

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

ภารกิจหลักตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2553 *

ให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้า ขยายตลาด สินค้าและบริการของประเทศไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

หมายเหตุ : * กฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมฯ ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการ

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย และพร้อมปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เป็นสากลและยั่งยืน

พันธกิจ

มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ โดยอำนวยความสะดวก ลดต้นทุน เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการของประเทศไทย ชี้แนะสู่ทางการเข้าตลาดและรักษาตลาดการค้าในต่างประเทศ และร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาให้ไทยเป็นประตูการค้าสำคัญของภูมิภาคเอเชีย

ประเด็นยุทธศาสตร์กรม ผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง

ค่านิยมองค์กร

DITP DRIVE

D = Dedicated มุ่งมั่น ชยัน อดทน

R = Responsive ผลลัพธ์ฉับไว

I = Integrity อารมณ์ไวซึ่งคุณธรรม

V = Value Creation สร้างสรรค์สิ่งใหม่

E = Excellent เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ

วัฒนธรรมองค์กร ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน

1. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์การค้าและมีขีดความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาค

ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์การค้า (500 ราย)

2. การส่งออกของไทยไปกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกไปประเทศในกลุ่มอาเซียน (ร้อยละ 3)

3. การส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูปขยายตัวเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูปของไทย (ร้อยละ 3)

4. การส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกของไทย (ร้อยละ 3)

ตัวชี้วัด : ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกไปตลาดส่งออกใหม่ (ร้อยละ 3)

กลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1. ผลักดันการขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรในอาเซียน ภายใต้ AEC และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA

2. พัฒนาและส่งเสริมการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป

3. ส่งเสริมการเป็น Trading Nation และพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้สามารถดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ (Internationalization)

4. พัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ (Value Creation, Innovation & Branding)

5. พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร (Clusters) และรองรับแนวโน้มความต้องการใหม่ๆ ของตลาดโลก

6. สร้างภาพลักษณ์ประเทศในฐานะผู้ผลิตและส่งออกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีความน่าเชื่อถือ (Country and Industry Image)

7. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและรูปแบบการค้าสมัยใหม่อื่นๆ (Digital Commerce and New Trading Models)

8. พัฒนาบุคลากร ระบบการทำงาน ตลอดจนระบบข้อมูลการค้าเพื่อการค้าและบริการ และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง