

แผนปฏิบัติการ  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566  
(1 ตุลาคม 2565 – 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

## สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร.....	1
ส่วนที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560.....	2
2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1).....	2
2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง).....	3
2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง (หากมี).....	5
ส่วนที่ 3 ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ.....	7
ส่วนที่ 4 ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2566.....	8
ส่วนที่ 5 สารสำคัญแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ 2566 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ...	11
5.1 ภาพรวม.....	11
5.2 แผนย่อยภายใต้แผนปฏิบัติราชการรายปี.....	11
5.3 ประมาณการวงเงินงบประมาณประจำปี 2566.....	14
5.3.1 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด (รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐและแผนงานพื้นฐาน).....	14
5.3.2 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด.....	
5.3.3 รายละเอียดเป้าหมาย ตัวชี้วัด แผนงาน/โครงการ และงบประมาณตามแผนปฏิบัติราชการ.....	17
5.4 สรุปแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566.....	24
- เงินงบประมาณ.....	25
- เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.....	27
5.5 รายละเอียดแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566.....	28
- เงินงบประมาณ.....	29
- เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.....	44
5.7 แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (เงินงบประมาณ)....	58
5.8 รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (เงินงบประมาณ).....	82
ภาคผนวก.....	151
1. นโยบาย ยุทธศาสตร์การจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2566.....	152
- ยุทธศาสตร์ชาติ.....	153
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ.....	159
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13.....	174
2. แผนปฏิบัติราชการ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.....	204
3. การจัดทำแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ และการอนุมัติเงินจัดสรรงบประมาณ.....	208
รายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (เฉพาะเงินงบประมาณ)	
4. ขั้นตอนการการบริหารงบประมาณแผนงาน/โครงการ.....	212

# แผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. 2566)

## ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

### ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย พัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก ตลอดจนอุตสาหกรรมเป้าหมายแห่งอนาคต ผลักดัน Soft Power ของไทยให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มุ่งเน้นการนำแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบใหม่ ตามแนวคิด BCG economy model เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าและตรงกับความต้องการของตลาดและขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ มุ่งเน้นที่การเจาะตลาดใหม่ ได้แก่ กลุ่มตลาดใหม่ในตลาดเก่า ตลาดเมืองรองและตลาดเกิดใหม่ ขยายพันธมิตรทางการค้า สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้า ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ การสร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศให้เพิ่มสูงขึ้น

ทั้งนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลาย ประกอบกับบริบทการค้าโลกยุคดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การใช้เทคโนโลยีเข้ามาตอบสนองการมีวิถีชีวิตใหม่ (New normal) เข้ามามีบทบาทมากขึ้น กรมจึงได้มีการปรับรูปแบบการดำเนินงาน การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งในรูปแบบออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด อาทิ การจัดสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศและต่างประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ และ Online Business matching กิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ผลักดันความเป็น “พาณิชย์ทันสมัย” การส่งเสริมเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงและขยายช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ การสร้างและพัฒนาต่อยอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com และการหาพันธมิตรแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำในตลาดต่างๆ การผลักดันและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนพัฒนาระบบ Online business matching ให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนาระบบงานแสดงสินค้าเสมือนจริง Virtual Trade Show เพื่อรองรับความต้องการใช้ช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น การขยายการทำตลาดโดยใช้สื่อออนไลน์ (Online marketing) อาทิ การประชาสัมพันธ์ผ่านสังคมออนไลน์ (Social media) นิตยสารออนไลน์ หรือการใช้สื่อ/กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิดในต่างประเทศ (Influencer marketing) การยกระดับการบริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล ดังนั้น จึงได้กำหนดแผนปฏิบัติการใน 5 เรื่อง ดังนี้

1. สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal
2. รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก
3. ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)
4. ศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่
5. ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

## ส่วนที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

### 2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1)

#### 1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (หลัก)

##### (1) เป้าหมาย

(1.1) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

##### (2) ตัวชี้วัด

(2.1) ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

##### (3) ประเด็นยุทธศาสตร์

(3.1) พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

##### (4) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีกิจกรรมในการส่งเสริมการสร้าง  
ความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้น โดยกำหนดตัวชี้วัด ได้แก่ **มูลค่าการเจรจาการค้าผ่าน  
กิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ** ซึ่งมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ **การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม** โดยการสร้างและพัฒนาทักษะ องค์ความรู้ การให้คำปรึกษา การสนับสนุนข้อมูล  
ด้านการค้าระหว่างประเทศ การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดที่  
เปลี่ยนแปลงไป การสร้างโอกาสทางการค้าในยุครการค้าใหม่ตามวิถีชีวิตถัดไป (Next normal) โดยการพัฒนา  
ความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศ การพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า และการ  
พัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออกที่มีแบรนด์สินค้าให้สามารถดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศได้ **การส่งเสริมการค้า  
ระหว่างประเทศ และการขยายการลงทุนสู่ตลาดต่างประเทศ** การขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุกโดย  
ใช้ตลาดนำการผลิต (Demand Driven) การส่งเสริมการเปิดตลาด แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ  
โดยเฉพาะตลาดใหม่ ตลาดที่เติบโตได้ดี ตลาดเมืองรอง (City focus) โดยใช้กลไกการจัดทำบันทึกความตกลง  
(MOU) และการส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า โดยมีกิจกรรม  
ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การเข้าร่วมงานแสดง  
สินค้านานาชาติในต่างประเทศ การจัดงานแสดงสินค้าไทยทั้งในประเทศและในต่างประเทศ การจัดคณะ  
ผู้แทนการค้าสินค้าเป้าหมายเยือนประเทศศักยภาพ และการนำคณะผู้นำเข้าเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อ  
เจรจาการค้ากับผู้ประกอบการไทย โดยการวางแผนให้ยืดหยุ่นสามารถปรับกิจกรรมตามความเหมาะสมและ  
แก้ปัญหาจากภาวะวิกฤตได้ สามารถปรับแนวทางการดำเนินกิจกรรมได้ตามสถานการณ์ เช่น การต่อยอด  
แนวคิด Mirror-Mirror model (การส่งสินค้าไปจัดแสดงภายในงานที่ต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการไม่ต้อง  
เดินทางไปเอง) และการเจรจาธุรกิจออนไลน์ (Online business matching - OBM) เพื่อให้เกิดความ  
เหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรม และการส่งเสริม Soft Power เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทาง  
การค้าไทย การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ เพื่อตอบสนอง  
ต่อความต้องการเมกะเทรนด์และ Next normal โดยเน้นสินค้า BCG และสินค้า/บริการสำหรับยุค Next  
Normal ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์สินค้าสู่ตลาดโลก สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของ  
ไทย ทั้งนี้ การพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ ประกอบด้วย (1) สินค้าอาหารและ  
ธุรกิจบริการอาหาร (2) สินค้าอุตสาหกรรม (3) สินค้าไลฟ์สไตล์ (4) สินค้าฮาลาล (5) ธุรกิจบริการศักยภาพ  
โดยคำนึงถึงการปรับตัวตามวิถีชีวิตใหม่ (Next Normal) และพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส (Time for great  
reset) ที่ให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการเชิงสุขภาพ ความปลอดภัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการ  
พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบใหม่ ตามแนวคิด BCG economy (Bio economy, Circular economy  
and Green economy) เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าและตรงกับความต้องการ

ต้องการของตลาด การส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ยุคใหม่สู่สากล มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจบริการมูลค่าสูง โดยส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด การนำผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด การนำผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย อาทิ กิจกรรมการจัดแสดงสินค้าภายในงานแสดงสินค้าสำคัญทั้งในประเทศและในต่างประเทศ และการพัฒนาสินค้าบนพื้นฐาน BCG model รวมถึงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และให้ความสำคัญกับการพาณิชย์ดิจิทัลเพื่อพัฒนาและส่งเสริม SMEs สู่สากล การส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาจนสามารถเข้าสู่ช่องทางการค้าใหม่ๆ การค้าออนไลน์ผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย การพัฒนาระบบ Thaitrade.com และพัฒนาศูนย์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ MOC E-Commerce Center ส่งเสริมการขายรูปแบบออนไลน์ผ่านให้คำปรึกษาในการใช้เว็บไซต์ Thaitrade.com รวมถึงการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ทั้งกิจกรรมออนไลน์และออฟไลน์ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประเทศคู่ค้า ผ่านการเดินทางไปเยือน/เจรจาการค้าในต่างประเทศของผู้บริหาร และต้อนรับคณะผู้บริหารจากต่างประเทศเยือนไทย ตลอดจนส่งเสริมผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดการรับรู้ในคุณค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการจากประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการให้บริการยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาระบบพาณิชย์ดิจิทัล ให้สามารถรองรับรูปแบบการค้าใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรองรับความเปลี่ยนแปลง/ความต้องการของผู้ประกอบการไทยในยุคดิจิทัล

## 2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

### 2.2.1 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

#### (1) ประเด็น โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และดิจิทัล

เป้าหมาย ความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศดีขึ้น  
ตัวชี้วัด อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐาน อันดับที่ 38

#### (1.1) แผนย่อยโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์

- แนวทางการพัฒนา ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ที่มีการใช้ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการพัฒนายกระดับศักยภาพของผู้ให้บริการระบบโลจิสติกส์ของประเทศ เพื่อให้สามารถสนับสนุนการขนส่งสินค้าต่อเนื่องหลายรูปแบบอย่างไร้รอยต่อ และมีต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศในระดับที่แข่งขันได้

- เป้าหมายระดับแผนย่อย ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของประเทศไทยดีขึ้น
- ตัวชี้วัด ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ระหว่างประเทศของประเทศไทย อยู่ใน 25 ลำดับแรก หรือคะแนนไม่ต่ำกว่า 3.60 ภายในปี 2570
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแผนแม่บท ประเด็น โครงสร้างพื้นฐานระบบ

โลจิสติกส์และดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนงานพัฒนาด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ในด้านการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ส่งเสริมการตลาด

ต้นทุนโดยโลจิสติกส์และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากพาณิชย์ดิจิทัล การค้าออนไลน์ การค้าในรูปแบบใหม่มาใช้ ในทางการค้าส่งตลาดต่างประเทศ และการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการโลจิสติกส์ การสร้างเครือข่ายและ ส่งเสริมการจับคู่ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ในประเทศและต่างประเทศ โดยมีคณะเดินทางไปสร้างเครือข่ายทาง การค้า การเจรจาทางการค้า และกิจกรรมการจับคู่ทางการค้าไปพร้อมกับ Online Business Matching

## (2) ประเด็น ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

**เป้าหมาย** ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อ ระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

**ตัวชี้วัด** สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ร้อยละ 50 ภายในปี 2570

### (2.1) แผนย่อยการสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด

- **แนวทางการพัฒนา** โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์ และตราสินค้าที่เด่นชัด ให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาด โดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการขยายช่องทางการตลาดทั้ง ในและต่างประเทศ สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น มีแผนกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าและบริการของไทย ตลอดจนสร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ

- **เป้าหมายระดับแผนย่อย**

(2.1.1) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเพิ่มขึ้น

**ตัวชี้วัด** การขยายตัวของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มขึ้น 1 เท่า ภายใน ปี 2570

(2.1.2) ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ ของไทยดีขึ้น

**ตัวชี้วัด** อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า ระหว่างประเทศโดย IMD อันดับที่ 1 ใน 5

(2.1.3) การขยายตัวการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมเพิ่มขึ้น

**ตัวชี้วัด** สัดส่วนการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมต่อการส่งออกรวมของประเทศ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25

- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บท**

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแผนแม่บท ประเด็น ผู้ประกอบการและ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้กำหนดแผนงานในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ การสร้างนวัตกรรม สร้างแบรนด์ สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและธุรกิจบริการ ศักยภาพ และการสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ ทั้งรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ๆ รองรับเศรษฐกิจ ยุคใหม่และเมกะเทรนด์ และการสร้างภาพลักษณ์สินค้าสู่ตลาดโลก โดยเน้นสินค้า BCG และสินค้า/บริการ สำหรับยุค Next Normal การส่งเสริมพาณิชย์ดิจิทัล และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) การค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในการขยายช่องทางการตลาด เพื่อผลักดันการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของ ไทยเพิ่มขึ้น ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นเป็นไปตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ

## 2.2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)

### 1) มิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย

1.1) หมุดหมายการพัฒนา หมุดหมายที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญ

#### เป้าหมาย

- (1) ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนในภูมิภาค  
**ตัวชี้วัด** อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ (โดยสถาบันนานาชาติเพื่อการพัฒนาการจัดการ) มีอันดับดีขึ้น
- (2) ไทยเป็นห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาค  
**ตัวชี้วัด** มูลค่าการส่งออกของไทยกับประเทศทั่วโลกขยายตัวเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 ต่อปี หรือ 5.2.2.2 สัดส่วนการเติบโตของปริมาณการส่งออกสินค้าของไทยต่อการเติบโตของปริมาณการส่งออกสินค้าของโลกเฉลี่ยไม่น้อยกว่า ร้อยละ 1.5 ต่อปี
- (3) ไทยเป็นประตูและทางเชื่อมโครงข่ายคมนาคมและโลจิสติกส์ของภูมิภาค  
**ตัวชี้วัด** ดัชนีประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศอยู่ในอันดับไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 25

### 2) มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1) หมุดหมายการพัฒนา หมุดหมายที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

#### เป้าหมาย

- (1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพสูงในการดำเนินธุรกิจสามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่  
**ตัวชี้วัด** (1.1) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 40 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการส่งออกรวมของประเทศเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2570  
(1.2) สัดส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 จากปีฐาน (ปี 2565)

## 2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง (หากมี)

### 2.3.1 แผนปฏิบัติราชการราย 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกระทรวงพาณิชย์

#### เป้าหมาย

- (1) พัฒนาศักยภาพทางการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการ
  - (1.1) ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

**ตัวชี้วัด** (1) จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา 50 - 56 ราย ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

(2) มูลค่าการค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา 500 - 562.75 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

(3) มูลค่าการค้า e-commerce ผ่านช่องทางที่ส่งเสริม 2,000 - 2,200 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

(2) สร้างขีดความสามารถการแข่งขันระหว่างประเทศ

(2.1) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการขยายตลาดและดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและการค้าชายแดนเพิ่มขึ้น

**ตัวชี้วัด** (1) มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 36,918 - 41,876 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

(2) มูลค่าส่งออกสินค้า BCG ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 98 - 138 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

(3) มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2,522 - 2,839 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

(4) มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 90 - 110 ล้านบาท ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

2.3.1 (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570)

**เป้าหมาย (หลัก)**

(1) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 7.1 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2570 (เติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ ร้อยละ 10)

(2) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนด้านการขายต่างประเทศ (Outbound Cross Border e-Commerce) เติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อ ปี ในช่วงปี พ.ศ. 2566 - 2570

**ประเด็นยุทธศาสตร์**

(1) การพัฒนากำลังคน พลเมือง และผู้ประกอบการดิจิทัล

**ตัวชี้วัด** (1) World Digital Competitiveness ของ IMD ในเสา Knowledge มีอันดับที่ดีขึ้น และอยู่ในอันดับที่ไม่ต่ำกว่า 40 ในปี 2570

(2) มีการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย และ SMEs ให้สามารถใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล รวมไปถึงการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ไม่น้อยกว่า 7,000 รายในปี 2570

(2) การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ และส่งเสริมการค้าออนไลน์ทั้งภายในประเทศ

**และข้ามพรมแดน**

**ตัวชี้วัด** มูลค่า e-commerce ในประเทศของผู้ประกอบการ SMEs เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 20 ในปี 2570



### ส่วนที่ 3 ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ

#### เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals – SDGs

(1) เป้าหมายที่ 17 เสริมความแข็งแกร่งให้แก่งlobalizationและฟื้นฟูหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลก เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งยกระดับหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลก โดยเฉพาะความร่วมมือหลายภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ผ่านการระดมทุนที่เป็นตัวเงิน เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนความรู้และแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อสนับสนุนประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาน้อยที่สุดในการดำเนินนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ตามความต้องการ จนสามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ภายในปี 2573

(2) เป้าหมายย่อย 17.11 เพิ่มส่วนแบ่งการส่งออกของประเทศกำลังพัฒนาให้สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมุ่งเพิ่มส่วนแบ่งของประเทศพัฒนาน้อยที่สุดในการส่งออกทั่วโลกให้สูงขึ้น 2 เท่าในปี พ.ศ. 2563

**ตัวชี้วัด (Global) :** ส่วนแบ่งของการส่งออกในระดับสากลของประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การจัดทำแผนปฏิบัติการ  
ประจำปี พ.ศ. 2566





## ส่วนที่ 5 สารสำคัญของแผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. 2566 )

### 5.1 ภาพรวม

#### 5.1.1 วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570

#### 5.1.2 พันธกิจ

- 1) พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
- 2) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
- 3) ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
- 4) ยกกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

#### 5.1.3 เป้าหมายและตัวชี้วัดรวม

- 1) เป้าหมาย: มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 2) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด สร้างมูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 36,918 ล้านบาท

### 5.2 แผนย่อยภายใต้แผนปฏิบัติการรายปี

5.2.1 แผนปฏิบัติการเรื่อง สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal

- (1) เป้าหมาย : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- (2) ค่าเป้าหมายและตัวชี้วัด: สร้างมูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 33,960 ล้านบาท ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
- (3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาและส่งเสริมสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal โดยเน้นสินค้า BCG และสินค้า/บริการสำหรับยุค Next Normal

#### สินค้าเป้าหมาย

- กลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า อาทิ สินค้าเกษตรแปรรูป เช่น สมุนไพร -> เครื่องสำอาง สินค้าตามเทรนด์โลก เช่น สินค้าฮาลาล อาหารอนาคต อาหารสุขภาพ (Healthy Foods) ผลิตภัณฑ์อาหารจากเทคโนโลยีชีวภาพ (Food Biotechnology Products) และอาหารใหม่ (Novel Food) เช่น Plant-based meat เป็นต้น
- อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต อาทิ สินค้ายานยนต์สมัยใหม่ (รถยนต์ไฟฟ้าและอะไหล่ยานยนต์)/ เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ / อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ / สินค้าเทคโนโลยีที่รองรับสังคมผู้สูงอายุ / อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ/ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เป็นต้น
- สินค้าไลฟ์สไตล์ ตอบสนองยุค Next Normal และสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ อาทิ สินค้า Work from Home/ Work from Anywhere/ สินค้า BCG / สินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

### 3.2) พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ

#### ธุรกิจบริการเป้าหมาย

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

#### บริการมูลค่าสูง

### 3.3) สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสู่สินค้าและธุรกิจ

- ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทย ด้วยการออกแบบ การสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

### 3.4) สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทย

- การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างตราสัญลักษณ์สินค้า และส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล
- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและบริการ
- สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Country Image) ทั้งในและต่างประเทศ เช่น Think Thailand
- สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย (Online Community) เพิ่มช่องทางและเชื่อมโยงโอกาสทางการค้า

## (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

4.1) โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพเพื่อตอบสนองความต้องการ Megatrends และ Next Normal

4.2) โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

4.3) โครงการขยายการค้าการตลาดสู่สากล

4.4) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ

## 5.2.2 แผนปฏิบัติการเรื่อง รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

(1) เป้าหมาย : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : สร้างมูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 958 ล้านบาท

(3) แนวทางการพัฒนา

3.1) ขยายตลาดและช่องทางการค้าเชิงรุกโดยใช้ตลาดนำการผลิต (Demand Driven)

#### ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

ตลาดเดิม: ตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป เอเชียตะวันออก อาเซียน และจีน

ตลาดใหม่: ตลาดเอเชียใต้ รัสเซีย ลาตินอเมริกา ตะวันออกกลาง สหรัฐอาหรับ

เอมิเรตส์ บาร์เรน และแอฟริกาเหนือ (MENA)

ตลาดที่สูญเสียไป : ตลาดอิรัก ซาอุดีอาระเบีย และแอฟริกา

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

3.3) ส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและข้อตกลงทางการค้า

- เร่งรัด Strategic Partnership กับประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย
- ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและกรอบความร่วมมือทางการค้า

3.4) การขยายพันธมิตรทางการค้า

- เสริมสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นกับผู้นำเข้า (Thailand Global Business Partners)
- พัฒนาเครือข่ายผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จในระดับประเทศ (Thailand Export Champions)
- ใช้ประโยชน์จากผู้แทนการค้าไทย (Marketing Representative/ HTA) สร้างเครือข่าย Salesman จังหวัดและ Salesman ประเทศ ในการหา แสวงหาคู่ค้าและขยายช่องทางการตลาดในต่างประเทศ

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

4.1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

### 5.2.3 แผนปฏิบัติการเรื่อง ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

(1) เป้าหมาย : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : สร้างมูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,000 ล้านบาท

#### (3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ (e-Marketplace) เพื่อส่งเสริมการค้าข้ามพรมแดน (Thaitrade.com)

3.2) ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและปัจจัยสนับสนุนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้รองรับการเติบโตของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Ecosystem and Enabling factors)

3.3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยเพิ่มช่องทางการค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์ อาทิ Thaitrade.com และ Online Business Matching (OBM)

3.4) สร้างพันธมิตรทางการค้าออนไลน์ (อีป้าออนไลน์, AMAZON, Alibaba, T-Mall)

3.5) ส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)

#### (4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

4.1) โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล

### 5.2.4 แผนปฏิบัติการเรื่อง ศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนา และส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จำนวน 10,660 ราย

**(3) แนวทางการพัฒนา**

3.1) พัฒนาความรู้เบื้องต้นด้านการค้าระหว่างประเทศ แก่ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เกิดองค์ความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการทำการค้ายุคใหม่

3.2) พัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาด/สินค้า แก่ผู้ประกอบการ MSME SME และบุคคลทั่วไปที่สนใจด้านการค้าระหว่างประเทศ ในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

3.3) พัฒนาผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก ที่มีแบรนด์สินค้า ให้สามารถดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศได้

**(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ**

4.1) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

**5.2.5 แผนปฏิบัติการราชการเรื่อง ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล**

(1) เป้าหมาย : ผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ

(2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย : ผู้ประกอบการที่ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 170,505 ราย

**(3) แนวทางการพัฒนา**

3.1) ยกระดับการให้บริการทางการค้าด้วยระบบสารสนเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่รัฐบาลดิจิทัล

3.2) พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรเพื่อรองรับทักษะแบบใหม่ (Upskill/Reskill) เช่น ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล วัฒนธรรมองค์กร การวิเคราะห์และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล เป็นต้น เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและรองรับการบริการผู้ประกอบการ

**(4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ**

4.1) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

4.2) ผลผลิต การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

4.3) ผลผลิต รายจ่ายบุคลากรภาครัฐ

**5.3 ประมาณการวงเงินงบประมาณ พ.ศ. 2566**

5.3.1 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด \*(รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐและแผนงานพื้นฐาน)

(หน่วย: ล้านบาท)

แหล่งเงิน*				
เงินงบประมาณแผ่นดิน	เงินรายได้ของหน่วยงาน	เงินกู้		เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	
1,867.6529	-	-	-	543.8591



5.3.2 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด\* 2,411.5120 ล้านบาท

(หน่วย: ล้านบาท)

แผนปฏิบัติการ	วงเงินรวม	งบประมาณแผ่นดิน	รายได้หน่วยงาน	เงินกู้		เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
				ในประเทศ	ต่างประเทศ	
<b>1. เรื่อง สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal</b>	<b>745.8277</b>	<b>423.1673</b>	-	-	-	<b>322.6604</b>
1) โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal	628.2181	346.9812	-	-	-	278.2369
2) โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์	18.8700	14.5215	-	-	-	4.3485
3) โครงการขยายการค้าการตลาดสู่สากล	28.7859	28.7859	-	-	-	-
4) โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ	72.9537	32.8787	-	-	-	40.0750
<b>รวม</b>	<b>257.3805</b>	<b>102.5735</b>	-	-	-	<b>154.8070</b>
<b>2. เรื่อง รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก</b>	<b>257.3805</b>	102.5735	-	-	-	154.8070
1) โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ						
<b>รวม</b>	<b>70.0216</b>	<b>48.0596</b>	-	-	-	<b>21.9620</b>
<b>3. เรื่อง ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)</b>	<b>70.0216</b>	48.0596	-	-	-	21.9620
1) โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล						

แผนปฏิบัติการ	วงเงินรวม	งบประมาณแผ่นดิน	รายได้หน่วยงาน	เงินกู้		เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
				ในประเทศ	ต่างประเทศ	
4. เรื่อง พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่	รวม	58.0603	-	-	-	25.2800
	1) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	58.0603	32.7803	-	-	25.2800
5. เรื่อง ยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	รวม	1,280.2219	-	-	-	19.1497
	1) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	20.8750	12.3000	-	-	8.5750
	2) ผลผลิตการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	519.7551	509.1804	-	-	10.5747
	3) ผลผลิตรายจ่ายบุคลากรภาครัฐ	739.5918	739.5918	-	-	-
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>2,411.5120</b>	<b>1,867.6529</b>				<b>543.8591</b>

5.3.3 รายละเอียดเป้าหมาย ตัวชี้วัด แผนงาน/โครงการ และเงินงบประมาณ ตามแผนงาน/โครงการสำคัญ

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
1.	แผนงานบูรณาการพัฒนา ด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์	14.5215	แนวทางการพัฒนา	
1.1	โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ให้บริการโลจิสติกส์ ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ และเครือข่ายที่รับการส่งเสริมพัฒนา 50 ราย จำนวนการจัดธุรกิจระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ 200 คู่ เชิงคุณภาพ : มูลค่าการค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา 500 ล้านบาท	14.5215	กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและขยายพันธมิตรธุรกิจระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ในการขยายเครือข่ายธุรกิจโลจิสติกส์และการให้บริการไปยังต่างประเทศ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย และเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม ภาคบริการและธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการจัดงานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LOGISTIX 2023)	สพบ.
2.	แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้	604.3592	แนวทางการพัฒนา	
2.1	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้า และธุรกิจบริการศักยภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการ ศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ 2,113 ราย เชิงคุณภาพ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 30,750 ล้านบาท	346.9812	กิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการในการค้าระหว่างประเทศ ใน 6 กลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal ที่ทุกภาคส่วนรับตัวจากการระบาดของ Covid-19 ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งทัศนคติการดำรงชีวิต จะเปลี่ยนแปลงกลายเป็นความปกติถัดไป (Next Normal) ได้แก่ 1. กลุ่มสินค้าเกษตรสร้างมูลค่า สินค้าอาหาร ผักผลไม้ และธุรกิจร้านอาหารไทย 2. สินค้าอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต	สกอ./สลด./ สพบ./สนม.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
	<p>มูลค่าส่งออกสินค้า BCG ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 98 ล้านบาท</p> <p>มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2,522 ล้านบาท</p>		<p>3. สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น รวมถึงสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ เช่น สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น</p> <p>4. สินค้าฮาลาล</p> <p>5. ธุรกิจบริการคุณภาพสูง (High Value Services) ได้แก่ ธุรกิจบริการ WMS (Wellness and Medical Services) ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ และ ธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าเกี่ยวเนื่อง</p> <p>6. สินค้า BCG และสินค้าสำหรับยุค Next Normal เช่น อาหารแห่งอนาคต อุตสาหกรรมมูลค่าสูง สินค้าที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรม และการออกแบบดี เป็นต้น</p> <p>ประกอบด้วยการจัดกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งแบบออนไลน์ ออฟไลน์ และไฮบริด อาทิ การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการไทย การจัดการเจรจาการค้า การสร้างความต้องการสินค้าไทย (Overseas Business Development) การเชื่อมโยงผู้ประกอบการภูมิภาคสู่สากล การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมร้านอาหารไทยในต่างประเทศ (Thai Select) รวมถึงส่งเสริมการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น</p>	
2.2	<p>โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ</p> <p><b>ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย</b></p> <p><b>เชิงปริมาณ:</b> จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้า และ หน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ ได้รับบริการ ด้านการค้าระหว่างประเทศ 8,658 ราย</p>	102.5735	<p>กิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการรุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย</li> <li>2. ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลาง และแอฟริกา</li> </ol> <p>โดยการผลิตสินค้าและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าระดับสูง หนุนส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาด</p>	สพต.1/ สพต. 2

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
2.3	<p>โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)</p> <p><b>ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย</b></p> <p><b>เชิงปริมาณ :</b> จำนวนผู้ประกอบการ/ วิชาที่จบขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์ 10,660 ราย</p> <p><b>เชิงคุณภาพ :</b> ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 85</p>	32.7803	<p>พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่างประเทศ และเพื่อเปิดโอกาสผู้ประกอบการไปดำเนินธุรกิจการค้าระหว่าง ประเทศด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการ 4 ด้านหลัก ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ</li> <li>2. การสร้างช่องทางตลาด</li> <li>3. การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย</li> <li>4. เศรษฐกิจกระแสใหม่</li> </ol> <p>เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่อย่างครบวงจร โดยการสร้างมาตรฐานองค์ความรู้ที่เหมาะสมในการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพ ผ่านการกำหนดมาตรฐานหลักสูตรที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ มีการติดตามและประเมินผล และสร้างวิทยากรที่ปรึกษาทางการค้าระหว่างประเทศ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ดังกล่าวให้กระจายลงสู่ชุมชนด้วยการจัดสัมมนาถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ 2 แบบ ได้แก่ การเรียนในห้องสัมมนา</p>	สพม.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
2.4	<p>โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านการค้าและบริการ <b>ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย</b> <b>เชิงปริมาณ</b> : จำนวนครั้งของการรับรู้ชื่อของการส่งเสริม ภาพลักษณ์ประเทศไทย 9 ล้านครั้ง จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและ สร้างมูลค่าเพิ่ม 465 ราย</p>	32.8787	<p>ดำเนินการด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการจากประเทศไทย ไทยในมิติต่างๆ ทั้งในด้านคุณภาพและการดำเนินงานถึงแวดลอมและ ผลกระทบต่อสังคม การใช้แรงงานที่เป็นธรรมด้านการออกแบบที่ดี และ ด้านอัตลักษณ์ของความเป็นไทย รวมทั้งผู้ประกอบการส่งออกไทยดีเด่น ผ่านกิจกรรม ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผ่าน ตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark)</li> <li>2. ส่งเสริมสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี โดยดำเนินการเพื่อยกระดับ รางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี หรือ Design Excellence Award (DEmark) ให้มีมาตรฐาน เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล ในตลาดโลก</li> <li>3. ส่งเสริมสินค้าที่มีการออกแบบดีสู่ตลาดโลกและเวทีการออกแบบชั้น นำของโลก โดยนำสินค้าและผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล DEmark และ สินค้าที่มีออกแบบที่ดีตรงตาม Megatrend โลก (เช่น สินค้า BCG) เข้า ร่วมจัดแสดงในงาน/เวทีการออกแบบระดับโลก</li> <li>4. ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้าผ่าน สื่อออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเชื่อมั่นในสินค้าและ ธุรกิจบริการของไทย</li> </ol>	สนม./สปส.
2.5	<p>โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้า ระหว่างประเทศสู่สากล <b>ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย</b></p>	12.3000	<p>ดำเนินการจรรยาบรรณ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การสร้างและรักษามาตรฐานให้บริการในทุกช่องทาง การ ให้บริการของกรม การให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่าง</li> </ol>	สสب.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
	<p><b>เชิงปริมาณ :</b> จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับบริการ ด้านการค้าระหว่างประเทศ 32,000 ราย</p> <p><b>เชิงคุณภาพ :</b> ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ร้อยละ 90</p>		<p>ประเทศ ในทุกช่องทางบริการ รวมถึงการติดตามผลและให้บริการข้อมูล/คำปรึกษา เชิงรุก (Outbound Call และ Proactive Call)</p> <p>2. ศูนย์บริการ DTP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ โดยการจัดตั้งศูนย์บริการเชิงรุก "DTP Service Center" โดยบูรณาการบริการทั้งหมดของหน่วยงานต่างๆ ภายในกรม เพื่อให้บริการด้านข้อมูล/คำปรึกษา/รับสมัครสมาชิก/สมัครเข้าร่วมโครงการต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ ที่เป็นสมาชิกของหน่วยงานพันธมิตร</p> <p>3. จัดหน่วยเคลื่อนที่ให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (Local to Global)</p> <p>4. บริหารจัดการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ให้บริการลงทะเบียนล่วงหน้า เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศผ่านระบบลงทะเบียน เพื่ออำนวยความสะดวกและลดเวลาการให้บริการการลงทะเบียนงานให้แก่ผู้เข้าชมงาน</p> <p>5. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ด้านการค้าระหว่างประเทศด้วยนวัตกรรมสารสนเทศและข้อมูลดิจิทัล โดยการส่งเสริมการรับรู้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการค้าระหว่างประเทศได้ใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมสารสนเทศที่กรมพัฒนาขึ้น เพื่อต่อยอดให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน</p>	
2.6	<p>โครงการเพิ่มความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล</p> <p><b>ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย</b></p> <p><b>เชิงปริมาณ :</b> จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce 25,800 ราย</p>	48.0596	<p>ดำเนินกิจกรรม ดังนี้</p> <p>1. พัฒนาต่อยอดระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Thaitrade.com) เพื่อรองรับความต้องการใช้งานสำหรับการค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทย SMEs และผู้ซื้อจากทั่วโลก และดำเนินการจัดหาระบบ/บริการที่จำเป็นต่อการให้บริการระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com</p>	สทพ.

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
	<p><b>เชิงคุณภาพ</b> : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ 2,000 ล้านบาท</p>		<p>2. ดำเนินการจัดตั้งหรือต่อยอดหน้าร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพันธมิตรอิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำ และดำเนินการบริหารหน้าร้านและอำนวยความสะดวกในกิจการร้านสรรพสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ตลาดเป้าหมาย</p> <p>3. พัฒนาศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ (National E-Commerce Center) โดยส่งเสริมการขายทั้งรูปแบบออนไลน์ผ่านการทำค่าบริการในการใช้เว็บไซต์ Thaitrade.com เพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าของผู้ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเทคนิคต่างๆ ที่ทันสมัยและครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวก ในการปิดการขายในรูปแบบออนไลน์</p> <p>4. ศึกษาสำรวจและรวบรวมข้อมูล ความเคลื่อนไหวของตลาดและทิศทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก รวมไปถึงแนวโน้มของตลาดและการผลักดันของการค้าออนไลน์ และจัดทำข้อเสนอแนะมาตรการเพื่อการผลักดันและสนับสนุนการค้าเป็นนโยบายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p> <p>5. พัฒนาระบบส่งเสริมการเจรจาการค้า Online อัจฉริยะ (Smart Online Business Matching)</p>	
2.7	<p>โครงการขยายการค้าการตลาดสู่สากล</p> <p><b>ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย</b></p> <p><b>เชิงปริมาณ</b> : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 630 ราย</p> <p><b>เชิงคุณภาพ</b> : มูลค่าการสั่งซื้อเพื่อส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 90 ล้านบาท</p>	28.7859	<p>ดำเนินการจัดตั้ง</p> <p>1. ส่งเสริมและต่อยอดสินค้านวัตกรรม/ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมสู่ตลาดโลก โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้า/บริการด้านนวัตกรรมและการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของไทยสู่สากล และการต่อยอดและส่งเสริมสินค้านวัตกรรมและการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสู่ตลาดสากล</p> <p>2. พัฒนาและส่งเสริมรูปแบบ/ธุรกิจออกแบบ/ผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการเริ่มต้นในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการส่งเสริมส่งออกแบบไทยที่มีแบรนด์สู่ตลาดโลก (Designers' Room/ Talent</p>	สนม.



ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)	แนวทางการพัฒนา	หน่วยงาน
			<p>Thai Promotion) และการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Service Society)</p> <p>3. ส่งเสริมแบรนด์ผู้ประกอบการยุคใหม่สู่สากล ปี 2566 (MOC 4i : THAI BRAND HERO PROGRAM) โดยการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการสร้างแบรนด์สู่สากล การส่งเสริมแบรนด์ศักยภาพเจาะตลาดเฉพาะ และการสร้างโอกาสเข้าถึงตลาดบนแพลตฟอร์มออนไลน์และออนไลน์</p>	

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สศค.)
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (คู่)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)			
<b>รวมทั้งสิ้น (ไม่รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐ)</b>				218,881	9,000,000	200	85	36,918.0			
<b>แผนงาน : แผนงานพื้นฐานด้านการศึกษาความสามารถในการแข่งขัน</b>											
<b>ผลผลิต : การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</b>											
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ				138,505							
เชิงคุณภาพ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ							85				
<b>กิจกรรมหลัก : สนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ</b>											
<b>กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ</b>											
2566-010101-001	โครงการเงินอุดหนุนองค์กรระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก (ศูนย์อาเซียน-ญี่ปุ่น) ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : 1 ครั้ง	ไม่มีสินค้า/บริการ	ญี่ปุ่น						1 เม.ย. 66	30 มิ.ย. 66	สพท.1/ สศค. โตเกียว
2566-010101-002	โครงการเงินอุดหนุนองค์กรระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นสมาชิก (คำสมาชิกประจำปีที่จะต้องจ่ายให้กับสำนักงานองค์การมหกรรมโลก (BIE: Bureau of International Exposition))	ไม่มีสินค้า/บริการ	ฝรั่งเศส						1 ม.ค. 66	31 มี.ค. 66	สพท.2/ สศค. ปารีส
<b>กิจกรรมย่อย : บริหารและอำนวยความสะดวก (งบบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลาง)</b>											
2566-010102-001	โครงการประชุมประเมินสถานการณ์และแผนผลักดันด้านการค้าระหว่างประเทศ	ไม่มีสินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010102-002	โครงการเพิ่มศักยภาพด้านกฎหมายของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ไม่มีสินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010102-003	ค่าใช้จ่ายในการบริหารและอำนวยความสะดวก (งบบุคลากรในหน่วยงานส่วนกลาง)	ไม่มีสินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
<b>กิจกรรมหลัก : ดำเนินภารกิจในต่างประเทศ (งบบุคลากรในต่างประเทศ)</b>											
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กร</b>											
<b>กิจกรรมย่อย : พัฒนาบุคลากร</b>											
2566-010201-001	โครงการพัฒนาสมรรถนะด้านดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรกรม										
	1) หลักสูตรการประยุกต์ใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปอย่างมีประสิทธิภาพ	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 ต.ค. 65	31 ต.ค. 65	สพท.
	2) หลักสูตร Digital Technology เพื่อบริหารงานของกรม	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 ก.พ. 66	28 ก.พ. 66	สพท.
	3) หลักสูตร DTP Orientation ปีงบประมาณ 2566	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 ก.ค. 66	31 ก.ค. 66	สพท.
2566-010201-002	โครงการส่งเสริมองค์กรคุณธรรมนำสุจริต										
	1) หลักสูตรเสริมสร้างการเป็นข้าราชการที่ดี มีคุณธรรมนำสุจริต	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
	2) หลักสูตร เกี่ยวกับการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 มี.ค. 66	31 มี.ค. 66	สพท.
	3) หลักสูตรเกี่ยวกับความสอดคล้องของงานใช้ชีวิตและการทำงาน	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 เม.ย. 66	30 เม.ย. 66	สพท.
	4) หลักสูตรการป้องกัน และปลูกจิตสำนึกในการต่อต้านทุจริต	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 มิ.ย. 66	30 มิ.ย. 66	สพท.
	5) หลักสูตรสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายกรม	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 ก.ย. 66	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010201-003	โครงการเสริมสร้างความรู้เพื่อตอบสนองและบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ของกรม										
	1) หลักสูตรการตลาดรองรับ Megatrends ของโลก	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 พ.ย. 65	30 พ.ย. 65	สพท.
	2) หลักสูตรวิธีการขับเคลื่อนการค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 ธ.ค. 65	31 ธ.ค. 65	สพท.
	3) หลักสูตรส่งเสริมการค้าที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจยุคใหม่	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	40					1 ส.ค. 66	31 ส.ค. 66	สพท.
2566-010201-004	โครงการพัฒนาและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความร่วมมือในการทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ										
	1) หลักสูตรการสร้างทัศนคติที่ดีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	80					1 พ.ย. 65	30 พ.ย. 65	สพท.
2566-010201-005	โครงการพัฒนาสมรรถนะ และขีดความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรม (เรียนรู้เฉพาะราย)										
	1) หลักสูตรสำหรับผู้บริหารระดับสูง	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	4					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
	2) หลักสูตรสนับสนุนการปฏิบัติการกิจกรรม (หลักสูตร ตรวจสอบ ภายใน ดิจิทัล แผน ภาษา)	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	30					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
<b>กิจกรรมย่อย : พัฒนาระบบราชการ ติดตามและประเมินภาวะเศรษฐกิจ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ และประเมินผล</b>											
2566-010202-001	โครงการสนับสนุนการพัฒนากระบวนการ	ไม่มีสินค้าและบริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010202-002	โครงการประชุมผู้บริหารกรม และ/หรือ หน่วยงานอื่นๆ	ไม่มีสินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010202-003	โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเชิงรุก และติดตามประเมินผลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรม	ไม่มีสินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
<b>กิจกรรมหลัก : การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</b>											
<b>กิจกรรมย่อย : การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</b>											
2566-010301-001	โครงการพัฒนาระบบวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) สู่ภาคการค้าระหว่างประเทศ ตัวชี้วัด -ระบบที่พัฒนาแล้วเสร็จจำนวน 1 ระบบ -ข้อมูลผู้ประกอบการเป้าหมายที่ได้รับการวิเคราะห์ผ่านระบบมีความถูกต้องไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย				80		1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010301-002	โครงการพัฒนาต่อระบบกลางงานแสดงสินค้าเสมือนจริงของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตัวชี้วัด -ระบบที่พัฒนาแล้วเสร็จจำนวน 1 ระบบ -ข้อมูลผู้ประกอบการเป้าหมายที่ได้รับการวิเคราะห์ผ่านระบบมีความถูกต้องไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย				80		1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010301-003	โครงการพัฒนาต่อระบบบริการการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชิงรุก ตัวชี้วัด -ระบบที่พัฒนาแล้วเสร็จจำนวน 1 ระบบ -ข้อมูลผู้ประกอบการเป้าหมายที่ได้รับการวิเคราะห์ผ่านระบบมีความถูกต้องไม่น้อยกว่า ร้อยละ 85	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย				85		1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.
2566-010301-004	โครงการพัฒนาต่อระบบคลังข้อมูลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ (DITP Data Warehouse)	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพท.

แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สศค.)	
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด		
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (คู่)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)				
2566-010301-005	โครงการพัฒนาต่อยอดไมขายแอปพลิเคชันเพื่อบริการด้านการค้าระหว่างประเทศแบบครบวงจร และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ภายใต้ยุคดิจิทัล ตัวชี้วัด -จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันจำนวนไม่น้อยกว่า 4,000 ราย -ร้อยละความพึงพอใจในการใช้งานระบบ ร้อยละ 85 ของจำนวนผู้เข้าใช้งานทั้งหมด	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	4,000			85		1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.	
2566-010301-006	โครงการจัดซื้อครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครือข่ายและลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ใน ส่วนกลางและต่างประเทศ ตัวชี้วัด เจ้าหน้าที่ที่มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย 700 ราย	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย	700					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.	
2566-010301-007	โครงการบำรุงรักษาเว็บไซต์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และระบบของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตัวชี้วัด -ระบบมีการบำรุงรักษา 22 ระบบ -ระบบสามารถทำงานได้ 24 ชม.	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.	
2566-010301-008	โครงการจ้างที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตัวชี้วัด -ได้รับคำปรึกษา 50 เรื่อง -กรมมีองค์ความรู้ด้านสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.	
2566-010301-009	โครงการจ้างที่ปรึกษาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศภาครัฐและการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ตัวชี้วัด -ระบบสารสนเทศมีความปลอดภัย 50 ระบบ -ระบบสารสนเทศมีฐานข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการบริการประชาชน	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.	
2566-010301-010	โครงการจัดการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพร้อมวงจรรีเลย์สัญญาณ ตัวชี้วัด กรมมีระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงพร้อมวงจรรีเลย์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.	
2566-010301-011	โครงการปรับปรุงระบบเครือข่ายภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตัวชี้วัด -มีจุดกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ต 1,500 จุด -ระบบเครือข่ายมีความเร็วสูง	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.	
2566-010301-012	โครงการจัดทำธรรมาภิบาลข้อมูลกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตาม พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ปี พ.ศ. 2562 ตัวชี้วัด -สามารถปฏิบัติตามกรอบ ธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐจำนวน 5 ชุดข้อมูล -การนำเสนอข้อมูลมีความถูกต้องไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย				80		1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ. / สบพ.	
แผนงาน : แผนงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง แข่งขันได้												
โครงการ : โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)												
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการ/วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาและส่งเสริมความรู้ในการทำการค้าระหว่างประเทศทั้งออนไลน์และออฟไลน์				10,660								
เชิงคุณภาพ : ความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมเพิ่มขึ้น							85					
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)</b>				<b>10,660</b>						<b>85</b>		
กิจกรรมย่อย : พัฒนาการผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)				10,660						85		
รายจ่ายอื่น : ค่าครุภัณฑ์ รายการพัฒนาและปรับปรุงระบบบริหารจัดการเว็บไซต์สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่												
รายจ่ายอื่น : ค่าครุภัณฑ์ รายการพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริหารจัดการระบบการเรียนการสอนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Academy)												
รายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)												
2566-020101-001	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)			10,660			85					
	1) โครงการพัฒนาผู้ส่งออกรุ่นใหม่ : Young Exporter from Local to Global (YELG)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	450			85	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สพม.		
	2) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร "ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก" 1 ครั้ง	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	80			85	1 พ.ย. 65	30 ก.ย. 66	สพม.		
	3) โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ "ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA" รุ่นที่ 6	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	500			85	1 ธ.ค. 65	31 ส.ค. 66	สพม.		
	4) โครงการ "เกษตรทันสมัย พาณิชย์ชายไออนไลน์ทั่วโลก" รุ่นที่ 4	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	50			85	1 ธ.ค. 65	31 ส.ค. 66	สพม.		
	5) โครงการพัฒนาหลักสูตรภายใต้การเรียนรู้ออนไลน์ E-Academy (E-Academy) ประจำปีงบประมาณ 2566	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	1,000				1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สพม.		
	6) โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่ธุรกิจกระแสใหม่ (UpSkill & ReSkill)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	330			85	1 มี.ค. 66	31 ส.ค. 66	สพม.		
	7) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ "ผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter"	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	50			85	1 ก.พ. 66	31 ก.ค. 66	สพม.		
	8) โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ Salesman จังหวัด Go-Inter รุ่นที่ 3	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	100			85	1 ก.พ. 66	31 ส.ค. 66	สพม.		
	9) โครงการกระจายความรู้ผู้ประกอบการยุคใหม่ ประจำปี 2566	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	8,000			30	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สพม.		
	10) โครงการ "เจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่"	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย	100			80	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สพม.		
2566-020101-002	โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบบริหารจัดการเว็บไซต์สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ ประจำปีงบประมาณ 2566	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย				50	1 ธ.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพม.		
2566-020101-003	โครงการพัฒนาปรับปรุงระบบการบริหารจัดการระบบการเรียนการสอนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Academy) ประจำปีงบประมาณ 2566	ไม่ใช้สินค้า/บริการ	ไทย					1 ธ.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพม.		
โครงการ : โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ												
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการไทย ผู้นำเข้าและหน่วยงานในต่างประเทศที่เข้าร่วมกิจกรรม/ได้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ				8,658								
เชิงคุณภาพ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (ระดับกระทรวง)							958.0					
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในตลาดเอเชียและโอเชียเนีย</b>				<b>3,941</b>						<b>750.5</b>		
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย				3,941						750.5		
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางราชการต่างประเทศชั่วคราว												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย												

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สคค.)
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (คู่)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)			
2566-030101-001	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดอาเซียน			3,160				427			
	1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดอาเซียน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)			40				15			
	1.1) Outgoing Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ	อาเซียน						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต. 1
	1.2) Incoming Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต. 1
	2) โครงการผู้แทนการค้าไทยในตลาดอาเซียน (Marketing Representative: MR) ตัวชี้วัด : ร้อยละ 20 ของการให้บริการกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มมากขึ้น	ทุกสินค้า/บริการ	เวียดนาม ฟิลิปปินส์						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สคต. 1/ สคค. พนมเปญ
	3) โครงการสร้างความสัมพันธ์และส่งเสริมการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านตามปฏิญญาทูกาน (ACMECS) ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : 4 งาน	โลฟิสโตลด์และแพชั่น อาหารและเครื่องดื่ม	- กัมพูชา - สปป.ลาว - เวียดนาม - เมียนมา						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1/ สคค. ย่างกุ้ง/ สคค. เวียงจันทน์/ สคค. พนมเปญ/ สคค. ยานอย/ สคค. โฮจิมินห์
4) โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2023 ในภูมิภาคอาเซียน	สินค้าอุปโภคและบริโภค ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องใช้ภายในบ้าน สุขภาพและความงาม แพชั่น และสินค้าสำหรับแม่และเด็ก	- สิงคโปร์ - กรุงมะนิลา ฟิลิปปินส์	120				210	1 ก.พ. 66	30 ก.ย. 66	สพต.1/ สคค.สิงคโปร์/ สคค.มะนิลา	
5) โครงการ ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center) ตัวชี้วัด : -ทุกศูนย์ร่วมกันสามารถให้บริการข้อมูล ให้คำปรึกษาเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการจำนวน ไม่น้อยกว่า 3,000 ราย/ปี - แต่ละศูนย์สามารถแนะนำ/ให้คำปรึกษานักธุรกิจไทยเปิดกิจการในตลาดอาเซียนจนเห็นผลเป็นรูปธรรม ไม่น้อยกว่า 2 รายต่อปี	ไม่ใช่สินค้า/บริการ	อาเซียน	3,000					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต 1/ สคค. อาเซียน รวม 9 สำนักงาน	
6) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน	สินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม สุขภาพความงาม ของใช้	- อินโดนีเซีย/กรุงจาการ์ตา และเมืองต่างๆ บนเกาะชวา - เวียงจันทน์ - เมียนมา/ย่างกุ้ง - มาเลเซีย - พนมเปญ - ยานอย	-				202	1 ก.พ. 66	30 ก.ย. 66	สพต.1/ สคค. ย่างกุ้ง/ สคค. เวียงจันทน์/ สคค. พนมเปญ/ สคค. ยานอย/ สคค. จาการ์ตา/ สคค. กัวลาลัมเปอร์	
2566-030101-002	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดจีน			102				155			
	1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดจีน (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)	ทุกสินค้า/บริการ		32				30			
	1.1) Outgoing Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ	จีน ฮองกง ไต้หวัน	12				30	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต. 1/ สคค. ภูมิภาคจีน
	1.2) Incoming Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ	ไทย	20					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต. 1/ สคค. ภูมิภาคจีน
	2) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า 20 <sup>th</sup> CAEXPO	1.อาหารและเครื่องดื่ม 2.สุขภาพและความงาม 3.อัญมณีและเครื่องประดับ 4.แพชั่น 5.ของใช้ของตกแต่งบ้าน	จีน/กัมพูชา	30				65	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สพต. 1/ สคค. กุหนิง
3) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands Kunming 2023	1. อาหารแปรรูป และเครื่องดื่ม 2. สุขภาพและความงาม 3. สินค้าแพชั่น 4. ของใช้/ของตกแต่งบ้าน **เน้นสินค้าที่มีแบรนด์	จีน/คุนหมิง	40				60	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สพต. 1/ สคค. คุนหมิง	
2566-030101-003	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย			552				3.5			
	1) โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตร (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)			7					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1
	1.1) Outgoing Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ	ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และทวีปออสเตรเลีย	7					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1
	2) โครงการผู้แทนการค้าไทยในตลาดเอเชียตะวันออก (Marketing Representative: MR)			420							
	2.1) โครงการผู้แทนการค้าไทยในตลาดเอเชียตะวันออก (Marketing Representative: MR) ณ เมืองฮิโรชิม่า ประเทศญี่ปุ่น	ทุกสินค้า/บริการ	ญี่ปุ่น (ฮิโรชิม่า)	180					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1/ สคค. โซซากา
	2.2) โครงการผู้แทนการค้าไทยในตลาดเอเชียตะวันออก (Marketing Representative: MR) ณ เมืองฮูจัน สาธารณรัฐเกาหลี	ทุกสินค้า/บริการ	เกาหลีใต้ (ปูซาน)	240					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1/ สคค. โซล
3) โครงการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในตลาดเกาหลี (Business Support Center: BSC) ตัวชี้วัด : - สามารถให้บริการผู้ประกอบการ/ต่างชาติไม่น้อยกว่า 100 ราย/ปี - สามารถจัดทำข้อมูลสินค้า/บริการเชิงลึกที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดได้ไม่น้อยกว่า 2 รายงาน/ปี - มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดเกาหลี เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	ทุกสินค้า/บริการ	เกาหลีใต้	100					1 พ.ย. 65	31 มี.ค. 66	สพต.1/ สคค. โซล	

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สคค.)
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (คู่)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)			
	4) โครงการส่งเสริมการขายตลาดสินค้าถ้วยหอมและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถ้วยหอมไทยเพื่อขยายตลาดส่งออกสู่ตลาดเมืองรองในญี่ปุ่น	สินค้าเกษตร ได้แก่ ถ้วยหอม	ไทย	25				2.5	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1/ สคค. โตเกียว
	5) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก							1			
	5.1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยผ่านสื่อวีดิทัศน์ ตัวชี้วัด : - สินค้าไทย อย่างน้อย 15 รายการได้ออกจำหน่ายใน TV Shopping - สินค้าไทยมีช่องทางจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น	ผลไม้ premium ข้าวพร้อมรับประทาน อาหารสำเร็จรูป เครื่องปรุงอาหาร เครื่องประดับ และสินค้าแฟชั่น	ญี่ปุ่น					1	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1/ สคค. โตเกียว
2566-030101-004	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้			127				165			
	1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดเอเชียใต้ (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)	ทุกสินค้า/บริการ		17				10			สพต.1 / สคค.เอเชียใต้
	1.1) Outgoing Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ	อินเดีย/ ปากีสถาน	10				10	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1 / สคค.เอเชียใต้
	1.2) Incoming Goodwill Mission	ทุกสินค้า/บริการ	ไทย	7					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.1 / สคค.เอเชียใต้
	2) โครงการผลักดันและส่งเสริมการค้าในตลาดเอเชียใต้	อาหาร แพชั่น โลฟสโกล์ ของใช้ในบ้าน บรรจุภัณฑ์ชีวภาพ ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง สุขภาพและความงาม	ไทย/ เอเชียใต้	30				19	1 ต.ค. 65	31 มี.ค. 66	สพต.1 / สคค.เอเชียใต้
	3) โครงการจัดคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในประเทศอินเดีย	โลฟสโกล์ เฟอร์นิเจอร์ ของประดับตกแต่ง รองเท้าแตะ อุปกรณ์กีฬา ทางน้ำ อาหารและเครื่องดื่ม จักรยานยนต์ และส่วนประกอบ	มัลดีฟส์	20				20	1 พ.ย. 65	31 มี.ค. 66	สพต.1/ สคค. เงินใน
	4) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2023 ในตลาดเอเชียใต้	อาหาร เครื่องดื่ม ผลไม้ โลฟสโกล์ ของตกแต่งบ้าน แพชั่น สุขภาพความงาม และอื่นๆ	อินเดีย/ บังกลาเทศ	60				116	1 พ.ย. 65	31 ส.ค. 66	สพต.1/ สคค. เอเชียใต้
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลางและแอฟริกา</b>				<b>4,717</b>				<b>207.5</b>			
<b>กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลางและแอฟริกา</b>				<b>4,717</b>				<b>207.5</b>			
<b>งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว</b>											
<b>งบรายจ่ายอื่น : รายการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดอเมริกา ยุโรป CIS ตะวันออกกลางและแอฟริกา</b>											
2566-030201-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา			71				97			
	1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเยือนภูมิภาคอเมริกาและลาตินอเมริกา (Outgoing Goodwill Mission) ( 2 คณะ)	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	อเมริกาเหนือ	5					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. อเมริกา สคค. ลาตินอเมริกา
	2) โครงการส่งเสริมธุรกิจไทยแสวงหาโอกาสการลงทุนและดำเนินธุรกิจในกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	ลาตินอเมริกา	10				10	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2 / สคค. ลาตินอเมริกา
	3) โครงการจ้างเหมาบริการ Marketing Representative ณ ประเทศเปรู	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	เปรู	1					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. ชินโตอา
	4) โครงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าการลงทุนในสหรัฐอเมริกาผ่าน ThaiTradeUSA.com	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	สหรัฐอเมริกา			150,000			1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. ลอสแอนเจลิส
	5) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกาในงาน NPEW 2023	สินค้าออร์แกนิกส์ (อาหาร สุขภาพและความงาม)	สหรัฐอเมริกา	15				80	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. ลอสแอนเจลิส
	6) โครงการจัดตั้ง Trade Representative ณ เมือง Houston รัฐ Texas	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา/เท็กซัส	30					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. ลอสแอนเจลิส
	7) โครงการส่งเสริมการค้าจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสนิยมแบบมหากา (Megatrend Setter)	ไลฟ์สไตล์	สหรัฐอเมริกา	10				7	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สพต. 2/ สคค./ สคค. นิวยอร์ก
2566-030201-002	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดยุโรปและCIS			4,638				111			
	1) โครงการจ้างเหมาบริการ Marketing Representative ณ เมืองวลาดิวอสต็อก สหพันธรัฐรัสเซีย	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	รัสเซีย	1					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. มอสโก
	2) โครงการจัดคณะผู้แทนระดับสูงจากภูมิภาคยุโรป และ CIS เยือนไทย (1 คณะ) ตัวชี้วัด : หน่วยงานภาครัฐ/เอกชน ไม่ต่ำกว่า 3 แห่ง/ราย	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. ยุโรป และ CIS
	3) โครงการจัดคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนยุโรปและ CIS (2 คณะ)	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	สหราชอาณาจักร/รัสเซีย	4				30	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. ยุโรป และ CIS
	4) โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศในภูมิภาคยุโรปส่งเสริมการค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA 2022			4,600				78.5			
	4.1) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในเนเธอร์แลนด์	อาหาร สินค้าของใช้ของตกแต่งบ้าน นวดแผนไทย ผลิตภัณฑ์สปา		1,500				20	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. เฮก
	4.2) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในเยอรมนี (เบอร์ลิน)	อาหาร/วัตถุดิบ เครื่องปรุงอาหาร และสินค้าต่างๆ	เยอรมนี ตอนเหนือและตะวันออกที่อยู่ในเขตอาณา	1,500				40	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต.2/ สคค. เบอร์ลิน

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สคค.)	
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด		
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (คู่)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)				
	4.3) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในอังกฤษ	วัตถุประสงค์ปรุงอาหาร อาหารไทย ผลไม้ ของใช้ตกแต่งบ้าน และธุรกิจบริการต่างๆ	อังกฤษ และประเทศในเขตอาณานิคม (ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม)	500				0.5	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต./สคค. บูคาเปสต์	
	4.4) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในโปแลนด์	อาหาร สินค้าของใช้ของตกแต่งบ้าน นวดแผนไทย ผลิตภัณฑ์สปา	โปแลนด์	600				17	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต./สคค. วอร์ซอ	
	4.5) โครงการส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในสาธารณรัฐเช็ก	อาหาร สินค้าของใช้ของตกแต่งบ้าน นวดแผนไทย ผลิตภัณฑ์สปา	เช็ก	500				1	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต./สคค. ปราก	
	5) โครงการส่งเสริมสินค้าและบริการของไทย ร่วมจัดงาน Thai Festival 2023 กับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมอสโก	สินค้าประเภทอาหาร/ผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ/ร้านอาหารไทยและร้านสปา	รัสเซีย/ กรุงมอสโก	15					1 ก.ค. 66	31 ก.ค. 66	สพต./สคค. มอสโก	
	6) โครงการขยายการค้ากับโปรตุเกส	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	โปรตุเกส/ลิสบอน	15					2	1 ม.ค. 66	31 มี.ค. 66	สพต./สคค. มาดริด
2566-030201-003	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจไปในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลาง			8								
	1) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคแอฟริกา Outgoing Goodwill แอฟริกา (1 คณะ)	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	แอฟริกา	3						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต./สคค.แอฟริกา
	2) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง Outgoing Goodwill ตะวันออกกลาง (1 คณะ)	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	ตะวันออกกลาง	3						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต./สคค. ตะวันออกกลาง
	3) โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางเยือนไทย Incoming Goodwill แอฟริกาและตะวันออกกลาง (1 คณะ)	ทุกสินค้า/ธุรกิจบริการ	ไทย	2						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สพต./สคค. แอฟริกา/ตะวันออกกลาง
	4) โครงการฟื้นฟูการส่งออกในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (MENA)	อาหาร, อัญมณี, เครื่องประดับตกแต่งบ้าน, อะไหล่รถยนต์, เครื่องสำอาง, สินค้า PPE, ธุรกิจบริการอาหารไทย ฯลฯ	กาตาร์, อิรัก, บาห์เรน, อิสราเอล, โอมาน, คูเวต, อียิปต์, จอร์แดน, อิหร่าน และซาอุดีอาระเบีย							1 พ.ย. 65	30 เม.ย. 66	สพต./สคค. ดูไบ/สคค. เจดดาห์/สคค. ไคโร/สคค. อังการ/สคค. เทลวีฟ/สคค. เตหะราน
โครงการ : โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal												
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ				2,113								
เชิงคุณภาพ : มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (ระดับกระทรวง)					30,750							
เชิงคุณภาพ : มูลค่าส่งออกสินค้า BCG ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (ระดับกระทรวง)					98							
เชิงคุณภาพ : มูลค่าส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (ระดับกระทรวง)					2,522							
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการค้าสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าฮาลาลสู่ตลาดโลก</b>				<b>145</b>				<b>7,000</b>				
กิจกรรมย่อย : พัฒนาส่งเสริมการค้าสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าฮาลาลสู่ตลาดโลก				145				7,000				
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าฮาลาล												
2566-040101-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการและสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ			145				7,000				
	1) โครงการงานแสดงสินค้า GULFOOD 2023	อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล	เมืองดูไบ/ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	90				6,770	1 ก.พ. 66	28 ก.พ. 66	สคค./สคค. ดูไบ	
	2) โครงการจัดบูธเจรจาการค้าและประชาสัมพันธ์สินค้าฮาลาลในงาน China - Arab States Expo	อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล และสินค้าฮาลาลที่เกี่ยวข้อง	จีน/ มณฑลหนึ่งเฉียะ	10				100	1 พ.ค. 66	30 ก.ย. 66	สคค./สคค. เฉิงตู	
	3) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารฮาลาลร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล	ตะวันออกกลาง จีน และอาเซียน					70	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สคค./สคค. ที่เกี่ยวข้อง	
	4) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการอาหารฮาลาล 5 จังหวัดชายแดนใต้เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล	ไทย	30					1 พ.ย. 65	30 ก.ย. 66	สคค.	
	5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารฮาลาลในงานแสดงสินค้าอาหาร (THAIFEX-ANUGA ASIA 2022)	อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล	ไทย	15				60	1 พ.ค. 66	15 มิ.ย. 66	สคค.	
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร อีวทรและธุรกิจบริการอาหาร</b>				<b>1,015</b>				<b>19,500</b>				
กิจกรรมย่อย : พัฒนาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร อีวทรและธุรกิจบริการอาหาร				1,015				19,500				
งบรายจ่ายอื่น : ภูเก็ต รายการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน Thai SELECT (ระยะที่ 3)												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร อาหารและธุรกิจบริการอาหาร												
2566-040201-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร อาหาร และธุรกิจบริการอาหาร			775				19,378				
	1) โครงการการจัดงานแสดงสินค้าอาหาร 2566 (THAIFEX - ANUGA ASIA 2023)	อาหาร เครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหาร	ไทย	500				12,398	1 พ.ค. 65	10 มิ.ย. 65	สคค.	
	2) โครงการงานแสดงสินค้า Sial 2022	สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม	กรุงปารีส/ สาธารณรัฐฝรั่งเศส	120				3,960	1 ต.ค. 65	31 ต.ค. 65	สคค./สคค. ปารีส	
	3) โครงการงานแสดงสินค้า Anuga 2023 (เตรียมการ)	อาหารและเครื่องดื่ม	เมืองโคโลญจ์/ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี	60				2,350	1 ต.ค. 66	31 ต.ค. 66	สคค./สคค. แฟรงก์เฟิร์ต	
	4) โครงการจัดธุรกิจสินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่นๆ เพื่อรองรับมาตรการกีดกันทางการค้า	สินค้าผลไม้สด แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่นๆ	ไทย	75				650	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สคค./สคค. ที่เกี่ยวข้อง	

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สศค.)
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (คู่)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)			
	5) โครงการการจัดธุรกิจออนไลน์สินค้าเกษตรและอาหารที่ผลิตจาก กัญชง กัญชา กระทั่งกับผู้ใช้ชื่อในตลาดต่างประเทศ และนิทรรศการ ความต้องการกัญชงชงตลาดโลก ภายในงาน Hemp Expo	สินค้า กัญชง กัญชา กระทั่ง	ไทย	20				20	1 พ.ย. 65	30 พ.ย. 65	สกอ.
2566-040201-002	โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้ค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)			50				122			
	1.) โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ไทยร่วมกับห้าง Makro	อาหาร เครื่องดื่ม	กัมพูชา					3	24 มี.ย. 66	5 เม.ย. 66	สกอ./ สศค. พนมเปญ
	2) โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับ ห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแคนาดา	อาหาร	แคนาดา/ รัฐบริติชโคลัมเบีย	30				15	ม.ค. 66	ส.ค. 66	สกอ./ สศค. แวนคูเวอร์
	3) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยในช่องทาง Modern Trade ในกลุ่มประเทศแถบเอเชียร่วมกับผู้นำเข้า	อาหาร, เครื่องดื่ม, ผัก และผลไม้	เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม ลักเซมเบิร์ก					5	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. เฮก
	4) โครงการส่งเสริมการขายปลีกสินค้าอาหารและผลไม้ไทยผ่าน ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ในไต้หวัน	อาหารและผลไม้	ไต้หวัน	5					1 มี.ค. 66	30 มี.ย. 66	สกอ./ สศค. มณฑล (ส่วนที่ 2)
	5) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้าและคู่ค้า ในต่างประเทศ In-Store Promotion (หนานหนิง)	ผลไม้ อาหารและ เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น	จีน / เมืองหนานหนิง					5	เม.ย. 66	ก.ย. 66	สกอ./ สศค. หนานหนิง
	6) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต Yonghui มหานคร ฉงชิ่ง	อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส ผักผลไม้ ขนม ขบเคี้ยว ข้าวไทย	จีน/ มหานครฉงชิ่ง	10				15	เม.ย. 66	ส.ค. 66	สกอ./ สศค. ฉงชิ่ง
	7) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยในตลาดจีนเมืองฮาร์บิน	ผลไม้ไทย อาหารและ เครื่องดื่ม	จีน/ เมืองฮาร์บิน (มณฑล เฮยหลงเจียง)					10	พ.ย. 65	ก.ย. 66	สกอ./ สศค. ชิงต่าว
	8) โครงการขับเคลื่อนการค้าผ่าน Modern Trade	สินค้าอาหาร	จีน/ เมืองฮ่องกง					45	1 ม.ค. 66	31 ส.ค. 66	สกอ./ สศค. ฮ่องกง
	9) โครงการเจาะตลาดกลุ่มอิสลามและเอเชียในสหรัฐอเมริกา	อาหาร/อาหารแปรรูป/ ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป/ เครื่องดื่ม	สหรัฐอเมริกา					5	1 มี.ค. 66	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. นิวยอร์ก
	10) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/คู่ค้าใน ต่างประเทศ (In-Store Promotion) ณ นครคูนหมิง (Hema Supermarket)	อาหาร ผักแปรรูป เครื่องปรุงรส ข้าว เครื่องแกง ขนมขบเคี้ยว และเครื่องดื่ม	จีน/ นครคูนหมิง	5				10	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. คูนหมิง
	11) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าใน มณฑลยูนนาน (In-Store/Joint Promotion)	อาหาร เครื่องดื่ม อาหาร future food อาหาร สุขภาพ ผักผลไม้ เครื่องปรุง รส	จีน/ เมืองเซี่ยเหมิน หรือ เมืองยู่เจียว					9	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. เซี่ยเหมิน
2566-040201-003	โครงการหลักพัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหาร และธุรกิจบริการอาหารไทย			190				-			
	1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการ อาหารไทย ในภูมิภาคอเมริกาเหนือ	สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย	สหรัฐอเมริกา และแคนาดา						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. อเมริกาเหนือ
	2) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการ อาหารไทย ในภูมิภาคยุโรป	สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย	สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี ออสเตรเลีย เช็ก อิตาลี ฮังการี เดนมาร์ก โปแลนด์ เนเธอร์แลนด์ สเปน						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. ยุโรป
	3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการ อาหารไทย ในตลาดจีน	สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย	จีน						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. จีน
	4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการ อาหารไทย ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก	สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย	ไต้หวัน ฮ่องกง ญี่ปุ่น เกาหลี ใต้						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค. เอเชีย ตะวันออก
	5) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการ อาหารไทย ในภูมิภาคอาเซียน	สินค้าอาหารไทย ธุรกิจบริการอาหารไทย	อินโดนีเซียสิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม มาเลเซีย เมียนมาร์						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ./ สศค.อาเซียน
2566-040201-004	9) โครงการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน Thai SELECT (ระยะที่ 3)	ร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ อาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT	ทั่วโลก						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สกอ.
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม</b>				<b>184</b>				<b>2,720</b>			
<b>กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม</b>				<b>184</b>				<b>2,720</b>			
<b>งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว</b>											
<b>งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม</b>											
2566-040301-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม			184				2,720			
	1) โครงการจัดตั้งจากการค้าในงาน THAITAM 2022	เครื่องจักรกลการเกษตร	ไทย	25				250	1 ธ.ค. 65	31 ธ.ค. 65	สกอ.
	2) โครงการจัดตั้งจากการค้าสินค้ายางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง	ยางพาราและผลิตภัณฑ์ ยาง	ไทย	40				500	1 ม.ค. 66	30 มี.ย. 66	สกอ.
	3) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมเยือนภูมิภาค ตะวันออกกลาง และภูมิภาคแอฟริกา	สินค้าอุตสาหกรรม	ภูมิภาคตะวันออกกลาง/ ภูมิภาคแอฟริกา	10				120	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สกอ.
	4) โครงการจัดตั้งจากการค้าสินค้าอุตสาหกรรม	สินค้าอุตสาหกรรม / สินค้าเครื่องมือแพทย์/ เภสัชภัณฑ์และอาหารสัตว์ เลี้ยง	ไทย	30				300	1 มี.ย. 66	31 ส.ค. 66	สกอ.
	6) งานแสดงสินค้า AUTOMECHANIKA DUBAI 2022	ชิ้นส่วน อะไหล่ยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่ง	สหรัฐอเมริกาฮอโนลูลู	25				800	1 ต.ค. 65	30 พ.ย. 65	สกอ./ สศค. ดูไบ
	7) งานแสดงสินค้า AAPEX 2022	ชิ้นส่วน อะไหล่ยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่ง	สหรัฐอเมริกาคราลาสเวกัส	19				300	1 พ.ย. 65	30 พ.ย. 65	สกอ./ สศค. ลอสแอนเจลิส





แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สศค.)	
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด		
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (ผู้)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)				
2566-040602-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์				20				20			
	1) โครงการส่งเสริมพัฒนาสินค้าและเทคนิคการผลิตของผู้ประกอบการ Material Thai สู่ตลาดญี่ปุ่นปี 2566	ไลฟ์สไตล์ - วัสดุตกแต่ง - BCG	ไทย/ญี่ปุ่น		20				20	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศค./ สศค. โตเกียว
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้า BCG ที่มีนวัตกรรม และการออกแบบดี					80				25			
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว												
2566-040603-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้า BCG ที่มีนวัตกรรม และการออกแบบดี	สินค้า BCG	เนเธอร์แลนด์/ สวีเดน/ฝรั่งเศส/ เยอรมนี/ ญี่ปุ่น		80				25	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม./ สศค. โอซากา/ สศค. แฟรงก์เฟิร์ต/ สศค. กรุงเทพฯ
โครงการ : โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล												
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ					32,000							
เชิงคุณภาพ : ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ							90					
กิจกรรมหลัก : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล					32,000							
กิจกรรมย่อย : สร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล					32,000			90				
งบรายจ่ายอื่น : คุกกี้ที่ รายการระบบพัฒนาเพื่อยกระดับระบบบริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล												
2566-050101-001	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล				32,000							
	1) โครงการบริหารฐานข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ 1.1 งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 1.2 งานแสดงสินค้า Thailand International Auto Parts & Accessories 1.3 งานแสดงสินค้า Thailand International Logistics Fair	1. สินค้าไลฟ์สไตล์ 2. ชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์/อุปกรณ์ตกแต่ง 3. บริการโลจิสติกส์และที่เกี่ยวข้อง	ไทย		15,000		90			1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.
	2) โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	ทุกสินค้าและบริการ	ไทย		17,000		90			1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.
2566-050101-002	โครงการพัฒนาเพื่อยกระดับระบบบริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ	ทุกสินค้าและบริการ	ไทย							1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สสพ.
โครงการ : โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ												
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและรางวัลค่าเพิ่ม					465							
เชิงปริมาณ : จำนวนครั้งของการรับซื้อของส่งเสริมจากลูกค้าในประเทศ							9,000,000					
กิจกรรมหลัก : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ					465							
กิจกรรมย่อย : สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ					465							
งบรายจ่ายอื่น : คุกกี้ที่ รายการพัฒนาและบริหารเว็บไซต์ Prime Minister's Export Award												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการสร้างแบรนด์การค้าประเทศไทยในด้านการค้าและบริการสู่ยุค Thailand 4.0 (Branding Thailand : Thailand 4.0)												
2566-060101-001	โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ				465							
	1. โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยผ่านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพที่ได้รับตรา Thailand Trust Mark การพัฒนาและส่งเสริมแบรนด์สินค้าและบริการที่ได้รับตรา Thailand Trust Mark	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย/ แคนาดา/ จีน		195					1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สนม.
	2. โครงการส่งเสริมสินค้าที่มีกรออกแบบดีสุดตลาดโลก ปี 2566	เฟอร์นิเจอร์/ไลฟ์สไตล์/แฟชั่น/ อุตสาหกรรม/บรรจุภัณฑ์/ กราฟิก	ไทย/ อิตาลี/ ออสเตรเลีย/ เนเธอร์แลนด์/ มาเลเซีย		90					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม./ สศค. มิลาน/ สศค. เวียนนา/ สศค. เฮก/ สศค. กัวลาลัมเปอร์
	3. โครงการส่งเสริมสินค้าที่มีกรออกแบบดี ปี 2566 (Design Excellence Award (DEmark))	เฟอร์นิเจอร์/ไลฟ์สไตล์/แฟชั่น/ อุตสาหกรรม/บรรจุภัณฑ์/กราฟิก/ตกแต่งภายใน	ไทย/ญี่ปุ่น/เกาหลีใต้		180					1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม./ สศค. โตเกียว/ สศค. โซล
2566-060101-002	โครงการพัฒนาและบริหารเว็บไซต์ Prime Minister's Export Award	ไม่ใช้สินค้าบริการ	ไทย							1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม.
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ							9,000,000					
งบรายจ่ายอื่น : ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการของไทยที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ							9,000,000					
2566-060102-001	โครงการสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ	ทุกสินค้าและบริการ	ทุกตลาด				7,000,000			1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สปส.
2566-060102-002	โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูลสินค้าและบริการเพื่อการค้าระหว่างประเทศ	ทุกสินค้าและบริการ	ทุกตลาด				2,000,000			1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สปส.
โครงการ : โครงการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดด้วยพาณิชย์ดิจิทัล												
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมให้ขายช่องทางผ่าน e-Commerce					25,800							
เชิงคุณภาพ : มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ ThaiTrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ (ล้านบาท) (ระดับกระทรวง)								2,000				
กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมพัฒนาพาณิชย์ดิจิทัล					25,800			2,000				
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมพัฒนาพาณิชย์ดิจิทัล					25,800			2,000				
งบรายจ่ายอื่น : คุกกี้ที่ รายการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย (National e-Marketplace Platform)												
งบรายจ่ายอื่น : คุกกี้ที่ รายการพัฒนาระบบส่งเสริมการเจรจาการค้า online อัจฉริยะ (Smart Online Business Matching : OBM)												
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและส่งเสริมพาณิชย์ดิจิทัล												
2566-070101-001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าปลีกสมัยใหม่ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ				800				200			
	1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ	ทุกสินค้า	เอเชีย ยุโรป อเมริกา						65	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท. สศค.ทุกแห่ง
	2) โครงการส่งเสริมและผลักดันผู้ประกอบการไทยสู่การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนในตลาดโลก (Cross-border e-Commerce Solutions)	ทุกสินค้า	ทุกประเทศ		800				120	1 ม.ค. 66	30 ก.ย. 66	สศท. สศค.ทุกแห่ง

แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/โครงการย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศ/ เมือง ที่จัดกิจกรรม	ตัวชี้วัด					ระยะเวลา		หน่วยงาน (ส่วนกลาง/สศค.)
				เงินงบประมาณ					เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				เชิงปริมาณ (ราย)	เชิงปริมาณ (ครั้ง)	เชิงปริมาณ (คู่)	เชิงคุณภาพ (ร้อยละ)	เชิงคุณภาพ (ล้านบาท)			
	3) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ในญี่ปุ่นผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce ตัวชี้วัด : สินค้าไทยที่เข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่า 500 รายการ	อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าเพื่อสุขภาพและ ความงาม	ญี่ปุ่น					10	1 พ.ค. 66	30 ก.ย. 66	สศค. โตเกียว/ สศท.
	4) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยเจาะตลาดออนไลน์เนเธอร์แลนด์	อาหาร เครื่องดื่ม ผักผลไม้	เนเธอร์แลนด์					5	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท./ สศค. เฮก
2566-070101-002	โครงการพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศ เพื่อส่งเสริม SMEs จากฐานรากสู่สากล			25,000				1,800			
	1) โครงการศูนย์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย (National E-Commerce Center)	ทุกสินค้าและบริการ	ไทย	25,000				1,800	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท.
	2) โครงการพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ตัวชี้วัด : ระบบสามารถให้บริการได้อย่างสมบูรณ์ มีเวลา downtime ไม่นเกินร้อยละ 1	ทุกสินค้าและบริการ	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท.
2566-070101-003	โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ E-Commerce ระหว่างประเทศ					6					
	1) โครงการจัดทำและติดตามประเมินผลการดำเนินงานภายใต้ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย			2			1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท.
	2) โครงการวิเคราะห์ข้อมูลการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Analysis)	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท.
	3) โครงการจัดประชุมคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ	ทุกกลุ่มสินค้า	ไทย			4			1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท.
2566-070101-004	โครงการระบบการเจรจาการค้า Online อัจฉริยะ (SMART OBM)										
	1) โครงการพัฒนาระบบส่งเสริมการเจรจาการค้า Online อัจฉริยะ (Smart Online Business Matching : OBM) ตัวชี้วัด : ระบบสามารถให้บริการได้อย่างสมบูรณ์ มีเวลา downtime ไม่นเกินร้อยละ 1	ทุกสินค้า	ทุกประเทศ						1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สศท.
<b>โครงการ : โครงการขยายการค้าตลาดสู่สากล</b>											
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ประกอบการสินค้าและบริการศักยภาพที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ						630					
เชิงคุณภาพ : มูลค่าการค้าส่งออกของ SME ที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ล้านบาท) (ระดับกระทรวง)								90			
<b>กิจกรรมหลัก : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรคยุคใหม่สู่สากล</b>						630		90			
กิจกรรมย่อย : ส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรคยุคใหม่สู่สากล						630		90			
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว											
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรคยุคใหม่สู่สากล											
2566-080101-001	โครงการขยายการค้าตลาดสู่สากล			630				90			
	1) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก (Designers' Room/Talent Thai Promotion)	ไลฟ์สไตล์/ แฟชั่น	ไทย/ ไต้หวัน/ ฝรั่งเศส/ จีน	240				44	1 ธ.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม./ สศค. ปารีส/ สศค. เซี่ยงไฮ้/ สศค. มะนิลา (ส่วนที่ 2)
	2) โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Services Society)	ไลฟ์สไตล์/อุตสาหกรรม/ บรรจุภัณฑ์/ กราฟฟิก	ไทย	100				-	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม.
	3) โครงการส่งเสริมแบรนด์ผู้ประกอบการยุคใหม่สู่สากล ปี 2566 (MOC 4I : THAI BRAND HERO PROGRAM)	สินค้าเกษตรและอาหาร/ สุขภาพและความงาม/ ไลฟ์สไตล์/ธุรกิจบริการ	จีน/ อาเซียน	160				23	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม.
	4) โครงการส่งเสริมสินค้าบริการด้านนวัตกรรม ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสู่สากล (Thailand Innovation Promotion)	ทุกสินค้า	ไทย/ เกาหลีใต้/ ออสเตรเลีย	130				23	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สนม./ สศค. โซล/ สศค. ซิดนีย์
<b>แผนงาน : แผนงานบูรณาการพัฒนาด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์</b>											
<b>โครงการ : โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์</b>											
เชิงปริมาณ : จำนวนผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา (ราย) (ระดับกระทรวง)						50					
เชิงปริมาณ : จำนวนการจัดธุรกิจระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ (คู่)								200			
เชิงคุณภาพ : มูลค่าการค้าของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและเครือข่ายที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนา (ล้านบาท) (ระดับกระทรวง)								500			
<b>กิจกรรมหลัก : พัฒนาและส่งเสริมโลจิสติกส์การค้า</b>											
กิจกรรมย่อย : พัฒนาและส่งเสริมโลจิสติกส์การค้า						50		500			
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว											
งบรายจ่ายอื่น : รายการค่าใช้จ่ายพัฒนาและส่งเสริมโลจิสติกส์เพื่อการค้า											
2566-090101-001	โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์			50		200		500			
	1) โครงการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและขยายพันธมิตรธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ (งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ (TILOG - LOGISTIX 2023))	โลจิสติกส์	ไทย	50		200		500	1 ม.ค. 66	31 ต.ค. 66	สศท.

แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
<b>รวมแผนงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2566 (จำนวน 60 โครงการ)</b>							
<b>• การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งออก (จำนวน 60 โครงการ)</b>							
<b>1. แผนปฏิบัติการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ (จำนวน 45 โครงการ)</b>							
<b>กลยุทธ์ที่ 1.1 การผลักดันผลิตภัณฑ์เป้าหมาย (จำนวน 32 โครงการ)</b>							
1	2566-91-E2T5-0001	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการและสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สกอ./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) คณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารฮาลาลเยือนตลาดตะวันออกกลาง	อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล	ตะวันออกกลาง		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 60 ล้านบาท	สกอ.
		2) คณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารฮาลาลเยือนตลาดจีน	อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล	จีน		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท	สกอ.
2	2566-91-E2T5-0002	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเกษตร อาหาร อาหารฮาลาล และสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก	เกษตร อาหาร อาหารฮาลาล และสินค้าอุตสาหกรรม	ทั่วโลก	1 OCT 22 - 30 SEP 23	การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ 20 ล้าน impressions	สค./สกอ./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
3	2566-91-E2T5-0003	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตร อาหาร และธุรกิจบริการอาหาร			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สกอ./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารไปเจรจาการค้าที่ภูมิภาคอเมริกาใต้	อาหารและเครื่องดื่ม	อเมริกาใต้		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท	สกอ./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		2) โครงการงานแสดงสินค้า Fine Food Australia 2023	อาหารและเครื่องดื่ม	ออสเตรเลีย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 24 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สกอ./สคต. ซิดนีย์
		3) โครงการ Seoul Food 2023	อาหารและเครื่องดื่ม	เกาหลีใต้		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 16 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 24 ล้านบาท	สกอ./สคต. โซล
		4) โครงการงานแสดงสินค้า BioFach 2023	เกษตรอินทรีย์	เยอรมนี		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 12 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 12 ล้านบาท	สกอ./สคต. แฟรงก์เฟิร์ต
		5) โครงการงานแสดงสินค้า Foodex Japan 2023	อาหารและเครื่องดื่ม	ญี่ปุ่น		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 12 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 32 ล้านบาท	สกอ./สคต. โตเกียว
4	2566-91-E2T5-0004	โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion)			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สกอ./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าในประเทศอียิปต์ (In-Store Promotion)	ทุกสินค้า	อียิปต์		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท	สกอ./สคต. ไคโร
		2) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับผู้นำเข้าในประเทศเคนยา	ทุกสินค้า	เคนยา		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สกอ./สคต. ไนโรบี
5	2566-91-E2T5-0005	โครงการพัฒนาส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สกอ./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย ในภูมิภาคตะวันออกกลาง	อาหารและเครื่องดื่ม / บริการ	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์/อิสราเอล/ตุรกี		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 5 ราย	สกอ./สคต. ในภูมิภาคตะวันออกกลาง
		2) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย ในภูมิภาคอื่นๆ	อาหารและเครื่องดื่ม / บริการ	อินเดีย/ ศรีลังกา/ ออสเตรเลีย/ สาธารณรัฐชิลี/ ประเทศอื่นๆ		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย	สกอ./สคต. ในภูมิภาคเอเชียใต้ โอเชียเนีย อเมริกาใต้ แอฟริกา
		3) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย ในประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม / บริการ	ในประเทศ และ ต่างประเทศ (ทั่วโลก)		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 60 ราย	สกอ./สคต.(ทั่วโลก)
6	2566-91-E2T5-0006	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอุตสาหกรรม			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สกอ.
		งานแสดงสินค้า TAPA 2023	ชิ้นส่วน อะไหล่ ยานยนต์และอุปกรณ์ตกแต่ง	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 120 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 1,500 ล้านบาท	สกอ.
7	2566-91-E2T5-0007	โครงการประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ (สินค้าอุตสาหกรรม)			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สกอ.
		งานแสดงสินค้า TAPA 2023	ชิ้นส่วน อะไหล่ยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่ง	ไทย			สกอ.
8	2566-91-E2T5-0008	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สคต./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์ใหม่สำหรับงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok	กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ของขวัญของขวัญ ของใช้และตกแต่งบ้าน แฟชั่น เครื่องหนัง และเฟอร์นิเจอร์	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท	สคต.

แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
		2) โครงการขยายตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์ "Lifestyle by STYLE Bangkok" สำหรับยุค Next Normal	กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ของขวัญของขวัญ ของใช้และตกแต่งบ้าน แฟชั่น เครื่องหนัง และเฟอร์นิเจอร์	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 45 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 80 ล้านบาท	สลด./ สลด.โตเกียว/สลด.ดูไบ/ สลด.กรุงมะนิลา
9	2566-91-E2T5-0009	โครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการแฟชั่น			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สลด./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นไทยในต่างประเทศ (คณะผู้แทนการค้า)	สินค้าแฟชั่น	ญี่ปุ่น		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 47 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท	สลด./สลด.โอซาก้า/ สลด.โตเกียว
10	2566-91-E2T5-0010	โครงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สลด./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems and Jewelry Fair) ครั้งที่ 68	อัญมณีและเครื่องประดับ	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 700 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 1,100 ล้านบาท	สลด./สคต.ทั่วโลก
		2) โครงการผลักดันผู้ประกอบการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดโลกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	อัญมณีและเครื่องประดับ	ไทย		- จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ ไม่ต่ำกว่า 100,000 คน - ร้อยละความพึงพอใจในการใช้งานของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 85	สลด./ สคต.ภูมิภาคอเมริกา
		3) โครงการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2566 (Bangkok Gems and Jewelry Fair 2023)	อัญมณีและเครื่องประดับ	ไทย		- จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์จำนวนไม่น้อยกว่า 180 ครั้ง - จำนวนการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์และออนไลน์ไม่น้อยกว่า 18 ล้าน reaches	สลด.
11	2566-91-E2T5-0011	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้าสำหรับ Niche Market			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สลด./สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการพัฒนาและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home)	ไลฟ์สไตล์/แฟชั่น (ของตกแต่งบ้าน)	อิตาลี		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สลด./สคต.มิลาน
		2) โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง	สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง	ไทย/อิตาลี		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท	สลด./สคต.มิลาน
		3) โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้าสำหรับ Niche Market ในงานแสดงสินค้า STYLE BANGKOK	สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ / สินค้าสำหรับแม่และเด็ก/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง และสินค้า OTOP	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 40 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สลด.
		4) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า Niche Market	สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ 60+ / สินค้าสำหรับแม่และเด็ก/ สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง และสินค้า Hospitality (Host & Home)	ไทย		จำนวนผู้ติดตามข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น 25,000 ราย/ปี	สลด.
12	2566-91-E2T5-0012	โครงการพัฒนาและส่งเสริม OTOP สู่ตลาดสากล			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สลด.
		โครงการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล	สินค้า OTOP	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 30 ราย	สลด.
13	2566-91-E2T5-0013	โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการสนับสนุนและสินค้าที่เกี่ยวข้องสู่ตลาดต่างประเทศ			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพบ./สคต.ที่เกี่ยวข้อง/สหพ.
		1) คณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริการศึกษานานาชาติเยือนเอเชีย	ธุรกิจบริการการศึกษา	อินเดีย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สหพ./สคต.กรุงนิวเดลี
		2) กิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจ Tech Startup ในงานแสดงสินค้า Next Rise (Seoul)	ธุรกิจบริการ Tech Startup	เกาหลีใต้		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 8 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท	สหพ./สคต.กรุงโซล
		3) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของไทยในส่วนภูมิภาค	ธุรกิจบริการสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 50 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท	สหพ./สหพ.อุดรธานี
		4) China International Fair for Trade in Services 2023	สุขภาพความงาม/ ดิจิทัลคอนเทนต์/ ธุรกิจบริการสนับสนุน/ ธุรกิจโลจิสติกส์	จีน		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 5 ราย	สหพ./สคต.เซี่ยงไฮ้
14	2566-91-E2T5-0014	โครงการส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายเครือข่ายของผู้ให้บริการโลจิสติกส์			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สหพ.
		1) โครงการจัดทำข้อมูลโลจิสติกส์ไทยเพื่อการค้าระหว่างประเทศ	โลจิสติกส์	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าใช้งาน 10,000 ราย	สหพ.
		2) โครงการยกระดับมาตรฐานการให้บริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานสากล	โลจิสติกส์	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย	สหพ.
15	2566-91-E2T5-0018	โครงการ Think Rice ThinkThailand ส่งเสริมการขยายตลาดข้าวไทยในฟิลิปปินส์ (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	ฟิลิปปินส์	1 OCT 22 - 30 SEP 23	มีมูลค่าสั่งซื้อทันที 5 ล้านบาท และมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 25 ล้านบาท	สคต. ณ กรุงมะนิลา (งบข้าว)

แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
16	2566-91-E2T5-0019	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ข้าวไทยผ่านร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในตลาดฮ่องกง (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	ฮ่องกง	1 OCT 22 - 30 SEP 23	ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคข้าวไทยจำนวน 10 ร้านค้า	สคต. ณ เมืองฮ่องกง (งบข้าว)
17	2566-91-E2T5-0020	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวไทยผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์ในตลาดจีน (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	จีน	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. การส่งออกสินค้าข้าวมายังประเทศจีนปี 2566 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 2. มียอดผู้เข้าชมบน post ของ KOL ไม่ต่ำกว่า 1 ล้าน	สคต. ณ เมืองกวางโจว (งบข้าว)
18	2566-91-E2T5-0021	โครงการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยผ่านสื่อออนไลน์และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวร่วมกับร้านอาหารไทยที่ได้รับเครื่องหมาย Thai Select ในนครคุนหมิง (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	จีน	1 OCT 22 - 30 SEP 23	มีมูลค่าสั่งซื้อสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ภายใน 1 ปี	สคต. ณ นครคุนหมิง (งบข้าว)
19	2566-91-E2T5-0022	โครงการจัดคณาประชสัมพันธ์ข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวในงานแสดงสินค้า China Food and Drink Fair 2023 นครเฉิงตู (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	จีน	1 OCT 22 - 30 SEP 23	จัดแสดงสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไม่น้อยกว่า 20 รายการ	สคต. ณ นครเฉิงตู (งบข้าว)
20	2566-91-E2T5-0023	โครงการส่งเสริมการขายสินค้าข้าวไทยร่วมกับผู้นำเข้า/ห้าง/ซูเปอร์มาร์เก็ต ณ นครหนานชิ่ง (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	จีน	1 OCT 22 - 30 SEP 23	ยอดจำหน่ายในช่วงการจัดกิจกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	สคต. ณ นครเฉิงตู (งบข้าว)
21	2566-91-E2T5-0024	โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าข้าวไทยในเขตภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	จีน	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. มีร้านอาหารหรือร้านอาหารต่างชาตินำเอาข้าวไทยมาใช้ประกอบอาหาร/กำหนดเป็นเมนูแนะนำพิเศษของร้านอย่างน้อย 1 ร้าน 2. มียอดผู้เข้าชม ยอดไลค์ ยอดแสดงความคิดเห็นในสื่อประชาสัมพันธ์ของ KOL ที่เข้าร่วมกิจกรรม รวมกันไม่น้อยกว่า 1,000,000 ราย	สคต. ณ เมืองชิงเต่า (งบข้าว)
22	2566-91-E2T5-0041	โครงการส่งเสริมการจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยในไต้หวัน (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	ไต้หวัน	1 OCT 22 - 30 SEP 23	มูลค่าการจำหน่ายสินค้าข้าวไทยในห้าง/ซูเปอร์มาร์เก็ตที่เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในช่วงจัดกิจกรรม	สคต. ณ กรุงมณฑลไถเป่ย์ (งบข้าว)
23	2566-91-E2T5-0026	โครงการขยายตลาดข้าวหอมมะลิไทยในออสเตรเลีย (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	ออสเตรเลีย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. ตัดแผนผู้นำเข้า 2 ราย เดินทางเยือนไทยและเกิดการสั่งซื้อข้าวหอมมะลิไทยภายใน 1 ปี 2. เข้าถึงผู้บริโภค (Reach) ผ่านสื่อออนไลน์ไม่ต่ำกว่า 40,000 ราย	สคต. ณ กรุงเวียงนา (งบข้าว)
24	2566-91-E2T5-0027	โครงการขยายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในเยอรมนี (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	เยอรมนี	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค ผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง ร้านอาหารไทย และสื่อมวลชนต่างจำนวนไม่น้อยกว่า 100,000 คน 2. มูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวหรือผลิตภัณฑ์จากข้าวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0 เทียบกับปีก่อนหน้า	สคต. ณ กรุงเบอร์ลิน (งบข้าว)
25	2566-91-E2T5-0028	โครงการส่งเสริมข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในตลาดอิตาลี Think Rice, Think Thailand ปีที่ 4 (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	อิตาลี	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. ยอดจำหน่ายข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยของเอเชีย ซูเปอร์มาร์เก็ตที่เข้าร่วมกิจกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในช่วงจัดกิจกรรม 2. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับโรงเรียนสอนทำอาหารมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 50 คน 3. การลง Post ของ Blogger/Influencer มีการกด like ไม่ต่ำกว่า 2,000 like 4. ลงประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ (สำหรับชาวท้องถิ่น) จำนวน 1 ข่าว/บทความ	สคต. ณ เมืองมิลาน (งบข้าว)
26	2566-91-E2T5-0029	โครงการส่งเสริมการขายสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตทางฝั่งตะวันตกของประเทศแคนาดา (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	แคนาดา	1 OCT 22 - 30 SEP 23	มีมูลค่าสั่งซื้อสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท	สคต. ณ นครแวนคูเวอร์ (งบข้าว)
27	2566-91-E2T5-0030	โครงการขยายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในแคนาดาปี 2566 (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	แคนาดา	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นภายใน 1 ปีขั้นต่ำ 250 ล้านบาท	สคต. ณ นครโทรอนโต (งบข้าว)
28	2566-91-E2T5-0031	โครงการสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มความถี่ของการบริโภคข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวในสหรัฐฯ (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	สหรัฐอเมริกา	1 OCT 22 - 30 SEP 23	400 ราย (จำนวนผู้ประกอบการส่งสินค้าไปร่วมจัดแสดง 5-10 ราย และจำนวนผู้เข้าชมงานที่แวะเยี่ยมชมดูหาไทยตลอดงาน 4 วัน)	สคต. ณ นครชิคาโก (งบข้าว)

แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
29	2566-91-E2T5-0032	โครงการส่งเสริมการขายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	สหรัฐอเมริกา	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. กลุ่มผู้บริโภคในตลาดสหรัฐฯ เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยอย่างน้อย 450,000 ราย 2. มูลค่าการส่งออกข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทยมาสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 (สะท้อนผ่านยอดขายที่เพิ่มขึ้นของห้างค้าปลีกและผู้นำเข้าที่ร่วมกิจกรรม)	สคต. ณ นครลอสแอนเจลิส (งบข้าว)
30	2566-91-E2T5-0033	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวไทยของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ปี 2566 (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	สหรัฐอเมริกา	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1. สื่อดิจิทัลถูกแสดงต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างน้อย 7 ล้านครั้ง 2. จำนวนการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค (Social Media Interaction) อย่างน้อย 10,000 ครั้ง	สคต. ณ นครนิวยอร์ก (งบข้าว)
31	2566-91-E2T5-0034	โครงการส่งเสริมตลาดสินค้าข้าวผ่านช่องทางออนไลน์ร่วมกับ Influencer ทำอาหารชื่อดังชาวอาร์เจนตินา (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	อาร์เจนตินา	1 OCT 22 - 30 SEP 23	มูลค่าสั่งซื้อข้าวและผลิตภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 3 ล้านบาท ภายใน 1 ปี	สคต. ณ กรุงบัวโนสไอเรส (งบข้าว)
32	2566-91-E2T5-0035	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ข้าวไทยในอียิปต์ (งบข้าว)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว	อียิปต์	1 OCT 22 - 30 SEP 23	จำนวนผู้เข้าร่วมงานและเข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 2,000 ราย	สคต. ณ กรุงไคโร (งบข้าว)
กลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศของไทย (จำนวน 4 โครงการ)							
33	2566-91-E2T6-0001	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy)			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพม./สคต.โซล
		1) โครงการเปิดโลกการค้ากับทูตพาณิชย์ (Export Clinic)	ทุกสินค้า	ไทย		- ผู้เข้าร่วมโครงการ 300 ราย - ร้อยละ 85 ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ	สพม.
		2) โครงการเสริมสร้างความรู้ทางการค้ายุคใหม่ในงานแสดงสินค้าในประเทศ	สินค้าอาหาร สินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	ไทย		- ผู้เข้าร่วมโครงการ 1,000 ราย - ร้อยละ 85 ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ	สพม.
		3) โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในต่างประเทศ (เกาหลี)	ทุกสินค้า	ไทย		- ผู้เข้าร่วมโครงการ 200 ราย - ร้อยละ 85 ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ	สพม./สคต.โซล
		4) โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในประเทศ (ญี่ปุ่น)	ทุกสินค้า	ไทย		- ผู้เข้าร่วมโครงการ 200 ราย - ร้อยละ 85 ของความพึงพอใจของผู้รับบริการ	สพม./สคต.
		5) โครงการประชาสัมพันธ์สถาบันผู้ประกอบการค้ายุคใหม่และหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy Academy)	ทุกสินค้า	ไทย		- จำนวนคนติดตามรายใหม่ 1,000 ราย - สร้างการรับรู้จำนวน 100,000 ครั้ง	สพม.
		6) โครงการติดตามและประเมินผลเพื่อการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ	ทุกสินค้า	ไทย		ติดตามเชิงลึกจากผู้เข้าร่วมอบรมของสถาบันฯ 3,500 ราย	สพม.
34	2566-91-E2T6-0002	โครงการบำรุงรักษาระบบงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (PROGRESS) ปี 2566	ทุกประเภทสินค้าและบริการ	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	- ระบบมีการบำรุงรักษา 1 ระบบ - ระบบสามารถทำงานตลอดได้ 24 ชั่วโมง	สค./สสب.
35	2566-91-E2T6-0003	โครงการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล	ทุกสินค้า	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สสب.
		1) โครงการบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอาหาร 2566 (THAIFEX-ANUGA ASIA 2023 "The Hybrid Edition")	อาหารและเครื่องดื่ม	ไทย		จำนวนผู้เข้าชมงาน 30,000 ราย	สสب.
		2) โครงการบริหารข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการลงทะเบียนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	อัญมณีและเครื่องประดับ	ไทย		จำนวนผู้เข้าชมงาน 6,000 ราย	สสب.
36	2566-91-E2T6-0004	โครงการศูนย์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	ทุกสินค้า	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สสب.
		1) โครงการศูนย์บริการ DITP Service Center เพื่อการค้าระหว่างประเทศ	ทุกประเภทสินค้าและบริการ	ไทย		จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ 500 ราย	สสب.
กลยุทธ์ที่ 1.3 การพัฒนาส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ (จำนวน 6 โครงการ)							
37	2566-91-E2T7-0001	โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์กรมฯ ด้านการค้าระหว่างประเทศ กิจกรรมและบริการต่างๆ ของกรมฯ (Corporate Image)	ทุกสินค้า	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	ร้อยละ 75 ของผู้เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์	สค./สสป.
38	2566-91-E2T7-0002	โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ผ่านสื่อมวลชนต่างประเทศ	ทุกสินค้า	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	จำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ ร้อยละ 100 ของสื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน	สค./สสป.
39	2566-91-E2T7-0003	โครงการเผยแพร่ข้อมูลการส่งออกสินค้าและบริการของไทยทั้งในและต่างประเทศผ่านสื่อมวลชนสัมพันธ์	ทุกสินค้า	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	การเผยแพร่ข่าวกิจกรรมภายใต้โครงการ อย่างน้อยร้อยละ 100 ของสำนักข่าวที่เข้าร่วมกิจกรรม	สค./สสป.
40	2566-91-E2T7-0004	โครงการสร้างเครือข่ายจัดแถลงข่าวกิจกรรมประชาสัมพันธ์	ทุกสินค้า	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	จำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของสื่อมวลชนเข้าร่วมงาน	สค./สสป.

แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
41	2566-91-E2T7-0005	โครงการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าเพื่อตอบสนองวิถีชีวิตใหม่และเมกาเทรนด์	ทุกสินค้า	ทั่วโลก	1 OCT 22 - 30 SEP 23	- จำนวนผู้รับรู้อาเซียนโครงการ 5,000,000 ครั้ง - เกิดความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริการของไทยที่ตอบโจทย์ยุค Next Normal และ Megatrends	สค./สพส.
42	2566-91-E2T7-0006	โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สนม.
		1) ภาพลักษณ์สินค้าไทยสู่ SDG	ทุกสินค้า	ไทย		- ผู้ประกอบการได้รับการประชาสัมพันธ์ 50 ราย - มีผู้เข้าถึง 150,000 ราย	สนม.
		2) โครงการส่งเสริมการค้าภายใต้รางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น ปี 2566 (Prime Minister's Export Award 2023)	ทุกสินค้า	ไทย		ผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเข้ารับรางวัล PM Award จำนวน 70 ราย	สนม.
กลยุทธ์ที่ 1.4 การพัฒนาองค์กรสู่อนาคต จำนวน 3 โครงการ							
43	2566-91-E2T8-0001	โครงการปรับปรุงรายการทางบัญชีและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพค.
		1) การจ้างบุคลากรเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังและปรับปรุงรายการค่างานบัญชีของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ		ไทย		10 ราย	สพค. (คลัง)
		2) การจัดประชุมคณะทำงานประสานงานทางบัญชีของกองทุนฯ		ไทย		จัดประชุมคณะทำงานประสานงานจำนวน 2 ครั้ง	สพค. (คลัง)
44	2566-91-E2T8-0002	ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบบัญชีของกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2565		ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	1 ฉบับ	สค./สพค. (คลัง)
45	2566-91-E2T8-0003	โครงการบริหารการค้าเงินงานและการบริหารงานบุคคลของสำนักงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ		ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	- จำนวนการประชุม 12 ครั้ง - จำนวนพนักงานกองทุนฯ 16 อัตรา	สค./สยค.
		1) การบริหารการค้าเงินงานกองทุนฯ		ไทย		จำนวนการประชุม 12 ครั้ง	สยค.
		2) การบริหารงานบุคคลและการเดินทางไปปฏิบัติราชการของสำนักงานกองทุนฯ		ไทย		จำนวนการประชุม 16 ครั้ง	สยค.
		3) การติดตามประเมินผลโครงการที่ขอใช้เงินกองทุนฯ		ไทย		มีการจัดคณะติดตามประเมินผลโครงการอย่างน้อย 1 คณะ/โครงการ	สยค.
3. แผนปฏิบัติการด้านการเร่งรัดการค้าตลาดเชิงกลยุทธ์ จำนวน 15 โครงการ							
กลยุทธ์ที่ 3.1 การรักษาและขยายตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ พื้นที่ตลาดเก่า จำนวน 12 โครงการ							
46	2566-91-J2L8-0001	โครงการคณะผู้แทนการค้าเยือนงานแสดงสินค้าในประเทศ (Incoming Mission to International Exhibition)	สินค้าไลฟ์สไตล์/สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ/สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม/สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์และอุปกรณ์ตกแต่ง	ไทย	1 OCT 22 - 30 SEP 23	ผู้ประกอบการเข้าร่วม 1,500 ราย	สค./สพต.1/สคต.ในภูมิภาคอาเซียน/จีน/เอเชียใต้/ญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย
47	2566-91-J2L8-0002	โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ส่งออกไทยด้วยข้อมูลการค้าตลาดภูมิภาคอาเซียน			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต. 1/สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		โครงการการจัดการและเผยแพร่ข้อมูลการค้าในรูปแบบการบันทึกเสียงออนไลน์ (Podcast)	ทุกสินค้า	ไทย		ได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ต่ำกว่า 3,000 ครั้ง	สพต.1/สคต. ภูมิภาคอาเซียน, ภูมิภาคเอเชียใต้, ญี่ปุ่น เกาหลี และออสเตรเลีย
48	2566-91-J2L8-0003	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดอาเซียน			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต. 1/สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการงานแสดงสินค้า Mini Thailand Week 2023 ในภูมิภาคอาเซียน	สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ สินค้าความงามและสุขภาพ สินค้าของตกแต่ง/ของใช้ในบ้าน และสินค้าไทยอื่นๆ	เวียดนาม/ลาว/มาเลเซีย/เมียนมา/กัมพูชา		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 270 ราย - มูลค่าจากรการค้า 255 ล้านบาท	สพต.1/สคต.อาเซียน/สคต.โอจีนินท์/สคต.เวียงจันทน์/สคต.กัวลาลัมเปอร์/สคต.ย่างกุ้ง/สคต.พนมเปญ
49	2566-91-J2L8-0004	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศตลาดจีน			1 OCT 22 - 31 DEC 23		สค./สพต.1 และ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า China International Import Expo 2023 (CIE 2023)	อาหารและเครื่องดื่ม	จีน		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าจากรการค้า 80 ล้านบาท	สพต. 1/สคต. เชียงไฮ้
		- ขอขยายกรอบระยะเวลาดำเนินโครงการและผูกพันเงินไปเบิกจ่ายปีงบประมาณ 2567 - ระยะเวลาดำเนินการ : ม.ค. - ธ.ค. 66					

แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
		2) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands Hainan 2023	สินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าสุขภาพและความงาม/ธุรกิจบริการ	จีน		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 20 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สพต.1/ สคต. กวางโจว
		3) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands Lanzhou 2023	อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส ขนมขบเคี้ยว ผลไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว/สปา/ของใช้/ของตกแต่ง	จีน		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 20 ล้านบาท	สพต. 1 / สคต. เฉิงตู
		4) โครงการ Business Support Center ภูมิภาคจีน	ทุกสินค้า	ภูมิภาคจีน		ทุกศูนย์ร่วมกันสามารถให้บริการผู้ประกอบการไทย/ต่างชาติได้ไม่น้อยกว่า 697 ราย/ปี	สพต. 1/ สคต.คุนหมิง สคต.เฉิงตู สคต.เซี่ยงไฮ้ สคต.กวางโจว สคต.ฮ่องกง
		5) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคจีน	ทุกสินค้า	ภูมิภาคจีน		มูลค่าเจรจาการค้า 128 ล้านบาท	สพต. 1/ สคต. ยोंกง/ สคต.เซี่ยงไฮ้/ สคต.เฉิงเหมิน / สคต.เฉิงตู /สคต.หนานหนิง/ สคต.ชิงเต่า /สคต.คุนหมิง/ สคต.มะนิลา (ส่วนที่2)
50	2566-91-J2L8-0005	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.1 และ สคต. ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการผลักดันการค้าและกระชับความสัมพันธ์ระดับหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ (Strategic Partnership) ในตลาดญี่ปุ่น เกาหลี และทวีปออสเตรเลีย (Outgoing & Incoming Goodwill Mission)	ทุกสินค้า	ไทย		ผู้แทนจากหน่วยงานพันธมิตร 8 ราย	สพต.1
		- Incoming Goodwill Mission	ทุกสินค้า	ไทย		ผู้แทนจากหน่วยงานพันธมิตร 8 ราย	
		2) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก	ทุกสินค้า	ญี่ปุ่น		- จำนวนสาขาที่จัดกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 150 สาขา - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท	สพต.1/สคต.โตเกียว/ สคต.โอซากา/ สพต.ฮิโรชิม่า
		- โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตในญี่ปุ่นทั้งเมืองหลักและเมืองรอง	ผลไม้สด premium ข้าว อาหารสด อาหารสำเร็จรูป เครื่องปรุงรส อาหาร ขนมขบเคี้ยว และน้ำผลไม้	ญี่ปุ่น		- จำนวนสาขาที่จัดกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 150 สาขา - มูลค่าเจรจาการค้า 50 ล้านบาท	
51	2566-91-J2L8-0006	โครงการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตลาดเอเชียใต้			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.1 และ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการงานแสดงสินค้า Thailand Week 2023 ในตลาดเอเชียใต้	ทุกสินค้า	อินเดีย/ศรีลังกา		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 90 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 158 ล้านบาท	สพต.1/ สคต.ในภูมิภาคเอเชียใต้
		2) โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียใต้	ทุกสินค้า	อินเดีย		- มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สพต.1/สคต.มุมไบ/ สคต.เจนไน/สคต.นิวเดลี
52	2566-91-J2L8-0007	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจ在不同ประเทศ ตลาดอเมริกาและลาตินอเมริกา			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าในสหรัฐอเมริกาผ่าน Social Media	ทุกสินค้า	สหรัฐอเมริกา		สร้างการรับรู้ 70,000 ราย	สพต.2 / สคต. นิวยอร์ก
		2) โครงการบุกเบิกตลาดลาตินอเมริกา	ทุกสินค้า			- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท	สพต.2/สคต.อเมริกาและ ลาตินอเมริกา
		3) โครงการส่งเสริมอาหารและร้านอาหารไทยในซิดนีย์	อาหารและเครื่องดื่ม	สาธารณรัฐซิดนีย์		ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 19 ราย	สพต. 2/สคต. ซันดีอาโก
		4) โครงการส่งเสริมสินค้าไทยและธุรกิจร้านอาหารไทยในเม็กซิโก	อาหารและเครื่องดื่ม	เม็กซิโก		- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 30 ล้านบาท	สพต. 2/สคต. เม็กซิโก
		5) โครงการส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรมและ BCG ของไทย ในคูหา Thailand Pavilion งานแสดงสินค้า Special EXPO 2023 บัวโนสไอเรส	สินค้าวัฒนธรรม	อาร์เจนตินา		- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 5 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 10 ล้านบาท	สพต. 2/สคต.บัวโนสไอเรส
		6) โครงการส่งเสริมสินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการร้านอาหารไทยในบราซิล	อาหาร เครื่องปรุงรส ผลไม้กระป๋อง	บราซิล		- ผู้เข้าร่วมโครงการ 1,000 ราย	สพต.2/สคต.เซาเปาโล
53	2566-91-J2L8-0008	โครงการส่งเสริมการค้าสินค้าไทยในตลาดเมืองรองของสหรัฐฯ และหมู่เกาะแคริบเบียน			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต. 2/ สคต.ไมอามี
		1) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน	อาหารและเครื่องดื่ม	สหรัฐอเมริกา และประเทศในหมู่เกาะแคริบเบียน		- ไม่น้อยกว่า 40 สาขา - มูลค่าเจรจาการค้าภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 150 ล้านบาท	สพต. 2/สคต.ไมอามี



แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
		2) โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจในตลาดเมืองรองในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐฯ และแคริบเบียน	อาหารและเครื่องดื่ม สินค้านวัตกรรม ชิ้นส่วนยานยนต์ เฟอร์นิเจอร์ ของ ตกแต่งบ้าน	สหรัฐอเมริกา และ ประเทศในหมู่เกาะ แคริบเบียน		- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 20 -25 ราย - มูลค่าเจรจาการค้าภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท	สพต. 2/สคต.ไมอามี
54	2566-91-J2L8-0009	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในด้านประเทศ ตลาดยุโรปและ CIS			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการบุกเบิกตลาดในภูมิภาคยุโรปและ CIS (1 คณะ)	ทุกสินค้า	สแกนดิเนเวีย		- ผู้ประกอบการรายใหม่ เข้าร่วม โครงการไม่น้อยกว่า 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 3 ล้านบาท	สพต.2 / สคต.ยุโรป และ CIS
		2) โครงการขยายตลาดสินค้าผลไม้ ผลไม้แปรรูป และผลิตภัณฑ์ (สินค้านวัตกรรมจากผลไม้) ของไทยในตลาดเยอรมนี	สินค้าผลไม้ ผลไม้แปรรูป และผลิตภัณฑ์ (สินค้านวัตกรรมจาก ผลไม้)	เยอรมนี		- ผู้เข้าร่วมโครงการ 10,000 ราย - มูลค่าการเจรจาการค้า 107 ล้านบาท	สพต.2/ สคต. กรุง เบอร์ลิน
		3) โครงการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าข้าว ผลิตภัณฑ์จากข้าวและอาหารไทย ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ร่วมกับห้างสรรพสินค้า Globus ในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์	ข้าวและอาหารและ ผลิตภัณฑ์สำหรับ สัตว์เลี้ยง	สวิตเซอร์แลนด์		- ผู้ประกอบการเข้าร่วม 15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 8 ล้านบาท	สพต.2/ สคต.แฟรงก์เฟิร์ต
		4) โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านช่องทางออนไลน์	อาหาร/ Plant Based/Future Food/ ไลฟ์สไตล์	สหราชอาณาจักร		- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 10 -15 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 2 ล้านบาท	สพต. 2/ สคต.ลอนดอน
		5) โครงการศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในภูมิภาคยุโรป (Business Support Center - BSC)	ทุกสินค้า	อิตาลี		ผู้ประกอบการไทยและต่างชาติได้รับ บริการข้อมูล พบหุ้นส่วนทางการค้า ได้รับคำปรึกษาด้านการค้า การลงทุน เชิงลึก จำนวนไม่ต่ำกว่า 600 ราย	สค./สพต.2/สคต. เฮก/ สคต.ปารีส/ สคต.บูดาเปสต์/ สคต.มิลาน
		5.1) โครงการกิจกรรม Business Support Center ในเนเธอร์แลนด์และ เขตอาณา	ทุกสินค้า	เนเธอร์แลนด์และ เขตอาณา		ไม่ต่ำกว่า 150 ราย	สพต.2/สคต. เฮก
		5.2) โครงการกิจกรรม Business Support Center ในฝรั่งเศสและเขต อาณา	ทุกสินค้า	ฝรั่งเศสและเขตอาณา		ไม่ต่ำกว่า 150 ราย	สพต.2/สคต. ปารีส
		5.3) โครงการกิจกรรม Business Support Center ในฮังการีและเขต อาณา	ทุกสินค้า	ฮังการีและเขตอาณา		ไม่ต่ำกว่า 150 ราย	สพต.2/สคต. บูดาเปสต์
		5.4) โครงการกิจกรรม Business Support Center ในอิตาลีและเขต อาณา	ทุกสินค้า	อิตาลีและเขตอาณา		ไม่ต่ำกว่า 150 ราย	สพต.2/สคต. มิลาน
55	2566-91-J2L8-0010	โครงการพัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ ตลาดแอฟริกา และตะวันออกกลาง			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการ Sourcing Forum from Africa & Middle East	ทุกประเภทสินค้า / ธุรกิจบริการ	ไทย		- ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 10 ราย - มูลค่าเจรจาการค้า 5 ล้านบาท	สพต.2/สคต.แอฟริกา และตะวันออกกลาง
		2) โครงการเปิดตลาดสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในภูมิภาคแอฟริกาและ ตะวันออกกลาง	ทุกประเภทสินค้า / ธุรกิจบริการ	ภูมิภาคแอฟริกา และตะวันออกกลาง		ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 4 ราย	สพต.2/สคต.แอฟริกา และตะวันออกกลาง
		3) โครงการจัด In Store Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้าและร้าน Grocery ไทยในตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ	อาหารฮาลาล เครื่องใช้ภายในบ้าน ผักผลไม้สดและแปรรูป ข้าว เครื่องดื่ม	สหรัฐอเมริกา/บราซิล/กาตาร์/ ซาอุดีอาระเบีย/ อียิปต์/อิสราเอล/ตุรกี		มูลค่าเจรจาการค้า 90 ล้านบาท	สพต.2./สคต. 6 แห่ง ในภูมิภาค MENA
56	2566-91-J2L8-0011	โครงการจัดคณะผู้แทนการค้ามาเยือนงานแสดงสินค้าในประเทศ (Incoming Trade Mission)			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.2/ สคต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการงาน Style Bangkok Fair 2022	สินค้าของขวัญ ของตกแต่งบ้าน สินค้าเครื่องนุ่งห่ม และเครื่องหนัง	ไทย		ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 208 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาค ยุโรป,รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
		2) โครงการงาน THAIFEX - Anuga Asia 2023	สินค้าอาหาร	ไทย		ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 728 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาค ยุโรป,รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
		3) โครงการงาน TILOG 2023	ธุรกิจโลจิสติกส์	ไทย		ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 48 ราย	สพต.2/สคต.ภูมิภาค ยุโรป,รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาค แอฟริกา, ภูมิภาค ตะวันออกกลาง)

แผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2566 (แผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ลำดับ	รหัสโครงการ	ชื่อโครงการ/กิจกรรมย่อย	สินค้า/บริการ เป้าหมาย	ประเทศที่จัดกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานรับผิดชอบ
		4) โครงการงาน Bangkok Gems & Jewelry Fair 2023	สินค้าอัญมณี และเครื่องประดับ	ไทย		ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 340 ราย	สพต.2/สศต.ภูมิภาค ยุโรป, รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
		5) โครงการงาน Bangkok RHVAC & E&E 2023	เครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความเย็น เครื่องใช้ไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์	ไทย		ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 45 ราย	สพต.2/สศต.ภูมิภาคยุโรป , รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา , ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
57	2566-91-J2L8-0012	โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ส่งออกไทยด้วยข้อมูลการค้าตลาดภูมิภาค อเมริกาและลาตินอเมริกา ยุโรปและCIS แอฟริกาและตะวันออกกลาง ด้วย กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.2/ สศต.ที่เกี่ยวข้อง
		1) โครงการการจัดการและเผยแพร่ข้อมูลการค้าในรูปแบบการบันทึกเสียง ออนไลน์ (Podcast)	ทุกสินค้า	ไทย		ได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ต่ำกว่า 3,000 ครั้ง	สพต.2/สศต.ภูมิภาค ยุโรป, รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
		2) โครงการจัดจ้างดำเนินการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศผ่านระบบสื่อออนไลน์	ทุกสินค้า	ไทย		- ผู้เข้าชมเว็บไซต์ไม่ต่ำกว่า 100,000 ครั้ง - มูลค่าเจรจาการค้า 100 ล้านบาท	สพต.2/สศต.ภูมิภาคยุโรป , รัสเซียและ CIS, ภูมิภาคอเมริกาเหนือ, ลาตินอเมริกา, ภูมิภาคแอฟริกา, ภูมิภาคตะวันออกกลาง)
กลยุทธ์ที่ 3.2 การผลักดันการค้าผ่านช่องทางตลาดพาณิชย์ดิจิทัล และช่องทางกระจายสินค้ารูปแบบใหม่ จำนวน 3 โครงการ							
58	2566-91-J2L9-0001	โครงการพาณิชย์ดิจิทัลเพื่อพัฒนาและส่งเสริม SMEs สู่สากล			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.
		โครงการขยายสู่ทางการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สู่ตลาดต่างประเทศ	ทุกสินค้า	ไทย		ระบบสามารถให้บริการได้อย่างสมบูรณ์ มีเวลา downtime ไม่เกินร้อยละ 1	สพต.
59	2566-91-J2L9-0002	โครงการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ E-Commerce ระหว่างประเทศ			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.
		โครงการศูนย์ข้อมูลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนอัจฉริยะ (DITP Cross Border E-commerce Intelligence Center)	ทุกสินค้า	ไทย		จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมช่องทางการค้าผ่าน e-Commerce 2,000 ราย	สพต.
60	2566-91-J2L9-0003	โครงการเจาะตลาดสินค้า E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ ปี 2566			1 OCT 22 - 30 SEP 23		สค./สพต.
		โครงการเจาะตลาดสินค้า E-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ ปี 2566	ทุกสินค้า	ไทย		- จำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ Thaitrade.com ไม่น้อยกว่า 1,000,000 ครั้ง - สร้างการรับรู้กิจกรรมส่งเสริมตลาด e-Commerce ผ่านสื่อสมัยใหม่ ไม่น้อยกว่า 300,000 ครั้ง	สพต.