

รายงานผลการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลและการสั่งการของนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา
ระหว่างวันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐ - ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๑
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
	<p>นโยบายที่ ๖ การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจประเทศ</p> <p>ข้อ ๔ การส่งเสริมภาคการพาณิชย์ การค้า และขยายฐานการส่งออก</p> <p>ข้อ ๗.๔.๔ จัดให้มีการค้าผ่านช่องทางพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Commerce)</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน</p>			<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเร่งรัดขยายการส่งออกเชิงรุก (Demand Driven Approach)</p> <p>ผลสำเร็จ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการได้รับบริการผ่าน Thaitrade.com รวม ๔,๐๖๐ ราย - ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมและพัฒนา รวม ๑,๓๙๙ ราย <p>ผลสัมฤทธิ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มูลค่าการสั่งซื้อรวม ๒,๓๕๙.๐๖ ล้านบาท (มูลค่าสั่งซื้อทันที ๖๙.๗๒ ล้านบาท คาดการณ์มูลค่าสั่งซื้อ ๒,๒๘๙.๓๔ ล้านบาท ภายใน ๑ ปี) <p>กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมตลาดดิจิทัล</p> <p>ผลการให้บริการผ่าน Thaitrade.com</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑) จำนวนสมาชิกใหม่ ๔,๐๖๐ ราย แบ่งเป็น สมาชิกผู้ซื้อ ๓,๑๓๖ ราย และสมาชิกผู้ขาย ๙๒๔ ราย ๒) จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ (ไม่นับซ้ำ) ๖๗๔,๗๗๒ ราย แบ่งเป็นผู้เข้าเยี่ยมชมจากไทย ๓๘.๓๔ % และจากต่างประเทศ ๖๑.๖๖ % ทั้งนี้ การเข้าเยี่ยมชมสูงสุดจากต่างประเทศ ๓ อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อินเดีย และบังคลาเทศ ตามลำดับ ๓) การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) จำนวน ๓๓๕ คู่ จาก ๓๕ ประเทศ อาทิ ออสเตรเลีย ศรีลังกา โปแลนด์ สิงคโปร์ ฮ่องกง และเกาหลี เป็นต้น คาดการณ์ 	๓๒๘,๑๘๒,๗๓๖.๕๕	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>มูลค่าการซื้อขายผ่านกิจกรรม Business Matching ๑๖๖.๑๑ ล้านบาท</p> <p>๔) ความต้องการซื้อผ่านระบบ Buying request จำนวน ๓,๕๕๕ รายการ สร้างมูลค่าซื้อขาย (ที่มีหลักฐานการซื้อขาย) ๒๘๙.๖๖ ล้านบาท</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๒ เจาะ Niche Market</p> <p>๑) จัดจำหน่ายสินค้าผู้สูงอายุ / สินค้าสัตว์เลี้ยง / สินค้า Metroman ในงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์รูปแบบใหม่ (Style 2017) มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน ๖๖ ราย คิดเป็นมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๑.๖๕ ล้านบาท มูลค่าการค้าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๕๖.๙๗ ล้านบาท</p> <p>๒) โครงการสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงปีที่ ๔ (Pet Parade) ณ ประเทศเกาหลีใต้ (๑๕ ธ.ค.๖๐) ผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๕ ราย มูลค่าการค้าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑๑.๓๙ ล้านบาท</p> <p>๓) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BioFach 2018 (๑๔-๑๗ ก.พ.๖๑) ณ เมืองเนิร์นแบร์ก สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน ๒๒ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๑๓.๓๒ ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑๘๕.๓๔ ล้านบาท</p> <p>๔) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural Product Expo West 2018 (๗-๑๒ มี.ค.๖๑) ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน ๑๓ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๒.๐๘ ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๒๕.๐๑ ล้านบาท</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๓ Strategic Partnership</p> <p>๑) นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ ขณะดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ นำคณะผู้แทน คน. พค. และ สค. เดินทางเยือนเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง สาธารณรัฐประชาชนจีน (๑๔-๑๖ ต.ค.๖๐) โดยได้พบหารือ</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>ก) รองประธานเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง และ รองผู้อำนวยการคณะกรรมการบริหารเขตคลังสินค้าทัณฑ์บน ทำเรือชินโจว รวมถึงศึกษาดูงาน ณ นิคมอุตสาหกรรมจีน-ไทย ณ เมืองฉงจั่ว และด่านเมืองผิงเสียง และโครงการ China-ASEAN Pingxiang Fruit City เพื่อขยายตลาดการค้า และการลงทุนระหว่างสองประเทศให้เพิ่มขึ้น</p> <p>๒) คณะผู้แทนสมาคม Guangzhou Baima Chamber of commerce สาธารณรัฐประชาชนจีน เข้าพบ รอง อธ.สค. (นายสมเด็จ สุสมบูรณ์) ณ งานแสดงสินค้า Style (๑๘ ต.ค.๖๐) เพื่อรับทราบข้อมูลความเป็นไปได้ในการขยายฐานการผลิตสินค้าเสื้อผ้า/สิ่งทอ ในไทย และ สํารวจตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นระดับกลาง-สูง</p> <p>๓) คณะผู้บริหาร CCPIT มณฑลเจ้อเจียง สาธารณรัฐประชาชนจีน นำโดย Mr. Xu Yong รองประธาน CCPIT มณฑลเจ้อเจียง เข้าพบรอง อธ.สค. (นายสมเด็จ สุสมบูรณ์) ณ งานแสดงสินค้า Style (๑๘ ต.ค.๖๐) เพื่อขยายความร่วมมือในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้า การลงทุนระหว่างกัน โดยเฉพาะการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BIG + BIH ที่จะจัดขึ้นในเดือนเมษายน ๒๕๖๑</p> <p>๔) รองประธานสภาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (CCPIT) ประจำมณฑลยูนนาน พร้อมคณะ เข้าเยี่ยมคารวะ และหารือผู้บริหารกรมฯ (๓๑ ต.ค. ๖๐) เพื่อนำเสนอแผนการจัดงานแสดงสินค้า Lancang-Mekong Cooperation Expo และงานเสวนาที่เกี่ยวข้อง</p> <p>๕) จัดคณะผู้แทนระดับสูง (ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์) เยือนประเทศสหรัฐอเมริกา (๑-๘ พ.ย. ๖๐) เพื่อเข้าร่วมโครงการส่งเสริมธุรกิจบันเทิง ในงาน American Film Market 2017 (Thai Night) พบหารือผู้ประกอบการรายใหญ่ และหน่วยงานด้าน Startups &</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>Innovation ดังนี้</p> <p>๕.๑) งาน American Film Market 2017 มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน จำนวน ๘ ราย</p> <p>๕.๒) ขยายเครือข่ายธุรกิจ สินค้าอาหาร ร้านอาหาร Thai Select ข้าวหอมมะลิของไทยในภูมิภาคอเมริกาและแถบแคริบเบียน</p> <p>๕.๓) การพบหารือหน่วยงานด้าน Startups & Innovation</p> <p>๕.๓.๑) สร้างเครือข่ายกับบริษัทชั้นนำด้าน Startups ในสหรัฐอเมริกา เช่น The Cidar-Sinai Accelerator, Plug & Play Global Accelerator และ SAP Apphaus</p> <p>๕.๓.๒) ต่อยอดการพัฒนาด้าน Startups & Innovation กับ บริษัท Google Inc.</p> <p>๖) คณะรองอธิบดีกรมพาณิชย์ มณฑลซานซี เข้าเยี่ยมชมการวะและพบหารือผู้บริหารกรมฯ (๑๖ พ.ย. ๖๐) ผลการหารือสรุปได้ดังนี้</p> <p>๖.๑) ฝ่ายไทยแนะนำกรมฯ และนำเสนอแผนการจัดงานแสดงสินค้าในไทย ปี ๒๕๖๑ ซึ่งฝ่ายจีนพิจารณาแล้วมีความสนใจเข้าร่วมงานฯ โดยเฉพาะงาน Thailand Auto Parts & Accessories 2018 (TAPA 2018) และ Thaifex-World of Food Asia 2018 (Thaifex 2018)</p> <p>๖.๒) ฝ่ายไทยนำเสนอแนวทางความร่วมมือระหว่างกันในการจัดโครงการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยในมณฑลซานซี (Instore Promotion) ร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำเมืองไท่หยวน เมืองเอกของมณฑลซานซี ฝ่ายจีนมีความสนใจเข้าร่วมโครงการและสอบถามรูปแบบของการจัดงานฯ รวมถึงแนะนำรายชื่อห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเมืองไท่หยวนที่คาดว่าจะเข้าร่วมโครงการได้</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>๖.๓) จากนโยบายการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศของจีน และนโยบายการผลักดัน “โครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ EEC” ของไทย ฝ่ายจีนแจ้งว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการมณฑลซานซีเริ่มหาข้อมูลการลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวมากขึ้น และเชื่อว่านโยบายไทย-จีนที่สอดคล้องกันจะนำมาซึ่งความร่วมมือด้านการค้าการลงทุนที่มากขึ้น และมีโอกาสพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต</p> <p>๖.๔) ฝ่ายจีนแจ้งว่า ปัจจุบันมณฑลซานซีต้องการส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้าสินค้าผลไม้ โดยเฉพาะ แอปเปิล สาลี่ พีช และพุทราจีน ซึ่งอาจมีความร่วมมือกันได้ในอนาคต</p> <p>๗) คณะผู้บริหารระดับสูงสาธารณรัฐประชาชนจีน เข้าเยี่ยมคารวะและหารือ ผช.รมว.พณ. พร้อมด้วยผู้แทนกรมศค. จร. และ คต. (๒๒ พ.ย.๖๐) โดยสาระสำคัญของการหารือเกี่ยวข้องกับ (๑) วาระครบรอบ ๑๕ ปี การจัดตั้งหุ้นส่วนยุทธศาสตร์อาเซียน-จีน และงานแสดงสินค้า CAEXPO ครั้งที่ ๑๕ ในปี ๒๕๖๑ (๒) นโยบาย Belt and Road Initiative และความเชื่อมโยงระหว่างจีนและภูมิภาคอาเซียน (การสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ทางบก และทางเรือ) (๓) การร่วมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการจีนและไทยเข้าไปใช้ประโยชน์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจีน-ไทย ณ เมืองฉงจั่ว เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง และเขต EEC ของไทย และ (๔) การแลกเปลี่ยนแนวคิดในการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย (ผลไม้/ seafood)</p> <p>๘) กระทรวงฯ มอบหมายให้ อธ.ศค. ร่วมเดินทางพร้อมคณะภาคเอกชน และนักวิชาการในนามหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ เยือนเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (๑๐-๑๔ ธ.ค. ๖๐) ดังนี้ (๑) การเข้าร่วมพิธีเปิดงาน China-</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>Vietnam Border Tourism Festival ครั้งที่ ๒๕ (๒) การเข้าร่วมพิธีเปิดศูนย์รับและกระจายผลไม้นำเข้าจาก อาเซียน อย่างครบวงจร China-ASEAN Pingxiang Fruit City (๓) การร่วมกล่าวปาฐกถาพิเศษในงานประชุมสุดยอด ตลาดผลไม้จีน-อาเซียน (๔) การสำรวจด่านผู้จ่าย ด่านโห่ย อี้กวาน และด่านงหวาย ในอำเภอผิงเสียง (๕) การเยี่ยมชม ท่าเรือ ชินโจว ณ เมืองชินโจว ซึ่งคณะฝ่ายไทย ได้แลกเปลี่ยน ข้อคิดเห็น รวมทั้งรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการนำเข้า สินค้าผ่านทางเขตฯ กว่างซีจ้วง ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ตาม แนวนโยบาย Belt and Road Initiative ของจีน</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๔ City Focus</p> <p>๑) โครงการเจาะตลาดเจ็ดสาวน้อย (B2B รัฐอัสสัมและ สำรวจเส้นทางรัฐมณีปุระ) ณ เมืองกัวฮาตี รัฐอัสสัม และ เมืองอิมพาล รัฐมณีปุระ สาธารณรัฐอินเดีย (๒๑-๒๖ ธ.ค. ๖๐) จัดขึ้นเป็นครั้งที่ ๓ และเป็นการสำรวจเส้นทาง AH1 ครั้งที่ ๒ เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยได้ตระหนักและ เล็งเห็นถึงโอกาสสู่ทางในการดำเนินธุรกิจการค้าการลงทุนใน พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดีย คาดว่าจะมีมูลค่า การสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑.๖๕ ล้านบาท</p> <p>๒) โครงการ Top Thai Brands 2018 พนมเปญ, กัมพูชา (๑-๔ ก.พ. ๖๑) ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๒๑๙ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๒๗.๕๐ ล้านบาท และมูลค่าการ สั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑,๙๑๐ ล้านบาท รวม ๑,๙๓๗ ล้านบาท</p> <p>๓) โครงการ Top Thai Brands 2018 เวียงจันทน์, สปป.ลาว (๗-๑๑ มี.ค. ๖๑) ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๙๙ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๖.๔๕ ล้านบาท และมูลค่าการ สั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๒๓.๕๔ ล้านบาท</p> <p>๔) โครงการ Mini Thailand Week 2018 มะนิลา, ฟิลิปปินส์ (๑-๔ มี.ค. ๖๑) ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๖๖</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๑๔.๘๘ ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๖๐.๔๖ ล้านบาท</p> <p>๕) โครงการ Mini Thailand Week 2018 ไฮฟอง, เวียดนาม (๑๕-๑๘ มี.ค. ๖๑) ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๕๐ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๓.๘๔ ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑๔.๙๘ ล้านบาท</p>		
					<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การส่งเสริมธุรกิจบริการ (Trade in Services Promotion)</p> <p>ผลสำเร็จ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมและพัฒนา รวม ๓๒๓ ราย - จับคู่เจรจาธุรกิจ จำนวน ๑,๕๕๐ คู่ <p>ผลสัมฤทธิ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มูลค่าการสั่งซื้อรวม ๑,๑๗๘.๙๑ ล้านบาท (มูลค่าสั่งซื้อทันที ๓๙๓.๙๕ ล้านบาท คาดการณ์มูลค่าสั่งซื้อ ๗๘๔.๙๖ ล้านบาท ภายใน ๑ ปี) <p>กลุ่มธุรกิจบริการที่ ๑ Creative / Digital Content</p> <p>๑) เข้าร่วมงานแสดงสินค้า MIPCOM 2017 ณ ประเทศฝรั่งเศส (๑๖-๑๙ ต.ค.๖๐) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๙ ราย มูลค่าสั่งซื้อทันที ๔.๘๗ ล้านบาท มูลค่าคาดการณ์ภายใน ๑ ปี ๘๕.๙๙ ล้านบาท</p> <p>๒) จัดกิจกรรม Business Matching ในงานแสดงสินค้า American Film Market & Conference ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา (๑-๘ พ.ย.๖๐) ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๘ ราย เกิดการจับคู่เจรจาการค้า ๒๕๑ ครั้ง มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๓๗๘ ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๒๓๒ ล้านบาท</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>๓) จัดกิจกรรม Thai Night (๒ พ.ย.๖๐) ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงงานแสดงสินค้า American Film Market & Conference โดยทูตกระทรวงมหาดไทยอัครราชทูต-ราชภัฏญา สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จเป็นองค์ประธาน</p> <p>๔) เข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์ Taipei Golden Horse Film Festival เป็นครั้งที่ ๓ (๓-๒๔ พ.ย.๖๐) นำภาพยนตร์ไทยเข้าฉาย จำนวน ๑ เรื่อง คือ “มะลิลา” มีสื่อมวลชนและผู้สนใจเข้าร่วมงาน จำนวน ๑๖ ราย ทั้งนี้ ภาพยนตร์เรื่องมะลิลา ได้รับรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมจาก NETPAC (Network for Promotion of Asia Cinema) ซึ่งจัดร่วมกับงาน Taipei Golden Horse</p> <p>๕) เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Siggraph Asia 2017 (๒๗-๓๐ พ.ย.๖๐) โดยนำผู้ประกอบการไทยจัดกิจกรรมเจรจาการค้าในลักษณะ Thailand Pavilion มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๘ ราย เกิดการจับคู่เจรจาการค้า ๕๑ ครั้ง มูลค่าการเจรจาการค้าภายใน ๑ ปี ประมาณ ๑๐๕ ล้านบาท</p> <p>๖) เข้าร่วมงาน Asian Animation Summit 2017 (๒๘ พ.ย.-๑ ธ.ค.๖๐) ณ ประเทศออสเตรเลีย มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๓ ราย เกิดมูลค่าการเจรจาการค้าภายใน ๑ ปี ๑๑๕.๒๒ ล้านบาท และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจทั้งไทยและต่างชาติรวม ๒๕๕ ราย</p> <p>๗) โครงการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์สารคดีของไทยกับต่างประเทศในงาน Asian Side of the Doc ครั้งที่ ๒ (๓๐ ม.ค.-๒ ก.พ.๖๑) ณ โรงแรม Centara Grand กรุงเทพฯ มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๔ บริษัท มีการจับคู่เจรจาการค้า ๑๖๔ คู่ มีมูลค่าการซื้อขายภายใน ๑ ปี ๓๐.๓๐ ล้านบาท</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>กลุ่มธุรกิจบริการที่ ๒ Institutional Services and Trade Supporting Services</p> <p>๑) เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Frankfurt Book Fair 2017 ณ เมืองแฟรงก์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี (๑๑-๑๕ ต.ค. ๖๐) ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๑๓ ราย มูลค่าการค้าการค้าภายใน ๑ ปี ๕.๐๖๖ ล้านบาท</p> <p>๒) จัดคณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริหารการจัดงาน (Event Business) เยือนกรุงพนมเปญ และ เมืองเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา (๒๐-๒๔ พ.ย.๖๐) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๑๒ ราย ผู้ประกอบการกัมพูชาเข้าร่วม ๑๓๑ ราย เกิดจับคู่เจรจาการค้า ๑๓๑ ครั้ง มีมูลค่าการเจรจาการค้าภายใน ๑ ปี ประมาณ ๒.๔๘ ล้านบาท มีการตกลงเป็น Partner ๗-๘ ราย</p> <p>๓) งานแสดงสินค้า Taipei International Book Exhibition (TIBE) 2018 (๖-๑๑ ก.พ. ๖๑) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๑๖ ราย และ ๑ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย เกิดการจับคู่เจรจาการค้า ๕๘ ครั้ง มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๓๒,๗๐๐ เหรียญสหรัฐ หรือ ประมาณ ๐.๙๘๑ ล้านบาท</p> <p>กลุ่มธุรกิจบริการที่ ๓ Logistics</p> <p>๑) จัดคณะผู้แทนการค้าเยือนมาเลเซีย และ เข้าร่วมงาน FIATA World Congress 2017 (๔-๘ ต.ค.๖๐) มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๖ ราย เกิดการจับคู่เจรจาการค้า ๑๔๖ คู่ ไม่สามารถประเมินมูลค่าได้ทันทีเนื่องจากคู่เจรจาธุรกิจต้องใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ</p> <p>๒) จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาด้านโลจิสติกส์การค้าในงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์รูปแบบใหม่ (Style 2017) (๑๗-๒๑ ต.ค.๖๐) ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ มีผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>ให้บริการ จำนวน ๑๙ ราย และผู้ประกอบการที่สนใจ จะส่งออก เข้าใช้บริการ จำนวน ๑๒๒ ราย เกิดการจับคู่ เจรจาการค้ารวม ๑๔๖ คู่ มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๐.๘๐ ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๓.๑๘ ล้านบาท</p> <p>กลุ่มธุรกิจบริการที่ ๔ Wellness & Medical Services</p> <p>๑) เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2017 ณ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง (๑๕-๑๗ พ.ย.๖๐) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๔๓ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๕.๗๕ ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๔๙.๔๔ ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สปา ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรไทย หมอนสมุนไพร เป็นต้น</p> <p>๒) จัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าสมุนไพรไทยเจรจาการค้าที่ประเทศสิงคโปร์ (๖-๑๐ ธ.ค.๖๐) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๒๕ ราย (อาหารและเครื่องดื่ม ๑๐ ราย และ สินค้าสุขภาพและความงาม ๑๕ ราย) นักธุรกิจต่างชาติ ร่วมเจรจาการค้า ๙๐ ราย เกิดการจับคู่เจรจาการค้า ๑๕๓ ครั้ง มูลค่าการสั่งซื้อรวม ๑๕๖.๖๙ ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่า การสั่งซื้อทันที ๐.๔๑ ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑๕๖.๒๘ ล้านบาท</p> <p>๓) ส่งเสริมการขายร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตริมปีง ณ นครเวียงจันทน์ สปป. ลาว และบริษัทวิวมอลล์ สาขา เวียงจันทน์ สปป.ลาว (๒-๔ ก.พ.๖๑) มีผู้ประกอบการไทย เข้าร่วมจำนวน ๔๐ บริษัท มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๒.๖๒ ล้าน บาท สินค้าที่ได้รับความนิยมได้แก่ สมุนไพร แชมพู สมุนไพรและอาหาร</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ (Clusters Promotion)</p> <p>ผลสำเร็จ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมไปขยายตลาด รวม ๒,๐๑๙ ราย <p>ผลสัมฤทธิ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มูลค่าการสั่งซื้อรวม ๗๖,๕๗๕.๖๘ ล้านบาท (มูลค่าสั่งซื้อทันที ๘,๐๔๖.๘๘ ล้านบาท คาดการณ์มูลค่า สั่งซื้อ ๖๘,๕๒๘.๘๐ ล้านบาท ภายใน ๑ ปี) <p>กลุ่มที่ ๑ อัญมณี และเครื่องประดับ</p> <p>๑) งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ Bangkok Gems and Jewelry Fair (๒๑-๒๕ ก.พ. ๖๑) มีผู้ประกอบการ เข้าร่วม ๗๔๗ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๖๑๐.๓๕ ล้านบาท และคาดการณ์มูลค่าสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑,๓๙๕.๕๗ ล้านบาท รวมมีมูลค่า ๒,๐๐๕.๙๑ ล้านบาท</p> <p>กลุ่มที่ ๒ อุตสาหกรรมหนัก</p> <p>๑) งานแสดงสินค้า AAPEX 2017 (๓๑ ต.ค.-๒ พ.ย. ๖๐) ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๙ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๒.๑๔ ล้านบาท มูลค่า การสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๒๘๗.๗๔ ล้านบาท</p> <p>๒) งานแสดงสินค้า MEDICA 2017 (๑๓-๑๖ พ.ย. ๖๐) ณ ประเทศเยอรมนี มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๓ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๘.๕๘ ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๖๔๘.๒๙ ล้านบาท</p> <p>๓) งานแสดงสินค้า THE BIG ๕ SHOW 2017 (๒๕-๒๗ พ.ย.๖๐) ณ ประเทศสหรัฐอเมริกาฮาร์เบอร์เอมิเรสต์ มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๒๕ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ คำสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>๑.๙๘ ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๘๒.๔๓ ล้าน บาท</p> <p>๓) จัดกิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงานมหกรรม แทรกเตอร์และจักรกลการเกษตรไทย (Thailand Tractor & Agri-Machinery Show : THAITAM 2017) (๗-๙ ธ.ค. ๖๐) มีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๕๖ ราย มีมูลค่าการเจรจาการค้าทันที ๔.๐๘ ล้านบาท มูลค่าคาดการณ์เจรจาการค้าภายใน ๑ ปี ๑๗๕ ล้านบาท</p> <p>๔) คณะผู้แทนการค้าขึ้นส่วนยานยนต์ไปเจรจาการค้าที่นครเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย (๗-๑๐ ก.พ.๖๑) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๑๘ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๐.๔ ล้านบาท และคาดการณ์มูลค่าการสั่งซื้อใน ๑ ปี ๕๔.๓๗ ล้านบาท</p> <p>๕) งานแสดงสินค้า India Wood 2018 ณ เมือง บังกาลอร์ ประเทศอินเดีย (๘-๑๒ มี.ค.๖๑) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๑๐ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๓.๒๐ ล้านบาท มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๑๖.๐๐ ล้านบาท รวมทั้งสิ้น ๑๙.๒๐ ล้านบาท</p> <p>กลุ่มที่ ๓ ไหล่สไตล์</p> <p>๑) งานแสดงสินค้า Intertextile Shanghai Apparel Fabrics 2017 ณ ประเทศจีน (๑๑-๑๓ ต.ค.๖๐) มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน ๑๖ ราย มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๑๕.๕๑ ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๕๒.๐๒ ล้านบาท</p> <p>๒) งานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์รูปแบบใหม่ (STYLE 2017) (๑๗-๒๑ ต.ค.๖๐) ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา โดยรวม ๓ งานเทรดแฟร์ ระดับประเทศเข้าไว้ด้วยกันในงานเดียว คือ (๑) งานแสดงสินค้าแฟชั่นและงานแสดงสินค้าเครื่องหนัง (Bangkok</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>International Fashion Fair and Bangkok International Leather Fair: BIFF&BIL) (๒) งานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน (Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair: BIG+BIH) และ (๓) งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ (Thailand International Furniture Fair: TIFF) ทั้งนี้ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน ๔๗๙ ราย มูลค่าการค้าปลีกที่ ๑๖๘.๘๑ ล้านบาท มูลค่าการค้าปลีกที่ส่งออกไปใน ๑ ปี ๓,๓๒๒.๐๑ ล้านบาท มีผู้เข้าร่วมชมงานฯ ทั้งสิ้น ๕๑,๙๘๐ คน</p> <p>๓) งานแสดงสินค้า TEXWORLD (SPRING/SUMMER) 2018 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส (๑๑-๑๔ ก.พ.๖๑) มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน ๑๒ ราย มูลค่าการค้าปลีกที่ ๘๕.๖๘ ล้านบาท มูลค่าการค้าปลีกที่ส่งออกไปใน ๑ปี๖๖๖.๐๗ ล้านบาท</p> <p>๔) งานแสดงสินค้า ASIA PACIFIC LEATHER FAIR / APLF 2018 ณ ฮองกง ประเทศจีน (๑๔-๑๖ มี.ค.๖๑) มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน ๒๔ ราย มูลค่าการค้าปลีกที่ ๔๔.๓๒ ล้านบาท มูลค่าการค้าปลีกที่ส่งออกไปใน ๑ปี ๒๓๙.๓๒ ล้านบาท</p> <p>กลุ่มที่ ๔ เกษตรและอาหาร</p> <p>๑) เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Anuga 2017 (๗-๑๑ ต.ค. ๖๐) ณ ประเทศเยอรมนี มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๑๓๙ ราย มีมูลค่าการค้าปลีกที่ ๔๐๙.๘๐ ล้านบาท มูลค่าการค้าปลีกที่ส่งออกไปใน ๑ ปี ๗,๒๔๓.๖๕ ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ วุ้นเส้น สับปะรดกระป๋อง ข้าวโพดหวานกระป๋อง น้ำมะพร้าว และอาหาร Organic</p> <p>๒) โครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวเพื่อเร่งรัดการส่งออก (๓๐ ต.ค.-๒ พ.ย. ๖๐) ณ โรงแรม</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>เซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ โดยเชิญผู้นำเข้า/ผู้ซื้อที่มีศักยภาพ เดินทางมาประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมเจรจาการค้าและเยี่ยมชมโรงสีข้าว มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมเจรจาการค้า จำนวน ๑๐๐ บริษัท ผู้ประกอบการต่างชาติเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๑๓๓ บริษัท มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๔,๐๗๑.๕๐ ล้านบาท มูลค่าสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๓๐,๐๐๐.๐๐ ล้านบาท</p> <p>๓) จัดคณะผู้แทนการค้า Functional Food ไปเจรจาการค้า ณ ประเทศสหรัฐอเมริกาผ่านเครือข่ายของ Regional Advisor ภูมิภาคอเมริกา (๑-๑๑พ.ย.๖๐) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๖ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๓๗.๘๒ ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ ผลไม้อบแห้งปรุงรส ขนมขบเคี้ยวจากกล้วยและเผือกหอม ทองม้วนจากข้าวหอมมะลิสอดไส้ช็อคโกแลต และน้ำมะพร้าวผสมช็อคโกแลต เป็นต้น</p> <p>๔) เข้าร่วมงานแสดงสินค้า FOODEX JAPAN 2018 ณ เมืองชิบะ ประเทศญี่ปุ่น (๖-๙ มี.ค.๖๑) มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ๕๐ ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๓.๗๒ ล้านบาท มูลค่าสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๓๘๐.๑๘ ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจได้แก่ ซอสปรุงรส เครื่องแกง กะทิ น้ำมันรำข้าว ผัก/ผลไม้กระป๋อง ผัก/ผลไม้อบแห้ง และอาหารพร้อมรับประทาน</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การพัฒนาผู้ประกอบการ Capacity Building Strategy</p> <p>ผลสำเร็จ - ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมและพัฒนา รวม ๕๕,๕๘๗ ราย</p> <p>ผลสัมฤทธิ์ - มูลค่าการสั่งซื้อรวม ๔๘.๐๓ ล้านบาท (มูลค่าสั่งซื้อทันที ๖.๗๒ ล้านบาท คาดการณ์มูลค่าสั่งซื้อ ๔๑.๓๑ ล้านบาท ภายใน ๑ ปี)</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๑ Creative Thailand : Brand & Designer's Capacity Building</p> <p>๑) จัดนิทรรศการภายในงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ รูปแบบใหม่ (Style 2017) (๑๗-๒๑ ต.ค.๖๐) ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุม ไบเทค ประกอบด้วย</p> <p>๑.๑) โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก ปี ๒๕๖๑ (Designers Room/Talent Thai Promotion) มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๔.๐๖ ล้านบาท และคาดการณ์มูลค่า การสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๒๖.๗๘ ล้านบาท</p> <p>๑.๒) โครงการแบรนด์สินค้าและธุรกิจสร้างสรรค์ สู่สากล ปี ๒๕๖๑ พัฒนาและส่งเสริมสินค้านวัตกรรมและ สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่ตลาดสากล (T-Style) มูลค่าการสั่งซื้อทันที ๐.๔๓ ล้านบาท</p> <p>๑.๓) โครงการสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี ปี ๒๕๖๐ Design Excellence Award 2017 (DEMark) จำนวน ๕๓ รายการ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรตรอบุญ/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>๒) นำนักออกแบบเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Bangkok Gems & Jewelry Fair 2018 ระหว่างวันที่ ๒๑-๒๕ ก.พ. ๖๑ ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ประกอบด้วย</p> <p>๒.๑) การพัฒนานักออกแบบ โดยนำนักออกแบบเข้าร่วมงานฯ จำนวน ๒๓ ราย เกิดมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๑.๔๓ ล้านบาท และคาดการณ์การสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๙.๕๓ ล้านบาท</p> <p>๒.๒) การส่งเสริมนวัตกรรมและการค้า โดยนำนักออกแบบเข้าร่วมงานฯ จำนวน ๔๐ ราย เกิดมูลค่าการสั่งซื้อทันที ๐.๘ ล้านบาท และคาดการณ์การสั่งซื้อภายใน ๑ ปี ๕.๐ ล้านบาท</p> <p>๓) โครงการ ASEAN Design Selection 2018 (Part of Good Design Award) (๑๐ ม.ค.๖๑) จัดกิจกรรมการสัมมนาเชิงปฏิบัติการหัวข้อ Innovation of Product ร่วมกับหน่วยงาน ASEAN Japan Center (AJC) และหน่วยงาน Japan Institution of Design Promotion (JDP) จัดขึ้นในวันที่ ๒๐ ม.ค.๖๑ เวลา ๐๙.๑๕- ๑๒.๓๐ น. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รัชดาภิเษก มีผู้เข้าร่วม ๔๖ ราย</p> <p>๔) จัดนิทรรศการแสดงผลงานต้นแบบ (Co-Brand) เมื่อวันที่ ๖ ก.พ. ๖๑ เพื่อทดลองตลาดแนวใหม่ Pop Up Store (FUZE) โดยมีความเชื่อมโยงกับโครงการ Talent Thai & Design's Room</p> <p>๕) จัดกิจกรรมส่งเสริมตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark Festival) ระหว่างวันที่ ๑๔-๑๘ มี.ค.๖๑ ณ คิง เพาเวอร์ รางน้ำ กิจกรรมประกอบด้วย (๑) การจัดแสดงนิทรรศการ T Mark และรายละเอียดเกี่ยวกับตรา T Mark (๒) การจัดแสดงสินค้าคุณภาพที่ได้รับตรา T Mark จำนวน ๓๐ คูหา (๓) กิจกรรม Heart-made</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>Quality Workshop เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตรา T Mark มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน ๒๒๙ ราย</p> <p>๖) จัดสัมมนาเสริมสร้างองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดจีน (Over The Great Wall) เมื่อวันที่ ๑๕ มี.ค.๖๑ ณ โรงแรมพูลแมน คิง เพาเวอร์ รางน้ำ ผู้สนใจเข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๒๕๙ ราย</p> <p>กลยุทธ์ที่ ๒ New Economy Academy</p> <p>๑) ดำเนินการจัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) เมื่อวันที่ ๒๖ ม.ค.๖๐ โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมในส่วนของ การเข้าฟังการอบรม/สัมมนา และการใช้ระบบออนไลน์ ดังนี้</p> <p>๑.๑) ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ (เดือนตุลาคม ๒๕๖๐ - มีนาคม ๒๕๖๑) สถาบัน NEA ได้พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไปแล้วทั้งสิ้น ๕๕,๐๐๐ ราย</p> <p>๑.๒) เฟสบุ๊กของสถาบัน NEA ตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๐ - ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๑ มีผู้เข้าชมเข้าถึงโพสต์ จำนวน ๖๐๕,๘๘๐ คน ยอดผู้กดไลค์เพจ จำนวน ๑๙,๗๒๘ คน และยอดผู้ติดตามเพจ จำนวน ๒๐,๘๒๓ คน</p> <p>๑.๓) เว็บไซต์ของสถาบัน NEA มียอดผู้เข้าชม ๙๒,๘๓๔ คน มี page view ๔๑๙,๑๒๑ ครั้ง โดยมีประเทศที่เข้ามาชมมากที่สุด ๕ ประเทศ ได้แก่ ไทย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย</p> <p>๒) ดำเนินการจัดทำหลักสูตรเพื่อใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยสามารถแบ่งได้ ๕ หลักสูตร ดังนี้</p> <p>๒.๑) หลักสูตร NEW ECONOMY AMPLIFIER เพื่อเตรียมความพร้อมให้ความรู้และสร้างความชำนาญในด้านเทคนิควิธีการถ่ายทอด สำหรับผู้ที่จะต้องนำองค์ความรู้ไปกระจายต่อกับบุคคลที่สนใจทั่วไป</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>๒.๒) หลักสูตร NEW ECONOMY FOUNDATION เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการใหม่ หรือผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจ เป็นหลักสูตรที่จะสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้มีศักยภาพ ซึ่งเน้นตลาดในประเทศ</p> <p>๒.๓) หลักสูตร NEW ECONOMY DRIVER เพื่อการฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดการค้าทั้งในและต่างประเทศ (Local to Global)</p> <p>๒.๔) หลักสูตร IT for SMEs เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ด้าน IT ให้กับผู้ประกอบการ SME ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เป้าหมายของหลักสูตร คือ การติดอาวุธให้กับผู้ประกอบการ SME ด้วยทักษะด้าน E-business เช่น E-leadership รวมไปถึงความเข้าใจในธุรกิจและกระบวนการต่างๆ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาต่อยอดสมรรถภาพของธุรกิจ SMEs</p> <p>๒.๕) หลักสูตร NEW ECONOMY CONNECTOR เพื่อเป็นเวทีสำหรับผู้บริหารชั้นนำทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ สำหรับการสร้างเครือข่ายธุรกิจทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก</p> <p>๓) ดำเนินการจัดตั้งศูนย์ Business Solution Center โดยจัดตั้ง ณ สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ เสร็จเรียบร้อยแล้ว และได้เปิดบริการเพื่อให้ข้อมูลการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการค้าในรูปแบบต่างๆ อย่างครบวงจร</p> <p>๔) ดำเนินการเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการไทยในทุกระดับ ให้สามารถดำเนินธุรกิจการค้าในเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยการสร้างพันธมิตรความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายหน่วยงานพัฒนาผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชน</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>รวมทั้งสิ้นจำนวน ๖๘ หน่วยงาน และมีการลงนามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างสถาบันฯ กับภาคีเครือข่ายพันธมิตรทั้งหมด ๑๙ หน่วยงาน</p> <p>๕) ดำเนินโครงการและกิจกรรมตลอดทั้งปี โดยมีการขยายกิจกรรมสู่ระดับภูมิภาค อาทิ “โครงการ CREATIVE Thailand ใน ๓ หัวเมืองหลัก” ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา และนครศรีธรรมราช “โครงการ CLMVT Executive Program on New Economy (CLMVT-EXP)” จัดขึ้นตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่ม CLMVT ให้เข้มแข็งและเติบโตไปด้วยกัน เพื่อสร้าง Networking ระหว่างผู้นำจากภาครัฐและเอกชนชั้นนำของทั้ง ๕ ประเทศ มาร่วมกันระดมสมอง แสวงหาแนวทางการร่วมมือระหว่างกัน และสร้างความสัมพันธ์เพื่อสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ได้ข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy Recommendation) ให้กับประเทศในกลุ่ม และ “โครงการ Startup 101” พร้อมทั้งมีการยกระดับหลักสูตรออนไลน์ (E-Academy) ในรูปแบบใหม่ที่ง่ายต่อการเรียนรู้ (โดยใช้วิดีโอเป็นสื่อหลักในการเรียนแทนหนังสือ) นอกจากนี้จะมีหลักสูตรสำคัญในการทำการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)</p>		

มาตรการและ แนวทางปฏิบัติ ตามรัฐธรรมนูญ	นโยบายรัฐบาล/ การสั่งการของ นายกรัฐมนตรี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ ๑๒	มติคณะรัฐมนตรี		การดำเนินการ (โปรดระบุปัญหา/อุปสรรคและแนวทางแก้ไข)	การใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
			วันที่	สาระสำคัญ			
					<p>ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ Outward Business Development Promotion Strategy</p> <p>การดำเนินการ</p> <p>๑) บริการ DITP Call Center 1169</p> <p>๑.๑) การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาผ่าน เคาน์เตอร์ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (GI) รัชดาและนนทบุรี ๖๓๓ ราย</p> <p>๑.๒) การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาผ่านสายตรง ด้านการค้าระหว่างประเทศ (DITP Call Center 1169) ๙,๕๖๑ ราย</p> <p>๑.๓) การให้บริการข้อมูลผ่านระบบตอบรับ อัตโนมัติ (IVR) ๗,๑๗๗ ราย</p> <p>๑.๔) การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาผ่าน หน่วยงานเคลื่อนที่ให้คำปรึกษา (Mobile Unit) ๕๔๖ ราย</p> <p>๒) ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ (OSEC)</p> <p>๒.๑) ผู้ใช้บริการออกไปรับรอง/ใบอนุญาต ๔๓,๗๑๒ ราย</p> <p>๒.๒) การออกไปรับรอง/ใบอนุญาต ๑๒๒,๘๓๙ ฉบับ</p>		

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
๕ เมษายน ๒๕๖๑