

# แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

(1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68)

## 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 ธารงไว้ซึ่งคุณธรรม

V = Value Creation สร้างสรรค์สิ่งใหม่

E = Excellent เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ

### 5. วัฒนธรรมองค์กร ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร

<sup>1</sup> กฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมฯ ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการ

## แผนปฏิบัติการ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตามกลยุทธ์ “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” และนโยบาย “เร่งขยับตัวเลขการส่งออก เปลี่ยน ลบเป็น บวก” เน้นขยายโอกาสทางการตลาดและผลักดันแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า โดยเปิดประตูการค้าเดินสายสร้างสัมพันธ์พบปะ ผู้นำประเทศใน 10 ตลาดเป้าหมายสำคัญ (สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น เยอรมนี ฝรั่งเศส อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เกาหลีใต้ ซาอุดีอาระเบีย และแอฟริกาใต้) และเจาะตลาดรายมณฑล/เมืองรองของประเทศต่าง ๆ ปรับบทบาททูตพาณิชย์ให้เป็นทูตเศรษฐกิจเชิงรุก และบูรณาการการทำงานร่วมกับพาณิชย์จังหวัด ทีมไทยแลนด์ และภาคเอกชน เพื่อผลักดันและเชื่อมโยงสินค้าไทยสู่ตลาดต่างประเทศ ผ่านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย พัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ รวมถึงกลุ่มสินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คาร์บอนต่ำ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต รวมถึงขับเคลื่อนสินค้า/บริการ Soft Power ไทยสู่ตลาดต่างประเทศ และสนับสนุนให้ไทยเป็น Logistics Hub ของภูมิภาค เพื่อผลิตสินค้าและบริการมูลค่าสูง แปรรูปเพื่อสร้างมูลค่า และตรงกับความต้องการของตลาดในต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นรักษาตลาดหลัก เจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ขยายพันธมิตรทางการค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้า ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ สร้างความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในการทำการค้าและลงทุนในต่างประเทศ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศให้สูงขึ้น

ทั้งนี้ ภายหลังจากที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คลี่คลายลง และบริบทการค้าโลกยุคดิจิทัลมีบทบาทสำคัญ ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และช่องทางตลาดรูปแบบใหม่ๆ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงปรับรูปแบบการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั้งในรูปแบบออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด อาทิ การจัดสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ การจัด/ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ Online Business matching (OBM) และกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ผลักดันและส่งเสริมเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) อาทิ การพัฒนาต่อ ยอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com การส่งเสริมการขายตลาดออนไลน์ข้ามพรมแดน (Cross Border e-Commerce) ร่วมกับพันธมิตรแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำในตลาดต่างประเทศ และการขับเคลื่อนการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเน้นให้ความสำคัญกับ Big Data และการส่งเสริมการใช้ Influencer เพื่อการค้า ตลอดจนพัฒนาระบบ Smart OBM ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความต้องการใช้ช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น การขยายตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ อาทิ ประชาสัมพันธ์ผ่านสังคมออนไลน์ (Social media) นิตยสารออนไลน์ การยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพื่อปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล ดังนั้น กรมจึงได้กำหนดแผนปฏิบัติการใน 5 เรื่อง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68) ดังนี้

1. สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
2. รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก
3. ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)
4. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่
5. ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

## 1. แผนปฏิบัติราชการเรื่อง สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

- (2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย: (2.1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 67,897 ล้านบาท  
(2.2) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 4,688 ราย

### (3) แนวทางการพัฒนา

#### (3.1) พัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียวและสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่

##### สินค้าเป้าหมาย

- กลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า อาทิ สินค้าเกษตรแปรรูป เช่น สมุนไพร เครื่องสำอาง เป็นต้น สินค้าตามเทรนด์โลก เช่น สินค้าฮาลาล สินค้าอาหารอนาคต (Future Food) สินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) สินค้าอาหารที่ส่งเสริมความยั่งยืน (Sustainable Food) เป็นต้น
- อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อาทิ สินค้ายานยนต์สมัยใหม่ (รถยนต์ไฟฟ้าและอะไหล่ยานยนต์)/ เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ/ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์/ สินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง/ สินค้าเทคโนโลยีที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ/ อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ/ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ/ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร
- สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองต่อเศรษฐกิจใหม่และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ อาทิ สินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อความยั่งยืน/ สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง/ สินค้าแม่และเด็ก/ สินค้าที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่

#### (3.2) พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ

##### ธุรกิจบริการเป้าหมาย

- ธุรกิจบริการแห่งอนาคต เช่น บริการทางการแพทย์ครบวงจร/ อุตสาหกรรมดิจิทัล/ ข้อมูล Big Data และปัญญาประดิษฐ์/ ธุรกิจสื่อบันเทิง-เกม (Digital Content)/ ธุรกิจดนตรี/ ธุรกิจกีฬา/ ธุรกิจบริหารการจัดงาน/ ธุรกิจการศึกษา (Educational Service)/ ธุรกิจสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์/ ธุรกิจบริการ Logistics/ ธุรกิจแฟรนไชส์/ ธุรกิจ startup เป็นต้น

#### (3.3) สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง

- ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบการสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

#### (3.4) สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทย

- การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างตราสัญลักษณ์สินค้าและส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและบริการ

- สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Country Image) ทั้งในและต่างประเทศ เช่น Thai SELECT, PM Export Award, T Mark, DEmark, Think Thailand เป็นต้น
- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย (Online Community) เพิ่มช่องทางและเชื่อมโยงโอกาสทางการค้า

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

- (4.1) โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
- (4.2) โครงการขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศด้วยพลังสร้างสรรค์ (Soft Power)
- (4.3) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์สู่สากล

### 2. แผนปฏิบัติการราชการเรื่อง รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

- (2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : (2.1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 4,945 ล้านบาท
- (2.2) จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 11,178 ราย

#### (3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) ขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุกโดยใช้ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้ ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

ตลาดหลัก: สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น อาเซียน และจีน (รวมฮ่องกง)

ตลาดศักยภาพ: อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ไต้หวัน

สหรัฐอเมริกาบริบทเอมิเรตส์ ตะวันออกกลาง ทวีปออสเตรเลีย และแคนาดา

ตลาดศักยภาพใหม่ : อิรัก ซาอุดีอาระเบีย แอฟริกา ลาตินอเมริกา เอเชียกลาง และประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

(3.2) ส่งเสริมการเปิดตลาด แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ 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)

- สร้างเครือข่ายพาณิชย์จังหวัดและทูตพาณิชย์ ในการหาแสวงหากู้ค้าและขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

### 3. แผนปฏิบัติการเรื่อง ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : (2.1) มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,250 ล้านบาท

(2.2) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce 25,800 ราย

#### (3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) พัฒนาระบบแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ (Thaitrade.com) และระบบการค้าออนไลน์อัจฉริยะ (Smart Online Business Matching)

(3.2) ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและปัจจัยสนับสนุนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้รองรับการเติบโตของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecosystem and Enabling factors)

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

(3.4) สร้างพันธมิตรทางการค้าออนไลน์ (แพลตฟอร์ม e-commerce อาทิ Amazon, Tmall, Shopee และ Lazada)

(3.5) ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล

### 4. แผนปฏิบัติการเรื่อง พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 7,700 ราย

#### (3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) พัฒนาความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศ แก่ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เกิดองค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการทำการค้ายุคใหม่

(3.2) พัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า แก่ผู้ประกอบการ MSME SME และบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

(3.3) พัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก ที่มีแบรนด์สินค้า ให้สามารถดำเนินธุรกิจในต่างประเทศได้

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)

## 5. แผนปฏิบัติการเรื่อง ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : (2.1) ผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ

207,237 ราย

(2.2) ร้อยละบุคลากรภาครัฐด้านไอทีหรือปฏิบัติงานด้าน

ดิจิทัลของทุกหน่วยงานมีความรู้และทักษะดิจิทัล ร้อยละ 70

(2.3) จำนวนครั้งการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

และบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของกรม 82 ครั้ง

### (3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) ยกระดับการให้บริการทางการค้าด้วยระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล

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

### (4) แผนงาน/โครงการสำคัญ

(4.1) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

(4.2) โครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับบุคลากรภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล

(4.3) ผลผลิต การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(4.4) ผลผลิต รายงานบุคลากรภาครัฐ