DFT กรมการค้าต่างประเทศ

หมวด 1 ด้านการนำองค์การและความรับผิดชอบต่อสังคม

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานที่บริหารจัดการและอำนวยความสะดวกทางการค้าต่างประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมดิจิทัลครบวงจร ภายในปี 2565

พันธกิจ

1. ยกระดับการอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วยนวัตกรรมบริการที่มีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในภูมิภาคและเวทีโลก
3. ปกป้องและรักษาผลประโยชน์สูงสุดทางการค้า

ค่านิยม

รอบรู้ รวดเร็ว โปร่งใส เชื่อถือได้

SMART MENTOR :

S – Success

M – Modern

A – Accountability

T – Transparency MENTOR

จากการนำองค์การของกรมการค้าต่างประเทศภายใต้แนวคิด ผู้บริหารเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformative Leader) และเป็นแบบอย่างที่ดีในการครองตน ครองคน และครองงาน โดยผู้บริหารมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างแรงจูงใจให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาองค์การอย่างสร้างสรรค์ ด้วยกลยุทธ์การสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และค่านิยมองค์การไปสู่บุคลากรและผู้เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ สร้างการรับรู้ เข้าใจ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็งทั้งด้านการปฏิบัติงานและด้านสังคม เพื่อให้บุคลากรทุกช่วงวัยสามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยยึดหลัก “พี่ดูแลน้องเสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน” และ “รับฟังทุกความคิดเห็นอย่าง เสมอภาค” เพราะที่กรมการค้าต่างประเทศทุกคนคือคนสำคัญ

ปฏิรูปองค์การสู่ความยั่งยืน

ผู้บริหารกรมการค้าต่างประเทศมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพองค์การในทุกมิติ เพื่อสร้างองค์การแห่งคุณภาพที่ยั่งยืน โดยได้ปฏิรูปองค์การ (Transform) เพื่อให้สอดรับกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันรองรับความท้าทายรูปแบบใหม่ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยใช้กลยุทธ์ที่สำคัญ ดังนี้

ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่องค์การที่มีสมรรถนะสูง ด้านการค้าต่างประเทศอย่างยั่งยืน

โดยมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวก เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างโอกาสทางการค้าให้ขยายตัวมากขึ้น เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เช่น การสร้างเครือข่ายนักธุรกิจไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (Young Entrepreneur Network Development : Yen – D Program) เพื่อพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยและสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) ได้แก่ เวียดนาม กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ โดยยึดหลัก “Stronger Together” สร้างเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ให้เติบโตไปด้วยกัน ด้วยการสร้างนักธุรกิจที่มีศักยภาพทั้งของไทยและประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเกิดมูลค่าการค้าระหว่างกัน รวมถึงมีเครือข่ายพันธมิตรทางการค้าพร้อมให้ความเกื้อหนุนกันอย่างยั่งยืนทั้งด้านธุรกิจและสังคม และในปี 2562 มีการขยายความร่วมมือทางการค้ากับประเทศคู่ค้าที่สำคัญในอาเซียนอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และสมรรถนะหลัก ของกรมการค้าต่างประเทศ

เชื่อมโยงการค้าไทยไปสู่เศรษฐกิจภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก

โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดำเนินภารกิจควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทย เพื่อก้าวสู่การเป็น Smart Enterprise ตลอดจนพัฒนาบุคลากรไปสู่การเป็น SMART MENTOR โดยนำหลักการบริหารยุทธศาสตร์องค์กร (Enterprise Architecture : EA) หรือสถาปัตยกรรมองค์กรยุคใหม่ มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินโครงการของกรมฯ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในหลายโครงการ เช่น การเชื่อมโยงข้อมูลใบอนุญาตและหนังสือรับรองอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้ระบบ (National Single Window : NSW) กับระบบใบขนสินค้าของกรมศุลกากร การจัดทำระบบลงลายมือชื่อและตราประทับอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature and Seal : ESS) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้นำเข้า - ส่งออก ในการขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ซึ่งการนำ Enterprise Architecture (EA) มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี (IT) จะทำให้การดำเนินงานของกรมฯ ในอนาคตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ถ่ายทอดองค์ความรู้ระดับองค์การและพัฒนาผู้นำในอนาคต

โดยในปี 2561 ได้จัดทำโครงการ DFT New Generation Velocity หรือโครงการ NGV เพื่อพัฒนาบุคลากรของกรมฯ ให้มีความรู้ความสามารถด้วยหลักสูตรการฝึกอบรมข้าราชการในระดับชำนาญการ ให้มีความรู้และเพิ่มทักษะในการเป็นผู้นำและทักษะเฉพาะด้านการค้าต่างประเทศ เพื่อพัฒนาให้พร้อมเป็นผู้บริหารรุ่นใหม่ในอนาคต พร้อมกันนี้ได้จัดทำโครงการเพิ่มศักยภาพบุคลากรกรมฯ สายสนับสนุนที่มีความสามารถภายใต้หลักสูตร : “DFT Supporting Officer Synergy : SOS” เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์การอย่างยั่งยืน รวมทั้งมีการทำคู่มือในรูปแบบ E-book เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมฯ

การสื่อสารเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ

รูปแบบการสื่อสารของกรมการค้าต่างประเทศ

ผู้บริหารกรมการค้าต่างประเทศมีการสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์และค่านิยมองค์การไปสู่บุคลากรและผู้เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ มีส่วนร่วม นำไปสู่การปฏิบัติและบรรลุผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้นำวิธีการสื่อสารสองทาง (Two Ways Communication) ที่ครอบคลุมทั้งระบบ Online และ Offline มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยดำเนินการ ทั้ง (1) การสื่อสารทางตรง โดยดำเนินการผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความผูกพันกับบุคลากรทั่วทั้งองค์การ รวมถึงกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ดำเนินการ เช่น จัดการประชุมผู้บริหาร ซึ่งเป็นการจัดประชุมภายในเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง จัดสัมมนากรมการค้าต่างประเทศ ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเป็นการทบทวนและถ่ายทอดยุทธศาสตร์จากผู้บริหารสู่บุคลากรในทุกระดับ ใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ทั้งช่องทาง Line, Facebook, Twitter และ YouTube และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านกิจกรรมสัมพันธ์ "Happy Customer Hours" เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ทุก 3 เดือน เพื่อสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (2) การสื่อสารทางอ้อม โดยใช้กลยุทธ์การถ่ายทอดวิสัยทัศน์ผ่านข้อความ Footnote ในหนังสือราชการภายใน บอร์ด โปสเตอร์ภายในหน่วยงาน และ (3) ผู้บริหารสื่อสารสร้างแรงจูงใจแก่บุคลากร เพื่อให้เกิดผลการดำเนินการที่ดี โดยให้ความสำคัญต่อการดูแลเอาใจใส่บุคลากรในทุกระดับ รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรทุกช่วงวัยสามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ติดตาม กำกับ ดูแล ตามหลักธรรมาภิบาล

ผู้บริหารกรมการค้าต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ การวางระบบการกำกับดูแลองค์การที่ผู้บริหารเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformative Leader) และเป็นแบบอย่างที่ดี (Role Model) ในการครองตน ครองคน และครองงาน ทั้งนี้ ระบบการกำกับดูแลองค์การครอบคลุมการดำเนินงาน 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านการปฏิบัติงานของส่วนราชการผ่านกลไกการรายงานผลการปฏิบัติราชการ

ระบบการกำกับดูแลองค์การของกรมการค้าต่างประเทศ

(2) ด้านความรับผิดชอบด้านการเงินผ่านการกำกับดูแลด้วยระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMIS) ระบบบริหารงานคลังและงบประมาณของกรมฯ (DFT Budget) และ พ.ร.บ.จัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 นอกจากนี้ กรมฯ ได้พัฒนาระบบการรายงานผลการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับค่านิยม "SMART MENTOR" โดยพัฒนาการรายงานในรูปแบบไร้กระดาษ (Paperless) ด้วยการรายงานผลการดำเนินงานในระบบ Google Form ซึ่งผู้บริหารสามารถเข้าถึงข้อมูลและเรียกดูผลการดำเนินงานได้ทุกที่ ทุกเวลา (3) ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ผู้บริหารกรมฯ ได้จัดโครงสร้างและระบบงานที่เหมาะสม คล่องตัว และครอบคลุมภารกิจหลักขององค์การ และ (4) ด้านการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบ มีมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบของกรมฯ รวมถึงสร้างความตระหนักรู้และทัศนคติเชิงบวกแก่บุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส ปราศจากการทุจริต

ขับเคลื่อนการค้าต่างประเทศ ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม

แม้ว่าการเปิดเสรีทางการค้าทั้งในระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคีในรูปแบบ FTA จะมีผลเชิงบวกทำให้การค้าขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่สินค้าบางกลุ่มได้รับผลกระทบ เช่น โคเนื้อ โคนม และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย และผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไม่สามารถปรับตัวและแข่งขันกับต่างประเทศได้ ทำให้ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการบางราย ไม่สามารถรักษาสภาพคล่องและต้องล้มเลิกกิจการในที่สุด กรมฯ ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการแก้ไขปัญหาจากผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้า จึงได้วางแนวทางและมาตรการเชิงรุก เพื่อเตรียมความพร้อมในการป้องกันผลกระทบต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยจัดทำโครงการช่วยเหลือเพื่อการปรับตัวของภาคการผลิตและภาคบริการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบัน ได้อนุมัติเงินช่วยเหลือแล้ว 58 โครงการ วงเงินรวม 411 ล้านบาท โดยประสบความสำเร็จมากกว่าร้อยละ 95 ทำให้ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวในการผลิตและแปรรูปสินค้าให้ได้มาตรฐานสากล และตรงตามความต้องการของตลาด สามารถขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศได้

สนับสนุนชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

ในระยะเวลาที่ผ่านมา กรมการค้าต่างประเทศได้มุ่งมั่นในการดำเนินภารกิจ โดยให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนชุมชนให้มีความเข้มแข็ง โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ ซึ่งกรมฯ ในฐานะที่เป็นผู้กำกับ ดูแล และอำนวยความสะดวกทางการค้าต่างประเทศของไทย มีการดำเนินการเพื่อสนับสนุนชุมชนที่สำคัญ เช่นการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการค้าชายแดน/ภูมิภาคภายใต้โครงการ YEN – D Program และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม (Api Connect). การจัดกิจกรรม Happy Customer Hours ณ หน่วยบริการ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้บริหารและบุคลากรกรมฯ ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการระหว่างกัน รวมทั้งจัดทำมาตรการปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศที่มีกระบวนการไต่สวนเพื่อใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า โดยกรมฯ มีช่องทาง/มาตรการ/กระบวนการในการให้ความเป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานอย่างชัดเจน

ความสำเร็จจากการนำองค์การ

กรมการค้าต่างประเทศมีการปรับเปลี่ยนบทบาทตั้งแต่การเป็นผู้ควบคุมกฎระเบียบด้านการค้า (Controller) สู่การเป็นผู้กำกับดูแลการค้าต่างประเทศ (Regulator) และเป็นผู้อำนวยความสะดวกทางการค้าต่างประเทศ (Facilitator) จนมาถึงการเป็นผู้ให้คำปรึกษาด้านการค้าต่างประเทศ (Mentor) ที่มีความรอบรู้ รวดเร็ว ทันสมัย โปร่งใส โดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล และความคิดสร้างสรรค์ โดยมีนโยบายให้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับประโยชน์สูงสุดจากการลดขั้นตอนในการรับบริการ ลดระยะเวลา และลดต้นทุน เช่น นวัตกรรมบริการด้วยระบบดิจิทัลครบวงจรอย่างเต็มรูปแบบ หรือ eDFT ที่พร้อมให้บริการจำนวน 12 นวัตกรรม ทำให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวกสบาย โดยสามารถใช้บริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย และสามารถวางแผนในการทำธุรกิจได้มากขึ้น และในปี 2562 กรมฯ ได้เดินหน้าพัฒนาระบบการให้บริการออกใบอนุญาตและหนังสือรับรองการส่งออก - นำเข้าสินค้ารวมถึงใบรับรองมาตรฐานสินค้า หรือ DFT SMART - 1 เพื่อยกระดับการให้บริการผู้ประกอบการ โดยปรับลดหรือยกเลิกขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อนและไม่จำเป็นออก พร้อมกับนำระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถขอรับบริการผ่านช่องทางเดียว ใช้เอกสารเพียงชุดเดียว (Single Entry) นอกจากนี้ กรมฯ เป็นผู้ริเริ่มการปรับปรุงการให้บริการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า โดยดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูล e - Form D สำหรับประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ซึ่งขณะนี้ดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลสำเร็จแล้ว 7 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม กัมพูชา และไทย โดยกรมฯ มีเป้าหมายจะดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลกับอีก 3 ประเทศที่เหลือ ได้แก่ เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ และ สปป.ลาว ให้แล้วเสร็จภายในปี 2562 ทั้งนี้ การพัฒนาระบบดังกล่าวเน้นการออกแบบให้ประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen Centric Government) และมีความทันสมัยสอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0

สู่ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ “นวัตกรรมการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ”

ความสำเร็จจากการนำองค์การสู่นวัตกรรมการให้บริการด้านการค้าต่างประเทศ

เพราะที่กรมการค้าต่างประเทศ ทุกคนคือคนสำคัญ นำไปสู่การนำองค์การภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาองค์การอย่างสร้างสรรค์ด้วยกลยุทธ์การสื่อสารถ่ายทอดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และค่านิยมองค์การไปสู่บุคลากรและผู้เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ สร้างการรับรู้ เข้าใจ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างวัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็งทั้งด้านการปฏิบัติงานและด้านสังคม เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเป็นหน่วยงานที่บริหารจัดการและอำนวยความสะดวกทางการค้าต่างประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมดิจิทัลครบวงจร ภายในปี 2565