

ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน
และการใช้งบประมาณ
ระยะ 6 เดือน
(1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 68)
1.	แผนงานบูรณาการรัฐบาลดิจิทัล		0.9939	0.3649	
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	0.3649	ผล: จำนวนการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านดิจิทัลของกรมจำนวน 31 ครั้ง กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ บุคลากรเข้าร่วมอบรมหลักสูตร “การออกแบบกระบวนการงานเพื่อการปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรดิจิทัล”, หลักสูตร “เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภาครัฐ” หลักสูตร “การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์สำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยี” เป็นต้น

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 68)
2.	แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้		1,015.7995	495.8566	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการ สินค้าและบริการที่เข้าร่วม กิจกรรม 27,656 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่าน กิจกรรมส่งเสริมการค้า ระหว่างกิจกรรม 28,339.92 ล้านบาท
2.1	โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ เศรษฐกิจใหม่ ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2,923 ราย - จำนวนสินค้าและบริการ ศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 90 สินค้า - จำนวนสาขา/คู่ค้าที่จัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าใน ต่างประเทศ 94 สาขา/คู่ค้า เชิงคุณภาพ : - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่าน กิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 62,295 ล้านบาท	จัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการใน การดำเนินการค้าระหว่างประเทศ ใน 6 กลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และเศรษฐกิจใหม่ ได้แก่ 1) สินค้าเกษตร อาหาร 2) สินค้าอุตสาหกรรม 3) สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น รวมถึงสินค้าตลาดเฉพาะ เช่น สินค้า สำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น 4) สินค้าฮาลาล 5) ธุรกิจบริการโลจิสติกส์เพื่อการค้า 6) กลุ่มสินค้าและธุรกิจเพื่อความ ยั่งยืน อาทิ สินค้าเกษตรสร้างมูลค่า	357.6083	202.7931	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการ สินค้าและบริการที่เข้าร่วม กิจกรรม 1,732 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่าน กิจกรรมส่งเสริมการค้า ระหว่างกิจกรรม 19,965.89 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ งานแสดงสินค้า SIAL 2024 (ฝรั่งเศส), งานแสดงสินค้า AAPEX 2024 (USA), งานแสดง สินค้า MEDICA 2024 (เยอรมนี), งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2024 (ฮ่องกง), งานแสดง สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง 2024 MEGAZOO (เกาหลีใต้),

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 68)
	- มูลค่าส่งออกกลุ่มสินค้าธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 67 ล้านบาท ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	สินค้านวัตกรรมและการออกแบบดีเพื่อความยั่งยืน			งานแสดงสินค้า AUTOMECHANIKA DUBAI 2024 (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์), งานแสดงสินค้า HORECAVA 2025 (เนเธอร์แลนด์)
2.2	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ 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	262.0353	112.3078	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการที่เข้าร่วมกิจกรรม 10,427 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างกิจกรรม 2,653.38 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ งาน Thai SELECT Festival 2024 ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, งานแสดงสินค้า HORECAVA

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 68)
2.3	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy) ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ/ วิชาทกขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 7,700 ราย เชิงคุณภาพ : ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 80 ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่างประเทศ และเพื่อเปิดโอกาสผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจการค้าระหว่าง ประเทศประกอบด้วยแผนการพัฒนาผู้ประกอบการ 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ 2. การสร้างช่องทางตลาด 3. การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย 4. เศรษฐกิจกระแสใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิชาทกขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)	29.7800	17.0845	ผล: จำนวนผู้ประกอบการ/ วิชาทกขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 1,098 ราย กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ กิจกรรม "เจาะเทรนด์การค้าโลก 2025 : เสริมพลังผู้ส่งออกและเอสเอ็มอีไทยสู่การค้าโลก" (Global Trade Foresight 2025 : Empowering Thai Exporters and SMEs for International Success), การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก, โครงการ "เจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่", หลักสูตร "ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 8 เป็นต้น

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 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)	33.7271	17.2519	ผล: ผู้ประกอบการที่ได้รับ การส่งเสริมช่องทางการค้าผ่าน Thaitrade.com 13,125 ราย ซื้อขายผ่าน Thaitrade.com และพันธมิตร 1,052.50 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายสินค้าไทย ในร้าน TOPTHAI X LetsTango.com ในงาน “Thai SELECT Festival 2024” ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์, การค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.Thaitrade.com

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 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	68.8701	24.9981	ผล: ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 541 ราย มูลค่าการค้าผ่านกิจกรรม 7.25 ล้านบาท กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ การส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Services Society 2025)

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 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 - พัฒนาและส่งเสริมครัวไทยสู่โลก (ธุรกิจบริการอาหาร) โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย และตรา Thai SELECT - พัฒนาและส่งเสริมสินค้าแฟชั่นไทยสู่สากล โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้และคำปรึกษาเชิงลึกรายสินค้าแบบครบวงจรแก่ผู้ประกอบการสินค้า OTOP - พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพสูง (High Value Services) ได้แก่ ธุรกิจบริการ WMS (Wellness and Medical Services) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ และธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่อง - ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย รวมทั้งสร้างแบรนด์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ	263.7787	121.4212	ผล: ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 733 ราย มูลค่าการค้าผ่านกิจกรรม 4,660.90 ล้านบาท กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรม Soft Power แห่งชาติซึ่งได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ ธุรกิจซีรีส์ ภาพยนตร์ เกม หนังสือ ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Tech Startup) และการสร้างแบรนด์ประเทศไทย

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณระยะ 6 เดือน (1 ตุลาคม 2567 – 31 มีนาคม 2568) ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ					
ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	แนวทางการพัฒนา	งบประมาณ (ลบ.)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (ลบ.) (ณ วันที่ 31 มี.ค. 68)	ผลการดำเนินงาน (1 ต.ค. 67 - 31 มี.ค. 68)
3.	แผนงานยุทธศาสตร์การพัฒนาบริการประชาชนและการพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐ		12.9500	5.4200	
3.1	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 52,400 ราย เชิงคุณภาพ : - ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 90 - ร้อยละกระบวนการที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลต่อกระบวนการงานทั้งหมดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ร้อยละ 60 ระยะเวลา: 1 ต.ค. 67 – 30 ก.ย. 68	1. สร้างและรักษามาตรฐานการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศในทุกช่องทางให้บริการของกรม ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 2. บริหารจัดการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการให้บริการลงทะเบียนเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ	12.9500	5.4200	ผล: - จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 10,541 ราย - ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 99.27 กิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่ (1) สายด่วนด้านการค้าระหว่างประเทศ (DITP Call Center 1169) (2) เคา์เตอร์ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (GI) (3) การพิมพ์สนทนาออนไลน์ผ่านระบบ DITP Chat และ การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษผ่านอีเมล (4) การออกหน่วยเคลื่อนที่ (Mobile Unit) (5) การโทรออกเพื่อให้บริการข้อมูล (Outbound) (6) การลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ