

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

(1 ต.ค. 68 – 30 ก.ย. 69)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1. วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570

2. พันธกิจ

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

3. ภารกิจ ตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน

ภารกิจหลักตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2553¹ ให้กรมส่งเสริมการส่งออกมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาด สินค้าและธุรกิจบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

4. ค่านิยมองค์กร

DITP MORE

M (Motivation) : สร้างแรงบันดาลใจและกำลังใจในการพัฒนาตัวเอง

O (Opportunity) : สร้างโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา

R (Resilience) : เสริมสร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ

E (Excellence) : มุ่งสู่ความเป็นเลิศในทุก ๆ ด้าน

5. วัฒนธรรมองค์กร ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร

¹ กฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมฯ ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนปฏิบัติการ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตามแนวคิด “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” และนโยบาย “เร่งเครื่องส่งออกไทย บุกตลาดใหม่ทั่วโลก” เน้นขยายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคใหม่ ๆ ผลักดันสินค้า High Value – High Demand เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้วยการพัฒนาแบรนด์และนวัตกรรม รวมถึงผลักดัน “อาหารไทย” ให้ได้รับความนิยมในระดับโลก ภายใต้การฟื้นฟูนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) และอาหารฮาลาล รวมทั้งเดินหน้านำเสนอ “นโยบายการทูตเศรษฐกิจเชิงรุก” บูรณาการการทำงานร่วมกับพาณิชย์จังหวัด ทีมไทยแลนด์ และภาคเอกชน เพื่อผลักดันและเชื่อมโยงสินค้าไทย และขับเคลื่อนสินค้า/บริการซอฟต์แวร์ไทยสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งกรมได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ให้เป็นอนุกรรมการและเลขานุการร่วม รวมทั้งสนับสนุนการทำงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเป็นหน่วยงานหลัก (Focal point) 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ หนังสือ เกม และดนตรี และเป็นหน่วยงานสนับสนุน 1 อุตสาหกรรม คือ แพชั่น ตลอดจนส่งเสริม สร้างโอกาส และพัฒนาต่อยอดของอุตสาหกรรมเดิมและอุตสาหกรรมแห่งอนาคต อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์สู่ยานยนต์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เทคโนโลยีใหม่ และกลุ่มสินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงสนับสนุนให้ไทยเป็น Logistics Hub ของภูมิภาค ส่งเสริม SMEs ให้ปรับตัวสอดคล้องกับการค้ายุคใหม่ผ่านการพัฒนาศักยภาพและความรู้ให้กับผู้ประกอบการไทย พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการศักยภาพ เพื่อผลิตสินค้าและบริการมูลค่าสูง ปรับรูปเพื่อสร้างมูลค่า และตรงกับความต้องการของตลาดในต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นรักษาตลาดหลัก เจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ สร้างความหลากหลายของตลาดส่งออก ขยายพันธมิตรทางการค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้า ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ สร้างความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในการทำการค้าและลงทุนในต่างประเทศ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศให้สูงขึ้น

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงการค้าของโลก ทำให้เทคโนโลยีและการค้าออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการค้ายุคดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคและแนวทางการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และช่องทางตลาดรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงการปรับตัวภายใต้ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกและความผันผวนของเศรษฐกิจจากสงครามการค้าของโลก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงปรับรูปแบบการดำเนินกิจกรรมให้ครอบคลุม ทั้งในรูปแบบออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด อาทิ การจัดสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ การจัด/เข้าร่วม งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ Online Business Matching (OBM) และกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ การพัฒนาต่อยอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com การส่งเสริมการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศร่วมกับพันธมิตรแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำในตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบ Cross-border e-Commerce/TOPTHAI Store และการขับเคลื่อนการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเน้นให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงลึก การรองรับความต้องการใช้งานช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น และการส่งเสริมการใช้ Influencer เพื่อการค้า การขยายตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ การยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศเพื่อปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล ดังนั้น กรมจึงได้กำหนดแผนปฏิบัติการใน 5 เรื่อง ดังนี้

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

1) แผนปฏิบัติการราชการเรื่อง สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย:

(2.1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 125,675 ล้านบาท

(2.2) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 4,562 ราย

(3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) พัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียวและสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่

สินค้าเป้าหมาย

- กลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า เช่น สินค้าเกษตรแปรรูป (สมุนไพร เครื่องสำอาง เป็นต้น) สินค้าตามเทรนด์โลก เช่น สินค้าฮาลาล สินค้าอาหารอนาคต (Future Food) สินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) สินค้าอาหารที่ส่งเสริมความยั่งยืน (Sustainable Food)

- อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต เช่น สินค้ายานยนต์สมัยใหม่ (รถยนต์ไฟฟ้าและอะไหล่ยานยนต์)/ เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ/ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์/ สินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง/ สินค้าเทคโนโลยีที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ/ อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ/ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ/ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

- สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองต่อเศรษฐกิจใหม่และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ เช่น สินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อความยั่งยืน/ สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง/ สินค้าแม่และเด็ก/ สินค้าที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่

(3.2) พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ

- ธุรกิจบริการแห่งอนาคต เช่น บริการทางการแพทย์ครบวงจร/ ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (แอนิเมชัน คาแรกเตอร์ ซอฟต์แวร์ และโฆษณา)/ ธุรกิจบันเทิง (ภาพยนตร์ ละคร/ซีรีส์ และดนตรี รวมถึงธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น Pre-Production, Post- Production, Location Shooting)/ ธุรกิจบริหารจัดการงาน/ ธุรกิจการศึกษา (Educational Service)/ ธุรกิจสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์/ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์/ ธุรกิจแฟรนไชส์

(3.3) สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง

- ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบการสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

(3.4) สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยพลังสร้างสรรค์ (Soft Power)

- พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ 4 อุตสาหกรรม ได้แก่ เกม หนังสือ ออกแบบ และ แฟชั่น โดยการบ่มเพาะและส่งเสริมการขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ ผ่านการเข้าร่วมงานเทศกาล/งานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

(3.5) สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทย

- การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างตราสัญลักษณ์สินค้าและส่งเสริมการค้าเน้นธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและบริการ

- สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Country Image) ทั้งในและต่างประเทศ เช่น Thai SELECT, PM Export Award, T Mark, DEmark, Think Thailand

- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย (Online Community) เพิ่มช่องทางและเชื่อมโยงโอกาสทางการค้า

(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่

(4.2) โครงการพัฒนาซอฟต์แวร์ไทยสู่สากล

(4.3) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์สู่สากล

(4.4) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ

2) แผนปฏิบัติการเรื่อง รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย :

(2.1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 5,029 ล้านบาท

(2.2) จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 11,378 ราย

(3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) ขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุกโดยใช้ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้

ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

ตลาดหลัก: สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น อาเซียน และจีน (รวมฮ่องกง)

ตลาดศักยภาพ: อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ไต้หวัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 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)

- ใช้ประโยชน์จากผู้แทนด้านการตลาด (Marketing Representative) และที่ปรึกษา
กิตติมศักดิ์ (HTA)

- สร้างเครือข่ายพาณิชย์จังหวัดและทูตพาณิชย์ ในการแสวงหาคู่ค้าและขยายช่องทางการ
การตลาดในต่างประเทศ

(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

3) แผนปฏิบัติการเรื่อง ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการ
แข่งขันและช่องทางการขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถใน
การแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย :

(2.1) มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,750 ล้านบาท

(2.2) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce 26,000 ราย

(3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) พัฒนาระบบแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ (Thaitrade.com)

(3.2) ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและปัจจัยสนับสนุนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้รองรับการ
เติบโตของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecosystem and Enabling factors)

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

(3.4) สร้างพันธมิตรทางการค้าออนไลน์ (แพลตฟอร์ม e-commerce เช่น Amazon,
Tmall, Bigbasket, Blibli, Klongthai, Shopee, Lazada , Rakuten, PChomeThai, Letstango)

(3.5) ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

4) แผนปฏิบัติการเรื่อง พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและ
ส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและ
ส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 7,000 ราย

(3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) พัฒนาความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศ แก่ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไป
ที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เกิดองค์ความรู้ และ
ทักษะที่จำเป็นในการทำการค้ายุคใหม่

(3.2) พัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า แก่ผู้ประกอบการ MSME SME
และบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

(3.3) พัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก ที่มีแบรนด์สินค้า ให้สามารถดำเนินธุรกิจในต่างประเทศได้

(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

5) แผนปฏิบัติการเรื่อง ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย :

(2.1) ผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 240,381 ราย

(2.2) ความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด ร้อยละ 100

(3) แนวทางการพัฒนา

(3.1) ยกระดับการให้บริการทางการค้าด้วยระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล รวมทั้งบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล

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

(4) แผนงาน/โครงการสำคัญ

(4.1) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

(4.2) โครงการเช่าบริการคลาวด์ เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ

(4.3) ผลผลิต การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(4.4) ผลผลิต รายจ่ายบุคลากรภาครัฐ