



ด่วนมาก บันทึกข้อความ

4978
พ.ศ. ๒๕๖๓ ๑๑.๐๖

รป	เลขที่	ว/ด/ป	เวลา
๑	๖๕๖๐	๑๑/๑๑/๖๓	16.24

กระทรวงพาณิชย์ โทร. ๒๖๖๒๑๐๑
 ๒. ก.ย. ๒๕๖๓ ๒๕.๐๓
 ๒๕๖๓

ส่วนราชการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๑ โทร. ๘๒๒๖
 ที่ พณ.๐๕๐๕/๒/๓๘๕๐ วันที่ ๒ กันยายน ๒๕๖๓

เรื่อง การปรับปรุงแบบการดำเนินงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตามนโยบายรองนายกรัฐมนตรีและ
 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

เรียน ปลัดกระทรวงพาณิชย์

เพื่อโปรดพิจารณา

ด้วยรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้มอบหมายให้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เร่งดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายตามวิสัยทัศน์ “การตลาดนำการผลิต” โดยในด้านการค้า ขอให้ปรับกิจกรรมให้เข้าสู่รูปแบบออนไลน์มากขึ้น เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความพร้อมและสามารถปรับตัวได้ ตลอดจนช่วยแสวงหาโอกาสในบริบทของการค้าโลกที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากไวรัสโคโรนา-๑๙

ในการนี้ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายข้างต้นอย่างเป็นรูปธรรม กรมจึงได้หารือกับทั้งภาคเอกชน และสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เพื่อระดมความคิดเห็น วิเคราะห์ปรับกลยุทธ์ และรูปแบบการดำเนินงานที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

๑. กรมได้ปรับแนวทางการทำงานรองรับยุค “รวมไทยสร้างชาติ” โดยได้กำหนดเป้าหมายที่จะผลักดันให้ “ไทยเป็น Top 5 ของเอเชีย ในด้านการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศภายในปี ๒๕๗๐” ซึ่งการไปสู่เป้าหมายดังกล่าว จะต้องเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้ได้อย่างน้อยปีละ ๑๒,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

๒. กรมได้กำหนดแผนงานทั้งในระยะสั้น กลางและยาว ที่จะปรับเปลี่ยนจากเดิม รวมกิจกรรมสำคัญในปี ๒๕๖๔ กว่า ๓๐ กิจกรรม ได้แก่

๒.๑ แผนเร่งด่วนในระยะสั้น (๕ ร.)

- เร่ง ประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยเป็นแคมเปญใหญ่ทั่วโลก เน้นเรื่องความเชื่อมั่นและปลอดภัย สร้างความมั่นใจในกลุ่มผู้บริโภคนานาชาติผ่านแคมเปญ “เชื่อมั่นประเทศไทย หรือ Trust Thailand”

- รุก “กิจกรรมไฮบริด” ปรับเปลี่ยนสู่ช่องทางออนไลน์ทุกรูปแบบ อาทิ ปรับงานแสดงสินค้ารูปแบบเดิมเป็น Virtual Trade Show เพื่อทดแทนงานที่ไม่สามารถจัดได้หรือจัดได้ไม่เต็มที่ ตัวอย่างเช่น งาน Thaix- Anuga Asia 2020: The Hybrid Edition ระหว่างวันที่ ๒๒-๒๖ กันยายน ๒๕๖๓ โดยผู้ซื้อสามารถเยี่ยมชมคุณภาพสัมผัสมิติเสมือนจริง และวีดิทัศน์แสดงแคตตาล็อกสินค้า รวมทั้งภาพสินค้าที่หมุนได้ ๓๖๐ องศา ตลอดจนสามารถติดต่อเจรจาการค้ากับผู้ส่งออกไทยได้โดยตรงทันที ผ่านช่องทางระบบออนไลน์รูปแบบต่างๆ

- ร่วม บูรณาการแผนงานเพิ่มยอดส่งออกรายภูมิภาค/เจาะรายสินค้า ผ่านกิจกรรมรูปแบบ “Mirror-Mirror: การเจรจาการค้าเสมือนได้พบหน้า” ได้แก่ การที่ผู้ประกอบการจัดส่งสินค้าตัวอย่างไปล่วงหน้า โดยไม่ต้องเดินทาง และกรมจะช่วยดำเนินการจัดนัดหมายเจรจาการค้าออนไลน์ให้ ตัวอย่างเช่น งาน China International Import Expo ณ นครเซี่ยงไฮ้ ในวันที่ ๕-๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

/รีบ พัฒนา...

ความเห็น/คำสั่ง

เรียน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

เพื่อโปรดทราบ

(นายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์)

- ริบ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในแนวทาง “NEA Care รักแท้ แอร์ความรู้” ดังนี้

๑. เข้าถึง ใส่ใจ ทุกภูมิภาค ด้วยโครงการ Gen-Z to be CEO ให้ความรู้แก่นักศึกษาเพื่อปูหนทางสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยมีเป้าหมาย ๑๒,๐๐๐ รายทั่วประเทศในปี ๒๕๖๔

๒. สร้างโอกาสในทุกระดับ ด้วยโครงการ NEA Reborn สร้างโอกาสทางการค้าให้แก่สายอาชีพ โดยเฉพาะพนักงานในสายการบินไทยและแอร์เอเชีย ซึ่งเป็นพันธมิตรกับกรม

๓. สร้างคุณภาพที่แตกต่าง ด้วยโครงการ Smart Content เพื่อให้สามารถทำการค้าออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านหลักสูตรการสร้างดิจิทัลแคตตาล็อก การทำกราฟิก วิดีโอคลิป และการไลฟ์นำเสนอสินค้า และโครงการ Train the Creators ยกระดับการสร้างนักป็นผู้ประกอบการค้า ให้สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ต่อไปได้ โดยจะร่วมมือกับพาณิชย์จังหวัดทั้ง ๗๗ แห่ง

๔. เติมที่เรื่อง Technology & Innovation ด้วยโครงการ The Guru จัดทำหลักสูตรออนไลน์รูปแบบใหม่โดยคนรุ่นใหม่ ที่เข้าถึงได้ เข้าใจง่าย และบูรณาการความร่วมมือกับ Huawei

๕. สนุกในทุกห้องเรียน ผ่านประสบการณ์จริงจากผู้รอบรู้ ด้วยโครงการตรวจสุขภาพคู่ค้า เสริมคาถารัฐกิจ เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม/ไหวพริ้วทางธุรกิจ

- เริ่ม การให้บริการโดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (Personalization) ภายใต้แนวคิด “บริการถูกใจ ๕ เท่า: DITP 5.0” เน้นการบริการครบจบในที่เดียว ผ่านแอปพลิเคชัน DITP ONE เพื่อให้สะดวก รวดเร็ว ภูมิใจ คุ่มค่า ตลอดจนกรมจะพัฒนาระบบปัญญาประดิษฐ์ DITP Trade Intel ซึ่งจะสามารถช่วยคาดการณ์/แสวงหาโอกาสทางการค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจ

๒.๒ แผนระยะกลาง-ยาว (๒ ส.)

- เสริม ให้ Thaitrade.com ให้เป็นด่านหน้าด้านออนไลน์ของสินค้าไทยอย่างเต็มรูปแบบ

- สร้าง ระบบฐานข้อมูลทุกมิติ ให้ใช้ง่าย เข้าถึงง่าย รองรับการปรับตัวสู่ Big Data

- สนับสนุน ระบบและทรัพยากร เพื่อรองรับการขยายตัวของกิจกรรม Online Business Matching/ Virtual Trade Fair/Webinar

- ส่ง และเชื่อมโยงผู้ประกอบการสู่การค้าออนไลน์/แพลตฟอร์มออนไลน์ในต่างประเทศ

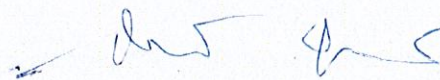
- (คิด) สรร Product Champion เพื่อต่อยอดนโยบายเกษตรผลิตพาณิชย์ตลาด

- สถาน เครือข่ายผู้นำเข้าทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงนักลงทุน

๓. นอกจากนี้ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ๕๘ แห่งทั่วโลก จะต้องขยายบทบาทหน้าที่ ครอบคลุมทั้งการเป็นเซลส์แมนของประเทศ การให้คำปรึกษา (Coaching) แก่ภาคเอกชนได้อย่างใกล้ชิดและตรงเป้าหมาย การเร่งหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพและการหาช่องทางในการขยายตลาดเชิงลึก การหาพันธมิตรทางการค้า การพัฒนาข้อมูลการค้าให้มีประสิทธิภาพและทันการณ์ เพื่อเพิ่มยอดการส่งออกสินค้าไทยให้ได้ตามเป้าหมาย

ทั้งนี้ กรมได้จัดทำสรุปการปรับรูปแบบการดำเนินการดังกล่าวในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก เพื่อพิจารณาใช้ประโยชน์ต่อไป ดังรายละเอียดตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบ ขอให้โปรดนำเรียนรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เพื่อทราบต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง



(นายสมเด็จ สุขสมบูรณ์)
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



(นายพิทักษ์ อุดมวิชัยวัฒน์)
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์

- ๘ ก.ย. ๒๕๖๓



การปรับรูปแบบกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อรองรับการค้ายุค “รวมไทยสร้างชาติ”



วรินทร์ ลักษณวิศิษฎ์
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

กรอบแนวคิด

แนวโน้มผู้บริโภค



ใส่ใจสุขภาพ เครื่องชงกาแฟ ใช้ช้อปปิ้งออนไลน์ พึ่งพาเทคโนโลยี

ข้อเสนอของภาคเอกชน

1. เร่งขยายพันธมิตรทางการค้า หาดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ
2. เร่งส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยในฐานะสินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัย และเชื่อถือได้
3. จัดหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเสริมสร้างความรู้ในการปรับตัวให้ทันกับตลาด
4. พัฒนาระบบข้อมูลด้านสถานการณ์การค้าในตลาดต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ และกันสถานการณ์
5. พัฒนาและต่อยอดระบบการให้บริการของกรม เช่น Online Directory ระบบ Chatbot เป็นต้น

บทบาทของทูตพาณิชย์



Salesman + Coaching

- o ทำงานเชิงรุกรวดเร็ว
- o สนับสนุนตลาดเชิงลึก
- o เป็นการทำงานที่เพิ่มยอดขายส่งออกแบบต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ
- o หาช่องทางเจาะตลาด
- o สร้างโอกาสออกมาให้ได้
- o สื่อสารทั้งผู้ประกอบการอย่างตรงจุด

ทิศทางองค์กร

เป้าหมาย
“มูลค่าการส่งออกของไทย เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570”

นโยบายหลัก
ตลาดนำการผลิต “1 สร้าง 3 เพิ่ม”

1 สร้าง



สร้างประเทศไทย เป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก

3 เพิ่ม



เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย



เพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการธุรกิจจีน

แผนระยะสั้น



เร่ง
ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทย เป็นแคมเปญใหญ่ทั่วโลกเป็นความเชื่อมั่น ปอดภัย



รุก
“กิจกรรมโปรโมต” เป็นช่องทางออนไลน์ทุกรูปแบบ และ In-Store Promotion สร้างยอดขายกับนักท่องเที่ยว



ร่วม
บูรณาการแผนงาน เพิ่มยอดส่งออกรายภูมิภาคเจาะรายสินค้าด้วยกิจกรรม



รับ
พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เป็นตัวรุก-รับ คู่กันภาพ เทคโนโลยี สนุก



เริ่ม
การให้บริการ 5.0 (Personalization) คน สะดวก รวดเร็ว รู้ใจ

แผนระยะกลาง-ยาว



เสริม
Thaitrade.com ให้เป็นต้นน้ำของข้อมูลของสินค้าไทยอย่างสมบูรณ์



สร้าง
ระบบฐานข้อมูลที่ดี ใช้เข้า เข้าถึงง่าย รองรับการรับข้อมูล Big Data



สนับสนุน
ระบบบริหารงานเชิงรุก/ออนไลน์ของกรม



ส่ง
พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เป็นตัวรุก คู่กันภาพ เทคโนโลยี สนุก



(คิด) ASS
Product Champion เพื่อต่อยอดนโยบาย “เกษตรกรดี ภาคไทยดี”



สาน
เครือข่ายผู้นำเข้า/ส่งออกไม่ละอวลไม่รวมกันหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

