

ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน
และการใช้งบประมาณ
ระยะ 12 เดือน
(1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
1.	แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล		0.9939	0.9939	
1.1	โครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับบุคลากรภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัล ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของกรม 82 ครั้ง เชิงคุณภาพ : ร้อยละของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของกรมได้รับการยกระดับทักษะร้อยละ 70 ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	พัฒนาและเพิ่มพูนทักษะพื้นฐานที่จำเป็นด้านดิจิทัลให้กับบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของกรม	0.9939	0.9939	ผล: - จำนวนการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของกรม จำนวน 82 ครั้ง - ร้อยละของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของกรมได้รับการยกระดับทักษะร้อยละ 100 กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ บุคลากรเข้าร่วมอบรม หลักสูตร “การออกแบบกระบวนการงานเพื่อการปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรดิจิทัล”, หลักสูตร “เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภาครัฐ” หลักสูตร “การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์สำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยี” หลักสูตร “การบริหารจัดการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร” หลักสูตร “ความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ” เป็นต้น

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
2.	แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้		1,005.04700	912.2791	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการ ที่เข้าร่วมกิจกรรม 62,169 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างกิจกรรม 149,249.73 ล้านบาท
2.1	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2,923 ราย - จำนวนสินค้าและบริการ ศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 90 สินค้า - จำนวนสาขา/คู่ค้าที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ 94 สาขา/คู่ค้า เชิงคุณภาพ : - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 62,295 ล้านบาท - มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 67 ล้านบาท	จัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการในการดำเนินการค้าระหว่างประเทศใน 6 กลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ได้แก่ 1) สินค้าเกษตร อาหาร 2) สินค้าอุตสาหกรรม 3) สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น รวมถึงสินค้าตลาดเฉพาะ เช่น สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น 4) สินค้าฮาลาล 5) ธุรกิจบริการโลจิสติกส์เพื่อการค้า 6) กลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อาทิ สินค้าเกษตรสร้างมูลค่า สินค้านวัตกรรมและการออกแบบดี เพื่อความยั่งยืน	357.0780	344.8863	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการ ที่เข้าร่วมกิจกรรม 3,936 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างกิจกรรม 124,241.20 ล้านบาท - จำนวนสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 415 สินค้า - จำนวนสาขา/คู่ค้าที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าในต่างประเทศ 5,874 สาขา/คู่ค้า - มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 223.04 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ งานแสดงสินค้า SIAL 2024 (ฝรั่งเศส), งานแสดงสินค้า AAPEX 2024 (USA), งานแสดงสินค้า MEDICA 2024 (เยอรมนี), งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2024 (ฮ่องกง), งานแสดงสินค้าสำหรับสัตว์

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
	ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68				เลี้ยง 2024 MEGAZOO (เกาหลีใต้), งานแสดงสินค้า AUTOMECHANIKA DUBAI 2024 (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์), งานแสดงสินค้า HORECAVA 2025 (เนเธอร์แลนด์) งาน THAIFEX-HOREC ASIA 2025 งาน Taipei Pet Show 2025 (ไต้หวัน) งาน STYLE Bangkok 2025 เป็นต้น
2.2	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาด และการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ: จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้า และหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 11,178 ราย เชิงคุณภาพ: มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 4,945 ล้านบาท ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	จัดกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการรุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก ได้แก่ 1) ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย และ 2) ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลาง และแอฟริกา โดยการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าระดับสูงและเครือข่ายพันธมิตรใหม่ ๆ ในตลาดศักยภาพ (Strategic Partnership) และจัดกิจกรรมต่อยอดความร่วมมือต่าง ๆ เช่น กิจกรรมสร้างเครือข่าย กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้า ฯลฯ	236.4377	199.6460	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการที่เข้าร่วมกิจกรรม 16,301 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างกิจกรรม 10,625.72 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ งาน Thai SELECT Festival 2024 ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, งานแสดงสินค้า HORECAVA งาน Thailand Week 2025 ฟิลิปปีนส์ เป็นต้น

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
2.3	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ/ วิชาศึกษขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 7,700 ราย เชิงคุณภาพ : ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 80 ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่างประเทศ และเพื่อเปิดโอกาสผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจการค้าระหว่าง ประเทศ ประกอบด้วยแผนการพัฒนาผู้ประกอบการ 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ 2. การสร้างช่องทางตลาด 3. การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย 4. เศรษฐกิจกระแสใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิชาศึกษขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)	29.6845	27.3720	ผล: จำนวนผู้ประกอบการ/ วิชาศึกษขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 9,545 ราย ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 93.13 กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ กิจกรรม "เจาะเทรนด์การค้าโลก 2025 : เสริมพลังผู้ส่งออกและเอสเอ็มอีไทยสู่การค้าโลก" (Global Trade Foresight 2025 : Empowering Thai Exporters and SMEs for International Success), การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก, โครงการ "เจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่", หลักสูตร "ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 8 กิจกรรม “โอกาสและความท้าทายในตลาดสหภาพเศรษฐกิจยูเรเชีย” การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ U-NEXT EXPORTER: The Next Level เป็นต้น

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
2.4	โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce 25,800 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,250 ล้านบาท ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	1. พัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ เช่น ร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์ม E-commerce ชี้นำในตลาดต่างประเทศ 2. พัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริม SME จากฐานรากสู่สากล โดยพัฒนาศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center)	33.5388	29.4268	ผล: ผู้ประกอบการที่ได้รับ การส่งเสริมช่องทางการค้าผ่าน Thaitrade.com 29,634 ราย ซื้อขายผ่าน Thaitrade.com และพันธมิตร 2,664.50 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ กิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าไทยในร้าน TOPTHAI X LetsTango.com ในงาน “Thai SELECT Festival 2024” ณ เมืองคูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ การค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.Thaitrade.com, โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยออนไลน์ในตลาดจีนผ่านร้าน Thailand Food Country Tmall Official Store เป็นต้น

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
2.5	โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 800 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 130 ล้านบาท ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	1. ส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SME ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก 2. ส่งเสริมนักออกแบบและอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (X Change Design & Design Service Society) เพื่อสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ 3. ส่งเสริมแบรนด์รุ่นใหม่สู่ตลาดสากล (MOC 4i : Thai Brand Heroes Program) โดยการสร้างโอกาสทางการตลาดและการเข้าถึงตลาดในต่างประเทศ เน้นกลุ่มผู้ประกอบการ MSME และ SME	64.6717	62.6844	ผล: - ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 1,072 ราย - มูลค่าการค้าผ่านกิจกรรม 329.73 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ การส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Services Society 2025) การส่งเสริมนักออกแบบไทยที่มีแบรนด์และผู้ประกอบการ SMEs ที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการออกแบบสู่ตลาดโลก (Designers' Room/ Talent Thai/ Creative Studio) การแลกเปลี่ยนกระบวนการสร้างสรรค์งานของนักออกแบบต่างชาติและไทย (X Change Design Project) เป็นต้น

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
2.6	โครงการขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศด้วยพลังสร้างสรรค์ (Soft Power) ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 965 ราย - จำนวนครั้งการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย 43.53 ล้านครั้ง เชิงคุณภาพ : - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 105 ล้านบาท - มูลค่าส่งออกธุรกิจบริการผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 5,300 ล้านบาท ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	โดยดำเนินกิจกรรม ดังนี้ 1. พัฒนาและส่งเสริมครัวไทยสู่โลก (ธุรกิจบริการอาหาร) โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT 2. พัฒนาและส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่สากล โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้และคำปรึกษาเชิงลึกรายสินค้าแบบครบวงจรแก่ผู้ประกอบการสินค้า OTOP 3. พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสูง (High Value Services) ได้แก่ ธุรกิจบริการ WMS (Wellness and Medical Services) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ และธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่อง 4. ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย รวมทั้งสร้างแบรนด์สินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ	283.6364	248.2635	ผล: - ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 1,681 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 126.26 ล้านบาท - มูลค่าส่งออกธุรกิจบริการผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 11,039.28 ล้านบาท - จำนวนครั้งการรับรู้สื่อของการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย 103.98 ล้านครั้ง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม Soft Power แห่งชาติซึ่งได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ ธุรกิจซีรีส์ ภาพยนตร์ ดิจิทัลคอนเทนต์ เกม หนังสือ สุขภาพความงาม ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Tech Startup) และการสร้างแบรนด์ประเทศไทย

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 12 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 30 กันยายน 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 30 ก.ย. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 30 ก.ย. 68)
3.	แผนงานยุทธศาสตร์การพัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ		12.9500	12.8979	
3.1	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 52,400 ราย เชิงคุณภาพ : - ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 90 - ร้อยละกระบวนการที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนการงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ร้อยละ 60 ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	1. สร้างและรักษามาตรฐานการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศในทุกช่องทางการให้บริการของกรม ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 2. บริหารจัดการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการให้บริการลงทะเบียนเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ	12.9500	12.8979	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 58,160 ราย - ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 99.32 - ร้อยละกระบวนการที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนการงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ร้อยละ 65.63 กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ (1) สายด่วนด้านการค้าระหว่างประเทศ (DITP Call Center 1169) (2) แคนเตอร์ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (GI) (3) การพิมพ์สนทนาออนไลน์ผ่านระบบ DITP Chat และการให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาผ่านอีเมล (4) การออกหน่วยเคลื่อนที่ (Mobile Unit) (5) การโทรออกเพื่อให้บริการข้อมูล (Outbound) (6) การลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ