



รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานของกรมการค้าต่างประเทศ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
๑. โครงการยกระดับความสามารถ และสร้างความพร้อมของบุคลากร เพื่อรองรับการเป็นรัฐบาลดิจิทัล	<p>กรมฯ ได้ส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมหลักสูตรสำคัญ ตามที่สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (สปร.) กำหนด เสร็จสิ้นแล้ว จำนวน ๑๒ หลักสูตร ดังนี้</p> <p>๑. GDPO หลักสูตรเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูล ส่วนบุคคลภาครัฐ รุ่นที่ ๙ และ ๑๐ (๓ ราย)</p> <p>๒. DGA ๑๐๒ หลักสูตรการใช้เครื่องมือดิจิทัล เพื่อการทำงาน (๔ ราย)</p> <p>๓. DGA ๒๐๑ หลักสูตรกฎหมายดิจิทัลมาตรฐาน และหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัลสำหรับบุคลากรภาครัฐ รุ่นที่ ๑ (๑ ราย)</p> <p>๔. DGA ๒๐๔ หลักสูตรกฎหมายคุ้มครองข้อมูล ส่วนบุคคลสำหรับผู้ปฏิบัติงานภาครัฐ รุ่นที่ ๒ (๔ ราย)</p> <p>๕. DGA ๒๐๒ หลักสูตรการปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานด้านดิจิทัล (๒ ราย)</p> <p>๖. DGA ๑๐๓ หลักสูตรการจัดการข้อมูลเปิดภาครัฐ และการเชื่อมโยงข้อมูลข้ามหน่วยงานภาครัฐ (๗ ราย)</p> <p>๗. DGA ๓๐๗ หลักสูตรการบริหารจัดการการบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร (๒ ราย)</p> <p>๘. DGA ๕๐๒ หลักสูตรการบริหารโครงการดิจิทัล รุ่นที่ ๑ (๓ ราย)</p>	๓๕๐,๐๐๐	๓๕๐,๐๐๐				

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	๙. DGA ๔๐๒ หลักสูตรการออกแบบบริการดิจิทัล ภาครัฐ (๑ ราย) ๑๐. DGA ๓๐๖ หลักสูตรเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล รุ่นที่ ๑ (๒ ราย) ๑๑. DGA ๑๐๔ หลักสูตรความมั่นคงปลอดภัย ไซเบอร์พื้นฐาน รุ่นที่ ๒ (๒ ราย) ๑๒. DGA ๓๐๘ หลักสูตรการพัฒนาซอฟต์แวร์สำหรับ การบริการด้านดิจิทัลภาครัฐ รุ่นที่ ๑ และ ๒ (๒ ราย)						
๒. โครงการส่งเสริมตลาดและ ประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์ไทย	๑. การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจา ขยายตลาดและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BIOFACH 2025 ณ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสาธารณรัฐอิตาลี ๑.๑ กรมฯ ได้จัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไป เจรจายขยายตลาดและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า ณ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสาธารณรัฐอิตาลี โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ ๑.๑) การจัดกิจกรรมรณรงค์การบริโภค ข้าวอินทรีย์ไทย “Healthy Life by Thai Organic Rice” ร่วมกับร้าน Aroydee Thai Küche ร้านอาหารไทย ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ณ เมืองวิสบาเดิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี โดยมีผู้นำเข้า Influencers และสื่อมวลชนท้องถิ่นเข้าร่วมกิจกรรมฯ กว่า ๒๐ ราย	๑๒,๐๐๐,๐๐๐	๑๑,๑๘๒,๕๑๐.๔๑		←→		

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>๑.๒) การพบปะหารือกับผู้นำเข้าข้าวรายสำคัญและร้านค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี อาทิ Tran Soan Wiesbaden Asia Markt, Denna BioMarkt และ Go Asia Asien Supermarkt และสาธารณรัฐอิตาลี อาทิ Uniontrade S.P.A., CPF Europe S.A. Filiale Italiana, Tang Food Market, Kathay และ NaturaSi เพื่อแลกเปลี่ยน/หารือข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานการณ์ตลาดข้าว แนวโน้มการบริโภคข้าวไทยในยุโรป รวมถึงโอกาสในการขยายตลาดข้าวไทยและข้าวอินทรีย์ไทยในอนาคต</p> <p>๑.๓) การพบปะหารือกับบริษัท Bioagricert S.r.l. Unipersonale หน่วยงานเอกชนรับรองเกษตรอินทรีย์ระหว่างประเทศ โดยได้แลกเปลี่ยนข้อมูลสำคัญ รวมถึงกฎระเบียบใหม่ของสหภาพยุโรป (EU) เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ และความร่วมมือระหว่างกันเพื่อผลักดันการรับรองสินค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทยให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการรับรองข้าวอินทรีย์ไทยเพื่อส่งออกไปตลาดโลก ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมเพิ่มศักยภาพของข้าวอินทรีย์ไทย และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในอนาคต</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>๑.๒ กรมฯ ได้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของไทยในงานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์นานาชาติ BIOFACH 2025 ณ เมืองนูเรมเบิร์ก สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เพื่อประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ไทยและผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของไทย โดยเฉพาะด้านคุณภาพมาตรฐาน ความหลากหลาย และความปลอดภัย รวมถึงเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ช่วยสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ไทยในการขยายการส่งออก โดยภายในบูธ มีกิจกรรมสำคัญประกอบด้วย (๑) การจัดนิทรรศการ (๒) การจัดแสดงตัวอย่างสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของไทย (๓) การเจรจาธุรกิจการค้า (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ไทยที่เข้าร่วมออกบูธกับผู้นำเข้า ผู้ค้า ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ และ (๔) สาธิตการปรุงอาหารจากข้าวอินทรีย์ไทย โดยร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ซึ่งตลอดการจัดงานมีผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมบูธของกรมฯ กว่า ๒,๖๐๐ ราย และผลการเจรจาธุรกิจการค้าเกิดมูลค่าคำสั่งซื้อทันทีในงานกว่า ๓๙ ล้านบาท และคาดว่าภายใน ๑ ปี จะมีมูลค่าคำสั่งซื้อกว่า ๑๒๗ ล้านบาท รวม ๑๖๖ ล้านบาท</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>๒. การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาขยายตลาดและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural Products Expo West (NPEW) 2025 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา</p> <p>๒.๑ กิจกรรมเจรจาขยายตลาดและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย</p> <p>๑.๑) การจัดกิจกรรมรณรงค์บริโภคข้าวอินทรีย์ไทย “Healthy Life by Thai Organic Rice” ร่วมกับร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT (ร้าน Subhannahong Royal Thai Cuisine) ในนครลอสแอนเจลิส โดยมีผู้นำเข้า สื่อ และ Influencers ท้องถิ่นเข้าร่วมกิจกรรมกว่า ๓๐ ราย</p> <p>๑.๒) การมอบเกียรติบัตรเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย (ตราเขียว) ให้กับร้านอาหารไทย (ร้าน Subhannahong Royal Thai Cuisine และร้าน Saladang Garden) เพื่อรับรองว่าทั้งสองร้านให้บริการข้าวหอมมะลิที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานจากประเทศไทยอย่างแท้จริงและเพื่อส่งเสริม/ประชาสัมพันธ์เครื่องหมายตราเขียวให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>๑.๓) การพบปะหารือกับผู้นำเข้าข้าวรายสำคัญของไทยในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย (บริษัท Sun Lee, Inc และบริษัท Golden Star Trading, Inc) เพื่อผลักดันให้มีการนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้น และสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมส่งเสริมตลาด กระตุ้นยอดขายตลาดข้าวไทยในสหรัฐฯ รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานการณ์ตลาดข้าว แนวโน้มการบริโภคข้าวไทยในสหรัฐฯ และข้อเสนอแนะในการขยายตลาดข้าวไทย นอกจากนี้ ได้หารือกับบริษัท FoodChain ID ผู้ให้บริการตรวจรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองจาก USDA เกี่ยวกับความร่วมมือในการช่วยผลักดันการรับรองสินค้าข้าวอินทรีย์ในประเทศไทย โดยเฉพาะแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย</p> <p>๒.๒) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของไทยในงานแสดงสินค้า Natural Products Expo West (NPEW) 2025 ณ เมืองอนาไฮม์ ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ไทยและผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของไทย โดยเฉพาะด้านคุณภาพ มาตรฐาน ความหลากหลายและความปลอดภัย รวมถึงเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น ช่วยสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการ</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>ข้าวอินทรีย์ไทยในการขยายการส่งออก โดยภายในบูธประกอบด้วยกิจกรรม (๑) การจัดนิทรรศการ (๒) จัดแสดงตัวอย่างสินค้าข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของไทย (๓) เจรจาทูรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ไทยกับผู้นำเข้า ผู้ค้า ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ และ (๔) สาธิตการปรุงอาหารจากข้าวอินทรีย์ไทย โดยร้านอาหาร Thai SELECT ซึ่งตลอดงานมีผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมบูธกว่า ๒,๒๐๐ ราย เกิดมูลค่าคำสั่งซื้อจากการเจรจาทูรกิจภายในงานทันทีกว่า ๔๘ ล้านบาท และคาดว่าจะภายใน ๑ ปี จะมีมูลค่าคำสั่งซื้อกว่า ๑๐๕ ล้านบาท (รวม ๑๕๓ ล้านบาท)</p> <p>๓. การจัดกิจกรรมรณรงค์การบริโภคข้าวอินทรีย์ไทย “Healthy Life by Thai Organic Rice”</p> <p>๓.๑ กิจกรรม “Healthy Life by Thai Organic Rice” ร่วมกับร้านอาหารไทย (ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT หรือร้านอาหารไทยอื่น ๆ) เพื่อเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีและเสริมสร้างการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัยและความหลากหลายของสินค้าข้าวอินทรีย์ไทยให้เป็นที่รู้จักตลอดจนกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์ไทยในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น รวม ๒ ครั้ง ร่วมกับร้าน Aroydee Thai Küche ณ เมืองวีสบาเดิน</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ กว่า ๒๐ ราย) และร่วมกับร้าน Subhannahong Royal Thai Cuisine ณ นครลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐฯ (ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ กว่า ๓๐ ราย)</p> <p>๓.๒ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์ไทย ร่วมกับ Key Influencers ที่มีชื่อเสียงและเหมาะสมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ไทย กรมฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์ไทยในรูปแบบการสื่อสารผ่านทาง Key Influencers จำนวน ๕ คน บนสื่อสังคมออนไลน์ของ Key Influencers และเฟสบุ๊กเพจ Think Rice Think Thailand โดยดำเนินกิจกรรมผ่านการนำเสนอ ๓ รูปแบบ ได้แก่</p> <p>๑.๑) การรีวิวและแชร์ประสบการณ์เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ไทย เพื่อสะท้อนถึงความรู้สึกลงในการรับประทานข้าวอินทรีย์ไทย</p> <p>๑.๒) การสร้างคอนเทนต์ทำอาหารที่เน้นการใช้ข้าวอินทรีย์เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เพื่อสะท้อนให้ผู้ชมได้เห็นถึงความหลากหลายและความยืดหยุ่นของข้าวอินทรีย์ไทยในการนำไปใช้ประกอบอาหารทั้งในบริบทของอาหารไทยดั้งเดิม อาหารฟิวชั่น และอาหารต่างประเทศ</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>๑.๓) การจัดกิจกรรมประกวดข้าวอินทรีย์ไทย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ติดตาม Key Influencers เข้ามามีส่วนร่วม โดยการแบ่งปันเมนูอาหารจากข้าวอินทรีย์ไทยผ่านการโพสต์ลงบนโซเชียลมีเดียของตนเอง และผู้ที่ชนะในแต่ละรอบกิจกรรมจะได้รับ Gift Voucher มูลค่า ๑๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร Thai SELECT</p> <p>ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมดังกล่าวได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี โดยมียอดวิวการรับชมวิดีโอกว่า ๒,๐๖๒,๓๕๐ วิว และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า ๖๘ ราย</p> <p>นอกจากนี้ กรมฯ ได้ดำเนินการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ข้าวอินทรีย์ไทยในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ได้แก่ คลิปวิดีโอ แผ่นพับ โปสเตอร์ อินโฟกราฟิกส์ และสื่ออื่น ๆ ที่อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ QR Code โดยมีเนื้อหาครอบคลุม ๔ ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส เพื่อสื่อสารข้อเท็จจริงที่น่าสนใจเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ไทย คุณประโยชน์ รวมถึงกระบวนการผลิตและการรับรองมาตรฐานออร์แกนิกของข้าวอินทรีย์ไทย</p>						
๓. โครงการขับเคลื่อน Soft Power ด้วยเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการค้าข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก	๑. การยื่นต่ออายุเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย/เครื่องหมายการค้า “HOM MALI” ใน ๗ ประเทศ/แห่ง ได้แก่ ปากีสถาน โปรตุเกส เม็กซิโก จอร์แดน จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน และการยื่นเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม	๘,๕๖๘,๐๐๐	๔,๙๗๕,๔๒๔.๔๙ _{หมายเหตุ} ส่งคืน ๓,๕๙๒,๕๗๕.๕๑ บาท		←	→	

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>เพื่อประกอบการต่ออายุเครื่องหมายฯ ใน ๒ ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และฟิลิปปินส์</p> <p>๒. การยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยใน ๔ ประเทศ/กลุ่มประเทศ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ คูเวต สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ OAPI</p> <p>๓. ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมและสร้างความรับรู้ตราเครื่องหมายฯ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย (๑) การพบปะหารือผู้นำเข้าเพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า (๒) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural Products Expo West (NPEW) 2025 เพื่อสร้างการรับรู้ในตราเครื่องหมายฯ และ (๓) การเชิญชวนผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา (ลอสแอนเจลิส) มาขอใช้เครื่องหมายรับรองฯ เพื่อรับรองว่าร้านอาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฯ นี้ เป็นร้านที่ให้บริการข้าวหอมมะลิไทยที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานจากประเทศไทยอย่างแท้จริง โดยมีร้านอาหารไทยเข้าร่วม จำนวนทั้งสิ้น ๑๔ ร้าน</p> <p>๔. ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมและสร้างความรับรู้ตราเครื่องหมายฯ ณ ราชอาณาจักรสเปน ประกอบด้วย (๑) การพบปะหารือผู้นำเข้าเพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า (๒) การเชิญชวนผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในราชอาณาจักรสเปน มาขอใช้เครื่องหมายรับรองฯ เพื่อรับรองว่าร้านอาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฯ นี้</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	เป็นร้านที่ให้บริการข้าวหอมมะลิไทยที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ มาตรฐานจากประเทศไทยอย่างแท้จริง โดยมีร้านอาหารไทยเข้าร่วม จำนวนทั้งสิ้น ๑๔ ร้าน ๕. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และจ้างผู้เชี่ยวชาญด้าน Social Commerce เพื่อประชาสัมพันธ์เครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยทั้งในและต่างประเทศ						
๔. โครงการสร้างเครือข่ายและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อผลักดันมูลค่าเพิ่มภาคการผลิต การค้า และการลงทุน							
กิจกรรม: เสริมสร้างศักยภาพสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย	นำผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมประเภทอาหารที่มีศักยภาพ จำนวน ๑๒ ราย เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และการตระหนักรู้สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยสู่ตลาดสากล ในงาน THAIFEX - ANUGA ASIA 2025 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวเกิดมูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้น ๘๕.๘๐ ล้านบาท	๒,๐๐๐,๐๐๐	๑,๕๓๕,๐๐๐			←→	
กิจกรรม: สร้างความเข้มแข็งด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย ภายใต้งาน “Agri Plus Expo”	นำผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล Agri Plus Award และผู้ประกอบการในเครือข่ายของกรมการค้าต่างประเทศ จำนวน ๘๐ บริษัท ออกบูธจำหน่ายสินค้าภายในงานแสดงสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย “Agri Plus Expo ๒๐๒๕” ณ Hall ๘ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี	๘,๙๕๖,๐๐๐	๘,๗๗๐,๐๐๐				←→

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าว เกิดมูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้น ๑๒๓.๗๗ ล้านบาท ประกอบด้วยมูลค่าซื้อขายภายในงาน ๑.๙๒ ล้านบาท และคาดการณ์มูลค่าการเจรจาการค้าภายใน ๑ ปี ๑๒๑.๘๕ ล้านบาท						
กิจกรรม: ขับเคลื่อนการขยายตลาดส่งออกสินค้ามันสำปะหลังและสินค้าแปรรูปจากมันสำปะหลังไปยังตลาดต่างประเทศ	<p>๑. จัดคณะเดินทางทั้งภาครัฐและภาคเอกชนไปร่วมประชุมหารือ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ การลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) และสัญญาซื้อขายสินค้ามันสำปะหลังระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการจีน สามารถสร้างความต้องการซื้อ (Demand) ล่วงหน้าให้กับมันสำปะหลังไทยได้ถึง ๙๘๐,๐๐๐ ตัน สามารถดูดซับหัวมันสดในประเทศได้กว่า ๒.๙๖ ล้านตัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>๑) ลงนาม MOU ปริมาณ ๔๔๐,๐๐๐ ตัน คิดเป็นปริมาณหัวมันสด ๑.๖๘ ล้านตัน ณ นครเซี่ยงไฮ้ และนครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน</p> <p>๒) ลงนาม MOU และสัญญาซื้อขาย ปริมาณ ๕๔๐,๐๐๐ ตัน คิดเป็นหัวมันสด ๑.๒๘ ล้านตัน ณ ประเทศไทย</p> <p>๒. จัดคณะเดินทางไปขับเคลื่อนการขยายตลาดส่งออกสินค้ามันสำปะหลังและสินค้าแปรรูปจากมันสำปะหลังไปยังตลาดต่างประเทศ ณ กรุงริยาด และ เมืองเจดดาห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย โดยนำคณะผู้แทนภาครัฐและเอกชนเข้าพบผู้ประกอบการ</p>	๓,๐๐๐,๐๐๐	๒,๒๑๖,๘๑๕.๒๒				

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>ที่มีศักยภาพในซาอุดีอาระเบีย (Trade Mission) ประชุมหารือและเจรจาผลักดันส่งออกสินค้ามันสำปะหลัง รวมถึงสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการนำมันสำปะหลังไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ โดยได้มีการเจรจาหารือกับผู้ประกอบการอาหารสัตว์ในซาอุดีอาระเบีย จำนวน ๔ ราย ได้แก่ (๑) บริษัท Arabian Agricultural Services Company (ARASCO) (๒) โรงงานผลิตอาหารสัตว์ Al Sanabel Al Zahabiya Industrial (๓) บริษัท Fakieh Feed Factory และ (๔) บริษัท United Feed Company (UFC) ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง ๔ ราย มีความสนใจและต้องการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ โดยมีการหารือรายละเอียดในด้านราคาปริมาณ วิธีการบรรจุและส่งมอบกับผู้ประกอบการไทย</p> <p>๓. จัดซื้อข้อมูลเชิงลึกของมันสำปะหลังและสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานสถานการณ์เอทานอลรายเดือน (รวมถึงการผลิตเอทานอลจากถ่านหิน) ข้อมูลราคา ข้อมูลข้าวโพดและมันสำปะหลัง โดยการสมัครเป็นสมาชิกกับผู้ให้บริการข้อมูลเว็บไซต์ www.oilchem.net ของประเทศจีน เพื่อใช้สำหรับศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้ามันสำปะหลังของไทย และจัดทำแนวทางการขยายตลาดสินค้ามันสำปะหลัง</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
๕. โครงการสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดและยกระดับผู้ประกอบการสู่การแข่งขันใหม่							
กิจกรรม: ขยายโอกาสทางการค้าเพิ่มศักยภาพและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการยุคใหม่	<p>๑. จัดงานสัมมนาและจัดนิทรรศการ “๘๓ ปี คต. ก้าวไกล การค้าไทยยั่งยืน” ณ กระทรวงพาณิชย์ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๑๐๐ ราย มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมสัมมนา ร้อยละ ๖๓</p> <p>๒. จัดงานสัมมนา “From Trade War to Trade Win: พลิกเกมการค้า ฝ่าวิกฤติโลก ครั้งที่ ๑ ณ โรงแรม โนโวเทล มารีน่า ศรีราชา แอนด์ เกาะสีซิง จังหวัดชลบุรี โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๓๑๔ ราย มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมสัมมนา ร้อยละ ๙๑.๓๔</p> <p>๓. จัดงานสัมมนา “From Trade War to Trade Win: พลิกเกมการค้า ฝ่าวิกฤติโลก ครั้งที่ ๒ ณ โรงแรม S๓๑ ถนนสุขุมวิท ซอย ๓๑ กรุงเทพฯ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม ๗๑๘ ราย มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมสัมมนา ร้อยละ ๙๗.๓</p> <p>๔. จัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายและศึกษาดูงานที่เกี่ยวกับบทบาทภารกิจกรมฯ รวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยมีผู้เข้าร่วม ๕๐ ราย</p>	๗,๒๐๐,๐๐๐	๖,๙๙๐,๐๐๐ หมายเหตุ ส่งคืน ๒๑๐,๐๐๐ บาท			←————→	

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>๕. จัดการแถลงข่าว/พบปะหารือของผู้บริหารกรมฯ เพื่อเผยแพร่บทบาทภารกิจกรมฯ จำนวน ๕ ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วม ๑๕๔ ราย</p> <p>๖. ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ทั้ง Offline และ Online</p> <p>๖.๑ สื่อโทรทัศน์ ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหาร จำนวน ๔ ครั้ง ผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๒ ครั้ง</p> <p>๖.๒ สื่อวิทยุ ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหาร จำนวน ๔ ครั้ง ผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๒ ครั้ง ผลิต Spot วิทยุ จำนวน ๔ ตอน เผยแพร่ Spot วิทยุ จำนวน ๑๒ ครั้ง</p> <p>๖.๓ สื่อสิ่งพิมพ์ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๒ ครั้ง ผลิตและเผยแพร่บทความ จำนวน ๖ ครั้ง</p> <p>๖.๔ สื่อออนไลน์ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒๐ ครั้ง เผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมภายใต้โครงการฯ ทางเพจ Facebook ของกรมฯ จำนวน ๖ ครั้ง และ จัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกทางเพจ Facebook และ TikTok ของกรมฯ จำนวน ๒ กิจกรรม</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	๗. จัดทำสื่อความรู้ด้านการค้าการลงทุน ๗.๑ รายการเสียงออนไลน์ (Podcast) จำนวน ๔ ตอน ๗.๒ คลิปวิดีโอสั้น (Clip Video) จำนวน ๒ ตอน ๗.๓ สื่อวีดิทัศน์ จำนวน ๒ เรื่อง						
กิจกรรม: เพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันของไทยในตลาดโลก ด้วยมาตรการปกป้องและตอบโต้ ทางการค้า	๑. การจัดสัมมนาวิชาการการเสริมสร้างความ ความเข้าใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้มาตรการ เยียวยาทางการค้า (AD/CVD/AC/SG) ให้ผู้ประกอบการ รายย่อย และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่าง หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการใช้มาตรการของไทย ประกอบด้วย (๑) มีการจัดสัมมนา ณ ห้องวิภาวดี บอลรูม ปี โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และภาคเอกชนเข้าร่วมมากกว่า ๓๕๐ ราย (๒) มีการจัดสัมมนา ครั้งที่ ๒ ณ โรงแรม โนโวเทล มารินา ศรีราชา แอนท์ เกาสีซัง จังหวัดชลบุรี โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชนเข้าร่วม มากกว่า ๑๕๐ ราย ๒. การจัดจ้างที่ปรึกษากฎหมายเพื่อแก้ต่างกรณี สหรัฐอเมริกาเปิดไต่สวนการอุดหนุน (CVD) สำหรับ สินค้าโลหะซิลิคอน (Silicon Metal) ที่นำเข้าจาก ประเทศไทย	๘,๘๖๕,๒๐๐	๘,๘๖๕,๒๐๐			←————→	

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
๖. โครงการส่งเสริม SME ให้แข่งขันได้ในตลาดสากล (กิจกรรม: ส่งเสริมให้ SME สามารถใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ)	<p>จัดสัมมนาและฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ภายใต้โครงการ “ส่งเสริม SME ให้แข่งขันได้ในตลาดสากล” เพื่อขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการสามารถใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ FTA ในการส่งออกสินค้ารวม ๑๐ ครั้ง ดังนี้</p> <p>ครั้งที่ ๑ ณ กรุงเทพมหานคร มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๒๑๕ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๑.๐๑</p> <p>ครั้งที่ ๒ ณ จังหวัดระยอง มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๓๗ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๕.๓๘</p> <p>ครั้งที่ ๓ ณ จังหวัดสงขลา มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๖๐ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๔.๒๙</p> <p>ครั้งที่ ๔ ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๐๗ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๕.๕๖</p> <p>ครั้งที่ ๕ ณ จังหวัดกาญจนบุรี มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๗๗ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๖.๙๒</p> <p>ครั้งที่ ๖ ณ จังหวัดนครพนม มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๕๒ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๕.๕๖</p>	๔,๕๐๐,๐๐๐	๓,๒๒๑,๙๕๔	←			→

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>ครั้งที่ ๗ ณ จังหวัดนครราชสีมา มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๐๕ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๓.๔๑</p> <p>ครั้งที่ ๘ ณ จังหวัดบุรีรัมย์ มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๑๕ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๓.๖๒</p> <p>ครั้งที่ ๙ ณ จังหวัดลำพูน มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๐๓ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๗.๘๙</p> <p>ครั้งที่ ๑๐ ณ จังหวัดชลบุรี มีผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน ๑๙๓ ราย และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๙๗.๗๙</p>						
๗. โครงการขยายการค้าการลงทุนชายแดน และเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กิจกรรม: ขยายการค้าการลงทุนชายแดนและพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ)	<p>๑. ลงพื้นที่ประชุมร่วมภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อหารือติดตามสถานการณ์การค้าชายแดนและผ่านแดน รวม ๘ ครั้ง ใน ๖ จังหวัด ดังนี้ (๑) เชียงราย (๒) สงขลา (๓) นครพนม (๔) ตาก (๕) หนองคาย และ (๖) สระแก้ว</p> <p>๒. จัดสัมมนาพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการในการเข้าสู่ตลาดประเทศเพื่อนบ้านด้วยเทคโนโลยี AI ในหัวข้อ “ตามให้ทัน AI ช่วยค้าขายทันใจ ไม่ตกเทรนด์” จำนวน ๒ ครั้ง ในจังหวัด</p>	๑๔,๔๐๐,๐๐๐	๑๒,๓๑๑,๕๓๗ หมายเหตุ ส่งคืน ๒,๐๘๘,๔๖๓ บาท	←			→

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>(๑) ตาก และ (๒) หนองคาย โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น ๔๑๖ ราย</p> <p>๓. ดำเนินโครงการขยายการค้าการลงทุนชายแดน และเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ : มหกรรมการค้าชายแดน ณ จังหวัดเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน ๒ ครั้ง ได้แก่</p> <p>(๑) จังหวัดตาก โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม ออกบูธแสดงและจำหน่ายสินค้ากว่า ๒๐๐ บูธ มีผู้สนใจเข้าร่วมงานกว่า ๒๔,๐๖๙ คน รวมมูลค่าการซื้อขายภายในงานกว่า ๗.๐๘ ล้านบาท การเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) คาดการณ์ว่ามูลค่าการจำหน่ายสินค้าภายในระยะเวลา ๑ ปี จะสูงถึง ๑๙.๘๕ ล้านบาท</p> <p>(๒) จังหวัดหนองคาย โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมออกบูธแสดงและจำหน่ายสินค้ากว่า ๒๐๐ บูธ มีผู้สนใจเข้าชมงานกว่า ๑๓,๐๐๐ คน มีการซื้อขายภายในงานรวมกว่า ๕.๓๔ ล้านบาท และคาดการณ์คำสั่งซื้อต่อเนื่องหลังการจัดงานอีก ๘ ล้านบาท รวมเป็น ๑๓.๓๔ ล้านบาท การเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) คาดการณ์คำสั่งซื้อภายในระยะเวลา ๑ ปี รวมกว่า ๗๗.๗๙ ล้านบาท</p>						

โครงการ/กิจกรรม	ผลการดำเนินงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร (บาท)	ผลการใช้จ่าย งบประมาณ (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ			
				ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔
	<p>(๒) ภาคกลาง...ภาคตะวันตก จัดงานมหกรรมการค้าชายแดน ณ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมออกบูธแสดงและจำหน่ายสินค้าจำนวน ๑๕๐ บูธ รวมมูลค่าการค้าซื้อขายภายในงานรวมทั้งสิ้น ๒.๗๐ ล้านบาท และเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) คาดการณ์ว่ามูลค่าการค้าจำหน่ายสินค้าภายในระยะเวลา ๑ ปี จะสูงถึง ๓๓.๙๕ ล้านบาท</p> <p>(๓) ภาคเหนือ ภายใต้ชื่องาน “มหกรรมการค้าชายแดน ณ จังหวัดเชียงใหม่ (Border Trade Expo 2025 @ Chiang Mai)” โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมออกบูธแสดงและจำหน่ายสินค้า จำนวน ๑๕๐ บูธ รวมมูลค่าการค้าซื้อขายภายในงานรวมทั้งสิ้น ๙.๒๔ ล้านบาท และการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) คาดการณ์ว่าคำสั่งซื้อภายใน ๖ เดือน ถึง ๑ ปี รวมกว่า ๕๐ ล้านบาท และจัดสัมมนาให้ความรู้ด้านการค้าการลงทุนและการทำธุรกิจกับต่างประเทศ โดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนามากกว่า ๔๐๐ คน</p> <p>(๔) ภาคใต้ จัดงานมหกรรมการค้าชายแดน ณ จังหวัดสตูล โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมออกบูธแสดงและจำหน่ายสินค้า จำนวน ๑๒๐ บูธ รวมมูลค่าการค้าซื้อขายภายในงานรวมทั้งสิ้น ๓.๐๖๖ ล้านบาท และเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) คาดการณ์มูลค่าคำสั่งซื้อภายใน ๖ เดือน ถึง ๑ ปี รวมกว่า ๕๒.๖๕๔ ล้านบาท</p>						

กรมการค้าต่างประเทศ
มีนาคม ๒๕๖๙