



รายงานผลการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔
ของ
คณะกรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

**แบบรายงานผลการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการ
ประเด็นการตรวจสอบเพื่อสนับสนุนการตรวจสอบของ อ.ค.ต.ป.
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔**

☒ **ค.ต.ป. ประจำปีกระทรวงการต่างประเทศ รายงานไปยัง อ.ค.ต.ป. เฉพาะกิจ คณะที่ ๒**

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

คณะกรรมการตรวจสอบและประเมินผลประจำปีกระทรวงการต่างประเทศ (ค.ต.ป. กต.) ได้กำหนดประเด็นการตรวจสอบและประเมินผล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ได้แก่ โครงการส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทย ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นการตรวจสอบหลักการขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (OTOP/SME) ตามแนวทางที่ ค.ต.ป. กำหนด

๑. สรุปผลการดำเนินงานภาพรวม และข้อค้นพบ

กระทรวงการต่างประเทศได้รับการจัดสรรงบประมาณภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศ ๑๓,๑๕๔,๘๐๐ บาท โดยมีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นผู้รับผิดชอบหลัก ซึ่งได้จัดสรรงบประมาณให้สถานเอกอัครราชทูต (สอท.) และสถานกงสุลใหญ่ (สกง.) ดำเนินโครงการใน ๔ ภูมิภาค รวมทั้งสิ้น ๓๘ โครงการ โดยแบ่งเป็น (๑) ภูมิภาคยุโรป ๑๖ โครงการ (๒) ภูมิภาคอเมริกา และแปซิฟิกใต้ ๔ โครงการ (๓) ภูมิภาคเอเชียตะวันออก ๑๐ โครงการ (๔) ภูมิภาคเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา ๗ โครงการ นอกจากนี้กรมเศรษฐกิจฯ ดำเนินการ ๑ โครงการ รวมงบประมาณจำนวนทั้งสิ้น ๑๔,๓๔๘,๒๒๐ บาท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อไทยในการเป็นฐานและห่วงโซ่การผลิตอาหารที่สำคัญของโลก และสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานอาหารไทยในระดับสากล ขยายโอกาสทางการตลาดการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร และกลุ่มผู้ประกอบการ SME ผลิตภัณฑ์อาหารให้มีช่องทางการขายสินค้าในต่างประเทศ เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศ ให้ผู้ประกอบการที่เน้นการใช้นวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับคุณภาพ และศักยภาพสินค้าเกษตรและอาหารไทย

ผลการดำเนินโครงการ (สถานะวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๔) ดำเนินโครงการแล้วเสร็จ ๑๓ โครงการ เป็นไปตามแผนงานและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยดำเนินโครงการ ดังนี้

๑) การสร้างกระแสความนิยมอาหารไทย และสินค้าไทยให้เข้าถึงผู้บริโภคในท้องถิ่นได้ ทั้งช่องทางปกติและออนไลน์ จัดทำคลิปวีดิทัศน์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารไทย การสาธิตและการแข่งขันประกอบอาหารไทยผ่านสื่อออนไลน์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และได้รับความนิยมในท้องถิ่น

๒) การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพ่อครัวแม่ครัวไทย ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ให้มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศ

๓) การส่งเสริมความร่วมมือกับสถาบันอาหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้อาหารไทยและสินค้าไทยเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมจากคนในท้องถิ่น

ภาพรวมการใช้จ่ายเงิน โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จ ๑๓ โครงการ เบิกจ่ายเงิน ๔,๕๒๑,๗๐๗.๖๘ บาท คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๕๑ ของงบประมาณที่ได้จัดสรร ทั้งนี้ อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ ๒๕ โครงการ เป็นเงิน ๙,๘๒๖,๕๑๒.๓๒ บาท และพิจารณาจัดสรรเงินให้ สอท./สกญ. ที่มีความพร้อมดำเนินโครงการเพิ่มเติม ๒,๘๑๑,๕๘๐ บาท และมีข้อค้นพบดังนี้

๑) สอท./สกญ. ได้ปรับปรุงแบบการดำเนินงานโครงการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยจัดทำคลิปวิดีโอเผยแพร่อาหารไทย สินค้าไทย วิธีการประกอบอาหารไทย และวัฒนธรรมไทย ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ แอปพลิเคชันด้านอาหารที่มีชื่อเสียง และได้รับความนิยมในท้องถิ่น หรือการฝึกอบรมเพื่อปรับกระบวนการคิด พัฒนาทักษะ การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมให้กับพ่อครัว แม่ครัว ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยผ่านระบบการประชุมออนไลน์ ซึ่งวิธีการดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแพร่หลาย เป็นการขยายช่องทางการตลาด ส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตร อาหารไทย เกษตรกร และกลุ่มผู้ประกอบการ SME ผลิตภัณฑ์อาหารไทยให้มีช่องทางการขายสินค้าในต่างประเทศมากขึ้น และมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

๒) โครงการของ สอท./สกญ. ส่วนใหญ่วางแผนการดำเนินโครงการในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ๒๕๖๔ เพื่อรอสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ คลี่คลายลง และสภาพภูมิอากาศในท้องถิ่นเอื้ออำนวยให้สามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ซึ่งปัจจุบัน สอท. ณ กรุงวอร์ซอ สอท. ณ กรุงอังการา สอท. ณ กรุงลิมา สกญ. ณ นครหนานหนิง และ สอท. ณ กรุงฮานอย ไม่สามารถดำเนินโครงการในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ในเดือนกุมภาพันธ์ – พฤษภาคม ๒๕๖๔ จึงปรับแผนการดำเนินงานเป็นเดือนมิถุนายน – กันยายน ๒๕๖๔

๓) การรายงานผลการดำเนินงานโครงการของ สอท./สกญ. ๑๒ แห่ง พบว่า สอท./สกญ. หลายแห่ง มิได้รายงานผลการดำเนินโครงการตามรูปแบบรายงานผลที่กรมเศรษฐกิจฯ กำหนด มีการประเมินผลโครงการเพียง ๔ แห่ง ได้แก่ สอท. ณ กรุงลอนดอน สอท. ณ กรุงลิสบอน สอท. ณ กรุงปักกิ่ง และ สกญ. ณ เมืองตูโป

๒. ข้อจำกัดและปัญหาอุปสรรค

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID – ๑๙ ยังคงแพร่ระบาดอยู่ในทั่วโลก ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงอาจส่งผลให้การดำเนินโครงการล่าช้ากว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้

๓. ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไข

๑) ควรให้หน่วยงานที่ได้รับจัดสรรเงินงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินภารกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศ จำนวน ๒๕ โครงการ และที่ได้รับจัดสรรเงินเพิ่มเติมเร่งดำเนินโครงการให้เสร็จสิ้นภายในปีงบประมาณ หากมีการยกเลิกโครงการและคืนเงินงบประมาณจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณในภาพรวม ต่ำกว่าเป้าหมายมาตรการด้านการใช้จ่ายภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด (ไตรมาสที่ ๔ ร้อยละ ๑๐๐)

๒) ควรให้การรายงานผลการดำเนินโครงการเป็นไปตามรูปแบบที่กรมเศรษฐกิจฯ กำหนด เพื่อให้มีข้อมูลครบถ้วนในประเด็นที่สำคัญ และรายงานผลการดำเนินโครงการทันทีที่ดำเนินโครงการแล้วเสร็จ

๓) ควรให้มีการประเมินผลโครงการ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกิจกรรมหรือรูปแบบการดำเนินโครงการในปีต่อไป ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดยิ่งขึ้น

๔) ควรให้เป็นการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่มในประเทศไทย และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินโครงการเกิดความคุ้มค่าและไม่ซ้ำซ้อนในการดำเนินภารกิจภาครัฐ

ส่วนที่ ๒ การรายงานผลการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการตามประเด็นการตรวจสอบและประเมินผล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๑. ชื่อประเด็นการตรวจสอบและประเมินผล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

โครงการส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อพัฒนาระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศ

๒. ความสอดคล้องเชื่อมโยงระหว่างประเด็นการตรวจสอบ

๒.๑ ยุทธศาสตร์ชาติที่ ๒ การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

๒.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

- แผนแม่บทที่ ๒ การต่างประเทศ
- แผนแม่บทที่ ๘ ผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่
- แผนแม่บทที่ ๑๖ เศรษฐกิจฐานราก

๒.๓ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

๒.๔ นโยบายรัฐบาล การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของไทย

๒.๕ ยุทธศาสตร์กระทรวงการต่างประเทศ

- Sustainability : มีความมั่นคง ยั่งยืน

เป้าหมายประเทศไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการค้า การลงทุน การบริการ และความเชื่อมโยงที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย โดยมีระบบเศรษฐกิจที่เน้นนวัตกรรม (Thailand ๔.๐)

กลยุทธ์ เพิ่มโอกาส ลดอุปสรรคทางเศรษฐกิจของไทยและเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย

- Status : มีสถานะและเกียรติภูมิ

เป้าหมายประเทศไทยมีเกียรติภูมิ มีอำนาจต่อรอง และได้รับการยอมรับในสากล เพื่อปกป้อง รักษา และเพิ่มพูนผลประโยชน์แห่งชาติในทุกมิติ

กลยุทธ์ ส่งเสริมเอกลักษณ์ องค์กรความรู้ และงานสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความนิยมไทยในต่างประเทศ สร้าง Branding และสร้าง Soft Power

๓. ประเด็นการตรวจสอบของ ค.ต.ป. ประจำปีกระทรวงที่สอดคล้องกับประเด็นการตรวจสอบหลักเรื่อง การขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (OTOP/SME) ของ อ.ค.ต.ป. เฉพาะกิจ คณะที่ ๒ (นายประสิทธิ์ เชื้อพานิช)

๔. วัตถุประสงค์ของการตรวจสอบและประเมินผล

๔.๑ เพื่อให้การดำเนินงานโครงการบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ส่งผลสำเร็จต่อยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์กระทรวงฯ

๔.๒ เพื่อให้การดำเนินงานโครงการและการใช้จ่ายเงินงบประมาณเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้

๔.๓ รับทราบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการแก้ไข เพื่อลดความเสี่ยงในการบริหารงานโครงการ สนับสนุนการดำเนินโครงการให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล และเกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการกิจกรรมภาครัฐ

๕. ขอบเขตของการตรวจสอบและประเมินผล (สิ่งที่สะท้อนกับ Value Chain และเป้าประสงค์ที่กำหนด)

๕.๑ ตรวจสอบแผนการดำเนินงานโครงการ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๕.๒ ตรวจสอบผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายเงินของโครงการ รวมถึงเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ

๕.๓ สอบถามข้อมูลและความเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลจากการตรวจสอบ เอกสารหลักฐานต่าง ๆ เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ ประเมินความเสี่ยง ประเมินการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ประเมินการทำงานตามหลักวงจรคุณภาพ (PDCA cycle)

๕.๔ สรุปข้อค้นพบ ปัญหาอุปสรรค/ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะหรือแนวทางการแก้ไข เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานโครงการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

๖. การดำเนินงานภายใต้ประเด็นการตรวจสอบหลักของ อ.ค.ต.ป.

๖.๑ การพัฒนาและส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบบูรณาการ ตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด การสร้าง Branding การให้บริการหลังการขาย ไปจนถึงการขยายช่องทางใหม่ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เชื่อมโยงกับหลายภาคส่วน และการทำตลาดกลุ่มลูกค้าเฉพาะ

๖.๒ การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการยอมรับในผลิตภัณฑ์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

๖.๓ การส่งเสริมสิ่งที่เอื้อต่อการเพิ่มศักยภาพขีดความสามารถเศรษฐกิจฐานราก และกลไกการขับเคลื่อน

๗. วิเคราะห์ความเสี่ยงของการตรวจสอบและประเมินผลตามประเด็นการตรวจสอบย่อย

๗.๑ การประเมินความเสี่ยง

๗.๑.๑ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

๑) ความเสี่ยงการกำหนดนโยบาย และการนำนโยบาย/กลยุทธ์ไปปฏิบัติ

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

☐ ระดับ ๑ น้อยมาก

☐ ระดับ ๒ น้อย

☐ ระดับ ๓ ปานกลาง

☒ ระดับ ๔ สูง

☐ ระดับ ๕ สูงมาก

- **ข้อค้นพบ** หน่วยงานภายนอกมีความเข้าใจไม่ถูกต้องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การดำเนินงานและผลลัพธ์ของโครงการฯ โดยมีความเข้าใจว่ากระทรวงฯ ทำงานซ้ำซ้อนกับกระทรวงพาณิชย์หรือหน่วยงานอื่น

- **แนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง** กรมเศรษฐกิจฯ ได้กำหนดแนวทางการดำเนินโครงการและทำความเข้าใจกับผู้ดำเนินโครงการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องว่า วัตถุประสงค์และการดำเนินงานโครงการของกระทรวงฯ มีความแตกต่างจากกระทรวงพาณิชย์ที่นำผู้ประกอบการไทยไปขายสินค้าในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ แต่โครงการของกระทรวงฯ กำหนดรูปแบบการจัดโครงการ/กิจกรรมตามการประเมินสถานการณ์ โอกาสและปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับอาหารไทย วิเคราะห์ตลาดและประเด็นปัญหา เพื่อให้จัดโครงการ/กิจกรรมตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละประเทศ ซึ่งจัดกิจกรรมในลักษณะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ การขยายโอกาสทางการตลาด การสร้างความนิยมอาหารไทยในต่างประเทศ การสร้างเครือข่ายธุรกิจและความร่วมมือกับสถาบันอาหารในต่างประเทศ เพื่อให้มีความนิยมอาหารไทยอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานอาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล พร้อมทั้งให้สถานเอกอัครราชทูต (สอท.) สถานกงสุลใหญ่ (สกง.) ประสานงานกับหน่วยงานที่มียุทธศาสตร์ไทยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน และบูรณาการให้มีการส่งเสริมการทำงานซึ่งกันและกัน ส่งผลให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีต่อประเทศไทยยิ่งขึ้น

๒) ความเสี่ยงจากความสามารถในการปรับตัวตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

☐ ระดับ ๑ น้อยมาก

☐ ระดับ ๒ น้อย

☒ ระดับ ๓ ปานกลาง

☐ ระดับ ๔ สูง

☐ ระดับ ๕ สูงมาก

- **ข้อค้นพบ** สภาพการณ์ตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน ส่งผลให้การจัดโครงการต้องคำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคบริบทภายในประเทศเจ้าบ้าน เพื่อให้การจัดโครงการ/กิจกรรมบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม

- **แนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง** ศึกษาและวิเคราะห์ตลาด ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละเมือง/ประเทศ เพื่อจัดโครงการ/กิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค บริบทภายในประเทศเจ้าบ้าน โดยแบ่งประเภทตลาดเป็น ๓ ระดับ ดังนี้

(๑) ตลาดใหม่ที่รู้จักอาหารไทยระดับน้อย ควรส่งเสริมให้รู้จักอาหารไทยมากขึ้น

(๒) ตลาดที่รู้จักอาหารไทยระดับปานกลาง ควรส่งเสริมให้รู้จักอาหารไทยอย่างแพร่หลาย รวมทั้งเน้นย้ำความนิยมอาหารไทย เพื่อเชื่อมสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

(๓) ตลาดที่รู้จักอาหารไทยในระดับมาก ควรส่งเสริมการใช้เครื่องปรุง และวัตถุดิบของไทย เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการขายเครื่องปรุงอาหารและสินค้าไทย รวมทั้งให้สถาบันอาหารฝึกอบรมพ่อครัว/แม่ครัวไทยในต่างประเทศให้มีมาตรฐาน และปรุงอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น ซึ่งจะสร้างกระแสความนิยมอาหารไทยให้มีความยั่งยืน

๗.๑.๒ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติการ

๑) ความเสี่ยงในเรื่องรูปแบบโครงการ

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

- ☐ ระดับ ๑ น้อยมาก
- ☐ ระดับ ๒ น้อย
- ☒ ระดับ ๓ ปานกลาง
- ☐ ระดับ ๔ สูง
- ☐ ระดับ ๕ สูงมาก

- **ข้อค้นพบ** เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินโครงการของ สอท./สภญ. ในภูมิภาคต่าง ๆ มีดังนี้

(๑) จัดโครงการในรูปแบบเหมือนเดิม หรือบางกรณีมีการเปลี่ยนแปลง ในรายละเอียดหรือวิธีการดำเนินโครงการให้เกิดความแตกต่างจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย เนื่องจากหลายสาเหตุ อาทิ ไม่มีการวางแผนงานล่วงหน้า ข้อจำกัดทางด้านอัตราค่าจ้าง ระยะเวลาในการจัดทำ ข้อเสนอโครงการ ส่งผลให้ข้อเสนอโครงการในแต่ละปีไม่ค่อยมีความแตกต่างกับการดำเนินโครงการในปีที่ผ่านมา

(๒) การจัดโครงการของ สอท./สภญ. ส่วนใหญ่ยังขาดการจัดเก็บข้อมูลเชิงสถิติ ทำให้ไม่สามารถประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินโครงการได้อย่างเป็นรูปธรรม

(๓) สอท./สภญ. ยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการ ยุทธศาสตร์ของแต่ละแผนงาน ทำให้บางโครงการมีรูปแบบหรือลักษณะของการดำเนินโครงการ คล้ายคลึงหรือซ้ำซ้อนกับแผนงานอื่น อาทิ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินภารกิจที่มประเทศไทย (สำนักนโยบายและแผน) ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนกิจกรรมคนไทยในต่างประเทศ (กรมการกงสุล)

- แนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง

(๑) กรมเศรษฐกิจฯ ได้ประเมินผลการดำเนินโครงการภาพรวมของปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ กอปรกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค และกฎระเบียบต่าง ๆ จึงนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ และปรับวัตถุประสงค์ รูปแบบของโครงการให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ดังกล่าว โดยกำหนดให้ สอท./สภญ. วางแผนการจัดทำข้อเสนอโครงการต่อยอดจากกิจกรรมเดิม หรือขยายผลและปรับเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบและระยะเวลาการดำเนินโครงการให้เหมาะสม วิธีการเก็บข้อมูลสถิติในการรายงานผล เพื่อให้สามารถประเมินผลการดำเนินโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๒) กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำข้อเสนอโครงการสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการ รวมถึงกำหนดให้มีช่องทางการติดต่อประสานงาน เพื่อให้

เจ้าหน้าที่สามารถขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำข้อเสนอโครงการ วิธีการดำเนินโครงการได้อย่างรวดเร็ว โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำข้อเสนอโครงการ ดังนี้

- ประเมินสถานการณ์ โอกาส และปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับอาหารไทย และการนำเข้าสู่ท้องถิ่น อาทิ เส้นทางขนส่งสินค้าที่คุ้มค่า ระดับความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาหารไทย ความนิยมอาหารไทย กลุ่มเป้าหมาย สินค้าเป้าหมาย จำนวนร้านอาหาร/ร้านขายสินค้าไทย หรือเอเชีย มาตรฐานร้านอาหารไทยในท้องถิ่น ประเด็นปัญหาและความต้องการพัฒนาขีดความสามารถของร้านอาหารไทยในท้องถิ่น

- วิเคราะห์ตลาดและประเด็นปัญหา เพื่อกำหนดกิจกรรมและกลุ่มเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหา รวมทั้งคำนึงถึง new normal

- จัดกิจกรรมที่สร้าง Visibility Impact และ Competitiveness ให้ผู้ประกอบการไทย โดยคำนึงถึงแนวโน้มการตลาดจากการให้ความสำคัญของ food security และ food safety มากขึ้น กฎระเบียบและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ขยายช่องทางการตลาดทั้ง offline และ online รวมทั้งการสร้าง branding ใหม่ให้กับอุตสาหกรรมอาหารไทย ให้เป็น clean cuisine และ smart food/smart cuisine โดยบูรณาการแผนงานและความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(๓) กรมเศรษฐกิจฯ ได้ร่วมกับสำนักนโยบายและแผน (หน่วยงานกำกับดูแลงบประมาณของกระทรวงฯ) และกรมภูมิภาค พิจารณาข้อเสนอโครงการของ สอท./สภ. เพื่อลดความซ้ำซ้อนของโครงการและใช้จ่ายเงินงบประมาณให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้กรมภูมิภาคได้รับทราบภาพรวมการดำเนินโครงการของ สอท./สภ. ในประเทศที่รับผิดชอบ

๒) ความเสี่ยงที่เกิดจากเหตุสุดวิสัย

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

☐ ระดับ ๑ น้อยมาก

☐ ระดับ ๒ น้อย

☐ ระดับ ๓ ปานกลาง

☒ ระดับ ๔ สูง

☐ ระดับ ๕ สูงมาก

- ข้อค้นพบ เหตุสุดวิสัย ซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินโครงการได้ตามแผนที่กำหนดไว้ อาทิ ผู้เชี่ยวชาญไม่สามารถเดินทางมาเข้าร่วมโครงการได้ สถานที่จัดโครงการถูกยกเลิกกะทันหัน รัฐบาลท้องถิ่นไม่อนุญาตให้จัดกิจกรรมที่มีการรวมกลุ่มคนจำนวนมาก สภาพภูมิอากาศ สถานการณ์ทางการเมือง การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ และความไม่ปลอดภัยภายในประเทศ

- แนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง

มีระบบติดตามผลการดำเนินโครงการ โดยขอให้ สอท./สภ. ประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และพิจารณาปรับรูปแบบกิจกรรมหากมีความจำเป็น เพื่อให้สามารถดำเนินโครงการได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

๗.๑.๓ ความเสี่ยงด้านการเงิน

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

☐ ระดับ ๑ น้อยมาก

- ☐ ระดับ ๒ น้อย
☒ ระดับ ๓ ปานกลาง
☐ ระดับ ๔ สูง
☐ ระดับ ๕ สูงมาก

- ข้อค้นพบ

(๑) ความผันผวนของต้นทุนค่าใช้จ่าย ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจของประเทศเจ้าบ้าน หรืออัตราแลกเปลี่ยนที่อาจส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการเกินกว่าหรือต่ำกว่ากรอบงบประมาณที่ สอท./สภ. ได้รับอนุมัติ

(๒) สอท./สภ. อาจจัดทำข้อเสนอโครงการที่มีแนวโน้มจะได้รับการอนุมัติงบประมาณ เพื่อรักษาโอกาสการได้รับงบประมาณ แต่ไม่มีความพร้อมที่จะดำเนินโครงการ ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงการ หรือโอนงบประมาณคืนกระทรวงฯ

- แนวทางการแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง

(๑) กำหนดแนวทางให้ สอท./สภ. จัดทำข้อเสนอโครงการโดยพิจารณาขอเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายตามความเป็นจริงและเหมาะสม และให้ขออนุมัติปรับเปลี่ยนรายละเอียดและค่าใช้จ่ายของโครงการได้หากมีเหตุผลและความจำเป็น

(๒) กรมเศรษฐกิจฯ จะพิจารณาข้อเสนอโครงการของ สอท./สภ. ในขั้นต้นก่อน โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงบประมาณ รูปแบบของโครงการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประมาณการค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม หากพบว่าโครงการยังไม่มีที่เหมาะสมจะแจ้งข้อคิดเห็นและหารือกับ สอท./สภ. พิจารณานำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมก่อนจัดส่งข้อเสนออีกครั้ง

(๓) ให้ สอท./สภ. เสนอรูปแบบกิจกรรมที่สามารถดำเนินการได้ทันทีโดยไม่ต้องรอสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ คลี่คลาย อาทิ โครงการรูปแบบออนไลน์ หรือโครงการที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนไม่มาก โดยเปิดโอกาสให้ส่งข้อเสนอโครงการเพิ่มเติมเพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณ หรือปรับรูปแบบการจัดกิจกรรมของโครงการที่ได้รับจัดสรรงบประมาณแล้ว เพื่อลดความเสี่ยงในการยกเลิกโครงการและคืนเงินงบประมาณให้กระทรวงฯ

๗.๒ การประเมินการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ๕ ด้าน

๗.๒.๑ ประสิทธิภาพ

กระทรวงฯ สามารถขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลกผ่านการดำเนินโครงการของ สอท./สภ. และกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยมีเป้าหมายส่งเสริมความนิยมอาหารและสินค้าอาหารไทยในต่างประเทศ บนแนวทางการสร้าง Visibility, Impact และ Competitiveness ให้ผู้ประกอบการไทย

- Visibility สร้างความนิยมอาหารไทยในต่างประเทศ เน้นย้ำภาพลักษณ์มาตรฐานอาหารไทย

- Impact สร้างโอกาสและการรับรู้มาตรฐานความสะอาดปลอดภัยของสินค้าอาหาร ผัก ผลไม้ เครื่องปรุงของไทย เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

- Competitiveness เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการไทย ทั้งสนับสนุนการสร้างเครือข่ายธุรกิจและความร่วมมือกับสถาบันอาหารในต่างประเทศ

กรมเศรษฐกิจฯ ได้กำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินโครงการภายใต้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศที่ชัดเจน และสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ เพื่อให้ สอท./สกก. สามารถดำเนินโครงการได้ในภาวะความปกติใหม่ และเมื่อ สอท./สกก. ส่งข้อเสนอโครงการ เพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณ กรมเศรษฐกิจฯ ได้พิจารณาและให้ข้อคิดเห็นในการปรับปรุงข้อเสนอโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์และใช้จ่ายเงินงบประมาณอย่างคุ้มค่า การดำเนินโครงการของ สอท./สกก. ในภูมิภาคต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ แนวโน้มของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป วิธีการบริโภค เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จ สามารถดำเนินโครงการบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ชาวต่างชาติมีความเข้าใจ มีความนิยมอาหารไทย ขยายวงกว้าง และสร้างกระแสความนิยมอาหารไทย เครื่องปรุงอาหารไทย และสินค้าไทย ในต่างประเทศให้มีความยั่งยืน เพื่อสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และขยายโอกาสทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการ SME ให้มีความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศเพิ่มขึ้น

๗.๒.๒ ประสิทธิภาพ

โครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จ สามารถดำเนินโครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นต่อไทยในการเป็นฐานและห่วงโซ่การผลิตอาหารที่สำคัญของโลก และส่งเสริมภาพลักษณ์ความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล การขยายโอกาสการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร และกลุ่มผู้ประกอบการ SME ผลิตภัณฑ์อาหารให้มีช่องทางการขายสินค้าในต่างประเทศ การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศให้ผู้ประกอบการ SME โดยเน้นการใช้นวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับคุณภาพและศักยภาพสินค้าเกษตร และอาหารไทย ส่งผลให้พ่อครัว แม่ครัวไทย ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ตลอดจนสร้างกระแสความนิยมอาหารไทย เครื่องปรุงอาหารไทย และสินค้าไทยให้เข้าถึงผู้บริโภคในท้องถิ่นได้ทั้งช่องทางปกติ และผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับความนิยม อาทิ การดำเนินการของ สอท./สกก. ดังนี้

- สอท. ณ กรุงมาดริด จัดทำคลิปวิดีโอทัศนร้านอาหารไทย ๖ คลิป และมีผู้เข้าชมคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ รวม ๑.๔ ล้านครั้ง

- สอท. ณ กรุงลอนดอน จัดอบรมออนไลน์ให้ผู้ประกอบการไทย เพื่อปรับกระบวนการคิด พัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย และการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปหลังวิกฤติโควิดให้มีความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมีผู้เข้าอบรม ๑๐๗ คน มีการประเมินผลจากแบบสอบถามความคิดเห็นผู้เข้าอบรม ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก และเสนอให้ สอท. ดำเนินโครงการในลักษณะนี้ รวมทั้งการโฆษณาสินค้าอาหาร และการทำการตลาดออนไลน์ด้วย

- สอท. ณ กรุงลิสบอน จัดทำคลิปวิดีโอทัศนร้านอาหารไทย ๖ คลิป และสาธิตการประกอบอาหารไทย ๓ คลิป โดยมีผู้เข้าชมคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ รวม ๔๙๓,๐๐๐ ครั้ง และจากการสำรวจตลาดย่าน Chinatown พบว่า ร้านอาหารไทยและสินค้าไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น มีสินค้าไทยหลากหลายชนิดเข้ามาในตลาดโปรตุเกสมากยิ่งขึ้น

- สอท. ณ กรุงปักกิ่ง จัดกิจกรรมถ่ายทอดสด “เที่ยวไทยจากที่บ้าน ทำอาหารไทยทานกับครอบครัว” เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมอาหารไทยในภาคต่าง ๆ การสาธิตการประกอบอาหารไทย แนะนำผลไม้ไทย การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทยด้านการรำไทย ผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่จำหน่ายอยู่บนแพลตฟอร์ม e-commerce ของ Alibaba จัดแสดงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสินค้าพื้นบ้าน และสินค้า OTOP โดยมีผู้เข้าชมการถ่ายทอดสด ๘๐,๐๐๐ ราย ซึ่งผู้เข้าชมจำนวนมากชื่นชอบ คิดถึงประเทศไทย และต้องการเดินทางไปเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งมีผู้เข้าชมคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อท้องถิ่นช่องทางต่าง ๆ รวม ๙.๘๗ ล้านครั้ง

- สกย. ณ นครเฉิงตู จัดกิจกรรมถ่ายทอดสดสาธิตการประกอบอาหารไทยในงาน Thai Fruits Golden Months Chongqing ๒๐๒๑ โดยมีผู้เข้าชมการถ่ายทอดสด ๕๑,๔๕๓ ราย และผู้เข้าชมคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อท้องถิ่นช่องทางต่าง ๆ รวม ๔.๒๖ ล้านครั้ง

- สกย. ณ นครกว่างโจว จัดทำคลิปวิดีโอสาธิตการประกอบอาหารไทย ๑๐ คลิป และมีผู้เข้าชมคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ รวม ๑๕๘,๙๔๔ ครั้ง

- สกย. ณ เมืองดูไบ จัดกิจกรรม Thai Food Delivery Week ในรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและมีร้านอาหารไทยเข้าร่วม ๑๔๐ ร้าน ซึ่งร้านอาหารไทยมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๖ เมื่อเทียบกับยอดขายของสัปดาห์ก่อนจัดกิจกรรม

- กรมเศรษฐกิจฯ จัดงานสาธิตการประกอบอาหาร และเครื่องดื่มของจังหวัดภาคอีสาน ๖ จังหวัด โดยเชิญคณะทูต หอการค้าต่างประเทศ สื่อมวลชนต่างประเทศในไทย ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงาน ๒๐๐ ราย และกิจกรรมเสวนาแบบ online และ offline โดยผู้ทรงคุณวุฒิในด้านธุรกิจจากภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงาน ๑๐๐ ราย และมีผู้เข้าชมคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ รวม ๖๕,๐๑๕ ครั้ง

๗.๒.๓ ความโปร่งใส

การดำเนินโครงการมีการระบุรายละเอียดกิจกรรมและค่าใช้จ่ายไว้อย่างชัดเจน โดยปฏิบัติตามระเบียบทางราชการที่เกี่ยวข้อง มีระบบการควบคุม อนุมัติการเบิกจ่าย และรายงานผลการดำเนินโครงการ พร้อมทั้งส่งหลักฐานการเบิกจ่ายแนบประกอบรายงานการเงินของ สอท./สกย. ให้กระทรวงฯ เพื่อตรวจสอบการเบิกจ่ายต่อไป

๗.๒.๔ การมีส่วนร่วม

การดำเนินโครงการ สอท./สกย. ได้ประชุมประสานงานบูรณาการแผนงานและความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ทีมประเทศไทย และผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อกำหนดรูปแบบการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น รวมทั้งช่วยแก้ปัญหาและข้อจำกัดของผู้ประกอบการให้ได้มากที่สุด และร่วมมือกับหน่วยงานในต่างประเทศ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อขยายช่องทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างมากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินโครงการบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๗.๒.๕ ความคุ้มค่า

กรมเศรษฐกิจฯ คำนึงถึงความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการ โดยกำหนดให้ สอท./สกย. ประเมินสถานการณ์ โอกาส และปัญหาอุปสรรค วิเคราะห์ตลาดและประเด็นปัญหาต่าง ๆ เพื่อจัดโครงการให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น การสร้างตลาดออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทในประเทศเจ้าบ้าน ตลอดจนพิจารณาปรับปรุงแบบการดำเนิน

โครงการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อสามารถดำเนินโครงการภายในกรอบวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเน้นย้ำให้จัดทำคลิปวีดิทัศน์การจัดกิจกรรม เพื่อนำมาเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

๗.๓ การประเมินการทำงานตามหลักวงจรคุณภาพ (PDCA cycle)

๗.๓.๑ การวางแผน (Plan)

กรมเศรษฐกิจฯ วางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบ โดยกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินโครงการที่ชัดเจน และสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ เพื่อให้ สอท./สกก. สามารถดำเนินโครงการได้ในภาวะความปกติใหม่ และเมื่อ สอท./สกก. ส่งข้อเสนอโครงการ (วัตถุประสงค์ รูปแบบการจัดกิจกรรม ระยะเวลาดำเนินงาน งบประมาณที่ใช้) เพื่อขอรับการจัดสรรงบประมาณ กรมเศรษฐกิจฯ ได้พิจารณาและให้ข้อคิดเห็นในการปรับปรุงข้อเสนอโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์และใช้จ่ายเงินงบประมาณอย่างคุ้มค่า

๗.๓.๒ การนำไปสู่การปฏิบัติ (Do)

สอท./สกก. ดำเนินโครงการตามแผนงานที่กำหนดไว้ แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ ระลอกใหม่ ทำให้ สอท./สกก. หลายแห่ง จำเป็นต้องปรับแผนงาน รวมไปถึงชะลอการจัดโครงการจนกว่าสถานการณ์ดังกล่าวจะคลี่คลาย

๗.๓.๓ การติดตาม (Check)

กรมเศรษฐกิจฯ กำหนดให้ สอท./สกก. รายงานผลการดำเนินงานโครงการที่แล้วเสร็จทั้งทางโทรเลขและทางออนไลน์เข้าระบบบริหารจัดการงบประมาณ (PPBA) โดยได้เวียนโทรเลขแจ้งเตือนให้รายงานผลการดำเนินโครงการเป็นรายไตรมาส และเสร็จสิ้นโครงการ พร้อมทั้งระบุขอบเขตข้อมูลที่ต้องจัดเก็บสถิติมารายงานผล ซึ่งจะทำให้การรายงานผลมีแนวทางที่ชัดเจน สามารถนำข้อมูลที่จัดเก็บเชิงสถิติมาประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้

๗.๓.๔ การดำเนินการ (Act)

ในระหว่างดำเนินโครงการมีการติดตามผลการดำเนินงาน พิจารณาปรับปรุงแผนการดำเนินงานและการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมถึงการดำเนินโครงการในปีงบประมาณต่อไป

๘. ข้อค้นพบจากการตรวจสอบและประเมินผลตามประเด็นการตรวจสอบฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ที่สอดคล้องกับเป้าประสงค์การตรวจสอบของ อ.ค.ต.ป.

๘.๑ ผลการดำเนินงานภาพรวม

กระทรวงฯ ขับเคลื่อนนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก ผ่านการดำเนินโครงการของ สอท./สกก. และกรมเศรษฐกิจฯ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อไทยในการเป็นฐานและห่วงโซ่การผลิตอาหารที่สำคัญของโลก และสร้างภาพลักษณ์มาตรฐานอาหารไทยในระดับสากล ขยายโอกาสทางการตลาดการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร และกลุ่มผู้ประกอบการ SME ผลิตภัณ์อาหารให้มีช่องทางการขายสินค้าในต่างประเทศ เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศให้ผู้ประกอบการที่เน้นการใช้นวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกกระดับคุณภาพและศักยภาพสินค้าเกษตรและอาหารไทย โดยกำหนดกรอบแนวทางในการจัดโครงการ ดังนี้

๑) กิจกรรมส่งเสริมความนิยมอาหารไทยและสร้างความเชื่อมั่นการเป็นฐานการผลิตอาหารของโลก

(๑) สร้างความนิยมอาหารไทยเพื่อกระตุ้นการบริโภคและการจำหน่ายวัตถุดิบ รวมถึงการสร้าง Branding ใหม่ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยในการเป็น clean cuisine และ smart food/smart cuisine เพื่อสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไทย

(๒) จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าเกษตร อาหารไทย และนวัตกรรมของอาหารไทย ในต่างประเทศ เพื่อแสดงศักยภาพของการเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารของโลก ตลอดจนผลักดันนโยบายส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก

๒) กิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าเกษตร และอาหารไทย

(๑) ติดตามและศึกษาแนวโน้มความนิยมด้านอาหาร กฎระเบียบและมาตรฐาน ที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้นำเข้าให้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่นิยม

(๒) แนะนำช่องทางการตลาดให้ร้านอาหารไทยและเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ platform ธุรกิจอาหารในท้องถิ่น อาทิ การส่งอาหารออนไลน์ (food delivery) การเชื่อมโยงร้านอาหารไทยกับแอปพลิเคชันด้านอาหารและ การส่งอาหารตามบ้าน

(๓) สร้างเครือข่ายทางการตลาดร่วมกับสถาบันอาหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนของประเทศต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างกัน ยกย่องมาตรฐาน และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านอาหาร

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ กระทรวงฯ ได้รับจัดสรรงบประมาณภายใต้แผนงาน ยุทธศาสตร์ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ และความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก ในต่างประเทศ ๑๘,๘๕๔,๘๐๐ บาท โดยมีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการ บริหารงบประมาณ และโอนเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรคืนสำนักบริหารการคลัง ๑,๗๐๐,๐๐๐ บาท คงเหลือเงินงบประมาณ ๑๗,๑๕๔,๘๐๐ บาท ซึ่งภาพรวมการดำเนินโครงการของ สอท./สกก. แบ่งเป็นกิจกรรม ๓ ประเภท ดังนี้

๑) การสร้างกระแสความนิยมอาหารไทย และสินค้าไทยให้เข้าถึงผู้บริโภคในท้องถิ่น ได้ทั้งช่องทางปกติและออนไลน์ โดยการจัดทำคลิปลิงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารไทย การสาธิตและการแข่งขันประกอบอาหารไทยผ่านสื่อออนไลน์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และได้รับความนิยมในท้องถิ่น

๒) การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพ่อครัว แม่ครัวไทย ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ให้มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศ

๓) การส่งเสริมความร่วมมือกับสถาบันอาหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้อาหารไทยและสินค้าไทยเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมจากคนในท้องถิ่น

๘.๒ ผลการเบิกจ่ายเงิน

กรมเศรษฐกิจฯ ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินโครงการรวม ๓๘ โครงการ เป็นเงิน ๑๔,๓๔๘,๒๒๐ บาท ซึ่ง สอท./สกก. และกรมเศรษฐกิจฯ ดำเนินโครงการแล้วเสร็จ ๑๓ โครงการ

เบิกจ่าย ๔,๕๒๑,๗๐๗.๖๘ บาท และอยู่ระหว่างดำเนินโครงการตามแผนงาน ๒๕ โครงการ รวมเป็นจำนวน ๙,๘๒๖,๕๑๒.๓๒ บาท ผลการเบิกจ่ายคิดเป็นร้อยละ ๓๑.๕๑ ของงบประมาณที่ได้รับจัดสรร รวมทั้งมีเงินงบประมาณที่อยู่ระหว่างการพิจารณาจัดสรรให้ สอท./สกก.ที่มีความพร้อมไปดำเนินโครงการเพิ่มเติม ๒,๘๑๑,๕๘๐ บาท รายละเอียดตามเอกสารแนบ (สถานะวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๔) ซึ่งสรุปผลการเบิกจ่ายได้ดังนี้

ลำดับ	ภูมิภาค	รับจัดสรร		เบิกจ่าย		คงเหลือ (บาท)
		โครงการ	จำนวนเงิน (บาท)	โครงการ	จำนวนเงิน (บาท)	
๑	ยุโรป	๑๖	๖,๑๗๔,๗๖๐.๐๐	๕	๑,๖๔๙,๗๙๗.๓๓	๔,๕๒๔,๙๖๒.๖๗
๒	อเมริกาและแปซิฟิกใต้	๔	๑,๓๔๐,๔๖๐.๐๐	-	-	๑,๓๔๐,๔๖๐.๐๐
๓	เอเชียตะวันออก	๑๐	๓,๒๗๓,๐๐๐.๐๐	๕	๑,๕๕๒,๑๕๓.๐๐	๑,๗๒๐,๘๔๗.๐๐
๔	เอเชียใต้ ตะวันออก กลางและแอฟริกา	๗	๒,๘๖๐,๐๐๐.๐๐	๒	๖๑๙,๗๕๗.๓๕	๒,๒๔๐,๒๔๒.๖๕
๕	กรมเศรษฐกิจ	๑	๗๐๐,๐๐๐.๐๐	๑	๗๐๐,๐๐๐.๐๐	-
	รวม	๓๘	๑๔,๓๔๘,๒๒๐.๐๐	๑๓	๔,๕๒๑,๗๐๗.๖๘ (ร้อยละ ๓๑.๕๑)	๙,๘๒๖,๕๑๒.๓๒
	อยู่ระหว่างพิจารณา จัดสรรเพิ่มเติม		๒,๘๑๑,๕๘๐.๐๐			
	รวม		๑๗,๑๕๙,๘๐๐.๐๐			

๘.๓ ข้อค้นพบจากการตรวจสอบและประเมินผล

๑) สอท./สกก. ได้ปรับปรุงแบบการดำเนินงานโครงการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค จากเดิมที่เคยจัดงานแสดงสินค้า การออกร้านอาหารไทย การสาธิต การประกอบอาหารไทย การฝึกอบรมพ่อครัว แม่ครัวไทย ที่เชิญคนเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่สามารถดำเนินโครงการได้ในปัจจุบัน เป็นการจัดทำคลิปวิดีโอที่เผยแพร่อาหารไทย สินค้าไทย วิธีการประกอบอาหารไทย ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ Instagram Facebook Twitter YouTube และแอปพลิเคชันด้านอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในท้องถิ่น หรือการฝึกอบรม พ่อครัวแม่ครัวไทย ผ่านระบบการประชุมออนไลน์ เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าอาหารไทย ซึ่งวิธีการดำเนินโครงการดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแพร่หลาย เป็นการขยายช่องทางการตลาดในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตร อาหารไทย และช่วยเหลือเกษตรกร กลุ่มผู้ประกอบการ SME ผลิตภัณฑ์อาหารไทยให้มีช่องทางการขายสินค้าในต่างประเทศมากขึ้น และมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

๒) โครงการของ สอท./สกก. ส่วนใหญ่วางแผนการดำเนินโครงการในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ๒๕๖๔ เพื่อรอสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ คลี่คลายลง และสภาพภูมิอากาศในท้องถิ่นเอื้ออำนวยให้สามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ซึ่งปัจจุบัน สอท. ณ กรุงวอร์ซอ สอท. ณ กรุงอังการา สอท. ณ กรุงลิมา สกก. ณ นครหนานหนิง และ สอท. ณ กรุงฮานอย ไม่สามารถดำเนินโครงการในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ในเดือนกุมภาพันธ์ – พฤษภาคม ๒๕๖๔ จึงปรับแผนการดำเนินงานเป็นเดือนมิถุนายน – กันยายน ๒๕๖๔

๓) การรายงานผลการดำเนินงานโครงการของ สอท./สกฎ. ๑๒ แห่ง พบว่า สอท./สกฎ. หลายแห่ง มีได้รายงานผลการดำเนินโครงการตามรูปแบบรายงานผลที่กรมเศรษฐกิจฯ กำหนด มีการประเมินผลโครงการเพียง ๔ แห่ง ได้แก่ สอท. ณ กรุงลอนดอน สอท. ณ กรุงลิสบอน สอท. ณ กรุงปักกิ่ง และ สกฎ. ณ เมืองดูไบ

๙. สภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเป้าประสงค์ของกระทรวงตามประเด็นการตรวจสอบ (นอกเหนือจากที่กระทรวงดำเนินการซึ่งอาจเกิดจากปัญหา เช่น กลไกการทำงานที่ไม่บูรณาการ ปัญหาข้อกฎหมายของกระทรวงอื่นที่มีผลต่อการดำเนินงาน ปัจจัยการตลาด ปัจจัยเงินทุน หรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เป็นต้น)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID – ๑๙ ยังคงแพร่ระบาดอยู่ในทั่วโลก ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงส่งผลให้การดำเนินโครงการล่าช้ากว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้

๑๐. ข้อเสนอแนะ/แนวทางการแก้ไขตามประเด็นการตรวจสอบต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ

๑๐.๑ ควรให้หน่วยงานที่ได้รับจัดสรรเงินงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศ จำนวน ๒๕ โครงการ และที่ได้รับจัดสรรเงินเพิ่มเติมเร่งดำเนินโครงการให้เสร็จสิ้นภายในปีงบประมาณ หากมีการยกเลิกโครงการและคืนเงินงบประมาณจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการเบิกจ่ายเงินงบประมาณในภาพรวม ต่ำกว่าเป้าหมายมาตรการด้านการใช้จ่ายภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด (ไตรมาสที่ ๔ ร้อยละ ๑๐๐)

๑๐.๒ ควรให้การรายงานผลการดำเนินโครงการเป็นไปตามรูปแบบที่กรมเศรษฐกิจฯ กำหนด เพื่อให้มีข้อมูลครบถ้วนในประเด็นที่สำคัญ และรายงานผลการดำเนินโครงการทันทีที่ดำเนินโครงการแล้วเสร็จ

๑๐.๓ ควรให้มีการประเมินผลโครงการ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกิจกรรมหรือรูปแบบการดำเนินโครงการในปีต่อไป ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดยิ่งขึ้น

๑๐.๔ ควรให้เป็นการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่มีประเทศไทย และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินโครงการเกิดความคุ้มค่าและไม่ซ้ำซ้อนในการดำเนินการกิจภาครัฐ

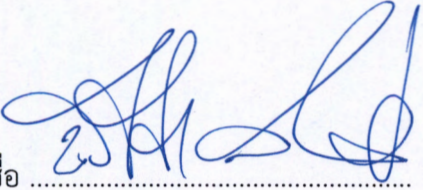
๑๑. สรุปประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากประเด็นที่ตรวจสอบฯ

๑๑.๑ ผู้ประกอบการ SME และบุคลากรด้านอาหารของไทยในต่างประเทศรับทราบกฎระเบียบและข้อมูลแนวโน้มการตลาดยุคใหม่ ทำให้สามารถปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

๑๑.๒ วัตถุดิบและเครื่องปรุงอาหารไทยเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ช่วยขยายโอกาสการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไทย และช่วยเหลือให้เกษตรกรและกลุ่มผู้ประกอบการ SME มีช่องทางการขายสินค้าในต่างประเทศมากขึ้น

๑๑.๓ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดโครงการผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ทำให้เกิดความนิยมอาหารไทยอย่างกว้างขวางในต่างประเทศ และร้านอาหารไทยมีลูกค้าท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ร้านอาหารไทยและสินค้าอาหารไทยได้รับการส่งเสริมการขายในช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อสร้างกระแสความนิยมอาหารไทยในต่างประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และขยายโอกาสการค้าและการลงทุนในเวทีโลก

๑๒. การลงนามรับรองรายงาน

ลงชื่อ 

(นายณรัชิต สิงห์เสนี)

ประธานกรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

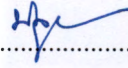
(นายไกรรวี ศิริกุล)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

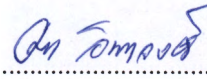
(นายณนทกร กาญจนะจิตรา)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

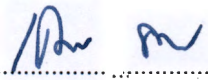
(นางสาวนิลบล เครือณพรัตน์)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

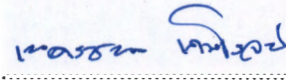
(นางอมรา อินทวงศ์)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

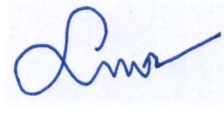
(นายเชิดเกียรติ อัตถากร)

กรรมการและเลขานุการ

ลงชื่อ 

(นางสาวเนตรชนก เกษโรจน์)

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ลงชื่อ 

(นางอัญญาพร เลิศพงศาภรณ์)

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

รายงานผลการดำเนินงาน (ระหว่างวันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๓ – ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๔)
 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินภารกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกในต่างประเทศ
 กระทรวงการต่างประเทศ

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๑.	ภูมิภาคยุโรป โครงการส่งเสริมครัวไทย สู่ครัวโลกในสมาพันธรัฐสวิส (สอท. ณ กรุงเบิร์น)	๓๔๐,๐๐๐	ม.ค. - ส.ค. ๒๕๖๔	จัดอบรมให้ข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในสวิตฯ รวมทั้งจัดสาธิต และแนะนำอาหารไทยและ การประกอบอาหารไทยให้แก่นักเรียนของ โรงเรียนการโรงแรมชั้นนำในเมืองต่าง ๆ ของสวิตฯ โดยจะดำเนินการ ในลักษณะ virtual meeting หรือผ่าน การเรียนการสอนแบบ online เป็นหลัก	๓๔๐,๐๐๐	๑. จัดสาธิตการประกอบอาหารไทย ถ่ายทอดสดผ่านโปรแกรม zoom ให้กับ กลุ่มภรรยานักการทูตและผู้สนใจในสวิตฯ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook live ของ สอท. เมื่อวันที่ ๒๘ พ.ย. ๒๕๖๓ มีผู้เข้าชมทั้งในระหว่างถ่ายทอดสดและ คลิปวีดิทัศน์ย้อนหลัง รวมกว่า ๓,๐๐๐ ครั้ง ๒. จัดสาธิตการประกอบอาหารไทยให้กับ นักเรียนและอาจารย์โรงเรียนบริหาร จัดการการโรงแรมของสวิตฯ ๓ แห่ง คือ - Cesar Ritz College Switzerland เมื่อ วันที่ ๒๘ ม.ค. ๒๕๖๔ - School of Hotel Management Geneva ในวันที่ ๘ มิ.ย. ๒๕๖๔ - Les Roches ในวันที่ ๙ มิ.ย. ๒๕๖๔ ๓. จัดทำคลิปวีดิทัศน์สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในสวิตฯ จำนวน ๔ ร้าน รวม ๕ คลิปวีดิทัศน์ เพื่อถ่ายทอดและแชร์ประสบการณ์ การบริหารจัดการร้านอาหารสำหรับ	๑. สร้างความเข้าใจและเพิ่ม ความตระหนักรู้ด้านอาหาร ไทยที่ถูกต้องให้กับชาวสวิสฯ ๒. ประชาสัมพันธ์อาหารไทย ในสวิตฯ ให้เป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลายมากขึ้น ๓. ถ่ายทอดเคล็ดลับและ วิธีการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ไทยสำหรับผู้ประกอบการ ร้านอาหารไทยในสวิตฯ และผู้สนใจ

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
						เจ้าของร้านอาหารไทยอื่น ๆ ในสวีตฯ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook ของ สอท. ปัจจุบันทั้ง ๕ คลิปวีดิทัศน์ มีจำนวนเข้าชมรวมกว่า ๒ หมื่นครั้ง	
๒.	โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ในสาธารณรัฐเช็ก (สอท. ณ กรุงปราก)	๓๐๐,๐๐๐	ม.ค. – ก.ย. ๒๕๖๔	๑. สอท. จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ อาหารไทย วัตถุดิบ เครื่องปรุงไทย และเครื่องคั้นไทยที่สอดคล้องกับกระแส การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (eat clean) โดยเชิญผู้นำเข้าสินค้าอาหาร ไทย ชาวไทยมาแนะนำผลิตภัณฑ์ สินค้าไทย นำสินค้ามาประชาสัมพันธ์ให้กับ กลุ่มเป้าหมายในเช็กได้รู้จักมากยิ่งขึ้น ๒. สอท. ร่วมมือกับ Supermarket และห้างสรรพสินค้าในเช็กจัด ประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทยและ เครื่องปรุงไทย โดยจัดสาธิตการประกอบ อาหารไทยด้วยผลิตภัณฑ์สินค้าไทย ที่มีวางจำหน่ายอยู่แล้วในเช็ก ๓. ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ สอท. จะประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ ตลอดจนเชิญชวน ให้ bloggers และ vloggers ที่มีชื่อเสียง ในเช็กเข้าร่วมงาน		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สกก. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๓.	โครงการสร้างศักยภาพ ในการแข่งขันให้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ในสเปน (สอท. ณ กรุงมาดริด)	๔๐๐,๐๐๐	ม.ค. – มี.ค. ๒๕๖๔	๑. ร่วมกับ application ส่งอาหาร โดยส่งเสริมให้ร้านอาหารไทยในสเปน เข้าเป็นสมาชิก application และรับสั่ง อาหารผ่าน application ให้มากขึ้น ๒. ร่วมกับ application ส่งอาหาร และร้านอาหารไทยในสเปน เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทยในสเปน โดยร่วมกันจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ใน application เพื่อดึงดูดความสนใจ ของลูกค้า และทำให้อาหารไทย/ ร้านอาหารไทยในสเปนเป็นทางเลือกอันดับ ต้นของผู้เข้าใช้บริการ application หรือเป็นอาหารไทย/ร้านอาหารไทยที่ได้รับความนิยม	๓๙๙,๗๙๗.๓๓	๑. จัดทำคลิปวิดีโอที่ร้านอาหารไทย ในกรุงมาดริดที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select ประกอบด้วยคลิปรวม ๕ ร้านอาหาร ความยาว ๖ นาที จำนวน ๑ คลิป และคลิปสั้นแต่ละร้านความยาว คลิปละ ๑ นาที จำนวน ๕ คลิป โดย เผยแพร่บน platform ต่าง ๆ ของเพจ Directo al paladar ได้แก่ Instagram, Facebook และ Twitter ตั้งแต่วันที่ ๒๓ ธ.ค. ๒๕๖๓ เป็นต้นมา สถานะ ณ วันที่ ๑ ก.พ. ๒๕๖๔ พบว่า - จำนวนการแสดงผล (impression) ทุกคลิป/ช่องทาง รวม ๑,๐๔๐,๔๕๓ ครั้ง - จำนวนการมีส่วนร่วมกับโพสต์ (engagement) ทุกคลิป/ช่องทาง รวม ๖๗,๙๖๕ ครั้ง - จำนวนเข้าชม (view) ทุกคลิป/ช่องทาง รวม ๔๑๗,๓๓๗ ครั้ง ๒. จัดทำบทความประชาสัมพันธ์ ร้านอาหารไทยในนครบาร์เซโลนาจำนวน ๑ ร้าน ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select Premium โดยเผยแพร่ บน platform ต่าง ๆ ของเพจ Time Out Barcelona ได้แก่ เว็บไซต์, Newsletter, Instagram, Facebook และ Twitter ตั้งแต่วันที่ ๑ ก.พ. ๒๕๖๔ สถานะ ณ วันที่ ๑ มี.ค. ๒๕๖๔ พบว่า	๑. สร้างกระแสมความนิยม อาหารไทยและร้านอาหารไทย ในสเปนให้มากยิ่งขึ้น ๒. ส่งเสริมการขายช่องทาง การตลาดวัตถุติบ สินค้าและ เครื่องปรุงอาหารไทย ๓. กระตุ้นให้มีการจ้างงาน พ่อครัวแม่ครัวคนไทย ๔. อาหารไทยและวัฒนธรรม ไทยเป็นที่รู้จักและนิยม แพร่หลายมากยิ่งขึ้น เป็นการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและ ภาพลักษณ์ประเทศไทย

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
						- จำนวนการแสดงผล (impression) ทุกช่องทางรวมกัน ๔๑,๔๖๒ ครั้ง - จำนวนการมีส่วนร่วมกับโพสต์ (engagement) ทุกช่องทางรวม ๑,๖๒๔ ครั้ง - จำนวนเข้าชม (view) บนหน้าเว็บไซต์ ๔,๖๖๑ ครั้ง	
๔.	โครงการผลิตรายการสอนทำอาหารไทย "Thai Cooking for Ambassadors" สำหรับเผยแพร่ในสื่อโซเชียล (สอท. ณ กรุงโรม)	๔๐๐,๐๐๐	มี.ย. ๒๕๖๔	๑. ถ่ายทำคลิปวิดีโอที่สอนทำอาหารไทย จากครัวทำเนียบเอกอัครราชทูตฯ และเผยแพร่ในสื่อโซเชียลของ สอท. (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) และสำนักงานทีมประเทศไทย ใช้ภาพลักษณ์ของทำเนียบเอกอัครราชทูตฯ เป็นกลยุทธ์กระตุ้นความสนใจในกลุ่มผู้บริโภค ๒. ถ่ายทำคลิปวิดีโอที่แนะนำสินค้าเกษตรไทย และแหล่งซื้อวัตถุดิบไทยทั้งในห้างร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดและออนไลน์ ๓. จัดทำ content แนะนำผัก ผลไม้ และสมุนไพรไทย ซึ่งมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ๔. การถ่ายทำคลิปวิดีโอที่สอน และ content จะใช้ภาษาอิตาเลียนในการสื่อสารทั้งหมด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สกก. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๕.	โครงการพัฒนาทักษะ การเป็นเจ้าของธุรกิจ (Entrepreneurial skills) ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านอาหารไทยที่เป็น คนไทยในสหราชอาณาจักร (สอ.) เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน ในยุค Post - COVID-๑๙ (สอท. ณ กรุงลอนดอน)	๒๓๐,๐๐๐	เม.ย. - ก.ย. ๒๕๖๔	๑. สอท. ประชุมหารือร่วมกับกลุ่ม ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย พ่อครัว/ แม่ครัวคนไทย และสอบถามความต้องการ เกี่ยวกับทักษะและหัวข้อที่สนใจจะได้รับ การพัฒนา ๒. ติดต่อผู้เชี่ยวชาญที่มีความเหมาะสม เพื่อจัดทำแนวทาง/หลักสูตรที่ตรงกับ ความต้องการ โดยเป็นหลักสูตรระยะสั้น ๔-๖ สัปดาห์ (อบรมสัปดาห์ละครั้ง ครั้งละ ไม่เกิน ๑ ชม.) ๓. จัดการฝึกอบรมในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการ ด้านสุขอนามัยของ สอ. ๔. ประเมินผลจากการทำแบบสำรวจ ความพึงพอใจจากผู้เข้ารับการฝึกอบรม	๒๓๐,๐๐๐	๑. จัดกิจกรรมอบรมผู้ประกอบการไทย ที่สนใจในลักษณะ workshop ออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Zoom หัวข้อ ข้อมูลควรรู้ ก่อนการเปิดร้านอาหารไทย ใน สอ. ภายหลังวิกฤตโควิด ๓ ครั้ง เมื่อวันที่ ๒๖ เม.ย. ๒๕๖๔, ๓ พ.ค. ๒๕๖๔ และ ๑๐ พ.ค. ๒๕๖๔ เพื่อปรับกระบวนการคิด พัฒนาทักษะ การประกอบการธุรกิจ ร้านอาหารไทย และการปรับตัวเข้ากับ สภาพแวดล้อมใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป หลังวิกฤตโควิด ให้มีความสามารถในการ แข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมมีผู้เข้าร่วม การอบรม ๑๐๗ คน โดยเผยแพร่ผ่าน ช่องทาง ดังนี้ - Facebook จำนวนเข้าชม ๓๙๕ ครั้ง - YouTube จำนวนเข้าชม ๓๕๐ ครั้ง ๒. การประเมินผลจากแบบสอบถาม ความคิดเห็นผู้เข้าร่วมการอบรม ๑๗ ราย พบว่า มีความพึงพอใจระดับมาก ร้อยละ ๙๔ ระดับปานกลาง ร้อยละ ๖ และมี ข้อเสนอให้ สอท. ดำเนินโครงการ ในลักษณะนี้ รวมทั้ง การโฆษณาสินค้า อาหาร การทำการตลาดออนไลน์ด้วย	๑. ผู้ประกอบการไทย ที่เข้าร่วมได้รับข้อคิดเห็น ข้อมูลสำคัญ และทักษะด้าน การทำตลาดดิจิทัลเพิ่มเติม ที่ช่วยให้ดำเนินธุรกิจ ร้านอาหารไทยได้เข้มแข็ง เหมาะสมกับสภาพตลาด ในยุคหลังวิกฤตโควิด และมี ขีดความสามารถในการ แข่งขันมากขึ้นในตลาด สอ. ๒. ช่วยเหลือผู้ประกอบการ ไทยสร้างความเข้มแข็งของ ธุรกิจ ซึ่งเป็นการรักษา ผลประโยชน์ของชาติ และเป็น ช่องทางในการสร้างเครือข่าย ชาวไทยที่เป็นมิตรกับ สอท. และช่วยสร้างความเข้มแข็ง ชุมชนไทยใน สอ.

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๖.	โครงการเผยแพร่ การทำอาหารไทย ในโปรตุเกสผ่าน Key Opinion Influence (สอท. ณ กรุงลิสบอน)	๒๘๐,๐๐๐	พ.ค. – ส.ค. ๒๕๖๔	๑. คัดเลือก Key Opinion Influencer (KOI) ชาวโปรตุเกสที่มีความชื่นชอบในการทำอาหาร และมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย จัดทำคลิปประกอบอาหารไทย ๑ - ๒ เมนูที่สามารถทำได้ง่าย และนำเสนอวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยเป็นส่วนประกอบ โดยใช้ประสบการณ์และความรู้ที่ได้รับจากการเดินทางไปประเทศไทย หรือศึกษาวิธีการทำอาหารไทยจากคนไทยในโปรตุเกส เช่น ร้านอาหารไทย ๒. ประชาสัมพันธ์คลิปการทำอาหารไทยดังกล่าวผ่าน social media และเชิญ Influencer เข้าร่วมงานเทศกาลไทย หรือการประชุมออนไลน์อื่น ๆ เพื่อเล่าประสบการณ์ให้ผู้ร่วมงานรับฟังเกี่ยวกับการทำอาหารไทย	๒๘๐,๐๐๐	๑. จัดทำคลิปวิดีโอที่ร้านอาหารไทยในโปรตุเกส ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select ผ่าน KOI จำนวน ๖ คลิป โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง ดังนี้ - Facebook จำนวนเข้าชม ๓๔,๗๑๐ ครั้ง - YouTube จำนวนเข้าชม ๑,๖๕๒ ครั้ง ๒. จัดทำคลิปวิดีโอที่ศูนย์สาธิตการประกอบอาหารไทย จำนวน ๓ คลิป โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง ดังนี้ - Blog จำนวนเข้าชม ๔๑,๒๔๓ ครั้ง - Facebook จำนวนเข้าชม ๖๐,๖๓๐ ครั้ง - Instagram จำนวนเข้าชม ๔๔,๕๔๑ ครั้ง - Pinterest จำนวนเข้าชม ๓๔๖,๕๘๖ ครั้ง	๑. ร้านอาหารไทยและสินค้าเครื่องปรุงไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก รวมทั้งมีสินค้าไทยหลากหลายชนิดเริ่มเข้ามาในตลาดโปรตุเกสมากยิ่งขึ้น (จากการสำรวจตลาดในย่าน china town) ๒. สร้างความสนใจในอาหารไทย ร้านอาหารไทย และวัตถุดิบ เครื่องปรุงอาหารไทยในโปรตุเกสได้ในยุค new normal ๓. เป็นการทำงานร่วมรูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัลร่วมกับ influencer ในโปรตุเกส อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นการสร้างเครือข่ายของ สอท. กับสื่อและบุคคลที่เป็น influencer ต่าง ๆ ในโปรตุเกส และอาจขยายผลไปสู่ตลาดสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๗.	โครงการส่งเสริมตลาด อาหารไทยในโปแลนด์ และยูเครน (สอท. ณ กรุงวอร์ซอ)	๔๒๕,๗๖๐	มิ.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔ (ปรับแผน เนื่องจากการ แพร่ระบาดของ โรค COVID-19)	๑. สรรหาและสร้างความสัมพันธ์กับ stakeholder ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำเข้า สินค้าวัตถุดิบอาหารไทย และโรงเรียน/ สตูดิโอสอนทำอาหารที่มีความสนใจและ ความพร้อม เช่น มีสตูดิโอหรืออุปกรณ์ ถ่ายทำรายการ เพื่อร่วมกับ สอท. ในการ จัดทำ content/คลิปการทำอาหารไทย เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ๒. ร่วมมือกับพันธมิตรดังกล่าว โดยให้ครู สอนทำอาหาร ผู้มีชื่อเสียงหรือ influencer ในโปแลนด์/ยูเครน จัดแสดงการสาธิตการ ประกอบอาหารไทยด้วยวัตถุดิบในพื้นที่ และด้วยภาษาท้องถิ่น โดยมี theme ของอาหารไทยที่สะท้อนภาพลักษณ์และ ความนิยมของตลาดปัจจุบัน เช่น Clean Thai Dish/New Normal Thai Recipe และอัดคลิปเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ใน ช่องทางที่เหมาะสม เช่น ของโรงเรียนสอน ทำอาหาร ร้านอาหารไทย เป็นต้น ๓. ต่อยอดกับกิจกรรมข้อ ๑ โดยอาจให้มี การประกวดการทำอาหารไทยที่บ้าน (Thai Food @ Home) และมีรางวัลให้แก่ ผู้ชนะ โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่มีประเศ ไทย (สคต. และ ททท.) ในการจัดรางวัล สำหรับผู้ชนะการประกวดทำอาหารไทย ๔. ต่อยอดจากกิจกรรมข้อ ๒ โดยจัดทำ คลิปสัมภาษณ์ผู้ชนะการประกวดทำอาหาร		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				ไทย และประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลลัพธ์ ของโครงการฯ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจสามารถเข้าถึง วิธีการทำอาหารไทยได้สะดวก รวดเร็ว ยิ่งขึ้น			
๘.	โครงการเผยแพร่ อาหารไทย "Amazing Thai Fine Dining in Oslo" (สอท. ณ กรุงออสโล)	๒๕๐,๐๐๐	มิ.ย. - ก.ย. ๒๕๖๔	จัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยในรูปแบบ Fine Dining โดยแม่ครัวประจำทำเนียบ เอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับเชฟมืออาชีพ ในนอร์เวย์ สาธิตการทำอาหารไทย และจัด workshop ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง ของภาครัฐบาลและเอกชนของนอร์เวย์ คณะทูตต่างประเทศ และชาวนอร์เวย์ ในแวดวงต่าง ๆ อาทิ Food Journalists Food Blogger ได้มีส่วนร่วม และ ประสบการณ์ในการทำอาหารไทย และทำความรู้จักกับวัตถุดิบ/เครื่องปรุง อาหารไทย		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๙.	โครงการส่งเสริมศักยภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจ อาหารไทยในเนเธอร์แลนด์ (สอท. ณ กรุงเฮก)	๔๐๐,๐๐๐	ม.ค. - ก.ย. ๒๕๖๔	สอท. ประชุมหารือกับ สคต. เพื่อร่วมกัน กำหนดและจัดลำดับความสำคัญของ เนื้อหาสำหรับการอบรม และกำหนดวันจัด กิจกรรมให้ตรงกับช่วงที่มีงานกิจกรรม ส่งเสริมสินค้าอาหารของไทย/ร้านอาหาร ไทยของ สคต. และติดต่อหาพันธมิตร ผู้เชี่ยวชาญจากไทย และ/หรือ ผู้เชี่ยวชาญ	๔๐๐,๐๐๐	จัดทำคลิปวิดีโอทัศน์เพื่อให้ความรู้กับ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย ในเนเธอร์แลนด์ โดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ชาวไทย และผู้ประกอบการไทย ในเนเธอร์แลนด์ที่มีประสบการณ์ การขายอาหารแบบ delivery เทคนิค การประกอบอาหารไทยแบบ delivery	๑. ให้ความรู้ผู้ประกอบ ร้านอาหารไทยหรือผู้ที่สนใจ สามารถขายอาหารไทย แบบ delivery ได้ มี ประสิทธิภาพมากขึ้น ๒. ช่วยเหลือผู้ประกอบการ ร้านอาหารไทยใน

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				ในพื้นที่ เพื่อบรรยายและสาธิต การประกอบอาหารไทย		ที่รักษามาตรฐานสุขอนามัย คุณภาพ และ รสชาติอาหาร ระบบบริหารจัดการเพื่อให้ ธุรกิจมีความยั่งยืน รวม ๕ คลิป เผยแพร่ผ่านช่องทาง - Facebook จำนวนเข้าชม ๒,๖๕๔ ครั้ง - YouTube จำนวนเข้าชม ๑,๐๙๓ ครั้ง - Website จำนวนเข้าชม ๘๗๐ ครั้ง	เนเธอร์แลนด์ผ่านการให้ แนวทางในการรับมือกับ ผลกระทบจากโควิด-๑๙
๑๐.	โครงการ“Amazing Thai Taste ๔.๐: Connecting Thai Spirit” (สภ. ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต)	๔๐๐,๐๐๐	มี.ค. - มิ.ย. ๒๕๖๔	จัดกิจกรรมทดลองชิมอาหารไทยและการ จับคู่อาหารไทยกับเครื่องดื่มสากลให้กับ กลุ่ม blogger influencer และผู้เขียน บทความลงนิตยสารด้านการท่องเที่ยวและ วัฒนธรรมในเครือข่ายที่มีบทบาทชั้นนำ ในสหพันธ์ฯ ในช่วงเดือน มี.ค. - มิ.ย. ๒๕๖๔ จำนวน ๒ - ๓ ครั้ง โดยนำพ่อครัว/ แม่ครัวชั้นนำหรืออาจารย์จากสถาบันสอน ทำอาหารชั้นนำในสหพันธ์ฯ สาธิต แจก/ ชิมอาหารไทย โดยใช้สินค้าข้าว วัตถุดิบ และเครื่องปรุงอาหารของไทย เพื่อฟื้นฟู ความเชื่อมั่นต่อไทยในการเป็นฐานและ ห่วงโซ่การผลิตอาหารที่สำคัญของโลก เพื่อประชาสัมพันธ์อาหารไทยที่ได้ มาตรฐาน ทั้งเรื่องรสชาติและคุณภาพ ให้กับชาวเยอรมันและชาวต่างชาติได้รับรู้ โดยการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และอำนวยความสะดวกให้เกิดการซื้อขาย ออนไลน์มากขึ้น		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๑๑.	โครงการเพิ่มขีด ความสามารถในการ แข่งขันและยกระดับ มาตรฐานของบุคลากร ด้านอาหารไทย ในรัฐไบเอิร์นและรัฐ บาเดิน-เวือร์ทเทมแบร์ก สหพันธ์ฯ (สภ. ณ นครมิวนิก)	๔๐๐,๐๐	ม.ค. - ก.ย. ๒๕๖๔	๑. สภ. จัดประชุมผู้ประกอบการ ร้านอาหารไทยในนครมิวนิก หรือเมือง ต่าง ๆ ในรัฐไบเอิร์นและรัฐบาเดิน- เวือร์ทเทมแบร์ก เพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ในการแข่งขัน และยกระดับมาตรฐาน ของบุคลากรด้านอาหารไทยในพื้นที่ ๒. สภ. เชิญผู้เชี่ยวชาญจากประเทศไทย หรือจากสหพันธ์ฯ และประสานงานกับ ร้านอาหารไทยในนครมิวนิกและเมือง ต่าง ๆ เพื่อจัดกิจกรรมตามความต้องการ ที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านอาหารไทย เช่น สุขอนามัยของร้านอาหาร (รวมถึง อาหารและเครื่องดื่ม) การขายสินค้า ผ่านออนไลน์ การโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์ กฎระเบียบที่สำคัญต่าง ๆ เทคนิคการทำอาหารและของหวานด้วย ๓. สภ. ประสานงานและร่วมมือกับ ร้านอาหารไทยในนครมิวนิก หรือเมือง ต่าง ๆ ในรัฐไบเอิร์นและรัฐบาเดิน- เวือร์ทเทมแบร์ก บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ นครมิวนิก และบริษัท บุญรอดเทรตติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ประจำเยอรมนีในการจัดกิจกรรมส่งเสริม การขายในร้านอาหารไทย โดยให้ ผู้รับประทานอาหารที่แช่ภาพอาหารไทย ในสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับร้านอาหารไทย ที่เข้าร่วมโครงการสามารถส่งใบเสร็จ		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				การรับประทานอาหารเช้าร่วมชิงรางวัล บัตรโดยสารสายการบินไทย หรือ Gift Voucher ร้านอาหารไทย ๔. สภ. ประสานงานและร่วมมือกับ ร้านอาหารไทยในนครมิวนิก หรือเมือง ต่าง ๆ ในรัฐไบเอิร์นและรัฐบาเดิน- เวือร์ทเทมแบร์ก และ application จัดส่ง อาหารตามบ้านที่ได้รับความนิยม ใช้บริการในพื้นที่			
๑๒.	โครงการแข่งขันทำอาหาร ไทยออนไลน์ (Thailand's Online Cooking Contest Season ๑st) (สอท. ณ กรุงบูคาเรสต์)	๒๐๐,๐๐๐	ต.ค. ๒๕๖๓ – มิ.ย. ๒๕๖๔	- จัดการแข่งขันทำอาหารไทยออนไลน์ โดยเปิดรับสมัครบุคคลทั่วไปที่รักในการ ทำอาหารไทย ซึ่งสามารถส่งคลิปวีดิทัศน์ การทำอาหารเข้ามาให้คณะกรรมการ พิจารณา - คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือก ผู้ชนะเลิศและรองชนะเลิศ โดยจัดพิธีมอบ รางวัลแก่ผู้ชนะเลิศและรองชนะเลิศ รวมทั้งจัดงานเลี้ยงรับรอง และเชิญเชฟไทย มาร่วมปรุงอาหารไทยให้ผู้เข้าร่วมงานได้ ลองชิม ตลอดจนสานิตการประกอบอาหาร ไทยที่ถูกต้อง และเชิญร้านขายวัตถุดิบ/ ผลิตภัณฑ์อาหารไทยในกรุงบูคาเรสต์ และ food bloggers ของโรมาเนีย มาร่วมงานเลี้ยงรับรองด้วย โดยมีการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดงานสานิต การประกอบอาหารไทยผ่านช่องทาง		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				Facebook Live ของ สอท.			
๑๓.	โครงการ Let's Cook Thai in Croatia ๒๐๒๑ (สอท. ณ กรุงบูดาเปสต์)	๕๐๐,๐๐๐	พ.ค. - ก.ย. ๒๕๖๔	๑. ถ่ายทำคลิปวิดีโอ การสอนทำอาหาร ไทยจำนวน ๔ - ๕ อย่าง โดยอาจารย์ ชาว ไทย ร่ว ม กั บ Social Media Influencer หรือ บุ ค ค ล ผู้ มี ชื่ อ เส่ ย ง ชาวโครเอเชียในด้านอาหาร/การทำอาหาร โดยใช้วัตถุดิบหรือเครื่องปรุงของไทย ที่มีจำหน่ายในโครเอเชีย โดยความร่วมมือ ของ สคต. ณ กรุงบูดาเปสต์ ในการเชิญ ชวนผู้ประกอบการโครเอเชียที่ขาย สินค้าไทยในการซื้อช่องทางซื้อสินค้าไทย ๒. เผยแพร่คลิปวิดีโอ ผ่าน platform ของ Social Media Influencer แ ล ะ Facebook Page:Let's Cook Thai in Croatia ที่ สอท. เคยจัดทำไว้ รวมทั้งการใช้ช่องทาง ของผู้ประกอบการขายสินค้าไทย ในโครเอเชียในการเผยแพร่คลิปวิดีโอ		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๑๔.	โครงการประชาสัมพันธ์ ประเทศไทย ผ่าน สื่อมวลชนตุรกี (สอท. ณ กรุงอังการา)	๖๐๐,๐๐๐	มิ.ย. - ก.ย. ๒๕๖๔ (ปรับแผน เนื่องจากการ แพร่ระบาดของ โรค COVID-๑๙)	เชิญเชฟที่มีชื่อเสียงและสื่อมวลชนตุรกี ในสาขาการอาหาร จัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์อาหารไทย อาทิ การสาธิต การประกอบอาหาร โดยเชฟผู้เชี่ยวชาญ อาหารไทยในตุรกี/การแสดงสินค้าอาหาร และเครื่องปรุงอาหารไทย โดยร่วมมือกับ ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น หรือร่วมมือกับ รายการประกอบอาหารเพื่อนำเสนออาหาร		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				ไทยทางโทรทัศน์ หรือออนไลน์/การเชิญ social media influencer/ blogger/vlogger เข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบ เครื่องปรุงไทยที่หาได้ในท้องถิ่น มากกว่า การส่งสินค้าไทยที่ไม่มีขายในท้องถิ่น			
๑๕.	โครงการเผยแพร่อาหารไทย ในเดนมาร์ก Sabai Sabai (Hygge) with Thai Cooking (สอท. ณ กรุงโคเปนเฮเกน)	๕๐๐,๐๐๐	เม.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔	ร่วมมือกับเชฟท้องถิ่นที่มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับอาหารไทย จัดทำแคมเปญ เผยแพร่อาหารไทยเมนูต่าง ๆ ที่คน เดนมาร์กสามารถปรุงอาหารเองได้ที่บ้าน มีการใช้เครื่องปรุง/วัตถุดิบที่นำเข้าจากไทย และหาซื้อได้ในตลาดเดนมาร์ก ควบคู่กับ วัตถุดิบท้องถิ่น โดยเผยแพร่ทาง platform ท้องถิ่นประเภท multimedia หรือสื่อ สังคมออนไลน์ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๑๖.	โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก เพื่อสร้างกระแสนิยม อาหารไทยในออสเตรเลีย สโลวาเกีย และสโลวีเนีย (สอท. ณ กรุงเวียนนา)	๖๔๙,๐๐๐	ก.ค. - ก.ย. ๒๕๖๔	ดำเนินโครงการในลักษณะ Chef's Table ในเมืองที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจและ การท่องเที่ยวของออสเตรเลีย สโลวาเกีย และสโลวีเนีย โดยจะเชิญเชฟไทย ในท้องถิ่นหรือเชฟจากทำเนียบ ออท. มาประกอบอาหารให้กับสื่อมวลชน ด้านอาหารและไลฟ์สไตล์ที่มีอิทธิพล รวมทั้งนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหาร เอเชียรายใหญ่ โดยเน้นการนำเสนออาหาร ลักษณะ clean cuisine ควบคู่กับการให้		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สกก. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยในเรื่องมาตรฐาน ความปลอดภัยของอาหารไทย (food safety)			
	รวมภูมิภาคยุโรป ๑๖ โครงการ	๖,๑๗๔,๗๖๐			๑,๖๔๙,๗๙๗.๓๓		
๑๗.	<u>ภูมิภาคอเมริกาและ แปซิฟิกใต้</u> โครงการส่งเสริมศักยภาพ ร้านอาหารไทยสู่โลก ออนไลน์ (สอท. ณ กรุงซันติอาโก)	๔๐๐,๐๐๐	เม.ย. - ก.ค. ๒๕๖๔	๑. ร่วมมือ สคต. ณ กรุงซันติอาโก จัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยและ ตราสัญลักษณ์ Thai Select ร่วมกับ ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำของชิลีที่ขายสินค้า อาหารไทย หรือสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำ ในท้องถิ่นที่มีการให้บริการด้านอาหาร เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความนิยม อาหารไทยควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์ ของท้องถิ่น ๒. ร่วมมือกับ application ที่มีชื่อเสียง ด้านอาหารและการจัดส่งอาหารตามบ้าน ที่ได้รับความนิยมในชิลี เพื่อจัดกิจกรรม Thai Food Week ส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร/ร้านขาย วัตถุดิบอาหารไทยในท้องถิ่น ๓. จัดฝึกอบรมการใช้บริการ application ด้านอาหารและการจัดส่งอาหารตามบ้าน ตลอดจนการทำตลาดออนไลน์ ให้กับผู้ประกอบการอาหารไทยในท้องถิ่น		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สกก. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๑๘.	โครงการส่งเสริม การเผยแพร่อาหารไทย ในเปรู (สอท. ณ กรุงลิมา)	๑๖๑,๗๐๐	มิ.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔ (ปรับแผน เนื่องจากการ แพร่ระบาดของ โรค COVID-๑๙)	จัดกิจกรรมร่วมกับสถาบันอาหารฯ มหาวิทยาลัยหรือโรงแรมของเปรู โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบ อาหารจากประเทศไทยเข้าร่วมโครงการ และจัดเตรียมวัตถุดิบ/อุปกรณ์ ในการสอน การประกอบอาหารไทย		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๑๙.	โครงการส่งเสริมการค้า ผลิตภัณฑ์อาหารไทย ประเภทพร้อมปรุง (สกก. ณ นครแวนคูเวอร์)	๒๗๘,๗๖๐	เม.ย. – ก.ค. ๒๕๖๔	จัดสาธิตและฝึกอบรมวิธีการประกอบ อาหารไทย โดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ที่เป็นคนไทยในท้องถิ่น โดยมีการนำเสนอ และประชาสัมพันธ์วัตถุดิบและเครื่องปรุง อาหารไทยเพิ่มเติมจากท้องถิ่น และจัดจ้าง ผู้รับเหมาสนับสนุนการดำเนินงานด้านการ ประชาสัมพันธ์		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๒๐.	โครงการเสริมสร้างและ เพิ่มความนิยมในสินค้า อาหารไทยและวัตถุดิบ อาหารไทยในแคนาดา (สกก. ณ นครแวนคูเวอร์)	๕๐๐,๐๐๐	มิ.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔	จัดฝึกอบรมและสาธิตวิธีการประกอบ อาหารไทย ประเภทพร้อมปรุง โดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่เป็นคนไทยใน ท้องถิ่น โดยมีการนำเสนอ และ ประชาสัมพันธ์วัตถุดิบ และเครื่องปรุง อาหารไทยเพิ่มเติมจากท้องถิ่น จัดจ้าง ผู้รับเหมาสนับสนุนการดำเนินงาน ด้านประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมฯ		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
รวมภูมิภาคอเมริกาและ แปซิฟิกใต้ ๔ โครงการ		๑,๓๔๐,๔๖๐					

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๒๑.	<u>ภูมิภาคเอเชียตะวันออก</u> โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ออนไลน์ ณ กรุงปักกิ่ง (สอท. ณ กรุงปักกิ่ง)	๒๕๐,๐๐๐	ก.พ. - ก.ค. ๒๕๖๔	๑. ติดต่อบริษัทผู้จัดทำ application สั่งอาหารที่เป็นที่นิยมในจีน เพื่อหาหรือ เกี่ยวกับการดำเนินการส่งเสริมอาหารไทย ๒. รวบรวมและประสานร้านอาหารไทย ในปักกิ่งและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเข้าร่วม กิจกรรม/ รวบรวมประเภทผลไม้ไทย ที่มีบน application ของจีน ๓. ออกแบบและจัดทำ Banner การส่งเสริม อาหารและผลไม้ไทยใน application ของจีน ๔. หาหรือระหวางบริษัทผู้จัดทำ application และร้านอาหารไทยเกี่ยวกับ รูปแบบการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก คูปอง การลดราคาพิเศษ การกำหนดเมนู แนะนำยอดนิยม เป็นต้น	๒๕๐,๐๐๐	๑. จัดกิจกรรมถ่ายทอดสด (Livestreaming) บนแพลตฟอร์ม e-commerce Taobao Live ดังนี้ - แนะนำแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม อาหารไทยในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ - การสาธิตการประกอบอาหารไทย เพื่อให้ผู้บริโภคจีนทดลองทำเองได้ที่บ้าน ได้แก่ ต้มยำกุ้ง และยำวุ้นเส้น รวมทั้ง แนะนำผลไม้ไทยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภค สามารถซื้อได้ในจีน - การนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารไทย หลากหลายประเภทที่จำหน่ายอยู่บน แพลตฟอร์ม e-commerce ของ Alibaba และสินค้า OTOP - การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย ด้านการรำไทย - สถานะ ณ วันที่ ๒๕ ก.พ. ๖๔ ขณะถ่ายทอดสดมีจำนวนผู้เข้าชม ๘๐,๐๐๐ ราย และมีผู้ชมวิดีโอโปรโมท กิจกรรมในแอปพลิเคชัน Weibo ประมาณ ๘.๘๗ ล้านครั้ง - เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ไทยและจีน รวม ๓๐ สื่อ ๒. การประเมินผลโครงการ - บรรยายภาคในการจัดกิจกรรม	๑. ส่งเสริมให้คนจีนเข้าใจและ รู้จักวิธีการประกอบอาหาร ไทยมากขึ้น พร้อมทั้งสร้าง การรับรู้ถึงวิถีชีวิต เอกลักษณ์ วัฒนธรรมของไทย ส่งผลให้ ชาวจีนมีทัศนคติที่ดีต่อ ประเทศไทยมากขึ้น ๒. ส่งเสริมการขายช่องทาง การตลาดวัตถุดิบ สินค้าและ เครื่องปรุงอาหารไทย ๓. สร้างกระแสความนิยม อาหารไทยและร้านอาหารไทย ในจีนอย่างยั่งยืน ๔. อาหารไทยและวัฒนธรรม ไทยเป็นที่รู้จักและนิยม แพร่หลายมากยิ่งขึ้น เป็นการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและ ภาพลักษณ์ประเทศไทย

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
						มีความสนุกสนาน ผู้เข้าชมแสดงความสนใจสั่งซื้อสินค้าเพื่อทดลองทำอาหารที่บ้าน และมีผู้เข้าชมจำนวนมากที่ชื่นชอบ คิดถึงประเทศไทย และต้องการเดินทางไปเที่ยวประเทศไทย - กิจกรรมดังกล่าว เป็นการจัดร่วมกันระหว่าง สอท. กับ บ. Fliggy ซึ่งสนับสนุนทีมงานถ่ายทำ แพลตฟอร์ม ระบบการถ่ายทอดสด และพิธีกรภาษาจีน-อังกฤษ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งช่วยประหยัดงบประมาณได้มาก	
๒๒.	โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ร้านอาหารไทยในฟิลิปปินส์ผ่านระบบออนไลน์ (Thai Culinary Delights ๒๐๒๑ on Online platform) (สอท. ณ กรุงมะนิลา)	๔๐๐,๐๐๐	มี.ค. - เม.ย. ๒๕๖๔	จัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทย โดยใช้ชื่องาน Thai Culinary Delights ซึ่งเป็นกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยที่จัดมาแล้ว ๓ ปี แบบออนไลน์ หรือ Thai Culinary Delights ๒๐๒๑ on Online platform ร่วมกับผู้ให้บริการออนไลน์ อาทิ Food Panda หรือ Grab Food โดยจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงอาหารไทย และช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในฟิลิปปินส์ โดยพิจารณาเลือกร้านอาหารไทยที่ได้รับรองมาตรฐาน Thai Select ของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารไทยที่มีรสชาติและคุณภาพได้มาตรฐาน เข้าร่วมกิจกรรม	๔๐๐,๐๐๐	จัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยงาน Thai Culinary Delights ๒๐๒๑ ผ่านการประชาสัมพันธ์ใน Facebook ของ สอท./สคต./ททท./องค์การวัฒนธรรมไทย-ฟิลิปปินส์/ร้านอาหารไทย โดยจัดกิจกรรมแลกของรางวัลคูปองสั่งอาหารไทย ผ่าน Grap Food Delivery ซึ่งมีร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select เข้าร่วมกิจกรรม ๖ ร้าน และมีผู้ได้รับของรางวัล ๖๐๐ ราย จำนวนผู้เข้าชม Facebook ของ สอท. ๒๖,๐๒๙ ครั้ง ในช่วงวันที่ ๔-๙ มี.ค. ๒๕๖๔	๑. ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์รู้จักอาหารไทยมากยิ่งขึ้น ๒. ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในฟิลิปปินส์ให้เป็นที่รู้จักและมีผู้ใช้บริการมากขึ้น

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๒๓.	โครงการ “True Thai Taste” งาน ส่งเสริมโอกาสและศักยภาพผู้ประกอบการด้านอาหารไทยในมณฑลยูนนาน (สภ. ณ นครคุนหมิง)	๓๕๐,๐๐๐	มิ.ย. - ก.ย. ๒๕๖๔	๑. การประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการในทุกช่องทาง โดยร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในพื้นที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทยและร้านค้าเครื่องปรุงอาหารไทยในช่วงก่อนและระหว่างการจัดกิจกรรม “True Thai Taste” ๒. การจัดกิจกรรม “True Thai Taste” โดยจัดกิจกรรมที่รวบรวมร้านอาหารไทยและร้านค้าเครื่องปรุงอาหารไทยในนครคุนหมิง ตลอดจนผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารไทย เช่น ข้าวหอมมะลิ สุรา เบียร์ มาออกร้านจำหน่ายสินค้า และนำเสนอสินค้าที่โดดเด่นของตน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในมิติที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเชิญกลุ่มผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์จีน ผู้บริหารระดับสูงในภาครัฐ ภาคเอกชน และสื่อมวลชนในพื้นที่เข้าร่วมงาน ๓. ประชาสัมพันธ์การจัดงาน “True Thai Taste” ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และติดตามผลการประชาสัมพันธ์		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๒๔.	โครงการ ส่งเสริมภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารของไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์	๓๒๓,๐๐๐	ม.ค. – มิ.ย. ๒๕๖๔	จัดรายการสาธิตการประกอบอาหารไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้กับพ่อครัวและแม่ครัวชาวจีน เชฟจากโรงแรม ๕ ดาว รวมถึงผู้ที่สนใจ โดยเชิญเชฟชาวไทยจาก	๒๕๒,๑๕๓	๑. จัดทำคลิปวิดีโอที่สาธิตการประกอบอาหารไทย โดยพ่อครัว แม่ครัวไทย พร้อมสอดแทรกการบรรยายเรื่องราวความเป็นมาของอาหารแต่ละเมนูในเดือน	๑. ส่งเสริมให้คนจีนเข้าใจและรู้จักวิธีการประกอบอาหารไทยมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างการรับรู้ถึงวิถีชีวิต เอกลักษณ์

ลำดับ	สอท./สกก. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
	(สกก. ณ นครเฉิงตู)			ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในเขตอาณา/ อาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการปรุงอาหาร ควาและหวานของไทย มาร่วมแสดงการ สาธิตวิธีการประกอบอาหารควา อาหาร หวาน และขนมไทยที่มีความงดงามประณีต ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์ความมีระดับที่เป็นเอกลักษณ์ ของอาหารไทยแก่ชาวเสฉวน มหานคร ฉงชิ่ง		ก.พ. - มี.ค. ๒๕๖๔ ภายใน ๑ นาที จำนวน ๘ รายการ ผ่านสื่อออนไลน์และ สื่อท้องถิ่น ทุกวันศุกร์และวันเสาร์ รวมถึง ทีวีวงจรปิดบนรถประจำทาง ทุกวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ตั้งแต่วันที่ ๙ เม.ย. - ๘ พ.ค. ๒๕๖๔ ๒ . จั ด กิ จ ก ร ร ม ถ่ า ย ท อ ด ส ต live-streaming สาธิตการทำอาหารไทย ๑ ครั้ง ในการจัดงาน Thai Fruits Golden Months Chongqing ๒๐๒๑ ณ นครฉงชิ่ง เมื่อวันที่ ๑๔ พ.ค. ๒๕๖๔ โดยเผยแพร่ คลิปวิดีโอผ่านช่องทาง ดังนี้ - สถานีโทรทัศน์สื่อท้องถิ่น CDTV-๓ และ CDTV-๕ จำนวนเข้าชมประมาณ ๑ ล้านคน - Facebook จำนวนเข้าชม ๗,๘๔๗ ครั้ง - KuaiShou จำนวนเข้าชม ๑๑,๒๖๐ ครั้ง - TikTok จำนวนเข้าชม ๒,๐๓๖ ครั้ง - WeChat จำนวนเข้าชม ๑,๙๔๕ ครั้ง - WieBo จำนวนเข้าชม ๒,๔๕๕ ครั้ง - Website จำนวนเข้าชม ๒๗๗ ครั้ง - ผู้เข้าชมการถ่ายทอดสด ๕๑,๔๕๓ ราย - บนรถประจำทาง จำนวนเข้าชม ประมาณ ๓ ล้านคน ๓. การจัดกิจกรรมได้รับการสนับสนุน จากห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารไทย และผู้ติดตาม สกก. จึงประหยัด งบประมาณในการจ้างเชฟมาสาธิต	วัฒนธรรมของไทย ส่งผลให้ ชาวจีนมีทัศนคติที่ดีต่อ ประเทศไทยมากขึ้น ๒. ส่งเสริมการขยายช่องทาง การตลาดวัตถุดิบ สินค้าและ เครื่องปรุงอาหารไทย ๓. สร้างกระแสความนิยม อาหารไทยและร้านอาหารไทย ในจีนอย่างยั่งยืน ๔. อาหารไทยและวัฒนธรรม ไทยเป็นที่รู้จักและนิยม แพร่หลายมากยิ่งขึ้น เป็นการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและ ภาพลักษณ์ประเทศไทย

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
						การประกอบอาหาร	
๒๕.	โครงการประชาสัมพันธ์ อาหารไทยผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ "ครัวไทย สู่กวางตุ้ง" (สภ. ณ นครกวางโจว)	๔๐๐,๐๐๐	ม.ค. – ก.ย. ๒๕๖๔	การจัดทำคลิปวิดีโอการประกอบอาหาร ไทย เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ท้องถิ่น เช่น Tik Tok, WeiBo, WeChat	๔๐๐,๐๐๐	๑. จัดทำคลิปวิดีโอ "ครัวไทยสู่ ครัวกวางตุ้ง" สาธิตการประกอบ อาหารไทย โดยพ่อครัว/แม่ครัว ร้านอาหารไทยที่สื่อภาษาจีนได้ จำนวน ๑๐ คลิป โดยเผยแพร่ผ่านช่องทาง (สถานะวันที่ ๘ มิ.ย. ๒๕๖๔) - Facebook และ YouTube จำนวน เข้าชม ๖,๕๑๖ ครั้ง - WeChat จำนวนเข้าชม ๓๒,๑๔๕ คน - WieBo จำนวนเข้าชม ๑๙,๘๑๙ คน - Website จำนวนเข้าชม ๗๕,๐๐๐ คน - สื่อออนไลน์อื่น ๆ จำนวนเข้าชม ๒๕,๔๖๔ ครั้ง	๑. ส่งเสริมให้คนจีนเข้าใจและ รู้จักวิธีการประกอบอาหาร ไทยมากขึ้น ๒. ส่งเสริมการขยายช่องทาง การตลาดวัตถุดิบ สินค้าและ เครื่องปรุงอาหารไทย เนื่องจากมณฑลกวางตุ้งเป็น ศูนย์กลางการกระจายสินค้า ที่สำคัญของไทยในจีน เช่น สินค้าเกษตรของไทย (ร้อยละ ๖๐ - ๗๐ ของการส่งออกจาก ไทยมาจีน) ๓. สร้างกระแสความนิยม อาหารไทยและร้านอาหารไทย ในจีนอย่างยั่งยืน
๒๖.	โครงการสอนและแข่งขัน ทำอาหารไทยในมณฑล ซานตง (สภ. ณ เมืองชิงเต่า)	๓๐๐,๐๐๐	มิ.ย. ๒๕๖๔	๑. การสอนวิธีการประกอบอาหารไทยและ จัดแข่งขันการประกอบอาหารไทยในมณฑล ซานตง ๒. ประชาสัมพันธ์การเข้าร่วมงานให้กับ ผู้เกี่ยวข้องรับทราบ ๓. ประสานผู้ประกอบการอาหารไทย เพื่อ เป็นวิทยากรสอนการประกอบอาหารไทย		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๒๗.	โครงการอบรมเชฟอาหาร ไทยในกว้างซี ครั้งที่ ๒ (สภ. ณ นครหนานหนิง)	๓๐๐,๐๐๐	มิ.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔ (ปรับแผน เนื่องจากการ แพร่ระบาดของ โรค COVID-๑๙)	๑. วางแผนการจัดโครงการโดยรวม อาทิ การจัดหาสถานที่ ช่วงเวลา การประชาสัมพันธ์ การติดต่อเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมดำเนินงาน การวางรูปแบบการอบรม เมนูที่ใช้ คัดเลือกบริษัท ออแกไนเซอร์/หน่วยงานปฏิบัติในการดำเนินงานอย่างมืออาชีพ รวมถึงพิจารณาดำเนินโครงการแบบบูรณาการกับโครงการที่เกี่ยวข้องของ สคต. ณ นครหนานหนิง และ/หรือสื่อท้องถิ่น ๒. ประสานเชิญผู้แทนสถาบันการประกอบอาหารไทยที่มีชื่อเสียงและมีเชฟมืออาชีพที่สามารถเดินทางมาเป็นวิทยากรได้ รวมถึงผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ๓. ดำเนินโครงการในรูปแบบออนไลน์ โดยร่วมมือกับ platform ออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในพื้นที่ และ/หรือจัดจ้าง KOL/online influencer และจัดกิจกรรมรูปแบบออฟไลน์ โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาด้านการประกอบอาหารในกว้างซี โรงแรมที่สนใจ โดยผู้ที่เข้าร่วมการอบรมจะได้รับประกาศนียบัตรจาก สภ. รวมถึงมีการบันทึกการอบรมไว้เพื่อตัดต่อนำไปใช้เป็นคลิปวิดีโอเผยแพร่ตามช่องทางที่เหมาะสมต่อไป ๔. ประเมินและติดตามผลการดำเนิน		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				โครงการ รวมทั้ง การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์โครงการ			
๒๘.	โครงการส่งเสริมครัวไทย สู่ครัวโลกในเขตกรุงเทพฯ ประจำปี ๒๕๖๔ (สภ. ณ นครโฮจิมินห์)	๒๕๐,๐๐๐	มี.ค. - ก.ย. ๒๕๖๔	๑. การร่วมกับสื่อมวลชน สื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ YouTubers เพื่อประชาสัมพันธ์ การทำอาหารไทย การหาซื้อผลิตภัณฑ์ไทย การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาประยุกต์ในการ ปรุงอาหารไทย อาทิ การออกอากาศใน รายการโทรทัศน์ด้านการทำอาหารหรือ YouTube Chanel ๒. การจัดเทศกาลอาหารไทยหรือชุมชน ไทย เพื่อประชาสัมพันธ์อาหารไทยและ วัตถุดิบการปรุงอาหารของไทย ซึ่งมุ่งให้ ความรู้ในการจำหน่าย การสั่งซื้อแบบ ออนไลน์ผ่าน application ต่าง ๆ ที่ได้รับ ความนิยมในเวียดนาม รวมทั้งให้มีการ นำไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ	๒๕๐,๐๐๐	จัดกิจกรรม Thai Food and Wine Pairing Reception เมื่อวันที่ ๑๗ มี.ค. ๒๕๖๔ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไวน์ และอาหารไทยในนครโฮจิมินห์ โดยมี สมาชิกสมาคมไวน์และอาหารนานาชาติ ประธานนครโฮจิมินห์ ชาวเวียดนามที่สนใจ ด้านไวน์และอาหาร ร้านอาหาร โรงแรม ระดับ ๕ ดาว ร้านอาหารไวน์ หอการค้า สมาคมการค้า และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมงาน รวม ๓๒ ราย ในงานมีการจัด แสดงสินค้าไทยที่มีจำหน่ายในนคร โฮจิมินห์ ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบ อาหารไทยที่เสรีในงาน การแสดง นาฏศิลป์ไทย วิถีทัศน์การท่องเที่ยว และอาหารไทย ไวน์ และเพลงพระราช นิพนธ์ “ส้มตำ”	๑. ส่งเสริมการรับรู้และ ความนิยมอาหารและวัตถุดิบ อาหารไทย ๒. เปิดโอกาสขยายช่องทาง การตลาด เพื่อส่งเสริม นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก มากขึ้น ๓. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ไทยสามารถส่งออกสินค้า ไปยังเวียดนามได้เพิ่มขึ้น
๒๙.	โครงการประชาสัมพันธ์ การประกอบอาหารไทย ผ่านสื่อท้องถิ่น (สอท. ณ กรุงฮานอย)	๓๐๐,๐๐๐	มี.ย. - ก.ย. ๒๕๖๔ (ปรับแผน เนื่องจากการ แพร่ระบาดของ โรค COVID-๑๙)	สอท. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ และนำผู้เชี่ยวชาญการประกอบ อาหารไทยพร้อมผู้ช่วยเยือนกรุงฮานอย เพื่อเป็นวิทยากรสาธิตวิธีการประกอบ อาหาร/ตกแต่งอาหารไทยให้สวยงาม นำรับประทาน และประสานงานให้ สคต. ณ กรุงฮานอย เชิญผู้นำเข้าวัตถุดิบอาหาร/		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				เครื่องปรุงอาหารไทยมาร่วมจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของตนเอง			
๓๐.	โครงการสร้างโอกาสขยาย ตลาดสินค้าเกษตรและ อาหารไทยในติมอร์-เลสเต (สอท. ณ กรุงดิลี)	๔๐๐,๐๐๐	ก.พ. – มิ.ย. ๒๕๖๔	๑. จัดฝึกอบรมโดยวิทยากรให้ความรู้ คุณประโยชน์เกี่ยวกับอาหารไทย และ สาธิตวิธีการประกอบอาหารไทยให้กับ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ พนักงานบริการ พ่อครัวแม่ครัว ร้านอาหารไทย ๒. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและ โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เพื่อจัด workshop ให้แก่นักศึกษาและกลุ่มเป้าหมาย ๓. จัดทำคลิปวิดีโอส่งลงสื่อสังคมออนไลน์ สาธิตวิธีการประกอบอาหารไทย และเชิญ กลุ่ม influencer ท้องถิ่นที่มีผู้ติดตามในสื่อ ออนไลน์จำนวนมากเข้าร่วมกิจกรรม ๔. จัดกิจกรรมสอนการประกอบอาหารไทย และการแปรรูปอาหารไทยให้แก่ สถาบันการศึกษา โรงเรียน และผู้เข้าร่วม โครงการเกษตรเพื่ออาหารกลางวัน ในโรงเรียนเป้าหมาย และโครงการน้อมนำ เศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
รวม ภูมิภาค เอเชีย ตะวันออก ๑๐ โครงการ		๓,๒๗๓,๐๐๐			๑,๕๕๒,๑๕๓		

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๓๑.	<u>ภูมิภาคเอเชียใต้</u> <u>ตะวันออกกลาง</u> <u>และแอฟริกา</u> โครงการส่งเสริมอาหาร ไทยในโมซัมบิก (สอท. ณ กรุงมาปูโต)	๔๐๐,๐๐๐	เม.ย. - ก.ค. ๒๕๖๔	๑. ส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ ร้านอาหารไทย โดยกระตุ้นการบริโภค อาหารไทยให้เป็นที่นิยมแพร่หลาย ๒. การประชาสัมพันธ์อาหารไทยและ เมนูอาหารไทยผ่าน application ต่าง ๆ รวมถึงสนับสนุนร้านขายวัตถุดิบอาหารไทย ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ๓. การถ่ายทอดการประกอบอาหารไทย ให้แก่สาธารณชนผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสังคม ออนไลน์ เช่น Facebook Live รวมถึง สร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมของ สาธารณชนโมซัมบิก เพื่อส่งเสริมการรับรู้ สินค้าไทย และร้านอาหารไทยในท้องถิ่น		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๓๒.	โครงการส่งเสริม ความนิยมอาหารไทย ด้วยสื่อดิจิทัล (สอท. ณ กรุงราบัต)	๕๐๐,๐๐๐	ม.ค. - ก.ย. ๒๕๖๔	๑. จัดทำสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับอาหารไทย สินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย ในภาษา ท้องถิ่น และภาษาฝรั่งเศส ๒. จัดหา Influencer เยี่ยมชมร้านอาหาร ไทยและมีการสาธิตประกอบอาหารไทย และถ่ายทอดสดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook Live		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๓๓.	โครงการส่งเสริม ความนิยมอาหารไทย ในดูไบในภาวะ new normal (สภ. ณ เมืองดูไบ)	๓๗๐,๐๐๐	ก.พ. – เม.ย. ๒๕๖๔	จัดกิจกรรมในลักษณะ "Thai Food Delivery Week" โดยร่วมมือกับ food delivery application ใน การประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขายในรูปแบบ การให้ส่วนลดแก่ผู้ที่สั่งอาหารไทยผ่าน application และ/หรือให้ผู้บริโภคที่เข้าร่วมกิจกรรมกับ สภ. ได้ลองรับประทาน อาหารไทยฟรี โดยกำหนดกิจกรรมส่งเสริม การขายร่วมกับผู้ประกอบการฯ หรือผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่น ๆ	๓๖๙,๗๕๗.๓๕	๑. ร่วมจัดกิจกรรม Thai Restaurant Week กับ ททท. และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ทั้งภาษาอังกฤษและ ภาษาอาหรับ จำนวน ๑๔ สื่อ โดยมี ร้านอาหารไทยเข้าร่วม ๑๘ ร้าน ๒. จัดกิจกรรม Thai Food Delivery Week ใน รูปแบบ online โดยมี ร้านอาหารไทยเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริม การขายผ่านแอปพลิเคชัน Zomato ๑๑๗ ร้าน และแอปพลิเคชัน Talabat ๒๓ ร้าน รวมทั้งหมด ๑๔๐ ร้าน ซึ่งส่งผลให้ร้านอาหารไทยมียอดขาย เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๖ เมื่อเทียบกับยอดขาย ของสัปดาห์ก่อนจัดกิจกรรม ๓. ประชาสัมพันธ์อาหารไทยผ่าน influencers ท้องถิ่น ๑ รายที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงของดูไบ ซึ่งได้ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทย ๖ ร้าน ผ่าน Instagram ของ นาย Alex Augusti และรายการวิทยุ Lunch with Llyod ๔. โพสต์ประชาสัมพันธ์อาหารไทยผ่าน ช่องทาง Facebook จำนวนเข้าชม ๔๖,๙๘๘ ครั้ง วิดีทัศน์ประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook จำนวนผู้เข้าชม ๔,๔๑๐ ครั้ง รวมทั้งประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อื่น ๆ จำนวน ๑๔ สื่อ และหนังสือพิมพ์ ๑ บทความ	๑. ผู้ประกอบการร้านอาหาร ไทยและผู้นำเข้าสินค้าอาหาร และผลิตภัณฑ์อาหารไทย ในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) มีขีดความสามารถ ในการแข่งขัน ขยายช่องทางการตลาด online และ food delivery applications ได้ มากขึ้น และมียอดขายและ จำนวนผู้บริโภคอาหารไทย และผลิตภัณฑ์อาหารไทย มากขึ้น ๒. ผู้บริโภคใน UAE มีความเชื่อมั่นในคุณภาพและ มาตรฐานของอาหารไทย และมีความต้องการเดินทาง ไปท่องเที่ยวในประเทศไทย มากยิ่งขึ้น ๓. ภาพลักษณ์ที่ดีของอาหาร ไทยและวัฒนธรรมไทยได้รับการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สู่สังคมท้องถิ่นในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ๔. เพิ่มเครือข่าย Friends of Thailand

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
๓๕.	โครงการส่งเสริมอาหาร ไทยในอินเดียผ่านสื่อ ชั้นนำ (สอท. ณ กรุงนิวเดลี)	๔๕๐,๐๐๐	มิ.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔	๑. เชิญเชฟจากร้านอาหารไทยที่มีชื่อเสียง ในกรุงนิวเดลีมาจัดทำคลิปการประกอบ อาหารไทย/การชิมอาหารไทย รวมถึงให้ คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ที่สามารถ ซื้อวัตถุดิบ เครื่องปรุงอาหารไทย และสินค้าไทยได้ในกรุงนิวเดลีและเมือง ใหญ่ ๆ ในอินเดียและนำคลิปลงกล่าว มาออกอากาศในรายการอาหารที่ได้รับ ความนิยมของชาวอินเดีย ควบคู่ไปกับ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ๒. เผยแพร่คลิปการประกอบอาหารไทย ที่ได้ออกอากาศแล้วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ สอท. และกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัด โดย สอท. และทีมประเทศไทยใน กรุงนิวเดลีต่อไป ซึ่งรวมถึงการพิจารณา ใช้งบประมาณจัดซื้อการ Boost Post ซึ่ง สอท. สามารถโปรโมตโพสต์บนหน้า Timeline ของ Facebook Page ของ สอท. เพื่อให้โพสต์เข้าถึงคนอินเดีย ในวงกว้างมากขึ้น		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๓๕.	โครงการครัวไทย เพื่อการส่งเสริม ภาพลักษณ์อาหารไทย ในอินเดียได้ (สภ. ณ เมืองเจนไน)	๔๔๐,๐๐๐	เม.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔	การจัดกิจกรรมแนะนำอาหารไทยและ สาธิตวิธีการประกอบอาหารไทยให้แก่ พ่อครัว และแม่ครัวท้องถิ่นร้านอาหารไทย และร้านอาหารที่มีเมนูไทย ในรูปแบบ Virtual หรือ Online เป็นหลัก		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
				และถ่ายทอดเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ และ Influencers/Food Bloggers			
๓๖.	โครงการครัวไทย สู่ครัวอินเดียตะวันตก (สภ. ณ เมืองมุมไบ)	๔๕๐,๐๐๐	เม.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔	๑. จัดกิจกรรมส่งเสริมเครือข่ายระหว่าง โรงเรียนสอนการประกอบอาหาร ไทย-อินเดีย โดยจัดการประชุม/สัมมนา ผ่านช่องทางออนไลน์ระหว่างคณะผู้บริหาร และคณาจารย์จากสถาบันการศึกษา และโรงเรียนสอนการประกอบ อาหารจากไทย ๒. นำพ่อครัว/แม่ครัวชาวไทยที่พำนัก ในอินเดีย จัดฝึกอบรม/สาธิตการประกอบ อาหารไทย และนำเสนอแหล่งจำหน่าย สินค้านำเข้าจากไทย รวมถึงการ ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทย โดยมุ่งเน้นกลุ่มนักศึกษาในโรงเรียน สอนการประกอบอาหาร กลุ่มคนอินเดีย ที่มีกำลังซื้อสูง และ media influencer		อยู่ระหว่างดำเนินโครงการ	
๓๗.	โครงการสร้างความนิยม อาหารไทยในอิสราเอล (สอท. ณ กรุงเทลอาวีฟ)	๒๕๐,๐๐๐	เม.ย. – ก.ย. ๒๕๖๔	จัดกิจกรรมเชิญเชฟจากไทยมาสาธิตวิธีการ ประกอบอาหารไทยโคเชอร์ (Kosher) ร่วมกับสถาบันอาหารให้แก่ นักเรียน สถาบันการสอนประกอบอาหาร และ/หรือ จัดการแข่งขันการประกอบอาหารไทย	๒๕๐,๐๐๐	จัดกิจกรรมสาธิตและสอนทำอาหารไทย โคเชอร์ มีผู้เข้าร่วม ๒๐ ราย (เนื่องจาก มาตรการทางสาธารณสุขที่จำกัดจำนวน ผู้เข้าร่วมงาน) และมีการประชาสัมพันธ์ ลงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น รวมถึงเผยแพร่ กิจกรรมบน Facebook ของ สอท. ซึ่งมี จำนวนเข้าชมโพสต์แล้วกว่า ๖,๐๐๐ ครั้ง	๑. ประชาสัมพันธ์ทำให้อาหาร ไทยโคเชอร์เป็นที่รู้จัก ในวงกว้างมากขึ้น ๒. ขยายโอกาสทางการตลาด ให้ผู้ประกอบการสามารถ จำหน่ายสินค้าอาหาร วัตถุดิบ และเครื่องปรุงอาหารไทย

ลำดับ	สอท./สภ. ที่ดำเนินการ ชื่อกิจกรรม	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ	รายละเอียดกิจกรรม	การเบิกจ่าย (บาท)	ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ที่ได้รับ
							ในอิสราเอลได้มากขึ้น
	รวมภูมิภาคเอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และ แอฟริกา ๗ โครงการ	๒,๘๖๐,๐๐๐			๖๑๙,๗๕๗.๓๕		
๓๘.	โครงการส่งเสริมศักยภาพ ท้องถิ่นสู่สากล (Local to Global : Visions of Isan) กรมเศรษฐกิจระหว่าง ประเทศ	๗๐๐,๐๐๐	เม.ย. ๒๕๖๔	๑. สาธิตประกอบอาหาร/นำเสนอ เมนูอาหาร และเครื่องดื่มอีสานที่ใช้วัตถุดิบ ท้องถิ่นที่โดดเด่น และต้องการส่งเสริมการ ขายในตลาดต่างประเทศ ในงานเลี้ยง รับรองเพื่อแสดงศักยภาพของจังหวัด ภาคอีสาน ๖ จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ หนองคาย มุกดาหาร อาขิ เนื้อโคขุน (มุกดาหาร) ข้าวหอมมะลิ (ร้อยเอ็ด) ไก่ KKU ไข่ม้วนตำ/ยุดัดตำ (ขอนแก่น) กึ่งก้ามกราม (กาฬสินธุ์) เครื่องดื่มอีสานรม (ขอนแก่น) กาแฟช้าง (มหาสารคาม) แก้ว กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย คณะทูต หอการค้าต่างประเทศ สื่อมวลชน ต่างประเทศในไทย ๒. จัดกิจกรรมเสวนาแบบ online และ offline โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิในด้านธุรกิจ ทั้งจากภาครัฐและเอกชนมาเป็นผู้บรรยาย แก่ผู้ประกอบการไทยและผู้ที่สนใจ ด้านธุรกิจ	๗๐๐,๐๐๐	๑. มีผู้เข้าร่วมงานเลี้ยงจำนวน ๒๐๐ ราย ๒. การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook มีจำนวน like ๓๙๐ ครั้ง/Twitter มี engagement ๙ ครั้ง ๓. การจัดทำคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ ผ่าน Facebook จำนวนเข้าชม ๖๓,๘๙๐ ครั้ง YouTube จำนวนเข้าชม ๗๒๖ ครั้ง ๔. มีผู้เข้าร่วมงานเสวนาทั้งแบบ online และ offline รวม ๑๐๐ ราย	๑. สินค้าอาหาร และเครื่องดื่ม ของภาคอีสานที่มีศักยภาพ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเทคโนโลยีให้สอดคล้อง กับเทรนของตลาด ได้รับการ ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ในกลุ่มชาวต่างชาติ ๒. ผู้ประกอบการ/หน่วยงาน ท้องถิ่นมีเวทีในการนำเสนอ ศักยภาพของสินค้า และได้รับ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ด้านการพัฒนาสินค้า ธุรกิจ และช่องทางตลาด ในต่างประเทศมากขึ้น
	รวมทั้งสิ้น ๓๘ โครงการ	๑๔,๓๔๘,๒๒๐			๔,๕๒๑,๗๐๗.๖๘		

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินภารกิจส่งเสริมนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก กรมเศรษฐกิจฯ ได้รับจัดสรรเงิน ๑๘,๘๕๙,๘๐๐ บาท โอนเงินคืนกระทรวงฯ ๑,๗๐๐,๐๐๐ บาท คงเหลือ ๑๗,๑๕๙,๘๐๐ บาท โดยสถานะวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๔ กรมเศรษฐกิจฯ ได้จัดสรรเงินเพื่อดำเนินโครงการรวม ๓๘ โครงการ เป็นเงิน ๑๔,๓๔๘,๒๒๐ บาท ดำเนินโครงการแล้วเสร็จ ๑๓ โครงการ เบิกจ่ายเงิน ๔,๕๒๑,๗๐๗.๖๘ บาท และอยู่ระหว่างดำเนินโครงการ ๒๕ โครงการ เป็นเงิน ๙,๘๒๖,๕๑๒.๓๒ บาท ผลการเบิกจ่ายคิดเป็นร้อยละ ๓๑.๕๑ ของงบประมาณที่ได้รับจัดสรร รวมทั้งมีเงินงบประมาณที่อยู่ระหว่างการพิจารณาจัดสรรให้ สอท./สกญ. ที่มีความพร้อมไปดำเนินโครงการเพิ่มเติม ๒,๘๑๑,๕๘๐ บาท

รายงานผลการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการ
ประเด็นการตรวจสอบเพิ่มเติม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔
คณะกรรมการตรวจสอบและประเมินผลประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ส่วนที่ ๑ บทสรุปผู้บริหาร

กระทรวงการต่างประเทศได้รับการจัดสรรงบประมาณภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมการดำเนินงานการต่างประเทศของไทยอย่างมีเอกภาพและบูรณาการ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ระยะที่ ๑ โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินงาน “โครงการเข้าใช้อุปกรณ์และบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของ กต. ระยะที่ ๑” (เป็นโครงการต่อเนื่องระยะเวลา ๓ ปี วงเงินรวม ๘๓ ล้านบาท ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๖๖) เริ่มดำเนินโครงการปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ระยะเวลา ๑๒ เดือน ในวงเงินงบประมาณจำนวน ๓๑ ล้านบาท

สำหรับการดำเนินงานระยะที่ ๒ (ระยะสุดท้าย) กระทรวงฯ มีแผนการดำเนินการเป็นโครงการต่อเนื่องระยะ ๓ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ – ๒๕๖๙) ซึ่งจะเป็นการต่อยอดจากการดำเนินงานโครงการเข้าใช้อุปกรณ์ฯ ระยะที่ ๑ โดยให้ความสำคัญต่อการเชื่อมต่อการทำงานระหว่างกระทรวงฯ กับศูนย์ภูมิภาค (Regional Center) ในการวางรากฐานโครงสร้างพื้นฐานระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อตอบสนองการใช้งานระบบสารสนเทศของกระทรวงฯ การให้บริการ การแลกเปลี่ยนข้อมูล และการติดต่อสื่อสารระหว่างกระทรวงฯ กับสถานเอกอัครราชทูต/คณะผู้แทนถาวร/สถานกงสุลใหญ่/สำนักงานการค้าและเศรษฐกิจไทย ให้มีความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างมีมาตรฐานสากล และรองรับไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลต่อไป

ผลการตรวจสอบและประเมินผล

๑. ผลการดำเนินงานภาพรวม

การดำเนินโครงการประกอบด้วยส่วนงานหลัก ๕ ส่วน ดังนี้

- ๑) การเข้าใช้อุปกรณ์รักษาความมั่นคงปลอดภัยเครือข่าย (Network Security)
- ๒) การใช้บริการระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยและบริหารจัดการความปลอดภัย
- ๓) การวิเคราะห์ การประเมินความเสี่ยงของระบบเครือข่ายและระบบความมั่นคงปลอดภัย

สารสนเทศ

๔) การพัฒนาบุคลากรของกระทรวงฯ โดยเฉพาะนักวิชาการคอมพิวเตอร์ของศูนย์เทคโนโลยีฯ ให้มีความรู้และทักษะในด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำกับดูแลระบบที่ติดตั้งใช้งาน

๕) มีเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างมาปฏิบัติงานที่กระทรวงฯ และที่ศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center : SOC) ของผู้รับจ้าง เพื่อดูแลระบบที่ติดตั้งใช้งาน

ผลการดำเนินโครงการฯ (สถานะ ณ วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๔) อยู่ในขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งคณะกรรมการซื้อหรือจ้าง โดยวิธีเฉพาะเจาะจง ได้พิจารณาผลการยื่นข้อเสนอของบริษัท

โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีความเชี่ยวชาญและให้บริการในด้านการบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์โดยเฉพาะแล้ว มีความเห็นว่า มีคุณสมบัติที่ตรงตามขอบเขตของงานหรือ TOR ที่กำหนดไว้ในคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอและได้ลงนามเอกสารการยื่นข้อเสนอของบริษัทฯ เมื่อวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๔ พร้อมจัดทำรายงานผลการพิจารณาเสนอกระทรวงฯ เมื่อวันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๔ และกระทรวงฯ ประกาศชื่อผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ เมื่อวันที่ ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๔ โดยลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อเริ่มดำเนินโครงการฯ ในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๔

๒. การประเมินผลโครงการ

โครงการเข้าใช้อุปกรณ์ฯ เป็นโครงการที่มีความสำคัญ มีความละเอียดอ่อน และซับซ้อน กระทรวงฯ จึงได้เชิญบุคคลภายนอกซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีชื่อเสียง และมีความรู้ในด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นอย่างดี ได้แก่ บุคลากรและอาจารย์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และมหาวิทยาลัยมหิดล เข้าร่วมใน (๑) คณะกรรมการกำหนดขอบเขตของงาน และราคากลาง (๒) คณะกรรมการซื้อหรือจ้าง และ (๓) คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการโครงการและระบบอย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ ส่งผลให้การดำเนินโครงการล่าช้ากว่าที่กำหนด และขณะนี้อยู่ระหว่างเริ่มดำเนินโครงการ อย่างไรก็ตาม เมื่อโครงการได้ดำเนินการไปแล้วระยะหนึ่ง จึงจะมีการประเมินผลต่อไป เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการและผลสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการที่กำหนดไว้

นอกจากนี้ ด้วยพัฒนาการของภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีความหลากหลาย ซับซ้อน ที่ผ่านมา กระทรวงฯ ได้มีการจัดทำระบบป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถรองรับกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้ อย่างไรก็ตาม การดำเนินโครงการเข้าใช้อุปกรณ์ฯ ของกระทรวงฯ จะเป็นการดำเนินงานในลักษณะการวางมาตรการแก้ไขปัญหาด้านระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาเสริมการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ในลักษณะต่อยอดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเฝ้าระวัง วิเคราะห์ ประเด็นปัญหาภัยคุกคาม และประเมินความเสี่ยง ตลอดจนมองภาพรวมของการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น ทำให้กระทรวงฯ สามารถวางแผนและบริหารจัดการภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

๑) เป็นการริเริ่มดำเนินโครงการเชิงรุกอย่างบูรณาการ ทั้งในด้านระบบ ด้านงบประมาณ และการพัฒนาบุคลากร

๒) สามารถบริหารจัดการในองค์กรรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๓) ระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มีอุปกรณ์และระบบมากขึ้นกว่าเดิม มีการเฝ้าระวังทุกวัน ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

๔) บุคลากรของกระทรวงฯ โดยเฉพาะนักวิชาการคอมพิวเตอร์ของศูนย์เทคโนโลยีฯ ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ในการกำกับดูแลระบบที่ติดตั้งใช้งานมากกว่าระบบที่กระทรวงฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งสามารถทำงานร่วมกับผู้รับจ้าง ตรวจสอบการทำงาน และกำกับดูแลผู้รับจ้างไปด้วย

๕) เจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างมาปฏิบัติงานที่กระทรวงฯ และที่ศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center : SOC) ของผู้รับจ้าง เพื่อดูแลระบบที่ติดตั้งใช้งาน ซึ่งมีมากกว่าระบบที่กระทรวงฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน เฝ้าระวัง ป้องกัน วิเคราะห์ วางแผน ประเมินและบริหารความเสี่ยงจากปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์

๓. ข้อเสนอแนะการดำเนินงาน

ศูนย์เทคโนโลยีฯ ควรรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานของโครงการฯ รวมถึงผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ให้ ค.ต.ป. ประจำกระทรวงฯ ทราบเป็นระยะ เพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามประเมินผลต่อไป

๔. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายต่อรัฐบาล

๔.๑ หน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานด้านความมั่นคงที่มีความพร้อมด้านบุคลากรหรือศักยภาพด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ไม่เพียงพอ และต้องการบูรณาการอาจพิจารณาพัฒนาระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ในลักษณะการเข้าใช้อุปกรณ์/ระบบและให้บริการเช่นเดียวกับโครงการของกระทรวงฯ

๔.๒ ควรใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากหน่วยงานกลางให้การสนับสนุนหน่วยงานของรัฐในการพัฒนา กำกับดูแลการดำเนินการด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้เป็นไปอย่างบูรณาการ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานสนับสนุนในด้านการกำกับดูแล นโยบาย บุคลากร กระบวนการ และองค์ความรู้ทางด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ในขณะที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นหน่วยงานหลักที่กำกับดูแลภาพรวมและสนับสนุนด้านงบประมาณในการพัฒนาตามแนวนโยบายรัฐบาลดิจิทัล เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ

ส่วนที่ ๒ การรายงานผลการตรวจสอบและประเมินผลภาคราชการตามประเด็นการตรวจสอบ และประเมินผล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๑. ชื่อประเด็นการตรวจสอบและประเมินผล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

โครงการส่งเสริมการดำเนินงานการต่างประเทศของไทยอย่างมีเอกภาพและบูรณาการ : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ของกระทรวงการต่างประเทศ
ระยะที่ ๑ : โครงการค่าใช้จ่ายอุปกรณ์และบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของ กต. ระยะที่ ๑

๒. ความสอดคล้องเชื่อมโยงระหว่างประเด็นการตรวจสอบกับยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ด้านความมั่นคง

เป็นการพัฒนาศักยภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของกระทรวงฯ ให้สามารถรับมือกับภัยคุกคามความมั่นคงในรูปแบบใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การโจมตี การจารกรรม หรือภัยคุกคามในรูปแบบต่าง ๆ ทางไซเบอร์ ที่มีความถี่และรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศในภาพรวม

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

เป็นการพัฒนาและปรับกระบวนการและวิธีการบริหารให้มีความทันสมัย มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่สามารถรับมือกับภัยคุกคามความมั่นคงในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรภาครัฐให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน เพื่อผลักดันการขับเคลื่อนการทำงานของภาครัฐไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล

๓. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๓.๑ พัฒนาประสิทธิภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้สามารถปฏิบัติการและบริหารงานแบบครบวงจร รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพของเทคโนโลยีเพื่อป้องกันการถูกโจมตีทางไซเบอร์ เสริมสร้างความรู้และศักยภาพให้แก่บุคลากร และบูรณาการด้านงบประมาณ เพื่อการบริหารจัดการในองค์กรรวมให้บรรลุเป้าประสงค์และเกิดผลสัมฤทธิ์มากยิ่งขึ้น

๓.๒ ปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติงาน การบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้มีความทันสมัย และดำเนินการในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์และพัฒนาการของภัยคุกคามด้านความมั่นคงในรูปแบบใหม่

๓.๓ ให้ระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ มีความเข้มแข็ง มีอุปกรณ์หรือระบบครบถ้วน สมบูรณ์ ครอบคลุมและรับมือกับภัยคุกคามด้านความมั่นคงในรูปแบบใหม่ในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๓.๔ ป้องกันการถูกโจมตี การรั่วไหลของข้อมูลและระบบสารสนเทศของกระทรวงฯ และพัฒนาให้มีความมั่นคงปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

๔. วัตถุประสงค์การตรวจสอบและประเมินผล

๔.๑ เพื่อให้การดำเนินงานโครงการบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ส่งผลสำเร็จต่อยุทธศาสตร์กระทรวงฯ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนโยบายรัฐบาล

๔.๒ เพื่อให้การดำเนินงานโครงการและการใช้จ่ายเงินงบประมาณเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้

๔.๓ เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการแก้ไข เพื่อลดความเสี่ยงในการบริหารงานโครงการ สนับสนุนการดำเนินภารกิจให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล และเกิดความคุ้มค่าในการดำเนินภารกิจภาครัฐ

๕. ขอบเขตของการตรวจสอบและประเมินผล

๕.๑ ตรวจสอบแผนการดำเนินโครงการ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๕.๒ ตรวจสอบผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายเงินของโครงการ รวมถึงเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการ

๕.๓ สอบถามข้อมูลและความเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลจากการตรวจสอบเอกสาร หลักฐานต่าง ๆ เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ ประเมินความเสี่ยง ประเมินการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) และประเมินการทำงานตามหลักวงจรคุณภาพ (PDCA cycle)

๕.๔ สรุปข้อค้นพบ ปัญหาอุปสรรค/ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะหรือแนวทางการแก้ไข เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานโครงการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

๖. ผลการดำเนินงานตามประเด็นการตรวจสอบและประเมินผล

กระทรวงการต่างประเทศได้รับการจัดสรรงบประมาณภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมการดำเนินงานการต่างประเทศของไทยอย่างมีเอกภาพและบูรณาการ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ระยะที่ ๑ โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินงาน “โครงการเข้าใช้อุปกรณ์และบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของ กต. ระยะที่ ๑” (เป็นโครงการต่อเนื่องระยะเวลา ๓ ปี วงเงินรวม ๙๓ ล้านบาท ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ – ๒๕๖๖) เริ่มดำเนินโครงการปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ระยะเวลา ๑๒ เดือน ในวงเงินงบประมาณจำนวน ๓๑ ล้านบาท

สำหรับการดำเนินงานระยะที่ ๒ (ระยะสุดท้าย) กระทรวงฯ มีแผนการดำเนินการเป็นโครงการต่อเนื่องระยะ ๓ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ – ๒๕๖๙) ซึ่งจะเป็นการต่อยอดจากการดำเนินงานโครงการเข้าใช้อุปกรณ์ฯ ระยะที่ ๑ โดยให้ความสำคัญต่อการเชื่อมต่อการทำงานระหว่างกระทรวงฯ กับศูนย์ภูมิภาค (Regional Center) ในการวางรากฐานโครงสร้างพื้นฐานระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อตอบสนองการใช้งานระบบสารสนเทศของกระทรวงฯ การให้บริการ การแลกเปลี่ยนข้อมูล และการติดต่อสื่อสารระหว่างกระทรวงฯ กับสถานเอกอัครราชทูต/คณะผู้แทนถาวร/สถานกงสุลใหญ่/สำนักงานการค้าและเศรษฐกิจไทย ให้มีความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างมีมาตรฐานสากล และรองรับไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลต่อไป

การดำเนินโครงการประกอบด้วยส่วนงานหลัก ๕ ส่วน ดังนี้

๑) การเข้าใช้อุปกรณ์รักษาความมั่นคงปลอดภัยเครือข่าย (Network Security)

๒) การใช้บริการระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยและบริหารจัดการความปลอดภัย

๓) การวิเคราะห์ การประเมินความเสี่ยงของระบบเครือข่ายและระบบความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

๔) การพัฒนาบุคลากรของกระทรวงฯ โดยเฉพาะนักวิชาการคอมพิวเตอร์ของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้มีความรู้และทักษะในด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มากขึ้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการกำกับดูแลระบบที่ติดตั้งใช้งาน ซึ่งจะมีมากกว่าระบบที่กระทรวงฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน

รวมทั้งการพัฒนาองค์ความรู้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทางราชการและกระทรวงฯ

๕) มีเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างมาปฏิบัติงานที่กระทรวงฯ และที่ศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center : SOC) ของผู้รับจ้างเพื่อดูแลระบบที่ติดตั้งใช้งาน ซึ่งมีมากกว่าระบบที่กระทรวงฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน รวมทั้ง เฝ้าระวัง ป้องกัน วิเคราะห์ วางแผน ประเมิน และบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากประเด็นปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่จะส่งผลกระทบต่อข้อมูลสารสนเทศของกระทรวงฯ

โดยผู้รับจ้าง มีการดำเนินการในภาพรวม ดังนี้

๑) จัดทำแผนการดำเนินโครงการ

๒) ศึกษารวบรวมข้อมูล พร้อมออกแบบระบบในรูปแบบ Logical design และ Physical design ที่จะมาติดตั้งใช้งานที่กระทรวงฯ

๓) จัดหาอุปกรณ์/ระบบ (Hardware, Software Application และ license) พร้อมติดตั้งการใช้งาน ทดสอบการใช้งาน โดยระบบทั้งหมดต้องทำงานเข้ากับระบบคอมพิวเตอร์ของกระทรวงฯ

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔) จัดเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติการดูแลระบบทั้งหมดที่ติดตั้งที่กระทรวงฯ

๕) มีการเฝ้าระวังจากผู้ให้บริการตลอด ๒๔ ชั่วโมง

๖) ดำเนินการสแกนช่องโหว่ของระบบสารสนเทศ และทดสอบการเจาะระบบเพื่อหาช่องโหว่ พร้อมให้คำปรึกษาแนะนำ

๗) จัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของกระทรวงฯ

๘) จัดทำรายงานในการดำเนินงานตามที่กำหนด

ทั้งนี้ ผลการดำเนินโครงการฯ (สถานะ ณ วันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๔) อยู่ในขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งคณะกรรมการจัดซื้อหรือจัดจ้างจ้าง โดยวิธีเฉพาะเจาะจง ได้พิจารณาผลการยื่นข้อเสนอของบริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีความเชี่ยวชาญและให้บริการในด้านการบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์โดยเฉพาะแล้ว มีความเห็นว่า มีคุณสมบัติที่ตรงตามขอบเขตของงานหรือ TOR ที่กำหนดไว้ในคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอและได้ลงนามเอกสารการยื่นข้อเสนอของบริษัทฯ เมื่อวันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๔ พร้อมจัดทำรายงานผลการพิจารณาเสนอกระทรวงฯ เมื่อวันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๔ และกระทรวงฯ ประกาศชื่อผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ เมื่อวันที่ ๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๔ โดยลงนามในสัญญาจ้าง เพื่อเริ่มดำเนินโครงการฯ ในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๔

๗. วิเคราะห์ความเสี่ยงของการตรวจสอบและประเมินผลตามประเด็นการตรวจสอบย่อย

๗.๑ การประเมินความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน/ปฏิบัติการ

๑) การศึกษารวบรวมข้อมูลค่า configuration ในระบบเดิมของกระทรวงฯ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดค่าการติดตั้งสำหรับอุปกรณ์หรือระบบในโครงการขาดความครบถ้วนไม่สมบูรณ์

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

☐ ระดับ ๑ น้อยมาก

☐ ระดับ ๒ น้อย

☒ ระดับ ๓ ปานกลาง

☐ ระดับ ๔ สูง

☐ ระดับ ๕ สูงมาก

แนวทางแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง จัดการประชุมหารือกับผู้รับจ้างให้มีความเข้าใจระบบเดิมของกระทรวงฯ โดยการจัดทำ gap analysis และศูนย์เทคโนโลยีฯ มอบหมายเจ้าหน้าที่ที่ดูแลระบบกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด โดยทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างเป็นรายระบบ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของการดำเนินงาน

๒) ระบบเครือข่ายและสารสนเทศของกระทรวงฯ ไม่สามารถให้บริการได้เป็นระยะเวลาหลายวันหรือทำงานได้ไม่สมบูรณ์

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

- ☐ ระดับ ๑ น้อยมาก
- ☐ ระดับ ๒ น้อย
- ☒ ระดับ ๓ ปานกลาง
- ☐ ระดับ ๔ สูง
- ☐ ระดับ ๕ สูงมาก

แนวทางแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง จัดการประชุมหารือกับผู้รับจ้างในการจัดทำแผนการติดตั้งและแผนการทำงานอย่างละเอียด พร้อมประเมินผลกระทบและแนวทางในการแก้ปัญหา รวมทั้งการประสานงานกับผู้ดูแลระบบของกระทรวงฯ และหน่วยงานภายนอก อาทิ ศูนย์ประสานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์ประเทศไทย (ThaiCERT) สำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามกระบวนการที่ถูกต้อง รอบด้าน และไม่ให้เกิดความล่าช้า หรือไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๓) ด้านการเฝ้าระวัง การรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการบริหารจัดการในองค์กรรวมอาจไม่เป็นไปตามเป้าประสงค์เท่าที่ควร

- โอกาสเกิดความเสี่ยง

- ☐ ระดับ ๑ น้อยมาก
- ☒ ระดับ ๒ น้อย
- ☐ ระดับ ๓ ปานกลาง
- ☐ ระดับ ๔ สูง
- ☐ ระดับ ๕ สูงมาก

แนวทางแก้ไขเพื่อลดความเสี่ยง ประสานงานและจัดประชุมหารือกับผู้รับจ้างอย่างสม่ำเสมอเพื่อควบคุม กำกับดูแลให้มีแนวปฏิบัติในการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ชัดเจน โดยจัดทำรายงานการดำเนินงานและการประเมินผลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งจัดสรรบุคลากรของผู้รับจ้างฯ ให้มาปฏิบัติงานที่กระทรวงฯ และที่ศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center : SOC) ของผู้รับจ้างทุกวัน ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ให้เพียงพอ โดยจะทำงานภายใต้การกำกับดูแลของศูนย์เทคโนโลยีฯ

๗.๒ การประเมินการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance)

๗.๒.๑ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

โครงการเข้าใช้อุปกรณ์ฯ เป็นโครงการที่มีความสำคัญ มีความละเอียดอ่อน และซับซ้อน กระทรวงฯ จึงได้เชิญบุคคลภายนอกซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีชื่อเสียง และมีความรู้ในด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นอย่างดี ได้แก่ บุคลากรและอาจารย์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และมหาวิทยาลัยมหิดล เข้าร่วมใน (๑) คณะกรรมการกำหนดขอบเขตของงาน

และราคากลาง (๒) คณะกรรมการซื้อหรือจ้าง และ (๓) คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการโครงการและระบบอย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ ส่งผลให้การดำเนินโครงการล่าช้ากว่าที่กำหนด และขณะนี้อยู่ระหว่างเริ่มดำเนินโครงการ อย่างไรก็ตาม เมื่อโครงการได้ดำเนินการไปแล้วระยะหนึ่ง จึงจะประเมินผลต่อไป เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการและผลสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการที่กำหนดไว้

๗.๒.๒ ความโปร่งใส

เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานภายนอก อาทิ อาจารย์จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน ๓ ท่าน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน ๑ ท่าน เพื่อร่วมเป็นคณะกรรมการกำหนดขอบเขตของงานและกำหนดราคากลาง คณะกรรมการจัดซื้อหรือจัดจ้าง และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ เพื่อให้กระบวนการของการจัดซื้อจัดจ้างภายใต้โครงการมีความถูกต้องตามระเบียบ โปร่งใส ตรวจสอบได้

๗.๒.๓ การมีส่วนร่วม

ศูนย์เทคโนโลยีฯ ได้จัดประชุมระดมสมอง แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกกระทรวงฯ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) ศูนย์ประสานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์ประเทศไทย (ThaiCERT) กลุ่มงานความมั่นคงระหว่างประเทศ และศูนย์เทคโนโลยีฯ โดยรายงานความคืบหน้าการดำเนินการของคณะกรรมการกำหนดขอบเขตของงาน และกำหนดราคากลางให้กระทรวงฯ ทราบเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ร่างข้อกำหนดขอบเขตของงาน (TOR) มีความครบถ้วนสมบูรณ์ และบรรลุเป้าประสงค์ของโครงการให้มากที่สุด

๗.๒.๔ ความคุ้มค่า

โครงการฯ มีวงเงินงบประมาณ ๓๑ ล้านบาท (โครงการต่อเนื่อง ๓ ปี) เปรียบเทียบกับการลงทุนแบบเดิม ทั้งการจัดซื้อระบบใหม่ การจัดซื้อเพื่อการทดแทน และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาระบบประจำปีทุกปี ซึ่งจะประกอบด้วยค่าอุปกรณ์ ค่า licenses ค่าบำรุงรักษารายเดือน และค่าดำเนินการต่าง ๆ โดยค่าใช้จ่ายของปีที่ผ่านมา ดังนี้

งบประมาณประจำปี	งบลงทุน (บาท)	งบดำเนินงาน (บาท)	รวมเป็นเงิน
๒๕๖๒	๗,๙๐๐,๐๐๐	๓๔,๔๐๘,๕๘๕	๔๒,๓๐๘,๕๘๕
๒๕๖๓	๑๒,๐๐๐,๐๐๐	๑๑,๘๖๐,๐๐๐	๒๓,๘๖๐,๐๐๐

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของปีที่ผ่านมาจากตารางข้างต้น ประมาณ ๓๓ ล้านบาท เทียบกับประมาณการค่าใช้จ่ายรายปีของโครงการฯ ประมาณปีละ ๓๑ ล้านบาท แม้จะไม่มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ ได้แก่ การเข้าใช้อุปกรณ์ การใช้บริการต่าง ๆ มีอุปกรณ์ป้องกันหรือระบบมากกว่าระบบเดิมที่กระทรวงฯ ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งไม่ทันสมัยและใกล้สิ้นสุดสัญญา ในเวลาที่แตกต่างกัน อีกทั้งมีเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างมาปฏิบัติงานที่กระทรวงฯ เฝ้าระวัง และดูแลระบบที่ติดตั้งที่กระทรวงฯ ทุกวัน ตลอด ๒๔ ชั่วโมง รวมทั้งมีการส่งข้อมูล log ไปตรวจสอบวิเคราะห์ ที่ศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center : SOC) พร้อมบริการสแกนช่องโหว่ ทดสอบการเจาะระบบ การให้คำปรึกษาแนะนำ และแก้ปัญหาด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ จึงเป็นการดำเนินงานเชิงรุกอย่างบูรณาการ เพื่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัย

ทางไซเบอร์อย่างยั่งยืน การใช้จ่ายงบประมาณมีความคุ้มค่า ทั้งในด้านการลงทุน การพัฒนาบุคลากร และองค์รวมของการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อกระทรวงฯ และประเทศ

๗.๓ การประเมินการทำงานตามหลักวงจรคุณภาพ (PDCA cycle)

๗.๓.๑ การวางแผน (Plan)

ศูนย์เทคโนโลยีฯ วางแผนการดำเนินการ โดยกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การดำเนินการและระยะเวลาการดำเนินการ รวมถึงผู้รับผิดชอบ และงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการ อย่างชัดเจน

๗.๓.๒ การนำไปสู่การปฏิบัติ (Do)

ศูนย์เทคโนโลยีฯ ดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด

๗.๓.๓ การติดตาม (Check)

ศูนย์เทคโนโลยีฯ มอบหมายเจ้าหน้าที่ควบคุม กำกับดูแล ตรวจสอบและติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ตามแผนพร้อมให้จัดส่งรายงานตามที่กำหนดในขอบเขตของงาน (TOR)

๗.๓.๔ การดำเนินการ (Act)

ศูนย์เทคโนโลยีฯ ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน และรวบรวมปัญหาพร้อมหา แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นระยะ

๘. ข้อค้นพบจากการตรวจสอบและประเมินผล

ด้วยพัฒนาการของภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีความหลากหลาย ซับซ้อน ที่ผ่านมากกระทรวงฯ ได้จัดทำระบบป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรองรับกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้ อย่างไรก็ดี การดำเนินโครงการเข้าใช้อุปกรณ์ฯ ของกระทรวงฯ จะเป็นการดำเนินงานในลักษณะการวางมาตรการแก้ไขปัญหา จัดหาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาเสริมการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ในลักษณะต่อยอดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเฝ้าระวัง วิเคราะห์ ประเด็นปัญหา ภัยคุกคาม และประเมินความเสี่ยง ตลอดจนมองภาพรวมของการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น ทำให้กระทรวงฯ สามารถวางแผนและบริหารจัดการภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

๑) เป็นการริเริ่มดำเนินโครงการเชิงรุกอย่างบูรณาการ ทั้งในด้านระบบ ด้านงบประมาณ และการพัฒนาบุคลากร

๒) สามารถบริหารจัดการในองค์รวมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๓) ระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มีอุปกรณ์และระบบมากขึ้นกว่าเดิม มีการเฝ้าระวัง ทุกวัน ตลอด ๒๔ ชั่วโมง

๔) บุคลากรของกระทรวงฯ โดยเฉพาะนักวิชาการคอมพิวเตอร์ของศูนย์เทคโนโลยีฯ ได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะในด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์มากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ และกำกับดูแลระบบที่ติดตั้งใช้งาน ซึ่งจะมีมากกว่าระบบที่กระทรวงฯ ใช้อยู่ ในปัจจุบัน รวมทั้งสามารถทำงานร่วมกันกับผู้รับจ้างซึ่งจะเป็นการตรวจสอบการทำงาน และกำกับดูแล ผู้รับจ้างไปด้วยกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกระทรวงฯ มากขึ้น

๕) เจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้างมาปฏิบัติงานที่กระทรวงฯ และที่ศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center : SOC) ของผู้รับจ้าง เพื่อดูแลระบบ

ที่ติดตั้งใช้งาน ซึ่งมีมากกว่าระบบที่กระทรวงฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน เผื่อไว้ ป้องกัน วิเคราะห์ วางแผน ประเมินและบริหารความเสี่ยงจากปัญหาภัยคุกคามทางไซเบอร์

๙. สภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเป้าประสงค์ของกระทรวงฯ

โครงการเข้าใช้อุปกรณ์ฯ เป็นโครงการที่มีความสำคัญและมีความละเอียดอ่อน ซึ่งการพิจารณาว่าข้อกำหนดขอบเขตของงานและราคากลางมีรายละเอียดหลายประเด็นและเป็นจำนวนมาก ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ ส่งผลให้การดำเนินโครงการฯ ล่าช้ากว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้

๑๐. ข้อเสนอแนะหรือแนวทางการแก้ไขในการดำเนินงานตามประเด็นการตรวจสอบและประเมินผล

ศูนย์เทคโนโลยีฯ ควรรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานของโครงการฯ รวมถึงผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ให้ ค.ต.ป. ประจำกระทรวงฯ ทราบเป็นระยะ เพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามประเมินผลต่อไป

๑๑. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายต่อรัฐบาล

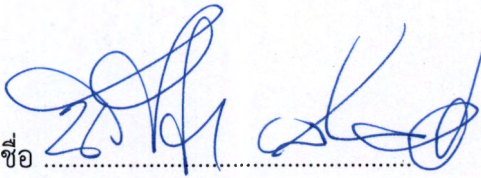
๑๑.๑ หน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานด้านความมั่นคงที่มีความพร้อมทางด้านบุคลากรหรือศักยภาพทางด้านระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ไม่เพียงพอ และต้องการบูรณาการอาจพิจารณาพัฒนาระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ในลักษณะการเข้าใช้อุปกรณ์/ระบบและให้บริการเช่นเดียวกับโครงการของกระทรวงฯ

๑๑.๒ ควรใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากหน่วยงานกลางให้การสนับสนุนหน่วยงานของรัฐในการพัฒนา กำกับดูแลการดำเนินการ ด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้เป็นไปอย่างบูรณาการ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานสนับสนุนในด้านการกำกับดูแล นโยบาย บุคลากร กระบวนการ และองค์ความรู้ทางด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ในขณะที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นหน่วยงานหลักที่กำกับดูแลภาพรวมและสนับสนุนด้านงบประมาณในการพัฒนาตามแนวนโยบายรัฐบาลดิจิทัล เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ

๑๒. ประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากประเด็นที่ตรวจสอบฯ

เนื่องจากระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ของกระทรวงฯ ทำหน้าที่ปกป้องระบบสารสนเทศและเครือข่ายของกระทรวงฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงระบบการให้บริการประชาชน ซึ่งมีฐานข้อมูลที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้น การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบงานต่าง ๆ ของกระทรวงฯ จึงมีความสำคัญต่อความมีเสถียรภาพประสิทธิภาพ และความพร้อมใช้ หรือพร้อมให้บริการระบบสารสนเทศแก่ประชาชนได้อย่างมั่นคงปลอดภัยอยู่เสมอ

๑๓. การลงนามรับรองรายงาน

ลงชื่อ 

(นายณรชิต สิงห์เสนี)

ประธานกรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

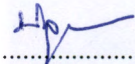
(นายไกรวี ศิริกุล)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

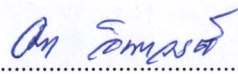
(นายณนทกร กาญจนะจิตรา)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

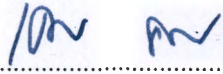
(นางสาวนิลบล เครือณพรัตน์)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

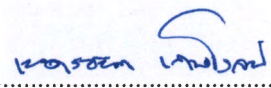
(นางอมรา อินทวงศ์)

กรรมการตรวจสอบและประเมินผล
ประจำกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ 

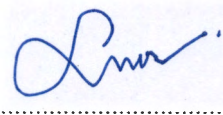
(นายเชิดเกียรติ อรรถการ)

กรรมการและเลขานุการ

ลงชื่อ 

(นางสาวเนตรชนก เกษโรจน์)

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ลงชื่อ 

(นางอัญญาพร เลิศพงศาภรณ์)

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ