



ยกทัพสินค้า T Mark และ PM Award บุกแฟร์ Salon Gourmets ณ กรุงมาดริด



ระหว่างวันที่ 13 - 16 เมษายน 2569 ที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยกทัพสินค้าอาหารไทยที่ได้รับรางวัล Prime Minister's Export Award และ Thailand Trust Mark บุกงานแสดงสินค้า Salon Gourmets ครั้งที่ 39 ณ ศูนย์แสดงสินค้า Ifema Madrid ผลตอบรับดีเกินคาด ผู้บริโภคเปิดใจชิม เชฟชื่อดังมองหาไอเดียปรุงรสเมนูใหม่ๆ ให้ผู้บริโภค ร้านค้าตามหาสินค้าไทยเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าท้องถิ่น เกิดการเจรจาการค้าอย่างต่อเนื่อง คาดสร้างมูลค่ากว่า 35 ล้านบาท

โดยคูหาไทย หรือ Thai Pavilion ตั้งอยู่ในอาคาร 5 ตำแหน่ง 5B02 พื้นที่ 66 ตรม. มุ่งประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ในตลาดด้วยกลยุทธ์กระตุ้นการบริโภค (Drive Demand) เพิ่มยอดซื้อในตลาดซึ่งนำไปสู่การเพิ่มยอดนำเข้า ในปีนี้นำเสนออาหารไทยภายใต้คอนเซ็ปต์ “อาหารไทยอร่อยและดีต่อสุขภาพ” ชูคุณประโยชน์ของสมุนไพรและเครื่องแกงสอดรับแนวโน้มผู้บริโภคในตลาดที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น

สินค้าที่นำมาจัดแสดงเป็นการร่วมมือกับพันธมิตรผู้นำเข้าและผู้ประกอบการไทย เน้นสินค้าที่มีอยู่ในตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการซื้อและการจับจ่ายได้ทันที ให้ความรู้เกี่ยวกับรสชาติ วิธีการปรุง การนำสิ่งปรุงรสไปใช้ ตลอดจนให้แนวคิดใหม่ในการสร้างสรรค์เมนูในวงการอาหารสเปน

ในวันที่ 13 เมษายน 2569 สดต. ณ กรุงมาดริด บูรณาการร่วมกับ สอท. ณ กรุงมาดริด จัดพิธีเปิด โดย สอท. ได้เชิญนายกมล ชอบดิงาม (เชฟก๊ก) ผู้ชนะรายการแข่งขันอาหาร Iron Chef 2015 และเจ้าของร้านอาหารเลิศทิพย์ และร้านอาหารเม็ดมาร์ค สาธิตอาหารไทย ผัดกะเพราเนื้อไข่อวราวดข้าว ผู้สนใจชิมจำนวนมาก



พื้นที่ในคูหาประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนจัดแสดงสินค้าและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ได้รับตราสัญลักษณ์ T Mark และ PM Award กว่าจำนวน 33 รายการ ในสาขาอาหาร ตกแต่งพื้นที่ในลักษณะศาลาไทยและผลงานของนักออกแบบไทยที่มีชื่อเสียง ส่งผลให้คูหาไทยมีความโดดเด่น ดึงดูดทั้งผู้ชมและสื่อมวลชนตลอดระยะเวลาการจัดงาน นอกจากนี้ ดำเนินการจัดทำข้อมูลผู้ประกอบการไทยในลักษณะ Booklet จัดทำโบรชัวร์หนังสือสูตรอาหารไทยพร้อมทั้งคุณสมบัติประโยชน์ของแต่ละเมนูเป็นภาษาสเปน และจัดทำโบรชัวร์หนังสือแนะนำร้านอาหาร Thai SELECT ในเขตอาณาของ สคต. ณ กรุงมาดริด นอกจากนี้ ประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ T Mark และ PM Award ผ่านบอร์ดและวิดีโอทัศน์ รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรสำคัญของไทยและคุณสมบัติของ “ต้มยำกุ้ง” ในฐานะที่ได้รับยกย่องเป็นมรดกโลก

ส่วนที่สอง ได้แก่ส่วนกิจกรรมสาธิตปรุงและแจกชิมดื่ม (Show Cooking และ Drink Bar) โดยร่วมกับร้านอาหาร Thai SELECT ในการปรุงเมนูอาหารไทยตลอด 4 วัน ใช้ผลิตภัณฑ์ T Mark และ PM Award และแจกเครื่องดื่มไทยพร้อมของทานเล่น อาทิ ถั่ว กุ้งชุบแป้งทอด ไก่ทอด ฯลฯ (Tapas) เพื่อแนะนำเครื่องดื่มไทยที่สามารถทานกับ Tapas ซึ่งเป็นวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวสเปนท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีการเสิร์ฟกาแฟ PM Award จากเชียงใหม่ซึ่ง สคต. ณ กรุงมาดริด ผลักดันร่วมกับ สพจ. เชียงใหม่ มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 2 ปี มีผู้สนใจเข้าชมและดื่มเป็นจำนวนมาก ช่วยขยายการรับรู้ ความนิยม และนำไปสู่การรุกตลาดผู้บริโภคท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และส่วนที่ 3 ส่วนเจรจาธุรกิจ เป็นพื้นที่สร้างเครือข่ายและสร้างมูลค่าทางธุรกิจ โดยผู้ประกอบการสเปนและผู้เยี่ยมชมงานจากทวีปอเมริกา ละตินอเมริกา เข้ามาใช้บริการพื้นที่เจรจาธุรกิจเพื่อสอบถามข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เกิดการเชื่อมโยงทางการค้าและต่อยอดธุรกิจในพื้นที่

ผลการดำเนินงานตลอด 4 วันมีผู้เข้าเยี่ยมชมมากขึ้นกว่าปีก่อนหน้า ประมาณ 15,000 รายจากหลายประเทศ สร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย ได้แก่ ผู้ประกอบการ T Mark และ PM Award 33 ราย ได้รับการประชาสัมพันธ์ ผู้เยี่ยมชมคูหากว่า 15,000 ราย จากทั่วสเปน ยุโรป สหรัฐอเมริกา ละตินอเมริกาเป็นหลัก (ปีที่ผ่านมามี 12,000 ราย) สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนว่าในปีนี้มี distributor ห้างร้านที่ต้องการสินค้าไทยไปจำหน่าย กลุ่มค้าปลีกและค้าส่ง ซูเปอร์มาร์เกต เซฟร้านอาหาร





Michelin เจ้าของร้านอาหาร โรงเรียนสอนทำอาหาร ผู้บริหารธุรกิจ HORECA และผู้บริโภคทั่วไป เปิดใจทดลองผลิตภัณฑ์และสนใจติดต่อเจรจาธุรกิจมากขึ้น ผู้นำเข้าพันธมิตรกรมฯ มียอดสั่งซื้อเพิ่มและลูกค้าใหม่จากคูหาไทยจำนวนมาก คาดการณ์มูลค่าการเจรจาธุรกิจภายใน 1 ปี ประมาณ 1,150,000 US สร้างฐานผู้บริโภคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในกลุ่มผู้บริโภคท้องถิ่น ธุรกิจ HORECA และผู้ทรงอิทธิพลในวงการอาหาร นอกจากนี้ คาดว่าจะสามารถผลักดันสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดได้ 10 รายการ อาทิ ready to cook kit หลายเมนู และกาแฟไทย

คูหาไทยได้รับการกล่าวถึงว่ามีความโดดเด่นดึงดูดผู้ประกอบการ สื่อ ได้ดี มีผู้เข้าชมหนาแน่นต่อเนื่องตลอดงานด้วยกิจกรรม show cooking และ drink bar นำเสนอแนวคิดแปลกใหม่ในการปรุงอาหาร เสริฟ tapas ขณะเดียวกัน hospitality ในคูหาเป็นจุดแข็งที่สร้างความแตกต่างได้ดี ผู้บริโภค เชฟ ผู้ประกอบการร้านค้าชาวสเปน ได้รับความรู้ ได้ทดลอง สัมผัส รู้จักเครื่องปรุงไทยการใช้ส่วนผสมไทยมากขึ้นนำไปสู่การหาซื้อ สั่งซื้อ และปรุงเมนูใหม่ในร้านอาหาร/ร้านค้าเฉพาะทาง/trader/catering/ครัวเรือน

ข้อคิดเห็นของ สศต.

ตลาดสเปนยังมีสินค้าไทยจำกัดเมื่อเทียบกับตลาดยุโรปอื่นๆ เนื่องจากกฎระเบียบการนำเข้าที่ซับซ้อน และการบริโภคในกระแสหลักยังอยู่ระหว่างการเติบโต ผลิตภัณฑ์จึงมีความคล้ายคลึงกัน อาทิ ซอสสังปรุงรส ข้าว เครื่องแกงกะทิ อย่างไรก็ตาม เป็นจังหวะโอกาสที่ผู้บริโภคและผู้มีอิทธิพลในวงการเปิดใจให้กับอาหารไทยและอาหารต่างชาติ ผู้ประกอบการไทยจึงควรใช้โอกาสนี้ในการรุกตลาด สื่อสารและสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการสเปนด้วยตนเอง ซึ่งเป็นแนวทางการทำธุรกิจที่เหมาะสมกับคู่ค้าสเปนเนื่องจากมีวัฒนธรรมในการสนทนา สังสรรค์ สร้างความไว้วางใจก่อนจะดำเนินธุรกิจด้วยกันในระยะยาว

ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์สินค้า T Mark และ PM Award ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้นำเข้าของสเปนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยมากขึ้น โดยสังเกตได้อย่างชัดเจนว่าผู้เยี่ยมชมชาวสเปนเปิดใจซิม และเข้ามาเจรจาธุรกิจ สอบถามข้อมูล คุหามากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญกว่าปีก่อนหน้า นับว่าการดำเนินโครงการประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เป็นการดำเนินงานอย่างบูรณาการหลายฝ่าย ได้แก่ สศต. สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมาดริด ผู้ประกอบการไทย ผู้ส่งออก ผู้นำ



เข้า และโดยเฉพาะการจัดสาธิตปรุงร่วมกับร้านอาหาร Thai SELECT และชุมชนไทยในมาดริด สร้างกระแสทางสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมาก นับเป็นโครงการที่สร้างประโยชน์ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของหลายฝ่าย

สคต. เห็นว่างานแสดงสินค้า Salon Gourmets เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มชั้นเลิศ (gourmets) ที่มีศักยภาพมากสำหรับผู้ประกอบการไทย ทั้งสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องปรุง ขนม ตลอดจนสินค้าอาหารนวัตกรรม โดยเป็นเวทีอาหาร fine foods ชั้นนำของยุโรป ปีนี้จัดขึ้นบนพื้นที่จัดแสดง 72,000 ตร.ม. จำนวน 6 อาคาร มีผู้จัดแสดงสินค้ากว่า 2,000 ราย ผู้เข้าชม 117,969 ราย เกิดการเจรจา 6,482 ครั้งในงาน นำเสนอสินค้ากว่า 55,000 รายการ รวมถึงนวัตกรรมใหม่กว่า 2,142 รายการ สร้างมูลค่าทางธุรกิจกว่า 313 ล้านยูโร สำหรับปี 2570 กำหนดจัดระหว่างวันที่ 19 – 22 เมษายน 2570 ณ กรุงมาดริด ผู้ประกอบการสามารถสมัครเข้าร่วมผ่านโครงการ SMEs Pro-active ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือสมัครเข้าร่วมกับผู้จัดงานโดยตรง

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด

เมษายน 2569