



กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

แผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์



กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
ตุลาคม ๒๕๖๕

คำนำ

การจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ เป็นการดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ มาตรา ๑๖ กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการนั้น โดยจัดทำเป็นแผนห้าปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภาและแผนอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานในสังกัดให้บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ในห้วงเวลาของแผน ร่วมผลักดันการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่เป้าหมายและการบรรลุวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ชาติ

แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ จัดทำขึ้นโดยทุกหน่วยงานในสังกัดได้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนปฏิบัติการ ตั้งแต่การทบทวนความสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาล นโยบายของกระทรวง สถานการณ์สภาพแวดล้อม ความท้าทาย ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริบทของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อกำหนดองค์ประกอบหลักในแผนปฏิบัติการ ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นเป้าหมาย ตัวชี้วัด แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายกระทรวง ซึ่งแปลงสู่การปฏิบัติโดยมีโครงการ/แผนงานสำคัญที่เป็นรูปธรรม ทั้งนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนปฏิบัติการของกระทรวงพาณิชย์นี้ จะเป็นกรอบการดำเนินงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ให้บรรลุเป้าประสงค์ ส่งผลต่อการขับเคลื่อนค่าเป้าหมายของแผนระดับต่างๆ ในทิศทางที่ดีขึ้น เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติร่วมกัน

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร	๑
ส่วนที่ ๒ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๔ ธ.ค. ๖๐.....	๔
๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑).....	๔
๒.๒ แผนระดับที่ ๒	๗
๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	๗
๒.๒.๒ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐).....	๑๙
๒.๓ แผนระดับที่ ๓ ที่เกี่ยวข้อง	๒๑
๒.๓.๑ นโยบายรัฐบาล	๒๑
๒.๓.๒ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐).....	๒๓
ส่วนที่ ๓ สารสำคัญแผนปฏิบัติราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์.....	๒๔
๓.๑ ภาพรวมของแผนปฏิบัติราชการ	๒๔
๓.๒ แผนย่อยภายใต้แผนปฏิบัติราชการระยะ ๕ ปี	๒๔
๓.๒.๑ ประเด็นที่ ๑ พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการ.....	๒๔
๓.๒.๒ ประเด็นที่ ๒ พัฒนาระบบนิเวศทางการค้า.....	๒๘
๓.๒.๓ ประเด็นที่ ๓ สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ.....	๓๐
๓.๒.๔ ประเด็นที่ ๔ ยกกระตือรือร้นให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมธรรมาภิบาล.....	๓๓
๓.๓ ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐).....	๓๕
๓.๓.๑ ประมาณการวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติราชการ	๓๕
ส่วนที่ ๔ รายละเอียดของแผนปฏิบัติราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์	๓๗
ภาคผนวก	๕๑
ภาคผนวก ก การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวกับกระทรวงพาณิชย์	
ภาคผนวก ข ผังแสดงความสอดคล้องเชื่อมโยงของแผน ๓ ระดับ กับแผนปฏิบัติราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์	

แผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

แผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ จัดทำขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยดำเนินการตามแนวทางการจัดทำแผนระดับที่ ๓ ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งได้พิจารณาความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา และแผนอื่นที่เกี่ยวข้องของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้มีความเชื่อมโยงของนโยบายและนำไปสู่กรอบแนวทางในการขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติของกระทรวงพาณิชย์ ให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้น “เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้า ด้วยการตลาด ๕.๐ ภายในปี ๒๕๗๐” ภายใต้บริบทที่ตอบสนองและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ประกอบการ เกษตรกร ประชาชน รวมทั้งผลักดันเศรษฐกิจการค้าไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย

๑. วิสัยทัศน์ของกระทรวงพาณิชย์

“เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้า ด้วยการตลาด ๕.๐ ภายในปี ๒๕๗๐”

๒. พันธกิจของกระทรวงพาณิชย์

- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ
- พัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเข้มแข็งเพื่อยกระดับรายได้ของประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำ และรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
- พัฒนาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจการค้าให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน และเป็นธรรม
- ส่งเสริมการค้า การเจรจาการค้า และพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า ระหว่างประเทศและการค้าชายแดน
- พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพรองรับการตลาด ๕.๐

๓. ประเด็นและเป้าหมาย

ประเด็นที่ ๑ : พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการ

- เป้าหมายที่ ๑.๑ เกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น
- | | |
|----------------|---|
| ตัวชี้วัดที่ ๑ | มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) |
| ตัวชี้วัดที่ ๒ | มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัยของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) |
| ตัวชี้วัดที่ ๓ | มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรแปรรูปและเกษตรนวัตกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) |
| ตัวชี้วัดที่ ๔ | มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) |
| ตัวชี้วัดที่ ๕ | มูลค่าการค้าสินค้าและบริการในชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม (ล้านบาท) |

เป้าหมายที่ ๑.๒ ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

- ตัวชี้วัดที่ ๖ จำนวนต้นแบบของผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ใช้นวัตกรรมและรูปแบบการตลาด ๕.๐ (ต้นแบบ)
- ตัวชี้วัดที่ ๗ จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา (ราย)
- ตัวชี้วัดที่ ๘ มูลค่าการค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา (ล้านบาท)
- ตัวชี้วัดที่ ๙ จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อบรรลุการตลาด ๕.๐ (ราย)
- ตัวชี้วัดที่ ๑๐ มูลค่าการค้าของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อบรรลุการตลาด ๕.๐ (ล้านบาท)
- ตัวชี้วัดที่ ๑๑ มูลค่าการค้า e-commerce ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม (ล้านบาท)

ประเด็นที่ ๒ : พัฒนาระบบนิเวศทางการค้า

เป้าหมายที่ ๒.๑ ศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น

- ตัวชี้วัดที่ ๑ ร้อยละของจำนวนคำขอจดทะเบียนและบริการข้อมูลธุรกิจผ่านระบบดิจิทัล (ร้อยละ)
- ตัวชี้วัดที่ ๒ จำนวนรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย (ฉบับ)
- ตัวชี้วัดที่ ๓ วงเงินจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจเพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
- ตัวชี้วัดที่ ๔ ผลงานวิจัย/นวัตกรรม ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้รับการพัฒนา/เผยแพร่ นำไปใช้ประโยชน์/ต่อยอดในเชิงพาณิชย์ (เรื่อง)
- ตัวชี้วัดที่ ๕ จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (คำขอ)
- ตัวชี้วัดที่ ๖ สินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (สินค้า)

เป้าหมายที่ ๒.๒ ประชาชนได้รับการคุ้มครองทางการค้า และสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาเป็นธรรม

- ตัวชี้วัดที่ ๗ ร้อยละของราคาสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นลดลง (ร้อยละ)
- ตัวชี้วัดที่ ๘ ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน (ร้อยละ)

ประเด็นที่ ๓ : สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ

เป้าหมายที่ ๓.๑ ประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศคู่ค้าสำคัญ

- ตัวชี้วัดที่ ๑ จำนวนการประชุมระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจการค้าและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ (ครั้ง)

เป้าหมายที่ ๓.๒ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น

- ตัวชี้วัดที่ ๒ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้าชายแดนในจังหวัดที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (ร้อยละ)

ตัวชี้วัดที่ ๓	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท)
ตัวชี้วัดที่ ๔	มูลค่าส่งออกสินค้า BCG ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท)
ตัวชี้วัดที่ ๕	มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท)
ตัวชี้วัดที่ ๖	มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท)

ประเด็นที่ ๔ : ยกระดับองค์กรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมธรรมาภิบาล

เป้าหมายที่ ๔.๑ องค์กรมีประสิทธิภาพและโปร่งใส

ตัวชี้วัดที่ ๑	ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานในกระทรวง (ร้อยละ)
ตัวชี้วัดที่ ๒	จำนวนกระบวนการงานบริการประชาชนที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล (กระบวนการงาน)
ตัวชี้วัดที่ ๓	โครงการที่มีผลสัมฤทธิ์ต่อเป้าหมายกระทรวง (ร้อยละ)
ตัวชี้วัดที่ ๔	ดัชนีความผูกพันของบุคลากรภาครัฐ (ร้อยละ)
ตัวชี้วัดที่ ๕	ร้อยละของหน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน ITA ร้อยละ ๘๕ (ร้อยละ)

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ ๑)

๑) ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๒ : ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (หลัก)

(๑) เป้าหมาย

๑. ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
๒. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การเกษตรสร้างมูลค่า
 - ๑.๑ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น
 - ๑.๒ เกษตรปลอดภัย
 - ๑.๓ เกษตรแปรรูป
๒. อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต
 - ๒.๑ อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์
 - ๒.๒ อุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์
๓. สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว
 - ๓.๑ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
๔. โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก
 - ๔.๑ สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ
๕. พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่
 - ๕.๑ สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ
 - ๕.๒ สร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน
 - ๕.๓ สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
 - ๕.๔ สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล

(๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ พัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ให้มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น เพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าของไทยและขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อผลักดันและส่งเสริมให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน

๒) ยุทธศาสตร์ชาติ ๑ : ด้านความมั่นคง (รอง)

(๑) เป้าหมาย

ประเทศไทยมีบทบาทด้านความมั่นคงเป็นที่ชื่นชมและได้รับการยอมรับโดยประชาคมระหว่างประเทศ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การบูรณาการความร่วมมือด้านความมั่นคงกับอาเซียนและนานาชาติ รวมถึงองค์กรภาครัฐและที่มีใช้ภาครัฐ
 - ๑.๑ การร่วมมือทางการพัฒนากับประเทศเพื่อนบ้าน ภูมิภาค โลก รวมถึงองค์กรภาครัฐและที่มีใช้ภาครัฐ

(ก) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศคู่ค้า และเสริมสร้างความร่วมมือกับนานาชาติในการพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและได้รับการยอมรับจากนานาชาติ

ก) ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๔ : ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (รอง)

(๑) เป้าหมาย

๑. สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ

๒. กระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามาเป็นกำลังของการพัฒนาประเทศในทุกระดับ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ

๑.๑ ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก

๑.๒ สร้างหลักประกันทางสังคมที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัยทุกเพศภาวะและทุกกลุ่ม

๒. การกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

๒.๑ กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละกลุ่มจังหวัดในมิติต่าง ๆ

(ก) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

แผนปฏิบัติการราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ มุ่งเน้นเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เชื่อมโยงเครือข่ายทางการค้ากับทุกภาคส่วน ขยายช่องทางการค้า และกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจจากเมืองสู่ชุมชน เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงให้ประชาชนได้รับการคุ้มครองทางการค้าและเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาเป็นธรรม

ค) ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๖ : ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ (รอง)

(๑) เป้าหมาย

๑. ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

๒. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๓. กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

(๒) ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

๑.๑ การให้บริการสาธารณะของภาครัฐได้มาตรฐานสากลและเป็นระดับแนวหน้าของภูมิภาค

๑.๒ ภาครัฐมีความเชื่อมโยงในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้

๒. ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่

๒.๑ ให้ยุทธศาสตร์ชาติเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

๒.๒ ระบบการเงินการคลังประเทศสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ

๒.๓ ระบบติดตามประเมินผลที่สะท้อนการบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติในทุกระดับ

- ๓. ภาครัฐมีความทันสมัย
 - ๓.๑ พัฒนาและปรับระบบวิธีการปฏิบัติราชการให้ทันสมัย
 - ๔. บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ
 - ๔.๑ ภาครัฐมีการบริหารกำลังคนที่มีความคล่องตัว ยึดระบบคุณธรรม
 - ๔.๒ บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชน มีคุณธรรม และมีการพัฒนาตามเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ
 - ๕. ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดภัย จริยธรรม และประพฤตินิชอบ
 - ๕.๑ ประชาชนและภาคีต่าง ๆ ในสังคมร่วมมือกันในการป้องกันการทุจริตและประพฤตินิชอบ
 - ๕.๒ บุคลากรภาครัฐยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
 - ๖. กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น
 - ๖.๑ ภาครัฐจัดให้มีกฎหมายที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลง
- (๓) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ
- แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์ มุ่งเน้นที่จะยกระดับองค์กรให้มีประสิทธิภาพและโปร่งใส ให้บริการประชาชนได้อย่างทันสมัย มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตามมาตรฐาน/หลักการสากล รวมถึงบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพสูงและมีความพร้อมสำหรับการตลาด ๕.๐ และส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต

๒.๒ แผนระดับที่ ๒

๒.๒.๑ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

แผนแม่บทเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ มีทั้งสิ้น ๒๓ ประเด็น ซึ่งผูกพันหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องที่จะต้องปฏิบัติตาม รวมทั้งการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี งบประมาณต้องสอดคล้องกับแผนแม่บท โดยแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ มี ๑๒ ประเด็น ดังนี้

(๑) ประเด็นที่ ๘ ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ (หลัก)

(๑.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บท

- เป้าหมาย : ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บท ส่งเสริมผู้ประกอบการทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ เพิ่มศักยภาพการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ และทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้สามารถขยายช่องทางการตลาดและการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ รวมถึงการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น

(๑.๒) แผนย่อยการสร้างเสริมผู้ประกอบการอัจฉริยะ

- แนวทางการพัฒนา

๑. สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ การขยายช่องทางการตลาด การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ พัฒนาผู้ประกอบการให้มีทักษะในการวิเคราะห์และมียอดความรู้ด้านการจัดการฐานข้อมูล สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ รวมถึงคำนึงถึงการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการวางแผนธุรกิจ ส่งเสริมการใช้ระบบประกันความเสี่ยงภัยของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล

๒. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปรับรูปแบบธุรกิจใหม่ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับวิถีการดำเนินธุรกิจตลอดกระบวนการมากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ลดต้นทุน และรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจและการตลาด ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่

๓. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศให้เข้มแข็ง ผู้ประกอบการสามารถเกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาดที่สูงขึ้น

- เป้าหมายของแผนย่อย

ความสามารถในการแข่งขันด้านการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บท

ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ ๆ และทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการค้า

(๑.๓) แผนย่อยการสร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน

- แนวทางการพัฒนา

พัฒนาระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สินในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นหลักประกันทางธุรกิจในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการ รวมถึงการพัฒนากลไกการประเมินจัดอันดับเทคโนโลยีไทยที่มีความเสถียรและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น

- เป้าหมายของแผนย่อย

สินเชื่อธุรกิจรายใหม่ที่ไม่ใช่รายใหญ่เฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

ส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ

(๑.๔) แผนย่อยการสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

- แนวทางการพัฒนา

๑. สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด ให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ

๒. สร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ เช่น สินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

๓. ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมถึงเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ในการขยายช่องทางการตลาดผ่านการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงและขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาค และมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการกระจายสินค้าโดยประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน

๔. สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้าการลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย รวมทั้งพัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าและบริการของไทย เช่น จีน และอินเดีย เป็นต้น และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ ตลอดจนส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก

- เป้าหมายของแผนย่อย

๑. มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเพิ่มขึ้น

๒. ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยดีขึ้น

๓. การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

๑. ส่งเสริมผู้ประกอบการทุกระดับให้สามารถขยายช่องทางการตลาดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

๒. ขยายตลาดส่งออกสินค้าและบริการของไทย

(๑.๕) แผนย่อยการสร้างระบบนิเวศน์ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

● แนวทางการพัฒนา

๑. ส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการสร้างโอกาส
ให้ภาคธุรกิจ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ สถิติ ผลการวิจัยและพัฒนา ทรัพย์สินทางปัญญา
การตลาดและนวัตกรรม ให้สามารถดำเนินการประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อน ซึ่งรวมถึง
การประมวลผลบนกลุ่มเมฆ ให้เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นปัจจุบัน บูรณาการ และ
ต่อเนื่องให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการชุมชน และเกษตรกรสามารถ
เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการวางแผนธุรกิจ ตลอดจนต่อยอดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใน
การพัฒนาสินค้าและบริการของวิสาหกิจประเภทต่าง ๆ

๒. สนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วม ทั้งในเชิงกายภาพและจากการใช้
ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการทุกระดับ เพื่อลดต้นทุนของธุรกิจ และเป็น
แหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ ทักษะ และนวัตกรรมที่สะดวก รวดเร็ว และทันสมัย ทั้งยังเป็น
การเชื่อมต่อธุรกิจระหว่างกัน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม หรือ
ธุรกิจตั้งต้นใหม่

๓. ยกระดับบริการและโครงสร้างพื้นฐานทางคุณภาพ ดำเนินการเชิงรุกเพื่อ
แก้จุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็งของระบบนวัตกรรมไทย โดยยกระดับบริการโครงสร้างพื้นฐานทางคุณภาพ
ของประเทศ ได้แก่ การกำหนดมาตรฐาน การตรวจสอบและรับรอง และมาตรวิทยา เพื่อสนับสนุน
การยกระดับสินค้าและบริการที่มีความจำเป็นให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับระหว่างประเทศ เพิ่มบทบาท
การเป็นผู้ร่วมกำหนดมาตรฐานในเวทีสากล สร้างกลไกผู้บริโภคให้เข้มแข็ง สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถ
ขึ้นทะเบียนมาตรฐานให้มากขึ้น สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐาน
หรือความต้องการเฉพาะของผู้ซื้อกำหนด อันจะทำให้สินค้าและบริการนั้นสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
โดยเฉพาะตลาดคุณภาพสูง หรือตลาดเฉพาะกลุ่ม

๔. พัฒนาระบบเตือนภัยทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน และการค้า ให้ทันต่อ
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม การเคลื่อนย้ายทุนและแรงงาน และรูปแบบการค้า รวมทั้งมาตรการ
กีดกันทางการค้ารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้ภาครัฐและเอกชนมีเครื่องมือที่พร้อมในการบริหารจัดการความเสี่ยง
และมีกลไกเชิงสถาบันในการดูแลเสถียรภาพระบบการเงินในภาพรวมได้อย่างครอบคลุม และสร้าง
ความตระหนักรู้ของภาครัฐและเอกชนถึงผลกระทบและความท้าทาย จากความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยด้านวัฏจักร
และการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันสถานการณ์

● เป้าหมายของแผนย่อย

อันดับนโยบายของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจและผู้ประกอบการด้าน
การสนับสนุนและความสอดคล้องของนโยบายดีขึ้น

● การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย นวัตกรรม รวมทั้งพัฒนาบริการ
จดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

(๒) ประเด็นที่ ๒ การต่างประเทศ (รอง)

(๒.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย : การต่างประเทศไทยมีเอกภาพ ทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคง
มั่งคั่ง ยั่งยืน มีมาตรฐานสากล และมีเกียรติภูมิในประชาคมโลก

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

เร่งจัดทำข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศและความร่วมมือด้านการค้าระหว่างประเทศ อันจะช่วยส่งเสริมให้ความสัมพันธ์และความร่วมมือด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น เพื่อพัฒนาประเทศและได้รับการยอมรับจากนานาชาติ

(๒.๒) แผนย่อยด้านความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อการพัฒนา
ระหว่างประเทศ

- แนวทางการพัฒนา

๑. เสริมสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของนวัตกรรม เพื่อพัฒนาภาคการผลิตและบริการที่จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย และให้ไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการค้าและการลงทุนของภูมิภาคเอเชีย

๒. ส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่มุ่งกระจายความเจริญและโอกาสทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยอย่างทั่วถึงมากขึ้น รวมทั้งมีบทบาทที่แข็งขันในการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในกรอบความร่วมมือระดับอนุภูมิภาคและภูมิภาคต่างๆ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับ

๓. เสริมสร้างความร่วมมือและเจรจากับมิตรประเทศ องค์กร และภาคธุรกิจต่างๆ เพื่อเพิ่มโอกาสและลดอุปสรรคทางเศรษฐกิจของไทย รวมถึงเสริมสร้างขีดความสามารถและสนับสนุนการแสวงหาตลาด แหล่งลงทุน และแหล่งวัตถุดิบใหม่ของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ พร้อมทั้งพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจภาคบริการของไทย โดยเน้นการต่อยอดพื้นฐานที่เข้มแข็งของไทยและเอกลักษณ์ไทยในด้านการบริการ โดยใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ต่างประเทศ เพื่อมุ่งให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการบริการในภูมิภาค โดยเฉพาะในด้านที่ไทยมีจุดแข็ง

- เป้าหมายของแผนย่อย

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการค้า การลงทุน การบริการ และความเชื่อมโยงที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย โดยมีระบบเศรษฐกิจที่เน้นนวัตกรรมดีขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

เร่งจัดทำข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศและความร่วมมือด้านการค้าระหว่างประเทศ

(๓) ประเด็นที่ ๓ การเกษตร (รอง)

(๓.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย : ผลผลิตภัณฑ่มวลรวมในประเทศในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

ส่งเสริมช่องทางการตลาดที่หลากหลายให้แก่สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร โดยใช้มาตรการสนับสนุนที่เหมาะสม เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของภาคการเกษตรและโอกาสทางการค้าการตลาดเพิ่มขึ้น

(๓.๒) แผนย่อยเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น

- แนวทางการพัฒนา

สร้างอัตลักษณ์หรือนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า รวมทั้งการสร้างความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าในแต่ละท้องถิ่น และสร้างตราสินค้าของเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น

ตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ในการเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิตอื่น เช่น การท่องเที่ยวและบริการ และส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นในระดับประเทศ และเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลก

- เป้าหมายของแผนย่อย
สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมช่องทางการตลาดที่หลากหลายให้แก่สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่ม

(๓.๓) แผนย่อยเกษตรปลอดภัย

- แนวทางการพัฒนา
๑. สร้างความตระหนักรู้ของผู้ผลิตและผู้บริโภคถึงความสำคัญของความปลอดภัยเพื่อสุขภาพและโภชนาการที่เหมาะสม และการส่งเสริมด้านการขยายตลาดการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย

๒. สนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์วิถีชาวบ้าน เพื่อต่อยอดสู่เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ ควบคู่กับการขยายตลาดเกษตรอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ

- เป้าหมายของแผนย่อย
สินค้าเกษตรปลอดภัยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมช่องทางการตลาดที่หลากหลายให้แก่สินค้าเกษตรปลอดภัย รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่ม

(๓.๔) แผนย่อยเกษตรแปรรูป

- แนวทางการพัฒนา
ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า และขยายช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างเครื่องหมายทางการค้าและการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

- เป้าหมายของแผนย่อย
สินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมช่องทางการตลาดที่หลากหลายให้แก่สินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่ม

(๓.๕) แผนย่อยการพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร

- แนวทางการพัฒนา
พัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ ยกระดับการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภค

- เป้าหมายของแผนย่อย
ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรโดยใช้มาตรการสนับสนุนที่เหมาะสม

(๔) ประเด็นที่ ๔ อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต (รอง)

(๔.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย : การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในสาขาอุตสาหกรรมและบริการ
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาต่อยอดสินค้าอุตสาหกรรมและบริการ เป้าหมายไปสู่สินค้าอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

(๔.๒) แผนย่อยการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

- แนวทางการพัฒนา
 ๑. สนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพการผลิตของอุตสาหกรรมและบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่า โดยให้มีกลไกการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าและมีมาตรการสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และจัดให้มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรม
 ๒. ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สนับสนุนให้มีข้อมูลเปิด เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม ส่งเสริมให้เกิดธรรมาภิบาลข้อมูลขึ้นในองค์กรต่างๆ ในสังคม และส่งเสริมให้มีการจัดเก็บข้อมูลภาครัฐอย่างบูรณาการ
- เป้าหมายของแผนย่อย
ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลในด้านความพร้อมในอนาคตดีขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

(๕) ประเด็นที่ ๕ การท่องเที่ยว (รอง)

(๕.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย : ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การสร้างมูลค่าและคุณค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยการใช้องค์ความรู้ นวัตกรรม และจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทางทรัพย์สินทางปัญญา

(๕.๒) แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

- แนวทางการพัฒนา
 ๑. สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
 ๒. ส่งเสริมการจดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

- เป้าหมายของแผนย่อย
สินค้าท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมได้รับการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
สินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทางทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มขึ้น

(๖) ประเด็นที่ ๗ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล (รอง)

(๖.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย: ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศดีขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
พัฒนาและยกระดับศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่าย

(๖.๒) แผนย่อยโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์

- แนวทางการพัฒนา
ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของประเทศ โดยการยกระดับประสิทธิภาพและสร้างมาตรฐานการให้บริการโลจิสติกส์เทียบเคียงผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นมาตรฐานสากลและแข่งขันได้ ส่งเสริมผู้ให้บริการโลจิสติกส์สู่การให้บริการแบบครบวงจร รวมทั้งสร้างมาตรฐานการขนส่งสินค้าและการประกันภัย พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ บุคลากรเฉพาะทางและการพัฒนาระบบฐานข้อมูล พร้อมทั้งส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์และบริการที่เกี่ยวข้องให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์และเชื่อมต่อกับเครือข่ายโลจิสติกส์ในระดับภูมิภาคและระดับโลก
- เป้าหมายของแผนย่อย
ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของประเทศไทยดีขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่าย

(๗) ประเด็นที่ ๘ เขตเศรษฐกิจพิเศษ (รอง)

(๗.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย: การเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมดเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมการค้าชายแดน/ผ่านแดน และเน้นการพัฒนาต่อยอด/กระชับความร่วมมือทางการค้าระหว่างภาครัฐ/เอกชนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

(๗.๒) แผนย่อยการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน

- แนวทางการพัฒนา
ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนตามศักยภาพ โดยพัฒนาต่อยอดจากฐานทรัพยากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่มีอยู่เดิม รวมทั้งยกระดับความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ให้เอื้อต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่

หลักในการขับเคลื่อนการสร้างความสำเร็จทางเศรษฐกิจและสังคมในส่วนภูมิภาค ตลอดจนพัฒนาพื้นที่บริเวณชายแดนให้มีความพร้อมสำหรับรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

- เป้าหมายของแผนย่อย
การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมการค้าชายแดน และเน้นการพัฒนาต่อยอด/กระชับความร่วมมือ รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน

(๘) ประเด็นที่ ๑๖ เศรษฐกิจฐานราก (รอง)

(๘.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย: รายได้ของประชากรกลุ่มรายได้น้อยเพิ่มขึ้น อย่างกระจายและอย่างต่อเนื่อง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
พัฒนาทักษะและองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ พร้อมทั้งขยายช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงเครือข่าย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มและกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

(๘.๒) แผนย่อยการยกระดับศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

● แนวทางการพัฒนา
เสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยสร้างโอกาสและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี การจัดการ การบริหารจัดการความเสี่ยง และการตลาด มีทักษะต่างๆ ที่สอดคล้องและจำเป็นต่อการยกระดับเป็นผู้ประกอบการ

- เป้าหมายของแผนย่อย
ศักยภาพและขีดความสามารถของเศรษฐกิจฐานรากเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
พัฒนาทักษะและองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ พร้อมทั้งขยายช่องทางการตลาด

(๘.๓) แผนย่อยการสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

● แนวทางการพัฒนา
ส่งเสริมและพัฒนากลไกและโครงสร้างดูดซับมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน รวมทั้งการพัฒนาช่องทางและศูนย์กลางตลาดสินค้าชุมชน โดยครอบคลุมถึงช่องทางตลาดออนไลน์ และช่องทางตลาดอื่น ๆ

- เป้าหมายของแผนย่อย
ผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
พัฒนาทักษะและองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ พร้อมทั้งขยายช่องทางการตลาด

(๙) ประเด็นที่ ๑๗ ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม (รอง)

(๙.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย: คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
ดูแลและคุ้มครองสินค้าและบริการให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการและผู้บริโภค ลดความเสียหายและเป็นหลักประกันให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการในราคาที่เหมาะสม

(๙.๒) แผนย่อยการคุ้มครองทางสังคมขั้นพื้นฐานและหลักประกันทางเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพ

- แนวทางการพัฒนา

ปรับปรุงระบบและกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภค พัฒนาระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ และสนับสนุนองค์กรของผู้บริโภคให้มีความเข้มแข็ง ป้องกันการละเมิดสิทธิผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค สนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาระบบรับรองคุณภาพขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้บริโภคให้มีความตระหนักในสิทธิหน้าที่ และมีภูมิคุ้มกันในการบริโภคและซื้อสินค้า และส่งเสริมให้ภาคีการพัฒนาต่างๆ มีบทบาทในการสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเป็นรูปธรรม

- เป้าหมายของแผนย่อย

คนไทยทุกคน โดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบางได้รับการคุ้มครองและมีหลักประกันทางสังคมเพิ่มขึ้น

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

ดูแลราคาสินค้าและบริการให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการและผู้บริโภค

(๑๐) ประเด็นที่ ๒๐ การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ (รอง)

(๑๐.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย

บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ

พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบและรูปแบบและช่องทางการบริการประชาชนที่ตอบสนองความต้องการและเป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการ มีความสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

(๑๐.๒) แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน

- แนวทางการพัฒนา

๑. พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน ผู้ประกอบการ และภาคธุรกิจ โดยภาครัฐจัดสรรรูปแบบบริการให้มีความสะดวก มีการเชื่อมโยงหลายหน่วยงานแบบเบ็ดเสร็จ ครบวงจร และหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของผู้รับบริการ รวมทั้งอำนวยความสะดวกทางการค้า การลงทุน และการดำเนินธุรกิจ อาทิ การบูรณาการขั้นตอนการออกใบอนุญาตต่างๆ การให้บริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

๒. พัฒนาการให้บริการภาครัฐผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากลอย่างคุ้มค่า มีความรวดเร็ว โปร่งใส เสียค่าใช้จ่ายน้อย ลดข้อจำกัดทางกายภาพ เวลา พื้นที่และตรวจสอบได้ ตามหลักการออกแบบที่เป็นสากล เพื่อให้บริการภาครัฐเป็นไปอย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ โปร่งใส มีธรรมาภิบาล เกิดประโยชน์สูงสุด

๓. ปรับวิธีการทำงาน จาก “การทำงานตามภารกิจที่กฎหมายกำหนด” เป็น “การให้บริการที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ” ปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการภาครัฐ ที่มีคุณค่าและได้มาตรฐานสากล โดยเปลี่ยนจากการทำงานด้วยมือเป็นการทำงานบนระบบดิจิทัลทั้งหมด เชื่อมโยงและบูรณาการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐเข้าด้วยกันเสมือนเป็นองค์กรเดียว มีการพัฒนาบริการ เดิมและสร้างบริการใหม่ที่เป็นพลวัตสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ และขับเคลื่อนโดยความต้องการของ ประชาชน ภาคธุรกิจ และผู้ใช้บริการ และเปิดโอกาสให้เสนอความเห็นต่อการดำเนินงานของภาครัฐได้อย่าง สะดวกและทันสมัยสถานการณ์

- เป้าหมายของแผนย่อย
งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
พัฒนาระบบและรูปแบบและช่องทางการบริการประชาชนให้มีความสะดวก รวดเร็ว

(๑๐.๓) แผนย่อยการบริหารจัดการการเงินการคลัง

- แนวทางการพัฒนา
๑. จัดทำงบประมาณตอบสนองต่อเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติเพื่อให้
งบประมาณเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ โดยสนับสนุนบทบาทภารกิจของหน่วยงาน
ทั้งในภารกิจพื้นฐาน ภารกิจยุทธศาสตร์ ภารกิจพื้นที่ และภารกิจอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายให้สามารถดำเนินการ
ได้ตามเป้าหมายของแต่ละแผนงาน/โครงการ และเป้าหมายร่วมตามระยะเวลาที่กำหนดไว้

๒. กำหนดให้มีการติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์การดำเนินการตาม
ยุทธศาสตร์ชาติ และผลสัมฤทธิ์ของแผนงาน/โครงการ ทั้งในภารกิจพื้นฐาน ภารกิจยุทธศาสตร์ และภารกิจพื้นที่

- เป้าหมายของแผนย่อย
หน่วยงานภาครัฐบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
พัฒนาและขับเคลื่อนภารกิจเชิงยุทธศาสตร์

(๑๐.๔) แผนย่อยการสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ

- แนวทางการพัฒนา
๑. เสริมสร้างความเข้มแข็งในการบริหารงานบุคคลในภาครัฐให้เป็นไปตาม
ระบบคุณธรรม อย่างแท้จริง โดยการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณธรรมจริยธรรม
และจิตสำนึกสาธารณะ มีระบบบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากรให้สามารถสนองความต้องการในการปฏิบัติงาน
มีความก้าวหน้าในอาชีพ สามารถจูงใจให้คนดีคนเก่งทำงานในภาครัฐ โดยมีการประเมินผลและเลื่อนระดับ
ตำแหน่งของบุคลากรภาครัฐตามผลสัมฤทธิ์ของงานและพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน มีกลไกการป้องกัน
การแทรกแซงและการใช้ดุลยพินิจโดยมิชอบ การสร้างความก้าวหน้าให้กับบุคลากรภาครัฐตามความรู้
ความสามารถและศักยภาพในการปฏิบัติงาน และการสร้างกลไกให้บุคลากรภาครัฐสามารถโยกย้ายและ
หมุนเวียนได้อย่างคล่องตัวเพื่อประโยชน์ของภาครัฐ รวมถึงการพัฒนาระบบการจ้างงานบุคลากรภาครัฐ
ทุกประเภทให้มีรูปแบบที่หลากหลายเหมาะสมกับภารกิจในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การจ้างงานที่มีลักษณะชั่วคราว
ให้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานในภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. พัฒนาบุคลากรภาครัฐทุกประเภทให้มีความรู้ความสามารถสูง มีทักษะ การคิดวิเคราะห์ และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีระบบการพัฒนาขีดความสามารถบุคลากรภาครัฐ ให้มีสมรรถนะใหม่ๆ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม ทักษะด้านดิจิทัล มีทัศนคติและกรอบความคิด ในการทำงานเพื่อให้บริการประชาชนและอำนวยความสะดวกภาคเอกชนและภาคประชาสังคมเพื่อประโยชน์ ของการพัฒนาประเทศ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงบริบทการพัฒนา มีการเสริมสร้างคุณธรรมและ จริยธรรม การปรับเปลี่ยนแนวคิด ให้การปฏิบัติราชการเป็นมืออาชีพ มีจิตบริการ ทำงานในเชิงรุกและมองไป ข้างหน้า สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคส่วนอื่นได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีสำนึกในการปฏิบัติงาน ด้วยความรับผิดชอบและความสุจริต ปฏิบัติงานตามหลักการและหลักวิชาชีพด้วยความเป็นธรรมและเสมอภาค กล้ายืนหยัดในการกระทำที่ถูกต้อง คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ของส่วนตน ตลอดจน ส่งเสริมให้มีการคุ้มครองและปกป้องบุคลากรภาครัฐที่กล้ายืนหยัดในการกระทำที่ถูกต้องและมีพฤติกรรม การปฏิบัติงานตามจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ

๓. สร้างผู้นำทางยุทธศาสตร์ในหน่วยงานภาครัฐทุกระดับอย่างต่อเนื่องและ เป็นระบบ เพื่อให้ผู้นำและผู้บริหารภาครัฐมีความคิดเชิงกลยุทธ์มีความเข้าใจสภาพเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม ทั้งระดับ ท้องถิ่น ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก มีความสามารถในการนำหน่วยงาน และมีคุณธรรม จริยธรรม ในการบริหารงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม เป็นทั้งผู้นำทางความรู้และความคิด ผลักดันภารกิจ นำการเปลี่ยนแปลง พัฒนานโยบายและยุทธศาสตร์ เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมงานและต่อสังคม เพื่อรองรับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว

- เป้าหมายของแผนย่อย
บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อประชาชน ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่นและเป็นมืออาชีพ
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีศักยภาพสูง และมีความพร้อมสำหรับการตลาด ๕.๐

(๑๑) ประเด็นที่ ๒๑ การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ (รอง)

(๑๑.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย : ประเทศไทยปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่มีความใสสะอาด ปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต

(๑๑.๒) แผนย่อยการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ

- แนวทางการพัฒนา
ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความใส สะอาด ปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต โดยการปฏิบัติหน้าที่ราชการอย่างเปิดเผย โปร่งใส ถูกต้อง เป็นธรรม ไม่คดโกง รู้จักแยกแยะเรื่องส่วนตัวออกจากหน้าที่การงาน การสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารงาน ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตให้แก่บุคลากรขององค์กร โดยการสนับสนุนให้ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการทุจริตในหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริม การมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง สอดส่อง ติดตามพฤติกรรมเสี่ยงและแจ้งเบาะแส เพื่อสกัดกั้นมิให้เกิดการทุจริต ประพฤติมิชอบได้ โดยมีมาตรการสนับสนุนและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

- เป้าหมายของแผนย่อย
ประชาชนมีวัฒนธรรม และพฤติกรรมซื่อสัตย์สุจริต
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ให้มีความใสสะอาด
ปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต

(๑๒) ประเด็นที่ ๒๒ กฎหมายและกระบวนการยุติธรรม (รอง)

(๑๒.๑) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมาย: กฎหมายเป็นเครื่องมือให้ทุกภาคส่วนได้ประโยชน์จากการพัฒนา
ประเทศอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ
ปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อจำกัด มาตรฐาน สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และอำนวยความสะดวก
สะดวกภาคธุรกิจตามกรอบ Doing Business

(๑๒.๒) แผนย่อยการพัฒนากฎหมาย

- แนวทางการพัฒนา

พัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับ
บริบทและเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ โดยประเมินผลสัมฤทธิ์ ทบทวนความจำเป็นและความเหมาะสมของ
กฎหมายที่มีอยู่ทุกลำดับชั้นของกฎหมาย แก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย ยกเลิกกฎหมายที่มีเนื้อหา
ไม่จำเป็นหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ เพื่อให้กฎหมายช่วยสร้างสรรคความเป็นธรรม ลดความ
เหลื่อมล้ำและกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม มีความสอดคล้องกับข้อตกลงระหว่างประเทศที่เป็น
ประโยชน์ต่อประชาชนโดยรวม ให้เอื้อต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาประเทศ
เพื่อรองรับการพัฒนากฎภูมิภาคและจังหวัดที่มีประสิทธิภาพ เอื้อต่อการใช้นวัตกรรมทั้งในภาครัฐและเอกชนให้
สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เอื้อต่อการประกอบธุรกิจทั้งในและต่างประเทศทั้งในภาคเกษตร
อุตสาหกรรม บริการ และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการกำหนดวงรอบในการทบทวนปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้
ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายทุกกรอบระยะเวลาที่กำหนด

- เป้าหมายของแผนย่อย
กฎหมายไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาครัฐและภาคเอกชนอยู่ภายใต้กรอบ
กฎหมายที่มุ่งให้ประชาชนในวงกว้างได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศ
โดยทั่วถึง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ
ปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อจำกัด มาตรฐาน สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และอำนวยความสะดวก
สะดวกภาคธุรกิจตามกรอบ Doing Business

๒.๒.๒ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)
(ฉบับ ๓ เดือนกันยายน ๒๕๖๕)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ทำหน้าที่เป็นแผนระบุทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาที่ประเทศควรให้ความสำคัญและมุ่งดำเนินการของยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” มีเป้าหมายหลักของการพัฒนา ๕ ประการ และเพื่อถ่ายทอดเป้าหมายหลักไปสู่ภาพของการขับเคลื่อนที่ชัดเจนและเกิดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม (ร่าง) แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ได้กำหนดหมวดหมู่ในการพัฒนา จำนวน ๑๓ หมวดหมู่การพัฒนา สอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมายหลักของการพัฒนา โดยแต่ละหมวดหมู่จะมีลักษณะเชิงบูรณาการครอบคลุมการพัฒนาตั้งแต่ในระดับต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ สนับสนุนและเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ทำให้แต่ละหมวดหมู่สามารถสนับสนุนเป้าหมายหลักได้มากกว่าหนึ่งเป้าหมายหลัก ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับเป้าหมายหลักฯ ๓ ประการ และหมวดหมู่การพัฒนา ๘ หมวดหมู่ ดังนี้

๑) เป้าหมายหลักการพัฒนา

๑.๑ เป้าหมายหลักที่ ๑ การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม

มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญ ผ่านการผลักดันส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ที่ตอบโจทย์พัฒนาการของสังคมยุคใหม่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อย กับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุน และนวัตกรรม

๑.๒ เป้าหมายหลักที่ ๓ การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม มุ่งลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งในเชิงรายได้ พื้นที่ ความมั่งคั่ง และการแข่งขันของภาคธุรกิจ ด้วยการสนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสให้มีโอกาสในการเลื่อนสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ พร้อมทั้งเพิ่มโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจให้เปิดกว้างและเป็นธรรม

๑.๓ เป้าหมายหลักที่ ๕ การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ มุ่งสร้างความพร้อมในการรับมือและแสวงหาโอกาสจากการเป็นสังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยโรคระบาด และภัยคุกคามทางไซเบอร์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกทางสถาบันที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างและระบบการบริหารงานของภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ได้อย่างทันเวลา มีประสิทธิภาพ และมีธรรมาภิบาล

๒) หมวดหมู่การพัฒนา และเป้าหมายระดับหมวดหมู่

๒.๑ มิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย

- **หมวดหมู่ที่ ๑** ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
เป้าหมายที่ (๑) มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปสูงขึ้น
- **หมวดหมู่ที่ ๒** ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน
เป้าหมายที่ (๑) การเปลี่ยนการท่องเที่ยวไทยเป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพอื่น
- **หมวดหมู่ที่ ๕** ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์

ที่สำคัญของภูมิภาค

- เป้าหมายที่ (๑) ไทยเป็นประตูการค้าและการลงทุนในภูมิภาค
 (๒) ไทยเป็นห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาค
 (๓) ไทยเป็นประตูและทางเชื่อมโครงข่ายคมนาคมและโลจิสติกส์ของภูมิภาค

● **หมวดหมู่ที่ ๖** ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน

- เป้าหมายที่ (๑) เศรษฐกิจดิจิทัลภายในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

๒.๒ มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม

● **หมวดหมู่ที่ ๗** ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

- เป้าหมายที่ (๑) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตและแข่งขันได้
 (๒) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ สามารถยกระดับและปรับตัวสู่การแข่งขันใหม่

● **หมวดหมู่ที่ ๘** ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน

- เป้าหมายที่ (๑) การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคและการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษขยายตัวเพิ่มขึ้น

● **หมวดหมู่ที่ ๙** ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอ เหมาะสม

- เป้าหมายที่ (๒) คนไทยทุกช่วงวัยได้รับความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

๒.๓ มิติปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ

● **หมวดหมู่ที่ ๑๓** ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

- เป้าหมายที่ (๑) การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

๒.๓ แผนระดับที่ ๓ ที่เกี่ยวข้อง

๒.๓.๑ นโยบายรัฐบาล

นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา โดยพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๒ ให้ทราบถึงแนวทางการบริหารราชการแผ่นดินที่รัฐบาลจะดำเนินการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าด้วยความมั่นคง สังคมไทยมีความสุข สามัคคี และเอื้ออาทร คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีความพร้อมที่จะดำเนินชีวิตในศตวรรษที่ ๒๑ เศรษฐกิจไทยมีความแข็งแกร่ง และมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพประชาชนและสิ่งแวดล้อมตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีนโยบายหลัก ๑๒ ด้าน เป็นทิศทางการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาลภายใต้วิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนประเทศของรัฐบาล คือ “มุ่งมั่นให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในศตวรรษที่ ๒๑” ซึ่งนโยบายหลักในการบริหารราชการแผ่นดินที่กระทรวงพาณิชย์ มีความเกี่ยวข้องประกอบด้วย

๑) นโยบายที่ ๔ การสร้างบทบาทของไทยในเวทีโลก

๔.๒ เสริมสร้างความเป็นปึกแผ่นของอาเซียน

๔.๓ ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

๒) นโยบายที่ ๕ การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย

๕.๒ พัฒนาภาคอุตสาหกรรม

๕.๒.๒ พัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือแนวโน้มการค้าโลก

๕.๒.๓ สร้างกลไกสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการรายใหม่

๕.๓ พัฒนาภาคเกษตร

๕.๓.๑ รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรและรายได้ให้กับเกษตรกรในสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ปาล์ม อ้อย และข้าวโพด โดยผ่านเครื่องมือและมาตรการที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพไม่เป็นภาระกับงบประมาณแผ่นดินเกินสมควร

๕.๓.๓ พัฒนาองค์กรเกษตรกรและเกษตรกรรุ่นใหม่

๕.๓.๔ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร

๕.๔ พัฒนาภาคการท่องเที่ยว

๕.๔.๑ พัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

๕.๕ พัฒนาการค้าการลงทุนเพื่อมุ่งสู่การเป็นชาติการค้า การบริการและการ

ลงทุนในภูมิภาค

๕.๕.๑ ส่งเสริมการค้าชายแดนและแก้ไขปัญหาสินค้าชายแดน

๕.๕.๓ ปรับปรุงระบบบริหารจัดการการนำเข้าส่งออกสินค้าบริเวณด่านชายแดน

๕.๗ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและการมุ่งสู่การเป็นประเทศอัจฉริยะ

๕.๗.๒ พัฒนาการอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนธุรกิจการค้าการนำเข้าส่งออก และโลจิสติกส์ในรูปแบบดิจิทัล

๕.๗.๓ ส่งเสริมการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยทั้งในภาคการผลิตและบริการในการเข้าถึงตลาด

และนวัตกรรม

๕.๘ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา

๕.๘.๑ พัฒนาสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการส่งเสริม
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม

๕.๙ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่

๕.๙.๑ พัฒนาระบบนิเวศเพื่อรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่

๕.๙.๒ เร่งรัดพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
ทั้งในภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้

๓) นโยบายที่ ๖ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

๖.๑ ส่งเสริมพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเอเชีย

๖.๑.๔ เร่งขับเคลื่อนการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน
อย่างต่อเนื่อง

๔) นโยบายที่ ๗ การพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก

๗.๑ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน

๗.๑.๑ สร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ของพื้นที่

๗.๑.๒ สนับสนุนความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนผ่านเทคโนโลยี

๗.๑.๓ สร้างโอกาสและส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและ
บริการทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

๗.๒ สร้างความเข้มแข็งของชุมชน

๗.๒.๒ ยกระดับคุณภาพตลาดชุมชน สถาบันการเงินของชุมชนสวัสดิการ
ชุมชน สาธารณสุขชุมชน ป่าชุมชน ไม่มีค่า ท่องเที่ยวชุมชน และ
ส่งเสริมการขายตลาดออกสู่ต่างประเทศ

๗.๓ ส่งเสริมบทบาทภาคเอกชนในการช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจฐานราก

๕) นโยบายที่ ๑๑ การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ

๑๑.๑ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่

๑๑.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการอนุมัติ อนุญาตของทางราชการที่มีความสำคัญ
ต่อการประกอบธุรกิจและดำเนินชีวิตของประชาชนให้เป็นระบบดิจิทัล

๑๑.๓ พัฒนาระบบข้อมูลขนาดใหญ่ในการบริหารราชการแผ่นดิน

๑๑.๔ เปิดเผยข้อมูลภาครัฐสู่สาธารณะ

๑๑.๕ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ

๑๑.๗ ปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย เพื่อเอื้อต่อการทำธุรกิจ และ

การใช้ชีวิตประจำวัน

๑๑.๗.๑ ปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ การอำนวยความสะดวก
ต้นทุนค่าใช้จ่าย กฎหมาย กฎ และระเบียบต่าง ๆ ของภาครัฐ

๑๑.๗.๓ ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม

๖) นโยบายที่ ๑๒ การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบและกระบวนการยุติธรรม

๑๒.๑ แก้ไขปัญหาทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒.๓.๒ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)
(ฉบับ ๓ เดือนสิงหาคม ๒๕๖๕)

๑) เป้าหมาย (หลัก)

(๑) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น ๗.๑ ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. ๒๕๗๐ (เติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ ร้อยละ ๑๐)

(๒) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนด้านการขายต่างประเทศ (Outbound Cross Border e-Commerce) เติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ต่อ ปี ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

๒) แนวทางการพัฒนา

(๑) การพัฒนากำลังคน พลเมือง และผู้ประกอบการดิจิทัล

(๒) การพัฒนาสภาพแวดล้อม และปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecosystem and Enabling Factors)

(๓) การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ และส่งเสริมการค้าออนไลน์ ทั้งภายในประเทศและข้ามพรมแดน

ส่วนที่ ๓ สารสำคัญแผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์

๓.๑ ภาพรวมของแผนปฏิบัติการ

๓.๑.๑ วิสัยทัศน์ของกระทรวงพาณิชย์

“เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าด้วยการตลาด ๕.๐ ภายในปี ๒๕๗๐”

๓.๑.๒ พันธกิจของกระทรวงพาณิชย์

- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ
- พัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเข้มแข็งเพื่อยกระดับรายได้ของประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำ และรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
- พัฒนาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจการค้าให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน และเป็นธรรม
- ส่งเสริมการค้า การเจรจาการค้า และพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า ระหว่างประเทศและการค้าชายแดน
- พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพรองรับการตลาด ๕.๐

๓.๒ แผนย่อยภายใต้แผนปฏิบัติการระยะ ๕ ปี

๓.๒.๑ ประเด็นที่ ๑ พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการ

เป้าหมาย ๑.๑ เกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น

๑) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วย นับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร อัตลักษณ์พื้นถิ่นของกลุ่มเป้าหมาย	ล้านบาท	๕๕	๕๕	๕๕	๕๕	๕๕	ทป.
๒. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตร ปลอดภัยของกลุ่มเป้าหมาย	ล้านบาท	๒	๒	๒	๒	๒	คต.
๓. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรแปรรูป และเกษตรนวัตกรรมของ กลุ่มเป้าหมาย	ล้านบาท	๔	๔	๔	๔	๔	คต.
๔. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริม ของกลุ่มเป้าหมาย	ล้านบาท	๖๑๕	๖๒๐	๖๒๕	๖๓๐	๖๓๕	คณ.
๕. มูลค่าการค้าสินค้าและบริการใน ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม	ล้านบาท	๒,๗๐๐	๒,๖๑๐	๒,๗๗๕	๒,๙๕๔	๓,๑๓๗	สป. คณ. พค.

๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) ส่งเสริมช่องทางการตลาดที่หลากหลายให้แก่สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้ตลาดนำการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของตลาด โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เกษตรปลอดภัย เกษตรแปรรูปและเกษตรนวัตกรรม รวมถึงสินค้าเกษตรอื่นๆ

(๒.๒) รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรโดยใช้มาตรการสนับสนุนที่เหมาะสมขยายอุปสงค์ภายในประเทศ และพัฒนาระบบตลาด รวมทั้งระบบโลจิสติกส์การค้าสินค้าเกษตร เพื่อให้การบริหารจัดการสินค้าเกษตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

(๒.๓) พัฒนาทักษะและองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ โดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ การบริหารจัดการ การขยายช่องทางการตลาด สร้างภาพลักษณ์ และสร้างเครือข่าย รวมทั้งผสมผสานภูมิปัญญาและความหลากหลายทางชีวภาพในชุมชนเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์

๓) แผนงาน/โครงการ

- (๓.๑) โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (ทป.)
- (๓.๒) โครงการส่งเสริมตลาดและประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์ไทย (คต.)
- (๓.๓) โครงการสร้างเครือข่ายและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อผลักดันมูลค่าเพิ่มภาคการผลิต การค้า และการลงทุน (คต.)
- (๓.๔) โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร (คน.)
- (๓.๕) โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ (คน.)
- (๓.๖) การรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร (คน.)
- (๓.๗) โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคอีสานสู่ศูนย์กลางเศรษฐกิจลุ่มแม่น้ำโขง (สป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๘) โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่สากลเชื่อมโยงการค้าชายแดนและ EEC (สป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๙) โครงการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากด้วยเศรษฐกิจมูลค่าสูง ภาคเหนือ (สป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๑๐) โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอัตลักษณ์และเพิ่มขีดความสามารถทางการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคใต้ (สป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๑๑) โครงการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากชายแดนภาคใต้ (สป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๑๒) โครงการส่งเสริมพัฒนาขีดความสามารถ SMEs เสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากกลุ่มจังหวัดภาคกลาง (สป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๑๓) โครงการร่วมค้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (สป.)
- (๓.๑๔) โครงการสร้างทีม Salesman จังหวัด และส่งเสริมสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่นไทย โกอินเตอร์ (สป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๑๕) โครงการเชื่อมโยงการค้าอนุภูมิภาคเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างมั่นคง ภาคเหนือ (สป.)

- (๓.๑๖) โครงการยกระดับการค้าภาคอีสาน ศูนย์กลางเศรษฐกิจของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (สป.)
- (๓.๑๗) โครงการยกระดับการค้าภาคตะวันออกสู่สากล เชื่อมโยงการค้าชายแดนและ EEC (สป.)
- (๓.๑๘) โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคกลาง (สป.)
- (๓.๑๙) โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอัตลักษณ์เมืองใต้ เชื่อมโยงการค้าโลก ปี ๒๕๖๗ (สป.)
- (๓.๒๐) โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากชายแดนภาคใต้ (สป.)
- (๓.๒๑) โครงการส่งเสริมสินค้า BCG และสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่นไทยโกอินเตอร์ (Local Plus) (สป.)
- (๓.๒๒) โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร (ตลาดชุมชน เพื่อธุรกิจท้องถิ่น หมู่บ้านทำมาค้าขาย) (คน.)
- (๓.๒๓) โครงการส่งเสริมการพัฒนากลไกและโครงสร้างอุตสาหกรรมมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ท้องถิ่น (พค.)

เป้าหมาย ๑.๒ ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

๑) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑. จำนวนต้นแบบของผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ใช้นวัตกรรมและรูปแบบการตลาด ๕.๐	ต้นแบบ	๑	๑	๑	๑	๑	สนค.
๒. จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา	ราย	๕๐	๕๒	๕๓	๕๕	๕๖	สค.
๓. มูลค่าการค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา	ล้านบาท	๕๐๐	๕๑๕	๕๓๐.๔๕	๕๔๖.๓๖	๕๖๒.๗๕	สค.
๔. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อบรรลุการตลาด ๕.๐	ราย	๑๐,๐๐๐	๑๒,๘๐๕	๑๓,๓๗๐	๑๔,๐๔๕	๑๔,๖๒๖	ทป. พค. สศท. สวอ. สคพ.
๕. มูลค่าการค้าของผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อบรรลุการตลาด ๕.๐	ล้านบาท	๗๕๐	๑,๑๖๙	๑,๒๒๖	๑,๒๕๙	๑,๒๗๓	ทป. พค. สศท.
๖. มูลค่าการค้า e-commerce ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม	ล้านบาท	๒,๒๕๐	๒,๓๘๘	๒,๔๗๑	๒,๕๕๘	๒,๖๔๙	พค. สค.

๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) สร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อาทิ สินค้าเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมการผลิตยาและสมุนไพร เครื่องมือทางการแพทย์ นวัตกรรมอาหารชีวภาพ สินค้าภายใต้แนวคิด BCG อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) และธุรกิจบริการ อาทิ บริการด้านดิจิทัล (Digital Service) เป็นต้น ตลอดจนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและระบบข้อมูลสมัยใหม่ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ

(๒.๒) ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่าย โดยพัฒนาการบริหารจัดการบริการโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐานในระดับสากล สามารถดำเนินธุรกิจและให้บริการได้แบบครบวงจรและครอบคลุมตลาดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ สร้างประโยชน์จากห่วงโซ่มูลค่า เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

(๒.๓) ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ และทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในด้านนวัตกรรมการผลิตสินค้าและบริการ การบริหารจัดการ การตลาด และการเงิน โดยส่งเสริมการปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล ความคิดสร้างสรรค์ ผลงานวิจัย ที่นำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล

(๒.๔) ส่งเสริมผู้ประกอบการทุกระดับให้สามารถขยายช่องทางการตลาดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการสร้างโอกาสให้เข้าถึงตลาดและช่องทางการค้าออนไลน์ รวมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ให้เข้มแข็ง และสร้างความเชื่อมั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

๓) แผนงาน/โครงการ

- (๓.๑) โครงการยกระดับผลิตภาพและพัฒนากำลังคนเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม (โครงการประยุกต์ใช้ Blockchain ยกระดับเศรษฐกิจการค้า) (สนค.)
- (๓.๒) โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (สค.)
- (๓.๓) โครงการเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ (ทป.)
- (๓.๔) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน และสร้างสรรค์ (พค.)
- (๓.๕) โครงการพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจ (พค.)
- (๓.๖) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทยยุคใหม่และยกระดับผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยสู่สากล (สศท.)
- (๓.๗) โครงการสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศด้วยการยกระดับมาตรฐานสร้างความเชื่อมั่น และพัฒนาบุคลากรมืออาชีพตลอดห่วงโซ่การค้าและการผลิต (สวอ.)
- (๓.๘) โครงการจัดทำฐานข้อมูล Business intelligence สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (สวอ.)
- (๓.๙) โครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (สวอ.)
- (๓.๑๐) โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาค (สวอ.)

- (๓.๑๑) โครงการยกระดับการจัดการและภาพลักษณ์การจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair สู่การเป็นงานแสดงอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำของโลก (สวอ.)
- (๓.๑๒) โครงการปฏิบัติการยกระดับ MSMEs เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกจากความตกลง RCEP (MSMEs to RCEP in Action) (สคพ.)
- (๓.๑๓) โครงการคลินิกเสมือนจริงให้คำปรึกษาผู้ประกอบการ SME เพื่อการส่งออก (SME Virtual Clinic) (สคพ.)
- (๓.๑๔) โครงการจัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์สินค้า BCG รองรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรุ่นใหม่ (BCG Connex : MSME digital trade & marketing platform) (สคพ.)
- (๓.๑๕) โครงการสร้างโอกาสในการขายและการขยายตลาดของ SME (พค.)
- (๓.๑๖) โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล (สค.)

๓.๒.๒ ประเด็นที่ ๒ พัฒนาระบบนิเวศทางการค้า

เป้าหมาย ๒.๑ ศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น

๑) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑. ร้อยละของจำนวนคำขอจดทะเบียนและบริการข้อมูลธุรกิจผ่านระบบดิจิทัล	ร้อยละ	๖๐	๖๕	๗๐	๗๕	๘๐	พค.
๒. จำนวนรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย	ฉบับ	๑	-	-	-	-	พค.
๓. วงเงินจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	๒	๒	๒	๒	๒	พค.
๔. ผลงานวิจัย/นวัตกรรมข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้รับการพัฒนา/เผยแพร่นำไปใช้ประโยชน์/ต่อยอดในเชิงพาณิชย์	เรื่อง	๑๘	๒๐	๒๑	๒๓	๒๔	สนค. สวอ. สคพ.
๕. จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา	คำขอ	๓๕,๗๐๐	๓๖,๔๐๐	๓๗,๑๐๐	๓๗,๘๐๐	๓๘,๕๐๐	ทป.
๖. สินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	สินค้า	๑๒	๑๓	๑๔	๑๕	๑๖	ทป.

๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) ปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อจำกัด มาตรฐาน สิทธิประโยชน์ต่างๆ และอำนวยความสะดวกภาคธุรกิจตามกรอบ Doing Business เพื่อให้การประกอบธุรกิจมีความทันสมัย ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริษัทโลก

(๒.๒) ส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถแข่งขันได้ โดยการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ

(๒.๓) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย นวัตกรรม รวมทั้งพัฒนาและเชื่อมโยงระบบข้อมูล/การเตือนภัย/การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและการลงทุน เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดมาตรการได้อย่างทันทั่วถึง และประกอบการวางแผนธุรกิจของผู้ประกอบการ

(๒.๔) พัฒนาบริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการให้บริการ รวมทั้งส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้างศักยภาพด้านการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ

(๒.๕) ส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้หลากหลาย

๓) แผนงาน/โครงการ

(๓.๑) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (พค.)

(๓.๒) โครงการการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายของพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. ๒๕๓๕ (พค.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)

(๓.๓) โครงการส่งเสริม SME เข้าถึงแหล่งเงินทุน (พค.)

(๓.๔) โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจการค้าไทย (สนค.)

(๓.๕) โครงการเพิ่มความสามารถการแข่งขันด้วยข้อมูลเศรษฐกิจการค้า (สนค.)

(๓.๖) การบริหารองค์การเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย (สวอ.)

(๓.๗) โครงการศูนย์อนาคตศึกษาและข่าวกรองทางการค้าเพื่อการพัฒนา MSMEs (Market Intelligence and Trade Foresight Center: MITFC for MSMEs) (สคพ.)

(๓.๘) โครงการเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ (ทป.)

(๓.๙) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจดทะเบียนสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร (ทป.)

(๓.๑๐) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (ทป.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)

(๓.๑๑) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจสอบและรับจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ทป.)

(๓.๑๒) โครงการพัฒนาต่อยอดสินค้าชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวด้วยทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)

เป้าหมาย ๒.๒ ประชาชนได้รับการคุ้มครองทางการค้า และสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาเป็นธรรม

๑) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑. ร้อยละของราคาสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นลดลง	ร้อยละ	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	คิน.
๒. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน	ร้อยละ	๙๗.๕๐	๙๗.๕๐	๙๗.๕๐	๙๗.๗๕	๙๗.๗๕	คิน.

๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) **ดูแลราคาสินค้าและบริการให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการและผู้บริโภค** โดยเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่จำเป็นเพื่อลดค่าครองชีพ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการดูแลราคาสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพให้มีความเป็นธรรม

๓) แผนงาน/โครงการ

- (๓.๑) โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน (คน.)
- (๓.๒) กำกับดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า (คน.)

๓.๒.๓ ประเด็นที่ ๓ สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ

เป้าหมาย ๓.๑ ประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศคู่ค้าสำคัญ

๑) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑. จำนวนการประชุมระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจการค้าและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ	ครั้ง	๗๐	๘๑	๘๑	๘๑	๘๑	จร. ทป. สนค.

๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) **เร่งจัดทำข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศและความร่วมมือด้านการค้าระหว่างประเทศ** โดยแสวงหาพันธมิตรและคู่ค้าใหม่ๆ เพื่อเปิดตลาดและเสริมสร้างขีดความสามารถของไทยในเวทีโลก รวมถึงเพิ่มบทบาทให้ไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการค้าและการลงทุนของภูมิภาคเอเชีย ตลอดจนเร่งรัดและฟื้นฟูการเจรจาการค้าที่อยู่ระหว่างดำเนินการ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

๓) แผนงาน/โครงการ

- (๓.๑) โครงการจัดทำเขตการค้าเสรี (จร.)
- (๓.๒) โครงการการเป็นเจ้าภาพการประชุมเอเปคของไทย ปี ๒๕๖๕ (จร.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๓) โครงการการเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ เรื่อง การจัดทำฉลากอัจฉริยะ (smart labelling) และการแลกเปลี่ยนข้อมูลและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของไทย และสหราชอาณาจักร (จร.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๔) โครงการสัมมนาประชาพิจารณ์ เรื่อง การใช้ประโยชน์และการเตรียมรับมือผลกระทบจากการจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) ไทย - ตุรกี (จร.) (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖)
- (๓.๕) โครงการสร้างความมั่นใจผู้ประกอบการในการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาไทยและการเตรียมความพร้อมของไทยด้านทรัพย์สินทางปัญญาในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศและการจัดทำ/เข้าร่วมความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศคู่ค้า (ทป.)
- (๓.๖) โครงการยุทธศาสตร์เพิ่มความสามารถการแข่งขันทางการค้าด้วยการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (โครงการ CLMVT FORUM เสริมสร้างการค้าและความร่วมมือในภูมิภาค) (สนค.)

เป้าหมาย ๓.๒ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น

๑) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑. อัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้าชายแดนในจังหวัดที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ	ร้อยละ	๑	๑	๑	๑	๑	คต.
๒. มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	๓๑,๗๐๐	๓๓,๘๗๙.๓๙	๓๖,๒๖๐.๙๘	๓๙,๐๐๙.๗๔	๔๑,๘๗๖.๗๕	สค.
๓. มูลค่าส่งออกสินค้า BCG ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	๙๐	๑๐๗.๖๕	๑๑๗.๖๓	๑๒๗.๙๗	๑๓๘.๗๐	สค.

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๔. มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	๒,๕๐๐	๒,๕๙๗.๖๖	๒,๖๗๕.๕๙	๒,๗๕๕.๘๖	๒,๘๓๘.๕๓	สค.
๕. มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	๙๐	๙๕	๑๐๐	๑๐๕	๑๑๐	สค.

๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) **ส่งเสริมการค้าชายแดน** โดยพัฒนาต่อยอด/กระชับความร่วมมือและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าและการลงทุนของไทย ให้มีความพร้อมสำหรับรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจในส่วนภูมิภาค

(๒.๒) **ขยายตลาดส่งออกสินค้าและบริการของไทย** ทั้งด้านกลุ่มเป้าหมายและช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยเน้นพัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการของไทยให้ตรงกับความต้องการของตลาด และเมกะเทรนด์ อาทิ สินค้า BCG สินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ สนับสนุนผลักดันช่องทางการค้าการตลาดที่ทันสมัยและเหมาะสมให้กับผู้ประกอบการไทยในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมภาพลักษณ์ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลผ่านช่องทางการสื่อสารที่มีศักยภาพ แสวงหาเครือข่ายพันธมิตรในการเจาะตลาด ใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงสร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในมิติการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ

๓) แผนงาน/โครงการ

- (๓.๑) โครงการขยายการค้าการลงทุนชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (คต.)
- (๓.๒) โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal (สค.)
- (๓.๓) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ (สค.)
- (๓.๔) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) (สค.)
- (๓.๕) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ (สค.)
- (๓.๖) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล (สค.)
- (๓.๗) โครงการขยายการค้าการตลาดสู่สากล (สค.)
- (๓.๘) โครงการส่งเสริม SME ให้แข่งขันได้ในตลาดสากล (คต.)

เป้าหมาย ๔.๑ องค์กรมีประสิทธิภาพและโปร่งใส

๑) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	หน่วย นับ	ค่าเป้าหมาย					หน่วยงาน
		๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	
๑. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานในกระทรวง	ร้อยละ	๘๕	๙๐	๙๐	๙๐	๙๐	ทุกหน่วยงาน
๒. จำนวนกระบวนการงานบริการประชาชนที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล	กระบวนการงาน	๖	๕	๔	๖	๔	สป. คต. พค. ทป. สวอ.
๓. โครงการที่มีผลสัมฤทธิ์ต่อเป้าหมายกระทรวง	ร้อยละ	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	๘๐	สป.
๔. ดัชนีความผูกพันของบุคลากรภาครัฐ	ร้อยละ	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕	๘๕	สป. คต. คน. จร. ทป. พค. สค. สนค.
๕. ร้อยละของหน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน ITA ร้อยละ ๘๕	ร้อยละ	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	ทุกหน่วยงาน

๒) แนวทางการพัฒนา

(๒.๑) พัฒนาระบบและรูปแบบและช่องทางการบริการประชาชนให้มีความสะดวกรวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน/หลักสากล และยกระดับเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานและการบริการภาครัฐให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์มีธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ มุ่งสู่รัฐบาลดิจิทัล “E-Government” รวมถึงการบูรณาการข้อมูลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับการตัดสินใจ การกำหนดนโยบายหรือมาตรการ และการบริหารจัดการภาครัฐ

(๒.๒) พัฒนาและขับเคลื่อนภารกิจเชิงยุทธศาสตร์ โดยจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และกำกับติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนงานโครงการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

(๒.๓) บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีศักยภาพสูงและมีความพร้อมสำหรับการตลาด ๕.๐ โดยมีระบบการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ให้มีศักยภาพสูง มีความรู้ความสามารถ และทักษะใหม่ๆ พร้อมปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงกลยุทธ์ การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เช่น ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมทั้งได้รับการส่งเสริมให้มีความก้าวหน้าในสายงาน เพื่อให้มีความผูกพันต่อองค์กร

(๒.๔) ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่มีความใสสะอาดปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต โดยการปฏิบัติหน้าที่ราชการอย่างเปิดเผย โปร่งใส ถูกต้อง เป็นธรรม ส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม จัดทำคู่มือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน รวมทั้งสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการทุจริต เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง สอดส่อง ติดตามพฤติกรรมเสี่ยงและแจ้งเบาะแส เพื่อสกัดกั้นมิให้เกิดการทุจริตประพฤติมิชอบ โดยมีมาตรการสนับสนุนและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

๓) แผนงาน/โครงการ

- (๓.๑) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบให้บริการและการบริหารงานของกระทรวงพาณิชย์ (สป.)
- (๓.๒) โครงการพัฒนาการให้บริการด้านทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบดิจิทัล (ทป.)
- (๓.๓) โครงการพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อพัฒนาต่อยอดและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (ทป.)
- (๓.๔) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล (คต.)
- (๓.๕) โครงการยกระดับการให้บริการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล (DFT SMART Certificate of Origin (C/O) ระยะที่ ๒ (คต.)
- (๓.๖) โครงการยกระดับความสามารถและสร้างความพร้อมของบุคลากรเพื่อรองรับการเป็นรัฐบาลดิจิทัล (คต.)
- (๓.๗) โครงการพัฒนาระบบการให้บริการเชื่อมโยงข้อมูลธุรกิจเพื่อสนับสนุนรัฐบาลดิจิทัล (พค.)
- (๓.๘) โครงการพัฒนาระบบงานบริการด้านทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)
- (๓.๙) โครงการยกระดับการดำเนินการและการให้บริการด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม (สวอ.)
- (๓.๑๐) งานพัฒนาการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์และติดตามผลการดำเนินการกิจของกระทรวงพาณิชย์ (สป.)
- (๓.๑๑) โครงการเสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (สป.)
- (๓.๑๒) โครงการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรกรมทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)
- (๓.๑๓) โครงการพัฒนาจิตสำนึกและความเข้มแข็งของกลไกต่อต้านการทุจริต กระทรวงพาณิชย์ (สป.)
- (๓.๑๔) โครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมสร้างภูมิคุ้มกันต้านทุจริต (ทป.)

๓.๓ ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

๓.๓.๑ ประมาณการวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติการ

๑) ประเด็นที่ ๑ พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการ

แผนปฏิบัติการ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	วงเงินรวม (ล้านบาท)
เงินงบประมาณแผ่นดิน	๘๐๕.๓๑	๑,๖๔๖.๔๕	๑,๗๑๒.๓๗	๑,๘๐๑.๓๒	๑,๘๙๓.๓๙	๗,๘๕๘.๘๔
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-

๒) ประเด็นที่ ๒ พัฒนาระบบนิเวศทางการค้า

แผนปฏิบัติการ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	วงเงินรวม (ล้านบาท)
เงินงบประมาณแผ่นดิน	๕๖๕.๖๑	๕๕๑.๖๑	๕๕๒.๗๐	๕๖๕.๑๗	๕๘๒.๙๙	๒,๘๑๘.๐๗
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-

๓) ประเด็นที่ ๓ สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ

แผนปฏิบัติการ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	วงเงินรวม (ล้านบาท)
เงินงบประมาณแผ่นดิน	๖๑๑.๐๘	๗๓๔.๘๕	๘๐๕.๐๘	๘๘๐.๙๑	๙๖๓.๐๗	๓,๙๙๔.๙๙
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-

๔) ประเด็นที่ ๔ ยกระดับองค์กรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมธรรมาภิบาล

แผนปฏิบัติการ	๒๕๖๖	๒๕๖๗	๒๕๖๘	๒๕๖๙	๒๕๗๐	วงเงินรวม (ล้านบาท)
เงินงบประมาณแผ่นดิน	๒๔๕.๐๘	๒๒๖.๕๐	๑๔๑.๐๐	๑๖๘.๕๐	๑๓๙.๕๐	๙๒๐.๕๘
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-

ส่วนที่ ๔

รายละเอียดของแผนปฏิบัติราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

ของกระทรวงพาณิชย์

แผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกระทรวงพาณิชย์

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าด้วยการตลาด 5.0 ภายในปี 2570

พันธกิจ

- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ
- พัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเข้มแข็งเพื่อยกระดับรายได้ของประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำ และรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
- พัฒนาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจการค้าให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน และเป็นธรรม
- ส่งเสริมการค้า การเจรจาการค้า และพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศและการค้าชายแดน
- พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพรองรับการตลาด 5.0

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)				
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล	
ประเด็นที่ 1: พัฒนาศักยภาพทางการค้าของธุรกิจและผู้ประกอบการ																			
1.1 เกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น	1. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) (ทป.)	-	55	55	55	55	55	1. ส่งเสริมช่องทางทางการตลาดที่หลากหลายให้แก่สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้ตลาดนำการผลิต เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของตลาด โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เกษตรปลอดภัย เกษตรแปรรูปและเกษตรนวัตกรรม รวมถึงสินค้าเกษตรอื่นๆ (คต. ทป.)	โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (ทป.)										
									- โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ และสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	38.70	96.00	96.00	96.00	96.00	2	3/3.1	1	5.3.3 / 5.3.4 7.1.1	
									- โครงการผลักดันการจัดทำระบบควบคุมคุณภาพมาตรฐานสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย	14.60	15.33	16.10	16.90	17.75	2	3/3.1	1	5.3.3 / 5.3.4 7.1.1	
									- ขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าอัตลักษณ์ และสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่สากล	-	15.00	15.00	15.00	15.00	2	3/3.1	1	5.3.3 / 5.3.4 7.1.1	
	2. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัยของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) (คต.)	-	2	2	2	2	2		โครงการส่งเสริมตลาดและประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์ไทย (คต.)	2.00	15.00	15.00	15.00	15.00	2	3/3.2	1	5.3.4	
	3. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรแปรรูปและเกษตรนวัตกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) (คต.)	-	4	4	4	4	4		โครงการสร้างเครือข่ายและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อผลักดันมูลค่าเพิ่มภาคการผลิต การค้า และการลงทุน (คต.)										
									- โครงการเสริมสร้างศักยภาพสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยเพื่อการต่อยอดเชิงพาณิชย์	2.00	24.00	24.00	24.00	24.00	2	3/3.4	1	5.3.4	

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)							
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล				
4. มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมของกลุ่มเป้าหมาย (ล้านบาท) (ค.น.)		650	615	620	625	630	635	2. รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรโดยใช้มาตรการสนับสนุนที่เหมาะสม ขยายอุปสงค์ภายในประเทศ และพัฒนาระบบตลาด รวมทั้งระบบโลจิสติกส์การค้าสินค้าเกษตร เพื่อให้การบริหารจัดการสินค้าเกษตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (ค.น.)	โครงการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร (ค.น.)													
									- โครงการบริหารจัดการการประกันรายได้สินค้าเกษตร	25.00	25.00	25.75	26.52	27.32	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
									- โครงการเสริมสร้างความรู้และเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ	29.23	30.10	31.01	31.94	32.89	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
									- โครงการพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)	10.28	10.59	10.91	11.23	11.57	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
									- โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์	20.00	20.60	21.22	21.85	22.51	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
									- โครงการส่งเสริมการตลาดผลไม้	30.00	30.90	31.83	32.78	33.77	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
									โครงการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรสำคัญ (ค.น.)													
									- การเพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานของโรงสีแบบครบวงจร	3.50	3.61	3.71	3.82	3.94	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
									- การรณรงค์บริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ	3.25	3.35	3.45	3.55	3.66	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
									- ศึกษาและวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดของห่วงโซ่อุปทาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ไทย	3.00	3.09	3.18	3.28	3.08	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4				
การรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร (ค.น.)	93.39	55.65	57.30	59.00	60.50	2	3/3.6	1	5.3.1 / 5.3.4													
5. มูลค่าการค้าสินค้าและบริการในชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม (ล้านบาท) (ส.ป. ค.น. พ.ค.)		1,620	2,700	2,610	2,775	2,954	3,137	3. พัฒนาทักษะและองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ โดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ ในการประกอบธุรกิจ การบริหารจัดการ การขยายช่องทางทางการตลาด สร้างภาพลักษณ์ และสร้างเครือข่าย รวมทั้งผสมผสานภูมิปัญญาและความหลากหลายทางชีวภาพในชุมชนเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ (ส.ป. ค.น. พ.ค.)	โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคอีสานสู่ศูนย์กลางเศรษฐกิจลุ่มแม่น้ำโขง (ส.ป.)	35.52	-	-	-	-	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2				
									โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การค้าชายแดนและ EEC (ส.ป.)	14.62	-	-	-	-	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2				
									โครงการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากด้วยเศรษฐกิจมูลค่าสูง ภาคเหนือ (ส.ป.)	19.68	-	-	-	-	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2				
									โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอัตลักษณ์และเพิ่มขีดความสามารถทางการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคใต้ (ส.ป.)	18.86	-	-	-	-	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2				
									โครงการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากชายแดนภาคใต้ (ส.ป.)	7.86	-	-	-	-	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2				

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ชื่อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล
									โครงการส่งเสริมพัฒนาขีดความสามารถ SMEs เสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากกลุ่มจังหวัดภาคกลาง (สป.)	3.89	-	-	-	-	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการร่วมค้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (สป.)	29.86	33.30	35.60	38.00	40.75	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการสร้างทีม Salesman จังหวัด และส่งเสริมสินค้าเอกลักษณ์ท้องถิ่นไทยไอน์เตอร์ (สป.)	38.90	-	-	-	-	4	16/16.1	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการเชื่อมโยงการค้าอนุภูมิภาคเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างมั่นคง ภาคเหนือ (สป.)	-	52.10	55.75	59.65	63.83	4	16/16.2	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการยกระดับการค้าภาคอีสาน สู่ศูนย์กลางเศรษฐกิจของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (สป.)	-	53.75	57.50	61.50	65.80	4	16/16.2	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการยกระดับการค้าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เชื่อมโยงการค้าชายแดนและ EEC (สป.)	-	20.94	22.40	24.00	25.60	4	16/16.2	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากภาคกลาง (สป.)	-	21.63	23.10	24.70	26.40	4	16/16.2	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าเอกลักษณ์เมืองใต้ เชื่อมโยงการค้าโลก ปี 2567 (สป.)	-	44.08	47.20	50.30	54.00	4	16/16.2	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการยกระดับการค้าเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากชายแดนภาคใต้ (สป.)	-	14.95	16.00	17.10	18.30	4	16/16.2	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการส่งเสริมสินค้า BCG และสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่นไทยไอน์เตอร์ (Local Plus) (สป.)	-	62.00	66.30	70.90	75.90	4	16/16.2	8	7.1.1 / 7.2.2
									โครงการส่งเสริมการพัฒนาระบบตลาดภายในสำหรับสินค้าเกษตร (ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น หมู่บ้านหามาค้าขาย) (คน.)	85.00	-	-	-	-	4	16/16.2	8	7.1.1 - 7.1.3 7.2.2 / 7.3
									โครงการส่งเสริมการพัฒนาวิถีและโครงสร้างชุดข้อมูลค้าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ท้องถิ่น (พค.)									
									- สร้างโอกาสและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจไทย	12.00	23.00	24.00	25.00	27.00	4	16/16.2	8/8.1	7.1.2
									- ขับเคลื่อนตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	7.50	23.50	24.00	24.50	25.00	4	16/16.2	8/8.1	7.1.2

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)				
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล	
									- ส่งเสริมภาพลักษณ์และการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร - สร้างโอกาสทางการตลาด พัฒนาธุรกิจฐานรากด้วย e-Commerce	3.00	30.00	31.00	32.00	33.00	4	16/16.2	8/8.1	7.1.2	
										9.50	22.00	24.20	26.62	29.28	4	16/16.2	8/8.1	7.1.2	
1.2 ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนา และส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น	6. จำนวนต้นแบบของผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ใช้นวัตกรรมและรูปแบบการตลาด 5.0 (ต้นแบบ) (สนค.)	-	1	1	1	1	1	4. สร้างโอกาสและขยายช่องทางทางการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อาทิ สินค้าเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมการผลิตและสมุนไพร เครื่องมือทางการแพทย์ นวัตกรรมอาหารชีวภาพ สินค้าภายใต้แนวคิด BCG อุตสาหกรรมการดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) และธุรกิจบริการ อาทิ บริการด้านดิจิทัล (Digital Service) เป็นต้น ตลอดจนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและระบบข้อมูลสมัยใหม่ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ (สนค.)	โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม (โครงการประยุกต์ใช้ Blockchain ยกระดับเศรษฐกิจการค้า) (สนค.)	3.70	3.70	3.70	3.70	3.70	2	4/4.6	6	5.2.2	
	7. จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา (ราย) (สค.)	-	50	52	53	55	56	5. ยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการบริการโลจิสติกส์ให้มาตรฐานในระดับสากล สามารถดำเนินธุรกิจและให้บริการได้แบบครบวงจรและครอบคลุมตลาดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ สร้างประโยชน์จากห่วงโซ่มูลค่า เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (สค.)	โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (สค.)	14.52	17.43	20.91	25.09	30.11	2	7/7.1	5	5.7.2 / 5.9.2	
	8. มูลค่าการค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา (ล้านบาท) (สค.)	-	500	515	530.45	546.36	562.75												
	9. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อบรรลุมูลค่า 5.0 (ราย) (ทป. พค. สศท. สว. สศท.)	-	10,000	12,805	13,370	14,045	14,626	6. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ และทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในด้านนวัตกรรมการผลิตสินค้าและบริการ การบริหารจัดการ การตลาด และการเงิน โดยส่งเสริมการปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล ความคิดสร้างสรรค์ ผลงานวิจัย ที่นำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล (ทป. พค. สศท. สว. สศท.)	โครงการเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ (ทป.)										
									- โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้วยทรัพย์สินทางปัญญา (IPAC)**	7.20	10.80	10.80	10.80	10.80	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- โครงการเสริมสร้างความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาเชิงรุก (IP4B)**	6.10	12.10	12.10	12.10	12.10	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- โครงการมหกรรมทรัพย์สินทางปัญญา (IP Fair)**	8.50	16.00	16.00	16.00	16.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- โครงการสร้างมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาผ่านตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา (IP Mart)**	4.15	6.00	6.00	6.00	6.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									โครงการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้คุณภาพมาตรฐาน และสร้างสรรค์ (พค.)										
									- พัฒนาส่งเสริมธุรกิจบริการสู่การค้ายุคใหม่**	5.42	75.00	80.00	85.00	90.00	2	8/8.1	7	5.9.2	

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)				
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล	
									โครงการพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจ (พค.)										
									- พัฒนาส่งเสริมผู้ประกอบการท้องถิ่นทั่วประเทศก้าวทันการค้ายุคใหม่**	2.00	56.00	57.50	59.00	60.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- สร้างศักยภาพธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ไทยสู่สากล**	3.00	3.80	3.80	4.00	4.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- พัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งธุรกิจแฟรนไชส์ไทย**	4.00	13.00	13.00	13.00	13.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- พัฒนาระดับและสร้างเครือข่ายพันธมิตรสมาคมการค้า**	1.00	2.00	3.00	3.00	4.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- ยกระดับขีดความสามารถด้านบัญชีของ SME ไทยด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม	1.50	7.94	7.94	8.34	8.34	2	8/8.1	7	5.9.2	
									- สร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SME ด้วยหลักธรรมาภิบาล	1.50	5.10	5.20	5.30	5.40	2	8/8.1	7	5.9.2	
									โครงการพัฒนาผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทยยุคใหม่และยกระดับผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยสู่สากล (สศท.)**	77.03	327.92	344.31	361.53	397.68	2	8/8.1	7	5.9.2	
									หมายเหตุ: **หมายถึงโครงการที่สามารถผลักดันตัวชี้วัดที่ 9 และ 10 ภายใต้เป้าหมายกระทรวงที่ 1.2										
									โครงการสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยด้วยการยกระดับมาตรฐานสร้างความเชื่อมั่น และพัฒนาบุคลากรมืออาชีพตลอดห่วงโซ่การค้าและการผลิต (สวอ.)	24.04	63.46	64.26	65.06	65.86	2	8/8.1	7	5.2.2 / 5.2.3 5.9.2	
									โครงการจัดทำฐานข้อมูล Business intelligence สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (สวอ.)	2.00	15.00	15.00	15.00	15.00	2	8/8.1	7	5.7.2	
									โครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (สวอ.)	0.50	10.50	11.00	11.50	12.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาค (สวอ.)	7.75	65.00	65.00	85.00	85.00	2	8/8.1	7	5.9.2	
									โครงการยกระดับการจัดการและภาพลักษณ์การจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair สู่การเป็นงานแสดงอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำของโลก (สวอ.)	-	80.00	80.00	80.00	80.00	2	8/8.1	7	5.9.2	

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2.Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล
									โครงการปฏิบัติการยกระดับ MSMEs เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกจากความตกลง RCEP (MSMEs to RCEP in Action) (สคพ.)	0.25	8.57	8.58	8.58	8.59	2	8/8.1	7	5.9.2
									โครงการคลินิกเสมือนจริงให้คำปรึกษาผู้ประกอบการ SME เพื่อการส่งออก (SME Virtual Clinic) (สคพ.)	7.45	7.52	7.53	7.53	7.54	2	8/8.1	7	5.7.2 / 5.9.2
									โครงการจัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์สินค้า BCG รองรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรุ่นใหม่ (BCG Connex: MSME digital trade & marketing platform) (สคพ.)	5.00	5.01	5.01	5.02	5.02	2	8/8.1	7	5.7.2 / 5.7.3 5.9.2
	11. มูลค่าการค้า e-commerce ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม (ล้านบาท)	2,050	2,250	2,388	2,471	2,558	2,649	7. ส่งเสริมผู้ประกอบการทุกระดับให้สามารถขยายช่องทางการตลาดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการสร้างโอกาสให้เข้าถึงตลาดและช่องทางการค้าออนไลน์ รวมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ให้เข้มแข็ง และสร้างความเชื่อมั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (พค. สค.)	โครงการสร้างโอกาสในการขายและการขยายตลาดของ SME (พค.)									
									- สร้างชุมชนออนไลน์สร้างรายได้ธุรกิจ (Digital Village Online)	5.50	9.63	10.60	11.66	12.82	2	8/8.3	7	5.7.3
									- เพิ่มโอกาสการค้าด้วย e-Commerce	4.00	6.74	7.41	8.15	8.97	2	8/8.3	7	5.7.3
									โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล (สค.)	48.06	68.78	72.21	75.82	79.62	2	8/8.3	7	5.7.3
ประเด็นที่ 2: พัฒนาระบบนิเวศทางการค้า																		
2.1 สักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น	1. ร้อยละของจำนวนค่าของจดทะเบียนและบริการข้อมูลธุรกิจผ่านระบบดิจิทัล (พค.)	-	60	65	70	75	80	1. ปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อจำกัด มาตรฐาน สิทธิประโยชน์ต่างๆ และอำนวยความสะดวกภาคธุรกิจตามกรอบ Doing Business เพื่อให้การประกอบธุรกิจมีความทันสมัย ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก (พค.)	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (พค.)									
									- พัฒนาระบบจดทะเบียนนิติบุคคลรองรับการให้บริการข้อมูลดิจิทัล	62.00	-	-	-	-	2	8/8.4	7	5.7.2
									- พัฒนาระบบการออกใบอนุญาต/หนังสือรับรองการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ	22.00	-	-	-	-	2	8/8.4	7	5.7.2
									- พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลการตรวจสอบภายใน	3.00	-	-	-	-	2	8/8.4	7	5.7.2
									- พัฒนาระบบจดทะเบียนสมาคมการค้าและหอการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์	-	14.00	-	-	-	2	8/8.4	7	5.7.2
									- พัฒนาระบบจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจ	-	-	-	-	5.00	2	8/8.4	7	5.7.2

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล
	2. จำนวนรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย (ฉบับ) (พค.)	-	1	-	-	-	-		โครงการการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายของพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 (พค.)	-	-	-	-	-	6	22/22.1	13	11.7
	3. วงเงินจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจเพิ่มขึ้น (ร้อยละ) (พค.)	2	2	2	2	2	2	2. ส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถแข่งขันได้ โดยการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ (พค.)	โครงการส่งเสริม SME เข้าถึงแหล่งเงินทุน (พค.) - ส่งเสริม SME เข้าถึงแหล่งเงินทุน	1.50	21.00	21.00	21.00	21.00	2	8/8.2	7	5.9.2
	4. ผลงานวิจัย/นวัตกรรม ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้รับการพัฒนา/เผยแพร่นำไปใช้ประโยชน์/ต่อยอดในเชิงพาณิชย์ (เรื่อง) (สนค. สวอ. สคพ.)	18	18	20	21	23	24	3. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย นวัตกรรม รวมทั้งพัฒนาและเชื่อมโยงระบบข้อมูล/การเตือนภัย/การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและการลงทุน เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดมาตรการได้อย่างทันทั่วถึง และประกอบการวางแผนธุรกิจของผู้ประกอบการ (สนค. สวอ. สคพ.)	โครงการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจการค้าไทย (สนค.) - โครงการศึกษาแนวทางยกระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG - โครงการศึกษาแนวทางการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมต่อมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจไทย กรณีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - โครงการพัฒนาแบบจำลองเพื่อเพิ่มศักยภาพการประเมินสภาพการณ์และวิเคราะห์ผลกระทบด้านเศรษฐกิจการค้าของประเทศ - โครงการศึกษาลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ - โครงการศึกษาการแยกห่วงโซ่อุปทาน (Decoupling) ของอุตสาหกรรมสำคัญระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน และนัยยะต่อเศรษฐกิจการค้าไทย	1.63	1.63	1.63	1.63	1.63	2	8/8.4	7	5.8.1
									โครงการเพิ่มความสามารถการแข่งขันด้วยข้อมูลเศรษฐกิจการค้า (สนค.) - โครงการพัฒนาเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า - โครงการเชื่อมโยงข้อมูลการค้าสำคัญ เพื่อวิเคราะห์และติดตามสถานการณ์การค้าโลก - โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า - โครงการจัดทำระบบให้บริการข้อมูลด้านดัชนีเศรษฐกิจการค้า	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	2	8/8.4	7	5.8.1
										3.69	3.69	3.69	3.69	3.69	2	8/8.4	7	5.8.1
										1.01	1.01	1.01	1.01	1.01	2	8/8.4	7	5.8.1
										3.66	3.66	3.66	3.66	3.66	2	8/8.4	7	5.8.1
										32.29	32.29	32.29	32.29	32.29	2	8/8.4	7	5.8.1
										14.79	14.79	14.79	14.79	14.79	2	8/8.4	7	5.8.1
										5.26	5.26	5.26	5.26	5.26	2	8/8.4	7	5.8.1
										2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2	8/8.4	7	5.8.1

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2.Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล
									การบริหารองค์กรเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย (สวอ.)	8.35	33.20	33.50	33.80	34.10	2	8/8.4	7	5.8.1 / 5.9.2
									โครงการศูนย์อนาคตศึกษาและข่าวกรองทางการค้าเพื่อการพัฒนา MSMEs (Market Intelligence and Trade Foresight Center: MITFC for MSMEs) (สทพ.)	0.04	7.55	7.55	7.56	7.56	2	8/8.4	7	5.8.1 / 5.9.2
	5. จำนวนสินค้าและบริการที่ได้รับการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (คำขอ) (ทป.)	35,000	55,700	36,400	37,100	37,800	38,500	4. พัฒนาบริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการให้บริการ รวมทั้งส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้างศักยภาพด้านการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ (ทป.)	โครงการเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ (ทป.)									
									- โครงการส่งเสริม Soft Power อุตสาหกรรมเพลงไทยออกสู่เวทีต่างประเทศ	4.80	-	-	-	-	2	8/8.4	7	5.9.1
									โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจดทะเบียนสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร (ทป.)	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	2	8/8.4	7	5.9.1
									โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (ทป.)	4.64	-	-	-	-	2	8/8.4	7	5.9.1
									โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจสอบและรับจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ทป.)	3.00	4.50	4.50	4.50	4.50	2	8/8.4	7	5.9.1
	6. สินค้าและบริการที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (สินค้า) (ทป.)	11	12	13	14	15	16	5. ส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเข้าสู่ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และสนับสนุนการพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้หลากหลาย (ทป.)	โครงการพัฒนาต่อยอดสินค้าชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวด้วยทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)	3.38	7.00	10.00	10.00	10.00	2	5/5.1	2	5.4.1 / 7.1.1
2.2 ประชาชนได้รับการคุ้มครองทางการค้า และสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาเป็นธรรม	7. ร้อยละของราคาสินค้าเป้าหมายที่จำเป็นลดลง (คน.)	30	30	30	30	30	30	6. ดูแลราคาสินค้าและบริการให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้าที่จำเป็นเพื่อลดค่าครองชีพ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการดูแลราคาสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพให้มีความเป็นธรรม (คน.)	โครงการรณรงค์ปราบปรามการค้าคอร์รัปชันประชาชน (คน.)	139.74	143.94	148.25	152.70	157.28	4	17/17.1	9	11.7.3
	8. ร้อยละของสินค้าและบริการเป้าหมายมีราคาจำหน่ายสอดคล้องกับต้นทุน (คน.)	97.50	97.50	97.50	97.50	97.75	97.75		กำกับดูแลและส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้า (คน.)	242.22	249.49	256.97	264.68	272.62	4	17/17.1	9	11.7.3

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล
ประเด็นที่ 3: สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ																		
3.1 ประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศคู่ค้าสำคัญ	1. จำนวนการประชุมระหว่างประเทศด้านเศรษฐกิจการค้าและความร่วมมือเพื่อการพัฒนา ระหว่างประเทศ (ครั้ง) (จร. ทป. สนค.)	50	70	81	81	81	81	1. เร่งจัดทำข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศและความร่วมมือด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยแสวงหาพันธมิตรและคู่ค้าใหม่ๆ เพื่อเปิดตลาดและเสริมสร้างขีดความสามารถของไทยในเวทีโลก รวมถึงเพิ่มบทบาทให้ไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการค้าและการลงทุนของภูมิภาคเอเชีย ตลอดจนเร่งรัดและฟื้นฟูการเจรจาการค้าที่อยู่ระหว่างดำเนินการ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ (จร. ทป. สนค.)	โครงการจัดทำเขตการค้าเสรี (จร.)	33.85	35.55	37.32	39.19	41.15	1	2/2.2	5	4.2 / 4.3
								โครงการการเป็นเจ้าภาพการประชุมเอเปคของไทยปี 2565 (จร.)	6.88	-	-	-	-	1	2/2.2	5	4.2 / 4.3	
								โครงการการเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจเรื่องการจัดทำฉลากอัจฉริยะ (smart labeling) และการแลกเปลี่ยนข้อมูลและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของไทยและสหราชอาณาจักร (จร.)	2.74	-	-	-	-	1	2/2.2	5	4.2 / 4.3	
								โครงการสัมมนาประชาพิจารณ์ เรื่อง การใช้ประโยชน์และการเตรียมรับมือผลกระทบจากการจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) ไทย - ตุรกี (จร.)	0.43	-	-	-	-	1	2/2.2	5	4.2 / 4.3	
								โครงการสร้างความมั่นใจผู้ประกอบการในการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาไทยและการเตรียมความพร้อมของไทยด้านทรัพย์สินทางปัญญาในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศและการจัดทำเข้าร่วมความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศคู่ค้า (ทป.)	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1	2/2.2	5	4.2 / 4.3	
								โครงการยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันทางการค้าด้วยการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (โครงการ CLMVT FORUM เสริมสร้างการค้าและความร่วมมือในภูมิภาค) (สนค.)	2.19	2.19	2.19	2.19	2.19	1	2/2.2	5	4.3 / 5.9.2	

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล
3.2 ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าขายแดนเพิ่มขึ้น	2. อัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้าขายแดนในจังหวัดที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (ร้อยละ) (คต.) หมายเหตุ ปี 2564 มูลค่าการค้าขายแดนผ่านแดนปรับตัวสูงมากเมื่อเทียบกับปี 2563 เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้ค่าระวางเรือปรับตัวสูงขึ้นมากและขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ทำให้ผู้ประกอบการหันมาส่งสินค้าทางบกมากขึ้น ดังนั้นหากสถานการณ์การค้าขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และค่าระวางเรือคลี่คลาย ผู้ประกอบการอาจกลับไปขนส่ง	มูลค่าการค้าขายแดนผ่านแดนขยายตัวเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาไม่น้อยกว่าร้อยละ 3	1	1	1	1	1	2. ส่งเสริมการค้าขายแดน โดยพัฒนาต่อยอด/กระชับความร่วมมือและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าและการลงทุนของไทย ให้มีความพร้อมสำหรับรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจในส่วนภูมิภาค (คต.)	โครงการขยายการค้าการลงทุนชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (คต.)	5.00	28.00	30.00	32.00	34.00	2	9/9.3	8	6.1.4
	3. มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (สค.)	41,500	31,700	33,879.39	36,260.98	39,009.74	41,876.75	3. ขยายตลาดส่งออกสินค้าและบริการของไทย ทั้งด้านกลุ่มเป้าหมายและช่องทางตลาดใหม่ๆ โดยเน้นพัฒนาสินค้าและบริการของไทยให้ตรงกับความต้องการของตลาด และเมกะเทรนด์ อาทิ สินค้า BCG สินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ทางการค้าในตลาดที่ทันสมัยและเหมาะสมให้กับผู้ประกอบการไทยในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมภาพลักษณ์ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลผ่านช่องทางทางสื่อสารที่มีศักยภาพ แสวงหาเครือข่ายพันธมิตรในการเจรจาตลาด ใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงสร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในมิติการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ (คต. สค.)	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศึกษาภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal (สค.)									
									- กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศึกษาภาพสู่สากล (ยกเว้นธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์)	14.91	17.90	21.48	25.77	30.93	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									- กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร อาหารและธุรกิจบริการอาหาร	150.28	171.49	190.14	210.15	231.66	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									- กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	18.19	54.56	60.02	66.02	72.62	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									- กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอุตสาหกรรมสู่สากล	31.91	37.00	42.00	47.00	52.00	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									- กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น	89.04	101.25	111.37	122.51	134.76	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ (สค.)	102.57	107.70	113.09	118.74	124.68	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) (สค.)	32.78	45.00	50.00	55.00	60.00	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ (สค.)	32.88	35.00	37.28	39.72	42.34	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2
									โครงการสร้างและยกระดับบริการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล (สค.)	12.30	15.00	17.00	19.00	21.00	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)											
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล								
4. มูลค่าส่งออกสินค้า BCG ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (สค.)	4. มูลค่าส่งออกสินค้า BCG ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (สค.)	-	90	107.65	117.63	127.97	138.70		โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal (สค.)																	
	- กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้า BCG และสินค้าสำหรับยุค Next Normal	16.14	17.19	18.31	19.51	20.80	2		8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2															
	5. มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (สค.)	-	2,500	2,597.66	2,675.59	2,755.86	2,838.53		โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal (สค.)																	
- กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสู่สากล (เฉพาะธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์)	26.50	31.80	38.16	45.79	54.95	2	8/8.3	5	5.9.1 / 5.9.2																	
6. มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (สค.)	80	90	95	100	105	110		โครงการขยายการค้าการตลาดสู่สากล (สค.)	28.79	30.23	31.74	33.32	34.99	2	8/8.3	7	5.9.1 / 5.9.2									
โครงการส่งเสริม SME ให้แข่งขันได้ในตลาดสากล (คค.)	2.69	4.00	4.00	4.00	4.00	2	8/8.3	7	5.9.2																	
ประเด็นที่ 4: ยกระดับองค์กรให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมธรรมาภิบาล																										
4.1 องค์กรมีประสิทธิภาพและโปร่งใส	1. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานในกระทรวง (ร้อยละ) (ทุกหน่วยงาน)	85	85	90	90	90	90	1. พัฒนาระบบและรูปแบบและช่องทางการบริการประชาชนให้มีความสะดวก รวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ลดกระบวนการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน/หลักสากล และยกระดับเพิ่มประสิทธิภาพการบริการงานและการบริการภาครัฐให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ มีธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ มุ่งสู่รัฐบาลดิจิทัล "E-Government" รวมถึงการบูรณาการข้อมูลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับการตัดสินใจ การกำหนดนโยบายหรือมาตรการ และการบริหารจัดการภาครัฐ (ทุกหน่วยงาน)	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบให้บริการและการทำงานของกระทรวงพาณิชย์ (สป.)																	
									- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบให้บริการและการทำงานของกระทรวงพาณิชย์	82.79	98.00	98.00	98.00	98.00	6	20/20.1	13	11.1 / 11.3 11.4 / 11.7.1								
									โครงการพัฒนาการให้บริการด้านทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบดิจิทัล (ทป.)																	
									- โครงการจัดทำธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) และดำเนินงานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	10.00	2.00	2.00	2.00	2.00	6	20/20.1	13	11.3 / 11.4 / 11.7.1								
- โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านคุณภาพการตรวจสอบและยกระดับการให้บริการประชาชน	8.10	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.2 / 11.5 / 11.7.1																	
โครงการพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อพัฒนาต่อยอดและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (ทป.)	-	3.00	3.00	3.00	3.00	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1																	

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ชื่อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)				
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล	
2. จำนวนกระบวนการบริการประชาชนที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล (กระบวนการ) (ทุกหน่วยงาน)		8	6	5	4	6	4		โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบให้บริการและ การบริหารงานของกระทรวงพาณิชย์ (สป.)										
									- โครงการพัฒนาระบบข้อมูลสถิติการค้า ระหว่างประเทศไทย	7.34	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.3 / 11.4 / 11.7.1	
									โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการ ให้บริการด้านการค้าต่างประเทศด้วย นวัตกรรมดิจิทัล (คค.)	30.58	75.50	8.00	24.00	5.50	6	20/20.1	13	11.2	
									โครงการยกระดับการให้บริการออกหนังสือ รับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล (DFT SMART Certificate of Origin (C/O) ระยะที่ 2 (คค.)	30.00	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.2	
									โครงการยกระดับความสามารถและสร้าง ความพร้อมของบุคลากรเพื่อรองรับการเป็น รัฐบาลดิจิทัล (คค.)	0.27	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.2	
									โครงการพัฒนาระบบการให้บริการเชื่อมโยง ข้อมูลธุรกิจเพื่อสนับสนุนรัฐบาลดิจิทัล (พค.)										
									- พัฒนาระบบการให้บริการเชื่อมโยงข้อมูล ธุรกิจเพื่อสนับสนุนรัฐบาลดิจิทัล	17.50	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1	
									โครงการพัฒนาระบบงานบริการด้านทรัพย์สิน ทางปัญญา (ทป.)										
									- โครงการพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูล สถิติขนาดใหญ่ (Big Data) ด้วยการทำ เหมืองข้อมูล (Data Mining)	11.25	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.3 / 11.7.1	
									- พัฒนาระบบบริการข้อมูล/คำปรึกษาด้าน สถิติบัตรและอนุสถิติบัตรด้วยเทคนิคการ ประมวลผลตามภาษาธรรมชาติ(Natural Language Processing: NLP)	8.35	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1	
- โครงการพัฒนาโปรแกรมอัจฉริยะสำหรับ บริหารจัดการค่าแปลรายการสินค้า/บริการ	10.00	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1										
โครงการพัฒนาการให้บริการด้านทรัพย์สิน ทางปัญญาในรูปแบบดิจิทัล (ทป.)																			
- ระบบแสดงผลงานลิขสิทธิ์ (Copyright Publish)	3.50	-	-	-	-	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1										

เป้าหมายกระทรวง	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย						แนวทางขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้บรรลุเป้าหมาย	ข้อเสนอโครงการ	งบประมาณ (ล้านบาท)					ความสอดคล้อง (รายโครงการ)			
		65	66	67	68	69	70			66	67	68	69	70	ยุทธศาสตร์ชาติ (Z)	แผนแม่บทและแผนย่อย (Y2,Y1)	(ร่าง) แผนพัฒนาฉบับที่ 13	นโยบายรัฐบาล
									- พัฒนาระบบ TM Advice เพื่อให้บริการเครื่องหมายการค้าผ่าน Application - พัฒนาระบบฐานข้อมูลลิขสิทธิ์เพลงด้วยเทคโนโลยี Audio Fingerprint - พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับแจ้งเตือนชำระค่าธรรมเนียมผ่านคิวอาร์โค้ดและแก้ไขค่าขอรับสิทธิบัตรผ่านระบบแก้ไขแบบเร่งด่วน	-	20.00	2.00	2.00	2.00	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1
									- พัฒนาระบบฐานข้อมูลลิขสิทธิ์เพลงด้วยเทคโนโลยี Audio Fingerprint	-	-	-	5.00	-	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1
									- พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับแจ้งเตือนชำระค่าธรรมเนียมผ่านคิวอาร์โค้ดและแก้ไขค่าขอรับสิทธิบัตรผ่านระบบแก้ไขแบบเร่งด่วน	-	-	-	5.50	-	6	20/20.1	13	11.2 / 11.3 / 11.7.1
									โครงการยกระดับการค้าและการให้บริการด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม (สวอ.)	22.76	25.00	25.00	25.00	25.00	6	20/20.1	13	11.1 / 11.2 / 11.3 / 11.7.1
	3. โครงการที่มีผลสัมฤทธิ์ต่อเป้าหมาย กระทรวง (ร้อยละ) (สป.)	80	80	80	80	80	80	2. พัฒนาและขับเคลื่อนภารกิจเชิงยุทธศาสตร์ โดยจัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และกำกับติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนงานโครงการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด (สป.)	งานพัฒนาการบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ และติดตามผลการดำเนินการกิจของกระทรวงพาณิชย์ (สป.)						6	20/20.2	13	11.1
	4. ดัชนีความผูกพันของบุคลากรภาครัฐ ร้อยละ 85 (สป. คต. คน. จร. ทป. พค. สค. สนค.) ดัชนีความผูกพันของบุคลากรประกอบด้วย 1. การพูดถึงองค์กรในสิ่งที่ดี 2. การคงอยู่กับองค์กร 3. การมุ่งมั่นสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ (รวมถึงบุคลากรมีความก้าวหน้าในอาชีพ)	-	85	85	85	85	85	3. บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีศักยภาพสูงและมีความพร้อมสำหรับการตลาด 5.0 โดยมีระบบการพัฒนาศักยภาพบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ที่มีศักยภาพสูง มีความรู้ความสามารถ และทักษะใหม่ๆ พร้อมปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงกลยุทธ์ การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เช่น ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะสร้างสรรค์นวัตกรรม รวมทั้งได้รับการส่งเสริมให้มีความก้าวหน้าในสายงาน เพื่อให้มีความผูกพันต่อองค์กร (สป. คต. คน. จร. ทป. พค. สค. สนค.)	โครงการเสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (สป.)	-	-	-	-	-	6	20/20.5	13	11.1 / 11.5
									โครงการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรกรมทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.)	0.95	1.00	1.00	2.00	2.00	6	20/20.5	13	11.1 / 11.5
	5. ร้อยละของหน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน ITA ร้อยละ 85 (ทุกหน่วยงาน)	85	100	100	100	100	100	4. ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่มีความใสสะอาด ปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต โดยการปฏิบัติหน้าที่ราชการอย่างเปิดเผย โปร่งใส ถูกต้องเป็นธรรม ส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม จัดทำคู่มือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน รวมทั้งสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการทุจริต เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสอดส่อง ติดตามพฤติกรรมเสี่ยงและแจ้งเบาะแส เพื่อสกัดกั้นมิให้เกิดการทุจริตประทุมิมีขอบ โดยมีมาตรการสนับสนุนและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (ทุกหน่วยงาน)	โครงการพัฒนาจิตสำนึกและความเข้มแข็งของกลไกต่อต้านการทุจริตกระทรวงพาณิชย์ (สป.)	1.29	2.00	2.00	2.00	2.00	6	21/21.1	13	11.5 / 12.1
									โครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมสร้างภูมิคุ้มกันต้านทุจริต (ทป.)	0.40	-	-	-	-	6	21/21.1	13	11.5 / 12.1

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์

การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์

การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์ (SWOT Analysis) เป็นการประเมินจากจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน (Internal Factors) และการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก (External Factors) ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจการค้า โดยจากผลการวิเคราะห์นี้ จะนำไปจัดทำ TOWS Matrix เพื่อใช้ประกอบการจัดทำข้อเสนอและแนวทางการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายต่อไป

๑. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors)

ใช้หลักการ The McKinsey 7S Framework ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ใน ๗ มิติ ได้แก่ โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ รูปแบบการบริหารจัดการ ทักษะ ระบบการทำงาน ค่านิยมร่วม และบุคลากร สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
๑. โครงสร้างองค์กร (Structure)	
<ul style="list-style-type: none">มีภารกิจด้านการค้าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การพัฒนาธุรกิจการค้า การดูแลระบบตลาดภายในประเทศ การเจรจาการค้าระหว่างประเทศ การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การควบคุม การนำเข้า-ส่งออก การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการวิเคราะห์ข้อมูล/การกำหนด ยุทธศาสตร์ทางการค้ามีโครงสร้างองค์กรที่ครอบคลุมทั้งระดับส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๗๖ แห่ง) และต่างประเทศ (คณะผู้แทนไทยถาวรประจำ องค์การการค้าโลกฯ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ๓ แห่ง และสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ๕๘ แห่ง)	<ul style="list-style-type: none">การบูรณาการการจัดทำโครงการระหว่างหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์มีน้อยการปรับเปลี่ยนภารกิจ/หน้าที่เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการค้าใหม่ทำได้จำกัด เช่น การส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในต่างประเทศ เพื่อขยายการค้าและหลีกเลี่ยงมาตรการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้า
๒. กลยุทธ์ (Strategy)	
<ul style="list-style-type: none">มียุทธศาสตร์/แผนงาน/โครงการตามภารกิจของกระทรวงพาณิชย์ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี นโยบายรัฐบาล และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	<ul style="list-style-type: none">ขาดการวิเคราะห์ความเสี่ยง/ผลกระทบจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ และแผนรองรับความเสี่ยง/ผลกระทบ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
๓. รูปแบบการบริหารจัดการ (Style)	
<ul style="list-style-type: none"> ● มีรูปแบบการสื่อสารวิสัยทัศน์/นโยบาย/ทิศทางการดำเนินงานขององค์กร จากผู้บริหารถ่ายทอดมายังผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ (Top-Down Communication) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ช่องทางการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานขององค์กรมีจำกัด ● ภาวะเบียบยังไม่รองรับกับการทำงานทางไกลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเต็มรูปแบบ
๔. ทักษะ (Skills)	
<ul style="list-style-type: none"> ● แต่ละหน่วยงานมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่เกิดจากประสบการณ์ติดตัวของแต่ละบุคคล/ มีความชำนาญสูงจากการปฏิบัติงาน (Tacit Knowledge) ● บุคลากรมีความพร้อมในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง 	<ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนา/การฝึกอบรม/การถ่ายทอด ทักษะสมรรถนะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร
๕. ระบบการทำงาน (System)	
<ul style="list-style-type: none"> ● มีการนำระบบ IT มาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การใช้ประโยชน์/การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานยังมีไม่เต็มที่
๖. ค่านิยมร่วม (Shared Value)	
<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้บริหาร/บุคลากรให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้มีความโปร่งใส/มีธรรมาภิบาล/ปราศจากคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> ● การสร้างการรับรู้และการปฏิบัติตามค่านิยมร่วมและความผูกพันขององค์กรยังไม่ทั่วถึง
๗. บุคลากร (Staff)	
<ul style="list-style-type: none"> ● มีเครือข่ายพันธมิตรที่เข้มแข็ง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา และพันธมิตรต่างประเทศ เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารอัตรากำลังคนและทักษะเฉพาะทางขององค์กรขาดความสมดุล ทำให้เกิดปัญหาความล่าช้า/งานค้างสะสม

๒. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Factors)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกเป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการค้า โดยนำหลักการ PESTEL มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วย ๖ มิติหลัก ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม เทคโนโลยี และลูกค้า/ผู้รับบริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
๑. การเมือง/นโยบาย/กฎหมาย/กฎหมาย (Politics)	
<ul style="list-style-type: none"> ● ภาครัฐมีการส่งเสริมนโยบาย BCG Economy ● แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เช่น Green Economy/Healthy Awareness/Future Food/ธุรกิจเพื่อสังคม/ความมั่นคงด้านอาหารและสุขภาพ ● ความตึงเครียดทางการค้าระหว่างประเทศ มหาอำนาจ ประกอบกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบห่วงโซ่อุปทานโลก (Global Supply Chain Restructuring โดยการย้ายฐานผลิตจากจีนไปยังประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะในภูมิภาค ASEAN ทำให้ประเทศใน ASEAN เข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาด/ห่วงโซ่การผลิตเพิ่มขึ้นแทนที่จีน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ภาวะเปราะบางของไทยยังไม่ทันสมัยเพื่อรองรับกับบริบทการค้าในปัจจุบัน โดยเฉพาะการค้ายุคดิจิทัล ● มาตรการทางการค้า/ภาวะเปราะบาง/นโยบายลดการนำเข้าของประเทศคู่ค้า/ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีน ● ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลกระทบต่อการค้าชายแดน ● การเข้าร่วมความตกลง CPTPP ของสหรัฐฯ (US Reentry into CPTPP) ทำให้ไทยสูญเสียขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการส่งออกสินค้าไปยังสหรัฐฯ กับประเทศคู่แข่งได้แก่ เวียดนาม ซึ่งเป็นสมาชิกความตกลง CPTPP ● ระบบตลาดภายในประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพ มีการผูกขาดทางการค้า และการกักตุนสินค้า
๒. เศรษฐกิจ (Economic)	
<ul style="list-style-type: none"> ● การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกจาก Post-COVID-19 ทำให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยและการเติบโตของธุรกิจทั้งด้านภาคการผลิตและภาคการค้าบริการ โดยคาดการณ์ GDP โลก ปี ๒๕๖๕ เท่ากับ ๓.๖ (เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๖๓ ซึ่งมี GDP เท่ากับ -๓.๑) (คำนวณ ณ เดือนเมษายน ๒๕๖๕ โดย IMF) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ความเปราะบางของสภาพสังคม/ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ/หนี้สาธารณะ เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่รายได้เศรษฐกิจลดลง โดยเฉพาะจากภาคบริการเนื่องจากผลกระทบจากโรคระบาด COVID-19 ● เศรษฐกิจไทยมีความอ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจโลกสูง เนื่องจากพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก โดยไทยมีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละเกือบ ๗๐ ของ GDP ● สิทธิประโยชน์ทางการค้าของไทยน้อยกว่าคู่แข่ง โดยในปี ๒๕๖๔ ไทยมีความตกลงทางการค้าที่มีผลบังคับใช้แล้วทั้งในรูปพหุภาคีและทวิภาคีจำนวน ๑๔ ฉบับ ในขณะที่ สิงคโปร์มี ๒๗ ฉบับ

โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
	<p>มาเลเซียและเวียดนามมี ๑๕ ฉบับ (ข้อมูลจาก องค์การการค้าโลก: WTO)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความผันผวนทางเศรษฐกิจ/โลกร้อน/โรคระบาด อุบัติใหม่/ห่วงโซ่การผลิต ส่งผลกระทบต่อ เศรษฐกิจไทย ● การเข้าสู่ Digital Economy ทำให้สภาพแวดล้อม ทางเศรษฐกิจการเงินมีความผันผวน (Volatility) ไม่แน่นอน (Uncertainty) ซับซ้อน (Complexity) และคลุมเครือ (Ambiguity) หรือ VUCA ซึ่งอาจ ทวีความรุนแรงขึ้นในอีก ๓-๕ ปีข้างหน้า หรือเกิด สภาพแวดล้อม VUCA+
๓. สังคมและวัฒนธรรม (Social)	
<ul style="list-style-type: none"> ● มีวัฒนธรรมจิตบริการ โดยเฉพาะด้านท่องเที่ยว/ บริการด้านสุขภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้เกิดปัญหาขาดแคลน วัยทำงานและประสิทธิภาพการผลิต
๔. สภาพแวดล้อม (Environment/Surroundings)	
<ul style="list-style-type: none"> ● มีแหล่งทรัพยากรเกษตรและความหลากหลายทาง ชีวภาพ ● มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น <ul style="list-style-type: none"> - มีความเชื่อมโยงระบบขนส่งระหว่างพื้นที่ เศรษฐกิจหลักในภูมิภาค/เขตเศรษฐกิจพิเศษ - ต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงินต่ำจาก การใช้ระบบ e-payment อย่างกว้างขวางใน ระบบเศรษฐกิจ/มีระบบสถาบันการเงินที่ดี - มีศักยภาพการส่งออกในกลุ่มสินค้าที่ หลากหลาย ได้แก่ กลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มสินค้าเกษตร และธุรกิจบริการ โดยเฉพาะ ธุรกิจการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> ● ภาคการเกษตรไทยยังอ่อนแอ สินค้าเกษตรมัก ประสบปัญหาด้านราคา ปริมาณผลผลิตมี ความผันผวน และได้รับผลกระทบจากภัย ธรรมชาติ ● การจัดเก็บและการให้บริการด้านข้อมูลโดยรัฐยังเป็น ข้อจำกัด และส่วนใหญ่เป็นข้อมูลในระดับชาติ ยังไม่ลงรายละเอียดในระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่น หรือระดับแยกย่อย (disaggregated data) ทำให้ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดนโยบายไม่ สามารถลงรายละเอียดได้ถึงระดับชุมชน ● ข้อจำกัดด้านปัจจัยธุรกิจบริการ อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การพึ่งพาการนำเข้าที่ ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจบริการวิชาชีพ

โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
๕. เทคโนโลยี (Technology)	
<ul style="list-style-type: none"> ● มีโครงสร้างพื้นฐานในการทำธุรกิจที่เพียงพอ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีทางการเงิน ● ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีการทำงาน/รูปแบบธุรกิจ/ระบบเศรษฐกิจ ทำให้เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนาแบรนด์สินค้าไทยสู่ตลาดโลกยังมีน้อย ● เทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อบริบทโลกอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวให้เท่าทัน
๖. ลูกค้า/ผู้รับบริการ (Stakeholders)	
<ul style="list-style-type: none"> ● กลุ่ม Millennial และ Gen Z ก้าวขึ้นมาเป็นผู้มีบทบาททางเศรษฐกิจ ● พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ตามมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม/การเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตสู่ new normal 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี ● การเข้าถึงข้อมูลตลาดของผู้บริโภคยังมีอยู่จำกัด และบทบาทผู้บริโภคในการรักษาสีทียังไม่เข้มแข็ง

TOWS Matrix
แผนปฏิบัติการราชการกระทรวงพาณิชย์
(พ.ศ. 2566 – 2570)
จุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาส

	<p>S : จุดแข็ง</p> <p>S1: มีการกิจการค้าต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การพัฒนาธุรกิจการค้า การดูแลระบบตลาดภายในประเทศ การเจรจาการค้ารพท. การส่งเสริมการค้ารพท. การควบคุมการนำเข้า-ส่งออก การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการค้า</p> <p>S2: มีโครงสร้างที่ครอบคลุมทั้งระดับส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และต่างประเทศ</p> <p>S3: มียุทธศาสตร์/แผนงาน/โครงการที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและภารกิจของพณ.</p> <p>S4: ผู้บริหาร/บุคลากรให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้มีความโปร่งใส/ธรรมาภิบาล/ปราศจากคอร์รัปชัน</p> <p>S5: หน่วยงานมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่เกิดจากประสบการณ์ติดตัวของแต่ละบุคคล (Tacit Knowledge)</p> <p>S6: บุคลากรมีความพร้อมในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง</p> <p>S7: มีการนำระบบ IT มาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ</p> <p>S8: มีเครือข่ายพันธมิตรที่เข้มแข็ง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา และพันธมิตรต่างประเทศ เป็นต้น</p>	<p>W : จุดอ่อน</p> <p>W1: การบูรณาการการจัดทำโครงการร่วมกันมีน้อย</p> <p>W2: การปรับเปลี่ยนภารกิจ/หน้าที่เพื่อให้อัตนัยสอดคล้องกับบริบทการค้าใหม่ทำได้ยาก</p> <p>W3: ช่องทางการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการแสดงความคิดเห็นต่อการทำงานมีจำกัด</p> <p>W4: การพัฒนา/การฝึกอบรม/การถ่ายทอด ทักษะ สมรรถนะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร</p> <p>W5: การบริหารอัตรากำลังคนและทักษะเฉพาะทางขององค์กรขาดความสมดุล ทำให้เกิดปัญหาความล่าช้า/งานค้างสะสม</p> <p>W6: ภาวะระเบียบยังไม่รองรับการทำงานทางไกลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ</p> <p>W7: การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานยังมีไม่เต็มที่</p> <p>W8: ขาดการวิเคราะห์ความเสี่ยง/ผลกระทบ และแผนรองรับความเสี่ยง/ผลกระทบ</p> <p>W9: ขาดการสร้างการรับรู้และการปฏิบัติตามค่านิยมร่วมและความผูกพันขององค์กรอย่างจริงจัง</p>																														
<p>O : โอกาส</p> <p>O1: แหล่งทรัพยากรเกษตร/ความหลากหลายทางชีวภาพ</p> <p>O2: วัฒนธรรมจิตบริการ โดยเฉพาะด้านท่องเที่ยว/บริการด้านสุขภาพ</p> <p>O3: มีโครงสร้างพื้นฐานในการทำธุรกิจที่เพียงพอ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีทางการเงิน</p> <p>O4: ภาครัฐมีการส่งเสริมนโยบาย BCG Economy</p> <p>O5: การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของเศรษฐกิจภายหลัง COVID-19</p> <p>O6: แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เช่น Green Economy/Healthy Awareness/Future Food/ธุรกิจผู้สูงอายุ/ความมั่นคงด้านอาหารและสุขภาพ</p> <p>O7: การย้ายฐานผลิตจากจีนสู่ ASEAN</p> <p>O8: กลุ่ม Millennial และ Gen Z ก้าวขึ้นมาเป็นผู้มีบทบาททางเศรษฐกิจ</p> <p>O9: พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป</p> <p>O10: ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลต่อการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีการทำงาน</p>	<p>SO : กลยุทธ์เชิงรุก</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="661 678 787 784">S1, S2, S8, O1,O4,O6,O8</td> <td data-bbox="787 678 1318 784">พัฒนาธุรกิจศักยภาพที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลกในขนาดจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น สินค้าเกษตร BCG รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมการค้าเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 784 787 857">S1,S2,O2,O5</td> <td data-bbox="787 784 1318 857">เพิ่มมูลค่าธุรกิจบริการให้มีมาตรฐานและคุณภาพระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวและบริการด้านสุขภาพ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 857 787 930">S1,S2,O3,O10</td> <td data-bbox="787 857 1318 930">ส่งเสริมธุรกิจบริการดิจิทัล อาทิ E-Commerce แพลตฟอร์ม ธุรกิจบริการทางการเงินให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 930 787 1036">S1,S2,O5</td> <td data-bbox="787 930 1318 1036">ทำการตลาดเชิงรุก อาทิ ขยายช่องทางการตลาด ขยายตลาดเป้าหมาย จับคู่ธุรกิจ และ ประชาสัมพันธ์/CSR รวมทั้งสร้างการยอมรับในสินค้า/บริการของไทยในเวทีโลก</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 1036 787 1109">S1,S2,O10</td> <td data-bbox="787 1036 1318 1109">สร้างระบบบูรณาการการทำงานระหว่างสพจ. กับ สศต./สพต. และสร้างระบบโครงข่ายเทคโนโลยีเชื่อมโยงอย่างเป็นรูปธรรม</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 1109 787 1182">S4,O10</td> <td data-bbox="787 1109 1318 1182">จัดทำองค์ความรู้/ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการและการป้องกันการคอร์รัปชันผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 1182 787 1287">S1,S8,O1, O10</td> <td data-bbox="787 1182 1318 1287">ส่งเสริมการใช้งานวิจัย/นวัตกรรม/เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ/เกษตรกรเชิงพาณิชย์และรูปแบบการค้า/ช่องทางทางการตลาดที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 1287 787 1360">S5,S6,S7, O10</td> <td data-bbox="787 1287 1318 1360">ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 1360 787 1433">S1,S2,S8, O3,O7</td> <td data-bbox="787 1360 1318 1433">ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมการค้าการลงทุนจากต่างชาติ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="661 1433 787 1490">S3,S6,O6,O8, O9, O10</td> <td data-bbox="787 1433 1318 1490">พัฒนาบุคลากรให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงภายนอก</td> </tr> </table>	S1, S2, S8, O1,O4,O6,O8	พัฒนาธุรกิจศักยภาพที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลกในขนาดจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น สินค้าเกษตร BCG รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมการค้าเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน	S1,S2,O2,O5	เพิ่มมูลค่าธุรกิจบริการให้มีมาตรฐานและคุณภาพระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวและบริการด้านสุขภาพ	S1,S2,O3,O10	ส่งเสริมธุรกิจบริการดิจิทัล อาทิ E-Commerce แพลตฟอร์ม ธุรกิจบริการทางการเงินให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	S1,S2,O5	ทำการตลาดเชิงรุก อาทิ ขยายช่องทางการตลาด ขยายตลาดเป้าหมาย จับคู่ธุรกิจ และ ประชาสัมพันธ์/CSR รวมทั้งสร้างการยอมรับในสินค้า/บริการของไทยในเวทีโลก	S1,S2,O10	สร้างระบบบูรณาการการทำงานระหว่างสพจ. กับ สศต./สพต. และสร้างระบบโครงข่ายเทคโนโลยีเชื่อมโยงอย่างเป็นรูปธรรม	S4,O10	จัดทำองค์ความรู้/ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการและการป้องกันการคอร์รัปชันผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ	S1,S8,O1, O10	ส่งเสริมการใช้งานวิจัย/นวัตกรรม/เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ/เกษตรกรเชิงพาณิชย์และรูปแบบการค้า/ช่องทางทางการตลาดที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา	S5,S6,S7, O10	ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	S1,S2,S8, O3,O7	ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมการค้าการลงทุนจากต่างชาติ	S3,S6,O6,O8, O9, O10	พัฒนาบุคลากรให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงภายนอก	<p>WO : กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="1318 678 1449 751">W3,O6,O8, O10</td> <td data-bbox="1449 678 2037 751">สร้างวัฒนธรรม/ค่านิยมและใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างระบบช่องทางในการแสดงความคิดเห็นด้านนวัตกรรมภายในองค์กรเพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรให้ทันตามกระแสโลก</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1318 751 1449 824">W4,W5,O5</td> <td data-bbox="1449 751 2037 824">พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับปริมาณงานขององค์กรตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1318 824 1449 898">W2,O5,O6</td> <td data-bbox="1449 824 2037 898">ปรับกระบวนการภายในองค์กรให้มีความยืดหยุ่นคล่องตัวต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1318 898 1449 971">W6,O10</td> <td data-bbox="1449 898 2037 971">ปรับปรุงภาวะระเบียบให้รองรับการปฏิบัติงานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของรัฐและเจ้าหน้าที่</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1318 971 1449 995">W9,O10</td> <td data-bbox="1449 971 2037 995">ปรับรูปแบบการสื่อสารค่านิยมร่วมขององค์กรผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น</td> </tr> </table>	W3,O6,O8, O10	สร้างวัฒนธรรม/ค่านิยมและใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างระบบช่องทางในการแสดงความคิดเห็นด้านนวัตกรรมภายในองค์กรเพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรให้ทันตามกระแสโลก	W4,W5,O5	พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับปริมาณงานขององค์กรตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป	W2,O5,O6	ปรับกระบวนการภายในองค์กรให้มีความยืดหยุ่นคล่องตัวต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ	W6,O10	ปรับปรุงภาวะระเบียบให้รองรับการปฏิบัติงานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของรัฐและเจ้าหน้าที่	W9,O10	ปรับรูปแบบการสื่อสารค่านิยมร่วมขององค์กรผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น
S1, S2, S8, O1,O4,O6,O8	พัฒนาธุรกิจศักยภาพที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลกในขนาดจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น สินค้าเกษตร BCG รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมการค้าเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน																															
S1,S2,O2,O5	เพิ่มมูลค่าธุรกิจบริการให้มีมาตรฐานและคุณภาพระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวและบริการด้านสุขภาพ																															
S1,S2,O3,O10	ส่งเสริมธุรกิจบริการดิจิทัล อาทิ E-Commerce แพลตฟอร์ม ธุรกิจบริการทางการเงินให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น																															
S1,S2,O5	ทำการตลาดเชิงรุก อาทิ ขยายช่องทางการตลาด ขยายตลาดเป้าหมาย จับคู่ธุรกิจ และ ประชาสัมพันธ์/CSR รวมทั้งสร้างการยอมรับในสินค้า/บริการของไทยในเวทีโลก																															
S1,S2,O10	สร้างระบบบูรณาการการทำงานระหว่างสพจ. กับ สศต./สพต. และสร้างระบบโครงข่ายเทคโนโลยีเชื่อมโยงอย่างเป็นรูปธรรม																															
S4,O10	จัดทำองค์ความรู้/ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการและการป้องกันการคอร์รัปชันผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ																															
S1,S8,O1, O10	ส่งเสริมการใช้งานวิจัย/นวัตกรรม/เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ/เกษตรกรเชิงพาณิชย์และรูปแบบการค้า/ช่องทางทางการตลาดที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา																															
S5,S6,S7, O10	ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น																															
S1,S2,S8, O3,O7	ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมการค้าการลงทุนจากต่างชาติ																															
S3,S6,O6,O8, O9, O10	พัฒนาบุคลากรให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงภายนอก																															
W3,O6,O8, O10	สร้างวัฒนธรรม/ค่านิยมและใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างระบบช่องทางในการแสดงความคิดเห็นด้านนวัตกรรมภายในองค์กรเพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรให้ทันตามกระแสโลก																															
W4,W5,O5	พัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับปริมาณงานขององค์กรตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป																															
W2,O5,O6	ปรับกระบวนการภายในองค์กรให้มีความยืดหยุ่นคล่องตัวต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ																															
W6,O10	ปรับปรุงภาวะระเบียบให้รองรับการปฏิบัติงานผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของรัฐและเจ้าหน้าที่																															
W9,O10	ปรับรูปแบบการสื่อสารค่านิยมร่วมขององค์กรผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น																															

TOWS Matrix

แผนปฏิบัติการราชการกระทรวงพาณิชย์

(พ.ศ. 2566 – 2570)

จุดแข็ง จุดอ่อน และอุปสรรค

S : จุดแข็ง

S1: มีภารกิจการค้าต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การพัฒนาธุรกิจการค้า การดูแลระบบตลาดภายในประเทศ การเจรจาการค้า การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การควบคุมการนำเข้า-ส่งออก การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการค้า

S2: มีโครงสร้างที่ครอบคลุมทั้งระดับส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และต่างประเทศ

S3: มียุทธศาสตร์/แผนงาน/โครงการที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและภารกิจของพณ.

S4: ผู้บริหาร/บุคลากรให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้มีความโปร่งใส/ธรรมาภิบาล/ปราศจากคอร์รัปชัน

S5: แต่ละหน่วยงานมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องเฉพาะทางที่เกิดจากประสบการณ์ดีตัวของแต่ละบุคคล

S6: บุคลากรมีความพร้อมในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง

S7: มีการนำระบบ IT มาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ

S8: มีเครือข่ายพันธมิตรที่เข้มแข็ง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา และพันธมิตรต่างประเทศ เป็นต้น

W : จุดอ่อน

W1: การบูรณาการการจัดทำโครงการร่วมกันมีน้อย

W2: การปรับเปลี่ยนภารกิจ/หน้าที่เพื่อให้อสอดคล้องกับบริบทการค้าใหม่ทำได้ยาก

W3: ช่องทางการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานมีจำกัด

W4: การพัฒนา/การฝึกอบรม/การถ่ายทอด ทักษะ สมรรถนะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร

W5: การบริหารอัตรากำลังคนและทักษะเฉพาะทางขาดความสมดุล เกิดความล่าช้า/งานค้างสะสม

W6: ภาวะเบียดเบียนไม่รองรับการทำงานทางไกลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ

W7: การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานยังไม่เต็มที่

W8: ขาดการวิเคราะห์ความเสี่ยง/ผลกระทบ และขาดแผนรองรับความเสี่ยง/ผลกระทบ

W9: ขาดการสร้างการรับรู้/การปฏิบัติตามค่านิยมร่วมและความผูกพันขององค์กรอย่างจริงจัง

T : อุปสรรค

T1: ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจมากขึ้น

T2: เศรษฐกิจไทยพึ่งพาการส่งออก

T3: ภาคการเกษตรไทยยังอ่อนแอ สินค้าเกษตรมักประสบปัญหาราคาลดลง ปริมาณผลผลิตมีความผันผวน และได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ

T4: การพัฒนาแบรนด์สินค้าไทยสู่ตลาดโลกยังมีน้อย

T5: สิทธิประโยชน์ทางการค้าน้อยกว่าคู่แข่ง

T6: ภาวะเบียดเบียนของไทยยังไม่ทันสมัยเพื่อรองรับกับบริบทการค้าใหม่

T7: ความผันผวนทางเศรษฐกิจ/โลกร้อน/โรคระบาดอุบัติใหม่/ห่วงโซ่อุปทาน การผลิต ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

T8: มาตรการทางการค้า/ภาวะเบียดเบียน/นโยบายลดการนำเข้าของประเทศคู่ค้า/ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐกับจีน

T9: ความไม่สงบทางการเมืองของประเทศเพื่อนบ้านส่งผลกระทบต่อการค้าชายแดน

T10: US Reentry into CPTPP

T11: การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนวัยทำงานและประสิทธิภาพการผลิต

T12: ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี

T13: เทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อบริบทโลกอย่างรวดเร็ว

T14: ระบบตลาดภายในประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพ มีการผูกขาดทางการค้า การกีดกันสินค้า

T15: การเข้าถึงข้อมูลตลาดของผู้บริโภคยังมีอยู่จำกัด และบทบาทผู้บริโภคในการรักษาสีทียังไม่เข้มแข็ง

T16: ข้อจำกัดด้านปัจจัยธุรกิจบริการ อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การพึ่งพาการนำเข้าที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจบริการวิชาชีพ

ST : กลยุทธ์เชิงป้องกัน

S1,S2,T1,T13	พัฒนาผู้ประกอบการในระดับท้องถิ่นให้สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจ
S1,S2,T2	พัฒนาจรรยาบรรณการค้า การกระจายสินค้าในประเทศ และณรงค์ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า/บริการในประเทศ รวมถึงพัฒนาสินค้าทดแทนการนำเข้า เพื่อสร้างและขยายอุปสงค์ในประเทศ
S1,S8,T3,T12	พัฒนาเกษตรกรให้สามารถจัดการด้านอุปสงค์และอุปทานได้อย่างครบวงจร (Smart Farmer/ เกษตรอัจฉริยะ)
S1,S2,T4	พัฒนาแบรนด์สินค้าให้ได้มาตรฐานสากลและพัฒนาระบบจดทะเบียนสิทธิบัตร/เครื่องหมายการค้า แก่สินค้านวัตกรรม
S1,T5	เร่งเจรจาการค้า ส่งเสริมความร่วมมือกับต่างประเทศ รักษาผลประโยชน์ทางการค้าไทย และเตรียมความพร้อม/เยียวยาแก่ผู้ประกอบการในสาขาที่ไทยเสียเปรียบจากการเปิดเสรี
S1,T6	ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัย ไม่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจภายใต้บริบทใหม่
S1,S2,T7,T8	พัฒนาระบบข้อมูล/การเตือนภัย/การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการค้า/การค้าการดำเนินงานในนัดตลาดแก่ผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มทางเลือกในการประกอบธุรกิจเพื่อกระจายความเสี่ยง อาทิ ทางเลือกในการหาแหล่งวัตถุดิบ (supplier) ขยายช่องทางการตลาด/กลุ่มลูกค้า และเพิ่มประเภทสินค้า/รูปแบบการทำธุรกิจที่หลากหลาย
S1,S2,T9	ส่งเสริมความร่วมมือทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน ยกระดับการอำนวยความสะดวกทางการค้า และพัฒนาด่านชายแดน
S1,T10	เตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้าที่ไทยเสียเปรียบ/สูญเสียส่วนทางตลาดให้แก่คู่แข่งที่เป็นสมาชิก CPTPP ในตลาดสหรัฐฯ
S1,T11,T12	นำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตมากขึ้น โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่เป็น labor-intensive
S1,T8	ป้องกันการให้ไทยเป็นประเทศที่สามในการหลบเลี่ยงมาตรการทางการค้าจากประเทศต้นกำเนิด
S1,T13	พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ/SMEs ที่ยังไม่มีความเข้มแข็งให้สามารถปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่หรือช่วงระยะเปลี่ยนผ่านสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
S1,S8,T16	ร่วมมือกับหน่วยงานในและต่างประเทศพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อส่งเสริมธุรกิจบริการให้เข้มแข็ง
S1,T1,T14	พัฒนาระบบกลไกตลาดภายในประเทศและการกำกับดูแลให้เป็นธรรม ทั่วถึง และยั่งยืน
S1,T15	ส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลตลาดอย่างทั่วถึงเพื่อเป็นทางเลือกในการบริโภคที่หลากหลายและเพิ่มบทบาทในการดูแลตลาด

WT : กลยุทธ์เชิงรับ

W1,W5,W7,T11	พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานและการบูรณาการจัดทำโครงการ
W2,T8	เพิ่มบทบาทภารกิจองค์กรในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถออกไปลงทุนในต่างประเทศ
W2,T7	ปรับกระบวนการภายในองค์กรให้มีความยืดหยุ่นคล่องตัวต่อสถานการณ์เร่งด่วน
W4,T7,T13	พัฒนาองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง
W8,T7	วิเคราะห์ความเสี่ยง/ผลกระทบ และมีแผน/แนวทางรองรับ กรณีการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
W9,T11	พัฒนาคุณภาพชีวิตและสวัสดิการของบุคลากรให้เกิดความสมดุลระหว่างการปฏิบัติงานและครอบครัว

ภาคผนวก ข

ผังแสดงความสอดคล้องเชื่อมโยงของแผน ๓ ระดับ

กับแผนปฏิบัติราชการระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ของกระทรวงพาณิชย์

คืนผลงานสอดคล้องเชิงนโยบายของแผน 3 ระดับ กับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของกระทรวงพาณิชย์

ยุทธศาสตร์ชาติ	1. ความมั่นคง	2. การสร้างความสามารถในการแข่งขัน										4. การสร้างโอกาส และความเสมอภาคทางสังคม			6. การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ							
เป้าหมาย	ประเทศไทยมีบทบาทด้านความมั่นคงเป็นที่ยอมรับและได้บทบาทอันเป็นประโยชน์ในระดับระหว่างประเทศ	- ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน - ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง										กระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีโอกาสในการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย			- ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่งอกงามและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล - ภาครัฐมีความโปร่งใส ปกติและปราศจากการทุจริต - กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมของประเทศ							
แผนแม่บท	2. การต่างประเทศ	3. การเกษตร	4. อุตสาหกรรมและนวัตกรรม	5. การท่องเที่ยว	7. โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม					9. เขตเศรษฐกิจพิเศษ	16. เศรษฐกิจฐานราก	17 ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม	20. การบริการประชาชน และประสิทธิภาพภาครัฐ								
เป้าหมายแผนแม่บท	การค้าต่างประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีมาตรฐานสากล และมีเกียรติภูมิในระดับสากล	GDP ในสาขาเกษตรเพิ่มขึ้น	การขยายตัวของ GDP ในสาขาอุตสาหกรรมและบริการ	GDP ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศดีขึ้น	ผู้ประกอบการไทยเพิ่มขึ้นมีผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีขนาดเหมาะสมเพิ่มขึ้น					กระจายรายได้ของชนชั้นกลางและชนชั้นล่าง	รายได้ของประชาชนเพิ่มขึ้น	คนไทยทุกคนได้รับการคุ้มครองและได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเอง	บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีความเป็นมิตรของประชาชน								
ตัวชี้วัดแยกแยะ	ตัวชี้วัดการต่างประเทศไทยเพิ่มขึ้น 5 ปี มีมาตรฐานสากล และมีเกียรติภูมิในระดับสากล	อัตราการขยายตัวของ GDP สาขาเกษตรเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี 3.0 ในปี 2570	อัตราการขยายตัวของ GDP ในสาขาอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี 4.8 ในปี 2570	อัตราการขยายตัวของ GDP ในสาขาบริการ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปี 5.3	สัดส่วน GDP ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านบริการเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น	สัดส่วน GDP ด้านโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น							
แผนแม่บทย่อย/แนวทาง	2.2 ความร่วมมือด้าน ศก. และความมั่นคงเพื่อการพัฒนา	3.1 เกษตรอินทรีย์	3.2 เกษตรปลอดภัย	3.3 เกษตรประปราย	3.4 การพัฒนาระบบนิเวศการเกษตร	4.6 การพัฒนาบริการอุตสาหกรรมและบริการเชิงนวัตกรรม	5.1 การท่องเที่ยว	7.1. โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์	8.1 การสร้างงาน	8.2 การสร้างโอกาส	8.3 การสร้างโอกาสเชิงนวัตกรรม	8.4 การสร้างงาน	9.3 การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ	16.1 การยกระดับคุณภาพชีวิต	16.2 การสร้างสภาพแวดล้อม	17.1 การคุ้มครองทางสังคม	20.1 การบริการ	20.2 การบริหาร	20.5 การสร้างและพัฒนาศักยภาพ	21.1 การปฏิรูป	21.2 การพัฒนา	
เป้าหมายแผนแม่บทย่อย	2.2.1 ประเทศไทยเป็นพลังขับเคลื่อนการสร้างความเจริญและความมั่นคงอย่างยั่งยืนในภูมิภาคเอเชีย โดยปรับเศรษฐกิจให้เข้มแข็งมากขึ้น	3.1 สินค้าเกษตรอินทรีย์	3.2 สินค้าเกษตรปลอดภัย	3.4 สินค้าเกษตรประปราย	3.6.1 ประสิทธิภาพการเพิ่มผลผลิต	4.6.2 ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านบริการเพิ่มขึ้น	5.1.3 สินค้าท่องเที่ยว	7.1.2 ประสิทธิภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน	8.1.2 ความสามารถในการแข่งขันด้านบริการ	8.2.1 สินค้าเกษตรอินทรีย์	8.3.1 สินค้าเกษตรปลอดภัย	8.3.2 ความสามารถในการแข่งขันด้านบริการ	9.3.1 การขยายตัวของเขตเศรษฐกิจพิเศษ	16.1 ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ	16.2 ผู้ประกอบการ	17.1 คนไทยทุกคน	20.1 งานบริการ	20.2 หน่วยงาน	20.5 ตลาด	21.1 ประชาชน	21.2 ภาครัฐ	
ตัวชี้วัดแยกแยะ	2.2.1 รัฐบาลมีดัชนีชี้วัดและตัวชี้วัดการเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น	3.1 อัตราการขยายตัวของสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.2 อัตราการขยายตัวของสินค้าเกษตรปลอดภัย	3.4 อัตราการขยายตัวของสินค้าเกษตรประปราย	3.6.1 ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น	4.6.2 ดัชนีชี้วัดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านบริการ	5.1.3 ดัชนีชี้วัดการท่องเที่ยว	7.1.2 ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน	8.1.2 ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านบริการ	8.2.1 ดัชนีชี้วัดการขยายตัวของสินค้าเกษตรอินทรีย์	8.3.1 ดัชนีชี้วัดการขยายตัวของสินค้าเกษตรปลอดภัย	8.3.2 ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านบริการ	9.3.1 ดัชนีชี้วัดการขยายตัวของเขตเศรษฐกิจพิเศษ	16.1 ดัชนีชี้วัดศักยภาพด้านเศรษฐกิจ	16.2 ดัชนีชี้วัดผู้ประกอบการ	17.1 ดัชนีชี้วัดคนไทยทุกคน	20.1 ดัชนีชี้วัดงานบริการ	20.2 ดัชนีชี้วัดหน่วยงาน	20.5 ดัชนีชี้วัดตลาด	21.1 ดัชนีชี้วัดประชาชน	21.2 ดัชนีชี้วัดภาครัฐ	
แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 (ยุทธศาสตร์การทหาร)	5. ทหารเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศไทย	1. ไทยเป็นประเทศที่มีอำนาจและอิทธิพลในระดับภูมิภาค	3.1 สินค้าเกษตรอินทรีย์	3.2 สินค้าเกษตรปลอดภัย	3.4 สินค้าเกษตรประปราย	6. ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและบริการ	5. ไทยเป็นประตูการค้าและการลงทุน	7. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	5. ไทยเป็นประตูการค้าและการลงทุน	7. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	5. ไทยเป็นประตูการค้าและการลงทุน	7. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	9. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	16. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	16. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	17. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	20. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	20. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	20. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	20. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	20. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน	20. ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน
ประเด็นยุทธศาสตร์	3. สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ	1. พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการ					2. พัฒนาระบบนิเวศทางการค้า		3. สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ			2. พัฒนาระบบนิเวศทางการค้า		3. สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ								
เป้าหมายยุทธศาสตร์	ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญ	เกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชนรายได้เพิ่มขึ้น/มูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น					ศึกษาดูงานเชิงปฏิบัติ		ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น			ศึกษาดูงานเชิงปฏิบัติ		ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น								
ตัวชี้วัด	- จำนวนการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการรายใหม่ - มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ - มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย - มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรประปราย	- มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์	- มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรปลอดภัย	- มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรประปราย	- มูลค่าการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่	- จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่