

แบบฟอร์มที่ 2 ลักษณะสำคัญขององค์กร

(หน้า 1)

ผู้ส่งมอบ พันธมิตร และผู้ให้ความร่วมมือ:

ผู้ส่งมอบ : รัฐบาล สศข. สปน. สำนักงบประมาณ สำนักงาน ก.พ./ก.พร. กรม ในสังกัด พณ. ผู้รับจ้าง/คู่สัญญา/คู่ความร่วมมือ

พันธมิตรและผู้ให้ความร่วมมือ : หอการค้า/สภาอุตสาหกรรม กระทรวง เกษตร/อุตสาหกรรม/คลัง กรมศุลกากร ผู้สื่อข่าวประจำกระทรวงพาณิชย์ หน่วยงานราชการในส่วนภูมิภาคที่เกี่ยวข้อง

ความต้องการ : การนำนโยบายไปขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมาย การให้ความสำคัญ/ความเชื่อมั่น/การสนับสนุน การให้คำตอบแทนตามงวดพันธสัญญา

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย:

กรม. หน่วยงานกลางที่กำกับดูแลการปฏิบัติราชการ กรมในสังกัด พณ. บุคลากรของ สป.พณ. ชุมชนตามกลไกประชารัฐ สื่อมวลชนด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในภูมิภาค สถาบันการศึกษา/หน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากข้อมูลด้านการพาณิชย์ ประชาชนผู้เสียภาษี

ความต้องการ/คาดหวัง:

การปฏิบัติราชการตามกรอบ/ระเบียบ/ข้อบังคับ ด้วยความโปร่งใส ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ การส่งมอบงานตามกรอบที่กำหนด การประสานงาน/การประสานงานที่ชัดเจนเข้าใจง่าย การใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าและมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว เข้าถึงได้อย่างสะดวก

สมรรถนะหลักขององค์กร:

- การบริหารยุทธศาสตร์ การประสานและอำนวยความสะดวกในการนำนโยบายไปปฏิบัติ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค การบริหารงบประมาณเพื่อการขับเคลื่อนพันธกิจ
- การอำนวยความสะดวกในการบริการประชาชนและภาคธุรกิจด้านการพาณิชย์

***แหล่งข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ:** หน่วยงานภาครัฐในภูมิภาคที่มีภารกิจ การให้บริการประชาชน คือ สำนักงานที่ดินจังหวัด

พันธกิจ :

1. บริหารและติดตามการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการกระทรวงพาณิชย์ให้มีผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย
2. ผลักดันการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
3. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรและระบบงานด้วยนวัตกรรม
4. พัฒนาและยกระดับบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ให้มีความเชี่ยวชาญ มีคุณธรรมและจริยธรรม
5. พัฒนาและใช้ประโยชน์จากสารสนเทศและฐานข้อมูลการค้าในการกำหนดนโยบายและการให้บริการ

วิสัยทัศน์ : เป็นองค์กรบูรณาการยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง

คำนิยาม : เชี่ยวชาญการค้า ก้าวหน้านวัตกรรม เป็นธรรมโปร่งใส ใส่ใจประชาชน

วัฒนธรรมองค์กร : มุ่งมั่นในการปฏิบัติตามนโยบายและคำสั่งของผู้บริหาร ส่งเสริมและกระตุ้นให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเองและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความเอื้อเฟื้อประนีประนอมระหว่างบุคลากรสูง สนับสนุนให้มีการทำงานเป็นทีม และยึดมั่นในหลักจริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต

งบประมาณ - งบประมาณ พ.ศ. 2563 = 1,773,647,300 บาท ภายหลังได้ปรับลดงบประมาณจากสถานการณ์โรคระบาด covid-19 = 1,692,633,700 บาท

รายได้ : -

จำนวนบุคลากร : 1,531 คน (ข้าราชการ 1,157 คน ลูกจ้างประจำ 79 คน พนักงานราชการ 295 คน (ลูกจ้างเหมาบริการ 50 คน)

กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ: พระราชบัญญัติการอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พระราชกฤษฎีกาด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

ระบบปรับปรุงผลการดำเนินงาน: - การปรับระบบการทำงานโดยใช้กลไกการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน โดยเฉพาะการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” (Demand Driven) ด้วยวิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของประเทศ การขับเคลื่อนการทำงานโดยใช้กลไกพาณิชย์ภาค การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเข้าถึงและให้บริการของกระทรวงพาณิชย์ แบบ Single Sign on การปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการติดตามงาน

- ยกระดับการดำเนินงานของศูนย์บริการประชาชนแบบเบ็ดเสร็จของหน่วยงานในพื้นที่ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด) จนได้รับการรับรองมาตรฐานศูนย์ราชการสะดวก 22 แห่ง และมีแผนขยายผลไปยังจังหวัดอื่นเพิ่มขึ้น รวมทั้งสนับสนุนการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนจนนำมาสู่การได้รับรางวัลการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมจากสำนักงาน ก.พ.ร.

ผลผลิต/บริการหลัก:

แผนปฏิบัติราชการกระทรวง แผนปฏิบัติราชการ สป. แผนปฏิบัติราชการกระทรวงพาณิชย์ระดับจังหวัด ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าจังหวัด บริการรับจดทะเบียนธุรกิจการค้า/ทรัพย์สินทางปัญญา/การส่งออก-นำเข้าสินค้าในส่วนภูมิภาค ส่งเสริมการตลาดสินค้าชุมชน/ท้องถิ่น พัฒนาผู้ประกอบการในภูมิภาค มาตราการ/ข้อเสนอแนะ/แนวทางการแก้ไขปัญหาทางการค้าในส่วนภูมิภาค กำกับดูแลราคาสินค้าที่จำเป็นแก่การบริโภคในภูมิภาค และการคุ้มครองผู้บริโภค

คุณลักษณะโดดเด่นของผลผลิต/บริการ :

- การตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึงและครอบคลุม
- การนำนโยบาย ยุทธศาสตร์ และข้อสั่งการไปผลักดันในพื้นที่ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม และตอบสนองต่อนโยบายและเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนยุทธศาสตร์กระทรวง
- การมีหน่วยบริการที่เป็นผู้แทนปฏิบัติการกิจกรรมทุกด้านในพื้นที่ และอยู่ภายใต้หน่วยงานเดียวที่มีเอกภาพ และให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่ ในรูปแบบศูนย์รวมงานบริการของกระทรวงพาณิชย์ ทำให้ผู้รับบริการมีความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
- การปรับปรุงและยกระดับการทำงานและให้บริการตามเกณฑ์มาตรฐานที่ต่อเนื่องจนได้รับการรับรองมาตรฐานศูนย์ราชการสะดวก (GECC) รวมทั้งรางวัลสร้างความสำเร็จจากสำนักงาน ป.ป.ช.

ผู้รับบริการ: กรมในสังกัด พณ. สำนักงาน ก.พ.ร./สป. เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์ ผู้ผลิตสินค้าชุมชน ผู้ประกอบการในส่วนภูมิภาคที่ขอรับการส่งเสริม/ขออนุญาตตามกฎหมาย ผู้บริโภคในจังหวัดที่ขอรับการช่วยเหลือ หน่วยงานราชการและเอกชนที่ใช้ข้อมูลด้านการพาณิชย์

ความต้องการ: แผนยุทธศาสตร์การค้าพาณิชย์ที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าที่ถูกต้อง ทันสมัย ตอบสนองกับความต้องการและเข้าถึงได้สะดวก ราคาสินค้าที่มีเสถียรภาพเป็นธรรมต่อการครองชีพ และการมีช่องทางให้บริการหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ผู้รับบริการจะได้รับความสะดวกและเข้าถึงบริการได้ง่าย

สภาพแวดล้อมการแข่งขัน : ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาลและนโยบายกระทรวง ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก (COVID-19, Trade War) มีเครือข่ายการทำงานครอบคลุมทั้งในส่วนภูมิภาคและต่างประเทศ และมีข้อมูลสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพต่อการปฏิบัติงาน เป็นต้น

แบบฟอร์มที่ 2 ลักษณะสำคัญขององค์กร

(หน้า 2)

การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขัน :

- การขับเคลื่อนภารกิจด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าจังหวัดโดยใช้กลไกพาณิชย์ภาค
- การบูรณาการการให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่ โดยการปรับโครงสร้างหน่วยงานในภูมิภาคให้เป็นรูปแบบรวมศูนย์การบริหารจัดการและการให้บริการ (One-roof)
- การสร้างศักยภาพและเป็นมืออาชีพให้แก่บุคลากรทุกระดับภายใต้หลักสูตรการพัฒนาต่างๆ โดยนำสมรรถนะเฉพาะมาใช้ในการพัฒนา การเตรียมแผนทดแทนในตำแหน่งสำคัญ และตำแหน่งระดับบริหาร รวมทั้งได้กำหนดหลักสูตร “นักบริหารการพาณิชย์ระดับสูง (นพส.)” เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการและสร้างความพร้อมสำหรับการก้าวขึ้นเป็นผู้นำหน่วยงานและมีความเชี่ยวชาญด้านการค้าการพาณิชย์
- การพัฒนานวัตกรรมการให้บริการประชาชนโดยนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงงานบริการได้อย่างรวดเร็ว เช่น ระบบจองคิวออนไลน์ รวมทั้งยกระดับการให้บริการของศูนย์บริการประชาชนสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (GECC) และมีการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงไว้ด้วยกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ :

- **ด้านพันธกิจ** มีสำนักงานพาณิชย์จังหวัด 76 จังหวัดที่เป็นศูนย์รวมภารกิจของกระทรวงในภูมิภาค (นโยบาย One Roof) ในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติด้านเศรษฐกิจของประเทศ กระทรวง และสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ทั้งในเชิง Agenda Based และ Area Based ลงสู่ภาคปฏิบัติในระดับพื้นที่ โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศด้านเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ ตามหลักธรรมาภิบาล นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานในต่างประเทศจำนวน 4 สำนักงาน ได้แก่ คณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ณ นครเจนีวา และสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน กรุงบรัสเซลส์ และกรุงปักกิ่ง ทำหน้าที่เชื่อมโยงการค้าระดับภูมิภาคสู่การค้าโลก เพื่อให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืนจนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง
- **ด้านปฏิบัติการ** การมีหน่วยงานซึ่งเป็นตัวแทนกระทรวงพาณิชย์ปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อช่วยเหลือ กำกับ ดูแล ให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลและส่งเสริมให้เศรษฐกิจชุมชนเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ และยั่งยืน ผ่านการบริหารจัดการในรูปแบบ “ศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด 18 กลุ่ม” ร่วมบูรณาการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้สำเร็จอย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ รวมทั้งเป็นศูนย์เชื่อมโยงประสานความช่วยเหลือระหว่างภูมิภาคกับส่วนกลางให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีศูนย์ปฏิบัติการโลมสวลี เพื่อใช้ประชุม สั่งการ มอบนโยบายระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับหน่วยงานในส่วนภูมิภาค และต่างประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์สำหรับเสนอข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการวางแผนและตัดสินใจของผู้บริหาร มีการนำเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐมาบริหารจัดการ จนในปี 2555 ได้ผ่านการรับรองตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระดับพื้นฐาน (Fundamental Level 1) และในปี 2559 ได้ผ่านการรับรองตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระดับพื้นฐาน (Fundamental Level) สำหรับในด้านเทคโนโลยียังได้พัฒนาไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าและสนับสนุนยุทธศาสตร์กระทรวงด้วยการบูรณาการข้อมูลสารสนเทศ ส่งผลให้ได้รับรางวัลรัฐบาลดิจิทัล (ภาพรวม) 2 ปีซ้อนในปี 2562 - 2563 นอกจากนี้ยังได้พัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรองรับการปฏิบัติงานของบุคลากรและให้บริการประชาชน อาทิ การจัดทำฐานข้อมูลบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ เพื่อใช้ในการวางแผนกรอบอัตรากำลังและการพัฒนาบุคลากร ระบบห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ E-Library ระบบเรียนรู้ด้วยตนเอง (e-Learning) พร้อมระบบห้องเรียนเสมือน (Virtual class room) และระบบบริหารกิจกรรมกระทรวงพาณิชย์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้รับบริการของกระทรวงพาณิชย์
- **ด้านบุคลากร** มีการจัดหลักสูตรเพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรในแต่ละระดับอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาทักษะให้เป็นมืออาชีพโดยเฉพาะด้านการตลาด ปรับรูปแบบการพัฒนาบุคลากรจากห้องเรียนไปสู่การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การเตรียมบุคลากรรองรับโครงสร้างอายุและทักษะที่หลากหลาย (Multi Skills) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเรียนรู้
- **ด้านสังคม** มีการส่งเสริมให้บุคลากรของกระทรวงฯ มีคุณลักษณะ 4 ประการคือ พอเพียง มีวินัย ใฝ่สุจริต จิตอาสา มีการกำหนดมาตรการในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกลไกการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน จนได้รับรางวัลความเป็นเลิศด้านการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมระดับดีเด่น ประจำปี พ.ศ. 2560 รางวัลองค์กรแห่งความโปร่งใสจากสำนักงาน ป.ป.ช. ร่วมกับเครือข่ายภายนอก เช่น องค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ACT) ในการสร้างองค์กรแห่งความโปร่งใสโดยส่งเสริมให้เกิด **สำนักงานพาณิชย์คุณธรรม** ในสำนักงานพาณิชย์จังหวัดทุกจังหวัดรวมทั้งหน่วยงานในส่วนกลาง สำหรับในปี พ.ศ.2561 ได้รับรางวัลการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมประเภทรางวัลเปิดใจใกล้ชิดประชาชนระดับดี ในปี 2562 ได้รับรางวัลสัมฤทธิ์ผลประชาชนมีส่วนร่วม 2 รางวัล และรางวัลเรื่องสื่อขยายผล และในปี 2563 ได้รับรางวัลเรื่องสื่อขยายผลระดับดี จำนวน 3 ผลงาน นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายธุรกิจ MOC Biz Club ในทุกจังหวัด เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ประกอบการถึงในพื้นที่ ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจ

ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ : (ด้านพันธกิจ ปฏิบัติการ บุคลากร สังคม)

- **ด้านพันธกิจ** การขับเคลื่อนภารกิจให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนการปฏิรูปประเทศ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ การจัดการข้อมูลที่มีอยู่มาพัฒนาให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติราชการและการให้บริการ เพื่อสนับสนุนเป้าหมายด้านการสร้างความมั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืนแก่เศรษฐกิจของประเทศ
- **ด้านปฏิบัติการ** การมีทักษะด้าน Digital การนำ IT มาใช้ในการสนับสนุนการทำงานและการให้บริการ มีการวิเคราะห์สถานการณ์ล่วงหน้าที่จะกระทบต่อการทำงาน
- **ด้านบุคลากร** การก้าวทันการเปลี่ยนแปลง ทำงานเชิงรุก พัฒนานตนเองให้เป็นมืออาชีพ และสามารถทำงานภายใต้สถานการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นได้
- **ด้านสังคม** การทำงานที่ยึดเป้าหมายความยั่งยืน การสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและมีการรวมกลุ่มเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย การทำงานแบบมีธรรมาภิบาล การไม่ทนต่อการทุจริต การผลักดันให้ผู้ประกอบการไม่แสวงหากำไรแต่เป็นกลไกของภาครัฐในการรับผิดชอบต่อสังคม

แบบฟอร์มที่ 2 ลักษณะสำคัญขององค์กร

(หน้า 3)

ความสำคัญเชิงเปรียบเทียบของพันธกิจหรือหน้าที่ต่อความสำเร็จของส่วนราชการ และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศคืออะไร : สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดพันธกิจสำคัญเพื่อเป็นกรอบในการดำเนินการให้บรรลุความสำเร็จขององค์กร 5 ด้าน โดยในแต่ละพันธกิจมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ตั้งแต่การจัดทำแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการทำงานให้แก่หน่วยงานในสังกัด การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและระบบงานด้วยนวัตกรรม การยกระดับบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศ และฐานข้อมูลการค้าในการกำหนดนโยบายและให้บริการ

เทคโนโลยีการสื่อสารและการให้บริการที่สำคัญมีอะไรบ้าง :

1. การให้บริการข้อมูลสารสนเทศ ณ จุดเดียวบนเว็บไซต์ ในรูปแบบ Web Portal โดยเชื่อมโยงข้อมูลและบริการของหน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ไว้ ณ จุดเดียว
2. พัฒนาแอปพลิเคชันของกระทรวงพาณิชย์ ให้สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์วิถีชีวิตยุค Smart Phone จำนวน 4 แอปพลิเคชัน ได้แก่ MOC Life /MOC Search/MOC Statistic/MOC Tracking นอกจากนี้ MOC e-Service ยังได้เพิ่มช่องทางบริการในรูปแบบ MOC Live&Social Media ผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ Facebook/Twitter/Youtube และ Chat online ผ่านทางเว็บไซต์ www.moc.go.th
3. มีศูนย์รวมบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวด้วยระบบออนไลน์ของกระทรวงพาณิชย์ (MOC Online One Stop Service) ซึ่งเปิดตัวในวันที่ 29 มกราคม 2564

ในการทำงาน บุคลากรมีความจำเป็นที่ต้องดูแลเกี่ยวกับความเสี่ยงภัยอะไรบ้าง :

ความเสี่ยงภัยที่หน่วยงานให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ เรื่องสุขภาพของบุคลากร อาทิ การตรวจสุขภาพประจำปี การมีสถานพยาบาลในกระทรวงให้บริการทางการแพทย์ ทุกวัน จันทร์-พุธ-ศุกร์ มีเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดดูแลพื้นที่ส่วนกลาง ห้องทำงาน ห้องน้ำ และลิฟต์โดยสาร มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพื่อคัดกรองผู้เข้ามาติดต่อราชการ มีการซ้อมหนีไฟ/ดับเพลิงเป็นประจำทุกปี รวมทั้งมีมาตรการลดความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายของเจ้าหน้าที่และผู้มาติดต่อราชการ มีจุดบริการแอลกอฮอล์ มีนโยบายให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่บ้าน กำชับให้บุคลากรและผู้มาติดต่อใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา

กฎหมายและกฎระเบียบอะไรบ้างที่มีอยู่และเอื้อให้ส่วนราชการทำงานอย่างมีความคล่องตัวและตอบสนองการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ:

1. สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่น กำหนดจุดคัดกรอง งดการสแกนนิ้ว และจำกัดคนโดยสารลิฟต์ ลงวันที่ 19 มีนาคม 2563
2. ประกาศสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง แนวทางการให้ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน กรณีสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ลงวันที่ 25 มีนาคม 2563

ความสำคัญของสมรรถนะหลักของส่วนราชการที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข และสิ่งแวดล้อมของประเทศคืออะไร ทั้งทางตรงและทางอ้อม :

สมรรถนะหลักเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ จะต้องสร้างและพัฒนาให้บุคลากรทุกคนในองค์กรมีพฤติกรรมที่สอดคล้องตามสมรรถนะที่กำหนด ทั้งในการบริหาร ยุทธศาสตร์ การประสานและอำนวยความสะดวกในการนำนโยบายไปปฏิบัติ การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค การวิเคราะห์และประมวลข้อมูลเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค การบริหารงบประมาณเพื่อการขับเคลื่อนพันธกิจ และการอำนวยความสะดวกในการบริการประชาชนและภาคธุรกิจด้านการพาณิชย์ เพื่อผลักดันให้วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย

สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกประเทศของส่วนราชการเป็นเช่นใด ประเด็นการแข่งขันคืออะไร และมีผลการดำเนินการของส่วนราชการอย่างไร :

- สภาพแวดล้อมภายนอก : ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาลและนโยบายของกระทรวง แนวโน้มแรงผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับโลก (เช่น กระแสความเป็นเมืองขนาดใหญ่ (Urbanization), สังคมผู้สูงอายุ, วิถีชีวิตในยุคดิจิทัล) ประเด็นที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจโลก (เช่น โรคระบาด COVID-19, Trade War) พัฒนาการทางเทคโนโลยี (เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI), Blockchain, 5G) เป็นต้น
- สภาพแวดล้อมภายใน : มีเครือข่ายการทำงานที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งหน่วยงานในส่วนกลาง/ส่วนภูมิภาค (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด) /ส่วนต่างประเทศ (สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ) มีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพที่เพียงพอต่อการทำงานและการประสานงานกับหน่วยงานในภูมิภาคและต่างประเทศ
- ประเด็นการแข่งขัน : การได้รับการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก (มาตรฐาน GECC) ซึ่งปัจจุบัน สป. มีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดที่ได้รับการรับรองแล้ว 22 จังหวัด และในปี 2564 ได้กำหนดแผนสนับสนุนให้จังหวัดที่เหลือสมัครรับการรับรองมาตรฐาน GECC อย่างต่อเนื่อง

ประเด็นการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลากรที่สำคัญคืออะไร พื้นฐานของบุคลากรที่มีผลต่อการวางแผนการพัฒนาและการสร้างขีดความสามารถในการเป็นองค์กรสมรรถนะสูงมีอะไรบ้าง: จากนโยบาย One Roof ที่มีการรวมหน่วยงานในส่วนภูมิภาคในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ให้มาอยู่ภายใต้สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ในฐานะตัวแทนของกระทรวงพาณิชย์ในส่วนภูมิภาค ส่งผลให้มีการตัดโอนตำแหน่งข้าราชการและพนักงานราชการจากกรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าต่างประเทศ และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รวมจำนวน 792 อัตรา มาสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงต้องพัฒนาความรู้และทักษะที่นำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง การปรับเปลี่ยนกระบวนการทางความคิด และการจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากรในหลักสูตรต่างๆ อาทิ หลักสูตรการค้าการพาณิชย์สำหรับพาณิชย์จังหวัด หลักสูตรการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าชุมชน หลักสูตรพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้งในระดับนักบริหารการพาณิชย์ระดับสูง/ระดับกลาง/ระดับต้น รวมทั้งการพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐพลดิจิทัล เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญคืออะไร ส่งผลต่อสถานการณ์แข่งขันของประเทศอย่างไร :

- การใช้นวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป
- การปรับบทบาทพาณิชย์จังหวัดให้เป็นเซลล์แมนจังหวัด เชื่อมโยงกับเซลล์แมนประเทศ หรือสำนักงานส่งเสริมการค้าต่างในประเทศ เพื่อผลักดันสินค้าจากภูมิภาคไปต่างประเทศให้มากขึ้น รวมทั้งการทำ Online Business Matching ระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออกสินค้าในจังหวัดโดยตรง
- สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน และธุรกิจบริการศักยภาพ รวมทั้งพัฒนาบรรจุมณฑล สร้างตราสินค้า