

แผนยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔

วิสัยทัศน์ : เป็นองค์กรบูรณาการยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง เพื่อก้าวสู่ประเทศรายได้สูง

- พันธกิจ :**
๑. ผลักดันการบริหารยุทธศาสตร์การค้าเชิงรุกแบบบูรณาการอย่างมีผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายกระทรวง
 ๒. ผลักดันและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด ๔.๐ ในมิติด้านเศรษฐกิจการค้า
 ๓. พัฒนาระบบงานให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งงานด้านยุทธศาสตร์ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และอื่นๆ และสร้างคุณค่าการทำงานด้วยนวัตกรรม เพื่อพัฒนาระบบการค้าที่เข้มแข็งของประเทศ
 ๔. พัฒนาและยกระดับบุคลากรให้เป็นมืออาชีพอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม และสร้างเครือข่ายการทำงานที่เข้มแข็ง
 ๕. พัฒนาระบบสารสนเทศสู่เชิงพาณิชย์ (Trade Intelligence) เพื่อสนับสนุนการค้าและการให้บริการประชาชน

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์
๑. พัฒนาและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจการค้า (Strategic Excellence)	เศรษฐกิจการค้าสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนระดับกระทรวงได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๑.๑ ร้อยละความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ (ร้อยละ ๙๐) ๑.๒ ร้อยละความสำเร็จของโครงการสำคัญภายใต้แผนพาณิชย์ภูมิภาค ๔.๐ (ร้อยละ ๙๐)	๑.๑ การบริหารยุทธศาสตร์ในเชิงรุกแบบบูรณาการ ๑.๒ การเพิ่มการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการวางแผนและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ๑.๓ การพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบทั้งเชิงวาระและเชิงพื้นที่
๒. สร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจการค้าในส่วนภูมิภาค (Area-Based Excellence)	เศรษฐกิจท้องถิ่นมีการเจริญเติบโตที่หลากหลาย (Multiple Growth Poles) ผ่านจังหวัดและกลุ่มจังหวัด และผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากโอกาสทางการค้า	๒.๑ จำนวนการจดทะเบียนนิติบุคคลแต่ละภาคสูงขึ้น ๒.๒ จำนวนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับอนุมัติในแต่ละภูมิภาคเพิ่มขึ้น ๒.๓ มูลค่าการจำหน่ายสินค้า GI ในพื้นที่เป้าหมายเพิ่มขึ้น ๒.๔ จำนวนธุรกิจบริการเป้าหมายในพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ๒.๕ ร้อยละของจำนวนธุรกิจเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา สามารถดำเนินธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคได้	๒.๑ การสร้างความสามารถการแข่งขันทางการค้าตามตำแหน่งยุทธศาสตร์การค้าของกลุ่มจังหวัดและจังหวัดโดยใช้อุปสงค์นำ ๒.๒ การสร้างโอกาสทางการค้าในส่วนภูมิภาค ๒.๓ การพัฒนาธรรมาภิบาลของระบบตลาดและการเสริมความเข้มแข็งให้ผู้บริโภค

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์
		๒.๖ มูลค่าการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่ได้รับการส่งเสริมเพิ่มขึ้น ๒.๗ ระดับความพึงพอใจของส่วนราชการและองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ๒.๘ จำนวนสินค้าเกษตรนวัตกรรมได้รับการพัฒนาสู่ตลาด ๒.๙ จำนวนผู้บริโภคที่รวมตัวและมีบทบาทมากขึ้นในกลไกตลาดเพื่อรักษาสิทธิของผู้บริโภคพึงมี	
๓. พัฒนาสู่องค์กรและบุคลากรที่มีขีดความสามารถสูงและมีธรรมาภิบาล (Operational Excellence)	๑. องค์กรและบุคลากรมีศักยภาพสูง ฉับไว ทันสมัย โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล ๒. ประชาชนและภาคธุรกิจได้รับบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ	๓.๑ จำนวนบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามแผนพัฒนาบุคลากรรองรับพหุภาคี ๔.๐ ๓.๒ จำนวนบุคลากรที่เข้าร่วมเป็นเครือข่ายการป้องกันการทุจริตประพฤติชอบ ๓.๓ ระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ๓.๔ ร้อยละความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลสารสนเทศของกระทรวงพาณิชย์ ๓.๕ ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการและประชาชนที่ได้รับบริการข้อมูลและการอำนวยความสะดวกทางการค้า	๓.๑ พัฒนาบุคลากรสู่มืออาชีพ ๓.๒ ยกระดับสู่องค์กรที่มีขีดความสามารถสูง ๓.๓ พัฒนาการบริการและการอำนวยความสะดวกทางการค้าที่เป็นเลิศ
๔. ยกระดับความร่วมมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าก้นภาคีที่เกี่ยวข้องสู่ความสัมพันธ์เชิงหุ้นส่วน (Collaborative Excellence)	องค์กรมีเครือข่ายการทำงานที่มีพลัง มีความหลากหลาย ในลักษณะความสัมพันธ์เชิงหุ้นส่วนเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง	๔.๑ ร้อยละความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายตามวาระงานที่ขับเคลื่อนร่วมกันกับเครือข่าย	๔.๑ เสริมสร้างความร่วมมือเชิงหุ้นส่วนการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า (เครือข่ายองค์กรภาครัฐ เครือข่ายธุรกิจ เครือข่ายผู้บริโภค เครือข่ายชุมชน) ๔.๒ สื่อสารสู่สาธารณชน