

โครงการ **พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร เกษตรแปรรูปและสินค้าฮาลาล**

หน่วยงานรับผิดชอบ **กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ**

งบประมาณ **70,819,600 บาท**

---

#### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อแสดงศักยภาพและเสริมสร้างความเชื่อมั่นในด้านมาตรฐานคุณภาพ ความปลอดภัย และสุขอนามัยของการผลิตสินค้าอาหารและอาหารฮาลาลของไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในตลาดโลก
2. เพื่อสร้างและกระตุ้นความต้องการสินค้าไทยให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายใน value Chain
3. เพื่อขยายการส่งออกอาหารและธุรกิจบริการอาหารของไทยและอาหารฮาลาลในตลาดต่างประเทศ
4. เพื่อส่งเสริมศักยภาพให้ผู้ประกอบการด้านอาหาร/ร้านอาหารไทย ให้ทราบภาวะตลาดแนวโน้มสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้
5. เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการส่งออกสินค้าอาหารและอาหารฮาลาลให้แก่ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าสินค้าอาหารและอาหารฮาลาลทั่วโลก

#### ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

1. จำนวนผู้ประกอบการที่ร่วมกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสินค้าอาหารและอาหารฮาลาลเป้าหมาย 415 ราย
2. มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของไทยเพิ่มขึ้น

#### โดยแบ่งเป็น 2 โครงการย่อย ได้แก่

1. การพัฒนาและส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก วงเงินงบประมาณ 40,400,000 บาท
2. การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าฮาลาล วงเงินงบประมาณ 30,419,600 บาท

### 1. การพัฒนาและส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก

#### 1. หลักการและเหตุผล

1) ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยทำให้มีภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก ทำการเกษตร การประมง และการปศุสัตว์ตลอดปี รวมถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มี พื้นฐานแข็งแกร่ง สมกับเป็นประเทศที่ “ในน้ำมีปลาในนามีข้าว” นอกจากนี้การพัฒนาระบบ

เกษตรกรรม การชลประทานอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตเป็นตลาดส่งออกสินค้าอาหารใหม่ที่สำคัญของไทย และเป็นตลาดส่งออกที่มีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงต่อเนื่องโดยใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีให้สามารถผลิตในเชิงอุตสาหกรรมและเชิงการค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยเป็น “ครัวของโลก”

2) ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมจากสถิติล่าสุดปี 2555 ประชาชนในภาคการเกษตรมีจำนวนกว่า 24 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 40 ของประชากรทั้งหมด มีพื้นที่การเกษตรกว่า 149 ล้านไร่ หรือกว่าร้อยละ 46 ของพื้นที่ประเทศไทยทั้งหมด (320 ล้านไร่) ถึงแม้ประเทศไทยจะมีพื้นที่ขนาดเล็กแต่ด้วยศักยภาพของสินค้าอาหารประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผลไม้ ข้าว กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ไก่แช่แข็ง/ ปรงสุก ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่อันดับ 11 ของโลก และยังเป็นผู้ส่งออกข้าว กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ทุ่นำกระป๋องอันดับ 1 ของโลก ในขณะที่อาหารไทยก็เป็นอาหารนานาชาติที่ได้รับความนิยมอันดับต้นๆ ของโลกอีกด้วย

3) การพัฒนาและผลักดันสินค้าเกษตรและอาหารไทยจึงเป็นภารกิจสำคัญสมควรได้รับการสนับสนุนส่งเสริมภาพลักษณ์และรักษาให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลกอย่างยั่งยืนโดยมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทานตามภารกิจ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์รับผิดชอบด้านการเพาะปลูก กระทรวงอุตสาหกรรมรับผิดชอบการผลิตสินค้า อาหารและกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รับผิดชอบด้านการตลาด เป็นต้น

4) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีเป้าหมายการดำเนินงานโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ครอบคลุมการพัฒนาและการส่งเสริมสินค้าเกษตร อาหาร ธุรกิจอาหาร และร้านอาหารไทย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ การผลักดันตลาดและช่องทางการค้ารูปแบบใหม่ และพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ให้รองรับความต้องการของตลาด การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ การสร้างเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ การส่งเสริมภาพลักษณ์รวมถึงสร้าง ระเบียบฐานข้อมูลการค้าแบบบูรณาการ

## 2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อขยายการส่งออกอาหารและธุรกิจบริการอาหารของไทยในตลาดต่างประเทศ
- 2) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าไทย
- 3) เพื่อสร้างและกระตุ้นความต้องการสินค้าอาหารจากประเทศไทยให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายใน value chain
- 4) เพื่อสร้างและรักษาเอกลักษณ์อาหารไทย
- 5) เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารจากประเทศไทยว่ามีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากลให้แก่ผู้บริโภค ผู้นำเข้า รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 6) เพื่อส่งเสริมการขยายตลาดด้านธุรกิจบริการร้านอาหารไทยในยุโรป อเมริกา เอเชีย และอาเซียน ให้มาก
- 7) เพื่อส่งเสริมศักยภาพให้ผู้ประกอบการด้านอาหาร/ร้านอาหารไทยสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศ
- 8) เพื่อสร้างกระแสความนิยมให้ชาวต่างชาติบริโภคอาหารไทย และมาใช้บริการในร้านอาหารไทยมากขึ้น

## 3. วิธีการ/กิจกรรม/ขั้นตอนการดำเนินงาน (พร้อมทั้งแนบแผนปฏิบัติการ)

1) กำหนดกลยุทธ์รายตลาดและสินค้าเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหาร จำนวนร้านอาหารไทย พฤติกรรมผู้บริโภค และตลาดที่มีศักยภาพ

1.1) ดำเนินการในต่างประเทศ จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตระหนักรู้ในคุณภาพและศักยภาพของสินค้าอาหารของไทย บริการอาหารไทย และความเป็นครัวของโลกที่เชื่อถือได้ให้กับผู้นำเข้าและผู้บริโภคทั่วโลก ในตลาดเป้าหมายตามกลยุทธ์ของแต่ละตลาด

1.2) ดำเนินการในประเทศ จัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึก ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการผลิตสินค้าอาหาร ผู้ส่งออกสินค้าอาหาร ผู้ประกอบธุรกิจบริการอาหารไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และคนไทยโดยทั่วไป ให้ผลิตสินค้าและให้บริการอย่างมีคุณภาพและได้มาตรฐานสากลสมควรที่ทั่วโลกต้องให้การยอมรับว่าประเทศไทยเหมาะสมที่จะเป็นครัวของโลก

#### 4. ผลผลิต และตัวชี้วัดระดับผลผลิต

เป้าหมาย	ผลผลิต และตัวชี้วัดผลผลิต
<b>4.1 ระดับโครงการ (การพัฒนาและส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก)</b>	
4.1.1 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพ จำนวน 240 ราย	4.1.1 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพ จำนวน 381 ราย
<b>4.2 ระดับกิจกรรมย่อย</b>	
4.2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 60 เห็นว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าอาหารที่มีคุณภาพสู่ตลาดโลก	4.2.1 ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ผู้บริโภครู้จักที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 80.50 เห็นว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารคุณภาพได้มาตรฐานสากลรายสำคัญสู่ตลาดโลก
4.2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ในตราสัญลักษณ์ Thai SELECT	4.2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ในตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ร้อยละ 74.78
4.2.3 จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ www.thaiselect.com เพิ่มขึ้น	4.2.3 จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ www.thaiselect.com เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 36.98
4.2.4 ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในภาพรวมของการดำเนินโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 60	4.2.3 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมของการจัดกิจกรรมในระดับดีและดีมากร้อยละ 97.82

#### 5. ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์

วัตถุประสงค์ / เป้าประสงค์	ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดผลลัพธ์
5.1 เพื่อแสดงศักยภาพและเสริมสร้างความเชื่อมั่นในด้านมาตรฐานคุณภาพ ความปลอดภัย และสุนทรียภาพของการผลิตสินค้าอาหารของไทย	ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ผู้บริโภครู้จักที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 80.50 เห็นว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารคุณภาพได้มาตรฐานสากลรายสำคัญสู่ตลาดโลก
5.2 เพื่อขยายการส่งออกสินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารของไทยในตลาดต่างประเทศ	5.2.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.20 เมื่อเทียบกับปี 2558 5.2.2 มูลค่าการส่งออกสิ่งปรุงรสอาหารในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.06 เมื่อเทียบกับปี 2558 5.2.2 มูลค่าการสั่งซื้อรวมในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมประมาณ 334,032,000 บาท
5.3 เพื่อส่งเสริมศักยภาพให้ผู้ประกอบการด้านอาหาร/ร้านอาหารไทย	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพ จำนวน 381 ราย
5.4 เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการส่งออกสินค้าอาหารแก่ผู้ซื้อผู้นำเข้าทั่วโลก	5.4.1 จำนวนผู้รับรู้ (Audience) ในการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหาร ธุรกิจบริการร้านอาหารไทย Thai SELECT ในทุกกิจกรรมประมาณ 46 ล้านคน 5.4.2 จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ www.thaiselect.com เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 36.98

#### 6. กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้นำเข้าชาวต่างชาติ
- 2) ผู้ซื้อทั่วโลก
- 3) ผู้ประกอบการส่งออกชาวไทย
- 4) ประชาชนทั่วไปทั้งไทยและต่างชาติ

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ประเทศไทยเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้นในฐานะศูนย์กลางสินค้าอาหารของโลก
- 2) สินค้าอาหารและธุรกิจบริการร้านอาหารของไทยเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ
- 3) สินค้าอาหารและธุรกิจบริการร้านอาหารของไทยได้รับการพัฒนาและช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า/และบริการอาหารของไทย
- 4) สินค้าอาหารของไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น

## 8. ผลกระทบที่คาดหวังจากการมีโครงการ

ผลกระทบ	ผลกระทบที่คาดหวัง
(1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	1) มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารของไทยเพิ่มขึ้น
(2) ผลกระทบด้านสังคม/วัฒนธรรม	1) ช่วยลดปัญหาการขาดอาหารไทยที่ผิดเพี้ยนของร้านอาหารไทยในต่างประเทศ 2) ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่อาหารไทย และประเทศไทย
(3) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	
(4) ผลกระทบด้านอื่นๆ	1) ภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในฐานะครัวของโลก 2) สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารของไทย เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นในตลาดโลกทั้งในแง่คุณภาพและความคุ้มค่าที่จะนำเข้ามากกว่าผลิตเองภายในประเทศ 3) จำนวนร้านอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ที่เพิ่มขึ้น 4) ความต้องการสินค้าอาหารและบริการด้านอาหารของไทยเพิ่มมากขึ้นในตลาดโลก

**แผนปฏิบัติงาน (Action Plan)**  
**การพัฒนาและส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก**

งาน/โครงการ/กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ผลผลิต/ผลลัพธ์	งบประมาณ
1. โครงการเปิดประตูสินค้าไทยสู่ตลาดเมืองรอง	↔												<b>ผลตามตัวชี้วัด</b> - ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพ จำนวน 381 ราย - ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า/ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 80.50 เห็นว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารคุณภาพได้มาตรฐานสากล รายสำคัญสู่ตลาดโลก - ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ในตรา Thai SELECT ร้อยละ 74.78 - มูลค่าการสั่งซื้อรวมประมาณ 334,032,000 บาท - จำนวนเข้าเข้าชมค้นหา/เข้าร่วมงาน ประมาณ 307,000 ราย - จำนวนผู้รับรู้ (Audience) ประมาณ 46 ล้านคน - จำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ <a href="http://www.thaiselect.com">www.thaiselect.com</a> เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 36.98	<b>งบประมณ</b> ผลการใช้ จ่ายเงิน งบประมาณ จำนวนเงิน 39,822,062.05 บาท จาก งบประมาณที่ได้รับ 40,400,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 98.56
2. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยในนครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน		↔												
3. โครงการเข้าร่วมเทศกาลอาหาร Madrid Fusion ปีงบประมาณ 2559				↔										
4. โครงการบูรณาการส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวในงานแสดงสินค้า Seatrade Cruise Global 2016						↔								
5. โครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลกในแอฟริกาใต้ ปีงบประมาณ 2559								↔						
6. โครงการเข้าร่วมงาน Thailand Grand Festival 2016						↔								
7. กิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยในงาน Singapore Food Expo 2016								↔						
8. กิจกรรม Discover Thai Taste ตามโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก							↔							
9. โครงการส่งเสริมภัตตาคาร Thai SELECT และส่งเสริมการจำหน่ายข้าวไรซ์เบอร์รี่ ในงานเทศกาลไทย										↔				
10. โครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลกในเกาหลีใต้											↔			
11. โครงการเข้าร่วมงานสาธิตอาหารด้วยเมนูสุขภาพจากวัตถุดิบและผลไม้จากประเทศไทย												↔		
12. โครงการครัวไทยสู่ครัวโลกผ่านช่องทาง Institution ร่วมกับบริษัท Food Service		←							→					

งาน/โครงการ/กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ผลผลิต/ผลลัพธ์	งบประมาณ
13. กิจกรรมส่งเสริมเมนูอาหารไทยกับบริษัท HelloFresh ผ่านช่องทาง e-commerce			←						→					
14. โครงการร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT ในรัสเซีย			←						→					
15. กิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารไทยผ่านสถาบัน Ferrandi						↔								
16. โครงการประชาสัมพันธ์ครัวไทยสู่ครัวโลกในตลาดต่างประเทศประจำปีงบประมาณ 2559			←									→		
17. โครงการประชาสัมพันธ์ครัวไทยสู่โลกในตลาดอินเดีย ประจำปีงบประมาณ 2559								←				→		
18. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์พัฒนาสินค้าอาหารของไทย และธุรกิจบริการร้านอาหารไทยสู่ตลาดโลก (Thailand: Kitchen of the World) ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX-World of Food Asia 2016								↔						
19. โครงการสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ครัวไทยสู่ครัวโลกผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ภายในสนามบินสุวรรณภูมิ ประจำปี 2559						←			→					
20. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและส่งเสริมธุรกิจบริการอาหารของไทยสู่ตลาดโลกพร้อมการสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT								↔						
21. การจัดนิทรรศการส่งเสริมตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในงานแสดงสินค้าอาหาร (THAIFEX)								↔						
22. โครงการสร้างภาพลักษณ์อาหารไทย ร้านอาหาร Thai SELECT และสร้างการรับรู้และจดจำในตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของการบินไทย (ระยะที่ 2)								←				→		

งาน/โครงการ/กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ผลผลิต/ผลลัพธ์	งบประมาณ	
23. โครงการเจรจาการค้า ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการร้านอาหาร Thai SELECT Premium / Thai SELECT และธุรกิจบริการอาหารไทย								↔							
24. กิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป Thai SELECT						↔					↔				
25. โครงการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้กับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ	←														→
26. โครงการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทย อาหารไทย ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในเว็บไซต์ <a href="http://www.thaiselect.com">www.thaiselect.com</a>	←														→
27. Thailand Kitchen of the World (Newsletter)	←														→

หมายเหตุ : กรุณาในใส่งบประมาณ และผลผลิต/ผลลัพธ์ รายการกิจกรรม

2. การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน มีส่วนร่วมในโครงการหรือไม่ อย่างไร )

ระดับการมีส่วนร่วม	ข้อค้นพบ
<input checked="" type="checkbox"/> 1) การให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform)	<input checked="" type="checkbox"/> มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารก่อนเริ่มดำเนินโครงการ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน ได้รับทราบ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างดำเนินโครงการ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน ได้รับทราบ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลังดำเนินโครงการแล้วเสร็จ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน ได้รับทราบ <input checked="" type="checkbox"/> มีช่องทางให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินโครงการได้มากกว่า 1 ช่องทาง
<input checked="" type="checkbox"/> 2) การปรึกษาหารือ (To Consult)	<input checked="" type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงก่อนเริ่มดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงระหว่างดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงหลังดำเนินโครงการแล้วเสร็จ <input checked="" type="checkbox"/> นำประเด็นข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนเป็นห่วงไปประกอบเป็นแนวทางการดำเนินโครงการ
<input checked="" type="checkbox"/> 3) การเข้ามามีส่วนร่วม (To Involve)	<input type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย <input checked="" type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจในการวางแผนและวิธีการปฏิบัติงาน <input checked="" type="checkbox"/> จัดกิจกรรมการมีส่วนร่วม หรือประชุมเชิงปฏิบัติการในลักษณะกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนมาร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนความเห็นภายในกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและการตัดสินใจร่วมกัน <input checked="" type="checkbox"/> จัดให้มีคณะกรรมการที่มีตัวแทนภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ
<input checked="" type="checkbox"/> 4) การร่วมมือ (To Collaborate)	<input checked="" type="checkbox"/> การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนร่วมเป็นภาคีในการดำเนินกิจกรรมโครงการภาครัฐ <input type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะการเป็นหุ้นส่วนในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจ <input checked="" type="checkbox"/> นำข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจมากที่สุดเท่าที่ทำได้ <input type="checkbox"/> จัดให้มีรูปแบบการดำเนินงานในลักษณะของคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน/คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน

ชี้แจงการดำเนินการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม



1. การให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform) มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ก่อน ระหว่าง และหลังการดำเนินโครงการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน ได้รับทราบผ่านช่องทางต่างๆ ของกรม เช่น การประกาศจัดซื้อจัดจ้างบนเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามระเบียบพัสดุฯ การจัดทำ Press Release ระหว่างและหลังการดำเนินโครงการฯ และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ Thaiselect.com การส่ง Press Release ให้นักข่าว การส่งผลการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT แก่ สคต. เพื่อประชาสัมพันธ์แก่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เป็นต้น
2. การปรึกษาหารือ (To Consult) เช่น การเชิญเจ้าของร้านอาหาร Thai SELECT ในต่างประเทศเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมในประเทศไทย โดยจัดให้มีการประชุมร่วมกับผู้บริหารกรม เพื่อเสนอความคิดเห็นในการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ตรา Thai SELECT เป็นต้น
3. การเข้ามามีส่วนร่วม (To Involve) เช่น การเชิญเจ้าของร้านอาหาร Thai SELECT ในต่างประเทศเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมในประเทศไทย โดยจัดให้มีการประชุมร่วมกับผู้บริหารกรม เพื่อเสนอความคิดเห็นในการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ตรา Thai SELECT เป็นต้น นอกจากนี้ กรมยังมีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาอบตรา Thai SELECT แก่ผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย หน่วยงานภาคเอกชน เช่น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป คณะกรรมการอาหารและยา เข้าร่วมเป็นกรรมการ
4. การร่วมมือ (To Collaborate) เช่น การลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและ บมจ. การบินไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการประชุมร่วมกันกับหน่วยงานภาคเอกชน/ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น เจ้าของร้านอาหาร Thai SELECT ผู้ส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปที่ได้รับตรา Thai SELECT ถึงข้อเสนอแนะในการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ตรา Thai SELECT พร้อมทั้งนำข้อเสนอแนะดังกล่าวมาประยุกต์/ประกอบการกำหนดรูปแบบการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นต้น

3. ความโปร่งใส : ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชน สามารถรับรู้ถึงการปฏิบัติราชการของส่วนราชการในทุกขั้นตอนมีช่องทางการให้ข้อมูลที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้

ระดับความโปร่งใส ในการดำเนินโครงการ	ข้อค้นพบ
----------------------------------------	----------

ระดับความโปร่งใส ในการดำเนินโครงการ	ข้อค้นพบ
<input checked="" type="checkbox"/> 1) การเปิดเผยข้อมูล	<input checked="" type="checkbox"/> มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการให้บริการ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการจัดซื้อจัดจ้าง <input checked="" type="checkbox"/> มีระบบสารสนเทศในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
<input checked="" type="checkbox"/> 2) การปฏิบัติงานเป็นไปตาม แผนงาน วิธีการ หรือมาตรฐานที่กำหนด	<input checked="" type="checkbox"/> มีการกำหนดแผนงาน วิธีการดำเนินงาน หรือมีคู่มือ หรือกำหนดมาตรฐานการดำเนินงาน <input checked="" type="checkbox"/> มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน <input checked="" type="checkbox"/> มีการดำเนินงานเป็นไปตามแผนงาน/วิธีการไว้อย่างเหมาะสม <input checked="" type="checkbox"/> การดำเนินโครงการไม่ขัดแย้งต่อกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง
<input checked="" type="checkbox"/> 3) การติดตาม ตรวจสอบและรายงานผล	<input checked="" type="checkbox"/> มีกลไกการตรวจสอบ หรือการสอบทาน หรือการตรวจสอบภายใน หรือการควบคุมภายใน ตรวจสอบการดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> การติดตาม/ตรวจสอบการรับบริการหรือการใช้ประโยชน์ของโครงการหลังดำเนินการแล้วเสร็จ <input checked="" type="checkbox"/> มีกลไกการรายงานผลการดำเนินโครงการต่อผู้บริหาร <input checked="" type="checkbox"/> มีระบบสารสนเทศในการติดตามผลการดำเนินงานของหน่วยงาน ที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงและใช้งานได้จริง
<input checked="" type="checkbox"/> 4) มีกลไกจัดการข้อร้องเรียนและการ ทุจริตอย่างเหมาะสม	<input checked="" type="checkbox"/> มีช่องทางรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานและปัญหาการทุจริตระหว่างดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> มีช่องทางรับข้อร้องเรียนเรื่องปัญหาการใช้บริการหรือการใช้ประโยชน์หลังดำเนินโครงการแล้วเสร็จ <input checked="" type="checkbox"/> มีการวางกลไกการติดตาม แก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน/การทุจริตไว้อย่างเหมาะสม <input checked="" type="checkbox"/> มีกลไกการแจ้งผลการจัดการข้อร้องเรียนไปยังผู้บริหารและแจ้งกลับยังผู้ร้องเรียน

ชี้แจงการดำเนินการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

1. การเปิดเผยข้อมูล: กรมมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการดำเนินโครงการ Thai SELECT รวมการให้บริการ อาทิ การรับสมัครผู้ประกอบการเพื่อขอรับตรา Thai SELECT เป็นต้น ผ่านระบบสารสนเทศในการเผยแพร่ข้อมูลของกรม ได้แก่ เว็บไซต์ Thai SELECT ([www.thaiselect.com](http://www.thaiselect.com)) และเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ([www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)) นอกจากนี้ ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการจัดซื้อจัดจ้างนั้นจะดำเนินการเปิดเผยข้อมูลผ่านเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ([www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th))

2. การปฏิบัติงานเป็นไปตาม แผนงาน วิธีการ หรือมาตรฐานที่กำหนด: กรมมีการกำหนดแผนการปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ นอกจากนี้ ในระดับโครงการฯ จะมีการกำหนดตลาดเป้าหมาย สินค้าเป้าหมาย และกลยุทธ์รายตลาด โดยพิจารณาจากมูลค่าการส่งออก จำนวนร้านอาหารไทย พฤติกรรมผู้บริโภคของตลาด และเลือกเฉพาะตลาดที่มีศักยภาพ โดยในปีงบประมาณ 2559 ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

2.1 ญี่ปุ่น: “Value Healthy and Quality Life by Food from Thailand”

2.2 ออสเตรเลีย: “Thai Food; Tasty Food you will never forget ”

2.3 จีน: “Thai Star Marketing”

2.4 อาเซียน (สิงคโปร์): “Spice up your life by Thai Food”

2.5 เกาหลีใต้: “Tasty Thai: “High Quality Foods you can trust”

2.6 เยอรมนี: “Enjoy Life Enjoy Food from Thailand”

2.7 สหรัฐอเมริกา: “Stay Young like Thais Eat like Thais”

2.8 รัสเซีย: “Missing Thailand Eating Thai Foods ”

2.9 ฮองกง: “Celebrity Marketing”

2.10 แอฟริกา (เฉพาะตลาดระดับกลางถึงระดับสูง): “Thai Food: Good Quality, Good Taste”

นอกจากนี้ การดำเนินโครงการ/กิจกรรมย่อยจะเป็นไปตามระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐฯ ระเบียบการเบิกจ่ายเงินของกระทรวงการคลัง เป็นต้น

3. การติดตาม ตรวจสอบและรายงานผล: การตรวจสอบในระดับกรมนั้นจะมีกลุ่มงานตรวจสอบภายในที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบ หรือการสอบทาน หรือการตรวจสอบภายใน หรือการควบคุมภายใน ตรวจสอบการดำเนินโครงการ นอกจากนี้ ในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมย่อยจะมีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ/ผู้รับบริการ (ทั้งนี้ รูปแบบจะแตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรม) เพื่อติดตาม/ตรวจสอบ และประเมินผลการรับบริการหรือการใช้ประโยชน์ของโครงการหลังดำเนินการแล้วเสร็จ และเมื่อดำเนินโครงการ/กิจกรรมเสร็จสิ้นจะมีการรายงานผลการดำเนินโครงการรวมถึงผลการเบิกจ่ายเงินแก่กรมภายใน 15 วัน

4. มีกลไกจัดการข้อร้องเรียนและการทูลจัตอย่างเหมาะสม: ผู้รับบริการ หรือผู้มีส่วนได้เสียสามารถร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานและปัญหาการทุจริตระหว่างดำเนินโครงการ หรือข้อร้องเรียนอื่นๆ ได้ทางช่องทางอีเมลล์ของกลุ่มงาน อีเมลล์ของ สคต. ที่เกี่ยวข้อง หรืออีเมลล์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือส่งหนังสือร้องเรียนทางไปรษณีย์ เป็นต้น ซึ่งจะมีการรายงานการร้องเรียนและชี้แจงข้อเท็จจริงแก่กรม พร้อมผลการดำเนินการกลับไปยังผู้ร้องเรียนนั้นๆ

4. ปัจจัยที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จ : (ระบุ)

- 5.1 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้/รับรู้ในคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าอาหารของไทย
- 5.2 ความเหมาะสมของการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการประชาสัมพันธ์ในแต่ละตลาด
- 5.3 การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดกลยุทธ์รายตลาดที่เหมาะสมกับสภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
- 5.4 การบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- 5.5 ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกมีจิตสำนึกที่ดีในการผลิตสินค้าอาหารที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลออกสู่ตลาดโลก

6. ปัญหา อุปสรรคที่สำคัญของโครงการ :

ประเภท	ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น
--------	--------------------------

ประเภท	ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น
<input type="checkbox"/> 1) กลยุทธ์ (นโยบาย/ยุทธศาสตร์)	
<input type="checkbox"/> 2) การปฏิบัติงาน(กระบวนการขั้นตอน/การบริหารจัดการ/เทคโนโลยี)	
<input checked="" type="checkbox"/> 3) ทรัพยากร (การบริหารเงินงบประมาณ/บุคลากร)	งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรมีอย่างจำกัด ซึ่งในการประชาสัมพันธ์นั้นหากต้องการได้เกิดการรับรู้ในวงกว้างจำเป็นต้องใช้งบประมาณที่ค่อนข้างมากและต้องใช้เวลาจึงจะเห็นผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
<input type="checkbox"/> 4) กฎ/ระเบียบ (ข้อขัดข้อง/ปัญหาการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง)	
<input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ	

## 2. การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าฮาลาล

### 1. หลักการและเหตุผล

1) สินค้าอาหารเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย สามารถทำรายได้ให้ประเทศปีละมากกว่า 700,000 ล้านบาท เป็นสินค้าส่งออกที่มีจำนวนผู้ประกอบการส่งออกมากที่สุด (เฉพาะสมาชิกผู้ส่งออกของกรมฯ ประมาณ 1,400 ราย)

2) ขณะที่ตลาดหลักชะลอตัวเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโลก แต่ตลาดตะวันออกกลาง/ แอฟริกา เป็นตลาดส่งออกสินค้าอาหารใหม่ที่สำคัญของไทย และเป็นตลาดส่งออกที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงต่อเนื่อง

3) ตลาดตะวันออกกลาง/ แอฟริกา เป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพที่ผู้ส่งออกอาหารไทยต้องการขยายการส่งออกในตลาดดังกล่าว

4) ตลาดตะวันออกกลางเป็นตลาดสินค้าอาหารฮาลาลที่ใหญ่ที่สุดในโลก ขณะที่ ตลาดแอฟริกาเป็นตลาดที่มีความต้องการนำเข้าสินค้าอาหารเป็นจำนวนมาก

### 2. วัตถุประสงค์

1) เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของไทยในตลาดตะวันออกกลาง

2) เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยในตลาดตะวันออกกลาง ให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและยอมรับในสินค้าอาหารจากประเทศไทย โดยเฉพาะสินค้าที่มีเครื่องหมายฮาลาล

3) เพื่อขยายตลาดการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังตลาดตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นตลาดศักยภาพที่สำคัญ

4) เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและส่งออกสินค้าอาหารไทยไปสู่ตลาดใหม่

5) เพื่อสร้างฐานข้อมูลผู้ประกอบการ และข้อมูลสินค้าฮาลาล

6) เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าฮาลาลไทยในรูปแบบและคุณภาพ

7) เพื่อแสดงศักยภาพของสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและยอมรับในตลาดโลก

8) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการรับรองฮาลาล และมาตรฐานฮาลาลของไทย

### 3. วิธีการ / กิจกรรม/ ขั้นตอนการดำเนินงาน (พร้อมทั้งแนบแผนปฏิบัติการ)

1) การจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารฮาลาลเยือนต่างประเทศ 3 คณะ

1.1) ประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งด้านตลาดและตัวสินค้าที่เหมาะสมเพื่อเลือกตลาดที่มีศักยภาพในการดำเนินโครงการฯ

1.2) จัดกิจกรรมนัดหมายเจรจาธุรกิจ (Business Matching) โดยเชิญผู้นำเข้าที่มีศักยภาพมาเจรจาการค้ากับผู้ส่งออกไทย

1.3) จัดประชุมให้ความรู้แก่ผู้ที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้ทราบถึงข้อมูลทั้งทางด้านตลาดและสินค้า อาทิ ความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภค ชนิดสินค้าที่มีศักยภาพ การบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และกฎระเบียบทางการค้าที่สำคัญ โดยประสานงาน กับ สคร.ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอข้อมูล

2) การส่งเสริมธุรกิจฮาลาล

2.1) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น short film, advertorial ของที่ระลึกต่างๆ เอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในกิจกรรมต่างๆ ของกรมที่เป็นกิจกรรมส่งเสริมสินค้าฮาลาล

2.2) จัดกิจกรรมคู่ขนานกับการจัดคณะผู้แทนการค้า/ In-fair Promotion เช่น การสาธิตทำอาหารไทย หรืออาหารนานาชาติ โดยใช้วัตถุดิบของไทย การประชาสัมพันธ์ให้ผู้นำเข้า/ ผู้เข้าชมงานได้ชิมอาหารฮาลาลของไทย

2.3) จัดประชุมให้ความรู้กับผู้ผลิต/ ผู้ส่งออกไทยด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาดญี่ปุ่น โดยเชิญนักธุรกิจ/ ผู้มีความรู้ในวงการออกแบบญี่ปุ่นมาเป็นวิทยากร

3) การพัฒนาผู้ประกอบการอาหารฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ร่วมกับ ศอ.บต.

- 4) การประชุม/ สัมมนาส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก
- 5) การส่งเสริมธุรกิจร้านอาหาร/ สินค้าฮาลาลในสนามบินนานาชาติ

#### 4. ผลผลิต และตัวชี้วัดระดับผลผลิต

เป้าหมาย	ผลผลิต และตัวชี้วัดผลผลิต
<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพ จำนวน 175 ราย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพ จำนวน 205 ราย</li> </ul>

#### 5. ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์

วัตถุประสงค์ / เป้าประสงค์	ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดผลลัพธ์
--	--

#### 6. กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้นำเข้าชาวต่างชาติ
- 2) ผู้ซื้อทั่วโลก
- 3) ผู้ประกอบการส่งออกชาวไทย
- 4) ประชาชนทั่วไปทั้งไทยและต่างชาติ

#### 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เกิดผลการสั่งซื้อสินค้าระหว่างผู้ส่งออกที่เข้าร่วมโครงการฯ และผู้นำเข้าที่มาจากการค้า
- 2) ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของไทยในตะวันออกกลาง และแอฟริกาขยายตัวเพิ่มขึ้น
- 3) สัดส่วนตลาดของสินค้าอาหารของไทยในตลาดตะวันออกกลาง และแอฟริกาขยายตัวเพิ่มขึ้น
- 4) ช่องทางการส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยในตลาดตะวันออกกลางและแอฟริกามีมากขึ้น
- 5) เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ส่งออกไทยในเรื่องการผลิตสินค้าให้มีมากขึ้น และเหมาะสมตรงกับตลาดเป้าหมาย
- 6) สินค้าอาหารฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น
- 7) การนำเข้าสินค้าอาหารของไทยในตลาดตะวันออกกลางมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
- 8) มีฐานข้อมูลผู้ประกอบการและสินค้าฮาลาลเพื่อใช้ประโยชน์ในการส่งออก
- 9) สามารถสร้างเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างต่อเนื่อง
- 10) สามารถเชื่อมโยงธุรกิจและผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลสู่ตลาดที่มีศักยภาพ

#### 8. ผลกระทบที่คาดหวังจากการมีโครงการ

ผลกระทบ	ผลกระทบที่คาดหวัง
(1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	1) มูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลเพิ่มขึ้น
(2) ผลกระทบด้านสังคม/วัฒนธรรม	
(3) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	

ผลกระทบ	ผลกระทบที่คาดหวัง
(4) ผลกระทบด้านอื่นๆ	1) ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าอาหารและฮาลาลที่สำคัญสู่ตลาดโลก 2) สินค้าอาหารและฮาลาลของไทย เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นในตลาดโลกทั้งในแง่คุณภาพและความคุ้มค่าที่จะนำเข้ามากกว่าผลิตเองภายในประเทศ 3) สินค้าอาหารและฮาลาลของไทย ได้รับการพัฒนาและมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น



แผนปฏิบัติงาน (Action Plan)

การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าฮาลาล

งาน/โครงการ/กิจกรรม	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ผลผลิต/ผลลัพธ์	งบประมาณ
<b>1. การจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารฮาลาลเยือนต่างประเทศ จำนวน 2 คณะ</b> 1.1 อียิปต์ โมร็อกโก 1.2 สาธารณรัฐประชาชนจีน													ผลตามตัวชี้วัด ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพ จำนวน 205 ราย -จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 10 ราย -จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 11 ราย	ผลการใช้ จ่ายเงิน งบประมาณ จำนวนเงิน 29,032,828 บาท จาก งบประมาณที่ได้รับ
<b>2. การส่งเสริมธุรกิจฮาลาล</b> 2.1. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ 2.2 จัดกิจกรรมคู่ขนานกับการจัดคณะผู้แทนการค้า/ In-fair Promotion เช่น การสาธิตทำอาหารไทย 2.3 จัดประชุมให้ความรู้กับผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทยด้านบรรทัดฐานที่เหมาะสมกับตลาดญี่ปุ่น 2.4 พัฒนาผู้ประกอบการอาหารฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ร่วมกับ ศอ.บต. 2.5 ประชุม/สัมมนาส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก 2.6 การส่งเสริมธุรกิจร้านอาหาร/ สินค้าฮาลาลในสนามบินนานาชาติ													-จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 11 ราย  -จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 21 ราย -จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 20 ราย	30,419,600 บาท คิดเป็นร้อยละ 95.44
<b>3. งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จำนวน 2 งาน</b> 3.1 งานแสดงสินค้า Gulfood 2016 3.2 Thailand Halal Pavilion ในงานแสดงสินค้า Mihas 2016													-จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 140 ราย -จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม 10 ราย	

4. นิทรรศการและคณาจารย์สัมพันธ์สินค้าฮาลาลในงาน แสดงสินค้า THAIFEX				←—————→											

หมายเหตุ : กรุณาในใส่งบประมาณ และผลผลิต/ผลพลได้ รายกิจกรรม

2. การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน มีส่วนร่วมในโครงการหรือไม่ อย่างไร )

ระดับการมีส่วนร่วม	ข้อค้นพบ
<input checked="" type="checkbox"/> 1) การให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform)	<input checked="" type="checkbox"/> มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารก่อนเริ่มดำเนินโครงการ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน ได้รับทราบ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างดำเนินโครงการ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน ได้รับทราบ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลังดำเนินโครงการแล้วเสร็จ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน ได้รับทราบ <input checked="" type="checkbox"/> มีช่องทางให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินโครงการได้มากกว่า 1 ช่องทาง

<input checked="" type="checkbox"/> 2) การปรึกษาหารือ (To Consult)	<input checked="" type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงก่อนเริ่มดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงระหว่างดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงหลังดำเนินโครงการแล้วเสร็จ <input checked="" type="checkbox"/> นำประเด็นข้อเสนอแนะที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนเป็นห่วงไปประกอบเป็นแนวทางการดำเนินโครงการ
<input checked="" type="checkbox"/> 3) การเข้ามามีบทบาท (To Involve)	<input type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย <input type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจในการวางแผนและวิธีการปฏิบัติงาน <input checked="" type="checkbox"/> จัดกิจกรรมการมีส่วนร่วม หรือประชุมเชิงปฏิบัติการในลักษณะกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนมาร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนความเห็นภายในกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและการตัดสินใจร่วมกัน <input type="checkbox"/> จัดให้มีคณะกรรมการที่มีตัวแทนภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ
<input checked="" type="checkbox"/> 4) การร่วมมือ (To Collaborate)	<input type="checkbox"/> การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนร่วมเป็นภาคีในการดำเนินกิจกรรมโครงการภาครัฐ <input type="checkbox"/> เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชน เข้ามามีบทบาทในลักษณะการเป็นหุ้นส่วนในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจ <input checked="" type="checkbox"/> นำข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ประชาชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจมากที่สุดเท่าที่ทำได้ <input type="checkbox"/> จัดให้มีรูปแบบการดำเนินงานในลักษณะของคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน/คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน

ชี้แจงการดำเนินการที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

.....

.....

3. ความโปร่งใส : ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชน สามารถรับรู้ถึงการปฏิบัติราชการของส่วนราชการในทุกขั้นตอนมีช่องทางการให้ข้อมูลที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้

ระดับความโปร่งใส ในการดำเนินโครงการ	ข้อค้นพบ
----------------------------------------	----------

<input checked="" type="checkbox"/> 1) การเปิดเผยข้อมูล	<input checked="" type="checkbox"/> มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการให้บริการ <input checked="" type="checkbox"/> มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารการจัดซื้อจัดจ้าง <input checked="" type="checkbox"/> มีระบบสารสนเทศในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
<input checked="" type="checkbox"/> 2) การปฏิบัติงานเป็นไปตาม แผนงาน วิธีการ หรือมาตรฐานที่กำหนด	<input checked="" type="checkbox"/> มีการกำหนดแผนงาน วิธีการดำเนินงาน หรือมีคู่มือ หรือกำหนดมาตรฐานการดำเนินงาน <input type="checkbox"/> มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน <input checked="" type="checkbox"/> มีการดำเนินงานเป็นไปตามแผนงาน/วิธีการไว้อย่างเหมาะสม <input type="checkbox"/> การดำเนินโครงการไม่ขัดแย้งต่อกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง
<input checked="" type="checkbox"/> 3) การติดตาม ตรวจสอบและรายงานผล	<input type="checkbox"/> มีกลไกการตรวจสอบ หรือการสอบทาน หรือการตรวจสอบภายใน หรือการควบคุมภายใน ตรวจสอบการดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> การติดตาม/ตรวจสอบการรับบริการหรือการใช้ประโยชน์ของโครงการหลังดำเนินการแล้วเสร็จ <input checked="" type="checkbox"/> มีกลไกการรายงานผลการดำเนินโครงการต่อผู้บริหาร <input type="checkbox"/> มีระบบสารสนเทศในการติดตามผลการดำเนินงานของหน่วยงาน ที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงและใช้งานได้จริง
<input checked="" type="checkbox"/> 4) มีกลไกจัดการข้อร้องเรียนและการทุจริต อย่างเหมาะสม	<input type="checkbox"/> มีช่องทางรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานและปัญหาการทุจริตระหว่างดำเนินโครงการ <input checked="" type="checkbox"/> มีช่องทางรับข้อร้องเรียนเรื่องปัญหาการใช้บริการหรือการใช้ประโยชน์หลังดำเนินโครงการแล้วเสร็จ <input type="checkbox"/> มีการวางกลไกการติดตาม แก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน/การทุจริตไว้อย่างเหมาะสม <input type="checkbox"/> มีกลไกการแจ้งผลการจัดการข้อร้องเรียนไปยังผู้บริหารและแจ้งกลับยังผู้ร้องเรียน

#### 4. ผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินโครงการ

ผลกระทบ	ผลกระทบที่เกิด	
	ผลกระทบทางบวก	ผลกระทบทางลบ

(1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ	1) มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารของไทยเพิ่มขึ้น 2) มูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลเพิ่มขึ้น	---
(2) ผลกระทบด้านสังคม/วัฒนธรรม		
(3) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม		
(4) ผลกระทบด้านอื่นๆ	1) ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าอาหาร และฮาลาลที่สำคัญสู่ตลาดโลก 2) สินค้าอาหาร ธุรกิจบริการอาหาร และฮาลาลของไทยเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับเพิ่มขึ้นในตลาดโลกทั้งในแง่คุณภาพและความคุ้มค่าที่จะนำเข้ามามากกว่าผลิตเองภายในประเทศ 3) ภาพลักษณ์ของไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในฐานะครัวของโลก 4) ความต้องการสินค้าอาหารฮาลาลและบริการด้านอาหารฮาลาลของไทยเพิ่มมากขึ้นในตลาดโลก	---

5. ปัจจัยที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จ : (ระบุ)

.....  
 .....

6. ปัญหา อุปสรรคที่สำคัญของโครงการ :

ประเภท	ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น
--------	--------------------------

<input type="checkbox"/> 1) กลยุทธ์ (นโยบาย/ยุทธศาสตร์)	
<input type="checkbox"/> 2) การปฏิบัติงาน(กระบวนการขั้นตอน/การบริหารจัดการ/เทคโนโลยี)	
<input type="checkbox"/> 3) ทรัพยากร (การบริหารเงินงบประมาณ/บุคลากร)	งบประมาณที่ได้รับไม่ค่อยเพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรม
<input type="checkbox"/> 4) กฎ/ระเบียบ (ข้อขัดข้อง/ปัญหาการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง)	
<input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ	

