคล้องหลายแนวทาง									

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล	
					โครงการสร้างเครือข่ายและยกระดับขีดความสามารถเพื่อผลักดันมูลค่าเพิ่มภาคการผลิต การค้า และการลงทุน (คต.) (งบประมาณรวม ๓๔.๐๐ ลบ.) - เสริมสร้างศักยภาพสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยเพื่อการต่อยอดเชิงพาณิชย์	๑๐.๐๐	๒	๓.๑ - ๓.๖	๕.๓.๔	
					คชจ. กำกับดูแลมาตรฐานส่งออกสินค้าเกษตร (คต.)	๔.๐๐	๒	๘.๑, ๘.๓	๕.๓.๔	
					๒. ส่งเสริมสินค้าเกษตรโดยใช้หลักการตลาดนำการผลิต ส่งเสริมการเข้าถึงช่องทางการตลาดที่หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าเกษตร (คน. คต.)	โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ (คน.) (งบประมาณรวม ๑๑๔.๙๖ ลบ.) - เพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานของโรงสีแบบครบวงจร - รมรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ - จัดงานแสดง Thai Rice Expo	๔.๐๐ ๗.๐๐ ๙๙.๘๗	๒ ๔	๓.๑-๓.๕	๗.๑.๒ ๗.๒.๒
					โครงการสร้างเครือข่ายและยกระดับขีดความสามารถเพื่อผลักดันมูลค่าเพิ่มภาคการผลิต การค้า และการลงทุน (คต.) (งบประมาณรวม ๓๔.๐๐ ลบ.) - รมรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ (ด้านมาตรฐาน) (คต.)	๔.๐๐	๒	๓.๑-๓.๖	๕.๓.๔	
๒. มูลค่าการค้าสินค้าและบริการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม (ล้านบาท) (คน. พค.)	๒,๐๐๐	๑,๘๐๐	๓. เพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ พัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชน สร้างโอกาสการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่จำเป็นต่อการยกระดับเป็นผู้ประกอบการทั้งทางด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการ การตลาด แหล่งเงินทุน รวมทั้งส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพตลาดชุมชน/แหล่งการค้า และขยายช่องทางการตลาด (พค. คต.)	โครงการยกระดับศักยภาพเกษตรกรรุ่นใหม่ และผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนในการผลิตสินค้าชุมชน - เสริมศักยภาพการตลาดผลิตภัณฑ์ OTOP (พค.)	๑๘.๐๐	๔	๑๖.๒	๗.๑.๒ เร่งด่วน ๖		
				โครงการส่งเสริมพัฒนากลไกและโครงสร้างชุดข้อมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้กลับสู่ท้องถิ่น (พค.) (งบประมาณรวม ๔๕.๑๐ ลบ.) - เสริมสร้างความเข้มแข็งธุรกิจค้าส่งค้าปลีกไทย	๓๐.๐๐	๔	๑๖.๒	๗.๑.๒ เร่งด่วน ๖		

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
					- พัฒนาลินค้าชุมชนเข้าสู่ตลาดออนไลน์ Offline ๒ Online (B๒C)	๑๕.๑๐			
				๕. ส่งเสริม พัฒนากลไก บทบาทภาคเอกชนในการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่/ภูมิภาค ผ่านการรวมตัวสมาชิกในชุมชน อาทิ ร้านค้าชุมชน วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าชุมชน และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว (คน.)	โครงการสร้างเครือข่ายและยกระดับขีดความสามารถเพื่อผลักดันมูลค่าเพิ่มภาคการผลิต การค้า และการลงทุน (คต.) (งบประมาณรวม ๓๔.๐๐ ลบ.)	๒๐.๐๐	๒	๑๖.๑	๕.๓.๔
					- ให้ความช่วยเหลือเพื่อการปรับตัวของภาคผลิตและภาคบริการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า				
					โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร (คน.) (งบประมาณ รวม ๑๐๖.๕๖ ลบ.)		๔	๑๖.๑-๑๖.๒	๕.๔.๑
					- หมู่บ้านทำมาค้าขาย	๒๑.๕๗	๒		๗.๑.๑-๗.๑.๒
				- ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น	๘๔.๙๙			๗.๒.๒	
								๗.๓	
								เร่งด่วน ๓	
	๓. สินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (สินค้า) (ทป.)	-	๑๐	๕. ส่งเสริมการจดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา และภูมิปัญญา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้หลากหลาย นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (ทป.)	โครงการพัฒนาต่อยอดสินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมด้านทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)	๔.๕๖	๒	๕.๑	๗.๑.๑ ๕.๔.๑
	๔. มูลค่าการค้าของกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาค (ล้านบาท) (สป. คต.)	๒๑๐	๒๕๐	๖. ส่งเสริมการใช้ศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจในภูมิภาค โดยบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วน ในการยกระดับรายได้ของประชาชนในพื้นที่ (สป. สคพ. คต. สวอ.)	แผนบูรณาการการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค (สป./สคพ.) (งบประมาณรวม ๑๒๙.๙๒๖ ลบ.)	<input type="checkbox"/>	๒	๖.๑	๖
					๑. โครงการส่งเสริมการตลาดและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	๑๒.๙๖			
					๒. โครงการส่งเสริมและพัฒนาการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชายแดนภาคเหนือ	๑๙.๙๕			

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	คำเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
					โครงการพัฒนาภาคีความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันภายใต้ IMT-GT (สคพ.)	๓.๐๐	๒	๖.๑	๖
					โครงการร่วมค้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (สป.)	๒๒.๙๒	๑	๑.๒	๒.๑
					โครงการเสริมศักยภาพของโครงสร้างพื้นฐานเมือง เป้าหมายและเมืองชายแดนภาคเหนือเพื่อขยาย ฐานเศรษฐกิจของภาคเหนือ (ภาคเหนือ/คต.) - ส่งเสริมการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน : มหกรรมการค้าชายแดน ณ จังหวัดแม่ฮ่องสอน (เหนือ/ คต.)	๒.๕๐	๒	๖.๑	๖
					โครงการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจตามแนว ชายแดนและแนวระเบียงเศรษฐกิจ (ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ/คต.) (งบประมาณรวม ๒.๕ ลป.) - โครงการมหกรรมการค้าชายแดนไทย - สปป.ลาว (ตะวันออกเฉียงเหนือ/คต.)	๒.๕๐			
					โครงการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจชายแดน (ภาคตะวันออก/ คต.) (งบประมาณรวม ๒.๕ ลป.) - ส่งเสริมการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน: มหกรรมการค้าชายแดน ณ จังหวัดชายแดนด่านกัมพูชา (จันทบุรี) (ตะวันออก/คต.)	๒.๕๐			
					โครงการพัฒนาการค้าเมืองชายแดน (ภาคใต้ชายแดน/ คต.) (งบประมาณรวม ๒.๖๔ ลป.) - มหกรรมการค้าชายแดนใต้ (ใต้ชายแดน/คต.)	๒.๕๐			
					โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว อารย ธรรมอีสานใต้ (สวอ.)	๖.๐๕	๒	๖.๑	๕.๒.๓
					โครงการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสินค้า ชุมชน (สวอ.)	๘.๐๔	๒	๖.๑	๕.๒.๓
					โครงการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจชายแดน (สวอ.)	๒๕.๐๐	๒	๖.๑	๕.๒.๓

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
๑.๒ ประชาชนได้รับการคุ้มครอง และสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาเป็นธรรม	๑. ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นลดลง (คน.)	๓๐	๓๐	๑. ดูแลค่าครองชีพเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (คน.)	โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน (คน.) (งบประมาณรวม ๑๗๑.๖๘ ลบ.) - จัดจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาประหยัด - สร้างการรับรู้และส่งเสริมร้านค้าธงฟ้าราคาประหยัด พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ	๑๒๕.๒๔	๔	๑๗.๑	เร่งด่วน ๕
	๒. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน (คน.)	๙๗.๒๕	๙๗.๒๕	๒. ส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้าและพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นนำเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ และใช้เครือข่าย ภาคประชาชน สังคมออนไลน์ มาเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลราคาสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และส่งเสริมพัฒนามาตรฐานสากลใช้สำหรับการค้าและการแข่งขันตัววัด (คน.)	งานดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า (คน.) (งบประมาณรวม ๘.๙๒ ลบ.) - กำกับดูแลสินค้าและบริการ - ส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าและบริการในยุคดิจิทัล - พัฒนาเครือข่ายศูนย์ร้องเรียนสายด่วน ๑๕๖๙	๖.๓๘	๔	๑๗.๑	๑๑.๗.๓
	๓. ร้อยละของเรื่องร้องเรียนความไม่เป็นธรรมทางการค้าที่ได้รับการแก้ไข (คน.)	๙๖.๕	๙๖.๕			๐.๘๖			

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
ประเด็นที่ ๒: ส่งเสริมผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ									
๒.๑ ผู้ประกอบการไทยได้รับการพัฒนาส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่และมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น	๑. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและสามารถขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce (ราย) (พค. สค.)	๒๓,๓๐๐	๓๐,๐๐๐	๑. ส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถแข่งขันได้ โดยพัฒนาทักษะการบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ ตามแนวทางเศรษฐกิจยุคใหม่ เช่น การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล การปรับปรุงแบบธุรกิจให้ตรงตามความต้องการของตลาดและมาตรฐานสากล (พค. สค. สวอ.)	โครงการขยายการค้าการลงทุนสู่สากล (สค.)	๔๑.๙๑	๒	๘.๑ ๘.๓	๕.๒.๑ - ๒ ๕.๓.๔
					โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) (สค.)	๕๓.๙๓	๒	๘.๑ ๘.๓	๕.๙.๒ ๗.๑.๑ - ๒ เร่งด่วน ๓
					โครงการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยสู่การเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ (พค.) - ผู้ประกอบการ SME เข้าถึงแหล่งทุนด้วยกฎหมายหลักประกันทางธุรกิจ	๔.๐๐	๒	๘.๒	๕.๙.๒ เร่งด่วน ๖
					โครงการพัฒนาวิสาหกิจสู่ธุรกิจสมัยใหม่ (สวอ.)	๑๓.๗๐	๒	๘.๑	๕.๒.๔
	๒. มูลค่าการค้า e-Commerce ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม (ล้านบาท) (สค. พค.)	๑,๘๐๐	๑,๙๐๐	๒. สร้างโอกาสการเข้าถึงตลาด โดยส่งเสริมช่องทางการค้าใหม่ๆ เร่งรัดการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการขยายช่องทางตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น อาทิ แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ (พค. สค.)	โครงการขยายโอกาสทางการตลาด (พค.) - เพิ่มโอกาสการค้าด้วย e-Commerce	๖.๐๐	๒	๘.๓	๕.๗.๓ เร่งด่วน ๓
					โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด (สค.) - พัฒนาระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com	๔๓.๗๖	๒	๘.๓	๕.๗.๒ - ๓ ๗.๑.๒ เร่งด่วน ๖
	๓. มูลค่าการค้าสินค้าและธุรกิจบริการของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริม (ล้านบาท) (พค. ทป. สวอ. ศศป. สค.)	๑,๘๐๐	๑,๙๐๐	๓. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า/บริการศักยภาพ ด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย ทรัพย์สินทางปัญญา การออกแบบ/สร้างความแตกต่างของสินค้า รวมถึงพัฒนาคุณภาพมาตรฐานและสร้างตราสินค้า/ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับและการค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (BCG - Bio, Circular and Green Economy) (พค. ทป. สวอ. ศศป.)	โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด (พค.) - เพิ่มศักยภาพธุรกิจบริการที่มีมูลค่าสูง - สร้างความเข้มแข็งและการเติบโตธุรกิจแฟรนไชส์ไทย	๒๒.๐๐ ๑๗.๐๐	๒	๘.๑ ๘.๓	๕.๙.๒ เร่งด่วน ๓
					โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานและการใช้บริการ ด้านอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดโลก (สวอ.)	๒๔.๙๙	๒	๘.๔	๕.๒.๒

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	คำเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
					โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพและศิลปหัตถกรรม ไทยสู่สากล ด้วยนวัตกรรมและคุณค่าแห่งศิลปาชีพ (ศศป.)	๒๖๖.๑๑	๒	๘.๓	
					โครงการพัฒนาผู้ประกอบการมืออาชีพด้วยทรัพย์สินทาง ปัญญา (ทป.)	๑๔.๒	๒	๘.๑, ๘.๔	๕.๒.๑- ๕.๒.๔, ๕.๓.๔, ๕.๘.๑, ๕.๙.๒
				๔. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง โดยร่วมกับพันธมิตรภาคเอกชนและผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อเชื่อมโยง SMEs และผู้ประกอบการรายย่อยเข้าสู่ Global Value Chain ตลอดจน สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการไทย ในการไปประกอบธุรกิจใน ต่างประเทศ (พค.)	โครงการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ (พค.) - สร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพทางการค้า ธุรกิจชุมชน (MOC Biz Club)	๗.๐๐	๒	๘.๑	๕.๙.๒
					โครงการยกระดับวิสาหกิจสู่องค์กรระดับสากล (พค.) - ยกระดับการบริหารจัดการ และเชื่อมโยง เครือข่ายคลัสเตอร์สมาคมการค้าเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ธุรกิจไทย	๑.๐๐	๒	๘.๑	๕.๙.๒
				๕. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจใหม่ในอนาคต และพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น โดยส่งเสริมการต่อยอดแนวคิด นำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาสร้างและพัฒนาธุรกิจให้รองรับความต้องการและ พฤติกรรมของผู้บริโภค และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมี ธรรมาภิบาล (อคส.)	โครงการให้บริการคลังสินค้าแบบ Multiuser (อคส.)		๒	๘.๓	๕

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
				๖. ส่งเสริมพัฒนารัฐกิจบริการด้านโลจิสติกส์ให้มีศักยภาพ โดยพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล (สค. พค.)	โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ (พค.) - เพิ่มขีดความสามารถธุรกิจให้บริการ โลจิสติกส์รองรับการค้ายุคใหม่	๔.๐๐	๒	๘.๔	๕.๗.๒ เร่งด่วน ๑๐
				โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (สค.)	๒๘.๓๙	๒	๗.๑	๕.๒.๒ ๕.๗.๒ เร่งด่วน ๖	
	๔. ผู้ใช้งานระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าด้วย Blockchain เพิ่มขึ้น (ร้อยละ) (สนค.)	-	๘๕	๗. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมการตลาดภายในประเทศผ่านการสนับสนุนของภาครัฐ (สนค.)	โครงการประยุกต์ใช้ Blockchain ยกระดับเศรษฐกิจการค้าระยะที่ ๒ (สนค.)	๔.๘๒	๒	๔.๖	๕.๒.๒ ๕.๒.๓ ๕.๘.๑ เร่งด่วน ๖
๒.๒ ศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น	๑. อันดับความง่ายในการประกอบธุรกิจในด้าน การเริ่มต้นธุรกิจดี ขึ้น หรือคะแนน EoDB Score ในด้าน การเริ่มต้นธุรกิจ ไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา (อันดับ/คะแนน) (พค.)	อันดับ ๔๖ หรือ คะแนนไม่ น้อยกว่า DB ๒๐๒๐ Score	อันดับ ๔๕ หรือ คะแนนไม่ น้อยกว่า DB ๒๐๒๑ Score	๑. พัฒนาการให้บริการและอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ อาทิ Cloud Computing AI Blockchain IoT มาเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ/ให้บริการข้อมูลเศรษฐกิจการค้าทั้งในและระหว่างประเทศ และอำนวยความสะดวกทางการค้าอย่างครบวงจร มุ่งเน้นผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง (user friendly) สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย สะดวก รวดเร็ว และมีความทันสมัย สอดคล้องกับมาตรฐานสากล (พค.)	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (พค.) - ระบบให้บริการรับงบการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (DBD e-Filing) (ทดแทน) - ปรับปรุงระบบคลังข้อมูลธุรกิจ ระยะที่ ๒	๘๕.๐๐ ๑๔.๗๕	๒	๘.๔	๕.๗.๒ ๑๑.๒ เร่งด่วน ๑๐

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
๒. ผลงานวิจัย/ นวัตกรรม ข้อเสนอ เชิงนโยบายที่ได้รับ การพัฒนา/เผยแพร่ นำไปใช้ ประโยชน์/หรือต่อ ยอดในเชิงพาณิชย์ (เรื่อง) (สนค.)	๑๕	๑๖	๒. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย นวัตกรรม เพื่อพัฒนาเพิ่ม มูลค่าสินค้า/บริการ และการสร้างขีดความสามารถของไทยสู่ความเป็น ชาติการค้า (Trading Nation) รวมทั้งพัฒนาฐานข้อมูล การใช้ประโยชน์ จาก Big Data ในการเสนอมาตรการและนโยบายทางการค้าได้อย่าง ทันทั่วทั้ง อาทิ ระบบเตือนภัยรายสินค้าสำคัญ มาตรการกีดกันทางการค้า ระหว่างประเทศ (ศคพ. สนค.)	โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจการค้าไทย (สนค.) (งป ม. ๑๘.๐๗๖๑ ลบ.)	๓.๕๓	๒	๘.๔	๕.๘.๑	
				- พัฒนาศักยภาพการค้าและบริการเพื่อยกระดับ เศรษฐกิจฐานรากไทย (สนค.)		๒	๘.๔	๕.๘.๑ ๕.๙.๒ ๗.๑.๕	
				- จัดทำยุทธศาสตร์และแนวทางการขับเคลื่อนการค้า ของชาติ พ.ศ. ๒๕๖๕-๒๕๖๗		๒	๘.๔	๕.๘.๑ ๕.๙.๑ เร่งด่วน๓	
				- พัฒนานักยุทธศาสตร์การค้า		๒	๘.๔	๕.๘.๑, ๑๑.๑	
โครงการวิจัยเพื่อสร้างสะสมองค์ความรู้ที่มีศักยภาพ (ศคพ.)	๒๒.๕๐	๒	๘.๔	๕					
โครงการเพิ่มความสามารถการแข่งขันด้วยข้อมูลเศรษฐกิจ การค้า (สนค.) (งปม. ๗๔.๗๖๔๘ ลบ.)	๓๖.๔๓	๒	๘.๔	๕.๘.๑					
- พัฒนาเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า (สนค.)		๒	๘.๔	๕.๘.๑					
- จัดทำเครื่องมือเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิง พื้นที่สำหรับส่งเสริมเศรษฐกิจการค้า (Collection Google Maps Business Database for Trade Analysis) (สนค.)		๒	๘.๔	๕.๕.๓ ๕.๘.๑					
- พัฒนาระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า ปี ๒๕๖๔ (สนค.)	๑๒.๑๗	๒	๘.๔	๕.๕.๓ ๕.๘.๑ ๑๑.๓ เร่งด่วน ๑๐					
- ชื่อข้อมูลสำคัญด้านเศรษฐกิจการค้าปีงบประมาณ ๒๕๖๔ (สนค.)	๑๘.๗๘	๒	๘.๔	๕.๕.๓ ๕.๘.๑					

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
ประเด็นที่ ๓: พัฒนาขีดความสามารถและส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาาระหว่างประเทศ									
๓.๑ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น	๑. มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (สก.)	๓๗,๔๙๐	๒๔,๐๐๐	๑. ขยายตลาดสินค้าและการดำเนินธุรกิจไทยในต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นรักษาตลาดเดิม และขยายตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ส่งเสริมการค้าและบริการของไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นจุดแข็งของไทย อาทิ กลุ่มอาหาร สินค้าเกษตร ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมาตรฐานสากล และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ ในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างความเชื่อมั่น และสร้างแบรนด์ประเทศไทย รวมทั้งเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ประกอบการฐานราก และชุมชน เข้าสู่ Global Value Chain (สก. คต.)	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ (สก.)	๔๘๗.๘๑	๒	๘.๓	๕.๒.๑-๒ ๕.๓.๔ ๗.๑.๑ เร่งด่วน ๔, ๖
					โครงการสร้างแบรนด์ไทยในด้านการค้าและบริการ (สก.)	๖๐.๗๐	๒	๘.๓	๕.๒.๑-๒ เร่งด่วน ๖
					โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ (สก.)	๑๖๑.๙๐	๒	๘.๓	๔.๓ ๕.๒.๒ ๕.๕.๑ เร่งด่วน ๓
					โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล (สก.)	๑๒.๑๕	๒	๘.๓	๕.๗.๒ ๑๑.๗.๑ เร่งด่วน ๖
					โครงการขยายการค้าการลงทุนสู่สากล (คต.)	๔.๐๐	๒	๘.๑ ๘.๓	๕.๙.๒
	๒. มูลค่าการค้าชายแดน/ผ่านแดน ในจังหวัดที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (ล้านบาท) (คต.)	-	๑.๒๖	๒. ส่งเสริมการค้าชายแดน/ผ่านแดน โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการค้าการลงทุนชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ รวมทั้งบูรณาการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า ขยายตลาดสินค้าและบริการไทย สร้างเครือข่ายพันธมิตรและส่งเสริมการค้าไทยในประเทเพื่อนบ้าน ตลอดจนเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจและพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ (คต. สคพ.)	โครงการขยายการค้าการลงทุนชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (คต.)	๒๘.๐๐	๒	๖.๑ ๙.๓	๕.๕.๑ ๕.๕.๓ ๖.๑.๑-๒ ๖.๑.๔

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
	๓. มูลค่าการค้า ชายแดน/ผ่านแดน ขยายตัวเมื่อเทียบกับ ปีที่ผ่านมา (ร้อยละ) (คต.)	๓	-		โครงการพัฒนาการค้าเมืองชายแดน (ภาคใต้ชายแดน/ คต.) (งบประมาณรวม ๒.๖๔ ลบ.) - สร้างองค์ความรู้ด้านกฎระเบียบการค้าระหว่าง ประเทศให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง (ใต้ ชายแดน/คต.)	๐.๑๔			
					โครงการขยายการค้าการลงทุน (คต.)	๖.๐๐			
					โครงการพัฒนาบุคลากรด้านเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ (กิจกรรมฝึกอบรม, ประชุม/สัมมนา) (สคพ.)	๒๑.๗๕	๒	๙.๓	๕
๓.๒ ประเทศไทยเป็น หุ้นส่วนยุทธศาสตร์ กับประเทศคู่ค้าสำคัญ	๑. จำนวนการประชุม ระหว่างประเทศด้าน เศรษฐกิจการค้าและ ความร่วมมือเพื่อการ พัฒนาระหว่าง ประเทศ (ครั้ง) (จร. สนค.)	-	๘๐	๑. เจรจาความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าและการพัฒนาระหว่าง ประเทศ โดยการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้าและความร่วมมือทาง เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ เน้นส่งเสริมบทบาทของไทยในการเป็น แกนกลางของอาเซียน (ASEAN Centrality) เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การค้า รวมทั้งเพิ่มโอกาส ลดอุปสรรคทาง การค้าและแก้ไขข้อพิพาททาง การค้า ทั้งในระดับทวิภาคี ภูมิภาคและพหุภาคี ตลอดจนบูรณาการความ ร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้ากับนานาชาติ ทั้งองค์การภาครัฐและมีใช้ภาครัฐ ในทุกระดับ (จร. ทป. สนค.)	โครงการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการค้าด้วย การยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ - จัดประชุม CLMVT+ Plus ยกระดับการค้าและการ ลงทุนเพื่ออนาคต) (สนค.)	๖.๑๐	๑	๒.๒	๔.๒ ๔.๓ เร่งด่วน ๓
					งานเจรจาการประชุมนานาชาติ (จร.)	๘๕.๐๐			
					งานสร้างความมั่นใจผู้ประกอบการในการปกป้องและ คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาไทยและการเตรียมความ พร้อมของไทยด้านทรัพย์สินทางปัญญาในการเจรจา การค้าระหว่างประเทศและการจัดทำ/เข้าร่วมความตกลง เขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศคู่ค้า (ทป.)	๑.๙๗	๒	๒.๒	๔.๒, ๔.๓
	๒. จำนวนการเจรจา จัดทำความตกลง การค้าเสรีหรือความ ร่วมมือทางการค้า ระหว่างประเทศ (เรื่อง) (จร.)	๑๔	-		โครงการจัดทำเขตการค้าเสรี (จร.) (งบประมาณรวม ๘๕.๒๓ ลบ.) - การเป็นเจ้าภาพจัดประชุม FTA - การเข้าร่วมประชุม FTA ในต่างประเทศ	๕๖.๕๘ ๒๙.๕๘ ๒๗.๐๐	๑	๒.๒	๔.๒ ๔.๓ เร่งด่วน ๓

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล
ประเด็นที่ ๔: พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล									
๔.๑ องค์กรมี ประสิทธิภาพและ โปร่งใส	๑. ร้อยละความพึง พอใจของผู้ใช้บริการ (ร้อยละ) (ทุก หน่วยงาน)	๘๕	๘๕	๑. พัฒนารูปแบบการบริการประชาชนให้มีความสะดวกสามารถ เชื่อมโยงกับหลายหน่วยงาน นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอด กระบวนการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน/หลักการสากลและปรับวิธีการ ทำงานให้เป็น “การให้บริการที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ” (ทุก หน่วยงาน)	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบให้บริการและการ บริหารงานของกระทรวงพาณิชย์ (สป.) งบประมาณรวม ๑๒๘.๘๖ ลบ.)	<input type="checkbox"/>	๖	๒๐.๑	๑๑.๒ ๑๑.๗.๑ เร่งด่วน ๑๐
					- พัฒนาระบบบริหารกิจกรรมและฐานข้อมูล Big Data ผู้รับบริการกระทรวงพาณิชย์ - พัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียน	๖.๐๐ ๘.๗๔			
					โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และการให้บริการ ด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร (สวอ.)	๑๗.๐๔	๒	๒๐.๑	๕.๒.๒
					พัฒนาระบบการควบคุมคุณภาพการตรวจสอบ (Quality Control) ของระบบจดทะเบียนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร (e-Patent) ให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ทป.)	๑๖.๘๐	๖	๒๐.๑	๑๑.๒
					พัฒนาระบบบริการกลางทรัพย์สินทางปัญญา (IP Center Service) เพื่อรองรับการเป็นรัฐบาลดิจิทัล (ทป.)	๑๖.๒๒			
				ปรับปรุงระบบเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายแบบเสมือน (Virtual Server and Desktop Infrastructure) (ทป.)	๗.๙๕				

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)		
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบายรัฐบาล
	๒. จำนวน กระบวนการ ให้บริการประชาชนที่จะปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล (กระบวนการ) (สป. คต. สวอ. ทป.)	๔	๖		โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศด้วยนวัตกรรมดิจิทัล (คต.)	๖๗.๖๐	๖	๒๐.๑	๑๑.๒
					พัฒนาระบบสิทธิบัตรการออกแบบ (e-Patent Design) ในส่วนของกระบวนการงาน (work flow) และระบบยื่นคำขอจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) (ทป.)	๑๐.๓๗	๖	๒๐.๑	๑๑.๒
					โครงการยกระดับการดำเนินการและการให้บริการด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม (สวอ.)	๒๕.๔๗	๒	๒๐.๑	๕.๒.๒
๓. ร้อยละของ บุคลากรที่มีค่านิยม และพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการปฏิบัติงาน (ร้อยละ) (กพร.)	๖๐	๗๐	๒. พัฒนาบุคลากรให้มีค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ รวมทั้งมีความรู้ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็น ในการปฏิบัติงาน (skillset) และปรับตัวให้ทันสมัย พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงมีทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการใช้ภาษา และทักษะด้านดิจิทัล เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของกระทรวงฯ (ทุกหน่วยงาน)	งานพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มศักยภาพองค์กรรองรับ พหุนิยมยุคใหม่ (สป.)	๒๕.๓๐	๖	๒๐.๔ ๒๐.๕	๑๑.๑ ๑๑.๕	
				งานพัฒนาทักษะดิจิทัลบุคลากรกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (จร.)	๒.๐๐	๖	๒๐.๔ ๒๐.๕	๑๑.๑ ๑๑.๕	
๔. ร้อยละของ บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะ ตามเกณฑ์ที่กำหนด (ทุกหน่วยงาน)	๗๕	๘๐	๓. บริหารจัดการบุคลากรให้สอดคล้องกับความจำเป็นและภารกิจ สามารถขับเคลื่อนการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ และให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ด้วยการวางแผนอัตรากำลัง การจัดทำเส้นทางความก้าวหน้า การวางมาตรการดึงดูดคนรุ่นใหม่เข้าสู่หน่วยงาน และการบริหารกำลังคนคุณภาพในระดับกระทรวง (Talent Management) (ทุกหน่วยงาน)	งานพัฒนาและเสริมสร้างบุคลากรกรมทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)	๑.๗๘	๖	๒๐.๕	๑๑.๑ ๑๑.๕	
				งานพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ (คต.)	๐.๔๐	๖	๒๐.๔	๑๑.๑ ๑๑.๕	
				การสร้างนักเจรจาการค้าระหว่างประเทศมืออาชีพ (จร.)	๐.๕๘	๖	๒๐.๔	๑๑.๑ ๑๑.๕	

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ความสอดคล้อง (รายโครงการ)											
		๖๓	๖๔				ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล									
เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	๖๓	๖๔	แนวทาง	โครงการ/งานสำคัญ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ยุทธศาสตร์ ชาติ (Z)	แผนแม่บทฯ และแผนย่อย (Y2.Y1)	นโยบาย รัฐบาล	๕. ร้อยละของโครงการที่มีผลสัมฤทธิ์ต่อเป้าหมายกระทรวงฯ (สป.)	๗๘	๗๙	๕. พัฒนาและขับเคลื่อนภารกิจเชิงยุทธศาสตร์ โดยจัดทำแผนปฏิบัติราชการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ กำกับดูแล ติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนงาน/โครงการ ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์กร โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากร (ทุกหน่วยงาน)	งานพัฒนาการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์และติดตามผลการดำเนินการกิจของกระทรวงพาณิชย์	-	๖	๒๐.๒	๑๑.๑ ๑๑.๕
										๖. คะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสหน่วยงานภาครัฐ (ร้อยละ) (สปท.)	๘๕	๘๕	๕. ป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมให้แก่บุคลากรทุกระดับ ด้วยการปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกอย่างต่อเนื่อง วางระบบและพัฒนากลไกด้านการป้องกันการทุจริตให้เข้มแข็ง และมีการบูรณาการกับภาคีเครือข่าย รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการข้อร้องเรียน การปราบปราม โดยเฉพาะการลงโทษทางวินัยที่รวดเร็วและเข้มงวด (ทุกหน่วยงาน)	โครงการพัฒนาจิตสำนึกและความเข้มแข็งของกลไกต่อต้านการทุจริตของกระทรวงพาณิชย์ (สป.)	๒.๐๐	๖	๒๑.๑	๑๑.๕ ๑๒.๑
										งานส่งเสริมธรรมภิบาลของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศตามศาสตร์พระราชา (จร.)	๑.๒๗	๖	๒๑.๑	๑๑.๕ ๑๒.๑ เร่งด่วน ๘				
											โครงการเสริมสร้างความรู้ จิตสำนึกและคุ้มครองจริยธรรมในการปฏิบัติงาน (คน.)	๑.๔๙	๖	๒๑.๑	๑๒.๑ เร่งด่วน ๘			
											งานส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของกรมการค้าต่างประเทศ (คต.)	๐.๕๐	๖	๒๑.๑	๑๑.๕-๖ ๑๒.๑			
										๗. จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับ ความคุ้มครอง (คำขอ) (ทป.)	๓๕,๐๐๐	๓๕,๐๐๐	๖. พัฒนาบริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล (ทป.)	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)	๒๙.๖๔	๖	๒๐.๑	๑๑.๒
														โครงการพัฒนาระบบการตรวจค้นเอกสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการตรวจสอบคำขอสิทธิบัตร (ทป.)	๕.๐๐			
														โครงการแปลงรายการสินค้าหรือบริการคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ (ทป.)	๓.๐๐			

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน (สป.)
๑๓ เมษายน ๒๕๖๓ เวลา ๐๙.๔๕ น.

ภาคผนวก ก

การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์

การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ (SWOT Analysis) เป็นการประเมินจากจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน (Internal Factors) และการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจการค้า โดยจากผลการวิเคราะห์นี้จะนำไปจัดทำ TOWS Matrix เพื่อหามาตรการที่เกี่ยวข้องและแนวทางการดำเนินงานต่อไป

๑. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors) วิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (Internal Factors) โดยใช้หลักการ The McKinsey ๗S Framework ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ใน ๗ มิติ ได้แก่ โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ การบริหารจัดการ บุคลากร ทัศนคติ ระบบการทำงาน และค่านิยมร่วม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

Strengths (จุดแข็ง)	Weaknesses (จุดอ่อน)
๑. Structure (โครงสร้างองค์กร)	
<ul style="list-style-type: none"> ● กระทรวงพาณิชย์มีหน่วยงานครอบคลุมทุกพื้นที่ทั้งในส่วนกลาง ภูมิภาคและต่างประเทศที่ขับเคลื่อนการทำงานทั้งจาก Local สู่ Local และ จาก Local สู่ Global ● การบริหารงานในส่วนภูมิภาคแบบ One Roof ทำให้เกิดการบูรณาการการทำงาน การปฏิบัติภารกิจของหน่วยงานมีเอกภาพ ไม่ซ้ำซ้อน ● กระทรวงพาณิชย์มีหน่วยงานสังกัดครบรูปแบบตั้งแต่ส่วนราชการที่กำกับดูแลด้านนโยบาย กฎหมาย และระเบียบ รัฐวิสาหกิจ และสถาบันด้านการวิจัยและพัฒนาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการค้า การพัฒนาผู้ประกอบการ และการพัฒนาสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ● องค์กรมีขนาดใหญ่ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรเพื่อให้เหมาะสมกับพลวัต หรือพัฒนาการด้านต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่ค่อยคล่องตัว และต้องใช้เวลาดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง
๒. Strategy (กลยุทธ์)	
<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้บริหารพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่อพลวัตด้านต่างๆ อาทิ การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายของประเทศ พัฒนาการด้านเศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ● มีกรอบนโยบายในการปฏิบัติภารกิจที่ชัดเจน เช่น ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การวางแผนกลยุทธ์ในภาพรวมของแต่ละหน่วยงานมักดำเนินการแยกกัน และมีลักษณะเป็นการดำเนินการล่วงหน้า ทำให้ต้องใช้เวลาปรับประสานและสื่อสารนโยบายในภาพรวมมาก ● กระทรวงฯ ยังไม่มีแนวทาง แผนงาน โครงการ ที่เป็นรูปธรรมเพื่อขับเคลื่อนนโยบายด้านเศรษฐกิจ/การค้ากับสิ่งแวดล้อม (BCG – Bio, Circular and Green Economy)

Strengths (จุดแข็ง)	Weaknesses (จุดอ่อน)
๓. Style (รูปแบบการบริหารจัดการ)	
<ul style="list-style-type: none"> ● มีระบบการบริหารจัดการที่เป็นขั้นตอนชัดเจน ● มีกลไกการประชุมของผู้บริหารระดับสูงเพื่อติดตามผลการดำเนินงานที่สำคัญ และการเบิกจ่ายงบประมาณสม่ำเสมอ ทำให้องค์กรมีความสามารถในการปรับทิศทางนโยบายได้เร็วในกรณีที่ต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลง/สถานการณ์เร่งด่วนได้ ● มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ปรับปรุงคุณภาพการบริหารจัดการในองค์กรหลายด้าน เช่น ด้านงบประมาณและด้านบุคลากร ● มีการนำเทคโนโลยีมาปรับปรุงบริการอย่างสม่ำเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรในระดับกระทรวงยังไม่สามารถเชื่อมโยงระบบของแต่ละหน่วยงานได้อย่างสมบูรณ์ และการปรับปรุงฮาร์ดแวร์ของระบบขึ้นอยู่กับงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรในแต่ละปีงบประมาณ ● การสื่อสารระหว่างหน่วยงานตามขั้นตอนของระบบราชการยังใช้เวลานาน ทำให้การดำเนินงานเกิดขึ้นได้ช้า ● การแก้ไขปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ/ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์หรือบริบทปัจจุบันของประเทศ ต้องใช้เวลานาน
๔. Staff (บุคลากร)	
<ul style="list-style-type: none"> ● กระทรวงพาณิชย์มีบุคลากรที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั้งในส่วนกลาง ภูมิภาคและต่างประเทศ ● บุคลากรมีความพร้อมรับการพัฒนา รวมทั้งมีศักยภาพในการดำเนินการตามนโยบายในรูปแบบที่หลากหลาย ● องค์กรมีหน่วยงานที่ปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการ และพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นการเฉพาะ ● ผู้บริหารและบุคลากรให้ความสำคัญต่อการดำเนินการเพื่อป้องกัน และลดโอกาสการเกิดปัญหาทุจริตคอร์รัปชันในการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก 	<ul style="list-style-type: none"> ● บุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะทาง/ระดับเทคนิคมีไม่เพียงพอ เช่น ด้านทรัพย์สินทางปัญญา ด้านกฎหมาย ด้านการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ด้าน IT รวมถึง Data Scientist ● การถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะจากรุ่นสู่รุ่นของบุคลากรยังดำเนินการไม่ได้อย่างสมบูรณ์เต็มที่ ทำให้การทำงานขาดความต่อเนื่องในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลากร (โอน ย้าย เกษียณอายุราชการ เสียชีวิต ลาออก)
๕. Skills (ทักษะ)	
<ul style="list-style-type: none"> ● บุคลากรมีองค์ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน มีความเข้าใจและเชี่ยวชาญในงานภายใต้ความรับผิดชอบมากพอสมควร ● บุคลากรในกระทรวง (สค. และ สป./สปจ.) มีศักยภาพและความพร้อมในการจัดกิจกรรมการค้ารูปแบบต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ การจัดงานแสดงสินค้าหรือร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในไทยและในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมการเจรจาจับคู่ธุรกิจทั้งในไทยและในต่างประเทศ การจัดคณะผู้แทนการค้า ในต่างประเทศเยือนไทยและจัดคณะผู้แทนไทยเยือนต่างประเทศ การจัดการประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● บุคลากรมีข้อจำกัดในการสร้างองค์ความรู้ที่ครอบคลุมทุกภารกิจหลักของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงฯ ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพเมื่อมีการหมุนเวียน/ย้ายงาน ● มีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาทักษะด้านภาษาที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ หรือการปฏิบัติงานที่สืบเนื่องจากพันธกรณีระหว่างประเทศของไทยให้แก่บุคลากร

Strengths (จุดแข็ง)	Weaknesses (จุดอ่อน)
๖. System (ระบบการทำงาน)	
<ul style="list-style-type: none"> ● กระทรวงพาณิชย์มีฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้าที่สามารถนำมาวิเคราะห์ใช้ประโยชน์ในเชิงลึก รวมทั้งมีการพัฒนางานด้านบริการโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่ ● มีทรัพยากรด้านฮาร์ดแวร์ดีพอสมควร ● มีโอกาสได้รับงบประมาณที่จะนำมาใช้ในการยกระดับทรัพยากรด้านเทคโนโลยีที่จะพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงาน/การให้บริการขององค์กร ● ผู้บริหารระดับสูงและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากส่วนกลางสามารถสื่อสารกับบุคลากรใน ๗๖ จังหวัดได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ผ่านระบบ Web Conference ซึ่งได้รับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารสูง 	<ul style="list-style-type: none"> ● การบูรณาการข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเพื่อการวิเคราะห์เชิงลึก และใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ ● การทบทวนกฎหมายในภาพรวมของกระทรวง และความสอดคล้องระหว่างกฎหมายในกำกับดูแล กระทรวงกับกฎหมายของหน่วยงานอื่นๆ ใช้เวลานาน หากมีความจำเป็นต้องการบูรณาการด้านนโยบายกับกระทรวงอื่นๆ อาจไม่สามารถดำเนินการได้ในทันที ● การบูรณาการกิจกรรมของหน่วยงานในกระทรวงฯ ยังไม่สมบูรณ์ ส่งผลให้บางโครงการไม่ได้รับงบประมาณหรือได้รับงบประมาณน้อย กระทรวงฯ จึงยังสร้างผลงานที่สะท้อนผลการดำเนินงานระดับประเทศไม่ได้เต็มที่
๗. Shared Value (ค่านิยมร่วม)	
<ul style="list-style-type: none"> ● กระทรวงพาณิชย์มีการกำหนดค่านิยมขององค์กรที่ชัดเจน และมีการสื่อสารค่านิยมดังกล่าว 	<ul style="list-style-type: none"> ● บุคลากรบางส่วนอาจสับสนระหว่างค่านิยมของกระทรวง กับค่านิยมของหน่วยงานต้นสังกัด

๒. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกเป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการค้า โดยพิจารณาใน ๖ มิติหลัก ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

Opportunities (โอกาส)	Threats (อุปสรรค)
๑. Politics (การเมือง/นโยบาย/กฎเกณฑ์/กฎหมาย)	
<ul style="list-style-type: none"> ● รัฐบาลมีนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ อาทิ การส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับ การยกระดับประเทศด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ การส่งเสริมภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ รวมทั้งการปฏิรูปประเทศด้านต่างๆ ● รัฐบาลส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องบูรณาการการทำงานเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาการค้าของประเทศ ● รัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาการค้าของประเทศที่สอดคล้องกับภารกิจของกระทรวงพาณิชย์ เช่น ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรด้วยทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริม e-Commerce 	<ul style="list-style-type: none"> ● การแก้ไขปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ/ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์หรือบริบทปัจจุบันของประเทศ ต้องใช้เวลานาน ● การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าในอนาคต อาจมีความสัมพันธ์กับประเด็นด้านความมั่นคงและประเด็นการเมืองมากขึ้น ● การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานในประเทศอาจทำได้ไม่สะดวก เพราะแต่ละหน่วยงานมีกรอบภารกิจที่กำหนดตามกฎหมายเป็นของตนเอง และมีกฎหมายในการกำกับดูแลมาก ซึ่งการทบทวนแก้ไขให้สอดคล้องกันในภาพรวมต้องใช้เวลามาก
๒. Economic (เศรษฐกิจ)	
<ul style="list-style-type: none"> ● การเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) อาทิ จีน อินเดีย รัสเซีย รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) เป็นโอกาสในการขยายการค้า และการลงทุนของไทย ● ไทยมีตำแหน่งที่ตั้งที่สามารถเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนและเป็นประตูจากอาเซียนสู่เอเชีย ● การรวมกลุ่มและความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งนโยบายของประเทศคู่ค้าสำคัญ (อาทิ One Belt One Road ของจีน) เอื้อต่อการขยายการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ ● ประเทศไทยมีทรัพยากรที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ และมีสินค้าเกษตรที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้ เช่น สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น พิษณุพนไพร รวมถึงสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● สินค้าเกษตรมักประสบปัญหาราคาและปริมาณผลผลิตการเกษตรมีความผันผวน และผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ● ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการกระจายความเจริญเติบโต และการเข้าถึงเทคโนโลยี ● การขยายตัวของนายทุนรายใหญ่ในธุรกิจต่างๆ อาทิ Modern Trade, e-Commerce ส่งผลกระทบต่อช่องทาง การซื้อขายของผู้บริโภค และการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยและวิถีการค้าแบบดั้งเดิม ● ประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจที่ไม่ใหญ่มาก และค่อนข้างเปิดจึงมีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการปรับเปลี่ยนนโยบายการค้า/ท่าทีของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ (เช่น กรณี Trade War) รวมทั้งผลกระทบในเรื่องค่าเงินบาท

Opportunities (โอกาส)	Threats (อุปสรรค)
<ul style="list-style-type: none"> ● ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก และรัฐบาลยังส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการฐานรากและชุมชนได้ ● ประเทศไทยมีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของอาเซียน ดังนั้น โอกาสในการพัฒนาผู้ประกอบการและสินค้านวัตกรรมสูงกว่าประเทศอื่นในภูมิภาค การส่งเสริมผู้ประกอบการ New S-Curve มีความเป็นไปได้สูง 	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจระดับโลกอยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียน (สิงคโปร์ อันดับ ๑ ของโลก จากดัชนีขีดความสามารถทางการแข่งขันระดับโลกของสภาเศรษฐกิจโลก (WEF) โดยไทยอยู่ในอันดับ ๓๘) ● ไทยยังคงเป็นประเทศที่ต้องพึ่งการส่งออก มีต้นทุนด้านโลจิสติกส์สูง การคมนาคมยังไม่มี การเชื่อมต่อกันอย่างเป็นระบบ ทั้งการเคลื่อนย้ายบุคคลและสินค้า ● ความเชื่อมโยงและการพึ่งพากันทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับนานาประเทศอาจทำให้ไทยมีความอ่อนไหวต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความผันผวน/เหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เช่น ภัยพิบัติ โรคระบาด) ● การคาดการณ์เศรษฐกิจโลกยังมีแนวโน้มซบเซาต่อไปอีกภายในระยะเวลา ๓ - ๕ ปี
๓. Social (สังคมและวัฒนธรรม)	
<ul style="list-style-type: none"> ● แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เช่น กระแสรักสุขภาพ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การเข้าสู่สังคมเมือง เป็นโอกาสในการขยายตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม อาทิ เกษตรอินทรีย์ สินค้าเพื่อสุขภาพ สินค้านวัตกรรมที่เกี่ยวกับผู้สูงวัย และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ● ประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์และวัฒนธรรม มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งมีความแตกต่างด้านวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค ซึ่งสามารถสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการระดับฐานรากหรือระดับชุมชนได้ ● ไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมีความเชื่อมโยงด้านสังคมและวัฒนธรรมระหว่างกันอย่างใกล้ชิด ทั้งในระดับประเทศ และระดับเมือง ● ธุรกิจบันเทิงของต่างประเทศเข้ามามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคไทย โดยเฉพาะวัยรุ่น ทำให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรม และเกิดความหลากหลายทางความคิดและวิถีการดำรงชีวิตของคนไทยมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนวัยทำงาน/แรงงานรุ่นใหม่ในตลาดแรงงานของประเทศ และประสิทธิภาพการผลิตและปัญหาการปรับตัวสู่การดำรงชีวิตร่วมกับสิ่งแวดล้อมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ของผู้สูงอายุ ● การขยายตัวของสังคมเมืองทำให้เกิดปัญหาข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ ● การจ้างแรงงานชาวต่างชาติ (จากประเทศเพื่อนบ้าน) มาทำงานแทนแรงงานไทยเป็นจำนวนมาก อาจเพิ่มโอกาสการเกิดปัญหาสังคมบางเรื่องได้ เช่น โรคติดต่อ ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด

Opportunities (โอกาส)	Threats (อุปสรรค)
<ul style="list-style-type: none"> แนวโน้มการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคในหลายประเทศเข้าสู่ยุค Lazy Economy ซึ่งนิยมจับจ่ายสินค้าต่างๆ ผ่านร้านค้าออนไลน์ เป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการผลิตสินค้าเข้าสู่ตลาดต่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของหลายประเทศ (เช่น Alibaba ของจีน Amazon ของสหรัฐฯ เป็นต้น) 	
๔. Environment (สิ่งแวดล้อม)	
<ul style="list-style-type: none"> ประเทศไทยมีความได้เปรียบในตำแหน่งที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจในภูมิภาคและเป็นประตูสู่เอเชีย ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจเป็นโอกาสสำหรับการส่งออกสินค้าบางประเภทของไทย ไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าเกษตรพื้นถิ่น เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันสินค้าเกษตรอินทรีย์ผลิตไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกจากปัจจัยต่างๆ อาทิ อัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมัน ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจ ส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของไทยหลายด้าน เช่น ต้นทุนการผลิต ราคาสินค้า ค่าครองชีพ การส่งออก รวมไปถึงการย้ายฐานการผลิตของบริษัทต่างชาติ นโยบาย ภาวะเปราะบาง และมาตรการกีดกันทางการค้าที่มาตรการทางภาษีและที่มิใช่ภาษีของประเทศต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดสินค้าไทยในต่างประเทศ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าไทย ยังไม่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล กระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยเฉพาะเรื่องบรรจุภัณฑ์ เช่น การลดละเลิกใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติก การนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องมียอดต้นทุนในการปรับตัวเพื่อรองรับกระแสรักษ์โลก
๕. Technology (เทคโนโลยี)	
<ul style="list-style-type: none"> ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัล อาทิ Big Data IoT Cloud Computing AI Blockchain รวมทั้งการสื่อสารผ่าน Social Media ช่วยสร้างเป็นโอกาสทางธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ อาทิ การค้าออนไลน์ บริการวิเคราะห์ข้อมูล พัฒนาการทางเทคโนโลยี เครื่องมือสื่อสาร ช่วยให้กระทรวงสามารถส่งผ่านข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ไปยังประชาชนได้ง่ายขึ้น ประชากรรุ่นใหม่ของไทยสนใจและพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้เทคโนโลยีในการขยายธุรกิจ หรือพัฒนาธุรกิจรูปแบบใหม่ มีความอ่อนไหวต่อการคุกคามความปลอดภัยของข้อมูล และความปลอดภัยทางไซเบอร์ การนำนวัตกรรม งานวิจัย และเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ยังอยู่ในวงจำกัด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้ประกอบการมีข้อจำกัดเรื่องการเงินแหล่งทุน ประชาชนที่มีรายได้น้อยอาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล อาจเข้าถึงเทคโนโลยีได้ไม่มาก

Opportunities (โอกาส)	Threats (อุปสรรค)
๖. Stakeholders (ลูกค้า/ผู้รับบริการ)	
<ul style="list-style-type: none"> ● กระทรวงพาณิชย์มีลูกค้า/ผู้รับบริการที่หลากหลาย ตั้งแต่ประชาชนทั่วไป ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้แทนองค์กรระหว่างประเทศ ทำให้กระทรวงสามารถเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย และสร้างเครือข่ายการทำงานได้สะดวก ● ผู้รับบริการมีความพร้อมที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดทิศทางนโยบายและตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงกระทรวงพาณิชย์มากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ประกอบการ/เกษตรกรบางส่วนยังขาดความพร้อมในการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลง เช่น ขาดแหล่งทุน ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี ● กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักๆ (ได้แก่เกษตรกร ผู้บริโภค ผู้ประกอบการรายใหญ่ ผู้ส่งออก) มีความต้องการไม่ตรงกันและมักจะตกอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่เป็น Zero Sum Game ● เกษตรกรหรือประชาชนที่มีรายได้น้อยในพื้นที่ห่างไกลอาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ หรืออินเทอร์เน็ต ทำให้กระทรวงยังคงต้องใช้กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลแบบดั้งเดิม (เช่น จดหมาย หนังสือ ติตประกาศ การลงพื้นที่ของบุคลากรกระทรวง) ต่อไป

๓. TOWS Matrix

ผลการวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์สามารถนำมาจัดทำมาตรการเชิงกลยุทธ์ได้ดังนี้

SO กลยุทธ์เชิงรุก	WO กลยุทธ์ปรับปรุง
<ul style="list-style-type: none"> ● ส่งเสริมการเกษตรสร้างมูลค่าตามยุทธศาสตร์ชาติ เช่น เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย ● ส่งเสริมอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ตามทิศทาง Bio, Circular, Green (BCG) Economy New S-Curve และ Lazy Economy ● สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคำนึงถึงแนวโน้มความต้องการของตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากความตกลงทางเศรษฐกิจของไทย ● บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาศักยภาพโลจิสติกส์ของประเทศ ● ให้ความสำคัญต่อการทบทวน แก้ไข และปรับปรุง กฎหมาย และกฎระเบียบ ให้เอื้อต่อการพัฒนา นวัตกรรมและสร้างความสามารถในการแข่งขันทางการค้า ● พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทุกระดับ ● เชื่อมโยงการค้ากับการท่องเที่ยว ● ส่งเสริมการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงเครือข่าย เพื่อต่อยอดในการดำเนินธุรกิจ ● ส่งเสริมบทบาทการเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ กับต่างประเทศ เพื่อขยายความร่วมมือทางการค้า การพัฒนา การถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี และขยายส่งเสริมการค้าชายแดน ● เจรจาขยายโอกาสทางการค้าเชิงรุก ● ประชาสัมพันธ์เผยแพร่เครื่องหมายรับรองคุณภาพ สินค้าของไทยที่อยู่ในความดูแลของกระทรวง พาณิชย์ (เช่น เครื่องหมายรวงข้าว มาตรฐานข้าว ของไทย Demark Award PM Award เครื่องหมาย Thai Select) ให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของไทย ● ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งทุนได้ง่ายขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร โดยนำระบบอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาเพิ่มประสิทธิภาพระบบการปฏิบัติงาน ● พัฒนาศักยภาพบุคลากร รวมทั้งเตรียมวางแผน กำลังคนเพื่อทดแทนผู้เกษียณอายุราชการ ● ให้ความสำคัญต่อการสร้างบุคลากรด้านการ วิเคราะห์เชิงลึกและใช้ประโยชน์จากข้อมูล ● พัฒนาการให้บริการข้อมูลและอำนวยความสะดวก ทางการค้า โดยบูรณาการการใช้ประโยชน์ข้อมูล และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มประสิทธิภาพ ในการบริหารจัดการ และวิเคราะห์ข้อมูล ● วางแผนและดำเนินการพัฒนาระดับโครงสร้าง พื้นฐานทางเทคโนโลยีต่างๆ เช่น เทคโนโลยี สารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ระบบการประมวลผล แบบกลุ่มเมฆ ที่สามารถใช้งานร่วมกับระบบเดิมที่มี อยู่ได้ ● วางแผนด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมี ประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเรื่อง Talent Management เพื่อให้กระทรวงฯ สามารถรักษา ระดับความเป็นองค์กรชั้นนำด้านคุณภาพ บุคลากร ● ศึกษาความเป็นชาติการค้าของประเทศที่ประสบความสำเร็จ เช่น สิงคโปร์ เพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาการค้าของไทย ซึ่งจะส่งผลต่อการ ก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงต่อไป ● ประสานงาน แบ่งปันข้อมูลกับหน่วยงานด้านการ ต่างประเทศและความมั่นคงเพื่อให้นโยบาย ทางเศรษฐกิจและการค้าสอดคล้องกับนโยบาย การต่างประเทศและความมั่นคงของประเทศ มากขึ้น

SO กลยุทธ์เชิงรุก	WO กลยุทธ์ปรับปรุง
<ul style="list-style-type: none"> ● ส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการค้าในรูปแบบต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มกิจกรรมในตลาดเอเชียและอาเซียน - เพิ่มสินค้าและบริการที่มีศักยภาพ เช่น สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น พืชสมุนไพรเกษตรอินทรีย์ สินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าในกลุ่ม New S-Curve สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ธุรกิจบันเทิง และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Lazy Economy <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มผู้ประกอบการฐานรากและชุมชน ● ส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้เทคโนโลยีแทนการใช้แรงงาน เพื่อลดการจ้างแรงงานต่างชาติ รวมทั้งเพื่อคุณภาพสินค้า สุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภคทั้งสำหรับตลาดในประเทศและต่างประเทศ 	
ST กลยุทธ์เชิงป้องกัน	WT กลยุทธ์หลีกเลี่ยง
<ul style="list-style-type: none"> ● ส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศ และส่งเสริมการให้ผู้ประกอบการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปต่อยอดใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ● ติดตามกำกับดูแลค่าครองชีพประชาชน และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า ● ยกระดับราคาสินค้าเกษตร โดยใช้มาตรการอุดหนุนที่เหมาะสม และเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐ เอกชนเพื่อขยายช่องทางตลาดสินค้าเกษตรทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ● พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการโดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการที่ยังไม่มีความเข้มแข็ง ให้สามารถรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ โดยส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ ● ใช้มาตรการปกป้อง/เยียวยาทางการค้าอย่างเหมาะสม ● จัดให้หน่วยงานมีกฎหมาย มาตรการ บุคลากร และเครื่องมือ (Hardware/Software) ด้านการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่เข้มแข็งและรัดกุม 	<ul style="list-style-type: none"> ● พัฒนาระบบเฝ้าระวังเตือนภัยทางการค้าเพื่อวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ทางการค้า (โดยอาจเริ่มจากสินค้าสำคัญ เช่น สินค้าเกษตร) และส่งสัญญาณต่อผู้บริหาร เพื่อเตรียมหามาตรการรองรับผลกระทบ ● ปรับปรุงโครงสร้างและวางแผนอัตราค่าสิ่งอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาให้บุคลากรมีขีดความสามารถและเพียงพอรองรับการค้าเงินการกิจสำคัญของกระทรวงฯ ทั้งในส่วนกลาง ภูมิภาค และต่างประเทศ ● กำหนดการดำเนินโครงการของแต่ละกรมให้ชัดเจนเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน และเพื่อให้การดำเนินงานในภาพรวมของกระทรวงฯ มีความเป็นเอกภาพ สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานระดับประเทศได้

ภาคผนวก ข

ฝั่งแสดงความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2564

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	1. ความมั่นคง		2. การสร้างความสามารถในการแข่งขัน							4. การสร้างโอกาส ความเสมอภาค และเท่าเทียมกันทางสังคม		6. การปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ								
แผนแม่บท (13 ประเด็น)	1. ความมั่นคง	2. การต่างประเทศ	3. การเกษตร	4. อุตสาหกรรมและ บริการแห่งอนาคต	5. การท่องเที่ยว	6. พื้นที่และเมืองนำอยู่ อัจฉริยะ	9. เขตเศรษฐกิจพิเศษ	7. โครงสร้างพื้นฐาน ระบบ โลจิสติกส์ และดิจิทัล	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมยุคใหม่		16. เศรษฐกิจฐานราก	17. ความเสมอภาคและ หลักประกันทางสังคม	20. การบริการประชาชน และ ประสิทธิภาพภาครัฐ	21.ต่อต้านการทุจริต และประพฤติมิชอบ						
เป้าหมาย แผนแม่บท	ประชาชนอยู่ดี กินดีและมีมาตรฐานชีวิตขึ้น	การค้าต่างประเทศไทยมี เอกภาพท่าเรือไทยมีความ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มาตรฐานสากล และมี เกียรติภูมิในประชาคมโลก	GDP ในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น	การขยายตัวของ GDP ใน สาขาอุตสาหกรรมและ บริการ	GDP ด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น	ประเทศไทยมีขีดความสามารถ ในการแข่งขันสูงขึ้น เกิด ศูนย์กลางความเจริญทาง เศรษฐกิจและสังคมในทุก ภูมิภาคของประเทศเพื่อกระจาย ความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม	การเจริญเติบโตของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ พื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น	ความสามารถในการ แข่งขันด้านโครงสร้าง พื้นฐานของประเทศดีขึ้น	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่ม มากขึ้น		รายได้ของประชากรกลุ่ม รายได้น้อยเพิ่มขึ้นอย่าง กระจายและอย่างต่อเนื่อง	คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครอง และมีหลักประกันทางสังคม เพิ่มขึ้น	20.1 การบริการประชาชน และ ประสิทธิภาพภาครัฐ	21.1 ต่อต้านการทุจริต และประพฤติมิชอบ						
แผนแม่บทย่อย	1.2 การมีองค์และแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง	2.2 ความร่วมมือด้าน ศก. และความร่วมมือเพื่อการ พัฒนาระหว่างปท.	3.1 เกษตรอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น 3.2 เกษตรปลอดภัย 3.4 เกษตรแปรรูป 3.5 เกษตรอัจฉริยะ	4.6 การพัฒนาระบบนิเวศ อุตสาหกรรมและบริการ แห่งอนาคต	5.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ วัฒนธรรม	6.1 การพัฒนาเมืองนำอยู่ อัจฉริยะ	9.3 การพัฒนาเขต เศรษฐกิจพิเศษชายแดน	7.1 โครงสร้างพื้นฐาน ด้านคมนาคมและ ระบบโลจิสติกส์	8.1 การสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ 8.3 การสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาด 8.4 การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่		16.1 กระจายระดับศักยภาพการ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 16.2 การสร้างสภาพ แวดล้อม และกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจฐานราก	17.1 คนไทยทุกคนได้รับการ คุ้มครองและมีหลักประกันทาง สังคมเพิ่มขึ้น	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน 20.2 การบริหารจัดการการเงิน การคลัง 20.4 การพัฒนาระบบบริหารงาน ภาครัฐ 20.5 การสร้างและพัฒนา บุคลากรภาครัฐ	21.1 การป้องกัน การทุจริตและประพฤติมิชอบ						
เป้าหมาย แผนแม่บทย่อย	1.2 ภาคได้มีความสงบสุขพร้อม	2.2 ประเทศไทยเป็นหนึ่งใน ศูนย์กลางการค้า การ ลงทุน การบริการ และ ความเชื่อมโยงที่สำคัญใน ภูมิภาคเอเชีย โดยมีระบบ เศรษฐกิจที่เน้นนวัตกรรม สืบเนื่อง	3.1 สินค้าเกษตรอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น 3.2 สินค้าเกษตรปลอดภัยมี มูลค่าเพิ่มขึ้น 3.4 สินค้าเกษตรแปรรูปและ ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 3.5. สินค้าที่ได้จากเทคโนโลยี สมัยใหม่/อัจฉริยะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 3.6 ประสิทธิภาพการผลิต สินค้าเกษตรต่อหน่วยมี การปรับตัวเพิ่มขึ้น	4.6 ประเทศไทย มีความสามารถในการ แข่งขันด้านดิจิทัลในด้าน ความพร้อมในอนาคต	5.1 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์และวัฒนธรรม จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เพิ่มขึ้น (3) สินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรมได้รับการขึ้น ทะเบียนทรัพย์สินทาง นิญญาเพิ่มขึ้น	เมืองในพื้นที่เป้าหมายที่ได้รับ การพัฒนา เพื่อกระจายความ เจริญและความเหลื่อมล้ำ ในทุกมิติ	9.3 การขยายตัวของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ พื้นที่เขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษชายแดน เพิ่มขึ้น	7.1 ประสิทธิภาพ ด้านโลจิสติกส์ระหว่าง ประเทศของประเทศไทยดีขึ้น	8.1 - การขยายตัวของวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้น - ความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล 8.3 - มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเพิ่มขึ้น - ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยดีขึ้น - การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น 8.4 อันดับนโยบายของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจและผู้ประกอบการด้านการสนับสนุน และความสอดคล้องของนโยบายดีขึ้น		16.1 ศักยภาพและขีด ความสามารถของเศรษฐกิจ ฐานรากเพิ่มขึ้น 16.2 ผู้ประกอบการเศรษฐกิจ ฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่าง ต่อเนื่อง	17.1 คนไทยทุกคน โดยเฉพาะ กลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่ม เปราะบางได้รับการคุ้มครอง และมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น	21.1 - ประชาชนมี วัฒนธรรมและพฤติกรรม ชีววิถีที่ดี							
ตัวชี้วัด แผนแม่บทย่อย	1.2 ปริมาณการเข้า-ออกของนักท่องเที่ยว และมูลค่าการลงทุนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	2.2 ระดับความสัมพันธ และความร่วมมือด้าน เศรษฐกิจ ความเชื่อมโยง และนวัตกรรมในกรอบทวี ภาควิ ภาค และพหุภาคี (อาทิ จำนวนโครงการ/ ความร่วมมือ/ความตกลง) (เฉลี่ยร้อยละ)*	3.1 อัตราการขยายตัว ของมูลค่าของสินค้าเกษตรอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น (เฉลี่ยร้อยละ) 3.2 อัตราการขยายตัวของมูลค่า ของสินค้าเกษตรปลอดภัย (เฉลี่ย ร้อยละ) 3.4 อัตราการขยายตัวของมูลค่า ของสินค้าเกษตรแปรรูปและ ผลิตภัณฑ์(เฉลี่ยร้อยละ) 3.5.มูลค่าของสินค้าที่มีการใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่/อัจฉริยะ (เฉลี่ยร้อยละ) 3.6 มูลค่าผลผลิตสินค้าเกษตร ต่อหน่วย (เฉลี่ยร้อยละ)	4.6 อันดับขีด ความสามารถในการ แข่งขันด้านดิจิทัลในด้าน ความพร้อมในอนาคต	5.1 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์และวัฒนธรรม (1) อัตราการขยายตัวของรายได้อุตสาหกรรม(เฉลี่ยร้อยละ) และ (3) อัตราการขยายตัวของรายได้อุตสาหกรรม(เฉลี่ยร้อยละ) เพิ่มขึ้น (3) อัตราการขยายตัวของรายได้อุตสาหกรรม(เฉลี่ยร้อยละ) เพิ่มขึ้น 3.5.มูลค่าของสินค้าที่มีการใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่/อัจฉริยะ (เฉลี่ยร้อยละ) 3.6 มูลค่าผลผลิตสินค้าเกษตร ต่อหน่วย (เฉลี่ยร้อยละ)	จำนวนเมืองศูนย์กลางทาง เศรษฐกิจที่มีการพัฒนาศูนย์ เศรษฐกิจ แหล่งที่อยู่อาศัย และ พื้นที่เฉพาะ	9.3 อัตราการขยายตัว ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของ เขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษชายแดน (ร้อยละต่อปี)	7.1 ดัชนีวัด ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของประเทศไทย (อันดับ/คะแนน)	8.1 - อัตราการขยายตัวจำนวนการก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น (เฉลี่ยร้อยละ) - อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล 8.3 - การขยายตัวของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม - อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศโดย IMD - สัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกรวม ของประเทศ (ร้อยละ) 8.4 อันดับนโยบายของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจและผู้ประกอบการด้านการสนับสนุน และความสอดคล้องของนโยบาย		16.1 อัตราการเติบโตของ รายได้ของครัวเรือนร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด (เฉลี่ย ร้อยละ) 16.2 อัตราการเติบโตของ มูลค่าเศรษฐกิจฐานรากของ มูลค่าสินค้า OTOP อย่างน้อย ร้อยละ 30 ของปีฐาน	17.1 สัดส่วนประชากรกลุ่มด้อย โอกาสและกลุ่มเปราะบางที่ ได้รับความคุ้มครองตาม มาตรการคุ้มครองทางสังคม อย่างน้อย 9 กรณี ได้แก่ (1) เงินบำนาญ (2) คลอดบุตร (3) ตาม (4) พหุสภาพ/พิการ (5) เงิน ชดเชยเมื่อครบครั้นหรือบุตร (6) ข้าราชการ (7) ร่างงาน (8) ผู้ อยู่ไม่คู่ครอง และ (9) การ บาดเจ็บจากการทำงาน	20.1 สัดส่วนความสำเร็จของ กระบวนการที่ได้รับการ ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล 20.2 ร้อยละของโครงการที่มี ผลสัมฤทธิ์ต่อเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ชาติ 20.4 ระดับ Digital Government Maturity Model (Gartner) 20.5 ดัชนีความผูกพันของ บุคลากรภาครัฐ	21.1 - ร้อยละของ หน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์ การประเมิน ITA - จำนวนคดีทุจริต ในภาพรวม						
แผนพัฒนา ฉบับที่ 12 (7 ยุทธ)	5. การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อพัฒนาประเทศความมั่งคั่งและยั่งยืน	10. ความร่วมมือ ระหว่างประเทศเพื่อ พัฒนา	3. การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน			9. การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ		7. การพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์	3. การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขัน ได้อย่างยั่งยืน		2. การสร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในสังคม		6. การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย							
แผนปฏิรูปฯ (4)	5. เศรษฐกิจ											2. บริหารราชการแผ่นดิน	11. ป้องกันทุจริตฯ							
นโยบายรัฐบาล (7หลัก 5 รด.)	2. การสร้างความมั่นคงและความปลอดภัย ของประเทศและความสงบสุขของประเทศไทย// 6.พัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและการกระจายความ เจริญสู่ภูมิภาค		4. การสร้างบทบาทของ ไทยในเวทีโลก		5. การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย // 6.การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค // รด.3. มาตรการเศรษฐกิจเพื่อรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก // รด.4. การให้ความช่วยเหลือเกษตรกรและพัฒนาเกษตรกร // รด.6. การวางรากฐานระบบเศรษฐกิจของประเทศสู่อนาคต							7. การพัฒนาสร้าง ความ เข้มแข็งจากฐานราก รด.6. การวางรากฐานระบบ เศรษฐกิจของประเทศสู่ อนาคต		รด.5. การยกระดับศักยภาพ ของแรงงาน		11. การปฏิรูปการบริหารจัดการ ภาครัฐ รด.10 การพัฒนาระบบการ บริหารการประชาชน	12. การป้องกันทุจริตฯ รด.8. การแก้ไข ปัญหาทุจริตฯ			
ประเด็นแผน กระทรวง	1. สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก	3. พัฒนาขีด ความสามารถและส่งเสริม ความร่วมมือในการพัฒนา ระหว่างประเทศ	1. สร้างความเข้มแข็งของ เศรษฐกิจฐานราก	2. ส่งเสริมผู้ประกอบการ และสร้างระบบนิเวศที่เอื้อ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ	1. สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก	3. พัฒนาขีดความสามารถและ ส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนา ระหว่างประเทศ	2. ส่งเสริมผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ	3. พัฒนาขีด ความสามารถและ ส่งเสริมความร่วมมือในการ พัฒนา ระหว่างประเทศ	1. สร้างความ เข้มแข็งของ เศรษฐกิจฐานราก	2. ส่งเสริมผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ	1. สร้างความ เข้มแข็งของ เศรษฐกิจฐานราก	2. ส่งเสริมผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศที่เอื้อ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ	4. พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล							
เป้าหมายฯ กระทรวง	1.1 เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยใน ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น	3.2 ประเทศไทยเป็น หนึ่งศูนย์กลางการค้ากับ ประเทศคู่ค้าสำคัญ	1.1 เกษตรกรและผู้ประกอบการ รายย่อยในชุมชนมีรายได้ เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น	2.1 ผู้ประกอบการไทย ได้รับการพัฒนาส่งเสริม เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และมีบทบาทในระบบ เศรษฐกิจมากขึ้น	1.1 เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนมีรายได้ เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น	3.1 ประเทศไทยมีขีดความสามารถ ในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจ ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น	2.1 ผู้ประกอบการไทยได้รับการพัฒนาส่งเสริม เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และมีบทบาทในระบบ เศรษฐกิจมากขึ้น	3.1 ประเทศไทย มีขีด ความสามารถใน การขยายตลาด และดำเนินธุรกิจ ระหว่างประเทศ เพิ่มขึ้น	1.1 เกษตรกร และผู้ประกอบการ รายย่อยในชุมชน มีรายได้เพิ่มขึ้น/ มูลค่าการค้า เพิ่มขึ้น	2.2 ศักยภาพด้าน การแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น	1.1 เกษตรกรและ ผู้ประกอบการ รายย่อยในชุมชน มีรายได้เพิ่มขึ้น/ มูลค่าการค้า เพิ่มขึ้น	2.2 ศักยภาพด้าน การแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น	4.1 องค์กรมีประสิทธิผลและความโปร่งใส							
ตัวชี้วัด	4. มูลค่าการค้าของกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาค (ล้านบาท) (สป.)	1. จำนวนการประชม ระหว่างประเทศด้าน เศรษฐกิจการค้าและความร่วมมือเพื่อการพัฒนา ระหว่างประเทศ (ครั้ง) (จร. สนค.)	1. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริม ของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) (คน. คด. ทป.)	4. ผู้ใช้งานระบบ ตรวจสอบย้อนกลับสินค้า ด้วย Blockchain เพิ่มขึ้น (ร้อยละ) (สนค.)	3. สินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ วัฒนธรรมเข้าสู่ระบบการคุ้มครอง ทรัพย์สินทางปัญญา (สินค้า) (ทป.)	4. มูลค่าการค้าของกลุ่มเป้าหมายใน ภูมิภาค (ล้านบาท) (สป. คด.)	2. มูลค่าการค้าชายแดน/ผ่านแดน ในจังหวัดที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจ พิเศษ (ล้านบาท) (คด.)	3. มูลค่าการค้าสินค้า และธุรกิจบริการของ ผู้ประกอบการที่ได้รับ การส่งเสริม (ล้านบาท) (สค.)	1. จำนวน ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและ สามารถขยายช่องทาง การค้าผ่าน e-Commerce (ราย) (พค. สค.)	1. มูลค่าการค้า สินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริม (ล้านบาท) (คน. คด. ทป.)	1. อันดับความง่าย ในการประกอบ ธุรกิจในด้าน การเริ่มต้นธุรกิจขึ้น หรือคะแนน EoDB Score ในด้านการ เริ่มต้นธุรกิจ ไม่ น้อยกว่าปีที่ผ่านมา (อันดับ/คะแนน) (พค.)	2. มูลค่าการค้า สินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริม (ล้านบาท) (คน. คด. ทป.)	1. ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อ สินค้าเป้าหมายที่จำเป็นลดลง (คน.)	6. คะแนนเฉลี่ยการ ประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสหน่วยงาน ภาครัฐ (ร้อยละ) (สปท.)						
													2. มูลค่าการค้าสินค้าและ บริการชุมชนที่ได้รับการ ส่งเสริม (ล้านบาท) (คน. พค.)	1. ร้อยละของรายจ่ายในการซื้อ สินค้าเป้าหมายที่จำเป็นลดลง (คน.)	2. จำนวนหน่วยงานในบริการ ประชาชนที่ปรับเปลี่ยนให้เป็น ดิจิทัล (กระบวนการ) (สป. คด. สว. ทป.)	3. ร้อยละของโครงการเรียน ความไม่เป็นธรรมทางการค้าที่ ได้รับการแก้ไข (คน.)	4. ร้อยละของบุคลากรที่มีศักยภาพ ในการปฏิบัติงาน (ร้อยละ) (กพร.)	5. ร้อยละของบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะ ตามเกณฑ์ที่กำหนด (ทุก หน่วยงาน)	6. ร้อยละของโครงการที่มี ผลสัมฤทธิ์ต่อเป้าหมายกระทรวงฯ (สป.)	7. จำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับ คุ้มครอง (คำขอ) (ทป.)

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน / สป.พท.

14/04/3106