แผนปฏิบัติราชการ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
(1 ตุลาคม 2568 – 30 กันยายน 2569)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

DITP

สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร..... 1

ส่วนที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนัยของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560..... 2

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1) 2

2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง) 3

2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง 5

ส่วนที่ 3 ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ 7

ส่วนที่ 4 ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2569..... 8

ส่วนที่ 5 สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569) 11

5.1 ภาพรวม..... 11

5.2 แผนย่อยภายใต้แผนปฏิบัติราชการรายปี..... 11

5.3 ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม พ.ศ. 2569 (รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐและแผนงานพื้นฐาน)..... 15

5.3.1 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด 15

5.3.2 ประมาณการวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติราชการ 15

5.3.3 รายละเอียดเป้าหมาย ตัวชี้วัด แผนงาน/โครงการ และงบประมาณ ตามแผนงาน/โครงการสำคัญ 16

5.4 สรุปแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (เงินงบประมาณ) 23

5.5 รายละเอียดแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (เงินงบประมาณ) 26

5.6 รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม (Project Profile) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (เงินงบประมาณ)..... 67

5.7 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (เงินงบประมาณ) ... 210

ภาคผนวก..... 298

1. นโยบาย ยุทธศาสตร์การจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2569..... 299

- ยุทธศาสตร์ชาติ..... 300
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ..... 309
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13..... 319

2. แผนปฏิบัติราชการ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ..... 349

3. เอกสารงบประมาณ ฉบับที่ 3 เล่มที่ 7 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ขาวคาดแดง) 353

4. ขั้นตอนการบริหารงบประมาณแผนงาน/โครงการ..... 393

3. แนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ และการอนุมัติเงินจัดสรร..... 406
งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (เฉพาะเงินงบประมาณ)

แผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569)
ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนปฏิบัติราชการในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตามแนวคิด **"ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้"** และนโยบาย **"เร่งเครื่องส่งออกไทย บุกตลาดใหม่ทั่วโลก"** เน้นขยายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคใหม่ ๆ ผลักดันสินค้า High Value – High Demand เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้วยการพัฒนาแบรนด์และนวัตกรรม รวมถึงผลักดัน "อาหารไทย" ให้ได้รับความนิยมในระดับโลก ภายใต้การฟื้นนโยบาย "ครัวไทยสู่ครัวโลก" เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก ด้านความมั่งคงทางอาหาร (Food Security) และอาหารฮาลาล รวมทั้งเดินหน้าสานต่อ "นโยบายการทูตเศรษฐกิจเชิงรุก" บูรณาการการทำงานร่วมกับพาณิชย์จังหวัด ทีมไทยแลนด์ และภาคเอกชน เพื่อผลักดันและเชื่อมโยงสินค้าไทย และขับเคลื่อนสินค้า/บริการซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งกรมได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ให้เป็นอนุกรรมการและเลขานุการร่วม รวมทั้งสนับสนุนการทำงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเป็นหน่วยงานหลัก (Focal point) 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ หนังสือ เกม และดนตรี และเป็นหน่วยงานสนับสนุน 1 อุตสาหกรรม คือ แฟชั่น ตลอดจนส่งเสริมสร้างโอกาส และพัฒนาต่อยอดของอุตสาหกรรมเดิมและอุตสาหกรรมแห่งอนาคต อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์สู่ยานยนต์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เทคโนโลยีใหม่ และกลุ่มสินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงสนับสนุนให้ไทยเป็น Logistics Hub ของภูมิภาค ส่งเสริม SMEs ให้ปรับตัวสอดรับกับการค้ายุคใหม่ผ่านการพัฒนาศักยภาพและความรู้ให้กับผู้ประกอบการไทย พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ เพื่อผลิตสินค้าและบริการมูลค่าสูง แปรรูปเพื่อสร้างมูลค่า 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/เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ 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 และเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ เพื่อปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล ดังนั้น กรมจึงได้กำหนดแผนปฏิบัติราชการใน 5 เรื่อง ดังนี้

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

ส่วนที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนัยของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1)

1) ยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 : ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(1) เป้าหมายที่ 2 : ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(2) ตัวชี้วัด : ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(3) ประเด็นยุทธศาสตร์ : พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

(4) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีกิจกรรมในการส่งเสริมการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้น โดยกำหนดตัวชี้วัด ได้แก่ **มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ** ซึ่งมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ **การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** โดยการสร้างและพัฒนาทักษะ องค์ความรู้ การให้คำปรึกษา การสนับสนุนข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และการสร้างโอกาสทางการค้าในยุคการค้าใหม่ โดยการพัฒนาความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศ การพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า และการพัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออกที่มีแบรนด์สินค้าให้สามารถดำเนินธุรกิจในต่างประเทศได้ **การส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาด และการทำธุรกิจระหว่างประเทศ** ขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุก และการลงทุนสู่ตลาดต่างประเทศ โดยใช้กลยุทธ์ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้ การส่งเสริมการเปิดตลาด แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะตลาดใหม่ ตลาดที่เติบโตได้ดี ตลาดเมืองรอง (City focus) ด้วยกลไกการส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า รวมถึงการขยายพันธมิตรทางการค้า โดยมีกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ การจัดงานแสดงสินค้าไทยทั้งในและต่างประเทศ การจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าเป้าหมายเยือนประเทศศักยภาพ และการนำคณะผู้นำเข้าเดินทางมาประเทศไทยเพื่อเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการไทย โดยการวางแผนให้ยืดหยุ่นสามารถปรับกิจกรรมได้ตามความเหมาะสมตามสถานการณ์ เช่น การเจรจาธุรกิจออนไลน์ (Online Business Matching - OBM) เพื่อความเหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรม การส่งเสริมการค้าตามตลาดโลก เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้าของไทย เป็นต้น **การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่ อุตสาหกรรมแห่งอนาคต และสินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน** ทั้งนี้ สินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ ประกอบด้วย (1) สินค้าเกษตรและอาหาร (2) สินค้าอุตสาหกรรม (3) สินค้าฮาลาล (4) สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น รวมถึงสินค้าตลาดเฉพาะ (5) ธุรกิจบริการศักยภาพ รวมถึงธุรกิจบริการโลจิสติกส์เพื่อการค้า และ (6) สินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน สอดคล้องตามเทรนด์ของโลก เป็นสินค้าและบริการที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการมูลค่าสูง การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าและตรงกับความต้องการของตลาด ทั้งกิจกรรมออนไลน์ ออฟไลน์ และไฮบริด **การส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล** มุ่งเน้นสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง โดยส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ด้วยการออกแบบ การสร้างแบรนด์ การบ่มเพาะและสร้างเครือข่ายสู่ตลาดต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมนักออกแบบศิลปิน Art Toy และผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การจัดแสดงนิทรรศการ/สินค้าภายในงานแสดงสินค้าสำคัญทั้งในและต่างประเทศ **การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์** ผ่านการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แฟชั่น ออกแบบ เกม และหนังสือ โดยการบ่มเพาะและเข้าร่วมเทศกาล/งานแสดงสินค้าสำคัญในต่างประเทศ **การสร้างแบรนด์ประเทศไทย** โดยส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก ผ่านกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย ผ่านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าระหว่างประเทศในตลาดต่างประเทศ และสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ ในมิติการออกแบบที่ดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (DEmark) และยกระดับให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล **การพาณิชย์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและพัฒนา SMEs สู่สากล** โดยส่งเสริมพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายพันธมิตรของ Thaitrade.com และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาจนสามารถเข้าสู่ช่องทางการค้าใหม่ ๆ การค้าออนไลน์ผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย การพัฒนาระบบ Thaitrade.com เพื่อส่งเสริมการขายรูปแบบออนไลน์ผ่านการให้คำปรึกษาในการใช้เว็บไซต์ Thaitrade.com และการจับคู่เจรจาธุรกิจ ส่งเสริมการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศร่วมกับพันธมิตรแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำในตลาดต่างประเทศ ในรูปแบบ Cross-border e-Commerce/TOPTHAI Store รวมถึงการขับเคลื่อนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เน้นให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงลึก การรองรับความต้องการใช้งานช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น และการส่งเสริมการใช้ Influencer เพื่อการค้า ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประเทศคู่ค้า ผ่านการเดินทางไปเยือน/เจรจาการค้าในต่างประเทศของผู้บริหาร และต้อนรับคณะผู้บริหารจากต่างประเทศเยือนไทย รวมถึงส่งเสริมผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดการรับรู้ในคุณค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการจากประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2) ยุทธศาสตร์ชาติที่ 6 : ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

(1) เป้าหมาย : ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

(2) ตัวชี้วัด : ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของภาครัฐ

(3) ประเด็นยุทธศาสตร์ : ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส (การให้บริการสาธารณะของภาครัฐได้มาตรฐานสากลและเป็นระดับแนวหน้าของภูมิภาค)

(4) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีกิจกรรมในการพัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ ได้แก่ **การส่งเสริมการยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ** โดยสร้างและรักษามาตรฐานการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งในเวลาราชการและนอกเวลาราชการอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีการกำกับดูแล/ควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กรมกำหนด เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการและข้อมูลสำคัญทางการค้าระหว่างประเทศได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนให้บริการลงทะเบียนเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการลงทะเบียนหน้างานให้แก่ผู้เข้าชมงาน รวมทั้งจัดทำแพลตฟอร์มกลางเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าและยกระดับบริการดิจิทัลไว้ ณ ที่เดียวแบบครบวงจร **และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร** ให้สามารถรองรับรูปแบบการค้าใหม่ ๆ ของผู้ประกอบการไทยในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง**การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ** เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของข้อมูล เพิ่มความยืดหยุ่นในการรองรับการทำงานที่หลากหลาย และสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากรได้ตามความจำเป็น พร้อมทั้งขับเคลื่อนการปฏิบัติงานและการให้บริการของกรม เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาระบบดิจิทัลของประเทศไทย และสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งสอดรับกับการเป็นรัฐบาลดิจิทัลของประเทศ และยกระดับการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม

2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

1) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

1.1) ประเด็นที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

ตัวชี้วัด : สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ 40 ภายในปี 2570

(2) แผนย่อยที่ 8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

(3) เป้าหมายระดับแผนย่อย

(3.1) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัด : การขยายตัวของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มขึ้น 1 เท่า ต่อปี

(3.2) ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยดีขึ้น
ตัวชี้วัด : ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ โดย IMD ไม่เกินอันดับ 5 ภายในปี 2570

(3.3) การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัด : สัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกรวมของประเทศ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ 20 ภายในปี 2570

(4) การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแผนแม่บท ประเด็น ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนงานในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ การสร้างนวัตกรรม สร้างแบรนด์ สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ ขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ และการสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ ทั้งรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ ๆ รองรับเศรษฐกิจยุคใหม่และ Megatrends รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์สินค้าสู่ตลาดโลก โดยเน้นสินค้า/บริการศักยภาพสำหรับเศรษฐกิจใหม่ อุตสาหกรรมแห่งอนาคต และสินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การส่งเสริมพาณิชย์ดิจิทัลและเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) การขยายช่องทางการตลาดด้วยการค้าออนไลน์ เพื่อผลักดันการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของไทย และส่งเสริมให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเป็นไปตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ

1.2) ประเด็นที่ 20 การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

(1) เป้าหมาย : บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
ตัวชี้วัด : ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ภายในปี 2570

(2) แผนย่อยที่ 20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

(3) เป้าหมายระดับแผนย่อย : งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น
ตัวชี้วัด : สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ภายในปี 2570

(4) การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแผนแม่บท ประเด็น การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนงานพัฒนาทั้งด้านระบบ รูปแบบ และช่องทางในการให้บริการประชาชน ภาคธุรกิจ และผู้ใช้บริการ ให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้การให้บริการของกรมเป็นไปอย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ โปร่งใส มีธรรมาภิบาล และเกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศเชิงรุก (General Information: GI และ Outbound Call) หน่วยบริการเคลื่อนที่ (Mobile Unit) การพิมพ์สนทนาออนไลน์ผ่านระบบ DITP Chat การบริหารจัดการระบบลงทะเบียนเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศของกรม รวมทั้งการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศต่าง ๆ ของกรม

2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)

2.1) มิติที่ 2 มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1.1) หมุดหมายการพัฒนาที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

2.1.2) เป้าหมายที่ 2 : วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ สามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่

ตัวชี้วัด (1.1) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40 และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 20 ภายในปี 2570

(1.2) สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 จากปีฐาน (ปี 2565)

(1.3) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นผู้ส่งออกรายใหม่เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 2,000 รายต่อปี

2.2) มิติที่ 3 มิติปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ

2.2.1) หมุดหมายการพัฒนาที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

2.2.2) เป้าหมายที่ 1 : การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัด : ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 นโยบายรัฐบาล

1. นโยบายด้านเศรษฐกิจ

1.1 สร้างรายได้ ลดรายจ่าย

1.1.2 การบริหารจัดการราคาสินค้าเกษตรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ควบคู่กับการสร้าง โอกาสในการสร้างรายได้และความสามารถในการแข่งขัน แก่ผู้ค้ารายย่อย ผู้ประกอบการ รวมถึงเกษตรกรและชุมชนในท้องถิ่นให้มั่นคง แข็งแรงขึ้น ผ่านกลไกความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเรียนรู้ทักษะใหม่ (Reskill) และการเพิ่มทักษะ (Upskill) เพื่อเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างโอกาส ให้คนไทยมีรายได้มากขึ้น

1.5 เร่งแก้ไขปัญหาผลกระทบจากสงครามการค้า

1.5.1 จัดตั้งทีมไทยแลนด์ ประกอบด้วย กระทรวงการต่างประเทศกระทรวงพาณิชย์และผู้แทนการค้าไทยเพื่อยกระดับการค้าเสรีกับคู่ค้าเดิมและดำเนินการเชิงรุกในการเปิดตลาดใหม่เพิ่มขึ้น อาทิ ตะวันออกกลาง แอฟริกา ยุโรปตะวันออก เอเชียใต้ และลาตินอเมริกา รวมทั้งผลักดันให้ประเทศไทยเข้าเป็นสมาชิกองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development) เพื่อดึงดูดการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ

1.5.2 ดูแลและสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs และเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบรุนแรงจากมาตรการภาษีของสหรัฐอเมริกา การสกัดปัญหาการสวมสิทธิ์ถิ่นกำเนิดสินค้าและป้องกันการทุ่มตลาด ร่วมมือกับภาคเอกชนในการเจรจารายละเอียดรายสินค้าที่เกิดขึ้นจากมาตรการภาษีของสหรัฐอเมริกา เพื่อเตรียมการรองรับมาตรการด้านการค้าของสหรัฐอเมริกา อาทิ การจัดทำมาตรการในการส่งเสริมการใช้สินค้าอุตสาหกรรมและชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศเป็นหลักการ กำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมของสินค้ากลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งกำหนดมาตรการมิให้นำเข้าสินค้าเกษตรที่มีการเผาจากประเทศเพื่อนบ้านเพื่อลดปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5

1.5.3 สร้างสภาพแวดล้อมการลงทุนที่ทันสมัยและเอื้อต่อการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต โดยปรับปรุงกฎระเบียบและขั้นตอนการอนุญาตให้สะดวกโปร่งใสและเป็นมิตรต่อผู้ประกอบการ ปรับระบบส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายโดยเฉพาะอุตสาหกรรมดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ เซมิคอนดักเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ขั้นสูง ยานยนต์สมัยใหม่ อาหารแห่งอนาคต พลังงานสะอาดและอุตสาหกรรมชีวภาพ รวมทั้งส่งเสริมให้นักลงทุนจากต่างประเทศจัดตั้งบริษัทร่วมทุนกับบริษัทของไทยและสร้างห่วงโซ่การผลิต ภายในประเทศจากผู้ประกอบการไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการยกระดับ ศักยภาพของผู้ประกอบการในประเทศ

5. นโยบายด้านการบริหารภาครัฐ การปฏิรูปกฎหมาย

5.1 เร่งรัดการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลที่เชื่อมโยงกันทั้งระบบควบคู่กับการผลักดันการเปิดเผยข้อมูลเปิดของภาครัฐ และเสนอร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับการบริหารภาครัฐให้ทันสมัยมีประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกให้ภาคธุรกิจและประชาชนมีการบูรณาการทำงานร่วมกันอย่างแท้จริงระหว่างหน่วยงานของรัฐภาคเอกชนและภาคประชาสังคมรวมถึงสามารถรองรับการบริหารราชการแบบจำลองเสมือนจริง (Sandbox) และการบริหารจัดการภาวะวิกฤตอย่างเป็นระบบ

2.3.2 นโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

3. เสริมแกร่งผู้ประกอบการ SMEs และเพิ่มมูลค่าสินค้าไทย

3.3 ยกระดับผู้ประกอบการ สนับสนุนการเข้าถึงตลาดใหม่ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้วยเทคโนโลยี

5. รับมือภาษีสหรัฐฯ และการเบี่ยงเบนทางการค้าจากประเทศอื่น ๆ

5.3 ช่วงชิงตลาดสหรัฐฯ จากข้อได้เปรียบอัตราภาษี Reciprocal Tariffs เร่งช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย

6. การเจรจา FTA และบุกตลาดใหม่

6.4 รักษาตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ ชิงส่วนแบ่งตลาดสหรัฐฯ หาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ควบคู่ไปกับการรักษาตลาดเดิม โดยใช้ทั้งกลยุทธ์การเข้าหาลูกค้าเป้าหมาย ทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าไทยสู่การเพิ่มส่วนแบ่งตลาด และกลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุดมากขึ้น เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด

7. พัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการ/ปรับปรุงกฎระเบียบลดขั้นตอนราชการ

7.2 การแก้ไขกฎหมาย กฎกระทรวงฯ และระเบียบ เพื่อลดอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการและภาคเอกชน

2.3.3 แผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569) ของกระทรวงพาณิชย์

(1) ประเด็น : พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย : ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น รวมทั้งตระหนักรู้ถึงความรับผิดชอบต่อโลกและสังคม

ตัวชี้วัด : มูลค่าการค้า e-commerce ของ SMEs ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม 2,750 ล้านบาท

(2) ประเด็น : เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาผลประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ

เป้าหมาย : ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ขยายตลาด และดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด : (1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 129,330 ล้านบาท

(2) มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 35 ล้านบาท

(3) มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1,250 ล้านบาท

(4) มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SMEs ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 70 ล้านบาท

(3) ประเด็น : ยกระดับองค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีธรรมาภิบาล และมีการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

เป้าหมาย : องค์กรมีประสิทธิภาพ มีธรรมาภิบาล และมีการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

ตัวชี้วัด : (1) สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60

(2) ความสำเร็จของการดำเนินโครงการตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด ร้อยละ 100

(3) ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

(4) คะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส ไม่น้อยกว่า 85 คะแนน

ส่วนที่ 3 ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals – SDGs

(1) เป้าหมายที่ 8 (SDG08): ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน (Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all)

- เป้าหมายย่อย 8.1 (SDG0801): ทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจต่อหัวประชากรมีความยั่งยืนตามบริบทของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศพัฒนาน้อยที่สุดมีการขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 7 ต่อปี

(2) เป้าหมายที่ 16 (SDG16): ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผล รับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ

- เป้าหมายย่อย 16.6 (SDG1606): พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิผล มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ

ส่วนที่ 4 ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์
การจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2569

ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ยุทธศาสตร์กระทรวง ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

ณ 15/09/68

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ				ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
	เป้าหมายที่ 2 ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น				เป้าหมายที่ 1 ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
แผนแม่บทฯ ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่				20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ
แผนย่อย	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด				20.1 การพัฒนาบริการประชาชน
เป้าหมาย	ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น (A,B,C,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q)	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ SME เพิ่มขึ้น (D)	การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น (E)	ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น (A,B,C,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q)	งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น (R,S)
ตัวชี้วัด	ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ ไม่เกินอันดับ 5 (ภายในปี 2570) โดย IMD	การขยายตัวของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ SME 1 เท่า ต่อปี	สัดส่วนการส่งออกของSME ต่อการส่งออกรวมของประเทศเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 20	อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ ไม่เกินอันดับ 5 ภายในปี 2570 โดย IMD	สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ภายในปี 2570
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 13	มิติที่ 2 มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม (A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q)				มิติที่ 4 มิติปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ (R,S)
	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ (A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q)				หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน (R,S)
เป้าหมาย	7.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ สามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่ (A,B,C,D,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q)				การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้ (R,S)
ตัวชี้วัด	7.2.1 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในในประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อการส่งออกทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2570 (A,B,C,E,F,G,H,I,J,K,L,M,N,O,P,Q) 7.2.2 สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 จากปีฐาน (ปี 2565) (D)				ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90
นโยบายรัฐบาล	1. นโยบายด้านเศรษฐกิจ 1.1 สร้างรายได้ลดรายจ่าย 1.5 เร่งแก้ไขปัญหาผลกระทบจากสงครามการค้า				5. นโยบายด้านการบริหารภาครัฐ การปฏิรูปกฎหมาย 5.1 เร่งรัดการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล
นโยบาย รมว. พณ.	3. เสริมแกร่งผู้ประกอบการ SMEs และเพิ่มมูลค่าสินค้าไทย 5. รับมือภาษีสหรัฐฯ และการเบี่ยงเบนทางการค้าจากประเทศอื่น ๆ 6. การเจรจา FTA และบุกตลาดใหม่				7. พัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการ/ปรับปรุงกฎระเบียบลดขั้นตอนราชการ
ยุทธศาสตร์กระทรวง	ประเด็นที่ 3 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ	ประเด็นที่ 1 พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เติบโตอย่างยั่งยืน		ประเด็นที่ 3 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ	ประเด็นที่ 4 ยกระดับองค์กรให้มีประสิทธิภาพ มีธรรมาภิบาล และมีการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน
เป้าหมายกระทรวง	เป้าหมายที่ 3.2 ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ขยายตลาด และดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น	เป้าหมายที่ 1.3 ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น รวมทั้งตระหนักรู้ถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม		เป้าหมายที่ 3.2 ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ขยายตลาด และดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น	เป้าหมายที่ 4.1 องค์กรมีประสิทธิภาพ มีธรรมาภิบาล และมีการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน
ตัวชี้วัดกระทรวง	มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (A, B, C)	มูลค่าการค้า e-Commerce ของ SMEs ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม (ล้านบาท) (D)	มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SMEs ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (E)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (H, I, J, L, M, N, P, Q) มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (K)	1. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานในกระทรวง (ร้อยละ) (R) 2. สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (ร้อยละ) (R) 3. ความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด (ร้อยละ) (S)
ผลสัมฤทธิ์/เป้าหมายกรม	กลยุทธ์ที่ 1 สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)	กลยุทธ์ที่ 1 สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่		กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	กลยุทธ์ที่ 2 รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก	กลยุทธ์ที่ 5 ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล
ตัวชี้วัด	ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น						
	1. มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (133,454 ล้านบาท) 2. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ (289,321 ราย)						
แผนงาน	แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (67.9472 ลบ.)	แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้ (985.6038 ลบ.)					แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ (16.1758 ลบ.)	แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล (2.0300 ลบ.)
ผลผลิต/โครงการ	โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล (67.9472 ลบ.)	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล (36.8546 ลบ.)	โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล (25.0669 ลบ.)	โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ (130.6879 ลบ.)	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ (517.0591 ลบ.)				โครงการพัฒนา ผปก. สู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (25.8540 ลบ.)	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาด และการทำธุรกิจระหว่างประเทศ (250.0813 ลบ.)	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล (16.1758 ลบ.)	โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ (2.0300 ลบ.)
กิจกรรมหลัก	พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น (A)	พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ (B)	พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละคร และซีรีย์ (C)	ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล (D) (*)	ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล (E) (*****)	สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ (F) (*****)	ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ (G) (*****)	ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก (H) (***)	ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร (I) (**)	พัฒนาส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล (J) (**)	พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (K) (****)	ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม (L) (*****)	ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น (M)	พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ (N) (*****)	พัฒนา ผปก. สู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (O) (*)	พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศตลาดเอเชียและโอเชียเนีย (P) (*****)	พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศตลาดอเมริกายุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา (Q) (*****)	สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล (R)	การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ (S)
กิจกรรมย่อย	พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น (สลด.)	พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ (สสม.)	พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละคร และซีรีย์ (สพบ.)	ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล (สตพ.)	ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล (สสม.)	• สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ (สสม.)	• ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยในตลาดต่างประเทศ (สปส.)	ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก (สกอ.)	ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร (สกอ.)	พัฒนาส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล (สกอ.)	• ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า (สกอ.) • ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน (สสม.)	ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม (สกอ.)	ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น (สลด.)	พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ (สพบ.)	พัฒนา ผปก. สู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (สพม.)	พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศตลาดเอเชียและโอเชียเนีย (สพต. 1)	พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา (สพต. 2)	สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล (สสน.)	การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ (สสน.)
งปม. (ลบ.)	19.0029	24.1714	24.7729	36.8546	25.0669	18.4200	9.2318	103.0361	130.1283	41.4903	2.1888	8.3000	25.9240	147.2983	161.7294	25.8540	125.5955	124.4858	16.1758	2.0300
ตัวชี้วัด	70 ราย 30 ลบ.	75 ราย 25 ลบ.	127 ราย 1,212 ลบ.	26,000 ราย 2,750 ลบ.	255 ราย 72 ลบ.	150 ราย	10 ล้านครั้ง	450 ราย 40 ลบ. 45 ล้านครั้ง	1,167 ราย 103,035 ลบ. 83 สินค้า	188 ราย 7,160 ลบ.	50 ราย	100 ราย 35 ลบ.	83 ราย 680 ลบ.	1,298 ราย 3,386 ลบ.	549 ราย 10,000 ลบ.	7,000 ราย ความรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 85	5,667 ราย 3,528 ลบ.	5,711 ราย 1,501 ลบ.	84,900 ราย ความพึงพอใจร้อยละ 90 กระบวนงานที่ปรับร้อยละ 60	ความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด ร้อยละ 100

ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

วิสัยทัศน์	ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570			
พันธกิจ	1 พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ	3 ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย	2 ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย	4 ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง
เป้าหมายกรม	ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น			
ตัวชี้วัด	1. มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 133,454 ล้านบาท 2. ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 289,321 ราย			
กลยุทธ์	4 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	3 ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)	2 รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก	1 สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
แนวทางการพัฒนา	4.1 พัฒนาความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เกิดองค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการทำการค้ายุคใหม่ 4.2 พัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า แก่ผู้ประกอบการ MSME SME และบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ 4.3 พัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก ที่มีแบรนด์สินค้าให้สามารถดำเนินธุรกิจในต่างประเทศได้	3.1 พัฒนาระบบแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ (Thaitrade.com) 3.2 ขับเคลื่อนสภาพแวดล้อมและปัจจัยสนับสนุนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้รองรับการเติบโตของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecosystem and Enabling factors) 3.3 ส่งเสริมผู้ประกอบการไทย เพิ่มช่องทางการค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ 3.4 สร้างพันธมิตรทางการค้าออนไลน์ 3.5 ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)	2.1 ขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุกโดยใช้ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้ 2.2 ส่งเสริมการเปิดตลาดแสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ 2.3 ส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า 2.4 การขยายพันธมิตรทางการค้า	1.1 พัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียวและสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่ 1.2 พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ 1.3 สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง 1.4 สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทย
ผลผลิต/โครงการ	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ	โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
กิจกรรมหลัก	พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา	ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละคร และซีรีย์ สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าเกษตรและอาหาร พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าอุตสาหกรรม พัฒนาส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ	
กิจกรรมย่อย	พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา	ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละคร และซีรีย์ สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าเกษตรและอาหาร • ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าเกษตรสร้างมูลค่า (สกอ.) • ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้านวัตกรรมและออกแบบดี เพื่อความยั่งยืน (สสม.) ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าอุตสาหกรรม พัฒนาส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ	
หน่วยงาน	สพม.	สตพ.	สพต.1 / สพต.2	สสม. / สลต. / สสม. / สพบ. / สสม. / สปส. / สกอ. / สกอ. / สกอ./สสม. / สกอ. / สกอ. / สลต. / สพบ.

ตัวชี้วัด	1. มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 133,454 ล้านบาท 2. ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 289,321 ราย			
กลยุทธ์	5 ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล			
แนวทางการพัฒนา	5.1 ยกระดับการให้บริการทางการค้าด้วยระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล รวมทั้งบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล 5.2 พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรเพื่อรองรับทักษะแบบใหม่ (Upskill/Reskill) เช่น ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล วัฒนธรรมองค์กร การวิเคราะห์และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและรองรับการบริการผู้ประกอบการ			
ผลผลิต/โครงการ	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	ผลผลิต การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	บุคลากรภาครัฐ
กิจกรรมหลัก	สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กร พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ	บุคลากรภาครัฐ
กิจกรรมย่อย	สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	• ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ • บริหารและอำนวยการ • พัฒนาบุคลากร • พัฒนาระบบราชการ ติดตามและประเมินภาวะเศรษฐกิจ จัดทำแผนยุทธศาสตร์และประเมินผล • ตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงาน	การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ บุคลากรภาครัฐ
หน่วยงาน	สสบ.	สสบ.	สบก./สพต.1-2 / สบก./สยค./กตส.	สสบ. / สคต. / สบก.

ส่วนที่ 5 สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569)

5.1 ภาพรวม

5.1.1 วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชีย ภายในปี 2570

5.1.2 พันธกิจ

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

5.1.3 เป้าหมายและตัวชี้วัดรวม

1) เป้าหมาย: ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : (2.1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 133,454 ล้านบาท
(2.2) จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 289,321 ราย

5.2 แผนย่อยภายใต้แผนปฏิบัติราชการรายปี

5.2.1 แผนปฏิบัติราชการเรื่อง 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

<u>สินค้าเป้าหมาย</u>

- <u>กลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า</u> เช่น สินค้าเกษตรแปรรูป (สมุนไพร เครื่องสำอาง เป็นต้น) สินค้าตามเทรนด์โลก เช่น สินค้าฮาลาล สินค้าอาหารอนาคต (Future Food) สินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) สินค้าอาหารที่ส่งเสริมความยั่งยืน (Sustainable Food)
- <u>อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต</u> เช่น สินค้ายานยนต์สมัยใหม่ (รถยนต์ไฟฟ้าและอะไหล่ยานยนต์)/ เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ/ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์/ สินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีชั้นสูง/ สินค้าเทคโนโลยีที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ/ อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ/ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ/ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

- <u>สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองต่อเศรษฐกิจใหม่และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ</u> เช่น สินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อความยั่งยืน/ สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง/ สินค้าแม่และเด็ก/ สินค้าที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่

(3.2) พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ

- <u>ธุรกิจบริการแห่งอนาคต</u> เช่น บริการทางการแพทย์ครบวงจร/ ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (แอนิเมชั่น คาแรกเตอร์ ซอฟแวร์ และโฆษณา)/ ธุรกิจบันเทิง (ภาพยนตร์ ละคร/ซีรีส์ และดนตรี รวมถึงธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่อง เช่น Pre-Production, Post- Production, Location Shooting)/ ธุรกิจบริหารการจัดงาน/ ธุรกิจการศึกษา (Educational Service)/ ธุรกิจสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์/ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์/ ธุรกิจแฟรนไชส์

(3.3) สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง

- ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบการสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

(3.4) สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทย

- การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างตราสัญลักษณ์สินค้าและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม 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) โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล

(4.3) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์สู่สากล

(4.4) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ

5.2.2 แผนปฏิบัติราชการเรื่อง 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

<u>ตลาดเป้าหมาย</u> ได้แก่

ตลาดหลัก: สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น อาเซียน และจีน (รวมฮ่องกง)

ตลาดศักยภาพ: อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ไต้หวัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ตะวันออกกลาง ทวีปออสเตรเลีย และแคนาดา

ตลาดศักยภาพใหม่ : อิรัก ซาอุดิอาระเบีย 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) และที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ (HTA)
- สร้างเครือข่ายพาณิชย์จังหวัดและทูตพาณิชย์ ในการแสวงหาคู่ค้าและขยายช่องทางการตลาดในต่างประเทศ

(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

5.2.3 แผนปฏิบัติราชการเรื่อง ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

(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) ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและปัจจัยสนับสนุนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้รองรับการเติบโตของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (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, Klangthai, Shopee, Lazada , Rakuten, PChomeThai, Letstango)

(3.5) ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

(4.1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

5.2.4 แผนปฏิบัติราชการเรื่อง พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 7,000 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

5.2.5 แผนปฏิบัติราชการเรื่อง 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

5.3 ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม พ.ศ. 2569 (*รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐและแผนงานพื้นฐาน)

5.3.1 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด*

(หน่วย: ล้านบาท)

แหล่งเงิน				
เงินงบประมาณแผ่นดิน	เงินรายได้ของหน่วยงาน	เงินกู้		อื่น ๆ
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	
2,325.8015	-	-	-	-

5.3.2 ประมาณการวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติราชการ*

(หน่วย: ล้านบาท)

แผนปฏิบัติราชการ		วงเงินรวม	งบประมาณแผ่นดิน	รายได้หน่วยงาน	เงินกู้	
					ในประเทศ	ต่างประเทศ
1. เรื่อง สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	**รวม**	**740.7611**	740.7611	-	-	-
	1) โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อตอบสนองความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	**517.0591**	517.0591	-	-	-
	2) โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล	**67.9472**	67.9472	-	-	-
	3) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์สู่สากล	**25.0669**	25.0669	-	-	-
	4) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	**130.6879**	130.6879			
2. เรื่อง รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก	**รวม**	**250.0813**	250.0813	-	-	-
	1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ	**250.0813**	250.0813	-	-	-
3. เรื่อง ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)	**รวม**	**36.8546**	36.8546	-	-	-
	1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	**36.8546**	36.8546	-	-	-
4. เรื่อง พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	**รวม**	**25.8540**	25.8540	-	-	-
	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	**25.8540**	25.8540	-	-	-
5. เรื่อง ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	**รวม**	**1,272.251**	1,272.251	-	-	-
	1) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	**16.1758**	16.1758	-	-	-

แผนปฏิบัติราชการ		วงเงินรวม	งบประมาณแผ่นดิน	รายได้หน่วยงาน	เงินกู้	
					ในประเทศ	ต่างประเทศ
	2) โครงการเช่าบริการคลาวด์ เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	**2.0300**	2.0300	-	-	-
	3) ผลผลิต การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**464.9402**	464.9402	-	-	-
	4) ผลผลิต รายจ่ายบุคลากรภาครัฐ	**789.1045**	789.1045	-	-	-
รวมทั้งสิ้น		**2,325.8015**	**2,325.8015**			

5.3.3 รายละเอียดเป้าหมาย ตัวชี้วัด แผนงาน/โครงการ และเงินงบประมาณ ตามแผนงาน/โครงการสำคัญ

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
1.	**แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล**	**2.0300**		
1.1	โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ : -** **เชิงคุณภาพ :** ความสำเร็จของการดำเนินโครงการ ตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด ร้อยละ 100	2.0300	เช่าบริการคลาวด์ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของข้อมูล เพิ่มความยืดหยุ่นในการรองรับการทำงานที่หลากหลายและสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากรได้ตามความจำเป็น พร้อมทั้งขับเคลื่อนการปฏิบัติงานและ การให้บริการของกรมเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาระบบดิจิทัลของประเทศไทย และสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน	สสบ.
2.	**แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้**	**985.6038**		
2.1	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ :** - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 3,435 ราย - จำนวนสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 83 สินค้า - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 124,261 ล้านบาท - มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่าน	517.0591	จัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการในการดำเนินการค้าระหว่างประเทศ ใน 6 กลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ผ่านสินค้าและบริการศักยภาพของไทยและส่งเสริมผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืน รวมถึงการสร้างเครือข่ายและขยายพันธมิตรธุรกิจโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในเวทีการค้าโลก ซึ่งได้แก่ 1) สินค้าเกษตร อาหาร 2) สินค้าอุตสาหกรรม 3) สินค้าฮาลาล 4) สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น รวมถึงสินค้าตลาดเฉพาะ อาทิ สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ สินค้าสำหรับแม่และเด็ก สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง สินค้า OTOP 5) ธุรกิจบริการศักยภาพ ได้แก่ ธุรกิจสุขภาพและความงาม ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (แอนิเมชั่น คาแรกเตอร์ ซอฟแวร์ และโฆษณา) ธุรกิจบันเทิง (ภาพยนตร์ ละคร/ซีรีส์ และดนตรี รวมถึงธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่อง เช่น Pre-Production, Post-Production, Location Shooting) ธุรกิจบริการสนับสนุน (เช่น ธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์	สกอ./สลต./สพบ./สสม.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
	กิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 35 ล้านบาท **เชิงคุณภาพ :** -		ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจบริหารการจัดงาน ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจเทคสตาร์ทอัพ) และธุรกิจบริการ โลจิสติกส์ 6) กลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อาทิ สินค้าเกษตรสร้างมูลค่า สินค้านวัตกรรมและการออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน โดยการจัดกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด เช่น การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมส่งเสริม ภาพลักษณ์และศักยภาพความพร้อมของสินค้าไทย การจัดคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการไทย การจับคู่เจรจาธุรกิจการค้า รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังรวมถึงบูรณาการการทำงานร่วมกับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและสร้างโอกาสเข้าถึงตลาดเป้าหมาย	
2.2	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ:** - จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้า และหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 11,378 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 5,029 ล้านบาท **เชิงคุณภาพ:** -	250.0813	จัดกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ด้านการรุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก ดังนี้ 1) ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย 2) ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลาง และแอฟริกา โดยการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าระดับสูงและเครือข่ายพันธมิตรใหม่ ๆ ในตลาดศักยภาพ (Strategic Partnership) จัดกิจกรรมคู่ขนานหรือกิจกรรมต่อยอดความร่วมมือต่าง ๆ เช่น การสร้างเครือข่าย/จับคู่เจรจาการค้า การจัดคณะผู้แทนการค้าเยือนต่างประเทศเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่น แสวงหาโอกาสทางการค้าและผลักดันการขยายช่องทางตลาดในภูมิภาคต่าง ๆ รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าไทยในต่างประเทศทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เช่น Top Thai Brands/ Thailand Week/ Overseas Trade Fair / In-store Promotion และการสร้างเครือข่ายทางการค้าร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ/ ผู้นำเข้า/ ผู้จัดจำหน่ายในภูมิภาคต่าง ๆ ตลอดจนการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ให้ขยายตลาดและเติบโตในต่างประเทศได้	สพต.1/ สพต.2
2.3	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	25.8540	พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่างประเทศและเปิดโอกาสผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการ 3 หลักสูตรหลัก ดังนี้	สพม.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
	ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย **เชิงปริมาณ :** จำนวนผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 7,000 ราย **เชิงคุณภาพ :** ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 80		1. ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ 2. ความรู้ด้านการพัฒนาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ 3. ความรู้การค้าระหว่างประเทศยุคใหม่ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่อย่างครบวงจร เน้นสร้างการทำงานอย่างบูรณาการในแต่ละภาคส่วน และสร้างมาตรฐานองค์ความรู้ที่เหมาะสมในการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพ ผ่านการกำหนดมาตรฐานหลักสูตรที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ ติดตาม/ ประเมินผล และสร้างวิทยากรที่ปรึกษาทางการค้าระหว่างประเทศ โดยสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ดังกล่าวให้กระจายลงสู่ชุมชนด้วยการจัดอบรม/สัมมนาถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำการค้าระหว่างประเทศในหลักสูตรออฟไลน์และออนไลน์ ให้กับผู้ประกอบการและผู้ที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศในทุกภูมิภาค พร้อมทั้งบูรณาการหน่วยงานภายในและภายนอกกระทรวงพาณิชย์ ทั้งในระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียน เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงของภูมิภาคอาเซียน	
2.4	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ :** - จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce 26,000 ราย - มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,750 ล้านบาท **เชิงคุณภาพ :** -	36.8546	โดยดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้ 1. พัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ โดยส่งเสริมการขายสินค้ารูปแบบร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ รวมถึงผลักดันให้เกิดร้าน TOPTHAI ในแพลตฟอร์มชั้นนำบนตลาดใหม่ ๆ เพิ่มเติม การส่งเสริมการค้าออนไลน์สู่ตลาดโลก (Cross-border e-Commerce) ด้วยกิจกรรมเจรจาธุรกิจและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้แทนการค้าจากแพลตฟอร์มออนไลน์/ผู้นำเข้า/ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าออนไลน์กับผู้ประกอบการไทย การส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce ในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น รวมทั้งส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์ในต่างประเทศ เช่น เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม 2. พัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศเพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล โดยพัฒนาระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และบำรุงรักษาเว็บไซต์ Thaitrade.com รวมทั้งพัฒนาศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center) ตลอดจนขยายความร่วมมือเชิงเทคนิคกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อรองรับความต้องการใช้งานการค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการ SME และผู้ซื้อจากทั่วโลก ดำเนินการพัฒนา จัดหาระบบ/บริการที่จำเป็นต่อการให้บริการระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมการขายรูปแบบออนไลน์ผ่าน	สตพ.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
			การให้คำปรึกษาการใช้งาน Thaitrade.com เพื่อให้ผู้ซื้อค้นหาสินค้าของผู้ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. ขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย โดยขับเคลื่อนการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านการศึกษาวิเคราะห์ และจัดทำข้อมูลข่าวสารด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนเชิงลึกเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ	
2.5	โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ :** - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 255 ราย - มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 72 ล้านบาท **เชิงคุณภาพ :** -	25.0669	โดยดำเนินกิจกรรม ดังนี้ 1. พัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ให้มีการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers' Room /Talent Thai/ Creative Studio Promotion) ผ่านกิจกรรมบ่มเพาะและสร้างโอกาสสู่ตลาดต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy สู่ตลาดต่างประเทศ 2. ส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ อาทิ THAIFEX – HOREC ASIA 2026 และ THAIFEX – Anuga Asia 2026 3. บ่มเพาะแบรนด์ไทยและสร้างเครือข่ายสู่ตลาดสากล ผ่านการพัฒนาเชิงลึกแบบครบวงจรด้วยกิจกรรมสร้างแบรนด์เพื่อความยั่งยืน (IDEA LAB) และกิจกรรมสร้างเครือข่าย/ส่งเสริมการขาย/สร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ไทยรุ่นใหม่	สสม.
2.6	โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ :** - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 600 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 40 ล้านบาท - จำนวนครั้งการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย 55 ล้านครั้ง **เชิงคุณภาพ :** -	130.6879	โดยดำเนินกิจกรรม ดังนี้ 1. ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในประเทศและตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ จัดกิจกรรมพิเศษภายในงานแสดงสินค้า THAIFEX – ANUGA ASIA/ ส่งเสริมการขายและสร้างการรับรู้ต่อผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป/ประชาสัมพันธ์อาหารไทยและสินค้าที่เกี่ยวเนื่องผ่านสื่อโซเชียล/ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และครัวไทยสู่โลก เผยแพร่ผ่านสื่อระดับโลก รวมถึงจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ผ่านสื่อออฟไลน์ ออนไลน์ และผ่าน Influencer 2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ ผ่านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงสินค้าและบริการไทยในยุคเศรษฐกิจใหม่ ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ที่ดีต่อกรม (Corporate Image) รวมถึงสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ (Country Image) ตลอดจนการยกระดับและต่อยอดแคมเปญ THINK	สกอ./สปส./สสม.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
			THAILAND : NEXT LEVEL พร้อมทั้งผลักดันอุตสาหกรรม Soft Power ของไทย ผ่านสื่อดั้งเดิม สื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างความสนใจ ความเชื่อมั่น และยกระดับการรับรู้ต่อสินค้าและบริการของไทยในเวทีโลกอย่างยั่งยืน 3. สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการในมิติการออกแบบที่ดี ด้านอัตลักษณ์ของความเป็นไทย และมีแนวคิดที่สามารถต่อยอดภูมิปัญญาไทย/ค่านิยมแบบไทย สู่สินค้าและบริการเชิงพาณิชย์ ประกอบด้วย 3.1 สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าบริการผ่านความร่วมมือด้านการออกแบบ โดยจัดนิทรรศการในงาน Design Week และจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อส่งเสริมสินค้าและผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลด้านการออกแบบในเวทีการประกวดการออกแบบชั้นนำของโลก รวมทั้งสร้างการรับรู้ถึงความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยในเวทีระดับภูมิภาค เน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสินค้าไทยที่มีการออกแบบดีและมีอัตลักษณ์ไทยที่มีความเป็นสากล ตลอดจนธุรกิจบริการด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ 3.2 สร้างแบรนด์ประเทศไทย ด้านสินค้าและบริการที่มีการออกแบบดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (DEmark) โดยยกระดับรางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดีให้มีมาตรฐาน เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับในระดับสากล ผ่านการจัดประกวดรางวัล DEmark ส่งเสริมเครื่องหมายและสินค้าที่ได้รับรางวัลฯ ให้ได้รับรางวัลด้านการออกแบบระดับสากลมากยิ่งขึ้น เช่น G-mark ญี่ปุ่น / Golden Pin Award ไต้หวัน รวมถึงส่งเสริมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์วงการออกแบบ/สินค้าและบริการไทย ในด้านการออกแบบที่ดีในเวทีการออกแบบระดับประเทศ เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยและสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น	
3.	**แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์**	**67.9472**		
3.1	โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ :** - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 272 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1,267 ล้านบาท	**67.9472**	โดยดำเนินกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมซอฟต์พาวเวอร์ไทย 4 อุตสาหกรรม ดังนี้ 1. จัดนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ ด้าน<u>การออกแบบ</u>ในต่างประเทศ (FRONT 100 Exhibition & Event) ผ่านการคัดเลือกสินค้าไทย ผลงานการออกแบบ และนักออกแบบ เข้าร่วมเทศกาลออกแบบระดับโลก เช่น Milan Design Week 2026 (อิตาลี) NYC x DESIGN 2026 (สหรัฐอเมริกา) Design Shanghai 2026 (จีน) และ Dutch Design Week 2026 (เนเธอร์แลนด์)	สสม./ สลต./ สพบ.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
	เชิงคุณภาพ : -		2. พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล ผ่านกิจกรรมบ่มเพาะผู้ประกอบการ โดยจัดหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาพัฒนาสินค้าด้วยการใช้วัตถุดิบใหม่ ๆ เพื่อต่อยอดสินค้าแฟชั่น พร้อมจับคู่ทำต้นแบบ และผลิตสินค้า รวมทั้งขยายช่องทางตลาดไปต่างประเทศ โดยนำสินค้าที่ได้รับการพัฒนาแล้วไปจัดแสดงและจำหน่ายในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ 3. ส่งเสริมศักยภาพและผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่อยู่ในอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์เกม และ หนังสือ ให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางการค้าในตลาดต่างประเทศจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่บอกเล่าเรื่องราวความเป็นซอฟต์พาวเวอร์ของไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าในต่างประเทศได้สูงขึ้น ผ่านกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในเทศกาลระดับนานาชาติในต่างประเทศ งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ อาทิ SPIEL ESSEN/Tokyo Game Show/ International Book Fair ในไต้หวัน เกาหลีใต้ และเยอรมนี รวมถึงจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในอุตสาหกรรมเป้าหมาย	
4.	**แผนงานยุทธศาสตร์การพัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ**	**16.1758**		
4.1	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล **ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย** **เชิงปริมาณ :** จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการ ด้านการค้าระหว่างประเทศ 84,900 ราย **เชิงคุณภาพ : -** ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 90 - สัดส่วนกระบวนการที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ร้อยละ 60	16.1758	โดยดำเนินกิจกรรม ดังนี้ 1. ให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางให้บริการหลัก 6 ช่องทาง ได้แก่ (1) สายด่วน 1169 (DITP Call Center 1169) (2) เคาน์เตอร์ให้บริการข้อมูล/คำปรึกษา (General Information: GI) (3) การโทรออกเพื่อให้บริการข้อมูล (Outbound) (4) หน่วยเคลื่อนที่ให้บริการข้อมูลและคำปรึกษา (Mobile Unit) (5) การพิมพ์สนทนาออนไลน์ผ่านระบบ DITP Chat (Facebook/ Line @ditp) และ (6) การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาผ่านอีเมล ซึ่งในการให้บริการในทุกช่องทางดังกล่าวจะมีการกำกับดูแล/ควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กรมกำหนด 2. ให้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าทั้งภายในและต่างประเทศ ในการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศที่กรมจัด เพื่อสนับสนุนการขยายช่องทางตลาดสินค้าและบริการศักยภาพไทย โดยมีการบริหารจัดการงานลงทะเบียนเข้าชมงาน ทั้งการลงทะเบียนล่วงหน้า และลงทะเบียนระหว่างการจัดงานแสดงสินค้า (Walk-in) เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเข้าร่วมงานฯ และสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุง/พัฒนา การดำเนินงานของกรมต่อไป	สสบ.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
			3. จัดทำแพลตฟอร์มกลางเพื่ออำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าและยกระดับบริการดิจิทัลไว้ ณ ที่เดียวแบบครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย การสมัครสมาชิกของกรมการพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย (Personalize) ตลอดจนระบบเชื่อมโยงข้อมูลการตลาด การเจรจาการค้า สินค้าส่งออก และข่าวสารทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	

สรุปแผนปฏิบัติราชการ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

สรุปแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

หน่วย : บาท

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมย่อย	จำนวน		ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ					
	โครงการ	กิจกรรม	ผู้ประกอบการ (ราย)	มูลค่าเจรจา (ล้านบาท)	สินค้า (สินค้า)	สาขา/คู่ค้า (สาขา/คู่ค้า)	รับรู้สื่อ (ล้านครั้ง)	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน (ร้อยละ)	งบบุคลากร	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
รวมทั้งสิ้น	76	288	289,321	133,454	83		55		574,647,300	1,541,574,200	46,554,400	1,846,900	161,178,700	2,325,801,500
แผนงาน : แผนงานบุคลากรภาครัฐ (ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)	1	1							574,647,300	214,457,200				789,104,500
01 รายการบุคลากรภาครัฐ	1	1							574,647,300	214,457,200				789,104,500
แผนงาน : แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	21	32	155,481						-	398,663,000	33,978,600	1,846,900	30,451,700	464,940,200
02 ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	21	32	155,481						-	398,663,000	33,978,600	1,846,900	30,451,700	464,940,200
กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	3	3	-						-	121,534,700	12,125,700	1,846,900	-	135,507,300
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ	2	2								-	-	1,846,900	-	1,846,900
กิจกรรมย่อย : บริหารและอำนวยการ (ส่วนกลาง)	1	1							-	121,534,700	12,125,700	-	-	133,660,400
กิจกรรมหลัก : พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร	8	19								1,178,200	-	-	2,712,800	3,891,000
กิจกรรมย่อย : พัฒนาบุคลากร	4	12								677,500	-	-	220,600	898,100
กิจกรรมย่อย : พัฒนาระบบราชการติดตามและประเมินภาวะเศรษฐกิจ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ และประเมินผล	3	3								497,600	-	-	1,300,000	1,797,600
กิจกรรมย่อย : ตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงาน	1	4								3,100	-	-	1,192,200	1,195,300
กิจกรรมหลัก : ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ	1	1	155,481							258,366,000	19,776,100	-	25,543,600	303,685,700
กิจกรรมหลัก : พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	9	9								17,584,100	2,076,800	-	2,195,300	21,856,200
แผนงาน : แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	46	234	48,668	132,187	83		55.00			848,375,300	10,000,000	-	127,228,500	985,603,800
03 โครงการ : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	1	12	7,000					85		25,854,000	-	-	-	25,854,000
04 โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ	7	67	11,378	5,029						172,782,100	-	-	77,299,200	250,081,300
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา	3	22	5,711	1,501						66,323,400	-	-	58,162,400	124,485,800
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย	4	45	5,667	3,528						106,458,700	-	-	19,136,800	125,595,500
05 โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	22	84	3,435	124,296	83					468,659,100	-	-	48,400,000	517,059,100
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร	4	23	1,167	103,035	83					129,654,000	-	-	474,300	130,128,300
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสู่สากล	5	31	549	10,000					-	130,070,000	-	-	31,659,400	161,729,400

แผนงาน/โครงการ/ผลผลิต/กิจกรรมหลัก/กิจกรรมย่อย	จำนวน		ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ					
	โครงการ	กิจกรรม	ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน	งบบุคลากร	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น	7	14	1,298	3,386						140,300,000	-	-	6,998,300	147,298,300
กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล	1	4	188	7,160						40,857,300	-	-	633,000	41,490,300
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	3	8	83	680						17,651,000	-	-	8,273,000	25,924,000
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	2	4	150	35						10,126,800	-	-	362,000	10,488,800
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า	1	1	50							2,188,800	-	-	-	2,188,800
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน	1	3	100	35						7,938,000	-	-	362,000	8,300,000
06 โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	12	57	600	40			55.00			129,887,900	-	-	800,000	130,687,900
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก	7	47	450	40			45.00			103,036,100	-	-	-	103,036,100
กิจกรรมหลัก : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	1	2	150							18,283,800	-	-	136,200	18,420,000
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ	4	8					10.00			8,568,000	-	-	663,800	9,231,800
07 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	3	9	26,000	2,750						26,486,700	10,000,000	-	367,900	36,854,600
08 โครงการ : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	1	5	255	72						24,705,500	-	-	361,400	25,066,900
แผนงาน : แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์	3	14	272	1,267						64,448,700	-	-	3,498,500	67,947,200
09 โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล	3	14	272	1,267						64,448,700	-	-	3,498,500	67,947,200
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น	1	1	70	30						17,834,500	-	-	1,168,400	19,002,900
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ	1	5	75	25						22,495,200	-	-	1,676,200	24,171,400
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีย์	1	8	127	1,212						24,119,000	-	-	653,900	24,772,900
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ	4	6	84,900						-	13,600,000	2,575,800	-	-	16,175,800
10 โครงการ : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	4	6	84,900						-	13,600,000	2,575,800	-	-	16,175,800
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	1	1						100.00	-	2,030,000	-	-	-	2,030,000
11 โครงการ : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	1	1						100.00	-	2,030,000	-	-	-	2,030,000

รายละเอียด

แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ

พ.ศ. 2569

แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

หน่วย : บาท

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ (ราย)	มูลค่าเจรจา (ล้านบาท)	สินค้า (สินค้า)	สาขา/คู่ค้า (สาขา/คู่ค้า)	รับรู้สื่อ (ล้านครั้ง)	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน (ร้อยละ)		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
รวมทั้งสิ้น				289,321	133,454	83		55					1,541,574,200	46,554,400	1,846,900	161,178,700	2,325,801,500
แผนงาน : แผนงานบุคลากรภาครัฐ (ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)													214,457,200				789,104,500
01 รายการบุคลากรภาครัฐ													214,457,200				789,104,500
รายการบุคลากรภาครัฐ													214,457,200				789,104,500
รายการบุคลากรภาครัฐ													214,457,200				789,104,500
2569-010101-001	รายการบุคลากรภาครัฐ (งบบุคลากร 574,647,300 บาท)												214,457,200				789,104,500
แผนงาน : แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน				155,481	-	-	-	-	-				398,663,000	33,978,600	1,846,900	30,451,700	464,940,200
02 ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				155,481	-	-	-	-	-				398,663,000	33,978,600	1,846,900	30,451,700	464,940,200
กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				-	-	-	-	-	-				121,534,700	12,125,700	1,846,900	-	135,507,300
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ													-	-	1,846,900	-	1,846,900
2569-020101-001	โครงการเงินอุดหนุนองค์กรระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก (ศูนย์อาเซียน-ญี่ปุ่น)	ไม่มีสินค้า/บริการ	ญี่ปุ่น	-	-	-	-	-	-	สพต.1/ สคต.โตเกียว	1 มี.ค. 69	30 มิ.ย. 69	-	-	1,136,500	-	1,136,500
2569-020101-002	โครงการเงินอุดหนุนองค์กรระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก (ค่าสมาชิกประจำปีที่จะต้องจ่ายให้กับสำนักงานองค์การมหกรรมโลก (BIE: Bureau of International Exposition))	ทุกประเภทสินค้า/ธุรกิจบริการ	ฝรั่งเศส							สพต.2/ สคต.ปารีส	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	-		710,400	-	710,400
กิจกรรมย่อย : บริหารและอำนวยการ (ส่วนกลาง)													121,534,700	12,125,700	-	-	133,660,400
2569-020102-001	ค่าใช้จ่ายสำหรับบริหารและอำนวยการ (ส่วนกลาง)										1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	121,534,700	12,125,700			133,660,400
กิจกรรมหลัก : พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร													1,178,200	-	-	2,712,800	3,891,000
กิจกรรมย่อย : พัฒนาบุคลากร													677,500	-	-	220,600	898,100
2569-020201-001	โครงการส่งเสริมและพัฒนาสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีคุณธรรม												75,800	-	-	-	75,800
	1) โครงการส่งเสริมและขับเคลื่อนงานด้านจริยธรรม และองค์กรพาณิชย์คุณธรรม	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	45						สบก.พบ.	1 ต.ค. 68	31 ก.ค. 69	23,900			-	23,900
	2) หลักสูตรเสริมสร้างการเป็นข้าราชการที่ดี ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานทางจริยธรรม พ.ศ. 2562	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	81						สบก.พบ.	1 ธ.ค. 68	31 มี.ค. 69	27,000			-	27,000
	3) หลักสูตรการป้องกัน และปลุกจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริต	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	50						สบก.พบ.	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย. 69	10,900			-	10,900

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	4) หลักสูตรเกี่ยวกับการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	51						สบก.พบ.	1 ต.ค. 68	31 ธ.ค. 68	14,000			-	14,000
2569-020201-002	โครงการพัฒนาและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความร่วมมือในการทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ												180,000	-	-	-	180,000
	1) หลักสูตรการสร้างทัศนคติที่ดีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	56						สบก.พบ.	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	180,000			-	180,000
2569-020201-003	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ												91,700	-	-	220,600	312,300
	1) หลักสูตร DITP Orientation ปีงบประมาณ 2569	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	50						สบก.พบ.	1 พ.ย. 68	31 ธ.ค. 68	26,000			-	26,000
	2) หลักสูตรการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพแก่บุคลากรด้านดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	50						สบก.พบ.	1 มิ.ย. 69	31 ส.ค. 69	21,800			-	21,800
	3) หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญตามสายงาน	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	50						สบก.พบ.	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	22,500			-	22,500
	4) หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรเพื่อการปฏิบัติงานที่หลากหลาย	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	50						สบก.พบ.	1 ก.พ. 69	31 มี.ค. 69	21,400			-	21,400
	5) หลักสูตรการเตรียมความพร้อมข้าราชการสายสนับสนุน ไปฝึกปฏิบัติงานในต่างประเทศ	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	4						สบก.พบ.	1 พ.ค. 69	31 ส.ค. 69	-			220,600	220,600
2569-020201-004	โครงการพัฒนาสมรรถนะ และขีดความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรม (เรียนรู้เฉพาะราย)												330,000	-	-	-	330,000
	1) หลักสูตรการเตรียมความพร้อมบุคลากรก้าวสู่ตำแหน่งในระดับสูงต่อไป	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	2						สบก.พบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	250,000			-	250,000
	2) หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญตามสายงาน และสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจกรม (พัสดุ คลัง ตรวจสอบภายใน แผน ภาษา)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย	16						สบก.พบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	80,000			-	80,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
กิจกรรมย่อย : พัฒนาระบบราชการติดตามและประเมินภาวะเศรษฐกิจ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ และประเมินผล													**497,600**	**-**	**-**	**1,300,000**	**1,797,600**
2569-020202-001	โครงการสนับสนุนการพัฒนาระบบราชการ	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย							สยค.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	280,000			-	280,000
2569-020202-002	โครงการประชุมผู้บริหารกรม และ/หรือ หน่วยงานอื่นๆ	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย							สยค.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	140,500			-	140,500
2569-020202-003	โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุกและติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ไทย/ราชอาณาจักรสเปน/ราชรัฐอันดอร์รา							สยค.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	77,100			1,300,000	1,377,100
กิจกรรมย่อย : ตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงาน													**3,100**	**-**	**-**	**1,192,200**	**1,195,300**
2569-020203-001	**โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ**												**3,100**	**-**	**-**	**1,192,200**	**1,195,300**
	1) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ ณ นครลอสแอนเจลีส	ไม่ใช่	สหรัฐอเมริกา							กตส./ สคต. ลอสแอนเจลีส	1 พ.ย. 68	31 ธ.ค. 68	700			394,500	395,200
	2) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ	ไม่ใช่	อินเดีย							กตส./ สคต. มุมไบ	1 ธ.ค. 68	31 ม.ค. 69	700			145,200	145,900
	3) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด	ไม่ใช่	สเปน							กตส./ สคต. มาดริด	1 พ.ค. 69	30 มิ.ย. 69	700			391,500	392,200
	4) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้	ไม่ใช่	จีน							กตส./ สคต. เซี่ยงไฮ้	1 ก.ค. 69	31 ส.ค. 69	1,000			261,000	262,000
กิจกรรมหลัก : ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ				**155,481**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**				**258,366,000**	**19,776,100**	**-**	**25,543,600**	**303,685,700**
กิจกรรมย่อย : ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ				**155,481**									**258,366,000**	**19,776,100**	**-**	**25,543,600**	**303,685,700**
2569-020301-001	ค่าใช้จ่ายสำหรับบริหารสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 58 สำนักงาน	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ทุกตลาด							สคต.			258,366,000	19,776,100		25,543,600	303,685,700

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
กิจกรรมหลัก : พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร													**17,584,100**	**2,076,800**	**-**	**2,195,300**	**21,856,200**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร													**17,584,100**	**2,076,800**	**-**	**2,195,300**	**21,856,200**
2569-020401-001	โครงการจัดทำแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ผู้ช่วยอัจฉริยะด้านการค้าระหว่างประเทศ ระยะที่ 1	ทุกสินค้า	ประเทศไทย							สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,000,000	-	-	-	1,000,000
2569-020401-002	โครงการจัดทำสถาปัตยกรรมองค์กร (DITP Enterprise Architecture: EA) (ตัวชี้วัด : - ข้อมูลสถาปัตยกรรมองค์กรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องโดยคณะกรรมการหรือผู้แทนของกรมแล้ว จำนวน 1 ชุด - กระบวนงานหรือบริการดิจิทัล ที่สามารถกำหนดแผนการพัฒนาประสิทธิภาพ/ลดขั้นตอน/ลดความซ้ำซ้อนได้ จำนวน 1 กระบวนงาน)	ทุกสินค้า	ประเทศไทย							สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	500,000	-	-	-	500,000
2569-020401-003	โครงการจัดซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครือข่ายและลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ในส่วนกลาง ปี 2569 (ตัวชี้วัด: อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ระบบเครือข่ายของกรมมีประสิทธิภาพ เพียงพอกับการใช้งาน และมีความมั่นคงปลอดภัย)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ประเทศไทย							สสบ.	1 ต.ค. 68	31 มี.ค. 69	-	2,076,800	-	-	2,076,800
2569-020401-004	โครงการบำรุงรักษาเว็บไซต์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และระบบของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปี 2569 (ตัวชี้วัด: ระบบได้รับการบำรุงรักษาให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก จำนวน 18 ระบบ)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ประเทศไทย							สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	13,393,900	-	-	-	13,393,900

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-020401-005	โครงการเช่าระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพร้อมวงจรสื่อสารสัญญาณ ปี 2569 (ตัวชี้วัด: ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพร้อมรองรับผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพจำนวน 1 ระบบ)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ประเทศไทย							สสบ.	1 ต.ค. 68	31 พ.ค. 69	1,318,600	-	-	-	1,318,600
2569-020401-006	โครงการชุดโปรแกรมป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์ (ตัวชี้วัด: โปรแกรมป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์ จำนวน 420 ชุด สำหรับติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายและเครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ประเทศไทย							สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	294,400	-	-	-	294,400
2569-020401-007	โครงการตรวจรับรองมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO 27001) ปี 2569 (ตัวชี้วัด: ระบบสารสนเทศของกรมได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 27001 จำนวน 3 ระบบ)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ประเทศไทย							สสบ.	1 มี.ค. 69	30 ก.ย. 69	1,076,400	-	-	-	1,076,400
2569-020401-008	โครงการจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ ปี 2569 (ตัวชี้วัด: ได้รับคำปรึกษาจำนวนไม่น้อยกว่า 50 ครั้ง)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	ประเทศไทย							สสบ.	1 ธ.ค. 68	30 ก.ย. 69	-	-	-	1,997,000	1,997,000
2569-020401-009	โครงการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการภาครัฐ (ตัวชี้วัด: ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการให้บริการภาครัฐเพิ่มขึ้น)	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	จีน/ ฮ่องกง เวียดนาม/ ฮานอย							สสบ./ สคต. ฮานอย/ สคต. ฮ่องกง	1 ธ.ค. 68	30 ก.ย. 69	800			198,300	199,100

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
แผนงาน : แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้				48,668	132,187	83		55.00					848,375,300	10,000,000	-	127,228,500	985,603,800
03 โครงการ : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)				7,000					85				25,854,000	-	-	-	25,854,000
กิจกรรมหลัก : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)				7,000					85				25,854,000	-	-	-	25,854,000
กิจกรรมย่อย : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy				7,000					85				25,854,000	-	-	-	25,854,000
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์				7,000													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น									85								
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)													25,854,000			-	25,854,000
2569-030101-001	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)			7,000					85				25,854,000			-	25,854,000
	1) โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้า ทู โกล)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	80					85	สพม.	1 มิ.ย. 69	31 ส.ค. 69	2,000,000			-	2,000,000
	2) โครงการเปิดโลกการค้ากับทูตพาณิชย์ (Export Clinic)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	170					85	สพม.	1 ม.ค. 69	30 มิ.ย. 69	1,000,000			-	1,000,000
	3) โครงการพัฒนาผู้ส่งออกรุ่นใหม่ : Young Exporter from Local to Global (YELG)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	100					85	สพม.	1 มิ.ย. 69	31 ส.ค. 69	2,000,000			-	2,000,000
	4) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก"	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	100					85	สพม.	1 ธ.ค. 68	31 มี.ค. 69	1,600,000			-	1,600,000
	5) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร "ผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter"	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	50					85	สพม.	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	2,020,000			-	2,020,000
	6) โครงการ "Thai Food Thai Farm : ผลผลิตโดนใจ ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ"	สินค้าเกษตรและอาหารไทย	ไทย	100					85	สพม.	1 ธ.ค. 68	31 ก.ค. 69	1,280,000			-	1,280,000
	7) โครงการ "ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 9	ทุกกลุ่มสินค้าและบริการ	ไทย	400					85	สพม.	1 ธ.ค. 68	31 ส.ค. 69	2,200,000			-	2,200,000
	8) โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ (UpSkill & ReSkill)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	200					85	สพม.	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	1,300,000			-	1,300,000
	9) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ U-NEXT Exporter	ทุกกลุ่มสินค้าและบริการ	ไทย	100					85	สพม.	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	3,000,000			-	3,000,000
	10) โครงการซอฟต์พาวเวอร์ไทย GO-INTER	ทุกกลุ่มสินค้าและบริการ	ไทย	100					85	สพม.	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	3,000,000			-	3,000,000
	11) โครงการ "เจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่"	ทุกกลุ่มสินค้าและบริการ	ไทย	400					85	สพม.	1 ก.พ. 69	31 ส.ค. 69	3,454,000			-	3,454,000
	12) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลกด้วย E-Academy	ทุกกลุ่มสินค้าและบริการ	ไทย	5,200						สพม.	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	3,000,000			-	3,000,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
04 โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ				11,378	5,029								172,782,100	-	-	77,299,200	250,081,300
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา				5,711	1,501								66,323,400	-	-	58,162,400	124,485,800
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา				5,711	1,501								66,323,400	-	-	58,162,400	124,485,800
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ				5,711													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					1,501												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา													66,323,400				66,323,400
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																58,162,400	58,162,400
2569-040101-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา			402	756	57	80	9.25	80				34,972,400	-	-	18,002,300	52,974,700
	1) โครงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าการลงทุนในสหรัฐอเมริกาผ่าน ThaiTradeUSA.com และ Social Media ในเครือข่าย	ทุกสินค้า	ภูมิภาคอเมริกาเหนือ					0.15		สพต.2/ สคต. ลอสแอนเจลิส	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,596,000			-	1,596,000
	2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกาในงาน NPEW 2026	สินค้าออร์แกนิกส์ (อาหาร สุขภาพและความงาม)	สหรัฐอเมริกา	10	414					สพต.2/ สคต. ลอสแอนเจลิส	1 ก.พ. 69	30 เม.ย. 69	8,355,400			-	8,355,400
	3) โครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหภาค (Megatrend setter) ปีที่ 4	สินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์	สหรัฐอเมริกา	25	14					สพต.2/ สคต. นิวยอร์ก	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	3,500,000			-	3,500,000
	4) โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยในเม็กซิโก	ทุกสินค้า	สหรัฐเม็กซิโก	30	30	50	50	3	80	สพต.2/ สคต. เม็กซิโก	1 ก.พ. 69	30 เม.ย. 69	3,000,000				3,000,000
	5) โครงการจ้างเหมาบริการ Marketing Representative ณ ประเทศเปรู	ทุกประเภทสินค้า/ธุรกิจบริการ	เปรู	20	10					สพต.2/ สคต. ซันติอาโก	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,320,000			-	1,320,000
	6) โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน ภายในงานแสดงสินค้า 30th Americas Food and Beverage Show 2026	อาหารและบรรจุภัณฑ์อาหาร	สหรัฐอเมริกา	25	38	7	30	1	80	สพต.2/ สคต. ไมอามี	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	3,150,000			-	3,150,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	7) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพใหม่ (อเมริกาและลาตินอเมริกา)	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา/ ลาตินอเมริกา	30	250					สพต.2/ สคต. ภูมิภาคอเมริกาและลาตินอเมริกา	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	8,151,000			18,002,300	26,153,300
	8) โครงการผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา	ภาพยนตร์/ซีรีส์/อาหารไทย	สหรัฐอเมริกา/ ลอสแอนเจลิส	250				5		สพต.2/ สคต. ลอสแอนเจลิส	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	5,000,000			-	5,000,000
	9) โครงการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในบราซิล	อาหารไทย/ธุรกิจร้านอาหารไทย	บราซิล	12				0.1		สพต.2/ สคต. เซาเปาโล	1 มี.ค. 69	31 พ.ค. 69	900,000			-	900,000
2569-040101-002	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS			5,191	271	-	-	-	-				18,036,700	-	-	18,749,100	36,785,800
	1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพเดิม	ทุกประเภทสินค้า / อุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์	ฝรั่งเศส/ สหราชอาณาจักร/ เยอรมนี/ อิตาลี	**12**	**216**					สพต.2/ สคต. ภูมิภาคยุโรป	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	6,422,700			18,749,100	25,171,800
	2) โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศในภูมิภาคยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA			5,179	55	-	-	-	-				11,614,000	-	-	-	11,614,000
	2.1) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเนเธอร์แลนด์	อาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ของตกแต่ง และ/หรือสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจ HORECA	เนเธอร์แลนด์	1,000	20					สพต.2/ สคต. เฮก	1 ต.ค. 68	28 ก.พ. 69	3,152,000				3,152,000
	2.2) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในประเทศเยอรมนี	อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องปรุง ของตกแต่งบ้าน ผลิตภัณฑ์สปาและบริการนวดไทย	เยอรมนี/ เมืองรอง (ฮัมบูร์ก)	2,879	20					สพต.2/ สคต. เบอร์ลิน	1 มี.ค. 69	31 พ.ค. 69	3,396,000				3,396,000
	2.3) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเยอรมนี/สวิตเซอร์แลนด์	อาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ของตกแต่ง และ/หรือสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจ HORECA	เยอรมนี/ สวิตเซอร์แลนด์	300	2					สพต.2/ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย. 69	1,550,000				1,550,000
	2.4) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในโปแลนด์	สินค้าในกลุ่มอาหาร อาทิ ผักผลไม้กระป๋อง เส้นก๋วยเตี๋ยว/เส้นหมี่ ข้าว ซอสปรุงรส และธุรกิจบริการร้านอาหาร Thai SELECT	โปแลนด์/ กรุงวอร์ซอ	500	5					สพต.2/ สคต. วอร์ซอ	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	721,000				721,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	2.5) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORACA ในสาธารณรัฐเช็ค เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า For Gastro & Hotel	สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการร้านอาหารไทยและสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง อาทิ ของตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์สปา และบริการนวดแผนไทย	สาธารณรัฐเช็ค/กรุงปราก	500	8					สพต.2/สคต. ปราก	1 ต.ค. 68	30 พ.ย. 68	2,795,000				2,795,000
2569-040101-003	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง			118	474			5.00					13,314,300	-	-	21,411,000	34,725,300
	1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคแอฟริกา	ทุกสินค้า/บริการ	แอฟริกาใต้/ โมซัมบิก	6	70					สพต.2/สคต. ภูมิภาคแอฟริกา	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	344,600			4,300,000	4,644,600
	2) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง	ทุกสินค้า/บริการ	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์/ ตุรกี	6	70					สพต.2/สคต. ภูมิภาคตะวันออกกลาง	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	143,500			8,000,000	8,143,500
	3) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงจากแอฟริกาและตะวันออกกลางเดินทางเยือนไทย	ทุกสินค้า/บริการ	ภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	4	34					สพต.2/สคต. ภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	344,700			-	344,700
	4) โครงการบุกตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง	ทุกสินค้า/บริการ	ซาอุดีอาระเบีย/อิหร่าน/อิสราเอล/เคนยา/อียิปต์	12	240					สพต.2/สคต. เจดดาห์/สคต. เตหะราน/สคต. เทลอาวีฟ/สคต. ไนโรบี/สคต. ไคโร	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	528,000			9,000,000	9,528,000
	5) โครงการส่งเสริมการค้าไทยในกาตาร์ (Thailand Festival)	สินค้ากลุ่ม Soft Power	กาตาร์	40	30					สพต.2/สคต. เตหะราน	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย. 69	5,953,500			111,000	6,064,500
	6) Thai SELECT Festival 2025	ร้านอาหารที่ได้รับตรา Thai SELECT/ สินค้าและธุรกิจบริการไทย	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	50	30			5.00		สพต.2/สคต. ดูไบ	1 ต.ค. 68	31 ธ.ค. 68	6,000,000			-	6,000,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่า เจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย				**5,667**	**3,528**								**106,458,700**	**-**	**-**	**19,136,800**	**125,595,500**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย				**5,667**	**3,528**								**106,458,700**	**-**	**-**	**19,136,800**	**125,595,500**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ				5,667													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					3,528												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย													-				-
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			1,688,000	1,688,000
2569-040201-001	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดอาเซียน			3,332	1,970	800							36,755,000	-	-	1,688,000	38,443,000
	1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)			40	20								915,400	-	-	1,688,000	2,603,400
	1.1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนกลุ่มประเทศอาเซียน (Outgoing goodwill mission)	ทุกสินค้า/บริการ	อาเซียน (มาเลเซีย / ฟิลิปปินส์)	20	20					สพต.1/ สคต. ในภูมิภาคอาเซียน	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	840,400			1,688,000	2,528,400
	1.2) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงภูมิภาคอาเซียนเดินทางเยือนไทย (Incoming Goodwill Mission)	ทุกสินค้า/บริการ	ไทย	20						สพต.1	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	75,000				75,000
	2) โครงการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center)	ทุกสินค้า/บริการ	ประเทศในภูมิภาคอาเซียน	**3,092**	**1,350**					สพต.1/ สคต. ในภูมิภาคอาเซียน	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	9,000,000			-	9,000,000
	3) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน				215	800							9,100,000				9,100,000
	3.1) โครงการขยายตลาดมาเลเซียและบรูไนผ่านช่องทางการค้าสมัยใหม่ (modern trade) และช่องทางการค้าออนไลน์	- อาหาร - แฟชั่น/ไลฟ์สไตล์ - สุขภาพ	มาเลเซีย บรูไน		50	100				สพต.1/ สคต. กัวลาลัมเปอร์	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	2,000,000				2,000,000
	3.2) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่-ตลาดอินโดนีเซีย	อาหารเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภค บริโภค	อินโดนีซีย		50	300				สพต.1/ สคต. จาการ์ตา	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,500,000				1,500,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	3.3) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเมียนมา (In – store Promotion)	สินค้าอุปโภคบริโภค	เมียนมา/ย่างกุ้ง และมัณฑะเลย์		25	50				สพต.1 / สคต. ย่างกุ้ง	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	2,000,000				2,000,000
	3.4) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศในสิงคโปร์ (In-store/Joint Promotion)	สินค้าอาหาร (เช่น ข้าว ผัก ผลไม้ เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป เป็นต้น) และสินค้าอุปโภคบริโภค	สิงคโปร์		40	100				สพต.1/ สคต. สิงคโปร์	1 เม.ย. 69	30 ก.ย 69	2,000,000				2,000,000
	3.5) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)	สินค้าอุปโภค และบริโภค	เวียดนาม/กรงุฮานอย		50	250				สพต.1/ สคต. ฮานอย	1 พ.ค. 69	31 ก.ย. 69	1,600,000				1,600,000
	4) โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ในภูมิภาคอาเซียน			200	385	-	-	-					17,739,600	-	-	-	17,739,600
	4.1) โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม	อาหาร สปา สุขภาพ ความงาม ไลฟ์สไตล์ แฟชั่น	เวียดนาม/ กรุงฮานอย	60	100					สพต.1/ สคต. ฮานอย	1 ต.ค. 68	31 มี.ค. 69	7,000,000			-	7,000,000
	4.2) โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม	สินค้าอาหาร และมิใช่อาหาร เช่น สินค้าแฟชั่น และเครื่องแต่งกาย สินค้าเครื่องสำอางค์และความงาม สินค้าเพื่อสุขภาพ และสินค้าเครื่องใช้ในบ้าน	เวียดนาม/ นครโฮจิมินห์	60	100					สพต.1/ สคต. โฮจิมินห์	1 เม.ย. 69	30 ก.ย.69	5,239,600			-	5,239,600
	4.3) โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	1. อาหารและเครื่องดื่ม 2. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม 3. ของใช้/ของตกแต่งบ้าน 4. แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ 5. อัญมณีและเครื่องประดับ 6. อื่นๆ	ฟิลิปปินส์/ กรุงมะนิลา	60	175					สพต.1/ สคต. มะนิลา	1 เม.ย. 69	30 ก.ย.69	4,500,000			-	4,500,000
	4.4) โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ เวียงจันทน์	สินค้าอุปโภคบริโภคของไทย	สปป. ลาว/ เวียงจันทน์	20	10					สพต.1/ สคต. เวียงจันทน์	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย.69	1,000,000			-	1,000,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-040201-002	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดจีน			1,311	1,065	40		5.05	90				30,395,000	-	-	6,311,200	36,706,200
	1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Outgoing Goodwill Mission)	ทุกสินค้า/บริการ	จีน/ ฮ่องกง/ ไต้หวัน	60	100					สพต.1/ สคต. ภูมิภาคจีน	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	2,004,800			5,122,900	7,127,700
	2) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Incoming Goodwill Mission)	ทุกสินค้า/บริการ	ไทย	90						สพต.1/ สคต. ภูมิภาคจีน	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	244,000			-	244,000
	3) โครงการ Business Support Center ในฮ่องกง	ทุกสินค้า/บริการ	จีน/ ฮ่องกง	270	210					สพต.1/ สคต. ฮ่องกง	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,200,000			-	1,200,000
	4) โครงการ Business Support Center ในเซี่ยงไฮ้	ทุกสินค้า/บริการ	จีน/ เซี่ยงไฮ้	200	85					สพต.1/ สคต. เซี่ยงไฮ้	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,101,000			-	1,101,000
	5) โครงการ Business Support Center ในกวางโจว	ทุกสินค้า/บริการ	จีน/ กวางโจว	125	80					สพต.1/ สคต. กวางโจว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	628,000			-	628,000
	6) โครงการ Business Support Center ในคุนหมิง	ผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการในภูมิภาคจีน ที่ประสงค์ทำการค้า/การลงทุนระหว่างกัน	จีน/ คุนหมิง	180	130					สพต.1/ สคต. คุนหมิง	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	934,000			-	934,000
	7) โครงการ Business Support Center ในเฉิงตู	ผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการในภูมิภาคจีน ที่ประสงค์ทำการค้า/การลงทุนระหว่างกัน	จีน/ เฉิงตู	180	48					สพต. 1/ สคต. เฉิงตู	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	462,000			-	462,000
	8) โครงการต่อยอด MOU เปิดประตูการค้าสู่ภูมิภาคตะวันตกของสาธารณรัฐประชาชนจีน (West Side Story Outgoing Trade Mission)	สินค้าฮาลาล (Food & Non-food)	จีน/ หลานโจว/อุรุมชี	25	60					สพต. 1/ สคต. คุนหมิง/ สคต. เฉิงตู	1 เม.ย. 69	31 พ.ค. 69	2,359,200			225,400	2,584,600

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	9) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO	1) อาหารและเครื่องดื่ม 2) สุขภาพและความงาม 3) ของใช้ ของตกแต่งบ้าน 4) สินค้าเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรม Soft Power	จีน/ หนานหนิง	100	170					สพต. 1/ สคต. หนานหนิง	1 พ.ค. 69	30 ก.ย. 69	8,509,900			490,100	9,000,000
	10) โครงการจัดนิทรรศการภาพลักษณ์ประเทศไทย (Pavilion of Cities of Charm) ภายในงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO	1) อาหารและผลไม้ 2) สินค้าเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรม Soft Power	จีน/ หนานหนิง					0.05		สพต. 1/ สคต. หนานหนิง	1 พ.ค. 69	30 ก.ย. 69	2,007,500			-	2,007,500
	11) โครงการ Top Thai Brands Kunming 2026	1) อาหารและเครื่องดื่ม 2) สุขภาพและความงาม 3) ไลฟ์สไตล์ ของใช้ของตกแต่งบ้าน 4) แฟชั่น 5) ธุรกิจบริการ	จีน/ คุนหมิง	46	92			5.00	90	สพต.1/ สคต. คุนหมิง	1 ม.ค 69	30 มิ.ย. 69	5,702,200			297,800	6,000,000
	12) โครงการ Top Thai Brands Xiamen 2026	1)อาหารและ เครื่องดื่ม 2) สินค้าสุขภาพและความงาม 3) สินค้าของใช้/ของตกแต่งบ้าน 4) ธุรกิจบริการ 5) สินค้าเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรม Soft Power	จีน / เซี่ยเหมิน	35	60					สพต. 1/ สคต. เซี่ยเหมิน	1 ม.ค 69	30 มิ.ย. 69	4,042,400			175,000	4,217,400
	13) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ในเมืองฮ่องกง	1) อาหารและเครื่องดื่ม ข้าวหอมมะลิ อาหารสำเร็จรูป อาหารสด อาหารทะเลแช่แข็ง 2) สินค้าไลฟ์สไตล์ BCG	จีน/ ฮ่องกง		30	40				สพต.1/ สคต. ฮ่องกง	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	1,200,000			-	1,200,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-040201-003	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย			855	188	100	-	-	-				12,433,900	-	-	8,536,400	20,970,300
	1) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Outgoing Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ		30						สพต.1/ สคต. โตเกียว/ สคต. โอซากา/ สคต. โซล/ สคต. ซิดนีย์/ สคต. มะนิลา (ส่วนที่2)	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	633,900			8,536,400	9,170,300
	2) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Incoming Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ		15						สพต.1/ สคต. โตเกียว/ สคต. โอซากา/ สคต. โซล/ สคต. ซิดนีย์/ สคต. มะนิลา (ส่วนที่2)	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	200,000			-	200,000
	3) โครงการจัดตั้ง Business Support Center ณ เกาหลีใต้	ทุกสินค้า/บริการ	เกาหลีใต้/ โซล	170	40					สพต. 1/ สคต. โซล	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	800,000			-	800,000
	4) โครงการจัดจ้าง Marketing Representative ณ เมืองปูซาน	ทุกสินค้า/บริการ	เกาหลีใต้/ปูซาน	270	40					สพต. 1/ สคต. โซล	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	3,300,000			-	3,300,000
	5) โครงการจ้างเหมาบริการสำนักงานตัวแทนส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮิโรชิมา	ทุกสินค้า/บริการ	ญี่ปุ่น/ ฮิโรชิมา	370	60					สพต.1/ สคต.โอซากา	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	5,500,000			-	5,500,000
	6) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบไฮบริด	อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง แฟชั่น และไลฟ์สไตล์	ญี่ปุ่น		48	100				สพต.1/ สคต. ญี่ปุ่น	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	2,000,000			-	2,000,000
2569-040201-004	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้			169	305	33							26,874,800	-	-	2,601,200	29,476,000
	1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Outgoing Goodwill Mission	ทุกสินค้า	เอเชียใต้ (อินเดีย ปากีสถาน)	15						สพต.1/ สคต. ในเอเชียใต้	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	425,400			974,600	1,400,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	2) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Incoming Goodwill Mission	ทุกสินค้า	ไทย	5						สพต.1/ สคต. ในเอเชียใต้	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	200,000			-	200,000
	3) โครงการส่งออกยุคใหม่ก้าวไปด้วยกัน SDGs TOGETHER	ทุกสินค้า / สินค้า SDGs (Green Economy)	อินเดีย	15	30					สพต.1/ สคต. ในเอเชียใต้	1 ต.ค. 68	31 ธ.ค. 68	785,600			690,400	1,476,000
	4) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 อินเดียตะวันตก	สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม/ เทคโนโลยีด้านอาหาร/ บรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร	อินเดีย/ มุมไบ	30	70					สพต.1/ สคต. มุมไบ	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	5,839,800			160,200	6,000,000
	5) โครงการงานแสดงสินค้า AAHAR International Food & Hospitality Fair 2026	อาหารและเครื่องดื่ม	อินเดีย/ นิวเดลี	33	70					สพต.1 / สคต. นิวเดลี	1 ธ.ค. 68	31 มี.ค. 69	5,737,800			162,200	5,900,000
	6) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (In-store Promotion) ในอินเดียตะวันตก	สินค้าอาหารและไม่ใช่อาหาร ไม่น้อยกว่า 50 รายการสินค้า ผลไม้ อาหารและเครื่องดื่ม ของใช้ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์บำรุงและทำความสะอาดผิวหน้า	อินเดีย/ บังกะลอร์		10	25				สพต.1/ สคต. มุมไบ	1 มิ.ย. 69	31 ก.ค. 69	2,000,000			-	2,000,000
	7) โครงการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบ In-store Promotion ร่วมกับผู้นำเข้า/ห้างค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตในตลาดเนปาล	กลุ่มสินค้าอาหาร กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องสำอาง เป็นต้น	เนปาล		5	8				สพต.1 / สคต. นิวเดลี	1 มิ.ย. 69	31 ก.ค. 69	1,500,000			-	1,500,000
	8) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 ณ เมืองเจนไน สาธารณรัฐอินเดีย	อาหาร สุขภาพความงามที่ทำจากธรรมชาติ เครื่องใช้ไฟฟ้า แฟชั่น อื่นๆ	อินเดีย/ เจนไน	26	40					สพต.1/ สคต. เจนไน	1 เม.ย 69	31 ก.ค. 69	4,058,400			141,600	4,200,000
	9) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 บังกลาเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องประทินผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว/ผม เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย บ้าน ที่อยู่อาศัย แฟชั่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ ชิ้นส่วนยานยนต์ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เคมีสิ่งทอ ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น	บังกลาเทศ/ ธากา	20	40					สพต.1/ สคต. ธากา	1 เม.ย 69	31 ก.ค. 69	3,539,800			160,200	3,700,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	10) โครงการงานแสดงสินค้า My Karachi 2026	อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องประทินผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว/ผม เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย บ้าน ที่อยู่อาศัย แฟชั่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ ชิ้นส่วนยานยนต์ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เคมีสิ่งทอ ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น	ปากีสถาน การาจีหรือละฮอร์	15	30					สพต.1/ สคต. ธากา	1 พ.ย 68	28 ก.พ. 69	1,941,300			158,700	2,100,000
	11) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าที่ประเทศภูฏาน	อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องประทินผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว/ผม เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย ของตกแต่งบ้าน ที่อยู่อาศัย แฟชั่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ ชิ้นส่วนยานยนต์ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เคมีสิ่งทอ ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า	ภูฏาน	10	10					สพต.1/ สคต. ธากา	1 ก.พ. 69	30 เม.ย. 69	846,700			153,300	1,000,000
05 โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่				**3,435**	**124,296**	**83**							**468,659,100**	**-**	**-**	**48,400,000**	**517,059,100**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร				**1,167**	**103,035**	**83**							**129,654,000**	**-**	**-**	**474,300**	**130,128,300**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร				**1,167**	**103,035**	**83**							**129,654,000**	**-**	**-**	**474,300**	**130,128,300**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				1,167													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					103,035												
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนสินค้าที่ได้นำจัดแสดงในกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ						83											
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร													7,682,900				7,682,900
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			-	-
2569-050101-001	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร			96	1,105								7,682,900	-	-	-	7,682,900
	1) โครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ (ปีที่7)	สินค้าผักผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่นๆ	ไทย	80	1,000					สกอ./ สคต. ที่เกี่ยวข้อง	1 ต.ค. 68	30 เม.ย. 69	6,412,900			-	6,412,900
	2) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น	ผัก ผลไม้ ทั้งสดและแปรรูป	ไทย/ ญี่ปุ่น (เมืองหลักและเมืองรอง)	10	5					สกอ./ สคต. โตเกียว	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่า เจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	3) โครงการคูหาเจรจาการค้าสินค้าผักผลไม้สดและแปรรูปในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX - ANUGA ASIA 2026)	ผัก ผลไม้ ทั้งสดและแปรรูป	ไทย	6	100					สกอ.	1 ก.พ. 69	30 มิ.ย. 69	770,000			-	770,000
2569-050101-002	โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)	ผัก ผลไม้สดและแปรรูป	ไทย/ จีน	12	70	-	-	-	-	สกอ./ สคต. ในจีน			3,500,000	-	-	-	3,500,000
	1) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้สู่ตลาดฝูเจี้ยน/เจียงซี (Thai Fruits Golden Months)	ผลไม้สด ผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้	จีน (เซี่ยเหมิน/เจียงซี)	1	15					สกอ./ สคต. เซี่ยเหมิน	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	2) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดหนานหนิง ปี 2569 (Thai Fruits Golden Months)	ผลไม้สด/ ผลไม้แปรรูป	จีน/ เมืองหนานหนิง	2	10					สกอ./ สคต. หนานหนิง	1 เม.ย. 69	31 ก.ค. 69	500,000			-	500,000
	3) โครงการ Thai Fruits Golden Months in Yunnan 2026	ผลไม้ไทย เช่น ทุเรียน มังคุด กล้วยไข่ ลำไย และอื่น ตามฤดูกาล	จีน/ มณฑลยูนนาน	1	5					สกอ./ สคต. คุนหมิง	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	4) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน เมืองชิงต่าว	ผลไม้/ผลไม้แปรรูป/ เครื่องดื่มผลไม้	จีน/ ชิงต่าว/ ฮาร์บิน	2	10					สกอ./ สคต. ชิงต่าว	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	500,000			-	500,000
	5) โครงการส่งเสริมผลไม้ไทยในตลาดจีนตะวันตก	ผลไม้ไทย	จีน (นครเฉิงตู/นครฉงชิ่ง)	2	10					สกอ./ สคต. เฉิงตู	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	6) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดซัวเถา	ผลไม้	จีน/ ซัวเถา	2	15					สกอ./ สคต. กวางโจว	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	7) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)	ผลไม้สด/ ผลไม้แปรรูป	จีน / นครเซี่ยงไฮ้	2	5					สกอ./ สคต. เซี่ยงไฮ้	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	500,000			-	500,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-050101-003	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหาร			1,014	101,700	-	-	-	-				110,771,100	-	-	474,300	111,245,400
	1) โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)	อาหาร เครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหาร	ไทย	750	97,000					สกอ.	1 ต.ค. 68	30 มิ.ย. 69	52,488,300			-	52,488,300
	2) โครงการงานแสดงสินค้า THAIFEX - HOREC ASIA 2026	9 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มเบเกอรี่และไอศกรีม กลุ่มคาเฟ่และบาร์ กลุ่มการทำความสะอาดและซักรีด กลุ่มการรับประทานอาหาร กลุ่มเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มห้องครัว กลุ่มการให้บริการ กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มสุขภาพ	ไทย	150	700					สกอ.	1 ต.ค. 68	31 มี.ค. 69	15,500,000			-	15,500,000
	3) โครงการงานแสดงสินค้า SIAL 2026 (เตรียมการ)	สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม	ฝรั่งเศส/ กรุงปารีส							สกอ./ สคต. ปารีส	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	42,000,000			-	42,000,000
	4) โครงการงานแสดงสินค้า ANUGA 2025	สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม	เยอรมนี/ เมืองโคโลญ	114	4,000					สกอ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	1 ต.ค. 68	31 ต.ค. 68	782,800			474,300	1,257,100
2569-050101-004	โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)			45	160	83	-	-	-				7,700,000	-	-	-	7,700,000
	1) โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยร่วมกับห้าง Modern Trade	สินค้าอาหาร และเครื่องดื่ม	ภูมิภาคเอเชีย		95					สกอ./ สคต. ในภูมิภาคเอเชีย	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,100,000			-	1,100,000
	2) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแคนาดา	อาหารและเครื่องดื่ม	แคนาดา	40	20					สกอ./ สคต. แวนคูเวอร์	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	1,000,000			-	1,000,000
	3) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)	อาหาร เครื่องดื่ม ผลไม้และอาหารแห่งอนาคต	อาเซียน/ เวียดนาม		24	8				สกอ./ สคต. ฮานอย	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	800,000			-	800,000
	4) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในสาธารณรัฐเช็ก	อาหาร	ยุโรป/ สาธารณรัฐเช็ก		2.5	15				สกอ./ สคต. ปราก	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,000,000			-	1,000,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	5) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยในเอเชียซูเปอร์มาร์เก็ต	อาหารสำเร็จรูป เครื่องปรุงรสอาหาร อาหารแห้ง และเครื่องดื่ม	อิตาลี			40				สกอ./ สคต. มิลาน	1 เม.ย. 69	31 ก.ค. 69	500,000	-	-	-	500,000
	6) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างท้องถิ่น ณ ประเทศอันดอร์รา	อาหาร เครื่องดื่ม	อันดอร์รา		2	10				สกอ./ สคต. มาดริด	1 ต.ค. 68	30 เม.ย. 69	400,000			-	400,000
	7) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยในช่องทาง Modern Trade ในกลุ่มประเทศเบเนลักซ์ร่วมกับผู้นำเข้า	อาหาร เครื่องดื่ม ผัก ผลไม้	ยุโรป/ เนเธอร์แลนด์		5					สกอ./ สคต. เฮก	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,400,000			-	1,400,000
	8) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศนอร์เวย์	อาหาร เครื่องดื่ม	นอร์เวย์	5	3.5					สกอ./ สคต. โคเปนเฮเกน	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	9) โครงการส่งเสริมการขายสินค้า SMEs go Global ร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนกลาง-ใต้ (In-Store Promotion)	สินค้าอาหาร และเครื่องดื่ม	นครโฮจิมินห์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (ตอนกลางและใต้)		8	10				สกอ./ สคต. โฮจิมินห์	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,000,000			-	1,000,000
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสู่สากล				**549**	**10,000**								**130,070,000**	**-**	**-**	**31,659,400**	**161,729,400**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสู่สากล				**549**	**10,000**								**130,070,000**	**-**	**-**	**31,659,400**	**161,729,400**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				549													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					10,000												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสู่สากล													21,194,200				21,194,200
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			2,681,800	2,681,800
2569-050201-001	โครงการส่งเสริมธุรกิจ Health & Beauty และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ			215	275								21,194,200	-	-	2,681,800	23,876,000
	1) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคจีน	สุขภาพ ความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง	ไต้หวัน/ ไทเป	20	50				ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สพบ./ สคต. มะนิลา ส่วนที่ 2	1 พ.ค. 69	31 พ.ค. 69	1,876,000			263,500	2,139,500
	2) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพ ความงาม โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก	สุขภาพ ความงาม โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง	ญี่ปุ่น/ โตเกียว	20	45				ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สพบ./ สคต. โตเกียว	1 มิ.ย. 69	30 มิ.ย. 69	1,962,000			390,000	2,352,000
	3) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพ ความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคประชาคมรัฐเอกราช (CIS)	สุขภาพ ความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง	รัสเซีย/ มอสโก	20	40				ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สพบ./ สคต.มอสโก	1 เม.ย. 69	30 เม.ย. 69	1,425,400			608,700	2,034,100

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคตะวันออกกลาง	สุขภาพและความงาม สปา ธุรกิจโรงพยาบาล โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง	ซาอุดีอาระเบีย/เจดดาห์	30	45				ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สพบ./สคต. เจดดาห์	1 มิ.ย. 69	30 มิ.ย. 69	1,947,000			1,240,400	3,187,400
	5) โครงการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าสมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล (The Thai Herbs LEVEL UP)	สุขภาพ ความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง	ไทย	100	25		-		ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สพบ.	1 มี.ค. 69	30 ก.ย. 69	3,000,000			-	3,000,000
	6) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2025	สินค้าสุขภาพและความงาม	จีน/ฮ่องกง	25	70				ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สพบ./สคต. ฮ่องกง	12 พ.ย. 68	14 พ.ย. 68	5,540,600			179,200	5,719,800
	7) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2026 *** เตรียมงบปี 2570	สินค้าสุขภาพและความงาม	จีน/ฮ่องกง	-	-				ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สพบ./สคต. ฮ่องกง	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	5,443,200			-	5,443,200
2569-050201-002	โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ			118	2,320.00								28,052,400	-	-	6,383,900	34,436,300
	1) คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เยือนประเทศเอเชีย (Content Tokyo)	แอนิเมชัน/คาแรคเตอร์	ญี่ปุ่น/ โตเกียว	10	200					สพบ./สคต. โตเกียว	1 มิ.ย. 69	30 มิ.ย. 69	2,074,200			441,400	2,515,600
	2) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์สู่ตลาดสากล ตัวชี้วัด : เชิงปริมาณ แขกเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 250 ราย	ดิจิทัลคอนเทนท์	ไทย	-	-					สพบ./สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	31 ต.ค. 68	1,294,600			-	1,294,600
	3) งานแสดงสินค้า Marché International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2026	แอนิเมชัน	ฝรั่งเศส/ อานซี	8	720					สพบ./สคต. กรุงปารีส	1 มิ.ย. 69	30 มิ.ย. 69	2,396,000			187,800	2,583,800
	4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจโฆษณาเยือนเอเชีย	โฆษณา	ญี่ปุ่น/ โตเกียว	5	200					สพบ./สคต. โตเกียว	1 ก.ค. 69	31 ก.ค. 69	2,006,000			651,300	2,657,300
	5) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival 2026	ดิจิทัลคอนเทนต์	ไทย / กรุงเทพฯ	80	1,000					สพบ.	1 ก.ค. 69	31 ส.ค. 69	13,150,000			-	13,150,000
	6) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจซอฟต์แวร์เยือนเอเชีย	ซอฟแวร์	จีน/ เซินเจิ้น	8	200					สพบ./สคต. กวางโจว	1 ส.ค. 69	31 ส.ค. 69	2,506,000			837,000	3,343,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	7) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา) ตัวชี้วัด : เข้าพบหารือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยงาน	ดิจิทัลคอนเทนต์	สหรัฐอเมริกา/ลอสแองเจลิส	3	-					สพบ./ สคต. ลอสแองเจลิส	1 มี.ค. 69	31 มี.ค. 69	2,312,800			2,083,200	4,396,000
	8) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคยุโรป) ตัวชี้วัด : เข้าพบหารือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยงาน	ดิจิทัลคอนเทนต์	เยอรมนี/โคโลญจน์	4	-					สพบ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	1 มี.ค. 69	31 มี.ค. 69	2,312,800			2,183,200	4,496,000
2569-050201-003	โครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ			125	6,680	-	-	-	-				51,808,200	-	-	21,455,400	73,263,600
	1) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนประเทศญี่ปุ่น	ซีรีย์วาย/ GL/ ดนตรี	ญี่ปุ่น/ โตเกียว	15	310	-	-	-	-	สพบ./ สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	31 ต.ค. 68	3,206,200			719,000	3,925,200
	2) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2025	ภาพยนตร์/ รายการโทรทัศน์/ ซีรีส์/ แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	สหรัฐอเมริกา/ลอสแอนเจลิส	10	1,500	-	-	-	-	สพบ./ สคต. ลอสแอนเจอลีส	11 พ.ย. 68	16 พ.ย. 68	5,004,000			550,000	5,554,000
	3) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2025)	ภาพยนตร์/ รายการโทรทัศน์/ ซีรีส์/ แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	สิงคโปร์	15	520	-	-	-	-	สพบ./ สคต. สิงคโปร์	2 ธ.ค. 68	5 ธ.ค. 68	1,500,000			266,900	1,766,900
	4) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนจีน	ภาพยนตร์/ ซีรีส์/ แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง/ ดนตรี	ไต้หวัน/ ไทเป	15	250	-	-	-	-	สพบ./ สคต. มะนิลา (ส่วนที่ 2)	1 มิ.ย. 69	30 มิ.ย. 69	1,930,000			73,800	2,003,800
	5) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2026 (FILMART 2026)	ภาพยนตร์/ รายการโทรทัศน์/ ซีรีส์/ แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	จีน/ ฮ่องกง	30	2,500	-	-	-	-	สพบ./ สคต. ฮ่องกง	17 มี.ค. 69	20 มี.ค. 69	2,903,000			250,000	3,153,000
	6) กิจกรรมส่งเสริมตลาดธุรกิจบริการภาพยนตร์ไทยในประเทศเวียดนาม (Thai Film Festival in Vietnam 2026)	ภาพยนตร์/ ซีรีส์/ แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	เวียดนาม/ โฮจิมินห์	10	200	-	-	-	-	สพบ./ สคต. โฮจิมินห์	1 ก.ค. 69	31 ก.ค. 69	3,000,000			108,000	3,108,000
	7) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Cannes Film Festival 2026	ภาพยนตร์/ รายการโทรทัศน์/ ซีรีส์/ แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	ฝรั่งเศส/ คานส์	10	1,400	-	-	-	-	สพบ./ สคต. ปารีส	12 พ.ค. 69	20 พ.ค. 69	6,885,000			393,500	7,278,500

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	8) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Cannes Film Festival 2026	ภาพยนตร์/ รายการโทรทัศน์/ ซีรีส์/ แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	ฝรั่งเศส/ คานส์	20	-	-	-	-	-	สพบ./ สคต. ปารีส	12 พ.ค. 69	20 พ.ค. 69	21,180,000			13,995,000	35,175,000
	9) กิจกรรมผลักดันสินค้าและบริการสู่สากล ผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดและสื่อบันเทิงระดับโลก	สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบันเทิง	สหรัฐอเมริกา/ ลอสแอนเจอลีส	-	-	-	-	-	-	สพบ./ สคต. ลอสแอนเจลิส	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	500,000			5,099,200	5,599,200
	10) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2026) *** เตรียมการปีงบ 2570	ภาพยนตร์/รายการโทรทัศน์/ซีรีส์ /แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	สิงคโปร์	-	-	-	-	-	-	สพบ./ สคต. สิงคโปร์	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,500,000			-	1,500,000
	11) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2026 *** เตรียมการปีงบ 2570	ภาพยนตร์/รายการโทรทัศน์/ซีรีส์ / แอนิเมชั่นและบริการเกี่ยวเนื่อง	สหรัฐอเมริกา/ ลอสแอนเจลิส	-	-	-	-	-	-	สพบ./ สคต. ลอสแอนเจอลีส	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	2,200,000			-	2,200,000
	12) งาน Asian Contents & Film Market 2026 (ACFM 2026)** เตรียมการปีงบ 2570	ภาพยนตร์/ รายการโทรทัศน์/ซีรีส์/ แอนิเมชั่น และบริการเกี่ยวเนื่อง	สาธารณรัฐเกาหลี/ ปูซาน	-	-	-	-	-	-	สพบ./ สคต. โซล	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	2,000,000			-	2,000,000
2569-050201-004	โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ			20	45	-	-	-	-				6,001,000	-	-	391,500	6,392,500
	1) นิทรรศการ Packaging Pavillion ภายในงานแสดงสินค้า THAIFEX – Anuga Asia 2026	ธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์	ไทย	10	-	-	-	-	-	สพบ.	1 พ.ค. 69	31 พ.ค. 69	500,000			-	500,000
	2) งาน Tokyo Pack 2026 **เตรียมการปีงบ 70	ธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์	ญี่ปุ่น/ โตเกียว	-	-	-	-	-	-	สพบ./ สคต.โตเกียว	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	3,100,000			-	3,100,000
	3) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบริการ (สิ่งพิมพ์ และสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง) เยือนเอเชีย	สิ่งพิมพ์ และสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	ญี่ปุ่น/ โตเกียว	10	45	-	-	-	-	สพบ./ สคต.โตเกียว	1 ก.พ. 69	28 ก.พ. 69	2,401,000			391,500	2,792,500
2569-050201-005	โครงการส่งเสริมพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์			71	680								23,014,200	-	-	746,800	23,761,000
	1) งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)	โลจิสติกส์	ไทย/ เกาหลีใต้/ อินโดนีเซีย	71	680					สพบ./ สคต.โซล/ สคต. จากาตาร์	1 พ.ค. 69	31 ส.ค. 69	23,014,200	-	-	746,800	23,761,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่า เจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น				**1,298**	**3,386**								**140,300,000**	**-**	**-**	**6,998,300**	**147,298,300**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น				**1,298**	**3,386**								**140,300,000**	**-**	**-**	**6,998,300**	**147,298,300**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				1,298													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					3,386												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น													50,133,100				50,133,100
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																4,237,200	4,237,200
2569-050301-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์			83	125								50,133,100	-	-	4,237,200	54,370,300
	1) โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์ 1.1) งานแสดงสินค้า MAISON & OBJET January 2026 1.2) งานแสดงสินค้า HD Expo + Conference 2026 1.3) งานแสดงสินค้า INDEX 2026 1.4) งานแสดงสินค้า Tokyo Gift Show 2026	กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ อาทิ เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน ของขวัญ ของชำร่วย เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัว เป็นต้น	ไทย/ ฝรั่งเศส/ สหรัฐอเมริกา/ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์/ ญี่ปุ่น	45	80					สลต./ สคต. ปารีส/ สคต. ดูไบ/ สคต. ลอสแอนเจลิส/ สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	33,570,100			800,200	34,370,300
	2) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่น ปี 2569	สินค้าไลฟ์สไตล์ประเภท Material	ไทย/ ญี่ปุ่น	15	20					สลต./ สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	6,362,500			137,500	6,500,000
	3) โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2026	กลุ่มสินค้าของตกแต่งบ้านและโรงแรม อาทิ เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้านและโรงแรม และเคหะสิ่งทอ	ไทย/ อิตาลี	15	25					สลต./ สคต. มิลาน	1 ต.ค. 68	30 เม.ย. 69	9,804,500			195,500	10,000,000
	4) โครงการสร้างโอกาสทางการค้ากลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ในตลาดเป้าหมาย	สินค้าไลฟ์สไตล์	ฝรั่งเศส/ อิตาลี	8						สลต./ สคต. ปารีส/ สคต. มิลาน	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	396,000			3,104,000	3,500,000
2569-050301-002	โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)			1,000	3,000								49,000,000	-	-	-	49,000,000
	1) โครงการงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 73	สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	ไทย	1,000	3,000					สลต.	1 ต.ค. 68	31 มี.ค. 69	49,000,000			-	49,000,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-050301-003	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น			100	120	-	-	-	-				25,028,200	-	-	1,399,800	26,428,000
	1) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น/เวียดนาม)	สินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า/สิ่งทอ)	ญี่ปุ่น/เวียดนาม	20	20					สลต./สคต. โตเกียว/สคต. โฮจิมินห์	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	3,656,000			344,000	4,000,000
	2) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทย ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Fashion world Tokyo	สินค้าสิ่งทอ (เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม/ผ้าผืน)	ญี่ปุ่น	30	80					สลต./สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 เม.ย. 69	9,976,600			451,400	10,428,000
	3) โครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดสากล	สินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า)	ไทย	40	10					สลต.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	9,553,200			446,800	10,000,000
	4) โครงการส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ	สินค้าแฟชั่น (รองเท้า กระเป๋า เสื้อผ้า)	ฮ่องกง	10	10					สลต./สคต. ฮ่องกง	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,842,400			157,600	2,000,000
2569-050301-004	โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง	ไทย/ญี่ปุ่น	20	50					สลต. /สคต. โตเกียว	1 เม.ย. 69	31 พ.ค. 69	3,869,500	-	-	130,500	4,000,000
2569-050301-005	โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ Niche Market	สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ / สินค้าสำหรับแม่และเด็ก	ไทย/ญี่ปุ่น/เวียดนาม	40	40								5,185,200	-	-	314,800	5,500,000
	1) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ ประเทศญี่ปุ่น	สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+	ไทย/ญี่ปุ่น	**20**	**20**					สลต./สคต. โอซากา	1 มี.ค. 69	30 ก.ย. 69	2,283,200	-	-	216,800	**2,500,000**
	2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	สินค้าสำหรับแม่และเด็ก/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง/สินค้า BCG	ไทย/เวียดนาม	**20**	**20**					สลต. /สคต. เวียดนาม	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	2,902,000	-	-	98,000	**3,000,000**
2569-050301-006	โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไทย สู่ตลาดสากล	ผ้าไทย	ไทย/ญี่ปุ่น	10	1					สลต. /สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	772,000			228,000	1,000,000
2569-050301-007	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล	สินค้าแฟชั่นและสินค้าไลฟ์สไตล์	ไทย/ญี่ปุ่น	45	50					สลต. /สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	6,312,000	-	-	688,000	7,000,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล				**188**	**7,160**								**40,857,300**	**-**	**-**	**633,000**	**41,490,300**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล				**188**	**7,160**								**40,857,300**	**-**	**-**	**633,000**	**41,490,300**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				188													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					7,160												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล													40,857,300				40,857,300
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																633,000	633,000
2569-050401-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ			188	7,160			0.20					40,857,300	-	-	633,000	41,490,300
	1) โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2026	อาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์/เมืองดูไบ	158	7,060					สกอ./สคต. ดูไบ	26 ม.ค. 69	30 ม.ค. 69	11,449,600			633,000	12,082,600
	2) โครงการส่งเสริมสินค้าอาหารฮาลาล 5 จังหวัดชายแดนใต้เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	อาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	ไทย / จ.สงขลา	30	100					สกอ.	1 ธ.ค. 68	30 เม.ย. 69	1,031,000			-	1,031,000
	3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารฮาลาลในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569	อาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	ไทย / จ.นนทบุรี					0.20		สกอ.	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย. 69	3,340,000			-	3,340,000
	4) โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2027 (เตรียมการ)	อาหารและเครื่องดื่มฮาลาล	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์/เมืองดูไบ							สกอ./สคต. ดูไบ	1 ส.ค. 69	30 ก.ย. 69	25,036,700			-	25,036,700
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม				**83**	**680**								**17,651,000**	**-**	**-**	**8,273,000**	**25,924,000**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม				**83**	**680**								**17,651,000**	**-**	**-**	**8,273,000**	**25,924,000**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				83													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					680												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม													17,651,000				17,651,000
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			8,273,000	8,273,000
2569-050501-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม			58	600	-	-	-	-				16,268,800	-	-	7,987,600	24,256,400
	1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	สินค้าอุตสาหกรรม	ตูนีเซีย/เอธิโอเปีย/กาตาร์	20	300					สกอ./สคต. ไคโร/สคต. ไนโรบี/สคต. เตหะราน	1 มิ.ย. 69	31 ส.ค. 69	701,500			6,510,200	7,211,700
	2) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาคเอเชีย	สินค้าอุตสาหกรรม	อินเดีย/ศรีลังกา	20	100					สกอ./สคต. นิวเดลี/สคต. เจนไน	1 ก.พ. 69	30 เม.ย. 69	565,800			1,287,400	1,853,200
	3) งานแสดงสินค้า MEDICA 2025	สินค้าเครื่องมือแพทย์และเภสัชภัณฑ์	สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี/เมืองดุสเซลดอร์ฟ	18	200					สกอ./สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	17 พ.ย. 68	20 พ.ย. 68	5,000			190,000	195,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	4) งานแสดงสินค้า MEDICA 2026 (เตรียมการ)	สินค้าเครื่องมือแพทย์และเภสัชภัณฑ์	สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี/ เมืองดุสเซลดอร์ฟ							สกอ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	1 มี.ค. 69	30 ก.ย. 69	3,178,500			-	3,178,500
	5) งานแสดงสินค้า AAPEX 2026 (เตรียมการ)	สินค้าชิ้นส่วนยานยนต์	สหรัฐอเมริกา/ นครลาสเวกัส							สกอ./ สคต. ลอสแอนเจลิส	1 ก.พ. 69	30 ก.ย. 69	4,659,000			-	4,659,000
	6) งานแสดงสินค้า AUTOMECHANIKA DUBAI 2026 (เตรียมการ)	สินค้าชิ้นส่วนยานยนต์	สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์/ เมืองดูไบ							สกอ./ สคต. ดูไบ	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	7,159,000			-	7,159,000
2569-050501-002	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง			15	30	-	-	-	-				1,280,000	-	-	-	1,280,000
	1) โครงการส่งเสริมสินค้าสัตว์เลี้ยงบุกตลาดไต้หวัน (Taipei Pet Show 2026)	อาหารสัตว์เลี้ยง	ไต้หวัน	15	30					สกอ./ สคต. มะนิลา (ส่วนที่ 2)	1 มี.ค. 69	31 ก.ค. 69	1,280,000			-	1,280,000
2569-050501-003	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคต			10	50	-	-	-	-				102,200	-	-	285,400	387,600
	1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เยือนภูมิภาคอาเซียน	สินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	อินโดนีเซีย/ ฟิลิปปินส์	10	50					สกอ./ สคต. จาการ์ตา/ สคต. มะนิลา	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	102,200			285,400	387,600
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน				**150**	**35**								**10,126,800**	**-**	**-**	**362,000**	**10,488,800**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า				**50**									**2,188,800**	**-**	**-**	**-**	**2,188,800**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				50													
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า													2,188,800				2,188,800
2569-050601-001	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืน			50		65							2,188,800	-	-	-	2,188,800
	1) โครงการคูหานิทรรศการอาหารเพื่อความยั่งยืน ภายในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)	สินค้าอาหารอนาคต	ไทย	50		65				สกอ.	1 ม.ค. 69	31 ก.ค. 69	2,188,800			-	2,188,800

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน				**100**	**35**								**7,938,000**	**-**	**-**	**362,000**	**8,300,000**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				100													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					35												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน													7,938,000				7,938,000
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																362,000	362,000
2569-050602-001	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน			100	35								7,938,000	-	-	362,000	8,300,000
	1) โครงการสร้างเวทีจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับนักวิจัยด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่สากล	ทุกสินค้า	ไทย	45						สสม.	1 ต.ค. 68	30 มิ.ย. 69	1,000,000			-	1,000,000
	2) กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวในตลาดต่างประเทศ (1) Australia (2) Japan	ทุกสินค้า	ออสเตรเลีย/ญี่ปุ่น	35	35					สสม./สคต. ซิดนีย์/สคต.โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ส.ค. 69	4,438,000				4,438,000
	3) โครงการเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่ความยั่งยืน - กิจกรรมพัฒนาผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรและอุตสาหกรรม (DEWA & DEWI)	ทุกสินค้า	ไทย	20						สสม.	1 ต.ค. 68	30 ก.ค. 69	2,500,000				2,500,000
06 โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ				**600**	**40**			**55.00**					**129,887,900**	**-**	**-**	**800,000**	**130,687,900**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก				**450**	**40**			**45.00**					**103,036,100**	**-**	**-**	**-**	**103,036,100**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก				**450**	**40**			**45.00**					**103,036,100**	**-**	**-**	**-**	**103,036,100**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				450													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					40												
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย								45.00									
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก													103,036,100				103,036,100
2569-060101-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยสู่ตลาดโลก			135	35	-	-	14.90	-				24,636,100	-	-	-	24,636,100
	1) โครงการยกระดับภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ	ร้านอาหารไทย	ทั่วโลก					3.00		สกอ./สคต. ทั่วโลก	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	12,000,000			-	12,000,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	2) โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป โดยการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ประจำปี 2569	สินค้าอาหารไทย	ไทย	70						สกอ.	1 พ.ย. 68	30 ก.ย. 69	1,000,000			-	1,000,000
	3) โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – ANUGA ASIA	สินค้าอาหารไทยและร้านอาหาร	ไทย	65	35			0.10		สกอ.	1 ม.ค. 69	30 มิ.ย. 69	3,200,000			-	3,200,000
	4) โครงการสร้างการรับรู้อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านสื่อศักยภาพยุคใหม่	อาหารไทย	ไทย					6.00		สกอ.	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	5,000,000			-	5,000,000
	5) โครงการประชาสัมพันธ์อาหารไทยและสินค้าที่เกี่ยวเนื่องผ่านสื่อโซเชียล	สินค้าและธุรกิจบริการอาหารไทย	ไทย					0.30		สกอ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	6) โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และครัวไทยสู่โลก	สินค้าอาหารไทย	ไทย					5.50		สกอ.	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	2,936,100			-	2,936,100
2569-060101-002	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคอเมริกาเหนือ			64	-	-	-	5.40	-				23,600,000	-	-	-	23,600,000
	1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันออก ปีงบประมาณ 2569	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	สหรัฐอเมริกา/นครนิวยอร์กและเขตอาณา	20				2.00		สกอ./ สคต. นิวยอร์ก	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	10,000,000			-	10,000,000
	2) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในตลาดสหรัฐอเมริกา ฝั่งตะวันตก ประจำปี 2569	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	สหรัฐอเมริกา ฝั่งตะวันตก	20				2.00		สกอ./ สคต. ลอสแอนเจลิส	1 ต.ค. 68	31 พ.ค. 69	10,000,000			-	10,000,000
	3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และผลักดัน Soft Power อาหารไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกาและแคริเบียน ผ่านการประชาสัมพันธ์โดย Celebrity Chef และผู้มีอิทธิพลด้านอาหาร (Foodies)	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	สหรัฐอเมริกา เครือรัฐเปอร์โตริโก และสาธารณรัฐโดมินิกัน	7				1.00		สกอ./ สคต. ไมอามี	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	1,300,000			-	1,300,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐอเมริกา	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	สหรัฐอเมริกา/ รัฐในเขตตะวันตกตอนกลาง	7				0.20		สกอ./ สคต. ชิคาโก	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,300,000			-	1,300,000
	5) โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ Thai SELECT ในแคนาดา ปี 2569	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	แคนาดา ฝั่งตะวันออก	5				0.20		สกอ./ สคต. โทรอนโต	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	6) โครงการจัดกิจกรรม Thai SELECT ในตลาดแคนาดา	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	แคนาดา ฝั่งตะวันออก	5						สกอ./ สคต. แวนคูเวอร์	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
2569-060101-003	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคยุโรป			71	-	-	-	14.50	-				16,100,000	-	-	-	16,100,000
	1) โครงการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร Thai SELECT และสินค้าอาหารไทยในสหราชอาณาจักร	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	สหราชอาณาจักร/ ลอนดอน	15				1.00		สกอ./ สคต. ลอนดอน	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	5,500,000			-	5,500,000
	2) โครงการสร้างกระแสนิยมอาหารไทยและการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในฝรั่งเศส	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	ฝรั่งเศส/กรุงปารีสและเขตปริมณฑล	10				0.50		สกอ./ สคต. ปารีส	1 มิ.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,800,000			-	1,800,000
	3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเยอรมนีและสวิตเซอร์แลนด์	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	เยอรมนี และสวิตเซอร์แลนด์	10				0.50		สกอ./ สคต. เบอร์ลิน/ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	2,000,000			-	2,000,000
	4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยในเบเนลักซ์	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	เนเธอร์แลนด์ เบลเยี่ยม และลักเซมเบิร์ก	10				-		สกอ./ สคต. เฮก	1 ก.พ. 69	30 มิ.ย. 69	1,200,000			-	1,200,000
	5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจอาหารไทย บริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในกลุ่มประเทศนอร์ดิก	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์	6				1.50		สกอ./ สคต. โคเปนเฮเกน	1 ม.ค. 69	30 ก.ย. 69	1,200,000			-	1,200,000
	6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และร้านอาหาร Thai SELECT ในอิตาลี	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	ประเทศอิตาลี เมืองมิลาน และกรุงโรม	6				-		สกอ./ สคต. มิลาน	1 พ.ค. 69	31 ก.ค. 69	1,200,000			-	1,200,000
	7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ครัวไทยในสเปนและโปรตุเกส	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	สเปน และโปรตุเกส	6				10.00		สกอ./ สคต. มาดริด	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,200,000			-	1,200,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดยุโรปตะวันออก	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	เช็ก/ ออสเตรีย/ ฮังการี/ โปแลนด์	8				1.00		สกอ./ สคต. ปราก/ สคต. เวียนนา/ สคต. บูดาเปสต์/ สคต. วอร์ซอ	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	2,000,000			-	2,000,000
2569-060101-004	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในอาเซียน			46	-	-	-	1.60	-				7,150,000	-	-	-	7,150,000
	1) โครงการ Thai Select..Thai Food Journey week 2026	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	อินโดนีเซีย	5				0.50		สกอ./ สคต. จาการ์ตา	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	1,350,000			-	1,350,000
	2) โครงการ Thai SELECT ในประเทศฟิลิปปินส์	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	ฟิลิปปินส์	4				-		สกอ./ สคต. มะนิลา	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	1,100,000			-	1,100,000
	3) โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารไทยและร้านอาหาร Thai SELECT ในตลาดเวียดนาม	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	เวียดนาม/ กรุงฮานอย เมืองรองอาทิ นครญาจาง	15				0.50		สกอ./ สคต. โฮจิมินห์/ สคต. ฮานอย	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	2,000,000			-	2,000,000
	4) โครงการประชาสัมพันธ์ตรา Thai SELECT และร้านอาหารไทยในเมียนมา	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	เมียนมา	2				0.10		สกอ./ สคต. ย่างกุ้ง	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	มาเลเซีย/ กรุงกัวลาลัมเปอร์	15				0.50		สกอ./ สคต. กัวลาลัมเปอร์	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,400,000			-	1,400,000
	6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสิงคโปร์	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	สิงคโปร์	5						สกอ./ สคต. สิงคโปร์	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	800,000			-	800,000
2569-060101-005	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในเอเชียตะวันออกและโอเชียเนีย			42	-	-	-	1.40	-				10,000,000	-	-	-	10,000,000
	1) โครงการส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสินค้า Thai SELECT ในตลาดญี่ปุ่น	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	ญี่ปุ่น/ ทั่วประเทศ	25				0.10		สกอ./ สคต. ในญี่ปุ่น	1 ก.พ. 69	30 ก.ย. 69	5,000,000			-	5,000,000
	2) โครงการขยายการบริโภคร้านอาหาร Thai SELECT ในเกาหลีใต้	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	เกาหลีใต้	10				1.00		สกอ./ สคต. โซล	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,500,000			-	1,500,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในไต้หวัน	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	ไต้หวัน	2				0.10		สกอ./สคต. มะนิลา ส่วนที่ 2	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	800,000			-	800,000
	4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดออสเตรเลีย	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	ออสเตรเลีย	5				0.20		สกอ./สคต. ซิดนีย์	1 ต.ค. 68	31 พ.ค. 69	2,700,000			-	2,700,000
2569-060101-006	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน			42	-	-	-	3.30	-				6,800,000	-	-	-	6,800,000
	1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในฮ่องกงและมาเก๊า	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	ฮ่องกง และมาเก๊า	10				0.30		สกอ./สคต. ฮ่องกง	1 ม.ค. 69	30 มิ.ย. 69	1,200,000			-	1,200,000
	2) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย นครเซี่ยงไฮ้	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	จีน	5				0.50		สกอ./สคต. เซี่ยงไฮ้	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย. 69	800,000			-	800,000
	3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน ณ มณฑลกวางตุ้ง ไห่หนาน และหูเป่ย	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	จีน/ มณฑลกวางตุ้ง ไห่หนาน หูเป่ย	5				0.50		สกอ./สคต. กวางโจว	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย. 69	800,000			-	800,000
	4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการร้านอาหารไทย และเครื่องหมาย Thai SELECT ในมณฑลยูนนาน	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	จีน/ มณฑลยูนนาน	5				0.50		สกอ./สคต. คุนหมิง	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	800,000			-	800,000
	5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยเมืองหนานหนิง	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	จีน/เมืองหนานหนิง	4				0.50		สกอ./สคต. หนานหนิง	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	800,000			-	800,000
	6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีน (เฉิงตู)	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	จีน/ นครเฉิงตู	5				0.20		สกอ./สคต. เฉิงตู	1 เม.ย. 69	30 มิ.ย. 69	800,000			-	800,000
	7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย Thai SELECT เมืองเซี่ยเหมิน	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	จีน/ เมืองเซี่ยเหมิน	4				0.30		สกอ./สคต. เซี่ยเหมิน	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	800,000			-	800,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีนตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	จีน/ เมืองชิงต่าว	4				0.50		สกอ./สคต. ชิงต่าว	1 ต.ค. 68	31 มี.ค. 69	800,000			-	800,000
2569-060101-007	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดใหม่			50	5	-	-	3.90	-				14,750,000	-	-	-	14,750,000
	1) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai Select ประจำปีงบประมาณ 2569 เขตอินเดียตะวันตก	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	อินเดียตะวันตก	7				0.50		สกอ./สคต. มุมไบ	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,800,000			-	1,800,000
	2) โครงการ "Discover Thai Flavor" ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดอินเดีย	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	อินเดีย/ เมืองนิวเดลีและกัลกัตตา	5				0.10		สกอ./สคต. นิวเดลี	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	700,000			-	700,000
	3) โครงการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ Thai SELECT ในอินเดียใต้	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	อินเดียใต้	5				0.50		สกอ./สคต. เจนไน	1 เม.ย. 69	30 ก.ย. 69	1,000,000			-	1,000,000
	4) โครงการ Thai SELECT 2026 ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และเขตอาณา	20	5			1.00		สกอ./สคต. ดูไบ	1 ก.พ. 69	30 ก.ย. 69	8,000,000			-	8,000,000
	5) โครงการผลักดันสินค้าอาหารไทยในตลาดตุรกีผ่านสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียง (Influencer)	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	ตุรกี/ เมืองอิสตันบูล	2				0.50		สกอ./สคต. อิสตันบูล	1 ก.พ. 69	30 มิ.ย. 69	700,000			-	700,000
	6) โครงการประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในอิสราเอล	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	อิสราเอล/เทลอาวีฟ	1				0.10		สกอ./สคต. เทลอาวีฟ	1 พ.ค. 69	30 มิ.ย. 69	500,000			-	500,000
	7) งานเทศกาลอาหารไทยในอียิปต์ประจำปี 2569	อาหารไทย และร้านอาหารไทย	ประเทศอียิปต์/กรุงไคโร	5				1.00		สกอ./สคต. ไคโร	1 ม.ค. 69	30 เม.ย. 69	700,000			-	700,000
	8)โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในแอฟริกาตะวันออก ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	เคนยา แทนซาเนียและยูกานดา	2				-		สกอ./สคต. ไนโรบี	1 พ.ค. 69	30 มิ.ย. 69	500,000			-	500,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/ คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/ สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	9) โครงการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย "Thai SELECT...For You"	อาหารไทยและร้านอาหารไทย	เม็กซิโก	3	-			0.20		สกอ./ สคต. เม็กซิโก	1 ม.ค. 69	31 มี.ค. 69	850,000			-	850,000
กิจกรรมหลัก : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ				**150**									**18,283,800**	**-**	**-**	**136,200**	**18,420,000**
กิจกรรมย่อย : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ				**150**									**18,283,800**	**-**	**-**	**136,200**	**18,420,000**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและสร้างมูลค่าเพิ่ม																	
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการสร้างแบรนด์การค้าประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ													18,283,800				18,283,800
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																136,200	136,200
2569-060201-001	โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ			150									18,283,800	-	-	136,200	18,420,000
	1) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าบริการผ่านความร่วมมือด้านการออกแบบ	ไลฟ์สไตล์ แฟชั่น เฟอร์นิเจอร์ บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	ไทย/ ญี่ปุ่น	30						สสม./ สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	4,008,700			-	4,008,700
	2) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านสินค้าและบริการที่มีการออกแบบดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (DEmark)	เฟอร์นิเจอร์ ไลฟ์สไตล์ แฟชั่น อุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์ กราฟฟิก	ไทย/ ญี่ปุ่น/ สเปน	120						สสม./ สคต. โตเกียว/ สคต. มาดริด	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	14,275,100			136,200	14,411,300
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ								**10.00**					**8,568,000**	**-**	**-**	**663,800**	**9,231,800**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ								**10.00**					**8,568,000**	**-**	**-**	**663,800**	**9,231,800**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย																	
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ													8,568,000				8,568,000
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																663,800	663,800
2569-060301-001	โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์แบรนดิ้งประเทศภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL							7.50					5,068,000	-	-	-	5,068,000
	1) โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในต่างประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL	ภาพรวมการค้าและบริการของไทยที่เป็น NEXT LEVEL	ทุกตลาด					7.50		สปส.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	5,068,000			-	5,068,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมือง ที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-060301-002	โครงการยกระดับการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการซอฟต์พาวเวอร์ไทย ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ							1.50					1,200,000	-	-	-	1,200,000
	1) โครงการดำเนินการจัดทำ จัดพิมพ์และเผยแพร่นิตยสาร THINK TRADE THINK DITP ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ	สินค้าและบริการเป้าหมายในอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์	ไทย					1.50		สปส.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,200,000			-	1,200,000
2569-060301-003	โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และยกระดับภาพลักษณ์องค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านการค้าระหว่างประเทศ							1.00					2,180,800	-	-	-	2,180,800
	1) โครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพลักษณ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ด้วยรายงานผลการดำเนินงานประจำปี (Annual Report) (ตัวชี้วัด : จำนวน 1 รายงาน)	ทุกตลาด	ไทย							สปส.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	380,800			-	380,800
	2) โครงการจัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ประกอบการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ตัวชี้วัด : จำนวนในการจัดซื้อสื่อร้อยละ 80)	สินค้าบริการไทย และกิจกรรมต่างๆของกรม	ไทย							สปส	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	300,000			-	300,000
	3) โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media)	กิจกรรมกรมฯ	ไทย					0.50		สปส.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	4) โครงการจัดซื้อบริการข้อมูลข่าวสาร จากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์	ทุกตลาด	ไทย					0.50		สปส.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000
	5) โครงการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย (ตัวชี้วัด : จำนวน 100 ข่าว)	ทุกตลาด	ไทย							สปส.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	500,000			-	500,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-060301-004	โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในตลาดต่างประเทศ							-					119,200	-	-	663,800	783,000
	1) โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยในตลาดต่างประเทศ	สินค้าบริการไทย และกิจกรรมต่างๆของกรม	ญี่ปุ่น/จีน (ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ ฮ่องกง คุนหมิง ฉางชุน)							สปส./สคต. เซี่ยงไฮ้/สคต. ฮ่องกง/สคต. คุนหมิง/สคต. ชิงต่าว/สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	119,200			663,800	783,000
07 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล				**26,000**	**2,750**								**26,486,700**	**10,000,000**	**-**	**367,900**	**36,854,600**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล				**26,000**	**2,750**								**26,486,700**	**10,000,000**	**-**	**367,900**	**36,854,600**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล				**26,000**	**2,750**								**26,486,700**	**10,000,000**	**-**	**367,900**	**36,854,600**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce				26,000													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์					2,750												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล													26,486,700				26,486,700
งบรายจ่ายอื่น : ค่าครุภัณฑ์ พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Platform) 1 ระบบ														10,000,000			10,000,000
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																367,900	367,900
2569-070101-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ			500	350	700							15,486,700	-	-	367,900	15,854,600
	1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ	ทุกสินค้า	ทั่วโลก	80	80					สตพ./สคต.ทุกแห่ง	1 ธ.ค. 68	31 ส.ค. 69	4,286,700			367,900	4,654,600
	2) โครงการส่งเสริมการค้าออนไลน์สู่ตลาดโลก (Cross-Border e-Commerce)	ทุกสินค้า	ทั่วโลก	420	120					สตพ./สคต.ทุกแห่ง	1 ต.ค. 68	31 ส.ค. 69	2,000,000			-	2,000,000
	3) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในสหรัฐอเมริกาผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce	อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม	สหรัฐอเมริกา		20	200				สตพ./ สคต. ลอสแอนเจลิส	1 ม.ค. 69	31 ส.ค. 69	3,000,000			-	3,000,000
	4) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce	อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม	ญี่ปุ่น		120	500				สตพ./สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	5,000,000			-	5,000,000
	5) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เนเธอร์แลนด์	อาหาร เครื่องดื่ม	เนเธอร์แลนด์		5					สตพ./สคต. เฮก	1 เม.ย. 69	31 ส.ค. 69	500,000			-	500,000
	6) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เวียดนาม	อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม	เวียดนาม		5					สตพ./สคต. โฮจิมินห์	1 พ.ค. 69	31 ส.ค. 69	700,000			-	700,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
2569-070101-002	โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล			25,500	2,400								10,000,000	10,000,000	-	-	20,000,000
	1) โครงการศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center)	ทุกสินค้าและบริการ	ไทย	25,500	2,400					สตพ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	10,000,000			-	10,000,000
	2) โครงการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ National E-Commerce Platform ตัวชี้วัด : ระบบสามารถให้บริการได้อย่างสมบูรณ์ มีเวลา downtime ไม่เกินร้อยละ 1		ไทย							สตพ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	-	10,000,000		-	10,000,000
2569-070101-003	โครงการขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย												1,000,000	-	-	-	1,000,000
	1) โครงการขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย ตัวชี้วัด : จำนวนข้อมูลเอกสาร/รายงานเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ 4 ชิ้นงาน	-	ไทย							สตพ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,000,000			-	1,000,000
08 โครงการ : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล				**255**	**72**								**24,705,500**	**-**	**-**	**361,400**	**25,066,900**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล				**255**	**72**								**24,705,500**	**-**	**-**	**361,400**	**25,066,900**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล				**255**	**72**								**24,705,500**	**-**	**-**	**361,400**	**25,066,900**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				255													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					72												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล													24,705,500				24,705,500
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			361,400	361,400
2569-080101-001	โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล			255	72								24,705,500	-	-	361,400	25,066,900
	1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers Room/Talent Thai/Creative Studio Promotion)	ไลฟ์สไตล์/แฟชั่น	ไทย/สหรัฐอเมริกา/ฝรั่งเศส/จีน	105	62					สสม./สคต. ปารีส/สคต. เซี่ยงไฮ้/สคต. นิวยอร์ก	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	15,205,500			361,400	15,566,900
	2) โครงการส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy สู่ตลาดต่างประเทศ	Art Toy	ไทย	20						สสม.	1 ต.ค. 68	30 มิ.ย. 69	1,500,000				1,500,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	3) โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Service Society)	อาหารเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการ	ไทย	30						สสม.	1 ต.ค. 68	30 มิ.ย. 69	1,500,000			-	1,500,000
	4) โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยเพื่อความยั่งยืน (IDEA LAB)	อาหารเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการ	ไทย	80						สสม.	1 เม.ย. 68	30 ก.ย. 69	5,000,000			-	5,000,000
	5) โครงการส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล	อาหารเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการ	ไทย	20	10					สสม.	1 เม.ย. 68	30 ก.ย. 69	1,500,000			-	1,500,000
แผนงาน : แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์				**272**	**1,267**								**64,448,700**	**-**	**-**	**3,498,500**	**67,947,200**
09 โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล				**272**	**1,267**								**64,448,700**	**-**	**-**	**3,498,500**	**67,947,200**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น				**70**	**30**								**17,834,500**	**-**	**-**	**1,168,400**	**19,002,900**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น				**70**	**30**								**17,834,500**	**-**	**-**	**1,168,400**	**19,002,900**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				70													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟพาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					30												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟพาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น													17,834,500				17,834,500
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			1,168,400	1,168,400
2569-090301-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล	เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับ	ไทย/ฝรั่งเศส/ญี่ปุ่น	70	30					สลต./สคต. ปารีส/สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	17,834,500			1,168,400	19,002,900
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ				**75**	**25**								**22,495,200**	**-**	**-**	**1,676,200**	**24,171,400**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ				**75**	**25**								**22,495,200**	**-**	**-**	**1,676,200**	**24,171,400**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				75													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟพาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					25												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ													22,495,200				22,495,200
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																1,676,200	1,676,200
2569-090201-001	โครงการนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ			75	25								22,495,200	-	-	1,676,200	24,171,400
	1) การเข้าร่วมเทศกาล Dutch Design Week	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	เนเธอร์แลนด์	15	5					สสม./สคต. เฮก	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	4,680,700			181,600	4,862,300
	2) การเข้าร่วมเทศกาล Milan Design Week 2026	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	อิตาลี/ มิลาน	20	10					สสม./สคต. มิลาน	1 ต.ค. 68	30 เม.ย. 69	8,487,700			639,200	9,126,900
	3) การเข้าร่วมเทศกาล Design Shanghai 2026	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	จีน/ เซี่ยงไฮ้	20	5					สสม./สคต. เซี่ยงไฮ้	1 ต.ค. 68	31 มี.ค. 69	6,630,600			373,800	7,004,400
	4) กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในสาธารณรัฐเกาหลี	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	เกาหลีใต้/ โซล	20	5					สสม./สคต. นิวยอร์ก	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	2,620,700			224,400	2,845,100

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	3) โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Service Society)	อาหารเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการ	ไทย	30						สสม.	1 ต.ค. 68	30 มิ.ย. 69	1,500,000			-	1,500,000
	4) โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยเพื่อความยั่งยืน (IDEA LAB)	อาหารเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการ	ไทย	80						สสม.	1 เม.ย. 68	30 ก.ย. 69	5,000,000			-	5,000,000
	5) โครงการส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล	อาหารเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการ	ไทย	20	10					สสม.	1 เม.ย. 68	30 ก.ย. 69	1,500,000			-	1,500,000
แผนงาน : แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์				**272**	**1,267**								**64,448,700**	**-**	**-**	**3,498,500**	**67,947,200**
09 โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล				**272**	**1,267**								**64,448,700**	**-**	**-**	**3,498,500**	**67,947,200**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น				**70**	**30**								**17,834,500**	**-**	**-**	**1,168,400**	**19,002,900**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น				**70**	**30**								**17,834,500**	**-**	**-**	**1,168,400**	**19,002,900**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				70													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟพาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					30												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟพาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น													17,834,500				17,834,500
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			1,168,400	1,168,400
2569-090101-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล	เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับ	ไทย/ฝรั่งเศส/ญี่ปุ่น	70	30					สลต./สคต. ปารีส/สคต. โตเกียว	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	17,834,500			1,168,400	19,002,900
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ				**75**	**25**								**22,495,200**	**-**	**-**	**1,676,200**	**24,171,400**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ				**75**	**25**								**22,495,200**	**-**	**-**	**1,676,200**	**24,171,400**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				75													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟพาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					25												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ													22,495,200				22,495,200
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว																1,676,200	1,676,200
2569-090201-001	โครงการนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ			75	25								22,495,200	-	-	1,676,200	24,171,400
	1) การเข้าร่วมเทศกาล Dutch Design Week	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	เนเธอร์แลนด์	15	5					สสม./สคต. เฮก	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	4,680,700			181,600	4,862,300
	2) การเข้าร่วมเทศกาล Milan Design Week 2026	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	อิตาลี/ มิลาน	20	10					สสม./สคต. มิลาน	1 ต.ค. 68	30 เม.ย. 69	8,487,700			639,200	9,126,900
	3) การเข้าร่วมเทศกาล Design Shanghai 2026	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	จีน/ เซี่ยงไฮ้	20	5					สสม./สคต. เซี่ยงไฮ้	1 ต.ค. 68	31 มี.ค. 69	6,630,600			373,800	7,004,400
	4) กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในสาธารณรัฐเกาหลี	บริการออกแบบ ออกแบบ/แฟชั่น	เกาหลีใต้/ โซล	20	5					สสม./สคต. นิวยอร์ก	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	2,620,700			224,400	2,845,100

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	5) กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในราชอาณาจักรสเปน	สินค้า/บริการด้านการออกแบบ	สเปน/ มาดริด	-	-					สสม./ สคต. มาดริด	1 ต.ค. 68	31 พ.ค. 69	75,500			257,200	332,700
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีย์				**127**	**1,212**								**24,119,000**	**-**	**-**	**653,900**	**24,772,900**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีย์				**127**	**1,212**								**24,119,000**	**-**	**-**	**653,900**	**24,772,900**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				127													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟพาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					1,212												
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ													24,119,000				24,119,000
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว													-			653,900	653,900
2569-090301-001	โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ			127	1,212								24,119,000	-	-	653,900	24,772,900
	โครงการนำผู้ประกอบการเกมไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ			42	1,150								9,098,000	-	-	338,200	9,436,200
	1) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2025	บอร์ดเกม	เยอรมนี/ เอ็สเซิน	17	350					สพบ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	23 ต.ค. 68	26 ต.ค. 68	378,600			190,000	568,600
	2) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2026 **เตรียมการปีงบ 2570	บอร์ดเกม	เยอรมนี/ เอ็สเซิน							สพบ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	4,053,600			-	4,053,600
	3) งานแสดงสินค้า Tokyo Game Show 2026	เกม	ญี่ปุ่น/ โตเกียว	25	800					สพบ./ สคต. โตเกียว	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	4,665,800			148,200	4,814,000
	หนังสือ			85	62								15,021,000	-	-	315,700	15,336,700
	1) กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ Bangkok Rights Fair 2026	ธุรกิจสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	ไทย	28	30					สพบ.	1 มี.ค. 69	31 มี.ค. 69	500,000				500,000
	2) งาน Taipei International Book Exhibition 2026	ธุรกิจสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	จีน/ ไต้หวัน	25	15					สพบ./ สคต. มะนิลา ส่วนที่ 2	1 ก.พ. 69	28 ก.พ. 69	8,020,000				8,020,000
	3) งาน Seoul International Book Fair 2026	ธุรกิจสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	เกาหลีใต้/ โซล	22	12					สพบ./ สคต.โซล	1 มิ.ย. 69	30 มิ.ย. 69	2,990,000			128,000	3,118,000
	4) งาน Frankfurt Book Fair 2025	ธุรกิจสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	เยอรมนี/ แฟรงก์เฟิร์ต	10	5					สพบ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	15 ต.ค. 68	19 ต.ค. 68	331,000			187,700	518,700
	5) งาน Frankfurt Book Fair 2026 ** เตรียมการปีงบ 70	ธุรกิจสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	เยอรมนี/ แฟรงก์เฟิร์ต							สพบ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต	1 ก.ย. 69	30 ก.ย. 69	3,180,000				3,180,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ				84,900									13,600,000	2,575,800	-	-	16,175,800
10 โครงการ : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล				84,900									13,600,000	2,575,800	-	-	16,175,800
กิจกรรมหลัก : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล				84,900									13,600,000	2,575,800	-	-	16,175,800
กิจกรรมย่อย : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล				84,900									13,600,000	2,575,800	-	-	16,175,800
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ				84,900													
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ									90								
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล									60								
งบรายจ่ายอื่น : ครุภัณฑ์ พัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า 1 ระบบ													-	2,575,800			2,575,800
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล				84,900									13,600,000	-	-	-	13,600,000
2569-100101-001	โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า ตัวชี้วัด: - แพลตฟอร์มกลางเพื่ออำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าและยกระดับบริการดิจิทัล ที่พัฒนาแล้วเสร็จ จำนวน 1 ระบบ **ผูกพันงบประมาณ 2 ปี** **ปี 69 = 2,579,800.- บาท** **ปี 70 = 10,303,200.- บาท**	ทุกสินค้า	ไทย							สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 70	-	2,575,800	-	-	2,575,800
2569-100101-002	โครงการบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2569		ไทย	65,500					ความพึงพอใจ ร้อยละ 90	สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	6,700,000	-	-	-	6,700,000
	1) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า THAIFEX-HOREC ASIA 2026	กลุ่มเบเกอรี่และไอศกรีม กลุ่มคาเฟ่และบาร์ กลุ่มการทำความสะอาดและซักรีด กลุ่มการรับประทานอาหาร กลุ่มเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มห้องครัว กลุ่มการให้บริการ กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มสุขภาพ	ไทย	5,500					ความพึงพอใจ ร้อยละ 90	สสบ.	1 ต.ค. 68	30 เม.ย. 69	2,000,000	-	-	-	2,000,000
	2) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอาหาร ปี 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)	กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม	ไทย	56,000					ความพึงพอใจ ร้อยละ 90	สสบ.	1 ต.ค. 68	31 ก.ค. 69	3,700,000	-	-	-	3,700,000

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการเป้าหมาย	ประเทศ/เมืองที่จัดกิจกรรม	ค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัด						หน่วยงาน	ระยะเวลา		เงินงบประมาณ เบิกจ่ายในลักษณะ				
				ผู้ประกอบการ	มูลค่าเจรจา	สินค้า	สาขา/คู่ค้า	รับรู้สื่อ	พึงพอใจ/สำเร็จ/สัดส่วน		เริ่มต้น	สิ้นสุด	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวมทั้งสิ้น
	3) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)	ธุรกิจบริการโลจิสติกส์และที่เกี่ยวข้อง	ไทย	4,000					ความพึงพอใจ ร้อยละ 90	สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	1,000,000	-	-	-	1,000,000
2569-100101-003	โครงการสร้างและยกระดับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล ปีงบประมาณ 2569	ทุกสินค้า	ไทย	18,500					ความพึงพอใจ ร้อยละ 90	สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	6,000,000	-	-	-	6,000,000
2569-100101-004	โครงการประชาสัมพันธ์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	ทุกสินค้า	ไทย	900					ความพึงพอใจ ร้อยละ 90	สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	900,000	-	-	-	900,000
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล									**100.00**				**2,030,000**	**-**	**-**	**-**	**2,030,000**
11 โครงการ : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ									**100.00**				**2,030,000**	**-**	**-**	**-**	**2,030,000**
กิจกรรมหลัก : การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ									**100.00**				**2,030,000**	**-**	**-**	**-**	**2,030,000**
กิจกรรมย่อย : การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ									**100.00**				**2,030,000**	**-**	**-**	**-**	**2,030,000**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด : ร้อยละของความสำเร็จของการดำเนินโครงการตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนดที่กำหนด									100.00								
งบดำเนินงาน : ค่าบริการหรือจัดหาระบบคลาวด์ (รายจ่ายลงทุน)													2,030,000	-	-	-	2,030,000
2569-110101-001	โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ (ตัวชี้วัด: ระบบสารสนเทศกรมสามารถให้บริการบนระบบคลาวด์ ได้ 2 ระบบ)	ไม่ใช่สินค้าบริการ	ไทย						100.00	สสบ.	1 ต.ค. 68	30 ก.ย. 69	2,030,000				2,030,000

รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม

(Project Profile)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ
สู่เศรษฐกิจยุคใหม่
(New Economy Academy)

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ (เทียบเท่าผลผลิต) พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)

กิจกรรมหลัก : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางสาวธนัญญ์พัฒน์ เรืองธนายศ ...โทรศัพท์...02 5078147.....

โทรสาร...0 2547-4298 E-mail address nea1@ditp.go.th .....

2. หลักการและเหตุผล

การค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ โดยเฉพาะในเรื่องการส่งออกซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยมีการขยายตัว ในทางกลับกัน การค้าระหว่างประเทศมีการแข่งขันมากขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดด ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs ที่ต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านการพัฒนาทางด้านความรู้ ทักษะการทำงาน และเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในพัฒนาและปรับปรุงการผลิตสินค้าในการสร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างสินค้าและบริการให้มีมูลค่าและมีนวัตกรรมมากขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศได้ ดังนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ จึงให้การสนับสนุนผู้ประกอบการให้เกิดการค้ายุคใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้และขีดความสามารถ และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพ สามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความก้าวหน้าอย่างมั่นคง และสามารถแข่งขันในระดับเวทีการค้าโลกได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนผู้ประกอบการโดยเฉพาะ SMEs ในการดำเนินธุรกิจและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก รวมทั้งบ่มเพาะผู้ประกอบการไทยให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย Soft Power เพื่อนำองค์ความรู้ไปใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการไทยให้เป็นที่รู้จัก ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในตลาดโลกมากยิ่งขึ้น

สำหรับทิศทางในการขับเคลื่อนการบ่มเพาะผู้ประกอบการและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ประกอบด้วย 1) เปลี่ยนเกษตรกรแบบดั้งเดิมเป็นเกษตรกรที่ทันสมัย (Smart Farmer) 2) เปลี่ยนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แบบดั้งเดิมเป็นแบบทันสมัย (Smart SMEs) 3) เปลี่ยนธุรกิจบริการแบบดั้งเดิม เป็นธุรกิจที่ให้บริการที่มีมูลค่าสูง (High Value Services) 4) เปลี่ยนแรงงานที่มีความรู้และทักษะที่จำกัดเป็นแรงงานที่มีความรู้และทักษะสูง 5) ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) ทั้งยังจำเป็นต้องกระจายความช่วยเหลือ หรือกระจายการพัฒนาผู้ประกอบการไปสู่ทุกภูมิภาค และทุกระดับของประชาชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าพลังสำคัญที่เป็นพื้นฐานในการขับเคลื่อนวาระหลักต่าง ๆ ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ การทำงาน การทำธุรกิจ และการเรียนรู้

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและผลักดันการค้าระหว่างประเทศของไทยให้บรรลุผลตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐบาล และเป็นหน่วยงานสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของไทย ได้พิจารณาความสำคัญของปัญหาและเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อรองรับการค้าระหว่างประเทศที่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางการค้าอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) โดยมีภารกิจหลัก 1) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่การค้า

ระหว่างประเทศ 2) เปิดโอกาสผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย แกนการพัฒนาผู้ประกอบการ 3 หลักสูตรหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มหลักสูตรพื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ 2) หลักสูตรความรู้ด้านการพัฒนาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ 3) หลักสูตรความรู้การค้าระหว่างประเทศยุคใหม่ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ (Smart Entrepreneurs) อย่างครบวงจร เน้นสร้างการทำงานอย่างบูรณาการในแต่ละภาคส่วน เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในแต่ละระดับให้มีการเติบโตเข้มแข็ง ยั่งยืน สร้างมาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพของประเทศ ผ่านการกำหนดมาตรฐานหลักสูตรที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ การตรวจประเมินวัดผล และสร้างวิทยากรที่ปรึกษาทางการค้าระหว่างประเทศให้กระจายลงสู่ชุมชน โดยมุ่งเน้นพัฒนาทั้งในส่วนการค้าในระบบธรรมดาทั่วไป (ออฟไลน์) จนถึงการค้าผ่านระบบดิจิทัล (ออนไลน์) โดยการดำเนินการดังกล่าวเพื่อให้เข้าถึงผู้ประกอบการทุกภูมิภาค (ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้) ในลักษณะของการจัดหลักสูตรออฟไลน์ และออนไลน์ มุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการทุกระดับตั้งแต่ระดับนักศึกษา ประชาชน ผู้ประกอบการ พร้อมทั้งบูรณาการหน่วยงานภายในกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานภายนอก ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาคอาเซียน ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงต่อไปในอนาคต

3. วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยอย่างครบวงจร ให้สามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการเสริมสร้างองค์ความรู้และจัดฝึกอบรม/สัมมนา ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการไทยทุกระดับ โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปและมุ่งเน้นการเข้าถึงประชาชนทุกภาคส่วน ทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online รวมไปถึงการพัฒนาช่องทาง e-Learning หรือ NEA E-Academy ที่ขยายการให้บริการให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศได้ทุกที่ทุกเวลาและเพื่อผลักดันเศรษฐกิจไทยให้เติบโตต่อเนื่องและยั่งยืน

4. เป้าหมาย

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย รวมทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถแข่งขันในเศรษฐกิจยุคใหม่ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในทุกระดับ และการเปิดโอกาสด้านการค้าระหว่างประเทศอย่างทั่วถึง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถต่อยอดจากกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ นำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	องค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม 7,000 ราย
	ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 85

6. วิธีการวัดผล

วัดผลและประเมินผลการดำเนินโครงการ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

7.2 เกิดเครือข่ายต่าง ๆ ที่เสริมสร้างและสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจการค้าในทุกระดับ

7.3 เปิดโอกาสด้านการค้าระหว่างประเทศให้ผู้ประกอบการต่อยอดกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อผลักดันเศรษฐกิจไทยให้เกิดความมั่นคง เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ประชาชนทั่วไปที่สนใจประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการทุกระดับ นักเรียน นักศึกษา สถาบันการศึกษา หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่บทบาทเกี่ยวข้องกับการค้า หน่วยงานเครือข่ายด้านการพัฒนา ผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศ
พื้นที่เป้าหมาย	ประเทศไทย (ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค)

9. ระยะเวลาดำเนินการ : ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ.2569

2.1.6.7 (3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้า ที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไป ลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตร การค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8.ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)

นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

1) วางแผนการดำเนินโครงการ พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ กลุ่มเป้าหมาย และผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

2) ดำเนินโครงการตามรายละเอียดของแต่ละกิจกรรม

3) วัดและประเมินผลการดำเนินโครงการ

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-030101-001 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	**25.8540**	**-**	**25.8540**												
1) โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้า ทู โกล)	2.0000	-	2.0000									✓	✓	✓	
2) โครงการเปิดโลกการค้ากับทูตพาณิชย์ (Export Clinic)	1.0000	-	1.0000				✓	✓	✓	✓	✓	✓			
3) โครงการพัฒนาผู้ส่งออกรุ่นใหม่ : Young Exporter from Local to Global (YELG)	2.0000	-	2.0000									✓	✓	✓	
4) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร "ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก"	1.6000	-	1.6000			✓	✓	✓	✓						
5) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร "ผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter"	2.0200	-	2.0200							✓	✓	✓	✓	✓	
6) โครงการ "Thai Food Thai Farm : ผลผลิตโดนใจ ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ"	1.2800	-	1.2800			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
7) โครงการ"ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 9	2.2000	-	2.2000							✓	✓	✓	✓	✓	
8) โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ (UpSkill & ReSkill)	1.3000	-	1.3000							✓	✓	✓	✓	✓	
9) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ U-NEXT Exporter	3.0000	-	3.0000							✓	✓	✓	✓	✓	
10) โครงการซอฟต์พาวเวอร์ไทย Go-Inter	3.0000	-	3.0000							✓	✓	✓	✓	✓	
11) โครงการเจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่	3.4540	-	3.4540					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
12) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลกด้วย E-Academy	3.0000	-	3.0000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 25,854,000 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) 25,854,000 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ มีความพร้อมดำเนินการได้ทันที เมื่อได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

โครงการส่งเสริมและพัฒนา
ช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจ
ระหว่างประเทศ

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นายพิสัย พิริยะสถิต โทรศัพท์ 02-547-4260

โทรสาร 0 2547-4259 E-mail address pisaip@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ แผนแม่บทที่ 8 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ แผนแม่บทย่อยที่ 8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ นโยบายรัฐบาลส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ แผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569) ของกระทรวงพาณิชย์ ประเด็นที่ (2) สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ เป้าหมายประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในต่างประเทศเชิงรุก ทั้ง Physical และ Digital market

การผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตรในตลาดศักยภาพ มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยจะส่งผลให้สามารถลดและป้องกันไม่ให้เกิดข้อพิพาททางการค้าและปัญหาอุปสรรคทางการค้าอื่น ๆ เป็นโอกาสในการขยายช่องทางตลาดสินค้าและบริการใหม่ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ประเทศและสินค้าไทย เพื่อนำไปสู่การขยายตัวทางการค้าและการลงทุนของไทยในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินโครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตรในตลาดศักยภาพ (Strategic Partnership) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจกับประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ในภูมิภาคต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายตลาดและเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทย ลดปัญหาอุปสรรคและป้องกันข้อพิพาททางการค้า สร้างภาพลักษณ์ประเทศและประชาสัมพันธ์สินค้าไทย กระจายความเสี่ยงของการส่งออกไทย เพื่อนำไปสู่การขยายตัวทางการค้าอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง เป็นตลาดใหม่ (Emerging Market) ที่มีศักยภาพและเป็นที่จับตามองอย่างสูง เนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนประชากรมากเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก มีความต้องการบริโภคและนำเข้าสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสินค้าอาหาร วัสดุก่อสร้าง และธุรกิจก่อสร้าง นอกจากนี้ หลายประเทศยังมีความต้องการที่จะพัฒนาประเทศด้านระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานอีกด้วยจึงมีความต้องการสินค้าเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศ เช่น อาหาร ของใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องมือแพทย์และบริการทางการแพทย์ ตลอดจนวัสดุก่อสร้างและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ภูมิภาคอเมริกาเป็น 1 ใน 10 ตลาดเป้าหมายที่สำคัญของไทย โดยในปี 2568 สหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย ขณะที่ แคนาดาเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง มีทรัพยากรธรรมชาติ และมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง ลาตินอเมริกาครอบคลุม 46 ประเทศ มีประชากรกว่า 600 ล้านคน เป็นกลุ่มประเทศเศรษฐกิจใหม่ที่

มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง มีสัดส่วนของชนชั้นกลางที่มีกำลังในการบริโภคเติบโตอย่างรวดเร็ว มีทรัพยากรจำนวนมาก เช่น น้ำมัน เหล็ก ทองแดง ป่าไม้ และทรัพยากรทางทะเล เป็นต้น ถือเป็นแหล่งวัตถุดิบและตลาดการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และเป็นหนึ่งในเป้าหมายตามยุทธศาสตร์การขยายตลาดส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

ภูมิภาคยุโรปเป็นตลาดหลักของไทย เนื่องจากมีสัดส่วนการส่งออกอยู่ในระดับสูง เป็นตลาดขนาดใหญ่และมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ต่อโลก โดยในปี 2568 เป็นตลาดส่งออกอันดับ 5 ของไทย มีกฎระเบียบทางการค้าที่เข้มงวด ในส่วนของตลาด CIS เป็นตลาดใหม่ของไทย เคยมีความสำคัญ แต่ด้วยเหตุผลบางประการทำให้สัดส่วนของไทยอยู่ในระดับต่ำ และเป็นตลาดเป้าหมายเชิงยุทธ์ศาสตรใหม่ที่ไทยจะบุกหรือเพิ่ม/กระจายสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น

เพื่อให้การผลักดันการค้าเข้าสู่ตลาดดังกล่าวบรรลุผลอย่างเป็นรูปธรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทยในกลุ่มประเทศดังกล่าว พร้อมไปกับการจัดคณะผู้แทนระดับสูงภาครัฐและภาคเอกชนเยือนประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ดังกล่าวในลักษณะเหย้า/เยือน เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างกันให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันและขับเคลื่อนให้เกิดการเปิดโอกาสทางการค้าการลงทุนระหว่างกัน อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการติดตามผลความคืบหน้าการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าการลงทุนที่จะเกิดขึ้น ตลอดจนช่วยเปิดทางให้ผู้ประกอบการไทยสามารถดำเนินธุรกิจในตลาดได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การผลักดันและส่งเสริมการค้าการลงทุนระหว่างกันให้ขยายตัวอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจหลักที่สำคัญในด้านการส่งเสริมการส่งออก การขยายตลาด และการแสวงหาโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าและธุรกิจบริการของไทยสู่ตลาดโลก ตลอดจนการส่งเสริมให้ประเทศไทยสามารถเพิ่มโอกาสในการแข่งขันอย่างกว้างขวาง ในทุกรูปแบบ ทุกเวลา และโอกาสเพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถดำเนินธุรกิจในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ **การส่งเสริมผู้ประกอบการไทยไปดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ** จึงเป็นอีกหนึ่งในภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการสร้างเวทีเจรจาธุรกิจการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยกับประเทศคู่ค้า ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ พร้อมไปกับการสร้างความพร้อมและความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการไทย ซึ่งจะนำไปสู่การขยายตัวของตลาดสินค้าและบริการไทย ทำให้สามารถครองและขยายส่วนแบ่งทางการตลาดในต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระดับสูงของภาครัฐและภาคเอกชนของไทยในตลาดศักยภาพให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น และติดตามความคืบหน้าความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ตลอดจนศึกษาแนวทางความร่วมมือ แนวทางการแก้ไขอุปสรรคทางการค้า การลงทุน อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการให้บรรลุสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

3.2 เพื่อพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้า สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยมีลู่ทางในการขยายธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.3 เพื่อขยายมูลค่าการส่งออกของสินค้าไทยในตลาดที่มีศักยภาพและเป้าหมายใหม่ และสนับสนุนให้สินค้าและบริการไทยสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งหาทางเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าในประเทศคู่ค้า

3.4 เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการของไทยในสายตาของผู้บริโภค และส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีในตราสินค้าไทย (Brand Loyalty)

3.5 เพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการไทยโดยการพัฒนาขีดความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการไทยในการขยายการดำเนินธุรกิจสู่ต่างประเทศในการทำธุรกิจเชิงรุกให้ได้มองเห็นลู่ทาง โอกาสและประโยชน์ทางการค้าการลงทุนในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทย

สามารถออกไปดำเนินธุรกิจในต่างประเทศได้อย่างสัมฤทธิ์ผล รวมทั้งการหาช่องทางในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดต่างประเทศ (Local to global)

3.6 เพื่อเป็นเวทีการค้าในต่างประเทศให้นักธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทย โดยเฉพาะนักธุรกิจรายใหม่ (Startup) ได้มีโอกาสนำสินค้าไปจัดแสดงผลงานในต่างประเทศ

4. เป้าหมาย

4.1 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมระหว่างไทยและประเทศคู่ค้า

4.2 ศึกษาสภาพแนวทางการร่วมมือทางเศรษฐกิจ และแนวทางในการลดอุปสรรคทางการค้า พร้อมทั้งลดและป้องกันข้อพิพาททางการค้าการลงทุน โดยใช้การเจรจาระหว่างผู้แทนระดับสูงของไทยกับประเทศคู่ค้า

4.3 ส่งเสริมการค้า สร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักของประเทศคู่ค้า

4.4 ผู้ประกอบการไทยมีความรู้ ความเข้าใจ จากการเจรจาการค้าและศึกษา/สำรวจตลาด รูปแบบสินค้า เทคโนโลยีการผลิตการจัดแสดงตัวอย่างสินค้าและวัตถุดิบ เป็นต้น

4.5 หาลู่ทางและโอกาสในการขยายการค้าการลงทุน เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทย และช่องทางการกระจายสินค้าในประเทศคู่ค้า และเพิ่มรายได้ให้กับประเทศต่อไป

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	1. มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2. จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	1. กระชับความสัมพันธ์ระดับสูงระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในตลาดศักยภาพให้แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น และติดตามความคืบหน้าความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน 2. พัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้า และเป็นเวทีการค้าในต่างประเทศให้กับนักธุรกิจ ไทยในการนำสินค้าไทยไปจัดแสดงในต่างประเทศ 3. เพื่อขยายมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยในตลาดที่มีศักยภาพและเป้าหมายใหม่ รวมทั้งหาทางเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้า 4. สร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการของไทยในสายตาของผู้บริโภค 5. เพื่อให้ความรู้ด้านข้อมูลเชิงลึกของตลาดและเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจ
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	1. มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1,501 ล้านบาท 2. จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 5,711 ราย

6. วิธีการวัดผล

6.1 แบบประเมิน/แบบสอบถามหลังจัดกิจกรรม

6.2 ติดตามวัดผลมูลค่าทางการค้าระหว่างประเทศในตลาดเป้าหมายจากฐานข้อมูลที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบประเมิน/แบบสอบถามหลังจัดกิจกรรม และฐานข้อมูลมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของกรมศุลกากร

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ความสัมพันธ์ระดับสูงของภาครัฐและภาคเอกชนไทยในตลาดศักยภาพมีความแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

7.2 ผู้ประกอบการไทยมีลู่ทางและช่องทางในการขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

7.3 มูลค่าการค้าการลงทุนไทยในภูมิภาคเป้าหมาย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

7.4 ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อสินค้าและบริการของไทยในต่างประเทศได้รับการยอมรับที่ดี

7.5 ประเด็นที่เป็นปัญหาอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจ การค้าและการลงทุนได้รับการแก้ไขและคลี่คลาย

7.6 มีเวทีในการติดตามความคืบหน้าผลความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ตลอดจนการแก้ไขอุปสรรคทางการค้าระหว่างกัน ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

7.7 ผู้ประกอบการไทยมีความรู้ ความเข้าใจ ในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น สามารถหาคู่ค้า ผู้ร่วมธุรกิจ ตัวแทนจำหน่าย ในต่างประเทศที่มีศักยภาพ และเกิดความร่วมมือด้านการค้าการลงทุนระหว่างกันในระยะยาว

7.8 สินค้าและบริการไทยเป็นที่รู้จัก ได้รับความเชื่อมั่น และขยายตัวเข้าสู่ตลาดในภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มสูงขึ้น

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	หน่วยงานภาครัฐและเอกชนของไทย และผู้ประกอบการไทยที่สนใจไปดำเนินธุรกิจในภูมิภาคแอฟริกา ตะวันออกกลาง อเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรป รัสเซียและ CIS
พื้นที่เป้าหมาย	ภูมิภาคแอฟริกา ตะวันออกกลาง อเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรป รัสเซียและ CIS

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 – กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ.2569 ข้อ 2.1.6.7 การดำเนินภารกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตร การค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน แบ่งเป็นกิจกรรม ดังนี้

1) จัดคณะผู้แทนการค้าระดับสูงเยือนภูมิภาคอเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรป CIS แอฟริกา และตะวันออกกลาง

2) จัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้ากับภาคเอกชนในภูมิภาคอเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรป CIS แอฟริกาและตะวันออกกลาง

3) จัดคณะผู้แทนระดับสูงและผู้แทนการค้าจากต่างประเทศเดินทางเยือนไทย ได้แก่ คณะผู้แทนจากแอฟริกาและตะวันออกกลางเยือนไทย

4) จ้าง Marketing Representative เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประกอบการ นักธุรกิจ และนักลงทุนไทย ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า และสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับภาคเอกชนและภาครัฐบาล ได้แก่ ประเทศเปรู และสหพันธรัฐรัสเซีย

5) จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทยร่วมกับสถานเอกอัครราชทูต (สอท.) ให้เป็นที่รู้จักในตลาดมากขึ้น เช่น สินค้าผลิตภัณฑ์อาหาร ผลไม้สด เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ความงามและสปา

6) ให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาเชิงลึกสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการทำการค้าหรือหาข้อมูลด้านการค้าในตลาดสำคัญ ได้แก่ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์

7) จัดกิจกรรมสาธิตส่งเสริมอาหารไทยร่วมกับโรงแรม/ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และจัดพื้นที่/คูหาแสดงสินค้าไทยที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจ HORECA เช่น เฟอร์นิเจอร์/ของใช้ของตกแต่งบ้าน/โรงแรม/ร้านอาหาร เป็นต้น

8) จัดคณะผู้บริหารระดับสูงภาครัฐและเอกชนร่วมคณะผู้แทนการค้า ผู้ประกอบการ SME เดินทางเยือนต่างประเทศ เพื่อสร้างสัมพันธ์เปิดประตูโอกาสการค้าในภูมิภาคอเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรป CIS แอฟริกาและตะวันออกกลาง

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-040101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา	**34.9724**	**18.0023**	**52.9747**												
1) โครงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าการลงทุนในสหรัฐอเมริกาผ่าน ThaiTradeUSA.com และ Social Media ในเครือข่าย	1.5960	-	1.5960	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกาในงาน NPEW 2026	8.3554	-	8.3554					✓	✓	✓					
3) โครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหภาค (Megatrend setter) ปีที่ 4	3.5000	-	3.5000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ในเม็กซิโก	3.0000	-	3.0000					✓	✓	✓					
5) โครงการจ้างเหมาบริการ Marketing Representative ณ ประเทศเปรู	1.3200	-	1.3200	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน ภายในงานแสดงสินค้า 30th Americas Food and Beverage Show 2026	3.1500	-	3.1500												✓
7) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพใหม่ (อเมริกาและลาตินอเมริกา)	8.1510	18.0023	26.1533	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8) โครงการผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา	5.0000	-	5.0000												✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
9) โครงการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในบราซิล	0.9000	-	0.9000						✓	✓	✓				
2569-040101-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS	**18.0367**	**18.7491**	**36.7858**												
1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพเดิม	6.4227	18.7491	25.1718	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศในภูมิภาคยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA	11.6140		11.6140												
2.1) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเนเธอร์แลนด์	3.1520	-	3.1520	✓	✓	✓	✓	✓							
2.2) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในประเทศเยอรมนี	3.3960	-	3.3960						✓	✓	✓				
2.3) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเยอรมนี/สวิตเซอร์แลนด์	1.5500	-	1.5500							✓	✓	✓			
2.4) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในโปแลนด์	0.7210	-	0.7210				✓	✓	✓						
2.5) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORACA ในสาธารณรัฐเช็ค เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า For Gastro & Hotel	2.7950	-	2.7950	✓	✓	✓									
2569-040101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง	**13.3143**	**21.4110**	**34.7253**												
1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคแอฟริกา	0.3446	4.3000	4.6446							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง	0.1435	8.0000	8.1435	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
3) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงจากแอฟริกาและตะวันออกกลางเดินทางเยือนไทย	0.3447	-	0.3447	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการบุกตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง	0.5280	9.0000	9.5280	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) โครงการส่งเสริมการค้าไทยในกาตาร์ (Thailand Festival)	5.9535	0.1110	6.0645							✓	✓	✓			
6) Thai SELECT Festival 2025	6.0000	-	6.0000	✓	✓	✓									
รวมทั้งสิ้น	**66.3234**	**58.1624**	**124.4858**												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 124,485,800 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา 66,323,400 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 58,162,400 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ พร้อมดำเนินการทันทีเมื่อได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางสาวภรภัทร พันธ์งอก โทรศัพท์ 02-507-8227

โทรสาร E-mail address intmk@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

จากแผนการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) และเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งกำหนดว่า "ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570" โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการผลักดันและส่งเสริมการค้า การลงทุนในตลาดต่างประเทศมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย จากการกำหนดมาตรการผลักดันการส่งออกเร่งด่วนใน 4 กลุ่มตลาด ได้แก่ (1) รักษาตลาดศักยภาพเดิม : ญี่ปุ่น เกาหลี อาเซียน และจีน (2) เปิดตลาดศักยภาพใหม่ : เอเชียใต้และโอเชียเนีย (3) ฟื้นฟูส่วนแบ่งตลาดที่เคยขยายตัวได้ดี : ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (4) ผลักดันการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน: ประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เมียนมา ลาว เวียดนาม และมาเลเซีย ดังนั้น ตลาดภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย จึงเป็นตลาดที่ยังคงต้องเร่งผลักดันและส่งเสริมการค้า การลงทุนให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการค้าชายแดน การพัฒนาเมืองหลักที่มีศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจ และผลักดันเมืองรองให้มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงขึ้น

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถขยายตลาดและเติบโตไปยังต่างประเทศ ตามแผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้ ผ่านการสนับสนุนคูหางานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่กรมจัดขึ้น เช่น Top Thai Brands, Thailand Week เป็นต้น และงานแสดงสินค้าศักยภาพในต่างประเทศ อาทิ CAEXPO (จีน) AAHAR (อินเดีย) รวมทั้งส่งเสริมการขายผ่านรูปแบบต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในตลาดภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียในเชิงรุก ทั้ง Physical และ Digital market โดยสนับสนุนผู้ประกอบการไทยทั่วประเทศในการขยายช่องทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพ ซึ่งรวมถึงการรักษาและขยายตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ ฟื้นฟูตลาดเก่าที่เคยเป็นตลาดสำคัญ

3.2 เพื่อกระชับความสัมพันธ์ เสริมสร้างความเชื่อมั่น และแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ผลักดันการขยายตลาดร่วมกับที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ (Honorary Trade Advisory to the Ministry of Commerce : HTAs) เพื่อการขยายการค้าและการลงทุนร่วมกัน

3.3 เพื่อเร่งผลักดันการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ (Outward Business Development Promotion) โดยการศึกษาสถานการณ์การค้า/การตลาดเชิงลึกเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการต่างชาติ (Business Matching) สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในประเทศเป้าหมาย (Networking) รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และอำนวยความสะดวก/ประสานงานแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการจัดตั้งหรือดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของผู้ประกอบการไทย (Business Facilitation) ในตลาดภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย

4. เป้าหมาย

4.1 ผู้ประกอบไทยสามารถไปดำเนินธุรกิจในตลาดภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียขยายตัวเพิ่มขึ้น

4.2 สินค้าและบริการไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย

4.3 เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ระหว่างประเทศไทยกับภูมิภาคเอเชียและ โอเชียเนีย ในตลาดเมืองหลักและเมืองรอง อันนำไปสู่การขยายช่องทางการค้าของไทยที่เพิ่มมากขึ้น

4.4 สร้างความพร้อมให้กับผู้ส่งออกไทยในด้านการเสริมสร้างข้อมูลการค้าตลาดเชิงลึก

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	1. ผู้ประกอบการไทยได้รับการพัฒนาและส่งเสริมด้านการค้าระหว่างประเทศ 2. ผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายและหน่วยงานพันธมิตรในต่างประเทศเข้าร่วมกิจกรรมตามเป้าหมาย/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (outcome)	มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของตลาดเอเชียและโอเชียเนียเพิ่มสูงขึ้น
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 3,528 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 5,667 ราย

6. วิธีการวัดผล

6.1 แบบประเมิน/แบบสอบถามหลังจัดกิจกรรม

6.2 ติดตามวัดผลมูลค่าทางการค้าระหว่างประเทศในตลาดเป้าหมายจากฐานข้อมูลที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบประเมิน/แบบสอบถามหลังจัดกิจกรรม และฐานข้อมูลมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของกรมศุลกากร

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ประกอบไทยสามารถไปดำเนินธุรกิจในตลาดภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียขยายตัวเพิ่มขึ้น

7.2 สินค้าและบริการไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย

7.3 เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ระหว่างประเทศไทยกับภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย ในตลาดเมืองหลักและเมืองรอง อันนำไปสู่การขยายช่องทางการค้าของไทยที่เพิ่มมากขึ้น

7.4 ผู้ส่งออกไทยมีความพร้อมในด้านข้อมูลการค้าตลาดเชิงลึกมากขึ้น

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศของไทย
พื้นที่เป้าหมาย	ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย

9. ระยะเวลาดำเนินการ: 1 ปี (ตุลาคม 2568 – กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569

ข้อ 2.1.6.7 (3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้า ที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คานึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการ

ในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตร การค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล(โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลกด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

1) จัดคณะผู้บริหารระดับสูงภาครัฐ ร่วมเดินทางเพื่อกระชับความสัมพันธ์ เสริมสร้างความเชื่อมั่น และแสวงหาโอกาสทางการค้า เพื่อผลักดันการขยายช่องทางตลาดในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย และประสานงานแก้ไขปัญหาอุปสรรค/ข้อขัดข้องทางการค้าระหว่างประเทศ

2) จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ จัดคณะนักธุรกิจเดินทางไปเจรจาการค้า/หรือประสานนัดหมายเจรจาธุรกิจออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายทางการค้าร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ/ผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่าย ในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย

3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยไปดำเนินธุรกิจในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย ทั้งในเมืองหลัก และเมืองรอง อาทิ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศในงาน Top Thai Brands, Thailand Week และ Mini Thailand Week ตลอดจนให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการค้า การลงทุนระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการไทย

4) สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ประกอบการในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียและไทย โดยคัดเลือกผู้ประกอบการจากประเทศเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมออกคูหาหรือเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดในประเทศไทย

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
รวมทั้งสิ้น	**106.4587**	**19.1368**	**125.5955**												
2569-040201-001 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดอาเซียน	**36.7550**	**1.6880**	**38.4430**	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
1. โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)	0.9154	1.6880	2.6034	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
1.1 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนกลุ่มประเทศอาเซียน (Outgoing goodwill mission)	0.8404	1.6880	2.5284	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
1.2 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงภูมิภาคอาเซียนเดินทางเยือนไทย (Incoming Goodwill Mission	0.0750		0.0750	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2. โครงการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center)	9.0000		9.0000	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
3. โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน	9.1000		9.1000												
3.1 โครงการขยายตลาดมาเลเซียและบรูไนผ่านช่องทางการค้าสมัยใหม่ (modern trade) และช่องทางการค้าออนไลน์	2.0000		2.0000							/	/	/	/	/	/
3.2 โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่-ตลาดอินโดนีเซีย	1.5000		1.5000							/	/	/	/	/	/
3.3 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเมียนมา (In – store Promotion)	2.0000		2.0000							/	/	/	/	/	/
3.4 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศในสิงคโปร์ (In-store/Joint Promotion)	2.0000		2.0000							/	/	/	/	/	/
3.5 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)	1.6000		1.6000								/	/	/	/	/
4. โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ในภูมิภาคอาเซียน	17.7396		17.7396												
4.1 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม	7.0000		7.0000	/	/	/	/	/	/						
4.2 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม	5.2396		5.2396							/	/	/	/	/	/

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
4.3 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	4.5000		4.5000							/	/	/	/	/	/
4.4 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ เวียงจันทน์	1.0000		1.0000							/	/	/			
2569-040201-002 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดจีน	**30.3950**	**6.3112**	**36.7062**	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
1. โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Outgoing Goodwill Mission)	2.0048	5.1229	7.1277	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
2. โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Incoming Goodwill Mission)	0.2440		0.2440	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
3. โครงการ Business Support Center ในฮ่องกง	1.2000		1.2000	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
4. โครงการ Business Support Center ในเซี่ยงไฮ้	1.1010		1.1010	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
5. โครงการ Business Support Center ในกวางโจว	0.6280		0.6280	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
6. โครงการ Business Support Center ในคุนหมิง	0.9340		0.9340	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
7. โครงการ Business Support Center ในเฉิงตู	0.4620		0.4620	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
8. โครงการต่อยอด MOU เปิดประตูการค้าสู่ภูมิภาคตะวันตกของสาธารณรัฐประชาชนจีน (West Side Story Outgoing Trade Mission)	2.3592	0.2254	2.5846							/	/				

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
9. โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO	8.5099	0.4901	9.0000								/	/	/	/	/
10. โครงการจัดนิทรรศการภาพลักษณ์ประเทศไทย (Pavilion of Cities of Charm) ภายในงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO	2.0075		2.0075								/	/	/	/	/
11. โครงการ Top Thai Brands Kunming 2026	5.7022	0.2978	6.0000				/	/	/	/	/	/			
12. โครงการ Top Thai Brands Xiamen 2026	4.0424	0.1750	4.2174				/	/	/	/	/	/			
13. โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ในเมืองฮ่องกง	1.2000		1.2000				/	/	/						
2569-040201-003 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย	**12.4339**	**8.5364**	**20.9703**	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
1. โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Outgoing Goodwill Mission	0.6339	8.5364	9.1703	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
2. โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Incoming Goodwill Mission	0.2000		0.2000	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
3. โครงการจัดตั้ง Business Support Center ณ เกาหลีใต้	0.8000		0.8000							/	/	/	/	/	/
4. โครงการจัดจ้าง Marketing Representative ณ เมืองปูซาน	3.3000		3.3000	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
5. โครงการจ้างเหมาบริการสำนักงานตัวแทนส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮิโรชิมา	5.5000		5.5000	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
6. โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบไฮบริด	2.0000		2.0000							/	/	/	/	/	/
2569-040201-004 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้	**26.8748**	**2.6012**	**29.4760**	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
1. โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Outgoing Goodwill Mission	0.4254	0.9746	1.4000	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
2. โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Incoming Goodwill Mission	0.2000		0.2000	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
3. โครงการส่งออกยุคใหม่ก้าวไปด้วยกัน SDGs TOGETHER	0.7856	0.6904	1.4760	/	/	/									
4. โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 อินเดียตะวันตก	5.8398	0.1602	6.0000							/	/	/	/	/	/
5. โครงการงานแสดงสินค้า AAHAR International Food & Hospitality Fair 2026	5.7378	0.1622	5.9000			/	/	/	/						
6. โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (In-store Promotion) ในอินเดียตะวันตก	2.0000		2.0000									/	/		

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
7. โครงการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบ In-store Promotion ร่วมกับผู้นำเข้า/ห้างค้าปลีก/ซุปเปอร์มาร์เก็ตในตลาดเนปาล	1.5000		1.5000									/	/		
8. โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 ณ เมืองเจนไน สาธารณรัฐอินเดีย	4.0584	0.1416	4.2000							/	/	/	/		
9. โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 บังกลาเทศ	3.5398	0.1602	3.7000							/	/	/	/		
10. โครงการงานแสดงสินค้า My Karachi 2026	1.9413	0.1587	2.1000		/	/	/	/							
11. โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าที่ประเทศภูฏาน	0.8467	0.1533	1.0000					/	/	/					

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 125,595,500 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย 106,458,700 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 19,136,800 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. **ชื่อโครงการ** : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางสาวปิยธิดา เทศธรรม โทรศัพท์ 0 2547 4227

โทรสาร 0 2547 4268 E-mail address ditp.foods@gmail.com

ชื่อ-นามสกุล นางสาวอรภา พุทธรักษา โทรศัพท์ 0 2507 8342

โทรสาร 0 2547 4230 E-mail address agri.ditp03@gmail.com

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศขับเคลื่อนการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเพื่อให้สอดรับกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 : หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ แผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569) ของกระทรวงพาณิชย์ ประเด็นที่ (2) สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ เป้าหมายประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ กิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุก สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายที่จะเร่งรัดการส่งออกสินค้าเกษตรเพื่อรองรับมาตรการกีดกันทางการค้า โดยเน้นรักษาตลาดเดิม ฟื้นฟูตลาดเก่าจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ให้กับสินค้าเกษตรหลักของไทย โดยเฉพาะผลไม้ที่เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงเห็นควรดำเนินกิจกรรม เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาลด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ และด้านการเร่งรัดทำตลาดเชิงกลยุทธ์ให้เกิดผลสัมฤทธิ์รวดเร็วมากขึ้น ตลอดจนเพิ่มมูลค่าและขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนด้วยกิจกรรมต่อไปนี้

1) การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศใช้ในการสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย เพื่อส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยในต่างประเทศ ขยายฐานการตลาดสินค้าไทย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ศักยภาพสินค้าเกษตรและอาหารของไทยให้ประจักษ์ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่สินค้าเกษตรและอาหารของไทย ในปีงบประมาณ 2569 สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม ได้กำหนดจัดงานแสดงสินค้าอาหาร (THAIFEX – ANUGA ASIA) ที่เป็นงานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย จัดขึ้นเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แสดงศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารของไทย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรมอาหารของไทย ทั้งยังจะเป็นการผลักดันการส่งออกในตลาดหลักและรักษาส่วนตลาดส่งออกสินค้าจำพวกอาหารของไทยที่มีอยู่เดิมและขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น และงานแสดงสินค้า THAIFEX – HOREC ASIA มุ่งเน้นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม HoReCa และเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศในภูมิภาคที่สำคัญ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย รักษาตลาดเดิมและเพิ่มตลาดใหม่ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่สินค้าเกษตรและอาหารไทย

รวมไปถึงการเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้าเกษตร อาหาร และวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้าอาหารไปยังตลาดนานาประเทศทุกภูมิภาคทั่วโลก อีกทั้งยังทำให้ผู้ส่งออกได้ทราบถึงภาวะตลาดและแนวทางในการพัฒนาสินค้าและได้พบกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย

2) กิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ผลิต/ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าผลไม้และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ กับผู้นำเข้า/ผู้ซื้อ/ตัวแทนจำหน่ายจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก เพื่อผลักดันให้เร่งระบายสินค้าในฤดูกาลที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก และเสริมสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น การแถลงข่าวและการจัดประชุมเตรียมความพร้อมผู้ผลิต/ผู้ประกอบการส่งออก การเยี่ยมชมสถานประกอบการ นิทรรศการเกี่ยวกับผลไม้และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ รวมทั้งสินค้านวัตกรรมที่ทำจากผลไม้ เป็นต้น เพื่อเป็นการเน้นย้ำภาพลักษณ์ และแสดงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพดีและได้มาตรฐานส่งออก รวมทั้งแสดงความก้าวหน้าของไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป รวมทั้งสินค้านวัตกรรมที่ทำจากผลไม้ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมถึงหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ

3) การส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของไทย และการส่งออกสินค้าเกษตร (ผักและผลไม้)

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย

3.2 เพื่อเป็นการเน้นย้ำภาพลักษณ์ และแสดงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพดีและได้มาตรฐานส่งออก รวมทั้งแสดงความก้าวหน้าของไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป รวมทั้งสินค้านวัตกรรมทางการเกษตรให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

3.3 เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยผลักดันเพิ่มช่องทางและเสริมสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ สินค้าเกษตรทั้งสดและแปรรูป สินค้าอาหาร และเครื่องดื่ม สินค้านวัตกรรมอาหารต่าง ๆ

3.4 เพื่อเร่งรัดทำตลาดเชิงกลยุทธ์ ขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกสินค้าเกษตร อาหารสำเร็จรูป และเครื่องดื่มของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน เน้นรักษาตลาดเดิม ฟื้นฟูตลาดเก่าจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ

3.5 เพื่อเร่งระบายสินค้าผลไม้และสินค้าเกษตรอื่น ๆ ของไทยสู่ตลาดโลกในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดในปริมาณมาก

3.6 เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร อาหาร เครื่องดื่ม รวมถึงผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป รวมทั้งสินค้านวัตกรรมที่ทำจากผลไม้ของไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น

3.7 เพื่อเผยแพร่ศักยภาพของผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอาหารไทย

3.8 เพื่อสร้างช่องทางเจรจาการค้า เพิ่มโอกาสขยายตลาดส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของไทย

3.9 เพื่อผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

3.10 เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในกลุ่มอุตสาหกรรม HoReCa ธุรกิจโรงแรม (Hotel) ร้านอาหาร (Restaurant) และธุรกิจจัดเลี้ยง (Catering)

4. เป้าหมาย

4.1 ขยายตลาดการส่งออก/เพิ่มมูลค่าการส่งออกไทย

4.2 สร้างภาพพจน์สินค้าไทยที่มีตราผลิตภัณฑ์ของตนเองสู่ตลาดโลก

4.3 ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2) จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	1) ขยายตลาดการส่งออก/เพิ่มมูลค่าการส่งออกไทย 2) สร้างภาพพจน์สินค้าไทยที่มีตราผลิตภัณฑ์ของตนเองสู่ตลาดโลก 3) ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 103,035 ล้านบาท
	2) จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1,167 ราย
	3) จำนวนสินค้าที่ได้นำจัดแสดงในกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 83 สินค้า

6. วิธีการวัดผล

วัดผลการดำเนินโครงการจากแบบประเมินและรายงานผลการจัดกิจกรรม

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร เกษตรแปรรูป และอาหารของไทย

7.2 ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของไทยได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการค้าระหว่างประเทศ

7.3 เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในภาคธุรกิจเดียวกัน เป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันระดับสากล

7.4 ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของไทยได้รับรู้ถึงศักยภาพของสินค้าเกษตรและอาหารของไทย รวมทั้งได้ได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้า เพื่อสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

7.5 ภาพลักษณ์ที่ดีของอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรและอาหาร รวมถึงอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้ามากขึ้น

7.6 สินค้าผลไม้สด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ สินค้าเกษตรอื่นๆ รวมถึงสินค้าอาหารของประเทศไทยได้รับการเสริมสร้างโอกาสทางการค้าและการแข่งขันทางค้าระหว่างประเทศ โดยผลักดันเพิ่มช่องทางระบายสินค้าในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดในปริมาณมาก

7.7 ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตร เกษตรแปรรูป และอาหารของไทยได้รับการเสริมสร้างโอกาสในการขยายกลุ่มเป้าหมายและส่วนแบ่งตลาดส่งออกให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร
พื้นที่เป้าหมาย	ทั่วโลก

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6.7 การดำเนินภารกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
✓	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มุ่งเน้นส่งเสริมสินค้าเกษตรและอาหาร โดยกำหนดจัดการส่งเสริมผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การจัดเจรจาการค้าในประเทศ การจัดคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพความพร้อมของสินค้าเกษตรไทยอย่างครบวงจร ส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าและคู่ค้าในต่างประเทศ สำหรับการดำเนินกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการส่งออก สินค้าผลไม้และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ กับผู้นำเข้า/ผู้ซื้อ/ตัวแทนจำหน่ายจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกที่มีการนำเข้าสินค้าดังกล่าว เชิญผู้นำเข้า/ผู้ซื้อ/ตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพจากต่างประเทศมาร่วมเจรจาการค้ากับผู้ผลิต/ผู้ประกอบการส่งออกไทยสินค้าเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มผลิตภัณฑ์แปรรูป และสินค้าเกษตรอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น นิทรรศการเกี่ยวกับผลผลิตเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม การเยี่ยมชมสถานประกอบการ เป็นต้น

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050101-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร	**7.6829**		**7.6829**												
1) โครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ (ปีที่ 7)	6.4129		6.4129	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
2) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น	0.5000		0.5000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3) โครงการคูหาเจรจาการค้าสินค้าผักผลไม้สดและแปรรูปในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX - ANUGA ASIA 2026)	0.7700		0.7700								✓				

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050101-002 โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)	**3.5000**		**3.5000**												
1) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้สู่ตลาดฝูเจี้ยน/เจียงซี (Thai Fruits Golden Months)	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดหนานหนิง ปี 2569 (Thai Fruits Golden Months)	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓		
3) โครงการ Thai Fruits Golden Months in Yunnan 2026	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีนเมืองชิงต่าว	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	
5) โครงการส่งเสริมผลไม้ไทยในตลาดจีนตะวันตก	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดซัวเถา	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
7) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	
2569-050101-003 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหาร	**110.7711**	**0.4743**	**111.2454**												
1) THAIFEX – ANUGA ASIA 2026	52.4883		52.4883								✓				
2) THAIFEX - HOREC ASIA 2026	15.5000		15.5000						✓						
3) SIAL 2026 (เตรียมการ)	42.0000		42.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
4) ANUGA 2025	0.7828	0.4743	1.2571	✓											

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050101-004 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)	**7.7000**		**7.7000**												
1) โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยร่วมกับห้าง Modern Trade	1.1000		1.1000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแคนาดา	1.0000		1.0000							✓	✓	✓	✓	✓	
3) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)	0.8000		0.8000							✓	✓	✓	✓	✓	
4) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในสาธารณรัฐเช็ก	1.0000		1.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยในเอเชียซูเปอร์มาร์เก็ต	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓		
6) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างท้องถิ่น ณ ประเทศอันดอร์รา	0.4000		0.4000	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
7) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยในช่องทาง Modern Trade ในกลุ่มประเทสเบเนลักซ์ร่วมกับผู้นำเข้า	1.4000		1.4000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
8) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศนอร์เวย์	0.5000		0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
9) โครงการส่งเสริมการขายสินค้า SMEs go Global ร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนกลาง-ใต้ (In-Store Promotion)	1.0000		1.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมทั้งสิ้น	**129.6540**	**0.4743**	**130.1283**												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 130,128,300 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร 129,654,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 474,300 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ	19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน ☐ แล้วเสร็จ
19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.7 ☐ ประกวดราคา ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม. ☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ ☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ..... ☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....	19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ 19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นายทวีป ราชาภักดี โทรศัพท์ 02 507 8448 , 02 547 4252

โทรสาร - E-mail address rachaphakdee@gmail.com

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้นำยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) มาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำโครงการและกิจกรรมในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 โดยเฉพาะในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เป้าหมายที่ 2 ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น รวมถึงแผนแม่บทเฉพาะด้านผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยุคใหม่ และแผนย่อยด้านการสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด ตลอดจนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) มิติที่ 2 เรื่องโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ เป้าหมาย 7.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ สามารถยกระดับและปรับตัวสู่การแข่งขันใหม่ โครงการนี้ยังสอดคล้องกับแผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569) ของกระทรวงพาณิชย์ ประเด็นที่ (2) สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ เป้าหมายประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น

ภาคบริการมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมาตลอดและมากยิ่งขึ้นต่อเนื่อง จากข้อมูลสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า รายงานสรุปสถานการณ์การค้าบริการไทย พบว่า ในปี 2567 ภาคบริการมีมูลค่า 11.4 ล้านล้านบาท (ณ ราคาปัจจุบัน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.57 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของไทย มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 4.60 จากปี 2566 รายได้รวมของภาคบริการมีมูลค่า 35,235,548 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.05 ของรายได้รวมทุกประเภทธุรกิจ โดยได้รวมของภาคบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.89 เมื่อเทียบกับปี 2566 นอกจากนี้ ภาคบริการยังมีมูลค่าการส่งออกทางอ้อมสูงโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเกี่ยวเนื่องสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคอุตสาหกรรมการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำได้

จากข้อมูลข้างต้น ธุรกิจบริการของไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจทั้งยังเป็นแหล่งจ้างงานหลักของประเทศ ธุรกิจบริการไทย เช่น ธุรกิจการแพทย์ สุขภาพความงาม ธุรกิจบันเทิง บริการก่อสร้าง แฟรนไชส์ บรรจุภัณฑ์ ธุรกิจจัดงาน บริการโลจิสติกส์ ฯลฯ มีศักยภาพในการขยายตัวสู่ตลาดต่างประเทศ เนื่องจากความเชี่ยวชาญ คุณภาพมาตรฐาน และต้นทุนการแข่งขันที่ดี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงเห็นถึงความจำเป็นในการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการที่มีศักยภาพเหล่านี้ เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก กระจายรายได้สู่เศรษฐกิจในวงกว้าง และสร้างความสามารถในการแข่งขันของไทยในเวทีโลก ผ่านการพัฒนาเครือข่าย การเจรจาการค้า และการสนับสนุนด้านนโยบายที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว กรมได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการผลักดันให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570 โดยการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2569 โครงการนี้จะมุ่งเน้นส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยุคใหม่ให้สามารถพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เพิ่มทักษะการเจรจาการค้ากับต่างชาติ การนำเสนอผลงาน (Pitching) และการเชื่อมโยงคลัสเตอร์ธุรกิจบริการในสาขาต่างๆ ซึ่งกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพระหว่างประเทศ ส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ ที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- ธุรกิจสุขภาพและความงาม
- ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (แอนิเมชั่น คาแรกเตอร์ ซอฟแวร์ และโฆษณา)
- ธุรกิจบันเทิง (ภาพยนตร์ ละคร/ซีรีส์ และดนตรี รวมถึงธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่อง อาทิ Pre-Production, Post- Production, Location Shooting)
- ธุรกิจบริการสนับสนุน (อาทิ ธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจบริหารการจัดงาน ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจเทคสตาร์ทอัพ)
- ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ (การพัฒนาการบริหารจัดการและบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล การส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อขยายโอกาสในการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย (LSPs) และพันธมิตรในต่างประเทศ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ)

นอกจากนี้ กรมยังบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย ตลาดหลักที่เป็นคู่ค้าสำคัญและมีศักยภาพ รวมทั้งตลาดศักยภาพใหม่ ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และผลักดันการขยายสัดส่วนการส่งออกธุรกิจบริการไทยสู่ตลาดโลก อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

3. วัตถุประสงค์

3.1 พัฒนา/ส่งเสริม/สนับสนุนให้ธุรกิจบริการของไทยที่มีศักยภาพสามารถปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและประกอบธุรกิจที่ได้มาตรฐานสากล

3.2 สร้างความร่วมมือและเครือข่ายธุรกิจ เพื่อให้เกิดเป็นคลัสเตอร์ที่เข้มแข็ง พร้อมส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายธุรกิจบริการไทยไปต่างประเทศ

3.3 ส่งเสริมภาพลักษณ์และแสดงศักยภาพของธุรกิจบริการในระดับนานาชาติ

3.4 ผลักดันภารกิจการค้าระหว่างประเทศ อันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและขยายมูลค่าการส่งออกธุรกิจบริการของไทย

3.5 ส่งเสริมธุรกิจโลจิสติกส์ให้เป็นกลไกในการเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม ภาคบริการและธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. เป้าหมาย

4.1 พัฒนาและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจบริการของไทย

4.2 สร้างช่องทางและโอกาสในการขยายตลาดต่างประเทศ

4.3 เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ

4.4 เพิ่มมูลค่าการส่งออกของธุรกิจบริการไทย

4.5 ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	- ผู้ประกอบการธุรกิจบริการไทย ได้รับการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
ผลลัพธ์ (outcome)	- เกิดการจับคู่เจรจาการค้ากับคู่ค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่ - เกิดมูลค่าการเจรจาการค้าทั้งในและต่างประเทศ - ภาพลักษณ์สินค้า/บริการไทยได้รับการยอมรับในมาตรฐานสากล
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 10,000 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม 549 ราย

6. วิธีการวัดผล

ประเมินผลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

<u>ระดับผู้ประกอบการไทย</u>

- ได้รับการพัฒนาศักยภาพความพร้อมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ/ทักษะด้านการเจรจาการค้ากับคู่ค้าต่างประเทศ/ทักษะการนำเสนอผลงาน (Pitching)
- ได้รับความรู้จากกิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ สามารถลดต้นทุน และสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ทางการค้า
- เข้าใจพฤติกรรม/ความต้องการของผู้บริโภค และสามารถยกระดับมาตรฐานการบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด
- พบคู่ค้าต่างประเทศทั้งรายเดิม/รายใหม่ และสามารถเพิ่มยอดขายและขยายธุรกิจต่อไป

<u>ระดับกรม</u>

- การดำเนินงานมีผลสัมฤทธิ์เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัด ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจบริการไทยในเวทีนานาชาติ
- เพิ่มมูลค่าการส่งออกได้ตามเป้าหมาย

<u>ระดับประเทศ</u>

- สนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติและเป้าหมาย : ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น รวมถึงแผนแม่บท : ประเด็น ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 : ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ อันจะนำไปสู่การยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ต่อไป
- ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้จากเศรษฐกิจสร้างสรรค์

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	- ผู้ประกอบการธุรกิจบริการศักยภาพของไทย (SMEs และ L) - ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศของไทย (ผู้ส่งออก) (SMEs และ L) - ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์/ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (LSPs) - ผู้ประกอบการต่างประเทศ (ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/นักลงทุน/พันธมิตร/สื่อมวลชน)
พื้นที่เป้าหมาย	ไทย อาเซียน เอเชีย ยุโรปและ CIS สหรัฐอเมริกา ลาตินอเมริกา ตะวันออกกลาง

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6.7 (3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้า ที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไป ลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีดำเนินการ

1) เร่งรัดการขยายตลาดธุรกิจบริการเชิงรุก ด้วยการสร้างโอกาส/ช่องทางการตลาดเดิม/ขยายช่องทางการตลาดใหม่ๆ ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ

- การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- การนำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
- การเชื่อมโยง/สร้างเครือข่าย/จัดกิจกรรมเจรจาการค้าในต่างประเทศ โดยการจัดคณะผู้แทนการค้าไทยเยือนต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบการจัดทำนัดหมายเจรจาการค้ากับคู่ค้าในต่างประเทศ และการเข้าพบผู้ประกอบการรายใหญ่ (Knock Door)
- การเชื่อมโยง/สร้างเครือข่าย/จัดกิจกรรมเจรจาการค้าในประเทศ โดยการการเชิญผู้ประกอบการรายใหญ่จากประเทศเป้าหมาย และคณะผู้แทนการค้าต่างประเทศ (Trade Mission) มาเจรจาการค้าในไทย
- การนำผู้ประกอบการไทยเข้าเยี่ยมชมสถานประกอบการรายสำคัญ (Studio Visit) ในประเทศเป้าหมาย เพื่อสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทย

2) ส่งเสริมการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงคลัสเตอร์ระหว่างธุรกิจบริการและสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง เพื่อให้เกิดเป็นคลัสเตอร์ที่เข้มแข็ง อาทิ ธุรกิจสุขภาพและความงามกับสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง (สินค้าสุขภาพ/สินค้าสปา/เครื่องหอม/เครื่องประทินผิว/สมุนไพรไทย/เครื่องสำอาง), ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (แอนิเมชั่น คาแรกเตอร์ ซอฟแวร์และโฆษณา), ธุรกิจบันเทิง (ภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ ดนตรี และธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่อง เช่น Pre-Production, Post- Production, Location Shooting), ธุรกิจบริการสนับสนุน (ธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ บริหารการจัดงาน) เป็นต้น

3) ส่งเสริมคลัสเตอร์บริการใหม่ๆ และธุรกิจบริการมูลค่าสูง (High Value Services) เพื่อรองรับแนวโน้มเศรษฐกิจใหม่และความต้องการของตลาดโลก

4) ส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพธุรกิจบริการไทย ผ่านการจัดกิจกรรมในต่างประเทศ อาทิ

- จัดกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบันเทิงไทย ควบคู่กับการเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์ระดับโลก เช่น American Film Market, Hong Kong Filmart, Cannes Film Festival โดยเชิญแขกสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/นักลงทุน/ผู้สร้าง/ผู้กำกับ/Celebrity/สื่อมวลชน เข้าร่วมกิจกรรม Networking Reception พร้อมจัดฉาย VTR แสดงศักยภาพของอุตสาหกรรมธุรกิจบันเทิงไทยและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และเชื่อมั่นต่อธุรกิจบริการไทย ผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
- จัดเทศกาลฉายภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ผลงานและขยายโอกาสสู่ตลาดใหม่

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
รวมทั้งสิ้น	**130.0700**	**31.6594**	**161.7294**												
2569-050201-001 โครงการส่งเสริมธุรกิจ Health & Beauty และสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง สู่ตลาดต่างประเทศ	**21.1942**	**2.6818**	**23.8760**												
1) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคจีน	1.8760	0.2635	2.1395								✓				
2) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก	1.9620	0.3900	2.3520									✓			
3) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคประชาคมรัฐเอกราช (CIS)	1.4254	0.6087	2.0341							✓					
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคตะวันออกกลาง	1.9470	1.2404	3.1874									✓			
5) โครงการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าสมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล (The Thai Herbs LEVEL UP)	3.0000	-	3.0000						✓		✓				✓
6) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2025	5.5406	0.1792	5.7198		✓										
7) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2026 *** เตรียมงบปี 2570	5.4432	-	5.4432												✓
2569-050201-002 โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ	**28.0524**	**6.3839**	**34.4363**												
1) คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมแอนิเมชันเยือนประเทศเอเชีย	2.0742	0.4414	2.5156									✓			

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์สู่ตลาดสากล	1.2946	-	1.2946	✓											
3) งานแสดงสินค้า Marché International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2026	2.3960	0.1878	2.5838									✓			
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจโฆษณาเยือนเอเชีย	2.0060	0.6513	2.6573										✓		
5) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival 2026	13.1500	-	13.1500											✓	
6) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจซอฟต์แวร์เยือนเอเชีย	2.5060	0.8370	3.3430											✓	
7) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา)	2.3128	2.0832	4.3960						✓						
8) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคยุโรป)	2.3128	2.1832	4.4960						✓						
2569-050201-003 โครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ	**51.8082**	**21.4554**	**73.2636**												
1) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละคร ซีรีส์และดนตรี เยือนประเทศญี่ปุ่น	3.2062	0.7190	3.9252	✓											
2) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2025	5.0040	0.5500	5.5540		✓										
3) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2025)	1.5000	0.2669	1.7669			✓									
4) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละคร ซีรีส์และดนตรีเยือนจีน	1.9300	0.0738	2.0038									✓			

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
5) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2026 (FILMART 2026)	2.9030	0.2500	3.1530						✓						
6) กิจกรรมส่งเสริมตลาดธุรกิจบริการภาพยนตร์ไทยในประเทศเวียดนาม (Thai Film Festival in Vietnam 2026)	3.0000	0.1080	3.1080										✓		
7) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Cannes Film Festival 2026	6.8850	0.3935	7.2785								✓				
8) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Cannes Film Festival 2026	21.1180	13.9950	35.1750								✓				
9) กิจกรรมผลักดันสินค้าและบริการสู่สากล ผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดและสื่อบันเทิงระดับโลก	0.5000	5.0992	5.5992		✓		✓	✓							
10) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2026) ***เตรียมการปีงบ 2570	1.5000	-	1.5000												✓
11) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2026 ***เตรียมการปีงบ 2570	2.2000	-	2.2000												✓
12) งาน Asian Contents & Film Market 2026 (ACFM 2026) **เตรียมการปีงบ 2570	2.0000	-	2.0000												✓
2569-050201-004 โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ	**6.0010**	**0.3915**	**6.3925**												
1) นิทรรศการ Packaging Pavillion ภายในงานแสดงสินค้า THAIFEX – Anuga Asia 2026	0.5000	-	0.5000								✓				
2) งาน Tokyo Pack 2026 ***เตรียมการปีงบ 70	3.1000	-	3.1000												✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
3) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริหารการจัดงานและธุรกิจเกี่ยวเนื่องเยือนเอเชีย	2.4010	0.3915	2.7925					✓							
2569-050201-004 โครงการส่งเสริมพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์	**23.0142**	**0.7468**	**23.7610**												
1) งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)	23.0142	0.7468	23.7610								✓	✓		✓	

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 161,729,400 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสู่สากล 130,070,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 31,659,400 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. **ชื่อโครงการ** : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางนฤชล อยู่นัด โทรศัพท์ 02 507 8406

โทรสาร E-mail address planlifestyle.ditp@gmail.com

2. หลักการและเหตุผล

ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ แผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569) ของกระทรวงพาณิชย์ ประเด็นที่ (2) สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ เป้าหมายประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ กิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น เป็นหนึ่งในกลไกเพื่อดำเนินการตามพันธกิจของกรมฯ ภายใต้กลยุทธ์การสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนา Cluster แห่งอนาคต เช่น สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง ผู้สูงอายุ แม่และเด็ก สินค้า OTOP เป็นต้น และควบคู่กับการสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดให้กับผู้ประกอบการสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น (เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน ของขวัญของชำร่วย เคหะสิ่งทอ เครื่องใช้ในบ้าน ครัวเรือน และสำนักงาน ผ้าผืนเส้นด้าย เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง เครื่องกีฬา อัญมณีและเครื่องประดับ) ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 เป็นผู้ประกอบการ SMEs

3. วัตถุประสงค์

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าโดยการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกและการพัฒนาสินค้าเชิงลึก ด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม ควบคู่กับแผนผลักดันการส่งออกกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อสร้างโอกาสการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น และขยายมูลค่าการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นในการรักษาตลาดเดิม เสริมตลาดใหม่

4. เป้าหมาย

4.1 สร้างภาพลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นไทย

4.2 ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าแฟชั่นไทยให้สูงขึ้น สามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ตอบโจทย์วิถีชีวิตใหม่ เมกะเทรนด์ และความต้องการเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค

4.3 สินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าแฟชั่น ของไทยสามารถรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ เกิดช่องทางตลาดใหม่ๆ ในการส่งออก

4.4 ผู้ประกอบการ SMEs และผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความข้มแข็งและสามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	- จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	สินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าแฟชั่น ของไทยสามารถรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ เกิดช่องทางตลาดใหม่ๆ ในการส่งออก
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 3,386 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1,298 ราย

6. วิธีการวัดผล

6.1 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม

6.2 มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นได้รับการพัฒนาเชิงลึกด้านการออกแบบ ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ตอบโจทย์วิถีชีวิตใหม่ เมกะเทรนด์และความต้องการของกลุ่มเฉพาะ

7.2 ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นในภูมิภาค และงานแสดงสินค้านานาชาติ Bangkok Gems and Jewelry Fair เป็นที่รู้จักและยอมรับแพร่หลายในระดับโลก

7.3 ผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น โดยเฉพาะผู้ประกอบการระดับ SMEs และประกอบการท้องถิ่น ได้รับโอกาสการเข้าถึงตลาดต่างประเทศผ่านช่องทางต่างๆ มากขึ้น

7.4 สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักในตลาดเป้าหมาย และมีมูลค่าเพิ่ม

7.5 กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น มีขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถขยายตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น ส่งผลให้การส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นไทยขยายตัวทั้งด้านปริมาณและมูลค่า

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	- ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้าไลฟ์สไตล์ เช่น ของขวัญ ของที่ระลึก งานหัตถกรรม เฟอร์นิเจอร์ เคหะ สิ่งทอ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ในครัวเรือน ของเล่นเด็ก เครื่องเขียนและอุปกรณ์ สินค้าไลฟ์สไตล์ประเภท Material เป็นต้น - ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น เช่น ผ้าผืน สิ่งทอ วัตถุดิบหนังผืน เครื่องจักรและวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น - ผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าตลาดเฉพาะ เช่น สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง สินค้ากลุ่มแม่และเด็ก OTOP และสินค้าตลาดเฉพาะกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพ เป็นต้น
พื้นที่เป้าหมาย	ประเทศไทย/ ฝรั่งเศส/ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์/ ญี่ปุ่น/ สหรัฐอเมริกา/ อิตาลี/ เวียดนาม/ ฮ่องกง/ ฝรั่งเศส

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 – กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6.7 การดำเนินภารกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน

ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....-.....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

1) การส่งเสริมการตลาดเชิงรุก โดยการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การจัดคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้า การจัด Pop Up Store รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2) การพัฒนาสินค้าเชิงลึก โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อในกลุ่มตลาดเป้าหมาย วิถีชีวิตใหม่ เมกะเทรนด์ ให้เกิดการพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดสากล เพิ่มโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการ พร้อมกับนำสินค้าที่ได้รับการพัฒนาเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และขยายโอกาสทางการค้าอย่างครบวงจรต่อไปในอนาคต

3) การประสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นของไทย และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะผ่านสื่อต่างๆ ทั้งในประเทศต่างประเทศ และสื่อออนไลน์ เป็นต้น รวมถึงการเชิญชวนผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050301-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์	**50.1331**	**4.2372**	**54.3703**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์ (1) งานแสดงสินค้า MAISON & OBJET January 2026 (2) งานแสดงสินค้า HD Expo + Conference 2026 (3) งานแสดงสินค้า INDEX 2026 (4) งานแสดงสินค้า Tokyo Gift Show 2026	33.5701	0.8002	34.3703	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่น ปี 2569	6.3625	0.1375	6.5000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3) โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2026	9.8045	0.1955	10.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
4) โครงการสร้างโอกาสทางการค้า กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ในตลาดเป้าหมาย	0.3960	3.1040	3.5000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050301-002 โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)	**49.0000**	**-**	**49.0000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
1) โครงการงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับครั้งที่ 73	49.0000	-	49.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
2569-050301-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น	**25.0282**	**1.3998**	**26.4280**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น/เวียดนาม)	3.6560	0.3440	4.0000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทย ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Fashion world Tokyo	9.9766	0.4514	10.4280	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
3) โครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดสากล	9.5532	0.4468	10.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ	1.8424	0.1576	2.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2569-050301-004 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	**3.8695**	**0.1305**	**4.0000**				✓	✓	✓	✓	✓				
2569-050301-005 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ Niche Market	**5.1852**	**0.3148**	**5.5000**				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ ประเทศญี่ปุ่น	2.2832	0.2168	2.5000						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	2.9020	0.0980	3.0000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
2569-050301-006 โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไทยสู่ตลาดสากล	**0.7720**	**0.2280**	**1.0000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2569-050301-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล	**6.3120**	**0.6880**	**7.0000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวมทั้งสิ้น	**140.3000**	**6.9983**	**147.2983**												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 147,298,300 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น 140,300,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 6,998,300 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ
.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กลุ่มงานอาหารฮาลาล

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางสาวปิยะฉัตร พิมจันทึก โทรศัพท์ 0 2507 8349

โทรสาร 0 2547 4268 E-mail address thaihalalexport@gmail.com

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจสำคัญในการส่งเสริมการค้าและการตลาดระหว่างประเทศในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ด้านการเป็นประตูการค้าการลงทุน และแผนปฏิบัติราชการของกระทรวงพาณิชย์ ด้านการสร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น

ตลาดสินค้าฮาลาลเป็นหนึ่งในตลาดศักยภาพสำคัญและมีแนวโน้มเป็นตลาดส่งออกหลักที่มีปัจจัยขับเคลื่อนมาจากจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกที่เพิ่มจำนวนขึ้นจากปัจจุบันมีประมาณ 2.0 พันล้านคน (อ้างอิงจาก: IslamiCity, 2025) และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.8 พันล้านคนในปี 2593 (ค.ศ. 2050) ตามการคาดการณ์ในรายงาน The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050 ของ Pew Research Center (2015) ส่งผลให้ในอนาคต ตลาดสินค้าฮาลาลจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดทั้งในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม โดยกรมฯ กำหนดเป้าหมายการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Cooperation : OIC) ซึ่งมีสมาชิก จำนวน 57 ประเทศ ทั้งในตะวันออกกลาง แอฟริกา เอเชียใต้ และอาเซียน ซึ่งถือได้ว่าเป็นตลาดสินค้าอาหารฮาลาลที่มีขนาดใหญ่ที่สุด นอกจากนี้ยังมีกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมแต่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่มาก เช่น อินเดีย จีน รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น ญี่ปุ่น และอังกฤษ ซึ่งถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพที่ผู้ส่งออกไทยสามารถขยายการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลได้

สินค้าอาหารฮาลาลจึงถือเป็นหนึ่งในสินค้าศักยภาพของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นมากตามความต้องการของตลาดโลก กรมฯ จึงกำหนดแนวทางการดำเนินงานในแผนปฏิบัติราชการ เรื่อง สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าอาหารที่มีมาตรฐาน ตรงตามหลักศาสนาอิสลามและมีหลักวิทยาศาสตร์ฮาลาลรองรับ กรมฯ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงได้ประสานความร่วมมือเพื่อส่งเสริมและผลักดันสินค้าอาหารฮาลาลของไทย รวมทั้งบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานในภูมิภาค เพื่อพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งเป็นฐานการผลิตสินค้าอาหารฮาลาลที่สำคัญของไทยให้สามารถพัฒนาเพื่อขยายไปยังตลาดต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดสินค้าอาหารฮาลาล จึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอาหารฮาลาลไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากลได้เช่นเดียวกัน

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการฮาลาลของไทยในตลาดเป้าหมาย โดยเฉพาะสินค้าที่มีเครื่องหมายฮาลาลไทย

3.2 เพื่อพัฒนาและเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการสินค้าฮาลาลในตลาดโลก

3.3 เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าฮาลาลของไทยในตลาดเป้าหมาย

3.4 เพื่อเร่งรัดขยายการส่งออกเชิงรุก เพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลของไทยในตลาดเป้าหมายและแสดงศักยภาพของสินค้าฮาลาลไทย

4. เป้าหมาย

การส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลไปยังประเทศ OIC ปี 2569 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3 โดยกำหนดเป้าหมายการส่งออกของปี 2568 เป็นมูลค่าประมาณ 228,030 ล้านบาท

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	1) มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าผ่านกิจกรรม 2) จำนวนผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	1) ขยายตลาดการส่งออก/เพิ่มมูลค่าการส่งออกไทย 2) สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารฮาลาลไทยที่มีตราผลิตภัณฑ์ของตนเองสู่ตลาดโลก 3) ผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลของไทยมีการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 7,160 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 188 ราย

6. วิธีการวัดผล

วัดผลการดำเนินโครงการจากแบบประเมินและรายงานผลการจัดกิจกรรม

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 สินค้าฮาลาลของไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล

7.2 ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาสามารถปรับตัวเพื่อรองรับความต้องการสินค้าฮาลาลในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7.3 สามารถเพิ่มช่องทางการส่งออกสินค้าฮาลาลในตลาดใหม่ และรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดเก่าได้เพิ่มขึ้น

7.4 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลของไทยในตลาดเป้าหมายเพิ่มสูงขึ้น

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล ผู้บริโภค ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง
พื้นที่เป้าหมาย	ในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้ - ตลาดกลุ่มประเทศ OIC จำนวน 57 ประเทศ - ตลาดที่มีคนมุสลิมอาศัยอยู่มาก เช่น จีน อาเซียน ยุโรป อเมริกา - ตลาดในประเทศ เช่น การส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าฮาลาลในงานแสดงสินค้า

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6.7 การดำเนินการกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
✓	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

ดำเนินการผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ อาทิ การจัดนิทรรศการในงานแสดงสินค้าในประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าอาหารฮาลาลของไทยและเครื่องหมายรับรองฮาลาลของไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าอาหารฮาลาลที่สำคัญของไทย จะได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการส่งออก การตั้งราคาสินค้า เทคนิคการเจรจาการค้า เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อติดอาวุธให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีองค์ความรู้และสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050401-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ	**40.8573**	**0.6330**	**41.4903**												
1. โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2026	11.4496	0.6330	12.0826				✓								
2. โครงการส่งเสริมสินค้าฮาลาล 5 จังหวัดชายแดนใต้เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	1.0310		1.0310			✓	✓	✓	✓	✓					
3. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าฮาลาลในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569	3.3400		3.3400								✓				
4. โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2027 (เตรียมการ)	25.0367		25.0367											✓	✓
รวมทั้งสิ้น	**40.8573**	**0.6330**	**41.4903**												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 41,490,300 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล 40,857,300 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 633,000 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางสาวนิตยาณี กอเทพวัลย์ โทรศัพท์.....0 2507 8314.....

โทรสาร.....E-mail address heavy_inds@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศจากการส่งออกสินค้าได้มากกว่าร้อยละ 80 และเป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการไทยมีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการผลิตเทคโนโลยีขั้นสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อย่างไรก็ดี จากภาวะเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันทำให้สินค้าอุตสาหกรรมของไทย ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมากจากสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ ระบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังได้รับผลกระทบจากสินค้าราคาถูกทะลักเข้ามาในประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในประเทศได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก ทำให้ต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ การดำเนินกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นกิจกรรมที่จำเป็นและช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างศักยภาพในการแข่งขันในระดับโลกได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้อย่างต่อเนื่องต่อไป กิจกรรมดังกล่าว ได้แก่ กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออกไทย การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทาง มาเยือนไทยหรือเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ กิจกรรมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่สำคัญในต่างประเทศ กิจกรรมการจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติในประเทศ เป็นต้น เพื่อสร้างโอกาสที่ดีให้ผู้ส่งออกของไทยสามารถ ขยายตลาด เพิ่มมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม สินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง สินค้าเครื่องจักรกลการเกษตร สินค้าเครื่องมือแพทย์และเภสัชภัณฑ์ สินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง รวมถึงสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคตของไทยให้เพิ่มขึ้นได้ในตลาดโลก

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าในการขยายการส่งออกไปยังตลาดโลกให้กับผู้ประกอบการไทย

3.2 เพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจการค้าระหว่างผู้ผลิต/ผู้ส่งออกของไทย กับคณะนักธุรกิจของประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นการช่วยผลักดันการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ตกแต่ง เครื่องมือแพทย์และเภสัชภัณฑ์ เครื่องจักรกลการเกษตร อาหารสัตว์เลี้ยง และสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของไทย

3.3 เพื่อศึกษาตลาด แนวโน้มของสินค้า และนำความรู้มาปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.4 เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าอุตสาหกรรมของไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก

4. เป้าหมาย

4.1 เพิ่มมูลค่าการส่งออกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมของไทย ได้แก่ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ตกแต่ง เครื่องมือแพทย์และเภสัชภัณฑ์ เครื่องจักรกลการเกษตร อาหารสัตว์เลี้ยง และสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของไทย

4.2 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย จากการได้ศึกษาแนวโน้วความต้องการในแต่ละตลาดและนำมาพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการในแต่ละตลาด

3) สินค้าอุตสาหกรรมของไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าในตลาดโลก

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2) จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	1) ขยายตลาดการส่งออก/เพิ่มมูลค่าการส่งออกไทย 2) สร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยในตลาดโลก 3) ผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพของไทยมีการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 680 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 83 ราย

6. วิธีการวัดผล

วัดผลการดำเนินโครงการจากแบบประเมินและรายงานผลการจัดกิจกรรม

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เกิดมูลค่าการเจรจาการค้าจากการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่างๆ ของกรม

7.2 สินค้าอุตสาหกรรมของไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะด้านคุณภาพและราคาที่เหมาะสม

7.3 ผู้ประกอบการไทยมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมในต่างประเทศ รวมทั้งขยายความร่วมมือด้านการค้าการลงทุน เกิดการพัฒนาร่วมกันทางการค้า รวมถึงความก้าวหน้าในการขยายมูลค่าการส่งออก

7.4 เกิดผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทยรายใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการในระดับ SMEs

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ผลิต/ผู้ส่งออก/ผู้ประกอบการสินค้าอุตสาหกรรมของไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศ
พื้นที่เป้าหมาย	ไทย อาเซียน เอเชีย แอฟริกา ตะวันออกกลาง

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 2.1.6.7 การดำเนินภารกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

1. โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม

1) การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ

- จัดทำรายละเอียด กำหนดการ และเอกสารเผยแพร่เพื่อเชิญชวนผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมโครงการ
- รวบรวมข้อมูลรายละเอียดบริษัทและสินค้าของผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมโครงการ เพื่อจัดส่งให้ สคต. นำไปใช้ประกอบการจัดทำนัดหมายผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าที่สนใจเจรจาธุรกิจการค้ากับผู้ประกอบการไทยภายใต้โครงการ และประสาน สคต.ที่เกี่ยวข้องทราบ
- สคต. เชิญชวนผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ เข้าร่วมนัดหมายเจรจาการค้า (Business Matching) กับผู้ประกอบการไทยที่ร่วมโครงการ โดยจัดส่งรายละเอียดข้อมูลบริษัทและสินค้าประกอบการเชิญชวน
- ผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมโครงการ เดินทางไปเจรจาการค้ากับผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ณ ประเทศที่จัดกิจกรรม พร้อมกิจกรรมสำรวจตลาด/ย่านการค้าในเมืองที่จัดกิจกรรมฯ

2) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

- ประชาสัมพันธ์เชิญชวนและรับสมัครผู้ประกอบการ
- คัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการฯ ตามคุณสมบัติและการสมัครก่อน-หลัง และประกาศผลผู้เข้าร่วมโครงการ
- ประสานงาน สคต. ประสานจองพื้นที่และจัดจ้างทำ Thailand Pavilion ในงานแสดงสินค้าฯ
- ประชุมเตรียมการผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าฯ
- ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่เดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้าฯ

2. โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง

1) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

- ประชาสัมพันธ์เชิญชวนและรับสมัครผู้ประกอบการ
- คัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการฯ ตามคุณสมบัติและการสมัครก่อน-หลัง และประกาศผลผู้เข้าร่วมโครงการ
- ประสานงาน สคต. ประสานจองพื้นที่และจัดจ้างทำ Thailand Pavilion ในงานแสดงสินค้าฯ
- ประชุมเตรียมการผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าฯ

3. โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

1) การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ

- จัดทำรายละเอียด กำหนดการ และเอกสารเผยแพร่เพื่อเชิญชวนผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมโครงการ
- รวบรวมข้อมูลรายละเอียดบริษัทและสินค้าของผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมโครงการ เพื่อจัดส่งให้ สคต. นำไปใช้ประกอบการจัดทำนัดหมายผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าที่สนใจเจรจาธุรกิจการค้ากับผู้ประกอบการไทยภายใต้โครงการ และประสาน สคต.ที่เกี่ยวข้องทราบ
- สคต. เชิญชวนผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ เข้าร่วมนัดหมายเจรจาการค้า (Business Matching) กับผู้ประกอบการไทยที่ร่วมโครงการ โดยจัดส่งรายละเอียดข้อมูลบริษัทและสินค้าประกอบการเชิญชวน
- ผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมโครงการ เดินทางไปเจรจาการค้ากับผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ณ ประเทศที่จัดกิจกรรม พร้อมกิจกรรมสำรวจตลาด/ย่านการค้าในเมืองที่จัดกิจกรรมฯ

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050501-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	**16.2688**	**7.9876**	**24.2564**												
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	0.7015	6.5102	7.2117									✓	✓	✓	
2) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาคเอเชีย	0.5658	1.2874	1.8532					✓	✓	✓					
3) งานแสดงสินค้า MEDICA 2025	0.0050	0.1900	0.1950		✓										
4) งานแสดงสินค้า MEDICA 2026 (เตรียมการ)	3.1785	-	3.1785						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) งานแสดงสินค้า AAPEX 2026 (เตรียมการ)	4.6590	-	4.6590					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) งานแสดงสินค้า AUTOMECHANIKA DUBAI 2026 (เตรียมการ)	7.1590	-	7.1590							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2569-050501-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง	**1.2800**	**-**	**1.2800**												
1) โครงการส่งเสริมสินค้าสัตว์เลี้ยงบุกตลาดไต้หวัน (Taipei Pet Show 2026)	1.2800	-	1.2800						✓	✓	✓	✓	✓		
2569-050501-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคต	**0.1022**	**0.2854**	**0.3876**												
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เยือนภูมิภาคอาเซียน	0.1022	0.2854	0.3876				✓	✓	✓						
รวมทั้งสิ้น	**17.6510**	**8.2730**	**25.9240**												

18. **วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ** 25,924,000 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม 17,651,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 8,273,000 บาท

19. **สถานะโครงการ** (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ	19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน ☐ แล้วเสร็จ
19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.7 ☐ ประกวดราคา ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม. ☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ ☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ..... ☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....	19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ 19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. **ชื่อโครงการ** : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่

กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

(ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า)

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางสาวปิยธิดา เทศธรรม โทรศัพท์ 0 2547 4227

โทรสาร 0 2547 4268 E-mail address ditp.foods@gmail.com

2. หลักการและเหตุผล

ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 13 หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ แผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2569) ของกระทรวงพาณิชย์ ประเด็นที่ (2) สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ เป้าหมายประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงได้พิจารณากำหนดแผนการผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริหารอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายที่จะเร่งรัดการส่งออกสินค้าเกษตรเพื่อรองรับมาตรการกีดกันทางการค้าโดยเน้นรักษาตลาดเดิม ฟื้นฟูตลาดเก่าจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ให้กับสินค้าเกษตรหลักของไทยโดยเฉพาะผลไม้ที่เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของไทย

เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาลด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ และด้านการเร่งรัดทำตลาดเชิงกลยุทธ์ให้เกิดผลสัมฤทธิ์รวดเร็วมากขึ้น รวมทั้งเพิ่มมูลค่าและขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน จึงได้แนวคิดในการดำเนินโครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ในส่วนของกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (กลุ่มสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า) โดยเน้นกิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้นำเสนอกลุ่มสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืนของไทย ผ่านคูหานิทรรศการอาหารเพื่อความยั่งยืนภายในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026) นอกจากนี้ เพื่อย้ำภาพลักษณ์และแสดงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารอนาคต (Future Food) คุณภาพดีและได้มาตรฐานส่งออกการสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า เพื่อส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย ขยายฐานการตลาดสินค้าไทย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ศักยภาพสินค้าเกษตรและอาหารของไทยให้ประจักษ์ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่สินค้าไทย

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกสินค้าอาหารในกลุ่มสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืนของไทย

3.2 เพื่อเร่งรัดทำตลาดเชิงกลยุทธ์ ขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน เน้นรักษาตลาดเดิม ฟื้นฟูตลาดเก่าจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ

3.3 เพื่อเผยแพร่ศักยภาพการผลิตสินค้าในภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย

3.4 เพื่อการขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารของไทย

3.5 เพื่อผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

4. เป้าหมาย

4.1 เพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของไทย โดยเฉพาะสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืน

4.2 สร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยที่มีตราผลิตภัณฑ์ของตนเองสู่ตลาดโลก

4.3 ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	1) จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2) จำนวนสินค้าที่ได้นำจัดแสดงในกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	1) ขยายตลาดการส่งออก/เพิ่มมูลค่าการส่งออกไทย 2) สร้างภาพพจน์สินค้าไทยที่มีตราผลิตภัณฑ์ของตนเองสู่ตลาดโลก 3) ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 50 ราย

6. วิธีการวัดผล

วัดผลการดำเนินโครงการจากแบบประเมินและรายงานผลการจัดกิจกรรม

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของไทย โดยเฉพาะสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืน

7.2 ผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการค้าระหว่างประเทศ

7.3 เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในภาคธุรกิจเดียวกัน เป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันระดับสากล

7.4 ผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้รับรู้ถึงศักยภาพของสินค้าอาหารของไทย รวมทั้งได้ได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้า เพื่อสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

7.5 ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าอาหารของไทยได้รับการเสริมสร้างโอกาสในการขยายกลุ่มเป้าหมายและส่วนแบ่งตลาดส่งออกให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินการส่งออกสินค้าอาหาร อาหารอนาคต อาหารเพื่อสุขภาพ
พื้นที่เป้าหมาย	ไทย

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6.7 การดำเนินภารกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้า

และการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
✓	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

16.1 วิธีการดำเนินงาน

- ประสานผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้าอาหารอนาคตเข้าร่วมโครงการ
- กำหนดรูปแบบการนำเสนอสินค้าอาหารอนาคตไทยที่มีศักยภาพให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดในช่วงเวลาดำเนินการ
- ดำเนินการจัดจ้างก่อสร้าง และตกแต่งคูหาภายในงานแสดงสินค้าฯ
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคอาหารอนาคตภายในคูหานิทรรศการฯ

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050601-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืน	**2.1888**	**-**	**2.1888**												
1) โครงการคูหานิทรรศการอาหารเพื่อความยั่งยืนภายในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)	2.1888	-	2.1888				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
รวมทั้งสิ้น	**2.1888**	**-**	**2.1888**												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 2,188,800 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า 2,188,800 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่

กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้า/ธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ : สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ม.ล.ภาสกร อาภากร โทรศัพท์ : 02 507 8268

E-mail address: Paskorna@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินงานตามภารกิจส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาดสินค้าและบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการส่งออก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย และกำหนดวิสัยทัศน์ คือ "ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชีย ภายในปี 2570"

รัฐบาลได้กำหนด"ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580)" โดยแบ่งประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็นหลัก ซึ่งภารกิจในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศนั้น สอดคล้องกับ *"ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน"* โดยพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด พัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่างเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศและการให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้แนวคิด "ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้" คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง

การพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลกนั้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่สำคัญและบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งผู้ประกอบการไทยจะต้องปรับตัวให้ทันท่วงที เช่น ในปัจจุบันผู้ซื้อผู้บริโภคในตลาดโลกให้ความสำคัญและเลือกซื้อสินค้าและบริการที่รักษ์โลก อีกทั้งคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ โดยจะเลือกสินค้าและบริการที่มีส่วนช่วยให้เกิดการลดก๊าซเรือนกระจกได้ ในด้านนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในทุกประเทศ ต่างให้ความสำคัญต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: UNSDGs) กรอบการพัฒนาของโลกที่มุ่งสู่มิติความยั่งยืน 3 ด้านหลัก คือ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมไปถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ Climate Change อาทิ มาตรการปรับคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism : CBAM) ของสหภาพยุโรป นโยบาย Green New Deal ของสหรัฐอเมริกา นโยบาย Green Growth Strategy ของญี่ปุ่น แผน Powering Australia เพื่อลดปัญหาโลกร้อนจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งทุกประเทศได้กำหนดเป้าหมายการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) โดยจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออกของไทย เนื่องจากเป็นประเทศผู้ส่งออกหลัก

ทั้งนี้ การส่งเสริมเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy / Eco-Friendly Economy) โดยนำเอาความรู้และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาส่งเสริมต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรชีวภาพและผลผลิตทางการเกษตร โดยมีเป้าหมายส่งเสริมและพัฒนาประเทศให้เป็นเจ้าของสินค้าและบริการมูลค่าสูง ยกระดับมูลค่าห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ นำเทคโนโลยีนวัตกรรมมาช่วยเกิดก้าวกระโดดของการต่อยอดและพัฒนา โดยเฉพาะด้าน Circular Economy ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการคำนึงถึงกระบวนการผลิตสินค้า ใช้งานและนำกลับมาใช้ใหม่หรือวัตถุรอบที่สอง (Make-Use-Return/Recycle)

จากหลักการดังกล่าวข้างต้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงได้กำหนดยุทธศาสตรการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (หมุดหมายที่ 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ) แผนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสีเขียว รวมทั้งแนวโน้มความต้องการของตลาดที่มีมูลค่าสูง โดยกรมได้กำหนดกลยุทธ์ “สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ เศรษฐกิจใหม่” โดยดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวและพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของตลาด โดยการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด และขยายช่องทางทางตลาดในต่างประเทศ และสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมและการทำธุรกิจคาร์บอนต่ำ อาทิ

- พัฒนาและส่งเสริมสินค้าให้มีนวัตกรรม มีการสร้างแบรนด์ มีแนวคิดสร้างสรรค์ และอัตลักษณ์ไทยมาสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว โดยส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถนำเอาความรู้และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรชีวภาพและผลผลิตทางการเกษตร นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืน รวมถึงส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs รายใหม่ที่มีสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมด้านกระบวนการคิด/การผลิต มีการนำวัสดุเหลือใช้/ใช้วัสดุที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมให้มีโอกาสก้าวเข้าสู่การค้าระหว่างประเทศ สร้างมูลค่าการค้าและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

- สร้างเวทีเชื่อมโยงธุรกิจให้ผู้ประกอบการในทุกระดับสามารถพัฒนานวัตกรรมสีเขียวและสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้งานวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง รวมทั้งส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถดำเนินธุรกิจ โดยใช้แนวคิดและกระบวนการออกแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Design) การสร้างมูลค่าสูงสุดจากการใช้ประโยชน์ทรัพยากรและลดของเสียลงให้น้อยที่สุด และส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถดำเนินการลดการปลดปล่อยคาร์บอนและก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตและการค้าเพื่อการส่งออกได้ โดยผลักดันให้ผู้ประกอบการ SMEs เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจคาร์บอนต่ำ และสามารถลดการปล่อยคาร์บอนอย่างเป็นรูปธรรม

- ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจตามแนวคิด SDG และการทำธุรกิจคาร์บอนต่ำ รวมทั้งสร้างโอกาสทางการค้าในต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อเตรียมความพร้อมสู่มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ (Climate Change) การมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ในเวทีการค้าโลกในอนาคต

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ดำเนินธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy / Eco-Friendly Economy) และธุรกิจคาร์บอนต่ำ ให้มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

3.2 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วย เทคโนโลยีและนวัตกรรมสีเขียว การคิดเชิงออกแบบกระบวนการหมุนเวียน และการลดการปลดปล่อยคาร์บอน เพื่อสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

3.3 เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ระหว่างผู้ผลิต/ผู้ส่งออกนวัตกรรมไทยกับผู้นำเข้าและผู้กระจายสินค้าในกลุ่มประเทศเป้าหมาย

3.4 เพื่อประชาสัมพันธ์และแสดงศักยภาพสินค้าไทยที่ได้รับการพัฒนานวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้รับการยอมรับแก่กลุ่มเป้าหมายในตลาดประเทศเป้าหมาย

3.5 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า

4. เป้าหมาย

4.1 เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย โดยการสร้างคุณค่าของสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมสีเขียว ที่มีนวัตกรรม มีการสร้างแบรนด์ และการออกแบบดี ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ สร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

4.2 เสริมศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมสีเขียว ให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างโอกาสทางการค้าและสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าของผู้ประกอบการไทยในตลาดเป้าหมาย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

4.3 สร้างโอกาสทางการค้าให้ผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานนวัตกรรมต่างๆ ในการนำผลงานวิจัยและพัฒนาต่อยอดสินค้าที่มีนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ระหว่างประเทศ ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดการค้าโลก/ต่อยอดด้านการตลาดมากขึ้น อีกทั้งสร้างภาพลักษณ์ในด้านนวัตกรรมให้กับสินค้าไทย ก่อให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับสินค้าไทยให้สูงขึ้น

4.4 สนับสนุนเป้าหมายของรัฐบาลในการเพิ่มสัดส่วนมูลค่าเศรษฐกิจที่เกิดจากอุตสาหกรรรมสีเขียว ให้กับ GDP ของประเทศ

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	จำนวนผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและการออกแบบที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมตามแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
ผลลัพธ์ (outcome)	ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาสามารถขยายตลาดส่งออกและสร้างเครือข่ายธุรกิจได้เพิ่มขึ้น และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ **35 ล้านบาท**
	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม **100 ราย**

6. วิธีการวัดผล

6.1 แบบสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการและผู้เข้าชมผลงาน

6.2 การประเมินผลการรับรู้จากการประชาสัมพันธ์

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย โดยการสร้างคุณค่าสินค้าไทยให้มีนวัตกรรม มีการสร้างแบรนด์ มีแนวคิดสร้างสรรค์และอัตลักษณ์ไทยที่เด่นชัดให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ สร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

7.2 เสริมศักยภาพผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างโอกาสทางการค้าและสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ของผู้ประกอบการไทยในตลาดเป้าหมาย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

7.3 สร้างโอกาสทางการค้าให้ผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy / Eco-Friendly Economy) ของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานนวัตกรรมต่างๆ ในการนำผลงานวิจัยและพัฒนาต่อยอดสินค้าที่มีนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ระหว่างประเทศ ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดการค้าโลก/ต่อยอดด้านการตลาดมากขึ้น อีกทั้งสร้างภาพลักษณ์ในด้านนวัตกรรมให้กับสินค้าไทย ก่อให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับสินค้าไทยให้สูงขึ้น

7.4 สนับสนุนเป้าหมายของรัฐบาลในการเพิ่มสัดส่วนมูลค่าเศรษฐกิจที่เกิดจากอุตสาหกรรรมสีเขียวให้กับ GDP ของประเทศ

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	- ผู้ประกอบการทุกระดับที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและการออกแบบเพื่อมุ่งสู่แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน - ผู้นำเข้า ผู้บริโภครวมทั้งองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก
พื้นที่เป้าหมาย	ในประเทศและต่างประเทศ (ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น)

9. ระยะเวลาดำเนินการ เดือนตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ.2569 ข้อ -

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ: (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8.ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะ การแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
✓	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มุ่งพัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคอุตสาหกรรมการส่งออก (Value Creation) โดยเน้นการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs/ผู้ประกอบการเริ่มต้นเพื่อผลักดันสู่การเป็น Smart Enterprise และเน้นการส่งเสริมการทำธุรกิจใหม่ (New Business Model) ที่มีนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ให้กลายเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยการสร้างนวัตกรรม การออกแบบ และการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน ตรงกับความต้องการของตลาด และขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ และสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมและการทำธุรกิจคาร์บอนต่ำ ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

16.1.1 การส่งเสริมสินค้า/บริการด้านวัตกรรมสู่การค้าระหว่างประเทศ โดยดำเนินการ ดังนี้

1. โครงการสร้างเวทีจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับนักวิจัยด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่สากล (วงเงิน 1,000,000 บาท) มีเป้าหมายส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs รายใหม่ที่มีสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมให้มีโอกาสได้รับคำปรึกษาจากนักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาธุรกิจด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมและการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สร้างมูลค่าทางการค้าและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

2. **กิจกรรมส่งเสริมสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียวในตลาดต่างประเทศ** (วงเงิน 4,800,000 บาท) ส่งเสริมผู้ประกอบการและสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมสีเขียวไปยังตลาดในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นตลาดที่ตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม และมีการใช้ประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นมาตรการทางการค้า ดังนั้น สินค้าที่ใช้วัตถุดิบ และ/หรือมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะมีโอกาสทางการตลาดสูง ทั้งนี้ จะเป็นรูปแบบการจัดนิทรรศการภายในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมสีเขียวในภาพรวมพร้อมทั้งเจรจาการค้ากับผู้ซื้อผู้นำเข้าในประเทศเป้าหมาย

3. **โครงการเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่ความยั่งยืน กิจกรรมพัฒนาผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรและอุตสาหกรรม (DEWA & DEWI)** (วงเงิน 2,500,000 บาท) เป็นกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพและต่อยอดให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการมุ่งสู่การดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืน (Sustainability) โดยส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถนำเอาความรู้และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี นวัตกรรม และการออกแบบ มาพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตเหลือใช้จากภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ด้วยการใช้แนวคิดและกระบวนออกแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าด้วยการใช้ประโยชน์ทรัพยากรให้มากที่สุดและลดของเสียลงให้น้อยที่สุด เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกให้กับผู้ประกอบการไทยที่มีความตั้งใจในการดำเนิน

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-050602-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน	**7.9380**	**0.3620**	**8.3000**												
1) โครงการสร้างเวทีจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับนักวิจัยด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่สากล	1.0000	-	1.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
2) ส่งเสริมสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมสีเขียวในตลาดต่างประเทศ (ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น)	4.438	0.3620	4.8000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
3) โครงการเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่ความยั่งยืน - กิจกรรมพัฒนาผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรและอุตสาหกรรม (DEWA & DEWI)	2.5000	-	2.5000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ รวมทั้งสิ้น 8,300,000 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน จำนวน 7,938,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 362,000 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ	19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน ☐ แล้วเสร็จ
19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.7 ☐ ประกวดราคา ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม. ☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ ☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ..... ☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....	19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ 19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ

โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทย

ในด้านการค้าและบริการ

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก

☐ โครงการต่อเนื่อง ☑ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม
กลุ่มงานส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและครัวไทยสู่โลก

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางวันวิสาข์ สุธีรพจน์ โทรศัพท์.....02-507-8326.....
โทรสาร..... E-mail address wanwisaj@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

อาหารไทยมีเอกลักษณ์และรสชาติเฉพาะตัว ปรุงจากส่วนผสมและวัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพผสมผสานอย่างลงตัวด้วยรสชาติที่กลมกล่อมครบรส เมนูอาหารไทยมีความหลากหลายอันเป็นผลมาจากการเปิดรับทางวัฒนธรรมของคนไทย ส่งผลให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลก การส่งเสริมอาหารไทยและธุรกิจบริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ นอกจากจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ สร้างกระแสความต้องการสินค้าอาหารไทย และกระตุ้นความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคแล้ว ยังส่งผลต่อการขยายการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่เป็นวัตถุดิบ สิ่งปรุงรส รวมถึงสินค้าและบริการอื่น ๆ ของไทยที่เกี่ยวเนื่องสู่ตลาดโลก ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหาร หรือครัวของโลก ทั้งในด้านสินค้าเกษตร อาหาร ธุรกิจบริการ และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง อาหารไทยจึงเป็นอีกหนึ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกประมาณ 18,000 ร้าน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ชาวต่างชาติชื่นชอบและคุ้นเคยกับเมนูอาหารไทยที่หลากหลายมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงความต้องการและความนิยมบริโภคอาหารไทยที่เพิ่มมากขึ้นทั่วโลก สอดคล้องกับความนิยมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยพร้อมการเรียนรู้วัฒนธรรมรวมถึงการบริโภคอาหารไทยด้วย อย่างไรก็ดี จากความนิยมดังกล่าวทำให้มีผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศบางส่วนใช้ชื่อร้านเป็น Thai Restaurant หรือจำหน่ายอาหารที่มีชื่อเรียกเป็นเมนูอาหารไทยแต่ไม่มีรสชาติหรือรูปลักษณ์ตรงตามประเภทหรือเมนูอาหารนั้น ๆ สร้างความเข้าใจผิดให้กับผู้บริโภคชาวต่างชาติ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของอาหารไทยและร้านอาหารไทยในภาพรวม

ด้วยตระหนักถึงปัญหาและมองเห็นโอกาสจากประเด็นดังกล่าว กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงได้ดำเนินโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และธุรกิจบริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ โดยใช้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมร้านอาหารไทยในต่างประเทศที่ให้บริการและจำหน่ายอาหารไทยรสชาติไทยแท้ใช้วัตถุดิบและผ่านกระบวนการปรุงอาหารด้วยส่วนผสมตามตำรับอาหารไทย นอกจากนั้น ยังได้มอบตรา Thai SELECT ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปที่ส่งออก เช่น อาหารไทยพร้อมรับประทาน อาหารไทยพร้อมปรุง เครื่องแกง เครื่องปรุงรส น้ำจิ้ม และขนมหวานไทย เพื่อส่งเสริมอาหารไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี แม้ว่ากรมได้มีการดำเนินโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้เป็นที่รู้จักยอมรับและสร้างกระแสความนิยมในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยพลวัตทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและไลฟ์สไตล์ของผู้คนทั่วโลกที่เกิดขึ้นโดยตลอด ประกอบกับการพัฒนาอย่างรวดเร็วของนวัตกรรมและเทคโนโลยีในปัจจุบัน ได้ส่งผลให้เทรนด์และพฤติกรรมการ

บริโภคอาหารเปลี่ยนแปลงตามไปอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคยุคใหม่พร้อมจะเปิดรับวัฒนธรรมและอาหารใหม่ๆ จากทั่วโลก ทำให้การส่งเสริมอาหารไทยจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง สร้างจุดเด่นให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ๆ รวมถึงการรักษาความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคที่คุ้นเคยและชื่นชอบอาหารไทย เพื่อนำไปสู่ความต้องการในการบริโภคอาหารไทย ใช้บริการร้านอาหารไทย และความต้องการสั่งซื้อสินค้าไทยในอนาคตต่อไป ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีให้กับอาหารไทย และธุรกิจบริการอาหารไทยในต่างประเทศแล้ว ยังจะเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกสินค้าเกษตร อาหาร วัตถุดิบ ส่วนประกอบ และเครื่องปรุงรสที่ใช้ในการปรุงอาหารไทย ทั้งยังสนับสนุนระบบเศรษฐกิจของประเทศ สร้างรายได้ในประเทศอย่างทั่วถึง เกิดการจ้างงาน โดยเฉพาะในภาคเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตร เพิ่มรายได้แก่เกษตรกรและผู้อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันและยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการแข่งขันทางเศรษฐกิจและการแข่งขันอย่างยั่งยืน ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ที่มุ่งเน้นให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ ภาคการส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างการตระหนักรู้และกระแสความนิยมการบริโภคอาหารไทยในต่างประเทศ รวมถึงการใช้บริการร้านอาหารไทย สร้างความต้องการซื้อสินค้าไทยที่เกี่ยวเนื่อง และผลักดัน “อาหารไทย” ให้ได้รับความนิยม เพื่อสร้างความต้องการในตลาดโลก ภายใต้นโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก ด้านความมั่งคงทางอาหาร (food security)
2. เพื่อขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารของไทย รวมถึงสินค้าและบริการธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง
3. เพื่อกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพผ่านวัฒนธรรมอาหารไทย
4. เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มช่องทางและเสริมสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ ทั้งธุรกิจบริการอาหารไทย สินค้าเกษตร อาหาร รวมถึงสินค้าแปรรูปและสินค้านวัตกรรมต่าง ๆ

4. เป้าหมาย

1) อาหารไทยและธุรกิจบริการร้านอาหารไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในต่างประเทศ

2) ผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยและผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในต่างประเทศได้รับการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

3) สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการร้านอาหารของไทยได้รับการพัฒนา และช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า/และบริการอาหารของไทย

4) ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	- ผู้ประกอบการสินค้าอาหารและผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ - มูลค่าการสั่งซื้อจากกิจกรรม - สร้างการรับรู้โดยการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย
ผลลัพธ์ (Outcome)	- อาหารไทยและธุรกิจบริการร้านอาหารไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในต่างประเทศ - ขยายตลาดและเพิ่มมูลค่าการส่งออก สร้างภาพลักษณ์อาหารไทยและสินค้าไทยสู่ตลาดโลก
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 40 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 450 ราย
	จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย 45 ล้านครั้ง

6. วิธีการวัดผล

1) วัดจำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมและโครงการ

2) วัดมูลค่าการสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม

3) จัดเก็บจำนวนการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1) อาหารไทยและธุรกิจบริการร้านอาหารไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในต่างประเทศ

2) ผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยและผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในต่างประเทศได้รับการพัฒนาศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

3) สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการร้านอาหารของไทยได้รับการพัฒนา และช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า/และบริการอาหารของไทย

4) ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการสินค้าอาหาร ธุรกิจบริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ
พื้นที่เป้าหมาย	ในประเทศไทย/ต่างประเทศทั่วโลก

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 2.1.6.7 การดำเนินภารกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล(โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
✓	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

1) จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในตลาดเป้าหมาย ทั้งในตลาดเดิมที่อาหารไทยได้รับความนิยมและตลาดใหม่ที่อาหารไทยยังไม่เป็นที่รู้จักคุ้นเคย

2) จัดกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปในรูปแบบต่างๆ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และองค์ความรู้ทางด้านการตลาดต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ การส่งเสริมการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ฯ โดยใช้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT

3) จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในประเทศ อาทิ การจัดกิจกรรมพิเศษภายในงานแสดงสินค้า THAIFEX 2026

4) พัฒนา Thai SELECT Application และ Thai SELECT Website ให้สอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย และดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นช่องทางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลร้านอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ได้รับตราและเพื่ออำนวยความสะดวก และกระตุ้นความต้องการบริโภคอาหารไทยในตลาดโลก

5) ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมตรา Thai SELECT ในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ผ่านสื่อออฟไลน์ ออนไลน์ และผ่าน Influencer ที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่เพื่อให้ตราเป็นที่ยอมรับในระดับโลก

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-060101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยสู่ตลาดโลก	**24.6361**		**24.6361**												
1) โครงการยกระดับภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ	12.000	-	12.000	✓	✓	✓									
2) โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป โดยการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ประจำปี 2569	1.0000	-	1.0000		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3) โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – ANUGA ASIA	3.2000	-	3.2000				✓	✓	✓	✓	✓	✓			
4) โครงการสร้างการรับรู้อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านสื่อศักยภาพยุคใหม่	5.0000	-	5.0000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
5) โครงการประชาสัมพันธ์อาหารไทยและสินค้าที่เกี่ยวเนื่องผ่านสื่อโซเชียล	0.5000	-	0.5000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และครัวไทยสู่โลก	2.9361	-	2.9361				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-060101-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคอเมริกาเหนือ	**23.6000**	**-**	**23.6000**												
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันออก ปีงบประมาณ 2569	10.0000	-	10.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในตลาดสหรัฐอเมริกา ฝั่งตะวันตก ประจำปี 2569	10.0000	-	10.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และผลักดัน Soft Power อาหารไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกาและแคริเบียน ผ่านการประชาสัมพันธ์ โดย Celebrity Chef และผู้มีอิทธิพลด้านอาหาร (Foodies)	1.3000	-	1.3000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐอเมริกา	1.3000	-	1.3000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ Thai SELECT ในแคนาดา ปี 2569	0.5000	-	0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) โครงการจัดกิจกรรม Thai SELECT ในตลาดแคนาดา	0.5000	-	0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-060101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคยุโรป	**16.1000**	**-**	**16.1000**												
1) โครงการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร Thai SELECT และสินค้าอาหารไทยในสหราชอาณาจักร	5.5000	-	5.5000							✓	✓	✓	✓	✓	
2) โครงการสร้างกระแสนิยมอาหารไทยและการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในฝรั่งเศส	1.8000	-	1.8000									✓	✓	✓	✓
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเยอรมนีและสวิตเซอร์แลนด์	2.0000	-	2.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยในเบเนลักซ์	1.2000	-	1.2000					✓	✓	✓	✓	✓			
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจอาหารไทย บริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในกลุ่มประเทศนอร์ดิก	1.2000	-	1.2000				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และร้านอาหาร Thai SELECT ในอิตาลี	1.2000	-	1.2000								✓	✓	✓		

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ครัวไทยในสเปนและโปรตุเกส	1.2000	-	1.2000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดยุโรปตะวันออก	2.0000	-	2.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2569-060101-004 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในอาเซียน	**7.1500**	**-**	**7.1500**												
1) โครงการ Thai Select..Thai Food Journey week 2026	1.3500	-	1.3500				✓	✓	✓						
2) โครงการ Thai SELECT ในประเทศฟิลิปปินส์	1.1000	-	1.1000				✓	✓	✓						
3) โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารไทย และร้านอาหาร Thai SELECT ในตลาดเวียดนาม	2.0000	-	2.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการประชาสัมพันธ์ตรา Thai SELECT และร้านอาหารไทยในเมียนมา	0.5000	-	0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย	1.4000	-	1.4000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสิงคโปร์	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-060101-005 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในเอเชียตะวันออกและโอเชียเนีย	**10.0000**	**-**	**10.0000**												
1) โครงการส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสินค้า Thai SELECT ในตลาดญี่ปุ่น	5.0000	-	5.0000					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการขยายการบริโภคร้านอาหาร Thai SELECT ในเกาหลีใต้	1.5000	-	1.5000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในไต้หวัน	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดออสเตรเลีย	2.7000	-	2.7000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
2569-060101-006 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน	**6.8000**	**-**	**6.8000**												
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในฮ่องกงและมาเก๊า	1.2000	-	1.2000				✓	✓	✓	✓	✓	✓			
2) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยนครเซี่ยงไฮ้	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓			
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และ	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓			

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
ธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน ณ มณฑลกวางตุ้ง ไห่หนาน และหูเป่ย															
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการร้านอาหารไทย และเครื่องหมาย Thai SELECT ในมณฑลยูนนาน	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓	✓	✓	
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยเมืองหนานหนิง	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓	✓	✓	
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีน (เฉิงตู)	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓			
7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย Thai SELECT เมืองเซี่ยเหมิน	0.8000	-	0.8000							✓	✓	✓	✓	✓	
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีนตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ	0.8000	-	0.8000	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
2569-060101-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย ในตลาดใหม่	**14.7500**	**-**	**14.7500**												
1) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai Select	1.8000	-	1.8000							✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
ประจำปีงบประมาณ 2569 เขตอินเดียตะวันตก															
2) โครงการ "Discover Thai Flavor" ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดอินเดีย	0.7000	-	0.7000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
3) โครงการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ Thai SELECT ในอินเดียใต้	1.0000	-	1.0000							✓	✓	✓	✓	✓	✓
4) โครงการ Thai SELECT 2026 ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	8.0000		8.0000					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) โครงการผลักดันสินค้าอาหารไทยในตลาดตุรกี ผ่านสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียง (Influencer)	0.7000		0.7000					✓	✓	✓	✓	✓			
6) โครงการประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในอิสราเอล	0.5000		0.5000								✓	✓			
7) งานเทศกาลอาหารไทยในอียิปต์ ประจำปี 2569	0.7000		0.7000				✓	✓	✓	✓					
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในแอฟริกาตะวันออก ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์	0.5000		0.5000								✓	✓			
9) โครงการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย "Thai SELECT...For You"	0.8500		0.8500				✓	✓	✓						
รวมทั้งสิ้น	**103.0361**		**103.0361**												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 103,036,100 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก 103,036,100 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ	19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน ☐ แล้วเสร็จ
19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.7 ☐ ประกวดราคา ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม. ☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ ☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ..... ☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....	19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ 19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ
กิจกรรมหลัก : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ

☐ โครงการต่อเนื่อง ☑ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ : สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ม.ล.ภาสกร อาภากร โทรศัพท์ : 02 507 8268

E-mail address: Paskorna@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินงานตามภารกิจส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาดสินค้าและบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการส่งออก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย และกำหนดวิสัยทัศน์ คือ *"ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570"*

รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) โดยแบ่งประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็นหลัก ซึ่งภารกิจในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศนั้น ***สอดคล้องกับ "ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน"*** โดยพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ *สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด พัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง* เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ การให้ความสำคัญกับ "การใช้พลังความคิดสร้างสรรค์" และ "การผลิตโดยใช้ตลาดนำ" รวมถึงการคำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง

เนื่องจากปี 2566 รัฐบาลได้กำหนดนโยบาย Soft Power โดยนำอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ไทยรุกสู่เวทีโลก ผลักดันซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศสู่ระดับสากล ด้วยการทูตเชิงวัฒนธรรม และร่วมมือกับภาคเอกชนนำซอฟต์พาวเวอร์ของไทยเผยแพร่สู่ตลาดโลกด้วยการวิจัยข้อมูลเชิงพฤติกรรม กลยุทธ์การสื่อสารและการร่วมจัดกิจกรรมในระดับภูมิภาคและระดับโลก พร้อมกันนี้ รัฐบาลได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และคณะกรรมการประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ประเทศไทย เพื่อพิจารณาแนวทางการขับเคลื่อน Soft Power ประเทศไทยอย่างบูรณาการ ผ่านการดำเนินโครงการ/แผนงานและมาตรการต่างๆ ที่มีผลกระทบสูง ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว คือ **"ขับเคลื่อนการส่งออก Soft Power ไทยรุกสู่เวทีโลก"** โดยส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟท์พาวเวอร์เป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย อาหาร กีฬา เฟสติวัล ท่องเที่ยว ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ การออกแบบ และแฟชั่น ออกสู่ตลาดต่างประเทศ ตลอดจนพัฒนาองค์ความรู้ผู้ประกอบการ เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยแบรนด์ นวัตกรรม และการออกแบบ

ดังนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ **จึงได้กำหนดกลยุทธ์** ***"สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทย*** *ด้วยการออกแบบ การสร้างแบรนด์ นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends" รวมทั้งการใช้พลังความคิดสร้างสรรค์ เพื่อขับเคลื่อนการส่งออก Soft Power ไทยสู่เวทีโลก และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน* โดยที่ผ่านมากรมได้ดำเนินการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและอัตลักษณ์สินค้าและบริการของไทย ด้วยการออกแบบ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ***ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยต่อนานาชาติ*** โดยดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้สินค้าและบริการจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล อาทิ การยกระดับมาตรฐานสินค้า การสร้างตราสัญลักษณ์และเครื่องมือทางการตลาดในมิติต่างๆ การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ รวมทั้งการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) **ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวนี้ จะนำไปสู่** ***"การสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ"*** และเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์ที่ดีในภาคธุรกิจและการค้าของไทย ตั้งแต่ด้านคุณภาพ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสังคม การใช้แรงงานที่เป็นธรรม ด้านการออกแบบที่ดีและด้านอัตลักษณ์ของความเป็นไทย รวมทั้งภาพลักษณ์ประเทศไทยและองค์กรธุรกิจที่มีเป้าหมายสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน นำไปสู่สร้างทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยในด้านการค้าและแหล่งกำเนิดสินค้า หรือ Country of Origin ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการจากประเทศไทยมากขึ้น โดยตอกย้ำสร้างการจดจำภาพลักษณ์แหล่งกำเนิดสินค้าจากประเทศไทย

3.2 เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ด้านการค้าของประเทศไทย และภาพลักษณ์สินค้า/บริการของไทยในมิติต่างๆ ทั้งในด้านการออกแบบที่ดีและด้านอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่สากล รวมทั้งภาพลักษณ์ประเทศไทยและองค์กรธุรกิจที่มีเป้าหมายสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3.3 เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้สินค้าและบริการคุณภาพของไทยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ได้รับการยอมรับ จนเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

3.4 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า

4. เป้าหมาย

4.1 ผู้ประกอบการไทยที่ได้รับตรา DEmark และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีได้รับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ สร้างการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและบริการจากประเทศไทย สร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือในสินค้าไทยในกลุ่มผู้ซื้อ ผู้นำเข้าและผู้บริโภคในต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการจากประเทศไทย เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทย ทำให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

4.2 ผู้ประกอบการไทยที่ได้รับตรา DEmark และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย สามารถเข้าถึงตลาดได้ โดยส่งเสริมการทำตลาดเชิงรุกในตลาดเฉพาะที่คำนึงถึงสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง มีการการออกแบบที่ดี คำนึงถึงคุณภาพสูง รวมถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้แรงงานที่เป็นธรรม

4.3 ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยในด้านความคิดสร้างสรรค์และอัตลักษณ์ของไทย เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยและสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	ผู้ประกอบการได้รับการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการแบรนด์ไทย
ผลลัพธ์ (outcome)	- เกิดการยกระดับภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการไทยในฐานะศูนย์กลางการออกแบบในภูมิภาคอาเซียน กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการของไทย - การส่งเสริมความยั่งยืนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยในระยะยาว ตอบโจทย์เทรนด์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการค้า สามารถขยายช่องทางการตลาดต่างประเทศด้วยสินค้าและบริการยั่งยืนมากขึ้น อันเป็นไปตามพันธกิจของกรมในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอย่างมีนวัตกรรมและยั่งยืน
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม **150 ราย**

6. วิธีการวัดผล

1) แบบสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการและผู้เข้าชมผลงาน

2) การประเมินผลการรับรู้จากการประชาสัมพันธ์

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 สินค้าและบริการจากประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการจากประเทศไทย เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทย ทำให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

7.2 ผู้ประกอบการไทยเข้าถึงตลาดที่มีมูลค่าสูงได้มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำ

7.3 สามารถขยายช่องทางการตลาดต่างประเทศได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า

7.4 สินค้าและบริการคุณภาพของไทยได้รับการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และสินค้าไทยคุณภาพได้รับการยอมรับจนเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

7.5 กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	1. ผู้ประกอบการ ผู้นำเข้า ผู้บริโภครวมทั้งองค์กรต่างๆ ทั่วโลก 2. ผู้ประกอบการที่ได้รับและยังไม่ได้รับรางวัล DEmark 3. ผู้ประกอบการที่มีแนวทางการดำเนินงานตามแนวคิด Soft Power
พื้นที่เป้าหมาย	เอเชีย : ไทย ญี่ปุ่น ยุโรป : อิตาลี

9. ระยะเวลาดำเนินการ เดือนตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ.2569 ข้อ 2.1.6.7 (3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้า ที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คานึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจาย

สินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไป ลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตร การค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8.ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -.....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะ การแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการจากประเทศไทยในมิติการออกแบบที่ดี ด้านอัตลักษณ์ของความเป็นไทยและมีแนวคิดที่สามารถนำเสนอการต่อยอดภูมิปัญญาไทย/ค่านิยมแบบไทยสู่สินค้าและบริการเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างภาพจำประเทศไทยในด้านการออกแบบ อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าต่อไปในอนาคต **<u>วงเงิน 18,420,000 บาท</u>** (งบดำเนินงาน 18,283,800 / งบเดินทาง 136,200) **ประกอบด้วย 2 โครงการ** ดังนี้

16.1.1 สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าบริการผ่านความร่วมมือด้านการออกแบบ วงเงิน 4,008,700 บาท (งบดำเนินงาน 4,008,700) การดำเนินการจัดงาน Asia Design Sharing โดยจัดนิทรรศการในงาน Chiangmai Design Week และจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อส่งเสริมสินค้าและผู้ประกอบการจากประเทศไทย ที่ได้รับรางวัลด้านการออกแบบในเวทีการประกวดการออกแบบชั้นนำของโลก รวมทั้งสร้างการรับรู้ถึงความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยในเวทีความร่วมมือระดับภูมิภาค โดยเน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสินค้าไทยที่มีการออกแบบดีและมีอัตลักษณ์ไทยที่มีความเป็นสากล ธุรกิจบริการด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ มีความสอดคล้องกับแนวทางส่งเสริมอุตสาหกรรม Soft Power 14 สาขาของรัฐบาล ได้แก่ ภาพยนตร์ ละครและซีรีส์ ออกแบบ กีฬา ศิลปะ ศิลปะการแสดง หนังสือ อาหาร แฟชั่น เฟสติวัล เกม ดนตรี ท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม Wellness

16.1.2 สร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านสินค้าและบริการที่มีการออกแบบดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (Demark) วงเงิน 14,411,300 (งบดำเนินงาน 14,275,100 / งบเดินทาง 136,200) มีเป้าหมายในการยกระดับรางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดีให้มีมาตรฐาน เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยดำเนินการ ดังนี้

- จัดประกวดรางวัล DEmark เป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาการออกแบบ รวมทั้งประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการไทยตระหนักถึงความสำคัญด้านการออกแบบและใช้ประโยชน์เครื่องมือการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
- ส่งเสริมเครื่องหมาย DEmark และสินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark ให้ได้รับรางวัลด้านการออกแบบระดับสากลมากยิ่งขึ้น อาทิ รางวัล G-mark ญี่ปุ่น รางวัล Golden Pin Award ไต้หวัน รางวัลอื่นๆ ในระดับโลก
- ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์วงการออกแบบ/สินค้าและบริการไทยในด้านการออกแบบที่ดีในเวทีการออกแบบระดับประเทศ ผ่านเครื่องหมายรางวัล DEmark เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยและสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมการแสดงศักยภาพความก้าวหน้าในวงการออกแบบไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลมากขึ้น

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-060201-001 โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	**18.2838**	**0.1362**	**18.4200**												
1. สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าบริการผ่านความร่วมมือด้านการออกแบบ	4.0087	-	4.0087	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. สร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านสินค้าและบริการที่มีการออกแบบดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (DEmark)	14.2751	0.1362	14.4113	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ รวมทั้งสิ้น 18,420,000 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการสร้างแบรนด์ประเทศด้านการค้าและบริการ **จำนวน 18,283,800 บาท**

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว **จำนวน 136,200 บาท**

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ
กิจกรรมหลัก ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ

โครงการต่อเนื่อง ☑ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นายพรอนันต์ พุ่มแก้ว โทรศัพท์....02-507-7943.....
ชื่อ-นามสกุล น.ส.พัชริกา กันแก้ว โทรศัพท์....02-507-7942.....
โทรสาร - E-mail address pr@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงสู่ตลาดต่างประเทศมาอย่างต่อเนื่อง สินค้าและบริการของไทยมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้กับประเทศจากการส่งออกสินค้าไปยังตลาดหลักและตลาดใหม่ จึงจำเป็นต้องเร่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เน้นสินค้า/บริการที่ตอบสนองความต้องการของ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งจะช่วยต่อยอดจุดแข็งของประเทศให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม โดยอาศัยกลไกวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันในตลาดโลกมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเข้าถึงและตรงกับความต้องการของผู้นำเข้า ผู้ซื้อ ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศให้นิยมบริโภคสินค้าและบริการไทย อันจะนำไปสู่การขยายการส่งออกทั้งปริมาณและมูลค่า กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การค้าไทยจึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นการสร้างความรับรู้และจดจำถึงคุณภาพของการค้าไทยและช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการจากคู่แข่งขันได้ ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด จึงมีความจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ที่มีอิทธิพลทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจสำคัญในการส่งเสริมการค้าและการตลาดระหว่างประเทศในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและการแข่งขันอย่างยั่งยืน ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ซึ่งการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการของไทยยุคเศรษฐกิจใหม่ เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลแนวโน้มตลาด สถานการณ์การค้าในปัจจุบัน ข่าวสารด้านการค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดจากทั่วโลก กิจกรรมหรือโครงการของกรม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ทันต่อสถานการณ์ เป็นการเปิดโอกาสทางการค้า สร้างการรับรู้ที่ดีต่อกรม (Corporate Image) และสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ (Country Image) รวมถึงยกระดับและต่อยอดแคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL ได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าระหว่างประเทศ สินค้าและบริการของไทยยุคเศรษฐกิจใหม่ ผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุม ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ และยกระดับการรับรู้ต่อสินค้าและบริการของไทยในเวทีโลกอย่างยั่งยืน

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยในด้านการค้าระหว่างประเทศ (Country Image Building) และสร้างความมั่นใจให้แก่ตลาดต่างประเทศ

3.2 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ให้เป็นที่รู้จัก ในฐานะหน่วยงานพันธมิตรด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (Corporate Image Building)

3.3 เพื่อเสริมสร้างการรับรู้แก่ผู้ประกอบการไทย ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในด้านการค้าระหว่างประเทศ (Country Image Building)

3.4 เพื่อสร้างการรับรู้ถึงบทบาทหน้าที่และการให้บริการของกรม (Corporate Image Building)

3.5 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยและสร้างความมั่นใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้นำเข้า นักธุรกิจ และผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ เป็นต้น

3.6 เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับสินค้าและบริการที่มีศักยภาพของผู้ประกอบการไทย ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในด้านการค้าระหว่างประเทศ

4. เป้าหมาย

4.1 ผู้นำเข้า นักธุรกิจ และผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ

4.2 ผู้ส่งออก ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้สนใจการค้าระหว่างประเทศในไทย

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	- จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย
ผลลัพธ์ (Outcome)	- สินค้า/บริการของประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความมั่นใจให้แก่ตลาดต่างประเทศ
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	- จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 10,000,000 ครั้ง

6. วิธีการวัดผล

6.1 วิเคราะห์ และประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้เผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศ

6.2 จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อ (Impression)

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 กลุ่มเป้าหมายภายนอก เช่น ผู้นำเข้า นักธุรกิจ และผู้บริโภคในต่างประเทศ ได้รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและบริการของไทย

7.2 กลุ่มเป้าหมายภายนอก เช่น ผู้นำเข้า นักธุรกิจ และผู้บริโภคในต่างประเทศ ได้รับการส่งเสริมการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย (Country Image) ในฐานะผู้ผลิตสินค้าและบริการที่มีศักยภาพและมีคุณภาพ

7.3 กลุ่มเป้าหมายภายใน เช่น ผู้ส่งออก ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้สนใจการค้าระหว่างประเทศในไทย ได้รับการส่งเสริมการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการไทย

7.4 กลุ่มเป้าหมายภายใน เช่น ผู้ส่งออก ผู้ผลิต ผู้ประกอบการภายในประเทศ ได้รับการส่งเสริมการจดจำภาพลักษณ์ ในฐานะผู้ส่งออกสินค้าและบริการยุคเศรษฐกิจใหม่ของไทย

7.5 กลุ่มเป้าหมายที่ประกอบกิจการในอุตสาหกรรม Soft Power จะได้รับการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น อาหารไทย กีฬา เฟสติวัล การท่องเที่ยวคุณภาพสูง ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ การออกแบบ และแฟชั่น เป็นต้น

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้นำเข้า นักธุรกิจ และผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ ผู้ส่งออก ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้สนใจการค้าระหว่างประเทศในไทย
พื้นที่เป้าหมาย	ในประเทศ และต่างประเทศ โดยในต่างประเทศ ครอบคลุม 7 ภูมิภาคทั่วโลก ดังนี้ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก ภูมิภาคตะวันออกกลาง ภูมิภาคลาตินอเมริกา ภูมิภาคเอเชียใต้ ภูมิภาคอาเซียน ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคจีน

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ตุลาคม 2568 – 30 กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6.7 (3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้า ที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คานึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไป ลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตร การค้า การลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

16.1.1 ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคสื่อในต่างประเทศ และคัดสรรช่องทางที่มีศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ สื่อออนไลน์ และสื่อท้องถิ่นในต่างประเทศ เป็นต้น

16.1.2 จัดทำเนื้อหาบทความด้านการค้าระหว่างประเทศ ภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทย รวมถึงเรียบเรียงและแปลภาษา

16.1.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าผ่านสื่อต่างๆ

16.1.4 จัดทำรายงานผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ในต่างประเทศ

16.1.5 ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคสื่อในประเทศ

16.1.6 คัดสรรสื่อที่มีศักยภาพและเหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในประเทศ

16.1.7 ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์

16.1.8 การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในต่างประเทศ

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ	(ล้านบาท)	ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ	**8.5680**	**0.6638**	**9.2318**												
2569-060301-001 โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์แบรนดิ้งประเทศภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL	**5.068**	**-**	**5.0680**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในต่างประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL	5.0680	-	5.0680												
2569-060301-002 โครงการยกระดับการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการซอฟต์พาวเวอร์ไทย ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ	**1.2000**	**-**	**1.2000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) โครงการดำเนินการจัดทำ จัดพิมพ์ และเผยแพร่นิตยสาร THINK TRADE THINK DITP ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ	1.2000	-	1.2000												
2569-060301-003 โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และยกระดับภาพลักษณ์องค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านการค้าระหว่างประเทศ	**2.1808**	**-**	**2.1808**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) โครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพลักษณ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ด้วยรายงานผลการดำเนิน งานประจำปี (Annual Report)	0.3808	-	0.3808												
2) โครงการจัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ประกอบการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	0.3000	-	0.3000												
3) โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริม	0.5000	-	0.5000												

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ	(ล้านบาท)	ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
การค้าระหว่างประเทศ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media)															
4) โครงการจัดซื้อบริการข้อมูลข่าวสาร จากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์	0.5000	-	0.5000												
5) โครงการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย	0.5000	-	0.5000												
2569-060301-004 โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในตลาดต่างประเทศ	**0.1192**	**0.6638**	**0.7830**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยในตลาดต่างประเทศ	0.1192	0.6638	0.7830												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 9,231,800 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ จำนวน 8,568,000 บาท

18.2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว จำนวน 663,800 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติเห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ✓อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

โครงการส่งเสริมและพัฒนา

ช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นายวุฒิศักดิ์ กาญจนาภรณ์ โทรศัพท์ 02 507 7859

โทรสาร E-mail address vutthisak@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีเป้าหมายที่จะผลักดันให้ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570 โดยมีพันธกิจในการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย และขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง รวมถึงภารกิจในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย ประกอบกับนโยบายรัฐบาลเน้นการใช้แนวคิด “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” เพื่อเร่งเครื่องส่งออกไทย บุกตลาดใหม่ทั่วโลก โดยขยายตลาดส่งออกไปยังภูมิภาคใหม่ๆ สู่ภูมิภาคดาวรุ่ง รวมถึงการผลักดัน/ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะ SMEs ในการทำการค้าดิจิทัล เพื่อขยายช่องทางการค้าผ่านตลาดออนไลน์

ในปี 2569 กรมฯ มุ่งเน้นการดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยสามารถดำเนินธุรกิจไปยังตลาดพื้นที่เป้าหมายทั้งตลาดเป้าหมายเดิมและตลาดเป้าหมายใหม่ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ โดยในช่วงที่ผ่านมาได้สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยขึ้นขายสินค้าบนแพลตฟอร์มชั้นนำในตลาดต่างประเทศมาอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการสำคัญต่างๆ อาทิ การส่งเสริมการขายสินค้าไทยผ่านร้าน TOPTHAI Store รวมทั้งการเชิญผู้แทนการค้าจากพันธมิตรอิเล็กทรอนิกส์เข้าร่วมเจรจาและสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ประกอบการไทยผ่านทางออฟไลน์และออนไลน์ ตลอดจนเดินทางเยือนพันธมิตรแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำหรือช่องทางออนไลน์ศักยภาพในต่างประเทศ เพื่อสร้างความร่วมมือใหม่ ๆ นอกจากนี้ยังผลักดันให้เกิดแคมเปญพิเศษทางออนไลน์สำหรับสินค้าไทยเพื่อกระตุ้นยอดขายสินค้าไทยที่กำลังเป็นที่นิยมในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างชาติ โดยทุกกิจกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สินค้าไทยได้มีพื้นที่ในตลาดออนไลน์ชั้นนำระดับสากล อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มมูลค่าการส่งออกออนไลน์ข้ามพรมแดนของไทย

นอกจากการดำเนินการด้านการส่งเสริมการขายผ่านการส่งเสริมการขายบน Platform ในพื้นที่เป้าหมายแล้ว เนื่องจาก E-Commerce และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในตลาดโลกมีการพัฒนาเติบโตและทันสมัยเป็นอย่างมาก การพัฒนาต่อยอดตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ Thaitrade.com ให้เป็นที่รู้จัก ใช้งานง่าย สะดวก และยอมรับในระดับสากลเป็นสิ่งสำคัญ ประกอบกับการพัฒนาระบบเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือระบบที่ให้บริการเกี่ยวกับการค้าออนไลน์อื่นๆ ตลอดจนการบำรุงรักษาระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อดำเนินการให้เว็บไซต์เกิดความน่าเชื่อถือ สามารถเข้าถึงได้อย่างต่อเนื่องและมีความปลอดภัยต่อการใช้งาน และผู้ประกอบการสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาวด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com ได้อย่างถูกต้องและทันต่อสถานการณ์ควบคู่กับการให้บริการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีส่วนสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการทำ

การค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ ผ่านศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ MOC E-Commerce Center เพื่อให้คำปรึกษา รับสมัครสมาชิก และจับคู่เจรจาธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการยกระดับศูนย์บริการฯ ให้เป็นศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทยได้อย่างเป็นธรรม

นอกจากนี้ การขับเคลื่อนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบความสำเร็จในปัจจุบันต้องคำนึงถึงความสำคัญของทั้ง Big Data (ข้อมูลเชิงลึกต่างๆ ที่นำมาใช้วิเคราะห์ คาดการณ์ วางกลยุทธ์การตลาด) และ Influencer (ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์) ควบคู่กัน ในยุคนี้ แบรนด์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ด้วยกันใช้ Data มาวิเคราะห์การซื้อสินค้าและบริการ และยังใช้ Data เพื่อคาดการณ์การวางแผนการตลาดทั้งช่องทาง และกลยุทธ์ที่เหมาะสมในอนาคต ซึ่งปัจจุบันการใช้ influencer Marketing บอกเล่าประสบการณ์ตรงของผู้มีชื่อเสียงจากการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ ถือเป็นกลยุทธ์การตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่นิยม และมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

ในปีงบประมาณ 2569 สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล ได้กำหนดแผนปฏิบัติการโครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล ประกอบด้วย 3 โครงการย่อย ดังนี้

1) โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ
2) โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล
3) โครงการขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการดำเนินการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้ง การให้บริการคำปรึกษา/แนะนำสมาชิกผู้ซื้อผู้ขายเกี่ยวกับการทำการค้าออนไลน์ผ่านศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 เพื่อส่งเสริมและผลักดันผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน (Cross Border e–Commerce) ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร รวมถึงการแสวงหาลู่ทางการขายสินค้าไทยให้แก่ E-marketplace ต่างประเทศ

3.3 เพื่อพัฒนาระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายทั้งในและต่างประเทศสามารถเพิ่มโอกาสทางการค้า การเข้าถึงตลาดทั่วโลกของผู้ประกอบการและประชาชนไทยและสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกของประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม และบริหารจัดการระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถใช้งานได้อย่างและต่อเนื่องเพื่อดำเนินการดูแลรักษาความปลอดภัยของระบบให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ใช้งานง่ายและปลอดภัยต่อการใช้งานจากทั่วทุกมุมโลก

3.4 เพื่อขับเคลื่อนนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งศึกษา วิเคราะห์และจัดทำข้อมูลข่าวสารด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนเชิงลึกเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ

4. เป้าหมาย

4.1 สามารถส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยสามารถดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4.2 เว็บไซต์ Thaitrade.com เป็นที่ยอมรับในตลาดสากลในฐานะที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายออนไลน์ระหว่างผู้ขายในประเทศไทยและผู้ซื้อทั่วโลกและสามารถสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจ รวมทั้งพัฒนาระบบเชื่อมต่อกับระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เพื่อรวบรวม นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการค้าได้ในหลากหลายมิติ

4.3 เพิ่มช่องทางการค้าและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ SMEs ที่ทำการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศและผู้ซื้อผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com ที่ได้รับการพัฒนาระบบแบบครบวงจร สามารถเพิ่มโอกาสทางการค้า การเข้าถึงตลาดทั่วโลกของผู้ประกอบการและประชาชนไทยรวมทั้งสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกของประเทศได้จริง

4.4 ผู้ประกอบการ SMEs ไทยมีศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น

4.5 สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการไทยในการทำการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นการขยายเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในการสร้างและพัฒนา e-Commerce Ecosystem ของไทยให้สมบูรณ์และครบวงจร

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	ผู้ประกอบการ SMEs ไทยได้รับการพัฒนาทักษะ ความรู้ เทคนิคด้านการตลาดออนไลน์และการส่งเสริม/ใช้ประโยชน์จากช่องทางการค้าออนไลน์
ผลลัพธ์ (Outcome)	มูลค่าการส่งออกของประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ และเครือข่ายพันธมิตรขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce 26,000 ราย
	มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,750 ล้านบาท

6. วิธีการวัดผล

6.1 แบบประเมิน/แบบสอบถามหลังจัดกิจกรรม

6.2 สำรวจจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมจากการเข้ารับบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้าออนไลน์ (e-Commerce) ทั้งจากเว็บไซต์ Thaitrade.com การจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร และการออกหน่วยบริการให้คำปรึกษาในกิจกรรมต่างๆ

6.3 ติดตามมูลค่าการซื้อขายจากสมาชิกผู้ขายบนเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์

6.4 จำนวนข้อมูลเอกสาร/รายงานเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 มูลค่าการส่งออกของประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ และเครือข่ายพันธมิตรขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น

7.2 ผู้ประกอบการ SMEs ไทยได้รับการส่งเสริม และใช้ประโยชน์จากช่องทางการค้าออนไลน์ในการขยายโอกาสทางการค้าไปยังตลาดต่างประเทศ ผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com

7.3 แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ Thaitrade.com ได้รับการพัฒนา มีเทคโนโลยีล้ำสมัย อำนวยความสะดวกในการขายออนไลน์ การเจรจาธุรกิจกับผู้ซื้อในตลาดโลก และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

7.4 ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะ SMEs ไทยมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ มีทักษะ ความรู้ เทคนิคด้านการตลาดออนไลน์ สามารถใช้ภาษาในการนำเสนอสินค้า/บริการที่ดึงดูดผู้ซื้อ และใช้ช่องทางค้าออนไลน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่สนใจทำการค้าออนไลน์
พื้นที่เป้าหมาย	ในและต่างประเทศ

9. ระยะเวลาดำเนินการ : ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6.7 การดำเนินภารกิจตามแผนแม่บทผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 3) การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด 3.1) สนับสนุนผู้ประกอบการให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้า ที่เด่นชัด มุ่งเน้นการผลิตที่คำนึงถึงตลาดที่มีมูลค่าสูง พัฒนาตลาดภายในประเทศสาหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และกลุ่มเฉพาะ ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อขยายช่องทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดน ควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐาน ในทุกภูมิภาค สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ ทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้าการลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย พัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
✓	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

(1) ดำเนินการส่งเสริมการขายสินค้า TOPTHAI บนแพลตฟอร์มพันธมิตรอิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำ และดำเนินการบริหารหน้าร้านและอำนวยความสะดวกในกิจการร้านสรรพสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ตลาดเป้าหมาย อีกทั้งรับสมัครและรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการขยายช่องการค้าออนไลน์ และผู้ประกอบการที่มีความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

(2) พัฒนาต่อยอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขยายความร่วมมือเชิงเทคนิคกับหน่วยงานอื่น เพื่อรองรับความต้องการใช้งานสำหรับการค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทย SMEs และผู้ซื้อจากทั่วโลก และดำเนินการจัดหาระบบ/บริการที่จำเป็นต่อการให้บริการระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com

(3) พัฒนาศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center) โดยส่งเสริมการขายทั้งรูปแบบออนไลน์ผ่านการให้คำปรึกษาในการใช้เว็บไซต์ Thaitrade.com เพื่อให้ผู้ซื้อค้นหาสินค้าของผู้ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) ศึกษา วิเคราะห์ และพิจารณาแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งจัดทำข้อมูลข่าวสารด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนเชิงลึกเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ			วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
รวมทั้งสิ้น	**26.4867**	**0.3679**	**10.0000**	**36.8546**												
2569-070101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ	**15.4867**	**0.3679**		**15.8546**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1.1 โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์	4.2867	0.3679	-	4.6546			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ			วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ																
1.2 โครงการส่งเสริมการค้าออนไลน์สู่ตลาดโลก (Cross-Border e-Commerce)	2.0000	-	-	2.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
1.3 โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในสหรัฐอเมริกาผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce	3.0000	-	-	3.0000								✓	✓	✓	✓	
1.4 โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce	5.0000	-	-	5.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1.5 โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เนเธอร์แลนด์	0.5000	-	-	0.5000							✓	✓	✓	✓	✓	
1.6 โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เวียดนาม	0.7000	-	-	0.7000								✓	✓	✓	✓	
2569-070101-002 โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล	**10.0000**	-	**10.0000**	**20.0000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.1 โครงการศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center) ปี 2569	10.0000	-	-	10.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.2 โครงการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ	-	-	10.0000	10.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ			วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
					ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
ประเทศ National E-Commerce Platform																
2569-070101-003 โครงการขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย	**1.0000**	-	-	**1.0000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.1 โครงการขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย	1.0000	-	-	1.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 36,854,600 บาท ประกอบด้วย

18.1 พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Platform) 1 ระบบ 10,000,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล 26,486,700 บาท

18.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 367,900 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการ
และธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ : สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ม.ล.ภาสกร อาภากร โทรศัพท์ : 02 507 8268

E-mail address : Paskorna@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินงานตามภารกิจส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาดสินค้าและบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการส่งออก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย และกำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570”

รัฐบาลได้กำหนด “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)” โดยแบ่งประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็นหลัก ซึ่งภารกิจในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศนั้น สอดคล้องกับ“ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน” โดยพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด พัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำและคำนึงถึงความต้องการของตลาด โดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง พร้อมกันนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนด นโยบายเร่งผลักดันการส่งออก ให้ตัวเลขเป็นบวก โดยสนับสนุนผู้ประกอบการในการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสีเขียวและเศรษฐกิจดิจิทัล และนโยบายทำงานเชิงรุก ระหว่างพาณิชย์จังหวัดและทูตพาณิชย์ ผลักดันนโยบาย Soft Power และขับเคลื่อนการตลาดสินค้าไทย โดยกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาผลประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ขยายตลาด และดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

จากหลักการดังกล่าวข้างต้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงได้กำหนดยุทธศาสตรการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 - 2570) พร้อมทั้งคำนึงถึงแนวโน้มเมกะเทรนด์โลกและความต้องการของตลาดที่มีมูลค่าสูง อาทิ เทรนด์รักษ์โลก การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล กรมจึงได้กำหนดกลยุทธ์ “สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทย ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่” โดยดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวและพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นอุตสาหกรรมสีเขียว และสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่ รวมทั้ง สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันการค้าระหว่างประเทศ

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา ในปีงบประมาณ 2562 - 2568 กรมได้ดำเนินการ*พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจัดทำโครงการรพัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล (ปีงบประมาณ 2562 – 2564 เป็นโครงการภายใต้แผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)* ภาพรวมโครงการแบ่งเป็นกิจกรรมหลัก 4 ส่วน คือ (1) ส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่สู่สากล เน้นกลุ่ม MSMEs และ SMEs ที่ขับเคลื่อนด้วยการออกแบบให้มีโอกาสในการเข้าถึงตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) การพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนักออกแบบไทยให้สามารถตอบสนองความต้องการ Megatrends และมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น (3) การพัฒนาแบรนด์ไทยรุ่นใหม่ในภูมิภาคสู่ตลาดโลก และการส่งเสริมแบรนด์ศักยภาพเจาะตลาดเฉพาะเพื่อสร้างโอกาสเข้าถึงตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (4) การส่งเสริมและต่อยอดสินค้านวัตกรรม รวมทั้งผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมสู่ตลาดต่างประเทศ

ในปีงบประมาณ 2569 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจะเน้นการดำเนินการ ดังนี้ (1) การพัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การนำภูมิปัญญาของไทยมาผสานกับเทคโนโลยี นวัตกรรม รวมทั้งการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนด้วย Circular & Green Economy การบริหารธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล (2) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบ เทคโนโลยีนวัตกรรม และการสร้างแบรนด์ (Value Creation, Innovation & Branding) เพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพนักออกแบบไทยและธุรกิจบริการด้านการออกแบบ ให้สามารถพัฒนางานออกแบบไทยให้แข็งแรงและเข้าไปอยู่ในบริบทของสากลยิ่งขึ้น (3) การสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดของ SMEs ในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างโอกาสการเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมอย่างทั่วถึงในทุกภูมิภาค ผลักดันการการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของไทยและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

3.2 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วย เทคโนโลยี การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ

3.3 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทยในทุกภูมิภาค ในด้านการสร้างคุณค่าของแบรนด์สินค้า ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและให้สามารถขยายมูลค่าการค้าระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

3.4 เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาด สำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีแบรนด์ของตนเอง มีนวัตกรรม มีภาพลักษณ์และมีการออกแบบที่ดีและสร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นในตลาดเป้าหมาย ยกระดับแบรนด์ประเทศไทยสู่สายตาสากล

3.5 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า

4. เป้าหมาย

4.1 ผู้ประกอบการที่มีอัตลักษณ์/นักออกแบบไทยรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพด้านการส่งออกให้มีโอกาสก้าวเข้าสู่การเป็นแบรนด์นักออกแบบ หรือ เป็นผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศรายใหม่ในตลาดต่างประเทศ สร้างมูลค่าการค้าและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

4.2 เสริมศักยภาพนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างโอกาสทางการค้าและสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ของผู้ประกอบการไทยในตลาดเป้าหมาย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

4.3 เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ MSMEs และ SMEs โดยการสร้างคุณค่าของแบรนด์/ตราสินค้าที่เด่นชัดให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ สร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

4.4 สร้างโอกาสทางการค้าให้นักออกแบบไทยรุ่นใหม่และผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบในตลาดต่างประเทศ อีกทั้งสร้างภาพลักษณ์ในด้านนวัตกรรมและการออกแบบให้กับสินค้าไทย ก่อให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับสินค้าไทยให้สูงขึ้น

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	นักออกแบบ/ผู้ให้บริการออกแบบ และผู้ประกอบการ SMEs ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (outcome)	นักออกแบบ/ผู้ให้บริการออกแบบ และผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับบารพัฒนาสามารถสร้างเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ/โอกาศทางการค้า และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	- มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ **72 ล้านบาท**
	- จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ **255 ราย**

6. วิธีการวัดผล

1) แบบสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการและผู้เข้าชมผลงาน
2) การประเมินผลการรับรู้จากการประชาสัมพันธ์

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

7.2 เกิดผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพสู่การขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมทางธุรกิจและเป็นคลื่นลูกใหม่ในการผลักดันการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศและต่อยอดไปสู่ธุรกิจระหว่างประเทศต่อไปในอนาคต

7.3 ผู้ประกอบการไทยสามารถสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจใหม่และดำเนินธุรกิจได้อย่างเข็มแข็งและก้าวสู่ตลาดโลกต่อไปได้ในอนาคต

7.4 ผู้ประกอบการไทยเกิดการสร้างแบรนด์ร่วมกันและให้สามารถยกระดับแบรนด์ไทยในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

7.5 สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า/บริการของไทยให้มากขึ้น เพื่อสร้างรายได้จากการส่งออกให้แก่ประเทศเพิ่มขึ้น เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่าการส่งออก

7.6 ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทยดีขึ้น

7.7 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการ MSMEs SMEs และนักออกแบบ แบ่งเป็น 1. ผู้ประกอบการที่มีอัตลักษณ์และนักออกแบบไทยรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพด้านการส่งออก ที่มีโอกาสก้าวเข้าสู่การเป็นแบรนด์นักออกแบบ 2. ผู้ประกอบการในภูมิภาคที่ขับเคลื่อนด้วยการออกแบบ นวัตกรรมและมีแบรนด์ของตนเอง ในกลุ่มแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ 3. นักออกแบบ นักสร้างสรรค์ ผู้ให้บริการออกแบบ และผู้ประกอบการส่งออกรุ่นใหม่
พื้นที่เป้าหมาย	ในประเทศ : ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ในต่างประเทศ : ฝรั่งเศส จีน สหรัฐอเมริกา ตลาดออนไลน์ : แพลตฟอร์มในจีน, ฝรั่งเศส

9. ระยะเวลาดำเนินการ เดือนตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ.2569 ข้อ -

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8.ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล(โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
✓	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

แนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs โดยมุ่งพัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคอุตสาหกรรมการส่งออก สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ การดำเนินงานประกอบด้วย

16.1.1 การพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เน้นส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ เทคโนโลยีนวัตกรรม การสร้างแบรนด์ และการดำเนินธุรกิจด้วยแนวคิด Green Economy รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกัน โดยดำเนินการดังนี้

(1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers' Room/Talent Thai /Creative Studio Promotion) วงเงิน 15,566,900 บาท (งบดำเนินงาน 15,205,500 บาท/งบเดินทาง 361,400 บาท) โดยมีเป้าหมายให้ผู้ประกอบการที่มีอัตลักษณ์/นักออกแบบไทยรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพด้านการส่งออกในทุกภูมิภาค ด้วยการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ และเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเชิงลึก รวมทั้งได้รับโอกาสในการก้าวเข้าสู่การเป็นแบรนด์นักออกแบบ (Designers Brand) หรือเป็นผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศรายใหม่ มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น ประกอบด้วยโครงการย่อย ดังนี้

โครงการย่อย	วงเงิน
(1) โครงการบ่มเพาะนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก เพื่อสร้างนักออกแบบหน้าใหม่ผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบให้มีโอกาสทางการค้าและมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจ โดยพัฒนาศักยภาพนักสร้างสรรค์ทั่วประเทศ เชิญชวนนักออกแบบที่ผ่านการพัฒนาศักยภาพจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม โดยคัดเลือกผู้ที่มีความพร้อม และมีแบรนด์สินค้าของตนเอง มีอัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพและต้องการเข้าสู่ธุรกิจส่งออก ใน 3 กลุ่ม ได้แก่ สินค้าแฟชั่น สินค้าไลฟ์สไตล์และ Art Toy รวมทั้งผู้ให้บริการออกแบบ เตรียมความพร้อมและพัฒนาความรู้นักออกแบบด้านการตลาดเพื่อสร้างแบรนด์ของตนเองให้เข้มแข็ง และการตลาดระหว่างประเทศเพื่อการเป็นผู้ส่งออกมืออาชีพ รวมถึงการส่งเสริมความรู้/ประสบการณ์ด้านการพัฒนาการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบโจทย์เมกะเทรนด์ เช่น การเป็นผู้ส่งออกยุคดิจิทัล/ การพัฒนาสินค้าและบริการโดยใช้แนวคิด Circular Design เป็นต้น 40 ราย *สอดคล้องตามแผนสภาพัฒน์ฯ หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งมีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้/ กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ให้เป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล : 4.1 เสริมสร้างความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ*	**1,000,000**
(2) โครงการสร้างโอกาสแบรนด์นักออกแบบและผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบในตลาดโลก โดยส่งเสริมแบรนด์นักออกแบบและผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบให้ได้รับโอกาสทางการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำใจกลางเมือง ในช่วงเทศกาลพิเศษ เพื่อสร้างภาพลักษณ์แบรนด์นักออกแบบไทยในคอนเซปต์ Festive Shop เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศและต่างประเทศ นิทรรศการ แฟชั่นโชว์ระดับประเทศและระดับสากล ได้แก่ (2.1) กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าแบรนด์นักออกแบบไทย 10 ราย/5 ลบ. *(งบดำเนินงาน 1,000,000 บาท)* (2.2) งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติในประเทศ (BKK Gems) (10 ราย/มูลค่าการค้า 12 ลบ.) *(งบดำเนินงาน 1,000,000 บาท)* (2.3) งาน Maison & Objet ปารีส ฝรั่งเศส (15 ราย/15 ลบ.) *(งบดำเนินงาน 5,553,400 บาท/งบเดินทาง 361,400 บ.) .* (2.4) กิจกรรมส่งเสริมแบรนด์แฟชั่นไทยในตลาดอเมริกา (15 ราย/มูลค่าการค้า 15 ลบ.) *(งบดำเนินงาน 4,652,100 บาท.)*	**14,566,900**

โครงการย่อย	วงเงิน
(2.5) กิจกรรมส่งเสริมแบรนด์แฟชั่นไทยในตลาดจีน * (15 ราย/15 ลบ.) *(งบดำเนินงาน 2,000,000 บาท)* **รวมตัวชี้วัดทุกกิจกรรมในข้อ (2) 65 ราย/มูลค่าการค้า 62 ลบ.*	

(2) โครงการส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy สู่ตลาดต่างประเทศ วงเงิน 1,500,000 บาท (งบดำเนินงาน 1,500,000 บาท) เน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาคเอกชน จัดกิจกรรมส่งเสริมนักออกแบบและศิลปินไทยจากทุกภูมิภาค รวมทั้งพัฒนาศักยภาพนักออกแบบและศิลปินกลุ่มดังกล่าวสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ผลักดันอุตสาหกรรมของเล่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล และมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น การดำเนินงานดังนี้

โครงการย่อย	วงเงิน
โครงการส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy สู่ตลาดต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบและศิลปินกลุ่มดังกล่าวร่วมกับภาคเอกชน ผ่านการจัดประกวดผลงานการออกแบบและผลักดันให้เกิดการผลิตในระดับอุตสาหกรรม โดยสร้างเวทีเชื่อมโยงระหว่างนักออกแบบ ศิลปิน และผู้ประกอบการภาคการผลิตในอุตสาหกรรมของเล่น ตลอดจนสร้างโอกาสสู่สากล เช่น การนำผู้ที่ได้รับรางวัลไปศึกษาดูงานในต่างประเทศ การนำผลงานไปจัดแสดงในเทศกาลออกแบบต่างประเทศหรืองานแสดงสินค้า เป็นต้น (20 ราย) *สอดคล้องตามแผนสภาพัฒน์ฯ หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งมีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ให้เป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล : 4.1 เสริมสร้างความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ*	1,500,000

16.1.2 โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Service Society) (วงเงิน 1,500,000 บาท) ส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการออกแบบ ด้านนวัตกรรม และการสร้างแบรนด์ โดยการการสร้างเวทีพบปะ/เจรจากับผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมและการค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติ

โครงการย่อย	วงเงิน
โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Service Society) โดยเป็นการให้คำปรึกษาด้านการออกแบบเบื้องต้น ผ่านช่องทางออนไลน์และในงานแสดงสินค้า เป็นจุดเริ่มต้นในการว่าจ้างผู้ให้บริการออกแบบ และสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมการออกแบบและสินค้าใหม่ และเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อไปในอนาคต โดยประชาสัมพันธ์และแนะนำการให้บริการด้านการออกแบบ เน้นการเผยแพร่นักออกแบบ/Creative Maker/ผู้ให้บริการออกแบบที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างมูลค่าทางธุรกิจให้กับอุตสาหกรรมไทย (30 ราย) *สอดคล้องตามแผนสภาพัฒน์ฯ หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งมีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ให้เป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล : 4.1 เสริมสร้างความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ และหมุดหมายที่ 6 ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน กลยุทธ์ที่ 3 อุตสาหกรรมดิจิทัลในประเทศไทยที่สามารถแข่งขันได้ : 3.3 พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต ผู้พัฒนา ผู้ออกแบบและสร้างระบบในอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัลภายในประเทศ และ 3.4 ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาซอฟแวร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการสร้างดิจิทัลคอนเทนต์สร้างสรรค์)*	1,500,000.-

16.1.3 โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยเพื่อความยั่งยืน (IDEA LAB) (วงเงิน 5,000,000 บาท) เป็นการพัฒนาเชิงลึกแบบครบวงจรที่มีกิจกรรมหลากหลายในโครงการ (Coaching) เริ่มจากการลงพื้นที่เพื่อบ่มเพาะเข้มข้น ประกอบด้วย การสัมมนาด้านการสร้างแบรนด์ การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการสร้างแบรนด์ ให้คำปรึกษาเบื้องต้น ให้ข้อแนะนำด้านแบรนด์ และการดำเนินธุรกิจตามแนวคิด เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) การสัมภาษณ์ เยี่ยมชมสถานประกอบการตามความเหมาะสม จากนั้นคัดเลือกผู้ประกอบการเพื่อเข้ารับการฝึกอบรมด้าน แบรนด์ และการเสริมศักยภาพทางการค้ายุคใหม่ที่กรุงเทพ การให้คำปรึกษาเชิงลึกโดยผู้เชี่ยวชาญด้านแบรนด์ การจัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ร่วมกัน ระหว่างผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ การนำเสนอกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และมอบประกาศนียบัตร (80 ราย)

***หมายเหตุ สอดคล้องตามแผนสภาพัฒน์ฯ** หมุดหมายที่ 6 ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาซียน กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาต่อยอดฐานอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ : 2.3 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาและสร้างตราสินค้าของตนเอง*

***สอดคล้องตามแผนสสว.** กลยุทธที่ 9 ส่งเสริมการเข้าสู่สากล แนวทางที่ 9-6 ส่งเสริม SMEs ให้มีความสามารถในการส่งออกสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น โดยมีการคัดสรรสินค้า/บริการที่มีมูลค่าสูง ทั้งในเชิงเทคโนโลยี นวัตกรรม สินค้าเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และ 9-7 สนับสนุนให้มีตัวแทนทำหน้าที่ส่งเสริมสินค้า SMEs ในต่างประเทศ เพื่อช่วยแสวงหาโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศ พร้อมคัดสรรสินค้าของ SMEs ที่มีศักยภาพนำเสนอต่อผู้บริโภคที่ตรงตามความต้องการ)*

16.1.4 โครงการส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล (วงเงิน 1,500,000 บาท) โดยส่งเสริมและต่อยอดแบรนด์ไทยรุ่นใหม่ เน้นกลุ่มแบรนด์ที่เคยผ่านกิจกรรม IDEA LAB: Thai Brand Incubation Program (รุ่นที่ 1 - 8) และผู้ประกอบการที่ผ่านกิจกรรมการสร้างแบรนด์ จากหน่วยงานพันธมิตร (ผู้เข้าร่วม 20 ราย/มูลค่าการค้า 10 ลบ.) โดยมีกิจกรรมประกอบด้วย

(1) กิจกรรมเตรียมความพร้อมแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล โดยการจัดสัมมนาเสริมศักยภาพแบรนด์ไทย เพื่อเตรียมความพร้อมเจาะตลาดเป้าหมาย เช่น จีน อินเดีย เป็นต้น เน้นเนื้อหาด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย (Marketing Situation) การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย (Consumer Behavior) การสื่อสารแบรนด์ในตลาดเป้าหมาย (Brand Communication) การสร้างจุดสัมผัสแห่งประสบการณ์ (Brand Touch Points) เพื่อเพิ่มคุณค่าในแบรนด์ และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

(2) กิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้า โดยจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมการขาย/สร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ไทยรุ่นใหม่ในห้างสรรพสินค้า หรือ สถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศ (Thai Brand Festival) เพื่อแนะนำแบรนด์ไทยรุ่นใหม่ให้เป็นที่รู้จักและทดลองตลาด ผ่านการค้าปลีกในรูปแบบ Instore Promotion/การจับคู่เจรจาการค้าในรูปแบบ Business Matching หรือ Mirror Mirror รวมทั้งการจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ (OBM) ระหว่างผู้ประกอบการที่เข้าร่วมและผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า

***สอดคล้องตามแผนสภาพัฒน์ฯ** หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งมีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนา SMEs ให้เป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล : 4.4 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่าง SMEs ภายในสาขาและกับรายใหญ่ในห่วงโซ่อุปทาน)*

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
				ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-080101-001 โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	**24.7055**	**0.3614**	**25.0669**												
1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers' Room/ Talent Thai/Creative Studio Promotion)	**15.2055**	**0.3614**	**15.5669**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
				ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1.1) โครงการบ่มเพาะนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก	1.0000	-	1.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
1.2) โครงการสร้างโอกาสแบรนด์นักออกแบบและผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบในตลาดโลก	14.2055	0.3614	14.5669				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2) โครงการส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy สู่ตลาดต่างประเทศ	**1.5000**		**1.5000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
3) โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Service Society)	**1.5000**		**1.5000**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
4) โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยเพื่อความยั่งยืน (IDEA LAB)	**5.0000**	**-**	**5.0000**							✓	✓	✓	✓	✓	✓
5) โครงการส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล	**1.5000**	**-**	**1.5000**							✓	✓	✓	✓	✓	✓

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ รวมทั้งสิ้น 25,066,900 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล **วงเงิน 24,705,500 บาท**

18.2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว **วงเงิน 361,400 บาท**

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทย

สู่สากล

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล
   กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น

☐ โครงการต่อเนื่อง ☑ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นางนฤชล อยู่นัด โทรศัพท์.....0 2507 8400.....

โทรสาร.....E-mail address planlifestyle.ditp@gmail.com.....

2. หลักการและเหตุผล

ตามนโยบายระยะกลางและระยะยาวของรัฐบาล ข้อ G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ รวมถึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ซึ่งมีนายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี เป็นประธาน มีการกำหนดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์เป้าหมาย 12 ด้าน 14 คณะ และกรมได้รับมอบหมายเป็นหน่วยงานหลัก (Focal point) 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ หนังสือ เกม และดนตรี และเป็นหน่วยงานสนับสนุน 1 อุตสาหกรรม คือ แฟชั่น และตามมติที่ประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 24 ธ.ค. 2567 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ที่ประชุมเห็นชอบ (ร่าง) คำขอและวงเงินโครงการภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ของส่วนราชการต่าง ๆ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจเกี่ยวข้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งต่อความเป็นไทยเพื่อต่อยอดและขยายผลให้กับเศรษฐกิจพร้อมทั้งสร้างคุณค่าและการชื่นชมในระดับสากล กลยุทธ์ที่ 3.2 เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดโลกของผู้ประกอบการไทย และเพิ่มบทบาทภาคเอกชนในการส่งออก “ความเป็นไทย” สู่สากล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ (สลต.) จึงกำหนดแผนการดำเนินโครงการภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ ผ่านโครงการผลักดันสินค้า Soft Power ด้านแฟชั่นสู่ตลาดสากล มุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล ด้วยการพัฒนาและค้นหาวัตถุดิบใหม่ ๆ สำหรับการใช้งานในอุตสาหกรรมดังกล่าว ตลอดจนพัฒนาศักยภาพ ต่อยอด และยกระดับผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมแฟชั่นให้มีอัตลักษณ์ที่เด่นชัด รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่บอกเล่าเรื่องราวความเป็น Soft power ในอุตสาหกรรม แฟชั่นของไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น และขยายช่องทางตลาดไปต่างประเทศได้

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น โดยการใช้วัตถุดิบหรือวัสดุใหม่ ๆ (Natural Materials และ Sustainable Materials)

3.2 เพื่อพัฒนาต่อยอดหรือยกระดับผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น ในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาวัฒนธรรมและความเป็นไทยในเรื่องของ Soft power ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

3.3 เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของกลุ่มสินค้าแฟชั่นของไทยในต่างประเทศ

3.4 เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการสู่สาธารณะ เพื่อเป็นต้นแบบและการเรียนรู้ที่จะพัฒนาต่อยอดต่อไป

3.5 เพื่อสร้างความเข้าใจ และนำความเป็นวัฒนธรรมหรือความเป็นไทยมาสร้างงานให้ได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ

4. เป้าหมาย

4.1 ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มสินค้า และแฟชั่นมีความเข้มแข็งและสามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้

4.2 สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยให้สูงขึ้น สามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย

4.3 ยกระดับสินค้าและสร้างภาพลักษณ์ให้กับอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (Outcome)	มูลค่าการเจรจาการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 30 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม 70 ราย

6. วิธีการวัดผล

6.1 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม

6.2 มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรม

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น ใช้วัตถุดิบหรือวัสดุใหม่ ๆ (Natural Fiber Materials และ Sustainable Materials) ในการผลิตสินค้า

7.2 เกิดการพัฒนาต่อยอดหรือยกระดับผู้ประกอบการในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมและความเป็นไทยในเรื่องของ Soft power ในอุตสาหกรรมแฟชั่น ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

7.3 เกิดผลงานหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมและประเทศ

7.4 ผู้ประกอบการได้รับการผลักดันให้สามารถทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศได้ด้วยตนเอง

7.5 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศสินค้าแฟชั่น เพิ่มสูงขึ้น

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น
พื้นที่เป้าหมาย	ไทย ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 2.1.6 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 2.1.6.1 การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจ ด้วยความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม โดยปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัยและสุราชุมชน ผ่านการส่งเสริม 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์พาวเวอร์ (OFOS) เพื่อสนับสนุนการสร้าง Soft Power ของประเทศ (G3.2.1, G6.2.1) พร้อมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียวอย่างเหมาะสมตามขนาด ศักยภาพ และประเภทของธุรกิจ โดยสร้างความตระหนักและให้ข้อมูลความรู้ ที่ถูกต้องแก่ผู้ประกอบการ (G2.2.1, M7 S4.1) ส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีที่จำเป็น ตลอดจนการเข้าถึงผู้ให้บริการพลังงานสะอาด การกำจัดของเสีย และการลดการปล่อยคาร์บอน (M7 S4.1 - 4.2, M10 S1.2)

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
✓	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

1) จัดกิจกรรมบ่มเพาะผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมพร้อมให้ผู้ประกอบการก่อนเข้าสู่การอบรมเชิงลึก

2) จัดหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาพัฒนาสินค้าโดยการใช้วัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อต่อยอดสินค้าแฟชั่น พร้อมจับคู่ทำต้นแบบและผลิตสินค้า

3) นำสินค้าที่ได้รับการพัฒนาแล้วมาประชาสัมพันธ์ รวมถึงจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ทั้งในและต่างประเทศ

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-090101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล	**17.8345**	**1.1684**	**19.0029**			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 19,002,900 บาท ประกอบด้วย

18.1 รายการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟพาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น 17,834,500 บาท

18.2 รายการค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 1,168,400 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ	19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน ☐ แล้วเสร็จ
19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.7 ☐ ประกวดราคา ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม. ☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ ☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ..... ☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....	19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ 19.9 ☑ อื่น ๆ <u>สามารถดำเนินการได้ทันทีเมื่อได้รับการจัดสรรงบประมาณ</u>.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. **ชื่อโครงการ** โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล
   กิจกรรมหลัก: พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ

☐ โครงการต่อเนื่อง ☑ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล ม.ล.ภาสกร อาภากร โทรศัพท์.....025078285.....

โทรสาร..... E-mail address softpower@ditp.go.th

2. หลักการและเหตุผล

ตามนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศ เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ รวมถึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟท์พาวเวอร์แห่งชาติ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ซึ่งมีนายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี เป็นประธาน โดยมีการกำหนด “การขับเคลื่อนอุตสาหกรรม Soft Power” เป้าหมาย 12 ด้าน 14 คณะ โดยส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟท์พาวเวอร์เป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย อาหาร กีฬา เฟสติวัล ท่องเที่ยว ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์/ซีรีส์ เกม ศิลปะ ศิลปะการแสดง การออกแบบ เวลเนส และแฟชั่น ออกสู่ตลาดต่างประเทศ ตลอดจนพัฒนาองค์ความรู้ผู้ประกอบการ เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยแบรนด์ นวัตกรรม และการออกแบบ และกรมได้รับมอบหมายเป็นหน่วยงานหลัก (Focal point) 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ หนังสือ เกม และดนตรี และเป็นหน่วยงานสนับสนุน 1 อุตสาหกรรม คือ แฟชั่น และตามมติที่ประชุมคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติครั้งที่ 2/2567 เมื่อวันที่ 29 พ.ย. 2567 โดยมีนายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี เป็นประธาน เพื่อรับทราบแนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 เพื่อขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ภายใต้ (ร่าง) แผนงานยุทธศาสตร์การพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจเกี่ยวข้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งต่อความเป็นไทย เพื่อต่อยอดและขยายผลให้กับเศรษฐกิจพร้อมทั้งสร้างคุณค่าและการชื่นชมในระดับสากล กลยุทธ์ที่ 3.2 เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดโลกของผู้ประกอบการไทย และเพิ่มบทบาทภาคเอกชนในการส่งออก “ความเป็นไทย” สู่สากล

วัฒนธรรมไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล ด้วยความหลากหลายและเอกลักษณ์ที่แข็งแกร่ง ซึ่งมีศักยภาพในการต่อยอดเชิงสร้างสรรค์ได้ในหลายมิติ ด้วยเหตุนี้ คณะอนุกรรมการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบจึงได้ริเริ่มโครงการเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมการออกแบบไทย โดยมุ่งขับเคลื่อนประเทศสู่การเป็นที่ยอมรับผ่านผลงานและความสามารถของนักออกแบบไทยที่มีศักยภาพระดับแนวหน้า โดยโครงการดังกล่าวมุ่งเน้นการสนับสนุนอุตสาหกรรมการออกแบบไทยให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และความคิดสร้างสรรค์ของประเทศในบริบทใหม่ที่มีความเป็นสากลอย่างเป็นระบบ แม้ว่าอุตสาหกรรมการออกแบบในปัจจุบันจะมีบุคลากรที่มีความสามารถจำนวนมาก แต่ผลงานและนักออกแบบไทยยังขาดโอกาสในการเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติอย่างเต็มศักยภาพ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจึงมีความสำคัญ ไม่ว่าจะผ่านการนำเสนอผลงานผ่านสื่อต่างชาติที่ทรงอิทธิพล หรือการจัดนิทรรศการและกิจกรรมสร้างสรรค์ในต่างประเทศ เพื่อส่งเสริม Soft Power ของอุตสาหกรรมการออกแบบไทยให้ก้าวไกลสู่สายตาชาวโลก อันจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับประเทศไทย และเปิดโอกาสให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยมีบทบาทในเวทีโลกได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ดังนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงได้กำหนดกลยุทธ์เสริมสร้างอุตสาหกรรมการออกแบบของไทยเพื่อขยายการรับรู้ในระดับนานาชาติ โดยเน้นการส่งเสริมการเข้าร่วมจัดแสดงนิทรรศการในเทศกาล/เมืองสำคัญด้านการออกแบบทั่วโลก เพื่อสร้างให้ไทยเป็นที่ยอมรับในฐานะผู้ที่มีศักยภาพในการออกแบบและผลิตสินค้า เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ และสนับสนุนการจัดจ้างนักออกแบบไทยในโครงการภาครัฐและเอกชน อันจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมการออกแบบและสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจไทย

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมการออกแบบไทยสู่สากล

3.2 เพื่อเพิ่มโอกาสการสร้างชื่อเสียงและโอกาสการต่อยอดธุรกิจให้บุคลากรสร้างสรรค์ รวมทั้งขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ

3.3 เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ด้านการค้าของประเทศไทยและภาพลักษณ์อุตสาหกรรมการออกแบบของไทยที่สากลยอมรับ รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการออกแบบ

3.4 เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการออกแบบของไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ได้รับการยอมรับ จนเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

4. เป้าหมาย

4.1 ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมการออกแบบไทยในระดับนานาชาติ สร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยและสร้างมูลค่าการค้าต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

4.2 มีรายได้จากการขายสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการออกแบบเพิ่มมากขึ้น

4.3 สร้างภาพจำของผู้คนทั่วโลกที่มีต่อประเทศไทย

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	นักออกแบบ/นักสร้างสรรค์/ผู้ให้บริการ/ผู้ประกอบการ/Creator/Artists ในอุตสาหกรรมการออกแบบ ในสาขาต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผลลัพธ์ (outcome)	นักออกแบบ/นักสร้างสรรค์/ผู้ให้บริการ/ผู้ประกอบการ/Creator/Artists ในอุตสาหกรรมการออกแบบ ในสาขาต่าง ๆ สามารถสร้างเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ/โอกาศทางการค้า และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 25 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม 75 ราย

6. วิธีการวัดผล

1) แบบสอบถามผู้เข้าร่วมโครงการและผู้เข้าชมผลงาน

2) การประเมินผลการรับรู้จากการประชาสัมพันธ์

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ภาพลักษณ์และการรับรู้อุตสาหกรรมการออกแบบไทยเป็นที่ยอมรับและนักออกแบบไทยสามารถสร้างชื่อเสียงและโอกาสการต่อยอดธุรกิจและสร้างหมุดหมายประเทศไทยให้โดดเด่นด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ

7.2 อุตสาหกรรมการออกแบบไทยมีความแข็งแกร่งและสามารถขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ ด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของไทย สู่การเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจสู่เวทีโลกในระยะยาว

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	**กลุ่มผู้เข้าร่วมงาน** - นักออกแบบ/นักสร้างสรรค์/ผู้ให้บริการ/ผู้ประกอบการ/ Creator/Artists ในอุตสาหกรรมการออกแบบ ในสาขาต่าง ๆ อาทิ สาขาสถาปัตยกรรม สาขาภูมิสถาปัตยกรรม สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาออกแบบกราฟฟิคและทัศน์ศิลป์ สาขาออกแบบภายใน สาขาการออกแบบทัศนศิลป์ สาขาผังเมือง รวมกลุ่มหรือผู้ออกแบบสร้างสรรค์งานชุมชน (บุคคลหรือกลุ่ม) บุคคลหรือนักออกแบบทั้งประกอบอาชีพและกลุ่มที่สร้างอาชีพได้ด้วยตนเองจากการสร้างสรรค์งาน บุคคลหรือกลุ่มออกแบบอิสระ เช่น นักออกแบบพื้นถิ่น ชาวบ้านผู้สร้างสรรค์งาน ฯลฯ) และผู้ที่สร้างสรรค์ผลงานอันสร้างแรงบันดาลใจต่อตัวเองและผู้อื่น **กลุ่มเป้าหมายผู้เข้าชมงาน** 1. ผู้มีอิทธิพลในแวดธุรกิจและวงการอุตสาหกรรมการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ 2. ผู้ซื้อ นักธุรกิจ นักลงทุน 3. ผู้ที่มองเห็นโอกาสในการสร้างรายได้จากธุรกิจสร้างสรรค์ 4. กลุ่มคนที่มองเห็นประเทศไทยในศักยภาพของบุคคลและผลงาน 5. ต่างชาติ นักท่องเที่ยวอันเป็นกลุ่มที่รับและสื่อสารให้โลกเห็นภาพ New Occurring ของ Thailand as Brand 6. ภาคเอกชนที่สนใจและเห็นโอกาสในการเข้ามามีส่วนร่วม
พื้นที่เป้าหมาย	1. ประเทศไทย 2. ในต่างประเทศ : เนเธอร์แลนด์ / สาธารณรัฐอิตาลี (มิลาน) / สาธารณรัฐประชาชนจีน (เซี่ยงไฮ้) / สาธารณรัฐเกาหลี (โซล) / ราชอาณาจักรสเปน (มาดริด)

9. **ระยะเวลาดำเนินการ** 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 : 2.1.6 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 2.1.6.1 การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม โดยปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัยและสุราชุมชน ผ่านการส่งเสริม 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์พาวเวอร์ (OFOS) เพื่อสนับสนุนการสร้าง Soft Power ของประเทศ (G3.2.1, G6.2.1) พร้อมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียวอย่างเหมาะสม ตามขนาด ศักยภาพ และประเภทของธุรกิจ โดยสร้างความตระหนักและให้ข้อมูลความรู้ ที่ถูกต้องแก่ผู้ประกอบการ (G2.2.1, M7 S4.1) ส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีที่จำเป็น ตลอดจนการเข้าถึงผู้ให้บริการพลังงานสะอาด การกำจัดของเสีย และการลดการปล่อยคาร์บอน (M7 S4.1 - 4.2, M10 S1.2)

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
✓	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

ดำเนินการส่งเสริมภาพลักษณ์ซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบไทย เพื่อสร้างภาพจำประเทศไทยในด้านศักยภาพด้านการออกแบบที่ดี อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าต่อไปในอนาคต โดยเน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์นักออกแบบ นักสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการด้านการออกแบบ ธุรกิจบริการด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ สินค้าหรือบริการที่ออกแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends สินค้าหรือบริการมีแนวคิดที่สามารถนำเสนอการต่อยอดภูมิปัญญาไทย/ค่านิยมแบบไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวทางส่งเสริมซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

1) ดำเนินการรับสมัคร คัดเลือกนักออกแบบ/นักสร้างสรรค์ไทยที่มีศักยภาพเข้าร่วมโครงการ

2) จัดแสดงศักยภาพและประชาสัมพันธ์ผลงานการออกแบบและนักออกแบบไทยในเทศกาลงานออกแบบและงานแสดงสินค้าชั้นนำของโลก

3) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าไทยและผลงานการออกแบบของไทยที่เข้าร่วมจัดแสดงภายในงานต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ชั้นนำด้านการออกแบบในต่างประเทศ พร้อมขยายโอกาสในการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานด้านการออกแบบและหน่วยงานสมาคมการค้าในต่างประเทศ

4) นำเสนอการให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับอุตสาหกรรมการออกแบบไทยกับคู่ค้า นักธุรกิจ และหน่วยงานในต่างประเทศ

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบรายจ่ายอื่น		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-090201-001 โครงการนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ	**22.4952**	**1.6762**	**24.1714**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1. การเข้าร่วมเทศกาล Dutch Design Week (เมืองไอนด์โฮเฟิน เนเธอร์แลนด์	4.6807	0.1816	4.8623	✓	✓									✓	✓
2. การเข้าร่วมเทศกาล Milan Design Week 2026 เมืองมิลาน อิตาลี	8.4877	0.6392	9.1269	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
3. การเข้าร่วมเทศกาล Design Shanghai 2026 นครเซียงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน	6.6306	0.3738	7.0044	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
4. กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในสาธารณรัฐเกาหลี	2.6207	0.2244	2.8451										✓	✓	✓
5. กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในราชอาณาจักรสเปน	0.0755	0.2572	0.3327	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 24,171,400 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ 22,495,200 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 1,676,200 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ	19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน ☐ แล้วเสร็จ
19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.7 ☐ ประกวดราคา ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม. ☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ ☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ..... ☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....	19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ 19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีย์

☐ โครงการต่อเนื่อง ☑ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นายทวีป ราชาภักดี โทรศัพท์ 02 507 8448 , 02 547 4252

โทรสาร - E-mail address rachaphakdee@gmail.com

2. หลักการและเหตุผล

ตามนโยบายระยะกลางและระยะยาวของรัฐบาล ข้อ G3.2.1 ได้กำหนดให้มีการสนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยเพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ รวมถึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ซึ่งมีนายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี เป็นประธาน มีการกำหนดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์เป้าหมาย 12 ด้าน 14 คณะ และกรมได้รับมอบหมายเป็นหน่วยงานหลัก (Focal point) 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ หนังสือ เกม และดนตรี และเป็นหน่วยงานสนับสนุน 1 อุตสาหกรรม คือ แฟชั่น และตามมติที่ประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 24 ธ.ค. 2567 โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ที่ประชุมเห็นชอบ (ร่าง) คำขอและวงเงินโครงการภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ของส่วนราชการต่าง ๆ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจเกี่ยวข้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งต่อความเป็นไทยเพื่อต่อยอดและขยายผลให้กับเศรษฐกิจพร้อมทั้งสร้างคุณค่าและการชื่นชมในระดับสาก กลยุทธ์ที่ 3.2 เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดโลกของผู้ประกอบการไทย และเพิ่มบทบาทภาคเอกชนในการส่งออก “ความเป็นไทย” สู่สากล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ จึงกำหนดแผนการดำเนินโครงการภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ ผ่านโครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล มุ่งเน้นส่งเสริมศักยภาพและผู้ประกอบการธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมเกม และหนังสือ ให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางการค้าในตลาดต่างประเทศ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่บอกเล่าเรื่องราวความเป็นซอฟต์พาวเวอร์ของไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าในต่างประเทศได้สูงขึ้น

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อพัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ และสร้างขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจที่ได้มาตรฐานสากล

3.2 เพื่อสร้างความร่วมมือ/เครือข่ายธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาด

3.3 เพื่อส่งเสริมการสอดแทรกซอฟต์พาวเวอร์ในอุตสาหกรรมด้านเกม และหนังสือ เพื่อช่วยต่อยอดยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการอื่นๆ

3.4 เพื่อส่งเสริมการทำตลาด และขยายธุรกิจบริการไทยเป้าหมายไปต่างประเทศ

3.5 เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และแสดงศักยภาพของซอฟต์พาวเวอร์ไทยในอุตสาหกรรมด้านเกม และหนังสือ สู่สายตานานาชาติ เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำในตลาดต่างประเทศ

4. เป้าหมาย

4.1 สร้างโอกาส/ช่องทางการขยายตลาดต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการไทย

4.2 ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น

4.3 เพิ่มระดับการยอมรับจากต่างประเทศต่อศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจบริการไทย

4.4 เพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทยในอุตสาหกรรมเป้าหมายผ่านธุรกิจบริการที่ใช้ซอฟต์พาวเวอร์เป็นจุดขาย

4.5 ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยและผลักดันสู่การเป็นศูนย์กลางธุรกิจบริการในภูมิภาคเอเชีย

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	- ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น
ผลลัพธ์ (outcome)	- ผู้ประกอบการได้จับคู่เจรจาการค้ากับคู่ค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่ - เกิดมูลค่าการเจรจาการค้ากับคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ - เกิดการสร้างงานและโอกาสทางการค้าใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง - เพิ่มการรับรู้และชื่นชมซอฟต์พาวเวอร์ไทยในตลาดต่างประเทศ - ภาพลักษณ์สินค้า/บริการไทยได้รับการยอมรับในมาตรฐานเทียบเท่าสากล
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1,212 ล้านบาท
	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริม 127 ราย

6. วิธีการวัดผล

ผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมโครงการตอบแบบประเมินผลหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 การดำเนินงานมีผลสัมฤทธิ์เป็นไปตามเป้าหมายตัวชี้วัดทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

7.2 ได้พบคู่ค้าต่างประเทศทั้งรายเดิม/รายใหม่ สร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ซื้อ/นักลงทุนต่างชาติใน Global Supply Chain และสามารถเพิ่มยอดขายและขยายธุรกิจต่อไปได้

7.3 ผู้ประกอบการสามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับมาต่อยอดการผลิตสินค้า/ธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องให้ตอบโจทย์ความต้องการในตลาดต่างประเทศมากขึ้น

7.4 ภาพลักษณ์ที่ดีของอุตสาหกรรม/ธุรกิจบริการไทยในสายตานานาชาติ

7.5 สามารถเพิ่ม/ขยายมูลค่าการส่งออกได้ตามเป้าหมาย

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	- ผู้ประกอบการธุรกิจบริการศักยภาพของไทย (SMEs/L) - ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศของไทย (ผู้ส่งออก) (SMEs/L) - ผู้ประกอบการต่างประเทศ (ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/นักลงทุน/พันธมิตร/สื่อมวลชน)
พื้นที่เป้าหมาย	ไทย ญี่ปุ่น จีน สาธารณรัฐเกาหลี เยอรมนี

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 2.1.6 ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ 2.1.6.1 การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม โดยปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัยและสุราชุมชน ผ่านการส่งเสริม 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์พาวเวอร์ (OFOS) เพื่อสนับสนุนการสร้าง Soft Power ของประเทศ (G3.2.1, G6.2.1) พร้อมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียวอย่างเหมาะสม ตามขนาด ศักยภาพ และประเภทของธุรกิจ โดยสร้างความตระหนักและให้ข้อมูลความรู้ ที่ถูกต้องแก่ผู้ประกอบการ (G2.2.1, M7 S4.1) ส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีที่จำเป็น ตลอดจนการเข้าถึงผู้ให้บริการพลังงานสะอาด การกำจัดของเสีย และการลดการปล่อยคาร์บอน (M7 S4.1 - 4.2, M10 S1.2)

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
✓	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

✓	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ -

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล(โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการทันที	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
✓	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI

	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 เร่งรัดการขยายตลาดธุรกิจบริการเชิงรุก โดยสร้างโอกาสและขยายช่องทางตลาด ทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่ๆ ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ได้แก่

- การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ โดยบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ นำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศในตลาดเป้าหมาย
- การจัดคณะผู้แทนการค้าไทยเยือนต่างประเทศ (Outgoing Trade Mission) เพื่อเชื่อมโยง/สร้างเครือข่าย/เจรจาการค้าในต่างประเทศ ในรูปแบบการจัดทำนัดหมายเจรจาการค้ากับคู่ค้าและการเข้าพบผู้ประกอบการรายใหญ่ในต่างประเทศ (Knock Door)
- การจัดกิจกรรมเจรจาการค้าในประเทศไทย (Incoming Trade Mission) เพื่อเชื่อมโยง/สร้างเครือข่าย/เจรจาการค้าในประเทศ โดยการการเชิญผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศเป้าหมาย และคณะผู้แทนการค้าต่างประเทศ (Trade Mission) มาเจรจาการค้าในไทย
- การนำผู้ประกอบการไทยเข้าเยี่ยมชมสถานประกอบการรายสำคัญ (Studio Visit) ในประเทศเป้าหมายเพื่อสร้างเครือข่ายและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ	(ล้านบาท)	ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-090301-001 โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ	**24.1190**	**0.6539**	**24.7729**												
ด้านเกม	**9.0980**	**0.3382**	**9.4362**												
โครงการนำผู้ประกอบการเกมไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	**9.0980**	**0.3382**	**9.4362**												
1) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2025	0.3786	0.1900	0.5686	✓											
2) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2026 **เตรียมการปีงบ 2570	4.0536	-	4.0536												✓

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
3) งานแสดงสินค้า Tokyo Game Show 2026	4.6658	0.1482	4.8140												✓
ด้านหนังสือ	**15.0210**	**0.3157**	**15.3367**												
1) กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ Bangkok Rights Fair 2026	0.5000	-	0.5000						✓						
2) งาน Taipei International Book Exhibition 2026	8.0200	-	8.0200					✓							
3) งาน Seoul International Book Fair 2026	2.9900	0.1280	3.1180									✓			
4) งาน Frankfurt Book Fair 2025	0.3310	0.1877	0.5187	✓											
5) งาน Frankfurt Book Fair 2026 **เตรียมการปีงบ 2570	3.1800	-	3.1800												✓

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 24,772,900 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ 24,119,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว 653,900 บาท

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการ
ด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569
งบรายจ่ายอื่น

1. ชื่อโครงการ : โครงการสร้างและยกระดับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล
กิจกรรมหลัก : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

☑ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

(1) หน่วยงานรับผิดชอบ สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นายโปรด สงวนศักดิ์ โทรศัพท์...02-507-8176.....
โทรสาร..... E-mail address prodes@ditp.go.th

ชื่อโครงการที่รับผิดชอบ :

1) โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า

ชื่อ-นามสกุล นางสาวกัญญาวัลย์ สืบสิงห์ โทรศัพท์...02-507-8254.....
โทรสาร..... E-mail address Kanyawans@ditp.go.th

ชื่อโครงการที่รับผิดชอบ :

1) กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2569

ชื่อ-นามสกุล นางสาวธารธีรา ไตรนรพงศ์ โทรศัพท์...02-507-8247.....
โทรสาร..... E-mail address servicecenter@ditp.go.th

ชื่อโครงการที่รับผิดชอบ :

1) โครงการสร้างและยกระดับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล ปีงบประมาณ 2569

2) โครงการประชาสัมพันธ์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ

2. หลักการและเหตุผล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติในการปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและการจัดการ ที่สำคัญ ยังเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบการทำงานของกรมฯ อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ที่มุ่งยกระดับองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและส่งเสริมธรรมาภิบาล รวมถึงการให้บริการที่ครอบคลุมทั้งผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการต่างชาติที่สนใจทำการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายให้ไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570 กรมฯ จึงดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการไทย และขยายช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ให้แก่สินค้าและบริการไทย ผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

2.1 การให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการและประชาชนที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ มีการจัดให้บริการผ่าน 6 ช่องทางหลัก ได้แก่ (1) สายด่วน 1169 (DITP Call Center 1169) (2) เคาน์เตอร์ให้บริการข้อมูล/คำปรึกษา (General Information: GI) (3) การโทรออกเพื่อให้บริการข้อมูล (Outbound) (4) หน่วยเคลื่อนที่ให้บริการข้อมูล/คำปรึกษา (Mobile Unit) (5) การพิมพ์สนทนาออนไลน์ผ่านระบบ DITP Chat ผ่าน Facebook เพจกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเพจ 1169 DITP Service Center และแอปพลิเคชัน Line @ditp (6) การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาผ่านอีเมล โดยการบริการข้อมูลและคำปรึกษาจะได้รับการกำกับดูแลและควบคุมตามมาตรฐานที่กรมกำหนด เพื่อให้มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับจากทั้งภาคธุรกิจและหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องการเริ่มหรือขยายธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญและได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

2.2 การให้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อผู้นำเข้าจากทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มาชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย โดยกรมฯ จัดการงานลงทะเบียนเข้าชมงานในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การลงทะเบียนล่วงหน้า (Pre-registration) และการลงทะเบียนระหว่างงาน (Walk-in) ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าชมงานได้รับความสะดวกและเกิดความพึงพอใจ ทำให้สามารถดึงดูดผู้เข้าชมใหม่ ๆ และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เข้าชมเดิม ในขณะเดียวกัน ข้อมูลที่ได้จากการลงทะเบียน เช่น ประเภทธุรกิจ ประเทศที่มาของผู้เข้าชม สินค้าที่สนใจหรือช่องทางที่ได้รับทราบข้อมูลการจัดงาน จะช่วยให้กรมฯ สามารถนำมาวิเคราะห์และใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการจัดงานในอนาคต รวมถึงสนับสนุนภารกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการค้าของไทย เช่น การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจและการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการไทยแก่ผู้ซื้อผู้นำเข้าต่างประเทศ

2.3 กรมฯ ได้ดำเนินการจัดทำแพลตฟอร์มกลางเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าและยกระดับบริการดิจิทัล โดยรวมบริการดิจิทัลสำคัญไว้ในที่เดียวแบบครบวงจร เพื่อให้บริการประชาชนและผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง รองรับจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งมีมาตรการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่ได้มาตรฐาน กรมฯ จึงจัดทำโครงการพัฒนาระบบบริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแบบครบวงจร โดยจะรวมบริการต่างๆ เช่น การสมัครสมาชิกกรม การพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ และกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยจะขยายขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลให้รองรับผู้ใช้จำนวนมากขึ้น ออกแบบระบบวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแนะนำกิจกรรมหรือบริการที่เหมาะสมกับแต่ละราย (Personalized) รวมถึงระบบเชื่อมโยงข้อมูลการตลาด ข้อมูลสินค้าส่งออก ข้อมูลการเจรจาการค้า และข่าวสารทางธุรกิจจะเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างประเทศ

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อยกระดับการให้บริการด้านดิจิทัล โดยการพัฒนาช่องทางการให้บริการออนไลน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งาน เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการให้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และลดขั้นตอนการติดต่อราชการ โดยเน้นการให้บริการที่เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย (Personalized Services) ซึ่งช่วยเสริมภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบริการ/กิจกรรมต่างๆ ของกรมฯ รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรเพื่อขยายฐานผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ และกระตุ้นการใช้บริการและการเข้าร่วมโครงการต่างๆ ของกรมฯ เพิ่มขึ้น

3.2 เพื่อบูรณาการการให้บริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแบบไร้รอยต่อ (Seamless Integration Services) โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลดิจิทัล มุ่งเน้นการลดการใช้กระดาษ (Zero Copy) และส่งเสริมแนวคิด BCG แบบยั่งยืน

3.3 เพื่อบริหารจัดการงานลงทะเบียนผู้เข้าชมงาน (Visitor) และผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitor) อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถรวบรวมและนำข้อมูลที่ได้จากการลงทะเบียนเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ อาทิ ประเภทธุรกิจของผู้เข้าชมงาน สินค้าที่ได้รับความสนใจ ช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการจัดงาน ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปวิเคราะห์ วางแผน เพื่อพัฒนาการจัดงานในครั้งต่อไป

3.4 เพื่อสร้างและรักษามาตรฐานการให้บริการข้อมูล/ คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีการติดตามผลการให้บริการอย่างมีขั้นตอนและวัดผลเชิงสถิติ เพื่อนำผลลัพธ์มาปรับปรุงการให้บริการและพัฒนาการดำเนินงาน รวมถึงการสร้างผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศรายใหม่ เพื่อขยายช่องทางการเข้าถึงบริการของกรมฯ และปรับกลยุทธ์การให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. เป้าหมาย

4.1 การให้บริการดิจิทัลครบวงจรสำหรับประชาชนและผู้ประกอบการไทยในการเข้าถึงกิจกรรม/บริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พร้อมข้อมูลสนับสนุนการขยายเครือข่ายธุรกิจต่างประเทศ

4.2 การบริหารจัดการการให้บริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนและทรัพยากรในการทำงาน รองรับการเปลี่ยนไปสู่รัฐบาลดิจิทัล

4.3 ผู้เข้าชมงาน (Visitor) และผู้เข้าชมงาน (Exhibitor) ได้รับการบริการลงทะเบียนเข้าชมงานแสดงสินค้าที่เป็นระบบและสะดวกมีมาตรฐาน และได้รับข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงาน รวมถึงกรมสามารถประเมินผลการจัดงานและพัฒนาการจัดงานได้อย่างต่อเนื่องผ่านข้อมูลที่จัดเก็บได้จากผู้เข้าชมงาน

4.4 เพิ่มช่องทางในการแสดงสินค้าออนไลน์และช่องทางในการเจรจาการค้า กระจายช่องทางการให้บริการให้ทั่วถึงและสะดวก พร้อมส่งเสริมภาพลักษณ์และขยายฐานผู้รับบริการ รวมถึงการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศเพื่อเป็นการให้บริการที่มีประโยชน์สูงสุด มีความน่าเชื่อถือ และพร้อมประเมินคุณภาพการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ผลผลิต (Output) / ผลผลิต (Output) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	กรมฯ มีแพลตฟอร์มกลางและระบบบริการดิจิทัลของส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแบบครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าและยกระดับบริการดิจิทัล
ผลลัพธ์ (outcome)	กรมฯ มีการบริหารจัดการกิจกรรมและบริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มีความคล่องตัวมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถยกระดับการให้บริการและปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรม ประชาชนและผู้ประกอบการได้รับความสะดวกในการเข้าถึงกิจกรรม/บริการ/ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศตามความต้องการของธุรกิจได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น
	ผู้ประกอบการไทยได้รับข้อมูลและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ในดำเนินธุรกิจด้านการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับบริการและกิจกรรมของกรมฯ อย่างทั่วถึง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	กระบวนการหรือระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าถึงบริการลดลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 20
	ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 90
	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมด้านการค้าระหว่างประเทศไม่น้อยกว่า 84,900 ราย

6. วิธีการวัดผล

6.1 ประเมินผลโดยการเปรียบเทียบข้อมูลการเข้าถึงกิจกรรมและบริการระหว่างช่วงก่อนและหลังการพัฒนา/ยกระดับ

6.2 ติดตามและสำรวจข้อมูลการส่งออกของผู้ประกอบการที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมและบริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางดิจิทัลของกรม

6.3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ

6.4 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมกิจกรรมและบริการด้านการค้าระหว่างประเทศได้อย่างสะดวกรวดเร็วจากทุกที่ทุกเวลา สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจของตนเอง เนื่องจากกรมฯ มีกระบวนการทำงานที่เร็วขึ้นหรือลดลง ครอบคลุมบริการในรูปแบบใหม่ๆ และรองรับการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลเพิ่มขึ้น

7.2 ผู้เข้าชมงาน (Visitor) และผู้เข้าชมงาน (Exhibitor)ได้รับการบริการด้านการลงทะเบียนที่มีความสะดวกอย่างเป็นระบบ มีความพึงพอใจต่อการลงทะเบียนเข้าชมงาน และกรมมีข้อมูลสำหรับใช้วิเคราะห์ในการพัฒนาปรับปรุงงานแสดงสินค้าในอนาคต

7.3. ผู้ประกอบการที่มาติดต่อขอรับบริการข้อมูลคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ มีความพึงพอใจในบริการฯ และเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจในการเข้าถึงการบริการของภาครัฐที่สะดวก รวดเร็วและทั่วถึง เนื่องจากกรมฯ มีข้อมูลที่เป็นข้อมูลปัจจุบัน

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ
พื้นที่เป้าหมาย	ประเทศไทย

9. ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี (ตุลาคม 2568 – กันยายน 2569)

ทั้งนี้ รายการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทย (ผูกพันงบประมาณ ปีงบประมาณ 2569-2570)

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 6.1.1.1 การยกระดับการบริการภาครัฐให้มีขีดสมรรถนะสูง โดยเปลี่ยนผ่านไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) (G8.3.1, M6 S1.1) ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานเพื่อใช้ประโยชน์จากศูนย์ข้อมูลภาครัฐ (G2.5.3) รวมทั้งระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งบูรณาการการทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย (G8.3.1, M13 S3.1)

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
✓	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
✓	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
✓	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
✓	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G9.2.1 ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยเฉพาะตลาดใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 วิธีการดำเนินงาน

1. ดำเนินการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า โดยจัดจ้างบริษัทเอกชนหรือกลุ่มบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญมีขอบเขตการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่

1) ระบบฐานข้อมูล

2) ระบบสร้างและบริหารกิจกรรม

3) ระบบรับสมัครกิจกรรม/แจ้งเตือนผู้รับบริการ

4) ระบบพิจารณาใบสมัครกิจกรรม

5) การพัฒนาระบบรายงานการสมัครเข้าร่วมกิจกรรม

2. กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2569

1) ทำความเข้าใจกระบวนการ/ขั้นตอนการใช้งานระบบลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าของกรมให้มีความเชี่ยวชาญ และสามารถแก้ไขข้อขัดข้องทางเทคนิคของระบบในชั้นต้นได้

2) บริหารจัดการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าต่างประเทศผ่านการลงทะเบียนล่วงหน้า (Pre-Registration) รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในการลงทะเบียนแก่ผู้ประสบปัญหาการลงทะเบียนผ่านระบบลงทะเบียน

3) บริหารงานลงทะเบียนช่วงการจัดงาน (Onsite Registration) เช่น จัดหาและติดตั้งคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์/เครื่องมือระบบเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการลงทะเบียน บริหารจัดการงานลงทะเบียนในช่วงการจัดงานแสดงสินค้า และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในช่วงระหว่างการจัดงานให้ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ

4) สรุปผลจำนวนผู้เข้าชมงานภาพรวมประจำวัน และผลการเข้าชมงานโดยละเอียดหลังการจัดงานเสร็จสิ้น พร้อมปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนา/ยกระดับการให้บริการในครั้งต่อไป

3. โครงการสร้างและยกระดับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

1) การสร้างและรักษามาตรฐานการให้บริการในทุกช่องทางการให้บริการของกรม

2) ให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ ในทุกช่องทางบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์ทั้งในเวลาราชการและนอกเวลาราชการอย่างเป็นระบบ รวมถึงการติดตามผลและให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาฯ เชิงรุก (Outbound Call และ Pro-active Call)

3) ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจผู้ขอรับบริการข้อมูล/คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ

4) ปรับปรุงข้อความเสียงในระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR) ให้เป็นปัจจุบัน

5) จัดเก็บและวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการด้วยฐานระบบบริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (Customer Relation Management System : CRMS) เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงการให้บริการสู่ความเป็นเลิศของกรมต่อไป

16.2 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-100101-001 โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า		2.5758	2.5758			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2569-100101-002 โครงการบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2569	6.7000		6.7000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า THAIFEX -HOREC ASIA 2026	*2.0000*		*2.0000*	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
2) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอาหารปี 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)	*3.7000*		*3.7000*			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
3) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)	*1.0000*		*1.0000*							✓	✓	✓	✓	✓	✓
2569-100101-003 โครงการสร้างและยกระดับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล ปีงบประมาณ 2569	6.0000		6.0000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2569-100101-004 โครงการประชาสัมพันธ์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	0.9000		0.9000	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวม	13.6000	2.5758	16.1758												

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ 16,175,800 บาท ประกอบด้วย

18.1 ค่าใช้จ่ายในการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล 13,600,000 บาท

18.2 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า 2,575,800 บาท (ผูกพัน ปี 69 : 2,575,800 บาท และ ปี 70 : 10,303,200 บาท)

19. สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1	☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.5	☐ ออกแบบรายละเอียด ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.2	☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA) ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ	19.6	☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน ☐ แล้วเสร็จ
19.3	☐ การรับฟังความคิดเห็น ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ	19.7	☐ ประกวดราคา ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
19.4	☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม. ☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ ☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ..... ☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....	19.8	☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ ☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
		19.9	☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

โครงการเช่าบริการคลาวด์
เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ

แบบรายงานงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2569

งบบูรณาการ

1. ชื่อโครงการ : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ

กิจกรรม : การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ

☐ โครงการต่อเนื่อง ☑ โครงการใหม่

(2) ผู้ติดต่อประสานงาน (contact person)

ชื่อ-นามสกุล นายทนงชัย แก้วสีหะวงค์ โทรศัพท์.....0 2507 7827.....

โทรสาร.....E-mail address tanongchaik@ditp.go.th.....

2. หลักการและเหตุผล

เพื่อสนับสนุนการดำเนินภารกิจด้านการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการขยายช่องทางตลาดสินค้าและธุรกิจบริการของไทย การให้บริการข้อมูลการค้า และการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้พัฒนาระบบบริการดิจิทัลต่าง ๆ เช่น ระบบลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ และระบบบริหารการจัดงานแสดงสินค้าเสมือนจริง ซึ่งระบบบริการดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความมั่นคงปลอดภัยและน่าเชื่อถือ มีประสิทธิภาพ ผู้ใช้งานระบบสามารถเข้าถึงข้อมูลและแอปพลิชันรวดเร็ว ประกอบกับนโยบายรัฐบาลในการใช้คลาวด์เป็นหลัก (Cloud First Policy) ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐในการนำเทคโนโลยีคลาวด์มาใช้เพื่อลดต้นทุน เพื่อให้สามารถรองรับการให้บริการได้ตลอดเวลาและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการให้บริการ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงจัดทำโครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศของกรม โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยยกระดับมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล เพิ่มความยืดหยุ่นหรือรองรับการทำงานที่หลากหลาย สามารถปรับเพิ่มหรือลดทรัพยากรได้ตามความจำเป็น และพร้อมสนับสนุนการปฏิบัติงานและการให้บริการของกรม การขับเคลื่อนการดำเนินงานของกรมให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์การพัฒนาระบบดิจิทัลของประเทศไทย ตลอดจนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศในยุคดิจิทัล

3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการบริหารจัดการข้อมูลและระบบสารสนเทศของกรม

3.2 เพื่อยกระดับมาตรฐานและความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศของกรม

3.3 เพื่อรองรับการพัฒนางานบริการและการปรับเปลี่ยนกระบวนงานไปสู่รัฐบาลดิจิทัลของกรม

4. เป้าหมาย

4.1 กรมสามารถบริหารทรัพยากรทางสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่นรองรับต่อการเปลี่ยนแปลง และมีความมั่นคงปลอดภัยที่สูงขึ้น

4.2 กรมสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับฮาร์ดแวร์ และการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐาน

4.3 กรมมีโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัลได้อย่างรวดเร็วรองรับต่อการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนากระบวนการทำงานและการให้บริการ

5. ผลผลิต (Output) / ผลลัพธ์ (Outcome) / ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

ผลผลิต (Output)	ระบบสารสนเทศกรมสามารถให้บริการบนระบบคลาวด์ ได้ 2 ระบบ
ผลลัพธ์ (Outcome)	1. กรมสามารถพัฒนาระบบบริการและกระบวนงานดิจิทัลได้คล่องตัวยิ่งขึ้น มีความยืดหยุ่นรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต 2. ต้นทุนในการพัฒนาและบำรุงรักษาระบบบริการหรือกระบวนงานดิจิทัลของกรมลดลง
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	ความสำเร็จของการดำเนินโครงการตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด ร้อยละ 100

6. วิธีการวัดผล

ความสำเร็จในการจัดหาคลาวด์พร้อมย้ายข้อมูลและระบบสารสนเทศขึ้นสู่คลาวด์แล้วเสร็จตามแผน ร้อยละ 100

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 กรมสามารถพัฒนาระบบบริการและกระบวนงานดิจิทัลได้คล่องตัวยิ่งขึ้น มีความยืดหยุ่นรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

7.2 ต้นทุนในการพัฒนาและบำรุงรักษาระบบบริการหรือกระบวนงานดิจิทัลของกรมลดลง

7.3 ผู้รับบริการระบบบริการดิจิทัลของกรมมีความมั่นใจในมาตรฐานและความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

8. กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์ / พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับผลประโยชน์	ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศของไทย ประชาชนที่สนใจทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ผู้ซื้อผู้นำเข้าชาวต่างชาติ และผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กรม
พื้นที่เป้าหมาย	ประเทศไทย

9. ระยะเวลาดำเนินการ เดือนตุลาคม 2568 - กันยายน 2569

10. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2569 ข้อ 6.1.1.1 การยกระดับการบริการภาครัฐให้มีขีดสมรรถนะสูง โดยเปลี่ยนผ่านไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) (G8.3.1, M6 S1.1) ที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานเพื่อใช้ประโยชน์จากศูนย์ข้อมูลภาครัฐ (G2.5.3) รวมทั้งระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งบูรณาการการทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย (G8.3.1, M13 S3.1)

11. ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ : (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
✓	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

12. ความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ/แผนย่อยของแผนแม่บทฯ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนย่อยของแผนแม่บทฯ
	8. ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่	8.3 การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
✓	20. การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	20.1 การพัฒนาบริการประชาชน

13. ความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

	หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้
✓	หมุดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

14. ความสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ .....

15. ความสอดคล้องกับนโยบายสำคัญของรัฐบาล (โปรดทำเครื่องหมาย ✓)

นโยบายเร่งด่วน	
	G2.2.1 ดูแล ส่งเสริม และปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของคู่แข่งทางการค้าต่างชาติ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
	G2.6.1 นำเทคโนโลยีด้านการเกษตร (Agri-Tech) เช่น เกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) และเทคโนโลยีด้านอาหาร (Food Tech) มาใช้พัฒนาอาชีพด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และอาชีพที่เกี่ยวเนื่องเพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รวมทั้งหาโอกาสในตลาดใหม่ ๆ และอาหารฮาลาล
	G2.6.2 ฟื้นนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของโลกด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security)
นโยบายระยะกลางและระยะยาว	
	G3.2.1 สนับสนุนและส่งเสริมการปรับใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพของคนไทยและทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ทั้งอาหารท้องถิ่นไทย ผ้าไทย มวยไทย ศิลปะการแสดงไทย ดนตรีไทย ผสมผสานกับศิลปะร่วมสมัย และสุราชุมชน
	G4.1.5 ปรับกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม และภาคธุรกิจบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	G6.2.3 เสริมทักษะเดิม (Reskill) เพิ่มทักษะใหม่ (Upskill) ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้แรงงานได้รับค่าจ้างที่เหมาะสมกับทักษะที่เพิ่มขึ้น เช่น ทักษะด้านการประยุกต์ใช้ AI
✓	G8.3.1 เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว
	G8.4.1 ปรับบทบาทภาครัฐเป็นการส่งเสริมสนับสนุน (Enable) การอำนวยความสะดวก (Facilitate) และการกำกับกฎกติกา (Regulate) เพื่อให้ประชาชน และเอกชนได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว

16. วิธีดำเนินการ / ลักษณะการดำเนินโครงการ

16.1 การประเมินและวางแผน

16.1.1 ศึกษาความต้องการและวิเคราะห์ระบบสารสนเทศเดิมที่ต้องการย้ายขึ้นคลาวด์

16.1.2 ประเมินความปลอดภัย ความเสี่ยง และข้อกำหนดทางกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและสารสนเทศ อาทิ PDPA และ GDPR

16.1.3 จัดทำแผนการดำเนินงานติดตั้ง การย้ายข้อมูล (Migration Plan) และการปรับแต่งระบบหลังการย้ายข้อมูล

16.2 การจัดหาบริการคลาวด์

16.2.1 จัดหาผู้ให้บริการคลาวด์ (Cloud Service Providers) ตามข้อกำหนดมาตรฐานและเงื่อนไขสำหรับผู้ให้บริการระบบคลาวด์ของคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงความต้องการที่กรมกำหนด

16.2.2 จัดหาบริการคลาวด์ที่มีทรัพยากรเหมาะสมกับความต้องการของกรม โดยครอบคลุมรูปแบบบริการ IaaS, PaaS และ SaaS รวมถึงความสามารถในการปรับขยาย (Scalability)

16.2.3 จัดหาบุคลากรให้การสนุนทางเทคนิคและบริการให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาดำเนินงานตามสัญญา

16.3 การย้ายข้อมูลและระบบสารสนเทศ (Migration)

16.3.1 เตรียมความพร้อมของระบบและข้อมูลเพื่อป้องกันปัญหาระหว่างการย้ายข้อมูล

16.3.2 ดำเนินการย้ายข้อมูลและระบบงานสำคัญ (Mission-Critical Systems) ไปยังคลาวด์อย่างปลอดภัย

16.3.3 ทดสอบความถูกต้องของข้อมูลและความพร้อมใช้งานของระบบหลังการย้าย

16.4 ลักษณะดำเนินโครงการ ☑ ดำเนินการเอง ☐ จ้างที่ปรึกษา

17. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม (งานที่ทำ)	เงินงบประมาณ		วงเงิน (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน											
	งบดำเนินงาน	เดินทางไปราชการต่างประเทศ		ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2569-110101-001 โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ 1) ระบบลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า (Trade Registration) 2) ระบบงานแสดงสินค้าเสมือนจริง (Virtual Trade Show)	2.0300		2.0300	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

18. วงเงินงบประมาณที่ดำเนินการ งบดำเนินงาน : ค่าบริการหรือจัดหาระบบคลาวด์ (รายจ่ายลงทุน) 2,030,000 บาท

สถานะโครงการ (โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

19.1 ☐ ศึกษาความเหมาะสม (FS)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.2 ☐ ศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (IEE/EIA)
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ
☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เห็นชอบ

19.3 ☐ การรับฟังความคิดเห็น
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.4 ☐ กระบวนการนำเสนอ ค.ร.ม.
☐ อยู่ระหว่างการนำเสนอ
☐ อนุมัติดำเนินการ เมื่อ.....
☐ อนุมัติในหลักการ เมื่อ.....

19.5 ☐ ออกแบบรายละเอียด
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.6 ☐ ความพร้อมด้านที่ดิน/พื้นที่ดำเนินโครงการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการจัดหาที่ดิน
☐ แล้วเสร็จ

19.7 ☐ ประกวดราคา
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.8 ☐ ก่อสร้าง/ดำเนินการ
☐ อยู่ระหว่างดำเนินการ ☐ แล้วเสร็จ

19.9 ☑ อื่นๆ ดำเนินการได้ทันทีหากได้รับจัดสรรงบประมาณ.....

แผนปฏิบัติงาน
และแผนการใช้จ่ายงบประมาณ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
(สงป 301)
(เฉพาะเงินงบประมาณ)

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (เงินงบประมาณ)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

หน่วย : บาท

สำนัก/สถาบัน/กลุ่ม	หน่วยนับ	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	รวมทั้งสิ้น ปี 2569
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
รวม เงินงบประมาณ	บาท	1,038,718,600	455,840,600	663,733,200	167,509,100	2,325,801,500
	% รายไตรมา	44.66	19.60	28.54	7.20	
	% สะสม	44.66	64.26	92.80	100.00	
รวม เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	39,886	67,745	113,497	68,118	289,246
	ล้านบาท	7,825	16,716	102,236	5,440	132,217
	ล้านครั้ง	5.70	8.50	22.80	18.00	55.00
	สินค้า	-	10.00	-	73.00	83.00
	สาขา/คู่ค้า	-	-	-	-	-
	คู่	-	-	-	-	-
สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล (สตพ.)	บาท	23,063,000	364,300	12,427,300	1,000,000	36,854,600
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	2,005	6,620	7,090	10,285	26,000
	ล้านบาท	410	730	730	880	2,750
สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ (สพบ.)	บาท	75,551,000	35,185,700	56,141,700	19,623,900	186,502,300
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	92	200	185	199	676
	คู่	-	-	-	-	-
	ล้านบาท	2,400	2,545	2,750	2,305	10,000
สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (สปส.)	บาท	4,283,100	103,400	4,845,300	-	9,231,800
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ล้านครั้ง	-	0.9	3.9	5.2	10.0
สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)	บาท	28,764,400	16,818,300	22,862,900	7,512,700	75,958,300
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	50	80	290	85	505
	ล้านครั้ง	-	-	-	-	-
	ล้านบาท	-	27	30	50	107
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ (สลต.)	บาท	49,693,200	95,411,100	7,491,200	13,705,700	166,301,200
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	-	1,064	94	210	1,368
	ล้านบาท	-	3,135	150	131	3,416
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม	บาท	106,014,600	92,056,800	74,824,000	31,546,900	304,442,300
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	161	520	1,079	178	1,938
	สินค้า	-	10	-	73	83
	สาขา/คู่ค้า	-	-	-	-	-
	ล้านครั้ง	5.7	7.6	18.9	12.8	45.0
	ล้านบาท	4,202	8,915	97,334	465	110,915
สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (สพม.)	บาท	5,080,000	7,454,000	13,320,000	-	25,854,000
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	-	610	660	5,730	7,000
	ร้อยละ	-	-	-	85	85
สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 (	บาท	45,125,500	17,670,500	58,147,700	5,788,300	126,732,000
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	1,212	1,337	1,492	1,626	5,667
	ล้านบาท	548.0	741.0	815.0	1,423.9	3,528.0
สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 (	บาท	28,567,500	33,996,800	32,150,100	30,481,800	125,196,200
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	67	4,901	406	337	5,711
	ล้านบาท	265.0	623.0	427.0	186.0	1,501.0
สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประ	บาท	27,436,500	6,200,000	5,425,500	1,000,000	40,062,000
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	4,100	10,600	60,200	10,000	84,900
	ร้อยละ	-	-	-	90	90
	ร้อยละ	-	-	-	60	60

สำนัก/สถาบัน/กลุ่ม	หน่วยนับ	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	รวมทั้งสิ้น ปี 2569
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (สยค.)	บาท	1,564,800	14,600	144,400	73,800	1,797,600
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย					
กลุ่มตรวจสอบภายใน (กตส.)	บาท	895,100	145,900	392,200	262,000	1,695,200
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย					
สำนักบริหารกลาง (สบก.)	บาท	418,110,300	145,561,700	301,302,300	56,514,000	921,488,300
พัฒนนาบุคลากร	บาท	206,100	122,400	226,900	342,700	898,100
บริหารและอำนวยการ	บาท	100,168,000	7,300,800	17,527,400	6,489,500	131,485,700
แผนงานบุคลากรภาครัฐ	บาท	317,736,200	138,138,500	283,548,000	49,681,800	789,104,500
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคต.)	บาท	224,569,600	4,857,500	74,258,600	-	303,685,700
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	ราย	32,199	41,813	42,001	39,468	155,481

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล (สตพ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้						
โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล						
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล						
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด						
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce	ราย	26,000	2,005	6,620	7,090	10,285
2569-070101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ		500	5	120	90	285
1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ		80	5	50	-	25
2) โครงการส่งเสริมการค้าออนไลน์สู่ตลาดโลก (Cross-Border e-Commerce)		420	-	70	90	260
2569-070101-002 โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล		25,500	2,000	6,500	7,000	10,000
1) โครงการศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center)		25,500	2,000	6,500	7,000	10,000
เชิงปริมาณ : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ (ตัวชี้วัดระดับกระทรวง : ตัวชี้วัด 3.4 มูลค่าการค้า e-Commerce ของ SMEs ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม)	ล้านบาท	2,750	410	730	730	880
2569-070101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ		350	10	130	30	180
1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ		80	10	45	-	25
2) โครงการส่งเสริมการค้าออนไลน์สู่ตลาดโลก (Cross-Border e-Commerce)		120	-	25	25	70
3) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในสหรัฐอเมริกาผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce		20	-	-	-	20
4) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce		120	-	60	-	60
5) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เนเธอร์แลนด์		5	-	-	5	-
6) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เวียดนาม		5	-	-	-	5
2569-070101-002 โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล		2,400	400	600	700	700
1) โครงการศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center)		2,400	400	600	700	700

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)
กระทรวงพาณิชย์
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล (สตพ.)

	เป้าหมาย			37	27	61	53	80	75	100	94
	สะสม			62.58	27.30	63.57	42.54	97.29	79.11	100.00	100.00
	ไตรมาส			62.58	27.30	0.99	15.23	33.72	36.57	2.71	20.89
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	บาท	36,854,600	36,854,600	23,063,000	10,063,000	364,300	5,614,300	12,427,300	13,477,300	1,000,000	7,700,000
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	บาท	36,854,600	36,854,600	23,063,000	10,063,000	364,300	5,614,300	12,427,300	13,477,300	1,000,000	7,700,000
โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	บาท	36,854,600	36,854,600	23,063,000	10,063,000	364,300	5,614,300	12,427,300	13,477,300	1,000,000	7,700,000
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	บาท	36,854,600	36,854,600	23,063,000	10,063,000	364,300	5,614,300	12,427,300	13,477,300	1,000,000	7,700,000
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	บาท	36,854,600	36,854,600	23,063,000	10,063,000	364,300	5,614,300	12,427,300	13,477,300	1,000,000	7,700,000
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-	-	-
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	36,854,600	36,854,600	23,063,000	10,063,000	364,300	5,614,300	12,427,300	13,477,300	1,000,000	7,700,000
1) ค่าครุภัณฑ์	บาท	10,000,000	10,000,000	10,000,000	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000
(1) พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Platform) 1 ระบบ	บาท	10,000,000	10,000,000	10,000,000	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000
2569-070101-002 โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศเพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล		10,000,000	10,000,000	10,000,000	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000
1) โครงการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ National E-Commerce Platform ตัวชี้วัด : ระบบสามารถให้บริการได้อย่างสมบูรณ์ มีเวลา downtime ไม่เกินร้อยละ 1		10,000,000	10,000,000	10,000,000	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000	-	2,500,000
2) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	บาท	26,486,700	26,486,700	12,946,200	7,446,200	113,200	2,863,200	12,427,300	10,977,300	1,000,000	5,200,000
2569-070101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ		15,486,700	15,486,700	6,946,200	4,946,200	113,200	113,200	7,427,300	7,977,300	1,000,000	2,450,000
1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ		4,286,700	4,286,700	2,446,200	2,446,200	113,200	113,200	1,727,300	1,727,300	-	-
2) โครงการส่งเสริมการค้าออนไลน์สู่ตลาดโลก (Cross-Border e-Commerce)		2,000,000	2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	550,000	-	1,450,000
3) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในสหรัฐอเมริกาผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce		3,000,000	3,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	1,000,000	1,000,000
4) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce		5,000,000	5,000,000	2,500,000	2,500,000	-	-	2,500,000	2,500,000	-	-
5) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เนเธอร์แลนด์		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
6) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เวียดนาม		700,000	700,000	-	-	-	-	700,000	700,000	-	-
2569-070101-002 โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศเพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล		10,000,000	10,000,000	5,000,000	2,500,000	-	2,500,000	5,000,000	2,500,000	-	2,500,000
1) โครงการศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center)		10,000,000	10,000,000	5,000,000	2,500,000	-	2,500,000	5,000,000	2,500,000	-	2,500,000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-070101-003 โครงการขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย		1,000,000	1,000,000	1,000,000	-	-	250,000	-	500,000	-	250,000
1) โครงการขับเคลื่อน E-Commerce ของไทย ตัวชี้วัด : จำนวนข้อมูลเอกสาร/รายงานเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ 4 ชิ้นงาน		1,000,000	1,000,000	1,000,000	-	-	250,000	-	500,000	-	250,000
3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	367,900	367,900	116,800	116,800	251,100	251,100	-	-	-	-
2569-070101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ		367,900	367,900	116,800	116,800	251,100	251,100	-	-	-	-
1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ		367,900	367,900	116,800	116,800	251,100	251,100	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ (สพบ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
รวมทั้งสิ้น						
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้						
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่						
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	-
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	**ล้านบาท**	**10,000.00**	**2,400.00**	**2,545.00**	**2,750.00**	**2,305.00**
2569-050201-001 โครงการส่งเสริมธุรกิจ Health & Beauty และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**275.00**	**70.00**	**-**	**180.00**	**25.00**
1) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคจีน		50.00	-	-	50.00	-
2) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก		45.00	-	-	45.00	-
3) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคประชาคมรัฐเอกราช (CIS)		40.00	-	-	40.00	-
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคตะวันออกกลาง		45.00	-	-	45.00	-
5) โครงการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าสมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล (The Thai Herbs LEVEL UP) (มี.ค.69)		25.00	-	-	-	25.00
6) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2025		70.00	70.00	-	-	-
2569-050201-002 โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**2,320.00**	**-**	**-**	**920**	**1,400**
1) คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เยือนประเทศเอเชีย (Content Tokyo)		200.00	-	-	200	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2) งานแสดงสินค้า Marché International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2026		720.00	-	-	720	-
3) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจโฆษณาเยือนเอเชีย		200.00	-	-	-	200
4) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival 2026		1,000.00	-	-	-	1,000
5) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจซอฟต์แวร์เยือนเอเชีย		200.00	-	-	-	200
2569-050201-003 โครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**6,680.00**	**2,330.00**	**2,500**	**1,650.00**	**200**
1) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนประเทศญี่ปุ่น (ต.ค.68)		310.00	310.00	-	-	-
2) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2025		1,500.00	1,500.00	-	-	-
3) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2025)		520.00	520.00	-	-	-
4) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนไต้หวัน		250.00	-	-	250.00	-
5) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2026 (FILMART 2026)		2,500.00	-	2,500.00	-	-
6) กิจกรรมส่งเสริมตลาดธุรกิจบริการภาพยนตร์ไทยในประเทศเวียดนาม (Thai Film Festival in Vietnam 2026)		200.00	-	-	-	200.00
7) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Cannes Film Festival 2026		1,400.00	-	-	1,400.00	-
2569-050201-004 โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**45.00**	**-**	**45**	**-**	**-**
3) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบริการ (สิ่งพิมพ์ และสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง) เยือนเอเชีย		**45.00**	**-**	**45**	**-**	**-**
2569-050201-005 โครงการส่งเสริมพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์		**680.00**	**-**	**-**	**-**	**680**
1) งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)		**680.00**	**-**	**-**	**-**	**680**
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**ราย**	**549**	**65**	**147**	**163**	**174**
2569-050201-001 โครงการส่งเสริมธุรกิจ Health & Beauty และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**215**	**25**	**100**	**90**	**-**
1) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคจีน		20	-	-	20	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก		20	-	-	20	-
3) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคประชาคมรัฐเอกราช (CIS)		20	-	-	20	-
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคตะวันออกกลาง		30	-	-	30	-
5) โครงการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าสมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล (The Thai Herbs LEVEL UP)		100	-	100	-	-
6) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2025		25	25	-	-	-
2569-050201-002 โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**118**	**-**	**7**	**18**	**93**
1) คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เยือนประเทศเอเชีย (Content Tokyo)		10	-	-	10	-
2) งานแสดงสินค้า Marché International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2026		8	-	-	8	-
3) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจโฆษณาเยือนเอเชีย		5	-	-	-	5
4) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival 2026		80	-	-	-	80
5) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจซอฟต์แวร์เยือนเอเชีย		8	-	-	-	8
6) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา) ตัวชี้วัด : เข้าพบหารือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยงาน		3	-	3	-	-
7) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคยุโรป) ตัวชี้วัด : เข้าพบหารือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยงาน		4	-	4	-	-
2569-050201-003 โครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**125**	**40**	**30**	**45**	**10**
1) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนประเทศญี่ปุ่น		15	15	-	-	-
2) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2025		10	10	-	-	-
3) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2025)		15	15	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
4) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนไต้หวัน		15	-	-	15	-
5) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2026 (FILMART 2026)		30	-	30	-	-
6) กิจกรรมส่งเสริมตลาดธุรกิจบริการภาพยนตร์ไทยในประเทศเวียดนาม (Thai Film Festival in Vietnam 2026)		10	-	-	-	10
7) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Cannes Film Festival 2026		10	-	-	10	-
8) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Cannes Film Festival 2026		20	-	-	20	-
2569-050201-004 โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**20**	**-**	**10**	**10**	**-**
1) นิทรรศการ Packaging Pavillion ภายในงานแสดงสินค้า THAIFEX – Anuga Asia 2026		10	-	-	10	-
2) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบริการ (สิ่งพิมพ์ และสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง) เยือนเอเชีย		**10**	**-**	**10**	**-**	**-**
2569-050201-005 โครงการส่งเสริมพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์		**71**	**-**	**-**	**-**	**71**
1) งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)		71	-	-	-	71
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์						
โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล						
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีส์						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีส์						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด						
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**ราย**	**127**	**27**	**53**	**22**	**25**
2569-090301-001 โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ		**127**	**27**	**53**	**22**	**25**
โครงการนำผู้ประกอบการเกมไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		42	17	-	-	25
1) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2025		17	17	-	-	-
2) งานแสดงสินค้า Tokyo Game Show 2026		25	-	-	-	25
หนังสือ		85	10	53	22	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
1) กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ Bangkok Rights Fair 2026		28	-	28	-	-
2) งาน Taipei International Book Exhibition 2026		25	-	25	-	-
3) งาน Seoul International Book Fair 2026		22	-	-	22	-
4) งาน Frankfurt Book Fair 2025		10	10	-	-	-
เชิงปริมาณ : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.3)	**ล้านบาท**	**1,212.00**	**355.00**	**45.00**	**12.00**	**800.00**
2569-090301-001 โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ		**1,212.00**	**355.00**	**45.00**	**12.00**	**800.00**
โครงการนำผู้ประกอบการเกมไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		**1,150.00**	**350.00**	**-**	**-**	**800.00**
1) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2025		**350.00**	**350.00**	**-**	**-**	**-**
2) งานแสดงสินค้า Tokyo Game Show 2026		**800.00**	**-**	**-**	**-**	**800.00**
หนังสือ		**62.00**	**5.00**	**45.00**	**12.00**	**-**
1) กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ Bangkok Rights Fair 2026		**30.00**	**-**	**30.00**	**-**	**-**
2) งาน Taipei International Book Exhibition 2026		**15.00**	**-**	**15.00**	**-**	**-**
3) งาน Seoul International Book Fair 2026		**12.00**	**-**	**-**	**12.00**	**-**
4) งาน Frankfurt Book Fair 2025		**5.00**	**5.00**	**-**	**-**	**-**

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)
กระทรวงพาณิชย์
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ (สพบ.)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	40.51	25.12	59.38	34.27	89.48	68.99	100.00	100.00
			ไตรมาส	40.51	25.12	18.87	9.16	30.10	34.71	10.52	31.01
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	บาท	186,502,300	186,502,300	75,551,000	46,841,000	35,185,700	17,081,700	56,141,700	64,740,900	19,623,900	57,838,700
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	บาท	161,729,400	161,729,400	68,443,700	39,733,700	29,906,700	12,302,700	45,683,300	53,782,500	17,695,700	55,910,500
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	บาท	161,729,400	161,729,400	68,443,700	39,733,700	29,906,700	12,302,700	45,683,300	53,782,500	17,695,700	55,910,500
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ	บาท	161,729,400	161,729,400	68,443,700	39,733,700	29,906,700	12,302,700	45,683,300	53,782,500	17,695,700	55,910,500
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ	บาท	161,729,400	161,729,400	68,443,700	39,733,700	29,906,700	12,302,700	45,683,300	53,782,500	17,695,700	55,910,500
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-		
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	161,729,400	161,729,400	68,443,700	39,733,700	29,906,700	12,302,700	45,683,300	53,782,500	17,695,700	55,910,500
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	31,659,400	31,659,400	16,984,900	14,989,900	9,361,500	7,457,500	3,716,700	6,340,900	1,596,300	2,871,100
2569-050201-001 โครงการส่งเสริมธุรกิจ Health & Beauty และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		2,681,800	2,681,800	179,200	179,200	-	-	2,502,600	2,502,600	-	-
1) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคจีน		263,500	263,500	-	-	-	-	263,500	263,500	-	-
2) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก		390,000	390,000	-	-	-	-	390,000	390,000	-	-
3) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคประชาคมรัฐเอกราช (CIS)		608,700	608,700	-	-	-	-	608,700	608,700	-	-
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคตะวันออกกลาง		1,240,400	1,240,400	-	-	-	-	1,240,400	1,240,400	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
5) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2025		179,200	179,200	179,200	179,200	-	-	-	-	-	-
2569-050201-002 โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**6,383,900**	**6,383,900**	**-**	**-**	**4,895,600**	**4,266,400**	**-**	**629,200**	**1,488,300**	**1,488,300**
1) คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เยือนประเทศเอเชีย (Content Tokyo)		441,400	441,400	-	-	441,400	-	-	441,400	-	-
2) งานแสดงสินค้า Marché International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2026		187,800	187,800	-	-	187,800	-	-	187,800	-	-
3) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจโฆษณาเยือนเอเชีย		651,300	651,300	-	-	-	-	-	-	651,300	651,300
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจซอฟต์แวร์เยือนเอเชีย		837,000	837,000	-	-	-	-	-	-	837,000	837,000
5) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา)		2,083,200	2,083,200	-	-	2,083,200	2,083,200	-	-	-	-
5) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคยุโรป)		2,183,200	2,183,200	-	-	2,183,200	2,183,200	-	-	-	-
2569-050201-003 โครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**21,455,400**	**21,455,400**	**16,805,700**	**14,810,700**	**4,074,400**	**2,799,600**	**467,300**	**2,462,300**	**108,000**	**1,382,800**
1) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนประเทศญี่ปุ่น		719,000	719,000	719,000	719,000	-	-	-	-	-	-
2) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2025		550,000	550,000	550,000	550,000	-	-	-	-	-	-
3) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2025)		266,900	266,900	266,900	266,900	-	-	-	-	-	-
4) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนจีน		73,800	73,800	-	-	-	-	73,800	73,800	-	-
5) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2026 (FILMART 2026)		250,000	250,000	-	-	250,000	250,000	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
6) กิจกรรมส่งเสริมตลาดธุรกิจบริการภาพยนตร์ไทยในประเทศเวียดนาม (Thai Film Festival in Vietnam 2026)		108,000	108,000	-	-	-	-	-	-	108,000	108,000
7) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Cannes Film Festival 2026		393,500	393,500	-	-	-	-	393,500	393,500	-	-
8) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Cannes Film Festival 2026		13,995,000	13,995,000	13,995,000	12,000,000	-	-	-	1,995,000	-	-
9) กิจกรรมผลักดันสินค้าและบริการสู่สากล ผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดและสื่อบันเทิงระดับโลก		5,099,200	5,099,200	1,274,800	1,274,800	3,824,400	2,549,600	-	-	-	1,274,800
2569-050201-004 โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**391,500**	**391,500**	**-**	**-**	**391,500**	**391,500**	**-**	**-**	**-**	**-**
1) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบริการ (สิ่งพิมพ์ และสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง) เยือนเอเชีย		391,500	391,500	-	-	391,500	391,500	-	-	-	-
2569-050201-005 โครงการส่งเสริมพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์		**746,800**	**746,800**	**-**	**-**	**-**	**-**	**746,800**	**746,800**	**-**	**-**
1) งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)		746,800	746,800	-	-	-	-	746,800	746,800	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ	**บาท**	**130,070,000**	**130,070,000**	**51,458,800**	**24,743,800**	**20,545,200**	**4,845,200**	**41,966,600**	**47,441,600**	**16,099,400**	**53,039,400**
2569-050201-001 โครงการส่งเสริมธุรกิจ Health & Beauty และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**21,194,200**	**21,194,200**	**5,540,600**	**5,540,600**	**3,000,000**	**-**	**7,210,400**	**8,710,400**	**5,443,200**	**6,943,200**
1) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคจีน		1,876,000	1,876,000	-	-	-	-	1,876,000	1,876,000	-	-
2) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม โรงแรม และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก		1,962,000	1,962,000	-	-	-	-	1,962,000	1,962,000	-	-
3) คณะผู้แทนการค้าสินค้าสุขภาพความงาม สปา และสินค้าที่เกี่ยวเนื่องไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคประชาคมรัฐเอกราช (CIS)		1,425,400	1,425,400	-	-	-	-	1,425,400	1,425,400	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจสุขภาพและความงามไปเจรจาการค้า ณ ภูมิภาคตะวันออกกลาง		1,947,000	1,947,000	-	-	-	-	1,947,000	1,947,000	-	-
5) โครงการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าสมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล (The Thai Herbs LEVEL UP)		3,000,000	3,000,000	-	-	3,000,000	-	-	1,500,000	-	1,500,000
6) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2025		5,540,600	5,540,600	5,540,600	5,540,600	-	-	-	-	-	-
7) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2026 *** เตรียมงบปี 2570		5,443,200	5,443,200	-	-	-	-	-	-	5,443,200	5,443,200
2569-050201-002 โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**28,052,400**	**28,052,400**	**5,920,200**	**5,920,200**	**4,470,200**	**4,470,200**	**17,662,000**	**4,512,000**	**-**	**13,150,000**
1) คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เยือนประเทศเอเชีย (Content Tokyo)		2,074,200	2,074,200	-	-	2,074,200	2,074,200	-	-	-	-
2) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์สู่ตลาดสากล		1,294,600	1,294,600	1,294,600	1,294,600	-	-	-	-	-	-
3) งานแสดงสินค้า Marché International du Film d'Animation (MIFA) ภายใต้งาน Annecy International Animation Film Festival 2026		2,396,000	2,396,000	-	-	2,396,000	2,396,000	-	-	-	-
4) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจโฆษณาเยือนเอเชีย		2,006,000	2,006,000	-	-	-	-	2,006,000	2,006,000	-	-
5) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival 2026		13,150,000	13,150,000	-	-	-	-	13,150,000	-	-	13,150,000
6) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจซอฟต์แวร์เยือนเอเชีย		2,506,000	2,506,000	-	-	-	-	2,506,000	2,506,000	-	-
7) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา)		2,312,800	2,312,800	2,312,800	2,312,800	-	-	-	-	-	-
8) โครงการแสวงหาโอกาสและสร้างเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในต่างประเทศ (ภูมิภาคยุโรป)		2,312,800	2,312,800	2,312,800	2,312,800	-	-	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-050201-003 โครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**51,808,200**	**51,808,200**	**37,597,000**	**10,882,000**	**375,000**	**375,000**	**4,930,000**	**28,645,000**	**8,906,200**	**11,906,200**
1) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนประเทศญี่ปุ่น		3,206,200	3,206,200	-	-	-	-	-	-	3,206,200	3,206,200
2) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2025		5,004,000	5,004,000	5,004,000	5,004,000	-	-	-	-	-	-
3) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2025)		1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	-	-	-	-	-	-
4) คณะผู้แทนการค้ากลุ่มละครซีรีส์และดนตรีเยือนจีน		1,930,000	1,930,000	-	-	-	-	1,930,000	1,930,000	-	-
5) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2026 (FILMART 2026)		2,903,000	2,903,000	2,903,000	503,000	-	-	-	2,400,000	-	-
6) กิจกรรมส่งเสริมตลาดธุรกิจบริการภาพยนตร์ไทยในประเทศเวียดนาม (Thai Film Festival in Vietnam 2026)		3,000,000	3,000,000	-	-	-	-	3,000,000	-	-	3,000,000
7) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Cannes Film Festival 2026		6,885,000	6,885,000	6,885,000	3,750,000	-	-	-	3,135,000	-	-
8) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Cannes Film Festival 2026		21,180,000	21,180,000	21,180,000	-	-	-	-	21,180,000	-	-
9) กิจกรรมผลักดันสินค้าและบริการสู่สากล ผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดและสื่อบันเทิงระดับโลก		500,000	500,000	125,000	125,000	375,000	375,000	-	-	-	-
10) งาน Asia TV Forum & Market Singapore (ATF 2026) ***เตรียมการปีงบ 2570		1,500,000	1,500,000	-	-	-	-	-	-	1,500,000	1,500,000
11) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน American Film Market 2026 ***เตรียมการปีงบ 2570		2,200,000	2,200,000	-	-	-	-	-	-	2,200,000	2,200,000
12) งาน Asian Contents & Film Market 2026 (ACFM 2026) ***เตรียมการปีงบ 2570		2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-050201-004 โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ		**6,001,000**	**6,001,000**	**2,401,000**	**2,401,000**	**-**	**-**	**1,850,000**	**1,850,000**	**1,750,000**	**1,750,000**
1) นิทรรศการ Packaging Pavillion ภายในงานแสดงสินค้า THAIFEX – Anuga Asia 2026		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
2) งาน Tokyo Pack 2026 **เตรียมการปีงบ 70		3,100,000	3,100,000	-	-	-	-	1,350,000	1,350,000	1,750,000	1,750,000
3) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบริการ (สิ่งพิมพ์ และสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง) เยือนเอเชีย		2,401,000	2,401,000	2,401,000	2,401,000	-	-	-	-	-	-
2569-050201-005 โครงการส่งเสริมพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์		**23,014,200**	**23,014,200**	**-**	**-**	**12,700,000**	**-**	**10,314,200**	**3,724,200**	**-**	**19,290,000**
1) งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)		23,014,200	23,014,200	-	-	12,700,000	-	10,314,200	3,724,200	-	19,290,000
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์	**บาท**	**24,772,900**	**24,772,900**	**7,107,300**	**7,107,300**	**5,279,000**	**4,779,000**	**10,458,400**	**10,958,400**	**1,928,200**	**1,928,200**
โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล	**บาท**	**24,772,900**	**24,772,900**	**7,107,300**	**7,107,300**	**5,279,000**	**4,779,000**	**10,458,400**	**10,958,400**	**1,928,200**	**1,928,200**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีส์	**บาท**	**24,772,900**	**24,772,900**	**7,107,300**	**7,107,300**	**5,279,000**	**4,779,000**	**10,458,400**	**10,958,400**	**1,928,200**	**1,928,200**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีส์	**บาท**	**24,772,900**	**24,772,900**	**7,107,300**	**7,107,300**	**5,279,000**	**4,779,000**	**10,458,400**	**10,958,400**	**1,928,200**	**1,928,200**
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**24,772,900**	**24,772,900**	**7,107,300**	**7,107,300**	**5,279,000**	**4,779,000**	**10,458,400**	**10,958,400**	**1,928,200**	**1,928,200**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	**บาท**	**653,900**	**653,900**	**377,700**	**377,700**	**128,000**	**128,000**	**-**	**-**	**148,200**	**148,200**
2569-090301-001 โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ		**653,900**	**653,900**	**377,700**	**377,700**	**128,000**	**128,000**	**-**	**-**	**148,200**	**148,200**
โครงการนำผู้ประกอบการเกมไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		338,200	338,200	190,000	190,000	-	-	-	-	148,200	148,200
1) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2025		190,000	190,000	190,000	190,000	-	-	-	-	-	-
2) งานแสดงสินค้า Tokyo Game Show 2026		148,200	148,200	-	-	-	-	-	-	148,200	148,200
หนังสือ		315,700	315,700	187,700	187,700	128,000	128,000	-	-	-	-
1) งาน Seoul International Book Fair 2026		128,000	128,000	-	-	128,000	128,000	-	-	-	-
2) งาน Frankfurt Book Fair 2025		187,700	187,700	187,700	187,700	-	-	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ	**บาท**	**24,119,000**	**24,119,000**	**6,729,600**	**6,729,600**	**5,151,000**	**4,651,000**	**10,458,400**	**10,958,400**	**1,780,000**	**1,780,000**
2569-090301-001 โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ		**24,119,000**	**24,119,000**	**6,729,600**	**6,729,600**	**5,151,000**	**4,651,000**	**10,458,400**	**10,958,400**	**1,780,000**	**1,780,000**
โครงการนำผู้ประกอบการเกมไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		9,098,000	9,098,000	378,600	378,600	2,651,000	2,651,000	6,068,400	6,068,400	-	-
1) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2025		378,600	378,600	378,600	378,600	-	-	-	-	-	-
2) งานแสดงสินค้า SPIEL ESSEN 2026 ** เตรียมการปีงบ 2570		4,053,600	4,053,600	-	-	2,651,000	2,651,000	1,402,600	1,402,600	-	-
3) งานแสดงสินค้า Tokyo Game Show 2026		4,665,800	4,665,800	-	-	-	-	4,665,800	4,665,800	-	-
หนังสือ		15,021,000	15,021,000	6,351,000	6,351,000	2,500,000	2,000,000	4,390,000	4,890,000	1,780,000	1,780,000
1) กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ Bangkok Rights Fair 2026		500,000	500,000	-	-	500,000	-	-	500,000	-	-
2) งาน Taipei International Book Exhibition 2026		8,020,000	8,020,000	6,020,000	6,020,000	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-
3) งาน Seoul International Book Fair 2026		2,990,000	2,990,000	-	-	2,000,000	2,000,000	990,000	990,000	-	-
4) งาน Frankfurt Book Fair 2025		331,000	331,000	331,000	331,000	-	-	-	-	-	-
5) งาน Frankfurt Book Fair 2026 **เตรียมการปีงบ 70		3,180,000	3,180,000	-	-	-	-	1,400,000	1,400,000	1,780,000	1,780,000

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (สปส.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้						
โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ						
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ						
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย	ล้านครั้ง	**10.0000**	-	**0.9000**	**3.9000**	**5.2000**
2569-060301-001 โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์แบรนดิ้งประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL		7.5000	-	-	3.7500	3.7500
1) โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในต่างประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL		7.5000	-	-	3.7500	3.7500
2569-060301-002 โครงการยกระดับการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการซอฟต์พาวเวอร์ไทย ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ		1.5000	-	0.7500	-	0.7500
1) โครงการดำเนินการจัดทำ จัดพิมพ์ และเผยแพร่นิตยสาร THINK TRADE THINK DITP ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ		1.5000	-	0.7500	-	0.7500
2569-060301-003 โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และยกระดับภาพลักษณ์องค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านการค้าระหว่างประเทศ		1.0000	-	0.1500	0.1500	0.7000
1) โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media)		0.5000	-	-	-	0.5000
2) โครงการจัดซื้อบริการข้อมูลข่าวสาร จากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์		0.5000	-	0.1500	0.1500	0.2000

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (สปส.)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	46.40	8.13	47.52	22.27	100.00	56.15	100.00	100.00
			ไตรมาส	46.40	8.13	1.12	14.14	52.48	33.88	-	43.85
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	บาท	9,231,800	9,231,800	4,283,100	750,200	103,400	1,305,500	4,845,300	3,127,700	-	4,048,400
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	บาท	9,231,800	9,231,800	4,283,100	750,200	103,400	1,305,500	4,845,300	3,127,700	-	4,048,400
โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	บาท	9,231,800	9,231,800	4,283,100	750,200	103,400	1,305,500	4,845,300	3,127,700	-	4,048,400
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ	บาท	9,231,800	9,231,800	4,283,100	750,200	103,400	1,305,500	4,845,300	3,127,700	-	4,048,400
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ	บาท	9,231,800	9,231,800	4,283,100	750,200	103,400	1,305,500	4,845,300	3,127,700	-	4,048,400
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-	-	-
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	9,231,800	9,231,800	4,283,100	750,200	103,400	1,305,500	4,845,300	3,127,700	-	4,048,400
1) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ	บาท	8,568,000	8,568,000	3,896,000	363,100	16,300	1,218,400	4,655,700	2,938,100	-	4,048,400
2569-060301-001 โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์แบรนดิ้งประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL		5,068,000	5,068,000	452,100	-	-	452,100	4,615,900	2,307,900	-	2,308,000
1) โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในต่างประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL		5,068,000	5,068,000	452,100	-	-	452,100	4,615,900	2,307,900	-	2,308,000
2569-060301-002 โครงการยกระดับการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการซอฟต์พาวเวอร์ไทย ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ		1,200,000	1,200,000	1,200,000	-	-	600,000	-	-	-	600,000
1) โครงการดำเนินการจัดทำ จัดพิมพ์ และเผยแพร่นิตยสาร THINK TRADE THINK DITP ภายใต้นโยบายซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ		1,200,000	1,200,000	1,200,000	-	-	600,000	-	-	-	600,000
2569-060301-003 โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และยกระดับภาพลักษณ์องค์กรสู่ความเป็นเลิศด้านการค้าระหว่างประเทศ		2,180,800	2,180,800	2,180,800	300,000	-	150,000	-	590,400	-	1,140,400
1) โครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพลักษณ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ด้วยรายงานผลการดำเนินงานประจำปี (Annual Report)		380,800	380,800	380,800	-	-	-	-	190,400	-	190,400
2) โครงการจัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ประกอบการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ		300,000	300,000	300,000	300,000	-	-	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
3) โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย (Social Media)		500,000	500,000	500,000	-	-	-	-	-	-	500,000
4) โครงการจัดซื้อบริการข้อมูลข่าวสาร จากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์		500,000	500,000	500,000	-	-	150,000.00	-	150,000	-	200,000
5) โครงการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย		500,000	500,000	500,000	-	-	-	-	250,000	-	250,000
2569-060301-004 โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในตลาดต่างประเทศ		119,200	119,200	63,100	63,100	16,300	16,300	39,800	39,800	-	-
โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยในตลาดต่างประเทศ		119,200	119,200	63,100	63,100	16,300	16,300	39,800	39,800	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	**663,800**	**663,800**	**387,100**	**387,100**	**87,100**	**87,100**	**189,600**	**189,600**	**-**	**-**
2569-060301-004 โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในตลาดต่างประเทศ		663,800	663,800	387,100	387,100	87,100	87,100	189,600	189,600	-	-
โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยในตลาดต่างประเทศ		663,800	663,800	387,100	387,100	87,100	87,100	189,600	189,600	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
รวมทั้งสิ้น						
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้						
โครงการ : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล						
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล						
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	**255**	**-**	**60**	**145**	**50**
2569-080101-001 โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล		255	-	60	145	50
1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers Room/Talent Thai/Creative Studio Promotion)		105	-	25	50	
2) โครงการส่งเสริมส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy สู่ตลาดต่างประเทศ		20	-	20	-	
3) โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบในงาน THAIFEX – HOREC ASIA 2026 และ THAIFEX – Anuga Asia 2026		30	-	15	15	
4) โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยเพื่อความยั่งยืน (IDEA LAB)		80	-	-	80	
5) โครงการส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล		20	-	-	-	
เชิงปริมาณ : มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด	ล้านบาท	**72**	**-**	**27.00**	**5.00**	**40.00**
2569-080101-001 โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล		72	-	27	5	40
1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers Room/Talent Thai/Creative Studio Promotion)		62	-	27	5	
2) โครงการส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล		10	-	-	-	

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ						
กิจกรรมหลัก : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ						
กิจกรรมย่อย : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและสร้างมูลค่าเพิ่ม	ราย	**150**	**50.00**	**20.00**	**80.00**	**-**
2569-060201-001 โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ		150	50	20	80	-
1) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าบริการผ่านความร่วมมือด้านการออกแบบ		30	30	-	-	
2) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านสินค้าและบริการที่มีการออกแบบดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (Demark)		120	20	20	80	
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่						
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด						
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	**100**	**-**	**-**	**65.00**	**35.00**
2569-050602-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน		100	-	-	65	35
1) โครงการสร้างเวทีจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับนักวิจัยด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่สากล		45	-	-	45	
2) กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวในตลาดต่างประเทศ		35	-	-	20	
3) โครงการเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่ความยั่งยืน (1) กิจกรรมพัฒนาผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรและอุตสาหกรรม (DEWA & DEWI)		20	-	-	-	20
เชิงปริมาณ : มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้	ล้านบาท	**35.00**	**-**	**-**	**25.00**	**10.00**
2569-050602-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน		35.00	-	-	25.00	10.00
1) กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวในตลาดต่างประเทศ		35.00	-	-	25.00	

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์						
โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล						
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-			
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	**75**	**15**	**20**	**20**	**20**
2569-090201-001 โครงการนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ (FRONT 100 Exhibition & Event)		75	15	20	20	20
1) การเข้าร่วมเทศกาล Dutch Design Week		15	15	-	-	
2) การเข้าร่วมเทศกาล Milan Design Week 2026		20	-	-	20	
3) การเข้าร่วมเทศกาล Design Shanghai 2026		20	-	20	-	
4) กิจกรรมส่งเสริม FRONT 100 ในต่างประเทศ (เกาหลีใต้)		20	-	-	-	20
เชิงปริมาณ : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด	ล้านบาท	**25.00**	**5.00**	**5.00**	**10.00**	**5.00**
2569-090201-001 โครงการนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ (FRONT 100 Exhibition & Event)		25.00	5.00	5.00	10.00	5.00
1) การเข้าร่วมเทศกาล Dutch Design Week		5.00	5.00	-	-	-
2) การเข้าร่วมเทศกาล Milan Design Week 2026		10.00	-	-	10.00	-
3) การเข้าร่วมเทศกาล Design Shanghai 2026		5.00	-	5.00	-	-
4) กิจกรรมส่งเสริม FRONT 100ในต่างประเทศ (เกาหลีใต้)		5.00	-	-	-	5.00

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	37.87	27.43	60.01	49.34	90.11	75.10	100.00	100.00
			ไตรมาส	37.87	27.43	22.14	21.91	30.10	25.76	9.89	24.90
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	**75,958,300**	**75,958,300**	**28,764,400**	**20,833,800**	**16,818,300**	**16,641,500**	**22,862,900**	**19,568,300**	**7,512,700**	**18,914,700**
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	**บาท**	**51,786,900**	**51,786,900**	**13,206,300**	**8,406,300**	**15,727,600**	**16,267,700**	**20,242,200**	**14,720,800**	**2,610,800**	**12,392,100**
โครงการ : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	**บาท**	**25,066,900**	**25,066,900**	**5,500,000**	**2,000,000**	**7,033,500**	**7,423,600**	**10,292,100**	**9,792,100**	**2,241,300**	**5,851,200**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	**บาท**	**25,066,900**	**25,066,900**	**5,500,000**	**2,000,000**	**7,033,500**	**7,423,600**	**10,292,100**	**9,792,100**	**2,241,300**	**5,851,200**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	**บาท**	**25,066,900**	**25,066,900**	**5,500,000**	**2,000,000**	**7,033,500**	**7,423,600**	**10,292,100**	**9,792,100**	**2,241,300**	**5,851,200**
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**25,066,900**	**25,066,900**	**5,500,000**	**2,000,000**	**7,033,500**	**7,423,600**	**10,292,100**	**9,792,100**	**2,241,300**	**5,851,200**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	**361,400**	**361,400**	**-**	**-**	**180,700**	**70,800**	**-**	**-**	**180,700**	**290,600**
2569-080101-001 โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล		361,400	361,400	-	-	180,700	70,800	-	-	180,700	290,600
1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers Room/Talent Thai/Creative Studio Promotion)		361,400	361,400	-	-	180,700	70,800	-	-	180,700	290,600
2) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	บาท	**24,705,500**	**24,705,500**	**5,500,000**	**2,000,000**	**6,852,800**	**7,352,800**	**10,292,100**	**9,792,100**	**2,060,600**	**5,560,600**
2569-080101-001 โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล		24,705,500	24,705,500	5,500,000	2,000,000	6,852,800	7,352,800	10,292,100	9,792,100	2,060,600	5,560,600
1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers Room/Talent Thai/Creative Studio Promotion)		15,205,500	15,205,500	4,000,000	2,000,000	5,352,800	6,352,800	5,292,100	6,292,100	560,600	560,600
2) โครงการส่งเสริมส่งเสริมนักออกแบบและศิลปิน Art Toy สู่ตลาดต่างประเทศ		1,500,000	1,500,000	1,500,000	-	-	500,000	-	1,000,000		-
3) โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบในงาน THAIFEX – HOREC ASIA 2026 และ THAIFEX – Anuga Asia 2026		1,500,000	1,500,000	-	-	1,500,000	500,000	-	1,000,000		-
4) โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยเพื่อความยั่งยืน (IDEA LAB)		5,000,000	5,000,000	-	-	-	-	5,000,000	1,500,000		3,500,000
5) โครงการส่งเสริมเครือข่ายแบรนด์ไทยสู่ตลาดสากล		1,500,000	1,500,000	-	-	-	-	-	-	1,500,000	1,500,000

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	37.87	27.43	60.01	49.34	90.11	75.10	100.00	100.00
			ไตรมาส	37.87	27.43	22.14	21.91	30.10	25.76	9.89	24.90
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	บาท	18,420,000	18,420,000	5,808,700	4,508,700	6,153,700	7,303,700	6,321,400	3,000,000	136,200	3,607,600
กิจกรรมหลัก : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	บาท	18,420,000	18,420,000	5,808,700	4,508,700	6,153,700	7,303,700	6,321,400	3,000,000	136,200	3,607,600
กิจกรรมย่อย : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	บาท	18,420,000	18,420,000	5,808,700	4,508,700	6,153,700	7,303,700	6,321,400	3,000,000	136,200	3,607,600
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-	-	-
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	18,420,000	18,420,000	5,808,700	4,508,700	6,153,700	7,303,700	6,321,400	3,000,000	136,200	3,607,600
2) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	136,200	136,200	-	-	-	-	-	-	136,200	136,200
2569-060201-001 โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ		136,200	136,200	-	-	-	-	-	-	136,200	136,200
1) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านสินค้าและบริการที่มีการออกแบบดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (Demark)		136,200	136,200	-	-	-	-	-	-	136,200	136,200
3) ค่าใช้จ่ายในการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	บาท	18,283,800	18,283,800	5,808,700	4,508,700	6,153,700	7,303,700	6,321,400	3,000,000	-	3,471,400
2569-060201-001 โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ		18,283,800	18,283,800	5,808,700	4,508,700	6,153,700	7,303,700	6,321,400	3,000,000	-	3,471,400
1) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าบริการผ่านความร่วมมือด้านการออกแบบ		4,008,700	4,008,700	4,008,700	4,008,700	-	-	-	-		-
2) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านสินค้าและบริการที่มีการออกแบบดี ผ่านรางวัล Design Excellence Award (DEmark)		14,275,100	14,275,100	1,800,000	500,000	6,153,700	7,303,700	6,321,400	3,000,000		3,471,400
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	บาท	8,300,000	8,300,000	1,897,600	1,897,600	2,540,400	1,540,400	3,628,700	1,928,700	233,300	2,933,300
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	บาท	8,300,000	8,300,000	1,897,600	1,897,600	2,540,400	1,540,400	3,628,700	1,928,700	233,300	2,933,300
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน	บาท	8,300,000	8,300,000	1,897,600	1,897,600	2,540,400	1,540,400	3,628,700	1,928,700	233,300	2,933,300
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น		8,300,000	8,300,000	1,897,600	1,897,600	2,540,400	1,540,400	3,628,700	1,928,700	233,300	2,933,300
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	362,000	362,000	-	-	-	-	128,700	128,700	233,300	233,300
2569-050602-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน		362,000	362,000	-	-	-	-	128,700	128,700	233,300	233,300
1) กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวในตลาดต่างประเทศ		362,000	362,000	-	-	-	-	128,700	128,700	233,300	233,300
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน	บาท	7,938,000	7,938,000	1,897,600	1,897,600	2,540,400	1,540,400	3,500,000	1,800,000	-	2,700,000

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สะสม	37.87	27.43	60.01	49.34	90.11	75.10	100.00	100.00
ไตรมาส	37.87	27.43	22.14	21.91	30.10	25.76	9.89	24.90

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-050602-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรมและออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน		7,938,000	7,938,000	1,897,600	1,897,600	2,540,400	1,540,400	3,500,000	1,800,000	-	2,700,000
1) โครงการสร้างเวทีจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับนักวิจัยด้วยนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่สากล		1,000,000	1,000,000	-	-		-	1,000,000	300,000	-	700,000
2) กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียวในตลาดต่างประเทศ		4,438,000	4,438,000	1,897,600	1,897,600	2,540,400	1,540,400	-	750,000	-	250,000
3) โครงการเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่ความยั่งยืน (1) กิจกรรมพัฒนาผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรและอุตสาหกรรม (DEWA & DEWI)		2,500,000	2,500,000	-	-			2,500,000	750,000		1,750,000
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์	**บาท**	**24,171,400**	**24,171,400**	**15,558,100**	**12,427,500**	**1,090,700**	**373,800**	**2,620,700**	**4,847,500**	**4,901,900**	**6,522,600**
โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล	**บาท**	**24,171,400**	**24,171,400**	**15,558,100**	**12,427,500**	**1,090,700**	**373,800**	**2,620,700**	**4,847,500**	**4,901,900**	**6,522,600**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ	**บาท**	**24,171,400**	**24,171,400**	**15,558,100**	**12,427,500**	**1,090,700**	**373,800**	**2,620,700**	**4,847,500**	**4,901,900**	**6,522,600**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ	**บาท**	**24,171,400**	**24,171,400**	**15,558,100**	**12,427,500**	**1,090,700**	**373,800**	**2,620,700**	**4,847,500**	**4,901,900**	**6,522,600**
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-	-	-
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**24,171,400**	**24,171,400**	**15,558,100**	**12,427,500**	**1,090,700**	**373,800**	**2,620,700**	**4,847,500**	**4,901,900**	**6,522,600**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	**1,676,200**	**1,676,200**	**438,800**	**438,800**	**1,013,000**	**373,800**	-	**639,200**	**224,400**	**224,400**
2569-090201-001 โครงการนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ (FRONT 100 Exhibition & Event)		**1,676,200**	**1,676,200**	**438,800**	**438,800**	**1,013,000**	**373,800**	-	**639,200**	**224,400**	**224,400**
1) การเข้าร่วมเทศกาล Dutch Design Week 2026		181,600	181,600	**181,600**	**181,600**	-	-	-	-		-
2) การเข้าร่วมเทศกาล Milan Design Week 2026		639,200	639,200	-	-	**639,200**	-	-	**639,200**		-
3) การเข้าร่วมเทศกาล Design Shanghai 2026		373,800	373,800	-	-	**373,800**	**373,800**	-	-		-
4) กิจกรรมส่งเสริม FRONT 100 ในต่างประเทศ (เกาหลีใต้)		224,400	224,400	-	-	-	-	-	-	**224,400**	**224,400**
5) กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในราชอาณาจักรสเปน		257,200	257,200	**257,200**	**257,200**	-	-	-	-	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ	บาท	**22,495,200**	**22,495,200**	**15,119,300**	**11,988,700**	**77,700**	-	**2,620,700**	**4,208,300**	**4,677,500**	**6,298,200**
2569-090201-001 โครงการนิทรรศการซอฟต์พาวเวอร์ด้านการออกแบบ (FRONT 100 Exhibition & Event)		**22,495,200**	**22,495,200**	**15,119,300**	**11,988,700**	**77,700**	-	**2,620,700**	**4,208,300**	**4,677,500**	**6,298,200**
1) การเข้าร่วมเทศกาล Dutch Design Week 2026		4,680,700	4,680,700	**3,200**	**3,200**	-	-	-	-	**4,677,500**	**4,677,500**
2) การเข้าร่วมเทศกาล Milan Design Week 2026		8,487,700	8,487,700	**8,410,000**	**6,910,000**	**77,700**	-	-	**1,577,700**		-
3) การเข้าร่วมเทศกาล Design Shanghai 2026		6,630,600	6,630,600	**6,630,600**	**5,000,000**	-	-	-	**1,630,600**		-
4) กิจกรรมส่งเสริม FRONT 100 ในต่างประเทศ (เกาหลีใต้)		2,620,700	2,620,700	-	-	-	-	**2,620,700**	**1,000,000**		**1,620,700**
5) กิจกรรมส่งเสริมการออกแบบในราชอาณาจักรสเปน		75,500	75,500	**75,500**	**75,500**	-	-	-	-		-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ (สลต.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
รวมทั้งสิ้น		**1,368**	**-**	**1,064**	**94**	**210**
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้		**1,298**	**-**	**1,064**	**94**	**140**
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่		**1,298**	**-**	**1,064**	**94**	**140**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น		**1,298**	**-**	**1,064**	**94**	**140**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น		**1,298**	**-**	**1,064**	**94**	**140**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด						
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	**1,298**	**-**	**1,064**	**94**	**140**
2569-050301-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์		83	-	14	44	25
1) โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์		45	-	10	25	10
2) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่น ปี 2569		15	-	-	-	15
3) โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2026		15	-	-	15	-
4) โครงการสร้างโอกาสทางการค้า กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ในตลาดเป้าหมาย		8	-	4	4	-
2569-050301-002 โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)		1,000	-	1,000	-	-
1) โครงการงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 73		1,000	-	1,000	-	-
2569-050301-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น		100	-	30	10	60
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น/เวียดนาม)		20	-	-	10	10
2) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทย ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Fashion world Tokyo		30	-	30	-	-
3) โครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดสากล		40	-	-	-	40
4) โครงการส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		10	-	-	-	10
2569-050301-004 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		20	-	-	20	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2569-050301-005 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ Niche Market		40	-	20	20	-
1) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ ประเทศญี่ปุ่น		20	-	20	-	-
2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		20	-	-	20	-
2569-050301-006 โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไทย สู่ตลาดสากล		10	-	-	-	10
2569-050301-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล		45	-	-	-	45
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	ล้านบาท	**3,386.00**	**-**	**3,120.00**	**150.00**	**116.00**
2569-050301-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์		125.00	-	20.00	70.00	35.00
1) โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์		80.00	-	20.00	45.00	15.00
2) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่น ปี 2569		20.00	-	-	-	20.00
3) โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2026		25.00	-	-	25.00	-
2569-050301-002 โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)		3,000.00	-	3,000.00	-	-
1) โครงการงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 73		3,000.00	-	3,000.00	-	-
2569-050301-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น		120.00	-	80.00	10.00	30.00
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น/เวียดนาม)		20.00	-	-	10.00	10.00
2) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทย ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Fashion world Tokyo		80.00	-	80.00	-	-
3) โครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดสากล		10.00	-	-	-	10.00
4) โครงการส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		10.00	-	-	-	10.00
2569-050301-004 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		50.00	-	-	50.00	-
2569-050301-005 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ Niche Market		40.00	-	20.00	20.00	-
1) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ ประเทศญี่ปุ่น		20.00	-	20.00	-	-
2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		20.00	-	-	20.00	-
2569-050301-006 โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไทย สู่ตลาดสากล		1.00	-	-	-	1.00
2569-050301-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล		50.00	-	-	-	50.00

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์		70	-	-	-	70
โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล		70	-	-	-	70
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น		70	-	-	-	70
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น		70	-	-	-	70
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	70	-	-	-	70
2569-090101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล		70	-	-	-	70
เชิงปริมาณ : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.3)	ล้านบาท	30.00	-	15	-	15
2569-090101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล		30.00	-	15.00	-	15.00

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ (สลต.)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	29.88	28.44	87.25	71.70	91.76	82.67	100.00	100.00
			ไตรมาส	29.88	28.44	57.37	43.26	4.50	10.97	8.24	17.33
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	**หน่วยนับ**	**พ.ร.บ.**		**ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)**		**ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)**		**ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)**		**ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)**	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	**166,301,200**	**166,301,200**	**49,693,200**	**47,292,000**	**95,411,100**	**71,941,700**	**7,491,200**	**18,250,200**	**13,705,700**	**28,817,300**
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	**บาท**	**147,298,300**	**147,298,300**	**49,693,200**	**47,292,000**	**86,368,000**	**64,298,600**	**7,491,200**	**18,250,200**	**3,745,900**	**17,457,500**
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	**บาท**	**147,298,300**	**147,298,300**	**49,693,200**	**47,292,000**	**86,368,000**	**64,298,600**	**7,491,200**	**18,250,200**	**3,745,900**	**17,457,500**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น	**บาท**	**147,298,300**	**147,298,300**	**49,693,200**	**47,292,000**	**86,368,000**	**64,298,600**	**7,491,200**	**18,250,200**	**3,745,900**	**17,457,500**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น	**บาท**	**147,298,300**	**147,298,300**	**49,693,200**	**47,292,000**	**86,368,000**	**64,298,600**	**7,491,200**	**18,250,200**	**3,745,900**	**17,457,500**
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**147,298,300**	**147,298,300**	**49,693,200**	**47,292,000**	**86,368,000**	**64,298,600**	**7,491,200**	**18,250,200**	**3,745,900**	**17,457,500**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	**6,998,300**	**6,998,300**	**-**	**-**	**4,814,800**	**4,814,800**	**280,000**	**280,000**	**1,903,500**	**1,903,500**
2569-050301-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์		4,237,200	4,237,200	-	-	3,967,100	3,967,100	-	-	270,100	270,100
1) โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์		800,200	800,200	-	-	667,600	667,600	-	-	132,600	132,600
2) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่น ปี 2569		137,500	137,500	-	-	-	-	-	-	137,500	137,500
3) โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2026		195,500	195,500	-	-	195,500	195,500	-	-	-	-
4) โครงการสร้างโอกาสทางการค้า กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ในตลาดเป้าหมาย		3,104,000	3,104,000	-	-	3,104,000	3,104,000	-	-	-	-
2569-050301-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น		1,399,800	1,399,800	-	-	451,400	451,400	231,000	231,000	717,400	717,400
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น/เวียดนาม)		344,000	344,000	-	-	-	-	231,000	231,000	113,000	113,000
2) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทย ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Fashion world Tokyo		451,400	451,400	-	-	451,400	451,400	-	-	-	-
3) โครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดสากล		446,800	446,800	-	-	-	-	-	-	446,800	446,800
4) โครงการส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		157,600	157,600	-	-	-	-	-	-	157,600	157,600
2569-050301-004 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		130,500	130,500	-	-	130,500	130,500	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-050301-005 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ Niche Market		314,800	314,800	-	-	265,800	265,800	49,000	49,000	-	-
1) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ ประเทศญี่ปุ่น		216,800	216,800	-	-	216,800	216,800	-	-	-	-
2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		98,000	98,000	-	-	49,000	49,000	49,000	49,000	-	-
2569-050301-006 โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไทย สู่ตลาดสากล		228,000	228,000	-	-	-	-	-	-	228,000	228,000
2569-050301-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล		688,000	688,000	-	-	-	-	-	-	688,000	688,000
2) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น	บาท	**140,300,000**	**140,300,000**	**49,693,200**	**47,292,000**	**81,553,200**	**59,483,800**	**7,211,200**	**17,970,200**	**1,842,400**	**15,554,000**
2569-050301-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์		50,133,100	50,133,100	42,421,700	40,020,500	6,711,400	507,200	1,000,000	8,603,000	-	1,002,400
1) โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์		33,570,100	33,570,100	26,371,900	25,371,900	6,698,200	501,200	500,000	7,195,800	-	501,200
2) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่น ปี 2569		6,362,500	6,362,500	5,862,500	5,861,300	-	-	500,000	-	-	501,200
3) โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2026		9,804,500	9,804,500	9,803,300	8,403,300	1,200	-	-	1,401,200	-	-
4) โครงการสร้างโอกาสทางการค้า กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ในตลาดเป้าหมาย		396,000	396,000	384,000	384,000	12,000	6,000	-	6,000	-	-
2569-050301-002 โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)		49,000,000	49,000,000	-	-	49,000,000	49,000,000	-	-	-	-
1) โครงการงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 73		49,000,000	49,000,000	-	-	49,000,000	49,000,000	-	-	-	-
2569-050301-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น		25,028,200	25,028,200	-	-	19,529,800	9,976,600	3,656,000	3,656,000	1,842,400	11,395,600
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น/เวียดนาม)		3,656,000	3,656,000	-	-	-	-	3,656,000	3,656,000	-	-
2) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทย ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Fashion world Tokyo		9,976,600	9,976,600	-	-	9,976,600	9,976,600	-	-	-	-
3) โครงการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดสากล		9,553,200	9,553,200	-	-	9,553,200	-	-	-	-	9,553,200
4) โครงการส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		1,842,400	1,842,400	-	-	-	-	-	-	1,842,400	1,842,400
2569-050301-004 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		3,869,500	3,869,500	3,869,500	3,869,500	-	-	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-050301-005 โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ Niche Market		5,185,200	5,185,200	3,402,000	3,402,000	-	-	1,783,200	1,783,200	-	-
1) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ ประเทศญี่ปุ่น		2,283,200	2,283,200	500,000	500,000	-	-	1,783,200	1,783,200	-	-
2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ		2,902,000	2,902,000	2,902,000	2,902,000	-	-	-	-	-	-
6. โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าไทย สู่ตลาดสากล		772,000	772,000	-	-	-	-	772,000	772,000	-	-
7. โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล		6,312,000	6,312,000	-	-	6,312,000	-	-	3,156,000	-	3,156,000
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์	**บาท**	**19,002,900**	**19,002,900**	**-**	**-**	**9,043,100**	**7,643,100**	**-**	**-**	**9,959,800**	**11,359,800**
โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล	**บาท**	**19,002,900**	**19,002,900**	**-**	**-**	**9,043,100**	**7,643,100**	**-**	**-**	**9,959,800**	**11,359,800**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น	**บาท**	**19,002,900**	**19,002,900**	**-**	**-**	**9,043,100**	**7,643,100**	**-**	**-**	**9,959,800**	**11,359,800**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น	**บาท**	**19,002,900**	**19,002,900**	**-**	**-**	**9,043,100**	**7,643,100**	**-**	**-**	**9,959,800**	**11,359,800**
งบประมาณ				**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**19,002,900**	**19,002,900**	**-**	**-**	**9,043,100**	**7,643,100**	**-**	**-**	**9,959,800**	**11,359,800**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	**1,168,400**	**1,168,400**	**-**	**-**	**425,900**	**425,900**	**-**	**-**	**742,500**	**742,500**
2569-090101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล		1,168,400	1,168,400	-	-	425,900	425,900	-	-	742,500	742,500
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น	บาท	**17,834,500**	**17,834,500**	**-**	**-**	**8,617,200**	**7,217,200**	**-**	**-**	**9,217,300**	**10,617,300**
2569-090101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพสินค้าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าสู่ตลาดสากล		17,834,500	17,834,500	-	-	8,617,200	7,217,200	-	-	9,217,300	10,617,300

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
รวมทั้งสิ้น						
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้						
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่						
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร						
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด						
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	**1,167**	**114**	**230**	**761**	**62**
2569-050101-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร		**96**	**-**	**80**	**6**	**10**
1) โครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ (ปีที่7)		80	-	80	-	-
2) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น		10	-	-	-	10
3) โครงการคูหาเจรจาการค้าสินค้าผักผลไม้สดและแปรรูปในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX - ANUGA ASIA 2026)		6	-	-	6	-
2569-050101-002 โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)		**12**	**-**	**-**	**-**	**12**
1) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้สู่ตลาดฝูเจี้ยน/เจียงซี (Thai Fruits Golden Months)		1	-	-	-	1
2) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดหนานหนิง ปี 2569 (Thai Fruits Golden Months)		2	-	-	-	2
3) โครงการ Thai Fruits Golden Months in Yunnan 2025		1	-	-	-	1
4) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน เมืองชิงต่าว		2	-	-	-	2
5) โครงการส่งเสริมผลไม้ไทยในตลาดจีนตะวันตก		2	-	-	-	2
6. โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดซัวเถา		2	-	-	-	2
7) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)		2	-	-	-	2
2569-050101-003 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหาร		**1,014**	**114**	**150**	**750**	**-**
1) โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)		750	-	-	750	-
2) โครงการงานแสดงสินค้า THAIFEX - HOREC ASIA 2026		150	-	150	-	-
3) โครงการงานแสดงสินค้า ANUGA 2025		114	114	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2569-050101-004 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)		**45**	**-**	**-**	**5**	**40**
1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแคนาดา		40	-	-	-	40
2) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศนอร์เวย์		5	-	-	5	-
เชิงปริมาณ : จำนวนสินค้าที่ได้นำจัดแสดงในกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	สินค้า	**83**	**-**	**10**	**-**	**73**
2569-050101-004 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)		**83**	**10**	**-**	**-**	**73**
1) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)		8	-	-	-	8
2) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในสาธารณรัฐเช็ก		15	-	-	-	15
3) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยในเอเชียซูเปอร์มาร์เก็ต		40	-	-	-	40
4) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างท้องถิ่น ณ ประเทศอันดอร์รา		10	-	10	-	-
5) โครงการส่งเสริมการขายสินค้า SMEs go Global ร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนกลาง-ใต้ (In-Store Promotion)		10	-	-	-	10
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	ล้านบาท	**103,035.00**	**4,002.00**	**1,700.00**	**97,198.50**	**134.50**
2569-050101-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร		**1,105.00**	**-**	**1,000.00**	**100.00**	**5.00**
1) โครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ (ปีที่7)		1,000.00	-	**1,000.00**	-	-
2) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น		5.00	-	-	-	**5.00**
3) โครงการคูหาเจรจาการค้าสินค้าผักผลไม้สดและแปรรูปในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX - ANUGA ASIA 2026)		100.00	-	-	**100.00**	-
2569-050101-002 โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)		**70.00**	**-**	**-**	**-**	**70.00**
1) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้สู่ตลาดฝูเจี้ยน/เจียงซี (Thai Fruits Golden Months)		15.00	-	-	-	**15.00**
2) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดหนานหนิง ปี 2569 (Thai Fruits Golden Months)		10.00	-	-	-	**10.00**
3) โครงการ Thai Fruits Golden Months in Yunnan 2025		5.00	-	-	-	**5.00**
4) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน เมืองชิงต่าว		10.00	-	-	-	**10.00**
5) โครงการส่งเสริมผลไม้ไทยในตลาดจีนตะวันตก		10.00	-	-	-	**10.00**
6. โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดซัวเถา		15.00	-	-	-	**15.00**
7) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)		5.00	-	-	-	**5.00**

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2569-050101-003 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหาร		**101,700.00**	**4,000.00**	**700.00**	**97,000.00**	**-**
1) โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)		97,000.00	-	-	**97,000.00**	-
2) โครงการงานแสดงสินค้า THAIFEX - HOREC ASIA 2026		700.00	-	**700.00**	-	-
3) โครงการงานแสดงสินค้า ANUGA 2025		4,000.00	**4,000.00**	-	-	-
2569-050101-004 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)		**160.00**	**2.00**	**-**	**98.50**	**59.50**
1) โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยร่วมกับห้าง Modern Trade		95.00	-	-	**95.00**	-
2) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแคนาดา		20.00	-	-	-	**20.00**
3) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)		24.00	-	-	-	**24.00**
4) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในสาธารณรัฐเช็ก		2.50	-	-	-	**2.50**
5) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างท้องถิ่น ณ ประเทศอันดอร์รา		2.00	**2.00**	-	-	-
6) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยในช่องทาง Modern Trade ในกลุ่มประเทศเบเนลักซ์ร่วมกับผู้นำเข้า		5.00	-	-	-	**5.00**
7) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศนอร์เวย์		3.50	-	-	**3.50**	-
8) โครงการส่งเสริมการขายสินค้า SMEs go Global ร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนกลาง-ใต้ (In-Store Promotion)		8.00	-	-	-	**8.00**
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม						
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	**83**	**18**	**10**	**20**	**35**
2569-050501-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม		58	18	-	20	20
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง		20	-	-	-	20
2) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาคเอเชีย		20	-	-	20	-
3) งานแสดงสินค้า MEDICA 2025		18	18	-	-	-
2569-050501-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง		15	-	-	-	15
1) โครงการส่งเสริมสินค้าสัตว์เลี้ยงบุกตลาดไต้หวัน (Taipei Pet Show 2026)		15	-	-	-	15

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2569-050501-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคต		10	-	10	-	-
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เยือนภูมิภาคอาเซียน		10	-	10	-	-
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	ล้านบาท	**680.00**	**200.00**	**50.00**	**100.00**	**330.00**
2569-050501-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม		**600.00**	**200.00**	**-**	**100.00**	**300.00**
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง		300.00	**-**	**-**	**-**	**300.00**
2) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาคเอเชีย		100.00	**-**	**-**	**100.00**	**-**
3) งานแสดงสินค้า MEDICA 2025		200.00	**200.00**	**-**	**-**	**-**
2569-050501-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง		**30.00**	**-**	**-**	**-**	**30.00**
1) โครงการส่งเสริมสินค้าสัตว์เลี้ยงบุกตลาดไต้หวัน (Taipei Pet Show 2026)		30.00	**-**	**-**	**-**	**30.00**
2569-050501-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคต		**50.00**	**-**	**50.00**	**-**	**-**
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เยือนภูมิภาคอาเซียน		50.00	**-**	**50.00**	**-**	**-**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			**-**	**-**	**-**	**-**
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	**188**	**-**	**188**	**-**	**-**
2569-050401-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		188	-	188	-	-
1) โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2026		158	-	158	-	-
2) โครงการส่งเสริมสินค้าอาหารฮาลาล 5 จังหวัดชายแดนใต้เพื่อการค้าระหว่างประเทศ		30	-	30	-	-
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	ล้านบาท	**7,160.00**	**-**	**7,160.00**	**-**	**-**
2569-050401-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		7,160.00	-	7,160.00	-	-
1) โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2026		7,060.00	-	7,060.00	-	-
2) โครงการส่งเสริมสินค้าอาหารฮาลาล 5 จังหวัดชายแดนใต้เพื่อการค้าระหว่างประเทศ		100.00	-	100.00	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด						
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	50	-	-	50	-
2569-050601-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืน		50	-	-	50	-
1) โครงการคูหานิทรรศการอาหารเพื่อความยั่งยืน ภายในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)		50	-	-	50	-
โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ						
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก						
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด						
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	450	29	92	248	81
2569-060101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยสู่ตลาดโลก		135	-	-	65	70
1) โครงการยกระดับภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ			-	-	-	-
2) โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป โดยการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ประจำปี 2569		70	-	-	-	70
3) โครงส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – ANUGA ASIA		65	-	-	65	-
2569-060101-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคอเมริกาเหนือ		64	20	27	17	-
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันออก ปีงบประมาณ 2569		20	-	20	-	-
2) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในตลาดสหรัฐอเมริกา ฝั่งตะวันตก ประจำปี 2569		20	20	-	-	-
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และผลักดัน Soft Power อาหารไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกาและแคริเบียน ผ่านการประชาสัมพันธ์โดย Celebrity Chef และผู้มีอิทธิพลด้านอาหาร (Foodies)		7	-	7	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐอเมริกา		7	-	-	7	-
5) โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ Thai SELECT ในแคนาดา ปี 2569		5	-	-	5	-
6) โครงการจัดกิจกรรม Thai SELECT ในตลาดแคนาดา		5	-	-	5	-
2569-060101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคยุโรป		**71**	**-**	**16**	**44**	**11**
1) โครงการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร Thai SELECT และสินค้าอาหารไทย ในสหราชอาณาจักร		15	-	-	15	-
2) โครงการสร้างกระแสนิยมอาหารไทยและการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในฝรั่งเศส		10	-	-	10	-
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเยอรมนีและสวิตเซอร์แลนด์		10	-	-	5	5
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยในเบเนลักซ์		10	-	10	-	-
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจอาหารไทย บริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในกลุ่มประเทศนอร์ดิก		6	-	6	-	-
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และร้านอาหาร Thai SELECT ในอิตาลี		6	-	-	6	-
7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ครัวไทยในสเปนและโปรตุเกส		6	-	-	6	-
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดยุโรปตะวันออก		8	-	-	2	6
2569-060101-004 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในอาเซียน		46	-	9	37	-
1) โครงการ Thai Select..Thai Food Journey week 2026		5	-	5	-	-
2) โครงการ Thai SELECT ในประเทศฟิลิปปินส์		4	-	4	-	-
3) โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารไทย และร้านอาหาร Thai SELECT ในตลาดเวียดนาม		15	-	-	15	-
4) โครงการประชาสัมพันธ์ตรา Thai SELECT และร้านอาหารไทยในเมียนมา		2	-	-	2	-
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย		15	-	-	15	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสิงคโปร์		5	-	-	5	-
2569-060101-005 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในเอเชียตะวันออกและโอเชียเนีย		42	5	10	27	-
1) โครงการส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสินค้า Thai SELECT ในตลาดญี่ปุ่น		25	-	10	15	-
2) โครงการขยายการบริโภคร้านอาหาร Thai SELECT ในเกาหลีใต้		10	-	-	10	-
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในไต้หวัน		2	-	-	2	-
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดออสเตรเลีย		5	5	-	-	-
2569-060101-006 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน		42	4	10	28	-
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในฮ่องกงและมาเก๊า		10	-	10	-	-
2) เโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย นครเซี่ยงไฮ้		5	-	-	5	-
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน ณ มณฑลกวางตุ้ง ไห่หนาน และหูเป่ย		5	-	-	5	-
4.) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการร้านอาหารไทย และเครื่องหมาย Thai SELECT ในมณฑลยูนนาน		5	-	-	5	-
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย เมืองหนานหนิง		4	-	-	4	-
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีน (เฉิงตู)		5	-	-	5	-
7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย Thai SELECT เมืองเซี่ยเหมิน		4	-	-	4	-
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีนตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ		4	4	-	-	-
2569-060101-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดใหม่		50	-	20	30	-
1) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai Select ประจำปีงบประมาณ 2569 เขตอินเดียตะวันตก		7	-	-	7	-
2) โครงการ "Discover Thai Flavor" ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดอินเดีย		5	-	-	5	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
3) โครงการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ Thai SELECT ในอินเดียใต้		5	-	-	5	-
4) โครงการ Thai SELECT 2026 ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์		20	-	10	10	-
5) โครงการผลักดันสินค้าอาหารไทยในตลาดตุรกีผ่านสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียง (Influencer)		2	-	2	-	-
6) โครงการประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในอิสราเอล		1	-	-	1	-
7) งานเทศกาลอาหารไทยในอียิปต์ ประจำปี 2569		5	-	5	-	-
8)โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในแอฟริกาตะวันออก ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์		2	-	-	2	-
9) โครงการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย "Thai SELECT...For You"		3	-	3	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย	ล้านครั้ง	45.00	5.70	7.60	18.90	12.80
2569-060101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยสู่ตลาดโลก		14.90	3.00	-	0.10	11.80
1) โครงการยกระดับภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ		3.00	3.00	-	-	-
2) โครงส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – ANUGA ASIA		0.10	-	-	0.10	-
3) โครงการสร้างการรับรู้อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านสื่อศักยภาพยุคใหม่		6.00	-	-	-	6.00
4) โครงการประชาสัมพันธ์อาหารไทยและสินค้าที่เกี่ยวเนื่องผ่านสื่อโซเชียล		0.30	-	-	-	0.30
5) โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และครัวไทยสู่โลก		5.50	-	-	-	5.50
2569-060101-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคอเมริกาเหนือ		5.40	2.00	3.00	0.40	-
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันออก ปีงบประมาณ 2569		2.00	-	2.00	-	-
2) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในตลาดสหรัฐอเมริกา ฝั่งตะวันตก ประจำปี 2569		2.00	2.00	-	-	-
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และผลักดัน Soft Power อาหารไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกาและแคริเบียน ผ่านการประชาสัมพันธ์โดย Celebrity Chef และผู้มีอิทธิพลด้านอาหาร (Foodies)		1.00	-	1.00	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐอเมริกา		0.20	-	-	0.20	-
5) โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ Thai SELECT ในแคนาดา ปี 2569		0.20	-	-	0.20	-
2569-060101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคยุโรป		14.50	-	1.50	12.00	1.00
1) โครงการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร Thai SELECT และสินค้าอาหารไทย ในสหราชอาณาจักร		1.00	-	-	1.00	-
2) โครงการสร้างกระแสนิยมอาหารไทยและการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในฝรั่งเศส		0.50	-	-	0.50	-
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเยอรมนีและสวิตเซอร์แลนด์		0.50	-	-	0.25	0.25
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจอาหารไทย บริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในกลุ่มประเทศนอร์ดิก		1.50	-	1.50	-	-
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ครัวไทยในสเปนและโปรตุเกส		10.00	-	-	10.00	-
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดยุโรปตะวันออก		1.00	-	-	0.25	0.75
2569-060101-004 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในอาเซียน		1.60	-	0.50	1.10	-
1) โครงการ Thai Select..Thai Food Journey week 2026		0.50	-	0.50	-	-
นำเป้าตัวชี้วัดนี้ ไปใส่ที่โครงการอื่น			-	-	-	-
2) โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารไทย และร้านอาหาร Thai SELECT ในตลาดเวียดนาม		0.50	-	-	0.50	-
3) โครงการประชาสัมพันธ์ตรา Thai SELECT และร้านอาหารไทยในเมียนมา		0.10	-	-	0.10	-
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย		0.50	-	-	0.50	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2569-060101-005 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในเอเชียตะวันออกและโอเชียเนีย		1.40	0.20	0.10	1.10	-
1) โครงการส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสินค้า Thai SELECT ในตลาดญี่ปุ่น		0.10	-	0.10	-	-
2) โครงการขยายการบริโภคร้านอาหาร Thai SELECT ในเกาหลีใต้		1.00				
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในไต้หวัน		0.10	-	-	0.10	-
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดออสเตรเลีย		0.20	0.20	-	-	-
2569-060101-006 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน		3.30	0.50	0.30	2.50	-
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในฮ่องกงและมาเก๊า		0.30	-	0.30	-	-
2) เโครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย นครเซี่ยงไฮ้		0.50	-	-	0.50	-
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน ณ มณฑลกวางตุ้ง ไห่หนาน และหูเป่ย		0.50	-	-	0.50	-
4.) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการร้านอาหารไทย และเครื่องหมาย Thai SELECT ในมณฑลยูนนาน		0.50	-	-	0.50	-
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย เมืองหนานหนิง		0.50	-	-	0.50	-
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีน (เฉิงตู)		0.20	-	-	0.20	-
7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย Thai SELECT เมืองเซี่ยเหมิน		0.30	-	-	0.30	-
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีนตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ		0.50	0.50	-	-	-
2569-060101-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดใหม่		3.90	-	2.20	1.70	-
1) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai Select ประจำปีงบประมาณ 2569 เขตอินเดียตะวันตก		0.50	-	-	0.50	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2) โครงการ "Discover Thai Flavor" ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดอินเดีย		0.10	-	-	0.10	-
3) โครงการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ Thai SELECT ในอินเดียใต้		0.50	-	-	0.50	-
4) โครงการ Thai SELECT 2026 ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์		1.00	-	0.50	0.50	-
5) โครงการผลักดันสินค้าอาหารไทยในตลาดตุรกีผ่านสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียง (Influencer)		0.50	-	0.50	-	-
6) โครงการประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในอิสราเอล		0.10	-	-	0.10	-
7) งานเทศกาลอาหารไทยในอียิปต์ ประจำปี 2569		1.00	-	1.00	-	-
8)โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในแอฟริกาตะวันออก ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์		-	-	-	-	-
9) โครงการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย "Thai SELECT...For You"		0.20	-	0.20	-	-
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	ล้านบาท	40	-	5.00	35.00	-
2569-060101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยสู่ตลาดโลก		35.00	-	-	35.00	-
1) โครงส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – ANUGA ASIA		35.00	-	-	35.00	-
2569-060101-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดใหม่		5.00	-	5.00	-	-
1) โครงการ Thai SELECT 2026 ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์		5.00	-	5.00	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	บาท	304,442,300	304,442,300	106,014,600	41,101,700	92,056,800	52,638,100	74,824,000	114,840,900	31,546,900	95,861,600
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	บาท	302,767,500	302,767,500	106,014,600	41,101,700	90,382,000	52,638,100	74,824,000	113,166,100	31,546,900	95,861,600
โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	บาท	199,731,400	199,731,400	77,214,600	13,301,700	67,682,000	33,138,100	23,287,900	66,366,100	31,546,900	86,925,500
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร	บาท	130,128,300	130,128,300	65,570,000	1,657,100	53,758,300	23,000,000	10,800,000	52,982,900	-	52,488,300
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร	บาท	130,128,300	130,128,300	65,570,000	1,657,100	53,758,300	23,000,000	10,800,000	52,982,900	-	52,488,300
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	130,128,300	130,128,300	65,570,000	1,657,100	53,758,300	23,000,000	10,800,000	52,982,900	-	52,488,300
2) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	474,300	474,300	474,300	474,300	-	-	-	-	-	-
2569-050101-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหาร		474,300	474,300	474,300	474,300	-	-	-	-	-	-
1) โครงการงานแสดงสินค้า ANUGA 2025		474,300	474,300	474,300	474,300	-	-	-	-	-	-
3) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร	บาท	129,654,000	129,654,000	65,095,700	1,182,800	53,758,300	23,000,000	10,800,000	52,982,900	-	52,488,300
2569-050101-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหาร		7,682,900	7,682,900	6,412,900	-	1,270,000	500,000	-	7,182,900	-	-
1) โครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ (ปีที่7)		6,412,900	6,412,900	6,412,900	-	-	-	-	6,412,900	-	-
2) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น		500,000	500,000	-	-	500,000	500,000	-	-	-	-
3) โครงการคูหาเจรจาการค้าสินค้าผักผลไม้สดและแปรรูปในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX - ANUGA ASIA 2026)		770,000	770,000	-	-	770,000	-	-	770,000	-	-
2569-050101-002 โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)		3,500,000	3,500,000	-	-	-	-	3,500,000	3,500,000	-	-
1) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้สู่ตลาดฝูเจี้ยน/เจียงซี (Thai Fruits Golden Months)		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
2) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดหนานหนิง ปี 2569 (Thai Fruits Golden Months)		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
3) โครงการ Thai Fruits Golden Months in Yunnan 2025		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
4) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน เมืองชิงต่าว		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
5) โครงการส่งเสริมผลไม้ไทยในตลาดจีนตะวันตก		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
6. โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดชัวเถา		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
7) โครงการยกระดับการส่งออกผลไม้เข้าสู่ตลาดจีน (Thai Fruits Golden Months)		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
2569-050101-003 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหาร		110,771,100	110,771,100	58,282,800	782,800	52,488,300	22,500,000	-	35,000,000	-	52,488,300
1) โครงการงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)		52,488,300	52,488,300	-	-	52,488,300	-	-	-	-	52,488,300
2) โครงการงานแสดงสินค้า THAIFEX - HOREC ASIA 2026		15,500,000	15,500,000	15,500,000	-	-	-	-	15,500,000	-	-
3) โครงการงานแสดงสินค้า SIAL 2026 (เตรียมการ)		42,000,000	42,000,000	42,000,000	-	-	22,500,000	-	19,500,000	-	-
4) โครงการงานแสดงสินค้า ANUGA 2025		782,800	782,800	782,800	782,800	-	-	-	-	-	-
2569-050101-004 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)		7,700,000	7,700,000	400,000	400,000	-	-	7,300,000	7,300,000	-	-
1) โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยร่วมกับห้าง Modern Trade		1,100,000	1,100,000	-	-	-	-	1,100,000	1,100,000	-	-
2) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแคนาดา		1,000,000	1,000,000	-	-	-	-	1,000,000	1,000,000	-	-
3) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
4) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในสาธารณรัฐเช็ก		1,000,000	1,000,000	-	-	-	-	1,000,000	1,000,000	-	-
5) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยในเอเชียซูเปอร์มาร์เก็ต		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
6) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างท้องถิ่น ณ ประเทศอันดอร์รา		400,000	400,000	400,000	400,000	-	-	-	-	-	-
7) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยในช่องทาง Modern Trade ในกลุ่มประเทศเบเนลักซ์ร่วมกับผู้นำเข้า		1,400,000	1,400,000	-	-	-	-	1,400,000	1,400,000	-	-
8) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศนอร์เวย์		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
9) โครงการส่งเสริมการขายสินค้า SMEs go Global ร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนกลาง-ใต้		1,000,000	1,000,000	-	-	-	-	1,000,000	1,000,000	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	**บาท**	**25,924,000**	**25,924,000**	**195,000**	**195,000**	**10,070,900**	**9,505,100**	**9,147,900**	**9,012,200**	**6,510,200**	**7,211,700**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	**บาท**	**25,924,000**	**25,924,000**	**195,000**	**195,000**	**10,070,900**	**9,505,100**	**9,147,900**	**9,012,200**	**6,510,200**	**7,211,700**
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**25,924,000**	**25,924,000**	**195,000**	**195,000**	**10,070,900**	**9,505,100**	**9,147,900**	**9,012,200**	**6,510,200**	**7,211,700**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	8,273,000	8,273,000	190,000	190,000	285,400	285,400	1,287,400	1,287,400	6,510,200	6,510,200
2569-050501-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม		7,987,600	7,987,600	190,000	190,000	-	-	1,287,400	1,287,400	6,510,200	6,510,200
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง		6,510,200	6,510,200	-	-	-	-	-	-	6,510,200	6,510,200
2) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาคเอเชีย		1,287,400	1,287,400	-	-	-	-	1,287,400	1,287,400	-	-
3) งานแสดงสินค้า MEDICA 2025		190,000	190,000	190,000	190,000	-	-	-	-	-	-
2569-050501-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคต		285,400	285,400	-	-	285,400	285,400	-	-	-	-
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เยือนภูมิภาคอาเซียน		285,400	285,400	-	-	285,400	285,400	-	-	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	บาท	17,651,000	17,651,000	5,000	5,000	9,785,500	9,219,700	7,860,500	7,724,800	-	701,500
2569-050501-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม		16,268,800	16,268,800	5,000	5,000	8,403,300	7,837,500	7,860,500	7,724,800	-	701,500
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง		701,500	701,500	-	-	-	-	701,500	-	-	701,500
2) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาคเอเชีย		565,800	565,800	-	-	565,800	-	-	565,800	-	-
3) งานแสดงสินค้า MEDICA 2025		5,000	5,000	5,000	5,000	-	-	-	-	-	-
4) งานแสดงสินค้า MEDICA 2026 (เตรียมการ)		3,178,500	3,178,500	-	-	3,178,500	3,178,500	-	-	-	-
5) งานแสดงสินค้า AAPEX 2026 (เตรียมการ)		4,659,000	4,659,000	-	-	4,659,000	4,659,000	-	-	-	-
6) งานแสดงสินค้า AUTOMECHANIKA DUBAI 2026 (เตรียมการ)		7,159,000	7,159,000	-	-	-	-	7,159,000	7,159,000	-	-
2569-050501-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง		1,280,000	1,280,000	-	-	1,280,000	1,280,000	-	-	-	-
1) โครงการส่งเสริมสินค้าสัตว์เลี้ยงบุกตลาดไต้หวัน (Taipei Pet Show 2026)		1,280,000	1,280,000	-	-	1,280,000	1,280,000	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-050501-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรมแห่งอนาคต		102,200	102,200	-	-	102,200	102,200	-	-	-	-
1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เยือนภูมิภาคอาเซียน		102,200	102,200	-	-	102,200	102,200	-	-	-	-
กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล	**บาท**	**41,490,300**	**41,490,300**	**11,449,600**	**11,449,600**	**1,664,000**	**633,000**	**3,340,000**	**4,371,000**	**25,036,700**	**25,036,700**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล	**บาท**	**41,490,300**	**41,490,300**	**11,449,600**	**11,449,600**	**1,664,000**	**633,000**	**3,340,000**	**4,371,000**	**25,036,700**	**25,036,700**
งบประมาณ				**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**41,490,300**	**41,490,300**	**11,449,600**	**11,449,600**	**1,664,000**	**633,000**	**3,340,000**	**4,371,000**	**25,036,700**	**25,036,700**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	633,000	633,000	-	-	633,000	633,000	-	-	-	-
2569-050401-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		633,000	633,000	-	-	633,000	633,000	-	-	-	-
1) โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2026		633,000	633,000	-	-	633,000	633,000	-	-	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล	บาท	40,857,300	40,857,300	11,449,600	11,449,600	1,031,000	-	3,340,000	4,371,000	25,036,700	25,036,700
2569-050401-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ		40,857,300	40,857,300	11,449,600	11,449,600	1,031,000	-	3,340,000	4,371,000	25,036,700	25,036,700
1) โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2026		11,449,600	11,449,600	11,449,600	11,449,600	-	-	-	-	-	-
2) โครงการส่งเสริมสินค้าอาหารฮาลาล 5 จังหวัดชายแดนใต้เพื่อการค้าระหว่างประเทศ		1,031,000	1,031,000	-	-	1,031,000	-	-	1,031,000	-	-
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารฮาลาลในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569		3,340,000	3,340,000	-	-	-	-	3,340,000	3,340,000	-	-
4) โครงการงานแสดงสินค้า Gulfood 2027 (เตรียมการ)		25,036,700	25,036,700	-	-	-	-	-	-	25,036,700	25,036,700
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	**บาท**	**2,188,800**	**2,188,800**	**-**	**-**	**2,188,800**	**-**	**-**	**-**	**-**	**2,188,800**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า	**บาท**	**2,188,800**	**2,188,800**	**-**	**-**	**2,188,800**	**-**	**-**	**-**	**-**	**2,188,800**
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**2,188,800**	**2,188,800**	**-**	**-**	**2,188,800**	**-**	**-**	**-**	**-**	**2,188,800**
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า	บาท	2,188,800	2,188,800	-	-	2,188,800	-	-	-	-	2,188,800
2569-050601-001 โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารเพื่อความยั่งยืน		2,188,800	2,188,800	-	-	2,188,800	-	-	-	-	2,188,800
1) โครงการคูหานิทรรศการอาหารเพื่อความยั่งยืน ภายในงานแสดงสินค้าอาหาร 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)		2,188,800	2,188,800	-	-	2,188,800	-	-	-	-	2,188,800

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	บาท	103,036,100	103,036,100	28,800,000	27,800,000	22,700,000	19,500,000	51,536,100	46,800,000	-	8,936,100
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก	บาท	103,036,100	103,036,100	28,800,000	27,800,000	22,700,000	19,500,000	51,536,100	46,800,000	-	8,936,100
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก	บาท	103,036,100	103,036,100	28,800,000	27,800,000	22,700,000	19,500,000	51,536,100	46,800,000	-	8,936,100
งบประมาณ											
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	103,036,100	103,036,100	28,800,000	27,800,000	22,700,000	19,500,000	51,536,100	46,800,000	-	8,936,100
3) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก	บาท	103,036,100	103,036,100	28,800,000	27,800,000	22,700,000	19,500,000	51,536,100	46,800,000	-	8,936,100
2569-060101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยสู่ตลาดโลก		24,636,100	24,636,100	13,000,000	12,000,000	3,200,000	-	8,436,100	3,700,000	-	8,936,100
1) โครงการยกระดับภาพลักษณ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ		12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	-	-	-	-	-	-
2) โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป โดยการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ประจำปี 2569		1,000,000	1,000,000	500,000	-	-	-	500,000	500,000	-	500,000
3) โครงส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX – ANUGA ASIA		3,200,000	3,200,000	-	-	3,200,000	-	-	3,200,000	-	-
4) โครงการสร้างการรับรู้อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านสื่อศักยภาพยุคใหม่		5,000,000	5,000,000	-	-	-	-	5,000,000	-	-	5,000,000
5) โครงการประชาสัมพันธ์อาหารไทยและสินค้าที่เกี่ยวเนื่องผ่านสื่อโซเชียล		500,000	500,000	500,000	-	-	-	-	-	-	500,000
6) โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและครัวไทยสู่โลก		2,936,100	2,936,100	-	-	-	-	2,936,100	-	-	2,936,100
2569-060101-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคอเมริกาเหนือ		23,600,000	23,600,000	10,000,000	10,000,000	6,300,000	6,300,000	7,300,000	7,300,000	-	-
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกาฝั่งตะวันออก ปีงบประมาณ 2569		10,000,000	10,000,000	-	-	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	-	
2) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในตลาดสหรัฐอเมริกา ฝั่งตะวันตก ประจำปี 2569		10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	-	-	-	-	-	-
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และผลักดัน Soft Power อาหารไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกาและแคริเบียน ผ่านการประชาสัมพันธ์โดย Celebrity Chef และผู้มีอิทธิพลด้านอาหาร (Foodies)		1,300,000	1,300,000	-	-	1,300,000	1,300,000	-	-	-	

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐอเมริกา		1,300,000	1,300,000	-	-	-	-	1,300,000	1,300,000	-	
5) โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ Thai SELECT ในแคนาดา ปี 2569		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
6) โครงการจัดกิจกรรม Thai SELECT ในตลาดแคนาดา		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
2569-060101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคยุโรป		16,100,000	16,100,000	-	-	2,400,000	2,400,000	13,700,000	13,700,000	-	-
1) โครงการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร Thai SELECT และสินค้าอาหารไทย ในสหราชอาณาจักร		5,500,000	5,500,000	-	-	-	-	5,500,000	5,500,000	-	-
2) โครงการสร้างกระแสนิยมอาหารไทยและการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในฝรั่งเศส		1,800,000	1,800,000	-	-	-	-	1,800,000	1,800,000	-	-
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเยอรมนีและสวิตเซอร์แลนด์		2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยในเบเนลักซ์		1,200,000	1,200,000	-	-	1,200,000	1,200,000	-	-	-	-
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจอาหารไทย บริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT ในกลุ่มประเทศนอร์ดิก		1,200,000	1,200,000	-	-	1,200,000	1,200,000	-	-	-	-
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และร้านอาหาร Thai SELECT ในอิตาลี		1,200,000	1,200,000	-	-	-	-	1,200,000	1,200,000	-	-
7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ครัวไทยในสเปนและโปรตุเกส		1,200,000	1,200,000	-	-	-	-	1,200,000	1,200,000	-	-
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดยุโรปตะวันออก		2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-
2569-060101-004 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในอาเซียน		7,150,000	7,150,000	-	-	2,450,000	2,450,000	4,700,000	4,700,000	-	-
1) โครงการ Thai Select..Thai Food Journey week 2026		1,350,000	1,350,000	-	-	1,350,000	1,350,000	-	-	-	-
2) โครงการ Thai SELECT ในประเทศฟิลิปปินส์		1,100,000	1,100,000	-	-	1,100,000	1,100,000	-	-	-	-
3) โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารไทย และร้านอาหาร Thai SELECT ในตลาดเวียดนาม		2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	
4) โครงการประชาสัมพันธ์ตรา Thai SELECT และร้านอาหารไทยในเมียนมา		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการอาหารไทยในประเทศมาเลเซีย		1,400,000	1,400,000	-	-	-	-	1,400,000	1,400,000	-	-
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสิงคโปร์		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
2569-060101-005 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในเอเชียตะวันออกและโอเชียเนีย		10,000,000	10,000,000	2,000,000	2,000,000	2,400,000	2,400,000	5,600,000	5,600,000	-	-
1) โครงการส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และสินค้า Thai SELECT ในตลาดญี่ปุ่น		5,000,000	5,000,000	-	-	2,400,000	2,400,000	2,600,000	2,600,000	-	-
2) โครงการขยายการบริโภคร้านอาหาร Thai SELECT ในเกาหลีใต้		1,500,000	1,500,000	-	-	-	-	1,500,000	1,500,000	-	-
3) โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในไต้หวัน		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดออสเตรเลีย		2,700,000	2,700,000	2,000,000	2,000,000	-	-	700,000	700,000	-	-
2569-060101-006 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน		6,800,000	6,800,000	800,000	800,000	1,200,000	1,200,000	4,800,000	4,800,000	-	-
1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในฮ่องกงและมาเก๊า		1,200,000	1,200,000	-	-	1,200,000	1,200,000	-	-	-	-
2) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย นครเซี่ยงไฮ้		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และธุรกิจบริการอาหารไทยในจีน ณ มณฑลกวางตุ้ง ไห่หนาน และหูเป่ย		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
4.) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการร้านอาหารไทย และเครื่องหมาย Thai SELECT ในมณฑลยูนนาน		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย เมืองหนานหนิง		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
6) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีน (เฉิงตู)		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
7) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย Thai SELECT เมืองเซี่ยเหมิน		800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
8) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีนตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ		800,000	800,000	800,000	800,000	-	-	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์		144,896,600									
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	199,731,400	เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	-	สะสม	34.82	13.50	65.06	30.79	89.64	68.51	100.00	100.00
	304,442,300	ไตรมาส	34.82	13.50	30.24	17.29	24.58	37.72	10.36	31.49

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-060101-007 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดใหม่		14,750,000	14,750,000	3,000,000	3,000,000	4,750,000	4,750,000	7,000,000	7,000,000	-	-
1) โครงการส่งเสริมอาหารไทย ร้านอาหารไทย และร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai Select ประจำปีงบประมาณ 2569 เขตอินเดีย		1,800,000	1,800,000	-	-	-	-	1,800,000	1,800,000	-	-
2) โครงการ "Discover Thai Flavor" ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดอินเดีย		700,000	700,000	-	-	-	-	700,000	700,000	-	-
3) โครงการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ Thai SELECT ในอินเดียใต้		1,000,000	1,000,000	-	-	-	-	1,000,000	1,000,000	-	-
4) โครงการ Thai SELECT 2026 ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์		8,000,000	8,000,000	3,000,000	3,000,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	-	-
5) โครงการผลักดันสินค้าอาหารไทยในตลาดตุรกีผ่านสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียง (Influencer)		700,000	700,000	-	-	700,000	700,000	-	-	-	-
6) โครงการประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในอิสราเอล		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
7) งานเทศกาลอาหารไทยในอียิปต์ ประจำปี 2569		700,000	700,000	-	-	700,000	700,000	-	-	-	-
8)โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ร้าน Thai SELECT ในแอฟริกาตะวันออก ผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์		500,000	500,000	-	-	-	-	500,000	500,000	-	-
9) โครงการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทย "Thai SELECT...For You"		850,000	850,000	-	-	850,000	850,000	-	-	-	-
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	**บาท**	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**บาท**	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**
กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**บาท**	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**
1. งบดำเนินงาน	**บาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2. งบลงทุน	**บาท**	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**
2.1 ค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	**บาท**	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**
2.1.1 ค่าครุภัณฑ์	**บาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2.1.2 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	บาท	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**	**1,674,800**	**-**	**-**
2.1.2.1 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	บาท	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	-	**1,674,800**	-	**-**	1,674,800	**-**	-
(1) ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้างที่มีราคาต่อหน่วยต่ำกว่า 10 ล้านบาท รวม 1 รายการ (รวม 1 หน่วย)	บาท	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	-	**1,674,800**	-	**-**	1,674,800	**-**	-
(1.1) ปรับปรุงสำนักงาน (ห้อง 20706) ฝั่งทิศเหนือ ชั้น 7 อาคาร 2 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 งาน	บาท	**1,674,800**	**1,674,800**	**-**	-	**1,674,800**	-	**-**	1,674,800	**-**	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (สพม.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
			แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้							
โครงการ : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	**สพม.**						
กิจกรรมหลัก : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	**สพม.**						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	**สพม.**						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด							
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์	สพม.	ราย	**7,000**	**-**	**610**	**660**	**5,730**
2569-030101-001 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)			**7,000**	**-**	**610**	**660**	**5,730**
1) โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้า ทู โกล)		ราย	80	-	-	-	80
2) โครงการเปิดโลกการค้ากับทูตพาณิชย์ (Export Clinic)		ราย	170	-	60	110	-
3) โครงการพัฒนาผู้ส่งออกรุ่นใหม่ : Young Exporter from Local to Global (YELG)		ราย	100	-	-	-	100
4) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร "ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก"		ราย	100	-	100	-	-
5) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร "ผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter"		ราย	50	-	-	-	50
6) โครงการ "Thai Food Thai Farm : ผลผลิตโดนใจ ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ"		ราย	100	-	50	50	-
7) โครงการ"ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 9		ราย	400	-	300	100	-
8) โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ (UpSkill & ReSkill)		ราย	200	-	-	200	-
9) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ U-NEXT Exporter		ราย	100	-	-	-	100
10) โครงการซอฟต์พาวเวอร์ไทย GO-INTER		ราย	100	-	-	-	100
11) โครงการ "เจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่"		ราย	400	-	100	200	100
12) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลกด้วย E-Academy		ราย	5,200	-	-	-	5,200
เชิงคุณภาพ : ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น	สพม.	ร้อยละ	**85**	**-**	**-**	**-**	**85**
2569-030101-001 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)							
1) โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้า ทู โกล)		ร้อยละ	85	-	-	-	85
2) โครงการเปิดโลกการค้ากับทูตพาณิชย์ (Export Clinic)		ร้อยละ	85	-	-	85	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
			แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
3) โครงการพัฒนาผู้ส่งออกรุ่นใหม่ : Young Exporter from Local to Global (YELG)		ร้อยละ	85	-	-	-	85
4) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร "ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก"		ร้อยละ	85	-	85	-	-
5) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร "ผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter"		ร้อยละ	85	-	-	-	85
6) โครงการ "Thai Food Thai Farm : ผลผลิตโดนใจ ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ"		ร้อยละ	85	-	-	85	-
7) โครงการ"ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 9		ร้อยละ	85	-	-	85	-
8) โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ (UpSkill & ReSkill)		ร้อยละ	85	-	-	85	-
9) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ U-NEXT Exporter		ร้อยละ	85	-	-	-	85
10) โครงการซอฟต์พาวเวอร์ไทย GO-INTER		ร้อยละ	85	-	-	-	85
11) โครงการ "เจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่"		ร้อยละ	85	-	-	-	85

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (สพม.)

	เป้าหมาย			37	27	61	53	80	75	100	94
	สะสม			19.65	-	48.48	14.00	100.00	25.92	100.00	100.00
	ไตรมาส			19.65	-	28.83	14.00	51.52	11.92	-	74.08
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	**หน่วยนับ**	**พ.ร.บ.**		**ไตรมาส 1**		**ไตรมาส 2**		**ไตรมาส 3**		**ไตรมาส 4**	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**	**แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)**
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	**25,854,000**	**25,854,000**	**5,080,000**	**-**	**7,454,000**	**3,620,000**	**13,320,000**	**3,081,600**	**-**	**19,152,400**
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งแข่งขันได้	**บาท**	**25,854,000**	**25,854,000**	**5,080,000**	**-**	**7,454,000**	**3,620,000**	**13,320,000**	**3,081,600**	**-**	**19,152,400**
โครงการ : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	**บาท**	**25,854,000**	**25,854,000**	**5,080,000**	**-**	**7,454,000**	**3,620,000**	**13,320,000**	**3,081,600**	**-**	**19,152,400**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	**บาท**	**25,854,000**	**25,854,000**	**5,080,000**	**-**	**7,454,000**	**3,620,000**	**13,320,000**	**3,081,600**	**-**	**19,152,400**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	**บาท**	**25,854,000**	**25,854,000**	**5,080,000**	**-**	**7,454,000**	**3,620,000**	**13,320,000**	**3,081,600**	**-**	**19,152,400**
งบประมาณ				**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**25,854,000**	**25,854,000**	**5,080,000**	**-**	**7,454,000**	**3,620,000**	**13,320,000**	**3,081,600**	**-**	**19,152,400**
1) ค่าครุภัณฑ์	บาท	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	บาท	25,854,000	25,854,000	5,080,000	-	7,454,000	3,620,000	13,320,000	3,081,600	-	19,152,400
2569-030101-001 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)		**25,854,000**	**25,854,000**	**5,080,000**	**-**	**7,454,000**	**3,620,000**	**13,320,000**	**3,081,600**	**-**	**19,152,400**
1) โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้า ทู โกล)		2,000,000	2,000,000	-		-	-	2,000,000	-	-	2,000,000
2) โครงการเปิดโลกการค้ากับทูตพาณิชย์ (Export Clinic)		1,000,000	1,000,000	-		1,000,000	500,000	-	500,000	-	-
3) โครงการพัฒนาผู้ส่งออกรุ่นใหม่ : Young Exporter from Local to Global (YELG)		2,000,000	2,000,000	-		-	-	2,000,000		-	2,000,000
4) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร "ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก"		1,600,000	1,600,000	1,600,000		-	1,600,000	-	-	-	-
5) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร "ผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter"		2,020,000	2,020,000	-		-	-	2,020,000	-	-	2,020,000
6) โครงการ "Thai Food Thai Farm : ผลผลิตโดนใจ ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ"		1,280,000	1,280,000	1,280,000		-	640,000	-	-	-	640,000
7) โครงการ "ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 9		2,200,000	2,200,000	2,200,000		-	880,000	-	-	-	1,320,000
8) โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ (UpSkill & ReSkill)		1,300,000	1,300,000	-		-	-	1,300,000	-	-	1,300,000
9) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ U-NEXT Exporter		3,000,000	3,000,000	-		-	-	3,000,000	-	-	3,000,000
10) โครงการซอฟต์พาวเวอร์ไทย GO-INTER		3,000,000	3,000,000	-		-	-	3,000,000	-	-	3,000,000
11) โครงการ "เจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่"		3,454,000	3,454,000	-		3,454,000	-	-	1,381,600	-	2,072,400
12) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลกด้วย E-Academy		3,000,000	3,000,000	-		3,000,000	-	-	1,200,000	-	1,800,000

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 (สพต.1)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
			แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้							
โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ							
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย							
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย							
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด				-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	สพต.1	ราย	5,667	1,212	1,337	1,492	1,626
2569-040201-001 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดอาเซียน		ราย	3,332	765	845	805	917
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)			40	-	20	20	-
1 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนกลุ่มประเทศอาเซียน (Outgoing goodwill mission)			20	-	-	20	-
2 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงภูมิภาคอาเซียนเดินทางเยือนไทย (Incoming Goodwill Mission)			20	-	20	-	-
2) โครงการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center)			3,092	765	765	765	797
3) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands/Thailand Week 2026 ในภูมิภาคอาเซียน			200	-	60	20	120
1 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม			60	-	60	-	-
2 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม			60	-	-	-	60
3 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์			60	-	-	-	60
4 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ เวียงจันทน์			20	-	-	20	-
2569-040201-002 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดจีน		ราย	1,311	255	270	421	365
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Outgoing Goodwill Mission			60	20	10	20	10
2) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Incoming Goodwill Mission			90	21	21	21	27
3) โครงการ Business Support Center ในฮ่องกง			270	60	70	80	60
4) โครงการ Business Support Center ในเซี่ยงไฮ้			200	49	49	51	51
5) โครงการ Business Support Center ในกวางโจว			125	30	30	33	32

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 (สพต.1)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
			แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
6) โครงการ Business Support Center ในคุนหมิง			180	45	45	45	45
7) โครงการ Business Support Center ในเฉิงตู			180	30	45	65	40
8) โครงการต่อยอด MOU เปิดประตูการค้าสู่ภูมิภาคตะวันตกของสาธารณรัฐประชาชนจีน (West Side Story Outgoing Trade Mission)			25	-	-	25	-
9) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO			100	-	-	-	100
10) โครงการ Top Thai Brands Kunming 2026			46	-	-	46	-
11) โครงการ Top Thai Brands Xiamen 2026			35	-	-	35	-
2569-040201-003 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย		ราย	855	167	169	256	263
1) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Outgoing Goodwill Mission			30	10	5	5	10
2) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Incoming Goodwill Mission			15	-	5	5	5
3) โครงการจัดตั้ง Business Support Center ณ เกาหลีใต้			170	-	-	84	86
4) โครงการจัดจ้าง Marketing Representative ณ เมืองปูซาน			270	66	66	69	69
5) โครงการจ้างเหมาบริการสำนักงานตัวแทนส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮิโรชิมา			370	91	93	93	93
2569-040201-004 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดเอเชียใต้		ราย	169	25	53	10	81
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Outgoing Goodwill Mission			15	10	-	-	5
2) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Incoming Goodwill Mission			5	-	5	-	-
3) โครงการส่งออกยุคใหม่ก้าวไปด้วยกัน SDGs TOGETHER			15	15	-	-	-
4) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 อินเดียตะวันตก			30	-	-	-	30
5) โครงการงานแสดงสินค้า AAHAR International Food & Hospitality Fair 2026			33	-	33	-	-
6) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 ณ เมืองเจนไน ประเทศสาธารณรัฐอินเดีย			26	-	-	-	26
7) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 บังกลาเทศ			20	-	-	-	20

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 (สพต.1)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
			แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
8) โครงการงานแสดงสินค้า My Karachi 2026			15	-	15	-	-
9) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าที่ประเทศภูฏาน			10	-	-	10	-
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	สพต.1	ล้านบาท	3,528.00	548.02	741.02	815.02	1,423.94
2569-040201-001 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดอาเซียน		ล้านบาท	1,970.00	337.50	437.50	367.50	827.50
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)			20.00	-	-	20.00	-
1 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนกลุ่มประเทศอาเซียน (Outgoing goodwill mission)			20.00	-	-	20.00	-
2) โครงการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center)			1,350.00	337.50	337.50	337.50	337.50
3) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน			215.00	-	-	-	215.00
1 โครงการขยายตลาดมาเลเซียและบรูไนผ่านช่องทางการค้าสมัยใหม่ (modern trade) และช่องทางการค้าออนไลน์			50.00	-	-	-	50.00
2 โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่-ตลาดอินโดนีเซีย			50.00	-	-	-	50.00
3 โครงการ In – store Promotion ในประเทศเมียนมา			25.00	-	-	-	25.00
4 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศในสิงคโปร์ (In-store/Joint Promotion)			40.00	-	-	-	40.00
5 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)			50.00	-	-	-	50.00
4) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands/Thailand Week 2026 ในภูมิภาคอาเซียน			385.00	-	100.00	10.00	275.00
1 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม			100.00	-	100.00	-	-
2 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม			100.00	-	-	-	100.00
3 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์			175.00	-	-	-	175.00
4 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ เวียงจันทน์			10.00	-	-	10.00	-
2569-040201-002 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดจีน		ล้านบาท	1,065.00	156.52	179.52	394.52	334.44
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Outgoing Goodwill Mission			100.00	30.00	15.00	30.00	25.00
2) โครงการ Business Support Center ในฮ่องกง			210.00	45.00	50.00	60.00	55.00
3) โครงการ Business Support Center ในเซี่ยงไฮ้			85.00	21.00	21.00	22.00	21.00
4) โครงการ Business Support Center ในกวางโจว			80.00	19.00	19.00	22.00	20.00
5) โครงการ Business Support Center ในคุนหมิง			130.00	32.52	32.52	32.52	32.44

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 (สพต.1)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
			แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
6) โครงการ Business Support Center ในเฉิงตู			48.00	9.00	12.00	16.00	11.00
7) โครงการต่อยอด MOU เปิดประตูการค้าสู่ภูมิภาคตะวันตกของสาธารณรัฐประชาชนจีน (West Side Story Outgoing Trade Mission)			60.00	-	-	60.00	-
8) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO			170.00	-	-	-	170.00
9) โครงการ Top Thai Brands Kunming 2026			92.00	-	-	92.00	-
10) โครงการ Top Thai Brands Xiamen 2026			60.00	-	-	60.00	-
11) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ในเมืองฮ่องกง			30.00	-	30.00	-	-
2569-040201-003 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย		ล้านบาท	188.00	24.00	24.00	43.00	97.00
1) โครงการจัดตั้ง Business Support Center ณ เกาหลีใต้			40.00	-	-	19.00	21.00
2) โครงการจัดจ้าง Marketing Representative ณ เมืองปูซาน			40.00	9.00	9.00	9.00	13.00
3) โครงการจ้างเหมาบริการสำนักงานตัวแทนส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮิโรชิมา			60.00	15.00	15.00	15.00	15.00
4) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบไฮบริด			48.00	-	-	-	48.00
2569-040201-004 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดเอเชียใต้		ล้านบาท	305.00	30.00	100.00	10.00	165.00
1) โครงการส่งออกยุคใหม่ก้าวไปด้วยกัน SDGs TOGETHER			30.00	30.00	-	-	-
2) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 อินเดียตะวันตก			70.00	-	-	-	70.00
3) โครงการงานแสดงสินค้า AAHAR International Food & Hospitality Fair 2026			70.00	-	70.00	-	-
4) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (In-store Promotion) ในอินเดียตะวันตก			10.00	-	-	-	10.00
5) โครงการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบ In-store Promotion ร่วมกับผู้นำเข้า/ห้างค้าปลีก/ซุปเปอร์มาร์เก็ตในตลาดเนปาล			5.00	-	-	-	5.00
6) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 ณ เมืองเจนไน ประเทศสาธารณรัฐอินเดีย			40.00	-	-	-	40.00
7) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 บังกลาเทศ			40.00	-	-	-	40.00
8) โครงการงานแสดงสินค้า My Karachi Pakistan 2026			30.00	-	30.00	-	-
9) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าที่ประเทศภูฏาน			10.00	-	-	10.00	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 (สพต.1)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	35.61	35.61	49.55	49.55	95.43	95.43	100.00	100.00
			ไตรมาส	35.61	35.61	13.94	13.94	45.88	45.88	4.57	4.57

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	**126,732,000**	**126,732,000**	**45,125,500**	**45,125,500**	**17,670,500**	**17,670,500**	**58,147,700**	**58,147,700**	**5,788,300**	**5,788,300**
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	**บาท**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**บาท**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**
กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ		**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ	**บาท**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**
3. งบเงินอุดหนุน	**บาท**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**
3.1 เงินอุดหนุนทั่วไป	**บาท**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1,136,500**	**1,136,500**	**-**	**-**
1) ค่าบำรุงศูนย์ส่งเสริมการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ของอาเซียน ณ กรุงโตเกียว	บาท	1,136,500	1,136,500	-	-	-	-	1,136,500	1,136,500	-	-
2569-020101-001 โครงการเงินอุดหนุนองค์กรระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก (ศูนย์อาเซียน-ญี่ปุ่น)	บาท	1,136,500	1,136,500	-	-	-	-	1,136,500	1,136,500	-	-
1) โครงการเงินอุดหนุนองค์กรระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก (ศูนย์อาเซียน-ญี่ปุ่น)	บาท	1,136,500	1,136,500	-	-	-	-	1,136,500	1,136,500	-	-
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	**บาท**	**125,595,500**	**125,595,500**	**45,125,500**	**45,125,500**	**17,670,500**	**17,670,500**	**57,011,200**	**57,011,200**	**5,788,300**	**5,788,300**
โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ	**บาท**	**125,595,500**	**125,595,500**	**45,125,500**	**45,125,500**	**17,670,500**	**17,670,500**	**57,011,200**	**57,011,200**	**5,788,300**	**5,788,300**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย	**บาท**	**125,595,500**	**125,595,500**	**45,125,500**	**45,125,500**	**17,670,500**	**17,670,500**	**57,011,200**	**57,011,200**	**5,788,300**	**5,788,300**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย	**บาท**	**125,595,500**	**125,595,500**	**45,125,500**	**45,125,500**	**17,670,500**	**17,670,500**	**57,011,200**	**57,011,200**	**5,788,300**	**5,788,300**
งบประมาณ				**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
1. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**125,595,500**	**125,595,500**	**45,125,500**	**45,125,500**	**17,670,500**	**17,670,500**	**57,011,200**	**57,011,200**	**5,788,300**	**5,788,300**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	19,136,800	19,136,800	6,596,300	6,596,300	4,062,300	4,062,300	3,713,600	3,713,600	4,764,600	4,764,600
2569-040201-001 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดอาเซียน	บาท	1,688,000	1,688,000	-	-	1,688,000	1,688,000	-	-	-	-
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)	บาท	1,688,000	1,688,000	-	-	1,688,000	1,688,000	-	-	-	-
1 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนกลุ่มประเทศอาเซียน (Outgoing goodwill mission)	บาท	1,688,000	1,688,000	-	-	1,688,000	1,688,000	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-040201-002 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดจีน	บาท	6,311,200	6,311,200	1,925,000	1,925,000	847,800	847,800	1,872,900	1,872,900	1,665,500	1,665,500
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)	บาท	5,122,900	5,122,900	1,925,000	1,925,000	847,800	847,800	1,174,700	1,174,700	1,175,400	1,175,400
2) โครงการต่อยอด MOU เปิดประตูการค้าสู่ภูมิภาคตะวันตกของสาธารณรัฐประชาชนจีน (West Side Story Outgoing Trade Mission)	บาท	225,400	225,400	-	-	-	-	225,400	225,400	-	-
3) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO	บาท	490,100	490,100	-	-	-	-	-	-	490,100	490,100
4) โครงการ Top Thai Brands Kunming 2026	บาท	297,800	297,800	-	-	-	-	297,800	297,800	-	-
5) โครงการ Top Thai Brands Xiamen 2026	บาท	175,000	175,000	-	-	-	-	175,000	175,000	-	-
2569-040201-003 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย	บาท	8,536,400	8,536,400	3,492,200	3,492,200	1,205,600	1,205,600	1,687,400	1,687,400	2,151,200	2,151,200
1) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Outgoing Goodwill Mission	บาท	8,536,400	8,536,400	3,492,200	3,492,200	1,205,600	1,205,600	1,687,400	1,687,400	2,151,200	2,151,200
2569-040201-004 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดเอเชียใต้	บาท	2,601,200	2,601,200	1,179,100	1,179,100	320,900	320,900	153,300	153,300	947,900	947,900
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Outgoing Goodwill Mission	บาท	974,600	974,600	488,700	488,700	-	-	-	-	485,900	485,900
2) โครงการส่งออกยุคใหม่ก้าวไปด้วยกัน SDGs TOGETHER	บาท	690,400	690,400	690,400	690,400	-	-	-	-	-	-
3) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 อินเดียตะวันตก	บาท	160,200	160,200	-	-	-	-	-	-	160,200	160,200
4) โครงการงานแสดงสินค้า AAHAR International Food & Hospitality Fair 2026	บาท	162,200	162,200	-	-	162,200	162,200	-	-	-	-
5) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 ณ เมืองเจนไน สาธารณรัฐอินเดีย	บาท	141,600	141,600	-	-	-	-	-	-	141,600	141,600
6) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 บังกลาเทศ	บาท	160,200	160,200	-	-	-	-	-	-	160,200	160,200
7) โครงการงานแสดงสินค้า My Karachi 2026	บาท	158,700	158,700	-	-	158,700	158,700	-	-	-	-
8) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าที่ประเทศภูฏาน	บาท	153,300	153,300	-	-	-	-	153,300	153,300	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย	บาท	**106,458,700**	**106,458,700**	**38,529,200**	**38,529,200**	**13,608,200**	**13,608,200**	**53,297,600**	**53,297,600**	**1,023,700**	**1,023,700**
2569-040201-001 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดอาเซียน	บาท	36,755,000	36,755,000	16,000,000	16,000,000	915,400	915,400	19,839,600	19,839,600	-	-
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)	บาท	915,400	915,400	-	-	915,400	915,400	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
1 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนกลุ่มประเทศอาเซียน (Outgoing goodwill mission)	บาท	840,400	840,400	-	-	840,400	840,400	-	-	-	-
2 โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงภูมิภาคอาเซียนเดินทางเยือนไทย (Incoming Goodwill Mission)	บาท	75,000	75,000	-	-	75,000	75,000	-	-	-	-
2) โครงการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center)	บาท	9,000,000	9,000,000	9,000,000	9,000,000	-	-	-	-	-	-
3) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน	บาท	9,100,000	9,100,000	-	-	-	-	9,100,000	9,100,000	-	-
1 โครงการขยายตลาดมาเลเซียและบรูไนผ่านช่องทางการค้าสมัยใหม่ (modern trade) และช่องทางการค้าออนไลน์	บาท	2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-
2 โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่-ตลาดอินโดนีเซีย	บาท	1,500,000	1,500,000	-	-	-	-	1,500,000	1,500,000	-	-
3 โครงการ In – store Promotion ในประเทศเมียนมา	บาท	2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-
4 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศในสิงคโปร์ (In-store/Joint Promotion)	บาท	2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-
5 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศเวียดนามตอนเหนือ (In-Store Promotion)	บาท	1,600,000	1,600,000	-	-	-	-	1,600,000	1,600,000	-	-
4) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands/Thailand Week 2026 ในภูมิภาคอาเซียน	บาท	17,739,600	17,739,600	7,000,000	7,000,000	-	-	10,739,600	10,739,600	-	-
1 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม	บาท	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	-	-	-	-	-	-
2 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม	บาท	5,239,600	5,239,600	-	-	-	-	5,239,600	5,239,600	-	-
3 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	บาท	4,500,000	4,500,000	-	-	-	-	4,500,000	4,500,000	-	-
4 โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2026 ณ เวียงจันทน์	บาท	1,000,000	1,000,000	-	-	-	-	1,000,000	1,000,000	-	-
2569-040201-002 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดจีน	บาท	30,395,000	30,395,000	4,719,800	4,719,800	11,336,600	11,336,600	13,600,800	13,600,800	737,800	737,800
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Outgoing Goodwill Mission)	บาท	2,004,800	2,004,800	334,800	334,800	334,000	334,000	668,000	668,000	668,000	668,000
2) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Incoming Goodwill Mission)	บาท	244,000	244,000	60,000	60,000	64,000	64,000	60,000	60,000	60,000	60,000
3) โครงการ Business Support Center ในฮ่องกง	บาท	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	-	-	-	-	-	-
4) โครงการ Business Support Center ในเซี่ยงไฮ้	บาท	1,101,000	1,101,000	1,101,000	1,101,000	-	-	-	-	-	-
5) โครงการ Business Support Center ในกวางโจว	บาท	628,000	628,000	628,000	628,000	-	-	-	-	-	-
6) โครงการ Business Support Center ในคุนหมิง	บาท	934,000	934,000	934,000	934,000	-	-	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
7) โครงการ Business Support Center ในเฉิงตู	บาท	462,000	462,000	462,000	462,000	-	-	-	-	-	-
8) โครงการต่อยอด MOU เปิดประตูการค้าสู่ภูมิภาคตะวันตกของสาธารณรัฐประชาชนจีน (West Side Story Outgoing Trade Mission)	บาท	2,359,200	2,359,200	-	-	-	-	2,359,200	2,359,200	-	-
9) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO	บาท	8,509,900	8,509,900	-	-	-	-	8,500,100	8,500,100	9,800	9,800
10) โครงการจัดนิทรรศการภาพลักษณ์ประเทศไทย (Pavilion of Cities of Charm) ภายในงานแสดงสินค้า The 23rd CAEXPO	บาท	2,007,500	2,007,500	-	-	-	-	2,007,500	2,007,500	-	
11) โครงการ Top Thai Brands Kunming 2026	บาท	5,702,200	5,702,200	-	-	5,698,600	5,698,600	3,600	3,600	-	
12) โครงการ Top Thai Brands Xiamen 2026	บาท	4,042,400	4,042,400	-	-	4,040,000	4,040,000	2,400	2,400	-	-
13) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ในเมืองฮ่องกง	บาท	1,200,000	1,200,000	-	-	1,200,000	1,200,000	-	-	-	-
2569-040201-003 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย	บาท	12,433,900	12,433,900	9,116,800	9,116,800	412,100	412,100	2,905,000	2,905,000	-	-
1) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Outgoing Goodwill Mission	บาท	633,900	633,900	316,800	316,800	317,100	317,100	-	-	-	-
2) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย - Incoming Goodwill Mission	บาท	200,000	200,000	-	-	95,000	95,000	105,000	105,000	-	-
3) โครงการจัดตั้ง Business Support Center ณ เกาหลีใต้	บาท	800,000	800,000	-	-	-	-	800,000	800,000	-	-
4) โครงการจัดจ้าง Marketing Representative ณ เมืองปูซาน	บาท	3,300,000	3,300,000	3,300,000	3,300,000	-	-	-	-	-	-
5) โครงการจ้างเหมาบริการสำนักงานตัวแทนส่งเสริมการค้า ณ เมืองฮิโรชิมา	บาท	5,500,000	5,500,000	5,500,000	5,500,000	-	-	-	-	-	-
6) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบไฮบริด	บาท	2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-
2569-040201-004 โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดเอเชียใต้	บาท	26,874,800	26,874,800	8,692,600	8,692,600	944,100	944,100	16,952,200	16,952,200	285,900	285,900
1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Outgoing Goodwill Mission	บาท	425,400	425,400	212,700	212,700	-	-	-	-	212,700	212,700
2) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnerships) ในตลาดเอเชียใต้ Incoming Goodwill Mission	บาท	200,000	200,000	40,000	40,000	80,000	80,000	40,000	40,000	40,000	40,000
3) โครงการส่งออกยุคใหม่ก้าวไปด้วยกัน SDGs TOGETHER	บาท	785,600	785,600	785,600	785,600	-	-	-	-	-	-
4) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 อินเดียตะวันตก	บาท	5,839,800	5,839,800	-	-	-	-	5,837,400	5,837,400	2,400	2,400
5) โครงการงานแสดงสินค้า AAHAR International Food & Hospitality Fair 2026	บาท	5,737,800	5,737,800	5,735,400	5,735,400	2,400	2,400	-	-	-	-
6) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (In-store Promotion) ในอินเดียตะวันตก	บาท	2,000,000	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	2,000,000	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
7) โครงการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบ In-store Promotion ร่วมกับผู้นำเข้า/ห้างค้าปลีก/ซุปเปอร์มาร์เก็ตในตลาดเนปาล	บาท	1,500,000	1,500,000	-	-	-	-	1,500,000	1,500,000	-	-
8) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 ณ เมืองเจนไน สาธารณรัฐอินเดีย	บาท	4,058,400	4,058,400	-	-	-	-	4,050,000	4,050,000	8,400	8,400
9) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2026 บังกลาเทศ	บาท	3,539,800	3,539,800	-	-	-	-	3,517,400	3,517,400	22,400	22,400
10) โครงการงานแสดงสินค้า My Karachi 2026	บาท	1,941,300	1,941,300	1,918,900	1,918,900	22,400	22,400	-	-	-	-
11) โครงการคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าที่ประเทศภูฏาน	บาท	846,700	846,700	-	-	839,300	839,300	7,400	7,400	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 (สพต.2)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้						
โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ						
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา						
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ราย	5,711	67	4,901	406	337
1. โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา		402	5	10	57	330
1) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกาในงาน NPEW 2026		10	-	10	-	-
2) โครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหภาค (Megatrend setter) ปีที่ 4		25	-	-	-	25
3) โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยในเม็กซิโก		30	-	-	30	-
4) โครงการจ้างเหมาบริการ Marketing Representative ณ ประเทศเปรู		20	-	-	-	20
5) โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน ภายในงานแสดงสินค้า 30th Americas Food and Beverage Show 2026		25	-	-	-	25
6) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพใหม่ (อเมริกาและลาตินอเมริกา)		30	5	-	15	10
7) โครงการผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา		250	-	-	-	250
8) โครงการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในบราซิล		12	-	-	12	-
2. โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS		5,191	2	4,879	306	4
1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพเดิม		12	2	-	6	4
2) โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศในภูมิภาคยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA 2026		5,179	-	4,879	300	-
2.1) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเนเธอร์แลนด์		1,000	-	1,000	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 (สพต.2)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2.2) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในประเทศเยอรมนี		3,379	-	3,379	-	-
2.3) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเยอรมนี/สวิตเซอร์แลนด์		300	-	-	300	-
2.4) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในโปแลนด์		500	-	500	-	-
3. โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		118	60	12	43	3
1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคแอฟริกา		6	-	-	3	3
2) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง		6	-	6	-	-
3) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงจากแอฟริกาและตะวันออกกลางเดินทางเยือนไทย		4	-	4	-	-
4) โครงการบุกตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		12	10	2	-	-
5) โครงการส่งเสริมการค้าไทยในกาตาร์ (Thailand Festival)		40	-	-	40	-
6) Thai SELECT Festival 2025		50	50	-	-	-
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 7.1)	ล้านบาท	1,501.00	265.00	623.00	427.00	186.00
2569-040101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา		756	20	414	240	82
1) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกาในงาน NPEW 2026		414	-	414	-	-
2) โครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหภาค (Megatrend setter) ปีที่ 4		14	-	-	-	14
3) โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยในเม็กซิโก		30	-	-	30	-
4) โครงการจ้างเหมาบริการ Marketing Representative ณ ประเทศเปรู		10	-	-	-	10
5) โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน ภายในงานแสดงสินค้า 30th Americas Food and Beverage Show 2026		38	-	-	-	38
6) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพใหม่ (อเมริกาและลาตินอเมริกา)		250	20	-	210	20
2569-040101-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS		271	35	45	122	69
1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพเดิม		216	27	-	120	69

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 (สพต.2)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
2) โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศในภูมิภาคยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA		55	8	45	2	-
2.1) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเนเธอร์แลนด์		20	-	20	-	-
2.2) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในประเทศเยอรมนี		20	-	20	-	-
2.3) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเยอรมนี/สวิตเซอร์แลนด์		2	-	-	2	-
2.4) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในโปแลนด์		5	-	5	-	-
2.5) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORACA ในสาธารณรัฐเช็ค เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า For Gastro & Hotel		8	8	-	-	-
2569-040101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		474	210	164	65	35
1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคแอฟริกา		70	-	-	35	35
2) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง		70	35	35	-	-
3) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงจากแอฟริกาและตะวันออกกลางเดินทางเยือนไทย		34	-	34	-	-
4) โครงการบุกตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		240	145	95	-	-
5) โครงการส่งเสริมการค้าไทยในกาตาร์ (Thailand Festival)		30	-	-	30	-
6) Thai SELECT Festival 2025		30	30	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 (สพต.2)

	เป้าหมาย		37		27		61		53		80		75		100		94
	สะสม		22.82		22.82		49.97		49.97		75.65		75.65		100.00		100.00
	ไตรมาส		22.82		22.82		27.15		27.15		25.68		25.68		24.35		24.35
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	บาท	125,196,200	125,196,200	28,567,500	28,567,500	33,996,800	33,996,800	32,150,100	32,150,100	30,481,800	30,481,800
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	บาท	710,400	710,400	-	-	710,400	710,400	-	-	-	-
กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	บาท	710,400	710,400	-	-	710,400	710,400	-	-	-	-
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ	บาท	710,400	710,400	-	-	710,400	710,400	-	-	-	-
3. งบเงินอุดหนุน	บาท	710,400	710,400	-	-	710,400	710,400	-	-	-	-
3.1 เงินอุดหนุนทั่วไป	บาท	710,400	710,400	-	-	710,400	710,400	-	-	-	-
1) เงินอุดหนุนค่าสมาชิก Bureau of International Exposition (B.I.E)	บาท	710,400	710,400	-	-	710,400	710,400	-	-	-	-
2569-020101-002 โครงการเงินอุดหนุนองค์กรระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก (ค่าสมาชิกประจำปีที่จะต้องจ่ายให้กับสำนักงานองค์การ		710,400	710,400	-	-	710,400	710,400	-	-	-	-
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	บาท	124,485,800	124,485,800	28,567,500	28,567,500	33,286,400	33,286,400	32,150,100	32,150,100	30,481,800	30,481,800
โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ	บาท	124,485,800	124,485,800	28,567,500	28,567,500	33,286,400	33,286,400	32,150,100	32,150,100	30,481,800	30,481,800
กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา	บาท	124,485,800	124,485,800	28,567,500	28,567,500	33,286,400	33,286,400	32,150,100	32,150,100	30,481,800	30,481,800
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาด	บาท	124,485,800	124,485,800	28,567,500	28,567,500	33,286,400	33,286,400	32,150,100	32,150,100	30,481,800	30,481,800
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-	-	-
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	124,485,800	124,485,800	28,567,500	28,567,500	33,286,400	33,286,400	32,150,100	32,150,100	30,481,800	30,481,800
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	58,162,400	58,162,400	12,473,200	12,473,200	9,740,000	9,740,000	20,937,600	20,937,600	15,011,600	15,011,600
2569-040101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา		18,002,300	18,002,300	2,335,700	2,335,700	-	-	8,997,800	8,997,800	6,668,800	6,668,800
1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพใหม่ (อเมริกาและลาตินอเมริกา)		18,002,300	18,002,300	2,335,700	2,335,700	-	-	8,997,800	8,997,800	6,668,800	6,668,800
2569-040101-002 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS		18,749,100	18,749,100	2,877,500	2,877,500	-	-	9,757,300	9,757,300	6,114,300	6,114,300
1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพเดิม		18,749,100	18,749,100	2,877,500	2,877,500	-	-	9,757,300	9,757,300	6,114,300	6,114,300
2569-040101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		21,411,000	21,411,000	7,260,000	7,260,000	9,740,000	9,740,000	2,182,500	2,182,500	2,228,500	2,228,500
1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคแอฟริกา		4,300,000	4,300,000	-	-	-	-	2,071,500	2,071,500	2,228,500	2,228,500
2) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง		8,000,000	8,000,000	-	-	8,000,000	8,000,000	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
3) โครงการบุกตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		9,000,000	9,000,000	7,260,000	7,260,000	1,740,000	1,740,000	-	-	-	-
4) โครงการส่งเสริมการค้าไทยในกาตาร์ (Thailand Festival)		111,000	111,000	-	-	-	-	111,000	111,000	-	-
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา	บาท	**66,323,400**	**66,323,400**	**16,094,300**	**16,094,300**	**23,546,400**	**23,546,400**	**11,212,500**	**11,212,500**	**15,470,200**	**15,470,200**
2569-040101-001 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา		**34,972,400**	**34,972,400**	**4,991,500**	**4,991,500**	**15,755,400**	**15,755,400**	**2,000,000**	**2,000,000**	**12,225,500**	**12,225,500**
1) โครงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าการลงทุนในสหรัฐอเมริกาผ่าน ThaiTradeUSA.com และ Social Media ในเครือข่าย		1,596,000	1,596,000	1,596,000	1,596,000	-	-	-	-	-	-
2) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกาในงาน NPEW 2026		8,355,400	8,355,400	-	-	8,355,400	8,355,400	-	-	-	-
3) โครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหภาค (Megatrend setter) ปีที่ 4		3,500,000	3,500,000	-	-	3,500,000	3,500,000	-	-	-	-
4) โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยในเม็กซิโก		3,000,000	3,000,000	-	-	3,000,000	3,000,000	-	-	-	-
5) โครงการจ้างเหมาบริการ Marketing Representative ณ ประเทศเปรู		1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000	-	-	-	-	-	-
6) โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน ภายในงานแสดงสินค้า 30th Americas Food and Beverage Show 2026		3,150,000	3,150,000	-	-	-	-	-	-	3,150,000	3,150,000
7) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพใหม่ (อเมริกาและลาตินอเมริกา)		8,151,000	8,151,000	2,075,500	2,075,500	-	-	2,000,000	2,000,000	4,075,500	4,075,500
8) โครงการผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา		5,000,000	5,000,000	-	-	-	-	-	-	5,000,000	5,000,000
9) โครงการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทยในบราซิล		900,000	900,000	-	-	900,000	900,000	-	-	-	-
2569-040101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS		**18,036,700**	**18,036,700**	**4,608,600**	**4,608,600**	**7,269,000**	**7,269,000**	**3,086,700**	**3,086,700**	**3,072,400**	**3,072,400**
1) โครงการคณะผู้บริหารระดับสูงรุกตลาดหลักและตลาดศักยภาพเดิม		6,422,700	6,422,700	1,813,600	1,813,600	-	-	1,536,700	1,536,700	3,072,400	3,072,400
2) โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศในภูมิภาคยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA		11,614,000	11,614,000	2,795,000	2,795,000	7,269,000	7,269,000	1,550,000	1,550,000	-	-
2.1) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเนเธอร์แลนด์		3,152,000	3,152,000	-	-	3,152,000	3,152,000	-	-	-	-
2.2) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในประเทศเยอรมนี		3,396,000	3,396,000	-	-	3,396,000	3,396,000	-	-	-	-
2.3) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ประเทศเยอรมนี/สวิตเซอร์แลนด์		1,550,000	1,550,000	-	-	-	-	1,550,000	1,550,000	-	-
2.4) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในโปแลนด์		721,000	721,000	-	-	721,000	721,000	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2.5) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORACA ในสาธารณรัฐเช็ค เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า For Gastro & Hotel		2,795,000	2,795,000	2,795,000	2,795,000	-	-	-	-	-	-
2569-040101-003 โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		**13,314,300**	**13,314,300**	**6,494,200**	**6,494,200**	**522,000**	**522,000**	**6,125,800**	**6,125,800**	**172,300**	**172,300**
1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคแอฟริกา		344,600	344,600	-	-	-	-	172,300	172,300	172,300	172,300
2) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง		143,500	143,500	71,800	71,800	71,700	71,700	-	-	-	-
3) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงจากแอฟริกาและตะวันออกกลางเดินทางเยือนไทย		344,700	344,700	-	-	344,700	344,700	-	-	-	-
4) โครงการบุกตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง		528,000	528,000	422,400	422,400	105,600	105,600	-	-	-	-
5) โครงการส่งเสริมการค้าไทยในกาตาร์ (Thailand Festival)		5,953,500	5,953,500	-	-	-	-	5,953,500	5,953,500	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ตัวชี้วัด)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ (สสบ.)

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)	ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)
		แผน	แผน	แผน	แผน	แผน
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ						
โครงการ : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล						
กิจกรรมหลัก : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล						
กิจกรรมย่อย : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ราย	84,900	4,100	10,600	60,200	10,000
2569-100101-002 บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2569		65,500	-	5,500	56,000	4,000
1) งานแสดงสินค้า Thailand International Logistics Fair (TILOG - LogistiX 2026)		4,000	-	-	-	4,000
2) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า THAIFEX-HOREC ASIA 2026		5,500	-	5,500	-	-
3) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอาหาร ปี 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)		56,000	-	-	56,000	-
2569-100101-003 โครงการสร้างและยกระดับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล ปีงบประมาณ 2569		18,500	4,100	5,100	4,200	5,100
2569-100101-004 โครงการประชาสัมพันธ์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ		900	-	-	-	900
เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ (ร้อยละ) (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 9.1)	ร้อยละ	90	-	-	-	90
เชิงคุณภาพ : สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 9.2)	ร้อยละ	60	-	-	-	60
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล						
โครงการ : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ						
กิจกรรมหลัก : การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ						
กิจกรรมย่อย : การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ						
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด			**-**	**-**	**-**	**-**
เชิงคุณภาพ : ความสำเร็จของการดำเนินโครงการตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด (ระดับกระทรวง ตัวชี้วัด 9.4)	ร้อยละ	100	**-**	**-**	**-**	**100**
2569-110101-001 โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	ร้อยละ	100	-	-	-	100

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ (สสบ.)

	เป้าหมาย			37	27	61	53	80	75	100	94
	สะสม			68.49	7.27	83.96	39.36	97.50	53.20	100.00	100.00
	ไตรมาส			68.49	7.27	15.48	32.09	13.54	13.84	2.50	46.80
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	**40,062,000**	**40,062,000**	**27,436,500**	**2,911,500**	**6,200,000**	**12,856,400**	**5,425,500**	**5,545,700**	**1,000,000**	**18,748,400**
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	**บาท**	**21,856,200**	**21,856,200**	**19,830,700**	**2,404,200**	**500,000**	**8,576,400**	**1,525,500**	**3,038,400**	**-**	**7,837,200**
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	บาท	**21,856,200**	**21,856,200**	19,830,700	2,404,200	500,000	8,576,400	1,525,500	3,038,400	-	7,837,200
กิจกรรมหลัก : พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	**บาท**	**21,856,200**	**21,856,200**	**19,830,700**	**2,404,200**	**500,000**	**8,576,400**	**1,525,500**	**3,038,400**	**-**	**7,837,200**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	**บาท**	**21,856,200**	**21,856,200**	**19,830,700**	**2,404,200**	**500,000**	**8,576,400**	**1,525,500**	**3,038,400**	**-**	**7,837,200**
1. งบดำเนินงาน	**บาท**	**17,584,100**	**17,584,100**	**15,756,900**	**2,404,200**	**500,000**	**5,700,800**	**1,327,200**	**2,440,700**	**-**	**7,038,400**
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**บาท**	**16,265,500**	**16,265,500**	**14,438,300**	**1,909,800**	**500,000**	**5,206,400**	**1,327,200**	**2,110,900**	**-**	**7,038,400**
1.1.2 ค่าใช้สอย	**บาท**	**15,971,100**	**15,971,100**	**14,143,900**	**1,909,800**	**500,000**	**4,912,000**	**1,327,200**	**2,110,900**	**-**	**7,038,400**
(3) ค่าจ้างเหมาบริการ	บาท	2,576,400	2,576,400	1,000,000	300,000	500,000	200,000	1,076,400	500,000	-	1,576,400
2569-020401-001 โครงการจัดทำแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์ผู้ช่วยอัจฉริยะด้านการค้าระหว่างประเทศ ระยะที่ 1		1,000,000	1,000,000	1,000,000	300,000	-	-	-	-	-	700,000
2569-020401-002 โครงการจัดทำสถาปัตยกรรมองค์กร (DITP Enterprise Architecture: EA)		500,000	500,000	-	-	500,000	200,000	-	-	-	300,000
2569-020401-007 โครงการตรวจรับรองมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO 27001) ปี 2569		1,076,400	1,076,400	-	-	-	-	1,076,400	500,000	-	576,400
(1) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พักและค่าพาหนะ	บาท	800	800	-	-	-	-	800	800	-	-
2569-020401-009 โครงการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการภาครัฐ		800	800	-	-	-	-	800	800	-	-
(24) ค่าบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์หรือระบบสารสนเทศ	บาท	13,393,900	13,393,900	13,143,900	**1,609,800**	-	**4,712,000**	250,000	**1,610,100**	-	5,462,000
2569-020401-004 โครงการบำรุงรักษาเว็บไซต์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และระบบของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปี 2569		13,393,900	13,393,900	13,143,900	1,609,800	-	4,712,000	250,000	1,610,100	-	5,462,000
1.1.3 ค่าวัสดุ	**บาท**	**294,400**	**294,400**	**294,400**	**-**	**-**	**294,400**	**-**	**-**	**-**	**-**
(1) วัสดุคอมพิวเตอร์	บาท	294,400	294,400	294,400	-	-	294,400	-	-	-	-
2569-020401-006 ชุดโปรแกรมป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์		294,400	294,400	294,400	-	-	294,400	-	-	-	-
1.2 ค่าสาธารณูปโภค	**บาท**	**1,318,600**	**1,318,600**	**1,318,600**	**494,400**	**-**	**494,400**	**-**	**329,800**	**-**	**-**
(5) ค่าบริการสื่อสารและโทรคมนาคม	บาท	1,318,600	1,318,600	1,318,600	494,400	-	494,400	-	329,800	-	-
2569-020401-005 โครงการเช่าระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพร้อมวงจรสื่อสารสัญญาณ ปี 2569		1,318,600	1,318,600	1,318,600	494,400	-	494,400	-	329,800	-	-
2. งบลงทุน	**บาท**	**2,076,800**	**2,076,800**	**2,076,800**	**-**	**-**	**2,076,800**	**-**	**-**	**-**	**-**
2.1 ค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	**บาท**	**2,076,800**	**2,076,800**	**2,076,800**	**-**	**-**	**2,076,800**	**-**	**-**	**-**	**-**
2.1.1 ค่าครุภัณฑ์	**บาท**	**2,076,800**	**2,076,800**	**2,076,800**	**-**	**-**	**2,076,800**	**-**	**-**	**-**	**-**
2.1.1.2 ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	**บาท**	**2,076,800**	**2,076,800**	**2,076,800**	**-**	**-**	**2,076,800**	**-**	**-**	**-**	**-**
(1) ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ที่มีราคาต่อหน่วยต่ำกว่า 1 ล้านบาท รวม 2 รายการ (รวม 88 หน่วย)	**บาท**	**2,076,800**	**2,076,800**	**2,076,800**	**-**	**-**	**2,076,800**	**-**	**-**	**-**	**-**

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-020401-003 โครงการจัดซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครือข่ายและลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ในส่วนกลาง ปี 2569		2,076,800	2,076,800	2,076,800	-	-	2,076,800	-	-	-	-
- เครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับงานประมวลผล แบบที่ 2 พร้อมชุดโปรแกรมสำหรับระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง สำหรับส่วนกลาง 44 เครื่อง	บาท	1,592,800	1,592,800	1,592,800	-	-	1,592,800	-	-	-	-
- ชุดโปรแกรมจัดการสำนักงาน สำหรับส่วนกลาง 44 ชุด	บาท	484,000	484,000	484,000	-	-	484,000	-	-	-	-
4. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**2,195,300**	**2,195,300**	**1,997,000**	**-**	**-**	**798,800**	**198,300**	**597,700**	**-**	**798,800**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	198,300	198,300	-	-	-	-	198,300	198,300	-	-
2569-020401-009 โครงการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการภาครัฐ		198,300	198,300	-	-	-	-	198,300	198,300	-	-
2) ค่าจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ	บาท	1,997,000	1,997,000	1,997,000	-	-	798,800	-	399,400	-	798,800
2569-020401-008 โครงการจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ ปี 2569		1,997,000	1,997,000	1,997,000	-	-	798,800	-	399,400	-	798,800
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ	บาท	16,175,800	16,175,800	5,575,800	-	5,700,000	3,772,700	3,900,000	2,000,000	1,000,000	10,403,100
โครงการ : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	**บาท**	**16,175,800**	**16,175,800**	**5,575,800**	**-**	**5,700,000**	**3,772,700**	**3,900,000**	**2,000,000**	**1,000,000**	**10,403,100**
กิจกรรมหลัก : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	**บาท**	**16,175,800**	**16,175,800**	**5,575,800**	**-**	**5,700,000**	**3,772,700**	**3,900,000**	**2,000,000**	**1,000,000**	**10,403,100**
กิจกรรมย่อย : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	**บาท**	**16,175,800**	**16,175,800**	**5,575,800**	**-**	**5,700,000**	**3,772,700**	**3,900,000**	**2,000,000**	**1,000,000**	**10,403,100**
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-	-	-
1. งบรายจ่ายอื่น	บาท	16,175,800	16,175,800	5,575,800	-	5,700,000	3,772,700	3,900,000	2,000,000	1,000,000	10,403,100
1) ค่าครุภัณฑ์	บาท	2,575,800	2,575,800	2,575,800	-	-	772,700	-	-	-	1,803,100
(1) พัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า 1 ระบบ (ผูกพันงบประมาณ ปี 69 : 2.5758 ล้านบาท / ปี 70 : 10.3032 ล้านบาท)	บาท	2,575,800	2,575,800	2,575,800	-	-	772,700	-	-	-	1,803,100
2569-100101-001 โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า		2,575,800	2,575,800	2,575,800	-	-	772,700	-	-	-	1,803,100
2) ค่าใช้จ่ายในการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	บาท	13,600,000	13,600,000	3,000,000	-	5,700,000	3,000,000	3,900,000	2,000,000	1,000,000	8,600,000
2569-100101-002 โครงการบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2569		6,700,000	6,700,000	-	-	5,700,000	-	-	2,000,000	1,000,000	4,700,000
1) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LogistiX 2026)		1,000,000	1,000,000	-	-	-	-	-	-	1,000,000	1,000,000
2) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า THAIFEX-HOREC ASIA 2026		2,000,000	2,000,000	-	-	2,000,000	-	-	2,000,000	-	-
3) บริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอาหาร ปี 2569 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2026)		3,700,000	3,700,000	-	-	3,700,000	-	-	-	-	3,700,000
2569-100101-003 โครงการสร้างและยกระดับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล ปีงบประมาณ 2569		6,000,000	6,000,000	3,000,000	-	-	3,000,000	3,000,000	-	-	3,000,000
2569-100101-004 โครงการประชาสัมพันธ์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ		900,000	900,000	-	-	-	-	900,000	-	-	900,000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	บาท	2,030,000	2,030,000	2,030,000	507,300	-	507,300	-	507,300	-	508,100
โครงการ : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	บาท	2,030,000	2,030,000	2,030,000	507,300	-	507,300	-	507,300	-	508,100
กิจกรรมหลัก : การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	บาท	2,030,000	2,030,000	2,030,000	507,300	-	507,300	-	507,300	-	508,100
กิจกรรมย่อย : การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	บาท	2,030,000	2,030,000	2,030,000	507,300	-	507,300	-	507,300	-	508,100
งบประมาณ				-	-	-	-	-	-	-	-
1. งบดำเนินงาน	บาท	2,030,000	2,030,000	2,030,000	507,300	-	507,300	-	507,300	-	508,100
1) ค่าบริการหรือจัดหาระบบคลาวด์	บาท	2,030,000	2,030,000	2,030,000	507,300	-	507,300	-	507,300	-	508,100
2569-110101-001 โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ		2,030,000	2,030,000	2,030,000	507,300	-	507,300	-	507,300	-	508,100

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (สยค.)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	87.05	87.05	87.86	87.86	95.89	93.24	100.00	100.00
			ไตรมาส	87.05	87.05	0.81	0.81	8.03	5.38	4.11	6.76
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	**1,797,600**	**1,797,600**	**1,564,800**	**1,564,800**	**14,600**	**14,600**	**144,400**	**96,700**	**73,800**	**121,500**
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	**บาท**	**1,797,600**	**1,797,600**	**1,564,800**	**1,564,800**	**14,600**	**14,600**	**144,400**	**96,700**	**73,800**	**121,500**
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**บาท**	**1,797,600**	**1,797,600**	**1,564,800**	**1,564,800**	**14,600**	**14,600**	**144,400**	**96,700**	**73,800**	**121,500**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร	**บาท**	**1,797,600**	**1,797,600**	**1,564,800**	**1,564,800**	**14,600**	**14,600**	**144,400**	**96,700**	**73,800**	**121,500**
กิจกรรมย่อย : พัฒนาระบบราชการติดตามและประเมินภาวะเศรษฐกิจ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ และประเมินผล	**บาท**	**1,797,600**	**1,797,600**	**1,564,800**	**1,564,800**	**14,600**	**14,600**	**144,400**	**96,700**	**73,800**	**121,500**
1. งบดำเนินงาน	**บาท**	**497,600**	**497,600**	**264,800**	**264,800**	**14,600**	**14,600**	**144,400**	**96,700**	**73,800**	**121,500**
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**บาท**	**497,600**	**497,600**	**264,800**	**264,800**	**14,600**	**14,600**	**144,400**	**96,700**	**73,800**	**121,500**
1.1.1 ค่าตอบแทน	**บาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
1.1.2 ค่าใช้สอย	**บาท**	**441,500**	**441,500**	**264,800**	**264,800**	**14,600**	**14,600**	**96,700**	**96,700**	**65,400**	**65,400**
(1) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พักและค่าพาหนะ (ยุทธศาสตร์)	บาท	1,200	1,200	**1,200**	**1,200**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2569-020202-002 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุกและติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	บาท	1,200	1,200	1,200	1,200	-	-	-	-	-	-
(2) ค่าจ้างเหมาบริการ (ก.พ.ร.)	บาท	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(3) ค่าใช้จ่ายในการสัมมนาและฝึกอบรม (ก.พ.ร.)	บาท	240,000	240,000	202,000	202,000	1,000	1,000	20,000	20,000	17,000	17,000
2569-020202-001 โครงการสนับสนุนการพัฒนาระบบราชการ	บาท	240,000	240,000	202,000	202,000	1,000	1,000	20,000	20,000	17,000	17,000
(4) ค่ารับรองและพิธีการ	บาท	**194,300**	**194,300**	**55,600**	**55,600**	**13,600**	**13,600**	**76,700**	**76,700**	**48,400**	**48,400**
2569-020202-003 โครงการประชุมผู้บริหารกรม และ/หรือ หน่วยงานอื่นๆ	บาท	132,100	132,100	17,400	17,400	12,600	12,600	64,700	64,700	37,400	37,400
2569-020202-001 โครงการสนับสนุนการพัฒนาระบบราชการ	บาท	40,000	40,000	16,000	16,000	1,000	1,000	12,000	12,000	11,000	11,000
2569-020202-002 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุกและติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	บาท	22,200	22,200	22,200	22,200	-	-	-	-	-	-
(5) ค่าภาษีและค่าธรรมเนียม (ยุทธศาสตร์)	บาท	**6,000**	**6,000**	**6,000**	**6,000**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2569-020202-002 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุกและติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	บาท	6,000	6,000	**6,000**	**6,000**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
1.1.3 ค่าวัสดุ	**บาท**	**56,100**	**56,100**	**-**	**-**	**-**	**-**	**47,700**	**-**	**8,400**	**56,100**
(1) วัสดุสำนักงาน	บาท	**28,400**	**28,400**	**-**	**-**	**-**	**-**	**20,000**	**-**	**8,400**	**28,400**
2569-020202-003 โครงการประชุมผู้บริหารกรม และ/หรือ หน่วยงานอื่นๆ	บาท	8,400	8,400	-	-	-	-	-	-	8,400	8,400

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-020202-002 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุกและติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	บาท	20,000	20,000	-	-	-	-	20,000	-	-	20,000
(6) วัสดุหนังสือ วารสาร และตำรา (ยุทธศาสตร์)	บาท	**27,700**	**27,700**	**-**	**-**	**-**	**-**	**27,700**	**-**	**-**	**27,700**
2569-020202-002 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุกและติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	บาท	27,700	27,700	**-**	**-**	**-**	**-**	**27,700**	**-**	**-**	**27,700**
4. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**1,300,000**	**1,300,000**	**1,300,000**	**1,300,000**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	**บาท**	**1,300,000**	**1,300,000**	**1,300,000**	**1,300,000**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2569-020202-002 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุกและติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	บาท	1,300,000	1,300,000	**1,300,000**	**1,300,000**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กลุ่มตรวจสอบภายใน (กตส.)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	52.80	52.80	61.41	61.41	84.54	84.54	100.00	100.00
			ไตรมาส	52.80	52.80	8.61	8.61	23.14	23.14	15.46	15.46
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	**1,695,200**	**1,695,200**	**895,100**	**895,100**	**145,900**	**145,900**	**392,200**	**392,200**	**262,000**	**262,000**
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	**บาท**	**1,195,300**	**1,195,300**	**395,200**	**395,200**	**145,900**	**145,900**	**392,200**	**392,200**	**262,000**	**262,000**
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**บาท**	**1,195,300**	**1,195,300**	**395,200**	**395,200**	**145,900**	**145,900**	**392,200**	**392,200**	**262,000**	**262,000**
กิจกรรมหลัก : พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร	**บาท**	**1,195,300**	**1,195,300**	**395,200**	**395,200**	**145,900**	**145,900**	**392,200**	**392,200**	**262,000**	**262,000**
กิจกรรมย่อย : ตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงาน	**บาท**	**1,195,300**	**1,195,300**	**395,200**	**395,200**	**145,900**	**145,900**	**392,200**	**392,200**	**262,000**	**262,000**
1. งบดำเนินงาน	**บาท**	**3,100**	**3,100**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**1,000**	**1,000**
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**บาท**	**3,100**	**3,100**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**1,000**	**1,000**
1.1.2 ค่าใช้สอย	**บาท**	**3,100**	**3,100**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**1,000**	**1,000**
(1) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พักและค่าพาหนะ	**บาท**	**3,100**	**3,100**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**700**	**1,000**	**1,000**
2569-020203-001 โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ											
1) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลีส		700	700	700	700	-	-	-	-	-	-
2) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ		700	700	-	-	700	700	-	-	-	-
3) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด		700	700	-	-	-	-	700	700	-	-
4) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้		1,000	1,000	-	-	-	-	-	-	1,000	1,000
4. งบรายจ่ายอื่น	**บาท**	**1,192,200**	**1,192,200**	**394,500**	**394,500**	**145,200**	**145,200**	**391,500**	**391,500**	**261,000**	**261,000**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	**บาท**	**1,192,200**	**1,192,200**	**394,500**	**394,500**	**145,200**	**145,200**	**391,500**	**391,500**	**261,000**	**261,000**
2569-020203-001 โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ											
1) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลีส		394,500	394,500	394,500	394,500	-	-	-	-	-	-
2) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ		145,200	145,200	-	-	145,200	145,200	-	-	-	-
3) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด		391,500	391,500	-	-	-	-	391,500	391,500	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
4) โครงการคณะเจ้าหน้าที่เดินทางไปตรวจสอบและให้คำปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้		261,000	261,000	-	-			-	-	261,000	261,000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
กิจกรรมย่อย : บริหารและอำนวยการ (ส่วนกลาง)	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
1. งบดำเนินงาน	บาท	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. งบลงทุน	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
2.1 ค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
2.1.1 ค่าครุภัณฑ์	บาท	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.1.2 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
2.1.2.1 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
(1) ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้างที่มีราคาต่อหน่วยต่ำกว่า 10 ล้านบาท รวม 1 รายการ (รวม 1 หน่วย)	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-
(1.1) ปรับปรุงสำนักงาน (ห้อง 20706) ฝั่งทิศใต้ ชั้น 7 อาคาร 2 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 งาน	บาท	499,900	499,900	499,900	499,900	-	-	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักบริหารกลาง (พบ)

			เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
			สะสม	22.95	22.95	36.58	36.58	61.84	61.84	100.00	100.00
			ไตรมาส	22.95	22.95	13.63	13.63	25.26	25.26	38.16	38.16
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	บาท	898,100	898,100	206,100	206,100	122,400	122,400	226,900	226,900	342,700	342,700
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	บาท	898,100	898,100	206,100	206,100	122,400	122,400	226,900	226,900	342,700	342,700
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	บาท	898,100	898,100	206,100	206,100	122,400	122,400	226,900	226,900	342,700	342,700
กิจกรรมหลัก : พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร	บาท	898,100	898,100	206,100	206,100	122,400	122,400	226,900	226,900	342,700	342,700
กิจกรรมย่อย : พัฒนาบุคลากร	บาท	898,100	898,100	206,100	206,100	122,400	122,400	226,900	226,900	342,700	342,700
1. งบดำเนินงาน	บาท	677,500	677,500	206,100	206,100	122,400	122,400	6,300	6,300	342,700	342,700
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	บาท	677,500	677,500	206,100	206,100	122,400	122,400	6,300	6,300	342,700	342,700
1.1.1 ค่าตอบแทน	บาท	11,300	11,300	11,300	11,300	-	-	-	-	-	-
(1) ค่าตอบแทนคณะกรรมการ	บาท	11,300	11,300	11,300	11,300	-	-	-	-	-	-
2569-020201-001 โครงการส่งเสริมและพัฒนาสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีคุณธรรม		11,300	11,300	11,300	11,300	-	-	-	-	-	-
1) โครงการส่งเสริมและขับเคลื่อนงานด้านจริยธรรม และองค์กรพาณิชย์คุณธรรม		11,300	11,300	11,300	11,300	-	-	-	-	-	-
1.1.2 ค่าใช้สอย	บาท	666,200	666,200	194,800	194,800	122,400	122,400	6,300	6,300	342,700	342,700
(4) ค่าใช้จ่ายในการสัมมนาและฝึกอบรม	บาท	666,200	666,200	194,800	194,800	122,400	122,400	6,300	6,300	342,700	342,700
2569-020201-001 โครงการส่งเสริมและพัฒนาสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีคุณธรรม		64,500	64,500	6,300	6,300	41,000	41,000	6,300	6,300	10,900	10,900
1) โครงการส่งเสริมและขับเคลื่อนงานด้านจริยธรรม และองค์กรพาณิชย์คุณธรรม		12,600	12,600	6,300	6,300	-	-	6,300	6,300	-	-
2) หลักสูตรเสริมสร้างการเป็นข้าราชการที่ดี ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานทางจริยธรรม พ.ศ. 2562		27,000	27,000	-	-	27,000	27,000	-	-	-	-
3) หลักสูตรการป้องกัน และปลุกจิตสำนึกในการต่อต้านการทุจริต		10,900	10,900	-	-	-	-	-	-	10,900	10,900
4) หลักสูตรเกี่ยวกับการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น		14,000	14,000	-	-	14,000	14,000	-	-	-	-
2569-020201-002 โครงการพัฒนาและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความร่วมมือในการทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ		180,000	180,000	-	-	20,000	20,000	-	-	160,000	160,000
1) หลักสูตรการสร้างทัศนคติที่ดีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน		180,000	180,000	-	-	20,000	20,000	-	-	160,000	160,000

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
2569-020201-003 โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ		91,700	91,700	48,500	48,500	21,400	21,400	-	-	21,800	21,800
1) หลักสูตร DITP Orientation ปีงบประมาณ 2569		26,000	26,000	26,000	26,000	-	-	-	-	-	-
2) หลักสูตรการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพแก่บุคลากรด้านดิจิทัลเพื่อการปฏิบัติงาน		21,800	21,800	-	-	-	-	-	-	21,800	21,800
3) หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญตามสายงาน		22,500	22,500	22,500	22,500	-	-	-	-	-	-
4) หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรเพื่อการปฏิบัติงานที่หลากหลาย		21,400	21,400	-	-	21,400	21,400	-	-	-	-
2569-020201-004 โครงการพัฒนาสมรรถนะ และขีดความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรม (เรียนรู้เฉพาะราย)		330,000	330,000	140,000	140,000	40,000	40,000	-	-	150,000	150,000
1) หลักสูตรการเตรียมความพร้อมบุคลากรก้าวสู่ตำแหน่งในระดับสูงต่อไป		250,000	250,000	100,000	100,000	-	-	-	-	150,000	150,000
2) หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญตามสายงาน และสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจกรม (พัสดุ คลัง ตรวจสอบภายใน แผน ภาษา)		80,000	80,000	40,000	40,000	40,000	40,000			-	-
4. งบรายจ่ายอื่น	บาท	220,600	220,600	-	-	-	-	220,600	220,600	-	-
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	บาท	220,600	220,600	-	-	-	-	220,600	220,600	-	-
2569-020201-003 โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ		220,600	220,600	-	-	-	-	220,600	220,600	-	-
1) หลักสูตรการเตรียมความพร้อมข้าราชการสายสนับสนุนไปฝึกปฏิบัติงานในต่างประเทศ		220,600	220,600	-	-	-	-	220,600	220,600	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักบริหารกลาง (สบก.)

		เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
		สะสม	76.18	52.41	81.73	66.50	95.06	81.60	100.00	95.46
		ไตรมาส	76.18	52.41	5.55	14.09	13.33	15.10	4.94	13.86
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น	**บาท**	131,485,700	100,168,000	68,912,800	7,300,800	18,529,800	17,527,400	19,853,700	6,489,500	18,218,800
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	**บาท**	131,485,700	100,168,000	68,912,800	7,300,800	18,529,800	17,527,400	19,853,700	6,489,500	18,218,800
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**บาท**	131,485,700	100,168,000	68,912,800	7,300,800	18,529,800	17,527,400	19,853,700	6,489,500	18,218,800
กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**บาท**	131,485,700	100,168,000	68,912,800	7,300,800	18,529,800	17,527,400	19,853,700	6,489,500	18,218,800
1. งบดำเนินงาน	**บาท**	121,534,700	90,217,000	65,927,500	7,300,800	18,529,800	17,527,400	19,356,200	6,489,500	17,721,200
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**บาท**	104,242,700	86,606,200	62,316,700	3,688,500	14,917,500	12,494,000	14,322,800	1,454,000	12,685,700
1.1.1 ค่าตอบแทน	**บาท**	3,252,500	935,200	935,200	935,400	935,400	690,900	690,900	691,000	691,000
(1) ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ	บาท	1,317,800	329,500	329,500	329,400	329,400	329,400	329,400	329,500	329,500
(2) ค่าเบี้ยประชุมกรรมการ	บาท	150,000	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500
(5) ค่าตอบแทนคณะกรรมการ	บาท	488,700	244,200	244,200	244,500	244,500	-	-	-	-
(6) ค่าตอบแทนเหมาจ่ายแทนการจัดหารถประจำตำแหน่ง 4 อัตรา	บาท	1,296,000	324,000	324,000	324,000	324,000	324,000	324,000	324,000	324,000
(7) ค่าตอบแทนที่ปรึกษาด้านกฎหมาย	บาท		-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.2 ค่าใช้สอย	**บาท**	97,374,800	84,238,000	60,113,400	1,217,000	12,391,400	11,156,800	12,930,900	763,000	11,939,100
(1) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พักและค่าพาหนะ	บาท	60,000	30,000	30,000	30,000	30,000	-	-	-	-
	บาท	60,000	30,000	30,000	30,000	30,000	-	-	-	-
(2) ค่าเช่าทรัพย์สิน	บาท	748,700	748,700	186,900	-	186,900	-	187,300	-	187,600
(3) ค่าจ้างเหมาบริการ	บาท	6,707,900	6,370,400	1,609,200	247,500	1,834,200	15,000	1,601,700	75,000	1,662,800
	บาท	6,347,900	6,347,900	1,586,700	-	1,586,700	-	1,586,700	-	1,587,800
	บาท	300,000	-	-	225,000	225,000	-	-	75,000	75,000
	บาท	60,000	22,500	22,500	22,500	22,500	15,000	15,000	-	-
(5) ค่ารับรองและพิธีการ	บาท	1,249,000	150,000	150,000	300,000	300,000	374,400	374,400	424,600	424,600
	บาท	1,049,000	150,000	150,000	150,000	150,000	374,400	374,400	374,600	374,600
	บาท	200,000	-	-	150,000	150,000	-	-	50,000	50,000
(6) ค่าภาษีและค่าธรรมเนียม	บาท	2,108,800	239,100	239,100	239,600	239,600	1,366,700	1,366,700	263,400	263,400
- ค่าภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง/ ค่าประกันภัยรถยนต์และต่อ พ.ร.บ.		1,603,800	49,800	49,800	50,200	50,200	1,303,600	1,303,600	200,200	200,200
- ค่าธรรมเนียมศาล		505,000	189,300	189,300	189,400	189,400	63,100	63,100	63,200	63,200
(9) ค่าซ่อมแซมยานพาหนะและขนส่ง	บาท	211,200	105,600	105,600	105,600	105,600	-	-	-	-
(10) ค่าซ่อมแซมครุภัณฑ์	บาท	328,800	183,000	183,000	145,800	145,800	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 (ใช้จ่าย-เบิกจ่าย)

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักบริหารกลาง (สบก.)

เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
สะสม	76.18	52.41	81.73	66.50	95.06	81.60	100.00	95.46
ไตรมาส	76.18	52.41	5.55	14.09	13.33	15.10	4.94	13.86

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยนับ	พ.ร.บ.	ไตรมาส 1		ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ไตรมาส 4	
		แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
(11) ค่าซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง	บาท	297,000	148,500	148,500	148,500	148,500	-	-	-	-
(15) ค่าจ้างเหมาบุคลากรช่วยปฏิบัติงาน	บาท	37,603,100	28,202,400	9,400,800	-	9,400,800	9,400,700	9,400,800	-	9,400,700
รายการผูกพันฯ ตามสัญญาและ มาตรา 23										
(17) ค่าเช่าที่ดินการรถไฟแห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก	บาท	48,060,300	48,060,300	48,060,300	-	-	-	-	-	-
1.1.3 ค่าวัสดุ	**บาท**	3,615,400	1,433,000	1,268,100	1,536,100	1,590,700	646,300	701,000	-	55,600
(1) วัสดุสำนักงาน	บาท	1,208,200	604,100	604,100	604,100	604,100	-	-	-	-
(2) วัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	บาท	1,010,800	505,200	505,200	505,600	505,600	-	-	-	-
(3) วัสดุงานบ้านงานครัว	บาท	136,300	136,300	33,900	-	33,900	-	33,900	-	34,600
(4) วัสดุไฟฟ้าและวิทยุ	บาท	86,300	40,000	40,000	46,300	46,300	-	-	-	-
(5) วัสดุโฆษณาและเผยแพร่	บาท	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(6) วัสดุหนังสือ วารสาร และตำรา	บาท	83,200	83,200	20,700	-	20,700	-	20,800	-	21,000
(8) วัสดุยานพาหนะและขนส่ง	บาท	98,600	49,200	49,200	49,400	49,400	-	-	-	-
(9) วัสดุเวชภัณฑ์	บาท	15,700	-	-	15,700	15,700	-	-	-	-
(10) วัสดุการเกษตร	บาท	30,000	15,000	15,000	15,000	15,000	-	-	-	-
(11) วัสดุคอมพิวเตอร์	บาท	946,300	-	-	300,000	300,000	646,300	646,300	-	-
1.2 ค่าสาธารณูปโภค	**บาท**	17,292,000	3,610,800	3,610,800	3,612,300	3,612,300	5,033,400	5,033,400	5,035,500	5,035,500
(1) ค่าโทรศัพท์	บาท	2,250,000	468,600	468,600	468,900	468,900	656,100	656,100	656,400	656,400
(2) ค่าน้ำประปา	บาท	691,800	144,000	144,000	144,200	144,200	201,600	201,600	202,000	202,000
(3) ค่าไปรษณีย์	บาท	305,000	63,300	63,300	63,700	63,700	88,800	88,800	89,200	89,200
(4) ค่าไฟฟ้า	บาท	13,825,400	2,880,000	2,880,000	2,880,500	2,880,500	4,032,000	4,032,000	4,032,900	4,032,900
(5) ค่าบริการสื่อสารและโทรคมนาคม	บาท	219,800	54,900	54,900	55,000	55,000	54,900	54,900	55,000	55,000
2. งบลงทุน	**บาท**	9,951,000	9,951,000	2,985,300	-	-	-	497,500	-	497,600
2.1 ค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	**บาท**	9,951,000	9,951,000	2,985,300	-	-	-	497,500	-	497,600
2.1.1 ค่าครุภัณฑ์	**บาท**	-	-	-	-	-	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

					เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
					สะสม	40.27	40.27	57.77	57.77	93.70	93.70	100.00	100.00
					ไตรมาส	40.27	40.27	17.51	17.51	35.93	35.93	6.30	6.30
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
			แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น		**บาท**	**789,104,500**	**789,104,500**	**317,736,200**	**317,736,200**	**138,138,500**	**138,138,500**	**283,548,000**	**283,548,000**	**49,681,800**	**49,681,800**
แผนงานบุคลากรภาครัฐ (ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน)	**สบก.**	**บาท**	**789,104,500**	**789,104,500**	**317,736,200**	**317,736,200**	**138,138,500**	**138,138,500**	**283,548,000**	**283,548,000**	**49,681,800**	**49,681,800**
รายการบุคลากรภาครัฐ	**สบก.**	**บาท**	**789,104,500**	**789,104,500**	**317,736,200**	**317,736,200**	**138,138,500**	**138,138,500**	**283,548,000**	**283,548,000**	**49,681,800**	**49,681,800**
1. งบบุคลากร	**สบก.**	**บาท**	**574,647,300**	**574,647,300**	**136,516,700**	**136,516,700**	**136,516,500**	**136,516,500**	**253,536,400**	**253,536,400**	**48,077,700**	**48,077,700**
1.1 เงินเดือนและค่าจ้างประจำ	**สบก.**	**บาท**	**394,526,800**	**394,526,800**	**91,741,300**	**91,741,300**	**91,741,100**	**91,741,100**	**165,376,100**	**165,376,100**	**45,668,300**	**45,668,300**
1.1.1 เงินเดือน	สบก.	บาท	**387,325,400**	**387,325,400**	**89,941,000**	**89,941,000**	**89,940,800**	**89,940,800**	**163,575,800**	**163,575,800**	**43,867,800**	**43,867,800**
(1) อัตราเดิม 406 อัตรา	สบก.	บาท	160,413,200	160,413,200	40,103,400	40,103,400	40,103,200	40,103,200	40,103,600	40,103,600	40,103,000	40,103,000
(2) เงินประจำตำแหน่ง 65 อัตรา	สบก.	บาท	5,908,800	5,908,800	1,477,200	1,477,200	1,477,200	1,477,200	1,477,200	1,477,200	1,477,200	1,477,200
(3) เงิน พ.ข.ต. ประจำ 90 อัตรา	สบก.	บาท	211,852,400	211,852,400	46,072,600	46,072,600	46,072,600	46,072,600	119,707,200	119,707,200	-	-
(4) เงินค่าตอบแทนรายเดือนสำหรับข้าราชการ 141 อัตรา	สบก.	บาท	9,058,800	9,058,800	2,264,700	2,264,700	2,264,700	2,264,700	2,264,700	2,264,700	2,264,700	2,264,700
(5) เงินเพิ่มสำหรับตำแหน่งที่มีเหตุพิเศษ 1 อัตรา	สบก.	บาท	24,000	24,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
(6) เงินช่วยเหลือการครองชีพข้าราชการระดับต้น 5 อัตรา	สบก.	บาท	68,200	68,200	17,100	17,100	17,100	17,100	17,100	17,100	16,900	16,900
1.1.2 ค่าจ้างประจำ	สบก.	บาท	**7,201,400**	**7,201,400**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,500**	**1,800,500**
(1) อัตราเดิม 17 อัตรา	สบก.	บาท	**7,201,400**	**7,201,400**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,300**	**1,800,500**	**1,800,500**
1.2 ค่าจ้างชั่วคราว	**สบก.**	**บาท**	**170,484,100**	**170,484,100**	**42,366,400**	**42,366,400**	**42,366,400**	**42,366,400**	**85,751,300**	**85,751,300**	**-**	**-**
1.2.1 ค่าจ้างชั่วคราว	**สบก.**	**บาท**	**170,484,100**	**170,484,100**	**42,366,400**	**42,366,400**	**42,366,400**	**42,366,400**	**85,751,300**	**85,751,300**	**-**	**-**
(1) ค่าจ้างรายเดือนสำหรับลูกจ้างชั่วคราวในต่างประเทศ 180 อัตรา	สบก.	บาท	**170,484,100**	**170,484,100**	**42,366,400**	**42,366,400**	**42,366,400**	**42,366,400**	**85,751,300**	**85,751,300**	**-**	**-**
1.3 ค่าตอบแทนพนักงานราชการ	**สบก.**	**บาท**	**9,636,400**	**9,636,400**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,400**	**2,409,400**
1.3.1 ค่าตอบแทนพนักงานราชการ	**สบก.**	**บาท**	**9,636,400**	**9,636,400**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,400**	**2,409,400**
(1) ค่าตอบแทนพนักงานราชการ	สบก.	บาท	**9,636,400**	**9,636,400**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,000**	**2,409,400**	**2,409,400**
(1.1) ค่าตอบแทนพนักงานราชการ อัตราเดิม 33 อัตรา	สบก.	บาท	**9,276,400**	**9,276,400**	**2,319,000**	**2,319,000**	**2,319,000**	**2,319,000**	**2,319,000**	**2,319,000**	**2,319,400**	**2,319,400**
(1.2) ค่าตอบแทนพนักงานราชการ อัตราใหม่ 5 อัตรา	สบก.	บาท	**360,000**	**360,000**	**90,000**	**90,000**	**90,000**	**90,000**	**90,000**	**90,000**	**90,000**	**90,000**
2. งบดำเนินงาน	**สบก.**	**บาท**	**214,457,200**	**214,457,200**	**181,219,500**	**181,219,500**	**1,622,000**	**1,622,000**	**30,011,600**	**30,011,600**	**1,604,100**	**1,604,100**
2.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**สบก.**	**บาท**	**214,457,200**	**214,457,200**	**181,219,500**	**181,219,500**	**1,622,000**	**1,622,000**	**30,011,600**	**30,011,600**	**1,604,100**	**1,604,100**
(1) รายการไม่ผูกพัน	สบก.	บาท	**214,457,200**	**214,457,200**	**181,219,500**	**181,219,500**	**1,622,000**	**1,622,000**	**30,011,600**	**30,011,600**	**1,604,100**	**1,604,100**
(1) ค่าเช่าบ้าน 106 อัตรา ปีเดียว 99 เดิม 7 ใหม่ -	สบก.	บาท	**137,484,700**	**137,484,700**	**136,611,700**	**136,611,700**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**
- ในประเทศ 20 ราย	สบก.	บาท	**1,164,000**	**1,164,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**	**291,000**
- ต่างประเทศ 79 ราย	สบก.	บาท	**126,548,600**	**126,548,600**	**126,548,600**	**126,548,600**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
- ค่าเช่าบ้านของข้าราชการในต่างประเทศ (ผูกพันเดิม) 7 ราย	สบก.	บาท	**9,772,100**	**9,772,100**	**9,772,100**	**9,772,100**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
- ค่าเช่าบ้านของข้าราชการในต่างประเทศ (ผูกพันใหม่) - ราย	สบก.	บาท	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
(2) ค่าตอบแทนพิเศษข้าราชการเงินเดือนเต็มขั้น 11 อัตรา	สบก.	บาท	**240,500**	**240,500**	**60,500**	**60,500**	**59,800**	**59,800**	**60,200**	**60,200**	**60,000**	**60,000**
(3) เงินพิเศษจ่ายแก่ลูกจ้างในต่างประเทศ 180 อัตรา โบนัส 180 เกษียณ 3 ค่าจ้างชั่วคราว 2	สบก.	บาท	**37,358,800**	**37,358,800**	**17,538,900**	**17,538,900**	**-**	**-**	**19,819,900**	**19,819,900**	**-**	**-**

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
			แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/ เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/ เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/ เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/ เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/ เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงิน ต่างประเทศ)
(4) ค่ารักษาพยาบาลข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งที่ประจำอยู่ในต่างประเทศ	สบก./ สคต.	บาท	1,686,600	1,686,600	421,800	421,800	421,500	421,500	422,100	422,100	421,200	421,200
(5) เงินช่วยเหลือการศึกษาบุตรของข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ประจำอยู่ในต่างประเทศ	สบก./ สคต.	บาท	3,021,000	3,021,000	755,400	755,400	755,100	755,100	755,700	755,700	754,800	754,800
(7) เงินสมทบกองทุนประกันสังคม 158 อัตรา	สบก.	บาท	34,649,300	34,649,300	25,831,200	25,831,200	78,300	78,300	8,662,700	8,662,700	77,100	77,100
ในประเทศ 38 อัตรา	สบก.	บาท	312,000	312,000	78,300	78,300	78,300	78,300	78,300	78,300	77,100	77,100
33 ขั้นต่ำ		บาท	297,000	297,000	74,400	74,400	74,400	74,400	74,400	74,400	73,800	73,800
5 อัตราใหม่		บาท	15,000	15,000	3,900	3,900	3,900	3,900	3,900	3,900	3,300	3,300
ต่างประเทศ 120 อัตรา	สบก.	บาท	34,337,300	34,337,300	25,752,900	25,752,900	-	-	8,584,400	8,584,400	-	-
(8) เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน (38 อัตรา)	สบก.	บาท	16,300	16,300	-	-	16,300	16,300	-	-	-	-
33 ขั้นต่ำ		บาท	15,500	15,500	-	-	15,500	15,500	-	-	-	-
5 อัตราใหม่		บาท	800	800	-	-	800	800	-	-	-	-
(9) เงินประกันชีวิตลูกจ้างในต่างประเทศ (- อัตรา)	สบก.	บาท			-	-	-	-	-	-	-	-

แผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคต.)

				เป้าหมาย	37	27	61	53	80	75	100	94
				สะสม	73.95	73.95	75.55	75.55	100.00	100.00	100.00	100.00
				ไตรมาส	73.95	73.95	1.60	1.60	24.45	24.45	-	-
แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
			แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
รวมทั้งสิ้น		**บาท**	**303,685,700**	**303,685,700**	**224,569,600**	**224,569,600**	**4,857,500**	**4,857,500**	**74,258,600**	**74,258,600**	**-**	**-**
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		**บาท**	**303,685,700**	**303,685,700**	**224,569,600**	**224,569,600**	**4,857,500**	**4,857,500**	**74,258,600**	**74,258,600**	**-**	**-**
ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ		**บาท**	**303,685,700**	**303,685,700**	**224,569,600**	**224,569,600**	**4,857,500**	**4,857,500**	**74,258,600**	**74,258,600**	**-**	**-**
กิจกรรมหลัก : ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ	**สบก./สคต.**	**บาท**	**303,685,700**	**303,685,700**	**224,569,600**	**224,569,600**	**4,857,500**	**4,857,500**	**74,258,600**	**74,258,600**	**-**	**-**
กิจกรรมย่อย : ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ	**สบก./สคต.**	**บาท**	**303,685,700**	**303,685,700**	**224,569,600**	**224,569,600**	**4,857,500**	**4,857,500**	**74,258,600**	**74,258,600**	**-**	**-**
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด					-	-	-	-	-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	สคต./สพต.1-2	ราย	155,481	155,481	32,199	-	41,813	-	42,001	-	39,468	-
เชิงคุณภาพ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ	สคต./สพต.1-2	ร้อยละ	85	85	-	-	-	-	-	-	85	-
งบประมาณ												
1. งบดำเนินงาน	**สบก./สคต.**	**บาท**	**258,366,000**	**258,366,000**	**196,325,400**	**196,325,400**	**4,857,500**	**4,857,500**	**57,183,100**	**57,183,100**	**-**	**-**
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**สบก./สคต.**	**บาท**	**233,376,100**	**233,376,100**	**183,830,500**	**183,830,500**	**4,857,500**	**4,857,500**	**44,688,100**	**44,688,100**	**-**	**-**
1.1.1 ค่าตอบแทน	**สบก./สคต.**	**บาท**	**3,373,300**	**3,373,300**	**1,686,600**	**1,686,600**	**-**	**-**	**1,686,700**	**1,686,700**	**-**	**-**
(1) ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ	สบก./สคต.	บาท	3,373,300	3,373,300	1,686,600	1,686,600	-	-	1,686,700	1,686,700	-	-
1.1.2 ค่าใช้สอย	**สบก./สคต.**	**บาท**	**214,623,300**	**214,623,300**	**174,454,300**	**174,454,300**	**4,857,500**	**4,857,500**	**35,311,500**	**35,311,500**	**-**	**-**
(1) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พักและค่าพาหนะ	สบก./สคต.	บาท	2,789,000	2,789,000	1,394,500	1,394,500	-	-	1,394,500	1,394,500	-	-
(2) ค่าเช่าทรัพย์สิน	สบก./สคต.	บาท	2,321,700	2,321,700	1,160,800	1,160,800	-	-	1,160,900	1,160,900	-	-
(3) ค่าจ้างเหมาบริการ	สบก./สคต.	บาท	26,268,400	26,268,400	13,134,200	13,134,200	-	-	13,134,200	13,134,200	-	-
(5) ค่ารับรองและพิธีการ	สบก./สคต.	บาท	3,992,400	3,992,400	1,996,200	1,996,200	-	-	1,996,200	1,996,200	-	-
(6) ค่าภาษีและค่าธรรมเนียม	สบก./สคต.	บาท	3,428,700	3,428,700	1,714,300	1,714,300	-	-	1,714,400	1,714,400	-	-
(8) ค่าย้ายถิ่นที่อยู่	สบก./สคต.	บาท	23,715,000	23,715,000	7,000,000	7,000,000	4,857,500	4,857,500	11,857,500	11,857,500	-	-
(9) ค่าซ่อมแซมยานพาหนะและขนส่ง	สบก./สคต.	บาท	3,125,200	3,125,200	1,562,600	1,562,600	-	-	1,562,600	1,562,600	-	-
(10) ค่าซ่อมแซมครุภัณฑ์	สบก./สคต.	บาท	1,529,400	1,529,400	764,700	764,700	-	-	764,700	764,700	-	-
(11) ค่าซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง	สบก./สคต.	บาท	603,000	603,000	301,500	301,500	-	-	301,500	301,500	-	-
(13) ค่าเบี้ยประกันภัย	สบก./สคต.	บาท	2,850,000	2,850,000	1,425,000	1,425,000	-	-	1,425,000	1,425,000	-	-
(14) ค่ามัดจำค่าเช่าบ้าน	สบก./สคต.	บาท			-	-	-	-	-	-	-	-
(16) ค่าเช่าสำนักงานในต่างประเทศ	สบก./สคต.	บาท	70,463,900	70,463,900	70,463,900	70,463,900	-	-	-	-	-	-
รายการผูกพันฯ ตามสัญญาและ ม. 41/ม. 42	**สบก./สคต.**	**บาท**										
(17) ค่าเช่าสำนักงานในต่างประเทศ (ผูกพันเดิม)	สบก./สคต.	บาท	48,983,100	48,983,100	48,983,100	48,983,100	-	-	-	-	-	-
(18) ค่าเช่าทรัพย์สิน (ผูกพัน)	สบก./สคต.	บาท	127,700	127,700	127,700	127,700	-	-	-	-	-	-
รายการผูกพันฯ ใหม่	**สบก./สคต.**	**บาท**										
(19) ค่าเช่าสำนักงานในต่างประเทศ (ผูกพันใหม่)	สบก./สคต.	บาท	24,425,800	24,425,800	24,425,800	24,425,800	-	-	-	-	-	-
(20) ค่าเช่าทรัพย์สิน (ผูกพันใหม่)	สบก./สคต.	บาท			-				-			
1.1.3 ค่าวัสดุ	**สบก./สคต.**	**บาท**	**15,379,500**	**15,379,500**	**7,689,600**	**7,689,600**	**-**	**-**	**7,689,900**	**7,689,900**	**-**	**-**

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
			แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
(1) วัสดุสำนักงาน	สบก./สคต.	บาท	4,328,400	4,328,400	2,164,200	2,164,200	-	-	2,164,200	2,164,200	-	-
(2) วัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	สบก./สคต.	บาท	6,357,200	6,357,200	3,178,600	3,178,600	-	-	3,178,600	3,178,600	-	-
(3) วัสดุงานบ้านงานครัว	สบก./สคต.	บาท	663,700	663,700	331,800	331,800	-	-	331,900	331,900	-	-
(4) วัสดุไฟฟ้าและวิทยุ	สบก./สคต.	บาท	413,700	413,700	206,800	206,800	-	-	206,900	206,900	-	-
(9) วัสดุเวชภัณฑ์	สบก./สคต.	บาท	175,600	175,600	87,800	87,800	-	-	87,800	87,800	-	-
(6) วัสดุหนังสือ วารสาร และตำรา	สบก./สคต.	บาท	1,261,500	1,261,500	630,700	630,700	-	-	630,800	630,800	-	-
(7) วัสดุคอมพิวเตอร์	สบก./สคต.	บาท	1,118,000	1,118,000	559,000	559,000	-	-	559,000	559,000	-	-
(8) วัสดุยานพาหนะและขนส่ง	สบก./สคต.	บาท	1,061,400	1,061,400	530,700	530,700	-	-	530,700	530,700	-	-
1.2 ค่าสาธารณูปโภค	**สบก./สคต.**	**บาท**	24,989,900	24,989,900	12,494,900	12,494,900	-	-	12,495,000	12,495,000	-	-
(1) ค่าโทรศัพท์	สบก./สคต.	บาท	7,005,400	7,005,400	3,502,700	3,502,700	-	-	3,502,700	3,502,700	-	-
(2) ค่าน้ำประปา	สบก./สคต.	บาท	1,084,200	1,084,200	542,100	542,100	-	-	542,100	542,100	-	-
(3) ค่าไปรษณีย์	สบก./สคต.	บาท	3,190,200	3,190,200	1,595,100	1,595,100	-	-	1,595,100	1,595,100	-	-
(4) ค่าไฟฟ้า	สบก./สคต.	บาท	11,251,200	11,251,200	5,625,600	5,625,600	-	-	5,625,600	5,625,600	-	-
(5) ค่าบริการสื่อสารและโทรคมนาคม	สบก./สคต.	บาท	2,458,900	2,458,900	1,229,400	1,229,400	-	-	1,229,500	1,229,500	-	-
2. งบลงทุน	**สบก./สคต.**	**บาท**	19,776,100	19,776,100	19,776,100	19,776,100	-	-	-	-	-	-
2.1 ค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	**สบก./สคต.**	**บาท**	19,776,100	19,776,100	19,776,100	19,776,100	-	-	-	-	-	-
2.1.1 ค่าครุภัณฑ์	**สบก./สคต.**	**บาท**	15,169,300	15,169,300	15,169,300	15,169,300	-	-	-	-	-	-
2.1.1.1 ครุภัณฑ์ยานพาหนะและขนส่ง	**สบก./สคต.**	**บาท**	15,169,300	15,169,300	15,169,300	15,169,300	-	-	-	-	-	-
(1) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่ต่ำกว่า 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด ราชอาณาจักรสเปน 1 คัน	สบก./สคต.	บาท	2,909,500	2,909,500	2,909,500	2,909,500	-	-	-	-	-	-
(2) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่เกิน 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด ราชอาณาจักรสเปน 1 คัน	สบก./สคต.	บาท	1,849,300	1,849,300	1,849,300	1,849,300	-	-	-	-	-	-
(3) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่เกิน 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน 1 คัน	สบก./สคต.	บาท	2,897,100	2,897,100	2,897,100	2,897,100	-	-	-	-	-	-
(4) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่ต่ำกว่า 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเม็กซิโก สหรัฐเม็กซิโก 1 คัน	สบก./สคต.	บาท	4,810,300	4,810,300	4,810,300	4,810,300	-	-	-	-	-	-
(5) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่ต่ำกว่า 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน 1 คัน	สบก./สคต.	บาท	2,703,100	2,703,100	2,703,100	2,703,100	-	-	-	-	-	-
2.1.1.2 ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	**สบก./สคต.**	**บาท**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.1.1.3 ครุภัณฑ์สำนักงาน	**สบก./สคต.**	**บาท**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.1.1.4 ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	**สบก./สคต.**	**บาท**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.1.2 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	**สบก./สคต.**	**บาท**	4,606,800	4,606,800	4,606,800	4,606,800	-	-	-	-	-	-
2.1.2.1 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	สบก./สคต.	บาท	4,606,800	4,606,800	4,606,800	4,606,800	-	-	-	-	-	-
(1) ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้างที่มีราคาต่อหน่วยต่ำกว่า 10 ล้านบาท รวม 5 รายการ (รวม 5 หน่วย)	สบก./สคต.	บาท	4,606,800	4,606,800	4,606,800	4,606,800	-	-	-	-	-	-
(1.1) ซ่อมแซมหน้าต่างสำนักงาน ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี 1 งาน	สบก./สคต.	บาท	1,442,400	1,442,400	1,442,400	1,442,400	-	-	-	-	-	-

แผนงาน/ผลผลิต/โครงการ/ตัวชี้วัด/กิจกรรม	หน่วยงาน	หน่วยนับ	พ.ร.บ.		ไตรมาส 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาส 2 (ม.ค.-มี.ค.)		ไตรมาส 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาส 4 (ก.ค.-ก.ย.)	
			แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนใช้จ่าย (ลงนามสัญญา/เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)	แผนเบิกจ่าย (เบิกจ่าย/โอนเงินต่างประเทศ)
(1.2) ปรับปรุงพื้นสำนักงาน ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน ราชอาณาจักรเดนมาร์ก 1 งาน	สบก./สคต.	บาท	145,500	145,500	145,500	145,500	-	-	-	-	-	-
(1.3) ปรับปรุงห้องน้ำสำนักงาน ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน 1 งาน	สบก./สคต.	บาท	185,000	185,000	185,000	185,000	-	-	-	-	-	-
(1.4) ซ่อมแซมลิฟท์สำนักงาน ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักรบริเตนใหญ่และไอร์แลนด์เหนือ 1 งาน	สบก./สคต.	บาท	2,415,600	2,415,600	2,415,600	2,415,600	-	-	-	-	-	-
(1.5) ปรับปรุงห้องน้ำสำนักงาน ประจำสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ 1 งาน	สบก./สคต.	บาท	418,300	418,300	418,300	418,300	-	-	-	-	-	-
4. งบรายจ่ายอื่น	**สบก./สคต.**	**บาท**	25,543,600	25,543,600	8,468,100	8,468,100	-	-	17,075,500	17,075,500	-	-
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	**สบก./สคต.**	บาท	25,543,600	25,543,600	8,468,100	8,468,100	-	-	17,075,500	17,075,500	-	-

ภาคผนวก

นโยบาย ยุทธศาสตร์การจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2569

ยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ชาติ

พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐

(ฉบับประกาศราชกิจจานุเบกษา)

ประกาศ

เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ บัญญัติให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และเมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว ให้นายกรัฐมนตรีนำขึ้นทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายเพื่อมีพระบรมราชโองการประกาศใช้เป็นยุทธศาสตร์ชาติต่อไป

บัดนี้ คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติได้ดำเนินการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๑ เห็นชอบร่างยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบกับในคราวประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๑ ที่ประชุมได้ลงมติให้ความเห็นชอบร่างยุทธศาสตร์ชาติแล้ว ดังมีสาระสำคัญตามที่แนบท้ายนี้ จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ใช้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๘ ตุลาคม พุทธศักราช ๒๕๖๑ เป็นปีที่ ๓ ในรัชกาลปัจจุบัน

ผู้รับสนองพระราชโองการ
พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา
นายกรัฐมนตรี

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

๑. บทนำ

ในช่วง ๒ ทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิ ปัจจัยด้านความผันผวนของเศรษฐกิจโลก กฎ ระเบียบระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า ทักษะความสามารถของแรงงาน โครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วที่ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และภาคบริการต้องปรับตัวให้สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภค รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายการพัฒนาของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคที่ทำให้เกิดการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต อาทิ เศรษฐกิจโลก โครงสร้างประชากร เทคโนโลยี จะทำให้ประเทศไทยเผชิญความท้าทายมากขึ้นในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะต่อไป

ในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถของประเทศในระยะต่อไปโดยยึดเป้าหมายในการยกระดับประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ และในขณะเดียวกันการพัฒนาดังกล่าวจะต้องส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำลดลง ดังนั้น การพัฒนาประเทศในระยะต่อไป จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องสร้างเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจใหม่ที่จะช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งการพัฒนาในช่วง ๒๐ ปีข้างหน้า จะมุ่งเน้นการวิจัย พัฒนานวัตกรรม และนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้และต่อยอดภาคการผลิตและบริการในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในปัจจุบันไปสู่ภาคการผลิตและบริการใหม่ที่มีศักยภาพ การพัฒนารูปแบบการค้าให้สอดรับกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การส่งเสริมให้เกิดสังคมผู้ประกอบการ การพัฒนาทักษะและความสามารถของแรงงาน

ดังนั้น เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศที่มีรายได้สูงได้อย่างประสบความสำเร็จใน ๒๐ ปี ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง รวมทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในเวทีสากล ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยจึงได้มุ่งพัฒนาบนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ ได้แก่ (๑) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดรับกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (๒) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคตผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (๓) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับโมเดลธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ จะทำให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันจึงกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการและการท่องเที่ยว โดยให้ประเทศสามารถยกระดับการผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น ขณะที่มีอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต รวมทั้งรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก ในขณะเดียวกันจำเป็นต้องพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต

๒. เป้าหมาย

๒.๑ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน

๒.๒ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

๓. ตัวชี้วัด

๓.๑ รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้

๓.๒ ผลิตภาพการผลิตของประเทศ ทั้งในปัจจัยการผลิตและแรงงาน

๓.๓ การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา

๓.๔ ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๔. ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

๔.๑ การเกษตรสร้างมูลค่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญด้านการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรในเวทีโลกด้วยพื้นฐานทางพืชเกษตรเขตร้อน และมีข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ที่สามารถพัฒนาต่อยอดโครงสร้างธุรกิจการเกษตรด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น

๔.๑.๑ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เป็นสินค้าเกษตรชนิดใหม่ ให้รองรับความต้องการของตลาดยุคใหม่ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของท้องถิ่น และสร้างจุดเด่นความแตกต่างของสินค้าเกษตรไทยในตลาดโลกเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันในประเทศต่าง ๆ ได้ พร้อมทั้งส่งเสริมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีในการพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นออกสู่ตลาดสม่ำเสมอ รวมถึงสินค้าเกษตรนอกฤดูกาล การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นให้ได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งระดับในประเทศและ

๔.๕ พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมใน ๓ ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิตและบริการ พร้อมทั้งเป็นนักการค้าที่เข้มแข็งที่จะนำไปสู่การสนับสนุนการเป็นชาติการค้า มีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อเป็น ขายเป็น” บริการเป็นเลิศ สามารถขยายการค้าและการลงทุนไปต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาล

๔.๕.๑ สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้างและใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดกระบวนการการผลิตและบริการ การจัดการ และการตลาด สามารถบริหารจัดการธุรกิจและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส โดยการสร้างและพัฒนาทักษะ องค์ความรู้รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูง รวมทั้งทักษะในการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการวางแผนธุรกิจและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจได้ ไปพร้อมกับการวางรากฐานการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีทักษะและจิตวิญญาณในการประกอบการ พร้อมทั้งการส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอนาคต ตลอดจนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างทักษะพื้นฐานที่จำเป็นและความถนัดที่แตกต่างและหลากหลายของแรงงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและธุรกิจรูปแบบใหม่ในอนาคต และการสนับสนุนผู้ประกอบการในการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยสร้างระบบและกลไกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการผลิต การขนส่งและโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนและให้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ และการส่งเสริมการรวมกลุ่มให้เกิดคลัสเตอร์ที่เข้มแข็ง ผู้ประกอบการสามารถเกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาดที่สูงขึ้น และลดต้นทุนการผลิตลง โดยการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในกลุ่มของตน

๔.๕.๒ สร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน ส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของผู้ประกอบการ โดยการจัดหาแหล่งเงินทุนและสนับสนุนให้มีช่องทางทางการเงินที่หลากหลายและน่าเชื่อถือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม การที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินด้วยต้นทุนที่เหมาะสม โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สินในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นหลักประกันทางธุรกิจในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการ และการมีระบบการประเมินความน่าเชื่อถือทางเครดิต และระบบการรู้จักลูกค้าที่สะดวกมากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากข้อมูลทั้งด้านการเงินและที่มิใช่การเงิน เพื่อเป็นข้อมูลบ่งชี้สถานะและประวัติด้านเครดิตประกอบการพิจารณาของสถาบันการเงินหรือตลาดทุน

๔.๕.๓ สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศตามระดับศักยภาพการประกอบการ โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด รวมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง

การสนับสนุนช่องทางการตลาดและการชำระเงินรูปแบบใหม่ โดยการสร้างตลาดออนไลน์ แอพพลิเคชันและช่องทางใหม่รองรับไลฟ์สไตล์ของคนในอนาคต การสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น และการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาคของไทย และพัฒนานวัตกรรมการกระจายสินค้าโดยการพัฒนากระบวนการให้ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและธุรกิจในอนาคต

๔.๕.๔ สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล อนาคตของโลกไร้พรมแดนคือการแข่งขันบนฐานข้อมูล จึงต้องสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อการวางแผนธุรกิจ โดยการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและฐานข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อต่อยอดพัฒนาธุรกิจเดิมและสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างและพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลผู้ประกอบการ เพื่อเป็นช่องทางหลักในการให้ข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ และเป็นแหล่งรวมที่ปรึกษาทางธุรกิจ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐให้มีมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงฐานข้อมูลความรู้วิจัยและนวัตกรรม โดยเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัย บูรณาการและต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ในการสืบค้นต่อยอดในทุก ๆ ด้าน และการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ การสนับสนุนการสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มกลาง ทั้งในด้านการผลิต การบริหารจัดการการตลาด ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ร่วมกันในการวางแผนธุรกิจในอนาคต เพื่อลดต้นทุนของทั้งภาครัฐและเอกชน และการสนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วม สำหรับผู้ประกอบการ เพื่อลดต้นทุนและเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนนวัตกรรมและเชื่อมต่อธุรกิจระหว่างกันอีกทางหนึ่ง

๔.๕.๕ ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ ในการพัฒนาและบูรณาการกลไกภาครัฐเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นประเด็นการเริ่มต้นธุรกิจ การขออนุญาตต่าง ๆ การจดทะเบียนทรัพย์สิน กระบวนการขอและได้รับสินเชื่อ การคุ้มครองผู้ลงทุน การชำระภาษี และการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาระบบคุณภาพของชาติ ทั้งระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ระบบมาตรวิทยา ระบบทดสอบ และระบบรับรองคุณภาพ ให้มีประสิทธิภาพรองรับภาคการผลิตและบริการ รวมทั้งการสร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านมาตรฐาน เช่น ศูนย์ทดสอบกลางสำหรับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม และศูนย์ตรวจรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการในระดับสากล โดยให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการมากขึ้น พร้อมทั้งการสร้างระบบและศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการให้มีความเป็นอัจฉริยะ โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาการ และพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของภาคการผลิตและบริการทั้งในระดับส่วนกลางและชุมชน พร้อมทั้งการส่งเสริมการจัดการพัฒนาบุคลากรทางเทคโนโลยีชั้นสูงให้มีประสิทธิภาพและมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจอย่างเกื้อหนุนกันระหว่างผู้ประกอบการที่มีขนาดและศักยภาพต่างกัน โดยมีระบบจูงใจให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการพัฒนาร่วมกัน ตลอดจนผลักดันการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้าและความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ชาติ
ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

๑. บทนำ

ภาครัฐเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามแนวทาง นโยบาย และทิศทางการพัฒนาตามที่กำหนดตามกรอบการบริหารราชการแผ่นดิน และการที่ประเทศไทยจะบรรลุเป้าหมายอนาคตในระยะยาวที่กำหนดไว้นั้น ระบบบริหารจัดการภาครัฐจะต้องสามารถขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาอย่างมีบูรณาการ มีความต่อเนื่อง เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาการบริหารจัดการภาครัฐขาดประสิทธิภาพ มีปัญหาเชิงการบริหารจัดการและโครงสร้าง ปัญหาคอร์รัปชันและระบบอุปถัมภ์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องกำหนดให้มียุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศในทุกมิติ โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่เน้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส ผ่านการมีหน่วยงานภาครัฐที่มีโครงสร้างและภารกิจที่เหมาะสม และวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ของส่วนรวม เปิดโอกาสให้ทุก ๆ ภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการบริการสาธารณะ ตรวจสอบการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น ๆ ตลอดจนดำเนินการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในสังคมได้อย่างเหมาะสม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐจึงมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เน้นการปรับเปลี่ยนภาครัฐ ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ และแยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีขีดสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่และระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต ความมัธยัสถ์ และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนั้น กฎหมายต้องมีความชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำและเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ การอำนวยความยุติธรรมตามหลักนิติธรรม รวมทั้งต้องมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการบุคลากรภาครัฐที่สามารถจูงใจและดึงดูดให้คนดีคนเก่งเข้ามาร่วมพลังการทำงานที่มีความมุ่งมั่นและมีแรงบันดาลใจในการที่จะร่วมกันพลิกโฉมประเทศไปสู่เป้าหมายที่พึงประสงค์

๒. เป้าหมาย

๒.๑ ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส

๒.๒ ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

๒.๓ ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

๒.๔ กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

๓. ตัวชี้วัด

๓.๑ ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของภาครัฐ

๓.๒ ประสิทธิภาพของการบริการภาครัฐ

๓.๓ ระดับความโปร่งใส การทุจริต ประพฤติมิชอบ

๓.๔ ความเสมอภาคในกระบวนการยุติธรรม

๔. ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

๔.๑ ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส หน่วยงานของรัฐต้องร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และงานของรัฐอย่างอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สร้างประโยชน์สุขแก่ประชาชน

๔.๑.๑ การให้บริการสาธารณะของภาครัฐได้มาตรฐานสากลและเป็นระดับแนวหน้าของภูมิภาค ปรับรูปแบบและวิธีการดำเนินการของภาครัฐมีลักษณะที่เบ็ดเสร็จ ครบวงจร และหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของผู้รับบริการ มีความร่วมมือกับภาคีอื่น ๆ พร้อมทั้งปรับปรุงกลไกการปฏิบัติงานของภาครัฐให้มีลักษณะบูรณาการ สามารถส่งเสริมภารกิจของภาคส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะการปรับปรุงบทบาทและกลไกภาครัฐให้เป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการประกอบการ การกำหนดกฎระเบียบที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจภาคเอกชนทุกขนาดสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะยาว

๔.๑.๒ ภาครัฐมีความเชื่อมโยงในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ มีระบบการบริหารจัดการข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นำไปสู่การวิเคราะห์การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการพัฒนานโยบายและการให้บริการภาครัฐ มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการสาธารณะตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ เพื่อให้สามารถติดต่อราชการได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว โปร่งใส เสียค่าใช้จ่ายน้อย และตรวจสอบได้

๔.๒ ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ การบริหารจัดการภาครัฐมีความสอดคล้องเชื่อมโยงและเป็นกลไกสำคัญในการนำยุทธศาสตร์ชาติสู่การปฏิบัติในทุกระดับ มีการจัดสรรงบประมาณที่มีลักษณะยึดโยงกับยุทธศาสตร์ในทุกระดับ มีเป้าหมายร่วมกันทั้งในเชิงประเด็น เชิงภารกิจ และเชิงพื้นที่ โดยอาศัยข้อมูลขนาดใหญ่ รวมทั้งมีระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานทั้งในระดับยุทธศาสตร์ ภารกิจและพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การกำหนดประเด็นการพัฒนา การจัดทำนโยบาย และการติดตามประเมินผลที่เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
ประเด็น (๐๘) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

(พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๘๐)

(ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)

ส่วนที่ ๒
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
ประเด็น (๐๘) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (๐๘) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ จึงมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น ผ่านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในบริบทปัจจุบันที่ต้องสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้เป็น “ผู้ประกอบการยุคใหม่” ที่ก้าวทันและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยวางการปรับบทบาทภาครัฐให้เสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนา เพื่อผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินและฐานข้อมูลที่ทันสมัย เสริมสร้างศักยภาพในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศและพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจใหม่ ๆ ในอนาคต

เป้าหมายและตัวชี้วัดของเป้าหมายระดับประเด็น (๐๘) ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

รหัสเป้าหมาย	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		
			ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	ปี ๒๕๗๑ - ๒๕๗๕	ปี ๒๕๗๖ - ๒๕๘๐
๐๘๐๐๐๑	ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น	สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (เฉลี่ยร้อยละ)	ไม่น้อยกว่า ๔๐	ไม่น้อยกว่า ๔๕	ไม่น้อยกว่า ๕๐

๓.๓ แผนย่อย การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

มีเป้าหมายเพื่อให้มีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น ตลอดจนการขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น ผ่านการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ มีแผนกลยุทธ์ การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพสำหรับการขยายตลาดสินค้าและบริการของไทย ตลอดจนสร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ

๓.๓.๑ เป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนแม่บทย่อย การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

รหัสเป้าหมาย	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		
			ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	ปี ๒๕๗๑ - ๒๕๗๕	ปี ๒๕๗๖ - ๒๕๘๐
๐๘๐๓๐๑	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น	การขยายตัวของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ต่อปี)	๑ เท่า	๑ เท่า	๑ เท่า
๐๘๐๓๐๒	ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น	ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ (อันดับ ภายในปี ๒๕๗๐/๒๕๗๕/๒๕๘๐)	ไม่เกิน ๕	ไม่เกิน ๕	ไม่เกิน ๕
๐๘๐๓๐๓	การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น	สัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกรวมของประเทศ (เฉลี่ยร้อยละ)	ไม่น้อยกว่า ๒๐	ไม่น้อยกว่า ๒๕	ไม่น้อยกว่า ๓๐

๓.๓.๒ แนวทางการพัฒนา

๑) สนับสนุนผู้ประกอบการให้มีสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์และตราสินค้าที่เด่นชัด ให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ

๒) สร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ เช่น สินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

๓) ส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมถึงเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในการขยายช่องทางการตลาดผ่านการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงและขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ สร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาค และมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการกระจายสินค้าโดยประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน

๔) สร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศทั้งในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง ตลาด ภาษา วัฒนธรรม เครือข่ายพันธมิตรการค้าการลงทุน และกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของประเทศเป้าหมาย รวมทั้งพัฒนาแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าและบริการของไทย เช่น จีน และอินเดีย เป็นต้น และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ ตลอดจนส่งเสริมการค้าและการบริการชายแดนเพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงเศรษฐกิจภูมิภาคกับเศรษฐกิจโลก

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
ประเด็น (๒๐) การบริการประชาชน
และประสิทธิภาพภาครัฐ

(พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๘๐)

(ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)

ส่วนที่ ๒
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
ประเด็น (๒๐) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.๒๕๖๖ - ๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (๒๐) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ มีเป้าหมายให้การบริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ และ ภาครัฐมีการดำเนินที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ สนับสนุนให้เป็นประเทศไทย ทันความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้อย่างยั่งยืนด้วยหลักการ “ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” ดังนั้น กลไกของภาครัฐจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสามารถช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติทุกประเด็น เพื่อบูรณาการ ทั้งในเชิงประเด็น เชิงภารกิจ และเชิงพื้นที่มีการเชื่อมโยงการทำงานทุกระดับให้สอดรับกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ และการพัฒนาดังกล่าวจะต้องบูรณาการกันอย่างมีเอกภาพและสอดประสานกัน มีการประสานงานบนความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ ภาคประชาชนและภาคส่วนอื่นในสังคม ระบบการเงินการคลังของประเทศจะต้องสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ระบบงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณตอบสนองความเร่งด่วนและมีเป้าหมายร่วมกันทั้งในระดับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ภารกิจ และพื้นที่ ซึ่งสามารถติดตามประเมินผลสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติทุกระดับ เพื่อให้การพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐเข้าสู่ความสมดุลในความสัมพันธ์ของพื้นที่ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ในการติดตามประเมินผลและในการพัฒนาบริการสาธารณะ

เป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น (๒๐) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

รหัสเป้าหมาย	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		
			ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	ปี ๒๕๗๑ - ๒๕๗๕	ปี ๒๕๗๖ - ๒๕๘๐
๒๐๐๐๐๑	บริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ	ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ (ร้อยละ ภายในปี ๒๕๗๐/๒๕๗๕/๒๕๘๐)	ไม่น้อยกว่า ๙๐	ไม่น้อยกว่า ๙๕	ไม่น้อยกว่า ๙๕
๒๐๐๐๐๒	ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้	ดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (อันดับของโลก ภายในปี ๒๕๗๐/๒๕๗๕/๒๕๘๐)	ไม่เกิน ๕๐	ไม่เกิน ๔๐	ไม่เกิน ๓๐

รหัสเป้าหมาย	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		
			ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	ปี ๒๕๗๑ - ๒๕๗๕	ปี ๒๕๗๖ - ๒๕๘๐
		สัดส่วนหน่วยงานระดับกรมที่มีระดับความพร้อมรัฐบาลดิจิทัลหน่วยงานภาครัฐที่อยู่ในระดับ ๔ ขึ้นไป ต่อหน่วยงานภาครัฐระดับกรมทั้งหมด (ร้อยละ ภายในปี ๒๕๗๐/๒๕๗๕/๒๕๘๐)	ไม่น้อยกว่า ๒๐	ไม่น้อยกว่า ๕๐	ไม่น้อยกว่า ๑๐๐

ส่วนที่ ๓

แผนย่อยของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น (๒๐) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ มุ่งเน้นการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการบริการภาครัฐให้มีความทันสมัย ทันความเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและสามารถแก้ไขปัญหาที่มีอยู่อย่างเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพของภาครัฐให้เกิดความเชื่อมโยงและบูรณาการเป้าหมายยุทธศาสตร์ผ่านการกำหนดความสัมพันธ์ในเชิงภารกิจตามยุทธศาสตร์ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น เพื่อให้การทำงานร่วมกันในระดับพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง ไม่ซ้ำซ้อน ชัดเจนภายใต้ขนาดของรัฐที่เหมาะสม ทุกฝ่ายถือเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพ มีการติดตามประเมินผลให้ครอบคลุม ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ ระหว่างการดำเนินการและหลังการดำเนินการ ทั้งในระดับยุทธศาสตร์ และผลสัมฤทธิ์ระดับโครงการ โดยระบบงบประมาณและระบบการตรวจสอบ ต้องส่งเสริมแรงขับเคลื่อนการดำเนินการตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติทั้งในมิติภารกิจพื้นฐาน ภารกิจยุทธศาสตร์ และภารกิจพื้นที่ โดยบุคลากรภาครัฐต้องมีความมุ่งมั่น มีคุณธรรมจริยธรรม เป็นมืออาชีพ มีสมรรถนะสูง มีระบบค่าตอบแทนที่เป็นระบบมีมาตรฐาน และสอดคล้องกับภาระงาน โดยมีค่านิยมและวัฒนธรรมในการทำงานของเจ้าหน้าที่ภาครัฐเพื่อประชาชน มีความมุ่งมั่น และมีแรงบันดาลใจในการที่จะร่วมกันพลิกโฉมประเทศไปสู่เป้าหมายที่พึงประสงค์

แผนย่อยของ**แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.๒๕๖๖ - ๒๕๘๐) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (๒๐) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ** ประกอบด้วย ๕ แผนย่อย ดังนี้

๓.๑ แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน

มีเป้าหมายให้งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น ผ่านการพัฒนาการบริการภาครัฐโดยภาครัฐยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส โดยภาครัฐต้องร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่นและงานของรัฐอย่างอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สร้างประโยชน์สุขแก่ประชาชน โดยต้องมีความพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกัน ดำเนินการพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการบริการภาครัฐ เพื่อให้ประชาชนและผู้รับบริการทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว โปร่งใส หลากหลายช่องทาง ตรวจสอบได้ เสียค่าใช้จ่ายน้อย ไม่มีข้อจำกัดของเวลา พื้นที่ และกลุ่มคน และผู้ใช้งานไม่ต้องร้องขอหรือยื่นเรื่องต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยออกแบบแนวทาง ขั้นตอน รูปแบบการให้บริการของภาครัฐให้เป็นรูปแบบดิจิทัลและวางแผนให้มีการเชื่อมโยงหลายหน่วยงาน และสร้างความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มีความพร้อมในการให้บริการประชาชน สามารถพัฒนานวัตกรรมมาใช้สร้างสรรค์และพัฒนาบริการเดิมและสร้างบริการใหม่ที่เป็นพลวัต สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์และขับเคลื่อนโดยความต้องการของประชาชน ภาคธุรกิจ และผู้ใช้บริการ

๓.๑.๑ เป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนแม่บทย่อย การพัฒนาบริการประชาชน

รหัสเป้าหมาย	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย		
			ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐	ปี ๒๕๗๑ - ๒๕๗๕	ปี ๒๕๗๖ - ๒๕๘๐
๒๐๐๑๐๑	งานบริการภาครัฐที่ปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลเพิ่มขึ้น	สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (ร้อยละ ภายในปี ๒๕๗๐/๒๕๗๕/๒๕๘๐)	ไม่น้อยกว่า ๖๐	ไม่น้อยกว่า ๘๐	ไม่น้อยกว่า ๑๐๐

๓.๑.๒ แนวทางการพัฒนา

๑) พัฒนารูปแบบบริการภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชน ผู้ประกอบการ และภาคธุรกิจ โดยภาครัฐจัดสรรรูปแบบบริการให้มีความสะดวก มีการเชื่อมโยงหลายหน่วยงานแบบเบ็ดเสร็จ ครบวงจร และหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของผู้รับบริการ รวมทั้งอำนวยความสะดวกทางการค้า การลงทุน และการดำเนินธุรกิจ อาทิ การบูรณาการขั้นตอนการออกใบอนุญาตต่าง ๆ การให้บริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพสะดวกรวดเร็วและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

๒) พัฒนาการให้บริการภาครัฐผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการและปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากลอย่างคุ้มค่า มีความรวดเร็ว โปร่งใส เสียค่าใช้จ่ายน้อย ลดข้อจำกัดทางกายภาพ เวลา พื้นที่และตรวจสอบได้ ตามหลักการออกแบบที่เป็นสากล เพื่อให้บริการภาครัฐเป็นไปอย่างปลอดภัย สร้างสรรค์ โปร่งใส มีธรรมาภิบาล เกิดประโยชน์สูงสุด

๓) ปรับวิธีการทำงาน จาก “การทำงานตามภารกิจที่กฎหมายกำหนด” เป็น “การให้บริการที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ” ปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการภาครัฐที่มีคุณค่าและได้มาตรฐานสากล โดยเปลี่ยนจากการทำงานด้วยมือ เป็นการทำงานบนระบบดิจิทัลทั้งหมด เชื่อมโยงและบูรณาการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐเข้าด้วยกันเสมือนเป็นองค์กรเดียว มีการพัฒนาบริการเดิมและสร้างบริการใหม่ที่เป็นพลวัตสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์และขับเคลื่อนโดยความต้องการของประชาชน ภาคธุรกิจ และผู้ใช้บริการ และเปิดโอกาสให้เสนอความเห็นต่อการดำเนินงานของภาครัฐได้อย่างสะดวกทันสถานการณ์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 13

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ฉบับที่สิบสาม

พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
สำนักนายกรัฐมนตรี

ส่วนที่ ๓

วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และหมุดหมายการพัฒนา

๓.๑ วัตถุประสงค์และเป้าหมายการพัฒนา

การพัฒนาประเทศในระยะ ๕ ปี ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ให้สามารถก้าวข้ามความท้าทายที่เป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ จำเป็นจะต้องเร่งแก้ไขจุดอ่อนและข้อจำกัดของประเทศที่มีอยู่เดิม รวมทั้งเพิ่มศักยภาพในการรับมือกับความเสี่ยงสำคัญที่มาจากการเปลี่ยนแปลงของบริบททั้งจากภายนอกและภายใน ตลอดจนการเสริมสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันท่วงที ด้วยเหตุนี้ การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ***พลิกโฉมประเทศไทยสู่ "สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน"*** ซึ่งหมายถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่งเสริมสร้างสังคมที่ก้าวทันพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการยกระดับกิจกรรมการผลิตและการให้บริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นโดยอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้างต้น แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จึงได้กำหนด**เป้าหมายหลักของการพัฒนาจำนวน ๕ ประการ** ประกอบด้วย

๓.๑.๑ การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญ ผ่านการผลักดันส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ที่ตอบโจทย์พัฒนาการของสังคมยุคใหม่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย รวมถึงพัฒนาระบบนิเวศที่ส่งเสริมการค้าการลงทุนและนวัตกรรม

๓.๑.๒ การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ มุ่งพัฒนาให้คนไทยมีทักษะและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับโลกยุคใหม่ ทั้งทักษะในด้านความรู้ ทักษะทางพฤติกรรม และคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม และเร่งรัดการเตรียมพร้อมกำลังคนให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และเอื้อต่อการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ภาคการผลิตและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพและผลิตภาพสูงขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างหลักประกันและความคุ้มครองทางสังคมที่สามารถส่งเสริมความมั่นคงในชีวิต

๓.๑.๓ การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม มุ่งลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งในเชิงรายได้ พื้นที่ ความมั่งคั่ง และการแข่งขันของภาคธุรกิจ ด้วยการสนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสให้มีโอกาสในการเลื่อนสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจและจัดให้มีบริการสาธารณะที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมในทุกพื้นที่ พร้อมทั้งเพิ่มโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจให้เปิดกว้างและเป็นธรรม

๓.๑.๔ การเปลี่ยนผ่านการผลิตและบริโภคไปสู่ความยั่งยืน มุ่งลดการก่อมลพิษ ควบคู่ไปกับการผลักดันให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ ตลอดจนลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี ๒๕๙๓ และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี ๒๖๐๘

๓.๑.๕ การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ มุ่งสร้างความพร้อมในการรับมือและแสวงหาโอกาสจากการเป็นสังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยโรคระบาด และภัยคุกคามทางไซเบอร์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกทางสถาบันที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างและระบบการบริหารงานของภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้อย่างทันเวลา มีประสิทธิภาพ และมีธรรมาภิบาล

โดยตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของแต่ละเป้าหมายหลัก มีดังนี้

เป้าหมายหลัก	ตัวชี้วัด	สถานะปัจจุบัน	ค่าเป้าหมายในปี ๒๕๗๐
๑. การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม	รายได้ประชาชาติต่อหัว	๗,๐๙๗ เหรียญสหรัฐต่อปี (๒๒๗,๐๐๐ บาท) ในปี ๒๕๖๔	๙,๓๐๐ เหรียญสหรัฐต่อปี (๓๐๐,๐๐๐ บาท)
๒. การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่	ดัชนีความก้าวหน้าของคน (ประกอบด้วยตัวชี้วัดใน ๘ ด้าน ได้แก่ สุขภาพ การศึกษา ชีวิตการงาน รายได้ ที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม ชีวิตครอบครัวและชุมชน การคมนาคมและการสื่อสาร และการมีส่วนร่วม)	๐.๖๕๐๑ (ความก้าวหน้าของคนอยู่ในระดับปานกลาง) ในปี ๒๕๖๓	๐.๗๒๐๙ (ความก้าวหน้าของคนอยู่ในระดับสูง)
๓. การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม	ความแตกต่างของความเป็นอยู่ (รายจ่าย) ระหว่างกลุ่มประชากรที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงสุดร้อยละ ๑๐ และต่ำสุดร้อยละ ๔๐	๕.๖๘ เท่า ในปี ๒๕๖๓	ต่ำกว่า ๕ เท่า
๔. การเปลี่ยนผ่านการผลิตและบริโภคไปสู่ความยั่งยืน	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ในปี ๒๕๖๒ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคพลังงานและขนส่ง ลดลงร้อยละ ๑๗ เมื่อเทียบกับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกรณีปกติ	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม (ครอบคลุมภาคพลังงาน/คมนาคมและขนส่ง/กระบวนการทางอุตสาหกรรม/การจัดการของเสีย) ลดลงไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๐ เมื่อเทียบกับปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกรณีปกติ
๕. การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่	ดัชนีรวมสะท้อนความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย ๔ ตัวชี้วัดย่อย ได้แก่		
	๑) ขีดความสามารถของการปฏิบัติตามกฎอนามัยระหว่างประเทศและการเตรียมความพร้อมฉุกเฉินด้านสุขภาพ	ร้อยละ ๘๕ ในปี ๒๕๖๓	ร้อยละ ๙๐ โดยสมรรถนะหลักแต่ละด้านไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๘๐

เป้าหมายหลัก	ตัวชี้วัด	สถานะปัจจุบัน	ค่าเป้าหมายในปี ๒๕๗๐
	๒) อันดับความเสี่ยงด้านภูมิอากาศ	อันดับเฉลี่ย ๕ ปี (๒๕๕๘-๒๕๖๒) เท่ากับ ๓๖.๘	อันดับเฉลี่ย ๕ ปี (๒๕๖๖-๒๕๗๐) ไม่น้อยกว่า ๔๐[๑]
	๓) อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัล	อันดับที่ ๓๘ ในปี ๒๕๖๔	อันดับที่ ๓๐
	๔) อันดับประสิทธิภาพของรัฐบาล	อันดับที่ ๒๐ ในปี ๒๕๖๔	อันดับที่ ๑๕

ทั้งนี้ ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของแต่ละเป้าหมายหลัก เป็นตัวชี้วัดร่วมที่ต้องการอาศัยการดำเนินงานจากหลายหมุดหมายการพัฒนาประกอบกัน และใช้ในการวัดผลสัมฤทธิ์ของแผนในภาพรวม

๓.๒ หมุดหมายการพัฒนา

เพื่อถ่ายทอดเป้าหมายหลักไปสู่ภาพของการขับเคลื่อนที่ชัดเจนในลักษณะของวาระการพัฒนาที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันของหลายหน่วยงานและหลายภาคส่วนในการผลักดันการพัฒนาเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้เกิดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จึงได้กำหนด***หมุดหมายการพัฒนา*** จำนวน **๑๓ หมุดหมาย** ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงสิ่งที่ประเทศไทยปรารถนาจะ “เป็น” หรือมุ่งหวังจะ “มี” เพื่อสะท้อนประเด็นการพัฒนาที่มีลำดับความสำคัญสูงต่อการพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” โดยหมุดหมายทั้ง ๑๓ ประการ แบ่งออกได้เป็น ๔ มิติ ดังนี้

๓.๒.๑ มิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย

หมุดหมายที่ ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง

หมุดหมายที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

หมุดหมายที่ ๓ ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก

หมุดหมายที่ ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง

หมุดหมายที่ ๕ ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค

หมุดหมายที่ ๖ ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน

๓.๒.๒ มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม

หมุดหมายที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

หมุดหมายที่ ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน

[๑] ตัวเลขอันดับที่น้อย แสดงถึงระดับผลกระทบจากสภาพอากาศที่สูง

หมุดหมายที่ ๙ ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม

๓.๒.๓ มิติความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

หมุดหมายที่ ๑๐ ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ

หมุดหมายที่ ๑๑ ไทยสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๓.๒.๔ มิติปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ

หมุดหมายที่ ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

หมุดหมายที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

ความเชื่อมโยงระหว่างหมุดหมายการพัฒนากับเป้าหมายหลักแสดงไว้ในแผนภาพที่ ๓.๑ โดยหมุดหมายการพัฒนาที่กำหนดขึ้นเป็นประเด็นที่มีลักษณะเชิงบูรณาการที่ครอบคลุมการพัฒนาตั้งแต่ในระดับต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และสามารถนำไปสู่ผลพัฒนาทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ทำให้หมุดหมายแต่ละประการสามารถสนับสนุนเป้าหมายหลักได้มากกว่าหนึ่งข้อ นอกจากนี้การพัฒนาภายใต้แต่ละหมุดหมายไม่ได้แยกขาดจากกัน แต่มีการสนับสนุนหรือเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน

แผนภาพที่ ๓.๑ ความเชื่อมโยงระหว่างหมุดหมายการพัฒนากับเป้าหมายหลัก

๑. การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม

- ๑ เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
- ๒ การท่องเที่ยวเน้นคุณภาพและความยั่งยืน
- ๓ ฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า
- ๔ การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง
- ๕ ประตูการค้าการลงทุนและโลจิสติกส์
- ๖ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและดิจิทัล
- ๗ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งแข่งขันได้
- ๘ พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ
- ๑๐ เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ

๒. การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่

- ๑ เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
- ๒ การท่องเที่ยวเน้นคุณภาพและความยั่งยืน
- ๓ ฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า
- ๔ การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง
- ๕ ประตูการค้าการลงทุนและโลจิสติกส์
- ๖ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและดิจิทัล
- ๗ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งแข่งขันได้
- ๘ พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ
- ๙ ความยากจนข้ามรุ่นและความคุ้มครองทางสังคม
- ๑๒ กำลังคนสมรรถนะสูง

๓. การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม

- ๑ เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
- ๒ การท่องเที่ยวเน้นคุณภาพและความยั่งยืน
- ๔ การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง
- ๕ ประตูการค้าการลงทุนและโลจิสติกส์
- ๗ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็งแข่งขันได้
- ๘ พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ
- ๙ ความยากจนข้ามรุ่นและความคุ้มครองทางสังคม
- ๑๐ เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
- ๑๒ กำลังคนสมรรถนะสูง
- ๑๓ ภาครัฐที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ

๔. การเปลี่ยนผ่านการผลิตและบริโภคไปสู่ความยั่งยืน

- ๑ เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
- ๒ การท่องเที่ยวเน้นคุณภาพและความยั่งยืน
- ๓ ฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า
- ๕ ประตูการค้าการลงทุนและโลจิสติกส์
- ๘ พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ
- ๑๐ เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
- ๑๑ ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๕. การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่

- ๑ เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
- ๔ การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง
- ๖ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและดิจิทัล
- ๘ พื้นที่และเมืองอัจฉริยะ
- ๑๐ เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
- ๑๑ ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ๑๓ ภาครัฐที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ ๔

แผนกลยุทธ์รายหมุดหมาย

หมุดหมายที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

๑. สถานการณ์การพัฒนาที่ผ่านมา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่มีจำนวนมากกว่าร้อยละ ๙๙ ของจำนวนวิสาหกิจภายในประเทศไทย สร้างการจ้างงานสัดส่วนกว่าร้อยละ ๗๑.๘๖ ของจำนวนการจ้างงานรวม ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ระบบเศรษฐกิจโดยวัดจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ ปี ๒๕๖๔ มีมูลค่ารวม ๕.๖ ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๓๔.๖ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๓.๔ ต่อปี ในช่วง ๕ ปีแรก (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ อย่างไรก็ดี การแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ตั้งแต่ในช่วงปลายปี ๒๕๖๒ ได้ส่งผลให้รายได้ในหลายสาขาธุรกิจลดลง ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เผชิญปัญหาการขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรง นำไปสู่การชะลอการจ้างงาน หยุดกิจการชั่วคราว หรือแม้กระทั่งยุติกิจการแบบถาวร

ที่ผ่านมา ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจ ด้วยการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับทัศนคติและทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้ด้านการเงิน การผลิตและบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ยังมีลักษณะเป็นการอบรมพื้นฐานทั่วไปในภาพรวม ไม่เฉพาะเจาะจงตามความต้องการและรูปแบบที่หลากหลายของธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์และต่อยอดการทำธุรกิจได้ไม่มากนัก นอกจากนี้ ภาครัฐยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ การสนับสนุนแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม การส่งเสริมด้านตลาด มาตรฐาน การวิจัยพัฒนานวัตกรรมโดยหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการจัดทำงบประมาณในลักษณะบูรณาการด้านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่อาจมีช่องว่างในการส่งต่อการให้ความช่วยเหลือ รวมทั้งการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยังอยู่นอกระบบอีกเป็นจำนวนมาก ทำให้ภาครัฐไม่มีข้อมูลของผู้ประกอบการที่ชัดเจนเพียงพอ เป็นข้อจำกัดต่อการวางนโยบายและการจัดทำมาตรการส่งเสริมและช่วยเหลือเยียวยาผู้ประกอบการให้ทั่วถึง และการมุ่งเป้าตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างกันทั้งขนาด ประเภทกิจการ และระดับการเติบโต

บริบทของโลกและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญความท้าทายจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก และต้องเร่งปรับตัวให้เท่าทันเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะการเติบโตอย่างรวดเร็วไร้ขีดจำกัดของเทคโนโลยี กระตุ้นให้ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยนผ่านรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปสู่ธุรกิจที่พึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น การเข้าสู่สังคมสูงวัย ส่งผลต่อการลดลงของจำนวนแรงงานและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยหันไปใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศอย่างฉับพลันทำให้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติไม่สม่ำเสมอ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตื่นตัวและบริโภคสินค้าและบริการที่ยั่งยืนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ยังเป็นปัจจัยผลักดันผู้ประกอบการให้เพิ่มความยืดหยุ่นในการทำธุรกิจและเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติ ผลงานวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ เชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับห่วงโซ่คุณค่าโลกและลดการพึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่งเป็นหลักอันเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและกระจาย

ความเสี่ยง ในขณะที่ภาครัฐต้องเร่งปรับปรุงและยกระดับประสิทธิภาพระบบการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีลักษณะมุ่งเป้าตอบโจทย์ผู้ประกอบการบนฐานความเข้าใจธุรกิจที่มีความหลากหลาย จูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าระบบและได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและขยายขนาดธุรกิจได้

๒. เป้าหมายการพัฒนา

๒.๑ ความเชื่อมโยงของหมุดหมายกับเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ และยุทธศาสตร์ชาติ

การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ เป็นแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันใน ๒ เป้าหมาย ได้แก่ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ในประเด็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ ผ่านการสร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน สามารถปรับตัวและประยุกต์ใช้เครื่องมือและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในการประกอบธุรกิจ และได้รับการส่งเสริมให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนและแหล่งเงินทุนทางเลือกด้วยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลทั้งด้านการเงินและที่มิใช่การเงิน รวมทั้งสามารถเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ ที่เหมาะสมตามศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลและได้รับการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนให้สามารถเข้าถึงข้อมูลระบบคลังข้อมูลและความรู้กลางของภาครัฐอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง พร้อมทั้งยังสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ในเป้าหมายสังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต ในประเด็นการกระตุ้นให้ภาคธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาลโดยคำนึงถึงต้นทุนทางสังคมและกระตุ้นให้เกิดการประกอบธุรกิจเพื่อสังคม รวมทั้งยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ใน ๒ เป้าหมาย ได้แก่ การกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามาเป็นกำลังของการพัฒนาประเทศในทุกระดับ และการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อสร้างสังคมคุณภาพ ในประเด็นการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการเกษตรอีกด้วย

นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาตามหมุดหมายที่ ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ ยังสอดคล้องกับเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ในเป้าหมายที่ ๑) **การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม** ในประเด็นภาคการผลิตและบริการสำคัญได้รับการยกระดับให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น เศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่า และไทยมีระบบนิเวศที่สนับสนุนการค้าการลงทุนและการพัฒนานวัตกรรม ผ่านการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละภาคธุรกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งเชื่อมโยงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับห่วงโซ่มูลค่าโลก โดยมีระบบนิเวศในการประกอบธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการในแต่ละประเภทและสาขาธุรกิจ เป้าหมายที่ ๒) **การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่** ในประเด็นพัฒนาให้คนไทยมีทักษะและคุณลักษณะที่เหมาะสมกับโลกยุค

ใหม่ ทั้งทักษะในด้านความรู้ ทักษะทางพฤติกรรม และคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม และเป้าหมายที่ ๓) **การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม** ในประเด็นการลดความเหลื่อมล้ำทั้งเชิงรายได้ ความมั่งคั่ง และโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจ ผ่านการส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมและเปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

๒.๒ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับหมุดหมาย

<u>เป้าหมายที่ ๑</u> วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตและแข่งขันได้

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ สัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานประกันสังคม (มาตรา ๓๓) ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๐ สัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนนิติบุคคลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๔๐ สัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๕ ในปี ๒๕๗๐ รวมทั้งสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนพาณิชย์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๐ ในปี ๒๕๗๐

ตัวชี้วัดที่ ๑.๒ มูลค่าการระดมทุนผ่านตลาดทุน ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๒ ต่อปี และสัดส่วนการเข้าถึงสินเชื่อของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อสินเชื่อรวม เพิ่มขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ภายในปี ๒๕๗๐

ตัวชี้วัดที่ ๑.๓ อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านกฎระเบียบทางการค้า ไม่เกินอันดับที่ ๔๐ ในปี ๒๕๗๐ มีการออกกฎหมายลำดับรองภายใต้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ จำนวนเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ๒ ฉบับต่อปี และมีสัดส่วนของจำนวนเรื่องร้องเรียนที่พิจารณาแล้วเสร็จต่อจำนวนเรื่องร้องเรียนรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๘๐ - ๙๐ ต่อปี

ตัวชี้วัดที่ ๑.๔ ระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รัฐบาลและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ได้ เป็นปัจจุบันและทั่วถึง

<u>เป้าหมายที่ ๒</u> วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ สามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่

ตัวชี้วัดที่ ๒.๑ สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๔๐ และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อการส่งออกทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๐ ในปี ๒๕๗๐

ตัวชี้วัดที่ ๒.๒ สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ จากปีฐาน (ปี ๒๕๖๕)

ตัวชี้วัดที่ ๒.๓ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นผู้ส่งออกรายใหม่ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ รายต่อปี

ตัวชี้วัดที่ ๒.๔ ส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๕ ในปี ๒๕๗๐

ตัวชี้วัดที่ ๒.๕ มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของภาครัฐ ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ ต่อปี

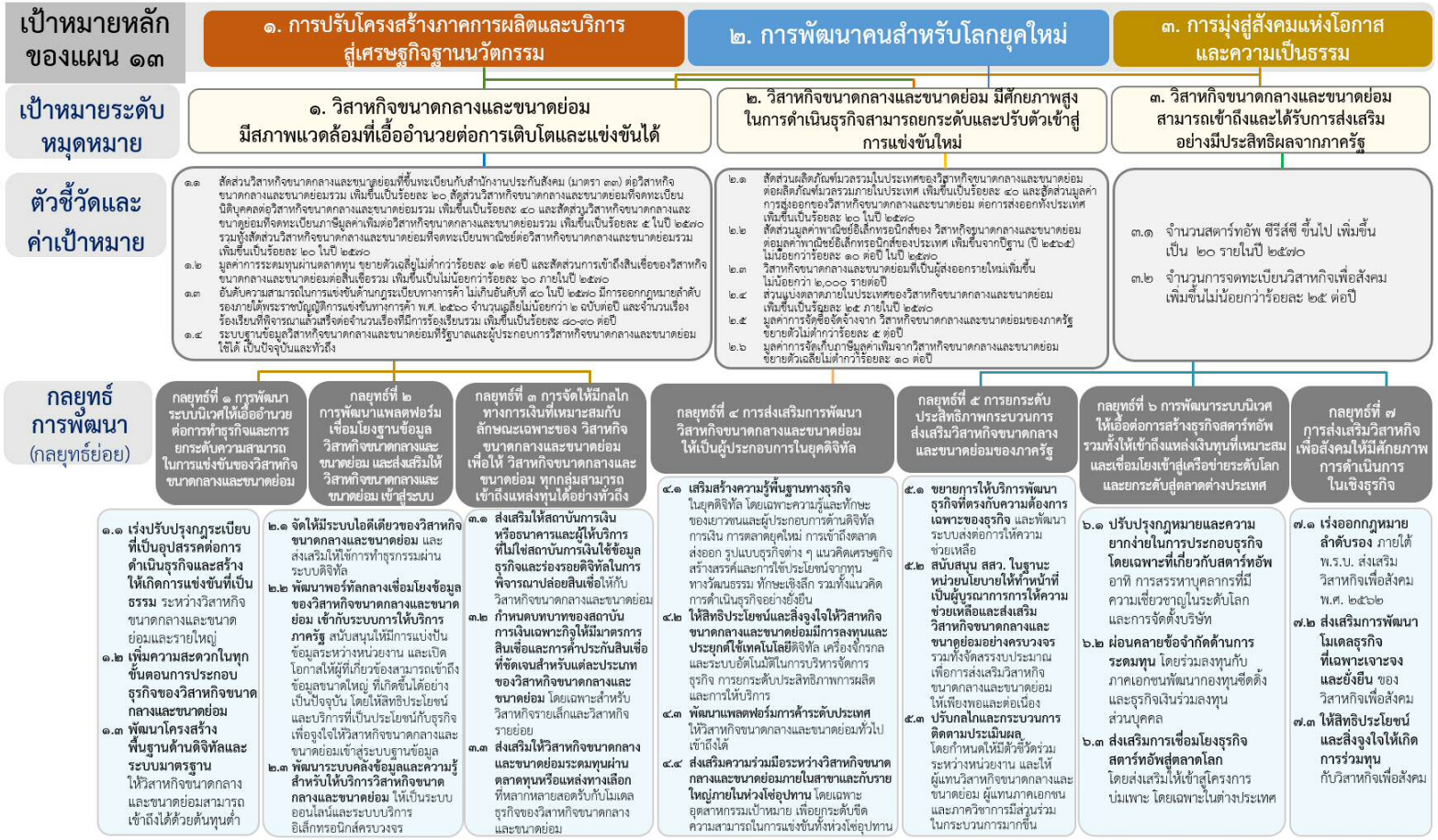
ตัวชี้วัดที่ ๒.๖ มูลค่าการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อปี

<u>เป้าหมายที่ ๓</u> วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิผลจากภาครัฐ

ตัวชี้วัดที่ ๓.๑ จำนวนสตาร์ทอัพ ซีรีส์ซี ขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น ๒๐ ราย ในปี ๒๕๗๐

ตัวชี้วัดที่ ๓.๒ จำนวนการจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕ ต่อปี

๓. แผนที่กลยุทธ์


เป้าหมายหลักของแผน ๑๓
๑. การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม
๒. การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่
๓. การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม
เป้าหมายระดับหมุดหมาย
๑. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตและแข่งขันได้
๒. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจสามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่
๓. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิผลจากภาครัฐ
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย
๑.๑ สัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานประกันสังคม (มาตรา ๓๓) ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๐ สัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนนิติบุคคลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๔๐ และสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๕ ในปี ๒๕๗๐ รวมทั้งสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนพาณิชย์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๐ ในปี ๒๕๗๐
๑.๒ มูลค่าการระดมทุนผ่านตลาดทุน ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๒ ต่อปี และสัดส่วนการเข้าถึงสินเชื่อของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อสินเชื่อรวม เพิ่มขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐ ภายในปี ๒๕๗๐
๑.๓ อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านกฎระเบียบทางการค้า ไม่เกินอันดับที่ ๔๐ ในปี ๒๕๗๐ มีการออกกฎหมายลำดับรองภายใต้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ จำนวนเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ๒ ฉบับต่อปี และจำนวนเรื่องร้องเรียนที่พิจารณาแล้วเสร็จต่อจำนวนเรื่องที่มีการร้องเรียนรวม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๘๐-๙๐ ต่อปี
๑.๔ ระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รัฐบาลและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ได้ เป็นปัจจุบันและทั่วถึง
๒.๑ สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๔๐ และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อการส่งออกทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๐ ในปี ๒๕๗๐
๒.๒ สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นจากปีฐาน (ปี ๒๕๖๕) ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อปี ในปี ๒๕๗๐
๒.๓ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นผู้ส่งออกรายใหม่เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ รายต่อปี
๒.๔ สวนแบ่งตลาดภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๕ ภายในปี ๒๕๗๐
๒.๕ มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างจาก วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ ขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ ต่อปี
๒.๖ มูลค่าการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อปี
๓.๑ จำนวนสตาร์ทอัพ ซีรีส์ซี ขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น ๒๐ รายในปี ๒๕๗๐
๓.๒ จำนวนการจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๒๕ ต่อปี
กลยุทธ์การพัฒนา (กลยุทธ์ย่อย)
กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจและการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
๑.๑ เร่งปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจและสร้างให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและรายใหญ่
๑.๒ เพิ่มความสะดวกในทุกขั้นตอนการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
๑.๓ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและระบบมาตรฐาน ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงได้ด้วยต้นทุนต่ำ
กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาแพลตฟอร์มเชื่อมโยงฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เข้าสู่ระบบ
๒.๑ จัดให้มีระบบไอดีเดียวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมให้ใช้การทำธุรกรรมผ่านระบบดิจิทัล
๒.๒ พัฒนาพอร์ทัลกลางเชื่อมโยงข้อมูลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เข้ากับระบบการให้บริการภาครัฐ สนับสนุนให้มีการแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงาน และเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลขนาดใหญ่ ที่เกิดขึ้นได้อย่างเป็นปัจจุบัน โดยให้สิทธิประโยชน์และบริการที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจเพื่อจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบฐานข้อมูล
๒.๓ พัฒนาระบบคลังข้อมูลและความรู้สำหรับให้บริการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นระบบออนไลน์และระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ครบวงจร
กลยุทธ์ที่ ๓ การจัดให้มีกลไกทางการเงินที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้อย่างทั่วถึง
๓.๑ ส่งเสริมให้สถาบันการเงินหรือธนาคารและผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินใช้ข้อมูลธุรกิจและร่องรอยดิจิทัลในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
๓.๒ กำหนดบทบาทของสถาบันการเงินเฉพาะกิจให้มีมาตรการสินเชื่อและการค้ำประกันสินเชื่อที่จัดเจนสำหรับแต่ละประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะสำหรับวิสาหกิจรายเล็กและวิสาหกิจรายย่อย
๓.๓ ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดมทุนผ่านตลาดทุนหรือแหล่งทางเลือก ที่หลากหลายสอดรับกับโมเดลธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กลยุทธ์ที่ ๔ การส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล
๔.๑ เสริมสร้างความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ ในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะความรู้และทักษะของเยาวชนและผู้ประกอบการด้านดิจิทัล การเงิน การตลาดยุคใหม่ การเข้าถึงตลาดส่งออก รูปแบบธุรกิจต่าง ๆ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม ทักษะเชิงลึก รวมทั้งแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
๔.๒ ให้สิทธิประโยชน์และสิ่งจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการลงทุนและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องจักรกลและระบบอัตโนมัติในการบริหารจัดการธุรกิจ การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและการให้บริการ
๔.๓ พัฒนาแพลตฟอร์มการค้าระดับประเทศ ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปเข้าถึงได้
๔.๔ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในสาขาและกับรายใหญ่ภายในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งห่วงโซ่อุปทาน
กลยุทธ์ที่ ๕ การยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ
๕.๑ ขยายการให้บริการพัฒนาธุรกิจที่ตรงกับความต้องการเฉพาะของธุรกิจ และพัฒนาระบบส่งต่อการให้ความช่วยเหลือ
๕.๒ สนับสนุน สสว. ในฐานะหน่วยนโยบายให้ทำหน้าที่เป็นผู้บูรณาการการให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างครบวงจร รวมทั้งจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เพียงพอและต่อเนื่อง
๕.๓ ปรับกลไกและกระบวนการติดตามประเมินผล โดยกำหนดให้มีตัวชี้วัดร่วมระหว่างหน่วยงาน และให้ผู้แทนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้แทนภาคเอกชนและภาควิชาการมีส่วนร่วมในกระบวนการมากขึ้น
กลยุทธ์ที่ ๖ การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมทั้งให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมและเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายระดับโลกและยกระดับสู่ตลาดต่างประเทศ
๖.๑ ปรับปรุงกฎหมายและความยากง่ายในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับสตาร์ทอัพ อาทิ การสรรหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในระดับโลก และการจัดตั้งบริษัท
๖.๒ ผ่อนคลายข้อจำกัดด้านการระดมทุน โดยร่วมลงทุนกับภาคเอกชนพัฒนากองทุนซีดดิ้ง และธุรกิจเงินร่วมลงทุนส่วนบุคคล
๖.๓ ส่งเสริมการเชื่อมโยงธุรกิจสตาร์ทอัพสู่ตลาดโลก โดยส่งเสริมให้เข้าสู่โครงการบ่มเพาะ โดยเฉพาะในต่างประเทศ
กลยุทธ์ที่ ๗ การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีศักยภาพการดำเนินการในเชิงธุรกิจ
๗.๑ เร่งออกกฎหมายลำดับรอง ภายใต้ พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. ๒๕๖๒
๗.๒ ส่งเสริมการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่เฉพาะเจาะจงและยั่งยืน ของวิสาหกิจเพื่อสังคม
๗.๓ ให้สิทธิประโยชน์และสิ่งจูงใจให้เกิดการร่วมทุน กับวิสาหกิจเพื่อสังคม

๔. กลยุทธ์การพัฒนา

<u>กลยุทธ์ที่ ๑</u> การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจและการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กลยุทธ์ย่อย ๑.๑ เร่งปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และสร้างให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และรายใหญ่ โดยพัฒนาเครื่องมือตรวจจับพฤติกรรมจำกัดการแข่งขัน เพื่อนำไปใช้กำหนดมาตรการแก้ไข ควบคุมการมีอำนาจเหนือตลาด และกำหนดแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่เหมาะสมและเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ พร้อมทั้งการบังคับใช้ที่เข้มแข็ง ตลอดจนทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น

กลยุทธ์ย่อย ๑.๒ เพิ่มความสะดวกในทุกขั้นตอนการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจและการพิจารณาอนุมัติอนุญาต พัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการภาครัฐในทุกกระบวนการผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มประสิทธิภาพศูนย์ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนจัดทำและเผยแพร่คู่มือการประกอบธุรกิจรายสาขาที่ผู้ประกอบการเข้าถึงได้

กลยุทธ์ย่อย ๑.๓ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและระบบมาตรฐานให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงได้ด้วยต้นทุนต่ำ โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนสำหรับการใช้เทคโนโลยีและซอฟต์แวร์พื้นฐานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกิจและการพัฒนามาตรฐาน โดยเฉพาะการวิเคราะห์ ทดสอบรับรอง เพื่อลดภาระต้นทุนในการพัฒนาสินค้าและบริการ การตรวจสอบและรับรองมาตรฐานระดับประเทศและระดับสากล รวมถึงขยายผลการให้บริการของศูนย์บ่มเพาะที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจเฉพาะสำหรับการพัฒนาและยกระดับสินค้าและบริการของของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีคุณภาพ มีนวัตกรรมและแข่งขันได้ในตลาดสากล

<u>กลยุทธ์ที่ ๒</u> การพัฒนาแพลตฟอร์มเชื่อมโยงฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ

กลยุทธ์ย่อย ๒.๑ จัดให้มีระบบไอดีเดียวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ในการทำธุรกรรมผ่านระบบดิจิทัล ลดขั้นตอนและปริมาณเอกสารที่ผู้ประกอบการต้องใช้ในการติดต่อธุรกรรมกับภาครัฐ

กลยุทธ์ย่อย ๒.๒ พัฒนาพอร์ทัลกลางเชื่อมโยงข้อมูลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เข้ากับระบบการให้บริการภาครัฐ สนับสนุนให้มีการแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงานและเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลขนาดใหญ่ ที่เกิดขึ้นได้อย่างเป็นปัจจุบัน โดยให้สิทธิประโยชน์และบริการที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจเพื่อจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบฐานข้อมูล พร้อมทั้งพัฒนากระบวนการขอรับการยินยอมจากผู้ประกอบการในการส่งต่อข้อมูลระหว่างหน่วยงานสำหรับการจัดทำนโยบายและมาตรการส่งเสริมแบบมุ่งเป้า

กลยุทธ์ย่อย ๒.๓ พัฒนาระบบคลังข้อมูลและความรู้สำหรับให้บริการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นระบบออนไลน์ และระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ครบวงจร โดยสร้างแพลตฟอร์มการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลความรู้ ใช้ประโยชน์ในวิเคราะห์ตลาดและพัฒนาหรือปรับปรุงประสิทธิภาพสินค้า บริการ และกระบวนการผลิตได้ด้วยตนเอง

<u>กลยุทธ์ที่ ๓</u> จัดให้มีกลไกทางการเงินที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้อย่างทั่วถึง

กลยุทธ์ย่อย ๓.๑ ส่งเสริมให้สถาบันการเงินหรือธนาคารและผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินใช้ข้อมูลธุรกิจและร่องรอยดิจิทัลในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้ข้อมูลธุรกรรม หรือข้อมูลสำคัญทางการค้าของธุรกิจในรูปแบบดิจิทัลในการยืนยันสถานภาพการดำเนินธุรกิจและเป็นหลักประกันที่เหมาะสม โดยไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันรูปแบบปกติ

กลยุทธ์ย่อย ๓.๒ กำหนดบทบาทสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ให้มีมาตรการสินเชื่อและการค้ำประกันสินเชื่อที่ชัดเจนสำหรับแต่ละเซกเมนต์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะสำหรับวิสาหกิจรายเล็กและวิสาหกิจรายย่อย รวมทั้งกำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์ในการจัดทำมาตรการสินเชื่อพิเศษที่แตกต่างจากสถาบันการเงินทั่วไป เพื่อมุ่งให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายเล็กและรายย่อยสามารถเข้าถึงได้

กลยุทธ์ย่อย ๓.๓ ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดมทุนผ่านตลาดทุนหรือแหล่งทุนทางเลือกที่หลากหลาย สอดรับกับโมเดลธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกเหนือจากการให้สินเชื่อผ่านสถาบันการเงินทั่วไป อาทิ การระดมทุนผ่านตลาด เอ็ม เอ ไอ การระดมทุนจากบุคคลทั่วไป สินเชื่อแบบบุคคลถึงบุคคล ธุรกิจเงินร่วมลงทุน รวมทั้งเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือสตาร์ทอัพในสาขาด้านการเงินมีโอกาสในการขยายและต่อยอดธุรกิจในการเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกที่เหมาะสมสอดคล้องกับศักยภาพและครอบคลุมรูปแบบของธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยกัน

<u>กลยุทธ์ที่ ๔</u> การส่งเสริมการพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

กลยุทธ์ย่อย ๔.๑ เสริมสร้างความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ โดยเฉพาะความรู้และทักษะของเยาวชนและผู้ประกอบการด้านดิจิทัล การเงิน การตลาดยุคใหม่ การเข้าถึงตลาดส่งออก รูปแบบธุรกิจต่าง ๆ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม รวมทั้งทักษะเชิงลึกตามความต้องการเฉพาะด้านของสาขาและประเภทธุรกิจ ตลอดจนเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสามารถรับมือกับสภาพการแข่งขันของตลาดยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง รวมถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

กลยุทธ์ย่อย ๔.๒ ให้สิทธิประโยชน์และสิ่งจูงใจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการลงทุนและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องจักรกล และระบบอัตโนมัติ ในการบริหารจัดการ การยกระดับประสิทธิภาพการผลิต และการให้บริการ โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีหรือสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำในการลงทุนเทคโนโลยีหรือเครื่องจักร และสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนสำหรับค่าจ้างที่ปรึกษาและค่าฝึกอบรมการใช้งาน

กลยุทธ์ย่อย ๔.๓ พัฒนาแพลตฟอร์มการค้าระหว่างระดับประเทศให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปเข้าถึงได้ โดยเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศสามารถใช้ช่องทางแพลตฟอร์มของประเทศที่มีความมั่นคงปลอดภัยเป็นแต้มต่อและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพในต่างประเทศได้ พร้อมทั้งเร่งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการส่งออกใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า รวมถึงเตรียมความพร้อมและเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากความตกลงการค้าเสรีในกรอบความร่วมมือต่าง ๆ

กลยุทธ์ย่อย ๔.๔ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในสาขาและกับรายใหญ่ภายในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรธุรกิจ จับคู่และสนับสนุนการให้ความช่วยเหลือของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีศักยภาพให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร รวมถึงเปิดพื้นที่พบปะแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ธุรกิจเพื่อพัฒนาความร่วมมือที่ยั่งยืนและขยายผลไปสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกระดับ

<u>กลยุทธ์ที่ ๕</u> การยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ

กลยุทธ์ย่อย ๕.๑ ขยายการให้บริการพัฒนาธุรกิจที่ตรงกับความต้องการเฉพาะของธุรกิจ และพัฒนาระบบส่งต่อการให้ความช่วยเหลือ โดยขยายผลคูปองภาครัฐ พัฒนาระบบการขึ้นทะเบียนและระบบการประเมินศักยภาพผู้ให้บริการพัฒนาธุรกิจภาคเอกชน เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเลือกใช้บริการพัฒนาธุรกิจที่ได้คุณภาพมาตรฐานผ่านการรับรองจากภาครัฐ

กลยุทธ์ย่อย ๕.๒ สนับสนุนสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในฐานะหน่วยงานนโยบายให้ทำหน้าที่เป็นผู้บูรณาการการให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างครบวงจร รวมทั้งจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เพียงพอและต่อเนื่อง ผ่านกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กลยุทธ์ย่อย ๕.๓ ปรับกลไกและกระบวนการติดตามประเมินผล โดยกำหนดให้มีตัวชี้วัดร่วมระหว่างหน่วยงาน และให้ผู้แทนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้แทนภาคเอกชนและภาควิชาการมีส่วนร่วมในกระบวนการมากขึ้น เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของนโยบายร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน

<u>กลยุทธ์ที่ ๖</u> การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ และผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม รวมทั้งให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม และเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายระดับโลก และยกระดับสู่ตลาดต่างประเทศ

กลยุทธ์ย่อย ๖.๑ ปรับปรุงกฎหมายและความยากง่ายในการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะที่เกี่ยวกับสตาร์ทอัพ อาทิ การสรรหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีในระดับโลกและผู้เชี่ยวชาญการจัดตั้งบริษัทเพื่อพัฒนาระบบนิเวศและผลักดันสตาร์ทอัพ ซึ่งต้องการระบบนิเวศเพื่อการเริ่มต้นและการประกอบธุรกิจที่ต่างจากธุรกิจปกติ ให้สามารถเติบโตสู่การยกระดับในระยะต่อไป

กลยุทธ์ย่อย ๖.๒ ผ่อนคลายข้อจำกัดด้านการระดมทุน โดยร่วมลงทุนกับภาคเอกชนพัฒนากองทุนซีดดิ้ง และธุรกิจเงินร่วมลงทุนส่วนบุคคล ที่เอื้ออำนวยให้สตาร์ทอัพมีพี่เลี้ยงในการสร้างธุรกิจ สามารถเข้าสู่

แหล่งเงินทุนและระดมทุนได้อย่างต่อเนื่อง สร้างเครือข่ายกับแหล่งทุนในต่างประเทศ และดึงดูดผู้มีความสามารถให้เข้ามาเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ย่อย ๖.๓ ส่งเสริมการเชื่อมโยงธุรกิจสตาร์ทอัพสู่ตลาดโลก โดยส่งเสริมให้สตาร์ทอัพเข้าสู่โครงการบ่มเพาะ โดยเฉพาะโครงการบ่มเพาะในต่างประเทศ ร่วมงานกับพื้นที่พัฒนาพิเศษสำหรับสตาร์ทอัพและมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสให้สตาร์ทอัพรุ่นเยาว์ก้าวไปถึง ซีรีส์ ซี ขึ้นไป

<u>กลยุทธ์ที่ ๗</u> การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีศักยภาพการดำเนินการในเชิงธุรกิจ

กลยุทธ์ย่อย ๗.๑ เร่งออกกฎหมายลำดับรองภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. ๒๕๖๒ เพื่อลดข้อจำกัดการจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคมสำหรับวิสาหกิจที่ยังไม่เป็นนิติบุคคลให้สามารถขึ้นทะเบียนได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งเร่งรัดการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม

กลยุทธ์ย่อย ๗.๒ ส่งเสริมการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่เฉพาะเจาะจงและยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยใช้กลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสมาคมธุรกิจเพื่อสังคม พร้อมทั้งส่งเสริมความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศ

กลยุทธ์ย่อย ๗.๓ ให้สิทธิประโยชน์และสิ่งจูงใจให้เกิดการร่วมทุนกับวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อดึงดูดบริษัทเอกชนรายใหญ่ให้ดำเนินการตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในการสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศ

หมุดหมายที่ ๑๓ ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

๑. สถานการณ์การพัฒนาที่ผ่านมา

ภาครัฐเป็นกลไกหลักกลไกหนึ่งในการดูแลประชาชนให้กินดีอยู่ดี สามารถประกอบอาชีพได้ และขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยมีหน้าที่และบทบาทสำคัญในการให้บริการประชาชน และการนำนโยบายสาธารณะ แผนการพัฒนาประเทศ และกฎหมาย สู่การปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรม โดยปัจจัยสำคัญของความสำเร็จของภาครัฐในการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว สถานการณ์ความไม่แน่นอนและมีความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้น

ภาครัฐไทยยังคงมีข้อจำกัดในหลายประเด็นที่เป็นอุปสรรคต่อการตอบโจทย์ประชาชนได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะการที่**โครงสร้างภาครัฐยังมีขนาดใหญ่ มีส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐจำนวนมากที่มีการทำงานซ้ำซ้อนกัน ขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน ในขณะที่การมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนาอื่น ๆ ในการบริการภาครัฐยังมีข้อจำกัด** ส่งผลให้การทำงานและการให้บริการของภาครัฐมักเกิดปัญหาความล่าช้า ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชน การให้บริการไม่ครอบคลุมพื้นที่อย่างทั่วถึง ซึ่งสะท้อนจากมิติด้านความมีประสิทธิผลของภาครัฐ ของดัชนีชี้วัดธรรมาภิบาลโลก พบว่า ปี ๒๕๖๒ ค่าดัชนีของไทยมีค่าที่ ๖๕.๘๗ คะแนน ลดลงจาก ๖๖.๘๓ คะแนน ในปี ๒๕๖๑ และน้อยกว่าประเทศสิงคโปร์ บรูไน และมาเลเซีย รวมถึงการที่**ภาครัฐยังขาดการมุ่งเน้นให้มีการประสานการดำเนินงานกับทุกภาคส่วนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน** สะท้อนจากสถานการณ์การบรรลุเป้าหมายแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่ยังมีสัดส่วนของเป้าหมายแผนแม่บทย่อยภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่ยังอยู่ในสถานการณ์บรรลุเป้าหมายต่ำกว่าค่าเป้าหมาย ณ ปี ๒๕๖๓ เป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๘๐.๗๑ นอกจากนี้ สัดส่วนการลงทุนของภาคเอกชนต่อการลงทุนรวมในการจัดบริการสาธารณะในปี ๒๕๖๓ อยู่ที่เพียงร้อยละ ๑๐.๗ เท่านั้น ต่ำกว่าค่าเป้าหมายของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่ร้อยละ ๒๐ ในปี ๒๕๖๕ ซึ่งรวมถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ ในการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานภาครัฐอาจยังมีข้อจำกัดและไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดที่สำคัญอีกประการ คือ การที่**โครงสร้างพื้นฐานและกระบวนการทำงานของหน่วยงานของรัฐยังไม่สนับสนุนการทำงานรัฐบาลดิจิทัลแบบครบวงจร** โดยหน่วยงานของรัฐขาดการจัดเก็บและการเชื่อมโยงข้อมูลในรูปแบบดิจิทัลที่เป็นระบบและบูรณาการ ส่งผลให้การจัดเก็บข้อมูลมีความซ้ำซ้อน กระจัดกระจาย ไม่มีการจัดกลุ่ม จัดหมวดหมู่ ข้อมูลไม่มีคุณภาพ ไม่มีมาตรฐาน ไม่ถูกต้องครบถ้วน ไม่เป็นปัจจุบัน และไม่อยู่ในรูปแบบที่พร้อมต่อการใช้งานโดยเฉพาะกระบวนการขอใช้ข้อมูลซับซ้อนและใช้เวลานาน รวมถึง**ข้อมูลทรัพยากรต่าง ๆ ของภาครัฐเพื่อการพัฒนาประเทศยังขาดการบูรณาการและการบริหารอย่างเป็นระบบ** ขาดการนำมาวิเคราะห์และใช้งานในการตัดสินใจ ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากผลการสำรวจรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ปี ๒๕๖๓ ซึ่งประกอบด้วย ดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ ๕๗ และมีค่าคะแนน ๐.๗๕๖๕ เทียบกับประเทศสิงคโปร์ที่ได้รับการจัดอันดับที่ ๑๑ และมีค่าคะแนน ๐.๙๑๕๐ ดัชนีการมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าคะแนน ๐.๗๗๓๘ ดัชนีทุนมนุษย์ มีค่าคะแนน ๐.๗๗๕๑ และดัชนีการให้บริการภาครัฐออนไลน์ มีค่าคะแนน ๐.๗๙๔๑

ในขณะเดียวกัน บุคลากรภาครัฐยังคุ้นชินกับวิถีการทำงานในรูปแบบเดิม ขาดทักษะด้านดิจิทัลและการคิดสร้างสรรค์ ขาดการสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรภาครัฐพัฒนาตนเองให้ทันต่อบริบทปัจจุบัน **บุคลากรไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัล** ขาดวัฒนธรรมของภาครัฐ และบางกรณีเป็นเหตุผลสำคัญในการขัดขวางการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง คือ การที่**ระบบการจ้างงานภาครัฐไม่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ** ทั้งในมิติระบบการสรรหา ค่าตอบแทน การบริหารผลการทำงาน ความก้าวหน้าในอาชีพ หรือการประเมินศักยภาพ รวมทั้งวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ทันสมัยและไม่เป็นมืออาชีพ ทำให้ไม่ส่งเสริมให้บุคลากรภาครัฐพัฒนาตนเองและเกิดความผูกพันต่อองค์กร ไม่เอื้อให้เกิดกรอบความคิดที่ต้องการจะพัฒนาตนเอง และความผูกพันต่อองค์กร ส่งผลให้ส่วนราชการไม่สามารถใช้ประโยชน์จากกำลังคนได้เต็มศักยภาพ

นอกจากนั้น **กฎหมายไทยจำนวนมากมีความล้าสมัย ไม่เอื้อต่อการทำงานและการปรับตัวของภาครัฐให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รวมถึงการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและภาคเอกชน** กระบวนการแก้ไขกฎหมายมีระยะเวลานานทำให้ไม่สามารถปรับปรุงกฎหมายให้รองรับการเปลี่ยนแปลงและขาดการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการแก้ไขปรับปรุง พัฒนากฎหมาย หรือยกเลิกกฎหมาย **ขาดฐานข้อมูลด้านกฎหมายของประเทศ** เพื่อรองรับการเข้าถึงกระบวนการของกฎหมาย ให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎหมาย **ขาดความตระหนักถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและผลที่จะได้รับอย่างเคร่งครัด** ส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของการบังคับใช้กฎหมาย โดยสะท้อนได้จากประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทย เทียบเคียงจากมิติด้านการบังคับใช้กฎหมายของดัชนีนิติธรรม พบว่า ในปี ๒๕๖๓ ประเทศไทยมีคะแนน ๐.๔๗ คะแนน จัดอยู่ลำดับที่ ๘๓ จาก ๑๒๘ ประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ คะแนนในการบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จาก ๐.๕๐ คะแนนในปี ๒๕๖๑ เป็น ๐.๔๘ คะแนนในปี ๒๕๖๒ และ ๐.๔๗ คะแนน ในปี ๒๕๖๓

๒. เป้าหมายการพัฒนา

๒.๑ ความเชื่อมโยงของหมุดหมายกับเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ และยุทธศาสตร์ชาติ

ภาครัฐจำเป็นต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวเพื่อลดช่องว่างของการปฏิบัติงานให้มีศักยภาพที่เหมาะสม ในฐานะที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศบนหลักการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ คือ การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐ โดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศ โดยมีประเด็นที่ต้องดำเนินการเพื่อรับมือกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างความสามารถของภาครัฐ ประกอบด้วย ๑) พัฒนาการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก ประหยัด แก่ประชาชนและผู้ประกอบการ โดยพัฒนาคุณภาพการให้บริการและเปิดโอกาสให้ภาคส่วนอื่นเข้ามามีส่วนร่วม ๒) ปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและโครงสร้างของภาครัฐให้ยืดหยุ่น เชื่อมโยง เปิดกว้าง และมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ๓) ปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาประเทศ และสร้างระบบบริหารจัดการ และ ๔) การสร้างระบบบริหารภาครัฐที่ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนและพัฒนาบุคลากร ให้มีทักษะที่จำเป็นในการให้บริการภาครัฐดิจิทัลและปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ มาตรการภาครัฐให้เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งตอบสนองต่อเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จำนวน ๒ เป้าหมาย ได้แก่

เป้าหมายที่ ๓) **การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม** โดยมีบริการสาธารณะทั่วถึง เท่าเทียม และ เป้าหมายที่ ๕) **การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงภายใต้บริบทโลกใหม่**

การพัฒนาตามหมุดหมายฯ จะสามารถส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติใน ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ในประเด็นเป้าหมาย ประชาชนอยู่ดี กินดี และมีความสุข ๒) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ใน ๒ ประเด็นเป้าหมาย คือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ๓) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมใน ๒ ประเด็นเป้าหมาย คือ สร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ และเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อสร้างสังคมคุณภาพ ๔) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ๒ ประเด็นเป้าหมาย คือ ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ หมุดหมายที่ ๑๓ ยังมีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติใน ๔ ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ ๑๗ ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม ประเด็นที่ ๒๐ การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ ประเด็นที่ ๒๑ การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ ประเด็นที่ ๒๒ กฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

๒.๒ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของการพัฒนาระดับหมุดหมาย

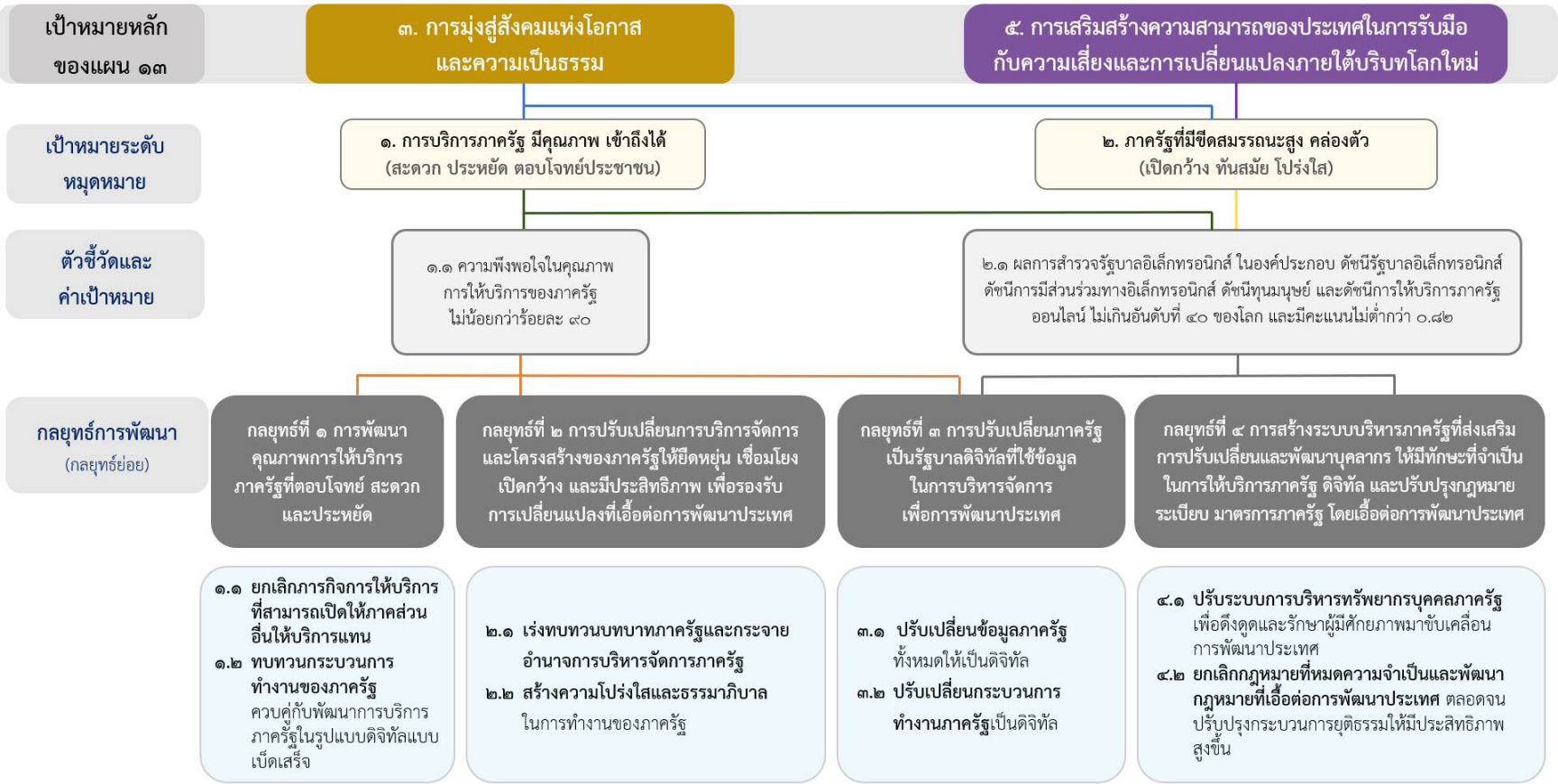
<u>เป้าหมายที่ ๑</u> การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้

ตัวชี้วัดที่ ๑.๑ ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐

<u>เป้าหมายที่ ๒</u> ภาครัฐที่มีขีดสมรรถนะสูง คล่องตัว

ตัวชี้วัดที่ ๒.๑ ผลการสำรวจรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ในองค์ประกอบ ดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ดัชนีการมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์ ดัชนีทุนมนุษย์ และดัชนีการให้บริการภาครัฐออนไลน์ ไม่เกินอันดับที่ ๔๐ ของโลก และมีคะแนนไม่ต่ำกว่า ๐.๘๒

๓. แผนที่กลยุทธ์


เป้าหมายหลักของแผน ๑๓
๓. การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม
๕. การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงภายใต้บริบทโลกใหม่
เป้าหมายระดับหมุดหมาย
๑. การบริการภาครัฐ มีคุณภาพ เข้าถึงได้ (สะดวก ประหยัด ตอบโจทย์ประชาชน)
๒. ภาครัฐที่มีขีดสมรรถนะสูง คล่องตัว (เปิดกว้าง ทันสมัย โปร่งใส)
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย
๑.๑ ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของภาครัฐ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐
๒.๑ ผลการสำรวจรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ในองค์ประกอบ ดัชนีรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ดัชนีการมีส่วนร่วมทางอิเล็กทรอนิกส์ ดัชนีทุนมนุษย์ และดัชนีการให้บริการภาครัฐออนไลน์ ไม่เกินอันดับที่ ๔๐ ของโลก และมีคะแนนไม่ต่ำกว่า ๐.๘๒
กลยุทธ์การพัฒนา (กลยุทธ์ย่อย)
กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก และประหยัด
กลยุทธ์ที่ ๒ การปรับเปลี่ยนการบริการจัดการและโครงสร้างของภาครัฐให้ยืดหยุ่น เชื่อมโยง เปิดกว้าง และมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ
กลยุทธ์ที่ ๓ การปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาประเทศ
กลยุทธ์ที่ ๔ การสร้างระบบบริหารภาครัฐที่ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนและพัฒนาบุคลากร ให้มีทักษะที่จำเป็นในการให้บริการภาครัฐ ดิจิทัล และปรับปรุงกฎหมายระเบียบ มาตรการภาครัฐ โดยเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ
๑.๑ ยกเลิกภารกิจการให้บริการที่สามารถเปิดให้ภาคส่วนอื่นให้บริการแทน
๑.๒ ทบทวนกระบวนการทำงานของภาครัฐ ควบคู่กับพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ
๒.๑ เร่งทบทวนบทบาทภาครัฐและกระจายอำนาจการบริหารจัดการภาครัฐ
๒.๒ สร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในการทำงานของภาครัฐ
๓.๑ ปรับเปลี่ยนข้อมูลภาครัฐทั้งหมดให้เป็นดิจิทัล
๓.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐเป็นดิจิทัล
๔.๑ ปรับระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐ เพื่อดึงดูดและรักษาผู้มีศักยภาพมาขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ
๔.๒ ยกเลิกกฎหมายที่หมดความจำเป็นและพัฒนากฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

๔. กลยุทธ์การพัฒนา

<u>กลยุทธ์ที่ ๑</u> การพัฒนาคุณภาพการให้บริการภาครัฐที่ตอบโจทย์ สะดวก และประหยัด

กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๑ ยกเลิกภารกิจการให้บริการที่สามารถเปิดให้ภาคส่วนอื่นให้บริการแทน โดยยกเลิกภารกิจการให้บริการของภาครัฐที่มีต้นทุนสูง เมื่อเทียบกับเอกชน หรือไม่มีความจำเป็นที่ภาครัฐต้องดำเนินการ โดยพัฒนากลไกและสร้างแรงจูงใจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน วิสาหกิจเพื่อสังคม องค์การนอกภาครัฐ และภาคีการพัฒนาอื่น ๆ เข้ามาดำเนินการหรือร่วมดำเนินการในลักษณะนวัตกรรมการให้บริการในการตอบสนองความต้องการของประชาชนและการพัฒนาประเทศที่มีการร่วมรับผลประโยชน์และความเสี่ยงในการดำเนินการ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๒ ทบทวนกระบวนการทำงานของภาครัฐควบคู่กับพัฒนาการบริการภาครัฐในรูปแบบดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของภาครัฐจากการควบคุมมาเป็นการกำกับดูแลหรือเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว โดยเฉพาะขั้นตอนการอนุมัติ อนุญาตต่าง ๆ พร้อมทั้งปรับกระบวนการทำงานภาครัฐโดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและให้มีการเชื่อมโยงการให้บริการระหว่างหน่วยงานให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ โดยกำหนดเป้าหมายการบริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จในทุกบริการที่ภาครัฐยังต้องดำเนินการให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่ระดับนโยบาย แผนงบประมาณ กำลังคน และการติดตามประเมินผล ให้เป็นเอกภาพและมุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน

<u>กลยุทธ์ที่ ๒</u> การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการและโครงสร้างของภาครัฐให้ยืดหยุ่น เชื่อมโยง เปิดกว้าง และมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๒.๑ เร่งทบทวนบทบาทภาครัฐและกระจายอำนาจการบริหารจัดการภาครัฐ โดยปรับบทบาทและภารกิจใหม่ให้รองรับแนวทางการพัฒนาประเทศและสถานการณ์ในอนาคต ส่งเสริมการกระจายอำนาจการบริหารจัดการภาครัฐ โดยเฉพาะในเรื่องโครงสร้างภาครัฐ อัตรากำลัง งบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้างให้เกิดความยืดหยุ่น คล่องตัว มีประสิทธิภาพในการบริหารของส่วนราชการและจังหวัด และแก้ไขปรับปรุง พัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ ให้เอื้อต่อการกระจายอำนาจของส่วนราชการและการบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีศักยภาพพร้อมรับภารกิจจากส่วนกลางไปดำเนินการได้ ทั้งนี้ ควรมีการกำหนดกลไกที่สามารถให้หน่วยงานของรัฐสามารถปรับเปลี่ยนการทำงานหรือสร้างนวัตกรรมโดยไม่ติดอยู่ภายใต้กรอบเงื่อนไขของกฎระเบียบเดิมโดยเร็วเป็นอันดับแรก

กลยุทธ์ย่อยที่ ๒.๒ สร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลภาครัฐ โดยเปิดเผยข้อมูลผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ประชาชน องค์กร เครือข่าย และภาคีการพัฒนาต่าง ๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างกันที่หลากหลาย มีการบูรณาการการบริหารจัดการและนำไปประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานของรัฐในการแก้ปัญหาและการพัฒนาร่วมกัน เพื่อลดการทุจริตคอร์รัปชัน

<u>กลยุทธ์ที่ ๓</u> การปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๑ ปรับเปลี่ยนข้อมูลภาครัฐทั้งหมดให้เป็นดิจิทัล โดยจัดทำข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการทรัพยากรของประเทศทั้งในด้านงบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และข้อมูลอื่นของหน่วยงานของรัฐทั้งหมดอย่างบูรณาการให้เป็นดิจิทัลที่มีมาตรฐาน ถูกต้อง ปลอดภัย พร้อมใช้งาน มีการจัดเก็บที่ไม่ซ้ำซ้อน ไม่เป็นภาระ

กับผู้ให้ข้อมูล มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานของรัฐกับภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายและการบริการภาครัฐให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาได้อย่างเป็นปัจจุบัน พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นต่อสาธารณะในการใช้ประโยชน์ร่วมกันในการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้ เร่งพัฒนาระบบที่บูรณาการข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการทรัพยากรภาครัฐในภาพรวมที่สำคัญต่อการตัดสินใจในเชิงนโยบายให้แล้วเสร็จเป็นลำดับแรก

กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๒ ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐเป็นดิจิทัล โดยออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ ยกเลิกการใช้เอกสารและขั้นตอนการทำงานที่หมดความจำเป็นหรือมีความจำเป็นน้อย นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ตลอดกระบวนการทำงาน ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติงาน และการติดตามประเมินผล โดยเฉพาะการให้บริการประชาชนและผู้ประกอบการให้มีความคล่องตัว สะดวก รวดเร็ว มีช่องทางและรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายที่สอดคล้องกับการทำงานแบบดิจิทัล

<u>กลยุทธ์ที่ ๔</u> การสร้างระบบบริหารภาครัฐที่ส่งเสริมการปรับเปลี่ยนและพัฒนาบุคลากร ให้มีทักษะที่จำเป็นในการให้บริการภาครัฐดิจิทัล และปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ มาตรการภาครัฐให้เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๑ ปรับระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐเพื่อดึงดูดและรักษาผู้มีศักยภาพมาขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงแผนกลยุทธ์องค์กรและกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลที่สามารถดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางปฏิบัติได้อย่างแท้จริง โดยจะต้องทบทวนแนวทางการขับเคลื่อนภารกิจเพื่อให้ภาครัฐมีขนาดและต้นทุนที่เหมาะสม ตลอดจนปรับเปลี่ยนตำแหน่งงานที่สามารถถ่ายโอนภารกิจมาเป็นตำแหน่งงานหลักที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ อีกทั้งปรับปรุงรูปแบบการจ้างงานภาครัฐให้หลากหลาย ยืดหยุ่น ครอบคลุมการจ้างงานในรูปแบบสัญญา หรือรูปแบบการทำงานไม่ตลอดชีพมากขึ้น และลดการจ้างงานแบบตลอดชีพ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อบริบทและเงื่อนไขการจ้างงานในปัจจุบันและดึงดูดผู้มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานในภาครัฐเพื่อผลักดันภารกิจได้อย่างทันการณ์และมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่นวัตกรรม รูปแบบการจ้างงานเพื่อให้การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างรวดเร็ว เป็นรูปธรรม และเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัลแบบองค์รวม ตลอดจนพัฒนาทัศนคติ จริยธรรม องค์ความรู้ และทักษะ พร้อมทั้งพัฒนาระบบการประเมินผลบุคลากรภาครัฐที่สามารถส่งเสริมและสะท้อนศักยภาพในการร่วมขับเคลื่อนเป้าหมายของประเทศอย่างเป็นระบบทั้งในระดับองค์กร ระดับทีม และระดับบุคคล ตลอดจนระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่สามารถยกระดับการใช้ทรัพยากรบุคคลทุกคนให้เกิดความคุ้มค่าและประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ

กลยุทธ์ย่อยที่ ๔.๒ ยกเลิกกฎหมายที่หมดความจำเป็นและพัฒนากฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการบังคับใช้กฎหมายที่จริงจัง การปรับเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้อำนวยความสะดวกแก่ภาคเอกชนและประชาชนในการพัฒนา และปฏิรูปกฎหมายให้มีเป้าหมายที่วัดได้ในการสร้างความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและมีการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ เพื่อให้เกิดกระบวนการทำงานที่รวดเร็ว เป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งกำหนดให้มีหน่วยงานกลางดำเนินการเร่งรัดการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่ล้าสมัย ยกเลิกกฎหมายที่หมดความจำเป็น ซ้ำซ้อน หรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานและการปรับตัวให้ทันการณ์ของภาครัฐ

โดยเฉพาะกฎหมายที่ขัดกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลในทุกระดับและกฎหมายที่เกี่ยวกับการตรวจสอบการดำเนินการของภาครัฐที่ต้องมุ่งเป้าร่วมกันในการพัฒนาประเทศ พร้อมทั้งจัดให้มีการพัฒนาและบูรณาการฐานข้อมูลกลางด้านกฎหมายของประเทศที่มีความปลอดภัยสูง สะดวก เข้าถึงได้ง่าย จำแนกประเภทตามการใช้งานของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ ๕

การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ

การบรรลุเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ต้องอาศัยการดำเนินงานจากทุกภาคส่วนที่เชื่อมประสานกันอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการขับเคลื่อนที่สามารถถ่ายทอดเป้าหมายและกลยุทธ์ของแผนไปสู่การดำเนินงานในระดับมาตรการ แผนงาน และโครงการ ได้อย่างสอดคล้องเชื่อมโยงและสามารถสะท้อนถึงเป้าหมายการพัฒนาได้อย่างแท้จริง รวมถึงการผลักดันให้เกิดการทำงานอย่างบูรณาการในประเด็นการพัฒนาที่ครอบคลุมภารกิจของหลายหน่วยงาน และการประสานความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ ที่เป็นภาคีการพัฒนาเพื่อผนึกกำลังในการที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาให้สัมฤทธิ์ผล ในขณะเดียวกัน การขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ให้ประสบผลสำเร็จยังต้องอาศัยกลไกการจัดสรรงบประมาณที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนกระบวนการติดตามประเมินผลที่มีประสิทธิภาพและอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วม เพื่อสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแผนงานและวิธีการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติบรรลุผลสำเร็จ และสนับสนุนการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ **“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”** ต่อไป

๕.๑ หลักการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ

๕.๑.๑ การใช้วงจรการบริหารงานคุณภาพเป็นกรอบแนวทาง เพื่อให้เกิดกระบวนการทำงานที่เป็นระบบและมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมการดำเนินงาน ๔ ขั้นตอนที่มีความเชื่อมโยงกัน ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินงาน และการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานตามผลการตรวจสอบ

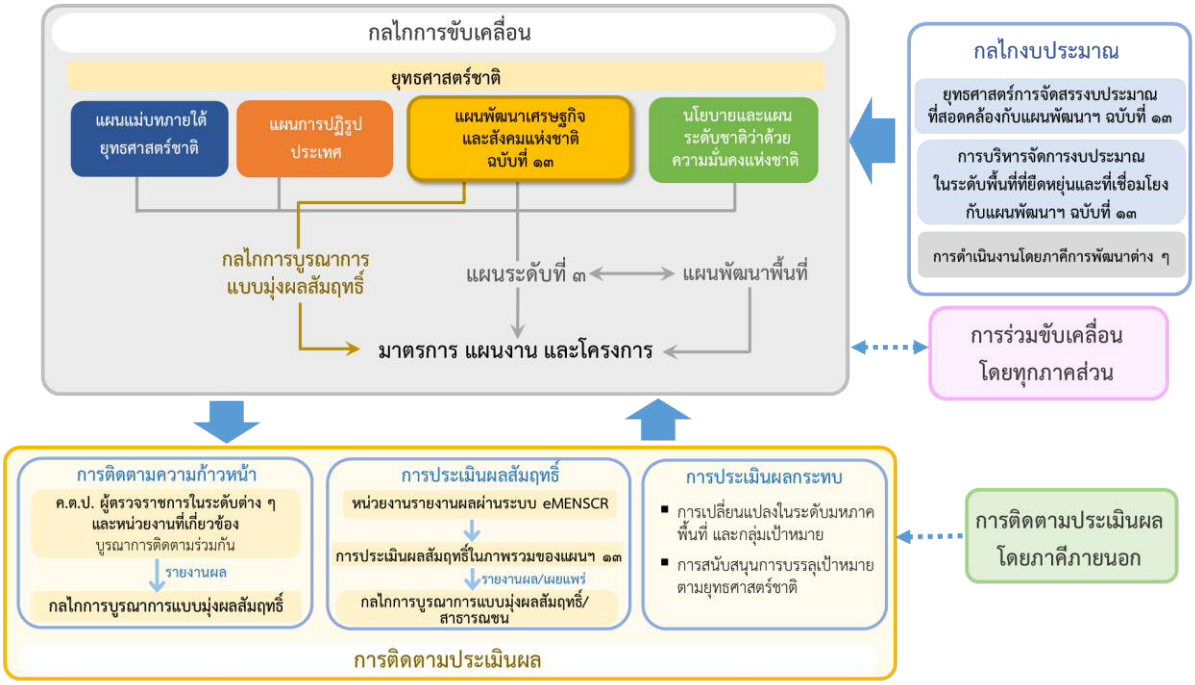
๕.๑.๒ การมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ โดยให้ความสำคัญกับการวัดผลสำเร็จของการดำเนินงานด้วยเป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม ทั้งในเชิงประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในทุกกระบวนการของวงจรการบริหารงานคุณภาพ

๕.๑.๓ การผสมผสานกลไกในหลากหลายมิติ ทั้ง**กลไกในเชิงยุทธศาสตร์** ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างปัจจัยที่จะเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่เป้าหมาย พร้อมทั้งมีการจัดลำดับการดำเนินงานตามความสำคัญและความเร่งด่วน **กลไกตามภารกิจ** ที่เป็นการดำเนินงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบตามกฎหมายและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน และ**กลไกในเชิงพื้นที่** ที่เป็นการแปลงแผนพัฒนาฯ ไปสู่การปฏิบัติผ่านการมองภาพเชิงองค์รวมในระดับภาคและจังหวัด โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับสภาพภูมิสังคมของพื้นที่

๕.๑.๔ การดำเนินงานโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างการยอมรับและลดข้อจำกัดที่เกิดจากการดำเนินงานโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หรือการดำเนินงานโดยภาครัฐแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่เชื่อมประสานกันและมีเป้าหมายร่วมกัน

๕.๒ แนวทางการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ

กระบวนการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ สู่การปฏิบัติ



๕.๒.๑ กลไกการขับเคลื่อน

กลไกการขับเคลื่อนประกอบด้วยการดำเนินงานผ่านกลไกสองส่วนที่คู่ขนานกัน ได้แก่ **กลไกการบูรณาการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์** ซึ่งเป็นกลไกที่มีจุดมุ่งหมายในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย ผ่านการบูรณาการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ และ**กลไกตามภารกิจ รวมถึงกลไกในระดับพื้นที่** ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนผ่านการดำเนินงานตามภารกิจประจำของหน่วยงานและการดำเนินงานในระดับพื้นที่ โดยสาระสำคัญของการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ผ่านกลไกทั้งสองส่วน มีดังนี้

๑) **กลไกการบูรณาการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์** เป็นกลไกการดำเนินงานในเชิงยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นให้เกิดการบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเชื่อมโยงการทำงานกับคณะกรรมการระดับชาติที่มีอยู่ รวมถึงสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนระหว่างภาครัฐกับภาคส่วนอื่น ๆ ทั้งภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ ประชาชน และภาคีการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้การขับเคลื่อนหมุดหมายต่าง ๆ บรรลุเป้าหมายได้ตามที่กำหนดอย่างเป็นรูปธรรม โดยจะ**ให้ความสำคัญกับการจัดทำหรือขับเคลื่อนมาตรการ แผนงาน และโครงการ ที่มีความสำคัญในระดับสูงต่อการบรรลุเป้าหมายของแต่ละหมุดหมาย โดยเฉพาะการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน การดำเนินงานที่เป็นการริเริ่มขึ้นใหม่ หรืออยู่นอกเหนือจากภารกิจปกติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** นอกจากนี้ กลไกนี้จะมีบทบาทในการกำกับและติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงาน รวมถึงให้ข้อเสนอแนะแก่หน่วยงานในระดับปฏิบัติ

๒) กลไกตามภารกิจ เป็นการ**เชื่อมโยงการดำเนินงานตามภารกิจของหน่วยงานให้สามารถสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓** โดยหน่วยงานภาครัฐพิจารณาดำเนินการจัดทำแผนระดับที่ ๓ มาตรการ แผนงาน และโครงการ ในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ สู่การปฏิบัติ ผ่านกลไกของหน่วยงานที่เป็นภาคีการพัฒนาต่าง ๆ

๓) กลไกในระดับพื้นที่ โดยจัดทำแผนพัฒนาภาค แผนพัฒนาจังหวัด และแผนระดับพื้นที่ต่าง ๆ ให้สนับสนุนการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาและแผนงานโครงการที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ และแผนระดับที่ ๒ อื่น ๆ พร้อมกับการแก้ปัญหาของพื้นที่และการพัฒนาพื้นที่โดยสอดคล้องกับศักยภาพ ตลอดจนสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ

๕.๒.๒ กลไกงบประมาณ

กลไกงบประมาณเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ให้สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยประกอบด้วย

๑) การบูรณาการการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ เข้ากับการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี เพื่อให้ระบบงบประมาณสามารถสนับสนุนการบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ โดยผนวกประเด็นการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ที่ต้องมุ่งเน้นในแต่ละปีเข้ากับยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณ

๒) การสนับสนุนให้หน่วยงานในระดับพื้นที่สามารถบริหารจัดการงบประมาณได้อย่างยืดหยุ่น และสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ เพื่อขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาสำคัญที่เหมาะสมกับบริบท ศักยภาพ และความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

๓) การส่งเสริมการดำเนินงานของภาคีการพัฒนาต่าง ๆ โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนและภาคีการพัฒนาต่าง ๆ ที่มีศักยภาพเข้ามาลงทุนในภาคการผลิตและบริการเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ รวมถึงดำเนินงานในกิจกรรมการพัฒนาที่เอกชนมีความเชี่ยวชาญ ภายใต้การกำหนดมาตรฐานและการกำกับดูแลที่โปร่งใส และสามารถสนับสนุนให้การลงทุนเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

๕.๒.๓ การเสริมสร้างบทบาทของทุกภาคส่วนในการร่วมขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ โดยสนับสนุนการประสานกำลังของ “บวร” (บ้าน วัด โรงเรียน) ซึ่งครอบคลุมถึงชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ศาสนสถาน สถาบันทางศาสนา บุคลากรและองค์กรทางการศึกษา อาสาสมัคร จิตอาสาและภาคีการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อแปลงกลยุทธ์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ไปสู่การร่วมแก้ไขปัญหาและการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งสร้างแพลตฟอร์มหรือช่องทางให้ทุกภาคีมีโอกาสแสดงความคิดเห็น เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาของชุมชน และร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานในระดับพื้นที่อื่น ๆ ในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ซึ่งจะช่วยฟื้นฟูให้ชุมชนเข้มแข็งและสนับสนุนให้ชุมชนเป็นกำลังที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ ตลอดจนการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ผ่านการเสริมสร้างความร่วมมือกับประชาคมและองค์การระหว่างประเทศ โดยเฉพาะประเด็นการพัฒนาที่มีความสำคัญในระดับภูมิภาคและอนุภูมิภาค

๕.๓ การติดตามและประเมินผล

การติดตามและประเมินผลการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ครอบคลุมทั้งการติดตามประเมินผลในระดับของแผนงานและโครงการ โดยเฉพาะแผนงานและโครงการที่มีความสำคัญในระดับสูงต่อการบรรลุเป้าหมายของแต่ละหมุดหมาย เพื่อส่งข้อมูลย้อนกลับให้แก่หน่วยงานและภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องนำไปทบทวนและปรับปรุงแผนและวิธีการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย รวมไปถึงการวัดผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาในภาพรวมของหมุดหมายและเป้าหมายหลักตามตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ในแผน ทั้งนี้ ในการติดตามและประเมินผลในทุกระดับต้องผลักดันให้มีการบูรณาการและการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความโปร่งใส โดยการติดตามและประเมินผลการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ประกอบด้วยการดำเนินงานใน ๓ ส่วน ดังนี้

๕.๓.๑ การติดตามความก้าวหน้า เป็นการติดตามประเมินผลในระหว่างที่แผนงานโครงการต่าง ๆ อยู่ระหว่างการดำเนินการ เพื่อตรวจติดตามว่าการดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กรอบระยะเวลา และการสำรวจปัญหาอุปสรรคที่อาจส่งผลให้การดำเนินการล่าช้าและไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด โดยอาศัยกลไกและหน่วยงานในทุกระดับที่มีภารกิจในการติดตามการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ อาทิ คณะกรรมการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการ (ค.ต.ป.) ผู้ตรวจราชการในระดับต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการบูรณาการการทำงานร่วมกัน และจัดให้มีการรายงานผลการติดตามและประเมินผลต่อกลไกการบูรณาการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ตามรอบระยะเวลาที่เหมาะสม

๕.๓.๒ การประเมินผลสัมฤทธิ์ เป็นการประเมินผลว่าแผนงานและโครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จสามารถบรรลุเป้าหมาย ผลผลิต และผลลัพธ์ตามที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงใด รวมถึงการประเมินความสำเร็จตามตัวชี้วัดในระดับของหมุดหมายและเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาฯ ทั้งในระหว่างและหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาของแผน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานในส่วนกลางและหน่วยงานในระดับพื้นที่ รายงานความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการในระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ โดยแสดงผลให้เห็นถึงการบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เพื่อนำไปสู่กระบวนการประมวลข้อมูล และนำเสนอผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ในภาพรวมของการขับเคลื่อนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ต่อกลไกการบูรณาการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ โดยเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รับทราบ พร้อมทั้งจัดให้มีช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน

๕.๓.๓ การประเมินผลกระทบ เป็นการศึกษาวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เกิดเนื่องมาจากการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ทั้งการเปลี่ยนแปลงในระดับมหภาค การเปลี่ยนแปลงในระดับพื้นที่ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนความสามารถในการสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

แผนปฏิบัติราชการ 5 ปี

พ.ศ. 2566-2570

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

แผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

วิสัยทัศน์

"ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570"

พันธกิจ

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

<u>กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา</u>

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่[1]

<u>แนวทางการพัฒนา</u>

1.1 พัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ โดยเน้นสินค้าอุตสาหกรรมสีเขียวและสินค้า/บริการสำหรับเศรษฐกิจใหม่

<u>สินค้าเป้าหมาย</u>

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

[1] เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) , เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bioeconomy) , เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) , เศรษฐกิจเพื่อสังคม (Social Economy) และเศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy) : สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

1.2 พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ

- <u>ธุรกิจบริการแห่งอนาคต</u> เช่น บริการทางการแพทย์ครบวงจร/ ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ (แอนิเมชั่น คาแรกเตอร์ ซอฟแวร์ และโฆษณา)/ ธุรกิจบันเทิง (ภาพยนตร์ ละคร/ซีรีส์ และดนตรี รวมถึงธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่อง เช่น Pre-Production, Post- Production, Location Shooting)/ ธุรกิจบริหารการจัดงาน/ ธุรกิจการศึกษา (Educational Service)/ ธุรกิจสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์/ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์/ ธุรกิจแฟรนไชส์

1.3 สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง

- ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

1.4 สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยพลังสร้างสรรค์ (Soft Power)

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

1.5 สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทย

- การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างตราสัญลักษณ์สินค้า และส่งเสริมการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล
- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและบริการ
- สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Country Image) ทั้งในและต่างประเทศ เช่น Thai SELECT, PM Export Award, T Mark, DEmark, Think Thailand
- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย (Online Community) เพิ่มช่องทางและเชื่อมโยงโอกาสทางการค้า

กลยุทธ์ที่ 2 รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

<u>แนวทางการพัฒนา</u>

2.1 ขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุกโดยใช้ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้

ตลาดเป้าหมาย

<u>ตลาดหลัก</u>: สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น อาเซียน และจีน (รวมฮ่องกง)

<u>ตลาดศักยภาพ</u>: อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ไต้หวัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ตะวันออกกลาง ทวีปออสเตรเลีย และแคนาดา

<u>ตลาดศักยภาพใหม่</u> : อิรัก ซาอุดิอาระเบีย แอฟริกา ลาตินอเมริกา เอเชียกลาง และประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

2.2 ส่งเสริมการเปิดตลาด แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะตลาดใหม่ ตลาดที่เติบโตได้ดี ตลาดเมืองรอง (City focus) โดยใช้กลไกการจัดทำบันทึกความตกลง (MOU)

2.3 ส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า

- เร่งรัด Strategic Partnership กับประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย
- ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและกรอบความร่วมมือทางการค้า

2.4 การขยายพันธมิตรทางการค้า

- เสริมสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นกับผู้นำเข้า (Thailand Global Business Partners)
- พัฒนาเครือข่ายผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จในระดับประเทศ (Thailand Export Champions)

- ใช้ประโยชน์จากผู้แทนด้านการตลาด (Marketing Representative) และที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ (HTA)
- สร้างเครือข่ายพาณิชย์จังหวัดและทูตพาณิชย์ ในการหาแสวงหาคู่ค้าและขยายช่องทางการตลาดในต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแฟลตฟอร์ม (Platform Economy)

<u>แนวทางการพัฒนา</u>

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

3.2 ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและปัจจัยสนับสนุนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้รองรับการเติบโตของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (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, Klangthai, Shopee, Lazada , Rakuten, PChomeThai, Letstango)

3.5 ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

<u>แนวทางการพัฒนา</u>

4.1 พัฒนาความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศ แก่ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เกิดองค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการทำการค้ายุคใหม่

4.2 พัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า แก่ผู้ประกอบการ MSME SME และบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

4.3 พัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก ที่มีแบรนด์สินค้า ให้สามารถดำเนินธุรกิจในต่างประเทศได้

กลยุทธ์ที่ 5 ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

<u>แนวทางการพัฒนา</u>

5.1 ยกระดับการให้บริการทางการค้าด้วยระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล รวมทั้งบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล

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

****

สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กันยายน 2569

เอกสารงบประมาณ ฉบับที่ 3

เล่มที่ 7

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เอกสารงบประมาณ ฉบับที่ ๓

งบประมาณรายจ่าย

ฉบับปรับปรุง ตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

เล่มที่ ๗

- กระทรวงพลังงาน
- กระทรวงพาณิชย์

สำนักงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี

กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบประมาณ	ปี 2568	ปี 2569
งบประมาณรายจ่าย	**2,268,689,300 บาท**	**2,325,801,500 บาท**
เงินนอกงบประมาณ*	**- บาท**	**- บาท**

หมายเหตุ* เป็นจำนวนเงินนอกงบประมาณเฉพาะที่นำมาสมทบกับงบประมาณรายจ่าย

1. วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570

2. พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
2. ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
3. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
4. ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

3. ผลสัมฤทธิ์หรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้จ่ายงบประมาณ

ผลสัมฤทธิ์ หรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	
		ปี 2568	ปี 2569
(1) ผลสัมฤทธิ์ : ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันและช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น			
- ตัวชี้วัด : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	75,092	133,454
- ตัวชี้วัด : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ราย	256,603	289,321

4. เปรียบเทียบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 - 2569 จำแนกตามประเภทงบประมาณรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทงบประมาณรายจ่าย - แผนงาน	ปี 2567	ปี 2568	ปี 2569
รวมทั้งสิ้น	**2,086.8954**	**2,268.6893**	**2,325.8015**
1. งบประมาณรายจ่ายบุคลากร	**769.2361**	**776.9248**	**789.1045**
2. งบประมาณรายจ่ายของหน่วยรับงบประมาณ	**1,317.6593**	**1,490.7706**	**1,534.6670**
แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	448.4557	462.0211	464.9402
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์	13.5000	-	-
แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	842.1036	1,015.7995	985.6038
แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์	-	-	67.9472
แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ	13.6000	12.9500	16.1758
3. งบประมาณรายจ่ายบูรณาการ	**-**	**0.9939**	**2.0300**
แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	-	0.9939	2.0300

5. เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน งบประมาณและประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลาง จำแนกตามแหล่งเงิน

เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน ตัวชี้วัด	งบประมาณ / ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า* / ค่าเป้าหมายของตัวชี้วัด					
	หน่วยนับ	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570	ปี 2571	ปี 2572
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**2,268.6893**	**2,325.8015**	**2,289.6901**	**2,276.2364**	**2,262.1452**
รวมเงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**2,268.6893**	**2,325.8015**	**2,289.6901**	**2,276.2364**	**2,262.1452**
รวมเงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	-	-	-	-	-
1. ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขัน และช่องทางขยายโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถ ในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศสูงขึ้น						
- ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	75,092	133,454	145,085	157,390	170,844
- ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริม และรับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ราย	256,603	289,321	300,882	312,654	324,849
- ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ร้อยละ	-	90	90	90	90
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**2,268.6893**	**2,325.8015**	**2,289.6901**	**2,276.2364**	**2,262.1452**
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	-	-	-	-	-

*ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

6. สรุปงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

6.1 จำแนกตามลักษณะรายจ่าย

งบประมาณรายจ่าย	**2,325,801,500**	**บาท**
รายจ่ายประจำ	2,263,823,200	บาท
รายจ่ายลงทุน	61,978,300	บาท

6.2 จำแนกตามแผนงาน ผลผลิต/โครงการ และงบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

แผนงาน ผลผลิต / โครงการ	งบรายจ่าย					
	งบบุคลากร	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**574.6473**	**615.1502**	**33.9786**	**1.8469**	**1,100.1785**	**2,325.8015**
1. แผนงานบุคลากรภาครัฐ	**574.6473**	**214.4572**	**-**	**-**	**-**	**789.1045**
2. แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	**-**	**398.6630**	**33.9786**	**1.8469**	**30.4517**	**464.9402**
ผลผลิตที่ 1 : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	-	398.6630	33.9786	1.8469	30.4517	464.9402
3. แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	**-**	**-**	**-**	**-**	**985.6038**	**985.6038**
โครงการที่ 1 : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	-	-	-	-	25.8540	25.8540
โครงการที่ 2 : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ	-	-	-	-	250.0813	250.0813
โครงการที่ 3 : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	-	-	-	-	517.0591	517.0591
โครงการที่ 4 : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	-	-	-	-	130.6879	130.6879
โครงการที่ 5 : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	-	-	-	-	36.8546	36.8546
โครงการที่ 6 : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	-	-	-	-	25.0669	25.0669
4. แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์	**-**	**-**	**-**	**-**	**67.9472**	**67.9472**
โครงการที่ 1 : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล	-	-	-	-	67.9472	67.9472

หน่วย : ล้านบาท

แผนงาน ผลผลิต / โครงการ	งบรายจ่าย					
	งบบุคลากร	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
5. แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ	**-**	**-**	**-**	**-**	**16.1758**	**16.1758**
โครงการที่ 1 : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	-	-	-	-	16.1758	16.1758
6. แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล	**-**	**2.0300**	**-**	**-**	**-**	**2.0300**
โครงการที่ 1 : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	-	2.0300	-	-	-	2.0300

7. รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามแผนงาน และ ผลผลิต/โครงการ

7.1 แผนงานบุคลากรภาครัฐ **789,104,500 บาท**

7.1.1 งบประมาณและประมาณการรายจ่ายเงินงบประมาณและเงินนอกงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2572

หน่วย : ล้านบาท

แหล่งเงิน	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า*		
	ปี 2568	ปี 2569	ปี 2570	ปี 2571	ปี 2572
รวมทั้งสิ้น	**776.9248**	**789.1045**	**803.3940**	**818.6818**	**832.6178**
เงินงบประมาณ	**776.9248**	**789.1045**	**803.3940**	**818.6818**	**832.6178**
- งบบุคลากร	577.3087	574.6473	591.8868	609.6434	627.9327
- งบดำเนินงาน	199.6161	214.4572	211.5072	209.0384	204.6851
- งบเงินอุดหนุน	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	-	-	-	-	-
เงินนอกงบประมาณ	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

รายการบุคลากรภาครัฐ		**789,104,500 บาท**
1. งบบุคลากร		**574,647,300 บาท**
1.1 เงินเดือนและค่าจ้างประจำ		**394,526,800 บาท**
1.1.1 เงินเดือน		387,325,400 บาท
1.1.2 ค่าจ้างประจำ		7,201,400 บาท
1.2 ค่าจ้างชั่วคราว		**170,484,100 บาท**
1.3 ค่าตอบแทนพนักงานราชการ		**9,636,400 บาท**
2. งบดำเนินงาน		**214,457,200 บาท**
2.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ		**214,457,200 บาท**
(1) รายการไม่ผูกพัน		204,685,100 บาท
(1) ค่าเช่าบ้าน		127,712,600 บาท
(2) เงินพิเศษจ่ายแก่ลูกจ้างในต่างประเทศ		37,358,800 บาท
(3) ค่าตอบแทนพิเศษข้าราชการที่ได้เงินเดือนเต็มขั้น		240,500 บาท
(4) ค่ารักษาพยาบาลข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งที่ประจำอยู่ในต่างประเทศ		1,686,600 บาท
(5) เงินช่วยเหลือการศึกษาบุตรของข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหน้าที่ประจำอยู่ในต่างประเทศ		3,021,000 บาท
(6) เงินสมทบกองทุนประกันสังคม		34,649,300 บาท
(7) เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน		16,300 บาท
(2) ค่าเช่าบ้านของข้าราชการในต่างประเทศ (ผูกพันเดิม) 7 ราย		9,772,100 บาท
วงเงินทั้งสิ้น	133,863,400 บาท	
ปี 2564 - 2566 ตั้งงบประมาณ	84,789,200 บาท	
ปี 2567 ตั้งงบประมาณ	14,099,600 บาท	
ปี 2568 ตั้งงบประมาณ	14,027,100 บาท	
ปี 2569 ตั้งงบประมาณ	9,772,100 บาท	
ปี 2570 ผูกพันงบประมาณ	6,822,100 บาท	
ปี 2571 ผูกพันงบประมาณ	4,353,300 บาท	

7.2 แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน **464,940,200 บาท**

7.2.1 ผลผลิตที่ 1 : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ **464,940,200 บาท**

วัตถุประสงค์ :

- เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศ
- เพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ
- เพื่อขยายตลาดการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการไทย

7.2.1.1 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**398.6630**	**33.9786**	**1.8469**	**30.4517**	**464.9402**
1. สนับสนุนการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	121.5347	12.1257	1.8469	-	135.5073
2. พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กร	1.1782	-	-	2.7128	3.8910
3. พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	17.5841	2.0768	-	2.1953	21.8562
4. ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ	258.3660	19.7761	-	25.5436	303.6857

7.2.1.2 เป้าหมายผลผลิต งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของผลผลิต จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ราย	154,837 (90,446)	155,481	163,255	171,418	179,989
เชิงคุณภาพ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ร้อยละ	85 (96.82)	85	85	90	90
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**462.0211**	**464.9402**	**416.8119**	**400.4036**	**372.3764**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**462.0211**	**464.9402**	**416.8119**	**400.4036**	**372.3764**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	399.4432	398.6630	384.5133	368.1050	340.0778
- งบลงทุน	ล้านบาท	29.1473	33.9786	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	1.9306	1.8469	1.8469	1.8469	1.8469
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	31.5000	30.4517	30.4517	30.4517	30.4517
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	**464,940,200 บาท**
1. งบดำเนินงาน	**398,663,000 บาท**
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**355,062,500 บาท**
(1) รายการไม่ผูกพัน	233,465,600 บาท
(1) ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ	4,691,100 บาท
(2) ค่าเบี้ยประชุมกรรมการ	150,000 บาท
(3) ค่าตอบแทนเหมาจ่ายแทนการจัดหารถประจำตำแหน่ง	1,296,000 บาท
(4) ค่าตอบแทนคณะกรรมการ	500,000 บาท
(5) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พักและค่าพาหนะ	2,854,100 บาท
(6) ค่าซ่อมแซมยานพาหนะและขนส่ง	3,336,400 บาท
(7) ค่าซ่อมแซมครุภัณฑ์	1,858,200 บาท
(8) ค่าซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง	900,000 บาท
(9) ค่าเช่าทรัพย์สิน	3,070,400 บาท
(10) ค่าจ้างเหมาบริการ	35,552,700 บาท
(11) ค่าใช้จ่ายในการสัมมนาและฝึกอบรม	906,200 บาท
(12) ค่ารับรองและพิธีการ	5,435,700 บาท
(13) ค่าภาษีและค่าธรรมเนียม	5,543,500 บาท
(14) ค่าย้ายถิ่นที่อยู่	23,715,000 บาท
(15) ค่าเบี้ยประกันภัย	2,850,000 บาท
(16) ค่าเช่าสำนักงานในต่างประเทศ	70,463,900 บาท
(17) ค่าจ้างเหมาบุคลากรช่วยปฏิบัติงาน	37,603,100 บาท
(18) ค่าบำรุงรักษาระบบคอมพิวเตอร์หรือระบบสารสนเทศ	13,393,900 บาท
(19) วัสดุสำนักงาน	5,565,000 บาท
(20) วัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น	7,368,000 บาท
(21) วัสดุงานบ้านงานครัว	800,000 บาท
(22) วัสดุไฟฟ้าและวิทยุ	500,000 บาท
(23) วัสดุเวชภัณฑ์	191,300 บาท
(24) วัสดุหนังสือ วารสาร และตำรา	1,372,400 บาท
(25) วัสดุคอมพิวเตอร์	2,358,700 บาท
(26) วัสดุการเกษตร	30,000 บาท
(27) วัสดุยานพาหนะและขนส่ง	1,160,000 บาท

(2) ค่าเช่าสำนักงานในต่างประเทศ (ผูกพันใหม่) 5 แห่ง		24,425,800 บาท
วงเงินทั้งสิ้น	75,112,700 บาท	
ปี 2569 ตั้งงบประมาณ	24,425,800 บาท	
ปี 2570 ผูกพันงบประมาณ	25,232,700 บาท	
ปี 2571 ผูกพันงบประมาณ	21,852,400 บาท	
ปี 2572 ผูกพันงบประมาณ	3,601,800 บาท	
(3) ค่าเช่าสำนักงานในต่างประเทศ (ผูกพันเดิม) 12 แห่ง		48,983,100 บาท
วงเงินทั้งสิ้น	203,588,600 บาท	
ปี 2564 - 2566 ตั้งงบประมาณ	28,452,100 บาท	
ปี 2567 ตั้งงบประมาณ	26,751,800 บาท	
ปี 2568 ตั้งงบประมาณ	47,932,000 บาท	
ปี 2569 ตั้งงบประมาณ	48,983,100 บาท	
ปี 2570 ผูกพันงบประมาณ	31,623,400 บาท	
ปี 2571 ผูกพันงบประมาณ	16,072,200 บาท	
ปี 2572 ผูกพันงบประมาณ	3,774,000 บาท	
(4) ค่าเช่าที่ดินการรถไฟแห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก 1 แห่ง		48,060,300 บาท
วงเงินทั้งสิ้น	773,882,800 บาท	
ปี 2563 - 2566 ตั้งงบประมาณ	154,576,200 บาท	
ปี 2567 ตั้งงบประมาณ	43,592,300 บาท	
ปี 2568 ตั้งงบประมาณ	45,771,800 บาท	
ปี 2569 ตั้งงบประมาณ	48,060,300 บาท	
ปี 2570 ผูกพันงบประมาณ	50,463,400 บาท	
ปี 2571 ผูกพันงบประมาณ	52,986,600 บาท	
ปี 2572 - 2577 ผูกพันงบประมาณ	378,432,200 บาท	
(5) ค่าเช่าทรัพย์สิน		127,700 บาท
วงเงินทั้งสิ้น	651,500 บาท	
ปี 2567 ตั้งงบประมาณ	133,100 บาท	
ปี 2568 ตั้งงบประมาณ	135,300 บาท	
ปี 2569 ตั้งงบประมาณ	127,700 บาท	
ปี 2570 ผูกพันงบประมาณ	127,700 บาท	
ปี 2571 ผูกพันงบประมาณ	127,700 บาท	
1.2 ค่าสาธารณูปโภค		**43,600,500 บาท**
(1) ค่าไฟฟ้า		25,076,600 บาท
(2) ค่าประปา		1,776,000 บาท
(3) ค่าโทรศัพท์		9,255,400 บาท
(4) ค่าไปรษณีย์		3,495,200 บาท
(5) ค่าบริการสื่อสารและโทรคมนาคม		3,997,300 บาท

2. งบลงทุน	**33,978,600 บาท**
2.1 ค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	**33,978,600 บาท**
2.1.1 ค่าครุภัณฑ์	**17,246,100 บาท**
2.1.1.1 ครุภัณฑ์ยานพาหนะและขนส่ง	15,169,300 บาท
(1) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่ต่ำกว่า 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงาน ส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด ราชอาณาจักรสเปน 1 คัน	2,909,500 บาท
(2) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่เกิน 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงาน ส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน 1 คัน	2,897,100 บาท
(3) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่ต่ำกว่า 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงาน ส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเม็กซิโก สหรัฐเม็กซิโก 1 คัน	4,810,300 บาท
(4) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่ต่ำกว่า 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงาน ส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง เขตบริหารพิเศษฮ่องกง แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน 1 คัน	2,703,100 บาท
(5) รถยนต์ประจำสำนักงาน ขนาดไม่เกิน 7 ที่นั่ง ประจำสำนักงาน ส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด ราชอาณาจักรสเปน 1 คัน	1,849,300 บาท
2.1.1.2 ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	2,076,800 บาท
(1) ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ที่มีราคาต่อหน่วยต่ำกว่า 1 ล้านบาท รวม 2 รายการ (รวม 88 หน่วย)	2,076,800 บาท
2.1.2 ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	**16,732,500 บาท**
2.1.2.1 ค่าปรับปรุงอาคารที่ทำการและสิ่งก่อสร้างประกอบ	16,732,500 บาท
(1) ค่าปรับปรุงอาคารที่ทำการและสิ่งก่อสร้างประกอบที่มีราคาต่อหน่วยต่ำกว่า 10 ล้านบาท รวม 8 รายการ (รวม 8 หน่วย)	16,732,500 บาท
3. งบเงินอุดหนุน	**1,846,900 บาท**
3.1 เงินอุดหนุนทั่วไป	**1,846,900 บาท**
(1) ค่าบำรุงศูนย์ส่งเสริมการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ของอาเซียน ณ กรุงโตเกียว	1,136,500 บาท
(2) เงินอุดหนุนค่าสมาชิก Bureau of International Exposition (B.I.E)	710,400 บาท
4. งบรายจ่ายอื่น	**30,451,700 บาท**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	28,454,700 บาท
2) ค่าจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ	1,997,000 บาท

7.3 แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้ **985,603,800 บาท**

7.3.1 โครงการที่ 1 : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(New Economy Academy) **25,854,000 บาท**

7.3.1.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยอย่างครบวงจร ให้สามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการเสริมสร้างองค์ความรู้และจัดฝึกอบรม/สัมมนา ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการไทยทุกระดับ โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และมุ่งเน้นการเข้าถึงประชาชนทุกภาคส่วน ทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online รวมไปถึงการพัฒนาช่องทาง E-Learning หรือ NEA E-Academy ที่ขยายการให้บริการให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศได้ทุกที่ทุกเวลาและเพื่อผลักดันเศรษฐกิจไทยให้เติบโตต่อเนื่องและยั่งยืน

7.3.1.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศ

7.3.1.3 ระยะเวลาดำเนินการ 12 ปี (ปี 2561 ถึง ปี 2572)

7.3.1.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **399,360,100 บาท**

- เงินงบประมาณ 399,360,100 บาท

7.3.1.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**25.8540**	**25.8540**
1. พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	-	-	-	25.8540	25.8540

7.3.1.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์	ราย	7,700 (1,098)	7,000	9,000	11,000	13,000
เชิงคุณภาพ : ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	80 (-)	85	85	85	85
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**295.9441**	**25.8540**	**25.8540**	**25.8540**	**25.8540**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**295.9441**	**25.8540**	**25.8540**	**25.8540**	**25.8540**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	295.9441	25.8540	25.8540	25.8540	25.8540
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(New Economy Academy)	**25,854,000 บาท**
1. งบรายจ่ายอื่น	**25,854,000 บาท**
1) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	25,854,000 บาท

7.3.2 โครงการที่ 2 : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาด

และการทำธุรกิจระหว่างประเทศ **250,081,300 บาท**

7.3.2.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในต่างประเทศเชิงรุกทั้ง Physical และ Digital market โดยสนับสนุนผู้ประกอบการไทยทั่วประเทศให้เข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพ
- เพื่อกระชับความสัมพันธ์ เสริมสร้างความเชื่อมั่น และแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ผลักดันการขยายตลาด ร่วมกับที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อการขยายการค้า และการลงทุนร่วมกับพันธมิตรในตลาดเป้าหมาย
- เพื่อเร่งผลักดันการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยการศึกษาสถานการณ์การค้าการตลาดเชิงลึก เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการต่างชาติ สร้างความร่วมมือทั้งการเจรจา การค้าและสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในประเทศเป้าหมาย รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและอำนวยความสะดวก/ประสานงาน แก้ไขปัญหาอุปสรรค ในการจัดตั้งหรือดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของผู้ประกอบการไทยในตลาดเป้าหมาย
- เพื่อส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและอุตสาหกรรม ตลอดจนธุรกิจบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคต่างประเทศ และส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีในตราสินค้าไทย (Brand Loyalty)
- เพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการไทยในการขยายการดำเนินธุรกิจสู่ต่างประเทศ ให้ได้มองเห็นลู่ทาง โอกาส และประโยชน์ทางการค้าการลงทุนในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ รวมทั้งการหาช่องทางในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดต่างประเทศ (Local to global)

7.3.2.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศและต่างประเทศ

7.3.2.3 ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปี (ปี 2562 ถึง ปี 2572)

7.3.2.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **1,962,672,900 บาท**

- เงินงบประมาณ 1,962,672,900 บาท

7.3.2.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**250.0813**	**250.0813**
1. พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา	-	-	-	124.4858	124.4858
2. พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย	-	-	-	125.5955	125.5955

7.3.2.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ราย	11,178 (10,427)	11,378	11,980	12,398	12,834
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	4,945 (2,653.38)	5,029	5,618	5,776	5,940
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**962.3477**	**250.0813**	**250.0813**	**250.0813**	**250.0813**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**962.3477**	**250.0813**	**250.0813**	**250.0813**	**250.0813**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	962.3477	250.0813	250.0813	250.0813	250.0813
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาด

และการทำธุรกิจระหว่างประเทศ	**250,081,300 บาท**
1. งบรายจ่ายอื่น	**250,081,300 บาท**
1) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา	66,323,400 บาท
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย	106,458,700 บาท
3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	77,299,200 บาท

7.3.3 โครงการที่ 3 : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ **517,059,100 บาท**

7.3.3.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในการทำการค้าระหว่างประเทศ ใน 6 กลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ผ่านสินค้าและบริการของไทย รวมถึงการสร้างเครือข่ายและขยายพันธมิตรธุรกิจ ได้แก่ สินค้าเกษตรและอาหาร สินค้าอุตสาหกรรม สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น สินค้าฮาลาล ธุรกิจบริการศักยภาพ รวมทั้งธุรกิจบริการโลจิสติกส์การค้า กลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน
- เพื่อเร่งรัดทำตลาดเชิงกลยุทธ์ ขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน เน้นรักษาตลาดเดิม ฟื้นฟูตลาดเก่า จากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ
- การพัฒนาสินค้าเชิงลึกและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้ปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ และสร้างโอกาสการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น
- เพื่อขยายช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ตลอดจนจัดทำกลยุทธ์การเข้าตลาดได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้มีโอกาสขยายตลาดไปยังต่างประเทศ
- เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์สินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพของไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก ขยายช่องทางการค้าใหม่
- เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับที่ดำเนินธุรกิจตามแนวธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

7.3.3.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศและต่างประเทศ

7.3.3.3 ระยะเวลาดำเนินการ 12 ปี (ปี 2561 ถึง ปี 2572)

7.3.3.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **5,132,546,800 บาท**

- เงินงบประมาณ 5,132,546,800 บาท

7.3.3.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**517.0591**	**517.0591**
1. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร	-	-	-	130.1283	130.1283
2. พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ	-	-	-	161.7294	161.7294
3. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น	-	-	-	147.2983	147.2983
4. พัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล	-	-	-	41.4903	41.4903
5. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	-	-	-	25.9240	25.9240
6. พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	-	-	-	10.4888	10.4888

7.3.3.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนสาขา/คู่ค้าที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ	สาขา/คู่ค้า	94 (-)	-	-	-	-
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	2,923 (1,854)	3,435	3,517	3,605	3,690
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	62,295 (24,612.49)	124,261	135,202	147,247	160,435
เชิงปริมาณ : มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	67 (-)	35	37	39	41
เชิงปริมาณ : จำนวนสินค้าที่ได้นำจัดแสดงในกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	สินค้า	90 (-)	83	113	143	173
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**3,064.3104**	**517.0591**	**517.0591**	**517.0591**	**517.0591**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**3,064.3104**	**517.0591**	**517.0591**	**517.0591**	**517.0591**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	3,064.3104	517.0591	517.0591	517.0591	517.0591
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนอง

ต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่	**517,059,100 บาท**
1. งบรายจ่ายอื่น	**517,059,100 บาท**
1) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหาร	129,654,000 บาท
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ	130,070,000 บาท
3) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น	140,300,000 บาท
4) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าฮาลาล	40,857,300 บาท
5) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	17,651,000 บาท
6) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	48,400,000 บาท
7) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้านวัตกรรม และออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน	7,938,000 บาท
8) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร สร้างมูลค่า	2,188,800 บาท

7.3.4 โครงการที่ 4 : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ **130,687,900 บาท**

7.3.4.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการจากประเทศไทย
- เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ด้านการค้าของประเทศไทย ทั้งในด้านการออกแบบที่ดี และด้านอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่สากล รวมทั้งภาพลักษณ์ประเทศไทยและองค์กรธุรกิจที่มีเป้าหมายสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
- เพื่อสร้างการตระหนักรู้และกระแสความนิยมการบริโภคอาหารไทยในต่างประเทศ รวมถึงการใช้บริการร้านอาหารไทย สร้างความต้องการซื้อสินค้าไทยที่เกี่ยวเนื่องและผลักดันอาหาร ให้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย
- เพื่อกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ ผ่านวัฒนธรรมอาหารไทย
- เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้สินค้าและบริการคุณภาพของไทยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ได้รับการยอมรับจนเป็นที่นิยมของผู้บริโภค
- เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ให้เป็นที่รู้จัก

7.3.4.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศและต่างประเทศ

7.3.4.3 ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปี (ปี 2562 ถึง ปี 2572)

7.3.4.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **1,046,310,200 บาท**

- เงินงบประมาณ 1,046,310,200 บาท

7.3.4.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**130.6879**	**130.6879**
1. สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	-	-	-	18.4200	18.4200
2. ส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก	-	-	-	103.0361	103.0361
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ	-	-	-	9.2318	9.2318

7.3.4.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	965 (-)	600	635	670	705
เชิงปริมาณ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	105 (4.3)	40	44	48	52
เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งของการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย	ล้านครั้ง	43.5300 (77.13)	55.0000	60.5000	66.5500	73.2050
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**523.5586**	**130.6879**	**130.6879**	**130.6879**	**130.6879**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**523.5586**	**130.6879**	**130.6879**	**130.6879**	**130.6879**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	523.5586	130.6879	130.6879	130.6879	130.6879
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	**130,687,900 บาท**
1. งบรายจ่ายอื่น	**130,687,900 บาท**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	800,000 บาท
2) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทย ที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ	8,568,000 บาท
3) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมแบรนด์ครัวไทยสู่โลก	103,036,100 บาท
4) ค่าใช้จ่ายในการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	18,283,800 บาท

7.3.5 โครงการที่ 5 : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดพาณิชย์ดิจิทัล **36,854,600 บาท**

7.3.5.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการดำเนินการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ การให้บริการ/คำปรึกษาและแนะนำสมาชิกผู้ซื้อผู้ขายเกี่ยวกับการทำการค้าออนไลน์ผ่านศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Thaitrade Center) การจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อส่งเสริมและผลักดันผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน (Cross Border e-Commerce) ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร รวมถึงการแสวงหาลู่ทางการขายสินค้าไทยใน e-marketplace ต่างประเทศ
- เพื่อพัฒนาระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายทั้งในและต่างประเทศ สามารถเพิ่มโอกาสทางการค้า การเข้าถึงตลาดทั่วโลกของผู้ประกอบการและประชาชนไทย และสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกของประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม และดำเนินการบริหารจัดการระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง และดำเนินการดูแลรักษาความปลอดภัยของระบบให้ข้อมูลมีความถูกต้องและปลอดภัยต่อการใช้งาน
- เพื่อขับเคลื่อนนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งศึกษา วิเคราะห์และจัดทำข้อมูลข่าวสารด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนเชิงลึกเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ

7.3.5.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศและต่างประเทศ

7.3.5.3 ระยะเวลาดำเนินการ 12 ปี (ปี 2561 ถึง ปี 2572)

7.3.5.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **435,206,600 บาท**

- เงินงบประมาณ 435,206,600 บาท

7.3.5.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**36.8546**	**36.8546**
1. ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	-	-	-	36.8546	36.8546

7.3.5.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce	ราย	25,800 (13,125)	26,000	26,050	26,100	26,150
เชิงปริมาณ : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์	ล้านบาท	2,250 (1,052.50)	2,750	2,800	2,850	2,900
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**317.7882**	**36.8546**	**26.8546**	**26.8546**	**26.8546**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**317.7882**	**36.8546**	**26.8546**	**26.8546**	**26.8546**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	317.7882	36.8546	26.8546	26.8546	26.8546
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	**36,854,600 บาท**
1. งบรายจ่ายอื่น	**36,854,600 บาท**
1) ค่าครุภัณฑ์	10,000,000 บาท
(1) พัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Platform) หน่วยปฏิบัติกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 1 ระบบ	10,000,000 บาท
2) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	367,900 บาท
3) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล	26,486,700 บาท

7.3.6 โครงการที่ 6 : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล **25,066,900 บาท**

7.3.6.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
- เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ
- เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทยในทุกภูมิภาค ในด้านการสร้างคุณค่าของแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและให้สามารถขยายมูลค่าการค้าระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน
- เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีแบรนด์ของตนเอง มีนวัตกรรม มีภาพลักษณ์และมีการออกแบบที่ดีและสร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นในตลาดเป้าหมาย ยกระดับแบรนด์ประเทศไทยสู่สายตาสากล
- เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า

7.3.6.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศและต่างประเทศ

7.3.6.3 ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปี (ปี 2562 ถึง ปี 2572)

7.3.6.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **391,343,500 บาท**

- เงินงบประมาณ 391,343,500 บาท

7.3.6.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**25.0669**	**25.0669**
1. ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	-	-	-	25.0669	25.0669

7.3.6.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	800 (541)	255	260	265	270
เชิงปริมาณ : มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	130 (7.25)	72	77	82	87
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**291.0759**	**25.0669**	**25.0669**	**25.0669**	**25.0669**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**291.0759**	**25.0669**	**25.0669**	**25.0669**	**25.0669**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	291.0759	25.0669	25.0669	25.0669	25.0669
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์

ยุคใหม่สู่สากล	**25,066,900 บาท**
1. งบรายจ่ายอื่น	**25,066,900 บาท**
1) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล	24,705,500 บาท
2) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	361,400 บาท

7.4 แผนงานยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ **67,947,200 บาท**

7.4.1 โครงการที่ 1 : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล **67,947,200 บาท**

7.4.1.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อพัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ที่มีศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ (การออกแบบ หนังสือ เกม แฟชั่น) และสร้างขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจที่ได้มาตรฐานสากล
- เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์เป้าหมายสู่สายตานานาชาติ
- เพื่อเพิ่มโอกาสการสร้างชื่อเสียงและโอกาสการต่อยอดธุรกิจให้บุคลากรสร้างสรรค์ รวมทั้งขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ
- เพื่อยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการอื่น ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมเป้าหมายผ่านการสอดแทรกซอฟต์พาวเวอร์ไทย

7.4.1.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศและต่างประเทศ

7.4.1.3 ระยะเวลาดำเนินการ 4 ปี (ปี 2569 ถึง ปี 2572)

7.4.1.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **271,788,800 บาท**

- เงินงบประมาณ 271,788,800 บาท

7.4.1.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**67.9472**	**67.9472**
1. พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น	-	-	-	19.0029	19.0029
2. พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ	-	-	-	24.1714	24.1714
3. พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ ดนตรี ละครและซีรีย์	-	-	-	24.7729	24.7729

7.4.1.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ราย	-	272	285	298	311
เชิงปริมาณ : มูลค่าส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์พาวเวอร์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ล้านบาท	-	1,267	1,307	1,348	1,389
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**-**	**67.9472**	**67.9472**	**67.9472**	**67.9472**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**67.9472**	**67.9472**	**67.9472**	**67.9472**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	-	67.9472	67.9472	67.9472	67.9472
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล	**67,947,200 บาท**
1. งบรายจ่ายอื่น	**67,947,200 บาท**
1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว	3,498,500 บาท
2) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านเกม หนังสือ	24,119,000 บาท
3) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านออกแบบ	22,495,200 บาท
4) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์อุตสาหกรรมด้านแฟชั่น	17,834,500 บาท

7.5 แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ **16,175,800 บาท**

7.5.1 โครงการที่ 1 : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล **16,175,800 บาท**

7.5.1.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อยกระดับการให้บริการด้านดิจิทัล โดยพัฒนาช่องทางการให้บริการออนไลน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งาน เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการให้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย และลดขั้นตอนการติดต่อราชการ โดยเน้นการให้บริการที่เหมาะสมกับผู้รับบริการแต่ละราย (Personalized Services) รวมถึงสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรเพื่อขยายฐานผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ กระตุ้นการใช้บริการและการเข้าร่วมโครงการของกรมเพิ่มขึ้น
- เพื่อบูรณาการการให้บริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแบบไร้รอยต่อ (Seamless Integration Services) โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลดิจิทัล มุ่งเน้นการลดการใช้กระดาษและส่งเสริมแนวคิดยั่งยืน
- เพื่อบริหารจัดการงานลงทะเบียนผู้เข้าชมงานและผู้เข้าร่วมงานอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ตามมาตรการรักษาความปลอดภัยงานแสดงสินค้า สามารถจัดเก็บ/วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเพื่อวางแผนพัฒนาการจัดงานในครั้งถัดไป
- เพื่อสร้างและรักษามาตรฐานการให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล มีการติดตามผลการให้บริการอย่างมีขั้นตอนและวัดผลเชิงสถิติ เพื่อนำผลลัพธ์มาพัฒนาการให้บริการ สร้างผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศรายใหม่ ขยายช่องทางการเข้าถึงบริการและปรับกลยุทธ์การให้บริการให้แก่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

7.5.1.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศ

7.5.1.3 ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปี (ปี 2562 ถึง ปี 2572)

7.5.1.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **175,949,700 บาท**

- เงินงบประมาณ 175,949,700 บาท

7.5.1.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**-**	**-**	**-**	**16.1758**	**16.1758**
1. สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	-	-	-	16.1758	16.1758

7.5.1.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ราย	52,400 (10,541)	84,900	85,900	86,900	87,900
เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ	ร้อยละ	90 (-)	90	90	90	90
เชิงคุณภาพ : สัดส่วนของกระบวนงานที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล	ร้อยละ	60 (-)	60	60	60	60
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**108.6707**	**16.1758**	**23.9032**	**13.6000**	**13.6000**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**108.6707**	**16.1758**	**23.9032**	**13.6000**	**13.6000**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	108.6707	16.1758	23.9032	13.6000	13.6000
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล **16,175,800 บาท**

1. งบรายจ่ายอื่น			**16,175,800 บาท**
1) ค่าครุภัณฑ์			2,575,800 บาท
(1) พัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อยกระดับบริการดิจิทัลและอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการไทยในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า หน่วยปฏิบัติกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 1 ระบบ			2,575,800 บาท
วงเงินทั้งสิ้น	12,879,000	บาท	
ปี 2569 ตั้งงบประมาณ	2,575,800	บาท	
ปี 2570 ผูกพันงบประมาณ	10,303,200	บาท	
2) ค่าใช้จ่ายในการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล			13,600,000 บาท

7.6 แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล **2,030,000 บาท**

7.6.1 โครงการที่ 1 : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ **2,030,000 บาท**

7.6.1.1 วัตถุประสงค์

- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการบริหารจัดการข้อมูลและระบบสารสนเทศของกรม
- เพื่อยกระดับมาตรฐานและความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศของกรม
- เพื่อรองรับการพัฒนางานบริการและการปรับเปลี่ยนกระบวนงานไปสู่รัฐบาลดิจิทัลของกรม

7.6.1.2 สถานที่ดำเนินการ

ในประเทศ

7.6.1.3 ระยะเวลาดำเนินการ 2 ปี (ปี 2569 ถึง ปี 2570)

7.6.1.4 วงเงินทั้งสิ้นของโครงการ **4,060,000 บาท**

- เงินงบประมาณ 4,060,000 บาท

7.6.1.5 งบประมาณรายจ่าย จำแนกตามกิจกรรม - งบรายจ่าย

หน่วย : ล้านบาท

กิจกรรม	งบรายจ่าย				
	งบดำเนินงาน	งบลงทุน	งบเงินอุดหนุน	งบรายจ่ายอื่น	รวม
รวมทั้งสิ้น	**2.0300**	**-**	**-**	**-**	**2.0300**
1. การเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	2.0300	-	-	-	2.0300

7.6.1.6 เป้าหมายโครงการ งบประมาณ และกรอบงบประมาณรายจ่ายล่วงหน้าระยะปานกลางของโครงการ จำแนกตามแหล่งเงิน

ตัวชี้วัด/ แหล่งเงิน	หน่วยนับ	งบประมาณ		ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้า**		
		เริ่มต้น - ปี 2568 แผน (ผล)*	ปี 2569 แผน	ปี 2570 แผน	ปี 2571 แผน	ปี 2572 - จบ แผน
เชิงคุณภาพ : ความสำเร็จของการดำเนินโครงการตามนโยบาย Cloud First เป็นไปตามแผนที่กำหนด	ร้อยละ	-	100	100	-	-
รวมทั้งสิ้น	**ล้านบาท**	**-**	**2.0300**	**2.0300**	**-**	**-**
เงินงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**2.0300**	**2.0300**	**-**	**-**
- งบดำเนินงาน	ล้านบาท	-	2.0300	2.0300	-	-
- งบลงทุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบเงินอุดหนุน	ล้านบาท	-	-	-	-	-
- งบรายจ่ายอื่น	ล้านบาท	-	-	-	-	-
เงินนอกงบประมาณ	**ล้านบาท**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

* ผลการดำเนินงานของปีงบประมาณ 2568 (6 เดือน)

** ประมาณการรายจ่ายล่วงหน้าตามภารกิจและเป้าหมายที่ได้ตั้งงบประมาณในปี 2569 ที่จะมีผลให้ต้องดำเนินการต่อเนื่องถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 - 2572

รายละเอียดงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่าย

โครงการ : โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ	**2,030,000 บาท**
1. งบดำเนินงาน	**2,030,000 บาท**
1.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	**2,030,000 บาท**
(1) ค่าบริการหรือจัดหาระบบคลาวด์	2,030,000 บาท

8. รายงานสถานะและแผนการใช้จ่ายเงินนอกงบประมาณ

(ไม่มีเงินนอกงบประมาณ)

ขั้นตอนการการบริหารงบประมาณ
แผนงาน/โครงการ
(เฉพาะเงินงบประมาณ)

Flow Chart การบริหารงบประมาณแผนงาน/โครงการ (แผนงานพื้นฐาน/แผนงานยุทธศาสตร์)

สคต.

สำนัก/สถาบัน

๑. **จัดหาแหล่งเงินงบประมาณเพื่อดำเนินโครงการ** โดย
(๑) บริหารงบประมาณจากโครงการ/งบประมาณในความรับผิดชอบของสำนักก่อน
(๑.๑) จากเงินเหลือจ่ายจากโครงการต่างๆ ที่ได้ดำเนินการแล้ว หรือ
(๑.๒) จากโครงการที่ยังไม่ดำเนินการ ซึ่งสำนักจะต้องยืนยันว่าไม่ทำให้ภารกิจเดิมไม่บรรลุเป้าหมาย หรือ
(๑.๓) จากโครงการที่ยกเลิกไป เนื่องจากโครงการนั้นไม่เป็นประโยชน์/หมดความจำเป็น/มีเหตุอื่นให้ยกเลิกซึ่งเลี่ยงไม่ได้
(๒) ขอใช้เงินจากโครงการ/งบประมาณในความรับผิดชอบของสำนักอื่นๆ ขอให้สำนักรับผิดชอบโครงการ/งบประมาณยินยอม และประสาน สยค. เป็นกรณีๆ ไป

๒. **จัดทำบันทึกเรียนอธิบดีเพื่อขออนุมัติดำเนินโครงการ โดยแยกแหล่งเงินที่มีเงินงวด/ไม่มีเงินงวด**

๓. **หากมีค่าใช้จ่ายเดินทางไปปฏิบัติราชการในต่างประเทศ ที่ไม่ตรงกับแผนเดินทางฯ ที่ สงป. อนุมัติ สำนักจะต้องขออนุมัติปรับแผนฯ หากไม่มีแผนเดินทางฯ ขอให้สำนักหารือกับ สยค. เพื่อดำเนินการขออนุมัติแผนเดินทางฯ เพิ่มเติมกับสำนักงบประมาณเมื่ออนุมัติโครงการแล้ว และก่อนการเดินทาง อย่างน้อย ๑๕ วันทำการ**

๔. **หากจำเป็นต้องโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณ ขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจการโอเปลี่ยนแปลง** เช่น กรณีงบประมาณในการเดินทางไปปฏิบัติราชการในต่างประเทศ (งบรายจ่ายอื่น) ที่สำนักมีอยู่ไม่เพียงพอ และต้องนำงบดำเนินงานมาใช้แทน ทำให้ต้องมีการโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณ **ขอให้ประสาน สยค / สบก. ดำเนินการโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณตามขั้นตอนการโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณต่อไป**

สยค
- ประกอบความเห็นว่าสอดคล้องกับแผนปฏิบัติราชการเรื่อง..ของกรมฯ

สำนักบริหารกลาง
- ประกอบความเห็นระเบียบการเบิกจ่าย/พัสดุ

กรมฯ
- พิจารณาอนุมัติการดำเนินโครงการ

๑ กรณี ไม่มีค่าใช้จ่ายเดินทางไปต่างประเทศ สารบรรณส่งเรื่องให้ สำนัก/สถาบัน/ดำเนินการต่อไป และสำเนา สยค. ทราบ และบันทึกโครงการเพิ่มเติมในแผนปฏิบัติราชการ

๒ กรณี มีค่าใช้จ่ายเดินทางไปต่างประเทศ สารบรรณสำเนาเรื่องอนุมัติ ส่ง สยค. เพื่อดำเนินการขออนุมัติแผนเดินทางฯ เพิ่มเติม และขอตกลงกับสำนักงบประมาณต่อไป และสำเนา ส่ง สบก. เพื่อโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณต่อไป

สยค.
- บันทึกโครงการเพิ่มเติมในแผนปฏิบัติราชการ

ทุกกรณี

กรณีต้องโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณ

สำนัก/สถาบัน
- ดำเนินโครงการ และรายงานผลการดำเนินงานให้กรมฯ ทราบ พร้อมสำเนา สยค. รวมทั้งรายงานผลการเบิกจ่ายเงินไปยัง สยค

สยค.
- ขออนุมัติแผนเดินทางเพิ่มเติมก่อนการเดินทาง ๑๕ วันทำการ

สำนักงบประมาณ

สำนักบริหารกลาง
- ขอโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณและลงระบบ GFMIS

การบริหารเงินงบประมาณ โดยใช้อำนาจหัวหน้าส่วนราชการ

- พ.ร.บ.วิธีการงบประมาณฯ 2561 มาตรา 35, 36, 40
- ระเบียบว่าด้วยการบริหาร งปมฯ 2562 ข้อ 22, 25, 26
- หลักเกณฑ์การใช้ งปมฯ 2562 ข้อ 5, 8

1. สามารถใช้**จ่ายหรือก่อหนี้ผูกพัน หรือโอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณ**ได้ภายใต้แผนงานและผลผลิต/โครงการเดียวกันได้
2. กรณี**โอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณ**
   1) การโอนรายการงบประมาณภายใต้**แผนงานพื้นฐาน** เป็นอำนาจหัวหน้าหน่วยรับงบประมาณ
   2) การโอนรายการงบประมาณภายใต้**โครงการและแผนงานยุทธศาสตร์** เป็นอำนาจหัวหน้าหน่วยรับงบประมาณ
   3) การโอนรายการงบประมาณระหว่าง**แผนงานพื้นฐานและแผนงานยุทธศาสตร์**ภายในหน่วยรับเดียวกัน โดยให้ขอทำความตกลงกับ สงป.

มีความจำเป็นโอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณ
1. แก้ไขปัญหาการปฏิบัติงาน — คำนึงถึง
2. เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ — -ประโยชน์ต่อ ปปช.
3. เพิ่มคุณภาพการให้บริการ — -ประหยัด
4. พัฒนาบุคลากร — -คุ้มค่า
5. พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ — -โปร่งใส

3. **แผนงานบูรณาการ** สามารถใช้จ่ายหรือก่อหนี้ผูกพัน หรือโอนเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณได้ภายใต้โครงการเดียวกันเท่านั้น

การโอนเปลี่ยนแปลงรายการ ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

ต้องมิใช่การโอนเงินจัดสรร หรือเปลี่ยนแปลงเงินจัดสรร จาก
1) รายจ่ายในงบบุคลากร
2) รายการค่าครุภัณฑ์ที่มีวงเงินต่อหน่วยตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป
3) รายการที่ดิน รายการสิ่งก่อสร้างที่มีวงเงินต่อหน่วยตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป
4) รายการก่อหนี้ผูกพันข้ามปีงบประมาณ (เป็นภาระงบประมาณปีถัดไป)

ต้องไม่นำไปกำหนดเป็น
1) อัตราบุคลากรใหม่
2) รายการค่าจัดหาครุภัณฑ์พาหนะ รายการครุภัณฑ์ที่มีวงเงินต่อหน่วยตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป
3) รายการค่าที่ดิน รายการค่าสิ่งก่อสร้างที่มีวงเงินต่อหน่วยตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป
4) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราวที่ไม่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ
5) ต้องไม่เป็นการก่อหนี้ผูกพันข้ามปีงบประมาณ

- เงินเหลือจ่ายจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ หรือจากการจัดซื้อจัดจ้างแล้ว
- หัวหน้าหน่วยรับงบประมาณอาจโอนเงินจัดสรรหรือเปลี่ยนแปลงเงินจัดสรร ดังกล่าว ไปใช้จ่ายเป็นรายจ่ายใดๆ ภายใต้แผนงาน ผลผลิตหรือโครงการเดียวกัน

แผนงานยุทธศาสตร์

โอนเปลี่ยนแปลงรายการ งปม อำนาจ สงป.

- โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ
  - เอเชียและโอเชียเนีย (สพต.1) — รายการงบประมาณ
  - อเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา (สพต.2) — รายการงบประมาณ
- โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่
  - สินค้าเกษตรและอาหาร (สกอ.) — รายการงบประมาณ
  - สินค้าอุตสาหกรรม (สกอ.) — รายการงบประมาณ
  - สินค้าไลฟ์สไตล์/แฟชั่น (สลต.) — รายการงบประมาณ
  - ธุรกิจบริการศักยภาพ (สพบ.) — รายการงบประมาณ
  - สินค้าฮาลาล (สกอ.) — รายการงบประมาณ
  - สินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (สกอ./สสม.) — รายการงบประมาณ
- โครงการพัฒนา ผปก. สู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (สพม.) — รายการงบประมาณ
- โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล (สสบ.) — รายการงบประมาณ
- โครงการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล
  - ด้านออกแบบ (สสม.) — รายการงบประมาณ
  - ด้านเกม หนังสือ (สพบ.) — รายการงบประมาณ
  - ด้านแฟชั่น (สลต.) — รายการงบประมาณ

โอนเปลี่ยนแปลงรายการ งปม อำนาจกรม

แผนงานพื้นฐาน

- ผลผลิตการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ — รายการงบประมาณ

รมว. กำกับแผนบูรฯ และ สงป.

- แผนงานบูรณาการ
- แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล
- โครงการเช่าบริการคลาวด์เพื่อรองรับระบบสารสนเทศ (สสบ.)
- รายการงบประมาณ

ตัวอย่างรายการงบประมาณ รายการ (1), (2) และ (3)

โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

1. งบรายจ่ายอื่น

(1) ค่าใช้จ่ายพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา

(2) ค่าใช้จ่ายพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย

(3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว

โอนเปลี่ยนแปลงรายการ งปม อำนาจ กรม

รายการงบประมาณ (1,2,3) ⇓ เบิกจ่ายลักษณะงบดำเนินงาน ⇓ อำนาจบริหารตามแผนผังด้านบน

* รายการที่ (3) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราวไม่ได้กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ จะต้องขอตกลงกับสำนักงบประมาณก่อน

แนวทางการบริหารงบประมาณ

แผนงาน	แผนงานพื้นฐาน / แผนงานยุทธศาสตร์				
ผลผลิต/โครงการ	ผลผลิต/โครงการ (ตามเอกสารงบประมาณ)				
งบรายจ่าย	งบดำเนินงาน / งบรายจ่ายอื่น				
หมวดค่าใช้จ่าย	ค่าตอบแทน	ค่าใช้สอย	ค่าวัสดุ	ค่าสาธารณูปโภค	ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว
รายการค่าใช้จ่าย	ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ	(1) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พักและค่าพาหนะ (2) ค่าเช่าทรัพย์สิน (3) ค่าจ้างเหมาบริการ (4) ค่ารับรองและพิธีการ (5) ค่าภาษีและค่าธรรมเนียม (ยกเว้น ค่าธรรมเนียมโอนเงินธนาคารในระบบ GFMIS) (6) ค่าซ่อมแซมยานพาหนะและขนส่ง (7) ค่าซ่อมแซมครุภัณฑ์ (8) ค่าซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง (9) ค่าเบี้ยประกันภัย (10) ค่าเช่าสำนักงานในต่างประเทศ (12) ค่ามัดจำค่าเช่าบ้าน	(1) วัสดุสำนักงาน (2) วัสดุเชื้อเพลิงและหล่อลื่น (3) วัสดุงานบ้านงานครัว (4) วัสดุไฟฟ้าและวิทยุ (5) วัสดุเวชภัณฑ์ (6) วัสดุหนังสือ วารสารและตำรา (7) วัสดุคอมพิวเตอร์ (8) วัสดุยานพาหนะและขนส่ง	(1) ค่าโทรศัพท์ (2) ค่าน้ำประปา (3) ค่าไปรษณีย์ รวมค่าธรรมเนียมโอนเงินธนาคารในระบบ GFMIS (4) ค่าไฟฟ้า (5) ค่าบริการสื่อสารและโทรคมนาคม	ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศ (เดินทางไปเขตอาณา/กลับประเทศไทย)
แนวทางบริหาร	บริหารงบประมาณงบรายจ่ายเดียวกัน ยกเว้น ค่าสาธารณูปโภค บริหารได้เมื่อไม่มีหนี้ค้างชำระ				ใช้ได้เฉพาะเดินทางฯ

ค่าใช้จ่ายเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

DITP

กรมหารือกับสำนักงบประมาณเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายโครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่จัดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี

ปัญหา/อุปสรรค

- ที่ผ่านมาต้องใช้งบประมาณปีที่จัดงาน
- ความเสี่ยงจัดซื้อจัดจ้างไม่ทัน
- ต้องก่อหนี้ผูกพันอย่างน้อย ๓-๖ เดือน
- เบิกจ่ายบางส่วน หรือเต็มวงเงินในเดือนตุลาคม

กรณี	ผู้จัดงานไม่ได้เรียกเก็บ (ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเอง)	ผู้จัดงานเรียกเก็บ
	หนังสือสำนักงบประมาณ ด่วนที่สุด ที่ นร 0706/10120 ลงวันที่ 2 มิถุนายน 2566	หนังสือสำนักงบประมาณ ด่วนที่สุด ที่ นร 0717/111 ลงวันที่ 7 ตุลาคม 2562
ค่าใช้จ่าย	ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าออกแบบและตกแต่งคูหา ค่าขนส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมสาธิตต่างๆ (รวมอุปกรณ์สาธิต) หรือค่าอื่นๆ	ค่าเช่าพื้นที่ ค่าธรรมเนียมเข้าร่วมงาน ค่าธรรมเนียมการใช้พื้นที่งานแสดงสินค้า ค่าธรรมเนียมลงทะเบียนการเข้าร่วมงาน ค่าเผยแพร่รายชื่อผู้เข้าร่วมงานในแฟร์ แคตตาล็อก ค่าบัตรเข้าร่วมงาน ค่าธรรมเนียมกำจัดขยะ ค่าทำความสะอาดคูหา ค่าสาธารณูปโภคและบริการอื่นๆ (ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์/โทรสาร ค่าอินเตอร์เน็ต ค่ารักษาสิ่งแวดล้อม) เป็นต้น
สงป. ตอบข้อหารือ	• หลักแล้วควรใช้งบประมาณปีที่จัดงาน • หากเห็นว่า**ขั้นตอนการเตรียมงานเริ่มขึ้นในปีก่อนจัดงาน และได้รับใบแจ้งหนี้หรือสามารถก่อหนี้ผูกพัน (ลงนามในสัญญา)** ได้ภายในปีก่อนจัดงาน **นับเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในปีที่เรียกเก็บ** ซึ่งจะต้องเบิกจ่ายภายในปีงบประมาณ • หาก (ถ้า) ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ภายในปีงบประมาณ สามารถขอกันเงินจากคลังได้ ทั้งนี้ หากเป็นการก่อหนี้ผูกพัน (ลงนามในสัญญา) โดย สคต. ในต่างประเทศ สามารถขอเก็บเงินไว้ใช้จ่ายหลังสิ้นปีงบประมาณตามหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด	• ค่าใช้จ่ายที่ผู้จัดงานเรียกเก็บก่อนปีงบประมาณที่จัดงาน และกรมได้ทำสัญญาหรือข้อตกลงกับผู้จัดงานและมีผลให้ต้องจ่ายเงินก่อนปีที่จัดงาน นับเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในปีที่เรียกเก็บ
แนวปฏิบัติ	❶ อนุมัติค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้ <u>กรณีในประเทศ :</u> จัดซื้อจัดจ้างและลงนามสัญญาได้ กรณีเบิกจ่ายไม่ทัน 30 กันยายน ให้แจ้ง สบก. ขอกันเงินจากกระทรวงการคลัง <u>กรณีต่างประเทศ</u> ❷ จัดซื้อจัดจ้างจนได้ผู้รับจ้าง แต่ไม่ลงนามสัญญา ❸ ส่งใบแจ้งหนี้หรือรายงานพิจารณาผลจัดซื้อจัดจ้างให้ส่วนกลางเพื่อขอโอนเงิน ❹ ลงนามสัญญา เมื่อได้รับเงินโอนจากส่วนกลาง ❺ กรณีจ่ายเงินไม่ทัน 30 กันยายน ให้แจ้ง สบก. ขอเก็บเงินจากกระทรวงการคลัง	❶ อนุมัติค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้ ❷ ประสานผู้จัดงานทำสัญญาหรือข้อตกลงหรือใบแจ้งหนี้ที่ระบุรายละเอียดค่าใช้จ่ายหรือวงเงินที่ต้องจ่าย และระยะเวลาการชำระไม่เกิน 30 กันยายนของทุกปี ❸ ส่งสัญญาหรือข้อตกลงหรือใบแจ้งหนี้ให้ส่วนกลางโอนเงิน ❹ ลงนามสัญญาหรือจ่ายเงินได้ เมื่อได้รับเงินโอนจากส่วนกลาง

ด่วนที่สุด บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักบริหารกลาง กลุ่มงานพัสดุ โทร. ๐ ๒๕๐๗ ๗๘๑๖

ที่ ๐๙๐๑.๔.๑/ว๔๘๘๗ **วันที่** ๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๘

เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

เรียน ผู้อำนวยการสำนัก/สถาบัน/กลุ่มตรวจสอบภายใน/หัวหน้ากลุ่มงาน

ความเห็น/คำสั่ง

ตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ กรมบัญชีกลาง ด่วนที่สุดที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๔/ว ๔๒๙ ลงวันที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๘ ซ้อมความเข้าใจการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ นั้น (เอกสารแนบ ๑)

สำนักบริหารกลาง กลุ่มงานพัสดุ ขอแจ้งแนวทางในการเตรียมการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างสำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ดังนี้

๑. กรณีใช้จ่ายจากเงินงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค(กวจ) ๐๔๐๕.๒/ว๓๗๑ ลงวันที่ ๕ สิงหาคม ๒๕๖๒ (เอกสารแนบ ๒) ทั้งนี้ การที่จะถือว่ากรมฯ ได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบฯ ข้อ ๑๑ หมายถึงเมื่อคณะอนุกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ รายหน่วยงานของรัฐและมีมติเป็นที่สิ้นสุดแล้วก่อนเสนอสภาผู้แทนราษฎรพิจารณาในวาระที่ ๒

๒. กรณีที่ไม่ได้ใช้จ่ายจากเงินงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค(กวจ) ๐๕๐๕/ว๔๑๔ ลงวันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๑ (เอกสารแนบ ๓)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติต่อไป

(นายชัพพล โรจนเสน)
ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

เอกสารแนบ ๑

ด่วนที่สุด

ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๔/ว ๔๒๙

รองอธิบดี สค. (๑)
รับเลขที่ 3761
วันที่ 25/06/68
เวลา 09.55 น.

คณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อ
จัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
กรมบัญชีกลาง
ถนนพระรามที่ ๖ กทม. ๑๐๔๐๐

๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๘

เรื่อง ซ้อมความเข้าใจการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

เรียน ปลัดกระทรวง อธิบดี อธิการบดี เลขาธิการ ผู้อำนวยการ ผู้บัญชาการ ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ว่าการ หัวหน้ารัฐวิสาหกิจ ผู้บริหารท้องถิ่น และหัวหน้าหน่วยงานอื่นของรัฐ

อ้างถึง ๑. หนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ ว ๓๗๑ ลงวันที่ ๕ สิงหาคม ๒๕๖๒

๒. หนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ ว ๔๑๔ ลงวันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๑

ตามหนังสือที่อ้างถึง ๑ และ ๒ คณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐได้กำหนดแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

คณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (คณะกรรมการวินิจฉัย) พิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้หน่วยงานของรัฐสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปด้วยความรวดเร็ว จึงอาศัยอำนาจตามมาตรา ๒๙ วรรคหนึ่ง (๓) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ซ้อมความเข้าใจการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ดังนี้

๑. กรณีใช้จ่ายจากเงินงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี เนื่องจากขณะนี้ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ อยู่ระหว่างการพิจารณาของรัฐสภา ดังนั้น เพื่อให้หน่วยงานของรัฐสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และสามารถก่อหนี้ผูกพันและเบิกจ่ายเงินได้แล้วเสร็จภายในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ สอดคล้องกับนโยบายเร่งรัดการเบิกจ่ายเงินของรัฐบาล จึงขอให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติตามหนังสือที่อ้างถึง ๑ ทั้งนี้ การที่จะถือว่าหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบฯ ข้อ ๑๑ หมายความถึง เมื่อคณะอนุกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ รายหน่วยงานของรัฐและมีมติเป็นที่สิ้นสุดแล้วก่อนเสนอสภาผู้แทนราษฎรพิจารณาในวาระที่ ๒

๒. ...

๒. กรณีที่ไม่ได้ใช้จ่ายจากเงินงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติตามหนังสือที่อ้างถึง ๒

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และแจ้งให้หน่วยงานในสังกัดและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นางแพตริเซีย มงคลวนิช)
อธิบดีกรมบัญชีกลาง ปฏิบัติราชการแทน
ปลัดกระทรวงการคลัง
ประธานกรรมการวินิจฉัย

เรียน
☑ อธิบดี
☐ รองอธิบดี
☐ ผชช.
☐ เพื่อโปรด.....

.....เห็นควรส่ง
☑ สบก. ☐ สลต. ☐ สหม.
☐ สยค. ☐ สกอ. ☐ สสม.
☐ สปส. ☐ สพบ. ☐ สพต.๑
☐ สสบ. ☐ สตพ. ☐ สพต.๒
☐ กตส. .....
กลุ่มกฎหมายฯ

๒๔ มิ.ย. ๒๕๖๘

กองการพัสดุภาครัฐ
ฝ่ายเลขานุการ
โทร. ๐ ๒๑๒๗ ๗๐๐๐ ต่อ ๔๕๘๘ - ๙
โทรสาร ๐ ๒๑๒๗ ๗๑๘๕ – ๖
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ saraban@cgd.go.th

สมก.(นิติฯ)
25 มิ.ย. 68

(นายพรวีช ศิลาอ่อน)
รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กลุ่มงานพัสดุ

๒๖ มิ.ย. ๒๕๖๘

ฝ่ายจัดซื้อ/จัดจ้าง
☐ เพื่อทราบ
☐ เห็นควรต่อไป เพื่อโปรดพิจารณาสั่งการ
☐ .....
.....
.....มิ.ย. ๒๕๖๘

เรียน ผอ.สกม.
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
สบก.ทราบ
เห็นควร ดำเนิน
๒๖ มิ.ย. ๒๕๖๘
๒๖ มิ.ย. ๒๕๖๘

เอกสารแนบ ๒

ด่วนที่สุด

ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ว ๓๗๑

คณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ
กรมบัญชีกลาง
ถนนพระราม ๖ กทม. ๑๐๔๐๐

๕ สิงหาคม ๒๕๖๒

เรื่อง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้าง ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

เรียน ปลัดกระทรวง อธิบดี อธิการบดี เลขาธิการ ผู้อำนวยการ ผู้บัญชาการ ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ว่าการ หัวหน้ารัฐวิสาหกิจ ผู้บริหารท้องถิ่น และหัวหน้าหน่วยงานอื่นของรัฐ

ตามที่ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๑ วรรคแรก กำหนดว่า "เมื่อหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีอำนาจในการพิจารณางบประมาณแล้ว ให้เจ้าหน้าที่หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานนั้นจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีเสนอหัวหน้าหน่วยงานของรัฐเพื่อขอความเห็นชอบ" และข้อ ๑๒ กำหนดว่า "หลังจากที่ได้ประกาศเผยแพร่แผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีตามข้อ ๑๑ แล้ว ให้หน่วยงานของรัฐรีบดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปตามแผนและขั้นตอนของระเบียบนี้ ในหมวด ๒ หมวด ๓ หรือหมวด ๔ แล้วแต่กรณี เพื่อให้พร้อมที่จะทำสัญญาหรือข้อตกลงได้ทันที เมื่อได้รับอนุมัติทางการเงินแล้ว ประกอบกับข้อ ๑๓ กำหนดให้ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปี ให้เจ้าหน้าที่หรือผู้ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานนั้นจัดทำรายงานพร้อมระบุเหตุผลที่ขอเปลี่ยนแปลงเสนอหัวหน้าหน่วยงานของรัฐเพื่อขอความเห็นชอบและเมื่อได้รับความเห็นชอบแล้วให้ดำเนินการตามข้อ ๑๑ วรรคสาม ต่อไป" นั้น

คณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ โดยได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐเป็นไปด้วยความรวดเร็ว สอดคล้องกับสถานการณ์และงบประมาณที่ได้รับในกรณีต่างๆ และเป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ จึงอาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๔ วรรคหนึ่ง (๖) ประกอบมาตรา ๒๙ วรรคหนึ่ง (๗) กำหนดแนวทางปฏิบัติในการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้าง ดังนี้

๑. ก่อนที่ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... จะผ่านการพิจารณาของรัฐสภา หรือกรณีที่ต้องใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปีที่ล่วงแล้วไปพลางก่อน ตามมาตรา ๑๒ แห่งพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ รวมถึงกรณีที่ได้รับงบประมาณในชั้นการพิจารณางบประมาณ ให้หน่วยงานของรัฐเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างในขั้นตอนที่เป็นเรื่องภายในของหน่วยงานของรัฐไว้ก่อน เช่น การกำหนดรายละเอียดหรือคุณลักษณะเฉพาะ (Specification) คุณสมบัติผู้เสนอราคา เงื่อนไขในการจัดซื้อจัดจ้าง รูปแบบและเนื้อหาของสัญญาที่จะลงนาม เป็นต้น

๒. การที่ถือว่าหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบฯ ๒๕๖๐ ข้อ ๑๑ ได้แก่กรณีดังต่อไปนี้

/๒.๑ ...

๒.๑ กรณีใช้งบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี หรือพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม หรือพระราชบัญญัติโอนงบประมาณรายจ่าย พ.ศ. .... หมายถึง เมื่อคณะกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่าย ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... หรือพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม หรือพระราชบัญญัติโอนงบประมาณรายจ่าย พ.ศ. .... แล้วเสร็จก่อนเสนอสภาผู้แทนราษฎรพิจารณาในวาระที่ ๒

๒.๒ กรณีที่พระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีออกใช้ไม่ทัน ซึ่งตามพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ มาตรา ๑๒ บัญญัติว่า "ในกรณีที่พระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีออกใช้ไม่ทันปีงบประมาณใหม่ ให้ใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณที่ล่วงแล้วไปพลางก่อนได้ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ผู้อำนวยการกำหนดโดยอนุมัตินายกรัฐมนตรี" หมายถึง การจัดซื้อจัดจ้างโดยใช้เงินงบประมาณรายจ่ายของหน่วยงานของรัฐ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... ไปพลางก่อน สำหรับวงเงินงบประมาณเมื่อสำนักงบประมาณเห็นชอบแผนปฏิบัติงาน และแผนการใช้จ่ายงบประมาณของแต่ละหน่วยงานของรัฐแล้ว ถือว่าหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบฯ ข้อ ๑๑

๒.๓ กรณีเป็นเงินงบประมาณรายจ่าย งบกลาง รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น หมายถึง หน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณรายจ่าย งบกลาง รายการเงินสำรองจ่ายเพื่อกรณีฉุกเฉินหรือจำเป็น ที่หน่วยงานของรัฐได้รับการอนุมัติแล้วตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณ

๒.๔ กรณีเป็นเงินงบประมาณเบิกแทนกัน หมายถึง หน่วยงานของรัฐเจ้าของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติเงินจัดสรรจากสำนักงบประมาณแล้ว และหน่วยงานผู้เบิกแทนได้ยื่นแบบใบแจ้งการเบิกเงินงบประมาณแทนกันต่อกรมบัญชีกลางหรือสำนักงานคลังจังหวัด แล้วแต่กรณี และกรมบัญชีกลางหรือสำนักงานคลังจังหวัดได้ตรวจสอบรายการถูกต้องและมีเงินจัดสรรเพียงพอแล้ว

๒.๕ กรณีเป็นเงินงบประมาณที่ต้องดำเนินการโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณรายจ่ายซึ่งตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ ข้อบัญญัติ และข้อกำหนดใดๆ เกี่ยวกับการโอนเปลี่ยนแปลงงบประมาณรายจ่ายของหน่วยของรัฐ หมายความถึง หัวหน้าหน่วยงานของรัฐหรือผู้ได้รับมอบอำนาจจากหัวหน้าหน่วยงานของรัฐได้อนุมัติให้โอนและหรือเปลี่ยนแปลงงบประมาณรายจ่ายแล้ว หรือสำนักงบประมาณได้อนุมัติแล้ว แล้วแต่กรณี

๓. ตามข้อ ๒ เมื่อหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณแล้ว ให้หน่วยงานของรัฐจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีทั้งปี และประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลางและของหน่วยงานของรัฐ และปิดประกาศโดยเปิดเผย ณ สถานที่ปิดประกาศของหน่วยงานของรัฐนั้นและให้หน่วยงานของรัฐรีบดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้พร้อมที่จะทำสัญญาหรือข้อตกลงได้ทันทีเมื่อได้รับอนุมัติทางการเงินแล้ว กล่าวคือ หน่วยงานของรัฐสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างจนถึงขั้นตอนได้ตัวผู้ขายหรือผู้รับจ้างไว้ก่อนได้ เว้นแต่ขั้นตอนการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ ให้หน่วยงานของรัฐปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในข้อ ๔

๔. ให้หน่วยงานของรัฐที่จะจัดซื้อจัดจ้างกำหนดเงื่อนไขในเอกสารเชิญชวนการจัดซื้อจัดจ้างไว้ด้วยว่า การจัดซื้อจัดจ้างครั้งนี้จะมีการลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ต่อเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... มีผลใช้บังคับ และได้รับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... จากสำนักงบประมาณแล้ว และกรณีที่หน่วยงานของรัฐไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างในครั้งดังกล่าว หน่วยงานของรัฐสามารถยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้างได้

ทั้งนี้ การลงนามในสัญญาให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๖๖ วรรคสอง

๕. ในการบันทึกข้อมูลในระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ให้หน่วยงานของรัฐดำเนินการดังนี้

๕.๑ กรณีตามข้อ ๒.๑ หน่วยงานของรัฐสามารถดำเนินการบันทึกข้อมูลโครงการจัดซื้อจัดจ้างได้ทันที โดยไม่ต้องระบุรหัสงบประมาณและรหัสแหล่งของเงิน แต่ทั้งนี้เมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... มีผลใช้บังคับแล้ว หน่วยงานของรัฐต้องบันทึกรหัสงบประมาณและแหล่งของเงินที่สำนักงบประมาณกำหนด ให้แล้วเสร็จก่อนลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือ

๕.๒ กรณีพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... มีผลใช้บังคับแล้ว หน่วยงานของรัฐเร่งรัดจัดสรรเงินงบประมาณและสร้างรหัสงบประมาณให้หน่วยงานภายในสังกัดโดยเร็ว หากยังไม่สามารถดำเนินการดังกล่าวได้ ให้บันทึกข้อมูลโครงการจัดซื้อจัดจ้าง โดยยังไม่ระบุรหัสงบประมาณและแหล่งของเงินประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .... ได้ ภายใน ๔๕ วัน นับถัดจากพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. .... มีผลใช้บังคับ และเมื่อได้รับจัดสรรเงินงบประมาณแล้ว ให้บันทึกข้อมูลโครงการจัดซื้อจัดจ้างโดยระบุรหัสงบประมาณและแหล่งของเงินในระบบ e-GP ให้ถูกต้อง โดยให้ดำเนินการบันทึกรหัสงบประมาณและแหล่งของเงินที่สำนักงบประมาณกำหนด ก่อนลงนามในสัญญา

๕.๓ กรณีตามข้อ ๒.๒ หน่วยงานของรัฐจะต้องบันทึกข้อมูลโครงการจัดซื้อจัดจ้างโดยใช้รหัสงบประมาณและแหล่งของเงินของหน่วยงานของรัฐระดับกรมไปพลางก่อน

๖. สำหรับกรณีมิได้ใช้จ่ายจากเงินงบประมาณแผ่นดิน ให้หน่วยงานของรัฐถือปฏิบัติตามหนังสือคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ว ๔๑๔ ลงวันที่ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๑ เรื่อง แนวทางปฏิบัติเพื่อเร่งรัดการจัดซื้อจัดจ้าง กรณีมิได้ใช้จ่ายจากเงินงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และแจ้งให้หน่วยงานในสังกัดและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวสุทธิรัตน์ รัตนโชติ)
อธิบดีกรมบัญชีกลาง
ปฏิบัติราชการแทนปลัดกระทรวงการคลัง
ประธานกรรมการวินิจฉัย

กองการพัสดุภาครัฐ
ฝ่ายเลขานุการ
โทรศัพท์ ๐ ๒๑๒๗ ๗๐๐๐ ต่อ ๔๓๑๑ ๔๕๕๓ ๔๕๘๘ และ ๔๕๘๙
โทรสาร ๐ ๒๑๒๗ ๗๑๘๕ – ๖

ด่วนที่สุด

ที่ กค (กวจ) ๐๔๐๕.๒/ว ๕๑๔

คณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้าง
และการบริหารพัสดุภาครัฐ
กรมบัญชีกลาง
ถนนพระรามที่ ๖ กทม. ๑๐๔๐๐

๑๗ กันยายน ๒๕๖๑

เรื่อง แนวทางปฏิบัติเพื่อเร่งรัดการจัดซื้อจัดจ้าง กรณีมิได้ใช้จ่ายจากเงินงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี

เรียน ปลัดกระทรวง อธิบดี อธิการบดี เลขาธิการ ผู้อำนวยการ ผู้บัญชาการ ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ว่าการ หัวหน้ารัฐวิสาหกิจ ผู้บริหารท้องถิ่น และหัวหน้าหน่วยงานอื่นของรัฐ

ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ข้อ ๑๑ วรรคแรก กำหนดว่า "เมื่อหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีอำนาจในการพิจารณางบประมาณแล้ว ให้เจ้าหน้าที่หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานนั้นจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีเสนอหัวหน้าหน่วยงานของรัฐเพื่อขอความเห็นชอบ" และข้อ ๑๒ กำหนดว่า "หลังจากที่ได้ประกาศเผยแพร่แผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีตามข้อ ๑๑ แล้ว ให้หน่วยงานของรัฐรีบดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปตามแผนและขั้นตอนของระเบียบนี้ในหมวด ๒ หมวด ๓ หรือหมวด ๔ แล้วแต่กรณี" นั้น

คณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ โดยได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการนโยบายจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พิจารณาแล้ว เพื่อให้การเตรียมการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานของรัฐเป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ จึงอาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๔ (๖) แห่งพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อเร่งรัดการจัดซื้อจัดจ้าง ดังนี้

๑. กรณีหน่วยงานของรัฐดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างโดยมิได้ใช้จ่ายจากเงินงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี แต่ใช้จ่ายจากเงินซึ่งหน่วยงานของรัฐได้รับไว้โดยได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังให้ไม่ต้องนำส่งคลังตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณหรือกฎหมายว่าด้วยเงินคงคลัง เงินซึ่งหน่วยงานได้รับไว้โดยไม่ต้องนำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดินตามกฎหมาย และเงินภาษีอากร ค่าธรรมเนียม หรือผลประโยชน์อื่นใดที่ตกเป็นรายได้ของราชการส่วนท้องถิ่นตามกฎหมายหรือที่ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจเรียกเก็บตามกฎหมาย และให้หมายความรวมถึงเงินกู้เงินช่วยเหลือ และเงินอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง เป็นต้น การที่จะถือว่าหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณที่จะใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบฯ ข้อ ๑๑ หมายความถึง เมื่อหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีอำนาจในการพิจารณางบประมาณตามที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ ข้อบัญญัติ ข้อกำหนด หรือแนวทางปฏิบัติว่าด้วยงบประมาณของหน่วยงานของรัฐนั้นๆ แล้ว

๒. เมื่อหน่วยงานของรัฐได้รับความเห็นชอบวงเงินงบประมาณตามข้อ ๑ ให้หน่วยงานของรัฐจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปี ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลางและของหน่วยงานของรัฐ และปิดประกาศโดยเปิดเผย ณ สถานที่ปิดประกาศของหน่วยงานของรัฐนั้น และให้หน่วยงานของรัฐรีบดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้พร้อมที่จะทำสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือได้ทันทีเมื่อได้รับอนุมัติทางการเงินแล้ว กล่าวคือ หน่วยงานของรัฐสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างจนถึงขั้นตอนได้ตัวผู้ขายหรือผู้รับจ้าง

ทั้งนี้ การลงนามในสัญญาหรือข้อตกลงเป็นหนังสือให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๖๖ วรรคสอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และแจ้งให้หน่วยงานในสังกัดและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวสุทธิรัตน์ รัตนโชติ)
อธิบดีกรมบัญชีกลาง
ปฏิบัติราชการแทนปลัดกระทรวงการคลัง
ประธานกรรมการวินิจฉัย

กองการพัสดุภาครัฐ
ฝ่ายเลขานุการ
โทร. ๐ ๒๑๒๗ ๗๐๐๐ ต่อ ๔๓๑๑ ๔๕๕๑ ๔๕๕๓ ๔๕๘๘ ๔๕๘๙
โทรสาร ๐ ๒๑๒๗ ๗๑๘๕ – ๖

แนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติงาน
และแผนการใช้จ่ายงบประมาณ
และการอนุมัติเงินจัดสรรงบประมาณ
รายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
(เฉพาะเงินงบประมาณ)

ด่วนที่สุด

ที่ นร๐๗๐๒/ว๑๘๕

สำนักงบประมาณ
๑๐๖๓ ถนนพหลโยธิน
แขวงพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๕ กันยายน ๒๕๖๘

เรื่อง การจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ และการอนุมัติเงินจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

เรียน หัวหน้าหน่วยรับงบประมาณ

ด้วยร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ได้ผ่านการพิจารณาของรัฐสภาแล้ว และเมื่อร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ มีผลใช้บังคับ การจ่ายเงินหรือก่อหนี้ผูกพันของหน่วยรับงบประมาณต้องเป็นไปตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงบประมาณและต้องได้รับอนุมัติเงินจัดสรรก่อนการจ่ายเงินหรือก่อหนี้ผูกพันตามมาตรา ๓๔ และมาตรา ๔๐ แห่งพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

เพื่อให้การจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ และการอนุมัติเงินจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ เป็นไปตามกฎหมาย โดยหน่วยรับงบประมาณสามารถใช้จ่ายหรือก่อหนี้ผูกพันได้ทันทีเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ มีผลใช้บังคับ สำนักงบประมาณจึงกำหนดแนวทางการจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณและการอนุมัติเงินจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ดังนี้

๑. การจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ

๑.๑ ให้หน่วยรับงบประมาณจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ของแต่ละแผนงาน เต็มจำนวนวงเงินงบประมาณรายจ่ายที่ได้ผ่านความเห็นชอบจากรัฐสภา โดยบันทึกเป็นรายเดือนและรายไตรมาสในระบบฐานข้อมูลแผนและผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ (BB EvMIS) และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดทำงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (BBL) ให้ถูกต้องครบถ้วน รวมทั้งจัดส่งเอกสารให้สำนักงบประมาณภายในวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๖๘

กรณีหน่วยรับงบประมาณที่มีงบประมาณรายจ่ายบูรณาการ ให้จัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ จำแนกตามแผนงานบูรณาการ โครงการที่ได้รับงบประมาณ เพื่อให้หน่วยรับงบประมาณที่เป็นเจ้าภาพหลักของแผนงานบูรณาการ รวบรวมและพิจารณาภาพรวมความสอดคล้องของแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายบูรณาการของหน่วยรับงบประมาณภายใต้แผนงานบูรณาการส่งให้สำนักงบประมาณพิจารณา ทั้งนี้ อาศัยอำนาจตามข้อ ๔ วรรคสอง ของระเบียบว่าด้วยการบริหารงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ให้ส่งสำนักงบประมาณโดยไม่ต้องเสนอผู้มีอำนาจกำกับแผนงานบูรณาการพิจารณาให้ความเห็นชอบก่อน

/ ๑.๒ การจัดทำ ...

๑.๒ การจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ตามข้อ ๑.๑ ให้หน่วยรับงบประมาณจัดทำตามความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายหรือก่อหนี้ผูกพันในแต่ละไตรมาส และภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

๑.๒.๑ รายจ่ายในลักษณะงบลงทุนรายการปีเดียว ไม่ว่าจะเบิกจ่ายจากงบรายจ่ายใด ควรดำเนินการเพื่อก่อหนี้ผูกพันได้ตั้งแต่ไตรมาสที่ ๑ และก่อหนี้ผูกพันให้เสร็จสิ้นทุกรายการภายในไตรมาสที่ ๒

๑.๒.๒ รายจ่ายภายใต้แผนงานบุคลากรภาครัฐ ให้ดำเนินการจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณเฉพาะอัตราที่ได้รับอนุมัติงบประมาณตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ โดยให้พิจารณาถึงความเหมาะสมและความจำเป็นตามภารกิจ ระยะเวลาการจ้างให้เหมาะสมสอดคล้องกับจำนวนเดือนที่ได้รับอนุมัติงบประมาณ และอยู่ภายใต้กรอบวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร กรณีอัตราว่างให้ดำเนินการ ดังนี้

(๑) กรณีเป็นอัตราว่างมีเงิน

(๑.๑) กรณีมีบัญชีรายชื่อ ให้หน่วยรับงบประมาณจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อบรรจุและแต่งตั้งข้าราชการ และจ้างพนักงานของรัฐได้ระยะเวลาไม่เกิน ๙ เดือน หรือตามจำนวนเดือนที่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ

(๑.๒) กรณีมีประกาศสรรหา ให้หน่วยรับงบประมาณจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อบรรจุและแต่งตั้งข้าราชการ และจ้างพนักงานของรัฐได้ระยะเวลาไม่เกิน ๖ เดือน หรือตามจำนวนเดือนที่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ

(๑.๓) กรณียังไม่มีแผนสรรหา ไม่นำมาจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ยกเว้นหน่วยงานของรัฐสภา ศาล องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์กรอัยการ และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (เฉพาะใช้บรรจุนักเรียนตำรวจ) ให้จัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อบรรจุและแต่งตั้งข้าราชการ และจ้างพนักงานของรัฐได้ระยะเวลาไม่เกิน ๔ เดือน หรือตามจำนวนเดือนที่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ

(๑.๔) กรณีอัตราหมุนเวียนของพนักงานราชการ และอัตราว่างของลูกจ้างชั่วคราว ไม่นำมาจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ยกเว้นหน่วยงานของรัฐสภา ศาล องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ และองค์กรอัยการ ให้จัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณเพื่อจ้างพนักงานราชการและลูกจ้างชั่วคราวได้ระยะเวลาไม่เกิน ๖ เดือน

(๒) กรณีอัตราว่างจากผลการเกษียณอายุราชการ ให้หน่วยรับงบประมาณจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อบรรจุและแต่งตั้งข้าราชการ และจ้างพนักงานของรัฐ โดยใช้อัตราเงินเดือนแรกบรรจุ และมีระยะเวลาไม่เกิน ๑ เดือน หรือตามจำนวนเดือนที่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ (ยกเว้นหน่วยงานที่มีอัตรากำลังตั้งแต่ ๑๐๐,๐๐๐ อัตราขึ้นไป ให้ใช้อัตราเงินเดือนแรกบรรจุ และมีระยะเวลาไม่เกินครึ่งเดือน หรือตามจำนวนเดือนที่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ)

/ (๓) กรณีเป็น ...

(๓) กรณีเป็นอัตราว่างไม่มีเงินที่ได้รับอนุมัติงบประมาณตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี ให้หน่วยรับงบประมาณจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณเพื่อบรรจุและแต่งตั้งข้าราชการ และจ้างพนักงานของรัฐ โดยใช้อัตราเงินเดือนแรกบรรจุ และมีระยะเวลาไม่เกิน ๔ เดือน หรือตามจำนวนเดือนที่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ (ยกเว้นหน่วยงานที่มีอัตรากำลังตั้งแต่ ๑๐๐,๐๐๐ อัตราขึ้นไป ให้ใช้อัตราเงินเดือนแรกบรรจุ และมีระยะเวลาไม่เกิน ๒ เดือน หรือตามจำนวนเดือนที่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ)

๑.๓ เมื่อหน่วยรับงบประมาณได้รับความเห็นชอบแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณจากสำนักงบประมาณแล้ว ให้แจ้งต่อรัฐมนตรีเจ้าสังกัดหรือรัฐมนตรีที่กำกับดูแลหรือควบคุมกิจการของหน่วยรับงบประมาณ หรือรัฐมนตรีผู้รักษาการตามกฎหมาย สำหรับแผนงานบูรณาการให้หน่วยรับงบประมาณที่เป็นเจ้าภาพหลักแจ้งต่อผู้มีอำนาจกำกับแผนงานบูรณาการ หน่วยรับงบประมาณอื่นให้แจ้งต่อรัฐมนตรีเจ้าสังกัดหรือรัฐมนตรีที่กำกับดูแลหรือควบคุมกิจการของหน่วยรับงบประมาณ หรือรัฐมนตรีผู้รักษาการตามกฎหมาย เพื่อใช้ในการกำกับดูแล เร่งรัด และติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานและผลการใช้จ่ายงบประมาณ ผลสัมฤทธิ์หรือประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้จ่ายงบประมาณต่อไป

กรณีหน่วยรับงบประมาณที่เป็นหน่วยงานของรัฐสภา ศาลยุติธรรม ศาลปกครอง ศาลรัฐธรรมนูญ องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ และองค์กรอัยการ เมื่อสำนักงบประมาณรับทราบแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณแล้ว ให้หัวหน้าหน่วยงานของรัฐสภา ศาลยุติธรรม ศาลปกครอง ศาลรัฐธรรมนูญ องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ และองค์กรอัยการ ใช้แผนดังกล่าวในการกำกับดูแล และติดตามการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานให้เป็นไปตามหลักวินัยการเงินการคลังของรัฐ

๒. การอนุมัติเงินจัดสรร

๒.๑ เมื่อสำนักงบประมาณให้ความเห็นชอบหรือรับทราบแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณแล้ว จะอนุมัติเงินจัดสรรให้แก่หน่วยรับงบประมาณ โดยสอดคล้องกับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ หรือตามที่สำนักงบประมาณกำหนด โดยหน่วยรับงบประมาณไม่ต้องยื่นคำขออนุมัติเงินจัดสรรต่อสำนักงบประมาณ แต่หน่วยรับงบประมาณจะใช้จ่ายหรือก่อหนี้ผูกพันได้เมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ มีผลใช้บังคับแล้ว ดังนี้

๒.๑.๑ งบประมาณรายจ่ายในลักษณะงบลงทุน ไม่ว่าจะเบิกจ่ายในงบรายจ่ายใด จัดสรรให้เต็มวงเงินของแต่ละแผนงานตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ เว้นแต่รายการก่อหนี้ผูกพันข้ามปีงบประมาณ ที่เป็นรายการใหม่ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จัดสรรให้เต็มวงเงินเมื่อสำนักงบประมาณให้ความเห็นชอบความเหมาะสมของราคาแล้ว

๒.๑.๒ งบประมาณรายจ่ายในลักษณะงบดำเนินงาน ไม่ว่าจะเบิกจ่ายในงบรายจ่ายใดที่เป็นรายการก่อหนี้ผูกพันข้ามปีงบประมาณ จัดสรรให้เต็มวงเงินของแต่ละแผนงานตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ เว้นแต่รายการก่อหนี้ผูกพันข้ามปีงบประมาณที่เป็นรายการใหม่ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จัดสรรให้เต็มวงเงินสำหรับรายการที่มีกฎหมาย ระเบียบหรือมาตรฐานของทางราชการกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายไว้ หากไม่มีการกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายไว้ จัดสรรให้เมื่อหน่วยรับงบประมาณแสดงเอกสารหลักฐานของอัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

/ ๒.๑.๓ งบประมาณ ...

๒.๑.๓ งบประมาณรายจ่ายนอกเหนือจาก ๒.๑.๑ และ ๒.๑.๒ จัดสรรให้ตามความจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายหรือก่อหนี้ผูกพันในไตรมาสที่ ๑ และไตรมาสที่ ๒ แต่ไม่เกินร้อยละห้าสิบของงบประมาณรายจ่ายส่วนที่เหลือของทุกแผนงานตามร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙

กรณีมีความจำเป็นต้องขอรับอนุมัติเงินจัดสรรเกินกว่าที่กำหนดใน ๒.๑.๑ - ๒.๑.๓ ให้ยื่นคำขออนุมัติเงินจัดสรรต่อสำนักงบประมาณ โดยต้องแสดงความพร้อมในการใช้จ่ายหรือก่อหนี้ผูกพันเพื่อประกอบการพิจารณาเป็นกรณีไป

๒.๒ เมื่อได้รับอนุมัติเงินจัดสรรแล้ว กรณีเป็นงบประมาณรายจ่ายที่ต้องดำเนินการหรือเบิกจ่ายโดยสำนักงานในส่วนภูมิภาค ให้หน่วยรับงบประมาณเร่งดำเนินการส่งเงินจัดสรรต่อไปยังสำนักงานในส่วนภูมิภาค ภายในห้าวันนับแต่วันที่ได้รับอนุมัติเงินจัดสรร

กรณีที่หน่วยรับงบประมาณได้รับการจัดสรรงบประมาณสำหรับทุนหมุนเวียนที่ไม่เป็นนิติบุคคล ให้จัดสรรเงินไปยังทุนหมุนเวียนทันทีที่ได้รับเงินจัดสรรจากสำนักงบประมาณ

๒.๓ งบประมาณรายจ่ายส่วนที่เหลือจากที่ได้รับอนุมัติเงินจัดสรรตามข้อ ๒.๑ สำนักงบประมาณจะพิจารณาอนุมัติเงินจัดสรรให้หน่วยรับงบประมาณก่อนสิ้นไตรมาสที่ ๒ ของปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ตามความจำเป็นของการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ และจะนำผลการปฏิบัติงานและผลการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณในไตรมาสที่ ๑ และไตรมาสที่ ๒ มาประกอบการพิจารณาอนุมัติเงินจัดสรรด้วย โดยหน่วยรับงบประมาณไม่ต้องยื่นคำขออนุมัติเงินจัดสรร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายอนันต์ แก้วกำเนิด)
ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณ

กองกฎหมายและระเบียบ
โทร. ๐ ๒๒๗๘ ๗๐๐๐ ต่อ ๑๑๖๕ ๑๑๗๑ ๑๑๗๗ และ ๑๑๘๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ saraban@bb.go.th