

แผนปฏิบัติการระยะยาว
กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ประจำปีบัญชี 2568 – 2572
และแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2568
(1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568)
(ฉบับสมบูรณ์)

คำนำ

แผนปฏิบัติการระยะยาวกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในปัจจุบัน คือ แผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนฯ ประจำปีบัญชี 2567 – 2571 ซึ่งตามบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียน ประจำปีบัญชี 2567 กรมบัญชีกลางได้กำหนดให้กองทุนฯ จัดทำการทบทวนแผนปฏิบัติการระยะยาว (3 – 5 ปี) ของกองทุนฯ ทุกปี เพื่อให้กองทุนฯ ได้ทบทวนผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา อีกทั้ง สามารถปรับปรุงแผนปฏิบัติการ ของกองทุนฯ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันของกองทุนฯ ได้

ทั้งนี้ การจัดทำแผนปฏิบัติการระยะยาวกองทุนฯ ประจำปีบัญชี 2568 - 2572 ฉบับนี้ จะมีเนื้อหา ครอบคลุมถึง ที่มา วัตถุประสงค์ และขอบเขต ของการจัดทำแผนปฏิบัติการไปจนถึงกิจกรรมและระยะเวลา ในการดำเนินงาน เพื่อให้บุคลากรของกองทุนฯ ได้เข้าใจถึงที่มา กระบวนการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์ และ แนวทางปฏิบัติ เพื่อถ่ายทอดให้หน่วยงานที่ขอใช้เงินกองทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มต่างๆ เข้าใจ และ เพื่อใช้เป็นกรอบนโยบายในการบริหารจัดการกองทุนฯ ตามทิศทางยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ ที่กำหนดไว้ อย่างชัดเจน โดยที่กองทุนฯ จะต้องบรรลุในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนสามารถแสดงให้เห็นการดำเนินงาน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์จัดตั้งและพันธกิจของกองทุนฯ ที่ตั้งไว้ได้

กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
มิถุนายน 2568

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปีบัญชี 2566	1
1.4 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)	2
1.5 หลักการตามกระบวนการทบทวนแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2568 - 2572 กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	4
1.6 การทบทวนทิศทางยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และแผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	6
บทที่ 2 นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ความเป็นมาในการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	8
2.2 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	9
2.3 นโยบายรัฐบาล	10
2.4 ยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2559 - 2579)	11
2.5 แผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	11
2.6 ความเชื่อมโยงและสอดคล้องระหว่างยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์ ของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	13
บทที่ 3 แผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปีบัญชี 2568 – 2572 และแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2568	14
3.1 วิสัยทัศน์	14
3.2 พันธกิจ	14
3.3 วัตถุประสงค์/เป้าประสงค์	14
3.4 ผลผลิต (Output)	14
3.5 ผลลัพธ์ (Outcome)	14
3.6 เป้าหมายหลัก	14
3.7 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอกและภายใน (SWOT Analysis)	15
3.8 แผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปีบัญชี 2568 – 2572	17

สารบัญ

หน้า

3.9 ปฏิทินการดำเนินงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	20
3.10 สรุปการจัดสรรเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568	21
3.11 โครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568 (งบทั่วไป/งบข้าว)	
- ครั้งที่ 3/2567 ครั้งที่ 4/2567 และครั้งที่ 5/2567	24 - 52
- ครั้งที่ 1/2568	117 - 121
- ครั้งที่ 2/2568	134 - 137
- ครั้งที่ 3/2568	150
3.12 รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุน	
- ครั้งที่ 3/2567 ครั้งที่ 4/2567 และครั้งที่ 5/2567	53 - 116
- ครั้งที่ 1/2568	122 - 133
- ครั้งที่ 2/2568	138 - 149
- ครั้งที่ 3/2568	151 - 153
3.13 โครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบผูกพันไปเบิกจ่าย ปีงบประมาณ 2568	154
3.14 คำย่อ	164

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

แผนปฏิบัติการกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบนโยบายในการบริหารจัดการกองทุนฯ ตามทิศทางการยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยที่กองทุนฯ จะต้องบรรลุในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนสามารถแสดงให้เห็นการดำเนินงานเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์การจัดตั้งและพันธกิจของกองทุนฯ ที่ตั้งไว้ได้

ทั้งนี้แผนปฏิบัติการระยะยาวของกองทุนฯ ในปัจจุบัน คือ แผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนฯ ประจำปี 2567 - 2571 ซึ่งตามบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียน ประจำปีบัญชี 2567 กรมบัญชีกลางได้กำหนดให้กองทุนฯ จัดทำทบทวนแผนปฏิบัติการระยะยาว (3 - 5 ปี) ของกองทุนฯ ทุกปี เพื่อให้กองทุนฯ ได้ทบทวนผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา อีกทั้ง สามารถปรับปรุงแผนปฏิบัติการของกองทุนฯ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันของกองทุนฯ ได้

การทบทวนแผนปฏิบัติการระยะยาวของกองทุนฯ ในครั้งนี้ ได้ดำเนินการโดยคำนึงการตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาล และสนับสนุนให้กองทุนฯ ได้มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย รวมถึงให้ความสำคัญกับความมั่นคงของกองทุนฯ และการดำเนินงานให้สามารถปรับปรุงพัฒนากองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้เป็นทุนหมุนเวียนที่มีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1) เพื่อทบทวนทิศทางการยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และแผนปฏิบัติการระยะยาว (3 - 5 ปี) กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปี 2568 - 2572 ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทยในปัจจุบัน

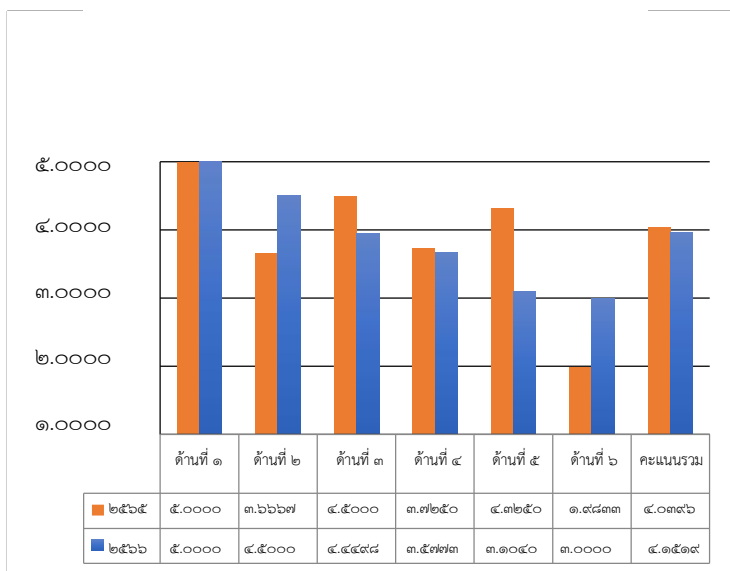
2) เพื่อให้ผู้บริหารกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเจ้าหน้าที่ได้มีกรอบทิศทางการยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และแผนปฏิบัติการในการดำเนินงานของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน

1.3 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปีบัญชี 2566

กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ได้กำหนดให้มีการประเมินผลทุนหมุนเวียนเป็นประจำทุกปีบัญชี เพื่อกำกับดูแลประสิทธิภาพการดำเนินงานของแต่ละทุนหมุนเวียน โดยในปีบัญชี 2566 ที่ผ่านมามีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงานทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านการสนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) ด้านการปฏิบัติการ 4) ด้านการบริหารจัดการทุนหมุนเวียน 5) ด้านการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหาร ผู้บริหารทุนหมุนเวียน พนักงานและลูกจ้าง และ 6) ด้านการดำเนินงานตามนโยบายรัฐ/กระทรวงการคลัง ซึ่งผลการประเมินที่อยู่ในระดับผ่านเกณฑ์จะต้องมีค่าคะแนนไม่ต่ำกว่า 3.0000 คะแนน โดยกองทุนฯ มีผลการประเมินตามตัวชี้วัดประจำปีบัญชี 2566 ดังนี้ 1) ด้านการเงิน 5.0000 คะแนน 2) ด้านสนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4.5000 คะแนน 3) ด้านปฏิบัติการ 4.4498 คะแนน 4) ด้านการบริหารจัดการทุนหมุนเวียน 3.5773 คะแนน 5) ด้านการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหาร ผู้บริหารทุนหมุนเวียน พนักงานและลูกจ้าง 3.1040 คะแนน และ 6) ด้านการดำเนินงานตามนโยบายรัฐ/กระทรวงการคลัง 3.0000 คะแนน รวมเท่ากับ 4.1519 คะแนน ถือได้ว่ากองทุนฯ ผ่านการประเมินผล เนื่องจากมีผลการประเมินเฉลี่ยสูงกว่ามาตรฐาน (3.0000 คะแนน)

ผลการประเมินผลการดำเนินงาน ประจำปีบัญชี ๒๕๖๕ - ๒๕๖๖

★ ผ่าน
 ★ ปรับปรุง
 ★ ไม่ผ่าน

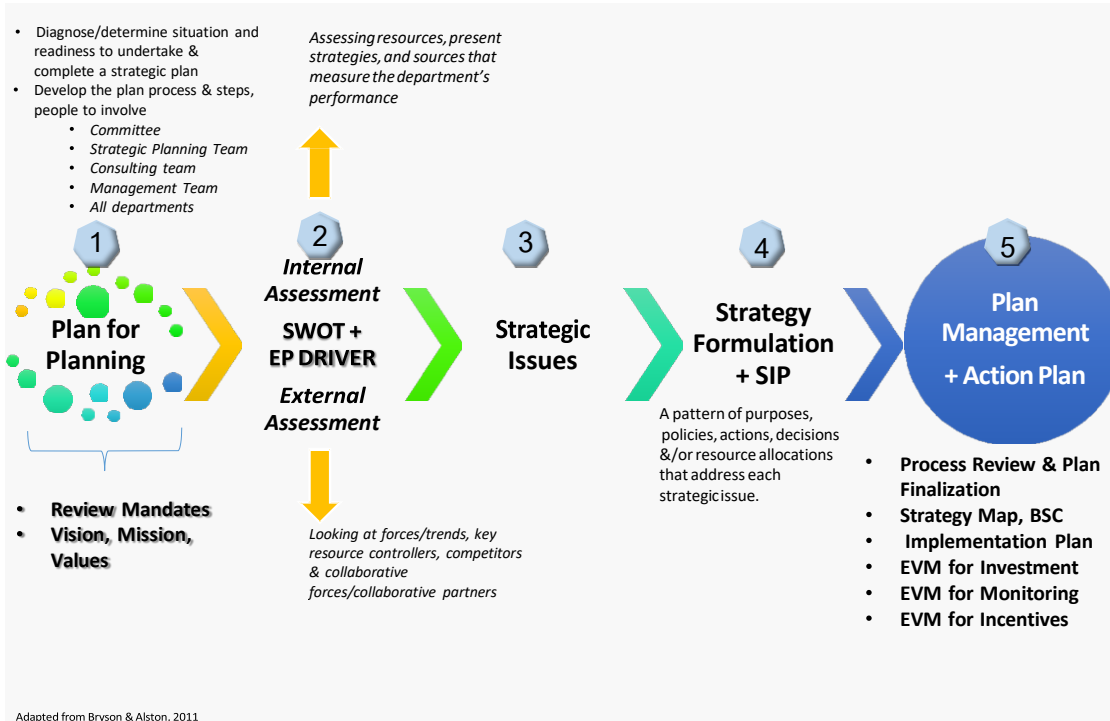


ในปีบัญชี 2566 กองทุนฯ มีผลคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.1519 คะแนน คะแนนเพิ่มขึ้นจากปีบัญชี 2565 เท่ากับ 0.1123 คะแนน ทั้งนี้สาเหตุสำคัญเนื่องจากกองทุนฯ ดำเนินการจัดสรรเงินเพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ตามเป้า สำหรับโครงการที่ได้รับเงินสนับสนุนจากกองทุนฯ ส่วนใหญ่สามารถดำเนินการได้บรรลุทั้งผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ครบถ้วน นอกจากนี้กองทุนฯ ยังสามารถดำเนินงานเพื่อแก้ไขข้อสังเกตของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) สามารถดำเนินการหักล้างลูกหนี้เงินโอนแล้วเสร็จได้ร้อยละ 100 ตามเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาเอกสารใบสำคัญประกอบการหักล้างรายการเงินโอนคงค้างปีบัญชี 2541 – 2558

1.4 แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning)

จากการที่แนวนโยบายของกระทรวงการคลังที่สนับสนุนทุนหมุนเวียนพัฒนาองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและมุ่งเน้นการบริหารพัฒนาทุนหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพ ได้มีการกำหนดให้ทุนหมุนเวียนทบทุนทิศทางการดำเนินงานและการแผนปฏิบัติการระยะยาว เพื่อกำหนดแผนการดำเนินงานและแผนปฏิบัติการอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ แนวคิดและหลักการในทบทุนทิศทางการดำเนินงานและการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) มีขั้นตอนในการดำเนินการดังต่อไปนี้



ขั้นตอนที่ 1: วางแผนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทบทวน/วางแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร คือการคัดเลือกแนวทางที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับ และได้มาตรฐานเพื่อใช้เป็น Road Map หรือแนวทางเพื่อใช้ในการทบทวนแผนยุทธศาสตร์และการวางกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพให้กับองค์กร ดังนั้น ในขั้นตอนแรก กองทุนฯ ควรมีการกำหนดและคัดเลือกแนวคิดและหลักการเพื่อใช้ในการทบทวน/วางแผนยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับการดำเนินการภายในของกองทุนฯ เป็นลำดับแรก

ขั้นตอนที่ 2: ทบทวนสถานะปัจจุบันขององค์กร

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการวิเคราะห์สถานภาพปัจจุบัน และวิเคราะห์สถานะของกองทุนฯ ณ ปัจจุบัน เพื่อให้ทราบถึงสถานะปัจจุบันขององค์กร ผ่านการวิเคราะห์แนวนโยบาย ภารกิจ ภาพรวมของผลการดำเนินงานของกองทุนฯ จากที่ผ่านมา ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และหน่วยงาน/องค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT) ควบคู่กับการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงตามแผนบริหารความเสี่ยงของกองทุนฯ ประจำปีบัญชี 2567

ขั้นตอนที่ 3: เปรียบเทียบสถานะปัจจุบันขององค์กรกับสถานะที่วางไว้ในอนาคตเพื่อค้นหาช่องว่าง (GAP) ขององค์กร

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการเปรียบเทียบสถานะของกองทุนฯ ณ ปัจจุบันเทียบกับจุดหมายที่องค์กรต้องการจะไป (ผ่านการกำหนดทิศทางขององค์กร พันธกิจ วิสัยทัศน์) และการดำเนินงานของกองทุนฯ ให้บรรลุตามเป้าหมายได้อย่างไร (ผ่านการกำหนดกลยุทธ์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ เชิงกลยุทธ์) ซึ่งประเด็นที่สำคัญ คือ การทบทวนกระบวนการทำงานภายในภายใต้แผนยุทธศาสตร์ที่ผ่านมาถึงเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ที่กองทุนฯ ยังไม่ประสบความสำเร็จ และสิ่งมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนอะไรเพื่อบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ในอนาคต

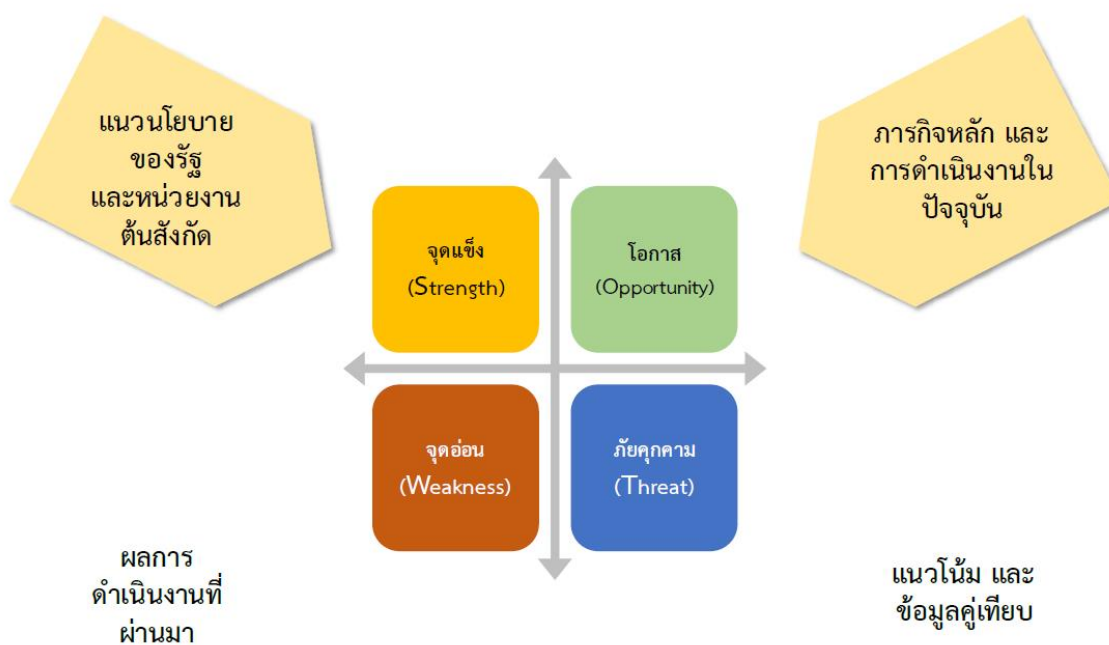
ขั้นตอนที่ 4: สรุปประเด็นที่กองทุนฯ ยังไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จ ตลอดจนสุญญากาศที่องค์กรต้องเติมเต็มเพื่อให้การดำเนินงานในภาพรวมสัมฤทธิ์ผลต่อไปในอนาคต เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการประจำปีบัญชี 2568

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำเอาช่องว่าง (GAP) ที่ค้นพบไปประยุกต์เพื่อสรรหา/คัดเลือกและปรับปรุงกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด เพื่อใช้เป็นตัวกำหนดกรอบการปฏิบัติงานในระยะยาว ประจำปี 2568 - 2572 ผ่านการประชุมระดมความเห็น และการสัมมนาเชิงปฏิบัติการในระดับผู้บริหาร และบุคลากรที่เกี่ยวข้องในองค์กร

ขั้นตอนที่ 5: ทำการสรุปผลการทบทวนยุทธศาสตร์ ของกองทุนฯ ประจำปี 2568 - 2572 และเผยแพร่/สื่อสารยุทธศาสตร์ให้กับพนักงานทุกระดับภายในองค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกองทุนฯ เพื่อความเข้าใจในทิศทางขององค์กรแบบเดียวกัน

1.5 หลักการตามกระบวนการทบทวนแผนปฏิบัติการ ประจำปี 2568 - 2572 กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ในการทบทวนแผนปฏิบัติการของกองทุนฯ ประจำปี 2568 - 2572 ได้วิเคราะห์ทิศทางและเป้าหมายขององค์กร ประกอบด้วย วัตถุประสงค์การจัดตั้ง นโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร รวมถึงการวิเคราะห์บริบทและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนฯ ได้แก่



แผนภาพแสดงกระบวนการทบทวนแผนปฏิบัติการ ระยะยาว กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ประจำปี 2568 - 2572

เมื่อพิจารณาข้อมูลดังกล่าวแล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Matrix) เพื่อนำผลจากการวิเคราะห์ไปใช้ประกอบในการพัฒนาแผนปฏิบัติการ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Matrix)

การวิเคราะห์เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมเป็นการพิจารณาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกองทุนฯ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในหรือปัจจัยภายในจะเกี่ยวข้องกับทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุกด้าน เพื่อให้สามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยในด้านนี้เป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้ และการวิเคราะห์เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกหรือปัจจัยภายนอก อาทิ สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ และมีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร เพื่อให้สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยหลักในการพิจารณาเพื่อประเมินสภาพแวดล้อมขององค์กร มีดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)



แผนภาพแสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

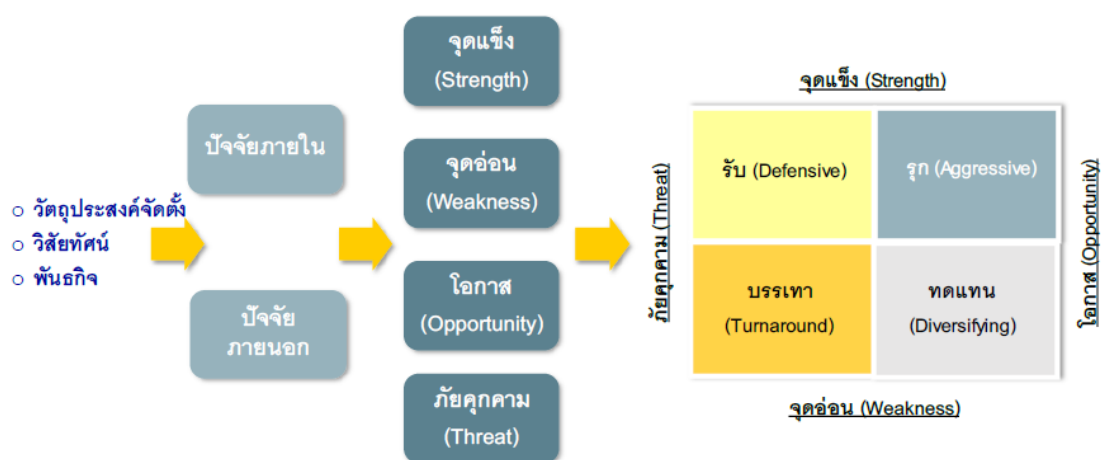
การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

- (1) ด้านการเงิน (งบประมาณ รายได้ รายจ่าย)
- (2) ด้านความพร้อมขององค์กร (บุคลากร อุปกรณ์ อาคารสถานที่ ภาพลักษณ์)
- (3) ด้านการบริหารงานและกระบวนการทำงาน (โครงสร้างองค์กร/หน่วยงานภายใน การวางแผน การติดตามประเมินผล การตัดสินใจ การสั่งการ การประสานงาน)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก โดยใช้แนวคิด PESTLE Framework ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ใช้สำหรับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ในภาพรวมอย่างกว้างขวางที่กระทบต่อองค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคตซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้

- (1) ด้านการเมือง (Politics) อาทิ นโยบายรัฐบาล หน่วยงานรัฐ หน่วยงานอื่น ท้องถิ่น
- (2) ด้านเศรษฐกิจ (Economics) อาทิ การขยายตัวเศรษฐกิจ ความต้องการแรงงาน
- (3) ด้านสังคม (Social) อาทิ ค่านิยม ความเชื่อ ความต้องการเรียนรู้
- (4) ด้านเทคโนโลยี (Technological)
- (5) ด้านกฎหมาย (Legal)
- (6) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

การวิเคราะห์ SWOT Matrix เป็นกระบวนการกำหนดกลยุทธ์โดยวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรในปัจจุบัน ซึ่งการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจะแสดงถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนขององค์กรเพื่อพิจารณาให้รู้จักตนเอง (รู้เรา) และรู้จักคู่แข่ง (รู้เขา) อย่างชัดเจน ในขณะที่การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกจะแสดงถึงโอกาส และอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อองค์กร ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต สิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยจะวิเคราะห์ร่วมกันทั้งในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในรูปแบบของ Matrix ซึ่งสามารถแบ่งยุทธศาสตร์ได้เป็น 4 ประเภท คือ ยุทธศาสตร์เชิงรุก ยุทธศาสตร์เชิงรับ ยุทธศาสตร์เชิงทดแทน และยุทธศาสตร์เชิงบรรเทา



แผนภาพแสดงกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Matrix)

1.6 การทบทวนทิศทางยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และแผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

แนวคิดและหลักการในการทบทวนทิศทางยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และแผนปฏิบัติการระยะยาว (3 – 5 ปี) กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปี 2568 – 2572 มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีกรอบแนวทางในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์จัดตั้งและพันธกิจให้สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และผลสัมฤทธิ์ตามนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นโยบายของรัฐบาล และนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ โดยให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์แวดล้อมอันก่อให้เกิดความท้าทายใหม่ๆ ให้กับกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเด็นด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เป็นตัวกำหนดทิศทางการสนับสนุนงบประมาณของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อเป้าหมายที่สอดคล้องและสนับสนุนตามแผนแม่บทดังกล่าว

2. นโยบายของรัฐบาล ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระยะ โดยสรุปสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกรม ดังนี้

2.1 กรอบระยะสั้น เป็นนโยบายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการใช้จ่าย อาทิ Digital Wallet การแก้ไขปัญหาหนี้สิน การลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และการแก้ไขปัญหาความเห็นที่แตกต่างในเรื่องรัฐธรรมนูญ

2.2 กรอบระยะกลางและระยะยาว เพื่อสร้างรายได้ ลดรายจ่าย สร้างโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างคุณภาพชีวิต ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรม ดังนี้

(1) การสร้างรายได้

(1.1) การใช้การทูตเศรษฐกิจเชิงรุกเพื่อเปิดประตูการค้าสู่ตลาดใหม่ ๆ อาทิ กลุ่มสหภาพยุโรป กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง อินเดีย แอฟริกา อเมริกาใต้ รวมถึงการให้ความสำคัญกับตลาดเดิมที่รวมถึงประเทศบ้านใกล้เรือนเคียง ให้กับสินค้าและบริการของประเทศไทย

(1.2) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ อาทิ การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล อุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง อุตสาหกรรมสีเขียว และอุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ รวมทั้งการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในประเทศ

(1.3) การสร้างรายได้ในภาคการเกษตร โดยใช้หลักการ ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้ การหาตลาดให้สินค้าเกษตรได้ขายในราคาที่เหมาะสม การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น

(2) การสร้างโอกาสด้วยนโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์ หรือ Soft Power ของประเทศ

(3) การวางรากฐานและโครงสร้างพื้นฐานใหม่ด้วยการนำเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการประชาชน

3. นโยบายของกระทรวงพาณิชย์

รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายภูมิธรรม เวชยชัย) ได้มอบนโยบาย 7 นโยบายในการขับเคลื่อนการทำงานกระทรวงฯ ได้แก่

- 1) ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส
- 2) บริหารให้เกิดความสมดุล
- 3) พาณิชย์จังหวัด และทูตพาณิชย์ทำงานเชิงรุก
- 4) แก้ไขข้อจำกัดของกฎหมาย
- 5) เร่งขยับตัวเลขการส่งออก เปลี่ยน ลบ เป็น บวก
- 6) ร่วมขับเคลื่อน นโยบาย Digital Wallet
- 7) ผลักดันการใช้ประโยชน์จาก FTA

4. การเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกองทุนฯ ซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนในเรื่องแนวทางการประเมินผลการดำเนินงานของกรมบัญชีกลางและจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกองทุนไทยได้

5. การเตรียมพร้อมด้านบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับภารกิจใหม่ของกองทุนฯ ในอนาคต โดยการปรับปรุง/เพิ่มเติมกฎระเบียบ การพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถของบุคลากรให้พร้อมกับการดำเนินงาน และการวิเคราะห์ถึงโครงสร้างการบริหารงานบุคคลร่วมด้วย

6. การขจัดปัญหาและข้อจำกัดที่ยังคงเกิดขึ้นในระหว่างปีดำเนินงานที่ควรได้รับการแก้ไขให้น้อยลงหรือหมดไป เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

จากแนวคิดและหลักการดังกล่าวทำให้กองทุนฯ ได้มีการทบทวนทิศทางยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และแผนปฏิบัติการระยะยาว (3 – 5 ปี) กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันพร้อมใช้มากขึ้น ดังมีเนื้อหาในบทถัดไป

บทที่ 2

นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้อง

กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจหลักในการขยายการค้าระหว่างประเทศของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ในตลาดโลก โดยแผนปฏิบัติการของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีความสอดคล้องกับกฎหมาย นโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้องทุกระดับ ดังนี้

2.1 ความเป็นมาในการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1. การจัดตั้ง : กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดตั้งขึ้นโดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติการส่งออกป้อนและการนำเข้าในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522 และอาศัยอำนาจตามมาตรา 6 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์โดยการอนุมัติของคณะรัฐมนตรีมีอำนาจเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกหรือนำเข้าได้ แหล่งรายได้ของกองทุนฯ ประกอบด้วย

- 1) ค่าธรรมเนียมพิเศษตาม มาตรา 6
- 2) เงินและทรัพย์สินอื่นที่ได้รับจากรัฐบาลหรือจากแหล่งต่างๆ ภายในประเทศ หรือต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศ หรือบุคคลอื่น
- 3) ดอกผลของเงินกองทุนฯ

2. ทุนเริ่มแรก : ได้จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษการนำเข้า ร้อยละ 0.5 ตามมาตรา 6 ของ พ.ร.บ. การส่งออกป้อนและการนำเข้า พ.ศ. 2522 รวม 2 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 จัดเก็บปี 2525 จำนวน 300 ล้านบาท (ปัจจุบันไม่มีการจัดเก็บ)

ครั้งที่ 2 จัดเก็บปี 2533 – 2534 จำนวน 2,000 ล้านบาท (ปัจจุบันไม่มีการจัดเก็บ)

3. รายได้หลักในปัจจุบัน : ค่าธรรมเนียมพิเศษส่งออกข้าวไปสหภาพยุโรป ปีละประมาณ 30 ล้านบาท ซึ่งมติ ครม. ให้ใช้ได้เฉพาะการส่งเสริมการพัฒนาข้าวเท่านั้น

4. การส่งคืนเงินเป็นรายได้แผ่นดิน

1) ครม. มีมติเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2558 ให้ทุนหมุนเวียนที่มีสภาพคล่องส่วนเกินความจำเป็น นำส่งคืนเงินเป็นรายได้แผ่นดิน โดยกองทุนฯ ได้นำส่งคืนเงินเป็นรายได้แผ่นดิน รวม 2 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 จำนวน 2,324,950,000 บาท เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2559

ครั้งที่ 2 จำนวน 83 ล้านบาท เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2560

2) นำส่งตามข้อเสนอแนะของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน จำนวน 666,240,242.40 บาท ซึ่งเป็นรายได้จากเอกชน (รายได้จากการสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) ทั้งนี้ ในการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2565 ที่ประชุมมีมติเห็นชอบนำเงินดังกล่าว นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

2.2 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) เป็นการวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะยาวเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาของทุกภาคส่วนให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน และทำให้ประเทศไทยพัฒนาไปสู่อนาคตที่พึงประสงค์ตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ มีการถ่ายทอดแนวทางการพัฒนาสู่การปฏิบัติในแต่ละช่วงเวลาอย่างต่อเนื่องและมีการบูรณาการ สร้างความเข้าใจถึงอนาคตของประเทศไทยร่วมกัน และเกิดการรวมพลังของทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งประชาชนเอกชนและประชาสังคม ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อการสร้างและรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์แห่งชาติ และบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือคติพจน์ประจำชาติ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อให้ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คนไทยมีความสุข อยู่ดีกินดี สังคม มีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติจะใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาประเทศไทยในระยะ 20 ปี

ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับดำเนินงานของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

เป้าหมาย

1. ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วที่เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
2. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

ตัวชี้วัด

1. รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศและการกระจายรายได้
2. ผลิภาพการผลิตของประเทศ ทั้งในปัจจัยการผลิตและแรงงาน
3. การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา
4. ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเกษตรสร้างมูลค่า

1. เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร

2. เกษตรปลอดภัย ให้ความรู้ สนับสนุนกลไกตลาด เปลี่ยนผ่านสู่เกษตรอินทรีย์
3. เกษตรชีวภาพ ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากฐานเกษตรกรรม ฐานทรัพยากรชีวภาพ
4. เกษตรแปรรูป เพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตรพรีเมียม
5. เกษตรอัจฉริยะ นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา

ประเด็นที่ 2 อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต

1. อุตสาหกรรมชีวภาพ
2. อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร
3. อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์
4. อุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์
5. อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ

ประเด็นที่ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว

1. ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
2. ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
3. ท่องเที่ยงเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย
4. ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ
5. ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

ประเด็นที่ 4 โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก

1. การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ
2. การสร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ
3. การเพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ
4. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่
5. การรักษาและเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาค

ประเด็นที่ 5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

1. การสร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ
2. การสร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน
3. การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
4. การสร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล
5. การปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ

2.3 นโยบายรัฐบาล

(1) นโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการลดปัญหาในการส่งออก เพื่อให้เกิดความคล่องตัว การแสวงหาตลาดที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการส่งออก การส่งเสริมอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ เช่น อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป การส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทยบนพื้นฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็ง โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจัดการในองค์กรฯ รวมทั้งการส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งหมายรวมถึงการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลโดยตรง และการใช้ดิจิทัลรองรับการให้บริการของภาครัฐ

(2) นโยบายการส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเร่งส่งเสริมความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ในภูมิภาคอาเซียน และขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลงทางการค้าการลงทุนภายใต้กรอบความร่วมมือที่มีผลบังคับใช้แล้ว และการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยทุกระดับอย่างสอดคล้องกับข้อตกลงในการเคลื่อนย้ายในด้านสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่เปิดเสรีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้ประกอบการในประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อนำไปสู่ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานตลาดโลก

2.4 ยุทธศาสตร์ของกระทรวงพาณิชย์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2559 - 2579)

มุ่งเน้นการสร้างการแข่งขันและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศด้วยการยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) และผลักดันความเชื่อมโยงกับโลก (Connectivity) เพื่อรองรับเป้าหมายที่จะนำประเทศไทยไปสู่ Thailand 4.0 โดยขับเคลื่อนให้เกิดความเปลี่ยนแปลงใน 3 มิติสำคัญ มิติที่หนึ่งคือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่เชิง “นวัตกรรม” มิติที่สองคือ เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และมิติที่สามคือ เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น และเปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่ High Value Services ซึ่งมีความเกี่ยวข้องใน 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

(๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร เน้นการพัฒนาผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ค้าระดับภูมิภาคและระดับโลก และการพัฒนาผู้ประกอบการภาคบริการสู่การค้าบริการที่มีมูลค่าสูงและมีเอกลักษณ์

(๒) ยุทธศาสตร์การบูรณาการกับระบบการค้าโลก เน้นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยการค้าระหว่างประเทศ ทั้งการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศในภูมิภาคอื่น โดยการสร้างภาพลักษณ์สินค้า/ธุรกิจบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในต่างประเทศ และผลักดันการส่งออกโดยใช้การนำตลาดนำการผลิต แสวงหาตลาดใหม่ กำหนดกลยุทธ์ในเชิงลึกถึงระดับเมือง (city-focus)

2.5 แผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

มุ่งเน้น “ผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง” โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไว้ 4 แนวทางสำคัญ ดังนี้

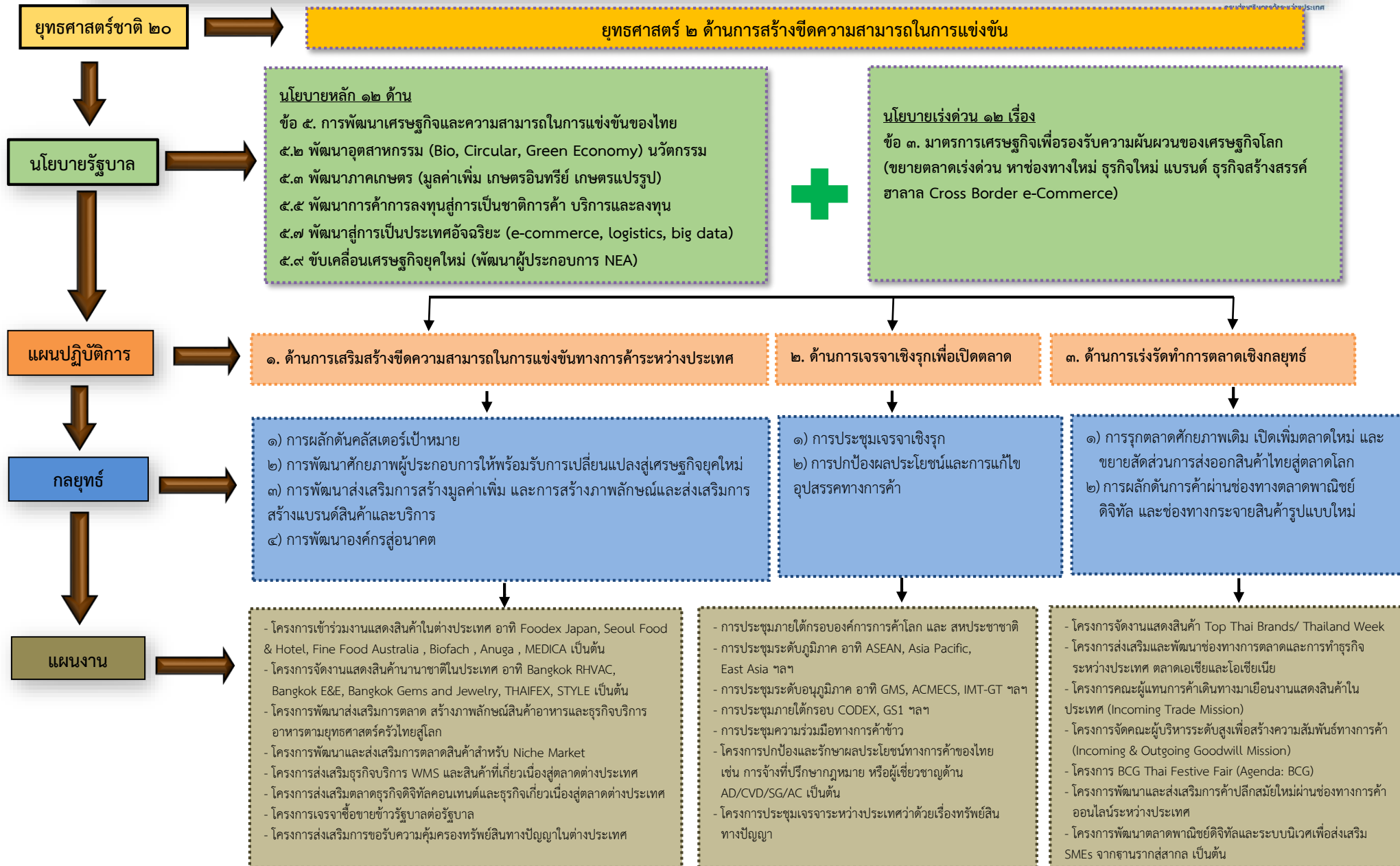
(1) Demand-Driven Marketing Approach การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในประเทศเชิงรุก ทั้ง Physical และ Digital market ได้แก่ การเจาะตลาดเชิงลึก (City Focus) โดยเจาะเข้าสู่เมืองเศรษฐกิจรอง ควบคู่ไปกับการยกระดับตลาดในเมืองหลวงหรือเมืองเศรษฐกิจหลักการสร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA เพื่อการขยายการค้าและการลงทุนร่วมกับพันธมิตรในตลาดศักยภาพการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ (Outward Business Development Promotion) โดยพัฒนาองค์ความรู้และข้อมูลเชิงลึก (Market Intelligence) พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ (Capacity Building) และการพัฒนาพาณิชย์ดิจิทัลเพื่อพัฒนาและส่งเสริม SMEs สู่อสากล โดยพัฒนาต่อยอดระบบ Thaitrade.com ให้รองรับความต้องการใช้งานสำหรับการค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพและสะดวกมากยิ่งขึ้น และเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์ม (platform) ของพันธมิตรในต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้สามารถทำการค้าออนไลน์ และมีความน่าเชื่อถือในระดับสากล เป็นต้น

(2) การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการที่ประเทศไทยมีศักยภาพใน 5 คลัสเตอร์สำคัญ ได้แก่ สินค้าอาหาร และธุรกิจบริการอาหาร สินค้าฮาลาล สินค้าอุตสาหกรรม สินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ และธุรกิจบริการศักยภาพ โดยการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าและบริการให้มีความรู้ผลิตสินค้า/บริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด ขยายช่องทางทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ

(3) การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมส่งออก โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven) และการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมส่งออก (Value Creation) เพื่อยกระดับผู้ประกอบการของไทยให้มีความพร้อมด้านการค้าที่จะรับมือกับเศรษฐกิจยุคใหม่ในทุกระดับอย่างเป็นระบบและครบวงจร โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพในการทำการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและธุรกิจบริการ ผ่านการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าสู่สากล (Brand) และการพัฒนานวัตกรรม (Innovation)

(4) การพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และพัฒนาองค์กรสู่ระบบราชการ 4.0 โดยการพัฒนาบุคลากรภายในให้มีความรู้ความสามารถทักษะและสมรรถนะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การให้บริการแก่ประชาชน พัฒนาระบบราชการและระบบบริหารจัดการ ตลอดจนเสริมสร้างพันธมิตร/เครือข่ายกับองค์กรทั้งในและต่างประเทศ

๒.๖ ความเชื่อมโยงและสอดคล้องระหว่างยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์ของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



บทที่ 3

แผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปีบัญชี พ.ศ. 2568 – 2572 และแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2568

3.1 วิสัยทัศน์

“เป็นกองทุนที่มีสภาพคล่องและมีประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยให้ทันกับสถานการณ์ในตลาดโลกในปัจจุบัน”

3.2 พันธกิจ

จัดสรรเงินในการดำเนินกิจกรรม/แผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการทั้งทางตรงและทางอ้อม การรักษา การหาตลาด ปกป้องผลประโยชน์ในทางการพาณิชย์และแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านการค้าระหว่างประเทศ

3.3 วัตถุประสงค์/เป้าประสงค์

1. การดำเนินโครงการและกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการผลิต และส่งออกสินค้า/บริการให้กับผู้ผลิต ผู้ส่งออก รวมถึง SMEs ในภูมิภาค วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ต่างๆ เกษตรกร ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนการเพิ่มศักยภาพตลาดเดิมในเชิงรุก และเปิดตลาดใหม่เพื่อขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าและบริการของไทยสู่ตลาดโลก การผลักดันการค้าชายแดน การปกป้องผลประโยชน์ในทางการพาณิชย์ รวมทั้งแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2. การบริหารกิจกรรมการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกในยุค Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ให้มีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะโครงการหรือกิจกรรมที่ต้องใช้ความเร่งด่วนในการดำเนินการทุกรูปแบบ สร้างศักยภาพทางการค้าให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน

3.4 ผลผลิต (Output)

โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ได้รับการสนับสนุนจากเงินกองทุนฯ ทั้งของภาครัฐและเอกชน จำนวนไม่น้อยกว่า 150 โครงการต่อปีให้มีความสำเร็จในการดำเนินโครงการ

3.5 ผลลัพธ์ (Outcome)

มูลค่าการส่งออกทั้งสินค้าและธุรกิจบริการไทยขยายตัวต่อเนื่อง และผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถประกอบธุรกิจในต่างประเทศได้อย่างเข้มแข็ง

3.6 เป้าหมายหลัก

สามารถผลักดันและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยให้เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2571

3.7 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอกและภายใน (SWOT Analysis)

1) สภาพปัจจุบัน

ปัจจุบันกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีเงินคงเหลือน้อย ไม่เพียงพอต่อการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) เนื่องจากได้นำเงินส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน อีกทั้งพระราชบัญญัติการบริหารทุนหมุนเวียน พ.ศ. 2558 กำหนดให้หน่วยงานของรัฐที่มีทุนหมุนเวียนนำเงินของทุนหมุนเวียนฝากกระทรวงการคลัง ดังนั้น จึงขาดรายได้ในส่วนของดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร

ทั้งนี้ กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้คืนเงินกองทุนฯ เป็นรายได้แผ่นดินในปี พ.ศ. 2565 ตามข้อเสนอแนะของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินจึงส่งผลให้ขาดสภาพคล่อง

2) ปัญหา

กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนสำหรับใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปัจจุบันขาดสภาพคล่อง ทำให้ไม่สามารถดำเนินการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าได้ในทุกมิติ เพื่อวางรากฐานเศรษฐกิจในระยะยาว โดยรวมถึง

(1) การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่ตอบสนองต่อยุค Megatrends โดยเน้นสินค้า BCG และสินค้า/บริการสำหรับยุค Megatrends รวมถึงสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

(2) การขยายพันธมิตรทางการค้า

(3) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(4) การเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาด และการปกป้องผลประโยชน์/แก้ไขอุปสรรคทางการค้า

(5) ส่งเสริมการเปิดตลาด แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ

(6) ส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า

(7) การส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(8) การยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

3) การวิเคราะห์ SWOT การบริหารงานกองทุนฯ

จุดแข็ง (Strength: S)	จุดอ่อน (Weakness)
1) วัตถุประสงค์ของการก่อตั้งกองทุนฯ มีความครอบคลุมในเรื่องการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทำให้กองทุนฯ สามารถสนับสนุนโครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ 2) กองทุนฯ มีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน เพื่อรองรับการทำงานภายใต้การกำกับที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว 3) กองทุนฯ มีการกำหนดประเด็นหลักเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมโครงการที่มีความสอดคล้องกับนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาลซึ่งเป็นนโยบายหลัก และนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะสามารถช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างลุล่วง	1) กองทุนขาดสภาพคล่อง ปัจจุบันเงินคงเหลือมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) 2) กองทุนฯ ยังขาดระบบสารสนเทศที่ช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ อำนวยความสะดวก และสามารถตอบสนองต่อความต้องการทั้งภายใน (บุคลากรในกองทุนฯ) และภายนอก (เอกชน/ประชาชน) 3) กองทุนฯ อยู่ระหว่างการปรับกฎหมายให้เป็นปัจจุบัน จึงส่งผลให้ยังไม่สามารถจัดเก็บรายได้อื่นๆ (นอกเหนือจากเงินงบประมาณ)

โอกาส (Opportunity : O)	อุปสรรค (Threat: T)
1) นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลมุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนา/ส่งเสริมการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า/บริการ ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้า/บริการ และยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง 2) ภาคเอกชนไทยมีศักยภาพ รวมถึงให้ความร่วมมือต่อนโยบายของรัฐบาลเป็นอย่างดี 3) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าการส่งออก การสร้างงาน และการกระตุ้นเศรษฐกิจ 4) การส่งออกสินค้าและธุรกิจบริการของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และผู้ประกอบการของไทยมีศักยภาพในการแข่งขันสูง	1) ในการสนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจของกองทุนฯ มีข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ จึงทำให้ไม่สามารถผลักดันโครงการด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การส่งออก และโครงการที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐได้อย่างเต็มศักยภาพ ส่งผลให้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด 2) พระราชกฤษฎีกา เรื่อง การกำหนดจำนวนเงินสะสมสูงสุด และการนำทุนหรือผลกำไรส่วนเกินของทุนหมุนเวียนส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน พ.ศ. 2561 ทำให้กองทุนฯ ทำให้ไม่สามารถวางแผนจัดสรรเงินในระยะยาวเพื่อเป็นเงินในการดำเนินโครงการของกองทุนฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากจะมีวงเงินสำหรับการดำเนินงานในระยะสั้นเท่านั้น 3) เงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากสำนักงบประมาณเพื่อมาสมทบเงินกองทุนฯ มีความไม่แน่นอนในแต่ละปี 4) พระราชบัญญัติทุนหมุนเวียน พ.ศ. 2558 กำหนดให้นำเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไปฝากไว้ที่กระทรวงการคลัง ส่งผลให้เกิดการสูญเสียโอกาสในการได้มาซึ่งรายได้จากดอกเบี้ย

3.8 แผนปฏิบัติการระยะยาว กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำปีบัญชี 2568 – 2572

1. แผนปฏิบัติการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ

➤ กลยุทธ์ที่ 1.1 การผลักดันคลัสเตอร์เป้าหมาย

1) เกษตรสร้างมูลค่า อาทิ สินค้าเกษตรแปรรูป สมุนไพร เครื่องสำอาง สินค้าตามเทรนด์โลก สินค้าฮาลาล อาหารอนาคต อาหารสุขภาพ (Healthy Foods) ผลิตภัณฑ์อาหารจากเทคโนโลยีชีวภาพ (Food Biotechnology Products) และอาหารใหม่ (Novel Food) เช่น Plant-based meat เป็นต้น

2) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อาทิ สินค้ายานยนต์สมัยใหม่ (รถยนต์ไฟฟ้าและอะไหล่ยานยนต์)/เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ/อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์/สินค้าเทคโนโลยีที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ/อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ/อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เป็นต้น

3) สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองยุค Megatrends และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ อาทิ สินค้า BCG / สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ/สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

4) ธุรกิจบริการแห่งอนาคต อาทิ บริการทางการแพทย์ครบวงจร/อุตสาหกรรมดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์/ธุรกิจสื่อบันเทิง - เกม (Digital Content)/ธุรกิจการศึกษา (Educational Service)/ธุรกิจสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์/ธุรกิจบริการ Logistics เป็นต้น

5) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูงที่เป็น Soft Power ของไทย เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ Creative Economy อาทิ ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ธุรกิจบริการสร้างสรรค์ อาทิ ธุรกิจบันเทิง ดิจิทัลคอนเทนต์และซอฟต์แวร์ ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ และ Trade Supporting Services เช่น สิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ Institutional Services เช่น ธุรกิจการจัด Event เป็นต้น

➤ กลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

1) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย รวมถึง SMEs ในภูมิภาค วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ต่างๆ เกษตรกร และบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และทักษะในการทำการค้ายุคใหม่ และสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ให้สามารถดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศตามหลักเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ผ่านโครงการฝึกอบรมเชิงลึก/สัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Coaching) ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ ไปจนถึงการนำสินค้าไปทดลองจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

2) สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ โดยพัฒนาองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs และ Micro SMEs และบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ อาทิ หลักสูตรเปิดโลกการค้ากับทูตพาณิชย์ (Export Clinic) พาณิชย์คู่คิด SME การให้คำปรึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกฎระเบียบการนำเข้าของตลาดต่างประเทศ ผลักดันการใช้ประโยชน์จาก FTA เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับ กฎ กติกาใหม่ และสถานการณ์ตลาดโลกปัจจุบัน เป็นต้น และผลักดันผู้ประกอบการที่ผ่านการฝึกอบรมให้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อขยายตลาดส่งออกในต่างประเทศ เช่น เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย และร่วมคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจ在不同ประเทศ และแสวงหาปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบ โดยจัดฝึกอบรมเชิงลึก และนำผู้ประกอบการไทยเดินทางไปเข้าร่วมกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching and Networking) กิจกรรมนำเสนอผลงาน (Business Pitching) เพื่อนำเสนอผลงาน/แผนงานทางธุรกิจ เพื่อขายและ/หรือระดมเงินทุนการส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) และแสวงหาพันธมิตรการค้าการลงทุนในตลาดเป้าหมายต่อไป

4) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการเพิ่มความสามารถในการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (Hedging) และการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

➤ กลยุทธ์ที่ 1.3 การพัฒนาส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ

1) พัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความยั่งยืน (Sustainable Design) การใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า และสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม/สภาพแวดล้อมเพื่อตอบสนองต่อเศรษฐกิจแนวใหม่ (BCG) ผ่านการจัดประกวดและมอบรางวัลต่าง ๆ พร้อมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดนิทรรศการแสดงผลงานในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และการผลักดันให้สินค้าไทยเข้าประกวดรางวัลการออกแบบ/นวัตกรรมในระดับนานาชาติ เป็นต้น

2) พัฒนาและส่งเสริมแบรนด์ไทยให้เป็นแบรนด์ระดับสากล และส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างนักออกแบบไทยและนักออกแบบนานาชาติ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการออกแบบของเอเชีย

3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า และความสามารถในการเข้าสู่ตลาดสากล โดยใช้ตราสินค้าของตนเองผ่านการมอบรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจดีเด่น (Prime Minister's Export Award)

4) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สินค้าและบริการของไทยผ่านเครื่องหมายรับรองคุณภาพ “Thailand Trust Mark” เพื่อให้ผู้นำเข้า/ผู้บริโภคในต่างประเทศเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการของไทยในด้านคุณภาพมาตรฐาน ขั้นตอนการผลิตที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม

5) สร้างภาพลักษณ์ประเทศในฐานะผู้ผลิตและส่งออกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ (Country Image) เพื่อให้เห็นศักยภาพของประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าชั้นนำของโลก

➤ กลยุทธ์ที่ 1.4 การพัฒนาองค์กรสู่อนาคต

1) เพิ่มประสิทธิภาพบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบการบริหารจัดการข้อมูลรวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศในเชิงลึก และการให้บริการแก่หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการไทย และประชาชนที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนจัดหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษานอกสถานที่ในโอกาสต่างๆ (Mobile Unit)

2) สร้างพันธมิตรและขยายความสัมพันธ์กับเครือข่ายกับองค์กรด้านการค้าระหว่างประเทศทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งเสริมการดำเนินงานตามกรอบความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ และการดำเนินงานร่วมกับที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์ ด้านการค้าระหว่างประเทศ (HTAs)

๓) พัฒนาขีดความสามารถบุคลากรเพื่อรองรับทักษะใหม่ ๆ และเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงสร้าง Mind Set ให้บุคลากรใช้ Soft Power ในการผลักดันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการของไทย

2. แผนปฏิบัติการด้าน การเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาด

➤ กลยุทธ์ที่ 2.1 การประชุมเจรจาเชิงรุก

สนับสนุนการเข้าร่วมการประชุมเพื่อขยายความร่วมมือทางการค้าในระดับทวิภาคี และพหุภาคี อาทิ WTO, ABAC, ASEAN-BAC, EABC, JTEPA, ACMEC, IMT-GT ฯลฯ โดยการเจรจาในเชิงรุกร่วมกับกลุ่ม FTA ที่มีความสำคัญ อาทิ สหภาพยุโรป จีน สหรัฐอเมริกา การผลักดันความตกลงต่างๆ อาทิ RCEP, CPTPP เจาะตลาดเมืองรองศักยภาพด้วย Mini FTA และการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน/ผู้นำเข้ารายสำคัญ

➤ กลยุทธ์ที่ 2.2 การปกป้องผลประโยชน์และการแก้ไขอุปสรรคทางการค้า

สนับสนุนการประชุมและการหารือเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่ส่งต่อการส่งออกทั้งในภาพรวมและรายอุตสาหกรรม/คลัสเตอร์ ตลอดจนการจ้างที่ปรึกษากฎหมาย หรือผู้เชี่ยวชาญด้าน AD/CVD/SG/AC เพื่อดำเนินการแก้ต่างในกรณีในประเทศไทยถูกฟ้องร้อง และการให้ความรู้ผู้ประกอบการไทยในด้านดังกล่าว เพื่อปกป้องและรักษาผลประโยชน์ทางการค้าของไทย การปกป้องผลประโยชน์และลดทอนผลกระทบของผู้ประกอบการไทยจากการสวมสิทธิ์การส่งออก โดยเฉพาะการสวมสิทธิ์เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากสงครามการค้า และการสวมสิทธิ์ที่อาจทำให้ภาพลักษณ์สินค้าไทยเสียหาย เป็นต้น

3. แผนปฏิบัติการด้าน การเร่งรัดทำการตลาดเชิงกลยุทธ์

➤ กลยุทธ์ที่ 3.1 การรุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดที่สอดคล้องกับระดับพัฒนาการทางเศรษฐกิจในแต่ละกลุ่มตลาด โดยเน้นการผลักดันการค้าชายแดนและข้ามแดน บุกเจาะหัวเมืองเศรษฐกิจใหญ่ และส่งเสริมการเปิดตลาดแสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะตลาดใหม่ที่เติบโตได้ดี และตลาดเมืองรอง (City focus) ผ่านการจัดคณะผู้บริหารระดับสูง และผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้าการลงทุน โดยใช้กลไกการจัดทำบันทึกความตกลง (MOU) การจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การจัด Pop-up Store และ Special Store (Private brand) และสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการจัดตั้ง Sales/Marketing Office เป็นต้น

➤ กลยุทธ์ที่ 3.2 การผลักดันการค้าผ่านช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและช่องทางกระจายสินค้ารูปแบบใหม่

สนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการเพิ่มช่องทางการค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ อาทิ Thaitrade.com, Online Business Matching (OBM) และตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำของโลก รวมถึงจัดตั้งและต่อยอดหน้าร้าน TOPTHAI store บนแพลตฟอร์มพันธมิตรชั้นนำ รวมถึงการค้ารูปแบบ Live Commerce เป็นต้น

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2568
กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ปฏิทินการดำเนินงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ขั้นตอน/ระยะเวลา)

ระยะเวลา	การดำเนินงานสำหรับแผนงานปีงบประมาณ 2568
พ.ย. 67	• แจ้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้จัดส่งโครงการที่เสนอขอใช้เงินกองทุนฯ ปีงบประมาณ 2568
พ.ย. 67	• รวบรวมและสรุปโครงการที่เสนอขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกข้าว ให้กรมการค้าต่างประเทศ
พ.ย. - ธ.ค. 67	• รวบรวมและสรุปโครงการที่เสนอขอใช้เงินกองทุนฯ ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
	• จัดเตรียมข้อมูลเพื่อประกอบการเสนอของบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2568 ต่อสำนักงบประมาณ เพื่อนำมาสมทบเงินกองทุนฯ
ม.ค. – ก.พ. 68	• รวบรวมและพิจารณากลับกรองโครงการเบื้องต้น โดยโครงการต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ระเบียบ หลักเกณฑ์ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกองทุนฯ และนโยบายของรัฐบาล
	• จัดเตรียมข้อมูลเพื่อประกอบการชี้แจงงบประมาณต่อสภาผู้แทนราษฎร
มี.ค. 68	• จัดประชุมพิจารณาโครงการร่วมกับภาคเอกชน (เฉพาะโครงการของภาคเอกชน) เพื่อให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาโครงการ
	• แจ้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ได้รับจัดสรรเงินกองทุนฯ ปีงบประมาณ 2568 ที่มีความจำเป็นต้องกันเงินไว้เบิกจ่ายเหลือในปี จัดส่งรายละเอียดโครงการ/สัญญา/ใบสั่งจ้าง เพื่อสำนักงานกองทุนฯ รวบรวมและสรุปนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ
	• จัดเตรียมข้อมูลเพื่อประกอบการชี้แจงงบประมาณต่อสภาผู้แทนราษฎร
พ.ค. 68	• จัดประชุมคณะกรรมการกลั่นกรองโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ เพื่อพิจารณาแผนงาน ปีงบประมาณ 2568 เบื้องต้น ก่อนเสนอคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ พิจารณานุมัติ
	• จัดเตรียมข้อมูลเพื่อประกอบการชี้แจงงบประมาณต่อสภาผู้แทนราษฎร
มิ.ย. 68	• จัดประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติแผนงานปีงบประมาณปี 2568 ก่อนส่งกระทรวงการคลัง
ส.ค. 68	• ส่งแผนงานกองทุนฯ ปีงบประมาณ 2568 ให้กรมบัญชีกลางเพื่อทราบ (ตามมาตรา 17 แห่ง พ.ร.บ.การบริหารทุนหมุนเวียน พ.ศ. 2558)
	• เสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบแผนงานกองทุนฯ ปีงบประมาณ 2568
ก.ย. 68	• แจ้งผลโครงการที่ได้รับอนุมัติเงินกองทุนฯ ให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทราบ และจัดทำแผนการใช้เงินปีงบประมาณ 2568

สรุปการจัดสรรเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ปีงบประมาณ 2568 (1 ตุลาคม 2567 - 30 กันยายน 2568) (แยกตามแผนปฏิบัติการ)

แผนปฏิบัติการ	จำนวนโครงการ	วงเงิน (บาท)
รวมแผนงานการกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	239	1,292,900,692
➤ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งออก	239	1,292,900,692
1. แผนปฏิบัติการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ	64	1,011,516,923
กลยุทธ์ที่ 1.1 การผลักดันคลัสเตอร์เป้าหมายสำคัญ	40	597,161,423
กลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศของไทย	7	220,259,900
กลยุทธ์ที่ 1.3 การพัฒนาส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างภาพลักษณ์	11	178,100,000
กลยุทธ์ที่ 1.4 การพัฒนาองค์กรสู่อนาคต	6	15,995,600
2. แผนปฏิบัติการด้านการเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาด	160	88,558,899
กลยุทธ์ที่ 2.1 การประชุมเจรจาเชิงรุก	158	79,058,899
กลยุทธ์ที่ 2.2 การปกป้องผลประโยชน์และแก้ไขอุปสรรคทางการค้า	2	9,500,000
3. แผนปฏิบัติการด้านการเร่งรัดทำตลาดเชิงกลยุทธ์	14	187,824,870
กลยุทธ์ที่ 3.1 การรักษาและขยายตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ พื้นที่ตลาดเก่า	12	176,394,870
กลยุทธ์ที่ 3.2 การผลักดันการค้าผ่านช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล และช่องทางการกระจายสินค้ารูปแบบใหม่	2	11,430,000
4. งบงานตามนโยบายและมาตรการเร่งด่วน	1	5,000,000

สรุปการจัดสรรเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ปีงบประมาณ 2568 (1 ตุลาคม 2567 - 30 กันยายน 2568) (แยกตามหน่วยงาน)

ที่	หน่วยงาน	จำนวนโครงการ	วงเงิน (บาท)
รวมหน่วยงานภาคเอกชน+ภาครัฐ		239	1,292,900,692
หน่วยงานภาคเอกชน		160	30,802,869
1	สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	72	15,541,962
	1.1 โครงการตามแผนงาน (งบทั่วไป)	70	15,041,962
	1.3 โครงการข้าว (งบข้าว)	2	500,000
2	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	61	10,073,064
3	สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย	5	611,881
4	สมาคมธนาคารไทย	22	4,575,962
หน่วยงานภาครัฐ		78	1,257,097,823
5	กรมการค้าต่างประเทศ	13	123,479,253
	6.1 โครงการตามแผนงาน (งบทั่วไป)	6	43,988,400
	6.2 โครงการข้าว (งบข้าว)	7	79,490,853
6	กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ	1 (9 กิจกรรม)	600,000
7	กรมทรัพย์สินทางปัญญา	2	2,290,700
8	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	62	1,130,727,870
	8.1 โครงการตามแผน (งบทั่วไป)	45	1,101,267,870
	8.2 โครงการข้าว (งบข้าว)	17	29,460,000
9	กระทรวงพาณิชย์	1	5,000,000

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568

ลำดับ	หน่วยงาน	โครงการ	วงเงิน/บาท
หน่วยงานภาครัฐ		78	1,257,097,823
1	กรมการค้าต่างประเทศ	13	123,479,253
2	กรมทรัพย์สินทางปัญญา	2	2,290,700
3	กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ	1 (9 กิจกรรม)	600,000
4	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	62	1,130,727,870
4.1	สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.)	24	319,863,400
4.2	สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ (สลด.)	4	82,350,000
4.3	สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ (สพบ.)	5	129,672,000
4.4	สำนักสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ (สสบ.)	2	10,300,000
4.5	สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (สยค.)	3	213,467,600
	- โครงการบริหารการดำเนินงานและบริหารงานบุคคล ของสำนักงานกองทุนฯ	1	4,000,000
	- โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการงบประมาณ ในส่วนเงินกองทุนฯ	1	9,467,600
	- โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active)	1	200,000,000
4.6	สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (สพม.)	1	9,900,000
4.7	สำนักบริหารกลาง (สบก.)	1	250,000
4.8	สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (สปส.)	10	129,500,000
4.9	สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)	1	48,600,000
4.10	สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 (สพต.1)	5	81,894,870
4.11	สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 (สพต.2)	4	93,500,000
4.12	สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล (สตพ.)	2	11,430,000
5	กระทรวงพาณิชย์	1	5,000,000
หน่วยงานภาคเอกชน		160	30,802,869
6	สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	72	15,541,962
7	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	61	10,073,064
8	สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย	5	611,881
9	สมาคมธนาคารไทย	22	4,575,962

คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ มีมติอนุมัติ แผนปฏิบัติการ
ปีงบประมาณ 2568 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)
รายละเอียด ดังนี้

- ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567
(งบทั่วไปและงบข้าว) จำนวน 26 โครงการ วงเงิน 91,736,723 บาท
 - งบข้าว จำนวน 25 โครงการ วงเงิน 82,269,123 บาท
 - งบทั่วไป จำนวน 1 โครงการ วงเงิน 9,467,600 บาท
- ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567
(กรณีเร่งด่วนภาคเอกชน) จำนวน 10 โครงการ วงเงิน 3,364,925 บาท
- ครั้งที่ 5/2567 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2567
(งบทั่วไปและงบข้าว) จำนวน 190 โครงการ วงเงิน 597,919,754 บาท
 - งบข้าว จำนวน 1 โครงการ วงเงิน 27,181,730 บาท
 - งบทั่วไป จำนวน 189 โครงการ วงเงิน 570,738,024 บาท

รวมประชุม 3 ครั้ง จำนวน 226 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 693,021,402 บาท

โครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568 (งบทั่วไป/งบข้าว)
จำนวน 226 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 693,021,402 บาท

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
รวมแผนงานกองทุนฯ ปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 225 โครงการ)						693,021,402		
1. การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งออก (จำนวน 224 โครงการ)						688,021,402		
แผนปฏิบัติการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ (จำนวน 56 โครงการ)						549,437,723		
กลยุทธ์ที่ 1.1 การผลักดันคลัสเตอร์เป้าหมาย (จำนวน 35 โครงการ)						311,082,223		
1	2568-91-E2T5-0001	โครงการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ (งบข้าว)				3,438,000	- จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - รักษาตลาดข้าวที่สำคัญรวมถึงความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้า	คต. (งบข้าว)
		1) กิจกรรมจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง เช่น โมซัมบิก กินี แอฟริกา อิรัก อิหร่าน และอื่นๆ	สินค้าข้าว	ภูมิภาคแอฟริกา และตะวันออกกลาง	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,128,000	- จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - รักษาตลาดข้าวและความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้าในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	คต. (งบข้าว)
		2) กิจกรรมจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซียบังกลาเทศ ศรีลังกา และอื่นๆ	สินค้าข้าว	ภูมิภาคเอเชีย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	778,000	- จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - รักษาตลาดข้าวและความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้าในภูมิภาคเอเชีย	คต. (งบข้าว)
		3) กิจกรรมรับรองผู้แทนการค้าเดินทางมาเยือนประเทศไทย	สินค้าข้าว	ประเทศไทย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	532,000	- จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - รักษาตลาดข้าวและความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้าที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย	คต. (งบข้าว)
2	2568-91-E2T5-0002	โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในงานแสดงสินค้านานาชาติ (งบข้าว)				18,074,115	- จำนวนผู้เข้าชมชมคูหารวมทั้งโครงการ ไม่น้อยกว่า 15,000 ราย - มูลค่าคำสั่งซื้อคาดการณ์ภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 200 ล้านบาท (เฉพาะกิจกรรมที่ 1 และ 2) - ผู้เยี่ยมชมคูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)
		1) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในประเทศ - เข้าร่วมงาน THAIFEX - ANUGA ASIA	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ประเทศไทย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,200,000	- จำนวนผู้เข้าชมชมคูหาไม่น้อยกว่า 2,500 ราย - มูลค่าคำสั่งซื้อคาดการณ์ภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 150 ล้านบาท - ผู้เข้าชมชมคูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		2) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS - ขอยยกรอกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการ และผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ 1 ต.ค. 67 - 31 ธ.ค. 68	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ภูมิภาคยุโรปและ กลุ่มประเทศ CIS	1 ต.ค. 67 - 31 ธ.ค. 68	3,255,000	- จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย - มูลค่าคำสั่งซื้อการค้าภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท - ผู้เข้าเยี่ยมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)
		3) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคอเมริกา	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ภูมิภาคอเมริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,677,000	- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย - ผู้เข้าเยี่ยมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)
		4) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคเอเชีย	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ภูมิภาคเอเชีย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,699,369	- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย - ผู้เข้าเยี่ยมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)
		5) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคเอเชีย	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ภูมิภาคเอเชีย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,213,624	- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 2 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 2,500 ราย - ผู้เข้าเยี่ยมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)
		6) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคแอฟริกาและภูมิภาคตะวันออกกลาง	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ภูมิภาคแอฟริกาและ ภูมิภาคตะวันออก กลาง	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,449,117	- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 2,500 ราย - ผู้เข้าเยี่ยมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)
		7) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคอาเซียน	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ภูมิภาคอาเซียน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,580,005	- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย - ผู้เข้าเยี่ยมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	คต. (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
3	2568-91-E2T5-0003	โครงการกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ในศักยภาพข้าวไทย เพื่อขยายตลาดข้าวไทยในต่างประเทศ (งบข้าว)				25,304,808	- พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์ กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 50 ราย - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับ การนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการ ส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
		1) กิจกรรมรับรองคณะผู้แทนการค้าและผู้นำเข้าต่างประเทศเดินทางเยือนประเทศไทย (Incoming)	สินค้าข้าว	ประเทศไทย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,372,064	- พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์ กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 25 ราย - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับ การนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการ ส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
		2) กิจกรรมจัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคเอเชีย	สินค้าข้าว	ภูมิภาคเอเชีย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	6,445,866	- พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์ กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 10 ราย - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง กับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพ การส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
		3) กิจกรรมจัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคอาเซียน	สินค้าข้าว	ภูมิภาคอาเซียน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,510,000	- พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์ กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 15 ราย - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับ การนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการ ส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
		4) กิจกรรมจัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคโอเชียเนีย	สินค้าข้าว	ภูมิภาคโอเชียเนีย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,047,533	- จัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์ จำนวน 1 ครั้ง - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง กับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพ การส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
		5) กิจกรรมจัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคอเมริกา	สินค้าข้าว	ภูมิภาคอเมริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,315,000	- จัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์ จำนวน 1 ครั้ง - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับ การนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการ ส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		6) กิจกรรมจัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS	สินค้าข้าว	ภูมิภาคยุโรปและ กลุ่มประเทศ CIS	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,927,000	- จัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์ จำนวน 1 ครั้ง - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับ การนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการ ส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
		7) กิจกรรมจัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคแอฟริกา	สินค้าข้าว	ภูมิภาคแอฟริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,017,745	- จัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์ จำนวน 1 ครั้ง - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับ การนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการ ส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
		8) กิจกรรมจัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคตะวันออกกลาง	สินค้าข้าว	ภูมิภาค ตะวันออกกลาง	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,669,600	- จัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์ จำนวน 1 ครั้ง - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทน จำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับ การนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการ ส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	คต. (งบข้าว)
4	2568-91-E2T5-0005	โครงการ Think Rice Think Thailand ส่งเสริมการขยายตลาดข้าวไทยในฟิลิปปินส์ (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ฟิลิปปินส์	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,950,000	- มูลค่าสั่งซื้อขึ้นที่ 5 ล้านบาท - มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 50 ล้านบาท - สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับข้าวไทย และส่งเสริมให้ข้าวไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มากขึ้น - กระตุ้นการบริโภคข้าวและสร้างความ เชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานข้าวไทย	สกอ./สกค. มะนิลา (งบข้าว)
5	2568-91-E2T5-0007	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ข้าวไทยในตลาดฮ่องกง (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ฮ่องกง	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- มียอดการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 500,000 ครั้ง - มีผู้เยี่ยมชมกิจกรรม จำนวน 20,000 ราย - ผู้บริโภคชาวฮ่องกงมีความรับรู้ต่อ เครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย ของ คต. ที่เป็นภาษาจีนกว้างขวางยิ่งขึ้น - ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร Thai SELECT และร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ในฮ่องกงใช้ข้าวไทยเพิ่มมากขึ้น - ข้าวไทยสามารถขยายตลาดในธุรกิจ ร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น - ผู้บริโภคชาวฮ่องกงมีความเชื่อมั่น ในข้าวไทยเพิ่มมากขึ้น	สกอ./ สคค. ฮ่องกง (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
6	2568-91-E2T5-0008	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวไทยผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์ในตลาดจีน (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	จีน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,700,000	- การส่งออกสินค้าข้าวมายังจีนปี 2568 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 - มียอดผู้เข้าชมบน post ของ KOL ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านวิว - ส่งเสริมและผลักดันให้ผู้บริโภคมีความต้องการรับประทานข้าวไทยเพิ่มมากขึ้น - ส่งเสริมการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ - ภาพลักษณ์ของข้าวไทยดีขึ้นและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น	สกอ./ สคต. กวางโจว (งบข้าว)
7	2568-91-E2T5-0009	โครงการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยผ่านสื่อออนไลน์ และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวร่วมกับร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT ในมณฑลยูนนาน (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	จีน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,080,000	- มีมูลค่าสั่งซื้อสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ภายใน 1 ปี - ผู้นำเข้าข้าวและผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวไทยและเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มมากขึ้น - ข้าวไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดเพิ่มมากขึ้น	สกอ./ สคต. นครคุนหมิง (งบข้าว)
8	2568-91-E2T5-0010	โครงการจัดหามาประชาสัมพันธ์ข้าวไทย ในงานแสดงสินค้า ChinaFood and Drink Fair นครเฉิงตู (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	จีน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,638,000	- สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดแสดง 20 รายการ - มูลค่าการเจรจาการค้าใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท - ข้าวไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในตลาดจีน	สกอ./ สคต. เฉิงตู (งบข้าว)
9	2568-91-E2T5-0011	โครงการส่งเสริมการขายข้าวไทยร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้าง/ผู้นำเข้า ในนครเฉิงตู (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	จีน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	680,000	- สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมจัดแสดงไม่น้อยกว่า 10 รายการ - มูลค่าการจำหน่ายข้าวไทยในช่วงการจัดกิจกรรมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 - ข้าวไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในตลาดจีน	สกอ./ สคต. เฉิงตู (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
10	2568-91-E2T5-0012	โครงการส่งเสริมการขายตลาดข้าวไทยในมณฑลทางภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	จีน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,400,000	- มูลค่าการจำหน่ายสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าวในช่วงที่จัดกิจกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 - มียอดผู้เข้าชม ยอดไลค์ ยอดแสดงความ คิดเห็นในสื่อประชาสัมพันธ์ของ KOL ที่เข้า ร่วมกิจกรรมรวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,000,000 ราย - ผู้บริโภคชาวจีนทางภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการรับรู้ถึง เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของข้าวไทย สามารถ เลือกซื้อข้าวไทยของแท้ รวมทั้งมีความ ต้องการในการบริโภคข้าวไทยมากขึ้น มีการ นำเข้าข้าวไทยทั้งข้าวหอมมะลิ รวมทั้งข้าวที่ มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัวมาจำหน่ายผ่าน ช่องทางออนไลน์และออนไลน์ในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนมากขึ้น	สกอ./ สคต. จิ่งด้าว (งบข้าว)
11	2568-91-E2T5-0013	โครงการส่งเสริมข้าวหอมมะลิไทยในประเทศนอร์เวย์ (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	นอร์เวย์	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,200,000	- ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนอย่างน้อย 15 ราย - ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทย และคุณภาพของข้าวหอมมะลิไทย	สกอ./ สคต.โคเปนเฮเกน (งบข้าว)
12	2568-91-E2T5-0014	โครงการขยายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในเยอรมนี (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	เยอรมัน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,482,000	- สร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายจำนวน ไม่น้อยกว่า 100,000 คน - มูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวหรือผลิตภัณฑ์ จากข้าวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0 เทียบกับปี ก่อนหน้า - สร้างมูลค่าเพิ่มและการรับรู้ในสินค้าข้าว และผลิตภัณฑ์จากข้าวของไทย - สร้างการรับรู้ในตราสัญลักษณ์ข้าว หอมมะลิไทย	สกอ./ สคต. เบอร์ลิน (งบข้าว)
13	2568-91-E2T5-0015	โครงการเจาะตลาดสินค้าข้าวไทยในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ในสเปน ร่วมกับห้างสรรพสินค้า El Corte Ingles (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	สเปน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 5 ราย - มูลค่าสั่งซื้อผ่านกิจกรรมทันที 60 ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 250 ล้านบาท - ส่งเสริมเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย ข้าวสีไทย ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยเป็นที่รู้จักและ ยอมรับมากขึ้นในแคนาดา	สกอ./ สคต. กรุงมาดริด (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
14	2568-91-E2T5-0016	โครงการส่งเสริมขยายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในแคนาดา ปี 2568 (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	แคนาดา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,784,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 5 ราย - มูลค่าสั่งซื้อผ่านกิจกรรมทันที 60 ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 250 ล้านบาท - ส่งเสริมเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย ข้าวสีไทย ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้นในแคนาดา	สกอ./ สด. ไทรอนโด (งบข้าว)
15	2568-91-E2T5-0017	โครงการเพิ่มจุดแข็งตลาดข้าวไทยในเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐฯ (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	สหรัฐอเมริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,350,000	- ผู้นำเข้าที่มีศักยภาพในเขตพื้นที่อาณาเขารวมอย่างน้อย 1 ราย - จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าข้าวหอมมะลิตั้งน้อย 30 ครั้ง - ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์/เชฟ เข้าร่วมอย่างน้อย 10 ราย - ประชาสัมพันธ์ข้าวหอมมะลิไทยและตราสัญลักษณ์รวงข้าวผ่านสื่อศักยภาพอย่างน้อย 2 ครั้ง - สร้างยอดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Reaches) อย่างน้อย 250,000 ครั้ง - ผู้บริโภคชาวอเมริกันรุ่นใหม่รับรู้จักข้าวหอมมะลิไทยและตราสัญลักษณ์รวงข้าว - ผู้บริโภคชาวอเมริกันเลือกบริโภคข้าวหอมมะลิไทยมากขึ้น	สกอ./ สด. ซิคาโก (งบข้าว)
16	2568-91-E2T5-0018	โครงการส่งเสริมการขยายตลาดข้าวหอมมะลิไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	สหรัฐอเมริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายข้าวหอมมะลิไทยอย่างน้อย 200 ครั้ง - มูลค่าการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 - ผู้บริโภคในตลาดสหรัฐฯ ทราบถึงคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะของข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มมากขึ้น - ขยายฐานลูกค้าข้าวหอมมะลิไทยในตลาด Mainstream ในรัฐฝั่งตะวันตกของสหรัฐฯ	สกอ./ สด. ลอสแอนเจลิส (งบข้าว)
17	2568-91-E2T5-0019	โครงการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยเพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคฮิสแปนิกในแถบตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	สหรัฐอเมริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	396,000	- มีการเข้าถึงผู้บริโภค 5,000 ราย - สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคฮิสแปนิกในแถบตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน	สกอ./ สด. เมืองไมอามี (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
18	2568-91-E2T5-0020	โครงการส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ปี 2568 (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	สหรัฐอเมริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,500,000	- สื่อถูกแสดงต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างน้อย 10 ล้านครั้ง - เป้าหมายมีผู้นำเข้า/Influencers/ สื่อมวลชน เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 20 ราย - เสริมสร้างภาพลักษณ์ข้าวไทยและ ผลิตภัณฑ์จากข้าวของไทยให้แก่ผู้บริโภค ในสหรัฐอเมริกา	สกอ./ สคต. นิวออร์ก (งบข้าว)
19	2568-91-E2T5-0021	โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าข้าวผ่านช่องทางออนไลน์ร่วมกับ Influencer ทำอาหารชื่อดังชาวอาร์เจนตินา (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	อาร์เจนตินา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	500,000	- มูลค่าสั่งซื้อข้าวและผลิตภัณฑ์ ไม่น้อยกว่า 3 ล้านบาท ภายใน 1 ปี - ผู้นำเข้าและผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับข้าวไทยและตราสัญลักษณ์ข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มมากขึ้น - ข้าวไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี มีศักยภาพ ในการแข่งขันในตลาดเพิ่มมากขึ้น	สกอ./ สคต. บัวโนสไอเรส (งบข้าว)
20	2568-91-E2T5-0022	โครงการส่งเสริมสินค้าข้าวไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,800,000	- มูลค่าสั่งซื้อผ่านกิจกรรม ทันที 2 ล้านบาท หรือภายใน 1 ปี 10 ล้านบาท - การนำเข้าข้าวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 - สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับ คุณภาพและประโยชน์ของข้าวไทย	สกอ./ สคต. เมืองดูไบ (งบข้าว)
21	2568-91-E2T5-0023	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร				49,763,500		สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า BIOFACH 2025	เกษตรและอาหาร	เยอรมนี/เนเธอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	10,119,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 18 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 18 ลบ.	สกอ./ สคต.แฟรงก์เฟิร์ต
		2) งานแสดงสินค้า Foodex Japan 2025	อาหารและเครื่องดื่ม	ญี่ปุ่น/โตเกียว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	24,568,300	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ลบ.	สกอ./สคต. โตเกียว
		3) งานแสดงสินค้า Fine Food Australia 2025	อาหารและเครื่องดื่ม	ออสเตรเลีย/ซิดนีย์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	15,076,200	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 24 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	สกอ./สคต. ซิดนีย์
22	2568-91-E2T5-0024	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรอาหาร				16,624,500		สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า Seoul Food & Hotel 2025	อาหาร ผลไม้ เครื่องปรุงไทย	เกาหลีใต้ / โซล	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	16,624,500	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 36 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 135 ลบ.	สกอ. / สคต.โซล

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
23	2568-91-E2T5-0025	โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)				10,784,700		สก./สกอ./ สกต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศเคนยา	สินค้าอาหาร	ไนโรบี ประเทศเคนยา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,208,700	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 27 ลบ.	สกอ./สกต.ไนโรบี
		2) กิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าต่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้	อาหารสำเร็จรูป	อินเดีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	900,000	- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในร้านค้า และห้างสรรพสินค้า 2 สาขา - มูลค่าเจรจาการค้า 9 ลบ.	สกอ./สกต.มুমไบ
		3) กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ ในสาธารณรัฐอินเดีย	อาหารไทย	อินเดีย / ภายในเขต อาณาของ สกต.กรุงนิวเดลี	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	900,000	- จัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ในร้านค้า และห้างสรรพสินค้า 9 สาขา - มูลค่าเจรจาการค้า 6 ลบ.	สกอ./สกต.นิวเดลี
		4) กิจกรรม In-Store Promotion ส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า และร้าน Grocery ไทย	สินค้าอาหาร วัตถุดิบ ผักผลไม้ รวมถึง เครื่องดื่ม	อาหรับเอมิเรตส์ / กรุงมานามา ประเทศบาห์เรน / กรุงมัสกัต ประเทศ โอมาน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,420,000	- ส่งเสริมสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทย 90 รายการสินค้า - มูลค่าเจรจาการค้า 90 ลบ.	สกอ./สกต.ดูไบ
		5) กิจกรรมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศตุรกี	อาหาร	ตุรกี / เมืองอิสตันบูล และเมือง อันตาเลีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,080,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 27 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 18 ลบ.	สกอ./สกต.อังการา
		6) กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง Retails & Influencer	อาหารกระป๋อง/ ซอสปรุงรส และเครื่องปรุง/ข้าว / เส้นก๋วยเตี๋ยว/กะทิ /อาหารอื่นๆ วัตถุดิบ อาหารไทย	ซีลี	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,556,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 9 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 9 ลบ.	สกอ./สกต.ซันติอาโก
		7) กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต/ผู้นำเข้าในเมืองรองของบราซิล	อาหาร	บราซิล	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	720,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 18 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 4 ลบ.	สกอ./ สกต. ณ นครเซาเปาโล
24	2568-91-E2T5-0026	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม				20,739,500		สกอ./สกต.ทั่วโลก
		1) กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาคอาเซียน (เวียดนาม/อินโดนีเซีย)	สินค้าอุตสาหกรรม	ภูมิภาคอาเซียน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,039,500	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 200 ลบ.	สกอ.
		2) งานแสดงสินค้า TAPA 2025	ชิ้นส่วน อะไหล่ยานยนต์	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	16,700,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 125 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 2,200 ลบ.	สกอ.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
25	2568-91-E2T5-0027	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์				10,000,000		สค./สลด./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมพัฒนาและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี	สินค้าไลฟ์สไตล์ ของ ตกแต่งโรงแรมและที่ พักอาศัย เช่น เฟอร์นิเจอร์ ของ ตกแต่งบ้าน	ไทย/อิตาลี	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	10,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 25 ลบ.	สลด./สคต.มีลาน
26	2568-91-E2T5-0028	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น				8,000,000		สค./สลด./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทยในต่างประเทศ (คณะผู้แทนการค้าร่วมงานแสดงสินค้า Fashion World Tokyo)	แฟชั่น เครื่องนุ่งห่ม ผ้า ผืน	ญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	8,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 80 ลบ.	สลด./ สคต.โตเกียว
27	2568-91-E2T5-0029	โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)				2,000,000		สค./สลด./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 71 และ 72	อัญมณีและ เครื่องประดับ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,000,000	- สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้เผยแพร่จำนวน ไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง/ชิ้น - การรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์และออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 200,000 impression/reaches	สลด./สคต. ทั่วโลก
		2) กิจกรรมผลักดันผู้ประกอบการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดโลก ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	ผู้ประกอบการ อัญมณีและ เครื่องประดับ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,000,000	- จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ไม่ต่ำกว่า 100,000 pageviews - ร้อยละความพึงพอใจในการใช้งานของ ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85	สลด.
28	2568-91-E2T5-0030	โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ				3,900,000		สค./สลด./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมจ้างที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญ รวบรวมข้อมูลสินค้าตลาดเฉพาะกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพ	สินค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม ใหม่ๆ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,000,000	- รายงานการตลาดเชิงลึกกลุ่มสินค้าตลาด เฉพาะใหม่ที่มีศักยภาพในตลาดโลก เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางให้ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นในการ ขยายตลาดเจาะกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ	สลด.
		2) กิจกรรมประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์สินค้าตลาดเฉพาะในเวียดนาม	แม่และเด็ก สัตว์เลี้ยง BCG	เวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนผู้รับรู้สื่อไม่น้อยกว่า 150,000 ครั้ง	สลด.
		3) กิจกรรมการรับรู้สินค้าส่งเสริมการขายตลาดต่างประเทศสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ และ OTOP ในงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok	แกมปัง / สัตว์เลี้ยง / OTOP	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	900,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 5 ลบ.	สลด.
29	2568-91-E2T5-0031	โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ				3,122,000		สค./สพพ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการ Tech Startup ในเอเชียตะวันออกเฉียง	ธุรกิจTech Startup	เกาหลีใต้/กรุงโซล	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,122,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
30	2568-91-E2T5-0032	โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศึกษาภาพ				60,117,000		สค./สพบ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2025 (FILMART 2025)	ภาพยนตร์/ รายการ โทรทัศน์/ ซีรีส์ / แอนิเมชัน และบริการ เกี่ยวเนื่อง	จีน/ฮ่องกง	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,076,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 1,200 ลบ.	สพบ./ สคต.ฮ่องกง
		3) กิจกรรมส่งเสริมมวยไทยในประเทศเดนมาร์ก (Muay Thai Openhouse)	มวยไทย สินค้าและอุปกรณ์ เกี่ยวเนื่อง	เดนมาร์ก/ โคเปนเฮเกน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,669,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 800 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ลบ.	สพบ. / สคต.โคเปนเฮเกน
		4) กิจกรรมส่งเสริมมวยไทย Festival ในยุโรป (ประเทศสเปน)	มวยไทย สินค้าและอุปกรณ์ เกี่ยวเนื่อง	สเปน / มาดริด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,690,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 150 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 5 ลบ.	สพบ./สคต.มาดริด
		5) กิจกรรมส่งเสริมมวยไทย Festival ในยุโรป (เยอรมนี)	มวยไทย สินค้าและอุปกรณ์ เกี่ยวเนื่อง	ประเทศเยอรมัน/ แฟรงก์เฟิร์ต	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,682,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 300 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 1 ลบ.	สพบ./ สคต. แฟรงก์เฟิร์ต
		6) กิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทยผ่าน Soft Power ละครซีรีส์ไทย		ญี่ปุ่น/ฮ่องกง/ ฟิลิปปินส์/ สหรัฐอเมริกา/ เกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	45,000,000	- สร้างการรับรู้สินค้าไทยผ่านละคร ซีรีส์ไทย 5,000,000 ครั้ง - มูลค่าเจรจาการค้า 100 ล้านบาท	สค./สพบ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
31	2568-91-E2T5-0032	โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศึกษาภาพ				29,795,000		สค./สพบ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2025	ภาพยนตร์/ รายการ โทรทัศน์/ ซีรีส์ / แอนิเมชัน และบริการ เกี่ยวเนื่อง	จีน/ฮ่องกง	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	29,795,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย	สพบ./ สคต.ฮ่องกง
32	2568-91-E2T5-0033	โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์				3,000,000		สพบ.
		1) กิจกรรมเสวนานานาชาติ (Symposium) ด้านโลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ	โลจิสติกส์	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 80 ราย	สพบ.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
33	2568-91-E2T5-0034	โครงการสร้างภาพลักษณ์และการตระหนักรู้สินค้านวัตกรรมข้าวและพืชเศรษฐกิจหลักไทย สู่ตลาดโลก				7,988,400	- จำนวนบริษัทผู้นำเข้าที่เข้าเยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 400 บริษัท - จำนวนผู้บริโภคในต่างประเทศได้ตระหนักรู้ สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่า 1,000,000 ราย - ร้อยละของการรับรู้ในสินค้าเกษตร นวัตกรรมไทยที่เพิ่มขึ้นหลังจากการ เยี่ยมชมดูหาสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คต.
		1) World Food Istanbul 2025 / Inter Health Expo 2025	อาหารและเครื่องดื่ม	เมืองอิสตันบูล / ประเทศตุรเคีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,209,000	- จำนวนบริษัทผู้นำเข้าที่เยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 100 บริษัท - ร้อยละของการรับรู้ในสินค้าเกษตรนวัตกรรม ไทยที่เพิ่มขึ้นหลังจากการเยี่ยมชมดูหาสินค้า เกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คต.
		2) Hotelex Shanghai 2025 / Beauty World Middle East 2025	สินค้าอาหาร เครื่องดื่ม และอุปกรณ์ใน อุตสาหกรรมอาหาร	นครเซี่ยงไฮ้ / จีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,236,200	- จำนวนบริษัทผู้นำเข้าที่เยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 100 บริษัท - ร้อยละของการรับรู้ในสินค้าเกษตรนวัตกรรม ไทยที่เพิ่มขึ้นหลังจากการเยี่ยมชมดูหาสินค้า เกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คต.
		3) Foodex Saudi 2025	สินค้าด้านความงาม	นครดูไบ / สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,289,300	- จำนวนบริษัทผู้นำเข้าที่เยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 100 บริษัท - ร้อยละของการรับรู้ในสินค้าเกษตรนวัตกรรม ไทยที่เพิ่มขึ้นหลังจากการเยี่ยมชมดูหาสินค้า เกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คต.
		4) FHA - Food & Beverage 2025	สินค้าเพื่อสุขภาพ	นครกวางโจว / จีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,242,100	- จำนวนบริษัทผู้นำเข้าที่เยี่ยมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 100 บริษัท - ร้อยละของการรับรู้ในสินค้าเกษตรนวัตกรรม ไทยที่เพิ่มขึ้นหลังจากการเยี่ยมชมดูหาสินค้า เกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คต.
		5) การส่งเสริมภาพลักษณ์และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยสู่ตลาดต่างประเทศ	สินค้าเกษตร	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,011,800	- จำนวนผู้บริโภคในต่างประเทศได้ตระหนักรู้ สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่า 1,000,000 ราย	คต.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
34	2568-91-E2T5-0035	โครงการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรนวัตกรรมสู่ตลาดสากล (Agri Plus Award 2025)	สินค้าเกษตร นวัตกรรม ทั้งสินค้าประเภท อาหารและไม่ใช่อาหาร	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	7,000,000	- จำนวนผลงานที่ส่งเข้าประกวด ไม่น้อยกว่า 40 ผลงาน - ผู้เข้าร่วมประกวดมีความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 - สินค้าเกษตรนวัตกรรมที่ได้รับรางวัล สามารถนำไปต่อยอดกับกิจกรรมด้านอื่นๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50	คต.
35	2568-91-E2T5-0036	โครงการส่งเสริมการขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,970,700	- ยื่นจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ในต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า 10 คำขอ - ผลงานทรัพย์สินทางปัญญาของไทย มีมูลค่าการตลาดเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 4 ล้านบาท	ทป.
กลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศของไทย (จำนวน 7 โครงการ)						120,259,900		
36	2568-91-E2T6-0001	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)				9,900,000		สค./สพม.
		1) กิจกรรมติดตามและประเมินผลเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,900,000	- ติดตามเชิงลึกจากผู้เข้าร่วมอบรมของ สถาบันฯ 3,000 ราย	สพม.
		2) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์การพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	5,000,000	- มีผู้ติดตามรายใหม่ จำนวน 4,000 ราย	สพม.
37	2568-91-E2T6-0002	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล				9,500,000		สค./สสب.
		1) กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชม งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2568 (ครั้งที่ 1)	อัญมณีและ เครื่องประดับ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,500,000	- จำนวนผู้ใช้ระบบลงทะเบียนเข้าชมงาน 20,000 ราย - ความพึงพอใจร้อยละ 90	สสب.
		2) กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชม งานแสดงสินค้า THAIFEX HOREC ASIA 2025	กลุ่มเบเกอรี่และ ไอศกรีม กลุ่มกาแฟ และบาร์ กลุ่มการทำความ สะอาดและซักรีด กลุ่ม การรับประทานอาหาร กลุ่มเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มห้องครัว กลุ่มการให้บริการ กลุ่มสุขภาพ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนผู้ใช้ระบบลงทะเบียนเข้าชมงาน 5,000 ราย - ความพึงพอใจร้อยละ 90	สสب.
		3) กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชม งานแสดงสินค้าอาหาร ปี 2568 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2025)	อาหารและเครื่องดื่ม	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,000,000	- จำนวนผู้ใช้ระบบลงทะเบียนเข้าชมงาน 70,000 ราย - ความพึงพอใจร้อยละ 90	สสب.
38	2568-91-E2T6-0003	โครงการประชาสัมพันธ์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	ทุกประเภทสินค้าและ บริการ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	800,000	- สร้างการรับรู้ให้ประชาชน และภาคธุรกิจ 1,000 ราย	สค./สสบ.
39	2568-91-E2T6-0004	โครงการจัดสัมมนา ATA Carnet Passport of the Goods	ทุกสินค้า	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	22,400	- จัดสัมมนา 1 ครั้ง 150 คน	สภาหอฯ

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
40	2568-91-E2T6-0005	โครงการจัดสัมมนา INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ 4 Fundamental Components in International Trade	ทุกสินค้า	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	24,000	- จัดสัมมนา 1 ครั้ง 200 คน	สภาหอ
41	2568-91-E2T6-0006	โครงการจัดสัมมนา INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้ออนุญาโตตุลาการกับการค้าระหว่างประเทศ	ทุกสินค้า	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	13,500	- จัดสัมมนา 1 ครั้ง 50 คน	สภาหอ
42	2568-91-E2T6-0007	โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการ และผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2569 - อนุมัติครั้งที่ 1 วงเงิน 100 ล้านบาท ในการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 5/2567 เมื่อวันที่ 31 ต.ค. 67 - อนุมัติครั้งที่ 2 วงเงิน 200 ล้านบาท - ระยะเวลาดำเนินงาน 3 ปี งบประมาณ (ปีงบประมาณ 2568 - 2570)	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 70	100,000,000	- ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ 2,200 ราย - มูลค่าการค้าการส่งออก 20,000 ล้านบาท	สค./สยค.
กลยุทธ์ที่ 1.3 การพัฒนาส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างภาพลักษณ์ และส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ (จำนวน 8 โครงการ)						102,100,000		
43	2568-91-E2T7-0001	โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ ผ่านสื่อมวลชนต่างประเทศ				10,000,000	- จำนวนครั้งในการรับรู้ไม่น้อยกว่า 10,000,000 ครั้ง	สปส.
		1) งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ครั้งที่ 71	ทุกสินค้า	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนครั้งในการรับรู้ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง	สปส.
		2) งานแสดงสินค้า STYLE BANGKOK 2025	ทุกสินค้า	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนครั้งในการรับรู้ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง	สปส.
		3) งานแสดงสินค้าอาหาร 2568	ทุกสินค้า	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนครั้งในการรับรู้ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง	สปส.
		4) งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ครั้งที่ 72	ทุกสินค้า	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนครั้งในการรับรู้ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง	สปส.
		5) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ ผ่านสื่อมวลชนต่างประเทศผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์รวมของสินค้าและบริการ ของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ในต่างจังหวัด	ทุกสินค้า	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนครั้งในการรับรู้ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง	สปส.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
44	2568-91-E2T7-0002	โครงการเผยแพร่ข้อมูลการส่งออกสินค้าและบริการของไทยทั้งในและต่างประเทศ ผ่านสื่อมวลชนสัมพันธ์				8,928,405	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าว ที่เข้าร่วมกิจกรรม	สปส.
		1) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (สาธารณรัฐประชาชนจีน)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,006,055	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		2) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคตะวันออกกลาง)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	664,000	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		3) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,006,250	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		4) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ประเทศอินเดีย)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	537,000	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		5) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ประเทศญี่ปุ่น)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	749,600	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		6) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ประเทศฝรั่งเศส)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,155,400	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		7) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ประเทศเกาหลีใต้)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	571,000	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		8) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ประเทศซาอุดีอาระเบีย)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	531,500	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		9) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคแอฟริกาใต้)	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,246,000	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.
		10) กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางในประเทศ	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	461,600	- การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วม กิจกรรม	สปส.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
45	2568-91-E2T7-0003	โครงการสร้างเครือข่ายจัดแสดงข้าวและกิจกรรมประชาสัมพันธ์				10,071,595	- จำนวนชาวที่ได้รับการเผยแพร่ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของสื่อมวลชน เข้าร่วมงาน - จำนวนการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 10,000,000 ราย	สปส.
		1) กิจกรรมสร้างเครือข่าย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,902,600	- จำนวนการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 3,000,000 ครั้ง	สปส.
		2) กิจกรรมแสดงข้าว เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,759,995	- จำนวนชาวที่ได้รับการเผยแพร่ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90 ของสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน - จำนวนการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 3,000,000 ครั้ง	สปส.
		3) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,409,000	- จำนวนการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 4,000,000 ครั้ง	สปส.
46	2568-91-E2T7-0004	โครงการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์กรมฯ ด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมฯ (Corporate Image)				3,500,000	- จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 1,000,000 ครั้ง - ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80	สปส.
		1) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลกิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมฯ ในรูปแบบเสียง (Podcast)	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	500,000	- จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 500,000 ครั้ง - ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80	สปส.
		2) กิจกรรมผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรม และบริการต่างๆ ของกรมฯ ผ่านช่องทางออนไลน์	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	500,000	- จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 500,000 ครั้ง - ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80	สปส.
		3) กิจกรรมผลิตสื่อแผนพับเพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์กรมฯ และสินค้า/ บริการของไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพการเข้าถึงและขยายตลาดกลุ่มเป้าหมาย	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	500,000	- ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80	สปส.
		4) กิจกรรมจัดเก็บและประเมินผลการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการค้าระหว่างประเทศเพื่อจัดทำแผนแนว ทางการพัฒนาภาพลักษณ์และช่องทางการประชาสัมพันธ์ในเทคโนโลยีสื่อใหม่ของกรมฯ (Social Listening)	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,000,000	- ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80	สปส.
		5) กิจกรรมจัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ประกอบการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์กรมฯ	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	500,000	- ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80	สปส.
		6) กิจกรรมผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่องานสื่อสารองค์การด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์และการเข้าถึง บริการต่างๆ ของกรมฯ	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	500,000	- ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80	สปส.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
47	2568-91-E2T7-0005	โครงการเสริมสร้างศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND				6,000,000	- จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 6,000,000 ครั้ง - มียอดผู้เข้าชม ยอดไลค์ในสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน KOL รวมกันไม่น้อยกว่า 250,000 ครั้ง	สปส.
		1) กิจกรรมผลิตพร้อมเผยแพร่ข้อมูลด้านสินค้าและบริการไทยของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,000,000	- จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 3,000,000 ครั้ง	สปส.
		2) กิจกรรมประชาสัมพันธ์แคมเปญ THINK THAILAND ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด (Content Marketing) เพื่อเสริมสร้างและตอกย้ำกระแสให้เกิดความนิยมสินค้าและบริการไทย	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,000,000	- จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 3,000,000 ครั้ง - มียอดผู้เข้าชมในสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน KOL รวมกันไม่น้อยกว่า 250,000 ครั้ง	สปส.
48	2568-91-E2T7-0006	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยในตลาดต่างประเทศ (Country Image)	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,500,000	- จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 3,000,000 ครั้ง - จำนวนความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อ ร้อยละ 75	สปส.
49	2568-91-E2T7-0007	โครงการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ สร้างภาพลักษณ์ ขยายการรับรู้ซอฟต์แวร์ไทยเพื่อเสริมศักยภาพด้านการแข่งขันในเวทีการค้าโลกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และผู้นำทางความคิดนานาชาติ (International KOL/Influencer)				11,500,000	จำนวนครั้งของการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 16,500,000 ครั้ง	สปส.
		1) กิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการผ่านสื่อดิจิทัล	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,800,000	จำนวนครั้งของการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 9,800,000 ครั้ง	สปส.
		2) กิจกรรมผลิตสารคดีซอฟต์แวร์ไทยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้นำเข้าสินค้าไทยสำหรับเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศผ่านช่องทาง Social Media	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,000,000	จำนวนครั้งของการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 3,000,000 ครั้ง	สปส.
		3) กิจกรรมการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยต่อยอดแคมเปญ Next Level Thai ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อ Social Media	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,500,000	จำนวนครั้งของการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 2,500,000 ครั้ง	สปส.
		4) กิจกรรมสร้างภาพลักษณ์เพื่อผลักดันและต่อยอดสินค้าและบริการของไทยผ่านสื่อดิจิทัล	ภาพรวมการค้า และบริการของไทย	ทุกตลาด	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,200,000	จำนวนครั้งของการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 1,200,000 ครั้ง	สปส.
50	2568-91-E2T7-0008	โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ				48,600,000		สสม.
		1) กิจกรรมสร้างแบรนด์ประเทศไทยด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพผ่านตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark)	อาหารเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม อุตสาหกรรมหนัก โลหะ สโตร์ และธุรกิจบริการ	ไทย/ ตะวันออกกลาง (ซาอุดี) / สเปน ฮ่องกง / อินเดีย / จีน / อาเซียน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	23,600,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 350 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท	สนม./สคต.ในภูมิภาคอาเซียน จีน ตะวันออกกลาง เอเชียใต้
		2) กิจกรรมส่งเสริมการค้าภายใต้รางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น ปี 2568 (Prime Minister's Export Award 2025)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	25,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 202 ราย	สสม.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
กลยุทธ์ที่ 1.4 การพัฒนาองค์กรสู่อนาคต (จำนวน 6 โครงการ)						15,995,600		
51	2568-91-E2T8-0001	โครงการบริหารการดำเนินงานของคณะกรรมการและคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในส่วนของการนิเทศการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568			1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	218,000	- จำนวนครั้งที่จัดประชุมคณะ อนุกรรมการฯ และคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง	คต. (งบข้าว)
52	2568-91-E2T8-0002	โครงการบริหารการดำเนินงานและการบริหารงานบุคคลของสำนักงานกองทุน ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ			1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	9,467,600		สค./สยค./สบก./กตส.
		1) การบริหารการดำเนินงานกองทุนฯ				412,400	- จำนวนการประชุม 12 ครั้ง	สยค.
		2) การบริหารงานบุคคลและการเดินทางไปปฏิบัติราชการของสำนักงานกองทุนฯ				7,789,200	- จำนวนพนักงานกองทุนฯ 16 อัตรา	สยค./สบก./กตส.
		3) การติดตามประเมินผลโครงการที่ขอใช้เงินกองทุนฯ				1,200,000	- ดำเนินโครงการไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - สามารถดำเนินการติดตามโครงการที่ใช้ เงินกองทุนฯ โดยตรวจสอบการดำเนินการ ให้เป็นไปตามแผน วัตถุประสงค์ เป้าหมายและ ตัวชี้วัด รวมถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผล พร้อมทั้งนำมาประกอบการพิจารณาจัดทำ แผนปฏิบัติการประจำปี และแผนยุทธศาสตร์กองทุนฯ (ระยะยาว)	สยค.
		4) การบริหารงานบุคคลโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active)				66,000	- จำนวนบุคลากร 4 ราย (เฉพาะเดือนตุลาคม 2567)	สยค./สบก.
53	2568-91-E2T8-0003	ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบบัญชีของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2567			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	250,000	งบการเงินของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศที่ได้รับการรับรอง สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 จำนวน 1 ฉบับ	สค./สบก.(คลัง)
54	2568-91-E2T8-0004	โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการงบประมาณส่วนเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ - ขอย้ายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2569 - ระยะเวลาดำเนินงาน 2 ปี งบประมาณ (ปีงบประมาณ 2568 - 2569)			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 69	4,000,000	- ระบบสามารถสนับสนุนการบริหารติดตาม การดำเนินโครงการได้อย่างเป็นระบบ - สามารถใช้ระบบเป็นฐานข้อมูล เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้จ่ายได้ - สามารถลดภาระงานได้ภายในระยะเวลา 1 ปี - สามารถติดตามการดำเนินโครงการได้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90	สค./สยค.
55	2568-91-E2T8-0005	โครงการสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานเลขาธิการสภาที่ปรึกษาทางธุรกิจเอเปค (APEC Business Advisory Council : ABAC)			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	480,000	- ดำเนินการ 1 ครั้ง	สภาหอฯ
56	2568-91-E2T8-0006	โครงการสนับสนุนค่าบำรุงสมาชิกของหอการค้านานาชาติแห่งประเทศไทย (ICC THAILAND ANNUAL CONTRIBUTION)			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,580,000	- ดำเนินการ 1 ครั้ง	สภาหอฯ

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
2. แผนปฏิบัติการด้านการเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาด (จำนวน 157 โครงการ)						65,238,899		
กลยุทธ์ที่ 2.1 การประชุมเจรจาเชิงรุก (จำนวน 156 โครงการ)						60,738,899		
57	2568-91-E2T5-0004	โครงการประชุมความมั่นคงทางด้านอาหารและความร่วมมือข้าวระหว่างประเทศ (งบข้าว)				1,557,800	- เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง - ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ความมั่นคงทางด้านอาหารโดยเฉพาะสินค้าข้าวในภูมิภาคอาเซียน อาเซียนบวกสาม และสถานการณ์	คต. (งบข้าว)
		1) เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการสำรองอาหารเพื่อความมั่นคงแห่งภูมิภาคอาเซียน (AFSRB)	สินค้าข้าว	ภูมิภาคอาเซียน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	726,800	- เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง - ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ความมั่นคงทางด้านอาหารโดยเฉพาะสินค้าข้าวในภูมิภาคอาเซียน อาเซียนบวกสาม และสถานการณ์	คต. (งบข้าว)
		2) เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการสำรองข้าวฉุกเฉินของอาเซียนบวกสาม (APTERR)	สินค้าข้าว	ภูมิภาคอาเซียน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	232,000	- เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ความมั่นคงทางด้านอาหารโดยเฉพาะสินค้าข้าวในภูมิภาคอาเซียน อาเซียนบวกสาม และสถานการณ์	คต. (งบข้าว)
		3) เข้าร่วมการประชุมความร่วมมืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้าวระหว่างประเทศ อาทิ ความร่วมมือข้าวไทย-เวียดนาม	สินค้าข้าว	ภูมิภาคอาเซียน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	599,000	- เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง - ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ข้าวระหว่างประเทศ	คต. (งบข้าว)
58	2568-91-E2T5-0006	โครงการ TRC 2025 สัญจร (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	ทุกภูมิภาค	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,716,400	- ผู้เข้าร่วมงานทั้งโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 160 คน (คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมงาน) - ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คต. (งบข้าว)
59	2568-91-F1M1-0001	โครงการประชุมความร่วมมือทางการค้าข้าว (ประเทศผู้ส่งออก)	สินค้าข้าว	ประเทศไทย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	250,000	- รับรองคณะผู้แทนการค้าจากประเทศผู้ส่งออกไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี - ประเทศผู้ส่งออกข้าวมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารเรื่องข้าวระหว่างกัน	สภาหอ (งบข้าว)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
60	2568-91-F1M1-0002	โครงการประชุมความร่วมมือทางการค้าข้าว (ประเทศผู้นำเข้า)	สินค้าข้าว	ประเทศไทย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	250,000	- การส่งออกข้าวไทยไปฮ่องกง สิงคโปร์และ จีนมีมูลค่ารวมกัน ไม่น้อยกว่า 500 Million USD - รักษาส่วนแบ่งการตลาดข้าวไทยในฮ่องกง, สิงคโปร์, จีน	สภาหอ (งบข้าว)
61	2568-91-F1M1-0003	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business and Investment Summit (ABIS) 2024	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	108,510	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอฯ
62	2568-91-F1M1-0004	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Young Entrepreneurs Carnival	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	50,726	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอฯ
63	2568-91-F1M1-0005	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 4/2024 และการเข้าร่วมประชุม APEC CEO Summit 2024	ทุกสินค้า	ประเทศเปรู	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	684,684	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอฯ
64	2568-91-F1M1-0006	โครงการเข้าร่วมการประชุมสุดยอดผู้นำแผนงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (GMS Summit)	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	150,230	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอฯ
65	2568-91-F1M1-0007	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Residues of Veterinary Drugs in Foods	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	184,387	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอฯ
66	2568-91-F1M1-0008	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาที่ปรึกษาทางธุรกิจเอเปค ครั้งที่ 4/2024 และการประชุม APEC CEO Summit 2024	ทุกสินค้า	ประเทศเปรู	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	684,684	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
67	2568-91-F1M1-0009	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business and Investment Summit (ABIS)	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	108,510	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
68	2568-91-F1M1-0010	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business and Investment Summit (ABIS) 2024	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	108,510	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
69	2568-91-F1M1-0011	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 4/2024 และการเข้าร่วมประชุม APEC CEO Summit 2024	ทุกสินค้า	ประเทศเปรู	1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	684,684	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
70	2568-91-F1M1-0012	โครงการเข้าร่วมประชุมเจรจาการค้าและการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมเจรจาการค้า ระหว่างประเทศภายใต้กรอบอาเซียน (9 กิจกรรม)	ทุกสินค้า	อาเซียน/ เอเชียตะวันออก/ แอฟริกา/ ตะวันออกกลาง/ เอเชียใต้/ ยุโรป	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	600,000	- ระดับความสำเร็จของการเจรจาเปิดเสรี และการขยายตัวของปริมาณการค้าระหว่าง ไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียน - ผลการประชุมเป็นไปตามท่าที ของไทย - การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการขยายความสัมพันธ์ทางการค้า และการลงทุนระหว่างไทยกับประเทศ ในภูมิภาคต่างๆ	จร.
71	2568-91-F1M1-0013	โครงการจัดประชุมข้าวนานาชาติ Thailand Rice Convention 2025 (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าว	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	27,181,730	- ผู้เข้าร่วมทั้งโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 320 คน (คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้ร่วมงานทั้งโครงการฯ จำนวน 400 คน) - มีการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ส่งออกข้าวไทย กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 40 คู่ หรือมูลค่าคำสั่งซื้อคาดการณ์ภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาท - ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม ประชุมสัมมนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	คต. (งบข้าว)
72	2568-91-F1M1-0014	โครงการเข้าร่วมการประชุมภายใต้กรอบองค์การการค้าโลก (WTO Public Forum)	ทุกสินค้า	นครเจนีวา ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	342,500	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอฯ

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
73	2568-91-F1M1-0015	โครงการเข้าร่วมประชุมเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศในต่างประเทศ (UNFCCC: COP)	ทุกสินค้า	ประเทศอังกฤษ	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	171,859	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
74	2568-91-F1M1-0016	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
75	2568-91-F1M1-0017	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	205,644	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
76	2568-91-F1M1-0018	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 3/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
77	2568-91-F1M1-0019	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 4/2025 และการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
78	2568-91-F1M1-0020	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council-EABC) ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
79	2568-91-F1M1-0021	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council-EABC) ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	172,930	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
80	2568-91-F1M1-0022	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council-EABC) ครั้งที่ 3/2025 และการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
81	2568-91-F1M1-0023	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Plus Three Leaders' Interface with East Asia Business Council (EABC)	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	108,510	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
82	2568-91-F1M1-0024	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเม็กซิโก	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	564,765	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
83	2568-91-F1M1-0025	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศออสเตรเลีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	363,359	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
84	2568-91-F1M1-0026	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 3/2025	ทุกสินค้า	ประเทศรัสเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	477,100	- ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
85	2568-91-F1M1-0027	โครงการเข้าร่วมประชุม APEC Policy Partnership on Food Security (PPFS) 2025	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลี	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	212,474	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
86	2568-91-F1M1-0028	โครงการเข้าร่วมประชุม APEC Policy Partnership on Food Security (PPFS) Plenary 2025	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลี	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	212,474	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
87	2568-91-F1M1-0029	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Summit	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	100,452	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
88	2568-91-F1M1-0030	โครงการเป็นเจ้าภาพจัดประชุม IMT-GT Joint Business Council (JBC)	ทุกสินค้า	ประเทศไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	61,200	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
89	2568-91-F1M1-0031	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Working Group on Digital Transformation ครั้งที่ 1	ทุกสินค้า	ประเทศอินโดนีเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	138,518	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
90	2568-91-F1M1-0032	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Working Group on Digital Transformation ครั้งที่ 2	ทุกสินค้า	ประเทศอินโดนีเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	138,518	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
91	2568-91-F1M1-0033	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Working Group on Tourism	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	100,452	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
92	2568-91-F1M1-0034	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Working Group on Trade and Investment	ทุกสินค้า	ประเทศอินโดนีเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	138,518	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
93	2568-91-F1M1-0035	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Working Group on Transport Connectivity	ทุกสินค้า	ประเทศอินโดนีเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	138,518	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
94	2568-91-F1M1-0036	โครงการเข้าร่วมประชุม Board of Directors Meeting of GMS Business Council ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
95	2568-91-F1M1-0037	โครงการเข้าร่วมประชุม Board of Directors Meeting of GMS Business Council ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
96	2568-91-F1M1-0038	โครงการเข้าร่วมประชุมระดับรัฐมนตรีเวทีหารือเพื่อพัฒนาแนวระเบียงเศรษฐกิจภายใต้แผนงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (The GMS Economic Corridor Forum: ECF)	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	150,230	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
97	2568-91-F1M1-0039	โครงการเข้าร่วมประชุมระดับรัฐมนตรีของแผนงานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (The GMS Ministerial Conference)	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
98	2568-91-F1M1-0040	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong-Ganga Cooperation Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศอินเดีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	126,806	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
99	2568-91-F1M1-0041	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong-Japan Economic Minister	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	161,944	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
100	2568-91-F1M1-0042	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong-Lancang Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	150,230	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
101	2568-91-F1M1-0043	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong - ROK Business Forum	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
102	2568-91-F1M1-0044	โครงการเข้าร่วมประชุม ACMECS Joint Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	85,810	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
103	2568-91-F1M1-0045	โครงการเข้าร่วมประชุม ACMECS Summit	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	85,810	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
104	2568-91-F1M1-0046	โครงการเข้าร่วมการประชุม Italian-Thai Business Forum	ทุกสินค้า	ประเทศอิตาลี	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	373,236	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
105	2568-91-F1M1-0047	โครงการเข้าร่วมประชุม Business Partner City (BPC) Roundtable	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	94,472	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
106	2568-91-F1M1-0048	โครงการเป็นเจ้าภาพจัดประชุม Thailand – U.S. Economic and Business Committee	ทุกสินค้า	ประเทศไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	556,000	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
107	2568-91-F1M1-0049	โครงการเข้าร่วมประชุม Alliance of International Young Entrepreneurs Association	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	86,215	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาหอ
108	2568-91-F1M1-0050	โครงการเป็นเจ้าภาพจัดประชุม The ASEAN - Japan Business Meeting (AJBM)	ทุกสินค้า	ประเทศไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	512,000	จัดประชุม 1 ครั้ง	สภาหอ
109	2568-91-F1M1-0051	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Alimentarius Commission	ทุกสินค้า	ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	152,160	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
110	2568-91-F1M1-0052	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Contaminants in Foods	ทุกสินค้า	ประเทศเนเธอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	155,754	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
111	2568-91-F1M1-0053	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Additives รวมการเข้าร่วม Working Group	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	139,815	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
112	2568-91-F1M1-0054	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Labelling	ทุกสินค้า	ประเทศแคนาดา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	188,380	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
113	2568-91-F1M1-0055	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Alimentarius Commission	ทุกสินค้า	ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	152,160	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
114	2568-91-F1M1-0056	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Contaminants in Foods	ทุกสินค้า	ประเทศเนเธอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	155,754	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
115	2568-91-F1M1-0057	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Additives รวมการเข้าร่วม Working Group	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	139,815	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
116	2568-91-F1M1-0058	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Hygiene	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	165,187	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
117	2568-91-F1M1-0059	โครงการเป็นเจ้าภาพจัดประชุม ASEAN PAINT INDUSTRY COUNCIL (APIC)	ทุกสินค้า	ประเทศไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	270,000	ดำเนินการ 1 ครั้ง	สภาหอ
118	2568-91-F1M1-0060	โครงการเข้าร่วมประชุมสหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทออาเซียน “AFTEX COUNCIL MEETING AND PLENARY SESSION”	ทุกสินค้า	ประเทศฟิลิปปินส์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	63,200	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
119	2568-91-F1M1-0061	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ ICC World Council	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	107,700	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
120	2568-91-F1M1-0062	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ ICC Permanent Head of National Committees	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
121	2568-91-F1M1-0063	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Arbitration	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
122	2568-91-F1M1-0064	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Banking	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
123	2568-91-F1M1-0065	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Commercial Law & Practice	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
124	2568-91-F1M1-0066	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Customs and Trade Facilitation	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
125	2568-91-F1M1-0067	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on the Digital Economy	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
126	2568-91-F1M1-0068	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Environment & Energy	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
127	2568-91-F1M1-0069	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Competition	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
128	2568-91-F1M1-0070	โครงการเข้าร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ ICC Asia-Pacific Regional Meeting	ทุกสินค้า	ประเทศอินโดนีเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	71,200	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
129	2568-91-F1M1-0071	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Marketing & Advertising	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
130	2568-91-F1M1-0072	โครงการร่วมประชุมกับ INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) ในหัวข้อ Commission on Anti Corruption and Corporate Responsibility	ทุกสินค้า	กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,600	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาหอ
131	2568-91-F1M1-0073	โครงการเข้าร่วมประชุมกลุ่มภาคเอกชนสำหรับภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก (Regional Private Sector Group for Asia Pacific: RPSG - AP)	ทุกสินค้า	ประเทศนิวซีแลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	421,496	ดำเนินการ 2 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
132	2568-91-F1M1-0074	โครงการประชุม UN Forum on Business and Human Rights	ทุกสินค้า	ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	375,600	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
133	2568-91-F1M1-0075	โครงการการประชุม WTO Public Forum	ทุกสินค้า	ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	393,100	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
134	2568-91-F1M1-0076	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาที่ปรึกษาทางธุรกิจเอเปค ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเม็กซิโก	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	569,965	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
135	2568-91-F1M1-0077	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาที่ปรึกษาทางธุรกิจเอเปค ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศออสเตรเลีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	363,359	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
136	2568-91-F1M1-0078	โครงการเข้าร่วมการประชุมสภาที่ปรึกษาทางธุรกิจเอเปค ครั้งที่ 3/2025	ทุกสินค้า	ประเทศรัสเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	477,100	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
137	2568-91-F1M1-0079	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Plus Three Leaders' Interface with East Asia Business Council (EABC)	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	108,510	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
138	2568-91-F1M1-0080	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council - EABC) ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
139	2568-91-F1M1-0081	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council - EABC) ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	172,930	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
140	2568-91-F1M1-0082	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council - EABC) ครั้งที่ 3/2025 และการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
141	2568-91-F1M1-0083	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาที่ปรึกษาธุรกิจอาเซียน (ASEAN-BAC) ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
142	2568-91-F1M1-0084	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาที่ปรึกษาธุรกิจอาเซียน (ASEAN-BAC) ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	205,644	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
143	2568-91-F1M1-0085	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาที่ปรึกษาธุรกิจอาเซียน (ASEAN-BAC) ครั้งที่ 3/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
144	2568-91-F1M1-0086	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาที่ปรึกษาธุรกิจอาเซียน (ASEAN-BAC) ครั้งที่ 4/2025 และการประชุมกับรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (AEM)	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
145	2568-91-F1M1-0087	โครงการเข้าร่วมประชุม Board of Directors Meeting of GMS Business Council ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ ละ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
146	2568-91-F1M1-0088	โครงการเข้าร่วมประชุม Board of Directors Meeting of GMS Business Council ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ ละ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
147	2568-91-F1M1-0089	โครงการเข้าร่วมประชุมระดับรัฐมนตรี GMS และการประชุมหารือเพื่อพัฒนาแนวระเบียงเศรษฐกิจ (GMS Economic Corridor Forum: ECF)	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	150,230	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
148	2568-91-F1M1-0090	โครงการเข้าร่วมประชุมระดับรัฐมนตรี (GMS Ministerial Conference) ภายใต้แผนงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคสุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (GMS)	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
149	2568-91-F1M1-0091	โครงการเข้าร่วมการประชุมสุดยอดผู้นำแผนงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคสุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (GMS Summit)	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	150,230	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
150	2568-91-F1M1-0092	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong-Lancang Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	150,230	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
151	2568-91-F1M1-0093	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong-Japan Economic Ministers' Meeting	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	175,944	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
152	2568-91-F1M1-0094	โครงการเข้าร่วมประชุม ACMECS Joint Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	85,810	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
153	2568-91-F1M1-0095	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจ IMT-GT Joint Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	100,452	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
154	2568-91-F1M1-0096	โครงการเข้าร่วมการประชุมระดับรัฐมนตรีแผนงาน IMT-GT และการประชุมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้แผนงาน IMT GT	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	145,852	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
155	2568-91-F1M1-0097	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Summit ครั้งที่ 16	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	85,810	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
156	2568-91-F1M1-0098	โครงการเข้าร่วมประชุม IMT-GT Summit ครั้งที่ 17	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	100,452	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
157	2568-91-F1M1-0099	โครงการเข้าร่วมประชุม GS1 Global Forum 2025	ทุกสินค้า	กรุงบรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	145,254	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
158	2568-91-F1M1-0100	โครงการเข้าร่วมประชุม GS1 Asia Pacific Regional Forum 2025	ทุกสินค้า	ประเทศออสเตรเลีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	126,305	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
159	2568-91-F1M1-0101	โครงการเข้าร่วมประชุมสามัญ PEFC ประจำปี 2025	ทุกสินค้า	ยุโรป	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	280,966	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
160	2568-91-F1M1-0102	โครงการเข้าร่วมประชุม 45th KANKEIREN ASEAN Management Seminar	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	135,772	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
161	2568-91-F1M1-0103	โครงการเข้าร่วมงานประชุม China-ASEAN Business and Investment Summit (CABIS)	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	108,356	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
162	2568-91-F1M1-0104	โครงการ เข้าร่วมประชุมสหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทออาเซียน "The ASEAN Federation of Textile Industries (AFTEX) Meeting" (กลุ่มฯ สิ่งทอ)	ทุกสินค้า	ฮ่องกง	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	59,582	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
163	2568-91-F1M1-0105	โครงการ เข้าร่วมประชุมสหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งทออาเซียน "The ASEAN Federation of Textile Industries (AFTEX) Meeting" (กลุ่มฯ เครื่องนุ่งห่ม)	ทุกสินค้า	ฮ่องกง	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	59,582	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
164	2568-91-F1M1-0106	โครงการเข้าร่วมประชุมกรอบเจรจาสาขายานยนต์ภายใต้เอเปค APEC Automotive Dialogue ครั้งที่ 41 (กลุ่มฯ ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	81,387	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
165	2568-91-F1M1-0107	โครงการเข้าร่วมประชุมกรอบเจรจาสาขายานยนต์ภายใต้เอเปค APEC Automotive Dialogue ครั้งที่ 41 (กลุ่มฯ ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	81,387	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
166	2568-91-F1M1-0108	โครงการเข้าร่วมประชุมกรอบเจรจาสาขายานยนต์ภายใต้เอเปค APEC Automotive Dialogue ครั้งที่ 42 (กลุ่มฯ ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	81,387	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
167	2568-91-F1M1-0109	โครงการเข้าร่วมประชุมกรอบเจรจาสาขายานยนต์ภายใต้เอเปค APEC Automotive Dialogue ครั้งที่ 42 (กลุ่มฯ ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	81,387	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
168	2568-91-F1M1-0110	โครงการเข้าร่วมประชุมคณะทำงานด้านผลิตภัณฑ์ยานยนต์ ภายใต้คณะกรรมการที่ปรึกษาด้านมาตรฐานและคุณภาพของอาเซียน (ACCSQ-APWG) ครั้งที่ 39 (กลุ่มฯ ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ภูมิภาคอาเซียน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	49,969	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
169	2568-91-F1M1-0111	โครงการเข้าร่วมประชุมคณะทำงานด้านผลิตภัณฑ์ยานยนต์ ภายใต้คณะกรรมการที่ปรึกษาด้านมาตรฐานและคุณภาพของอาเซียน (ACCSQ-APWG) ครั้งที่ 39 (กลุ่มฯ ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ภูมิภาคอาเซียน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	49,969	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
170	2568-91-F1M1-0112	โครงการเข้าร่วมประชุมคณะทำงานด้านผลิตภัณฑ์ยานยนต์ ภายใต้คณะกรรมการที่ปรึกษาด้านมาตรฐานและคุณภาพของอาเซียน (ACCSQ-APWG) ครั้งที่ 40 (กลุ่มฯ ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ภูมิภาคอาเซียน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	73,395	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
171	2568-91-F1M1-0113	โครงการเข้าร่วมประชุมคณะทำงานด้านผลิตภัณฑ์ยานยนต์ ภายใต้คณะกรรมการที่ปรึกษาด้านมาตรฐานและคุณภาพของอาเซียน (ACCSQ-APWG) ครั้งที่ 40 (กลุ่มฯ ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์)	ทุกสินค้า	ภูมิภาคอาเซียน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	73,395	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
172	2568-91-F1M1-0114	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Alimentarius Commission (CAC) ครั้งที่ 48	ทุกสินค้า	ประเทศอิตาลี	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	134,454	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
173	2568-91-F1M1-0115	โครงการเข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการประสานงานโคเด็กซ์ภูมิภาคเอเชีย (FAO/WHO Coordinating Committee for Asia (CCASIA) ครั้งที่ 24	ทุกสินค้า	ภูมิภาคอาเซียน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	111,015	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
174	2568-91-F1M1-0116	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Contaminants in Foods (CCCF) ครั้งที่ 18	ทุกสินค้า		31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	148,254	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
175	2568-91-F1M1-0117	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Additive (CCFA) ครั้งที่ 56	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	118,515	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
176	2568-91-F1M1-0118	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Hygiene (CCFH) ครั้งที่ 55	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	165,187	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
177	2568-91-F1M1-0119	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Import and Export Inspection and Certification Systems (CCFICS) ครั้งที่ 27	ทุกสินค้า		31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	135,905	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
178	2568-91-F1M1-0120	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Food Labelling (CCFL) ครั้งที่ 48	ทุกสินค้า		31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	201,180	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
179	2568-91-F1M1-0121	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Methods of Analysis and Sampling (CCMAS) ครั้งที่ 44	ทุกสินค้า	ภูมิภาคยุโรป	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	144,054	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
180	2568-91-F1M1-0122	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Nutrition and Foods for Special Dietary Uses (CCNFSDU) ครั้งที่ 45	ทุกสินค้า	ประเทศเยอรมัน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	153,654	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
181	2568-91-F1M1-0123	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Residues of Veterinary Drugs in Foods (CCRVDF) ครั้งที่ 28	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	167,080	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
182	2568-91-F1M1-0124	โครงการเข้าร่วมประชุมคณะทำงานด้านเคมีภายใต้กรอบคณะกรรมการความร่วมมือทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอาเซียน - ญี่ปุ่น (The Meeting of AMEICC Working Group)	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	88,072	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
183	2568-91-F1M1-0125	โครงการเข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับกรอบการเจรจาสาขามี ภายใต้กรอบความร่วมมือเอเปค (APEC Chemical Dialogue)	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	136,387	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
184	2568-91-F1M1-0126	โครงการเข้าร่วมประชุม 34th Asia Plastic Forum (APF)	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	55,226	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
185	2568-91-F1M1-0127	โครงการเข้าร่วมประชุม Term ASEAN Federation of Plastic Industries Conference (AFPI)	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	55,226	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
186	2568-91-F1M1-0128	โครงการเข้าร่วมการประชุมความร่วมมือด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ UN Climate Change Conference 2024 (COP29)	ทุกสินค้า	ประเทศรัสเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	364,454	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
187	2568-91-F1M1-0129	โครงการเข้าร่วมประชุมThe 42nd International Footwear Conference (IFC)	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	45,262	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาอุตสาหกรรม
188	2568-91-F1M1-0130	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong-Ganga Cooperation Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศอินเดีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	126,806	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สภาอุตสาหกรรม
189	2568-91-F1M1-0131	โครงการประชุม Asian Logistics, Maritime and Aviation Conference 2025	ทุกสินค้า	ประเทศฮ่องกง	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	74,682	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาเรือ
190	2568-91-F1M1-0132	โครงการประชุม Asia Pallet System Federation (APSF) ปี 2025	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	111,572	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาเรือ
191	2568-91-F1M1-0133	โครงการประชุม Asian Shippers' Alliance Meeting 2025	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	90,787	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาเรือ
192	2568-91-F1M1-0134	โครงการประชุม Global Shippers' Alliance Meeting 2025	ทุกสินค้า	ประเทศสเปน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	234,840	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 1 คน	สภาเรือ
193	2568-91-F1M1-0135	โครงการประชุม ASEAN Banking Council Meeting ครั้งที่ 52	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
194	2568-91-F1M1-0136	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
195	2568-91-F1M1-0137	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	205,644	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
196	2568-91-F1M1-0138	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 3/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
197	2568-91-F1M1-0139	โครงการเข้าร่วมการประชุม ASEAN Business Advisory Council Meeting ครั้งที่ 4/2025 และการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
198	2568-91-F1M1-0140	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเม็กซิโก	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	569,965	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
199	2568-91-F1M1-0141	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศออสเตรเลีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	363,359	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
200	2568-91-F1M1-0142	โครงการเข้าร่วมประชุม ABAC Meeting ครั้งที่ 3/2025	ทุกสินค้า	ประเทศรัสเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	477,100	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
201	2568-91-F1M1-0143	โครงการเข้าร่วมประชุม APEC Digital Economy Steering Group (DESG) 2025	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	212,474	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
202	2568-91-F1M1-0144	โครงการเข้าร่วมประชุม APEC Digital Economy Steering Group (DESG) 2025	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	212,474	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
203	2568-91-F1M1-0145	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Plus Three Leaders' Interface with East Asia Business Council (EABC)	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	108,510	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
204	2568-91-F1M1-0146	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council-EABC) และการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
205	2568-91-F1M1-0147	โครงการเข้าร่วมประชุมสภาธุรกิจเอเชียตะวันออก (East Asia Business Council-EABC) และการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศจีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	172,930	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
206	2568-91-F1M1-0148	โครงการเข้าร่วมประชุม ASEAN Plus Three Leaders' Interface with East Asia Business Council (EABC) ครั้งที่ 3/2025 และการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก	ทุกสินค้า	ประเทศมาเลเซีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	123,152	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
207	2568-91-F1M1-0149	โครงการเข้าร่วมประชุม Board of Directors Meeting of GMS Business Council ครั้งที่ 1/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
208	2568-91-F1M1-0150	โครงการเข้าร่วมประชุม Board of Directors Meeting of GMS Business Council ครั้งที่ 2/2025	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
209	2568-91-F1M1-0151	โครงการเข้าร่วมประชุมระดับรัฐมนตรีแผนงานความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (The GMS Ministerial Conference)	ทุกสินค้า	ประเทศเวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	97,524	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
210	2568-91-F1M1-0152	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong - ROK Business Forum	ทุกสินค้า	ประเทศเกาหลีใต้	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	167,074	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
211	2568-91-F1M1-0153	โครงการเข้าร่วมประชุม Mekong-Japan Economic Minister	ทุกสินค้า	ประเทศญี่ปุ่น	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	175,944	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
212	2568-91-F1M1-0154	โครงการเข้าร่วมประชุม ACMECS Joint Business Council	ทุกสินค้า	ประเทศลาว	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	85,810	ดำเนินการ 1 ครั้งๆ 2 คน	สมาคมธนาคารไทย
กลยุทธ์ที่ 2.2 การปกป้องผลประโยชน์และแก้ไขอุปสรรคทางการค้า (จำนวน 1 โครงการ)						4,500,000		
213	2568-91-F1S1-0001	โครงการปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของไทย	ทุกสินค้า	ประเทศไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,500,000	- ดำเนินการได้ส่วนเพื่อกำหนดมาตรการ เยียวยาทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับ หลักการของความตกลง WTO - จำนวนกรณีที่บริษัทที่ปรึกษาดำเนินการให้ คำปรึกษาแก่ภาครัฐและภาคเอกชนในการได้ ส่วนหรือแก้ต่างสินค้าไทยถูกใช้หรือประสงค์ จะใช้มาตรการ AD/CVD/SG/AC	คต.
แผนปฏิบัติการด้านการเร่งรัดการค้าตลาดเชิงกลยุทธ์ (จำนวน 12 โครงการ)						73,344,780		
กลยุทธ์ที่ 3.1 การรักษาและขยายตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ พื้นที่ตลาดเก่า (จำนวน 10 โครงการ)						61,914,780		
214	2568-91-J2L8-0001	โครงการต้อนรับคณะผู้แทนการค้าจากต่างประเทศ			1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	600,000		สภาหอ
215	2568-91-J2L8-0002	โครงการคณะผู้แทนการค้าเยือนงานแสดงสินค้าในประเทศ (Incoming Mission to International Exhibition)	- สินค้าไลฟ์สไตล์ - สินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับ - สินค้าอาหารและ เครื่องดื่ม - สินค้าไอทีดิจิทัล - สินค้าชิ้นส่วนอะไหล่ ยานยนต์และอุปกรณ์ ตกแต่ง	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	18,040,000	- มูลค่าเจรจาการค้า 1,000 ล้านบาท	สพต.1/ทุกสคต.ในภูมิภาค อาเซียน/จีน/เอเชียใต้/ญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย
216	2568-91-J2L8-0003	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจ在不同ประเทศ ตลาดอาเซียน				4,500,000		สค./สพต. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week ณ จังหวัดพะเยา	ทุกสินค้า	เวียดนาม	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,500,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สพต.1/สคต.ฮานอย

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
217	2568-91-J2L8-0004	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในประเทศ ตลาดจีน				3,592,980		สด./สพด. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคจีน	ผลไม้ ข้าวอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส ขนมขบเคี้ยว ของใช้/ ของตกแต่งบ้าน เครื่องสำอาง/สปา/ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และความงาม และสินค้าไลฟ์สไตล์	จีน/ - ยोंกง (มาเก๊า) - หนานหนิง - ชิงต้าว (ต้าเหลียน)	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,340,000	- มูลค่าเจรจาการค้า 40 ล้านบาท	สพด. 1/ สคต. ยोंกง สคต. หนานหนิง สคต. ชิงต้าว
		2) กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือหน่วยงานพันธมิตรไทย-จีน ด้วยบันทึกความเข้าใจ (MOU) Raymond Chul	ทุกสินค้า/บริการ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,252,980	- MOU 2 ฉบับ - มูลค่าเจรจาการค้า 60 ล้านบาท	สพด. 1/ สคต. ภูมิภาคจีน
218	2568-91-J2L8-0005	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในประเทศ ตลาดเอเชียใต้				13,555,800		สด./สพด. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2025 ตลาดเอเชียใต้			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	8,847,900	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 80 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 150 ล้านบาท	สพด.1/สคต.เอเชียใต้
		- งานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2025 ในอินเดียใต้	ทุกสินค้า	อินเดีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,423,950	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท	สพด.1 / สคต.เจนไน
		- งานแสดงสินค้า Top Thai Brand 2025 ณ กรุงนิวเดลี สาธารณรัฐอินเดีย	ทุกสินค้า	อินเดีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,423,950	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 70 ล้านบาท	สพด.1 / สคต.นิวเดลี
		2) กิจกรรมเจรจาการค้าระหว่างคณะผู้แทนการค้าไทย-เอเชียใต้			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,078,315	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 72 ล้านบาท	สพด.1/สคต.เอเชียใต้
		- กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในประเทศอินเดีย	ทุกสินค้า	อินเดีย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,078,315	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 52 ล้านบาท	สพด.1 / สคต. มุมไบ
		3) กิจกรรมสนับสนุนและวิเคราะห์ข้อมูลตลาดเชิงลึกเพื่อส่งเสริมการขาย Soft Power ในตลาดเอเชียใต้	ภาพยนตร์ เกม E-Sport เครื่องประดับ	อินเดีย บังกลาเทศ	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,629,585	- ได้ฐานข้อมูลตลาดเชิงลึก 4 อุตสาหกรรม เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์เจาะตลาดเอเชียใต้ โดยใช้สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power	สพด.1/สคต.เอเชียใต้
219	2568-91-J2L8-0006	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา				12,924,200		สพด.2 / สคต. ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกา ในงาน NPEW 2025	สินค้าออร์แกนิกส์ (อาหาร สุขภาพและ	สหรัฐอเมริกา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	8,324,200	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 180 ล้านบาท	สพด.2 / สคต. ลอสแอนเจลิส
		2) กิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหภาค (Megatrend Setter)	ไลฟ์สไตล์	สหรัฐอเมริกา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,400,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 13 ล้านบาท	สพด.2 / สคต. นิวยอร์ก
		3) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าในสหรัฐอเมริกาผ่าน Social Media	ทุกประเภทสินค้า	สหรัฐอเมริกา	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	1,200,000	- ได้รับการประชาสัมพันธ์ 8,000 ราย	สพด.2 / สคต. นิวยอร์ก

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	วงเงิน (บาท)	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
220	2568-91-J2L8-0007	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจ在不同ประเทศ ตลาดแอฟริกา และตะวันออกกลาง				3,001,800		สพต.2/สคต.แอฟริกาและ ตะวันออกกลาง
		1) กิจกรรมเปิดตลาดสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	ทุกประเภทสินค้า / ธุรกิจบริการ	ภูมิภาคแอฟริกาและ ตะวันออกกลาง	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	3,001,800	- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 4 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 6 ล้านบาท	สพต.2/สคต.แอฟริกาและ ตะวันออกกลาง
221	2568-91-J2L8-0008	โครงการจัดคณะผู้แทนการค้ามาเยือนงานแสดงสินค้าในประเทศ (Incoming Trade Mission)				5,300,000		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า Bangkok Gems & Jewelry Fair 2025	สินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับ	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,400,000	ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 330 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป, รัสเซียและ CIS, ภูมิภาค อเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
		2) งานแสดงสินค้า THAIFEX - HOREC Asia 2025	สินค้าโรงแรม ร้านอาหาร จัดเลี้ยง	ไทย	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,900,000	ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 200 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป, รัสเซียและ CIS, ภูมิภาค อเมริกาเหนือ,ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
222	2568-91-J2L8-0009	โครงการต้อนรับคณะผู้แทนจากต่างประเทศ			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	300,000		สภาอุตสาหกรรม
223	2568-91-J2L8-0010	โครงการต้อนรับคณะผู้แทนการค้าจากต่างประเทศ 2568 (2025)			31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	100,000		สภาเรือ
กลยุทธ์ที่ 3.2 การผลักดันการค้าผ่านช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล และช่องทางการกระจายสินค้ารูปแบบใหม่ (จำนวน 2 โครงการ)						11,430,000		
224	2568-91-J2L6-0001	โครงการเจาะตลาดสินค้า E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ ปี 2568				4,170,800		สค./สคต.
		1) กิจกรรมประชาสัมพันธ์เจาะตลาดสินค้า E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ 2568	ทุกสินค้า	ทุกประเทศ	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ Thaitrade.com ไม่น้อยกว่า 500,000 ราย (ไม่นับซ้ำ) - สร้างการรับรู้กิจกรรมส่งเสริมตลาด e-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ ไม่น้อยกว่า 100,000 ครั้ง	สคต.
		2) กิจกรรมส่งเสริมการค้าออนไลน์ Thaitrade.com และ TopThai ในงานแสดงสินค้าตลาดเชื่อมโยง	ทุกสินค้า	จีน	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,170,800	- มูลค่าการค้าภายใน 1 ปี 5 ล้านบาท	สคต./ สคต.
225	2568-91-J2L6-0002	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ				7,259,200		สค./สคต./สคต. ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมยกระดับความร่วมมือเครือข่ายพันธมิตรอีคอมเมิร์ซ e-Commerce Partners สู่สากล	ทุกสินค้า	ทั่วโลก	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	4,700,000	- ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและ ส่งเสริมการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ 100 ราย - มูลค่าการค้าการส่งออกสั่งซื้อ 5 ล้านบาท	สคต. /สคต. โตเกียว / สคต. สิงคโปร์
		2) กิจกรรมส่งเสริมการขาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้สินค้าไทยบนแพลตฟอร์มชั้นนำ	ทุกสินค้า	ญี่ปุ่น / สิงคโปร์	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	2,559,200	- มูลค่าการค้าการนำเข้าสั่งซื้อ 4 ล้านบาท	สคต. / สคต. ทั่วโลก
2. งบประมาณนโยบายและมาตรการเร่งด่วน (รวมทั้งสิ้น 1 โครงการ)						5,000,000		
226	2568-92-H1Q1-0001	โครงการงบประมาณนโยบายและมาตรการเร่งด่วน	ทุกสินค้าและบริการ	ทุกภูมิภาค	31 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68	5,000,000	ตัวชี้วัดให้เป็นไปตามโครงการที่เสนอขอ	พณ.

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568 (งบทั่วไป)

- ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567
(งบทั่วไปและงบข้าว) จำนวน 26 โครงการ วงเงิน 91,736,723 บาท
 - งบข้าว จำนวน 25 โครงการ วงเงิน 82,269,123 บาท
 - งบทั่วไป จำนวน 1 โครงการ วงเงิน 9,467,600 บาท
- ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567
(กรณีเร่งด่วนภาคเอกชน) จำนวน 10 โครงการ วงเงิน 3,364,925 บาท
- ครั้งที่ 5/2567 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2567
(งบทั่วไปและงบข้าว) จำนวน 190 โครงการ วงเงิน 597,919,754 บาท
 - งบข้าว จำนวน 1 โครงการ วงเงิน 27,181,730 บาท
 - งบทั่วไป จำนวน 189 โครงการ วงเงิน 570,738,024 บาท

รวมประชุม 3 ครั้ง จำนวน 226 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 693,021,402 บาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 97,912,200 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0023	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย 2. เพื่อเป็นการเน้นย้ำภาพลักษณ์ และแสดงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพดี และได้มาตรฐานส่งออก รวมทั้งแสดงความก้าวหน้าของไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป รวมทั้งสินค้านวัตกรรมทางการเกษตรให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล 3. เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยผลักดันเพิ่มช่องทางและเสริมสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ สินค้าเกษตร ทั้งสดและแปรรูป สินค้าอาหาร และเครื่องดื่ม สินค้านวัตกรรมอาหารต่าง ๆ 4. เพื่อเร่งรัดท่าตลาดเชิงกลยุทธ์ ขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน เน้นรักษาตลาดเดิม พัฒนาตลาดเก่าจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์ และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ 5. เพื่อเร่งระบายสินค้าผลไม้และสินค้าเกษตรอื่นๆ ของไทยสู่ตลาดโลกในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดในปริมาณมาก 6. เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร อาหาร เครื่องดื่ม รวมถึงผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป รวมทั้งสินค้านวัตกรรมที่ทำจากผลไม้ของไทยให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายยิ่งขึ้น 7. เพื่อเผยแพร่ศักยภาพการผลิตสินค้าในภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย 8. เพื่อการขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารของไทย 9. เพื่อผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วิธีดำเนินการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มุ่งเน้นส่งเสริมสินค้าเกษตร อาหาร และเครื่องดื่ม รวมถึงอาหารและเครื่องดื่มอินทรีย์ โดยกำหนดจัดการส่งเสริมผ่านกิจกรรมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า BIOFACH 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 8. ค่าสาธารณูปโภค 9. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 2 งานแสดงสินค้า Foodex Japan 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 8. ค่าสาธารณูปโภค 9. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 10. ค่าธรรมเนียมการเข้าร่วมงานของชาวต่างชาติ กิจกรรมที่ 3 งานแสดงสินค้า Fine Food Australia 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 8. ค่าสาธารณูปโภค 9. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	49,763,500 10,119,000 2,952,500 831,000 5,700,000 84,000 7,200 1,200 10,000 377,000 156,100 24,568,300 10,920,000 810,000 11,514,000 640,000 14,400 2,400 10,500 450,000 205,900 1,100 15,076,200 5,720,000 416,200 8,490,000 75,000 7,200 2,400 8,000 80,000 277,400	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 18 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 18 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 24 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 97,912,200 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
2	2568-91-E2T5-0024	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรอาหาร วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกสินค้าอาหารของไทย 2. เพื่อเร่งรัดตลาดสดเชิงกลยุทธ์ ขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน เน้นรักษาตลาดเดิม ฟื้นฟูตลาดเก่าจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ 3. เพื่อเผยแพร่ศักยภาพการผลิตสินค้าในภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย 4. เพื่อการขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารของไทย 5. เพื่อผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วิธีดำเนินการ 1. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารที่สำคัญที่สุดในเกาหลีใต้ 2. สาธิตและแจกชิมอาหารไทยในงาน เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารไทยใหม่ๆ ให้ผู้ซื้อเกาหลีใต้ 3. จัดเจรจาการค้าในงานทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า Seoul Food & Hotel 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่ำม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ค่าธรรมเนียม 8. ค่าสาธารณูปโภค 9. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	16,624,500 16,624,500 5,205,700 720,000 9,792,000 487,500 12,600 2,400 9,000 225,000 170,300	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 36 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 135 ล้านบาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 97,912,200 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
3	2568-91-E2T5-0025	โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกสินค้าอาหารของไทย 2. เพื่อเร่งรัดตลาดเชิงกลยุทธ์ ขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน เน้นรักษาตลาดเดิม พัฒนาตลาดเก่าจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ 3. เพื่อเผยแพร่ศักยภาพการผลิตสินค้าในภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย 4. เพื่อการขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารของไทย 5. เพื่อผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วิธีดำเนินการ 1. จัดกิจกรรมสาธิตการทำอาหารไทย 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้นำเข้าสินค้าอาหารในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศเคนยา 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมธนาคาร/ค่าธรรมเนียมโอนเงิน) กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้ 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในสาธารณรัฐอินเดีย 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 4 กิจกรรม In-Store Promotion ส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้าและร้าน Grocery ไทย 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในประเทศตุรกี 1. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง Retails & Influencer 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าลำ 5. ค่าวัสดุ	10,784,700 1,208,700 531,000 675,000 2,700 900,000 180,000 720,000 900,000 270,000 630,000 3,420,000 1,980,000 1,440,000 1,080,000 1,080,000 2,556,000 90,000 450,000 1,818,000 108,000 90,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 27 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในร้านค้า และห้างสรรพสินค้า 2 สาขา เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 9 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ในร้านค้าและห้างสรรพสินค้า 9 สาขา เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 6 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ส่งเสริมสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทย 90 รายการสินค้า เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 90 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 27 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 18 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 9 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 9 ล้านบาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 97,912,200 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
			กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้าง ซูเปอร์มาร์เก็ต/ผู้นำเข้าในเมืองรองของบราซิล 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าวัสดุ	720,000 648,000 72,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 18 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 4 ล้านบาท
4	2568-91-E2T5-0026	โครงการพัฒนาและส่งเสริม การค้าระหว่างประเทศสินค้า อุตสาหกรรม วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความร่วมมือทางธุรกิจ ระหว่างผู้ผลิต/ผู้ส่งออกของไทย กับคณະนักธุรกิจของประเทศ ต่างๆ ซึ่งเป็นการช่วยผลักดัน การส่งออก วิธีดำเนินการ ด้อนรับคณะผู้แทนการค้าสินค้า อุตสาหกรรมจากต่างประเทศ เยือนไทย 1) สคต. ประสาน สกอ. นำคณะผู้นำเข้าสินค้า อุตสาหกรรม สินค้าอาหาร และผลิตภัณฑ์ทางเดินทางมา เจาจาการค้าที่ประเทศไทย 2) จัดทำนัดหมายผู้ผลิต/ ผู้ส่งออกไทย พร้อมดำเนินการ ในลักษณะ Business Matching ให้กับผู้ประกอบการ ไทยและคณะผู้นำเข้า เพื่อเจรจาการค้า 3) สคต. และ สกอ. อำนวยความสะดวกแก่ผู้นำเข้า	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรม เยือนภูมิภาคอาเซียน (เวียดนาม/อินโดนีเซีย) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่ำม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) 8. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 2 งานแสดงสินค้า TAPA 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	20,739,500 4,039,500 1,000,000 750,000 1,700,000 100,000 100,000 2,400 14,400 372,700 16,700,000 13,700,000 3,000,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 200 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 125 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 2,200 ล้านบาท
รวม 4 โครงการ				97,912,200	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 23,900,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0027	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น ของไทย ทั้งในตลาดเดิมและขยายการส่งออก ไปยังตลาดใหม่ 2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออก/ผู้ประกอบการไทย SMEs ให้สามารถผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตาม Megatrend โลก 3. เพื่อให้สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นไทย มีความหลากหลายโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ 4. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสินค้าไลฟ์สไตล์ไทย และแฟชั่น ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ในการขยายโอกาสทางการค้า 5. ประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ สินค้าไลฟ์สไตล์ไทยและแฟชั่น วิธีดำเนินการ 1. ดำเนินการขออนุมัติโครงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรม จัดจ้างบริษัท ดำเนินการในส่วนต่างๆ ที่กำหนด 2. ประสาน สคต. ที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมการจัดกิจกรรม 3. ประสานเชิญชวนและคัดเลือกผู้ประกอบการ สินค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม 4. ประเมินผลการจัดงานและรายงานผลการจัดงาน	กิจกรรมที่ 1 : กิจกรรมพัฒนาและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ใน อิตาลี ปี 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่ำ 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 6. ค่าธรรมเนียม 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	10,000,000 10,000,000 3,200,000 700,000 5,740,000 168,000 1,200 12,175 178,625	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 25 ล้านบาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 23,900,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
2	2568-91-E2T5-0028	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น วัตถุประสงค์ 1. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขายตัวของ การส่งออกสินค้าแฟชั่นไทยในด้านปริมาณ และคุณภาพ 2. เพื่อรักษาดูแลหลัก และขยายตลาด สู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพและโอกาสในอนาคต 3. เพื่อกระตุ้นผู้ประกอบการไทยเกิด ความตื่นตัวและเตรียมความพร้อมในการ เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ 4. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทย เพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างแบรนด์สู่ระดับสากล 5. เพื่อเสริมภาพลักษณ์ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้สินค้าแฟชั่นไทยในตลาด ต่างประเทศ 6. เพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือกัน ระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการสร้างเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน ให้บูรณาการและมีความเข้มแข็ง วิธีดำเนินการ 1. กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการ และสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า 2. การนำเสนอโมเดลตลาดความต้องการ ของผู้บริโภคและนวัตกรรมเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของตลาดเป้าหมาย 3. ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยในต่างประเทศ 4. จัดคณะผู้แทนการค้าเพื่อเข้าร่วม กิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ	กิจกรรมที่ 1 : กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทย ในต่างประเทศ (คณะผู้แทนการค้าร่วมงานแสดงสินค้า Fashion World Tokyo) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 6. ค่าธรรมเนียม 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	8,000,000 8,000,000 4,000,000 300,000 2,928,400 350,000 3,600 15,000 403,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 20 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 80 ล้านบาท
3	2568-91-E2T5-0029	โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า และการประมูลสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับของโลก 2. เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกและขยายส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 3. เพื่อสร้างให้งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) เป็นเวทีการค้าระหว่างประเทศ ที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียที่เปิดโอกาส ให้เกิดการเจรจาการค้า และพบปะผู้นำเข้า จากต่างประเทศ 4. เพื่อผลักดันและพัฒนาศักยภาพการผลิต และการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้มี การส่งออกมากยิ่งขึ้น	กิจกรรมที่ 1 : กิจกรรมประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 71 และ 72 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมที่ 2 : กิจกรรมผลักดันผู้ประกอบการสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับสู่ตลาดโลกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของ งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ - ค่าจ้างเหมาบริการ	2,000,000 1,000,000 1,000,000 1,000,000 1,000,000	ตัวชี้วัด 1. จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ได้เผยแพร่จำนวน ไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง/ชิ้น 2. จำนวนการรับรู้ ผ่านสื่อ ออนไลน์ และออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 200,000 impression/reaches ตัวชี้วัด 1. ร้อยละความพึงพอใจ ในการใช้งานของผู้เยี่ยมชม เว็บไซต์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 2. จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ ไม่ต่ำกว่า 100,000 pageviews

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 23,900,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		5. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการผลิต/ออกแบบ/สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อในตลาดเป้าหมาย อันจะเป็นการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย 6. สร้างภาพลักษณ์ และประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 7. เพื่อแสดงศักยภาพของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น 8. ประชาสัมพันธ์ย่านการค้า และงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับอย่างยั่งยืน 9. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้นำ trend สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย รวมทั้งการสร้างแบรนด์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก 10. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลางมีโอกาสขยายตลาดไปยังต่างประเทศ วิธิตำเนินการ 1. การส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม (Country Image) และ ปรับปรุงและพัฒนางาน Bangkok Gems & Jewelry Fair (BGJF) 2. การเจาะตลาดที่มีศักยภาพ (Deepening potential Markets) 3. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 4. การแสวงหาวัตถุดิบอัญมณี (Gemstone) การประมวลวัตถุดิบอัญมณี			
4	2568-91-E2T5-0030	โครงการขยายช่องทางและโอกาสทางการตลาดสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อพัฒนาศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นไทย 2. เพื่อเร่งรัดการส่งออก เพิ่มโอกาสการขยายตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ 3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	กิจกรรมที่ 1 : กิจกรรมการจ้างที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญ รวบรวมข้อมูลสินค้าตลาดเฉพาะกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพ - ค่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ/ค่าจ้างที่ปรึกษา	3,900,000 1,000,000 1,000,000	ตัวชี้วัด - รายงานการตลาดเชิงลึกกลุ่มสินค้าตลาดเฉพาะใหม่ที่มีศักยภาพในตลาดโลกเพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางให้ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นในการขยายตลาดเจาะกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 23,900,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		4. เพื่อขยายมูลค่าการส่งออก วิธีดำเนินการ 1. จัดผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดศึกษาและรวบรวมข้อมูล กลุ่มตลาดเฉพาะใหม่ๆที่มีศักยภาพ พร้อมแนวทางการเข้าสู่ตลาด คุณลักษณะเฉพาะของสินค้า ตลาดเป้าหมาย และความต้องการของผู้บริโภคเพื่อเป็นข้อมูลให้กรมฯ และผู้ประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะใหม่ๆที่มีศักยภาพต่อไป 2. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตลาดกลุ่มสินค้าตลาดเฉพาะ ทั้งกลุ่มสินค้าเดิม เช่น กลุ่มสินค้าสัตว์เลี้ยงแม่และเด็ก Glamping และกลุ่มสินค้าใหม่ๆ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างประเทศ การเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok 3. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ สินค้าตลาดเฉพาะไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ	กิจกรรมที่ 2 : กิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้สินค้าตลาดเฉพาะในเวียดนาม 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าธรรมเนียม กิจกรรมที่ 3 : กิจกรรมการรับรู้สินค้าส่งเสริมการขายตลาดต่างประเทศสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ และ OTOP ในงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 1. ค่าจ้างเหมาบริการ	2,000,000 1,990,000 10,000 900,000 900,000	ตัวชี้วัด - สร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้บริโภคเวียดนามได้ 150,000 ราย - การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าไทยและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคเวียดนาม - เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดไทยในเวียดนาม ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท
รวม 4 โครงการ				23,900,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 96,034,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0031	โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมการนำรายได้เข้า 2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือ/สร้างพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและต่างชาติ 3. เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยได้ศึกษาลู่ทางและเตรียมความพร้อมในการขยายสู่ตลาดต่างประเทศ 4. เพื่อช่วยต่อยอด/สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการอื่นๆ วิธีดำเนินการ นำคณะผู้ประกอบการธุรกิจเทคสตาร์ทอัพไทยไปนำเสนอผลงาน/แนวคิดแก่นักลงทุนประเทศเยอรมนี เพื่อสร้างโอกาสที่จะหาเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจเป็นเวทีในการส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพของธุรกิจเทคสตาร์ทอัพไทยสู่นักลงทุนต่างชาติ	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการ Tech Startup ในเอเชียตะวันออก 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 4. ค่าธรรมเนียมขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน	3,122,000 900,000 1,992,000 225,000 5,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 96,034,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
2	2568-91-E2T5-0032	โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ (ฮ่องกง) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อพัฒนา/ส่งเสริม/สนับสนุนบริการไทยมีศักยภาพเพื่อการค้าระหว่างประเทศปรับตัวและมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก 2. ส่งเสริมการทำตลาดและขยายธุรกิจบริการไทยไปต่างประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงาน Focal Point และหน่วยงานสนับสนุน 3. ส่งเสริมการสอดแทรก Soft Power ในธุรกิจภาพยนตร์แอนิเมชัน ละคร ซีรีส์ เพื่อให้ธุรกิจบริการและธุรกิจที่สอดแทรก Soft Power ช่วยต่อยอด/สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการอื่นๆ 4. ส่งเสริมภาพลักษณ์และแสดงศักยภาพของธุรกิจบริการไทยสู่สายตานานาชาติ 5. ร่วมเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศด้วยพลังสร้างสรรค์ วิธิตำเนินการ จัดจ้างสำหรับเตรียมการจัดกิจกรรม ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงานมาก เพื่อให้เกิดประโยชน์และผลสัมฤทธิ์สูงสุดในการแสดงศักยภาพอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ แอนิเมชัน อาทิ จัดทำ VTR / การเชิญแขกสำคัญๆ ต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฯ (ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ผู้สร้าง/นักลงทุน/สื่อมวลชน) การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย และกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2025 (FILMART 2025) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 5. ค่าธรรมเนียมขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบันเทิงไทยและสร้างเครือข่าย (Thai Night) ในงาน Hong Kong International Film & TV Market 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่ำม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 7. ค่าธรรมเนียมขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมส่งเสริมมวยไทยในประเทศเดนมาร์ก (Muay Thai Openhouse) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมส่งเสริมมวยไทย Festival ในยุโรป (ประเทศสเปน) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมส่งเสริมมวยไทย Festival ในยุโรป (เยอรมนี) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	4,076,000 2,000,000 2,000,000 1,000 72,000 3,000 29,795,000 4,570,000 20,000,000 238,000 2,000,000 7,000 2,968,000 12,000 3,669,000 500,000 2,500,000 669,000 3,690,000 500,000 2,500,000 690,000 3,682,000 500,000 2,500,000 682,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 1,200 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าร่วมงาน 800 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าร่วมงาน 150 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าร่วมงาน 300 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 1 ล้านบาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 96,034,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		รวมถึงกิจกรรม Networking Reception	กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทยผ่าน Soft Power ละครซีรีส์ไทย 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 4. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	45,000,000 41,800,000 308,000 2,843,900 48,100	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : สร้างการรับรู้สินค้าไทยผ่านละครซีรีส์ไทย 5,000,000 ครั้ง เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจา 100 ล้านบาท
3	2568-91-E2T5-0033	โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ เพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยในการขยายเครือข่ายธุรกิจโลจิสติกส์และการให้บริการไปยังต่างประเทศและการค้าระหว่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องให้สามารถเตรียมความพร้อมรองรับการแข่งขันในประเทศและในภูมิภาค อาเซียน 2. เพื่อให้ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและการยกระดับการบริการให้สามารถแข่งขันในเวทีโลกได้ 3. เพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยในการขยายเครือข่ายธุรกิจโลจิสติกส์และการให้บริการไปยังต่างประเทศ วิธีดำเนินการ จัดกิจกรรม Symposium โดยกำหนดหัวข้อและเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โลจิสติกส์ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เชิญวิทยากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาคและระดับโลก มาถ่ายทอดความรู้และแบ่งปันประสบการณ์ให้แก่ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ของไทยและผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมเสวนานานาชาติ (Symposium) ด้านโลจิสติกส์การค้าระหว่างประเทศ 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน	3,000,000 800,000 2,200,000 700,000 1,500,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 80 ราย
รวม 3 โครงการ				96,034,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
หน่วยงาน : สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 9,900,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T6-0001	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ สู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) วัตถุประสงค์ 1.เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ และส่งเสริมผู้ประกอบการไทย ให้ประสบความสำเร็จในการ ทำการตลาดยุคใหม่ 2.เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้าง เครือข่าย (Network) ทางธุรกิจทางการค้าระหว่าง ประเทศทั้งในประเทศ และต่างประเทศ 3.เพื่อเสริมสร้างและพัฒนา ศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดโอกาสในการต่อยอด สู่การค้าระหว่างประเทศ 4.เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการ ให้บริการประชาชน การให้ ความรู้ และการพัฒนา ผู้ประกอบการระหว่างประเทศ อย่างต่อเนื่อง โดยการใช้ Big Data Analytics วิธีดำเนินการ บริหาร พัฒนาศักยภาพ และจัดการด้านฝึกอบรม สำหรับ ผู้ประกอบการ ผู้ขอรับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่าง ประเทศ พร้อมต่อยอดให้เกิด โอกาสด้านการค้าระหว่างประเทศ	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมติดตามและประเมินผล เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ 1. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์การพัฒนาผู้ประกอบการ การค้ายุคใหม่ 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	9,900,000 4,900,000 4,900,000 5,000,000 5,000,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : เปิดโอกาสผู้ประกอบการ ไปดำเนินธุรกิจการค้า ระหว่างประเทศ เชิงปริมาณ : ติดตามและประเมิน ผลผู้ผ่านการฝึก อบรมหลักสูตรต่างๆ ของสถาบันฯ จำนวน 3,000 ราย ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดผู้ติดตาม รายใหม่จำนวน 4,000 ราย
รวม 1 โครงการ				9,900,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 10,300,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T6-0002	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล วัตถุประสงค์ 1. เพื่อรวบรวม จัดเก็บข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ผ่านการลงทะเบียนเข้าชมงานแสดงสินค้า 2. เพื่อบริหารงานลงทะเบียนผู้เข้าชมงาน (Visitor) ทั้งการลงทะเบียนล่วงหน้า เข้าชมงานแสดงสินค้า และในช่วงการจัดงานให้ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ 3. เพื่อนำข้อมูลพฤติกรรม การเข้าเยี่ยมชมงานฯ ของผู้เข้าชมงานฯ มาวิเคราะห์แนวโน้มความสนใจของผู้เข้าชมงาน อาทิ การเข้า-ออกบริเวณจัดแสดงสินค้า การเข้าร่วมกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์ต่อยอดพัฒนาการจัดงานแสดงสินค้า และส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทย ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการบริหารจัดการงานลงทะเบียนฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น วิธีการดำเนินงาน 1. ศึกษาการใช้งานระบบลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติของกรม รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยและถ่ายทอดให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการลงทะเบียนให้สามารถใช้ระบบฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. บริหารจัดการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะข้อมูลผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าต่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนล่วงหน้า (Pre-registration) 3. บริหารจัดการงานลงทะเบียนเข้างานแสดงสินค้า ในช่วงการจัดงาน (Onsite Registration) ที่สนับสนุนการรักษาความปลอดภัยให้ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย ได้แก่ จัดหาและติดตั้งระบบเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานลงทะเบียน จัดหาบุคลากรปฏิบัติหน้าที่ให้บริการงานลงทะเบียน จัดทำบัตรเข้างาน (Badge) พร้อมสายคล้อง 4. สรุปผลจำนวนผู้เข้าชมงาน ภาพรวมประจำวันและผลการเข้าชมงานโดยละเอียด 5. จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 6. ลงสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่เหมาะสม อาทิ สื่อออนไลน์โซเชียลมีเดีย	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2568 (ครั้งที่ 1) - ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า THAIFEX HOREC ASIA 2025 - ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอาหาร ปี 2568 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2025) - ค่าจ้างเหมาบริการ	9,500,000 4,500,000 4,500,000 2,000,000 2,000,000 3,000,000 3,000,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ใช้ระบบลงทะเบียนเข้าชมงาน 20,000 ราย เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจร้อยละ 90 ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ใช้ระบบลงทะเบียนเข้าชมงาน 5,000 ราย เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจร้อยละ 90 ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ใช้ระบบลงทะเบียนเข้าชมงาน 70,000 ราย เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจร้อยละ 90

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 10,300,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
2	2568-91-E2T6-0003	โครงการประชาสัมพันธ์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ วัตถุประสงค์ 1. เผยแพร่ข้อมูล/ข่าวสารด้านการค้าระหว่างประเทศให้สามารถเข้าถึงประชาชนในทุกภาคส่วนได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบวงจร 2. เพื่อขยายและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการของภาครัฐ โดยเฉพาะบริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้ภาคประชาชนและธุรกิจรับรู้ถึงบริการและช่องทางการให้บริการดิจิทัลในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น 3. เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรม โดยเฉพาะในด้านการให้บริการของรัฐ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาบริการดิจิทัลตามนโยบาย e-Government วิธีดำเนินการ 1. จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์บริการด้านการค้าระหว่างประเทศของ DITP Service Center รวมถึงบริการดิจิทัล โดยอาจอยู่ในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ อาทิ แผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ในช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ 2. ลงสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่เหมาะสม อาทิ สื่อออนไลน์โซเชียลมีเดีย	- ค่าจ้างเหมาบริการ	800,000 800,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : สร้างการรับรู้ให้ประชาชนและภาคธุรกิจ 1,000 ราย
รวม 2 โครงการ				10,300,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 53,500,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T7-0001	โครงการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์สินค้าและบริการ ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ตามยุทธศาสตร์ผ่านสื่อมวลชน ต่างประเทศ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและ บริการในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ของไทยในตลาดต่างประเทศ 2. เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และแนวทางในการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพ ลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการ ไทยในต่างประเทศ กับสื่อมวลชน ต่างชาติ 3. เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าของ ผู้ส่งออกไทยผ่านการ ประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชน ต่างประเทศ วิธีการดำเนินการ 1. กำหนดกิจกรรมที่สำคัญและมี ประเด็นให้เป็นที่น่าสนใจของสื่อมวล ชนต่างประเทศ 2. คัดเลือกสื่อมวลชนต่างประเทศ 3. เตรียมข้อมูล นิตยหมายและ ประสานงานผู้เกี่ยวข้อง 4. ประสานงานและอำนวยความสะดวก ให้แก่สื่อมวลชน ต่างประเทศ	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 71 (Bangkok Gems and Jewelry Fair) 1. ค่าจ้างเหมา 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 2 งานแสดงสินค้า STYLE BANGKOK 2025 1. ค่าจ้างเหมา 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 3 งานแสดงสินค้าอาหาร 2568 1. ค่าจ้างเหมา 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 4 งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 72 (Bangkok Gems and Jewelry Fair) 1. ค่าจ้างเหมา 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 5 ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ประเทศผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์รวมของสินค้าและ บริการของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ในต่างจังหวัด 1. ค่าจ้างเหมา 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	10,000,000 2,000,000 686,533 324,000 989,467 2,000,000 686,533 324,000 989,467 2,000,000 686,533 324,000 989,467 2,000,000 686,533 324,000 989,467	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งใน การรับรู้ไม่น้อย ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งใน การรับรู้ไม่น้อย ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งใน การรับรู้ไม่น้อย ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งใน การรับรู้ไม่น้อย ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งใน การรับรู้ไม่น้อย ไม่น้อยกว่า 2,000,000 ครั้ง
2	2568-91-E2T7-0002	โครงการเผยแพร่ข้อมูลการ ส่งออกสินค้าและบริการของไทย ทั้งในและต่างประเทศ ผ่านสื่อมวลชนสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อนำความรู้และข้อมูลที่ได้ รับจากการเดินทางมาเผยแพร่ให้ ผู้ส่งออก/ผู้ประกอบการไทยได้ รับรู้ถึงทิศทางการเคลื่อนไหว ของคู่ค้า/คู่แข่ง เกิดการพัฒนา	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมจัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคจีน) 1. ค่าล่ำม 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	8,928,405 2,006,055 240,000 336,000 15,555 1,414,500	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 53,500,000 บาท

ที่	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
	สินค้าและบริการของไทย เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดโลก และเป็นการเสริมสร้างการ ยอมรับและความเชื่อมั่น ของประเทศคู่ค้า 2. เพื่อให้ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทย มีศักยภาพและขีดความสามารถ ในการดำเนินธุรกิจระหว่าง ประเทศสูงขึ้น วิธีการดำเนินการ 1. กำหนดกิจกรรมที่สำคัญและ คัดเลือกสื่อมวลชนให้เหมาะสม กับกิจกรรม 2. เตรียมข้อมูลและนัดหมาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 3. ประสานงานและอำนวยความสะดวก ให้แก่นักข่าวที่ เผยแพร	กิจกรรมที่ 2 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคตะวันออกกลาง) 1. ค่าล่ำม 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	664,000 80,000 56,000 10,000 518,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
		กิจกรรมที่ 3 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคอเมริกา) 1. ค่าล่ำม 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	1,006,250 100,000 28,000 10,000 868,250	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
		กิจกรรมที่ 4 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคอินเดีย) 1. ค่าล่ำม 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	537,000 60,000 28,000 10,000 439,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
		กิจกรรมที่ 5 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคญี่ปุ่น) 1. ค่าล่ำม 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	749,600 80,000 56,000 10,000 603,600	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
		กิจกรรมที่ 6 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ฝรั่งเศส) 1. ค่าล่ำม 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	1,155,400 100,000 28,000 10,000 1,017,400	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
		กิจกรรมที่ 7 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (เกาหลีใต้) 1. ค่าล่ำม 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	571,000 80,000 28,000 5,000 458,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 53,500,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
			กิจกรรมที่ 8 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ซาอุดีอาระเบีย) 1. ค่าล่ำม 80,000 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 28,000 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 10,000 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 413,500	531,500	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
			กิจกรรมที่ 9 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางต่างประเทศ (ภูมิภาคแอฟริกาใต้) 1. ค่าล่ำม 100,000 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 28,000 3. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน) 10,000 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 1,108,000	1,246,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
			กิจกรรมที่ 10 จัดคณะสื่อมวลชนร่วมคณะผู้บริหารระดับสูง เดินทางในประเทศ 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 461,600	461,600	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : การเผยแพร่ข่าว กิจกรรมภายใต้ โครงการอย่างน้อย ร้อยละ 100 ของ สำนักข่าวที่เข้า ร่วมกิจกรรม
3	2568-91-E2T7-0003	โครงการสร้างเครือข่าย จัดแถลงข่าวและกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แนวนโยบาย กลยุทธ์ กระบวน การดำเนินงานและมาตรการต่างๆ รวมถึงข้อมูลที่ต้องและเป็น ประโยชน์เชิงธุรกิจการค้าให้แก่ สื่อมวลชน ผู้ส่งออก ผู้ประกอบ การไทย และประชาชนที่สนใจ ประกอบธุรกิจส่งออก ให้สามารถ แข่งขันในเวทีการค้าโลกได้ 2. เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านการ ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศให้แก่สื่อมวลชน ผู้ส่งออก ผู้ประกอบการไทยและ ประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ ส่งออกมีความเข้าใจถึงการปฏิบัติ งานของกรมฯและพร้อมที่จะให้ ความร่วมมือ/เข้าร่วมกิจกรรม	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมสร้างเครือข่าย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า และบริการของไทย 1. ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน 2,000,000 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 340,800 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 341,280 4. ค่าวัสดุ 220,520 กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมแถลงข่าว เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า และบริการของไทย 1. ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน 2,189,195 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 340,800 3. ค่าวัสดุ 230,000	10,071,595 2,902,600 2,000,000 340,800 341,280 220,520 2,759,995 2,189,195 340,800 230,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนการรับรู้ ของกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 3,000,000 ครั้ง ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1) จำนวนข่าวที่ได้ รับการเผยแพร่ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90 ของสื่อมวลชน เข้าร่วมงาน 2) จำนวนการรับรู้ ของกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 3,000,000 ครั้ง

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 53,500,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		3. เพื่อให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ถูกต้องแม่นยำ และเป็นประโยชน์กับประชาชนและผู้สนใจ 4. เพื่อให้ผู้ส่งออก/ผู้ประกอบการไทยมีความเข้าใจถึงการปฏิบัติงานของกรมฯพร้อมที่จะให้ความร่วมมือ/เข้าร่วมกิจกรรม 5. เพื่อสร้างเครือข่ายด้านการค้าระหว่างประเทศ แก่ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ สื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการค้าระหว่างประเทศ วิธีการดำเนินการ 1. วิเคราะห์ สร้างภาพลักษณ์และเผยแพร่ข่าวแก่สื่อมวลชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2. กำหนดกิจกรรมที่สำคัญและมีประเด็นให้เป็นที่น่าสนใจของสื่อมวลชนและสาธารณชน 3. เตรียมการแถลงข่าว (ข้อมูลนัดหมายผู้เกี่ยวข้อง ห้องประชุม ฯลฯ) 4. ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชน 5. ติดตามผลการเสนอข่าวที่เผยแพร่ 6. จัดกิจกรรมเพื่อสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ในองค์กร 7. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สรุปการดำเนินกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ผล/ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่างๆ	กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย 1.ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	4,409,000 4,409,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 4,000,000 ครั้ง
4	2568-91-E2T7-0004	โครงการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์กรมฯ ด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมฯ (Corporate Image) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศแก่กลุ่มเป้าหมาย 2. เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกรมฯ ที่ดำเนินการทั้งในประเทศและต่างประเทศในภาพรวม 3. เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร 4. เพื่อขยายช่องทางสื่อสารออนไลน์ และ เพิ่มจำนวนผู้สนใจเกี่ยวกับการค้าการลงทุนกับประเทศไทย รวมไปถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างการรับรู้ของกรมฯ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ตรงและชัดเจนมากขึ้น 5. เผยแพร่ความเคลื่อนไหวทางการตลาดและกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลที่มีความสะดวกและรวดเร็ว	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลกิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมฯ ในรูปแบบเสียง (Podcast) 1.ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมฯ ผ่านช่องทางออนไลน์ 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมผลิตสื่อแผ่นพับเพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์กรมฯ และสินค้า/บริการของไทย เพื่อเพิ่มศักยภาพการเข้าถึงและขยายตลาดกลุ่มเป้าหมาย 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมจัดเก็บและประเมินผลการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการค้าระหว่างประเทศเพื่อจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ และช่องทางการประชาสัมพันธ์ในเทคโนโลยีสื่อใหม่ของกรมฯ (Social Listening) 1. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมจัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ประกอบการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์กรมฯ 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	3,500,000 500,000 450,000 50,000 500,000 375,000 125,000 500,000 1,000,000 1,000,000 500,000 500,000	ตัวชี้วัด - จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 500,000 ครั้ง - ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80 ตัวชี้วัด - จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 500,000 ครั้ง ตัวชี้วัด - ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80 ตัวชี้วัด - ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80 ตัวชี้วัด - ความพึงพอใจของผู้รับรู้สื่อร้อยละ 80

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 53,500,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		วิธีการดำเนินงาน 1. จัดทำแนวคิดและแผนประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์กรมฯ ด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ 2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆทั้งสื่อดั้งเดิม และสื่อออนไลน์ 3. เผยแพร่สื่อดังกล่าวให้กลุ่มเป้าหมายอันได้แก่ ผู้ประกอบการนักธุรกิจ หรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องด้านการค้าต่างๆ ได้รับทราบอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ทั้งยังเกิดความเข้าใจและเชื่อมั่นในสินค้าและธุรกิจบริการของไทย 4. การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้วิธีประเมินที่เชื่อถือได้	กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่องานสื่อสารองค์กร ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์และการเข้าถึงบริการต่างๆ ของกรมฯ 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	500,000 500,000	ตัวชี้วัด - ความพึงพอใจของผู้รับรู้อ้อยละ 80
5	2568-91-E2T7-0005	โครงการเสริมสร้างศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยภายใต้แคมเปญ "THINK THAILAND" วัตถุประสงค์ 1) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าและสร้างความเชื่อมั่นของสินค้าไทยให้แก่ผู้นำเข้า ผู้ซื้อ ผู้บริโภคในตลาดทั้งในและต่างประเทศ 2) เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านสินค้าและบริการของคลัสเตอร์สำคัญของไทย กระตุ้นให้เกิดกิจกรรมด้านการส่งออกเพิ่มขึ้น 3) เพื่อสร้างการรับรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยในแง่มุมใหม่ ๆ และสร้างให้เกิดกระแสในการบริโภคสินค้าและบริการของไทยเพิ่มมากขึ้น วิธีการดำเนินงาน 1. จัดทำแนวคิดและแผนประชาสัมพันธ์ (Campaign) หรือเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน 2. นำเสนอสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับคลัสเตอร์เป้าหมาย และคลัสเตอร์ที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 3. ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์พร้อมวีดิโอภาพประกอบ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ 4. การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีประเมินที่เชื่อถือได้	กิจกรรมย่อยที่ 1 กิจกรรมผลิตพร้อมเผยแพร่ข้อมูลด้านสินค้าและบริการไทยของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมย่อยที่ 2 กิจกรรมประชาสัมพันธ์แคมเปญ THINK THAILAND ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด (Content Marketing) เพื่อเสริมสร้างและต่อยอดกระแสให้เกิดความนิยมสินค้าและบริการไทย 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	6,000,000 3,000,000 2,850,000 150,000 3,000,000 2,850,000 150,000	ตัวชี้วัด เติบโตปริมาณ : จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 3,000,000 ครั้ง ตัวชี้วัด เติบโตปริมาณ : 1) จำนวนการรับรู้ในการดำเนินโครงการ 3,000,000 ครั้ง 2) มียอดผู้เข้าชมในสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน KOL รวมกันไม่น้อยกว่า 250,000 ครั้ง

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 53,500,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
6	2568-91-E2T7-0006	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยในตลาดต่างประเทศ (Country Image) วัตถุประสงค์ 1) เพื่อสนับสนุน ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล และนโยบายกระทรวงพาณิชย์ ทำให้เกิดกระแสความต้องการและการเพิ่มมูลค่าด้านการส่งออก รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน 2) เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ 3) เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการค้าผ่านช่องทางต่างๆ วิธีการดำเนินงาน 1. จัดทำแนวคิดและแผนประชาสัมพันธ์หรือเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน 2. ผลิต Content พร้อมภาพประกอบ (นิ่ง และเคลื่อนไหว) เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางใหม่ๆ 3. เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆที่เหมาะสม 4. การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีประเมินที่เชื่อถือได้	1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	3,500,000 3,400,000 100,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1) จำนวนการรับรู้ในการดำเนิน โครงการ 3,000,000 ครั้ง 2) จำนวนความพึงพอใจของผู้รับรู้ สัณยสิทธิ์ 75
7	2568-91-E2T7-0007	โครงการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์สร้างภาพลักษณ์ ขยายการรับรู้ของพ่อค้าชาวเอเชียเพื่อเสริมศักยภาพด้านการแข่งขันในเวทีการค้าโลกผ่านสื่อสังคมออนไลน์และผู้นำทางความคิดเห็นนานาชาติ (International KOL/Influencer) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อขยายโอกาสการรับรู้ผ่านสื่อสร้างสรรคบนโลกออนไลน์ให้สอดคล้องกับนโยบายปี 2567 ถึง 2568 ในด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ เพื่อสนับสนุนพ่อค้าชาวเอเชีย ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย กลยุทธ์ทางการสื่อสารออนไลน์ (Strategic Digital Communication) ผ่านตัวแทน (KOL/Influencer) บนโลกโซเชียลมีเดีย และ สื่อโฆษณาออนไลน์ (Social Media Ads Management) 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์และเสริมสร้างการรับรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการของไทย 3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อออนไลน์ 4. เพื่อผลักดันให้เกิดกิจกรรมการตลาดการส่งออก และนำไปสู่การขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศให้สูงขึ้น วิธีการดำเนินงาน - เป็นการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่าน Influencer ที่มีชื่อเสียง	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมสร้างการรับรู้ในการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ ผ่านสื่อดิจิทัล 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมผลิตสารคดีของพ่อค้าชาวเอเชียเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้นำเข้าสินค้าไทยสำหรับเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศผ่านช่องทาง Social Media 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยต่อยอดแคมเปญ Next Level Thai ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อ Social Media 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมสร้างภาพลักษณ์เพื่อผลักดันและต่อยอดสินค้าและบริการของไทยผ่านสื่อดิจิทัล 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	11,500,000 4,800,000 4,200,000 600,000 3,000,000 2,500,000 500,000 2,500,000 2,000,000 500,000 1,200,000 1,150,000 50,000	ตัวชี้วัด - จำนวนการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 9,800,000 ครั้ง ตัวชี้วัด - จำนวนการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 3,000,000 ครั้ง ตัวชี้วัด - จำนวนการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 2,500,000 ครั้ง ตัวชี้วัด - จำนวนการรับรู้ (Impression) ไม่ต่ำกว่า 1,200,000 ครั้ง
รวม 7 โครงการ				53,500,000	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 48,600,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T7-0008	โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านการค้าและบริการ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการจากประเทศไทยมากขึ้น โดยต่อยอดสร้างการจดจำภาพลักษณ์แหล่งกำเนิดสินค้าจากจากประเทศไทย 2. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ด้านการค้าของประเทศไทย และภาพลักษณ์สินค้า/บริการของไทยในมิติต่างๆ ทั้งในด้านคุณภาพ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสังคม การใช้แรงงานที่เป็นธรรมด้านการออกแบบที่ดีและด้านอัตลักษณ์ของความเป็นไทย รวมทั้งภาพลักษณ์ประเทศไทยและองค์กรธุรกิจที่มีเป้าหมายสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 3. เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการส่งออกสินค้าและบริการดีเด่นที่มีการริเริ่มและพยายามบุกเบิกกว้างขวาง ได้รับการยอมรับจนเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ 5. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า วิธีดำเนินการ ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการจากประเทศไทยในมิติต่างๆ ทั้งในด้านคุณภาพและการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสังคม การใช้แรงงานที่เป็นธรรม ด้านการออกแบบที่ดีและด้านอัตลักษณ์ของความเป็นไทย รวมทั้งผู้ประกอบการส่งออกไทยดีเด่น ประกอบด้วย 2 โครงการ ดังนี้	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผ่านตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark) 1.1 กิจกรรมการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผ่านตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark(T Mark) แบบครบวงจร ปี 2568 1. ค่าเช่าพื้นที่ 300,000 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 950,000 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 3,350,000 1.2 กิจกรรมการต่ออายุเครื่องหมาย T Mark ในต่างประเทศ ญี่ปุ่น / ฟิลิปปินส์ / ไต้หวัน / จีน / ซิลี / เกาหลีใต้ / ลาว 7 ประเทศ 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 719,550 1.3 กิจกรรมปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ T Mark 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 500,000 1.4 กิจกรรม Instore Promotion ในประเทศ 1. ค่าเช่าพื้นที่ 500,000 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 500,000 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 3,500,000 1.5 จัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ รวม 8 แห่ง 1.5.1 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในประเทศ 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 300,000 1.5.2 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ (เวียดนาม / เติ๋นเจี๋ย / คูหนิง / เจนไน / นิวเดลี / เนปาล) 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 7,000,000 2. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 596,400 1.5.3 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ T Mark ในต่างประเทศ (สเปน) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 500,000 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 500,000 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 3,600,000 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 284,050 1.5.4 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ (สหรัฐอเมริกาบราซิล) 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 500,000 กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมการค้าภายใต้รางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น ปี 2568 (Prime Minister's Export Award 2025) 2.1 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมผู้ได้รับรางวัล Prime Minister's Export Award 2024 2.1.1 คำนวณเสนอกรอบแนวคิดหลัก 100,000 2.1.2 คำนวณแผนกลยุทธ์สร้างการรับรู้ ความคิดสร้างสรรค์ในการเผยแพร่เนื้อหา 200,000 2.1.3 ค่าผลิตสื่อวีดิทัศน์และลงสื่อออนไลน์ 1,800,000 2.1.4 จัดทำบทความและลงสื่อออนไลน์ 300,000 2.1.5 ค่าติดตามและประสานงานผู้ได้รับรางวัล 50,000	23,600,000 4,600,000 300,000 950,000 3,350,000 719,550 719,550 500,000 500,000 4,500,000 500,000 500,000 3,500,000 13,280,450 300,000 300,000 7,596,400 7,000,000 596,400 4,884,050 500,000 500,000 3,600,000 284,050 500,000 500,000 25,000,000 2,450,000 100,000 200,000 1,800,000 300,000 50,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 350 ราย ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : - ผู้ประกอบการเข้าร่วม 202 ราย

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 48,600,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		1. โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผ่านตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T - การดำเนินงานในประเทศ เน้นการสร้างความเข้าใจให้กับผู้ผลิต/ผู้ส่งออกและเผยแพร่ตรา T Mark ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาในประเทศไทย - การดำเนินงานในต่างประเทศ เน้นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ตรา T Mark ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ในกลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติ ที่มีความนิยมสินค้าไทย โดยร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศและเครือข่ายผู้นำเข้าสินค้าไทยในต่างประเทศ อาทิ อินเดีย จีน ฮังการี อาเซียน และตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ อาทิ ตะวันออกกลาง กลางสเปน ในรูปแบบ Showcase หรือสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ KOL เป็นต้น	2.2 การจัดนิทรรศการ Prime Minister's Export Award 2025 ณ งาน Top Thai Brands 2.2.1 ค่าจ้างออกแบบนิทรรศการ PM's Export Award สำหรับใช้ตกแต่งในต่างประเทศ 2.2.2 ค่าจ้างดำเนินการขนส่งสินค้าไปจัดนิทรรศการในต่างประเทศ (เวียดนาม / เขียเหมิน / สิงคโปร์ / จีน / นิวเดลี / เนปาล) 2.2.3 ค่าตกแต่งนิทรรศการ PM's Export Award ในงาน Top Thai Brands และ/หรือ Thailand Week ในเอเชีย 2.2.4 ค่าที่พัก 2.2.5 ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน 2.2.6 ค่าเบี้ยเลี้ยงระดับชำนาญการพิเศษลงมา 2.2.7 ค่าพาหนะในต่างประเทศ 2.2.8 ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง 2.3 การจัดนิทรรศการ และจัดกิจกรรมพิเศษ Prime Minister's Export Award ในงาน Salon Gourmet ณ กรุงมาดริด สเปน 2.3.1 ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และลงสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ 2.3.2 ค่าจ้างเหมาบริการ 2.3.3 ค่าเช่าพื้นที่ 2.3.4 ค่าที่พัก 2.3.5 ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน 2.3.6 ค่าเบี้ยเลี้ยงระดับชำนาญการพิเศษลงมา 2.3.7 ค่าพาหนะในต่างประเทศ	7,723,800 250,000 2,800,000 4,000,000 300,000 240,000 84,000 40,800 9,000	
		2. โครงการส่งเสริมการค้าภายใต้รางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น ปี 2568 (Prime Minister's Export Award 2025) วงเงิน 25,000,000 โดยดำเนินการ ดังนี้ (1) การพิจารณารางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น (Prime Minister's Export Award) - การจัดแถลงข่าว - การจัดกิจกรรมแนะนำผู้ประกอบการที่สนใจสมัครรับรางวัล - การคัดกรองผู้สมัคร และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการก่อนเดินทางตรวจสถานประกอบการ - การพิจารณารางวัลและตัดสินผู้ได้รับรางวัล - การจัดพิธีมอบรางวัลพร้อมนิทรรศการแสดงผลงานที่ได้รับรางวัล	2.4 กิจกรรมโครงการรางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น ปี 2568 (Prime Minister's Export Award 2025) 2.4.1 ค่าซื้อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการในประเทศ 2.4.2 ค่าวางแผนกลยุทธ์ ค่าจัดทำแนวคิด และค่าออกแบบ Key Visual 2.4.3 ค่าออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตลอดโครงการ 2.4.4 ค่าดำเนินการรับสมัคร 2.4.5 ค่าจัดกิจกรรมงานแถลงข่าว 2.4.6 ค่าจัดกิจกรรมแนะนำการสมัคร 2.4.7 ค่าจัดกิจกรรมแนะนำผู้สมัครรูปแบบออนไลน์ 6 ประเภทรางวัล (6 ครั้ง) 2.4.8 ค่าดำเนินการพิจารณารางวัล 2.4.9 ค่าออกแบบและจัดทำ PM's Export Award Directory 2.4.10 ค่าจัดทำจุลสาร 2.4.11 ค่าจัดทำการ์ดเชิญเข้าร่วมพิธีมอบรางวัลฯ 2.4.12 ค่าจัดทำโลโก้ 2.4.13 ค่าออกแบบและจัดทำใบประกาศเกียรติคุณ 2.4.14 ค่าดำเนินการจัดพิธีมอบรางวัล 2.4.15 ค่าบริหารจัดการและประเมินผลโครงการ 2.4.16 ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2.4.17 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง (รถกรม) 2.4.18 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	4,714,925 340,000 3,200,000 960,000 65,625 110,000 29,400 9,900 9,861,275 500,000 300,000 500,000 300,000 530,000 430,000 250,000 714,000 250,000 100,000 100,000 72,000 24,000 2,260,000 267,275 1,514,000 25,000 1,725,000	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 48,600,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		- การคัดกรองผู้สมัคร และ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการก่อน เดินทางตรวจสถานประกอบการ - การพิจารณารางวัล และตัดสินผู้ได้รับรางวัล - การจัดพิธีมอบรางวัลพร้อม นิทรรศการแสดงผลงานที่ได้รางวัล (2) การจัดนิทรรศการ PM' s Export Award ในต่างประเทศ - นำผลงานที่ได้รับรางวัลไปจัด แสดงเพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้ซื้อใน ต่างประเทศ ในงาน TOP Thai Brand/Thailand week ภูมิภาคเอเชีย - การประชาสัมพันธ์ ทางสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ	2.5 โครงการปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ Prime Minister's Export Award 2.5.1 คำนวณเสนอแผนการดำเนินโครงการ 2.5.2 ค่าปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ Prime Minister's Export Award 2.5.3 ค่าดำเนินการประสานงาน	250,000 10,000 220,000 20,000	
รวม 1 โครงการ				48,600,000	

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T8-0004	โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการงบประมาณส่วนเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบลงทุน) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อสนับสนุนการบริหารติดตามการดำเนินโครงการตามแผนงาน /ยุทธศาสตร์และประเมินประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณและผลการดำเนินงานของกองทุนฯ ได้อย่างเป็นระบบ 2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายและนโยบายของกองทุนฯ วิธีการดำเนินงาน 1. สำรวจ รวบรวม วิเคราะห์รายละเอียดความต้องการ ได้แก่ ได้แก่ 1) การกำหนดกรอบสนับสนุนและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง 2) การยื่นคำขอโครงการและแผนการใช้จ่ายเงิน 3) การขออนุมัติ ปรับปรุง/แก้ไขแผนการใช้จ่ายโครงการและการปรับปรุง/แก้ไขแผนการใช้จ่าย 4) การจัดสรรเงิน 5) การติดตามการดำเนินโครงการ และการรายงานผล 2. จัดทำระบบบริหารจัดการงบประมาณ 3. ทดสอบระบบร่วมกับเจ้าหน้าที่หรือผู้แทนกองทุนฯ 4. ติดตั้งระบบ 5. จัดทำคู่มือการใช้งาน 6. ฝึกอบรมผู้ใช้งาน	- ค่าจ้างเหมาบริการ - ขอยยกรอกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายในปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินโครงการ 2 ปีงบประมาณ ต.ค. 67 - ก.ย. 69 (ปีงบประมาณ 2568 - 2569)	4,000,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : 1.ระบบสามารถสนับสนุนการบริหารติดตามดำเนินการโครงการได้อย่างเป็นระบบ 2.สามารถใช้ระบบเป็นฐานข้อมูลเพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้จ่ายได้ เชิงปริมาณ : 1.สามารถลดภาระงานได้ภายในระยะเวลา 1 ปี 2.สามารถติดตามการดำเนินงานของโครงการได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90
รวม 1 โครงการ				4,000,000	

ประมาณการค่าใช้จ่ายโครงการการบริหารการดำเนินงานและการบริหารงานบุคคลของสำนักงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ปีงบประมาณ 2568 เงินกองทุนฯ งบทั่วไป (รหัสโครงการ 2568-91-E2T8-0002)

ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567

ที่	กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	วงเงิน						
1	กิจกรรมที่ 1 การบริหารการดำเนินงานกองทุนฯ								412,400
	1.1 การประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ (สยค.)	ค่าเบี้ยประชุม							180,500
		- ประธานกรรมการ	3,000	บาท	1	ราย	4	ครั้ง	12,000
		- คณะกรรมการ	2,400	บาท	12	ราย	4	ครั้ง	115,200
		ค่าอาหารว่าง	50	บาท	40	ราย	4	ครั้ง	8,000
		อาหารกลางวัน	150	บาท	40	ราย	4	ครั้ง	24,000
		ค่าธรรมเนียมโอนเงินของธนาคาร							500
		วัสดุ/เอกสารการประชุม	20,800	บาท					20,800
	1.2 การประชุมคณะทำงานกลั่นกรองโครงการฯ (สยค.)	ค่าเบี้ยประชุม							77,100
		- ประธานกรรมการ	2,000	บาท	1	ราย	4	ครั้ง	8,000
		- คณะกรรมการ	1,600	บาท	7	ราย	4	ครั้ง	44,800
		ค่าอาหารว่าง	50	บาท	40	ราย	4	ครั้ง	8,000
		อาหารกลางวัน	100	บาท	40	ราย	4	ครั้ง	16,000
		ค่าธรรมเนียมโอนเงินของธนาคาร							300
	1.3 การประชุมคณะทำงานพิจารณาร่างตัวชี้วัดกองทุนฯ และการประชุมอื่นๆ อาทิ การประชุมปรับปรุงความพึงพอใจ การประชุมบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน และการประชุมพิจารณากรอบอัตรากำลัง (สยค.)	ค่าเบี้ยประชุม							44,560
		- ประธานกรรมการ	2,000	บาท	1	ราย	2	ครั้ง	4,000
		- คณะกรรมการ	1,600	บาท	7	ราย	2	ครั้ง	22,400
		ค่าอาหารว่าง	50	บาท	20	ราย	6	ครั้ง	6,000
		อาหารกลางวัน	100	บาท	20	ราย	6	ครั้ง	12,000
		ค่าธรรมเนียมโอนเงินของธนาคาร							160
	1.4 การประชุมคณะทำงานพิจารณาหลักเกณฑ์ ประกาศ ข้อกำหนด ข้อบังคับ แนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สยค.)	ค่าเบี้ยประชุม							48,820
		- ประธานกรรมการ	2,000	บาท	1	ราย	3	ครั้ง	6,000
		- คณะกรรมการ	1,600	บาท	7	ราย	3	ครั้ง	33,600
		ค่าอาหารว่าง	50	บาท	20	ราย	3	ครั้ง	3,000
		อาหารกลางวัน	100	บาท	20	ราย	3	ครั้ง	6,000
		ค่าธรรมเนียมโอนเงินของธนาคาร							220
	1.5 การประชุมคณะทำงานกลั่นกรองงานด้านกฎหมาย กองทุนฯ (สยค.)	ค่าเบี้ยประชุม							48,820
		- ประธานกรรมการ	2,000	บาท	1	ราย	3	ครั้ง	6,000
		- คณะกรรมการ	1,600	บาท	7	ราย	3	ครั้ง	33,600
		ค่าอาหารว่าง	50	บาท	20	ราย	3	ครั้ง	3,000
		อาหารกลางวัน	100	บาท	20	ราย	3	ครั้ง	6,000
		ค่าธรรมเนียมโอนเงินของธนาคาร							220
	1.6 การจัดประชุมคณะทำงานประสานรายการทางบัญชีของกองทุนฯ (สยค.)	ค่าเบี้ยประชุม							12,600
		- ประธานกรรมการ	2,000	บาท	1	ราย	1	ครั้ง	2,000
		- คณะกรรมการ	1,600	บาท	6	ราย	1	ครั้ง	9,600
		ค่าเลี้ยงรับรอง	50	บาท	20	ราย	1	ครั้ง	1,000

ที่	กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	วงเงิน						
2	กิจกรรมที่ 2 การบริหารงานบุคคลและการเดินทางไปปฏิบัติราชการของสำนักงานกองทุนฯ								7,789,200
	2.1 ค่าตอบแทนพนักงานกองทุนฯ								5,001,600
									1,250,400
	- พนักงานกองทุนฯ (สยค.)	ค่าตอบแทนพนักงานกองทุนฯ	20,000	บาท	4	ราย	12	เดือน	960,000
		ค่าประกันสังคม	750	บาท	4	ราย	12	เดือน	36,000
		ค่าล่วงเวลา	4,000	บาท	4	ราย	12	เดือน	192,000
		ค่าเลื่อนค่าตอบแทน	1,000	บาท	4	ราย	12	เดือน	48,000
		เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน ร้อยละ 0.2	50	บาท	4	ราย	12	เดือน	2,400
		ค่าอบรมสัมมนา	3,000	บาท	4	ราย	1	เดือน	12,000
	- พนักงานกองทุนฯ (คลัง)								2,188,200
		ค่าตอบแทนพนักงานกองทุนฯ	20,000	บาท	7	ราย	12	เดือน	1,680,000
		ค่าประกันสังคม	750	บาท	7	ราย	12	เดือน	63,000
		ค่าล่วงเวลา	4,000	บาท	7	ราย	12	เดือน	336,000
		ค่าเลื่อนค่าตอบแทน	1,000	บาท	7	ราย	12	เดือน	84,000
		เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน ร้อยละ 0.2	50	บาท	7	ราย	12	เดือน	4,200
		ค่าอบรมสัมมนา	3,000	บาท	7	ราย	1	เดือน	21,000
	- พนักงานกองทุนฯ (พัสดุ)								625,200
		ค่าตอบแทนพนักงานกองทุนฯ	20,000	บาท	2	ราย	12	เดือน	480,000
		ค่าประกันสังคม	750	บาท	2	ราย	12	เดือน	18,000
		ค่าล่วงเวลา	4,000	บาท	2	ราย	12	เดือน	96,000
		ค่าเลื่อนค่าตอบแทน	1,000	บาท	2	ราย	12	เดือน	24,000
		เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน ร้อยละ 0.2	50	บาท	2	ราย	12	เดือน	1,200
		ค่าอบรมสัมมนา	3,000	บาท	2	ราย	1	เดือน	6,000
	- พนักงานกองทุนฯ (นิติกร)								625,200
		ค่าตอบแทนพนักงานกองทุนฯ	20,000	บาท	2	ราย	12	เดือน	480,000
		ค่าประกันสังคม	750	บาท	2	ราย	12	เดือน	18,000
		ค่าล่วงเวลา	4,000	บาท	2	ราย	12	เดือน	96,000
		ค่าเลื่อนค่าตอบแทน	1,000	บาท	2	ราย	12	เดือน	24,000
		เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน ร้อยละ 0.2	50	บาท	2	ราย	12	เดือน	1,200
		ค่าอบรมสัมมนา	3,000	บาท	2	ราย	1	เดือน	6,000
	- พนักงานกองทุนฯ (กตส.)								312,600
		ค่าตอบแทนพนักงานกองทุนฯ	20,000	บาท	1	ราย	12	เดือน	240,000
		ค่าประกันสังคม	750	บาท	1	ราย	12	เดือน	9,000
		ค่าล่วงเวลา	4,000	บาท	1	ราย	12	เดือน	48,000
		ค่าเลื่อนค่าตอบแทน	1,000	บาท	1	ราย	12	เดือน	12,000
		เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน ร้อยละ 0.2	50	บาท	1	ราย	12	เดือน	600
		ค่าอบรมสัมมนา	3,000	บาท	1	ราย	1	เดือน	3,000
	2.2 จ้างผู้ให้คำปรึกษากองทุนฯ	ค่าจ้างผู้ให้คำปรึกษากองทุนฯ	21,000	บาท	1	ราย	12	เดือน	252,000

ที่	กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย	วงเงินเสนอขอ						
	2.3 จ้างเหมาบริการ								2,085,600
	- จ้างเหมาบริการ (สยค.)								379,200
		ค่าจ้างเหมาบริการ	14,000	บาท	2	ราย	12	เดือน	336,000
		ค่าจ้างเหมาบริการ (เพิ่มเติม)	1,800	บาท	2	ราย	12	เดือน	43,200
	- จ้างเหมาบริการ (คลัง)								1,516,800
		ค่าจ้างเหมาบริการ	14,000	บาท	8	ราย	12	เดือน	1,344,000
		ค่าจ้างเหมาบริการ (เพิ่มเติม)	1,800	บาท	8	ราย	12	เดือน	172,800
	- จ้างเหมาบริการ (กตส.)								189,600
		ค่าจ้างเหมาบริการ	14,000	บาท	1	ราย	12	เดือน	168,000
		ค่าจ้างเหมาบริการ (เพิ่มเติม)	1,800	บาท	1	ราย	12	เดือน	21,600
	2.4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของกองทุนฯ	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของกองทุนฯ	450,000	บาท					450,000
3	กิจกรรมที่ 3 การติดตามประเมินผลโครงการที่ขอใช้เงินกองทุนฯ	โครงการติดตามประเมินผลโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ	1,200,000	บาท					1,200,000
4	กิจกรรมที่ 4 การบริหารงานบุคคลโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active)								
	- จ้างบุคลากรในเดือนตุลาคม 2567	ค่าจ้างเหมาบริการ	16,500	บาท	4	ราย	1	เดือน	66,000
รวมทั้งสิ้น 1 โครงการ (4 กิจกรรม)									9,467,600

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L8-0014	โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) วัตถุประสงค์ 1.เพื่อขยายตลาดต่างประเทศและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการของ SMEs ไทยในตลาดโลก 2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)ให้สามารถขยายช่องทางการส่งออกด้วยตนเองได้มากขึ้น ซึ่ง SMEs จะได้รับประโยชน์โดยตรงในการเข้าสู่ตลาด โดยเฉพาะการขยายตลาดผ่านช่องทางการค้ารูปแบบใหม่ๆ 3. เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ SMEs ขยายตลาดส่งออกสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการ ที่มีนวัตกรรม การออกแบบ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งธุรกิจที่มีแนวโน้มเป็นที่นิยมสามารถสร้างรวมมูลค่าเพิ่มและมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม Healthcare & Wellness และการบริหารจัดการข้อมูล/IT เป็นต้น วิธีดำเนินการ กิจกรรมหลักเพื่อส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการขยายตลาดต่างประเทศ มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้ 1. ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถขยายช่องทางการส่งออกไปยังตลาดเดิมและตลาดใหม่ที่มีศักยภาพได้ด้วยตนเอง ผ่านกิจกรรม ได้แก่ 1.1 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการในต่างประเทศ (Overseas Trade Fair) 1.2 กิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่ายทางธุรกิจในต่างประเทศ (Business Opportunities & Partnership: BOP) 1.3 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการเสมือนจริงในต่างประเทศ (Virtual Exhibition) 1.4 กิจกรรมส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border e-Commerce) ทั้งนี้ การพิจารณาให้การสนับสนุนผู้ประกอบการจะดำเนินการผ่านคณะกรรมการโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย โดยมีอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นประธาน 2. จัดจ้างบุคลากรดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ เพื่อสนับสนุนการบริหารโครงการฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 3. จัดคณะผู้บริหารตรวจเยี่ยมและติดตามประเมินผลโครงการ และจัดเจ้าหน้าที่เดินทางไปปฏิบัติราชการในต่างประเทศ เพื่อกำกับดูแลและตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนเข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โครงการฯ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ตลอดจนประเมินศักยภาพงาน/ความสำเร็จของงานและข้อมูลด้านต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานของโครงการฯ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 4. บริหารจัดการและดูแลระบบฐานข้อมูลกิจกรรม วงเงินอนุมัติ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง และให้บริการที่รวดเร็วเป็นที่พึงพอใจแก่ภาคเอกชน 5. ติดตามประเมินผลการดำเนินงานและรายงานคณะกรรมการโครงการ SMEs Pro-active และคณะกรรมการฯ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทราบเกี่ยวกับการดำเนินการของหน่วยงาน	1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าเลี้ยงรับรอง 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 5. ค่าธรรมเนียม 6. ค่าวัสดุ 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 8. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	300,000,000 500,000 5,100,000 100,000 390,000 84,996 30,000 1,155,004 292,640,000	เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับ การสนับสนุน 2,200 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้าไม่น้อยกว่า 20,000 ล้านบาท
รวม 1 โครงการ				300,000,000	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักบริหารกลาง จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 250,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T8-0003	โครงการค่าธรรมเนียมการตรวจสอบบัญชีของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 วัตถุประสงค์ เพื่อชำระค่าธรรมเนียมการตรวจสอบและรับรองงบการเงินของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ที่มี ความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นไปตามมาตรฐานการสอบบัญชี วิธีดำเนินการ เมื่อ สดง. รับรองงบการเงินสำหรับปีดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว จะขออนุมัติอธิบดีเพื่อดำเนินโครงการและเบิกจ่ายค่าธรรมเนียมฯ เข้าบัญชี “กองทุนเพื่อพัฒนาการตรวจเงินแผ่นดิน” และมีหนังสือแจ้งการชำระค่าธรรมเนียมดังกล่าวให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินทราบ	- ค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบบัญชีของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2567)	250,000 250,000	เชิงปริมาณ : งบการเงินของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ได้รับการรับรองสำหรับปีสิ้นสุดปี วันที่ 30 กันยายน 2567 จำนวน 1 ฉบับ
รวม 1 โครงการ				250,000	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 39,688,780 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L8-0002	โครงการคณะผู้แทนการค้า เยือนงานแสดงสินค้า ในประเทศ (Incoming Mission to International Exhibition) วัตถุประสงค์: 1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้า และบริการของไทยให้เป็นที่ เชื่อถือในกลุ่มผู้บริโภค ชาวต่างประเทศ 2. สร้างมูลค่าการค้าระหว่าง ประเทศเพิ่มขึ้น 3. เพื่อส่งเสริม/พัฒนา ให้ผู้ประกอบการไทย พัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบของ สินค้า โดยใช้เทคโนโลยี สมัยใหม่เข้ามาร่วมพัฒนา 4. เพื่อเปิดช่องทางการค้า ใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการไทย วิธีดำเนินการ: 1. ทุกสำนักงานส่งเสริมการค้า ในต่างประเทศ (สคต.) มีแผน งาน/เป้าหมายที่จะนำนักธุรกิจ ผู้นำเข้า และคณะผู้แทนค้าที่มี ความสนใจที่จะเดินทางมา เยี่ยมชมงาน/เจรจาการค้ากับ ผู้ประกอบการไทยในงานแสดง สินค้านานาชาติในประเทศไทย 2. สพต.1 จัดทำงบประมาณ โครงการคณะผู้แทนการค้าเยือน งานแสดงสินค้าในประเทศ เพื่อเตรียมการต้อนรับแขกพิเศษ/ คณะผู้แทนการค้าที่จะเดินทาง เข้ามาเจรจาการค้าในงานแสดง สินค้านดังกล่าว 3. ประสานงาน/ขอความร่วมมือ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมการ/อำนวยความสะดวก สะดวกให้กับแขกพิเศษ/ คณะผู้แทนการค้า	- งาน BGJF 2025 (ครั้งที่ 71) 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2. ค่าลำน 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - งาน STYLE 2025 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2. ค่าลำน 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - งาน Thaifex Horec Asia 2025 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2. ค่าลำน 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - งาน BGJF 2025 (ครั้งที่ 72) 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2. ค่าลำน 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - งาน TAPA 2025 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2. ค่าลำน 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - งาน TILOG 2025 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2. ค่าลำน 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - งาน THAIFEX 2025 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2. ค่าลำน 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 4. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน	18,040,000 2,536,500 1,540,500 120,000 876,000 2,530,500 1,534,500 120,000 876,000 2,582,000 1,534,000 120,000 928,000 2,530,500 1,534,500 120,000 876,000 2,090,000 1,534,000 120,000 436,000 2,066,000 1,534,000 120,000 412,000 3,704,500 2,131,500 120,000 1,390,000 63,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจา การค้า 1,000 ล้านบาท
2	2568-91-J2L8-0003	โครงการพัฒนาและส่งเสริม การค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดอาเซียน วัตถุประสงค์ 1. เพื่อสร้างความตระหนักถึง ความสำคัญต่อการสร้างแบรนด์ สินค้าให้เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ ไทย ทำให้เกิดการยอมรับ	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2025 ณ จังหวัดหนองคาย 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าสาธารณูปโภค	4,500,000 4,500,000 900,000 660,000 2,580,000 360,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 45 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 39,688,780 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		และสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าไทยจากผู้ซื้อและผู้บริโภคในมาเลเซีย 2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการไทยได้เร่งพัฒนาศักยภาพ มีประสบการณ์ และสามารถต่อยอดขีดความสามารถในการแข่งขันสู่ตลาดการค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคชาวมาเลเซียในพื้นที่เมืองรองเป้าหมาย และพื้นที่ใกล้เคียง ได้รู้จักสินค้าและธุรกิจบริการไทย อันจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่น และยอมรับในคุณภาพของสินค้าและบริการไทย 4. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการไทย กับผู้ซื้อผู้นำเข้า และนักธุรกิจมาเลเซียในพื้นที่เมืองรองเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดเมืองรองในมาเลเซียมากยิ่งขึ้น วิธีดำเนินการ 1. คัดเลือกสถานที่และเช่าพื้นที่จัดงานรวมถึงประสานจองพื้นที่เพื่อจัดงานแสดงสินค้า ณ ศูนย์จัดงานแสดงสินค้าหรือห้างสรรพสินค้าชั้นนำ 2. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนผู้ส่งออกไทย และผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มเป้าหมายในฟิลิปปินส์สมัครเข้าร่วมงาน 3. จ้างเหมาบริษัทดำเนินการจัดงาน 4. วางแผนการดำเนินงาน และรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้า 5. เตรียมการด้านสถานที่จัดงานแสดงสินค้าออกแบบแผนผัง (Floor Plan) ทั้งในส่วนพื้นที่ภายนอกและภายในอาคารงานแสดงสินค้า รวมถึงส่วนให้บริการต่างๆ ของการจัดงานฯ ก่อสร้างและตกแต่งสถานที่จัดงาน รวมถึงคูหาภายในงาน 6. ประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้า รวมถึงเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน 7. จัดพิธีเปิดงานและดำเนินการจัดงานแสดงสินค้า รวมทั้งกิจกรรมพิเศษต่างๆ ภายในงาน 8. ประเมินผลการดำเนินโครงการฯ และจัดทำรายงานเสนอกรม			

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักงานพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 39,688,780 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
3	2568-91-J2L8-0004	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ตลาดจีน วัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างเสริมและกระชับความสัมพันธ์กับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนในตลาดจีน 2) เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคชาวยุโรป 3) เพื่อเพิ่มโอกาสการบุกเจาะตลาดเมืองรองหรือเขตพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในจีนของผู้ประกอบการไทย วิธีดำเนินการ 1) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทยร่วมกับ Modern Trade และ/หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำในจีน 2) จัดพิธีลงนาม MOU ความร่วมมือด้านการค้าระหว่าง สค. กับหน่วยงานพันธมิตรในจีน และ/หรือจัดกิจกรรมต่อยอดการลงนาม MOU ของ สค. หรือ พณ. เพื่อขยายมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยอย่างเป็นรูปธรรม	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคจีน 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่าม กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือหน่วยงานพันธมิตรไทย-จีน ด้วยบันทึกความเข้าใจ (MOU) รายนาม 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าล่าม 3. ค่าเลี้ยงรับรอง 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ	3,592,980 2,340,000 810,000 1,500,000 30,000 1,252,980 450,000 56,000 340,000 406,980	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : - เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 40 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : - เชิงปริมาณ : MOU 2 ฉบับ มูลค่าเจรจาการค้า 60 ล้านบาท
4	2568-91-J2L8-0005	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้ วัตถุประสงค์ 1) เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดเอเชียใต้ 2) เพื่อเพิ่มโอกาสการบุกเจาะตลาดเอเชียใต้ของผู้ประกอบการไทย วิธีดำเนินการ รับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการไทยกลุ่มสินค้า/บริการเป้าหมาย เพื่อเดินทางไปเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าและเจรจาการค้า ณ ประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2025 ตลาดเอเชียใต้ - งานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2025 ในอินเดียใต้ 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 8. ค่าใช้จ่ายอื่น 9. ค่าสาธารณูปโภค 10. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - งานแสดงสินค้า Top Thai Brands ณ กรุงนิวเดลี สาธารณรัฐอินเดีย 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 5. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 6. ค่าสาธารณูปโภค 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	13,555,800 8,847,900 4,423,950 1,400,000 1,058,850 1,555,500 24,000 66,000 2,400 5,000 90,000 55,000 167,200 4,423,950 1,950,000 900,000 1,300,350 2,400 3,000 100,000 168,200	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 70 ล้านบาท

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 39,688,780 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
			กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมเจรจาการค้าระหว่างคณะผู้แทนการค้าไทย-เอเชียใต้ - กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในประเทศอินเดีย 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม มุมไบ 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 8. ค่าสาธารณูปโภค 9. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	3,078,315 3,078,315 500,000 420,000 1,857,965 48,000 50,000 2,400 9,000 64,150 126,800	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 30 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 52 ล้านบาท
			กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมสนับสนุนและวิเคราะห์ข้อมูลตลาดเชิงลึกเพื่อส่งเสริมการขาย Soft Power ในตลาดเอเชียใต้ 1. ค่าจ้างเหมาบริการ	1,629,585 1,629,585	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ฐานข้อมูลเชิงลึก 4 อุตสาหกรรม โดยใช้สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับ Soft Power
รวม 4 โครงการ				39,688,780	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 21,226,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L8-0006	โครงการส่งเสริมและพัฒนา ช่องทางการตลาด และการทำธุรกิจ ระหว่างประเทศตลาดอเมริกา และลาตินอเมริกา วิธีดำเนินการ 1.นำผู้ประกอบการ เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural Products Expo West (NPEW) 2025 2. จ้างเหมาบริการผู้เชี่ยวชาญ ในการคัดสรรผู้ประกอบการไทย ที่มีศักยภาพ จัดกิจกรรมพัฒนา สินค้าให้ตรงกับความต้องการ ของตลาด การนำสินค้ามา จำหน่ายในแพลตฟอร์มออนไลน์ และ/หรือ ออฟไลน์ เช่น ในงาน แสดงสินค้า และ/หรือ pop up เป็นต้น 3. จัดจ้างดำเนินการบริหาร จัดการ Social Media ที่ สคต. ณ นครนิวยอร์กรับผิดชอบ เพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารกรมฯ รวมทั้งบทความ ข่าวสาร กฎระเบียบที่เป็น ประโยชน์ให้ผู้บริโภคได้อย่าง แพร่หลายตลอดจน Update ข้อมูลกิจกรรมตามที่จัดขึ้น เพื่อให้สามารถเชื่อมโยง ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภค ในตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างทั่วถึง 4. นำคณะผู้ประกอบการสินค้า วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของ ไทยเดินทางไปสำรวจตลาดใหม่ และเจรจาการค้าในสาธารณรัฐ โดมินิกัน ในภูมิภาคแคริบเบียน	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทย เพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกา ในงาน NPEW 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 2 โครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุก เพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหภาค (Megatrend Setter) 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าในสหรัฐอเมริกา ผ่าน Social Media - ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	12,924,200 8,324,200 4,950,000 3,374,200 3,400,000 1,000,000 2,400,000 1,200,000 1,200,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 180 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 20 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 13 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ได้รับการประชาสัมพันธ์ 8,000 ราย เชิงคุณภาพ : -

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 21,226,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
2	2568-91-J2L8-0007	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง วิธีดำเนินการ 1. จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นความสัมพันธ์อันดี และสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้า การลงทุนใหม่ๆ รวมถึงแก้ไข/ลดปัญหาอุปสรรคทางการค้า การลงทุนระหว่างกัน 2. ส่งเสริมให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จัก และได้รับความไว้วางใจมากขึ้น ในตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง โดยการจัดกิจกรรม InStore Promotion เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าไทยในตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง 3. เชิญคณะผู้แทนการค้า ผู้นำเข้า และผู้กระจายสินค้ารายใหญ่ในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง มาเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการไทย เพื่อคัดเลือกนำเข้าสินค้าไปวางจำหน่ายในตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง ในรูปแบบ Online หรือ Offline 4. จัดคณะผู้ประกอบการไทยไปเจรจาการค้ากับแทนการค้าผู้นำเข้า และผู้กระจายสินค้ารายใหญ่ในภูมิภาคแอฟริกา เพื่อคัดเลือกนำเข้าสินค้าไปวางจำหน่ายในตลาดแอฟริกา	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมเปิดตลาดสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่าม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 6. ค่าวัสดุ	3,001,800 3,001,800 400,000 700,000 1,260,000 600,000 21,800 20,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 4 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 6 ล้านบาท

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 21,226,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
3	2568-91-J2L8-0008	โครงการจัดคณะผู้แทนการค้า มาเยือนงานแสดงสินค้าใน ประเทศ (Incoming Trade Mission) วิธีดำเนินการ ประสานสศต.เชิญผู้นำเข้า จากต่างประเทศเดินทางมา เจรจาการค้าและเยือน งานแสดงสินค้าในประเทศไทย	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า Bangkok Gems & Jewelry Fair 2025 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 4. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน กิจกรรมที่ 2 งานแสดงสินค้า THAIFEX - HOREC Asia 2025 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 4. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	5,300,000 2,400,000 40,000 240,000 2,084,000 36,000 2,900,000 20,000 60,000 811,000 9,000 2,000,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 330 ราย ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 200 ราย
รวม 3 โครงการ				21,226,000	

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L6-0001	โครงการเจาะตลาดสินค้า E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ ปี 2568 วัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com และ ThaitradeChina.com ไปยังกลุ่มผู้ซื้อในตลาดเป้าหมายสำคัญ และเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดและทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการไทยในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมในการเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อในตลาดสำคัญ วิธีดำเนินการ ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ Thaitrade.com และกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญกับช่องทางออนไลน์ เพื่อดึงดูดให้ผู้ประกอบการไทยสนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกและผู้ซื้อต่างชาติสนใจซื้อสินค้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์อย่าง SEO (Search Engine Optimization), Google Ads, SMM (Social Media Marketing), Content Marketing, Video Marketing และ Email Marketing เป็นต้น รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านการทำ Content Marketing และเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ วิดีโอ และบทความต่างๆ ทั้งทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการเข้าร่วมประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ภายในงานแสดงสินค้าต่างๆ	กิจกรรมย่อยที่ 1 : กิจกรรมประชาสัมพันธ์เจาะตลาดสินค้า E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ 2568 ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมย่อยที่ 2 : กิจกรรมส่งเสริมการค้าออนไลน์ Thaitrade.com และ TopThai ในงานแสดงสินค้าตลาดเชียงใหม่ 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าล่าม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	4,170,800 2,000,000 2,000,000 2,170,800 1,912,400 64,000 3,600 190,800	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์Thaitrade.com ไม่น้อยกว่า 500,000 ราย (ไม่นับซ้ำ) 2) สร้างการรับรู้กิจกรรมส่งเสริมตลาด E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ ไม่น้อยกว่า 100,000 ครั้ง
2	2568-91-J2L6-0002	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อขยายมูลค่าการส่งออกของประเทศผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน 2. เพื่อส่งเสริมและขยายโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดออนไลน์ระดับสากล วิธีดำเนินการ การจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นการส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มเครือข่ายพันธมิตร	กิจกรรมย่อยที่ 1 : กิจกรรมยกระดับความร่วมมือเครือข่ายพันธมิตรอีคอมเมิร์ซ e-Commerce Partners สู่สากล 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ตลาดญี่ปุ่น 2.1 ค่าเลี้ยงรับรอง 2.2 ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2.3 ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 2.4 ค่าล่าม 2.5 ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน 3. ตลาดสิงคโปร์ 3.1 ค่าเลี้ยงรับรอง 3.2 ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 3.3 ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 3.4 ค่าล่าม 3.5 ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน	7,259,200 4,700,000 3,806,700 522,020 101,620 3,600 365,800 48,000 3,000 371,280 69,580 3,600 255,100 40,000 3,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : มูลค่าการค้า ซื้อขายผ่านทุกกิจกรรมภายใน 1 ปี 5 ล้านบาท เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ 100 ราย

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 11,430,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		วิธีดำเนินการ ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย สินค้าไทยบนแพลตฟอร์ม ที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและ พันธมิตรชั้นนำระดับสากล และ กิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ ความสำคัญกับช่องทางออนไลน์ เพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อต่างชาติสนใจซื้อ สินค้าไทยและผลักดันการส่งออก ของสินค้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์ เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค/ผู้ซื้อเป้าหมาย ได้มากยิ่งขึ้น	กิจกรรมย่อยที่ 2 : กิจกรรมส่งเสริมการขาย สร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้สินค้าไทย ร่วมกับแพลตฟอร์มชั้นนำ ค่าจ้างเหมาบริการ	2,559,200 2,559,200	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : มูลค่าการค้าการณ ซื้อขายผ่าน ทุกกิจกรรม ภายใน 1 ปี 4 ล้านบาท
รวม 2 โครงการ				11,430,000	

สรุปการพิจารณาโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 19,488,400 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
1	2568-91-F1S1-0001	โครงการปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของไทย วัตถุประสงค์ 1. เพื่อรักษาผลประโยชน์ทางการค้าของไทยโดยการเพิ่มขีดความสามารถของหน่วยงานราชการและผู้ประกอบการไทยในการแก้ไขและลดอุปสรรคทางการค้าที่เกิดจากการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าต่างๆกับสินค้าส่งออกของไทย 2. เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภาคการผลิตและลดอุปสรรคการส่งออกของประเทศไทยให้เศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและป้องกันมิให้สูญเสียอุตสาหกรรมภายในประเทศ และภาคเอกชน สามารถรักษาตลาดการส่งออกของตนไว้ได้ 3. เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพให้ภาครัฐและภาคเอกชนมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับกับการใช้มาตรการเยียวยาทางการค้า ได้แก่ AD/CVD/SG/AC วิธีดำเนินการ จัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำด้านกฎหมายและเทคนิคการดำเนินการกรณีไต่สวนและแก้ต่างมาตรการ AD/CVD/SG/AC ให้สอดคล้องกับกฎหมายของแต่ละประเทศและกติกาของ WTO ตลอดจนร่วมกันหาแนวทางที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อการปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของประเทศไทย โดยมีหน้าที่ดังนี้ 1. ให้คำปรึกษากฎการค้าต่างประเทศในการไต่สวนและแก้ต่าง 2. ให้คำปรึกษาภาคเอกชนของไทยกรณีแก้ต่าง AD/CVD/SG/AC 3. ให้คำปรึกษากรณีถูกต่างประเทศฟ้องร้องดำเนินการแก้ต่าง WTO ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : 1. กรมการค้าต่างประเทศ สามารถดำเนินการไต่สวนเพื่อกำหนดมาตรการเยียวยาทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามกฎหมายและสอดคล้องกับหลักการของ WTO ช่วยให้อุตสาหกรรมภายในประเทศแข่งขันกับสินค้านำเข้าได้อย่างเป็นธรรม กำหนดมาตรการเยียวยาทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตาม 2. กรมการค้าต่างประเทศ สามารถดำเนินการแก้ต่างในกระบวนการไต่สวนของประเทศคู่ค้าให้ได้รับความเป็นธรรม ตามหลักการของความตกลง WTO เชิงปริมาณ : จำนวนกรณีที่บริษัทที่ปรึกษาดำเนินการให้คำปรึกษาแก่ภาครัฐและภาคเอกชนในการไต่สวนหรือแก้ต่างสินค้าที่ไทยถูกใช้หรือประสงค์จะใช้มาตรการ AD/CVD/SG/AC ระดับคะแนน 1 = 2 กรณี ระดับคะแนน 2 = 4 กรณี ระดับคะแนน 3 = 6 กรณี ระดับคะแนน 4 = 8 กรณี ระดับคะแนน 5 = 10 กรณี	คำจ้างที่ปรึกษากรณี AD/CVD/SG/AC	4,500,000
2	2568-91-E2T5-0034	โครงการสร้างภาพลักษณ์และการตระหนักรู้สินค้าวัฒนธรรมข้าวและพืชเศรษฐกิจหลักไทยสู่ตลาดโลก วัตถุประสงค์ 1. เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมข้าวและพืชเศรษฐกิจหลักอื่นๆ ของไทยให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคในต่างประเทศ 2. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมข้าวและพืชเศรษฐกิจหลักอื่นๆ ของไทยในตลาดโลก 3. เพื่อสร้างโอกาสขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมข้าวและพืชเศรษฐกิจหลักอื่นๆ ของไทยในต่างประเทศให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางการค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม 4. เพื่อลดอุปทานสินค้าเกษตรส่วนเกิน โดยเฉพาะสินค้าข้าว โดยผลักดันให้มีการนำวัตถุดิบมาผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรม เพื่อการส่งออกในตลาดต่างประเทศ มากขึ้น วิธีดำเนินการ โครงการสร้างภาพลักษณ์และการตระหนักรู้สินค้าเกษตรวัฒนธรรมข้าวและพืชเศรษฐกิจหลักไทยสู่ตลาดโลก ประกอบด้วย 2 กิจกรรมย่อย ดังนี้ กิจกรรมย่อยที่ 1. การจัดแสดงสินค้าเกษตรวัฒนธรรมในงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ จำนวน 4 ครั้ง ในระหว่างปีงบประมาณ 2568 โดยคัดเลือกสินค้าเกษตรวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการส่งออกที่เหมาะสมกับตลาด เข้าร่วมจัดแสดงในงานแสดงสินค้านานาชาติในตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ตลาดเอเชีย ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดยุโรป และตลาดอเมริกาเหนือ เพื่อแสดงศักยภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าเกษตรวัฒนธรรมไทย เพื่อนำไปสู่การขยายช่องทางตลาดต่างประเทศ	กิจกรรมย่อย 1 1) งาน World Food Istanbul 2025 / งาน Inter Health Expo 2025 ดำเนินการ 1 ครั้ง ค่าเข้าพื้นที่ /ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมงาน ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างล่าม - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายเดินทางต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง - ค่าที่พัก - ค่าพาหนะ/ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน - ค่าพาหนะในต่างประเทศ - อื่นๆ ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการเดินทาง - ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง - ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน	7,988,400
				4,976,600
				1,209,000
				420,000
				70,000
				400,000
				200,000
				32,000
				128,000
				40,000
				319,000
				44,100
				108,000
				123,900
				21,000
				22,000
				3,000
				19,000

สรุปการพิจารณาโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 19,488,400 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
		กิจกรรมย่อยที่ 2. การส่งเสริมภาพลักษณ์และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย สู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคต่างประเทศ ซึ่งจะเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Targeted Advertising ที่เจาะกลุ่มเฉพาะ ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายผ่าน Pop-up Counter ณ ร้านค้าปลอดภาษี (Duty-free) เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยได้เลือกซื้อสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยกลับประเทศ ซึ่งจะช่วยสร้างความสนใจและสร้างการตระหนักรู้ในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรนวัตกรรมที่มีศักยภาพของไทย และนำไปสู่การซื้อและการบริโภคสินค้าให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม สร้างการบอกต่อและการซื้อต่อเนื่อง (Words-of-Mouth Marketing) จนเกิดกระแสความนิยมในสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยในกลุ่มผู้บริโภคต่างชาติ ซึ่งจะนำไปสู่ความต้องการสินค้าไทยและการนำเข้าไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศโดยตรง เป็นจำนวนมากในท้ายที่สุด ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1) จำนวนบริษัทผู้นำเข้าที่เข้าเยี่ยมชมคูหาไม่น้อยกว่า 400 บริษัท 2) จำนวนผู้บริโภคในต่างประเทศได้ตระหนักรู้สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยไม่น้อยกว่า 1,000,000 ราย เชิงคุณภาพ : ร้อยละของการรับรู้ในสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยที่เพิ่มขึ้น หลังจากการเยี่ยมชมคูหาสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	2) งาน Hotelex Shanghai 2025 / งาน Beauty World Middle East 2025 ดำเนินการ 1 ครั้ง ค่าเช่าพื้นที่ /ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมงาน ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างล่าม - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายเดินทางต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง - ค่าที่พัก - ค่าพาหนะ/ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน - ค่าพาหนะในต่างประเทศ - อื่นๆ ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการเดินทาง - ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง - ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน 3) งาน Foodex Saudi 2025 ดำเนินการ 1 ครั้ง ค่าเช่าพื้นที่ /ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมงาน ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างล่าม - ค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายเดินทางต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง - ค่าที่พัก - ค่าพาหนะ/ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน - ค่าพาหนะในต่างประเทศ - อื่นๆ ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการเดินทาง - ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง - ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน 4) งาน FHA-Food & Beverage 2025 ดำเนินการ 1 ครั้ง ค่าเช่าพื้นที่/ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมงาน ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างล่าม - ค่าขนส่ง ค่าใช้จ่ายเดินทางต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง - ค่าที่พัก - ค่าพาหนะ/ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน - ค่าพาหนะในต่างประเทศ - อื่นๆ ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการเดินทาง - ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง - ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน	1,236,200 380,000 70,000 400,000 200,000 32,000 128,000 40,000 386,200 44,100 151,200 147,900 21,000 22,000 3,000 19,000 1,289,300 450,000 70,000 414,000 320,000 24,000 70,000 355,300 44,100 151,200 120,000 18,000 22,000 3,000 19,000 1,242,100 490,000 70,000 400,000 200,000 128,000 32,000 40,000 282,100 44,100 135,000 60,000 21,000 22,000 3,000 19,000

สรุปการพิจารณาโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 19,488,400 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน			
			กิจกรรมย่อย 2	3,011,800			
			1) การส่งเสริมภาพลักษณ์และช่องทาง การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย สู่ตลาดต่างประเทศ ดำเนินการ 1 ครั้ง คำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างเหมาบริการ	3,011,800			
			- ค่าตกแต่งคูหา	500,000			
			- ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน	251,000			
			- ค่าจ้างเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลสินค้า	120,000			
			ภาษาต่างประเทศ				
			- ค่าจ้างเหมาออกแบบจัดทำ ArtWork/ สื่อประชาสัมพันธ์เป็นภาษาต่างประเทศ	450,000			
			3	2568-91-E2T5-0035	โครงการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรนวัตกรรมสู่ตลาดสากล (Agri Plus Award 2025) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก 2. เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงศักยภาพของสินค้า เกษตรนวัตกรรมไทย 3. เพื่อสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรนวัตกรรมทั้งในประเทศ และต่างประเทศ วิธีดำเนินการ ดำเนินการจัดจ้างบริษัทเอกชนให้ดำเนินการจัดประกวด Agri Plus Award 2025 ดังนี้ 1) การจัดทำแผนการดำเนินงาน - จัดทำแผนการดำเนินงาน (Action Plan) ของโครงการฯ - นำเสนอแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Theme) ชีตสโลแกน (Slogan) สัญลักษณ์ (Key Visual) การจัดงาน และตราสัญลักษณ์ของเครื่องหมายรางวัล ให้สอดคล้องกับรูปแบบและแนวคิดของงาน โดยต้องมีรูปแบบที่สร้างสรรค์ โดดเด่น และจดจำได้ง่าย 2) การดำเนินการจัดการประกวดฯ - นำเสนอรายชื่อคณะกรรมการตัดสินการประกวดฯ - จัดการประชุมคณะกรรมการตัดสินการประกวดฯ - รับสมัครผู้เข้าร่วมการประกวดฯ - จัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการและประชาสัมพันธ์โครงการ จำนวน 4 ครั้ง (ในพื้นที่ส่วนกลาง 1 ครั้ง และส่วนภูมิภาค 3 ครั้ง) - จัดค่ายฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพผู้ผ่านเข้ารอบตัดสิน (Boot camp) 1 ครั้ง ในจังหวัดที่มีความเหมาะสม มีระยะเวลาการฝึกอบรมจำนวน 2 วัน 2 คืน - จัดการประกวด ดังนี้ (1) การประกวดรอบคัดเลือก จำนวน 2 รอบ (2) การประกวดรอบตัดสิน (3) พิธีประกาศผลและมอบรางวัล Agri Plus Award 2025 3) การจัดทำหนังสือรวบรวมผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตรไทยที่ได้รับรางวัล การประกวดฯ ในรูปแบบหนังสือเสมือนจริงในลักษณะ E-Book 4) การจัดแสดงนิทรรศการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรางวัล Agri Plus Award และนำเสนอ ผลงาน (Showcase) ของผู้ชนะการประกวดในงาน Thaifex-Anuga Asia 2025 5) การประเมินผลกิจกรรม ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ จำนวนผลงานที่ส่งเข้าประกวดไม่น้อยกว่า 40 ผลงาน เชิงคุณภาพ 1) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 2) สินค้าเกษตรนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลสามารถนำไปต่อยอดกับกิจกรรม ด้านอื่นๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 เช่น กิจกรรมส่งเสริมตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เป็นต้น		7,000,000
						1. คำโฆษณา/ประชาสัมพันธ์	500,000
						- หนังสือพิมพ์ (ออนไลน์)	470,000
- อื่นๆ หนังสือรวบรวมผลงานการประกวด	30,000						
2. ค่าจ้างเหมาบริการ	4,667,820						
- ค่าตกแต่งคูหา	1,680,000						
- ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน	2,987,820						
3. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม/สัมมนา	1,832,180						
3.1 กิจกรรมเปิดตัวและประชาสัมพันธ์โครงการ	436,000						
- ค่าสมนาคุณวิทยากร (มิใช่บุคลากรของรัฐ) (8,000 บาท x 3 ชั่วโมง x 12 คน)	288,000						
- อาหารกลางวัน (500 บาท x 4 มื้อ x 50 คน)	100,000						
- อาหารว่าง (120 บาท x 2 มื้อ x 50 คน x 4 ครั้ง)	48,000						
3.2 กิจกรรมการประชุมคณะกรรมการตัดสิน	14,800						
การประกวดพร้อมการประกวดรอบที่ 1							
- อาหารกลางวัน (500 บาท x 1 มื้อ x 20 คน)	10,000						
- อาหารว่างและเครื่องดื่ม (120 บาท x 2 มื้อ x 20 คน)	4,800						
3.3 กิจกรรมการประกวดรอบที่ 2	51,800						
- อาหารกลางวัน (500 บาท x 1 มื้อ x 70 คน)	35,000						
- อาหารว่างและเครื่องดื่ม (120 บาท x 2 มื้อ x 70 คน)	16,800						
3.4 กิจกรรมค่ายฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพ	123,200						
ผู้ผ่านเข้ารอบตัดสิน							
- อาหารกลางวัน (500 บาท x 2 มื้อ x 40 คน)	40,000						
- อาหารว่างและเครื่องดื่ม (120 บาท x 4 มื้อ x 40 คน)	19,200						
- อาหารเย็น (800 บาท x 2 มื้อ x 400 คน)	64,000						
3.5 กิจกรรมการประกวดรอบตัดสิน	27,380						
- อาหารกลางวัน (500 บาท x 1 มื้อ x 37 คน)	18,500						
- อาหารว่างและเครื่องดื่ม (120 บาท x 2 มื้อ x 37 คน)	8,880						

สรุปการพิจารณาโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 19,488,400 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
			3.6 พิธีประกาศผลและมอบรางวัล	12,000
			- อาหารว่างและเครื่องดื่ม (120 บาท x 1 มื้อ x 100 คน)	12,000
			3.7 ค่าที่พัก	352,000
			(1) กิจกรรมเปิดตัวและประชาสัมพันธ์โครงการ	144,000
			- ค่าที่พักในส่วนภูมิภาค ระดับ 9 ขึ้นไป จำนวน 2 คนๆ ละ 2 คืน 3 ครั้ง	54,000
			- ค่าที่พักในส่วนภูมิภาค ระดับ 8 ลงมา จำนวน 3 คนๆ ละ 2 คืน 3 ครั้ง	45,000
			- ค่าที่พักในส่วนภูมิภาคของวิทยาการ จำนวน 3 คนๆ 2 คืน 3 ครั้ง	45,000
			(2) กิจกรรมค่ายฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพ ผู้ผ่านเข้ารอบตัดสิน	208,000
			- ค่าที่พักสำหรับค่ายฝึกอบรม ระดับ 9 ขึ้นไป จำนวน 2 คนๆ ละ 2 คืน	18,000
			- ค่าที่พักสำหรับค่ายฝึกอบรม ระดับ 8 ลงมา จำนวน 7 คนๆ ละ 2 คืน	35,000
			- ค่าที่พักสำหรับค่ายฝึกอบรมของ ผู้ผ่านเข้ารอบตัดสินและวิทยาการ รวม 31 คนๆ ละ 2 คืน	155,000
			3.8 ค่าสมนาคุณวิทยาการ (มิใช่บุคลากรของรัฐ) (8,000 บาท x 8 คน x 3 ชั่วโมง)	192,000
			3.9 ค่าพาหนะ	258,000
			- เช่ารถตู้ 3 ครั้งๆ ละ 3 วันๆ ละ 2 คัน (3,500 บาท x 2 คัน x 3 วัน x 3 ครั้ง)	63,000
			- ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินเปิดตัว โครงการในภูมิภาค (ไป-กลับ) (6,500 บาท x 10 คน x 3 ครั้ง)	195,000
			3.10 อื่นๆ	365,000
			- รางวัลสำหรับผู้ชนะการประกวด ได้แก่	135,000
รางวัลชนะเลิศ ประเภทที่ 1 จำนวน 1 รางวัล วงเงิน 20,000				
รางวัลรองชนะเลิศ ประเภทที่ 1 จำนวน 1 รางวัล วงเงิน				
รางวัลชมเชย ประเภทที่ 1 จำนวน 1 รางวัล				
รางวัลชนะเลิศ ประเภทที่ 2 จำนวน 1 รางวัล				
รางวัลรองชนะเลิศ ประเภทที่ 2 จำนวน 1 รางวัล				
รางวัลชมเชย ประเภทที่ 2 จำนวน 1 รางวัล				
รางวัลชนะเลิศ ประเภทที่ 3 จำนวน 1 รางวัล				
รางวัลรองชนะเลิศ ประเภทที่ 3 จำนวน 1 รางวัล				
รางวัลชมเชย ประเภทที่ 3 จำนวน 1 รางวัล				
- ค่าตอบแทนคณะกรรมการตัดสินการประกวด	200,000			
- ค่ารับรองในการจัดประชุมหารือ	30,000			
กับหน่วยงานพันธมิตรในพื้นที่ (กิจกรรมเปิดตัวและประชาสัมพันธ์โครงการ)				
รวม 3 โครงการ			19,488,400	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 1 โครงการ (9 กิจกรรม) วงเงินทั้งสิ้น 600,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
1	2568-91-F1M1-0012	โครงการประชุมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (9 กิจกรรม) ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : 1. ระดับความสำเร็จของการเจรจาเปิดเสรี และการขยายตัวของปริมาณการค้าระหว่างไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียน 2. ผลการประชุมเป็นไปตามท่าทีของฝ่ายไทย 3. การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการขยายความสัมพันธ์ทางการค้า และการลงทุน ระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคต่างๆ เชิงปริมาณ : - กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการเข้าร่วมประชุม เจรจาการค้าและการเป็นเจ้าภาพ จัดประชุมเจรจาการค้าระหว่าง ประเทศภายใต้กรอบอาเซียน วัตถุประสงค์ 1. การดำเนินการตามแผนงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ค.ศ. 2025 มีความคืบหน้าเป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนด 2. ประเทศสมาชิกอาเซียนมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น 3. อาเซียนมีการขยายการค้าความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศคู่เจรจา 4. อาเซียนมีการเพิ่มการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อการเป็นตลาดเดียว และฐานการผลิตร่วมกันอย่างไร้รอยต่อ 5. อาเซียนมีการปรับปรุงกลไกการค้าและการให้ตอบสนองและรองรับเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ฉบับใหม่ เพื่อประสิทธิภาพและการปรับตัวรองรับประเด็นการค้าใหม่ๆ วิธีดำเนินการ 1. ศึกษา วิเคราะห์ และประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจัดประชุมเตรียมการกำหนดท่าทีไทยในประเด็นต่างๆ ที่จะมีการพิจารณาในที่ประชุม 2. เข้าร่วมการประชุมและเจรจาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของไทย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ระดับความสำเร็จของการเจรจาเปิดเสรีบรรลุเป้าหมายสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	- ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าวัสดุอุปกรณ์ - ค่าวัสดุ - ค่าเช่าห้องประชุม - ค่าตอบแทน - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าตอบแทน	600,000

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 1 โครงการ (9 กิจกรรม) วงเงินทั้งสิ้น 600,000 บาท

ที่	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
	กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการขยายความร่วมมือและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าทวิภาคีระหว่างไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียน วัตถุประสงค์ 1. เพื่อผลักดันความร่วมมือด้านเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน และกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าทวิภาคีระหว่างไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียน 2. เพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้าและอำนวยความสะดวกการค้าและการลงทุนระหว่างไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียน 3. เพื่อพัฒนามูลค่าการค้าของไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียนให้ขยายตัวมากขึ้นและต่อเนื่อง วิธีดำเนินการ 1. ศึกษา วิเคราะห์ และประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจัดประชุมเตรียมการกำหนดทำที่ไทยในประเด็นต่างๆ ที่จะมีการพิจารณาในที่ประชุม 2. เข้าร่วมการประชุมและเจรจาสองฝ่ายกับประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อริเริ่มผลประโยชน์ของไทย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : 1) มีการเจรจาแก้ไขปัญหาทางการค้าระหว่างไทยกับสมาชิกอาเซียน 2) มีการขยายตัวของปริมาณการค้าระหว่างไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียน	- ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าตอบแทน	
	กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการประชุมหารือเพื่อกระชับความสัมพันธ์ด้านการค้าและการลงทุนกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก 2. เพื่อแก้ไขและลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกัน วิธีดำเนินการ เข้าร่วมการประชุมหารือกับผู้บริหารระดับสูงของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก เพื่อเป็นการขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผลการประชุมเป็นไปตามทำที่ของฝ่ายไทย เชิงปริมาณ : การเข้าร่วมการประชุมฯ จำนวน 1 ครั้ง	- ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม - ค่าวัสดุสำนักงาน - ค่าตอบแทน	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 1 โครงการ (9 กิจกรรม) วงเงินทั้งสิ้น 600,000 บาท

ที่	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
	กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมการประชุมหารือเพื่อกระชับความสัมพันธ์ด้านการค้าและการลงทุนกับประเทศในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง 2. เพื่อแก้ไขและลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกัน วิธีดำเนินการ เข้าร่วมการประชุมและเดินทางเยือนประเทศภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลางผ่านกลไกหารือทางการค้า อาทิ การประชุมคณะกรรมการร่วมทางการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้าในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง การจัดกิจกรรมพบปะหารือผู้แทนภาครัฐและ/หรือภาคเอกชนในประเทศภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลางของผู้บริหารระดับสูง ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผลการประชุมเป็นไปตามท่าทีของฝ่ายไทยที่กำหนดไว้ เชิงปริมาณ : การเข้าร่วมการประชุมฯ อย่างน้อยจำนวน 1 ครั้ง	- ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม - ค่าวัสดุสำนักงาน - ค่าตอบแทน	
	กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมการประชุมหารือเพื่อกระชับความสัมพันธ์ด้านการค้าและการลงทุนกับประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ 2. เพื่อแก้ไขและลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกัน วิธีดำเนินการ เข้าร่วมการประชุมหารือกับผู้บริหารระดับสูงของประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ เพื่อเป็นการขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน และลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกันด้านการค้าและการลงทุนและลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกัน ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผลการประชุมเป็นไปตามท่าทีของฝ่ายไทยที่กำหนดไว้ เชิงปริมาณ : การเข้าร่วมการประชุมฯ อย่างน้อยจำนวน 1 ครั้ง	- ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าวัสดุสำนักงาน	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 1 โครงการ (9 กิจกรรม) วงเงินทั้งสิ้น 600,000 บาท

ที่	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
	กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมการประชุมเจรจาการค้าระหว่างประเทศภายใต้กรอบองค์การการค้าโลก วัตถุประสงค์ 1. เพื่อแสดงเจตนารมณ์และมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการเจรจารอบโดฮาอย่างเข้มข้น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศ ตลอดจนการหาหรือประเด็นการค้าใหม่ๆ 2. เพื่อหาแนวร่วมพันธมิตรและเครือข่ายที่มีท่าทีสอดคล้องกับไทย ช่วยผลักดันการเจรจารอบโดฮาให้มีความคืบหน้า และสามารถหาข้อสรุปที่จะเป็นประโยชน์ต่อประเทศมากที่สุด วิธีดำเนินการ 1. ศึกษา วิเคราะห์ ให้ข้อเสนอแนะ และประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดท่าทีไทยในประเด็นต่างๆ 2. เข้าร่วมการประชุมและเจรจาเพื่อรักษาผลประโยชน์ของไทยและสินค้าเกษตรของไทย สามารถแข่งขันได้ดีขึ้น ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผลการประชุมเจรจาเป็นไปตามวัตถุประสงค์และแนวทางที่วางไว้	- ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าตอบแทน	
	กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมการประชุมเจรจาการค้าระหว่างประเทศภายใต้กรอบเอเปค วัตถุประสงค์ 1. เพื่อแสวงหา ปกป้อง และรักษาผลประโยชน์ทางการค้าของไทย 2. เพื่อส่งเสริมการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ และเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ 3. เพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าและอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างกัน วิธีดำเนินการ 1. ศึกษาวิเคราะห์และประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจัดประชุมเตรียมการกำหนดท่าทีไทยในประเด็นต่างๆ 2. เข้าร่วมการประชุมและหาหรือเพื่อรักษาผลประโยชน์ของไทย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจและวิชาการ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ เชิงปริมาณ : การเข้าร่วมการประชุมฯ จำนวน 2 ครั้ง (การประชุมตั้งแต่ระดับรัฐมนตรีขึ้นไป 2 ครั้ง)	- ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าตอบแทน	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 1 โครงการ (9 กิจกรรม) วงเงินทั้งสิ้น 600,000 บาท

ที่	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
	กิจกรรมที่ 8 กิจกรรมการประชุมเจรจาและ/หรือหารือกับภาครัฐ/เอกชน เพื่อขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุนกับประเทศในภูมิภาคยุโรป วัตถุประสงค์ 1. เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคยุโรป และส่งเสริมความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน 2. เพื่ออำนวยความสะดวก/ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนระหว่างกัน วิธีดำเนินการ 1. จัดการประชุมกับภาครัฐและ/หรือเอกชนระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคยุโรป 2. จัดการหารือกับภาครัฐและ/หรือเอกชนระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคยุโรป ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : 1) การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนระหว่างไทยกับประเทศในภูมิภาคยุโรป 2) การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เชิงปริมาณ : -	- ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าตอบแทน	
	กิจกรรมที่ 9 กิจกรรมการประชุมเจรจาและ/หรือหารือกับภาครัฐ/เอกชน เพื่อขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุนกับประเทศในกลุ่มเครือรัฐเอกราช (CIS) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศกลุ่มเครือรัฐเอกราช (CIS) และส่งเสริมความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน 2. เพื่ออำนวยความสะดวก/ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนระหว่างกัน วิธีดำเนินการ 1. จัดการประชุมกับภาครัฐและ/หรือเอกชนระหว่างไทยกับประเทศกลุ่มเครือรัฐเอกราช (CIS) 2. จัดการหารือกับภาครัฐและ/หรือเอกชนระหว่างไทยกับประเทศกลุ่มเครือรัฐเอกราช (CIS) ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : 1) การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนระหว่างไทยกับประเทศกลุ่มเครือรัฐเอกราช (CIS) 2) การขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจ	- ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าตอบแทน	
รวม 9 โครงการ			600,000

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 1,970,700 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน
1	2568-91-E2T5-0036	โครงการส่งเสริมการขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ วัตถุประสงค์ ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้ได้รับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในตลาดต่างประเทศ วิธีดำเนินการ จ้างผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ธุรกิจ รวมทั้งจัดทำขอและยื่นค ของจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : สินค้าและบริการของไทยได้รับการยอมรับในต่างประเทศไม่น้อยกว่า 4 ราย เชิงปริมาณ : ยื่นจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศไม่น้อยกว่า 10 ค ขอ	1. ค่าธรรมเนียมการยื่นคำขอจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา - ค่าธรรมเนียมค ของจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (150,000 บาท x 6 ราย) - ค่าธรรมเนียมค ของจดทะเบียนสิทธิบัตร (140,000 บาท x 2 ราย) - ค่าธรรมเนียมค ของจดทะเบียนสิทธิบัตรออกแบบ (250,000 บาท x 2 ราย) 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าค ปรึกษาวิเคราะห์ธุรกิจ - ค่าจัดทำค ขอและยื่นจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ	1,970,700 1,680,000 900,000 280,000 500,000 290,700 100,000 190,700
รวม 1 โครงการ		รายการที่ 1 ค่าธรรมเนียมการยื่นค าจจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา วงเงิน 1,680,000.- บาท โดยขอให้ (1) เอกชนมีส่วนรวมรับผิดชอบค่าใช้จ่าย (2) แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการคัดเลือก (3) ก หนดหลักเกณฑ์การคัดเลือก (4) แต่งตั้งคณะกรรมการติดตามประเมินผล (5) รายงานผลการค านึงงานทุก 6 เดือน เพื่อฝ่ายเลขานุการฯ รายงานคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ทราบ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา หากมีการเสนอโครงการนี้ในปีค รายการที่ 2 ค่าจ้างเหมาบริการ (ค่าวิเคราะห์ธุรกิจ ค่าจัดทำค ขอและยื่นจดทะเบียนในต่างประเทศ) วงเงิน 290,700.- บาท -ปี 2566 โครงการดังกล่าว ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ในการประชุม ครังที่ 2/2565 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2565 โดยรายการที่ 1 ก หนดให้มีรายละเอียด นินการเพิ่มเติมข้างตน		1,970,700

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ปีงบประมาณ 2568 (งบขาว)
จำนวน 25 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 82,269,123 บาท

ลำดับ	หน่วยงาน	โครงการ	วงเงิน (บาท)
งบขาว		25	82,269,123
1	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	17	2,946,000
2	กรมการค้าต่างประเทศ	6	52,309,123
3	สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	2	500,000

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท					
1	2568-91-E2T5-0001	โครงการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ (3 กิจกรรม) กิจกรรมย่อย 1 การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง เช่น โมซัมบิก กินี แอฟริกา อีรัก อิหร่าน และอื่นๆ	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าเบี้ยเลี้ยง - ระดับ 9 ขึ้นไป (3คนX6 วันX3,100) - ระดับ 8 ลงมา (2คนX6วันX2,100) 2. ค่าที่พัก - ระดับ 9 ขึ้นไป (3 คน X 5 วัน X 10,000) - ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 5 วัน X 7,500) 3. ค่าพาหนะ - ค่าโดยสารเครื่องบิน ระดับ 9 ขึ้นไป (3 คน X 366,025) - ค่าโดยสารเครื่องบิน ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 118,459) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (2คัน) X 5 วัน X 30,000) - ค่าพาหนะในประเทศ (ค่าแท็กซี่) 4. ค่าของขวัญ 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าจ้างล่าม 7. ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง ค่า VISA ค่าภาษีสนามบิน ค่าวัคซีน ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าถ่ายเอกสาร ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร อินเทอร์เน็ต ค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น	ตัวชี้วัดของโครงการ เชิงปริมาณ - จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ - รักษาตลาดข้าวที่สำคัญรวมถึงความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้า ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 1 เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : รักษาตลาดข้าวและความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้า ในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	3,438,000 2,128,000 81,000 55,800 25,200 225,000 150,000 75,000 1,638,593 1,098,075 236,918 300,000 3,600 20,000 105,000 50,000 8,407
		กิจกรรมย่อย 2 การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐในภูมิภาคเอเชีย เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย บังกลาเทศ ศรีลังกา และอื่นๆ	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าเบี้ยเลี้ยง - ระดับ 9 ขึ้นไป (3 คน X 4 วัน X 3,100)) - ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 4 วัน X 2,100) 2. ค่าเช่าที่พัก - ระดับ 9 ขึ้นไป (3 คน X 3 วัน X 10,000) - ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 3 วัน X 7,500) 3. ค่าพาหนะ - ค่าโดยสารเครื่องบิน ระดับ 10 ขึ้นไป(1 คน X 62,956) - ค่าโดยสารเครื่องบิน ระดับ 9 (2 คน X 48,315) - ค่าโดยสารเครื่องบิน ระดับ 8 ลงมา (2 X 48,315) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (2คัน) X 4 วัน X 20,000) - ค่าพาหนะในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (3 คน X 1,200) 4. ค่าของขวัญ 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าจ้างล่าม 7. ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง ค่า VISA ค่าภาษีสนามบิน ค่าวัคซีน ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าถ่ายเอกสาร ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร อินเทอร์เน็ต ค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 2 เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : รักษาตลาดข้าวและความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้า ในภูมิภาคเอเชีย	778,000 54,000 37,200 16,800 135,000 90,000 45,000 419,816 62,956 96,630 96,630 160,000 3,600 20,000 105,000 36,000 8,184
		กิจกรรมย่อย 3 การรับรองผู้แทนการค้าเดินทางมาเยือนประเทศไทย	ดำเนินการ 2 ครั้ง 1. ค่าของขวัญ 2. ค่าเลี้ยงรับรอง 3. ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าถ่ายเอกสาร ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร อินเทอร์เน็ต ค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (1) ค่าใช้จ่ายสำหรับผู้แทนไทยในกรณีรับรองคณะผู้แทนต่างประเทศ ในต่างจังหวัด ค่าเช่าที่พัก - ระดับ 9 ขึ้นไป (3 คน X 3 วัน X 3,500) - ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 3 วัน X 2,500) ค่าพาหนะ - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินชั้นธุรกิจ 1 คน x 10,000 - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินชั้นประหยัด 4 คน x 7,500 - ค่าเช่ารถ (2) ค่าใช้จ่ายสำหรับผู้แทนต่างประเทศ ค่าเช่าที่พัก - ระดับ 9 ขึ้นไป (3 คน X 3 วัน X 3,500) - ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 3 วัน X 2,500) ค่าพาหนะ - ค่าเช่ารถ	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 3 เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งที่มีการส่งเสริมการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : รักษาตลาดข้าวและความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาลประเทศคู่ค้าที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย	532,000 32,000 130,000 8,000 362,000 205,000 63,000 30,000 20,000 60,000 32,000 157,000 63,000 30,000 64,000

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของการสนับสนุนพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
2	2568-91-E2T5-0002	โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ข้าวไทยในงานแสดง สินค้านานาชาติ (7 กิจกรรม)		ตัวชี้วัดของโครงการ เชิงปริมาณ - จำนวนผู้เข้าชมชมดูรวมทั้งโครงการ ไม่น้อยกว่า 15,000 ราย - มูลค่าคำสั่งซื้อคาดการณ์ภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 200 ล้านบาท (เฉพาะกิจกรรมที่ 1 และ 2) เชิงคุณภาพ - ผู้เยี่ยมชมดูหารับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	18,074,115
		กิจกรรมย่อย 1 ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ข้าวไทยในประเทศ - เข้าร่วมงาน THAIFEX - ANUGA ASIA	<u>ดำเนินการ 1 ครั้ง</u> 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างล่าม 3. ค่าสาธารณูปโภค	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 1 เชิงปริมาณ - จำนวนผู้เข้าชมชมดูหาไม่น้อยกว่า 2,500 ราย - มูลค่าคำสั่งซื้อคาดการณ์ภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 150 ล้านบาท เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าชมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	3,200,000 941,600 2,138,400 1,500,000 206,400 360,000 72,000 120,000
		กิจกรรมย่อย 2 ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาค ยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS - เข้าร่วมงาน BIOFACH ประเทศเยอรมนี งาน ANUGA ประเทศเยอรมนี งาน SIAL ประเทศฝรั่งเศส และงาน World Food Moscow ประเทศรัสเซีย เป็นต้น	<u>ดำเนินการ 1 ครั้ง</u> 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างล่าม - ค่าขนส่ง 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 8 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 8 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 6 วัน x 14,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 6 วัน x 7,350) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 6 วัน x 10,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 209,366) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 99,559) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (7 วัน x 36,000) 4. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าจัดทำวีซ่า และค่าธรรมเนียมต่างๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (4 คน X 1,200)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 2 เชิงปริมาณ - จำนวนผู้เข้าชมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย - มูลค่าคำสั่งซื้อคาดการณ์ภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าชมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	3,255,000 642,580 1,442,000 490,000 450,000 300,000 72,000 130,000 1,070,443 24,800 50,400 84,000 88,200 63,000 209,366 298,677 252,000 99,977 5,000 60,000 30,177 4,800
		กิจกรรมย่อย 3 ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาค อเมริกา - เข้าร่วมงาน Summer Fancy Food Show งาน Natural Products Expo West และงาน Natural Products Expo East ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น	<u>ดำเนินการ 1 ครั้ง</u> 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าขนส่ง 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 8 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 8 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 6 วัน x 12,500) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 6 วัน x 6,562.50) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 6 วัน x 9,375) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 204,974) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 102,487) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (7 วัน x 25,000) 4. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าจัดทำวีซ่า และค่าธรรมเนียมต่างๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (4 คน X 1,200)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 3 เชิงปริมาณ - เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าชมชมดูหา ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าชมชมดูหาได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	2,677,000 600,000 1,000,000 490,000 410,000 100,000 972,635 24,800 50,400 75,000 78,750 56,250 204,974 307,461 175,000 104,365 5,000 60,000 34,565 4,800

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
		กิจกรรมย่อย 4 ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาค โอเชียเนีย - เข้าร่วมงาน FINE FOOD ประเทศ AUSTRALIA ณ เครือออสเตรเลีย และงานอื่นๆ เป็นต้น	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าขนส่ง 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 6 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 6 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 6 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 6 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 6 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 140,554) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 73,205) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (6 วัน x 30,000) 4. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าธรรมเนียมต่างๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (4 คน x 1,200)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 4 เชิงปริมาณ - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมคูหา ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าเยี่ยมชมคูหาได้รับรู้เกี่ยวกับ คุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลาย ของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	1,699,369 300,000 550,000 400,000 100,000 50,000 764,569 18,600 37,800 60,000 63,000 45,000 140,554 219,615 180,000 84,800 10,000 60,000 10,000 4,800
		กิจกรรมย่อย 5 ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคเอเชีย - เข้าร่วมงาน China - ASEAN Expo และงาน China International Import Export (CIIE) ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น	ดำเนินการ 2 ครั้ง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสถิติ - ค่าจ้างล่าม - ค่าขนส่ง 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 3 คน x 3 วัน x 3,100 x 2 ครั้ง) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 5 คน x 10 วัน x 2,100 x 2 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 3 คน x 3 วัน x 10,000 x 2 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 10 วัน x 5,250 x 2 ครั้ง) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 10 วัน x 7,500 x 2 ครั้ง) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 3 คน x 49,779 x 2 ครั้ง) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 5 คน x 40,995 x 2 ครั้ง) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (120,000 x 2 ครั้ง) 4. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าธรรมเนียมต่างๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (8 คน x 1,200 x 2 ครั้ง)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 5 เชิงปริมาณ - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 2 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมคูหา ไม่น้อยกว่า 2,500 ราย เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าเยี่ยมชมคูหาได้รับรู้เกี่ยวกับ คุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลาย ของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	4,213,624 200,000 1,880,000 700,000 200,000 500,000 240,000 240,000 1,964,424 55,800 210,000 180,000 420,000 150,000 298,674 409,950 240,000 169,200 10,000 120,000 20,000 19,200
		กิจกรรมย่อย 6 ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาค แอฟริกาและภูมิภาคตะวันออกกลาง - เข้าร่วมงาน GULFOOD สหรัฐ อาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าขนส่ง 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 8 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 8 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 7 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 7 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 7 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 62,956) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 45,387) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (7 วัน x 30,000) 4. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าธรรมเนียมต่างๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (4 คน x 1,200)	เชิงปริมาณ - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมคูหา ไม่น้อยกว่า 2,500 ราย เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าเยี่ยมชมคูหาได้รับรู้เกี่ยวกับ คุณภาพ/มาตรฐานและความหลากหลายของ ข้าวไทยเพิ่มขึ้น	1,449,117 186,000 500,000 300,000 140,000 60,000 680,317 24,800 50,400 70,000 73,500 52,500 62,956 136,161 210,000 82,800 5,000 60,000 13,000 4,800

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
		กิจกรรมย่อย 7 ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคอาเซียน - เข้าร่วมงาน WOFEX ณ สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และงาน FHA-Food ณ สาธารณรัฐสิงคโปร์ เป็นต้น	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งบูท - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าขนส่ง 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 6 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 6 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 12,500) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 5 วัน x 6,562.50) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 5 วัน x 9,375) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 46,851) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 32,210) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (6 วัน x 25,000) 4. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน ค่าธรรมเนียมต่างๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (4 คน x 1,200)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 7 เชิงปริมาณ - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวน 1 ครั้ง - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมบูท ไม่น้อยกว่า 1,250 ราย เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าเยี่ยมชมบูทได้รับรู้เกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานและความหลากหลายของข้าวไทยเพิ่มขึ้น	1,580,005 462,240 495,000 300,000 150,000 45,000 524,881 18,600 37,800 62,500 65,625 46,875 46,851 96,630 150,000 97,884 10,000 60,000 23,084 4,800
3	2568-91-E2T5-0003	โครงการกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ในศักยภาพข้าวไทยเพื่อขยายตลาดข้าวไทยในต่างประเทศ (8 กิจกรรม)		ตัวชี้วัดของโครงการ เชิงปริมาณ - พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 50 ราย เชิงคุณภาพ - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	25,304,808
		กิจกรรมย่อย 1 รับรองคณะผู้แทนการค้าและผู้นำเข้าต่างประเทศเดินทางเยือนประเทศไทย (Incoming)	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าเช่าห้องประชุมพร้อมอุปกรณ์ 2. ค่าจ้างเหมาดำเนินการจัดงาน 3. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง (1,420 x 45คน x 5วัน) - ค่าธรรมเนียม อาทิ โทรศัพท์ ค่าพิมพ์เอกสาร เป็นต้น - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ ประกอบด้วย 1) ค่าที่พัก (คณะผู้แทนการค้าจากภูมิภาคเอเชีย) จำนวน 35 คน (35 คน x 4 คืน x 3,500) 2) ค่าที่พัก (เจ้าหน้าที่) 10 คน ประกอบด้วย 2.1) ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 ห้อง x 4 คืน x 3,500) 2.2) ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 ห้อง x 4 คืน x 2,500) ห้องเดี่ยว 2.3) ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 3 ห้อง x 4 คืน x 3,500) ห้องคู่ 3) ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินในประเทศ 10 คน (10 คน x 10,000) 4) ค่าบัตรโดยสารเครื่องบินต่างประเทศ (ขึ้นประหยัด) (2 คน x 29,282) 5) ค่าพาหนะเดินทางในประเทศ	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 1 เชิงปริมาณ - พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 25 ราย เชิงคุณภาพ - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	1,372,064 50,000 50,000 1,272,064 10,000 319,500 4,000 938,564 490,000
		กิจกรรมย่อย 2 จัดคณะเดินทางกระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทยในภูมิภาคเอเชีย	ดำเนินการ 3 ครั้ง 1. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างล่าม 2. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 4 วัน x 3,100 x 3 ครั้ง) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 4 วัน x 3,100 x 3 ครั้ง) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 5 คน x 4 วัน x 2,100 x 3 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 3 วัน x 15,000 x 3 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 3 วัน x 14,000 x 3 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 3 วัน x 7,350 x 3 ครั้ง) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 3 วัน x 10,500 x 3 ครั้ง) ห้องเดี่ยว	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 2 เชิงปริมาณ - พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์กับผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 10 ราย เชิงคุณภาพ - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	6,445,866 1,590,000 900,000 450,000 240,000 3,867,666 37,200 74,400 126,000 135,000 252,000 264,600 94,500

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของการสนับสนุนพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
			- ค่าที่พัก (ผู้ส่งออก 2 คน x 3 วัน x 10,500 x 3 ครั้ง) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 200,000 x 3 ครั้ง) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 99,559 x 3 ครั้ง) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 5 คน x 54,172 x 3 ครั้ง) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ผู้ส่งออก 2 คน x 54,172 x 3 ครั้ง) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (4 วัน x 30,000 x 3 ครั้ง)		189,000 600,000 597,354 812,580 325,032 360,000 988,200
		กิจกรรมย่อย 3 จัดคณะเดินทาง กระชับความสัมพันธ์และรณรงค์ สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคอาเซียน	3. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) ดำเนินการ 2 ครั้ง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาสาธิต 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 2 คน x 4 วัน x 3,100 x 2 ครั้ง) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 4 วัน x 3,100 x 2 ครั้ง) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 5 คน x 4 วัน x 2,100 x 2 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 2 คน x 3 วัน x 15,000 x 2 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 3 วัน x 12,500 x 2 ครั้ง) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 3 วัน x 6,562.50 x 2 ครั้ง) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 3 วัน x 9,375 x 2 ครั้ง) ห้องเดี่ยว - ค่าที่พัก (ผู้ส่งออก 2 คน x 3 วัน x 9,375 x 2 ครั้ง) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 2 คน x 58,564 x 2 ครั้ง) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 40,995 x 2 ครั้ง) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 5 คน x 40,995 x 2 ครั้ง) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ผู้ส่งออก 2 คน x 40,995 x 2 ครั้ง) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (4 วัน x 40,000 x 2 ครั้ง) 4. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (7 คน x 1,200 x 2 ครั้ง)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 3 เชิงปริมาณ - พบปะหารือ/กระชับความสัมพันธ์กับ ผู้นำเข้าข้าวไม่น้อยกว่า 15 ราย เชิงคุณภาพ - ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	30,000 900,000 33,000 25,200 3,510,000 600,000 400,000 2,131,616 49,600 49,600 84,000 180,000 150,000 157,500 56,250 112,500 234,256 163,980 409,950 163,980 320,000 378,384 20,000 300,000 41,584 16,800 2,047,533 400,000 300,000 100,000 1,351,533 12,400 24,800 25,200 60,000 80,000 42,000 30,000 60,000 250,000 281,108 219,615 146,410 120,000
		กิจกรรมย่อย 4 จัดคณะเดินทาง กระชับความสัมพันธ์และรณรงค์ สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคโอเชียเนีย	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต 2. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 4 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 4 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 4 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 4 วัน x 15,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 4 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 4 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 4 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าที่พัก (ผู้ส่งออก 2 คน x 4 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 250,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 140,554) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 73,205) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ผู้ส่งออก 2 คน x 73,205) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (4 วัน x 30,000)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 4 เชิงปริมาณ : จัดคณะเดินทางกระชับ ความสัมพันธ์จำนวน 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐ ในภูมิภาคโอเชียเนียที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	2,047,533 400,000 300,000 100,000 1,351,533 12,400 24,800 25,200 60,000 80,000 42,000 30,000 60,000 250,000 281,108 219,615 146,410 120,000

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของการสนับสนุนพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
		กิจกรรมย่อย 5 จัดคณะเดินทาง กระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทยในภูมิภาคอเมริกา	3. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าจัดทำวีซ่า) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (5 คน x 1,200) ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต 2. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 7 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 7 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 7 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 15,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 5 วัน x 12,500) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 5 วัน x 6,563) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 5 วัน x 9,375) ห้องเดี่ยว - ค่าที่พัก (ผู้ส่งออก 2 คน x 5 วัน x 9,375) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 250,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 204,974) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 102,487) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ผู้ส่งออก 2 คน x 102,487) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (6 วัน x 150,000) 3. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าจัดทำวีซ่า ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (5 คน x 1,200) ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างล่าม 2. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 7 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 7 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 7 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 14,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 5 วัน x 14,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 5 วัน x 7,350) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 5 วัน x 10,500) ห้องเดี่ยว - ค่าที่พัก (ผู้ส่งออก 2 คน x 5 วัน x 10,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 209,366) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 209,366) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 99,559) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ผู้ส่งออก 2 คน x 99,559) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (6 วัน x 80,000) 3. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (5 คน x 1,200) ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างล่าม 2. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 6 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 6 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 6 วัน x 2,100)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 5 เชิงปริมาณ : จัดคณะเดินทางกระชับ ความสัมพันธ์จำนวน 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐ ในภูมิภาคอเมริกาที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการส่งออก ข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 6 เชิงปริมาณ : จัดคณะเดินทางกระชับ ความสัมพันธ์จำนวน 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐ ในภูมิภาคยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าวมีความเชื่อมั่น ในศักยภาพการส่งออกข้าวคุณภาพของไทย เพิ่มมากขึ้น ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 7 เชิงปริมาณ : จัดคณะเดินทางกระชับ ความสัมพันธ์จำนวน 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐ ในภูมิภาคแอฟริกาที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าว มีความเชื่อมั่นในศักยภาพการส่งออก ข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	296,000 10,000 240,000 40,000 6,000 3,315,000 500,000 400,000 100,000 2,587,833 21,700 43,400 44,100 75,000 125,000 65,625 46,875 93,750 250,000 409,948 307,461 204,974 900,000 227,167 10,000 150,000 61,167 6,000 2,927,000 630,000 450,000 135,000 45,000 2,156,093 21,700 43,400 44,100 70,000 140,000 73,500 52,500 105,000 209,366 418,732 298,677 199,118 480,000 140,907 10,000 75,000 49,907 6,000 3,017,745 450,000 300,000 100,000 50,000 2,302,945 18,600 37,200 37,800

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของการสนับสนุนพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
			- ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 15,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 5 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 5 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 5 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ผู้ส่งออก 2 คน x 5 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 420,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 366,025) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 118,459) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ผู้ส่งออก 2 คน x 118,459) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (5 วัน x 25,000) 3. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (5 คน x 1,200)		75,000 100,000 37,500 52,500 75,000 420,000 732,050 355,377 236,918 125,000 264,800 10,000 240,000 8,800 6,000
		กิจกรรมย่อย 8 จัดคณะเดินทาง กระชับความสัมพันธ์และรณรงค์สร้างการรับรู้ศักยภาพข้าวไทย ในภูมิภาคตะวันออกกลาง	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงาน - ค่าจ้างเหมาสถิติ - ค่าจ้างล่าม 2. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 6 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 6 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 6 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 15,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 5 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 5 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 5 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าที่พัก (ผู้ส่งออก 2 คน x 5 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 250,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 200,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 90,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ผู้ส่งออก 2 คน x 90,000) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ (5 วัน x 30,000) 3. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (5 คน x 1,200)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 8 เชิงปริมาณ : จัดคณะเดินทางกระชับ ความสัมพันธ์จำนวน 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า และผู้แทนจำหน่าย ตลอดจนหน่วยงานรัฐ ในภูมิภาคตะวันออกกลางที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าข้าวมีความเชื่อมั่นในศักยภาพ การส่งออกข้าวคุณภาพของไทยเพิ่มมากขึ้น	2,669,600 500,000 350,000 100,000 50,000 1,683,600 18,600 37,200 37,800 75,000 100,000 52,500 37,500 75,000 250,000 400,000 270,000 180,000 150,000 486,000 10,000 450,000 20,000 6,000
4	2568-91-E2T5-0004	โครงการประชุมความมั่นคงทาง ด้านอาหารและความร่วมมือข้าวระหว่างประเทศ (3 กิจกรรม)	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 5 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 4 วัน x 15,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 : 1 คน x 4 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 4 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 60,100) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 : 1 คน x 42,500) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 42,500) - ค่าพาหนะ (5 วัน x 10,000)	ตัวชี้วัดของโครงการ เชิงปริมาณ - เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง เชิงคุณภาพ - ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ความมั่นคงทางด้านอาหารโดยเฉพาะสินค้าข้าวในภูมิภาคอาเซียน อาเซียนบวกสาม และสถานการณ์อาหารโลก	1,557,800
		กิจกรรมย่อย 1 เข้าร่วมการประชุม คณะกรรมการสำรองอาหาร เพื่อความมั่นคงแห่งภูมิภาคอาเซียน (AFSRB)	ดำเนินการ 1 ครั้ง 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 5 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 4 วัน x 15,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 : 1 คน x 4 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 4 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 60,100) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 : 1 คน x 42,500) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 4 คน x 42,500) - ค่าพาหนะ (5 วัน x 10,000)	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 1 เชิงปริมาณ : เข้าร่วมประชุม จำนวน ไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ ความมั่นคงทางด้านอาหารภายใต้ คณะกรรมการสำรองอาหารเพื่อความมั่นคงแห่งภูมิภาคอาเซียน (AFSRB)	726,800 579,600 15,500 15,500 42,000 60,000 40,000 84,000 60,100 42,500 170,000 50,000

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
		กิจกรรมย่อย 2 เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการองค์การสำรองข้าวฉุกเฉินของอาเซียนบวกสาม (APTERR)	2. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) - ค่าสาธารณูปโภค - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (6 คน x 1,200) ดำเนินการ 1 ครั้ง	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 2 เชิงปริมาณ : เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ความมั่นคงทางด้านอาหารภายใต้คณะกรรมการองค์การสำรองข้าวฉุกเฉินของอาเซียนบวกสาม (APTERR)	147,200 20,000 90,000 20,000 10,000 7,200 232,000 200,500 16,800 44,100 108,344 24,000 7,256
		กิจกรรมย่อย 3 เข้าร่วมการประชุมความร่วมมืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้าวระหว่างประเทศ อาทิ ความร่วมมือข้าวไทย-เวียดนาม	1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 4 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 3 วัน x 7,350) ห้องคู่ - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 54,172) - ค่าพาหนะ (2 คน x 4วัน x 3,000) - อื่นๆ (ค่าธรรมเนียมหนังสือเดินทาง และค่าธรรมเนียมต่างๆ) 2. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าธรรมเนียม (ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) - ค่าสาธารณูปโภค - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (2 คน x 1,200) ดำเนินการ 1 ครั้ง	ตัวชี้วัดของกิจกรรมย่อย 3 เชิงปริมาณ : เข้าร่วมประชุม จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ได้รับทราบข้อมูลสถานการณ์ข้าวระหว่างประเทศ	31,500 10,000 9,100 10,000 2,400 599,000 453,000 15,500 31,000 31,500 60,000 80,000 42,000 30,000 28,000 44,000 66,000 25,000
			1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ10 ขึ้นไป 1 คน x 5 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 5 วัน x 3,100) - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 5 วัน x 2,100) - ค่าที่พัก (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 4 วัน x 15,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 9 ขึ้นไป 2 คน x 4 วัน x 10,000) - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 2 คน x 4 วัน x 5,250) ห้องคู่ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา 1 คน x 4 วัน x 7,500) ห้องเดี่ยว - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 10 ขึ้นไป 1 คน x 28,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 9 : 2 คน x 22,000) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา 3 คน x 22,000) - ค่าพาหนะ (5 วัน x 5,000) 2. ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าของขวัญ - ค่าเลี้ยงรับรอง - ค่าธรรมเนียม (ค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยนและค่าธรรมเนียมอื่นๆ) - ค่าสาธารณูปโภค - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ (ค่าแท็กซี่) (5 คน x 1,200)		20,000 90,000 20,000 10,000 6,000
5	2568-91-E2T5-0006	โครงการ TRC 2025 สัญจร	ดำเนินการ 2 ครั้ง 1. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 1.1 ค่าที่พัก 1) รัฐมนตรี (1คน x 2คืน x 10,000) 2) เจ้าหน้าที่ - ระดับ 9 ขึ้นไป (6คน x 2คืน x 3,500) - ระดับ 8 ลงมา (20คน x 2คืน x 1,250) 3) วิทยากร (6คน x 2คืน x 2,500) 4) สื่อมวลชน (10คน x 2คืน x 1,250) 1.2 ค่าพาหนะ 1) รัฐมนตรี (1คน x 15,000) 2) เจ้าหน้าที่ - ระดับ 9 ขึ้นไป (6คน x 8,000) - ระดับ 8 ลงมา (20คน x 8,000) 3) วิทยากร (6คน x 8,000) 4) สื่อมวลชน (10คน x 8,000) 1.3 ค่าพาหนะเดินทางในประเทศ ได้แก่ ค่าแท็กซี่ (26 คน x 1,200 x 2 ครั้ง) 2. ค่าจ้างเหมาโครงการ 2.1 การจัดพิธีเปิดและการจัดประชุมสัมมนา 2.2 ค่าอาหาร 2.3 การจัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ข้าวไทย 2.4 การลงพื้นที่เพื่อพบปะเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนและเยี่ยมชมแปลงนา 2.5 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 2.6 ค่าจ้างเหมาบริการยานพาหนะในประเทศ 3. ค่าเช่าสถานที่จัดประชุม	เชิงปริมาณ - ผู้เข้าร่วมงานทั้งโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 160 คน (คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมงานทั้งโครงการฯ) เชิงคุณภาพ - ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	3,716,400 1,098,400 40,000 84,000 100,000 60,000 50,000 30,000 96,000 320,000 96,000 160,000 62,400 2,118,000 300,000 240,000 300,000 440,000 460,000 378,000 500,000

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของการสนับสนุนพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
6	2568-91-E2T8-0001	โครงการบริหารการค้าเนิงานของคณะอนุกรรมการและคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในส่วนของการสนับสนุนพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568	ดำเนินการ 5 ครั้ง ค่าเบี้ยประชุม - ประธานอนุกรรมการฯ 1 คน (1 คน X 5 ครั้ง X 2,000 บาท) - อนุกรรมการ 10 คน (10 คน X 5 ครั้ง X 1,600 บาท) - ประธานคณะทำงาน 1 คน (1 คน X 5 ครั้ง X 2,000 บาท) - คณะทำงาน 10 คน (10 คน X 5 ครั้ง X 1,600 บาท) ค่าเลี้ยงรับรอง (ค่าอาหารว่าง/อาหารกลางวัน) คณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง - อาหารว่าง (30 คน x 5 ครั้ง x 50 บาท x 2 มื้อ) - อาหารกลางวัน (30 คน x 3 ครั้ง x 150 บาท x 1 มื้อ) คณะทำงานที่เกี่ยวข้อง - อาหารว่าง (10 คน x 5 ครั้ง x 50 บาท x 2 มื้อ) - อาหารกลางวัน (10 คน x 3 ครั้ง x 150 บาท x 1 มื้อ)	เชิงปริมาณ - จำนวนครั้งที่จัดประชุมคณะอนุกรรมการฯ และคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง	218,000 180,000 10,000 80,000 10,000 80,000 38,000 15,000 13,500 5,000 4,500
7	2568-91-F1M1-0013	โครงการจัดประชุมข้าวนานาชาติ Thailand Rice Convention 2025	- ค่าเช่าสถานที่จัดการประชุม - ค่าจ้างเหมาบริการ 1. ค่าจ้างเหมาดำเนินการจัดงาน TRC 2025 1.1 การจัดทำแผนการดำเนินงาน (อาทิ การจัดแผนการดำเนินงาน การออกแบบแนวคิด รูปแบบ สัญลักษณ์การจัดงาน การออกแบบและวางผังรูปแบบการจัดประชุม ฯลฯ) 1.2 การแถลงข่าว จำนวน 200 คน - ค่าจ้างเหมาดำเนินการจัดงานแถลงข่าว - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (200 คน x 120 บาท) 1.3 การจัดพิธีเปิดและจัดการประชุม สัมมนา จำนวน 400 คน - ค่าจ้างเหมาดำเนินการจัดพิธีเปิดและการจัดประชุมสัมมนา การประชุมความร่วมมือด้านการค้าข้าว การเจรจาธุรกิจ การสรุปและประเมินผลการจัดงาน - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (400 คน x 120 บาท x 2 มื้อ) - ค่าอาหารกลางวันรวมเครื่องดื่ม ไม่มีแอลกอฮอล์ (400 คน x 500 บาท) 1.4 ค่าจัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ข้าวไทย 1.5 การจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน จำนวน 200 คน - ค่าจ้างเหมาจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม (200 คน x 120 บาท x 2 มื้อ) - ค่าอาหารกลางวันรวมเครื่องดื่ม ไม่มีแอลกอฮอล์ (200 คน x 500 บาท) 1.6 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานด้านสื่อประชาสัมพันธ์ 1.7 การบริหารจัดการและอำนวยความสะดวก (อาทิ การอำนวยความสะดวก ณ ท่าอากาศยานและโรงแรมที่พัก การอำนวยความสะดวกด้านการจราจรและการรักษาความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกด้านการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ค่าบริหารจัดการโครงการ ฯลฯ) 2. ค่าจ้างเหมาบริการยานพาหนะ 2.1 รถยนต์โดยสาร (รถตู้) ขนาดไม่น้อยกว่า 9 ที่นั่ง (28 คัน x 3 วัน x 4,000 บาท) 2.2 รถยนต์โดยสาร (รถตู้) ขนาดไม่เกิน 7 ที่นั่ง (14 คัน x 3 วัน x 7,500 บาท) 2.3 รถบัส ขนาดไม่น้อยกว่า 40 ที่นั่ง (2 คัน x 1 วัน x 25,000 บาท) - ค่าใช้จ่ายในการเจรจาและประชุมนานาชาติในประเทศไทย ค่าที่พัก 1. ผู้เข้าร่วมประชุม 1.1 แกร์รัฐบาล (24 คน x 3 วัน x 8,000 บาท) 1.2 ผู้นำเข้าข้าว (200 คน x 3 วัน x 6,000 บาท) 1.3 สื่อมวลชน (15 คน x 3 วัน x 6,000 บาท) 1.4 ผู้แทนเกษตรกร (ห้องคู่) (50 คน x 2 วัน x 1,750 บาท)	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ - ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 เชิงปริมาณ 1. ผู้เข้าร่วมงานทั้งโครงการฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 320 คน (คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมงานทั้งโครงการฯ) 2. มีการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ส่งออกข้าวไทยกับผู้นำเข้าข้าว ไม่น้อยกว่า 40 คู่ หรือมูลค่าคำสั่งซื้อคาดการณ์ภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาท	27,181,730 2,650,000 9,489,000 8,788,000 90,000 500,000 24,000 2,000,000 96,000 200,000 950,000 480,000 48,000 100,000 3,000,000 1,300,000 701,000 336,000 315,000 50,000 14,562,730 4,945,500 4,621,000 576,000 3,600,000 270,000 175,000

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของการสนับสนุนพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 79,490,853 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่ สนับสนุน (บาท)
			2. วิทยากร		156,500
			2.1 วิทยากรต่างชาติ (6 คน x 3 วัน x 8,000 บาท)		144,000
			2.2 วิทยากรไทย (5 คน x 1 วัน x 2,500 บาท)		12,500
			3. เจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย 30 คน		168,000
			3.1 ระดับ 9 ขึ้นไป (6 คน x 2 วัน x 3,500 บาท)		42,000
			3.2 ระดับ 8 ลงมา (24 คน x 3 วัน x 1,750 บาท)		126,000
			ค่าพาหนะ		9,617,230
			1. ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน		9,435,730
			1.1 ผู้นำเข้าและแกลบริบาล		7,345,420
			- แกลบริบาล G to G 24 คน		
			(1) ภูมิภาคเอเชีย (20 คน x 99,550 บาท)		1,991,000
			(2) ภูมิภาคตะวันออกกลาง (4 คน x 62,950 บาท)		251,800
			- ผู้นำเข้าข้าว 70 คน		
			(1) ภูมิภาคเอเชีย (42 คน x 54,170 บาท)		2,275,140
			(2) ภูมิภาคตะวันออกกลาง (10 คน x 46,850 บาท)		468,500
			(3) ภูมิภาคยุโรป (4 คน x 99,550 บาท)		398,200
			(4) ภูมิภาคอเมริกา (6 คน x 106,480 บาท)		638,880
			(5) ภูมิภาคแอฟริกา (4 คน x 166,375 บาท)		665,500
			(6) ภูมิภาคออสเตรเลียและโอเชียเนีย (4 คน x 164,100 บาท)		656,400
			1.2 วิทยากร (ยุโรป อเมริกา และอื่นๆ) (6 คน x 212,960 บาท)		1,277,760
			1.3 สื่อมวลชน (15 คน x 54,170 บาท)		812,550
			2. ค่าพาหนะเดินทางของเกษตรกร (50 คน x 2,500 บาท)		125,000
			3. ค่าธรรมเนียม เช่น ค่าธรรมเนียมสนามบิน		56,500
			ค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างประเทศ		
			ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น)		
			- ค่าใช้จ่ายอื่น		480,000
			- ค่าเลี้ยงรับรอง		
			(1) งานเลี้ยงต้อนรับ (300 คน x 800 บาท)		240,000
			(2) งาน Gala Dinner (300 คน x 800 บาท)		240,000
รวม 7 โครงการ					79,490,853

โครงการที่ได้รับอนุมัติเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบข้าว) ปีงบประมาณ 2568
หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 17 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 29,460,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 17 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 29,460,000 บาท					
1	2568-91-E2T5-0005	โครงการ Think Rice Think Thailand ส่งเสริมการขายตลาดข้าวไทยในฟิลิปปินส์ - (สกอ. / สคต. มะนิลา)	ค่าเช่าพื้นที่ (36 ตรม.ฯ ละ 21,000) ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ (สื่ออื่นๆ) - สื่อออนไลน์	เชิงปริมาณ 1. มูลค่าสั่งซื้อพื้นที่ 5 ล้านบาท 2. มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 50 ล้านบาท เชิงคุณภาพ 1. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับข้าวไทยและส่งเสริมให้ข้าวไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น 2. กระตุ้นการบริโภคข้าวและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานข้าวไทย	1,950,000 756,000 1,044,000 460,000 392,000 192,000 150,000
2	2568-91-E2T5-0007	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ข้าวไทยในตลาดฮ่องกง - (สกอ./ สคต. ฮ่องกง)	ค่าเช่าพื้นที่ (2 คูหา) ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ - สื่อโซเชียลมีเดีย - ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL) ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาสาธิต	เชิงปริมาณ 1. มียอดการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 500,000 ครั้ง 2. มีผู้เยี่ยมชมกิจกรรม จำนวน 20,000 ราย เชิงคุณภาพ 1. ผู้บริโภคชาวฮ่องกงมีความรับรู้ต่อเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยของ คต. ที่เป็นภาษาจีนกวางตุ้งมากยิ่งขึ้น 2. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร Thai SELECT และร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในฮ่องกงใช้ข้าวไทยเพิ่มมากขึ้น 3. ข้าวไทยสามารถขยายตลาดในธุรกิจร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น 4. ผู้บริโภคชาวฮ่องกงมีความเชื่อมั่นในข้าวไทยเพิ่มมากขึ้น	2,000,000 600,000 600,000 400,000 200,000 800,000 500,000 300,000
3	2568-91-E2T5-0008	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวไทยผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์ในตลาดจีน - (สกอ./ สคต. กวางโจว)	ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาทิ KOL / Douyin (Tiktok) / Wechat / Weibo / Redbook ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งสถานที่จัดงาน - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต (ค่าจ้างผู้สาธิตทำอาหารและวัตถุดิบ)	เชิงปริมาณ 1. การส่งออกสินค้าข้าวมายังจีนปี 2568 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 2. มียอดผู้เข้าชมบน post ของ KOL ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านวิว เชิงคุณภาพ 1. ส่งเสริมและผลักดันให้ผู้บริโภคมีความต้องการรับประทานข้าวไทยเพิ่มมากขึ้น 2. ส่งเสริมการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ 3. ภาพลักษณ์ของข้าวไทยดีขึ้นและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น	1,700,000 800,000 900,000 300,000 300,000 300,000
4	2568-91-E2T5-0009	โครงการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยผ่านสื่อออนไลน์ และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวร่วมกับร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT ในมณฑลยูนนาน - (สกอ./ สคต. นครคุนหมิง)	ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ (สื่ออื่นๆ) - สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (5 ครั้ง) - Net Idol / KOL (5 ครั้ง) - สื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ ถุงผ้า / ร่ม / ผักกาดเขียว (1,000 ชิ้น x 100 บาท) ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างล่าม (5 คน x 2 วัน x 3,000)	เชิงปริมาณ - มีมูลค่าสั่งซื้อสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ภายใน 1 ปี เชิงคุณภาพ 1. ผู้นำเข้าข้าวและผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวไทยและเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มมากขึ้น 2. ข้าวไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดเพิ่มมากขึ้น	1,080,000 500,000 250,000 150,000 100,000 580,000 200,000 300,000 50,000 30,000

โครงการที่ได้รับอนุมัติเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบชั่วคราว) ปีงบประมาณ 2568
หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 17 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 29,460,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
5	2568-91-E2T5-0010	โครงการจัดดูพาชาสัมพันธ์ ชาวไทย ในงานแสดงสินค้า China Food and Drink Fair นครเจิ้งตู - (สกอ./ สคต. เจิ้งตู)	ค่าเช่าพื้นที่ (54 ตรม. x 14,000 บาท) ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ (สื่ออื่นๆ) - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ Social Media / KOL / Influencer / Live Streaming - สื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ อุปกรณ์หุงข้าวไทย / ถังน้ำ เป็นต้น ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าออกแบบและตกแต่งบูธ (54 ตรม. x 11,000 บาท) - ค่าจ้างเหมาสาธิตการทำอาหารจากข้าวไทย - ค่าจ้างล่าม (2 คน x 4 วัน x 3,500)	เชิงปริมาณ 1. สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดแสดง 20 รายการ 2. มูลค่าการเจรจาการค้าใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท เชิงคุณภาพ - ชาวไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในตลาดจีน	1,638,000 756,000 230,000 200,000 30,000 652,000 594,000 30,000 28,000
6	2568-91-E2T5-0011	โครงการส่งเสริมการขายข้าวไทย ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้าง/ ผู้นำเข้า ในนครเจิ้งตู - (สกอ./ สคต. เจิ้งตู)	ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ (สื่ออื่นๆ) - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ Social Media / KOL / Influencer / Live Streaming - สื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ อุปกรณ์หุงข้าวไทย / ถังน้ำ เป็นต้น - การประชาสัมพันธ์ผ่าน SMS ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งสถานที่จัดกิจกรรม - ค่าจ้างเหมาสาธิต	เชิงปริมาณ 1. สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมจัดแสดงไม่น้อยกว่า 10 รายการ 2. มูลค่าการจำหน่ายข้าวไทยในช่วงการจัดกิจกรรมเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 เชิงคุณภาพ - ชาวไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในตลาดจีน	680,000 500,000 400,000 50,000 50,000 180,000 150,000 30,000
7	2568-91-E2T5-0012	โครงการส่งเสริมการขายตลาด ชาวไทยในมณฑลทางภาคเหนือและ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน - (สกอ./ สคต. ชิงเต๋ว)	ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ (สื่ออื่นๆ) - ค่าจ้างในการจัดหา KOL ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต	เชิงปริมาณ 1. มูลค่าการจำหน่ายสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว ในช่วงที่จัดกิจกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 2. มียอดผู้เข้าชม ยอดไลค์ ยอดแสดงความเห็น ในสื่อประชาสัมพันธ์ของ KOL ที่เข้าร่วมกิจกรรม รวมกันไม่น้อยกว่า 1,000,000 ราย เชิงคุณภาพ 1. ผู้บริโภคชาวจีนทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการรับรู้ถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของข้าวไทย สามารถเลือกซื้อ ข้าวไทยของแท้ รวมทั้งมีความต้องการในการบริโภคข้าวไทยมากขึ้น 2. มีการนำเข้าข้าวไทยทั้งข้าวหอมมะลิ รวมทั้งข้าวที่มีคุณสมบัติ พิเศษเฉพาะตัวมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์ ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนมากขึ้น	1,400,000 730,000 730,000 670,000 500,000 170,000
8	2568-91-E2T5-0013	โครงการส่งเสริมข้าวหอมมะลิไทย ในประเทศนอร์เวย์ - (สกอ./ สคต. โคเปนเฮเกน)	ค่าเช่าพื้นที่ ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต	เชิงปริมาณ - ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนอย่างน้อย 15 ราย เชิงคุณภาพ - ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทยและคุณภาพของ ข้าวหอมมะลิไทย	1,200,000 300,000 900,000 700,000 200,000

โครงการที่ได้รับอนุมัติเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบชั่วคราว) ปีงบประมาณ 2568
หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 17 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 29,460,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
9	2568-91-E2T5-0014	โครงการขยายตลาดข้าวและ ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในเยอรมนี - (สกอ./ สดต. เบอร์ลิน)	ค่าเช่าพื้นที่ (ค่าเช่า Cooking Studio 5 ครั้ง x 70,000) ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ - สถานีวิทยุ RBB (34 ครั้ง) รวมค่าผลิตสื่อวิทยุ 30,000 บาท/ชิ้น - สื่ออื่นๆ (ออนไลน์) ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งบูท - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างล่าม (1คน x 5ครั้ง x 7,400) ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ ได้แก่ - ค่าพาหนะ (1 คัน x 3ครั้ง x 10,000) - ค่าที่จอดรถ ค่าทางด่วน	เชิงปริมาณ 1. สร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 100,000 คน 2. มูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวหรือผลิตภัณฑ์จากข้าวไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0 เทียบกับปีก่อนหน้า เชิงคุณภาพ 1. สร้างมูลค่าเพิ่มและการรับรู้ในสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ จากข้าวของไทย 2. สร้างการรับรู้ในตราสัญลักษณ์ข้าวหอมมะลิไทย	2,482,000 350,000 940,000 540,000 400,000 1,157,000 300,000 450,000 370,000 37,000 35,000 30,000 5,000
10	2568-91-E2T5-0015	โครงการเจาะตลาดสินค้าข้าวไทยใน กลุ่มผู้บริโภคใหม่ในสเปน ร่วมกับ ห้างสรรพสินค้า El Corte Ingles - (สกอ./ สดต. กรุงมาดริด)	ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งสถานที่ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ ได้แก่ - ค่าพาหนะ (1 คัน x 3ครั้ง x 10,000) - ค่าที่จอดรถ ค่าทางด่วน	เชิงปริมาณ 1. ผู้บริโภครับรู้ 80,000 ราย 2. มูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวไทยไปสเปนขยายตัวร้อยละ 5 เชิงคุณภาพ 1. ผู้บริโภคสเปนรู้จักและนิยมสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยมากขึ้น 2. สินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี เกิดเป็นกระแสในกลุ่มผู้บริโภคสเปน	1,000,000 1,000,000 180,000 820,000
11	2568-91-E2T5-0016	โครงการส่งเสริมขยายตลาดข้าว และผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในแคนาดา ปี 2568 - (สกอ./ สดต. โทรอนโต)	ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าออกแบบตกแต่งบูท - ค่าผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ - ค่าจ้างเหมาจัดการบริหารสื่อ Mainstream และ/หรือ กลุ่มตลาดชาติพันธุ์ - ค่าจัดกิจกรรม Healthy Rice Event - ค่าจ้างเหมาสาธิต ห้างค้าปลีก - ค่าจ้างเหมาสาธิตภายในงาน Thai Street Food Festival ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง 1) ทริป 1 (4คน x 3วัน x 1,050) 2) ทริป 2 (3คน x 5วัน x 1,050) - ค่าที่พัก 1) ทริป 1 (ห้องคู่ 2 ห้อง x 2คืน x 10,500) 2) ทริป 2 (ห้องคู่ 1ห้อง x 4คืน x 10,500) 2) ทริป 2 (ห้องเดี่ยว 1ห้อง x 4คืน x 7,500) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน - ค่าแท็กซี่ไป-กลับสนามบิน - ค่าเช่ารถ - ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง - ค่าที่จอดรถ/ค่าทางด่วน (Toll Way) ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าธรรมเนียมโอนเงินระหว่างประเทศ	เชิงปริมาณ 1. ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 5 ราย 2. มูลค่าสั่งซื้อผ่านกิจกรรมทันที 60 ล้านบาท และมูลค่า การสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 250 ล้านบาท เชิงคุณภาพ - ส่งเสริมเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย ข้าวสาลีไทย ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้นในแคนาดา	2,784,000 2,400,150 350,150 300,000 1,000,000 200,000 500,000 50,000 379,850 28,350 12,600 15,750 114,000 42,000 42,000 30,000 150,000 15,000 30,000 35,000 7,500 4,000 4,000

โครงการที่ได้รับอนุมัติเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบชั่วคราว) ปีงบประมาณ 2568
หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 17 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 29,460,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
12	2568-91-E2T5-0017	โครงการเพิ่มจุดแข็งตลาดข้าวไทย ในเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐอเมริกา - (สกอ./ สคต. ชิคาโก)	ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน 1) กิจกรรมส่งเสริมการขาย (In-Store Promotion) 2) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ร่วมกับผู้มีอิทธิพลทางสังคมออนไลน์ 3) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อศักยภาพ	เชิงปริมาณ 1. ผู้นำเข้าที่มีศักยภาพในเขตพื้นที่อาณาเข้าร่วมอย่างน้อย 1 ราย 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าข้าวหอมมะลิอย่างน้อย 30 ครั้ง 3. ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์/เซฟ เข้าร่วมอย่างน้อย 10 ราย 4. ประชาสัมพันธ์ข้าวหอมมะลิไทยและตราสัญลักษณ์รวงข้าวผ่านสื่อศักยภาพ อย่างน้อย 2 ครั้ง 5. สร้างยอดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Reaches) อย่างน้อย 250,000 ครั้ง เชิงคุณภาพ 1. ผู้บริโภคชาวอเมริกันรุ่นใหม่รับรู้จักข้าวหอมมะลิไทยและตราสัญลักษณ์รวงข้าว 2. ผู้บริโภคชาวอเมริกันเลือกบริโภคข้าวหอมมะลิไทยมากขึ้น	2,350,000 2,350,000 1,250,000 600,000 500,000
13	2568-91-E2T5-0018	โครงการส่งเสริมการขายตลาดข้าวหอมมะลิไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา - (สกอ./ สคต. ลอสแอนเจลิส)	ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน	เชิงปริมาณ 1. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายข้าวหอมมะลิไทยอย่างน้อย 200 ครั้ง 2. มูลค่าการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 เชิงคุณภาพ 1. ผู้บริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกา ทราบถึงคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะของข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มมากขึ้น 2. ขยายฐานลูกค้าข้าวหอมมะลิไทยในตลาด Mainstream ในรัฐฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกา	2,000,000 2,000,000
14	2568-91-E2T5-0019	โครงการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยเพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคฮิสแปนิกในแถบตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐอเมริกา และแคริบเบียน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - (สกอ./ สคต. เมืองไมอามี)	ค่าเช่าพื้นที่ ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ - โปสเตอร์ (5 ชิ้น x 6,000) - แผ่นพับ (4,000 แผ่น x 4) - ป้ายโฆษณาไว้นิล ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งบูท - ค่าจ้างล่าม (2 คน x 36,000) ค่าใช้จ่ายอื่น - ค่าวัสดุ (ค่าวัสดุติดและอุปกรณ์)	เชิงปริมาณ - มีการเข้าถึงผู้บริโภค 5,000 ราย เชิงปริมาณ - สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคฮิสแปนิกในแถบตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐอเมริกา และแคริบเบียน เชิงคุณภาพ - สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคฮิสแปนิกในแถบตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐอเมริกา และแคริบเบียน	396,000 72,000 90,000 30,000 16,000 44,000 90,000 18,000 72,000 144,000 144,000
15	2568-91-E2T5-0020	โครงการส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาปี 2568 - (สกอ./ สคต. นิวยอร์ก)	ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ (สื่ออื่นๆ) - สื่อโฆษณา Online/ Social Media และอื่นๆที่เหมาะสม ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งสถานที่ในการจัดกิจกรรม - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างเหมาบริการอื่นๆ (ค่าบริการจัดการสื่อ Social Media และสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสม ค่าจ้าง Influencer /และหรือเซฟที่มีชื่อเสียง ค่าจ้างถ่ายภาพ/วิดีโอ)	เชิงปริมาณ 1. สื่อถูกแสดงต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างน้อย 10 ล้านครั้ง 2. เป้าหมายมีผู้นำเข้า/Influencers/ สื่อมวลชน เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 20 ราย เชิงคุณภาพ - เสริมสร้างภาพลักษณ์ข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวของไทยให้แก่ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา	3,500,000 600,000 600,000 2,900,000 550,000 600,000 450,000 1,300,000

โครงการที่ได้รับอนุมัติเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบข้าว) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 17 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 29,460,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
16	2568-91-E2T5-0021	โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าข้าวผ่านช่องทางออนไลน์ร่วมกับ Influencer ทำอาหารชื่อดังชาวอาร์เจนตินา - (สกอ./ สคต. บัวโนสไอเรส)	ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน	เชิงปริมาณ - มูลค่าสั่งซื้อข้าวและผลิตภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 3 ล้านบาท ภายใน 1 ปี เชิงคุณภาพ 1. ผู้นำเข้าและผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวไทยและตราสัญลักษณ์ข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มมากขึ้น 2. ข้าวไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดเพิ่มมากขึ้น	500,000 500,000
17	2568-91-E2T5-0022	โครงการส่งเสริมสินค้าข้าวไทยในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ - (สกอ./ สคต. เมืองดูไบ)	ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาสาธิต - ค่าจ้างเหมาบริการอื่น (ค่าผลิตสื่อโฆษณา)	เชิงปริมาณ 1. มูลค่าสั่งซื้อผ่านกิจกรรม ทันที 2 ล้านบาท หรือภายใน 1 ปี 10 ล้านบาท 2. การนำเข้าข้าวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เชิงคุณภาพ - สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของข้าวไทย	2,800,000 2,800,000 1,200,000 800,000 800,000
รวม 17 โครงการ					29,460,000

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนฯ ในส่วนของค่าธรรมเนียมพิเศษการส่งออกข้าว ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 500,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ตัวชี้วัด	วงเงินที่สนับสนุน (บาท)
หน่วยงาน : สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย โดยสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 500,000 บาท					
1	2568-91-F1M1-0001	โครงการประชุมความร่วมมือ ทางการค้าข้าว (ประเทศผู้ส่งออก) กิจกรรมย่อย 1 รับรองคณะ ผู้แทนการค้าจากประเทศผู้ส่งออก เดินทางมาประชุมที่ประเทศไทย เช่น เวียดนาม พม่า กัมพูชา	ดำเนินการ 1 ครั้ง ค่าเลี้ยงรับรอง ค่าของขวัญ	เชิงปริมาณ - รับรองคณะผู้แทนการค้าจากประเทศ ผู้ส่งออก ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี เชิงคุณภาพ - ประเทศผู้ส่งออกข้าวมีการแลกเปลี่ยน ข่าวสารเรื่องข้าวระหว่างกัน	250,000 220,000 30,000
2	2568-91-F1M1-0002	โครงการประชุมความร่วมมือ ทางการค้าข้าว (ประเทศผู้นำเข้า) กิจกรรมย่อย 1 รับรองคณะ ผู้แทนการค้าจากประเทศผู้นำเข้า เดินทางมาประชุมที่ประเทศไทย เช่น ฮองกง สิงคโปร์ สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	ดำเนินการ 1 ครั้ง ค่าเลี้ยงรับรอง ค่าของขวัญ	เชิงปริมาณ - การส่งออกข้าวไทยไปฮองกง สิงคโปร์ และจีน มีมูลค่ารวมกันไม่น้อยกว่า 500 Million USD เชิงคุณภาพ - รักษาส่วนแบ่งการตลาดข้าวไทยใน ฮองกง, สิงคโปร์, จีน	250,000 220,000 30,000
รวม 2 โครงการ					500,000

คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ มีมติอนุมัติ แผนปฏิบัติการ
ปีงบประมาณ 2568 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)
ครั้งที่ 1/2568 (เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2568)
(งบทั่วไป) จำนวน 8 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 286,251,600 บาท

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
จำนวน 8 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 286,251,600 บาท

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
รวมแผนงานกองทุนฯ (สค.) ปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 8 โครงการ)						286,251,600		
1. การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งออก (จำนวน 8 โครงการ)						286,251,600		
แผนปฏิบัติการที่ 1 การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ (จำนวน 4 โครงการ)						184,062,200		
กลยุทธ์ที่ 1.1 การผลักดันคลัสเตอร์เป้าหมาย (จำนวน 4 โครงการ)						184,062,200		
	2568-91-E2T5-0037	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรอาหาร (เพิ่มเติม)				8,944,200	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 26 ราย - มูลค่าจากการค้า 36 ลบ.	สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารไปเจรจาการค้าที่ภูมิภาคแอฟริกา	อาหารและเครื่องดื่ม	แอฟริกา	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,472,100	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย - มูลค่าจากการค้า 18 ลบ.	สกอ./สคต.โคโร
		2) กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารไปเจรจาการค้าที่ภูมิภาคลาติน อเมริกากลาง และแคริบเบียน	อาหารและเครื่องดื่ม	ลาติน อเมริกากลาง และแคริบเบียน	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,472,100	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย - มูลค่าจากการค้า 18 ลบ.	สกอ./สคต.โนโรปี
1	2568-91-E2T5-0038	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดโลก				70,000,000		สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมยกระดับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการเดือนกุมภาพันธ์ 2568 - กันยายน 2569	ร้านอาหารไทย ในต่างประเทศ	ทั่วโลก	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	70,000,000	- คู่มือ (Guideline) สำหรับการดำเนิน ร้านอาหารไทยรูปแบบใหม่ ในภูมิภาคต่างๆ จำนวน 5 ฉบับ - Artwork สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน - VDO ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร ไทย ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน - การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) ไม่น้อยกว่า 20 ล้านครั้ง	สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
2	2568-91-E2T5-0039	โครงการยกระดับภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT	อาหารไทย	ทั่วโลก	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	22,000,000	- ผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 300 ราย - ผู้ประกอบการร้าน Thai SELECT เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 15 ราย - การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ไม่น้อย กว่า 10 ล้านครั้ง	สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
	2568-91-E2T5-0040	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ (เพิ่มเติม)				1,500,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าจากการค้า 30 ลบ.	สค./สคต./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์เยือนประเทศซาอุดีอาระเบีย	สินค้าไลฟ์สไตล์ เฟอร์นิเจอร์ ของใช้ของ ตกแต่งบ้าน เคหะ สิ่ง ทอ เครื่องครัว พลาสติก เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และในครัว เครื่องเขียน ของเล่น	ซาอุดีอาระเบีย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	1,500,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าจากการค้า 30 ลบ.	สคต. /สคต. เจดดาห์

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
	2568-91-E2T5-0041	โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub) (เพิ่มเติม)				51,950,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 900 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 3,000 ลบ.	สค./สลด./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair ครั้งที่ 72	อัญมณีและ เครื่องประดับ	ไทย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	51,950,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 900 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 3,000 ลบ.	สลด./สคต. ทั่วโลก
	2568-91-E2T5-0042	โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ (เพิ่มเติม)				4,285,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 8 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	สค./สพบ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการ Tech Startup ในยุโรป	ธุรกิจTech Startup	เยอรมนี/ แพร่งเฟิร์ต	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,285,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 8 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	
	2568-91-E2T5-0043	โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ (เพิ่มเติม)				20,915,000		สค./สพบ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรม Global Game Exhibition G-star 2025 **เตรียมการปีงบประมาณ 2569 - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการเดือนพฤษภาคม - ธันวาคม 2568 - กำหนดจัดงาน พฤศจิกายน 2568	เกม	สาธารณรัฐเกาหลี /ปูซาน	29 ม.ค. 68 - 31 ธ.ค. 68	2,000,000		สพบ./สคต.กรุงโซล
		2) กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจเกมสู่ตลาดเอเชีย	เกม	จีน/ เซี่ยงไฮ้	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,765,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 4 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 100 ลบ.	สพบ./สคต. เซี่ยงไฮ้
		3) กิจกรรม Gamescom Asia 2025 **เตรียมการปีงบประมาณ 2569 - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการเดือนพฤษภาคม - พฤศจิกายน 2568 - กำหนดจัดงาน ตุลาคม 2568	เกม	สิงคโปร์	29 ม.ค. 68 - 30 พ.ย. 68	950,000		สพบ./ สคต.กรุงสิงคโปร์
		4) กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (หนานหนิง)	มวยไทย สินค้าและ อุปกรณ์เกี่ยวเนื่อง	จีน / หนานหนิง	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	2,400,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย	สพบ./ สคต. หนานหนิง
		5) กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (เมืองเซี่ยเหมิน)	มวยไทย สินค้าและ อุปกรณ์เกี่ยวเนื่อง	จีน/เซี่ยเหมิน	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	2,400,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 200 ราย	สพบ./ สคต.เซี่ยเหมิน
		6) กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (เมืองชิงเต่า)	มวยไทย สินค้าและ อุปกรณ์เกี่ยวเนื่อง	จีน/ชิงเต่า	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	2,400,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย	สพบ./ สคต.เมืองชิงเต่า
		7) กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (เมืองกวางโจว)	มวยไทย สินค้าและ อุปกรณ์เกี่ยวเนื่อง	จีน/กวางโจว	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	3,000,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย	สพบ./ สคต.เมืองกวางโจว
		8) กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (นครเฉิงตู)	มวยไทย สินค้าและ อุปกรณ์เกี่ยวเนื่อง	จีน/เฉิงตู	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	3,000,000	- ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย	สพบ./ สคต.นครเฉิงตู
3	2568-91-E2T5-0044	โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าที่เกี่ยวข้องสู่ตลาดต่างประเทศ				2,968,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	สค./สพบ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้าธุรกิจแฟรนไชส์ประเทศฟิลิปปินส์	ธุรกิจแฟรนไชส์	ฟิลิปปินส์/มะนิลา	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	2,968,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	สพบ./สคต.มะนิลา
4	2568-91-E2T5-0045	โครงการต่อยอดงานวิจัยและสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างนักวิจัยและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการค้า	สินค้าเกษตรนวัตกรรม	ไทย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	1,500,000		คต.

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
แผนปฏิบัติการที่ 2 การเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาด (จำนวน 2 โครงการ)						18,320,000		
กลยุทธ์ที่ 2.1 การประชุมเจรจาเชิงรุก (จำนวน 2 โครงการ)						18,320,000		
5	2568-91-F1M1-0155	โครงการจัดประชุมสัมมนาผู้นำโลก ปี 2568 (World Tapioca Conference 2025 : WTC 2025)	มันเส้น มันอัดเม็ด แป้งมันสำหรับหลัง	ไทย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	18,000,000	- จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม และนิทรรศการไม่ต่ำกว่า 600 ราย - สร้างมูลค่าการค้าไม่ต่ำกว่า 60 ล้านบาท	คต.
6	2568-91-F1M1-0156	โครงการประชุมเจรจาระหว่างประเทศว่าด้วยเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา	ทรัพย์สินทางปัญญา	สมาพันธ์รัฐวิส ประเทศอาเซียนและ ประเทศคู่เจรจาของ กลุ่มประเทศอาเซียน อาทิ จีน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี ออสเตรเลีย และ นิวซีแลนด์ ประเทศ ในภูมิภาคยุโรปและ อเมริกา อาทิ สมาพันธ์รัฐสวิส เบล เยียม สหรัฐอเมริกา เป็นต้น	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	320,000	- ระดับความสัมพันธ์และความ ร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญามาก ขึ้น/ดีขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 5 - สร้างความร่วมมือด้านทรัพย์สินทาง ปัญญาระหว่างประเทศ ภาครัฐและ ภาคเอกชนต่างประเทศได้ทราบถึง พัฒนาการของการคุ้มครองและป้อง ปรามการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทาง ปัญญา ไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี ได้รับความ เชื่อมั่นและการยอมรับจาก ต่างประเทศ	ทป.
แผนปฏิบัติการที่ 3 การเร่งรัดทำการตลาดเชิงกลยุทธ์ (จำนวน 2 โครงการ)						83,869,400		
กลยุทธ์ที่ 3.1 การรักษาและขยายตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ พื้นที่ตลาดเก่า (จำนวน 2 โครงการ)						83,869,400		
	2568-91-J2L8-0011	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดอาเซียน (เพิ่มเติม)				15,800,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 170 ราย - มูลค่าจากการค้า 217 ล้านบาท	สค./สพต. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week ณ จังหวัดเชียงใหม่	สินค้าอุปโภค บริโภค	จังหวัดเชียงใหม่	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,500,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย - มูลค่าจากการค้า 50 ล้านบาท	สพต 1 / สคต.พมเปญ
		2) งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2025 ณ เมืองเซบู สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	1. อาหารและเครื่องดื่ม 2. ผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพและ ความงาม 3. ของใช้/ของ ตกแต่งบ้าน 4. แฟชั่นและ ไลฟ์สไตล์ 5. อัญมณีและ เครื่องประดับ 6. อื่นๆ	เมืองเซบู สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	3,200,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย - มูลค่าจากการค้า 90 ล้านบาท	สพต.1/ สคต. กรุงเทพฯ
		3) งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2025 ณ แขวงเชียงขวาง	เครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า ของใช้ภายในบ้าน เครื่องสำอาง เครื่องหนัง	แขวงเชียงขวาง สปป. ลาว	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	3,600,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย - มูลค่าจากการค้า 27 ล้านบาท	สพต.1 / สคต.เวียงจันทน์

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		4) งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2025 ณ เมืองโกตาคิनावาลู	1. อาหารและเครื่องดื่ม 2. ของใช้ในบ้าน/ของ ตกแต่งบ้าน 3. แพชั่นและ ไลฟ์สไตล์ 4. ผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพ และความงาม 5. อื่นๆ	เมืองโกตาคิनावาลู มาเลเซีย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,500,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท	สพต.1/ สคต. กัวลาลัมเปอร์
7	2568-91-J2L8-0012	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย				2,250,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 110 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สค./สพต. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ Drug Store ในเมืองหลักและเมืองรอง	อาหารและเครื่องดื่ม แฟชั่น และไลฟ์สไตล์	ญี่ปุ่น	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	2,250,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 110 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สคต.โตเกียว/ สคต.โอซากา/ สพต.ฮิโรชิม่า
8	2568-91-J2L8-0013	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS				9,139,400	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 47 ล้านบาท	สพต.2 / สคต.ยุโรป และ CIS
		1) กิจกรรมบุกเบิกตลาดในภูมิภาคยุโรปและ CIS (1 คณะ)	ทุกประเภทสินค้า / ธุรกิจบริการ	สแกนดิเนเวีย/ เอเชียกลาง	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,549,400	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สพต.2 / สคต.ยุโรป และCIS
		2) กิจกรรมจัด In-store Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์ ในภูมิภาคยุโรปและ CIS	ทุกประเภทสินค้า	ภูมิภาค ยุโรปและ CIS	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	4,590,000	- มูลค่าเจรจาการค้า 27 ล้านบาท	สพต.2 / สคต.ยุโรป และCIS
	2568-91-J2L8-0014	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง (เพิ่มเติม)				9,080,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 45 ล้านบาท	สพต.2/สคต.แอฟริกา และตะวันออกกลาง
		1) กิจกรรม Sourcing Forum from Africa & Middle East	ทุกประเภทสินค้า / ธุรกิจบริการ	ไทย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	2,725,800	- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 8 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท	สพต.2/สคต.แอฟริกา และตะวันออกกลาง
		2) กิจกรรมจัด In Store Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้าและร้าน Grocery ไทย ในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง	ทุกประเภทสินค้า	สหรัฐอเมริกา/บราซิล/กัวเตมาลา/ ชิลี/อาร์เจนตินา/ อิสราเอล/ตุรกี/ อียิปต์/แอฟริกาใต้/ ไนจีเรีย/เคนยา	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	3,027,400	- มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สพต.2/สคต.แอฟริกา และตะวันออกกลาง
		3) กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าไทยเยือนภูมิภาคแอฟริกา (Out-Going Mission) (Eye on Africa)	ทุกประเภทสินค้า	ภูมิภาคแอฟริกา	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	3,326,800	- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 5 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท	สพต.2/สคต.แอฟริกา
	2568-91-J2L8-0015	โครงการจัดคณะผู้แทนการค้ามาเยือนงานแสดงสินค้าในประเทศ (Incoming Trade Mission) (เพิ่มเติม)				12,600,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 971 ราย	สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า Style Bangkok Fair 2025	สินค้าของขวัญ ของตกแต่งบ้าน สินค้าเครื่องนุ่งห่ม และเครื่องหนัง	ไทย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	2,900,000	ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 208 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป,รัสเซีย และ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
		2) งานแสดงสินค้า THAIFEX - Anuga Asia 2025	สินค้าอาหาร	ไทย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	7,900,000	ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 718 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป,รัสเซีย และ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		3) งานแสดงสินค้า TAPA 2025	เครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความ เย็น เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์	ไทย	29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	1,800,000	ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 45 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป,รัสเซีย และ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
	2568-91-J2L8-0016	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดโลก				35,000,000		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		กิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ			29 ม.ค. 68 - 30 ก.ย. 68	35,000,000	- จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 1,000 คน - ผู้นำเข้าและร้านอาหารไทยเข้าร่วม กิจกรรมไม่น้อยกว่า 50 บริษัท/ร้าน - สร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้บริโภคในตลาด เป้าหมายไม่ต่ำกว่า 10,000,000 ครั้ง - เกิดมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าไทยไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท	สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูล ณ 29 มกราคม 2568

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ปีงบประมาณ 2568 (งบทั่วไป)
ครั้งที่ 1/2568 (เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2568)
(งบทั่วไป) จำนวน 8 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 286,251,600 บาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม วงเงินทั้งสิ้น 100,944,200 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0037	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าเกษตรอาหาร วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกสินค้าอาหารของไทย 2. เพื่อเร่งรัดตลาดต่างประเทศขยายส่วนแบ่งตลาดส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน เน้นรักษาตลาดเดิม 3. พัฒนาตลาดจากสถานการณ์ในต่างประเทศที่เคยเป็นอุปสรรค และเปิดตลาดใหม่ รวมทั้งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศที่มีศักยภาพ 4. เพื่อเผยแพร่ศักยภาพการผลิตสินค้าภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย 5. เพื่อการขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารของไทย 6. เพื่อผู้ประกอบการสินค้าอาหารของไทยได้ศึกษาภาวะตลาด แนวโน้มสินค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย วิธีดำเนินการ 1. จัดทำรายละเอียด กำหนดการ และเอกสารเผยแพร่เพื่อเชิญชวนผู้ส่งออกเข้าร่วมโครงการ 2. รับสมัคร เชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ 3. รวบรวมผู้ประกอบการที่สมัครเข้าร่วมโครงการและประสาน สศค. ที่เกี่ยวข้องทราบ 4. สศค.เชิญชวนผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศเข้าร่วมนัดหมายเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการที่ร่วมโครงการ 5. จัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้ากับผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ตัวแทนจำหน่าย รวมทั้งการสำรวจตลาดและย่านการค้าสำคัญ	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารไปเจรจาการค้าที่ภูมิภาคแอฟริกา 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ค่าธรรมเนียม 8. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 2 คณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารไปเจรจาการค้าที่ภูมิภาคลาติน อเมริกา และแคริบเบียน 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าเลี้ยงรับรอง 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 7. ค่าธรรมเนียม 8. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	8,944,200 4,472,100 374,100 150,000 350,000 147,000 140,000 2,400 18,000 3,290,600 4,472,100 374,100 150,000 350,000 147,000 140,000 2,400 18,000 3,290,600	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 18 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 18 ล้านบาท
2	2568-91-E2T5-0038	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดโลก - กิจกรรมยกระดับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแนวโน้มสถานการณ์ตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคในต่างประเทศที่สนใจอาหารไทย 2. เพื่อผลักดันและส่งเสริมอาหารไทย พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ร้านอาหารและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับสากล 3. เพื่อส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องปรุงรส วัตถุดิบและข้าวของไทย 4. เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนการสร้าง Soft Power ด้านอาหารไทย 5. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ	1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ - แผ่นพับ 4 สี 6 หน้า - โปสเตอร์ - ป้ายโฆษณาไวน์ล/บิลบอร์ด - หนังสือพิมพ์และเว็บไซต์สื่อออนไลน์ ในต่างประเทศ - โซเชียลมีเดีย 3. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาออกแบบ/ตกแต่งสถานที่ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงาน - ค่าจ้างเหมาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ - ค่าจ้างเหมาจัดทำคู่มือ (Guideline) - ค่าจ้างเหมาศึกษาในตลาดอเมริกา - ค่าจ้างเหมาศึกษาขยายผลในภูมิภาคอื่นๆ	70,000,000 6,500,000 9,200,000 100,000 100,000 1,000,000 3,500,000 4,500,000 54,300,000 3,000,000 20,800,000 5,000,000 500,000 5,000,000 20,000,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1. คู่มือ (Guideline) สำหรับการดำเนินร้านอาหารไทยรูปแบบใหม่ในภูมิภาคต่างๆ จำนวน 5 ฉบับ 2. Artwork สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน 3. VDO ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทย ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน 4. การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) ไม่น้อยกว่า 20 ล้านครั้ง

หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม วงเงินทั้งสิ้น 100,944,200 บาท

123

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม วงเงินทั้งสิ้น 100,944,200 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		2. ภายในงานมีกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ - การสาธิตการทำอาหารไทยโดยเชฟที่มีชื่อเสียงระดับโลก - การจัด Gala Dinner เพื่อสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับแขกที่เข้าร่วมงาน - การจัดนิทรรศการแสดงศักยภาพอาหารไทย และการปรับภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT 3. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตรา Thai SELECT ประชาสัมพันธ์อาหารไทย และประชาสัมพันธ์กิจกรรม พร้อมเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ 4. นำ Influencer/Blogger/KOL ที่มีชื่อเสียงจากภูมิภาคต่างๆ เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมสร้าง content เพื่อโปรโมทงานและการปรับภาพลักษณ์ตราให้เกิดกระแสในวงกว้างทั่วโลก			
				100,944,200	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ วงเงินทั้งสิ้น 53,450,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0040	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นของไทย ทั้งในตลาดเดิมและขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ 2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออก/ผู้ประกอบการไทย SMEs ให้สามารถผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตาม Megatrend โลก 3. เพื่อให้สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นไทยมีความหลากหลายโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ 4. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสินค้าไลฟ์สไตล์ไทยและแฟชั่น ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ในการขยายโอกาสทางการค้า 5. ประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์สินค้าไลฟ์สไตล์ไทยและแฟชั่น วิธีดำเนินการ 1. ดำเนินการขออนุมัติโครงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรม จัดจ้างบริษัทดำเนินการในส่วนต่างๆ ที่กำหนด 2. ประสาน สศค. ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมการจัดกิจกรรม 3. ประสานเชิญชวนและคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม 4. ประเมินผลการจัดงานและรายงานผลการจัดงาน	กิจกรรมที่ 1 : กิจกรรมจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์เยือนประเทศซาอุดีอาระเบีย 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าลำเลียง 3. ค่าเลี้ยงรับรอง 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 5. ค่าธรรมเนียม 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	1,500,000 1,500,000 1,065,600 130,000 50,000 2,400 5,000 247,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท
2	2568-91-E2T5-0041	โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub) (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้าและการประมูลสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก 2. เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกและขยายส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 3. เพื่อสร้างให้งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) เป็นเวทีการค้าระหว่างประเทศ ที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียที่เปิดโอกาสให้เกิดการเจรจาการค้าและพบปะผู้นำเข้าจากต่างประเทศ 4. เพื่อผลักดันและพัฒนาศักยภาพการผลิตและการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้มีการส่งออกมากยิ่งขึ้น 5. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการผลิต/ออกแบบ/สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อในตลาดเป้าหมาย อันจะเป็นการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย 6. สร้างภาพลักษณ์ และประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 7. เพื่อแสดงศักยภาพของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น 8. ประชาสัมพันธ์ย่านการค้า และงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เป็นศูนย์กลางการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับอย่างยั่งยืน 9. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้นำ Trend สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย รวมทั้งการสร้างแบรนด์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก 10. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กที่มีศักยภาพในการผลิตและออกแบบได้มีโอกาสขยายตลาดไปยังต่างประเทศ วิธีดำเนินการ 1. การส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมและปรับปรุงและพัฒนา 2. การเจาะตลาดที่มีศักยภาพ (Deepening Potential Markets) 3. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Enhancing Competitiveness) 4. การแสวงหาวัตถุดิบอัญมณีและการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการประมูลวัตถุดิบอัญมณี	กิจกรรมที่ 1 : งานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair ครั้งที่ 72 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าใช้จ่ายด้านเจ้าหน้าที่ (ค่าปฏิบัติงานล่วงเวลา)	51,950,000 51,950,000 51,754,440 195,560	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 900 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 3,000 ล้านบาท
				53,450,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ วงเงินทั้งสิ้น 28,168,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0042	โครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมการนำรายได้เข้าประเทศ 2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือ/สร้างพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและต่างชาติ 3. เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยได้ศึกษาสู่ทางและเตรียมความพร้อมในการขยายสู่ตลาดต่างประเทศ วิธีดำเนินการ นำคณะผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีไทยไปนำเสนอผลงาน/แนวคิดแก่นักลงทุนประเทศเยอรมนี เพื่อสร้างโอกาสที่จะหาเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจเป็นเวทีในการส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพของธุรกิจเทคโนโลยีไทยสู่นักลงทุนต่างชาติ	กิจกรรมที่ 1 : กิจกรรมสร้างเครือข่ายและส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจบริการ Tech Startup ในยุโรป 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่ำ 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 5. ธรรมเนียมขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน 6. ค่าใช้จ่ายจำเป็นในการเดินทาง	4,285,000 4,285,000 1,500,000 2,300,000 216,000 254,025 10,000 4,975	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 8 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท
2	2568-91-E2T5-0043	โครงการผลักดัน Soft Power ผ่านธุรกิจบริการศักยภาพ (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อพัฒนา/ส่งเสริม/สนับสนุนให้ธุรกิจบริการไทยมีศักยภาพเพื่อการค้าระหว่างประเทศปรับตัวและมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก 2. ส่งเสริมการทำตลาดและขยายธุรกิจบริการไทยไปต่างประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงาน Focal Point และหน่วยงานสนับสนุน 3. เพื่อสร้างและขยายโอกาสทางการค้าของธุรกิจมวยไทย และสินค้าที่เกี่ยวข้องในตลาดต่างประเทศ 4. เพื่อส่งเสริมนโยบาย Soft Power ของไทยผ่าน “มวยไทย” อันจะนำไปสู่การต่อยอดทางธุรกิจอื่นๆ 5. เพื่อสร้างกระแสความนิยม วัฒนธรรม ศิลปะ และวิถีความเป็นไทย เพื่อขยายฐานความนิยมไปยังกลุ่มผู้บริโภคและขยายการรับรู้เกี่ยวกับมวยไทยในฐานะกีฬา การออกกำลังกาย ศิลปะ และวิถีความเป็นไทย เพื่อขยายฐานความนิยมไปยังกลุ่มผู้บริโภคต่างชาติ วิธีดำเนินการ จัดจ้างสำหรับเตรียมการ 1. ดำเนินการสำรวจพื้นที่ ออกแบบและตกแต่งดูหา Thailand Pavilion ในงานแสดงสินค้าเกมในต่างประเทศ 2. นำผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกมเข้าร่วมงานฯ สำคัญๆ ต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฯ เพื่อเจรจาการค้าและสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการต่างชาติ	กิจกรรมที่ 1 งาน Global Game Exhibition G-star 2025 **เตรียมการปีงบ 2569 - ค่าเช่าพื้นที่ - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการ และผูกพันเงินไปเบิกจ่าย ปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ เดือนพฤษภาคม - เดือนธันวาคม 2568 - กำหนดจัดงาน พฤศจิกายน 2568 กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจเกมสู่ตลาดเอเชีย 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่ำ 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 5. ค่าธรรมเนียมขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน กิจกรรมที่ 3 งาน Gamescom Asia 2025 **เตรียมการปีงบ 2569 1. ค่าเช่าพื้นที่ - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการ และผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ เดือนพฤษภาคม - เดือนพฤศจิกายน 2568 - กำหนดจัดงาน ตุลาคม 2568 กิจกรรมที่ 4 กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (หนานหนิง) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	20,915,000 2,000,000 2,000,000 4,765,000 2,000,000 2,500,000 140,000 120,000 5,000 950,000 950,000 2,400,000 400,000 2,000,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 100 ล้านบาท เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 4 ราย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : - เชิงปริมาณ : ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ วงเงินทั้งสิ้น 28,168,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		- จัดกิจกรรมส่งเสริมประชาสัมพันธ์มวยไทย ในต่างประเทศ ควบคู่กับกิจกรรมอื่นๆ เช่น การจัด แสดงสินค้า การแสดงชกมวยจากนักกีฬามวยไทย การจัดแสดงสินค้าเกี่ยวกับมวยไทย (Showcase) การจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย การแสดงศิลปะมวยไทย และเชิญชวนผู้นำเข้า นักธุรกิจ ผู้ประกอบการร่วมกิจกรรมสร้างโอกาส ทางการค้า	กิจกรรมที่ 5 กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (เมืองเซี่ยเหมิน) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 6 กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (เมืองชิงเต่า) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 7 กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (เมืองกวางโจว) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 8 กิจกรรม RoadShow มวยไทยในภูมิภาคจีน (นครเฉิงตู) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	2,400,000 400,000 2,000,000 2,400,000 400,000 2,000,000 3,000,000 500,000 2,500,000 3,000,000 500,000 2,500,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : - เชิงปริมาณ : ผู้เข้าร่วมงาน 200 ราย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : - เชิงปริมาณ : ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : - เชิงปริมาณ : ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : - เชิงปริมาณ : ผู้เข้าร่วมงาน 500 ราย
3	2568-91-E2T5-0044	โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุน และสินค้าที่เกี่ยวข้องสู่ตลาดต่างประเทศ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของ ผู้ประกอบธุรกิจบริการสนับสนุน (Trade Supporting Services) ของไทยให้แข่งขันได้ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล 2. เพื่อยกระดับธุรกิจบริการสนับสนุนของไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ นำรายได้ เข้าสู่ประเทศอย่างยั่งยืน วิธีดำเนินการ - นำคณะผู้ประกอบการไทยธุรกิจเฟรนไชน์ที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการขยายตลาด ต่างประเทศเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อเจรจาการค้ากับธุรกิจฟิลิปปินส์ - จัดบรรยายโดยผู้แทนจากสมาคมธุรกิจเฟรนไชส์ฟิลิปปินส์/ผู้แทนจากนักธุรกิจเฟรนไชส์ไทย ในประเทศฟิลิปปินส์ ถึงสถานการณ์ตลาดเฟรนไชส์ แนวทางการทำธุรกิจเฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์ พหุติกรรมผู้บริโภค	กิจกรรมที่ 1 : งานแสดงสินค้า ธุรกิจเฟรนไชส์ประเทศฟิลิปปินส์ 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าลำ 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 5. ค่าธรรมเนียมขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน	2,968,000 2,968,000 1,200,000 1,600,000 72,000 91,000 5,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท
				28,168,000	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 วงเงินทั้งสิ้น 18,050,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L8-0011	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ตลาดอาเซียน (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญต่อการสร้างแบรนด์สินค้าให้เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการไทย ทำให้เกิดการยอมรับและสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าไทยจากผู้ซื้อและผู้บริโภคในมาเลเซีย 2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการไทยได้เร่งพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และสามารถต่อยอดขีดความสามารถในการแข่งขันสู่ตลาดการค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคชาวมาเลเซียในพื้นที่เมืองรองเป้าหมายและพื้นที่ใกล้เคียงได้รู้จักสินค้าและธุรกิจบริการไทย อันจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่น และยอมรับในคุณภาพของสินค้าและบริการไทย 4. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการไทย กับผู้ซื้อ ผู้นำเข้า และนักธุรกิจมาเลเซียในพื้นที่เมืองรองเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดเมืองรองในมาเลเซียมากยิ่งขึ้น วิธีดำเนินการ 1. คัดเลือกสถานที่และเช่าพื้นที่จัดงานรวมถึงประสานจองพื้นที่เพื่อจัดงานแสดงสินค้า ณ ศูนย์จัดงานแสดงสินค้าหรือห้างสรรพสินค้าชั้นนำ 2. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนผู้ส่งออกไทย และผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มเป้าหมายในฟิลิปปินส์สมัครเข้าร่วมงาน 3. จ้างเหมาบริษัทดำเนินการจัดงาน 4. วางแผนการดำเนินงานและรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้า 5. เตรียมการด้านสถานที่จัดงานแสดงสินค้าออกแบบแผนผัง (Floor Plan) ทั้งในส่วนพื้นที่ภายนอกและภายในอาคารงานแสดงสินค้า รวมถึงส่วนให้บริการต่างๆ ของการจัดงานฯ ก่อสร้างและตกแต่งสถานที่จัดงานรวมถึงคูหาภายในงาน 6. ประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้า รวมถึงเชิญสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน 7. จัดพิธีเปิดงานและดำเนินการจัดงานแสดงสินค้า รวมทั้งกิจกรรมพิเศษต่างๆ ภายในงาน 8. ประเมินผลการดำเนินโครงการฯ และจัดทำรายงานเสนอกรม	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week ณ จังหวัดเสียมราฐ 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ กิจกรรมที่ 2 งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2025 ณ เมืองเซบู สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าสาธารณูปโภค กิจกรรมที่ 3 งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2025 ณ แขวงเชียงขวาง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าสาธารณูปโภค กิจกรรมที่ 4 งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2025 ณ เมืองโกตาคินาบาลู 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ	15,800,000 4,500,000 700,000 800,000 3,000,000 3,200,000 1,200,000 902,000 1,028,000 70,000 3,600,000 200,000 450,000 2,610,000 340,000 4,500,000 500,000 1,000,000 3,000,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 90 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 27 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท
2	2568-91-J2L8-0012	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย วัตถุประสงค์ 1. เพิ่มมูลค่าและช่องทางการจำหน่ายสินค้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์ 2. ปริมาณการส่งออกอาหารและสินค้าไทยมายังตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 3. ชาวญี่ปุ่นมีความคุ้นเคยและเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าไทย และต้องการซื้อสินค้าไทยเพิ่มขึ้น 4. มูลค่าการนำเข้าของสินค้าไทยมายังญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 5. คุณภาพของสินค้าไทยเป็นที่เชื่อมั่นของผู้บริโภคในญี่ปุ่น และกระตุ้นความต้องการสินค้าไทย 6. สินค้าไทยมีรายการนำเข้าเพิ่มขึ้น และจำหน่ายในรายการทีวีดิจิตอลอย่างถาวร วิธีดำเนินการ สคต./สทท.ในญี่ปุ่น ร่วมมือกับซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ Drug Store ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยทั้งเมืองหลักและเมืองรอง โดยร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Donki ที่มีสาขาทั่วประเทศญี่ปุ่น	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้า ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ Drug Store ในเมืองหลักและเมืองรอง 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	2,250,000 2,250,000 1,000,000 1,250,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 110 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท
				18,050,000	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 วงเงินทั้งสิ้น 65,819,400 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L8-0013	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจ ในต่างประเทศ ตลาดยุโรป และ CIS วิธีดำเนินการ 1. จัดคณะผู้แทนการค้าของไทยเดินทางไปพบ ผู้บริหารระดับสูงในภาครัฐ/เอกชนของภูมิภาค ยุโรป และ CIS 2. ทหารบกกับห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต/ ซูเปอร์สโตร์ในการจัดกิจกรรม In-store Promotion เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าไทย ในตลาดยุโรปและ CIS แบบออฟไลน์/ออนไลน์ 3. คัดเลือกสินค้าศักยภาพใหม่ๆ สินค้าเฉพาะกลุ่ม ที่เป็นที่ต้องการของตลาด 4. เชิญคณะผู้แทนการค้า ผู้นำเข้า และผู้กระจาย สินค้ารายใหญ่ในภูมิภาคยุโรปและ CIS มาเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการไทย และต่อยอดไป การคัดค้านำเข้าสินค้าไปวางจำหน่ายในตลาดยุโรป และ CIS	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมบุกเบิกตลาด ในภูมิภาคยุโรป และ CIS (1 คณะ) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่าม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 6. ค่าวัสดุ 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมจัด In-store Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์ ในภูมิภาคยุโรปและ CIS 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน	9,139,400 4,549,400 600,000 500,000 200,000 500,000 10,000 30,950 2,708,450 4,590,000 1,800,000 2,700,000 90,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : - เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 27 ล้านบาท
2	2568-91-J2L8-0014	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจ ในตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง (เพิ่มเติม) วิธีดำเนินการ 1. จัดกิจกรรมเพื่อกระชับความสัมพันธ์อันดี และสร้าง ความสัมพันธ์อันดี และสร้างเครือข่ายพันธมิตร ทางการค้าการลงทุนใหม่ๆ รวมถึงแก้ไข/ลดปัญหา อุปสรรคทางการค้าการลงทุนระหว่างกัน 2. ส่งเสริมให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความ ไว้วางใจมากขึ้นและได้รับความไว้วางใจมากขึ้น ในตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลางโดยการจัด กิจกรรม InStore Promotion เพื่อประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายสินค้าไทยในตลาดแอฟริกา และตะวันออกกลาง 3. เชิญคณะผู้แทนการค้า ผู้นำเข้า และผู้กระจาย สินค้ารายใหญ่ในภูมิภาคแอฟริกาและ ตะวันออกกลาง มาเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการ ไทย เพื่อคัดค้านำเข้าสินค้าไปวางจำหน่าย ในตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง ในรูปแบบ Online หรือ Offline 4. จัดคณะผู้ประกอบการไทยไปเจรจาการค้ากับแทน การค้าผู้นำเข้า และผู้กระจายสินค้ารายใหญ่ ในภูมิภาคแอฟริกาเพื่อคัดค้านำเข้าสินค้า ไปวางจำหน่ายในตลาดแอฟริกา	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรม Sourcing Forum from Africa & Middle East 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่าม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 6. ค่าวัสดุ กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมจัด In Store Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้า และร้าน Grocery ไทยในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลาง 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมคณะผู้แทนการค้า ไทยเยือนภูมิภาคแอฟริกา (Out-Going Mission) (Eye on Africa) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่าม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 6. ค่าวัสดุ 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	9,080,000 2,725,800 300,000 1,000,000 64,000 1,320,000 21,800 20,000 3,027,400 3,000,000 27,400 3,326,800 300,000 500,000 250,000 400,000 20,900 10,000 1,845,900	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 8 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : - เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 5 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท
3	2568-91-J2L8-0015	โครงการจัดคณะผู้แทนการค้ามาเยือน งานแสดงสินค้าในประเทศ (Incoming Trade Mission) (เพิ่มเติม) วิธีดำเนินการ ประสานสศต.เชิญผู้นำเข้าจากต่างประเทศเดินทางมา เจรจาการค้าและเยือนงานแสดงสินค้าในประเทศไทย	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า Style Bangkok Fair 2025 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าล่าม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 4. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	12,600,000 2,900,000 20,000 120,000 841,000 9,000 1,910,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 208 ราย

หน่วยงาน : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 วงเงินทั้งสิ้น 65,819,400 บาท

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด	
		กิจกรรมที่ 2 งานแสดงสินค้า THAIFEX- Anuga Asia 2025 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 20,000 2. ค่าลำ 160,000 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 2,752,000 4. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 18,000 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 4,950,000 กิจกรรมที่ 3 งานแสดงสินค้า TAPA 2025 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 20,000 2. ค่าลำ 60,000 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 581,000 4. ค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมการโอน) 9,000 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 1,130,000	7,900,000 20,000 160,000 2,752,000 18,000 4,950,000 1,800,000 20,000 60,000 581,000 9,000 1,130,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 718 ราย ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย	
4	2568-91-J2L8-0016	โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและร้านอาหารไทยในต่างประเทศ วัตถุประสงค์ 1. เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารและบริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นตลาดในภูมิภาคอเมริกาและลาตินอเมริกา 2. เพื่อสร้างกระแสนิยมและการตอบรับที่ดีต่อสินค้าอาหารและร้านอาหารไทยในกลุ่มผู้บริโภคในต่างประเทศ พร้อมกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารไทย 3. เพื่อผลักดันและกระตุ้นการส่งออกอาหารไทยในตลาดต่างประเทศ วิธีดำเนินการ 1. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและร้านอาหารไทย อาทิ การจัด Thai Food Festival การเข้าร่วมงานเทศกาลอาหารสำคัญ การเข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมร้านอาหารในท้องถิ่น (Food Week/Month หรือ Thai Street Food) ที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในตลาดเป้าหมาย 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทย และกิจกรรมส่งเสริมการขายตลาดสินค้าอาหารไทย อาทิ การสาธิตการประกอบอาหารไทย/อาหารที่ใช้วัตถุดิบของไทย 3. จัดงานแถลงข่าว พิธีเปิดตัวแคมเปญและพิธีเปิดงาน โดยเชิญสื่อมวลชนแขกผู้มีเกียรติ และผู้นำเข้าร่วมงาน 4. ออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและร้านอาหารไทย 5. จัดซื้อสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อท้องถิ่น บิลบอร์ด เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ตลอดจนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 6. จัดคณะผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์เดินทางเข้าร่วมงาน/กิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารและร้านอาหารไทยในภูมิภาคอเมริกาและลาตินอเมริกา	1. ค่าเช่าพื้นที่ 7,000,000 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 10,000,000 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 5,000,000 - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน 5,000,000 4. ค่าลำ 500,000 5. ค่าของขวัญ 50,000 6. ค่าเลี้ยงรับรอง 2,000,000 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 21,600 - ค่าพาหนะ (18 คน x 1,200 บาท) 8. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 10,428,400 - ค่าเบี้ยเลี้ยง 408,800 - ระดับ 9 ขึ้นไป 173,600 (8 คน x 7 วัน x 3,100 บาท) - ระดับ 8 ลงมา 235,200 (16 คน x 7 วัน x 2,100 บาท) - ค่าที่พัก 1,230,000 - ระดับ 9 ขึ้นไป 600,000 (8 ห้องเดี่ยว x 12,500 บาท x 6 วัน) - ระดับ 8 ลงมา 630,000 (8 ห้องคู่ x 13,125 บาท x 6 วัน) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน 5,200,000 - ระดับ 9 ขึ้นไป 3,200,000 (8 คน x 400,000 บาท) - ระดับ 8 ลงมา 2,000,000 (16 คน x 125,000 บาท) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ 3,500,000 (10 คัน x 7 วัน x 50,000 บาท) - ค่าใช้จ่ายจำเป็นในการเดินทาง 89,600 - ค่าธรรมเนียมจัดทำหนังสือเดินทาง 44,800 - ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน 44,800	35,000,000 7,000,000 10,000,000 5,000,000 5,000,000 500,000 50,000 2,000,000 21,600 21,600 10,428,400 408,800 173,600 235,200 1,230,000 600,000 630,000 5,200,000 3,200,000 2,000,000 3,500,000 3,500,000 89,600 44,800 44,800	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ไม่ต่ำกว่า 1,000 คน 2. ผู้นำเข้าและร้านอาหารไทย เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 50 บริษัท/ร้าน 3. สร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ไม่ต่ำกว่า 10,000,000 ครั้ง เชิงคุณภาพ : 4. เกิดมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าไทย ไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท
			65,819,400		

สรุปการพิจารณาโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 19,500,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0045	โครงการต่อยอดงานวิจัยและสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างนักวิจัยและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการค้าวัตถุดิบประสค์ 1. เพื่อให้เกิดการต่อยอดผลงานวิจัยด้านนวัตกรรมสินค้าเกษตรที่พร้อมใช้ประโยชน์ไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ 2. เพื่อผลักดันให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างนักวิจัย ผู้ผลิต และหน่วยงานสนับสนุน 3. เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 4. เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการในการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน วิธีดำเนินการ 1. กิจกรรมการเจรจาจับคู่ธุรกิจระหว่างเจ้าของงานวิจัยและผู้ประกอบการเพื่อเป็นช่องทางให้เจ้าของผลงานวิจัยและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่มีความสนใจในธุรกิจเดียวกันได้พบปะสร้างเครือข่ายและเจรจาถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ 2. กิจกรรมการอบรม สัมมนา 2.1) แนวโน้มตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมโลก โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดต่างประเทศมานำเสนอข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาด 2.2) การเสวนาแลกเปลี่ยนมุมมองระหว่าง “นักวิจัยและผู้ประกอบการ” โดยเชิญนักวิจัยที่ประสบผลสำเร็จในการพัฒนางานวิจัยจนสามารถนำไปต่อยอดสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์มาแบ่งปันประสบการณ์แนวคิดการตั้งโจทย์วิจัยและประสบการณ์การทำงานร่วมกับผู้ประกอบการจนสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์ได้ รวมทั้งแลกเปลี่ยนมุมมองความต้องการและความคาดหวังจากงานวิจัยของผู้ประกอบการที่สามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างแท้จริง 3. กิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษา เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรนวัตกรรม จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ 1) จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการฯ ไม่น้อยกว่า 200 คน 2) จำนวนผลงานวิจัยที่ได้รับความสนใจและมีแนวโน้มที่จะนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ไม่น้อยกว่า 5 ผลงาน เชิงคุณภาพ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ค่าเช่าพื้นที่ ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ - หนังสือพิมพ์ (ออนไลน์) ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งคูหา - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม/สัมมนา - ค่าสมนาคุณวิทยากร(มิใช่บุคลากรของรัฐ) (8,000 บาท x 4 คน x 3 ชั่วโมง) - อาหารกลางวัน (500 บาท x 1 มื้อ x 200 คน) - อาหารว่างและเครื่องดื่ม (120 บาท x 2 มื้อ x 200 คน) - ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการจัดฝึกอบรม	1,500,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการฯ ไม่น้อยกว่า 200 คน 2) จำนวนผลงานวิจัยที่ได้รับ ความสนใจและมีแนวโน้มที่จะนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ ไม่น้อยกว่า 5 ผลงาน
				450,000	
				50,000	
				750,000	
				50,000	
				700,000	
2	2568-91-F1M1-0155	โครงการจัดประชุมสัมมนานานาชาติประจำปี 2568 (World Tapioca Conference 2025) วัตถุประสงค์ 1.เพื่อรักษาดูแลและขยายตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในแต่ละภูมิภาค เช่น อุตสาหกรรมอาหารประเภทต่างๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ในประเทศ ตะวันออกกลาง ตุรกี นิวซีแลนด์ เกาหลีใต้ จีนตอนใต้ เป็นต้น อุตสาหกรรมพลังงาน เช่น ตลาดญี่ปุ่นและจีน อุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลัง เช่น อินโดนีเซีย สหภาพยุโรป อเมริกาใต้ รัสเซีย อินเดีย ไต้หวันและตะวันออกกลาง เป็นต้น 2. ประชุมสัมพันธและแสดงศักยภาพของประเทศไทยในฐานะที่เป็นผู้นำด้านการเพาะปลูก แปรรูป และการค้า ทำให้หวั่นสมมติราคาสูงขึ้น มีเสถียรภาพ 3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้นำเข้าจากทั่วทุกภูมิภาคของโลกกับผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทย 4. เป็นเวทีให้ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ทั้งภาครัฐเอกชน และนักวิชาการ ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและเจรจาการค้าระหว่างกัน วิธีดำเนินการ การจัดงานประชุมสัมมนานานาชาติประจำปี 2568 (World Tapioca Conference 2025) แบ่งวิธีการดำเนินการเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้ 1. จัดประชุมสัมมนาวิชาการ 1.1 วิทยากร ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการทั้งภายในและต่างประเทศ 8-10คน 1.2 ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา / กลุ่มเป้าหมายทั้งภายใน และต่างประเทศประมาณ 1,000 คน - ผู้ใช้ / ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง รวมทั้งนักธุรกิจจากทั่วโลก - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมันสำปะหลังและผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย - นักวิชาการ / เจ้าหน้าที่องค์กรต่างๆ ทั้งภายใน และต่างประเทศ - ผู้แทนภาครัฐของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่มีบทบาทในการกำหนดมาตรการทางการค้า - สื่อมวลชนทั้งภายใน และต่างประเทศ - สื่อมวลชนทั้งภายใน และต่างประเทศ	ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาดำเนินการจัดงาน ค่าของขวัญ 1. ของที่ระลึกสำหรับแขกผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP (2 ชั้น x 5,000 บาท) รวม 10,000 บาท 2. ของที่ระลึกสำหรับแขกผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP (20 ชั้น x 3,000 บาท) รวม 60,000 บาท 3. ของที่ระลึกสำหรับแขกผู้เข้าร่วมพิธีเปิดงาน (1,000 ชั้น x 300 บาท) รวม 300,000 บาท 4. ของที่ระลึกสำหรับแขกผู้เข้าร่วมการศึกษาดูงาน (150 ชั้น x 200 บาท) รวม 30,000 บาท ค่าเลี้ยงรับรอง 1. จัดงานเลี้ยงรับรอง ครั้งที่ 1 (งานเสวนาช่วงเย็นของวันแรกของ การจัดงาน จำนวนผู้เข้าร่วมประมาณ 300 คน) รวม 1,205,000 บาท 2. จัดงานเลี้ยงรับรอง ครั้งที่ 2 (งานเลี้ยงช่วงเย็นของวันที่สองของ การจัดงาน จำนวนผู้เข้าร่วมประมาณ 300 คน) รวม 1,370,000 บาท	18,000,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา มีความพึงพอใจมากกว่า ร้อยละ 80 เชิงปริมาณ : 1) จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม และนิทรรศการไม่ต่ำกว่า 600 ราย 2) มูลค่าการค้าไม่ต่ำกว่า 60 ล้านบาท
				1,710,000	
				4,859,800	
				4,859,800	
				400,000	
				10,000	
				60,000	
				300,000	
				30,000	
				2,575,000	
				1,205,000	
				1,370,000	

สรุปการพิจารณาโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 19,500,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		2.จัดนิทรรศการเกี่ยวกับมันสำปะหลังและเทคโนโลยีการผลิตเพื่อเชื่อมโยง การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ (Supply Chain)		8,455,200	
		3. จัดให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเดินทางไปศึกษาเยี่ยมชมแหล่งเพาะปลูก และ/หรือการ แปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม/สัมมนา	620,000	
		4. การประชุมกลุ่มย่อย	1. ค่าอาหาร	500,000	
		5. พิธีลงนามซื้อขายมันสำปะหลัง	- ค่าอาหาร 1,000 คน x 500 บาท	120,000	
			- ค่าอาหารว่าง 1,000 คน x 120 บาท	1,707,500	
			2. ค่าเช่าที่พัก	625,000	
			- สำหรับวิทยากร / แขกรับเชิญพิเศษ (VVIP)	200,000	
			ชาวต่างชาติ (5,000 บาท/คืน x 25 ห้อง x 5 คืน)	437,500	
			- สำหรับวิทยากร / แขกรับเชิญพิเศษ (VVIP)	75,000	
			ชาวไทย (5,000 บาท/คืน x 10 ห้อง x 4 คืน)	70,000	
			- สำหรับผู้สื่อข่าว / แขกรับเชิญ (ทั่วไป)	50,000	
			ชาวต่างชาติ (2,500 บาท/คืน x 35 ห้อง x 5 คืน)	150,000	
			- สำหรับผู้สื่อข่าว / แขกรับเชิญ (ทั่วไป)	100,000	
			ชาวไทย (2,500 บาท/คืน x 30 ห้อง x 1 คืน)	5,862,465	
			- ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์	1,110,000	
			- ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์	50,000	
			- คณะทำงานฯ	900,000	
			- คณะเจ้าหน้าที่ฯ	160,000	
			3. ค่าพาหนะ	2,674,907	
			3.1 ค่ายานพาหนะ (เช่ารถบัส/รถตู้)	544,644	
			- รถตู้โดยสารพิเศษ (50,000 บาท x 1 คัน)	188,868	
			- รถตู้โดยสาร (30,000 บาท x 30 คัน)	314,780	
			- รถบัส 40 ที่นั่ง (80,000 บาท x 2 คัน)	497,795	
			3.2 ค่าโดยสารเครื่องบินขึ้นธุรกิจสำหรับ	300,140	
			วิทยากร/แขก VVIP (เอเชีย ตะวันออกกลาง	418,732	
			โอเชียเนีย ยุโรป อเมริกา)	409,948	
			- นิวซีแลนด์ (181,548 บาท x 3 คน)	2,077,558	
			- ตุรกี / ตะวันออกกลาง	163,980	
			(62,956 บาท x 3 คน)	314,780	
			- จีน (62,956 บาท x 5 คน)	483,150	
			- ภูมิภาคเอเชีย (99,559 บาท x 5 คน)	541,720	
			- ภูมิภาคอาเซียน (60,028 บาท x 5 คน)	169,836	
			- ภูมิภาคยุโรป (209,366 บาท x 2 คน)	199,118	
			- ภูมิภาคอเมริกา (204,974 บาท x 2 คน)	204,974	
			3.3 ค่าโดยสารเครื่องบินขึ้นประหยัดสำหรับ	265,235	
			แขกรับเชิญ (ทั่วไป) (เอเชีย ตะวันออกกลาง		
			โอเชียเนีย ยุโรป อเมริกา)		
			- นิวซีแลนด์ (81,990 บาท x 2 คน)		
			- ตุรกี / ตะวันออกกลาง		
			(62,956 บาท x 5 คน)		
			- จีน (48,315 บาท x 10 คน)		
			- ภูมิภาคเอเชีย (54,172 บาท x 10 คน)		
			- ภูมิภาคอาเซียน (42,459 บาท x 4 คน)		
			- ภูมิภาคยุโรป (99,559 บาท x 2 คน)		
			- ภูมิภาคอเมริกา (102,487 บาท x 2 คน)		
			4. อื่นๆ		
	เสนอ 2 โครงการ			19,500,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : กรมทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 320,000 บาท

ที่		โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-F1M1-0156	โครงการการประชุมเจรจาระหว่างประเทศด้านทรัพย์สินทางปัญญา วัตถุประสงค์ : เพื่อรับทราบข้อมูลและ การศึกษาความเหมาะสมในการปรับปรุง ระบบการให้ความคุ้มครองทรัพย์สิน ทางปัญญา แก้ไขปัญหาด้าน ทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อยกระดับ การพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญา และเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ส่งออก ของไทยในการแก้ปัญหาการถูกละเมิด ทรัพย์สินทางปัญญา วิธีดำเนินการ : เดินทางเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุมเจรจา หรือกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาในระดับภูมิภาค พหุภาคี หรือทวิภาคี รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ของผู้บริหารระดับสูงและเจ้าหน้าที่ ซึ่งจัดขึ้นในประเทศ หรือต่างประเทศ ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานทรัพย์สินทางปัญญาต่างประเทศ เช่น องค์การทรัพย์สิน ทางปัญญาโลก และสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : สร้างความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างประเทศ ภาครัฐและเอกชน ต่างประเทศให้ได้ทราบถึงพัฒนาการของการคุ้มครองและป้องปรามการละเมิดสิทธิในทรัพย์สิน ทางปัญญาไทย ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้รับความเชื่อมั่นและการยอมรับจากต่างประเทศ เชิงปริมาณ : ระดับความสัมพันธ์และความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้น/ดีขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 5 โดยตัวชี้วัดเป็นการเข้าร่วมประชุมความร่วมมือทรัพย์สินทางปัญญา อย่างน้อย 1 ครั้ง โดยหากมีการได้มีการเข้าร่วมการประชุมเจรจาได้มากกว่า 1 ครั้ง ถือว่ามียกระดับความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นเกินร้อยละ 5	1. ค่าจ้างเหมาบริการ 10,000 2. ค่าของขวัญ 82,000 3. ค่าเลี้ยงรับรอง 170,000 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 10,000 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 48,000 - ค่าพาหนะในต่างประเทศ 30,000 - ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน 18,000	320,000	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : สร้างความร่วมมือด้านทรัพย์สิน ทางปัญญาระหว่างประเทศ ภาครัฐ และเอกชนต่างประเทศให้ได้ทราบถึง พัฒนาการของการคุ้มครอง และป้องปรามการละเมิดสิทธิใน ทรัพย์สิน เชิงปริมาณ : ระดับความสัมพันธ์และความร่วมมือ ด้านทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้น/ดีขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 5 โดยตัวชี้วัดเป็นการ เข้าร่วมประชุมความร่วมมือทรัพย์สิน ทางปัญญาอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยหาก มีการได้มีการเข้าร่วมการประชุมเจรจา ได้มากกว่า 1 ครั้ง ถือว่ามียกระดับ ความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นเกินร้อยละ 5
เสนอ 1 โครงการ				320,000	

คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ มีมติอนุมัติ แผนปฏิบัติการ
ปีงบประมาณ 2568 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)
ครั้งที่ 2/2568 (เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568)
(งบทั่วไป) จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 198,127,690 บาท

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 198,127,690 บาท

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
รวมแผนงานกองทุนฯ (สค.) ปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 2 โครงการ)						198,127,690		
1. การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งออก (จำนวน 2 โครงการ 16 กิจกรรม)						198,127,690		
แผนปฏิบัติการที่ 1 การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ (จำนวน 1 โครงการ)						162,517,000		
กลยุทธ์ที่ 1.1 การผลักดันคลัสเตอร์เป้าหมาย (จำนวน 1 โครงการ)						62,517,000		
	2568-91-E2T5-0046	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม (เพิ่มเติม)				27,047,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 80 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 1,060 ลบ.	สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตร	เครื่องจักรกลการเกษตร/ อุปกรณ์ปศุสัตว์ และ สินค้าที่เกี่ยวข้อง	ไทย	24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	2,611,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 100 ลบ.	สกอ.
		2) กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าสินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง	ยางพาราแปรรูป ได้แก่ ยางแท่ง ยางแผ่น น้ำยางข้น และผลิตภัณฑ์ยาง ได้แก่ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ยางรถยนต์ สินค้าวิศวกรรมยาง	ไทย	24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	2,531,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	สกอ.
		3) งานแสดงสินค้า AAPEX 2025 - ขอยขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ 24 เมษายน 2568 - เดือนธันวาคม 2568 - กำหนดจัดงาน เดือนพฤศจิกายน 2568	สินค้าชิ้นส่วนยานยนต์	นครลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา	24 เม.ย. 68- 31 ธ.ค. 68	7,886,600	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 500 ลบ.	สกอ./สคต.ลอสแอนเจลิส
		4) งานแสดงสินค้า Medica 2025 - ขอยขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ 24 เมษายน 2568 - เดือนธันวาคม 2568 - กำหนดจัดงาน เดือนพฤศจิกายน 2568	สินค้าเครื่องมือแพทย์ และเภสัชภัณฑ์	เมืองตุสเซลดอร์ฟ สหพันธ์สาธารณรัฐ เยอรมนี	24 เม.ย. 68 - 31 ธ.ค. 68	5,843,200	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 40 ลบ.	สกอ./สคต.แฟรงก์เฟิร์ต
		5) งานแสดงสินค้า AUTOMECHANICA DUBAI 2025 - ขอยขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ 24 เมษายน 2568 - เดือนมกราคม 2569 - กำหนดจัดงาน เดือนธันวาคม 2568	สินค้าชิ้นส่วนยานยนต์	เมืองดูไบ สาธารณรัฐ อาหรับเอมิเรตส์	24 เม.ย. 68 - 31 ม.ค. 69	8,175,200	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 400 ลบ.	สกอ./สคต.ดูไบ

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 198,127,690 บาท

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1	2568-91-E2T5-0047	โครงการยกระดับและส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกา	สินค้า/บริการตามนโยบาย Soft Power	รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา	24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	25,000,000	1. ผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 100 ราย 2. ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าผู้ประกอบการร้าน Thai SELECT เข้าร่วม ไม่น้อยกว่า 15 ราย 3. การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 10 ล้านครั้ง	สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
	2568 91 E2T5 0048	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแพชั่น (เพิ่มเติม)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	5,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 35 ลบ.	สค./สคต./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทยในต่างประเทศ (คณะผู้แทนการค้า)	แฟชั่น เครื่องนุ่งห่ม ผ้าผืน กระเป๋า รองเท้า	ตะวันออกกลาง	24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	5,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 35 ลบ.	สคต. /สคต. เจดดาห์/สคต.ตูโบ
	2568-91-E2T5-0049	โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าที่เกี่ยวข้องสู่ตลาดต่างประเทศ (เพิ่มเติม)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	5,470,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 40 ลบ.	สค./สพบ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริการการศึกษาเยือนอาเซียน	ธุรกิจบริการการศึกษา	เวียดนาม/โฮจิมินห์	24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	1,800,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	สพบ./สคต.โฮจิมินห์
		2) กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริการการศึกษาเยือนเอเชีย	ธุรกิจบริการการศึกษา	จีน/เซี่ยงไฮ้/กวางโจว	24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	3,670,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ลบ.	สพบ./สคต.เซี่ยงไฮ้/ สคต.กวางโจว
กลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศของไทย						100,000,000		
	2568-91-E2T6-0008	โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) (เพิ่มเติม) - ขอย้ายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผู้กักเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินงาน 3 ปี งบประมาณ (ปีงบประมาณ 2568 -2570)	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	24 เม.ย. - 30 ก.ย. 70	100,000,000	- ผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุน 500 ราย - มูลค่าเจรจาการค้าไม่น้อยกว่า 4,000 ล้านบาท	สค./สยค.

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 198,127,690 บาท

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
แผนปฏิบัติการที่ 2 การเจรจาเชิงรุกเพื่อเปิดตลาด (จำนวน 1 โครงการ)						5,000,000		
กลยุทธ์ที่ 2.2 การปกป้องผลประโยชน์และแก้ไขอุปสรรคทางการค้า (จำนวน 1 โครงการ)						5,000,000		
2	2568-91-F1S1-0002	โครงการการจัดจ้างที่ปรึกษากฎหมายเพื่อแก้ต่างกรณีสหรัฐฯ เปิดไต่สวนการอุดหนุน (CVD) สินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) จากไทย - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ 24 เมษายน 2568 - เดือนกันยายน 2569 - วงเงิน 5,000,000 บาท ขอเบิกจากโครงการงบประมาณนโยบายและมาตรการเร่งด่วนที่ได้อนุมัติไว้แล้วในการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 5/2568 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2567 รหัสโครงการ 2568-92-H1Q1-0011	จัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการแก้ต่างกรณีสหรัฐฯ เปิดไต่สวนการอุดหนุน (CVD) สินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies)	สหรัฐอเมริกา	24 เม.ย. - 30 ก.ย. 69	5,000,000	การเข้าร่วมกระบวนการไต่สวนการตอบโต้การอุดหนุน (CVD) สินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) จากไทยตามกฎหมายของไทยและสหรัฐฯ รวมทั้งหลักเกณฑ์และกฎระเบียบขององค์การการค้าโลก (WTO) ภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด	คต.
แผนปฏิบัติการที่ 3 การเร่งรัดทำการตลาดเชิงกลยุทธ์						30,610,690		
กลยุทธ์ที่ 3.1 การรักษาและขยายตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ พื้นที่ตลาดเก่า						30,610,690		
	2568-91-J2L8-0017	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจ在不同ประเทศตลาดจีน (เพิ่มเติม)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	17,648,370	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 60 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 220 ล้านบาท	สค./สพด. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมเข้าร่วมงานแสดงสินค้า China International Import Expo 2025 (CIIE 2025) - ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินการ 24 เมษายน - เดือนธันวาคม 2568 - กำหนดจัดงาน เดือนพฤศจิกายน 2568	อาหารและเครื่องดื่ม	จีน/ เซี่ยงไฮ้	24 เม.ย.68 - ธ.ค. 68	17,648,370	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 60 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 220 ล้านบาท	สพด 1 / สคต.เซี่ยงไฮ้
	2568 91 J2L8 0018	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย (เพิ่มเติม)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	2,367,720	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สค./สพด. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่น ผ่านสื่อทีวีดิจิทัล	อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องประดับ แฟชั่น ไลฟ์สไตล์	ไทย/ญี่ปุ่น	24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	2,367,720	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สคต./สพด.1 /สคต.โตเกียว
	2568-91-J2L8-0019	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศตลาดเอเชียใต้ (เพิ่มเติม)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	4,140,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 40 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 52 ล้านบาท	สค./สพด. 1/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) งานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2025 ตลาดเอเชียใต้			24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	1,890,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สพด.1 / สคต.นิวเดลี

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 198,127,690 บาท

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
		- งานแสดงสินค้า Top Thai Brands ณ กรุงเทพมหานคร เนปาล	อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องใช้ บนโต๊ะอาหาร แพชั่น โลฟ สไตล์ สุขภาพความงาม ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง	กาฐมาณฑุ เนปาล	24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	1,890,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สพต.1 / สคต.นิวเดลี
		2) กิจกรรมเจรจาการค้าระหว่างคณะผู้แทนการค้าไทย-เอเชียใต้			24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	2,250,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 22 ล้านบาท	สพต.1 / สคต.นิวเดลี
		- กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าจากอินเดียเยือนไทย	อาหาร อุตสาหกรรม การเกษตร เครื่องใช้ในบ้าน เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรและ ส่วนประกอบ ชิ้นส่วนยาน ยนต์ แพชั่น เครื่องประดับ สุขภาพความงาม ธุรกิจ บริการท่องเที่ยว	ไทย	24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	2,250,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 22 ล้านบาท	สพต.1 / สคต.นิวเดลี
	2568-91-J2L8-0020	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดอเมริกา และลาตินอเมริกา (เพิ่มเติม)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	2,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 13 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 45 ล้านบาท	สพต.2/สคต.ไมอามี
		1) กิจกรรมนำคณะผู้ประกอบการวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของไทยเดินทางไปสำรวจตลาดใหม่ และเจรจาการค้าในสาธารณรัฐโดมินิกัน ในภูมิภาคแคริบเบียน	วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง		24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	2,000,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 40 ล้านบาท	สพต.2/สคต.ไมอามี
	2568-91-J2L8-0021	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศตลาดยุโรป และ CIS และเสริมสร้างศักยภาพ ด้วยกิจกรรมรูปแบบต่างๆ (เพิ่มเติม)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	3,354,600		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) กิจกรรมผลักดันสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดศักยภาพใหม่	สินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Products)	ภูมิภาค ยุโรปและ CIS	24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	2,854,600	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป/ CIS
		2) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าในรูปแบบการบันทึกเสียงออนไลน์และสื่อออนไลน์ (Podcast)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	500,000	จำนวนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารไม่ต่ำกว่า 5,000 ครั้ง	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป ,รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกา เหนือ,ลาตินอเมริกา, ภูมิภาค แอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง
	2568-91-J2L8-0022	โครงการจัดคณะผู้แทนการค้ามาเยือนงานแสดงสินค้าในประเทศ (Incoming Trade Mission) (เพิ่มเติม 2)			24 เม.ย. 68 - 30 ก.ย. 68	1,100,000		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		งานแสดงสินค้า TILOG 2025	ธุรกิจโลจิสติกส์	ไทย	24 เม.ย.68-30 ก.ย. 68	1,100,000	- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 48 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาคยุโรป ,รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกา เหนือ,ลาตินอเมริกา, ภูมิภาค แอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ข้อมูล ณ 24 เมษายน 2568

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ปีงบประมาณ 2568 (งบทั่วไป)
ครั้งที่ 2/2568 (เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568)
(งบทั่วไป) จำนวน 2 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 198,127,690 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0046	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิต/ผู้ส่งออกของไทยกับคณະนักธุรกิจของประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นการช่วยผลักดันการส่งออก วิธีดำเนินการ 1) สดต. ประสาน สกอ. นำคณะผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าทางพาราและผลิตภัณฑ์ทางมาเจรจากัดที่ประเทศไทย 2) จัดทำนัดหมายผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทย พร้อมดำเนินการในลักษณะ Business Matching ให้กับผู้ประกอบการไทยและคณะผู้นำเข้าเพื่อเจรจากัด 3) สดต. และ สกอ. อำนวยความสะดวกแก่ผู้นำเข้า 4) จัดงาน/จัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเดินทางไปเจรจากัดในต่างประเทศ ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 80 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจากัด 1,060 ล้านบาท	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมจับคู่เจรจากัดสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตร 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่าม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 6. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมจับคู่เจรจากัดสินค้าทางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าเลี้ยงรับรอง 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 5. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) กิจกรรมที่ 3 งานแสดงสินค้า AAPEX 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 6. ค่าธรรมเนียม 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 4 งานแสดงสินค้า MEDICA 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่าม 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 6. ค่าธรรมเนียม 7. ค่าสาธารณูปโภค 8. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ กิจกรรมที่ 5 งานแสดงสินค้า AUTOMECHANICA DUBAI 2025 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าล่าม 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 5. ค่าธรรมเนียม (ขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) 6. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	27,047,000 2,611,000 300,000 1,400,000 100,000 350,000 446,000 15,000 2,531,000 300,000 1,520,000 250,000 446,000 15,000 7,886,600 4,400,000 100,000 3,000,000 72,000 1,200 20,000 293,400 5,843,200 2,400,000 400,000 2,400,000 50,000 1,200 20,000 390,000 182,000 8,175,200 7,000,000 800,000 150,000 2,400 8,800 214,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย เชิงภาพ : มูลค่าเจรจากัด 100 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงภาพ : มูลค่าเจรจากัด 20 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย เชิงภาพ : มูลค่าเจรจากัด 500 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงภาพ : มูลค่าเจรจากัด 40 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย เชิงภาพ : มูลค่าเจรจากัด 400 ล้านบาท
				27,047,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม วงเงินทั้งสิ้น 25,000,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน ที่สนับสนุน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0047	โครงการยกระดับและส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกา วัตถุประสงค์ 1. เพื่อยกระดับและส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยในต่างประเทศ สร้างการรับรู้และความนิยมในการบริโภคอาหารไทยและการใช้บริการร้านอาหารไทย เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าไทยที่เกี่ยวข้อง และผลักดันให้ Soft Power ด้านอาหารไทยเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ 2. เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในระดับสากล ยกย่องให้ Thai SELECT เป็น Global Brand ที่ได้รับการยอมรับและสร้างความเชื่อมั่น รวมถึงทัศนคติที่ดีต่ออาหารไทยและตราสัญลักษณ์ 3. เพื่อสนับสนุนและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เสริมสร้างขีดความสามารถและสนับสนุนการขยายธุรกิจอาหารและบริการอาหารของไทยในต่างประเทศ 4. เพื่อขยายโอกาสทางการค้าและการส่งออก ขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารของไทย รวมถึงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง สร้างความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มช่องทางการค้าทั้งในธุรกิจบริการอาหารไทย สินค้าเกษตร อาหาร และสินค้าบริการที่เกี่ยวข้องในระดับนานาชาติ วิธีดำเนินการ 1. จัดงาน Thai SELECT Gala Night ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกราบพูลเชิญทูตกระทรวงมหาดไทยและทูตราชทูตไทย สิริวัฒนาพรรณวดี เป็นเสด็จเป็นองค์ประธาน และมีผู้เข้าร่วมประกอบด้วยบุคคลสำคัญจากหลากหลายภาคส่วน ได้แก่ แกนผู้มีเกียรติ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้นำเข้าสินค้าอาหารไทยรายสำคัญ ผู้แทนจากร้านอาหาร Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกา นักแสดงและเซฟที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการยกระดับภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้ ต่อดราสัญลักษณ์ Thai SELECT และอาหารไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งออกสินค้าอาหารและธุรกิจบริการร้านอาหารไทย ภายในงานมีกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การจัดเลี้ยงรับรองโดยรังสรรค์อาหารไทยโดยเซฟที่มีชื่อเสียงในรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับแขกที่เข้าร่วมงาน การแสดงบนเวทีเพื่อแสดงศักยภาพอาหารไทยและการปรับภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT 2 จัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ในรูปแบบรายการที่นำเสนอร้านอาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในสหรัฐอเมริกา โดยกราบพูลเชิญทูตกระทรวงมหาดไทยและทูตราชทูตไทย สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จร่วมในพิธีทัศน์ โดยมีนักแสดงและเซฟที่มีชื่อเสียงร่วมด้วย พร้อมเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ที่มีศักยภาพ 3. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตรา Thai SELECT ประชาสัมพันธ์อาหารไทยและประชาสัมพันธ์กิจกรรม พร้อมเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ 4. เชิญ Influencer/Blogger/KOL ที่มีชื่อเสียง เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมสร้าง content เพื่อโปรโมทงานและการปรับภาพลักษณ์ตรา ให้เกิดกระแสในวงกว้าง	1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ 2.1 ค่าจ้างนักแสดง Influencer/KOL ที่มีชื่อเสียง 2.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย 2.3 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ 2.4 ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ในประเทศและต่างประเทศ) 3. ค่าจ้างเหมา 3.1 ค่าจ้างเหมาออกแบบ/ตกแต่ง 3.2 ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน 3.3 ค่าจ้างเหมาจัดเวทีโอปราสาทสัมพันธ์ 3.5 ค่าจ้างเหมาสาธิตโดยเซฟชื่อดัง 3.6 ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ 4. ค่าลัม (15 คน x 1 วัน x 10,000 บาท x 1 ครั้ง) 5. ค่าเลี้ยงรับรอง	25,000,000 6,050,000 6,450,000 4,000,000 1,000,000 450,000 1,000,000 10,850,000 3,250,000 3,900,000 2,600,000 1,000,000 100,000 150,000 1,500,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1. ผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 100 ราย 2. ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าผู้ประกอบการร้าน Thai SELECT เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 15 ราย เชิงคุณภาพ : การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 10 ล้านครั้ง
				25,000,000	

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0048	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าแฟชั่นไทยในด้านปริมาณและคุณภาพ 2. เพื่อรักษาดูแลลูกค้าและขยายตลาดสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพและโอกาสในอนาคต 3. เพื่อกระตุ้นผู้ประกอบการไทยเกิดความตื่นตัวและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ 4. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไทยเพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างแบรนด์สู่ระดับสากลเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 5. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้สินค้าแฟชั่นไทยในตลาดต่างประเทศ 6. เพื่อผลักดันให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการสร้างเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานในบูรณาการและมีความเข้มแข็ง วิธีดำเนินการ จัดคณะผู้แทนการค้าเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 35 ล้านบาท ประเทศญี่ปุ่น	กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทยในต่างประเทศ (คณะผู้แทนการค้า) 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ - สื่อออนไลน์ในต่างประเทศ (1 ครั้ง X 350,000 บาท) 3. ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าตกแต่งบูธ - ค่าจ้างเหมาดำเนินงานจัดงาน - ค่าจ้างเหมาจัดทำนิตหมาย (1 ครั้ง X 300,600) 4. ค่าล่ำม (10 คน X 4 วัน X 8,750 บาท) 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ - ค่าพาหนะ (2 คน X 1,200 บาท) 6. ค่าธรรมเนียม - ค่าธรรมเนียมขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง - ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 6 วัน X 2,100 บาท) - ค่าที่พัก - ระดับ 8 ลงมา ห้องเดี่ยว (2 ห้อง X 5 คืน X 5,000บาท) - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน - ระดับ 8 ลงมา (2 คน X 30,000 บาท) - ค่าพาหนะในต่างประเทศ - ค่าใช้จ่ายจำเป็นในการเดินทาง - ค่าธรรมเนียมจัดทำหนังสือเดินทาง, ค่าวีซ่า	5,000,000 5,000,000 3,000,000 350,000 350,000 1,100,600 300,000 500,000 300,600 350,000 2,400 2,400 15,000 15,000 182,000 25,200 25,200 50,000 50,000 60,000 60,000 26,800 20,000 20,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 35 ล้านบาท
				5,000,000	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ วงเงินทั้งสิ้น 5,470,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน ที่สนับสนุน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0049	โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าที่เกี่ยวข้อง สู่ตลาดต่างประเทศ (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจบริการสนับสนุน (Trade Supporting Services) ของไทยให้แข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล 2. เพื่อยกระดับธุรกิจบริการสนับสนุนของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ นำรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างยั่งยืน 3. เพื่อให้ธุรกิจบริการสนับสนุนเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญแก่ทุกภาคธุรกิจของประเทศในการสร้างความเข้มแข็งและผลักดันให้ขยายตลาดสู่ต่างประเทศได้ วิธีดำเนินการ - นำคณะผู้ประกอบการไทยสำรวจดูทางการค้า/ ตลาด/ พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบพฤติกรรมและความต้องการ รวมถึงช่องทาง การเข้าสู่ตลาด ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 40 ล้านบาท เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย	กิจกรรมที่ 1 คณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริการการศึกษาเยือนเอเชีย 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่ำม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 6. ค่าธรรมเนียมขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน กิจกรรมที่ 2 คณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริการการศึกษาเยือนอาเซียน 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่ำม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ 6. ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน	5,470,000 3,670,000 1,000,000 2,000,000 210,000 67,000 388,000 5,000 1,800,000 350,000 1,060,000 120,000 67,000 199,000 4,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท
				5,470,000	

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L8-0017	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ตลาดจีน (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1) เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย 2) เพื่อเพิ่มโอกาสการบุกเจาะตลาดเมืองรองหรือเขตพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในจีนของผู้ประกอบการไทย วิธีดำเนินการ คัดเลือกผู้ประกอบการไทยกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นสินค้าศักยภาพของไทยในตลาดจีน เข้าร่วมงานแสดงสินค้า CIIE 2025 ณ นครเซี่ยงไฮ้ ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 60 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 220 ล้านบาท	กิจกรรมเข้าร่วมงานแสดงสินค้า China International Import Expo 2025 (CIIE 2025) 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าลำน 3. ค่าเลี้ยงรับรอง 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 5. ค่าธรรมเนียม (ค่าธรรมเนียมการเข้าร่วมงาน CIIE 2025 / ค่าธรรมเนียมการโอนเงินในต่างประเทศ / ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน) 6. ค่าสาธารณูปโภค 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ขอยยกรอระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่าย ปีงบประมาณ 2569 -ระยะเวลาดำเนินการ : 24 เมษายน 2568 - เดือนธันวาคม 2568 - กำหนดจัดงาน : เดือนพฤศจิกายน 2568	17,648,370 17,648,370 9,791,170 84,000 2,100 2,400 7,440,000 100,000 228,700	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 60 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 220 ล้านบาท
2	2568-91-J2L8-0018	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1. เพิ่มมูลค่าและช่องทางการจำหน่ายสินค้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์ 2. ปริมาณการส่งออกอาหารและสินค้าไทยมายังตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 3. ชาวญี่ปุ่นมีความคุ้นเคยและเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าไทย และต้องการซื้อสินค้าไทยเพิ่มขึ้น 4. มูลค่าการนำเข้าของสินค้าไทยมายังญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 5. คุณภาพของสินค้าไทยเป็นที่เชื่อมั่นของผู้บริโภคในญี่ปุ่น และกระตุ้นความต้องการสินค้าไทย 6. สินค้าไทยมีรายการนำเข้าเพิ่มขึ้น และจำหน่ายในรายการที่วีดิจิตอลอย่างถาวร วิธีดำเนินการ สศต./สทท.ในญี่ปุ่น และ สทท.1 ร่วมกับรายการที่วีดิจิตอลแสวงหาและคัดเลือกสินค้าไทย และนำคณะผู้ซื้อ (Sourcing Mission) เยี่ยมชมและถ่ายทำสื่อบริการแนะนำผู้ประกอบการไทยและสถานที่ผลิตสินค้าไทย ผลิตและออกอากาศรายการที่วีดิจิตอลเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไทย ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ในญี่ปุ่น ผ่านสื่อที่วีดิจิตอล - ค่าจ้างเหมาบริการ	2,367,720 2,367,720 2,367,720	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
3	2568-91-J2L8-0019	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้ (เพิ่มเติม) วัตถุประสงค์ 1) เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า "ไทยให้เป็นที่รู้จักอย่าง"แพร่หลายในตลาดเอเชียใต้ 2) เพื่อเพิ่มโอกาสการบุกเจาะตลาดเอเชียใต้ของผู้ประกอบการไทย วิธีดำเนินการ รับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการไทยกลุ่มสินค้า/บริการเป้าหมาย เพื่อเดินทางไปเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าและเจรจาการค้า ณ ประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 40 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 52 ล้านบาท	กิจกรรมที่ 1 งานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2025 ตลาดเอเชียใต้ - งานแสดงสินค้า Top Thai Brands ณ กรุงกาฐมาณฑุ เนปาล 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าสาธารณูปโภค กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมเจรจาการค้าระหว่างคณะผู้แทนการค้าไทย-เอเชียใต้ - กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าจากอินเดียเยือนไทย 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 4. ค่าล่ำม 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ	4,140,000 1,890,000 1,890,000 700,000 300,000 840,000 50,000 2,250,000 2,250,000 400,000 200,000 1,050,000 50,450 549,550	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย เชิงปริมาณ : มูลค่าเจรจาการค้า 22 ล้านบาท
				24,156,090	

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 วงเงินทั้งสิ้น 6,454,600 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-J2L8-0020	โครงการส่งเสริมและพัฒนา ช่องทางการตลาด และการทำธุรกิจ ระหว่างประเทศตลาดอเมริกา และลาตินอเมริกา (เพิ่มเติม) วิธีดำเนินการ 1. นำคณะผู้ประกอบการสินค้า วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของ ไทยเดินทางไปสำรวจตลาดใหม่ และเจรจาการค้าในสาธารณรัฐ โดมินีกัน ในภูมิภาคแคริบเบียน ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจา การค้า 40 ล้านบาท	กิจกรรมนำคณะผู้ประกอบการวัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้างของไทยเดินทางไปสำรวจตลาดใหม่ และเจรจาการค้าในสาธารณรัฐโดมินีกัน ในภูมิภาค แคริบเบียน 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 3. ค่าจ้างเหมาบริการ	2,000,000 2,000,000 800,000 400,000 800,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า 40 ล้านบาท
2	2568-91-J2L8-0021	โครงการพัฒนาและส่งเสริม การค้าและธุรกิจ ในต่างประเทศ ตลาดยุโรป และ CIS และเสริมสร้าง ศักยภาพด้วยกิจกรรมรูปแบบ ต่างๆ (เพิ่มเติม) วิธีดำเนินการ 1. คัดเลือกสินค้าศักยภาพใหม่ๆ สินค้าเฉพาะกลุ่มที่เป็นที่ต้องการ ของตลาด 2. ประชาสัมพันธ์และรับข้อมูล ข่าวสาร/เทรนด์การค้าจากสำนัก งานส่งเสริมการค้า ในต่างประเทศ นำมาจัดทำเป็นบทความ ให้น่าสนใจ เพื่อเผยแพร่ให้ ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไป กิจกรรมที่ประเทศไทย ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : 1. มูลค่าเจรจา การค้า 20 ล้านบาท 2. จำนวนการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารไม่ต่ำกว่า 5,000 ครั้ง	กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมผลักดันสินค้าไทย เข้าสู่ตลาดศักยภาพใหม่ 1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 3. ค่าล่ำม 4. ค่าเลี้ยงรับรอง 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 6. ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม/สัมมนา 7. ค่าวัสดุ กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้า ในรูปแบบการบันทึกเสียงออนไลน์และสื่อออนไลน์ (Podcast) 1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ	3,354,600 2,854,600 900,000 900,000 76,500 45,000 871,200 36,200 25,700 500,000 500,000 300,000 200,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 10 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจา การค้า 20 ล้านบาท ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : - เชิงคุณภาพ : จำนวนการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารไม่ต่ำกว่า 5,000 ครั้ง

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2568
 หน่วยงาน : สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2 วงเงินทั้งสิ้น 6,454,600 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
3	2568-91-J2L8-0022	โครงการจัดคณะผู้แทนการค้า มาเยือนงานแสดงสินค้า ในประเทศ (Incoming Trade Mission) (เพิ่มเติม 2) วิธีดำเนินการ ประสานสศต.เชิญผู้นำเข้า จากต่างประเทศเดินทางมา เจรจาการค้าและเยือน งานแสดงสินค้าในประเทศไทย ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 48 ราย	กิจกรรม : งานแสดงสินค้า TILOG 2025 1. ค่าจ้างเหมาบริการ 2. ค่าล่ำม 3. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ 4. ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 5. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ	1,100,000 1,100,000 20,000 60,000 361,000 9,000 650,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : ผู้ประกอบการ เข้าร่วม 48 ราย
				6,454,600	

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T6-0008	โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) เพิ่มเติม วัตถุประสงค์ 1. เพื่อขยายตลาดต่างประเทศและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและบริการของ SMEs ไทยในตลาดโลก 2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้สามารถขยายช่องทางการส่งออกด้วยตนเองได้มากขึ้น ซึ่ง SMEs จะได้รับประโยชน์โดยตรงในการเข้าสู่ตลาด โดยเฉพาะการขยายตลาดผ่านช่องทางการค้ารูปแบบใหม่ๆ 3. เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ SMEs ขยายตลาดส่งออกสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าและบริการ ที่มีนวัตกรรม การออกแบบ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งธุรกิจที่มีแนวโน้มเป็นที่ยอมรับสามารถสร้างรวมมูลค่าเพิ่มและมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม Healthcare & Wellness และการบริหารจัดการข้อมูล/IT เป็นต้น วิธีดำเนินการ กิจกรรมหลักเพื่อส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการขยายตลาดต่างประเทศ มีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้ 1. ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs	1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2. ค่าจ้างเหมาบริการ - จ้างเหมาบุคลากรดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ เพื่อสนับสนุนการบริหารโครงการฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ระยะเวลา 2 ปี จำนวน 5 ราย (ปีงบประมาณ 2569-2570) - จ้างเหมาบริการ (เพิ่มเติม) เพื่อสนับสนุนการบริหารโครงการฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ระยะเวลา 2 ปี จำนวน 5 ราย (ปีงบประมาณ 2569-2570) 3. ค่าเลี้ยงรับรอง 4. ค่าใช้จ่ายเดินทางในประเทศ - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา) (2 คน x 2 วัน x 2 ครั้ง x 2,500 บาท) 20,000 - ค่าพาหนะ/ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน 32,000 5. ค่าธรรมเนียม 3,000 6. ค่าวัสดุ 5,000 7. ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ - ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ 8 ลงมา) - ฮองกง (2,100 บาท x 6 วัน x 1 ครั้ง x 2 คน) 25,200 - ญี่ปุ่น (2,100 บาท x 7 วัน x 1 ครั้ง x 1 คน) 14,700 - เยอรมนี (2,100 บาท x 6 วัน x 1 ครั้ง x 2 คน) 25,200 - ค่าที่พัก (ระดับ 8 ลงมา) - ฮองกง (7,500 บาท x 6 คืน x 1 ครั้ง x 2 คน) 90,000 - ญี่ปุ่น (10,500 บาท x 7 คืน x 1 ครั้ง x 1 คน) 73,500 - เยอรมนี (7,500 บาท x 6 คืน x 1 ครั้ง x 2 คน) 90,000 - ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน (ระดับ 8 ลงมา) - ฮองกง (29,300 บาท x 1 ครั้ง x 2 คน) 58,600 - ญี่ปุ่น (54,200 บาท x 1 ครั้ง x 1 คน) 54,200 - เยอรมนี (83,500 บาท x 1 ครั้ง x 2 คน) 167,000	100,000,000 130,000 2,150,000 2,150,000 84,000 52,000 20,000 32,000 3,000 5,000 653,900 65,100 25,200 14,700 25,200 253,500 90,000 73,500 90,000 279,800 58,600 54,200 167,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับ การสนับสนุน 500 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าเจรจาการค้า ไม่น้อยกว่า 4,000 ล้านบาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		ให้สามารถขยายช่องทางการส่งออกไปยังตลาดเดิมและตลาดใหม่ที่มีศักยภาพได้ด้วยตนเอง ผ่านกิจกรรมได้แก่ 1.1 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการในต่างประเทศ (Overseas Trade Fair) 1.2 กิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่ายทางธุรกิจในต่างประเทศ (Business Opportunities & Partnership: BOP) 1.3 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการเสมือนจริงในต่างประเทศ (Virtual Exhibition) 1.4 กิจกรรมส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border e-Commerce) ทั้งนี้ การพิจารณาให้การสนับสนุนผู้ประกอบการจะดำเนินการผ่านคณะทำงานโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย โดยมีอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นประธาน 2. จัดจ้างบุคลากรดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ เพื่อสนับสนุนการบริหารโครงการฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 3. จัดคณะผู้บริหารตรวจเยี่ยมและติดตามประเมินผลโครงการ และจัดเจ้าหน้าที่เดินทางไปปฏิบัติราชการในต่างประเทศ	- ค่าพาหนะในต่างประเทศ 47,500 - อีโอง (2,500 บาท x 6 วัน x 1 ครั้ง) 15,000 - ญี่ปุ่น (2,500 บาท x 7 วัน x 1 ครั้ง) 17,500 - เยอรมนี (2,500 บาท x 6 วัน x 1 ครั้ง) 15,000 - ค่าใช้จ่ายจำเป็นในการเดินทาง 8,000 - ค่าธรรมเนียมจัดทำหนังสือเดินทาง 5,000 - อีโอง (2,000 บาท x 1 ครั้ง) 2,000 - ญี่ปุ่น (1,000 บาท x 1 ครั้ง) 1,000 - เยอรมนี (2,000 บาท x 1 ครั้ง) 2,000 - ค่าขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน 3,000 - อีโอง (1,000 บาท x 1 ครั้ง) 1,000 - ญี่ปุ่น (1,000 บาท x 1 ครั้ง) 1,000 - เยอรมนี (1,000 บาท x 1 ครั้ง) 1,000 8. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) 96,922,100		

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
		เพื่อกำกับดูแลและตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการที่ได้รับ การสนับสนุนเข้าร่วมกิจกรรม ภายใต้โครงการฯ ให้เป็นไปตาม วัตถุประสงค์ ตลอดจนประเมิน ศักยภาพงาน/ความสำเร็จของ งานและข้อมูลด้านต่างๆ เพื่อนำ มาปรับปรุงแนวทางการ ดำเนินงานของโครงการฯ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 4. บริหารจัดการและดูแลระบบ ฐานข้อมูลกิจกรรม วงเงินอนุมัติ และข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อ ให้เป็นไปตามนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 5. ติดตามประเมินผลการ ดำเนินงานและรายงาน คณะทำงานโครงการ SMEs Pro-active และคณะกรรมการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง			
				100,000,000	

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	วงเงิน ที่สนับสนุน
1	2568-91-F1S1-0002	โครงการการจัดจ้างที่ปรึกษากฎหมายเพื่อแก้ต่างกรณีสหรัฐฯ เปิดไต่สวนการอุดหนุน (CVD) สินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) จากไทย		5,000,000
	2568-92-H1Q1-0011	โครงการงบประมาณนโยบายและมาตรการเร่งด่วน (อนุมัติไว้แล้วในการประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 5/2568 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2567)		5,000,000
	ขอขยายกรอบระยะเวลา ดำเนินโครงการและ ผูกพันเงินไปเบิกจ่าย ปีงบประมาณ 2569	- ค่าจ้างเหมาบริการ - ค่าจ้างเหมาบริการอื่น (ค่าจ้างที่ปรึกษา) วัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการไทยสามารถเพิ่มขีดความสามารถและ ประสิทธิภาพในการดำเนินการแก้ต่างต่อกรณีสหรัฐฯ ไต่สวนการตอบโต้การอุดหนุนกับสินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) ของไทยเพื่อการปกป้องและรักษาผลประโยชน์ทางการค้าสินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) 2) เพื่อให้สหรัฐฯ ยุติการไต่สวนการตอบโต้การอุดหนุนสินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) จากไทย ไม่ถูกเรียกเก็บอากรตอบโต้การอุดหนุน หรือลดอัตราอากรตอบโต้การอุดหนุนในกรณีทีสินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis Subassemblies) นำเข้าของไทยถูกใช้มาตรการตอบโต้การอุดหนุนจากสหรัฐฯ 3) เพื่อปกป้องและรักษาผลประโยชน์ และลดผลกระทบของภาคอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกสินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain and Subassemblies) ไปสหรัฐฯ รวมทั้งรักษาตลาดสินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) ของไทยในสหรัฐฯ ได้ วิธีดำเนินการ จัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำด้านกฎหมายและเทคนิค รวมทั้งเข้าร่วมกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินการแก้ต่างกรณีสหรัฐฯ เปิดไต่สวนการตอบโต้การอุดหนุน (CVD) สินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) ไปสหรัฐฯ จากไทย ให้สอดคล้องกับกฎหมายของไทยหลักเกณฑ์และกฎระเบียบขององค์การการค้าโลก (WTO) ตลอดจนร่วมกันหาแนวทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อการปกป้องผลประโยชน์ทางและสหรัฐฯ รวมทั้งการค้าของประเทศไทยได้ ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : การเข้าร่วมกระบวนการไต่สวนการตอบโต้การอุดหนุน (CVD) สินค้าแชสซีสำหรับพ่วงและบรรทุก (Certain Chassis and Subassemblies) สอดคล้องกับกฎหมายของไทยและสหรัฐฯ รวมทั้งหลักเกณฑ์และกฎระเบียบขององค์การการค้าโลก (WTO) ภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด		10,000,000
				10,000,000

คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ มีมติอนุมัติ แผนปฏิบัติการ
ปีงบประมาณ 2568 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)
ครั้งที่ 3/2568 (เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2568)
(งบทั่วไป) จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 115,500,000 บาท

สรุปโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 115,500,000 บาท

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ภูมิภาค/ประเทศ/ เมืองที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนิน โครงการ	รวมทั้งสิ้น	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
รวมแผนงานกองทุนฯ (สค.) ปีงบประมาณ 2568 (จำนวน 3 โครงการ)						115,500,000		
1. การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งออก (จำนวน 3 โครงการ 1 กิจกรรม)						115,500,000		
แผนปฏิบัติการที่ 1 การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ (จำนวน 3 โครงการ)						115,500,000		
กลยุทธ์ที่ 1.1 การผลักดันคลัสเตอร์เป้าหมาย						39,500,000		
	2568-91-E2T5-0050	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดโลก (เพิ่มเติม)				39,500,000		สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		กิจกรรมการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT - ขอย้ายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินงาน 30 พฤษภาคม 2568 - เดือนกุมภาพันธ์ 2569	อาหารไทย	ทุกภูมิภาค	30 พ.ค. 68 - 28 ก.พ. 69	39,500,000	1. การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) และการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมไม่น้อยกว่า 20 ล้านครั้ง 2. ความถี่ของการติด Hashtag และจำนวน UCG รวมไม่น้อยกว่า 1,000 คอนเทนต์ 3. จำนวนที่ได้รับการกล่าวถึงในสื่อ ไม่น้อยกว่า 300 ครั้ง 4. มูลค่าสื่อที่ได้รับ (PR Value) ไม่น้อยกว่า 25 ล้านบาท	สค./สกอ./ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
กลยุทธ์ที่ 1.3 การพัฒนาส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างภาพลักษณ์ (จำนวน 3 โครงการ)						76,000,000		
1	2568-91-E2T7-0009	โครงการจัดกิจกรรม Pop-Ups Event เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL - ขอย้ายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินงาน 30 พฤษภาคม 2568 - 30 กันยายน 2569	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	30 พ.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	45,000,000	- ความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 20,000 คน	สค./สปส
2	2568-91-E2T7-0010	โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ ผ่านการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL - ขอย้ายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินงาน 30 พฤษภาคม 2568 - 30 กันยายน 2569	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	30 พ.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	11,000,000	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	สค./สปส.
3	2568-91-E2T7-0011	โครงการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL - ขอย้ายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 - ระยะเวลาดำเนินงาน 30 พฤษภาคม 2568 - 30 กันยายน 2569	ทุกสินค้า	ทุกภูมิภาค	30 พ.ค. 68 - 30 ก.ย. 69	20,000,000	จำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อ ประชาสัมพันธ์ (Impression) ผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนรวม ไม่น้อยกว่า 50,000,000 ครั้ง	สค./สปส.

ข้อมูล ณ 24 เมษายน 2568

รายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ปีงบประมาณ 2568 (งบทั่วไป)
ครั้งที่ 3/2568 (เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2568)
(งบทั่วไป) จำนวน 3 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 115,500,000 บาท

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทัวไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม วงเงินทั้งสิ้น 39,500,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T5-0050	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดโลก (เพิ่มเติม) - กิจกรรมการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT วัตถุประสงค์ 1. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในฐานะ Global Brand ของอาหารไทย 2. เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เพิ่มโอกาสทางการค้าผลิตภัณฑ์อาหารไทยในตลาดโลก และผลักดัน Soft Power อุตสาหกรรมอาหารไทย 3. เพื่อสร้างกระแสความนิยมและกระตุ้นการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT โดยเฉพาะกลุ่มชาวต่างประเทศ วิธีดำเนินการ 1. การออกแบบ ผลิตภัณฑ์และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT พร้อมยกระดับภาพลักษณ์ Thai SELECT สู่การเป็นแบรนด์ระดับโลก (Global Brand) โดยมุ่งเน้นการเข้าถึงผู้บริโภคต่างประเทศ ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Media) และออฟไลน์ (Offline Media) ในหลากหลายรูปแบบ อาทิ วิดีโอโฆษณา บทความ อินโฟกราฟิก ภาพกราฟิก สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เป็นต้น รวมถึงการสื่อสารผ่านโฆษณาออนไลน์ (Online Ads) ในช่องทางของ Thai SELECT เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างอย่างมีประสิทธิภาพ 2. การจัดทำแคมเปญการตลาดผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer/KOL) ต่างประเทศ โดยสร้างความร่วมมือกับร้านอาหาร Thai SELECT ในต่างประเทศ รวมถึง Influencer/KOL ชาวไทยที่มีกลุ่มผู้ติดตามต่างประเทศ เพื่อสร้างกระแสการบริโภคอาหารไทย ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านการนำเสนอคอนเทนต์ที่สร้างสรรค์ น่าสนใจ เช่น คอนเทนต์ไวรัล หรือกิจกรรม Challenge ที่ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในรูปแบบ User Generated Content (UGC) 3. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ทั้งสื่อในประเทศและสื่อต่างประเทศ โดยจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์หรือบทความพิเศษทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายการรับรู้เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และผลิตภัณฑ์อาหารไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : 1. การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) และการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมไม่น้อยกว่า 20 ล้านครั้ง 2. ความถี่ของการติด Hashtag และจำนวน UGC รวมไม่น้อยกว่า 1,000 คอนเทนต์ 3. จำนวนที่ได้รับการกล่าวถึงในสื่อไม่น้อยกว่า 300 ครั้ง 4. มูลค่าสื่อที่ได้รับ (PR Value) ไม่น้อยกว่า 25 ล้านบาท	1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 1.1 สื่อโทรทัศน์ (เอชบี) 1.2 สื่อสังคมออนไลน์/สื่อออนไลน์ 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์/หนังสือพิมพ์ 1.4 สื่อนอกบ้าน อาทิ ป้าย Static Billboard หรือ Digital Billboard, สื่อประชาสัมพันธ์ในสนามบิน, แหล่งท่องเที่ยว หรืออื่นๆ ในประเทศ และต่างประเทศ เป็นต้น 1.5 สื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ออนไลน์ (ในประเทศและต่างประเทศ) 1.6 ค่าจ้าง Influencer/KOL ไทย ที่มีกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ 1.7 ค่าจ้าง Influencer/KOL ต่างชาติ 1.8 ค่าจ้างตัวแทนของแคมเปญ Brand Ambassador 1.9 ค่าโฆษณาออนไลน์ (Ads) 2. ค่าจ้างเหมาดำเนินการ 2.1 ค่าจ้างเหมาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ - ค่าจัดทำ Key Visual - ค่าจัดทำสื่อวิดีโอโปรโมท / โฆษณา - ค่าจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ / หนังสือพิมพ์ - ค่าจัดทำสื่อนอกบ้าน - ค่าจัดทำสื่อ Artwork ออนไลน์ 2.2 ค่าจ้างเหมาบริการประสานงานเครือข่ายร้านอาหาร Thai SELECT ในต่างประเทศ 2.3 ค่าตอบแทนนักแปลภาษา (2 คน x 8,000 บาท x 30 วัน)	39,500,000 33,176,000 1,200,000 1,800,000 876,000 8,400,000 5,000,000 5,200,000 9,000,000 900,000 800,000 6,324,000 4,400,000 150,000 3,000,000 350,000 550,000 350,000 1,444,000 480,000	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ 1. การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) และการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมไม่น้อยกว่า 20 ล้านครั้ง 2. ความถี่ของการติด Hashtag และจำนวน UGC รวมไม่น้อยกว่า 1,000 คอนเทนต์ 3. จำนวนที่ได้รับการกล่าวถึงในสื่อไม่น้อยกว่า 300 ครั้ง 4. มูลค่าสื่อที่ได้รับ (PR Value) ไม่น้อยกว่า 25 ล้านบาท
				39,500,000.00	

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร วงเงินทั้งสิ้น 76,000,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
1	2568-91-E2T7-0009	โครงการจัดกิจกรรม Pop-Ups Event เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ ภายใต้ แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL วัตถุประสงค์ 1) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้นำเข้า ผู้ซื้อ ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ 2) เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมสำคัญของไทยกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมด้านการส่งออกเพิ่มขึ้น 3) เพื่อสร้างการรับรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยในแง่มุมใหม่ๆ และสร้างให้เกิดกระแสในการบริโภคสินค้าและบริการของไทยเพิ่มมากขึ้น 4) เพื่อจัดกิจกรรมนำเสนอสินค้าและบริการผ่านกิจกรรม Show Case ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ วิธีดำเนินการ 1) จัดทำแผนสื่อการตลาด กิจกรรม Pop-Ups Event THINK THAILAND : NEXT LEVEL 2) ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม Pop-Ups Event THINK THAILAND : NEXT LEVEL เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มเป้าหมายรับทราบและเข้าร่วมกิจกรรม 3) เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม Pop-Ups Event THINK THAILAND : NEXT LEVEL ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อออนไลน์ และ Influencer/KOL ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโครงการ 4) จัดกิจกรรม Pop-Ups Event THINK THAILAND : NEXT LEVEL ในสถานที่ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ศูนย์จัดแสดงสินค้า ห้างสรรพสินค้า สนามบิน เป็นต้น โดยต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ไม่น้อยกว่า 20,000 คน ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 เชิงปริมาณ : คนเข้าร่วมงาน ไม่น้อยกว่า 20,000 คน	1. ค่าเช่าพื้นที่ 2. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 2.1 สื่อโทรทัศน์ (เอกชน) 2.2 สื่อสังคมออนไลน์/สื่อออนไลน์ 2.3 สื่อสิ่งพิมพ์/หนังสือพิมพ์ 2.4 สื่อออนไลน์ 2.5 ค่าจ้าง Influencer/KOL 2.6 ค่าโฆษณาออนไลน์ (Ads) 3. ค่าจ้างเหมาบริการ 3.1 ค่าออกแบบและผลิต Key Visual 3.2 ค่าออกแบบ Pop-Ups Event 3.3 ค่าก่อสร้าง ตกแต่งและรื้อถอน Pop-Ups Event และส่วนนิทรรศการ 3.4 ค่าระบบแสง สี เสียง ภาพ และระบบบันทึกภาพ 3.5 ค่ากิจกรรมภายในงาน 3.6 ค่าเจ้าหน้าที่ 3.7 ค่าประสานงานสถานที่ผู้ประกอบการ 4. ค่าสาธารณูปโภค 5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	45,000,000.00 15,000,000.00 5,650,000.00 1,000,000.00 1,350,000.00 800,000.00 1,000,000.00 1,000,000.00 500,000.00 22,990,000.00 150,000.00 500,000.00 10,000,000.00 3,200,000.00 5,600,000.00 3,300,000.00 240,000.00 860,000.00 500,000.00	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 เชิงปริมาณ : กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมงาน ไม่น้อยกว่า 20,000 คน

สรุปรายละเอียดโครงการขอใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) ปีงบประมาณ 2568

หน่วยงาน : สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร วงเงินทั้งสิ้น 76,000,000 บาท

ที่	รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรมย่อย/ค่าใช้จ่าย	วงเงิน	ตัวชี้วัด
2	2568-91-E2T7-0010	โครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ ผ่านการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL วัตถุประสงค์ 1) เพื่อสื่อสารศักยภาพของสินค้า และบริการไทยที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ให้เกิดการรับรู้และเชื่อมั่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าและสร้างความเชื่อมั่นของสินค้าไทยให้แก่ผู้นำเข้า ผู้ซื้อ ผู้บริโภคในตลาดทั้งในและต่างประเทศ 3) เพื่อสนับสนุน ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล และนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ ทำให้เกิดกระแสความต้องการ และการเพิ่มมูลค่าด้านการส่งออก รวมทั้งการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน 4) เพื่อสร้างการรับรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยในแง่มุมใหม่ๆ และสร้างให้เกิดกระแสในการบริโภคสินค้าและบริการของไทยเพิ่มขึ้น 5) เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมเป้าหมายของไทยในตลาดต่างประเทศ วิธีดำเนินการ 1) จัดทำแผนการบริหารโครงการฯ เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศ เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยแสดงให้เห็นถึงแนวคิด กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ให้น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ 2) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการให้มีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการสื่อสาร 3) ออกแบบและจัดทำแคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL ภายในเทศกาลนานาชาติที่มีกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศเข้าร่วมงาน ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 1.1 ค่าออกแบบและจัดทำ Brand Communication แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL 500,000.00 1.2 ค่าผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 8,000,000.00 1.3 ค่าออกแบบและจัดทำสื่อหรือแคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL ภายในเทศกาลนานาชาติ ที่มีกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ 2,500,000.00	11,000,000.00 11,000,000.00 500,000.00 8,000,000.00 2,500,000.00	ตัวชี้วัด เชิงคุณภาพ : ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการไม่น้อยกว่า 80%
3	2568-91-E2T7-0011	โครงการสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศ ภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND : NEXT LEVEL วัตถุประสงค์ 1) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย 2) เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับภาพลักษณ์ด้านการค้าของไทยต่อเนื่องและยั่งยืน 3) เพื่อสร้างโอกาสด้านการค้า สินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก วิธีดำเนินการ 1) จัดทำแนวคิด กลยุทธ์และวางแผนประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ เพื่อสร้างขีดความสามารถด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย 2) ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ 3) การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีที่เชื่อถือได้ ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) ผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 50,000,000 ครั้ง	1. ค่าโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ 1.1 สื่อโทรทัศน์ (เอกชน) 1,500,000.00 1.2 สื่อสังคมออนไลน์/สื่อออนไลน์ 5,000,000.00 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์/หนังสือพิมพ์ 1,500,000.00 1.4 สื่อนอกระบบ 5,000,000.00 1.5 ค่าจ้าง Influencer/KOL 6,000,000.00 1.6 ค่าโฆษณาออนไลน์ (Ads) 800,000.00 2. ค่าจ้างเหมาบริการ 200,000.00	20,000,000.00 19,800,000.00 1,500,000.00 5,000,000.00 1,500,000.00 5,000,000.00 6,000,000.00 800,000.00 200,000.00	ตัวชี้วัด เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งที่มีการมองเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ (Impression) ผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 50,000,000 ครั้ง
				76,000,000.00	

โครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบผูกพันไปเบิกจ่าย ปีงบประมาณ 2568
จำนวน 4 กรณี 48 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น 460,441,250.14 บาท

ลำดับ	แหล่งเงิน	โครงการ	วงเงิน/บาท
1	งบทั่วไป	44	177,856,654.09
2	งบขาว	3	20,231,392.15
3	โครงการ SMEs Pro-active ระยะ 3	1	262,353,203.90

กรณี 1 : โครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและ
ผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568
จำนวน 7 โครงการ วงเงิน 33,084,300 บาท
(มติที่ประชุม คกก.ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567)

รายละเอียดโครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการและผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
โครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ และผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 จำนวน 7 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น									33,084,300.00	
1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทั่วไป) จำนวน 3 โครงการ รวมทั้งสิ้น									15,540,000.00	
1	2567-91-J2L8-0003-001	โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า China International Import Expo 2024 (CIIE 2024)	อยู่ระหว่าง ด นินการ	-	-	-	-	-	6,890,000.00	1)มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 3/2566 เมื่อวันที่ 4 ก.ย. 66 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด นินการ ม.ค. - ธ.ค. 67 3) ก หนดจัดงาน พ.ย. 67
	2567-91-E2T5-0041	โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการ WMS และสินค้าที่เกี่ยวข้องสู่ตลาดต่างประเทศ							6,500,000.00	
2	2567-91-E2T5-0041-002	1) งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2024 **เตรียมการปีงบ 2568	อยู่ระหว่าง ด นินการ	-	-	-	-	-	6,500,000.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 1 พ.ค. 67 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด นินการ พ.ค. - ธ.ค. 67 3) ก หนดจัดงาน 13-15 พ.ย. 67
	2567-91-E2T5-0042	โครงการส่งเสริมตลาดธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์และธุรกิจเกี่ยวเนื่องสู่ตลาดต่างประเทศ							2,150,000.00	
3		1) งาน Asian Contents & Film Market 2024 (ACFM 2024) **เตรียมการปีงบ 2568	อยู่ระหว่าง ด นินการ	-	-	-	-	-	2,150,000.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 1 พ.ค. 67 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด นินการ พ.ค. - พ.ย. 67 3) ก หนดจัดงาน 5-8 ต.ค. 67

รายละเอียดโครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการและผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่าย ของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทัน ภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
2. กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น					-				17,544,300.00	
โครงการในส่วนของงบทั่วไป จำนวน 3 โครงการ วงเงิน									14,208,300.00	
4	2564-92-H1Q1-0001-003	โครงการจัดจ้างบริษัท/ส นักงานกฎหมายเพื่อให้ค ปรึกษา และด นินการยื่นค ฟ้องหรือค ร้องขอบังคับตามค ชีขาด ของคณะอนุญาโตตุลาการต่อศาลของสาธารณรัฐประชาชนจีน	ค่าจ้างที่ปรึกษา	18/2564	9,500,000.00	1-ธ.ค.-63	30-ก.ย.-67	4-6/6	4,275,000.00	มติคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ขยายกรอบระยะเวลา การด นินงาน และผูกพันเงิน 1) ครั้งที่ 2/2564 จากเดิม พ.ย. 63 - ก.ย.64 เป็น พ.ย. 63 - ก.ย.65 2) ครั้งที่ 2/2565 จากเดิม พ.ย. 63 - ก.ย.65 เป็น พ.ย. 63 - ก.ย.66 3) ครั้งที่ 3/2566 จากเดิม พ.ย. 63 - ก.ย.66 เป็น พ.ย. 63 - ก.ย.68
5	2567-91-F1S1-0002	โครงการจัดจ้างที่ปรึกษากฎหมายเพื่อแก้ต่างกรณีสหรัฐฯ เปิดไต่สวนการอุดหนุน (CVD) สินค้าเซลล์แสงอาทิตย์ (Crystalline Silicon Photovoltaic Cells: CSPV) จากไทย	ค่าจ้างที่ปรึกษา	36/2024	8,994,600.00	27-มิ.ย.-67	30-ก.ย.-68	1-3/3	8,994,600.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการ บริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 2/2567 เมื่อวันที่ 8 พ.ค. 67 อนุมัติขยายกรอบ ระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่าย ปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด นินการ พ.ค.67 - ก.ย. 68
6	2567-91-E2T5-0029	โครงการสร้างภาพลักษณ์และการตระหนักรู้สินค้าวัฒนธรรมข้าวและพืชเศรษฐกิจหลักไทยสู่ตลาดโลก							938,700.00	
		กิจกรรมย่อยที่ 3 Beauty World Middle East 2024	อยู่ระหว่าง ด นินการ						938,700.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการ บริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 3/2566 เมื่อวันที่ 4 ก.ย. 66 อนุมัติขยายกรอบ ระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่าย ปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด นินการ ก.ค. - พ.ย. 67 3) ก หนดจัดงาน ต.ค. - พ.ย. 67

รายละเอียดโครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการและผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่าย ของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทัน ภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุด สัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
โครงการในส่วนของงบข่าว จำนวน 1 โครงการ วงเงิน									3,336,000.00	
7	2567-91-E2T5-0017	โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ชาวไทยในงานแสดงสินค้านานาชาติ								
		2.ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ชาวไทยในภูมิภาคยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS (เข้าร่วมงาน SIAL 2024)	อยู่ระหว่าง ด เนินการ	-	-	-	-	-	3,336,000.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 2/2566 เมื่อวันที่ 29 พ.ค. 66 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด เนินการ ธ.ค. 66 - ต.ค. 67 3) ก หนดจัดงาน ต.ค. 67

กรณี 2 : โครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ 2567
(กำหนดส่งมอบงานภายในเดือนกันยายน 2567)
แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน จำนวน 37 โครงการ
วงเงินทั้งสิ้น 403,573,750.14 บาท
(มติที่ประชุม คกก.ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567)

รายละเอียดโครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ 2567 แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน ขออนุมัติผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
โครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ 2567 แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน รวม 2 หน่วยงาน จำนวน 37 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น									403,573,750.14	
1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งทัวไป) จำนวน 33 โครงการ วงเงิน									384,783,088.49	
1	2567-91-E2T5-0022-002	จ้างด จินนกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าและธุรกิจบริการอาหารศึกษาภาพผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ภายใต้โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอาหาร อาหารฮาลาล และสินค้าอุตสาหกรรม	ค่าจ้างเหมาบริการ	264/67	500,000.00	15-พ.ย.-66	30-ก.ย.-67	1	500,000.00	1) สัญญาสิ้นสุด 30 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
2	2567-91-E2T5-0022-009	จ้างด จินนกิจกรรมส่งเสริมสร้างการรับรู้อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านสื่อเกมออนไลน์สร้างสรรค์ ภายใต้โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเกษตร อาหาร อาหารฮาลาล และสินค้าอุตสาหกรรม	ค่าจ้างเหมาบริการ	342/67	499,690.00	9-พ.ค.-67	15-ก.ย.-67	1	499,690.00	1) สัญญาสิ้นสุด 15 กันยายน 2567 2) ปริมาณงานมีจ นวนมาก ะเป็นต้องตรวจรับ อย่างละเอียดรอบคอบ ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
3	2567-91-E2T5-0022-011	จ้างที่ปรึกษาวิจัยและตรวจสอบสุขภาพแบรนด์ (Brand Health Check) ของตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ภายใต้โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเกษตร อาหาร อาหารฮาลาล และสินค้าอุตสาหกรรม	ค่าจ้างที่ปรึกษา	97/2567	1,978,981.99	30-ก.ค.-67	30-ก.ย.-67	2/2	1,385,287.39	1) สัญญาสิ้นสุด 30 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
4	2567-91-E2T5-0023-001	จ้างเหมาด จินนการสถานที่และบริการงานแสดงสินค้า Bangkok RHVAC 2024 และ Bangkok E&E 2024	ค่าจ้างเหมาบริการ	64/2567	10,159,650.00	7-พ.ค.-67	15-ก.ย.-67	1	10,159,650.00	1) สัญญาสิ้นสุด 15 กันยายน 2567 2) ปริมาณงานมีจ นวนมาก ะเป็นต้องตรวจรับ อย่างละเอียดรอบคอบ ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
5	2567-91-E2T5-0023-001	จ้างจัดนิทรรศการภาพรวมอุตสาหกรรมในงานแสดงสินค้า Bangkok RHVAC 2024 และ Bangkok E&E 2024	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	3,600,000.00	1) งานจัดระหว่างวันที่ 4 - 7 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
6	2567-91-E2T5-0024-001	จ้างประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า Bangkok RHVAC 2024 และ Bangkok E&E 2024	ค่าประชาสัมพันธ์	49/2567	5,180,000.00	8-มี.ค.-67	30-ก.ย.-67	1	5,180,000.00	1) สัญญาสิ้นสุด 30 กันยายน 67 ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน 2) ปริมาณงานมีจ นวนมาก ะเป็นต้องตรวจรับ อย่างละเอียดรอบคอบ ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
7	2567-91-E2T5-0037	โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารไทยสู่ตลาดโลก ประจ ปี 2567	ประชาสัมพันธ์	-	-	-	-	-	10,000,000.00	1) อยู่ระหว่างเตรียมขออนุมัติโครงการ โดย ทนระยะเวลา ด จินนโครงการถึง 30 กันยายน 2567 2) ปริมาณงานมีจ นวนมาก ะเป็นต้องตรวจรับ อย่างละเอียดรอบคอบ ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
8	2567-91-E2T5-0023-002-001	กิจกรรมการบริหารฐานข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า Bangkok RHVAC 2024 และ Bangkok E&E 2024 ภายใต้โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	1,000,000.00	1) งานจัดระหว่างวันที่ 4 - 7 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
9	2567-91-E2T5-0035-010	กิจกรรมนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Tokyo Game Show 2024	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	3,876,000.00	1) งานจัดระหว่างวันที่ 26 - 29 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567

รายละเอียดโครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ 2567 แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน ขออนุมัติผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
10	2567-91-E2T5-0041-001	กิจกรรมส่งเสริมมวยไทย Festival ในภูมิภาคละตินอเมริกา (อาร์เจนตินา) ภายใต้โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการ WMS และสินค้าที่เกี่ยวข้อง สู่ตลาดต่างประเทศ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	3,500,000.00	1) ระยะเวลาดเนินการ มิถุนายน - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
11	2567-91-E2T5-0041-003	กิจกรรมส่งเสริมมวยไทย Festival ในตะวันออกกลาง (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) ภายใต้โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการ WMS และสินค้าที่เกี่ยวข้อง สู่ตลาดต่างประเทศ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	2,500,000.00	1) ระยะเวลาดเนินการ สิงหาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
12	2567-91-E2T5-0043-001	กิจกรรมสร้างโอกาสทางธุรกิจและส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจ Tech Startup ณ ประเทศอินเดีย (บาห์ลี) ภายใต้โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการ สนับสนุนและสินค้าที่เกี่ยวข้องสู่ตลาดต่างประเทศ (เพิ่มเติม)	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	500,000.00	1) งานจัดระหว่างวันที่ 22 - 26 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
13	2567-91-E2T6-0001-001	จ้างดเนินโครงการติดตามและประเมินผลเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ	ค่าจ้างเหมาบริการ	22/2567	5,930,000.00	5-ม.ค.-67	30-ก.ย.-67	3/3	2,372,000.00	1) สัญญาสิ้นสุด 30 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
14	2567-91-E2T6-0005-001	กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการระหว่างประเทศ ภายใต้โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) (เพิ่มเติม)	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	3,424,000.00	1) ระยะเวลาดเนินการ กรกฎาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
15	2567-91-E2T6-0005-002	กิจกรรมประชาสัมพันธ์สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy) และหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ ภายใต้โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) (เพิ่มเติม)	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	2,500,000.00	1) ระยะเวลาดเนินการ กรกฎาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
16	2567-91-E2T6-0006-001	โครงการบ่มเพาะศักยภาพและยกระดับผู้ประกอบการ SMEs สู่สากล	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	3,949,800.00	1) ระยะเวลาดเนินการ มิถุนายน - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
17	2567-91-E2T7-0001-004	กิจกรรมการจัดซื้อบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ภายใต้โครงการสร้างเครือข่ายจัดแถลงข่าวกิจกรรมประชาสัมพันธ์	ซื้อบริการข้อมูลข่าวสาร	276/67	249,524.00	30-พ.ย.-66	15-ก.ย.-67	3/3	74,857.20	1) สัญญาสิ้นสุด 15 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
18	2567-91-E2T7-0004-001	กิจกรรมจัดท าลยู่ท่ร่นวาทงส่งเสริมภาพลักษณ์และยกระดับการรับรู้สินค้าและบริการซอฟต์แวร์ไทย ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยภายใต้ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	4,000,000.00	เนื่องจากการจัดท าลยู่ท่ร่นวาทงฯ ต้องใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ประมวลผลตามหลักวิชาการ เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างแท้จริง จึงไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567
19	2567-91-E2T7-0006-001	กิจกรรมการสัมมนาเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ และการกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแก่สื่อมวลชน ภายใต้โครงการเผยแพร่ข้อมูลการส่งออกสินค้าและบริการของไทยทั้งในและต่างประเทศผ่านสื่อมวลชนสัมพันธ์	อยู่ระหว่างดเนินการ	-	-	-	-	-	1,220,000.00	เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลการส่งออกสินค้าและบริการไทยผ่านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ภายใต้กิจกรรมย่อยการสัมมนาเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ และการกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแก่สื่อมวลชน ต้องมีการวางแผน ประสานงานผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมถึงรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลประกอบการจัดกิจกรรม จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน ภายในปีงบประมาณ 2567

รายละเอียดโครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ 2567 แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน ขออนุมัติผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
20	2567-91-E2T7-0007-004	กิจกรรมส่งเสริมพร้อมเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย เพื่อต่อยอดแคมเปญ "THINK THAILAND" ภายใต้โครงการส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศที่ดีของไทย (Country Image)	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	9,000,000.00	1) ระยะเวลาดำเนินการ มิถุนายน - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
21	2567-91-E2T7-0007-002	กิจกรรมจัดทาสีพัฒนาภาพลักษณ์และอัตลักษณ์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ด้านการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศที่ดีของไทย (Country Image)	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	4,000,000.00	1) ระยะเวลาดำเนินการ มิถุนายน - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
22	2567-91-E2T7-0007-005	กิจกรรมประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการให้บริการของกรมปี ๒๕๖๗ ผ่านสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ ภายใต้โครงการส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศที่ดีของไทย (Country Image)	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	4,000,000.00	1) ระยะเวลาดำเนินการ กรกฎาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
23	2567-91-E2T5-0025-002-002	การจัดงานนิทรรศการจัดซื้อสิ่งพิมพ์สำหรับกิจกรรมการพัฒนาสินค้า เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Salone del Mobile 2025	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	200,000.00	1) ระยะเวลาดำเนินการ สิงหาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
24	2567-91-E2T5-0026-001	จ้างเหมาบริการผู้ดำเนินโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการแฟชั่นปี ๒๕๖๗ "Quarated Fashion Incubation Project 2024"	ค่าจ้างเหมาบริการ	35/2567	7,880,000.00	25-ม.ค.-67	30-ก.ย.-67	1	7,880,000.00	1) สัญญาสิ้นสุด 30 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
25	2567-91-E2T5-0027-001	จ้างต นักการจัดแผนผังนิทรรศการแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับปี ๒๕๖๗ (Bangkok Gems and Jewelry Fair 2024)	ค่าจ้างเหมาบริการ	256/67	499,900.00	9-พ.ย.-66	30-ก.ย.-67	1	499,900.00	1) สัญญาสิ้นสุด 30 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
26	2567-91-E2T5-0039-001	กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไทย ภายใต้โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub) (เพิ่มเติม)	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	3,500,000.00	1) ระยะเวลาดำเนินการ สิงหาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
27	2567-91-E2T5-0025-009	กิจกรรมเข้าร่วมงานแสดงสินค้า INDEX SAUDI ARABIA 2024 ภายใต้โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์ "Lifestyle by STYLE Bangkok" ส สำหรับยุค Next Normal	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	3,813,200.00	1) งานจัดระหว่าง 17-19 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
28	2567-91-E2T5-0025-009	จ้างต นักขนส่งสินค้าตัวอย่างเข้าร่วมงานแสดงสินค้า INDEX SAUDI ARABIA 2024	ค่าจ้างเหมาบริการ	88/2567	498,500.00	28-มิ.ย.-67	16-ก.ย.-67	1	498,500.00	1) ก หนดส่งมอบงานเดือน 16 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
29	2567-91-E2T5-0027-009	โครงการผลักดันผู้ประกอบการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดโลกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ระยะที่ 2	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	1,000,000.00	1) ระยะเวลาดำเนินการ กรกฎาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
30	2567-91-E2T5-0040-001	กิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับสู่ต่างประเทศ (BLING) ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดตะวันออกกลาง (BLING)	อยู่ระหว่างจัดซื้อจัดจ้าง	-	-	-	-	-	4,500,000.00	1) ระยะเวลาดำเนินการ กรกฎาคม - กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
31	2567-91-J2L9-0004-005	กิจกรรม International Live Commerce Expo 2024 ภายใต้โครงการส่งเสริมการค้าขายสินค้าไทยผ่านช่องทางทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ	ค่าจ้างเหมาบริการ	-	23,000,000.00	-	-	-	23,000,000.00	1) งานจัดระหว่าง 25-29 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567

รายละเอียดโครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้นในปีงบประมาณ 2567 แต่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน ขออนุมัติผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
32	2567-91-J2L9-0001-001	จ้างด เนินกิจกรรมการกระตุ้นการรับตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ไทยจากฐานรากสู่สากล ปี 2567 ภายใต้โครงการเจาะตลาดสินค้า E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่	ค่าจ้างเหมาบริการ	247/67	495,000.00	30-ต.ค.-66	30-ก.ย.-67	2/2	297,000.00	โครงการฯ สิ้นสุดสัญญา ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 จึงไม่สามารถตรวจรับและจ่ายเงินได้ทันภายในวันที่ 30 กันยายน 2567
33	2562-91-E2T6-0001	โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) ระยะที่ 3 ปี 2562-2567	เงินสนับสนุน	-	-	-	-	-	262,353,203.90	1) เนื่องจากโครงการ SMEs Pro-active มีผู้ประกอบการขอรับการสนับสนุนเป็นจ นวนมาก ซึ่งการเบิกจ่ายเงินสนับสนุนต้อง ด เนินการตรวจสอบเอกสารให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์อย่างละเอียด รอบคอบ หากเอกสารไม่ถูกต้องจะต้องมีการขอเอกสารเพิ่มเติม/ ด เนินการแก้ไข ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการด เนินการ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมที่ก หนดจัดในช่วงไตรมาส 3 - 4 ของปีงบประมาณ จึงท ให้ไม่สามารถด เนินการเบิกจ่ายได้ภายใน 30 กันยายน 2567 2) การประชุมคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 4/2567 เมื่อ วันที่ 30 กันยายน 2567 อนุมัติขยายระยะเวลาการส่งเอกสารเพื่อ เบิกจ่ายเงินโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) ระยะที่ 3 (ปีงบประมาณ 2562 - 2567) ให้ด เนินการจัดส่งเอกสารเบิกจ่ายให้เสร็จสิ้น ภายในวันที่ 30 พฤศจิกายน 2567
2. กรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 4 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น					-				18,790,661.65	
2.1 จบทั่วไป จำนวน 2 โครงการ วงเงิน									1,895,269.50	
34	2567-91-F1S1-0001	โครงการปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของไทย	อยู่ระหว่างด เนินการ	-	-	-	-	-	1,147,500.00	ระยะเวลาด เนินงาน 1 กรกฎาคม - 30 กันยายน 2567 ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทัน
35	2567-91-E2T5-0032	จ้างด เนินโครงการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรนวัตกรรมสู่ตลาดสากล (Agri Plus Award 2024)	ค่าจ้างเหมาบริการ	46/2567 และมีแก้ไขเพิ่มเติม	4,985,130.00	2-มี.ค.-67	27-ก.ย.-67	3/3	747,769.50	1) สัญญาสิ้นสุด 27 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567 3) ทั้งนี้ อยู่ระหว่างการแก้ไขสัญญา หากแก้ไขสัญญาเสร็จแล้ว เลขที่ของสัญญาจะเปลี่ยนเป็นเลขที่สัญญาใหม่
2.2 จบข้าว จำนวน 2 โครงการ วงเงิน									16,895,392.15	
36	2567-91-E2T5-0017	โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในงานแสดงสินค้านานาชาติ							3,427,192.15	
		ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคโอเชียเนีย -เข้าร่วมงาน FINE FOOD ประเทศ AUSTRALIA ณ เครือออสเตรเลีย และงานอื่นๆ เป็นต้น	อยู่ระหว่างด เนินการ	-	-	-	-	-	1,690,800.00	1) กรมการค้าต่างประเทศได้สมัครเข้าร่วมงานแสดงสินค้า FINE FOOD AUSTRALIA 2024 ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ระหว่างวันที่ 2 - 5 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 กันยายน 2567
		ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยในภูมิภาคเอเชีย -เข้าร่วมงาน China - ASEAN Expo ประเทศจีน และงาน FOODEX ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น	อยู่ระหว่างด เนินการ	-	-	-	-	-	1,736,392.15	1) กรมการค้าต่างประเทศได้สมัครเข้าร่วม งานแสดงสินค้า The 21 st China - ASEAN Expo (CAEXPO) ณ เมืองหนานหนิง เขตปกครองตนเอง กว่างซีจ้วง สาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างวันที่ 24 - 28 กันยายน 2567 2) คณะกรรมการตรวจรับ ต้องใช้เวลาในการตรวจรับงาน จึงไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันภายใน 30 ก.ย.67

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
37	2567-91-F1M1-0006	โครงการจัดประชุมชาวนานาชาติ Thailand Rice Convention 2024							13,468,200.00	
		งาน TRC 2024	อยู่ระหว่างดำเนินการ	-	-	-	-	-	11,997,000.00	1) เมื่อวันที่ 15 ธ.ค. 2566 กรมการค้าต่างประเทศ (คต) ได้ประกาศประกวดราคาจ้างต. รนินโครงการฯ ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) และประกาศผลผู้ชนะการเสนอราคาจ้าง ในวันที่ 21 ก.พ. 2567 2) เมื่อวันที่ 4 มี.ค. 2567 บมจ. จันทร 29 ได้ยื่นอุทธรณ์ ผลการจัดซื้อจ้างโครงการฯ โดยกรมฯ พิจารณาแล้ว ไม่เห็นด้วยกับการอุทธรณ์ของ บมจ. จันทร 29 จึงมีหนังสือถึงคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ และขออรรถเรียน กรมบัญชีกลาง แจ้งความเห็นพร้อม เหตุผลต่อการอุทธรณ์นี้ 3) เมื่อวันที่ 13 พ.ค. 2567 คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ฯ เห็นว่า ข้อกล่าวอ้างของ บมจ. จันทร 29 ฟังไม่ขึ้น แต่เนื่องจากคณะกรรมการพิจารณาผล การประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ได้ก หนดเกณฑ์ การให้คะแนนในเกณฑ์ย่อยเพิ่มเติมนอกเหนือจาก ที่ก หนดไว้ในขอบเขตของงาน (Term of Reference : TOR) ท ๑ ให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบระหว่าง ผู้ยื่นข้อเสนอด้วยกัน คต. จึงควรยกเลิกการจัดซื้อจัดจ้าง ในครั้งนี้ และคต. รนินการใหม่ให้ถูกต้องต่อไป 4) คต. อยู่ระหว่างดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างครั้งที่ 2 โดยมีก หนดจัดกิจกรรมในช่วงเดือนกันยายน 2567 เพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปด้วยความรอบคอบ เกิดประโยชน์กับทางราชการ จึงจ เป็นต้อง ขอผูกพันเงินไปเบิกจ่ายในปีงบประมาณ 2568
		งาน TRC 2024 สัญจร	อยู่ระหว่างดำเนินการ	-	-	-	-	-	1,471,200.00	1) กรมการค้าต่างประเทศก หนดจัดงาน TRC 2024 สัญจรในเดือนสิงหาคม 2567 เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมข้าวในส่วนภูมิภาค ภายใต้แนวคิด "ตลาดนา นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้" 2) เนื่องจากระยะเวลาจัดกิจกรรมอยู่ในช่วงปลายปีงบประมาณ 2567 ประกอบกับงาน TRC 2024 สัญจร มีขอบเขตหลายขั้นตอน เพื่อให้การตรวจรับงานเป็นไปด้วยความรอบคอบ เกิดประโยชน์กับทางราชการ จึงจ เป็นต้องขอผูกพันเงินไปเบิกจ่ายในปีงบประมาณ 2568

กรณี 3 : ในการประชุมครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567
อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินงานและผูกพันเงินไปเบิกจ่าย
ปีงบประมาณ 2568 จำนวน 2 โครงการ
วงเงินทั้งสิ้น 21,105,000 บาท

รายละเอียดโครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการและผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 (ในการประชุมครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567)

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
โครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ และผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 จำนวน 2 โครงการ (ในการประชุมครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567) วงเงินทั้งสิ้น									21,105,000.00	
1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทัวไป) จำนวน 1 โครงการ รวมทั้งสิ้น									20,505,000.00	
1	2567-91-E2T5-0042	กิจกรรมผลักดันสินค้าและบริการสู่สากลผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดและสื่อบันเทิงระดับโลก	อยู่ระหว่าง ด. นินการ	-	-	-	-	-	20,505,000.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 ส.ค. 67 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด. นินการ ก.ค - ธ.ค 67
2. กรมการค้าต่างประเทศ (งบทัวไป) จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น					-				600,000.00	
2	2567-91-F1S1-0004	โครงการปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของสินค้า Continuous Cast Copper Wire Rods จากไทย	อยู่ระหว่าง ด. นินการ						600,000.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 ส.ค. 67 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2569 2) ระยะเวลาด. นินการ ก.ค - มี.ค 69 (3 ปีงบประมาณ : 21 เดือน)

กรณี 4 : ในการประชุมครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567
อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินงานและผูกพันเงินไปเบิกจ่าย
ปีงบประมาณ 2568 จำนวน 2 โครงการ
วงเงินทั้งสิ้น 2,678,200 บาท

รายละเอียดโครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการและผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 (ในการประชุมครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567)

ที่	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ / รายละเอียดการจ้าง	ประเภทค่าใช้จ่ายของสัญญา	สัญญา				การชำระเงินตามสัญญา (ผูกพันไปเบิกจ่ายปี 2568)		เหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถเบิกจ่ายทันภายในปีงบประมาณ 2567 (30 กันยายน 2567)
				เลขที่สัญญา	ยอดเงินตามสัญญา	วันที่เริ่มสัญญา	วันสิ้นสุดสัญญา	งวดที่	วงเงิน (บาท)	
โครงการที่ได้รับอนุมัติขยายกรอบระยะเวลาการดำเนินโครงการ และผูกพันไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 จำนวน 2 โครงการ (ในการประชุมครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567) วงเงินทั้งสิ้น									2,678,200.00	
1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (งบทัวไป) จำนวน 1 โครงการ รวมทั้งสิ้น									2,530,000.00	
1	2567-91-E2T7-0003-001	จ้างด เนินการบริหารโครงการส่งเสริมการค้า ภายใต้รางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น ปี ๒๕๖๗ (Prime Minister’s Export Award 2024)	ค่าจ้างเหมาบริการ	44/2567 และมีแก้ไขเพิ่มเติม*	4,540,000.00	23-ก.พ.-67	มี.ค. 68*	2/2	2,530,000.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 2) ระยะเวลาด เนินการ ต.ค 66 – มี.ค 68 *ทั้งนี้ อยู่ระหว่างการแก้ไขสัญญา หากแก้ไขสัญญาเสร็จแล้ว วันที่สิ้นสุดสัญญา อ้างอิงตามสัญญาที่แก้ไข
2. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (งบทัวไป) จำนวน 1 โครงการ วงเงินทั้งสิ้น					-				148,200.00	
2	2567-91-F1M1-0109	โครงการเข้าร่วมประชุม Codex Committee on Nutrition and Foods for Special	อยู่ระหว่างด เนินการ	-	-	-	-	-	148,200.00	1) มติที่ประชุม คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567 อนุมัติขยายกรอบระยะเวลาและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2568 2) ก หนดจัดระหว่างวันที่ 30 กันยายน – 6 ตุลาคม 2567 (ไม่รวมวันเดินทาง)

คำย่อ

หน่วยงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สค.)

สบก.	สำนักบริหารกลาง
สปส.	สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
สพม.	สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
สพบ.	สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ
สสบ.	สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ
สสม.	สำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า
สพต.๑	สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๑
สพต.๒	สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๒
สยค.	สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
สกอ.	สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม
สคต.	สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
สตพ.	สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล
สลด.	สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์

หน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ (พณ.)

คต.	กรมการค้าต่างประเทศ
จร.	กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
ทป.	กรมทรัพย์สินทางปัญญา
สป.	สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

หน่วยงานภาคเอกชน

สภาหอฯ	สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
สภาอุตสาหกรรม	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
สภาเรือฯ	สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย
สมาคมธนาคารไทย	

แหล่งเงิน

ITPF BUDGET เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ