

รายละเอียดข้อมูลการแก้ไขเอกสาร
ตามหนังสือด่วนที่สุดที่ พณ ๐๒๐๘.๓/๔๗๒ ลงวันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙
เรื่อง ขอความเห็นชอบโครงการของกระทรวงพาณิชย์
และขอรับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙

๑) ส่วนแผนงานด้าน Local Economy โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นไทยเชื่อมโยงสู่เศรษฐกิจโลก

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
๔	๔	๓.๓ ส่งเสริมและพัฒนาค้า.....และการขนส่ง รวม ๑๕ ครั้ง	และการขนส่ง รวม ๑๐ ครั้ง
๕	๒	๓.๔.๓ การพัฒนาระบบสารสนเทศข้อมูล....วงเงิน ๒๔๕ ล้านบาท	วงเงิน ๒๓๐ ล้านบาท
๓๙	ตาราง ประมาณการ ค่าใช้จ่าย	ประมาณการค่าใช้จ่ายโครงการ “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” ...	ปรับเป็นตารางใหม่ ที่มีการเพิ่มเติมรายละเอียด กิจกรรม
๔๔	๓	๔.๓ พัฒนาระบบสารสนเทศ... พัฒนาระบบ....ประชาสัมพันธ์ตลาด กลาง	พัฒนาระบบ....ประชาสัมพันธ์ตลาดกลาง <u>เพิ่ม</u> ข้อความ วงเงิน ๒๓๐ ล้านบาท
๔๗	๒๕	๖. งบประมาณ ข้อ ๓) ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์รวบรวม....	๓) ส่งเสริมสถานที่รวบรวม....
๔๗	๒๘	วงเงิน ๒๓๗.๘ ล้านบาท	ตัดข้อความ วงเงิน ๒๓๗.๘ ล้านบาท
๕๑	๑	๓. การพัฒนาระบบสารสนเทศข้อมูล.... ตัวเลขในคอลัมน์งบประมาณ ๒๓๗.๘๐ ล้านบาท	<u>แก้ไข</u> ตัวเลขในคอลัมน์งบประมาณเป็น ๒๓๐ ล้านบาท
๖๐	ตาราง แผนงาน ด้าน Local	ตารางการดำเนินการ ข้อ ๒ และ ๓ ข้อ ๒ โครงการสิ่งปงชี้.... ๑) วงเงิน ๘.๕ ล้านบาท ๒) วงเงิน ๕.๕ ล้านบาท ๓) วงเงิน ๒ ล้านบาท ๔) วงเงิน ๔ ล้านบาท ข้อ ๓ การส่งเสริมและพัฒนาค้า.... ๑) วงเงิน ๗.๐ ล้านบาท ๒) วงเงิน ๓๐.๔ ล้านบาท ๓) วงเงิน ๔.๐ ล้านบาท ๔) จัดทำ/พัฒนาระบบฐานข้อมูล....วงเงิน ๘.๐ ล้านบาท ๕) สร้างการรับรู้... วงเงิน ๔.๔ ล้านบาท ๖) วงเงิน ๑.๒ ล้านบาท	แก้ไขตัวเลขวงเงินในหัวข้อ ๒ และ ๓ ข้อ ๒ โครงการสิ่งปงชี้.... ๑) แก้ไขเป็น วงเงิน ๖.๕ ล้านบาท ๒) แก้ไขเป็น วงเงิน ๕.๕ ล้านบาท ๓) แก้ไขเป็น วงเงิน ๒.๐ ล้านบาท ๔) แก้ไขเป็น วงเงิน ๖.๐ ล้านบาท ข้อ ๓ การส่งเสริมและพัฒนาค้า.... ๑) แก้ไขเป็น วงเงิน ๓๐ ล้านบาท ๒) แก้ไขเป็น วงเงิน ๖.๐ ล้านบาท ๓) แก้ไขเป็น วงเงิน ๔.๐ ล้านบาท ๔) <u>แก้ไข</u> เป็น จัดจ้างผู้เชี่ยวชาญจัดทำและ พัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการตลาด วงเงิน ๑๐.๐ ล้านบาท ๕) <u>แก้ไข</u> เป็น ประชาสัมพันธ์เผยแพร่หมู่บ้านทำ มาค้าขาย วงเงิน ๔.๐ ล้านบาท ๖) <u>แก้ไข</u> เป็น วงเงิน ๑.๐ ล้านบาท

๒) ส่วนแผนงานด้าน Global Economy โครงการปฏิรูปภาคการค้าไทยสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
๓-๔		๒. Branding (๒๕๐ ล้านบาท) (สค.) ๒.๑ Capacity Building พัฒนาผู้ประกอบการด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๒.๑.๑ สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมทางธุรกิจ (Innovation Driven Entrepreneurship: IDE/Startup) (๘๐ ล้าน) โดยการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs หรือธุรกิจรายใหม่ๆ (New Enterprise) ให้สามารถพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมทางธุรกิจ (IDE) (กลุ่ม SMEs ที่เริ่มต้นสร้างธุรกิจ/กลุ่มผู้ประกอบการในทุกอุตสาหกรรม) โดยดำเนินการ ดังนี้ - ดำเนินการจัดกิจกรรมกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยจัดสัมมนาและประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและผู้สนใจให้เข้าใจถึงความสำคัญในปรับตัวจากภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องเปลี่ยนโมเดลทางธุรกิจจากการเป็นผู้ประกอบการ SMEs สู่ การเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมทางธุรกิจ - บูรณาการร่วมกับภาครัฐและสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำหลักสูตรสร้างองค์ความรู้แนวใหม่ที่เน้นการฝึกให้ผู้ประกอบการคิดสร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถพัฒนาเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมทางธุรกิจ นับเป็น การเปลี่ยนแปลงวิธีเดิมๆ ที่ภาครัฐใช้บ่มเพาะผู้ประกอบการที่มักทำให้เกิดจุดอ่อนของ SMEs ไทยส่วนใหญ่ที่เป็นลักษณะการผลิตตามคำสั่งซื้อสินค้าไม่มีความแตกต่างและไม่มีความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ - บ่มเพาะผู้ประกอบการ โดยจัดกิจกรรม Future Lab เพื่อเป็นเวทีการนำเสนอแนวคิด/ การดำเนินธุรกิจโดยใช้นวัตกรรม โดยมีผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ อาทิ การตลาด เทคโนโลยี ฯลฯ และนักลงทุนมาร่วมให้คำแนะนำและต่อยอดความคิดในการดำเนินธุรกิจ - เสริมสร้างองค์ความรู้ โดยจัดสัมมนา Creativity & Innovation Symposium ๑-๒ ครั้ง เน้นการดำเนินธุรกิจด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้ด้านการออกแบบ การนำเทคโนโลยีและสื่อต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญด้านการนวัตกรรม ๒.๑.๒ สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์ (๘๐ ล้าน) โดยส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้มีการพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืน แบ่งเป็น ๔ ระดับ ดังนี้ - ระดับที่ ๑ กลุ่ม OEM โดยจัดสัมมนาเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญด้านการสร้างแบรนด์ (๑,๐๐๐ ราย) - ระดับที่ ๒ กลุ่ม Top Thai Brand โดยฝึกอบรมเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างแบรนด์เชิงลึก การวางแผนการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ การดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์/นวัตกรรม เพื่อสร้าง	๒. Branding (๒๕๐ ล้านบาท) (สค.) โครงการยกระดับผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลกด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม ๒.๑ การพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการสร้างแบรนด์และนวัตกรรม (Capacity Building วงเงิน ๑๖๐ ล้าน) โดยพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้มีการพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีการสร้างนวัตกรรมและการสร้างแบรนด์อย่างยั่งยืนในตลาดโลก แบ่งเป็น ๔ ระดับ ดังนี้ - กลุ่มผู้ประกอบการ OEM และเริ่มต้นสร้างแบรนด์ วงเงิน ๘ ล้านบาท - กลุ่มผู้ประกอบการที่มีเครื่องหมายการค้า/มีความเข้าใจการสร้างแบรนด์ วงเงิน ๖ ล้านบาท - กลุ่มผู้ประกอบการที่มีการสร้างแบรนด์ในระดับสากล วงเงิน ๒๔ ล้านบาท - กลุ่มผู้ประกอบการที่มีแบรนด์เข้มแข็ง วงเงิน ๑๐๐ ล้านบาท นอกจากนี้ จะดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลแบรนด์ไทย /การประชาสัมพันธ์ วงเงิน ๒๒ ล้านบาท (รายละเอียดโครงการตามเอกสารหน้า ๓๔-๔๗) ๒.๒ นำผู้ผ่านการพัฒนาเชื่อมโยงสู่กลไกสนับสนุนทางการตลาดผ่านโครงการ Market Development (๙๐ ล้านบาท) ด้วยการจัดกิจกรรม Top Thai Brand ในกลุ่มตลาดเป้าหมาย ได้แก่ จีน แอฟริกา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และรัสเซีย (รายละเอียดโครงการตามเอกสารหน้า ๔๘-๖๐)

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
		มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ (๕๐๐ ราย) - ระดับที่ ๓ กลุ่ม Best Thai Brand ได้รับการรับรองต่างๆ PM Award/Thailand Trust Mark) เน้นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีแบรนด์และต้องการต่อยอด โดย การจ้างที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาแบรนด์และบ่มเพาะเป็นรายบริษัท (Coaching) รวมทั้งจัดเวทีการนำเสนอแนวคิด/การดำเนินธุรกิจและพัฒนาแบรนด์ โดยใช้นวัตกรรม (Future Lab) เพื่อเกิดการต่อยอดความคิดในการพัฒนาธุรกิจ/แบรนด์ (๑๐๐ ราย) - ระดับที่ ๔ กลุ่ม Global Brand ผู้ประกอบการที่มีแบรนด์เข้มแข็งแล้ว ต้องการขยายสู่ตลาดโลก จัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับผู้ประกอบการที่มีแบรนด์เข้มแข็ง เพื่อเป็น Brand Ambassador ให้กับประเทศไทย อาทิ สิงห์ CP ขาวเกาะ TUF Double A ฯลฯ ภายใต้แนวคิด More Than Project ส่งเสริมและต่อยอดผู้ประกอบการ เพื่อขยายสู่ตลาดโลก โดยใช้กลยุทธ์ ๔ แนวทาง Subsidy/ Strategy Session/ Matching Festival/ Monthly Reports (๕-๑๐ ราย) (รายละเอียดโครงการตามเอกสารหน้า ๓๔-๔๗) ๒.๒ Market Development (๙๐ ล้าน) ในกลุ่มตลาดเป้าหมาย ได้แก่ จีน แอฟริกา สหรัฐอเมริกา ยุโรป และรัสเซีย โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาตลาดให้แก่แบรนด์ไทยอย่างครบวงจร อาทิ การจัดงานแสดงสินค้า Top Thai Brand การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และการจัดคณะผู้แทนการค้า (รายละเอียดโครงการตามเอกสารหน้า ๔๘-๖๐)	
๓		ตัวชี้วัด - ผู้เข้าร่วมสัมมนาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมทางธุรกิจ ๓๐๐ ราย - ผู้ประกอบการที่ผ่านการบ่มเพาะและพัฒนาเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อน โดยนวัตกรรมทางธุรกิจ ๕๐ ราย - ผู้ประกอบการที่มีการพัฒนาแบรนด์อย่างชัดเจน จำนวน ๕๐๐ ราย - ผู้ประกอบการที่มีแบรนด์สามารถขยายตลาดส่งออกสู่ต่างประเทศ	ตัวชี้วัด - ผู้ประกอบการมีการพัฒนาแบรนด์อย่างชัดเจน จำนวน ๕๐๐ ราย ในปีแรก - ผู้ประกอบการที่มีแบรนด์สามารถขยายตลาดส่งออกสู่ต่างประเทศ ๕-๑๐ รายในปีแรก
๔.	๒๑	๓. E-Commerce (๑๖๐ ล้านบาท) (สค.) พัฒนาต่อยอด Thaitrade.com ให้เป็นอีคอมเมิร์ซของประเทศ ๓.๑ พัฒนาระบบ Thaitrade.com ให้รองรับการค้าแบบส่งตรงถึงมือผู้บริโภค Thaitrade.com – SOOK (Small Order OK) พัฒนาต่อยอดเว็บไซต์ Thaitrade.com แบบธุรกิจต่อธุรกิจ (B๒B E-Marketplace) ให้สามารถรองรับระบบชำระเงินออนไลน์ และเชื่อมต่อกับระบบของผู้ให้บริการขนส่ง (Complete E-Commerce Solution/ Transaction based) โดยระบบจะสามารถรองรับคำสั่งซื้อสินค้าในปริมาณ และมูลค่าการซื้อ-ขายแต่ละครั้งที่ไม่สูงมาก เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางการค้าออนไลน์แบบส่งตรงถึงมือผู้ซื้อทั่วโลก (B๒B๒C) ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถทำการซื้อขายได้ทุกที่ ทุกเวลา ๓.๒ ขยายการเชื่อมต่อไปยังตลาดออนไลน์ระดับสากล (E-Market Bridge) พัฒนาระบบเชื่อมต่อ (E-Market Bridge) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าและผู้ประกอบการใน Thaitrade.com ไปยัง E-Commerce	๓. E-Commerce (๑๖๐ ล้านบาท) (สค.) เจาะตลาดออนไลน์สู่สากลด้วยอีคอมเมิร์ซของประเทศ (Thaitrade.com/Topthaibrands.com) ๓.๑ โครงการพัฒนาเว็บไซต์ Thaitrade.com : Local to Global & Global Sourcing to Local (๙๐ ล้านบาท) พัฒนาระบบ Thaitrade.com - SOOK (Small Order OK) และขยายการเชื่อมต่อไปยังตลาดออนไลน์ระดับสากล (E-Market Bridge) พัฒนาศูนย์ Thaitrade.com Center ให้เป็น Thaitrade.com One Stop Service for SMEs & Content Builder/Editors/ Designers ประชาสัมพันธ์ Thaitrade.com พัฒนาหลักสูตร Smart Online Exporter => Smart Online S.O.S พัฒนาล้างข้อมูลการซื้อขายเพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มการค้าในตลาดโลก (Golden

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
		Platform ระดับสากลที่มีอิทธิพลในแต่ละตลาด อาทิ Amazon.com เจาะตลาดสหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น Alibaba.com และ ๑๖๘๘.com เจาะตลาดจีนที่เป็นตลาดอีคอมเมิร์ซที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดระยะเวลา และต้นทุนในการบริหารจัดการการขายออนไลน์ได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น โดยผ่านช่องทาง ThaiTrade.com เพียงช่องทางเดียวแต่สามารถขยายช่องทางการตลาดไปได้ครอบคลุมทั่วโลก ๓.๓ พัฒนาศักยภาพ SMEs สู่อุตสาหกรรมค้าออนไลน์อย่างครบวงจร (Smart Online SMEs: S.O.S) จัดกิจกรรมอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร (Smart Online SMEs : S.O.S) ตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจจนสามารถส่งออกได้ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยกิจกรรมพัฒนามีตั้งแต่ระดับเริ่มต้น ระดับกลาง จนถึงระดับสูง ตลอดจนอบรมเชิงปฏิบัติการ พร้อมให้คำปรึกษาแก่ SMEs ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ๓.๔ SMEs Online Proactive ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าออนไลน์ให้สามารถดำเนินธุรกิจและแข่งขันได้จริง โดยสนับสนุนงบประมาณในการเข้าใช้บริการ E-Markets ระดับโลกด้วยตนเอง พร้อมชี้แนะแนวทางการใช้ช่องทางการค้าออนไลน์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มสินค้า/ ภาคอุตสาหกรรม และตอบโจทย์ผู้ซื้อในตลาดเป้าหมาย ในการขยายโอกาสทางการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ๓.๕ พัฒนาค้นข้อมูลการซื้อขายเพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มการค้าในตลาดโลก (Golden Information Warehouse) ข้อมูลการซื้อขาย (Transactional Information) บน ThaiTrade.com และบน E-Markets ระดับสากลต่างๆ ที่เราสร้าง E-Market Bridge เชื่อมโยงไว้ เป็นข้อมูลที่มีมูลค่ามหาศาลสามารถนำมาใช้วิเคราะห์เชิงลึกถึง ความต้องการซื้อ ความสนใจของผู้ซื้อในแต่ละตลาด ความนิยมของสินค้าไทย แนวโน้มสินค้าที่มีศักยภาพ ฯลฯ จึงต้องพัฒนาค้นข้อมูลเหล่านี้เพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มการค้าในตลาดโลก (Golden Information Warehouse) และใช้ประโยชน์จากเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณมาก (Big Data Analysis) เพื่อสร้าง Market Intelligence สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ไปใช้เพื่อกำหนดทิศทางการตลาดของประเทศไทย พัฒนากิจกรรมส่งเสริมการส่งออก รวมทั้งสามารถนำไปเผยแพร่เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์ ปรับรูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดได้ทันที	Information Warehouse) การเข้าใช้ Content Delivery Network (CDNs) ในอาเซียนและภูมิภาคสำคัญ ๓.๒ โครงการพัฒนาเว็บไซต์ Tophthaibrands.com : Local to Local & Local to CLMV (๔๕ ล้านบาท) พัฒนาลาดออนไลน์เพื่อสร้าง Digital SMEs ค้าขายแบบส่งตรงถึงมือผู้บริโภค Tophthaibrands.com (BtoC) จัดตั้งศูนย์ Tophthaibrands.com Center เพื่อรองรับการให้บริการคำปรึกษาด้านการทำการค้าออนไลน์แก่ SMEs อย่างครบวงจร พัฒนาหลักสูตร Smart Online Exporter => Smart Online S.O.S for Local & CLMV จัดจ้างที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์และการพัฒนาระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประชาสัมพันธ์ Tophthaibrands.com ๓.๓ โครงการ SMEs Online Pro-active (๒๕ ล้านบาท) ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพด้านการค้าออนไลน์ให้สามารถดำเนินธุรกิจและแข่งขันได้จริง (รายละเอียดโครงการตามเอกสารหน้า ๖๔-๗๕)
๕	๓๒ เป็นต้นไป	ภายใต้หัวข้อ ๔ Service (๑๖๐ ล้านบาท) ๔.๑ พัฒนาระบบฐานข้อมูล เพื่อการจัดเก็บสถิติการส่งออก การนำเข้า และการลงทุนในต่างประเทศของธุรกิจบริการเป้าหมาย ตลอดจน การพัฒนาแหล่งข้อมูลการค้าและการลงทุน	๔.๑ ศึกษา/วิเคราะห์ และวางกลยุทธ์ในด้าน การตลาดธุรกิจบริการ ในภาพรวมของธุรกิจบริการไทย และในแต่ละสาขาของธุรกิจบริการ

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
		ในต่างประเทศเชิงลึกที่เป็น Permanent Platform ๔.๒ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ให้สามารถทำการค้าระหว่างประเทศ พัฒนาการให้บริการของไทยให้มีมาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลรวมถึงการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการในต่างประเทศ ๔.๓ สร้างความร่วมมือ/เครือข่ายธุรกิจ เพื่อให้เกิดเป็นคลัสเตอร์ที่มีความเข้มแข็ง และสามารถนำเสนอบริการจัดงานเป็น Package Services ๔.๔ สร้างภาพลักษณ์/ ส่งเสริมการทำตลาดเชิงกลยุทธ์ บริการสำคัญของไทยให้แก่หน่วยงานรัฐ/หน่วยธุรกิจ/ ผู้บริโภคในต่างประเทศ และกลุ่ม Niche Market ของ แต่ละประเภทธุรกิจบริการในต่างประเทศ เจาะตลาดตามแต่ละประเทศเป้าหมาย โดยจะขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจย่อย/รูปแบบธุรกิจ/ความพร้อมของตลาด ๔.๕ ส่งเสริมการร่วมลงทุนในต่างประเทศ ของผู้ประกอบการธุรกิจบริการของไทย (รายละเอียดโครงการตามเอกสารหน้า ๗๖-๘๙)	เป้าหมายเดิม ๖ กลุ่มและกลุ่มใหม่ ๑-๒ กลุ่ม เพื่อให้สามารถกำหนด Positioning ของธุรกิจบริการเพื่อการค้าระหว่างประเทศของไทยอย่างถูกต้องและมีระบบ และเพื่อนำไปจัดวิเคราะห์จัดทำเป็นแผนแม่บท ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ กิจกรรมในการพัฒนา/ส่งเสริม/สนับสนุนธุรกิจบริการไทย ๔.๒ กิจกรรมเพิ่มศักยภาพและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยแบบเจาะลึกเป็นรายสาขาธุรกิจบริการ สำหรับกลุ่ม ๓ ธุรกิจบริการเป้าหมายดาวรุ่ง ๔.๓ กิจกรรมพัฒนา/ส่งเสริม/สนับสนุนการตลาดของธุรกิจบริการเพื่อขยายธุรกิจไปต่างประเทศ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดในประเทศและต่างประเทศ จัดกิจกรรมสร้างเครือข่าย สำหรับกลุ่ม ๓ ธุรกิจบริการเป้าหมายดาวรุ่ง (รายละเอียดโครงการตามเอกสารหน้า ๗๖-๘๙)
๖	๑๗ - ๓๑	๕.๒ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (๕๐ ล้านบาท) การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของกรมฯ (Trade and Service Intelligence) โดยใช้เครื่องมือดิจิทัล - การให้บริการข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ/การทำธุรกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อความสะดวก และรวดเร็ว ตลอดจนผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง - การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร โดยใช้ IT ในการบริหารจัดการ/เชื่อมโยงข้อมูล/ติดตามและประเมินผล - การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการผ่าน Citizen Relationship Management: CIRM เพื่อต่อยอดการให้บริการที่เป็นเลิศแบบองค์รวม (Holistic Management Services) โดยมุ่งเน้นประสิทธิผลที่ผู้รับบริการพึงพอใจเป็นสำคัญ - การนำร่องพัฒนาสถาปัตยกรรมองค์กร (Enterprise Architecture : EA) โดยบูรณาการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับกระบวนการดำเนินงานทั้งระบบ (Business /Data /Service/ Technology/ Security Alignment)	๕.๒ พัฒนาการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนโดยใช้ Citizen Relationship Management (CiRM) (๕๐ ล้านบาท) การพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการกรมฯ สู่ประชาชน ผ่าน Citizen Relationship Management (CiRM) โดย - พัฒนาการให้บริการจุดเดียวโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือหลักในการอำนวยความสะดวก - พัฒนาและสร้างเจ้าหน้าที่ในการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการที่สนใจเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และสอดคล้องกับความต้องการของภาคประชาชน - ติดตามผลการให้บริการของกรมฯ เพื่อสร้างความพึงพอใจและผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่การค้าระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ - วิเคราะห์ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการบริหารความสัมพันธ์ (Relationship Management) ระหว่างกรมฯ และผู้รับบริการ (Citizen) มาพัฒนาการบริหารงาน/ ปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นประสิทธิผลและประโยชน์ที่ประชาชนพึงจะได้ (Realized Benefit) และยกระดับการบริหารงานกรมฯ แบบองค์รวม (Holistic

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
			Management Approach)
๖	๓๓	๕.๓ พัฒนาข้อมูลการตลาด..... Intelligence (๑๐๐ ล้านบาท)	 Intelligence แก้ไขงบประมาณเป็น (๖๐ ล้านบาท)
๑๒	๒๑	ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๑๘ วัน”	“จำนวน ๙ วัน”
๑๒	๒๘	ช่องวงเงิน ค่าเลี้ยงรับรอง “๙,๔๐๐”	“๒๒,๐๐๐”
๑๒	๒๙	ค่าที่พัก ๑๘๙,๐๐๐ (อัตรา ๓๐๐๐ xจำนวน ๗ วันxจำนวน ๙คน”	ตัดทิ้งออกทั้งบรรทัด
๑๒	๓๐	ช่องค่าใช้จ่าย “ค่าพาหนะ/ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน”	“ค่าพาหนะ”
๑๒	๓๑	ค่าที่พัก ช่องวงเงิน “๒๐๑,๖๐๐”	“๓๗๘,๐๐๐”
๑๓	๑๖	ค่าโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ ช่องวงเงิน “๑,๐๐๐,๐๐๐”	“๑,๔๐๐,๐๐๐”
๑๓	๑๘	ค่าของขวัญ ช่องวงเงิน “๑๐,๐๐๐”	“๒๐,๐๐๐”
๑๓	๑๙	ค่าสาธารณูปโภคที่ใช้ในโครงการช่องวงเงิน “๕๔๑,๕๐๐”	“๙๙,๘๐๐”
๑๓	๒๓	ค่าเบี้ยเลี้ยง ระดับ ๙ ขึ้นไป ช่องวงเงิน “๙,๓๐๐” ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๓ วัน”	ช่องวงเงิน “๑๘,๖๐๐” ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๖ วัน”
๑๓	๒๔	ค่าที่พัก ระดับ ๘ ลงมา ช่องวงเงิน “๔๓,๔๐๐” ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๗ วัน x จำนวน ๒ห้อง /๔ คน)”	ช่องวงเงิน “๕๕,๘๐๐” ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๖ วัน x จำนวน ๓ ห้อง/ ๖ คน)”
๑๓	๒๕	ค่าที่พัก ระดับ ๙ ขึ้นไป ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๓ วัน x จำนวน ๑ห้อง /๑ คน)”	ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๖ วัน x จำนวน ๑ ห้อง /๑ คน)”
๑๓	๒๗	ค่าพาหนะ ช่องวงเงิน “๒๐,๐๐๐”	ช่องวงเงิน “๓๐,๐๐๐”
๑๔	๔	ค่าเบี้ยเลี้ยง ระดับ ๘ ลงมา ช่องคำชี้แจง “อัตรา ๑,๐๕๐ บาท x ๖วันx ๔ คน”	“อัตรา ๑,๐๕๐ บาท x ๖วัน x ๔ คน x ๕ ครั้ง”
๑๔	๕	ค่าที่พัก ระดับ ๘ ลงมา ช่องคำชี้แจง “อัตรา๓,๑๐๐บาทx๖วันx ๓ ห้อง/ ๔ คน”	“อัตรา๓,๑๐๐ บาท x ๖ วัน x ๓ ห้อง/ ๔ คน x ๕ ครั้ง”
๑๕	๖	ช่องคำชี้แจง “จัดทำนิตรรศการศักยภาพ”	ช่องคำชี้แจง “จัดทำนิตรรศการศักยภาพ”
๒๔	๙	“ซื้อกิจกรรม”	“ซื้อกิจการ”
๒๔	๑	ข้อ ๒.๑ “ขีดความสามารถ”	“ขีดความสามารถ”
๒๖	๑๙-๒๙	บรรทัดที่ ๑๙ “เงินตอบแทนวิทยากร” ถึงบรรทัดที่ ๒๙ “หากไม่ระบุ..”	ตัดออกตั้งแต่บรรทัดที่ ๑๙-๒๙
๔๓		บรรทัด “ระดับ ๓” ช่อง “รวม” ๒๕ ล้านบาท	ช่อง “รวม” ๒๔ ล้านบาท
๔๙	๑๗	“ข้อ ๑ Top Thai Brand in China ๑.๑ เชียงไฮ้ ก.ค. ๑.๒ กวางโจว ม.ย.”	“ข้อ ๑ Top Thai Brand in China ๑.๑ เชียงไฮ้ ก.ค.-ก.ย. ๑.๒ กวางโจว ม.ย.-ส.ค.”
๕๒	๒๒	ค่าเบี้ยเลี้ยง (ระดับ ๘ ลงมา) ช่องคำชี้แจง “๓,๑๐๐ บาท”	“๒,๑๐๐ บาท”
๕๗	๒๕	ค่าที่พัก (ระดับ ๘ ลงมา) ช่องคำชี้แจง “จำนวน ๕ คน”	“จำนวน ๒ คน”

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
๕๘	๗	ค่าใช้จ่าย ชื่องวงเงิน “๒๔,๑๐๖,๐๐๐”	“๒๔,๘๐๖,๐๐๐”
๕๘	๑๐	ค่าจ้างเหมาบริการ “๙,๖๐๖,๐๐๐”	“๑๐,๓๐๖,๐๐๐”
๕๘	๒๐	ค่าจ้างเหมาบริการผู้เชี่ยวชาญ ชื่องวงเงิน “๐”	“๗๐๐,๐๐๐”
๕๘	๒๕	งบรายจ่ายอื่น ชื่องวงเงิน “๘๙๔,๐๐๐”	“๑๙๔,๐๐๐”
๕๘	๓๔	ค่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ/ค่าจ้างที่ปรึกษา ชื่องวงเงิน “๗๐๐,๐๐๐”	“๐”
๕๙	๔	ค่าใช้จ่าย ชื่องวงเงิน “๑๙,๓๓๑,๐๐๐”	“๑๙,๘๓๑,๐๐๐”
๕๙	๑๔	ค่าจ้างเหมาบริการ ชื่องวงเงิน “๘,๔๗๐,๐๐๐”	“๘,๙๗๐,๐๐๐”
๕๙	๑๕	ค่าจ้างเหมาบริการผู้เชี่ยวชาญ ชื่องวงเงิน “๐”	“๕๐๐,๐๐๐”
๕๙	๒๖	งบรายจ่ายอื่น ชื่องวงเงิน “๖๖๙,๐๐๐”	“๑๖๙,๐๐๐”
๕๙	๓๔	ค่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ/ค่าจ้างที่ปรึกษา ชื่องวงเงิน “๕๐๐,๐๐๐”	“๐”
๖๓	๖	ข้อ ๒)	ข้อ ๓)
๖๘	๑๖	งบดำเนินการ ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท	งบลงทุน ๕,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๗๔	๗	ค่าจ้างเหมาบริการ ๗๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท	ค่าจ้างเหมาบริการและค่าใช้จ่ายใน การพัฒนา ระบบ (งบลงทุน) ๗๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท
๗๗	๔	“ที่นำตราเข้าประเทศ”	“ที่นำเงินตราเข้าประเทศ”
๗๗	๕	“Local LSP เป้า”	“Local LSP เป็น”
๗๗	๑๑	“เพื่อเป็นเพิ่มขีดความสามารถ”	“เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถ”
๗๘	๗	“เป็นโอกาสดีสำหรับ”	“เป็นโอกาสที่ดีสำหรับ”
๘๐	๓	“เพื่อนำไปจัดวิเคราะห์”	“เพื่อนำไปวิเคราะห์”
๘๐	๕	“ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย”	“ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย”
๘๑	๑	“เมียนมาร์”	“เมียนมา”
๘๑	๔	“โดยโครงสร้างกล่าว”	“โดยโครงการดังกล่าว”
๘๑	๙	“โลจิสติกส์ในตลาดเป้าหมาย”	“โลจิสติกส์ในตลาดเป้าหมาย”
๘๔	๒๘	๗. ค่าที่พักภาคเอกชน (๒๐ ห้องเดียว)	ช่อง “ค่าจ้าง” ตัด ๒๐ ห้องเดียว
๘๕	๑๙	โครงการคาราวานธุรกิจโลจิสติกส์ ชื่องวงเงิน “๒๓,๓๖๗,๖๒๕”	“๒๓,๒๐๗,๖๒๕”
๘๖	๒๒	งบรายจ่ายอื่น ชื่องวงเงิน “๖,๔๘๖,๖๒๕”	“๖,๓๒๖,๖๒๕”
๘๖	๒๓	ค่าใช้จ่ายเดินทางในต่างประเทศ ชื่องวงเงิน “๖,๔๘๖,๖๒๕”	“๖,๓๒๖,๖๒๕”
๘๖	๒๖	ค่าที่พัก (ระดับ ๙ ขึ้นไป) ชื่องวงเงิน “๔๔๘,๐๐๐”	“๒๒๔,๐๐๐”
๘๖	๒๗	“๑๖๘,๐๐๐”	“๘๔,๐๐๐”
๘๖	๒๘	“๒๘๐,๐๐๐”	“๑๔๐,๐๐๐”
๘๗	๑๕	ค่าใช้จ่ายจำเป็นเนื่องจากการเดินทาง ชื่องวงเงิน “๒๙๓,๑๒๕”	“๓๕๗,๑๒๕”
๘๗	๑๗	โครงการธุรกิจโลจิสติกส์เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ชื่องวงเงิน “๑๑,๔๔๐,๒๐๐”	“๑๑,๖๐๐,๒๐๐”

หน้า	บรรทัด	ข้อความเดิมที่ขอแก้ไข	ข้อความที่ถูกต้อง
๘๗	๒๕	งบรายจ่ายอื่น ชื่องวงเงิน “๑,๑๒๕,๖๐๐”	“๑,๒๘๕,๖๐๐”
๘๘	๔	ค่าใช้จ่ายจำเป็นเนื่องจากการเดินทาง ชื่องวงเงิน “๕๐,๐๐๐” ช่องคำชี้แจง (๒๐,๐๐๐ x ๔ ครั้ง)	“๒๐๐,๐๐๐” (๕๐,๐๐๐ x ๔ ครั้ง)
๙๑	๔	ข้อ ๕.๑ “มุมไป”	“มุมไป”
๙๓	๑๔	วัตถุประสงค์ “บริโภคนโยบาย”	“ผู้บริโภคนโยบาย”
๙๔	สุดท้าย	รวมงบประมาณ รัสเซีย/ CIS “๐”	“๖๒๕,๐๐๐”
๙๔	สุดท้าย	รวมงบประมาณ รวม “๙,๓๗๕,๐๐๐”	“๑๐,๐๐๐,๐๐๐”

ปรับแก้ ณ วันที่ ๔ ก.พ.๕๕