

แผนยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๔

วิสัยทัศน์ : เศรษฐกิจการค้าเติบโตจากฐานรากสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ภายในปี ๒๕๖๔

พันธกิจ :

๑. ยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้า โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และเศรษฐกิจภาคการค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการในทุกระดับอย่างครบวงจร
๒. พัฒนาเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยการส่งเสริมการสร้างอาชีพ พัฒนาธุรกิจท้องถิ่น และขยายช่องทางการตลาดให้ผู้ประกอบการชุมชนและเกษตรกร
๓. พัฒนาระบบการค้าให้มีความเป็นธรรมและมีมาตรฐาน สนับสนุนการประกอบธุรกิจด้วยโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับระบบสากล
๔. มุ่งส่งเสริมการค้า การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ และการเชื่อมโยงกับระบบการค้าโลก โดยสร้างการยอมรับในสินค้าและบริการของไทยพร้อมกับขยายความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกรูปแบบ

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	หน่วยงาน
๑. เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์	๑.๑ เกษตรกรและผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนาสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	๑.๑ ร้อยละของมูลค่าการค้าสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนาเพิ่มขึ้น (ร้อยละ) ๑.๒ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการ SMEs รายใหม่ที่ส่งออกได้ (ร้อยละ) ๑.๓ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการค้าผ่าน e-Commerce (ร้อยละ) ๑.๔ ร้อยละของจำนวนทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับความคุ้มครองเพิ่มขึ้น (ร้อยละ) ๑.๕ จำนวนผู้ประกอบการ/เกษตรกรรายใหม่ที่ได้รับการส่งเสริมการค้าในธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ (ราย)	๑.๑ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในทุกระดับให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมถึงมีธรรมาภิบาลธุรกิจ ๑.๒ สร้าง Smart SMEs ๑.๓ ส่งเสริมและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ๑.๔ ส่งเสริมการตลาดสินค้าอุตสาหกรรมศักยภาพ สินค้าเกษตรแปรรูป สินค้านวัตกรรม สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ๑.๕ ส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ ๑.๖ ขยายช่องทางการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ให้ผู้ประกอบการทุกระดับ ๑.๗ ส่งเสริมความร่วมมือกับภาคเอกชน การรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ และเชื่อมโยงธุรกิจขนาดใหญ่	พค. ทป. คน. สป. สนค. ศค. คต. จร. สวอ. ศคป.
๒. สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก	๒.๑ เพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง ๒.๒ ผู้ประกอบการ/เกษตรกรมีช่องทางจำหน่ายสินค้า/บริการและมีรายได้เพิ่มขึ้น ๒.๓ บรรเทาภาระค่าครองชีพประชาชน	๒.๑ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าสินค้า/บริการชุมชน (ร้อยละ) ๒.๒ จำนวนผู้ประกอบการชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา (ราย) ๒.๓ จำนวนตลาด/ช่องทางจำหน่ายสินค้า (แห่ง) ๒.๔ ร้อยละของจำนวนธุรกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น (ร้อยละ) ๒.๕ อัตราเงินเฟ้อระยะปานกลาง (ร้อยละ)	๒.๑ ส่งเสริมพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ ๒.๒ สร้างอาชีพให้ผู้มีรายได้น้อย ๒.๓ สร้างมูลค่าสินค้า/บริการชุมชน ด้วยอัตลักษณ์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพย์สินทางปัญญา ผสานกับนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ๒.๔ ส่งเสริมการตลาดสินค้าและบริการชุมชน และพัฒนาแหล่งการค้าชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ๒.๕ ผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ไทย/เกษตรแปรรูปสู่ตลาดโลก ๒.๖ ส่งเสริมการค้าในธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ๒.๗ ดูแลค่าครองชีพประชาชน ๒.๘ ยกระดับราคาสินค้าเกษตร โดยใช้การตลาดนำการผลิต ๒.๙ พัฒนาระบบตลาดและการค้าสินค้าให้มีประสิทธิภาพ ๒.๑๐ ส่งเสริมการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายอุตสาหกรรม (Cluster) ในพื้นที่กับเศรษฐกิจชุมชน ๒.๑๑ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม และเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน	คน. พค. ทป. คต. สป. ศคป. อคส. สวอ. สนค.

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	หน่วยงาน
๓. ยกระดับการให้บริการและอำนวยความสะดวกทางการค้ารองรับยุคดิจิทัล	๓.๑ ศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้าไทยเพิ่มขึ้น	๓.๑ อันดับความยาก-ง่ายในการประกอบธุรกิจในด้าน การเริ่มต้นธุรกิจดีขึ้น ๓.๒ จำนวนระบบฐานข้อมูล/การให้บริการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่ได้รับการพัฒนา (ระบบ) ๓.๓ ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ร้อยละ) ๓.๔ ร้อยละของเรื่องร้องเรียนความไม่เป็นธรรมทางการค้าที่ได้รับการแก้ไข (ร้อยละ)	๓.๑ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัยและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ๓.๒ พัฒนาการให้บริการข้อมูลและอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ๓.๓ พัฒนาประสิทธิภาพระบบข้อมูลสารสนเทศเชิงลึกด้านธุรกิจการค้าด้วย Big Data Analytics ๓.๔ พัฒนาระบบเฝ้าระวังเตือนภัยรายสินค้าสำคัญ (Early Warning) ๓.๕ ส่งเสริมความเป็นธรรมทางการค้าและพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค ๓.๖ พัฒนากลไกปกป้องและเยียวยาทางการค้า	ทุกหน่วยงาน
๔. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ	๔.๑ ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจ ในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ๔.๒ ประเทศไทยเป็นฐานเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนที่สำคัญในอนุภูมิภาคและเอเชีย	๔.๑ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น (ร้อยละ) ๔.๒ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (ร้อยละ) ๔.๓ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการค้าบริการของผู้ประกอบการไทยในประเทศและภูมิภาค (ร้อยละ) ๔.๔ ความสำเร็จของการดำเนินความร่วมมือกับต่างประเทศเพิ่มขึ้น (ร้อยละ) ๔.๕ จำนวนผู้ประกอบการไทยที่ไปดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ (ราย)	๔.๑ ส่งเสริมบทบาทการเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) ๔.๒ เจรจายขยายโอกาสทางการค้าและปกป้องผลประโยชน์ของประเทศ ๔.๓ ผลักดันการใช้ประโยชน์จากความตกลงทางเศรษฐกิจ ๔.๔ ส่งเสริมการค้าและการดำเนินธุรกิจไทยในต่างประเทศและแสวงหาตลาดใหม่สำหรับสินค้าและบริการของไทย ๔.๕ ส่งเสริมการค้าและบริการชายแดน และเชื่อมโยงระบบการค้าในภูมิภาค ๔.๖ ส่งเสริมให้เกิดการปรับตัวภายในประเทศและกำหนดมาตรการรองรับผลกระทบจากนโยบายทางการค้าและการลงทุน ๔.๗ สร้างความเชื่อมั่นด้านการค้า และยกระดับความร่วมมือการค้าการลงทุนกับองค์กรระหว่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	สค. คต. จร. สป. ทป. สนค.
๕. พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล	๕.๑ องค์กรมีประสิทธิภาพและโปร่งใส	๕.๑ คะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสหน่วยงานภาครัฐ (ร้อยละ) ๕.๒ การพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (ร้อยละ) ๕.๓ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ร้อยละ)	๕.๑ พัฒนาระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และเกิดความคุ้มค่า ๕.๒ พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรและบุคลากรให้มีความพร้อม มีประสิทธิภาพ และเป็นมืออาชีพ ๕.๓ ป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ	ทุกหน่วยงาน

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

๒๗ เมษายน ๒๕๖๑