

**บทสรุป**  
**แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑**  
**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ศึกษาวิเคราะห์และติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมของโลกในปัจจุบัน และปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศของ ไทย อาทิ ภาวะเป็ยบด้านการค้าการลงทุน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ความผันผวนของระบบ การเงิน สถานการณ์ทางการค้าต่างๆ และสถานการณ์ความไม่สงบในภูมิภาคต่างๆ เป็นต้น รวมทั้ง ได้จัด ประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันกำหนดนโยบายและมาตรการ ต่างๆ ให้สามารถดำเนินภารกิจขยายการค้าระหว่างประเทศของประเทศได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กรมฯ ได้นำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) นโยบายรัฐบาล แผน แม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๖๔ ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๔ และยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการ ราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

**ภารกิจหลักตามกฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๕๓<sup>๑</sup>**

ให้กรมส่งเสริมการค้าส่งออกมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้า ส่งออก ขยายตลาด สินค้าและ ธุรกิจบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้า และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของ ประเทศไทย

**วิสัยทัศน์**

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น ๑ ใน ๕ ของเอเชีย ภายในปี ๒๕๖๔

**พันธกิจ**

๑. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
๒. ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
๓. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
๔. ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

**ค่านิยมองค์กร**

DITP DRIVE

D = Dedicated มุ่งมั่น ชยัน อดทน

R = Responsive ผลลัพธ์ฉับไว

I = Integrity อารมณ์ไว้ซึ่งคุณธรรม

V = Value Creation สร้างสรรค์สิ่งใหม่

E = Excellent เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ

**วัฒนธรรมองค์กร** ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร

<sup>๑</sup> กฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมฯ ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนชื่อกรมส่งเสริมการค้าส่งออก เป็น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. ๒๕๕๕

## ประเด็นยุทธศาสตร์

ผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

## แนวทางยุทธศาสตร์

๑. การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกเชิงรุก ทั้ง Physical และ Digital market (city focus, niche market) (Demand-Driven Marketing Approach)
๒. การปรับโครงสร้างการค้าสู่ภาคบริการ (Trade in Services)
๓. การประกอบธุรกิจและการลงทุนในต่างประเทศ (Outward Investment)
๔. การสร้างผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศสู่เศรษฐกิจยุคใหม่
๕. การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์

## กลยุทธ์

๑. พัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ (Value Creation, Innovation & Branding)
๒. ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์
๓. ส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางดิจิทัลและรูปแบบการค้าสมัยใหม่อื่นๆ (Digital Commerce and New Trading Models)
๔. พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารธุรกิจบริการอาหารและสินค้าฮาลาลสู่ตลาดโลก
๕. ผลักดันการขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรในตลาดศักยภาพ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA
๖. พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร (Clusters) และรองรับแนวโน้มความต้องการใหม่ๆ ของตลาดโลก
๗. สร้างภาพลักษณ์ประเทศในฐานะผู้ผลิตและส่งออกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความน่าเชื่อถือ (Country and Industry Image)
๘. พัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย
๙. พัฒนาบุคลากร ระบบการทำงาน ตลอดจนระบบข้อมูลการค้าเพื่อการค้าบริการ และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง