

# แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

## กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

### 1. วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570

### 2. พันธกิจ

- 1) พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
- 2) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
- 3) ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
- 4) ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

### 3. ภารกิจ ตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน

ภารกิจหลักตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2553<sup>1</sup> ให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ขยายตลาด สินค้าและบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพ การแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

### 4. ค่านิยมองค์กร

DITP DRIVE

D = Dedicated	มุ่งมั่น ชยัน อดทน
R = Responsive	ผลลัพธ์จับใจ
I = Integrity	ซื่อสัตย์สุจริต
V = Value Creation	สร้างสรรค์สิ่งใหม่
E = Excellent	เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ

### 5. วัฒนธรรมองค์กร

ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร

<sup>1</sup> กฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมฯ ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการ

## 6. แผนปฏิบัติการ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย พัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก ตลอดจนอุตสาหกรรมเป้าหมายแห่งอนาคต ผลักดัน Soft Power ของไทยให้เป็นที่สนใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มุ่งเน้นการนำแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบใหม่ ตามแนวคิด BCG economy model เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าและตรงกับความต้องการของตลาดและขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ มุ่งเน้นที่การเจาะตลาดใหม่ ได้แก่ กลุ่มตลาดใหม่ในตลาดเก่า ตลาดเมืองรองและตลาดเกิดใหม่ ขยายพันธมิตรทางการค้า สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้า ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ การสร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศให้เพิ่มสูงขึ้น

ทั้งนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย ประกอบกับบริบทการค้าโลกยุคดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การใช้เทคโนโลยีเข้ามาตอบสนองการมีวิถีชีวิตใหม่ (New normal) เข้ามามีบทบาทมากขึ้น กรมจึงได้มีการปรับรูปแบบการดำเนินงาน การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งในรูปแบบออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด อาทิ การจัดสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศและต่างประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ และ Online Business matching กิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ผลักดันความเป็น “พาณิชย์ทันสมัย” การส่งเสริมเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงและขยายช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ การสร้างและพัฒนาต่อยอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com และการหาพันธมิตรแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำในตลาดต่างๆ การผลักดันและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนพัฒนาระบบ Online business matching ให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนาระบบงานแสดงสินค้าเสมือนจริง Virtual Trade Show เพื่อรองรับความต้องการใช้ช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น การขยายการทำตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ (Online marketing) อาทิ การประชาสัมพันธ์ผ่านสังคมออนไลน์ (Social media) นิตยสารออนไลน์ หรือการใช้สื่อ/กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดในต่างประเทศ (Influencer marketing) การยกระดับการบริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล ดังนั้น จึงได้กำหนดแผนปฏิบัติการใน 5 เรื่อง ดังนี้

1. สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal
2. รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก
3. ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)
4. ศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่
5. ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

# 1. แผนปฏิบัติการราชการเรื่อง สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal

(1) เป้าหมาย : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(2) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด: สร้างมูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 33,960 ล้านบาท ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

## (3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal โดยเน้นสินค้า BCG และสินค้า/บริการสำหรับยุค Next Normal

### สินค้าเป้าหมาย

- กลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า อาทิ สินค้าเกษตรแปรรูป เช่น สมุนไพร -> เครื่องสำอาง สินค้าตามเทรนด์โลก เช่น สินค้าสุขภาพ อาหารอนาคต อาหารสุขภาพ (Healthy Foods) ผลิตภัณฑ์อาหารจากเทคโนโลยีชีวภาพ (Food Biotechnology Products) และอาหารใหม่ (Novel Food) เช่น Plant-based meat เป็นต้น
- อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อาทิ สินค้ายานยนต์สมัยใหม่ (รถยนต์ไฟฟ้าและอะไหล่ยานยนต์)/ เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ / อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ / สินค้าเทคโนโลยีที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ / อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ/ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เป็นต้น
- สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองยุค Next Normal และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ อาทิ สินค้า Work from Home/ Work from Anywhere/ สินค้า BCG / สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

3.2) พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ

### ธุรกิจบริการเป้าหมาย

- ธุรกิจบริการแห่งอนาคต อาทิ บริการทางการแพทย์ครบวงจร / อุตสาหกรรมดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ / ธุรกิจสื่อบันเทิง-เกม (Digital Content) / ธุรกิจการศึกษา (Educational Service) / ธุรกิจสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ / ธุรกิจบริการ Logistics เป็นต้น

3.3) สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการ

มูลค่าสูง

- ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

3.4) สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทย

- การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างตราสัญลักษณ์สินค้า และส่งเสริมการค้าบริการ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล
- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและบริการ

- สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Country Image) ทั้งในและต่างประเทศ เช่น Think Thailand
- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย (Online Community) เพิ่มช่องทางและเชื่อมโยงโอกาสทางการค้า

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

- 4.1) โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการ คักยภาพเพื่อตอบสนองความต้องการ Megatrends และ Next Normal
- 4.2) โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์
- 4.3) โครงการขยายการค้าการตลาดสู่สากล
- 4.4) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ

## 2. แผนปฏิบัติการเรื่อง รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

(1) เป้าหมาย : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : สร้างมูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 958 ล้านบาท

#### (3) แนวทางการพัฒนา

3.1) ขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุกโดยใช้ตลาดนำการผลิต (Demand Driven) ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

ตลาดเดิม: ตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป เอเชียตะวันออก อาเซียน และจีน

ตลาดใหม่: ตลาดเอเชียใต้ รัสเซีย ลาตินอเมริกา ตะวันออกกลาง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บารห์เรน และแอฟริกาเหนือ (MENA)

ตลาดที่สูญเสียไป : ตลาดอิรัก ซาอุดีอาระเบีย และแอฟริกา

3.2) ส่งเสริมการเปิดตลาด แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะตลาดใหม่ ตลาดที่เติบโตได้ดี ตลาดเมืองรอง (City focus) โดยใช้กลไกการจัดทำบันทึกความตกลง (MOU)

3.3) ส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า

- เร่งรัด Strategic Partnership กับประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย
- ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและกรอบความร่วมมือทางการค้า

3.4) การขยายพันธมิตรทางการค้า

- เสริมสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นกับผู้นำเข้า (Thailand Global Business Partners)
- พัฒนาเครือข่ายผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จในระดับประเทศ (Thailand Export Champions)
- ใช้ประโยชน์จากผู้แทนการค้าไทย (Marketing Representative/ HTA) สร้างเครือข่าย Salesman จังหวัดและ Salesman ประเทศ ในการหาแสวงหาคู่ค้า และขยายช่องทางการตลาดในต่างประเทศ

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

4.1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

### 3. แผนปฏิบัติการเรื่อง ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(1) เป้าหมาย : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : สร้างมูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,000 ล้านบาท

#### (3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ (e-Marketplace) เพื่อส่งเสริมการค้าข้ามพรมแดน (Thaitrade.com)

3.2) ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและปัจจัยสนับสนุนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้รองรับการเติบโตของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecosystem and Enabling factors)

3.3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยเพิ่มช่องทางการค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ อาทิ Thaitrade.com และ Online Business Matching (OBM)

3.4) สร้างพันธมิตรทางการค้าออนไลน์ (อีพิวออนไลน์, AMAZON, Alibaba, T-Mall)

3.5) ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

4.1) โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล

### 4. แผนปฏิบัติการเรื่อง ศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จำนวน 10,660 ราย

#### (3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศ แก่ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เกิดองค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการทำการค้ายุคใหม่

3.2) พัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า แก่ผู้ประกอบการ MSME SME และบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

3.3) พัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก ที่มีแบรนด์สินค้า ให้สามารถดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศได้

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

4.1) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

## 5. แผนปฏิบัติการเรื่อง ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : ผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ

จำนวน 170,505 ราย

### (3) แนวทางการพัฒนา

3.1) ยกระดับการให้บริการทางการค้าด้วยระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล

3.2) พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรเพื่อรองรับทักษะแบบใหม่ (Upskill/Reskill) เช่น ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล วัฒนธรรมองค์กร การวิเคราะห์และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล เป็นต้น เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและรองรับการบริการผู้ประกอบการ

### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

4.1) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

4.2) ผลผลิต การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

4.3) ผลผลิต รายจ่ายบุคลากรภาครัฐ